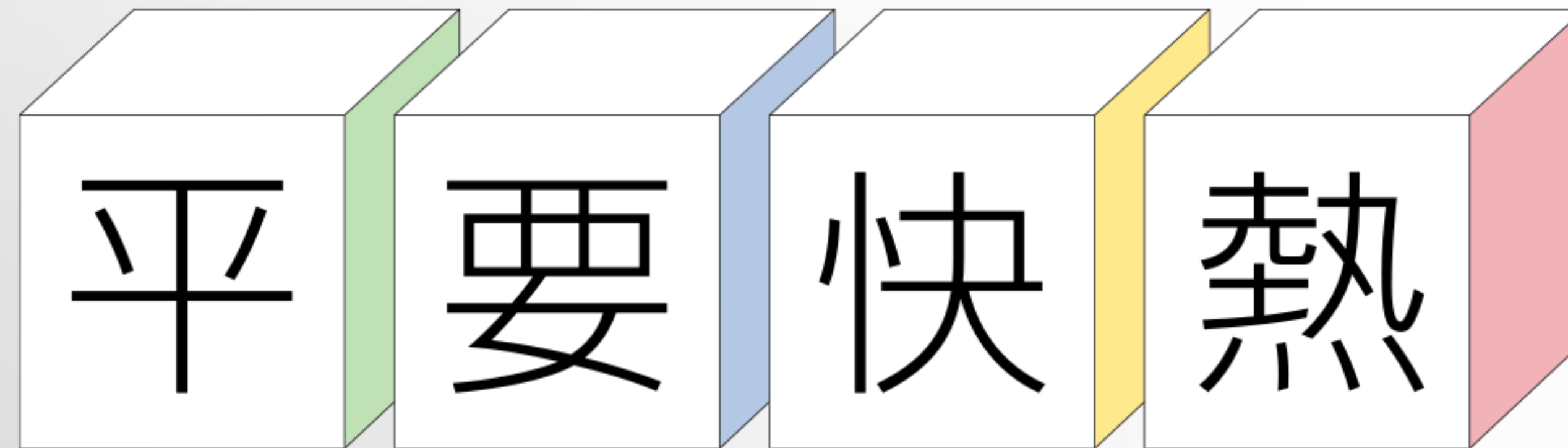


メディア環境研究所プレミアムフォーラム2024

コネクテッド時代のメディア選択



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 所長

田代 奈美

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所

「ビジネス」 「テクノロジー」 「生活者」

3つの視点から

メディア環境のこれからの「見立て」、
前向きな「打ち手」を考えるシンクタンク

メディア
環境
研究所

mekanken.com

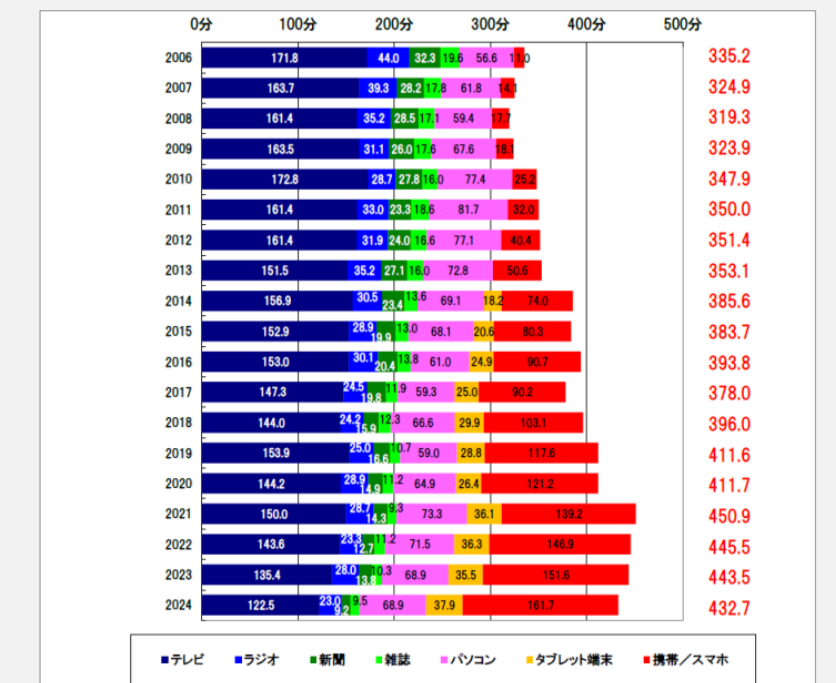
膨張するメディアリアリティ



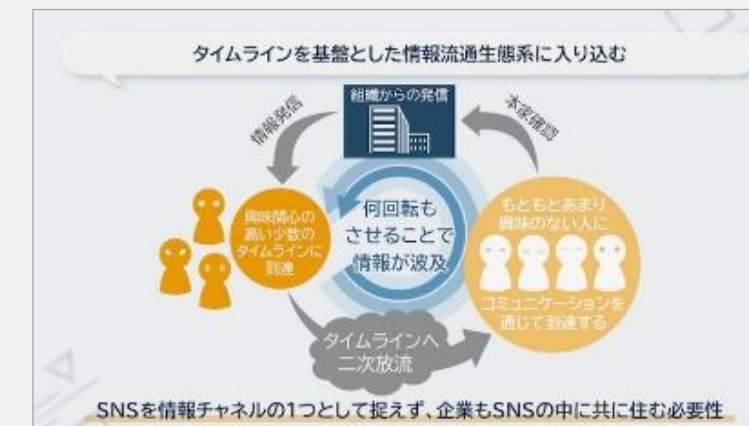
MORE MEDIA 2040



メディア定点調査



タイムライン生活者



メディア生活60年史

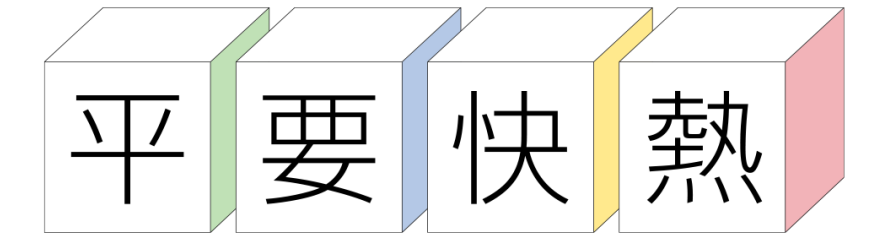


イノベーターティーン



CES取材洞察





PROGRAM

■ 15:30 開催者ご挨拶

矢嶋 弘毅

博報堂DYメディアパートナーズ 代表取締役社長

■ 15:40 メディア定点2024 ご報告



田代 奈美

メディア環境研究所 所長

■ 16:00 コネクテッド時代のメディア選択「平要快熱」



山本 泰士

メディア環境研究所
グループマネージャー
兼 上席研究員



森永 真弓

メディア環境研究所
上席研究員



野田 絵美

メディア環境研究所
上席研究員

■ 16:50 クロージング

17:00 終了



メディア定点2024 ご報告

Chronological
Media Survey
the Japanese People

メディア
定点調査

メディア定点調査 2024

〈メディア生活全般を定点観測する時系列調査〉

メディア接触時間／メディアイメージ／デバイス所有／
サービス利用／メディア意識・態度 など

調査地域

東京都

調査時期

2006年より毎年1月～2月

調査対象

15歳～69歳の男女

調査方法

郵送調査法（RDDによる標本抽出）

サンプル数
(2024年調査)

