

メ環研の「メ」からウロコ

今、テレビ番組の見られ方はどうなってる？

～テレビ番組視聴意識調査2023～

2023.6.29



著作権などについて

調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報にかかる著作権などの一切の権利は、株式会社博報堂DYメディアパートナーズに帰属します。

ユーザーの方々は、これらの情報を表示、複製、掲載、印刷などを行うことができます。

ただし、調査結果を用いたグラフなどに含まれる一切の情報そのものを改変することは認められません。

また、ご利用の場合には、出典として

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 「テレビ番組視聴意識調査2023」

を必ず明記してください。

はじめに

<テレビ番組視聴意識調査2021 ニュースリリース>

2021.06.22

若者ほど「テレビ番組」が「とても好き」。令和のテレビっ子は、テレビ受像機だけでなく、過半数がスマホを利用し、自由に楽しむ - 「テレビ番組視聴意識調査2021」より -

調査リリース

株式会社博報堂DYメディアパートナーズメディア環境研究所（本社：東京都港区、所長：島野真）は、「テレビ番組視聴意識調査」を実施しました。全国15～69才を対象にテレビ局の制作したドラマ、バラエティ、報道、アニメなどの「テレビ番組」への好意度と視聴スタイルについて調査した結果から、主なファインディングスをご紹介します。



調査概要

コンテンツとしての“テレビ番組”がどのようにみられているのか
好意度・視聴スクリーン・視聴サービスを調べました。
2021年に実施した同調査との比較でその変化をみていきます。
また、「メディア定点調査」で大きく利用率を伸ばした「TVer」に
ついて特に注目し、その利用意識を深堀しました。

テレビ番組視聴意識調査2023

- | | |
|---------------------|------------------|
| ・調査手法：インターネット調査 | (参考) |
| ・調査エリア：全国 | テレビ番組視聴意識調査2021 |
| ・対象者：男女15～69才 | ・男女15才～69才 |
| ・サンプル数：1,778サンプル | ・1,175サンプル |
| ・調査期間：2023年6月7日～12日 | ・2021年5月26日～6月2日 |

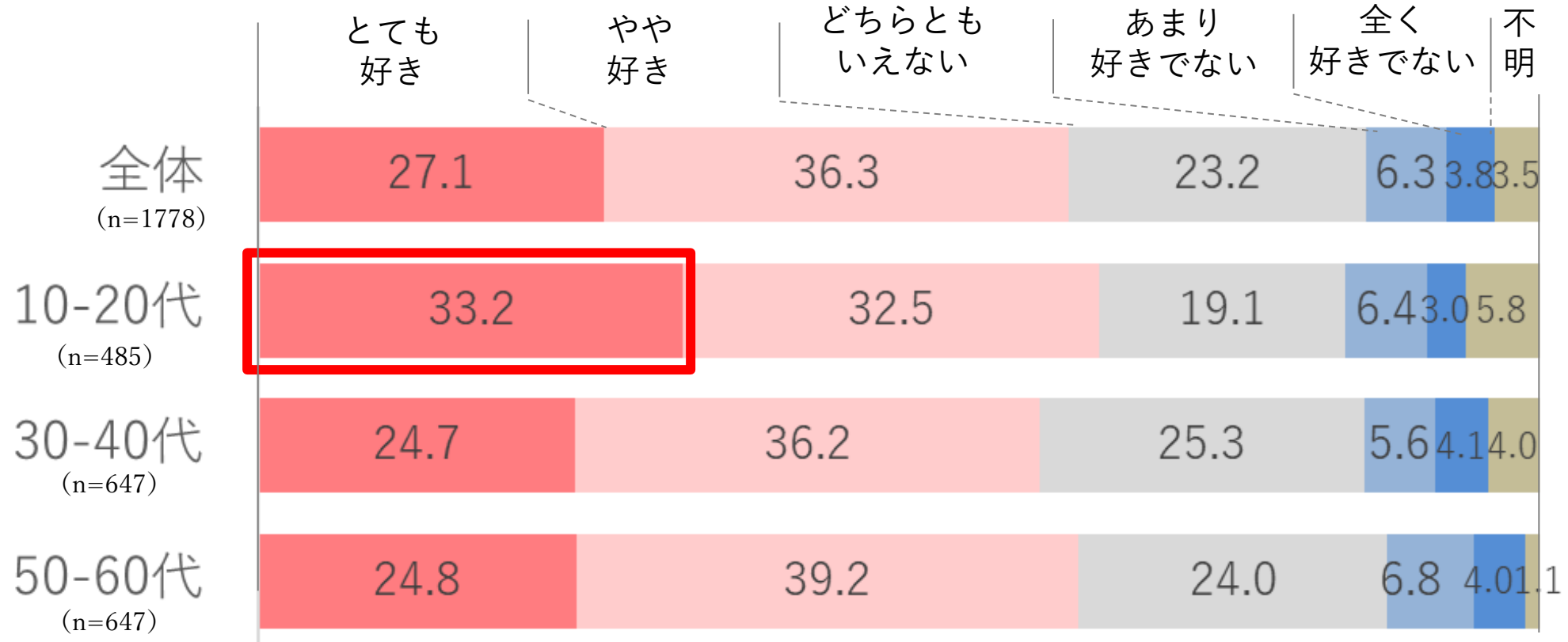
※各性年代5歳区切りのセルでN数を均等化しウェイトバックを実施

テレビ番組の **好意度** に変化はあったか？

テレビ番組好意度

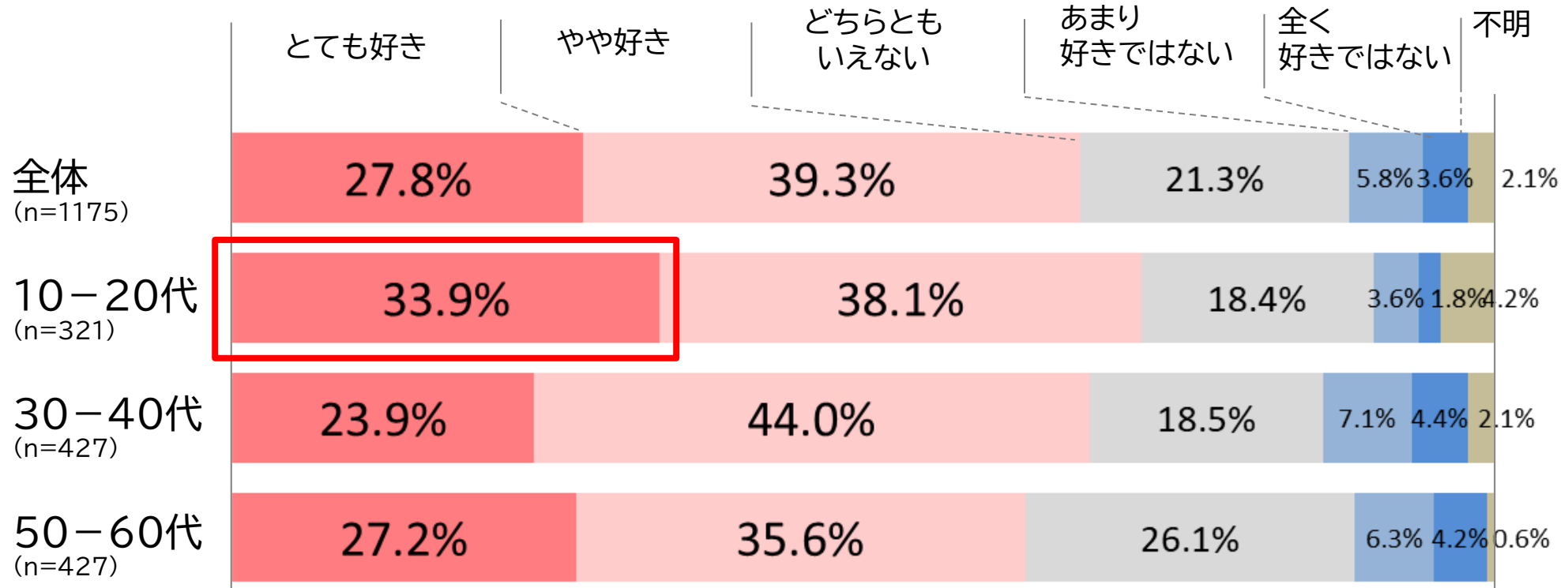
若者ほど「テレビ番組」が**とても好き**

Q.あなたはテレビ局が制作したドラマやバラエティ、報道、アニメといった「テレビ番組」を**好き**ですか？



(参考) 2021年のテレビ番組好意度

Q.あなたはテレビ局が制作したドラマやバラエティ、報道、アニメといった「テレビ番組」を好きですか？



10代は「15-19才」が対象

10 - 20代のテレビ番組好意理由

ネット上ではなかなか見ることのできない
大型企画をしているから (10代男性)

インターネットよりも
情報の信頼性が高いから
(10代男性)

プロの芸人やアナウンサーの盛り立て方が上手く、
時間が経つのを忘れさせてくれるから。 (20代男性)

作り手のこだわりを感じられるものが多く、
ある程度の**品質**を保っており、
安心して見ることができるから (10代女性)

友達との話題にもなり、
共有しやすいから。 (10代女性)

世の中がわかるから
(20代男性)

最近の**流行**がわかりやすい
(20代女性)

