



～博報堂DYメディアパートナーズ「メディア定点調査2024」時系列分析より～

- メディア総接触時間は432.7分。「携帯電話/スマートフォン」のシェアが前年比約3%増、「テレビ」が約2%減。
- スマートフォンでのテレビ番組視聴の増加など、コンテンツ×視聴デバイスの組み合わせの多様化が加速。
- スマートフォンからのチケット購入や店舗予約が増えた人は6割超に。生活行動のモバイルシフトも進んでいる。

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:田代奈美)は、生活者のメディア接触の現状を捉える「メディア定点調査」を2006年から毎年1月末～2月頭にかけて実施しています。メディア接触時間や生活者のメディア意識など時系列分析から見てきたメディア環境の変化をご報告します。

①メディア総接触時間は432.7分。「携帯電話/スマートフォン」のシェアが前年比約3%増、「テレビ」が約2%減。

メディア総接触時間は432.7分(1日あたり/週平均)。コロナ禍による急増分は調整されつつあるが、依然としてコロナ前よりも高い水準で推移している。増減幅が10分以上となったのは、「携帯電話/スマートフォン」(161.7分 昨年から10.1分増)と、「テレビ」(122.5分 同12.9分減)。「ラジオ」(23.0分 同5.0分減)、「新聞」(9.2分 同4.6分減)、「雑誌」(9.5分 同0.8分減)は微減、「タブレット」(37.9分 同2.4分増)は微増した。情報接触におけるモバイルシフト(メディア総接触時間における「携帯電話/スマートフォン」のシェアの増加傾向)は依然として続いている。

②スマートフォンでのテレビ番組視聴の増加など、コンテンツ×視聴デバイスの組み合わせの多様化が加速。

スマートフォンでのテレビ番組視聴が3割台に増加。また、テレビ受像機での無料動画視聴も過半数を超えた。テレビ番組をテレビ以外のデバイスで見たり、ネットの無料動画をテレビ受像機で見るなど、コンテンツ×視聴デバイスの組み合わせの多様化が加速している。民放公式テレビポータルTVerの利用率(53.8% 同14.3ポイント増)や、テレビ受像機のインターネット接続率(63.5% 同8.6ポイント増)の伸びも、多様化を加速する大きな要因となっている。

③スマートフォンからのチケット購入や店舗予約が増えた人は6割超に。生活行動のモバイルシフトも進んでいる。

「チケットの購入はスマートフォンのアプリで行うことが増えた」(64.6% コロナ禍前の2019年に比べて31.0ポイント増)、「店舗の予約はスマートフォンのアプリで行うことが増えた」(61.5% 同27.6ポイント増)が6割超に。コロナ禍明けで旅行や外食等の機会が増えたことも伸長の要因と思われるが、コロナ禍前の水準と比べても大きく伸長している。情報接触だけではなく、購買や予約などの生活行動におけるモバイルシフトが、幅広い年齢層で進行していることがうかがえる。

メディア定点調査の主要データはメディア環境研究所のWEBサイトで自由にグラフ生成、ダウンロード可能です。

<https://mekanken.com/projects/media-survey/>

■ 調査設計 ■

調査地区: 東京都
標本抽出方法: RDD(Random Digit Dialing)
調査方法: 郵送調査法
調査対象者: 15～69歳の男女
標本構成: 643サンプル
2023年住民基本台帳に基づき性年代でウェイトバックを実施
調査期間: 2024年1月26日～2月9日
調査機関: 株式会社ビデオリサーチ