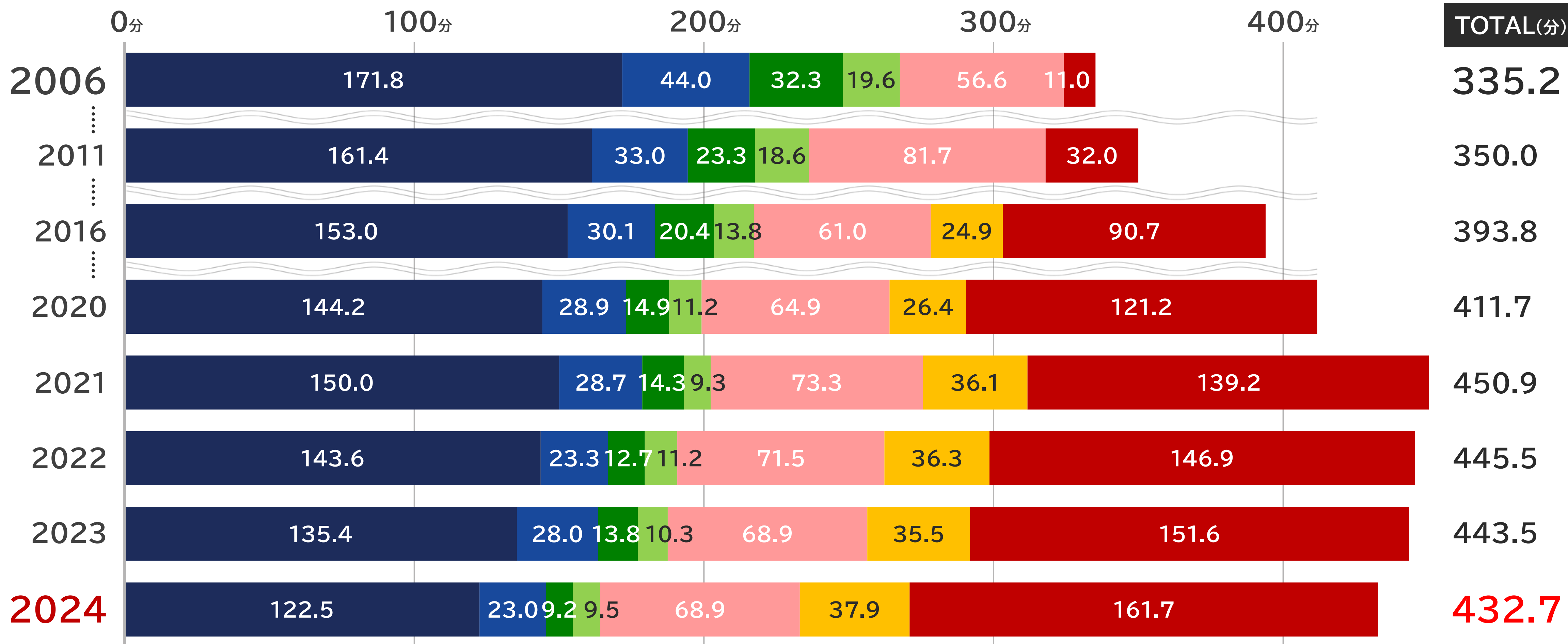
643人

※人口構成に合わせてウエイトバック集計を実施

メディア総接触時間の時系列推移

※1日あたり/週平均

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯電話/スマートフォン

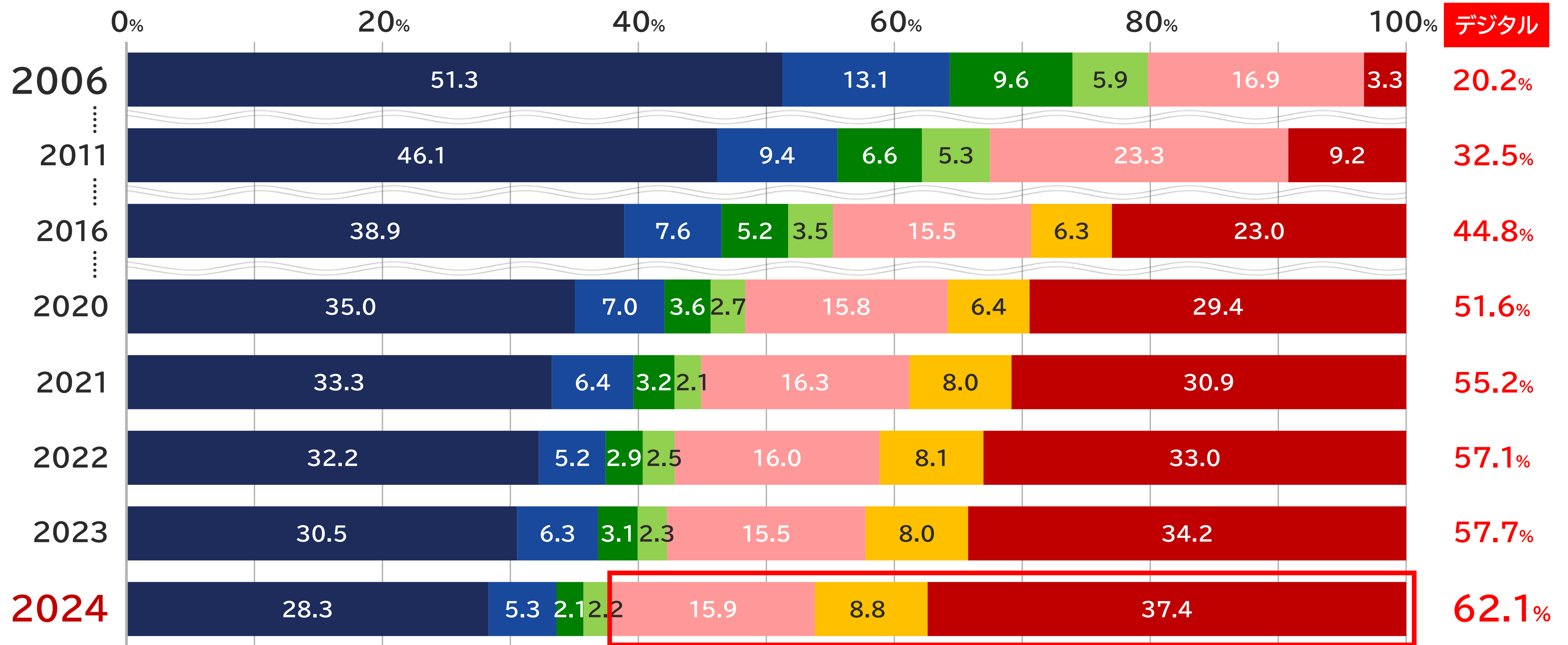


「テレビ」と「携帯/スマホ」の差が開く

メディア総接触時間の構成比 時系列推移

※1日あたり/週平均

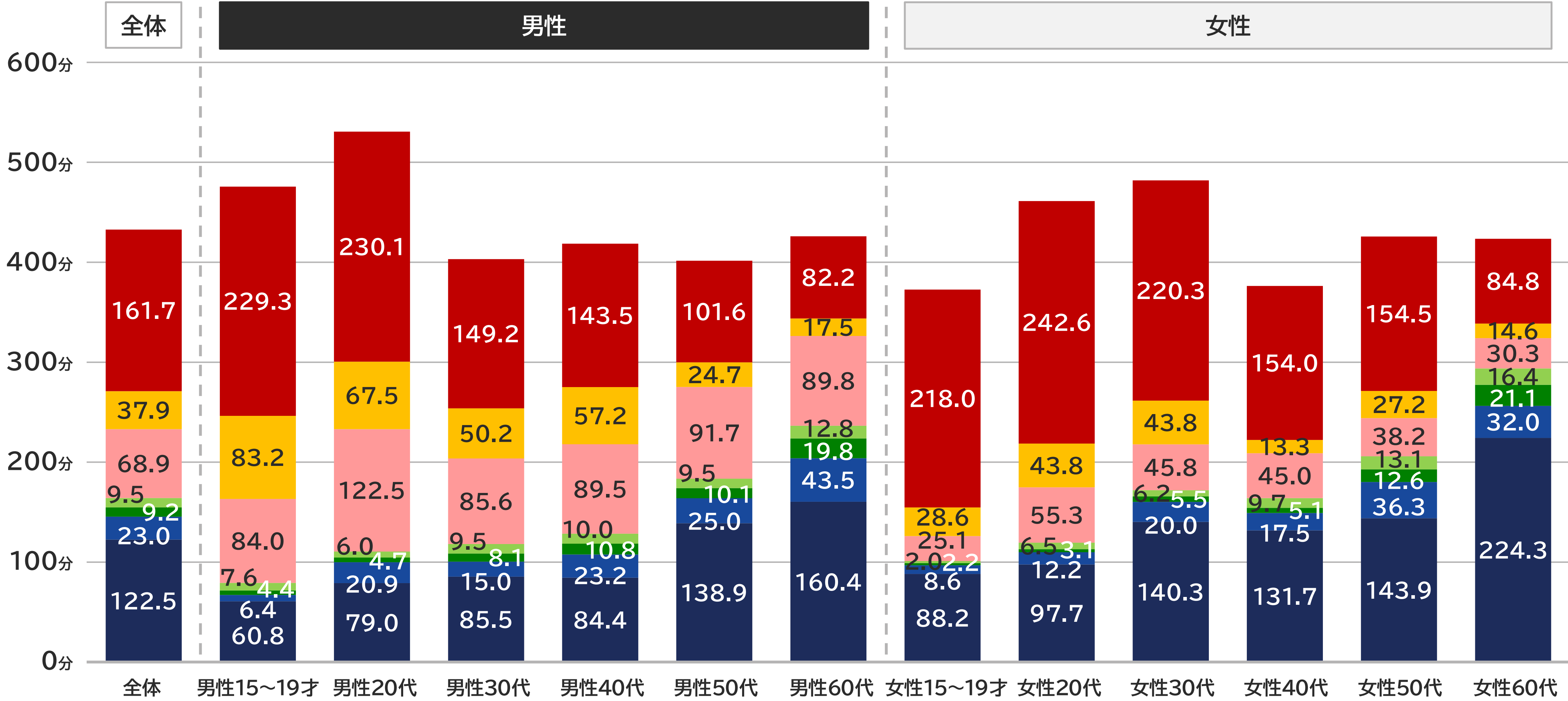