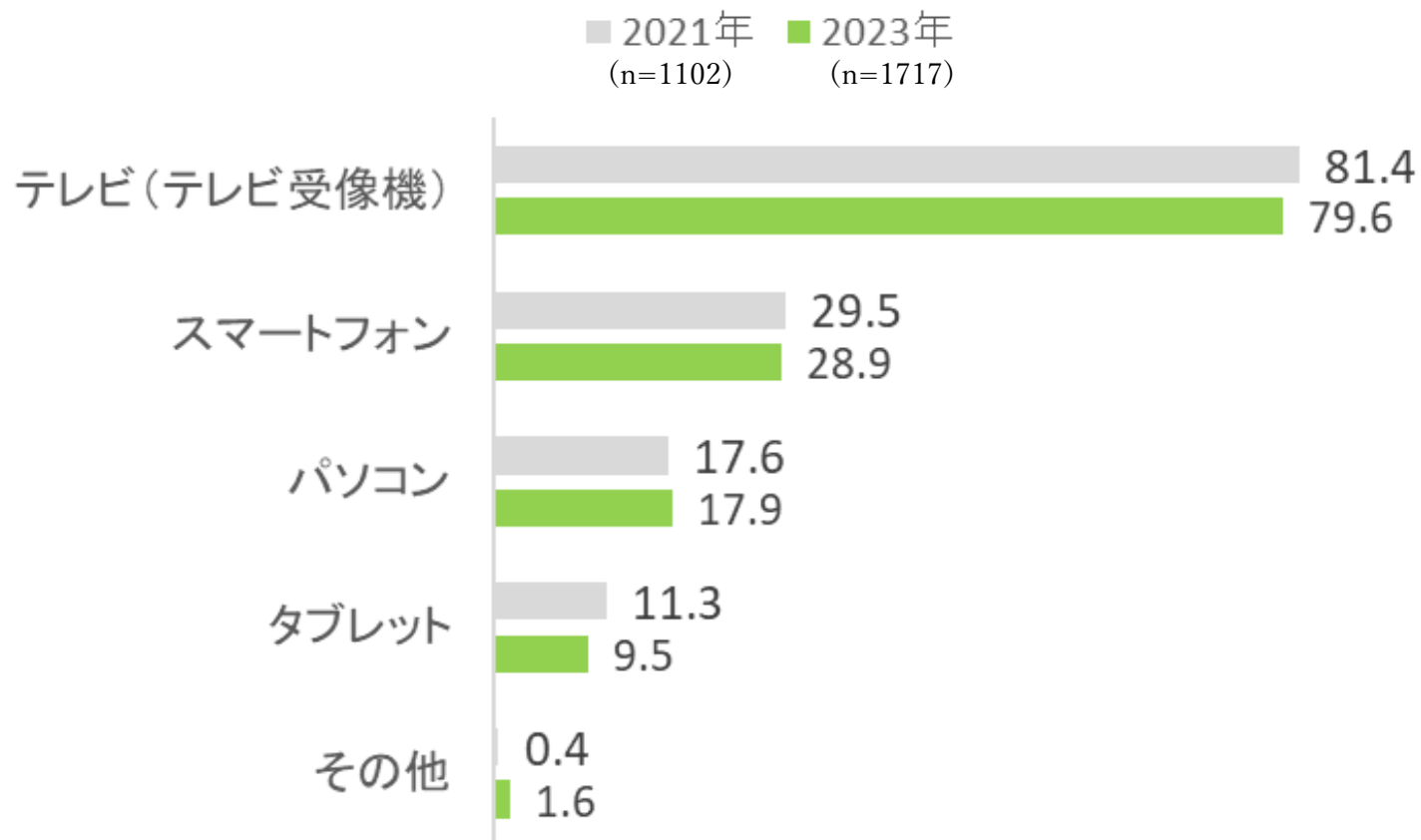
面白く、笑えるものがあったり
感動して泣くものもあるから
(20代女性)

自分の**推し**がでるから
(10代女性)

テレビ番組の **視聴スタイル** に変化はあったか？

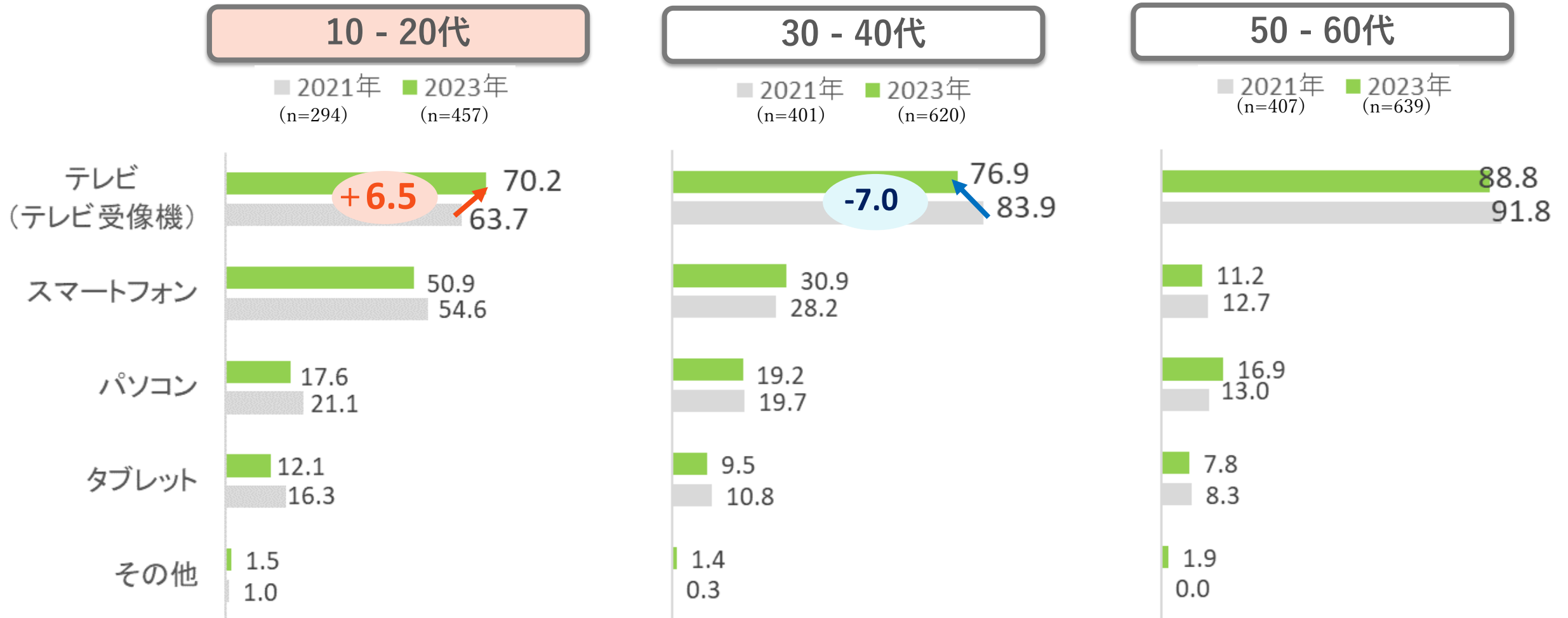
テレビ番組視聴スクリーン：全体

全体で見ると大きな変化はない。
テレビ番組を視聴するスクリーンとして最も多いのが「テレビ」
次いで「スマホ」「パソコン」「タブレット」



テレビ番組視聴スクリーン：年代別

テレビ番組を「テレビ」でみる10 - 20代が増加 一方、30 - 40代では減少



テレビ番組視聴方法ランキング

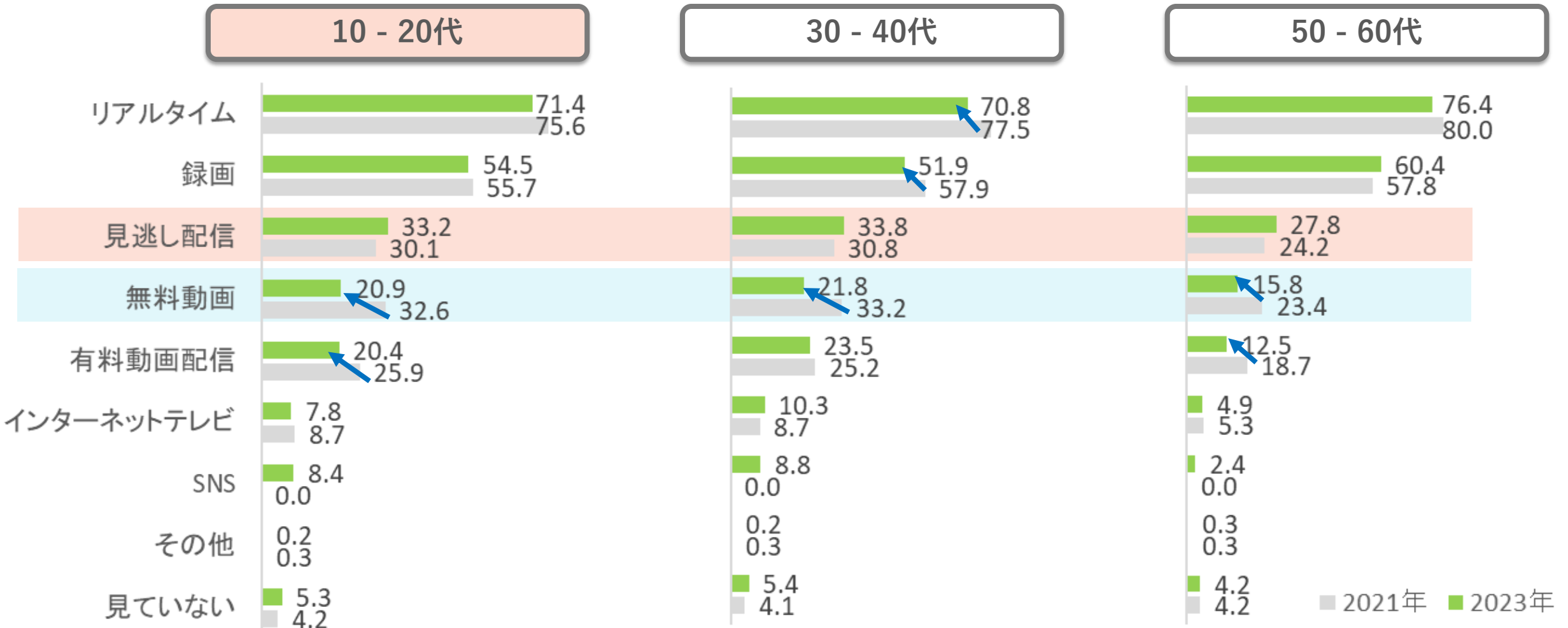
テレビ番組の視聴方法のTop3は
「見逃し配信サービス」が「無料動画」を上回り、
「リアルタイム」、「録画」、「見逃し配信サービス」となった。

2021	2023
1.リアルタイム 75.6%	1.リアルタイム 71.4%
2.録画 55.7%	2.録画 54.5%
3.無料動画 32.6%	3.見逃し配信 33.2%
4.見逃し配信 30.1%	4.無料動画 20.9%