■ お問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室

三矢・戸田

03-6441-9347

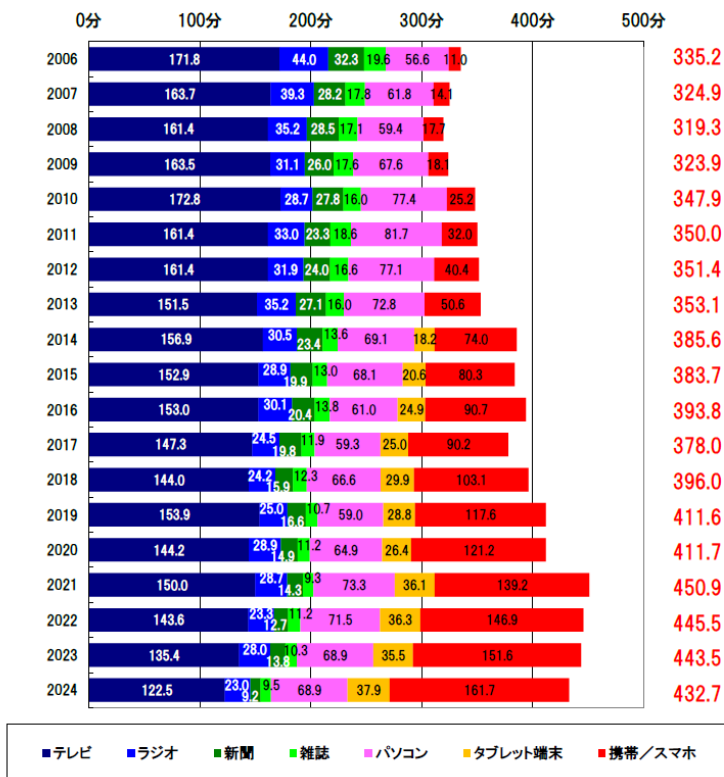
mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp

メディア環境研究所 野田・小林・林

info@mekanken.com

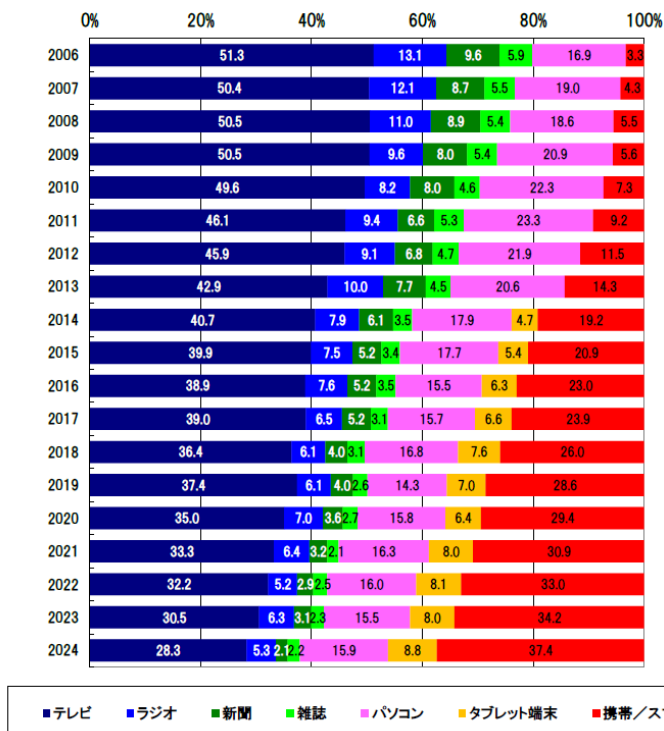
①-1 メディア総接触時間の時系列推移(1日あたり/週平均)