■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯電話/スマートフォン



「携帯/スマホ」のシェアは4割、デジタルシェアは6割

性年代別メディア総接触時間

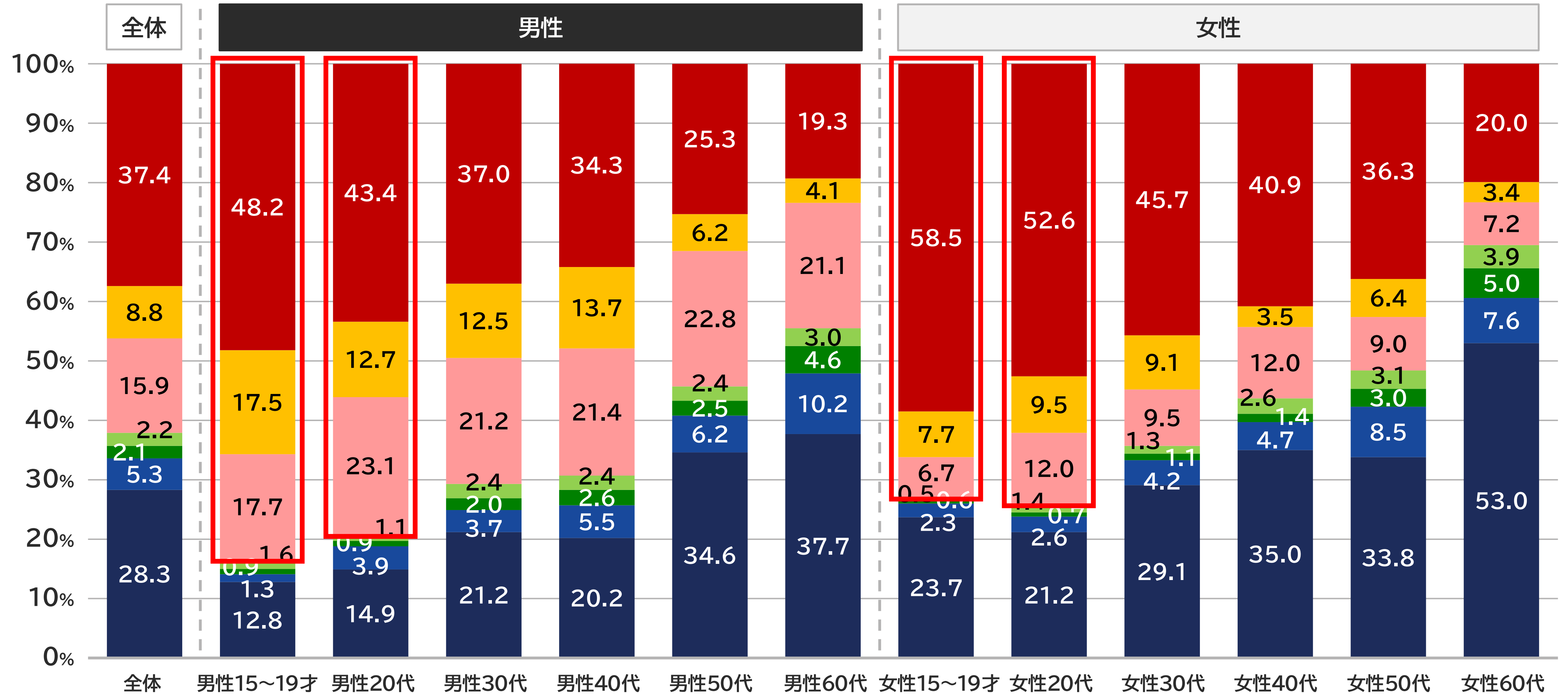
■ テレビ
 ■ ラジオ
 ■ 新聞
 ■ 雑誌
 ■ パソコン
 ■ タブレット端末
 ■ 携帯電話/スマートフォン



メディア接触総量は男性20代が530分強と最長

性年代別メディア総接触時間の構成比

■ テレビ ■ ラジオ ■ 新聞 ■ 雑誌 ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ 携帯電話/スマートフォン