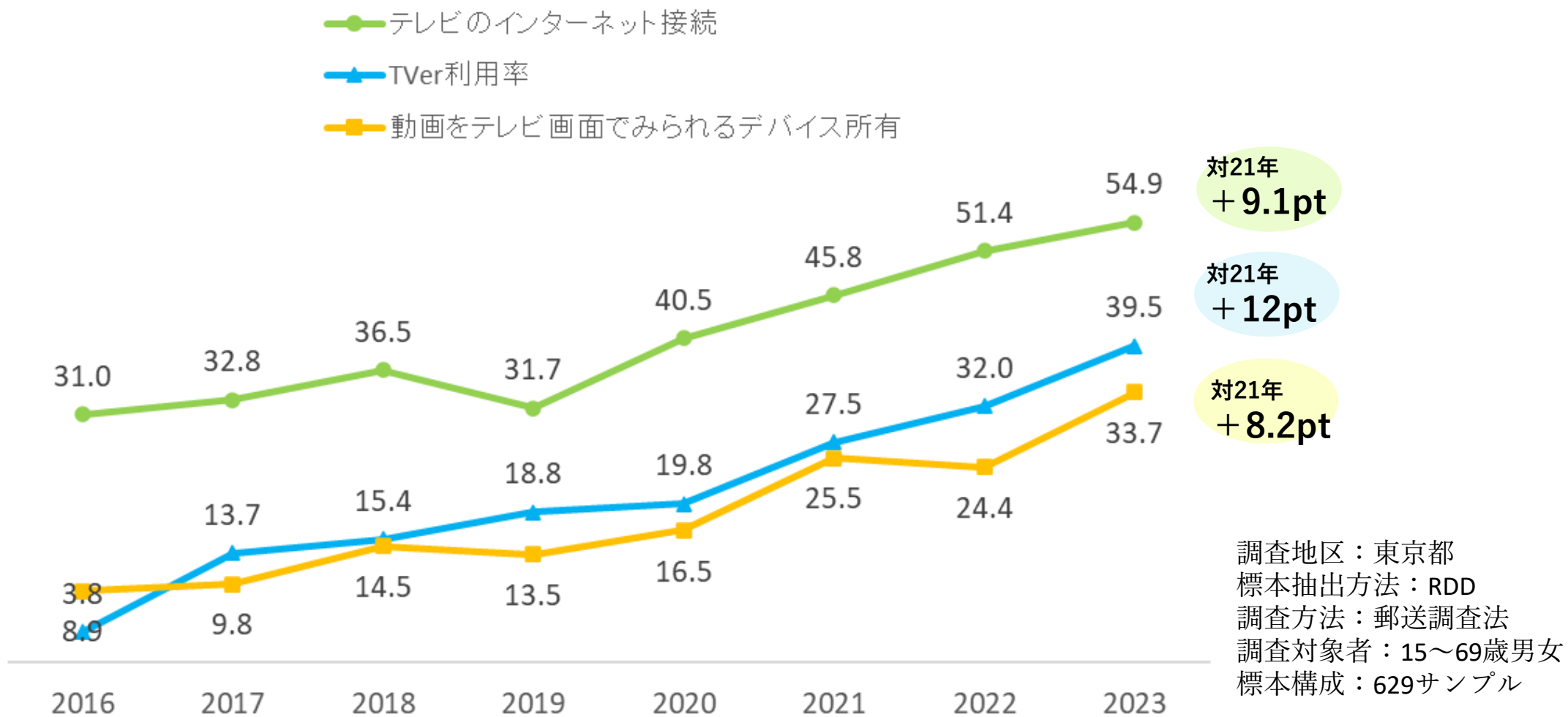


テレビ番組の視聴方法：年代別

いずれの年代でも、テレビ番組を「無料動画」でみる人が大幅に減少
どの年代でも微増したのは「見逃し配信サービス」



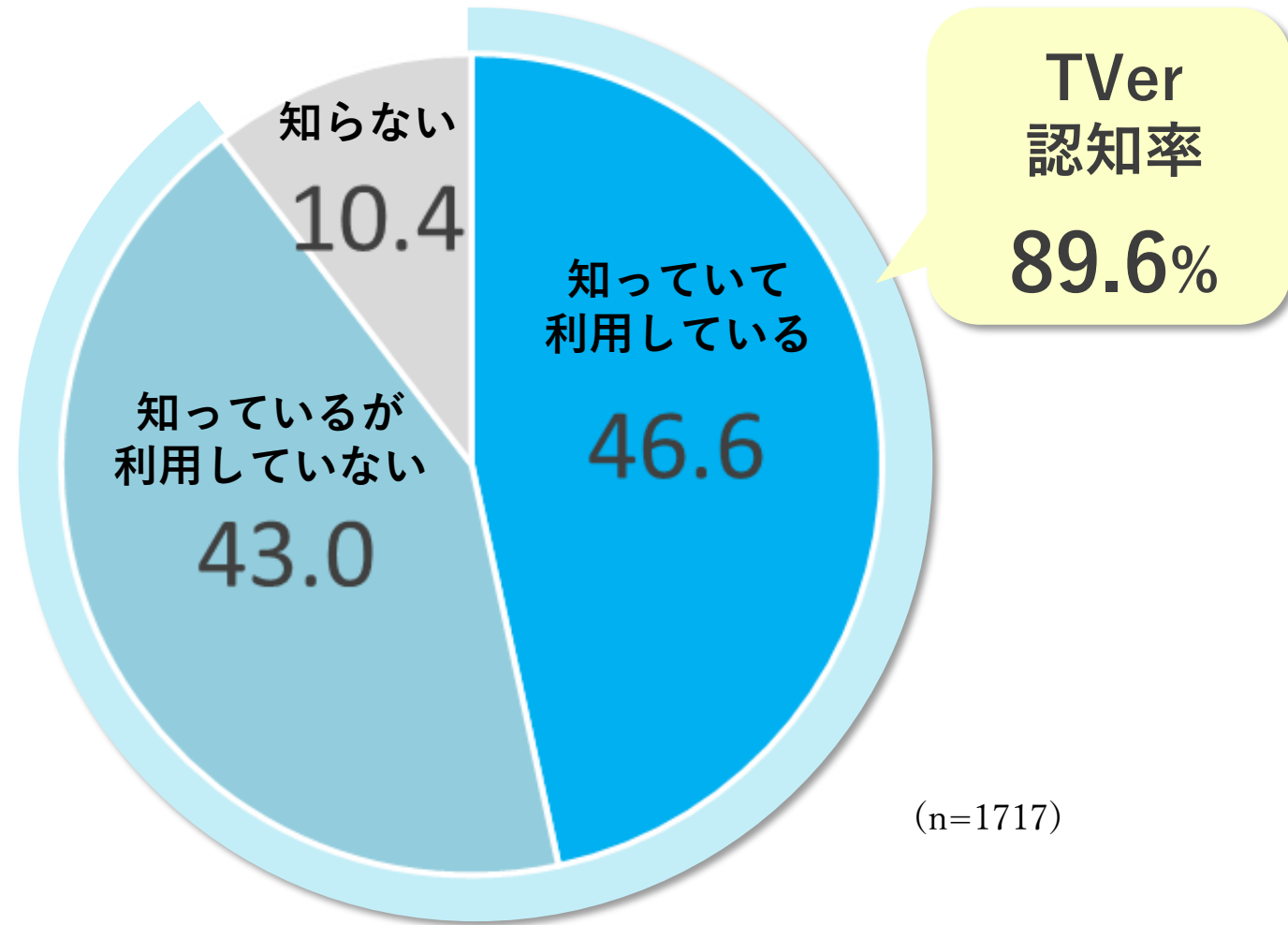
(参考) メディア環境研究所「メディア定点 2023」



見逃し配信サービス「TVer」の浸透状況は？

TVerの浸透度：全体

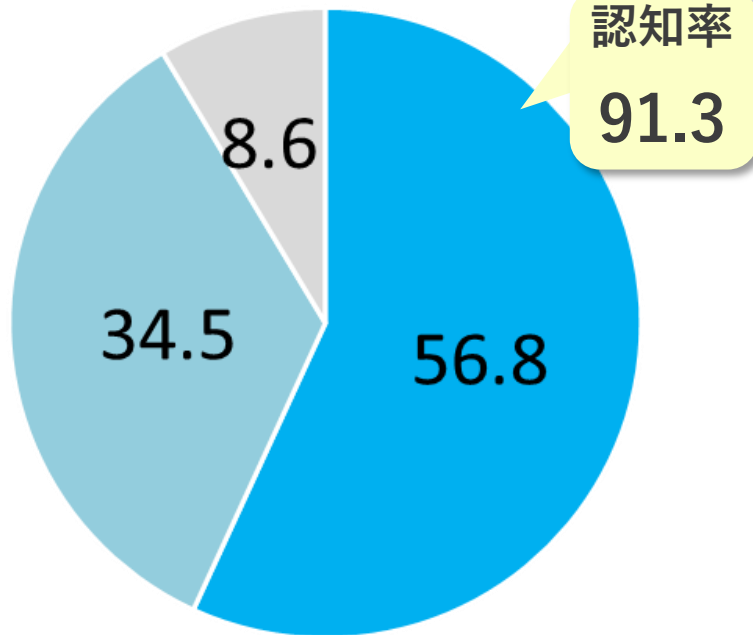
TVerの認知は9割におよぶ。約半数の46.6%が利用。



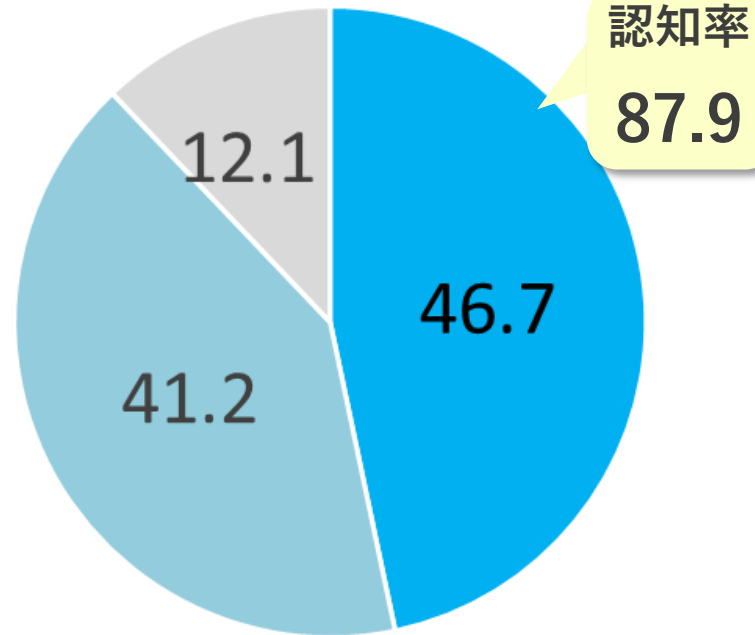
TVer浸透度：年代別

いずれの年代でも認知率は9割近い
10-20代では過半数、50-60代でも4割が利用

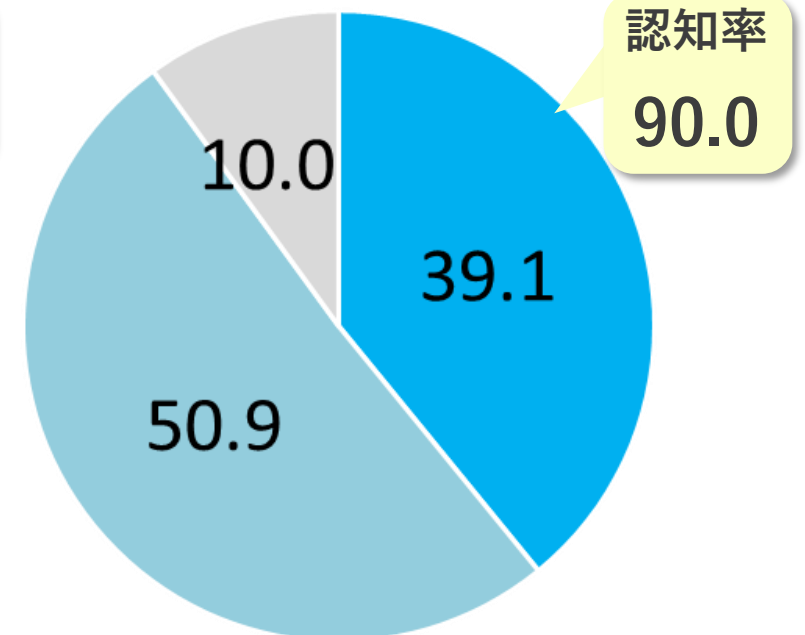
10 - 20代 (n=457)