Q. あなたは、自宅内・外を問わず、各情報メディアを、どのくらい見たり利用したりしていますか？



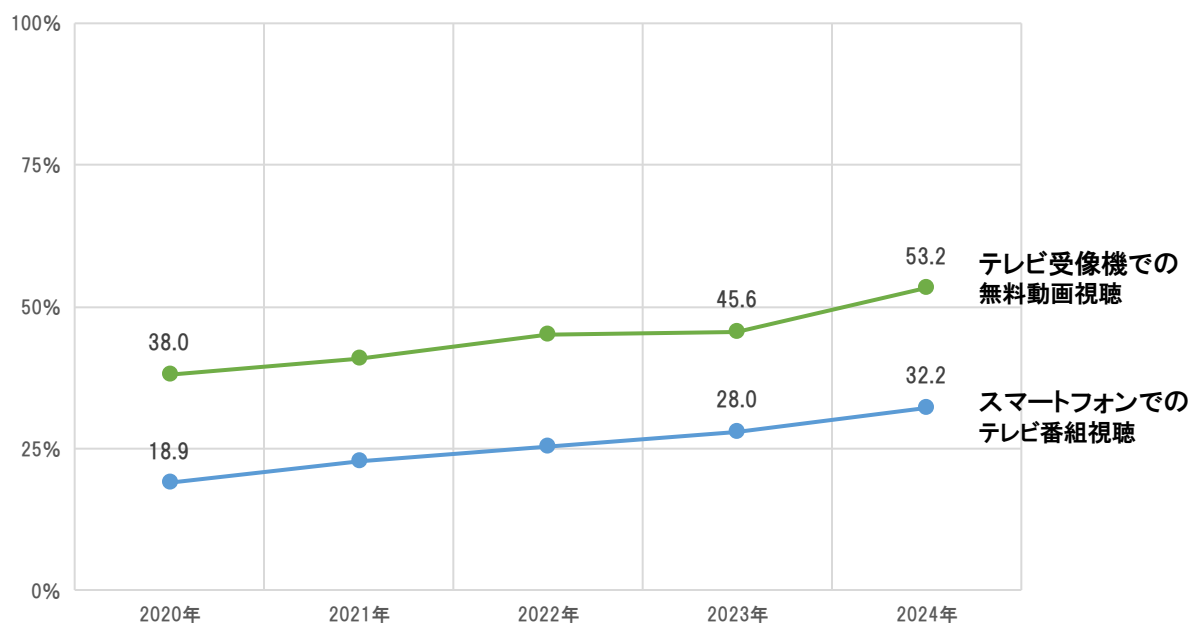
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