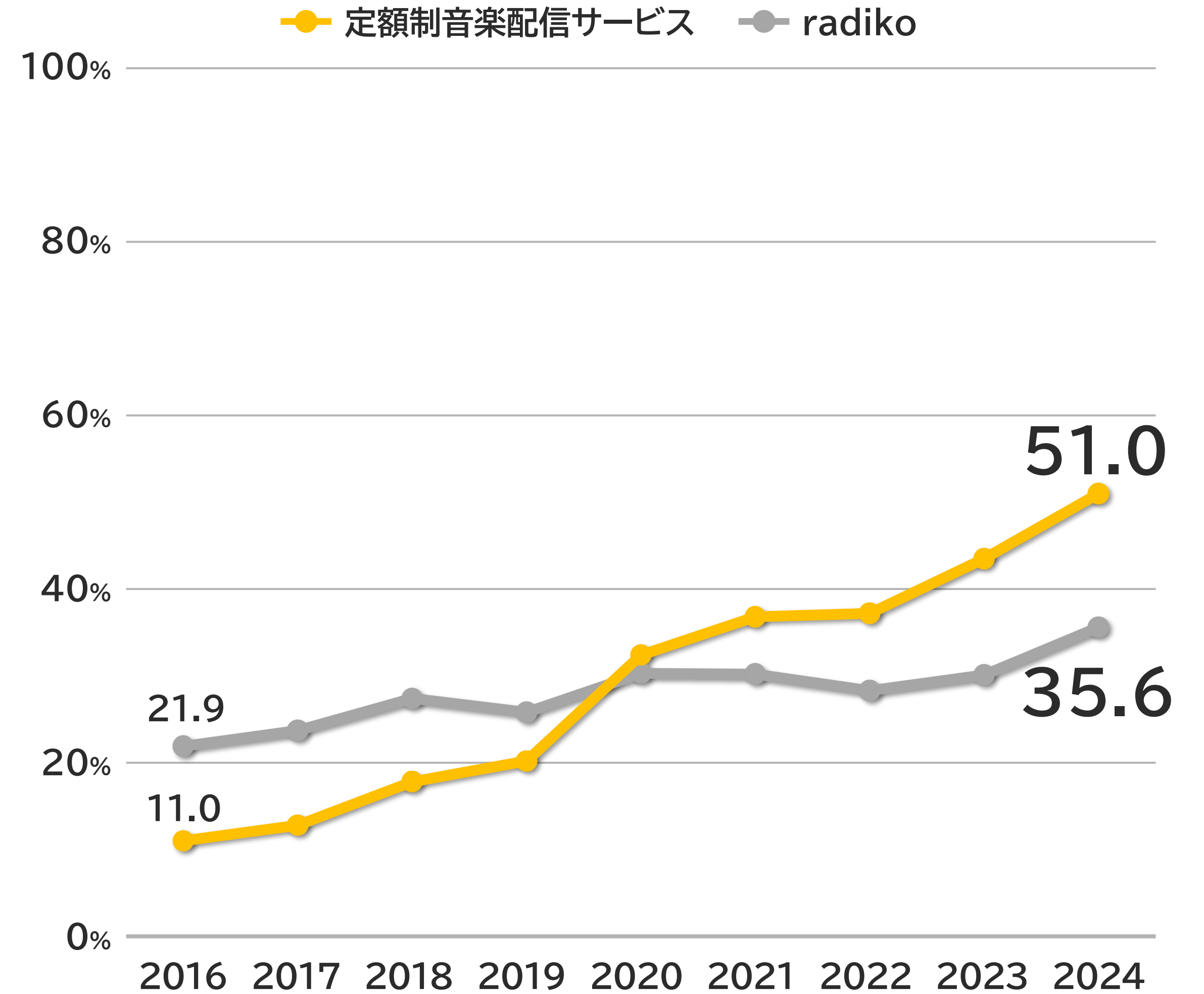
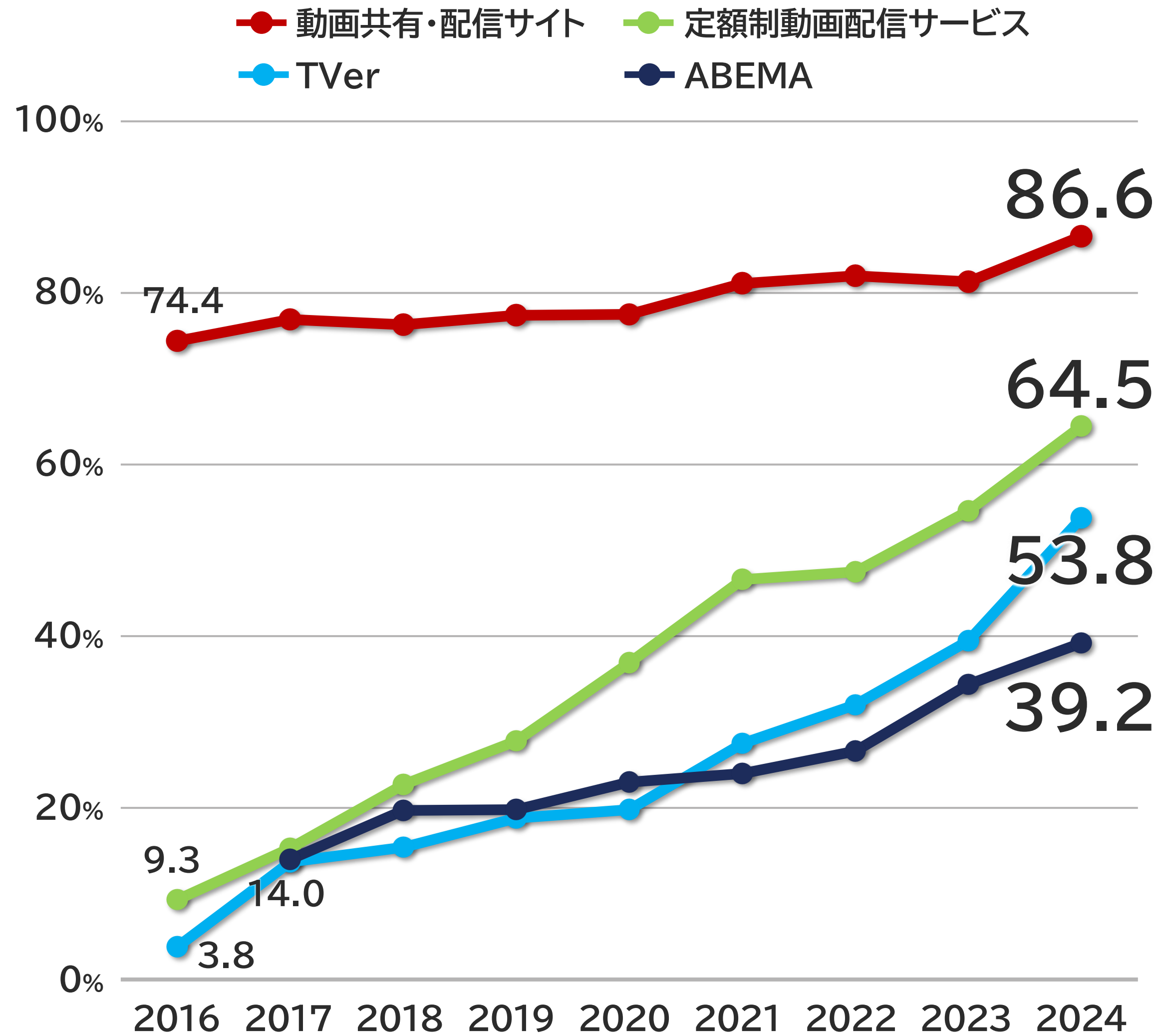