30 - 40代 (n=620)



50 - 60代 (n=639)



ユーザーからみたTVerの魅力

無料で、自分の好きな時に、すぐ見られることが魅力

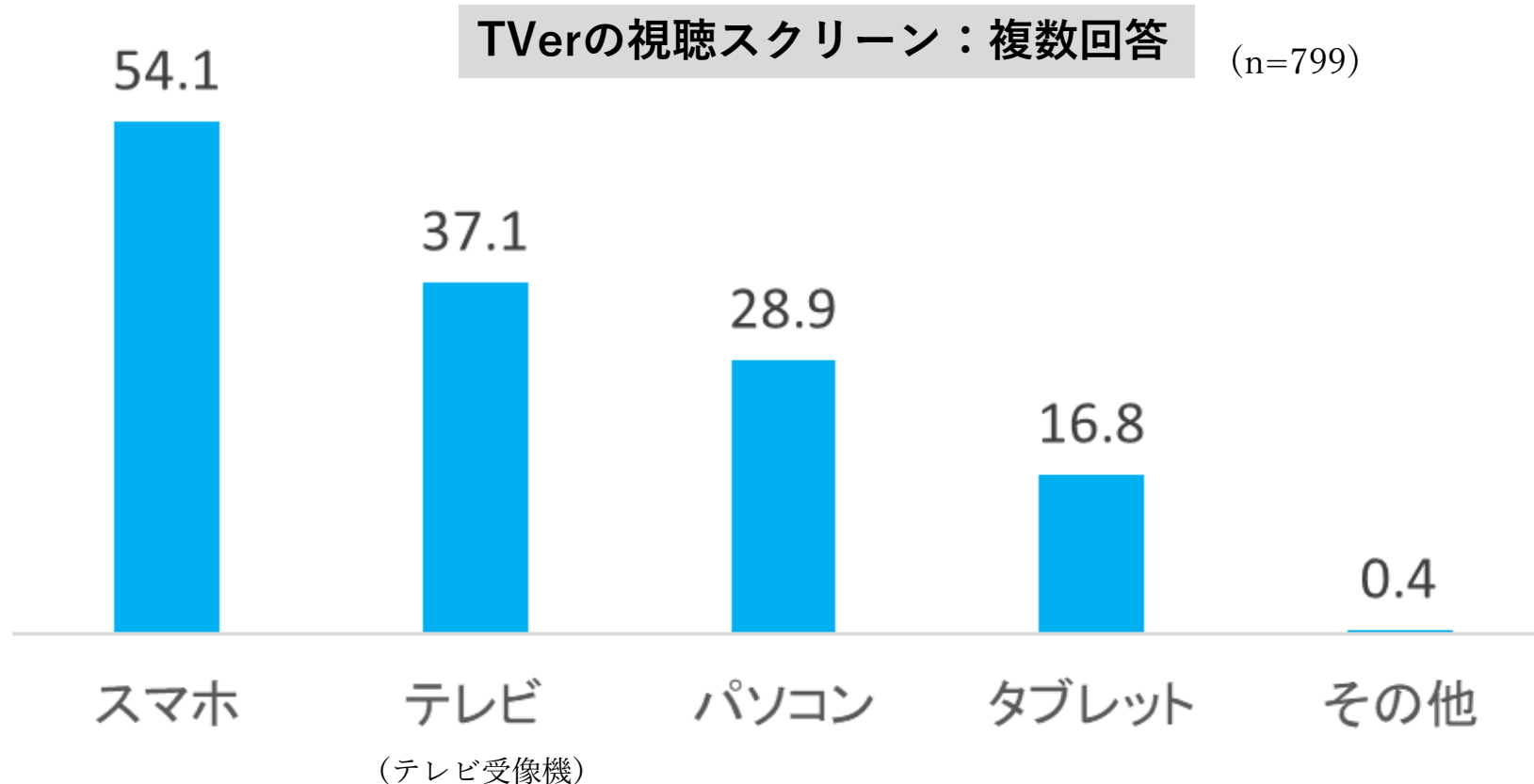
TVerの魅力Top5

- | | |
|---------------------|-------|
| 1. 無料でみられる | 55.7% |
| 2. 自分の好きな時間にみられる | 43.3% |
| 3. 見たいと思ったときにすぐみられる | 33.1% |
| 4. スマホでみられる | 23.1 |
| 5. 場所を選ばずみられる | 20.7% |

(n=799)

TVerの視聴スクリーン：全体

視聴スクリーンは「スマホ」が過半数。次いで「テレビ」が4割弱



TVerの視聴スクリーン：性年代別

男性10-20代は「スマホ」だけでなく「テレビ」でみる人が特に多い。

TVerの視聴スクリーン：性年代別・複数回答

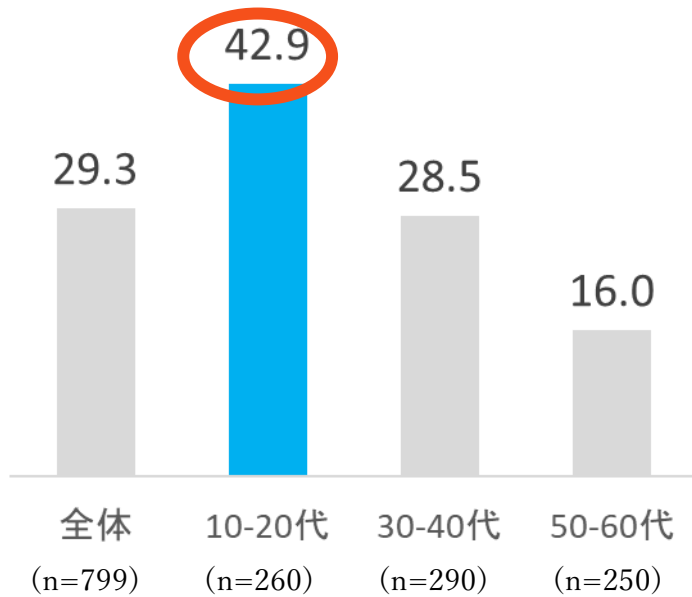
		n	テレビ (テレビ受像機)	スマート フォン	パソコン	タブレット	その他
全体		799	37.1	54.1	28.9	16.8	0.4
男性	10-20代	122	42.1	61.1	25.4	19.0	0.0
	30-40代	136	33.7	51.2	47.8	13.4	0.7
	50-60代	121	36.5	36.9	40.6	20.0	0.8
女性	10-20代	138	33.1	73.3	12.0	13.4	0.7
	30-40代	154	38.9	65.5	17.2	17.2	0.0
	50-60代	129	38.7	32.6	33.1	18.4	0.0