①-2 メディア総接触時間の時系列推移 構成比

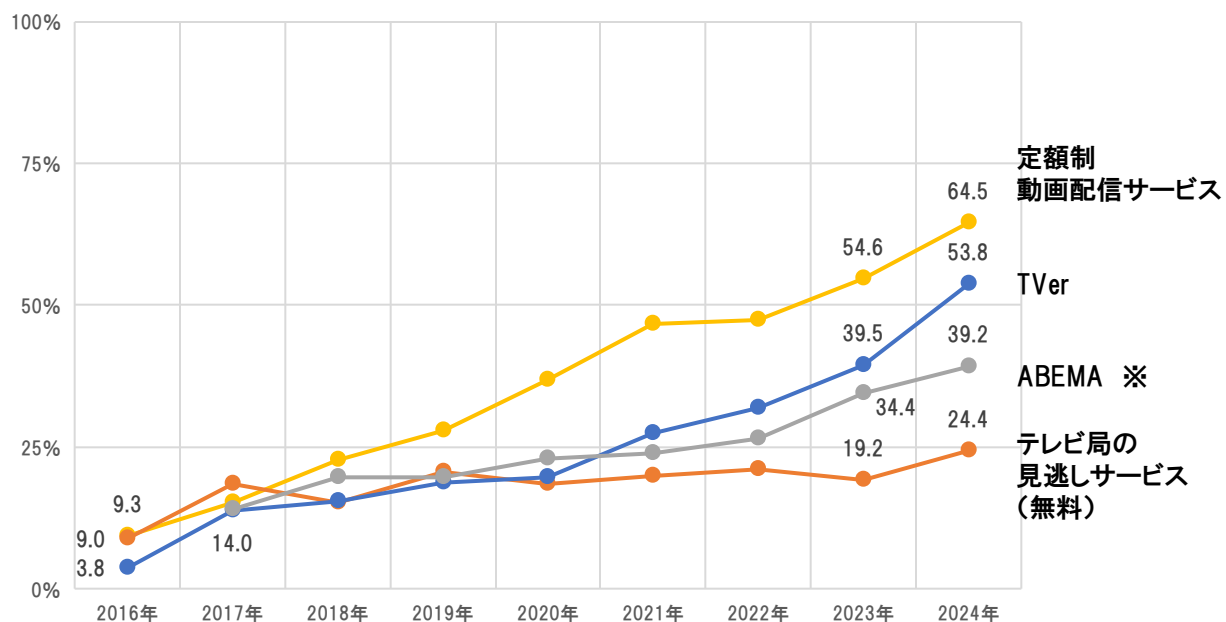


※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
 ※タブレット端末は、2014年より調査

②ー1 スマートフォンでのテレビ番組視聴／テレビ受像機での無料動画視聴の利用率

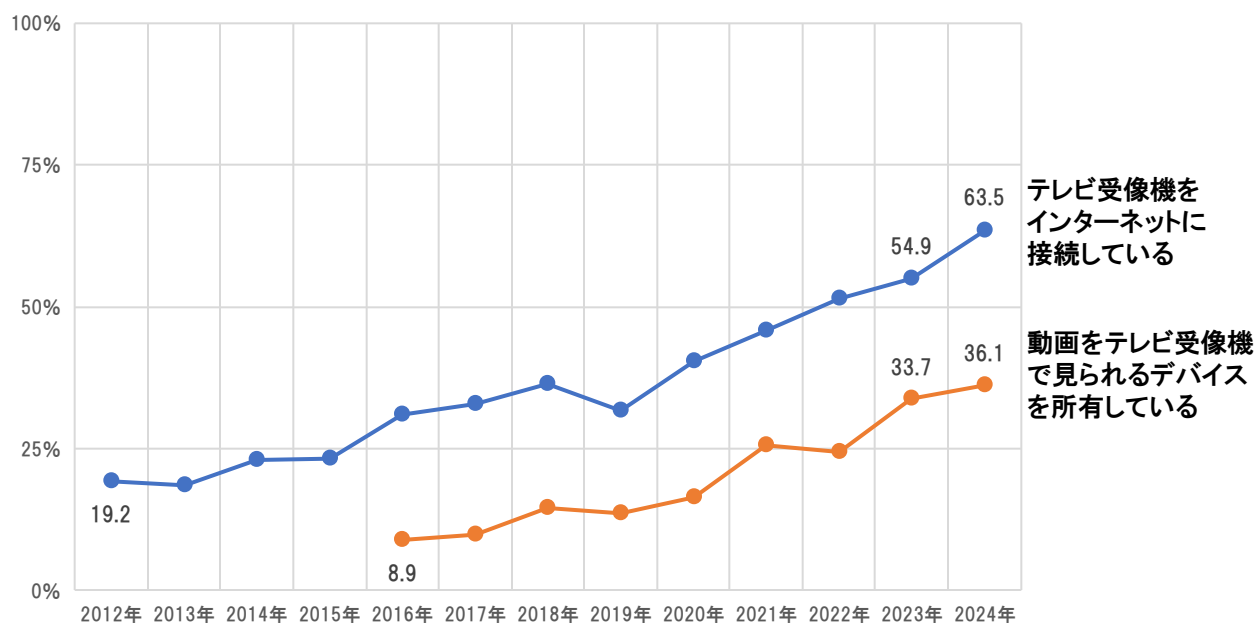


②ー2 配信サービスの利用率 時系列推移

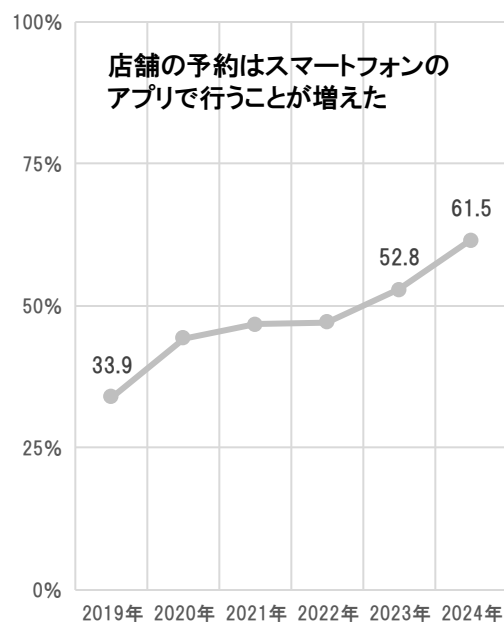
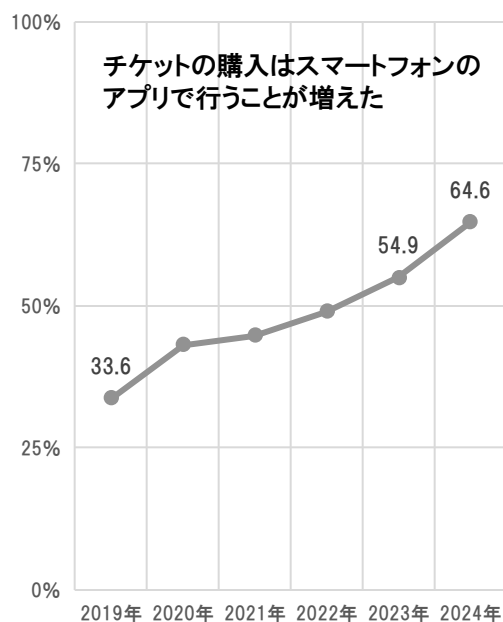