若年層のメディア接触は大半がデジタル

変化し続けるメディア接触時間

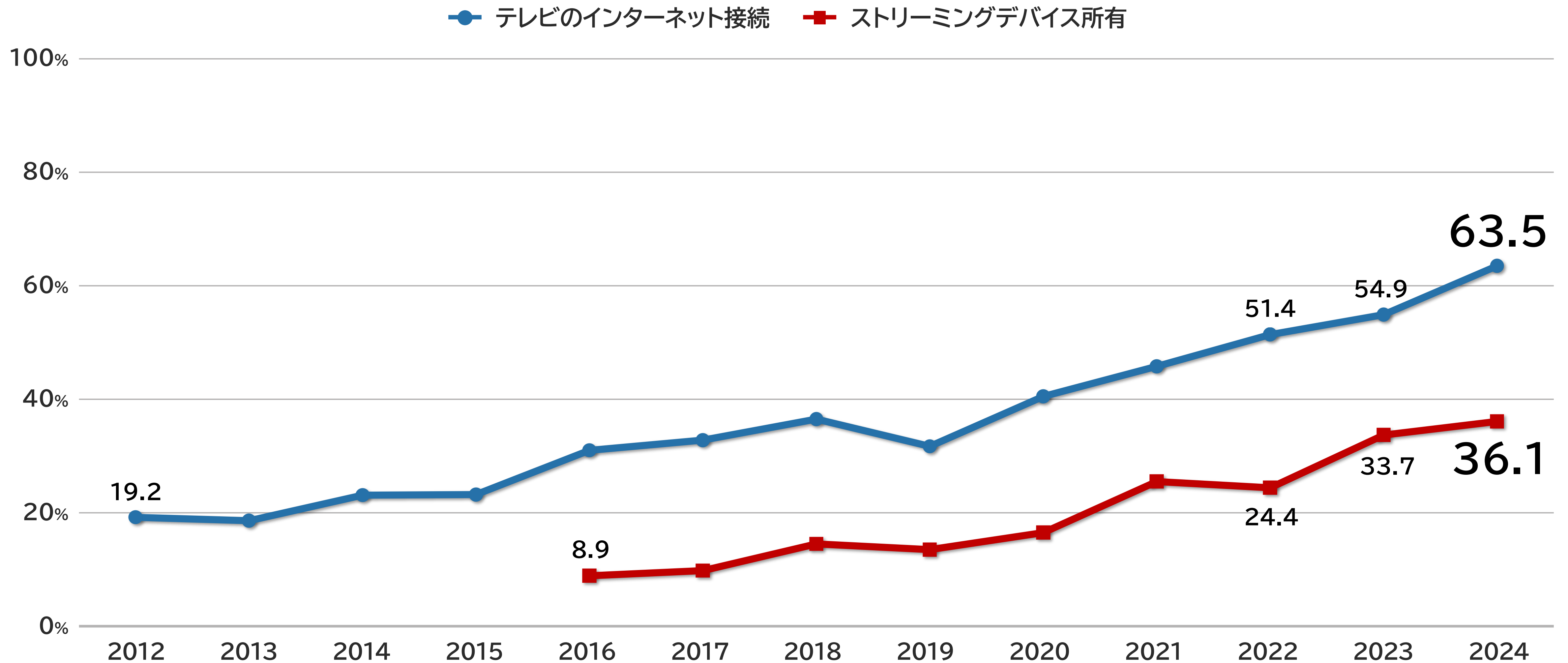
デジタル化の状況や
メディアの捉えられ方を確認

配信サービス利用の推移



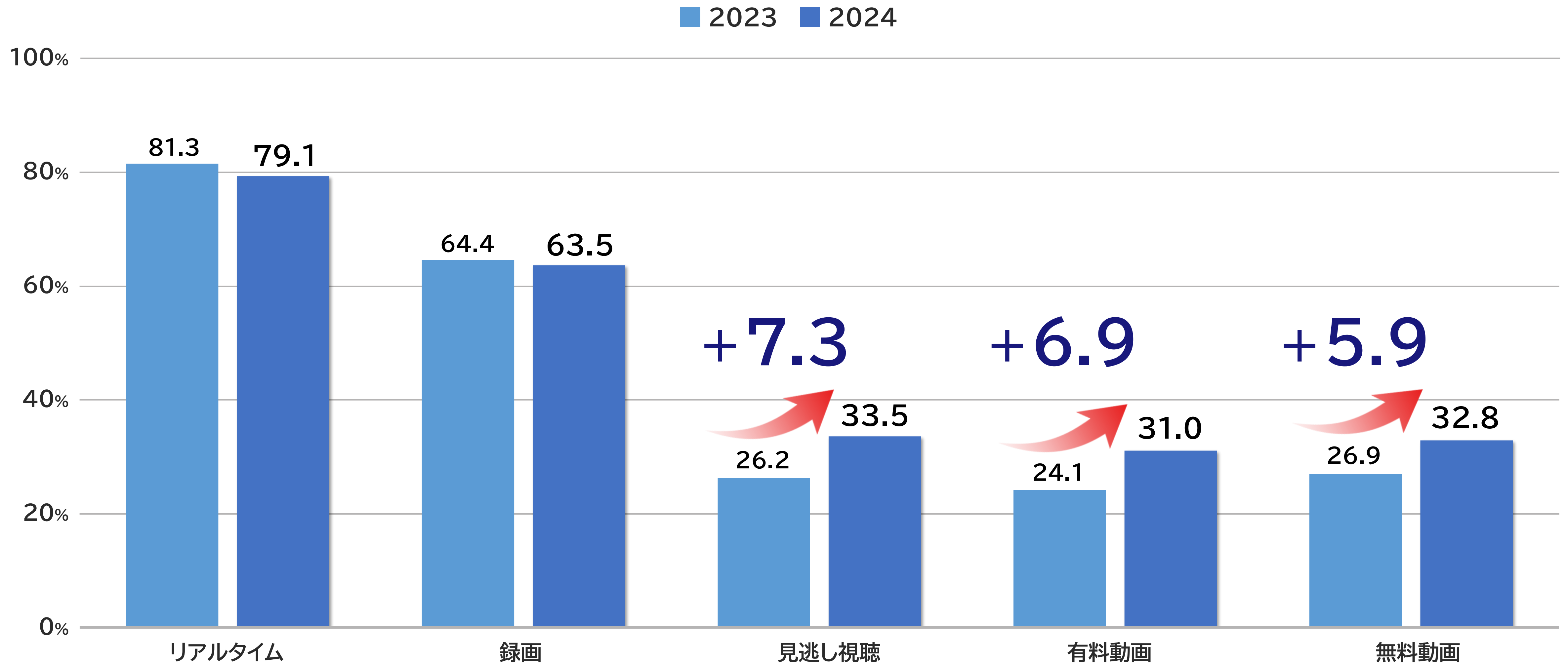
各種配信サービスの利用は伸長

テレビのインターネット接続状況



テレビスクリーンのデジタル化は進み続けている

「テレビを見る時間」と想起したもの



各種配信サービスの視聴は3割を超える

スマートフォンのメディア行動

過去最高をマークした行動