「TVer」がもたらした4つの変化：機会

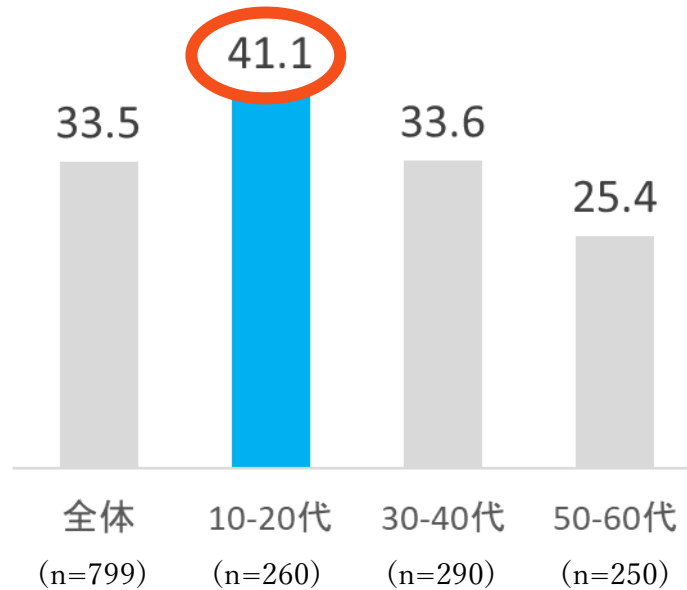
TVerによる変化①

10 - 20代を中心にテレビ番組、特にドラマを見る機会が増加

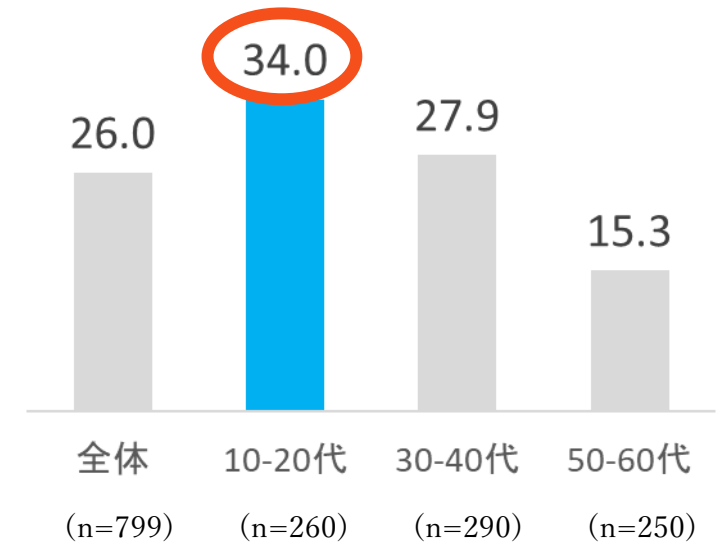
「テレビ番組」をみる機会:
増えた計



「ドラマ」をみる機会:
増えた計



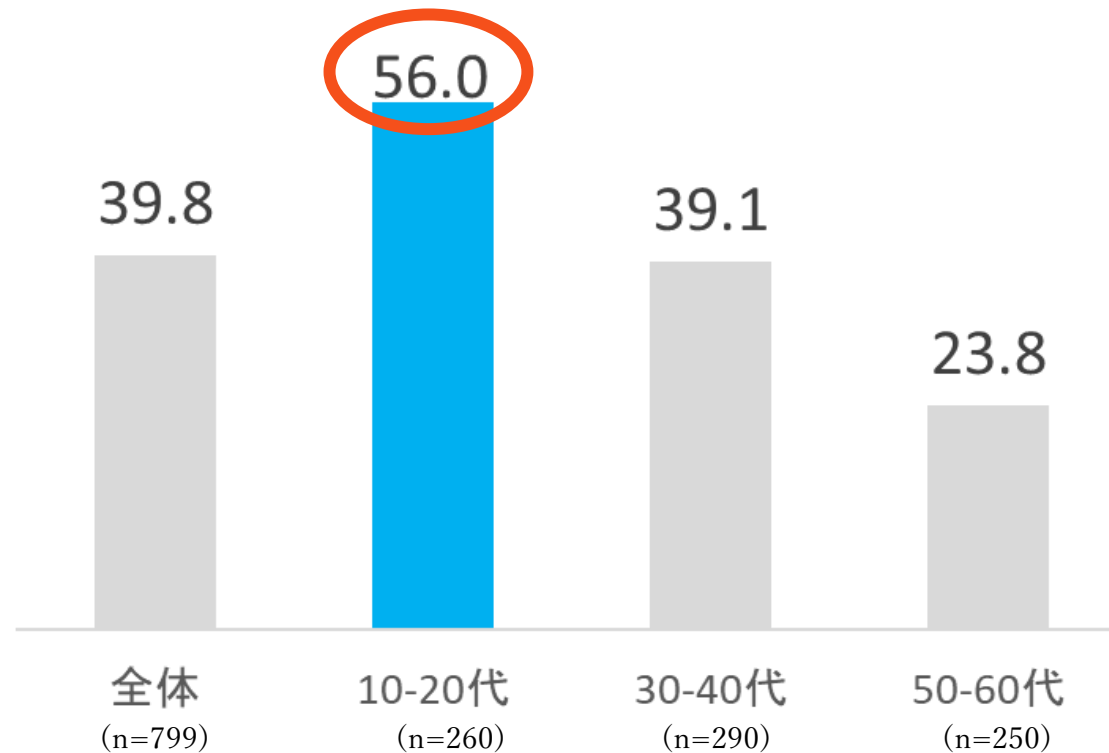
「バラエティ」をみる機会:
増えた計



TVerによる変化①

10-20代ではTVerユーザーの過半数が「ドラマは全てTVerでみる」

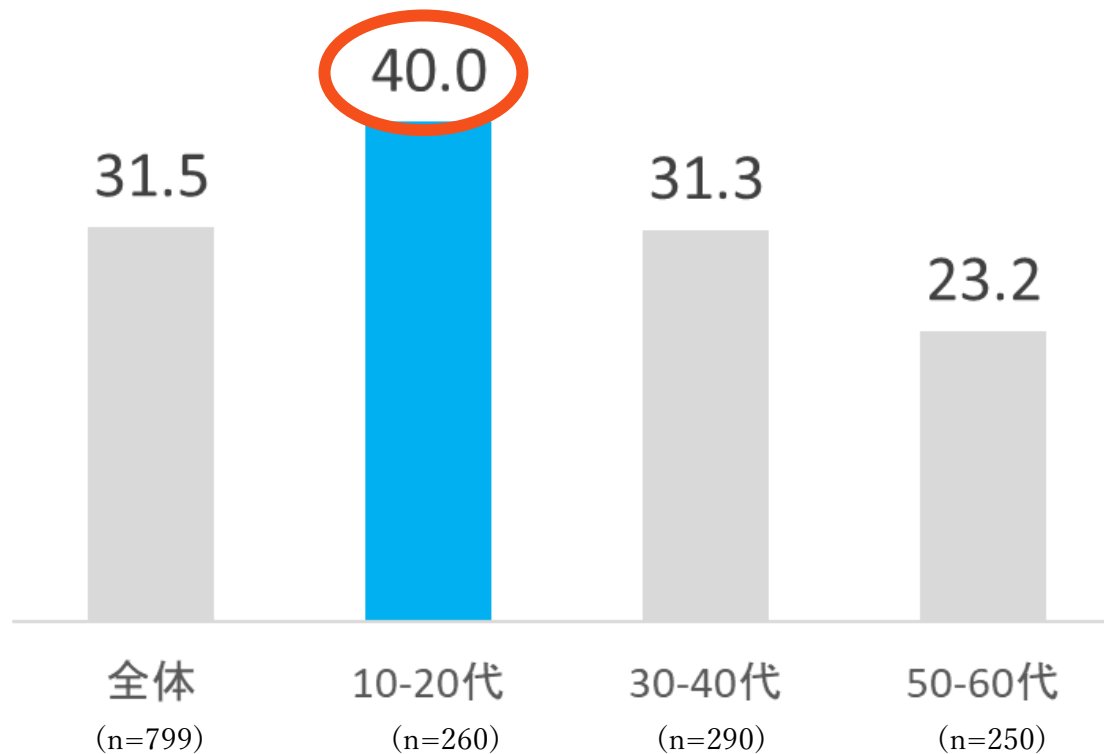
ドラマは全てTVerでみるようになった
あてはまる計



TVerによる変化②

10-20代を中心に「自分の住む地域以外の番組をみる機会」が増加

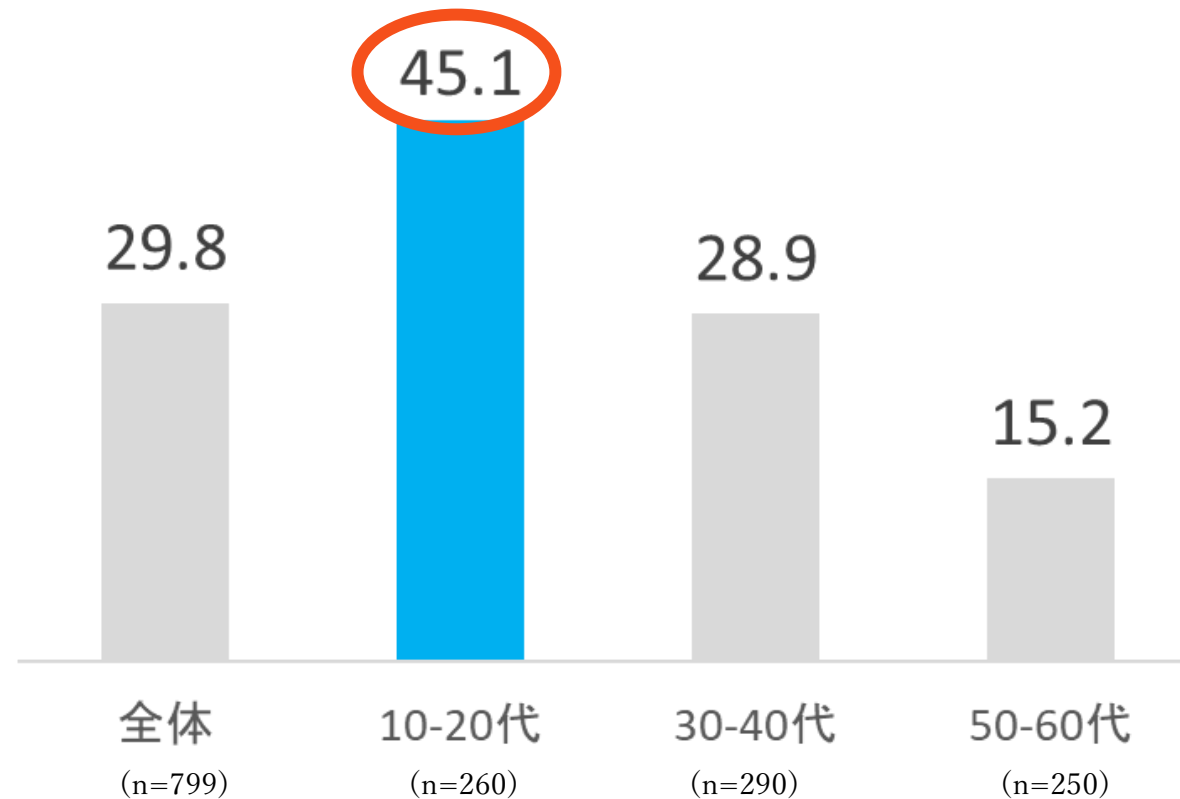
普段はみれない地域の番組をみる機会
増えた計



TVerによる変化③

10-20代は「以前よりもしっかりCMをみるようになった」

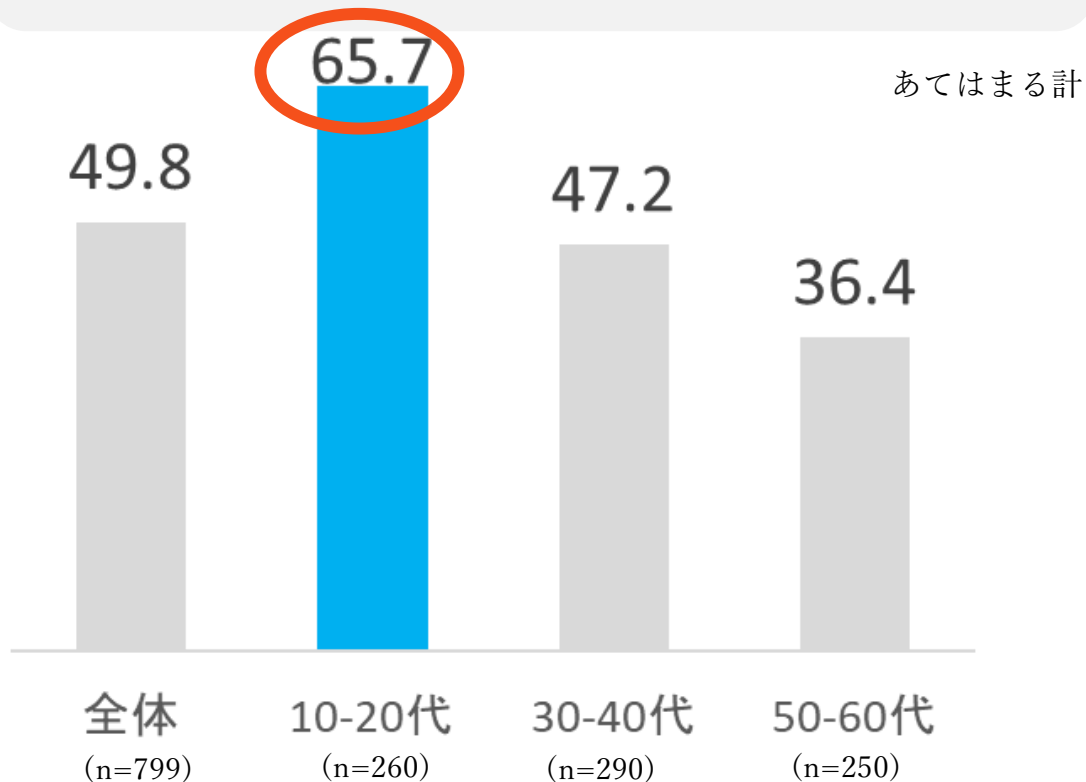