※ABEMAは2017年より聴取開始

②ー3 テレビスクリーンのインターネット接続率 時系列推移



③ー1 スマートフォンのアプリを利用することが増えた人の割合

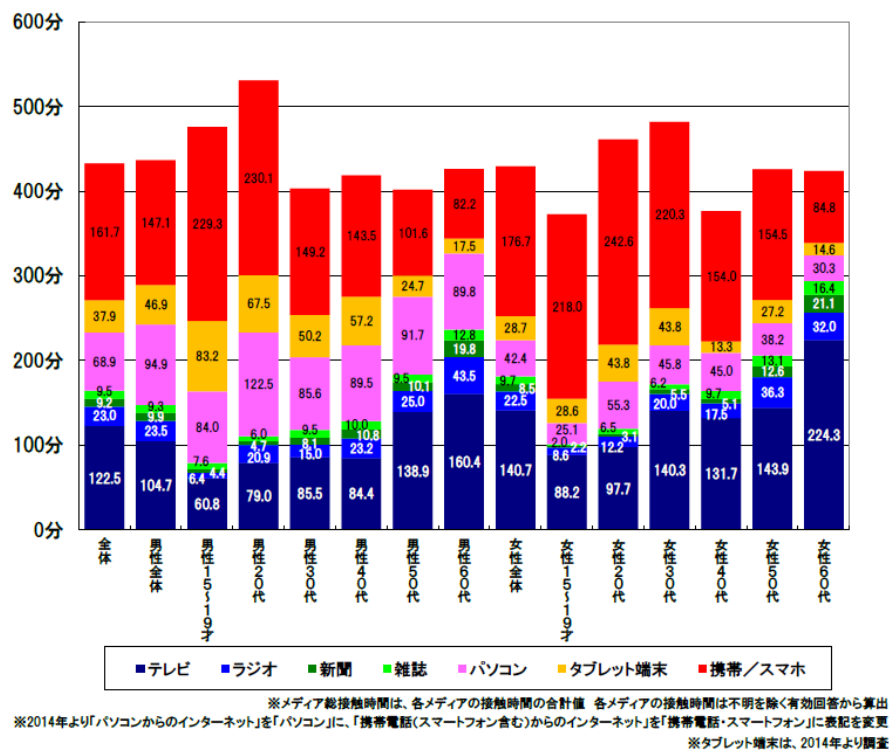


【②、③の時系列グラフに関して】

視認性を高めるため各質問の聴取を始めた年と、直近2年のスコアを掲載しております。その他の年のデータはメディア環境研究所WEBサイト上あるメディア定点2024データ集よりご覧いただけます。

<https://mekanken.com/data/>

○ 性年代別メディア総接触時間(1日あたり／週平均)



○ 性年代別メディア総接触時間の構成比