SNS
80.4%

無料動画
80.3%

ショッピング
サイト/アプリ
75.3%

音楽
61.4%

電子書籍/
コミック
47.6%

ニュースの
サイト/アプリ
65.5%

有料動画
40.5%

出版社の
サイト/アプリ
34.3%

ラジオ配信
33.4%

新聞社の
サイト/アプリ
37.0%

テレビ番組
32.2%

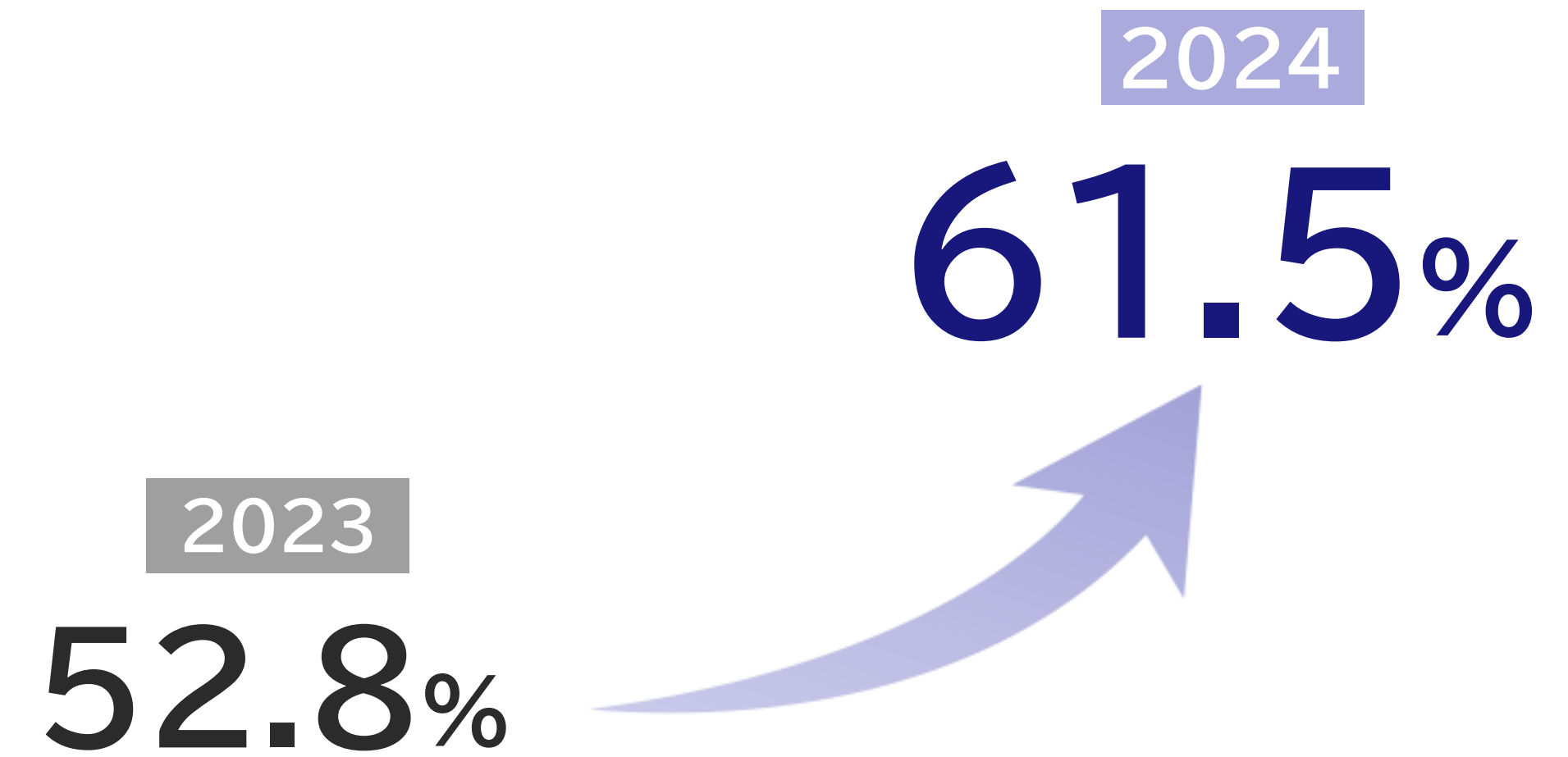
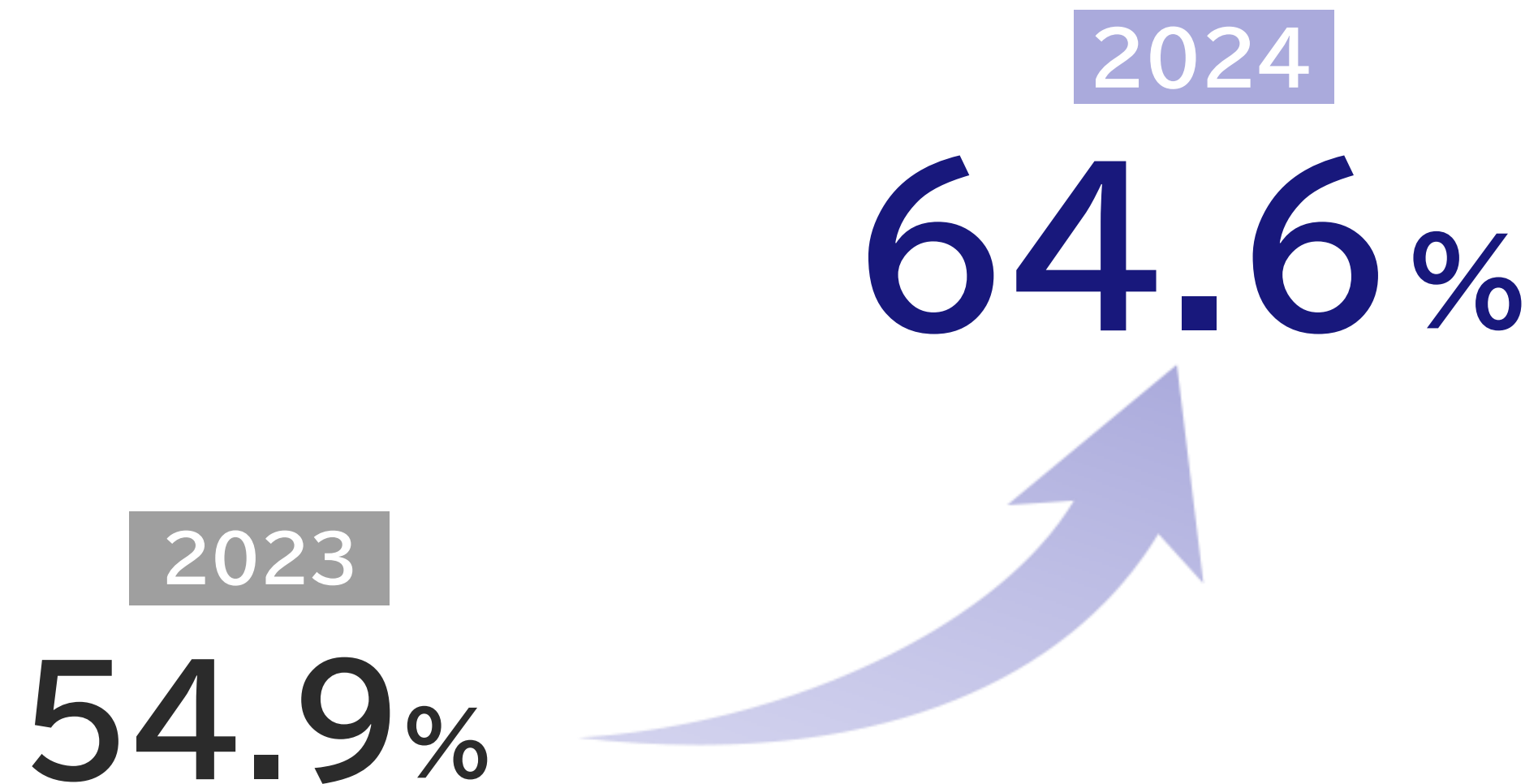
多様なサービスのスマホでの
利用率が過去最高