以前よりもしっかりCMをみるようになった
あてはまる計



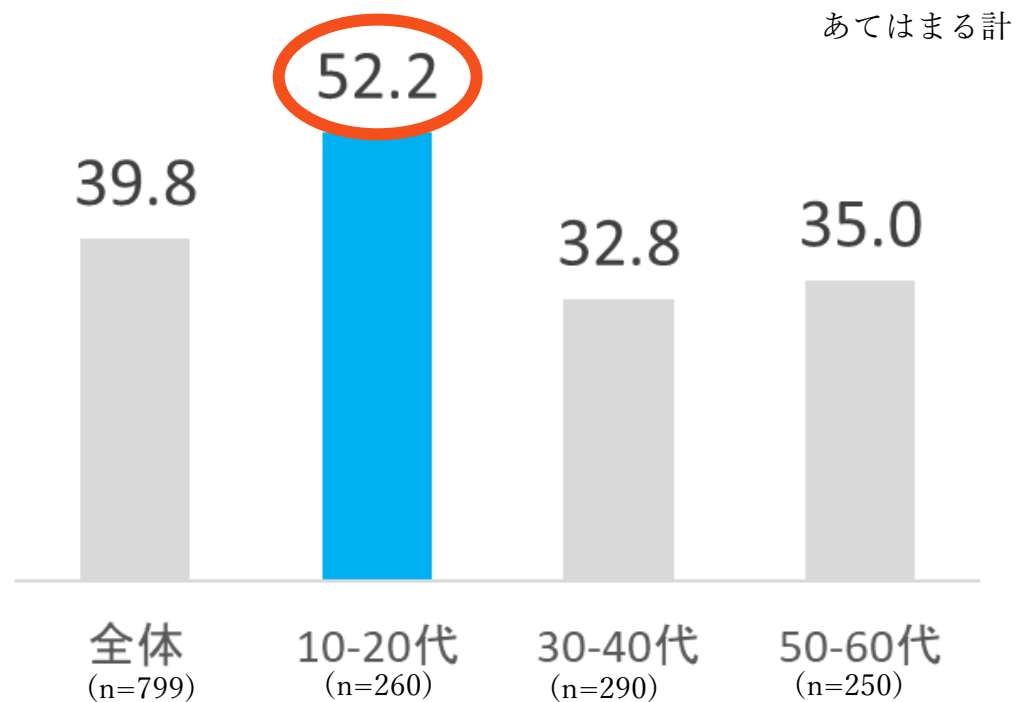
TVerによる変化④

好きな時にみることができるから、
リアルタイムは「家族みんながみたいもの」「特に好きなもの」をみるように

自分がみたいものはTVerでいつでもみられるので
リアルタイム放送では
家族みんながみたいものをみるようになった



好きな番組ほど
リアルタイムでみるようになった

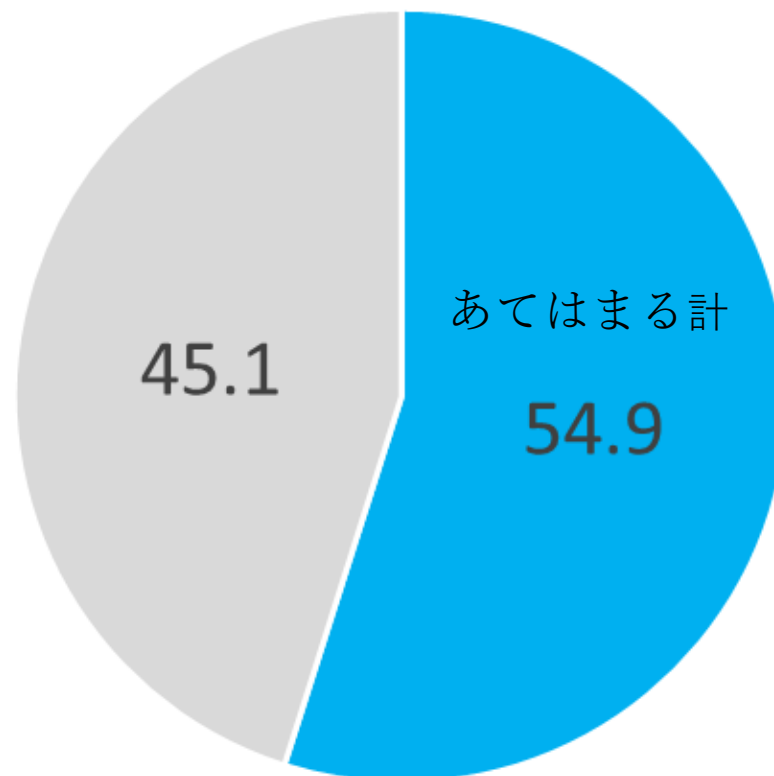


広がる“なんとなくTVer”

TVerの習慣性：全体

ユーザーの過半数が「TVerをみるのが習慣」

TVerをみるのが習慣になっている



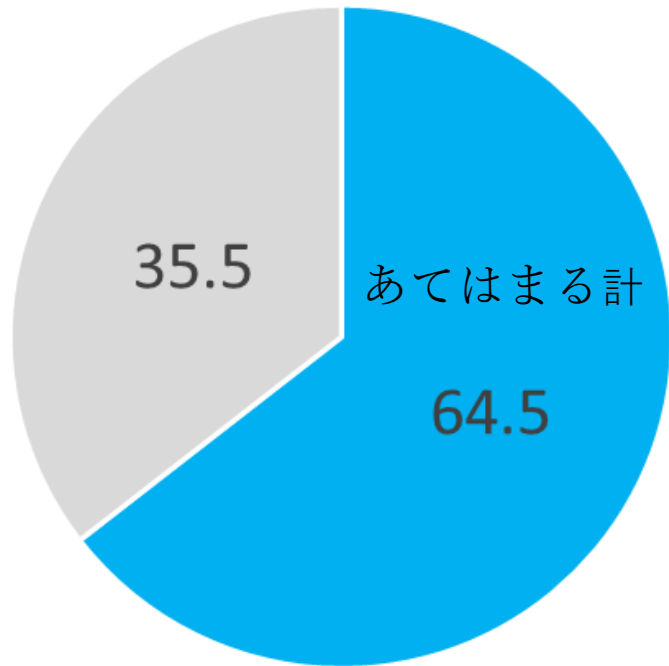
(n=799)

TVerの習慣性：年代別

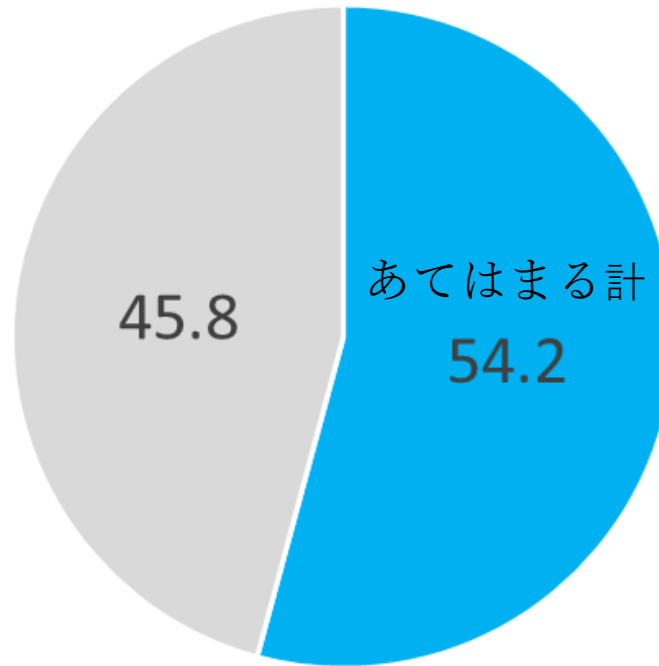
年代別にみると、40代以下ユーザーの過半数が「TVerをみるのが習慣」

TVerをみるのが習慣になっている

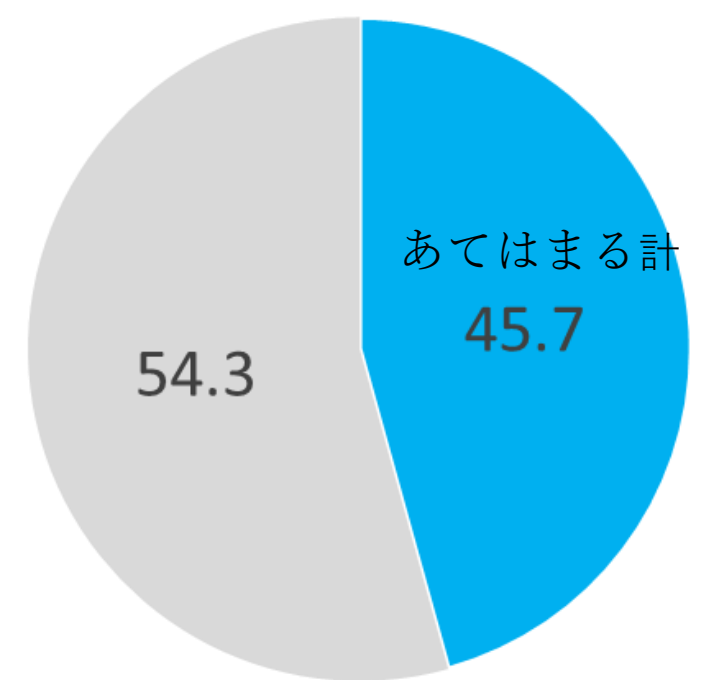
10 - 20代 (n=260)



30 - 40代 (n=290)

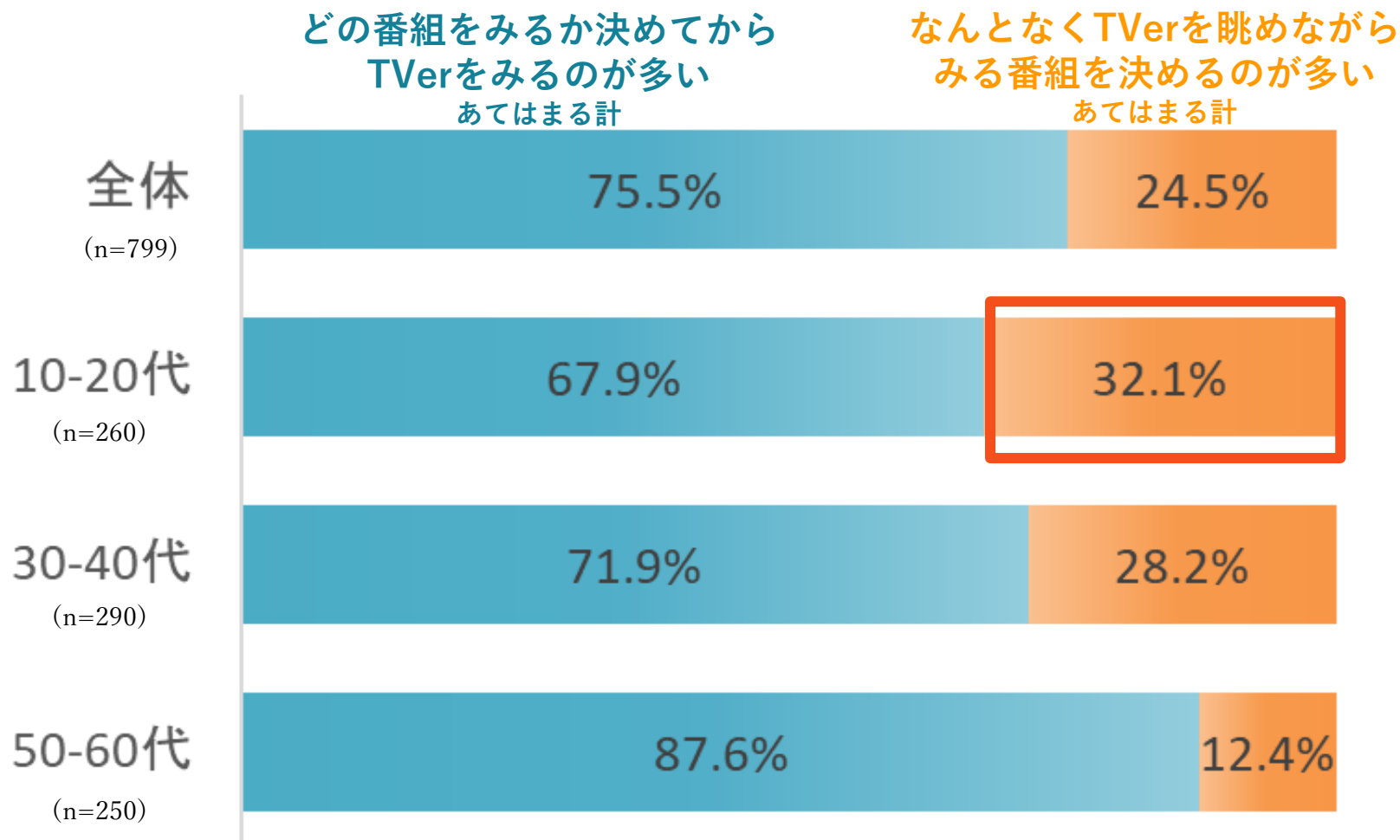


50 - 60代 (n=250)