テレビやラジオのコンテンツ消費は
3割越え

スマートフォンの行動変化

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

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



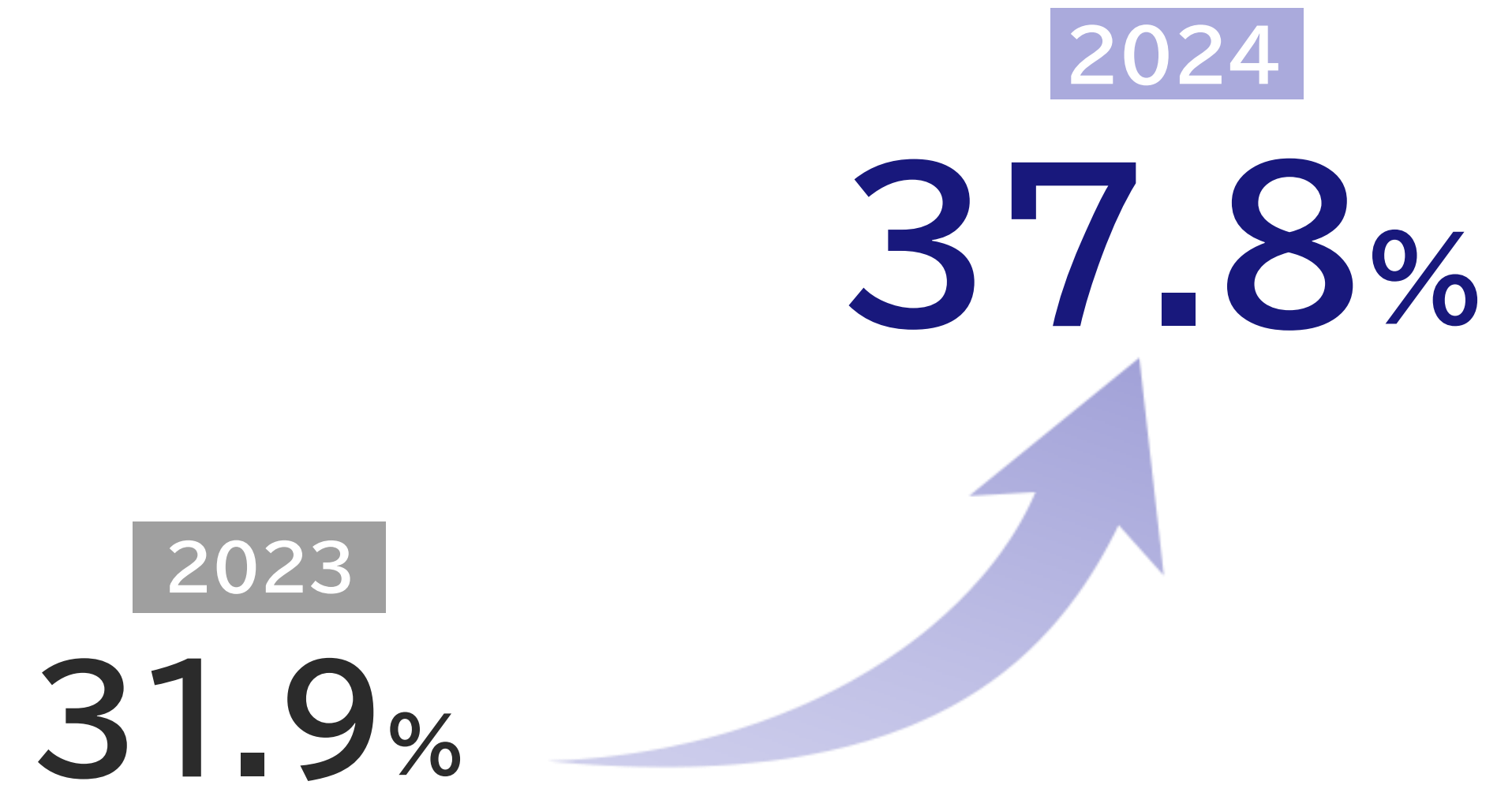
生活行動のモバイルシフトが進んでいる

情報行動の変化

好きな情報やコンテンツは
好きな時に見たい



好きな情報やコンテンツは
いろいろな場所で見たい



好きな情報を、好きな時に好きな場所で見たい欲求は過去最高を更新

情報への意識の変化

インターネットの情報は
うのみにはできない

2024

85.9%

2023

81.8%

情報は伝える速さよりも
内容の確かさだと思う

2024

76.3%

2023

72.3%

気になるニュースは
複数の情報源で確かめる

2024

74.8%

2023

67.2%

情報に対しての意識が高まり、過去最高

「メディア定点調査2024」まとめ

- ◆ **メディア総接触時間は432.7分**
- ◆ **テレビとスマホの接触時間の差は拡大(16.2分→39.2分)**
- ◆ **デジタル接触時間割合は6割強**
- ◆ **各種配信サービスの利用はコロナ以降も伸長**
- ◆ **スマホで消費するサービスは多様化**