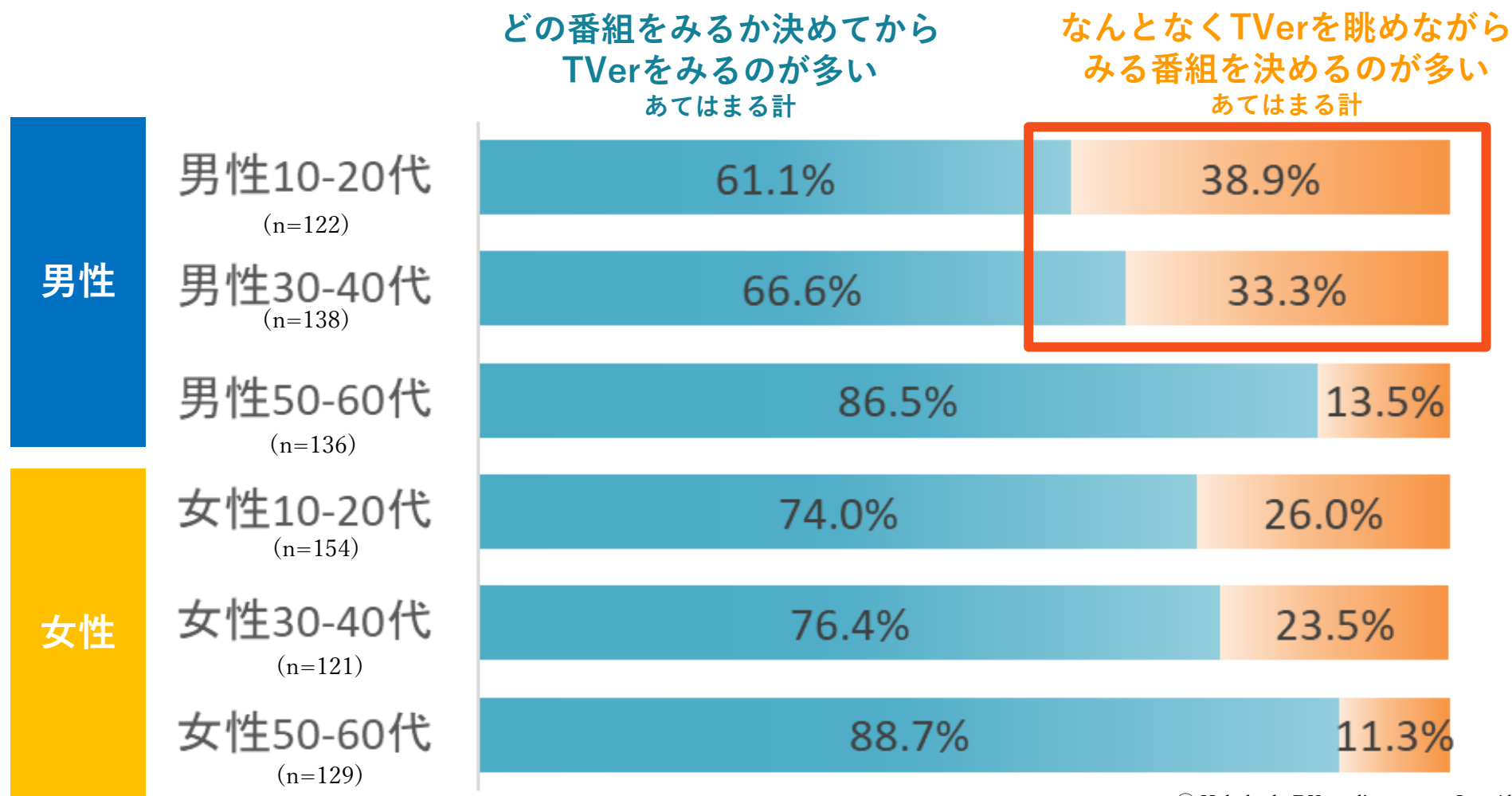
TVerを訪れるモード 目的型VSなんとなく

10 - 20代の3人に1人が、見逃したものを見に来る目的型ではなく
なんとなくTVerを眺めながらみる番組を決めるように。



TVerを訪れるモード 目的型VSなんとなく

特に男性10-40代で「なんとなくTVerを眺めてから
見る番組を決めるのが多い」。

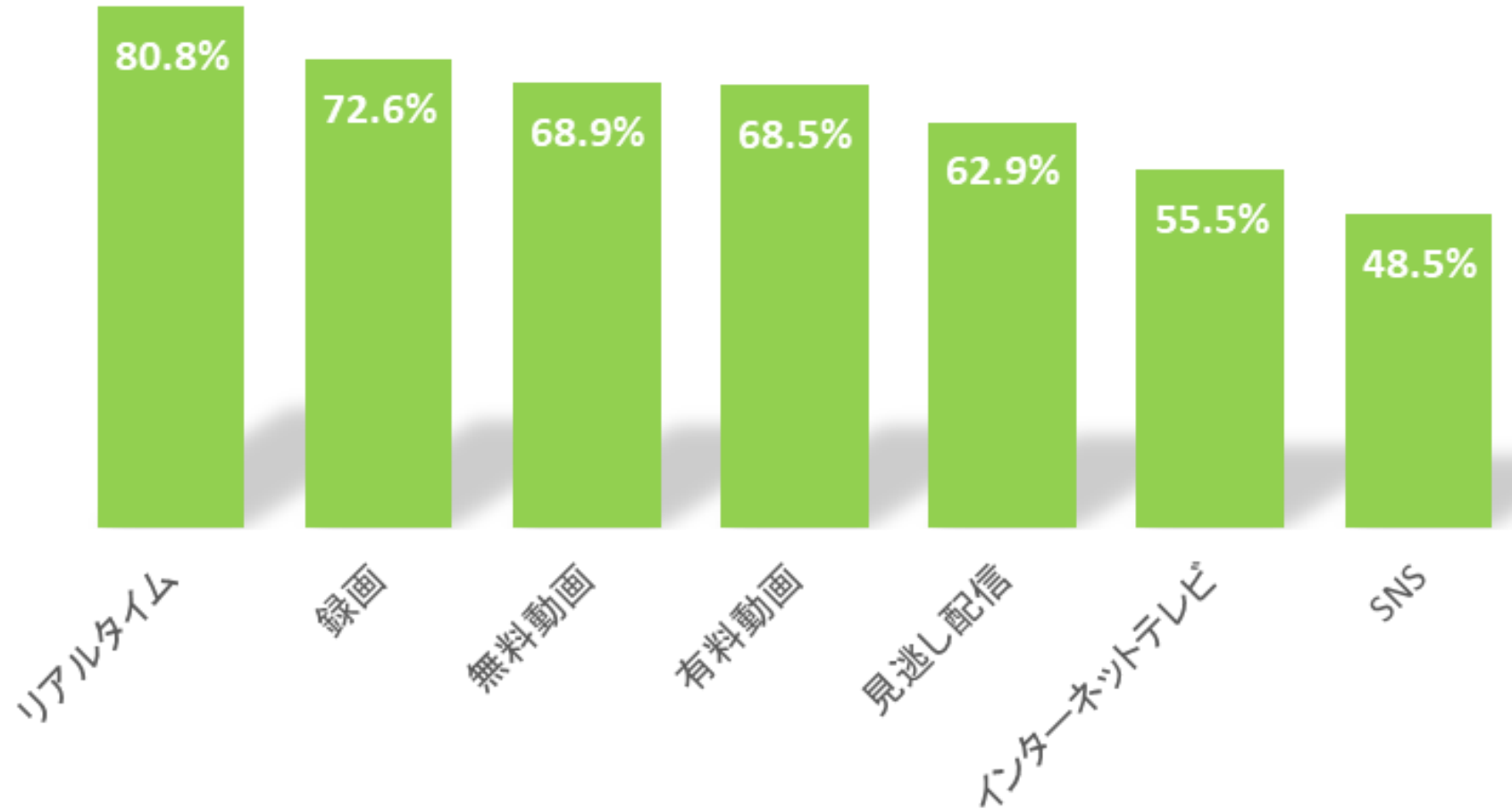


視聴スタイル別の好意度は？

視聴スタイル別好意度 (各利用者ベース)

視聴スタイル別の好意度はいずれも高く、特に「リアルタイム」では8割の好意度。

各視聴スタイルの好意度：各利用者ベース

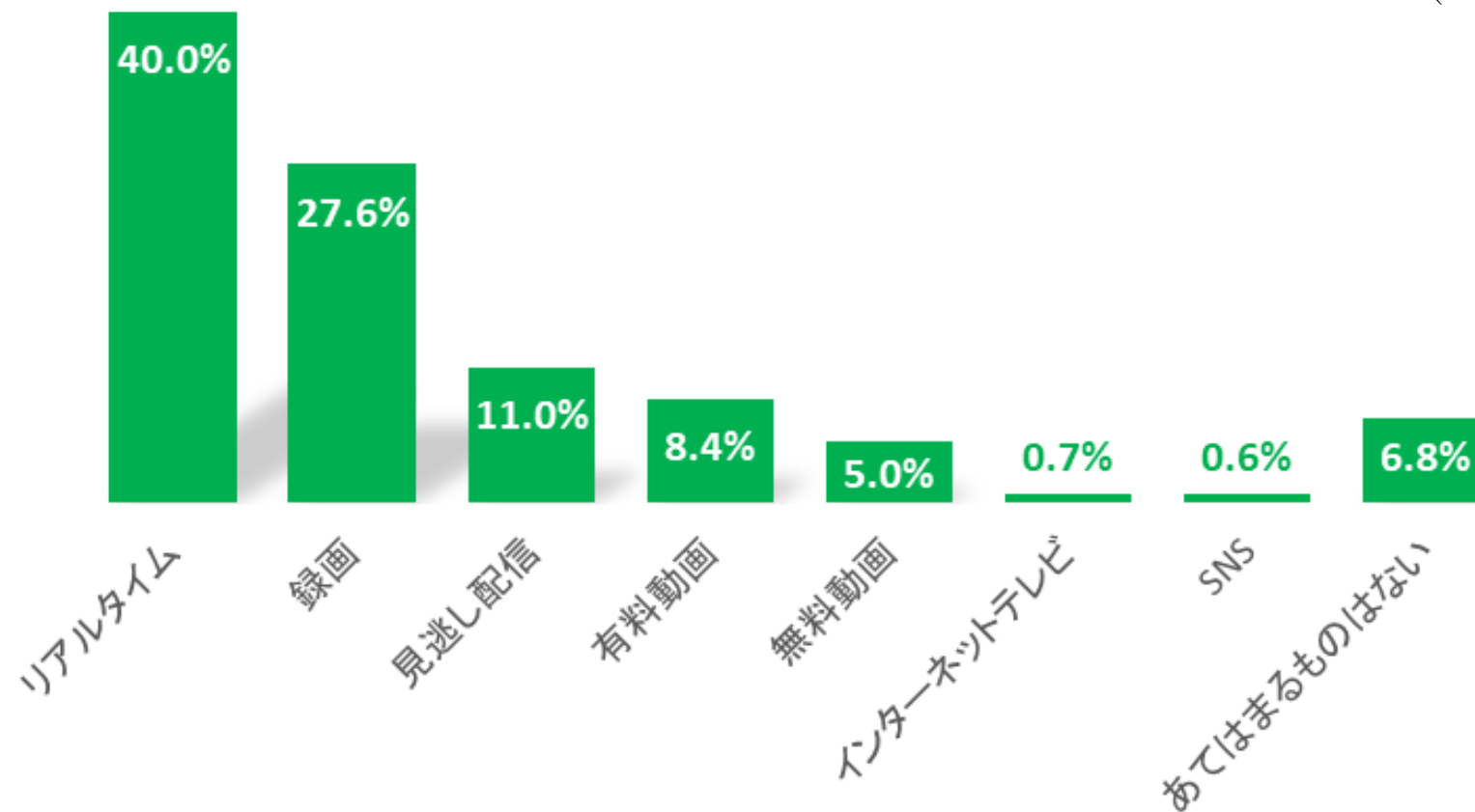


最も好きな視聴スタイル

最も好きな視聴スタイルは「リアルタイム」が1位、次いで「録画」となった。

最も好きなテレビ番組の視聴スタイル：1つだけ

(n=1717)



リアルタイムの魅力：自由回答

リアルで見る方が、この時間に見るぞという気持ちになり**生活にメリハリがでる気がする**から

Twitterなどで感想を書きながら見るから**一体感がある** (女性10代)

好きなアーティストが出演する、生放送の音楽番組を観ると、**気分が上がる**から。 (女性10代)

最新の見れ、**ネタバレがない**
(女性20代)

スポーツやニュースを観るので
(男性40代)

ライブ感がある
(男性30代)

家族と一緒に見られるから
(女性40代)

リアルタイムの魅力：自由回答

つけたら何か面白そうなものがある (女性10代)

時間関係なく、なんとなくテレビをつけても
何かしら面白い番組をやっているから。
(女性10代)

何気なくつけていろんな情報が入ったほうが
いいから (男性40代)

その時にやってるのを見るのが良い
(男性40代)

気楽だから (男性20代)

気負いなく見られるのが好き
(女性30代)

選択肢が狭いからいい
(女性30代)

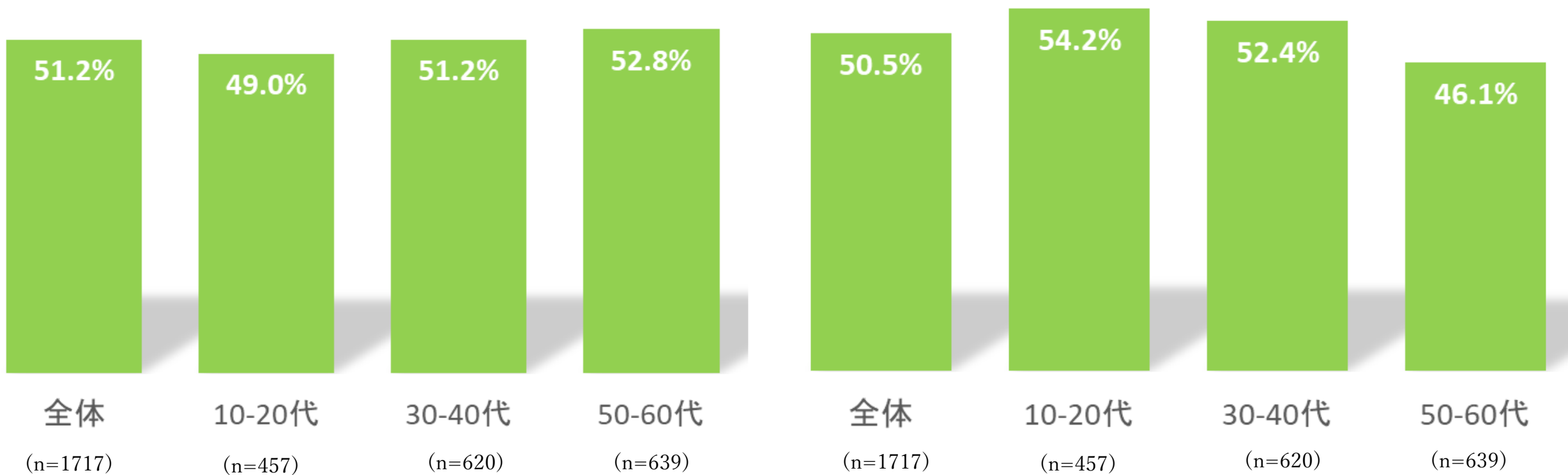
特に何も考えなくていい
(女性40代)

テレビ番組選びの意識

番組選びは失敗したくないが、
みる番組を選ぶために情報を調べるのは億劫と感じている。

番組選びは失敗したくない

みる番組を選ぶために、
いちいち情報を調べるのは億劫だ



見逃し配信

見たいものを
好きな時・すぐ・繰り返し
見られる

たくさんの選択肢から
好きに選ぶ
ことができる

リアルタイム

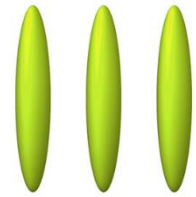
見たいものを
最新・ライブ・みんなと
見られる

限られた選択肢から
ラクに選ぶ
ことができる

テレビ
を
みる

メからウロコポイントまとめ

- ① 若者ほど、テレビ番組がとても好き。
さらに「テレビ番組をテレビでみる」が増加
- ② TVerの利用が広がる
男性を中心に若者で、見逃した番組をみるだけではなく、
なんとなく見るものを探す場になりつつある
- ③ 様々な視聴スタイルの中で、一番好きなのは「リアルタイム」
特に見たいものがある、家族でみるのによい、だけでなく
選択肢が限られていてラクということも価値に



Hakuhodo DY
media partners