多様化する

スクリーンとコンテンツの在り方

スクリーン利用 実態調査 2024

〈メディア環境をスクリーンからとらえる調査〉

生活者のスクリーン（テレビ、パソコン、タブレット端末、スマートフォン）の所有／利用／意識 など

調査地域

全国7地区

首都圏、関西圏、中京圏、
札幌、仙台、広島、北部九州

調査時期

2024年5月

調査対象

12歳～74歳の男女

調査方法

Web調査

サンプル数

8,400人

※中学生（12～15歳）は親が代理回答
※人口構成に合わせてウエイトバック集計を実施

各スクリーン×サービスの時間



テレビ番組（リアルタイム）

テレビ番組（録画）

テレビ番組（見逃し配信）

有料動画配信

ヨコ型の無料動画

タテ型の無料動画

ゲーム

SNS

ニュースサイト・アプリ

ラジオ・音声配信・ポッドキャスト・オーディオブック

雑誌・コミック

インターネット（動画視聴以外）

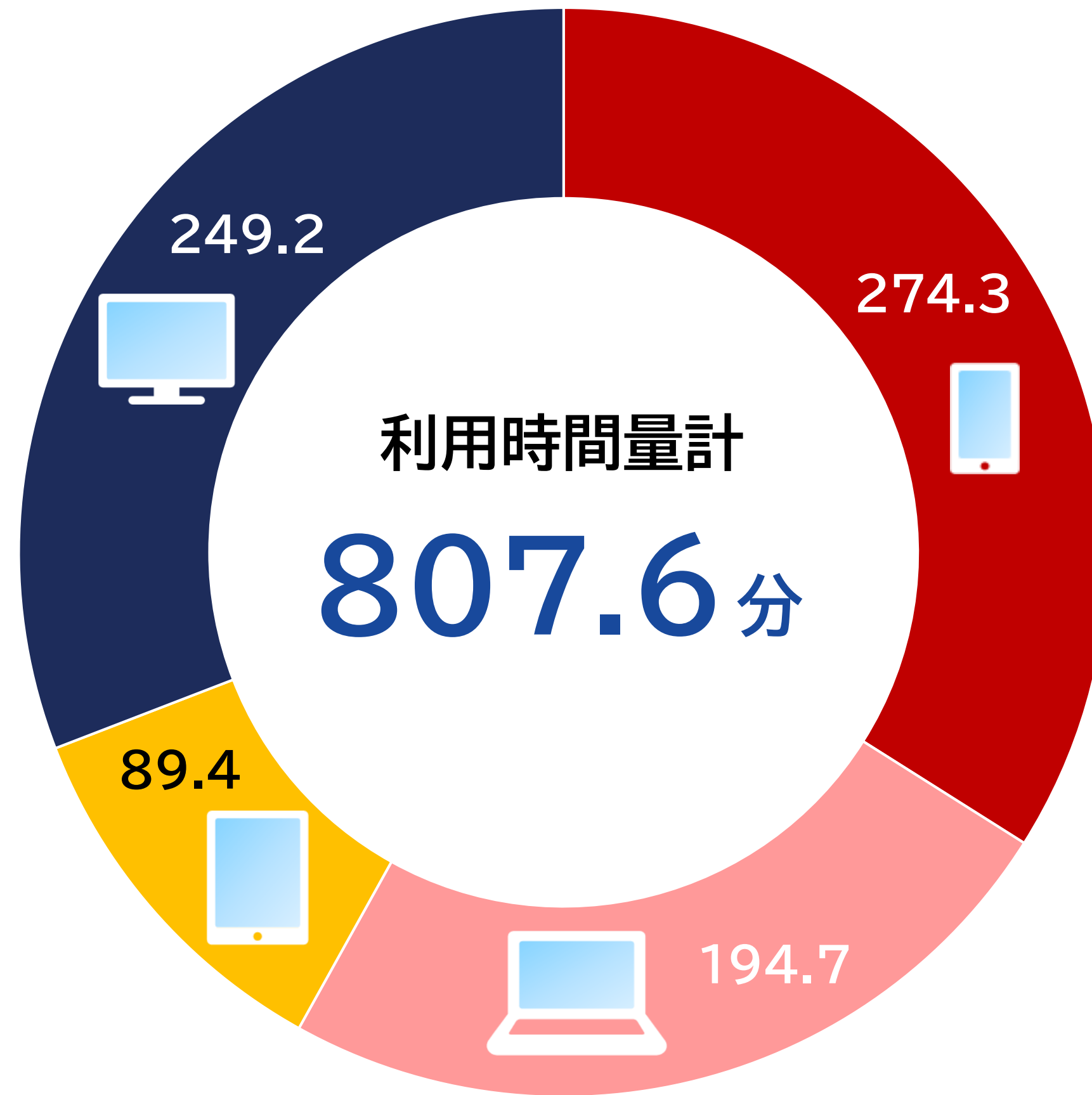
その他

13時間27分

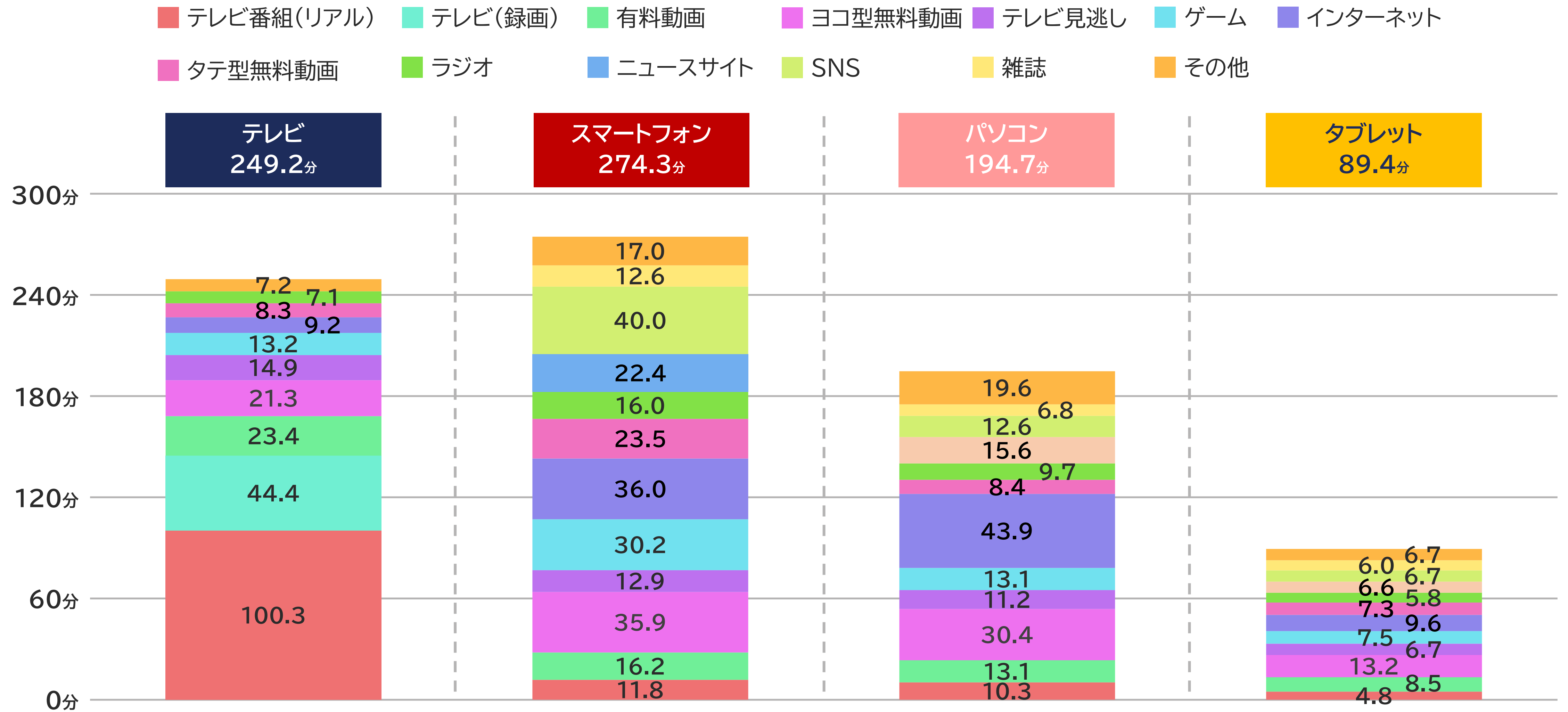
807.6分

スクリーン×サービスの接触時間

■ スマートフォン ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ テレビ



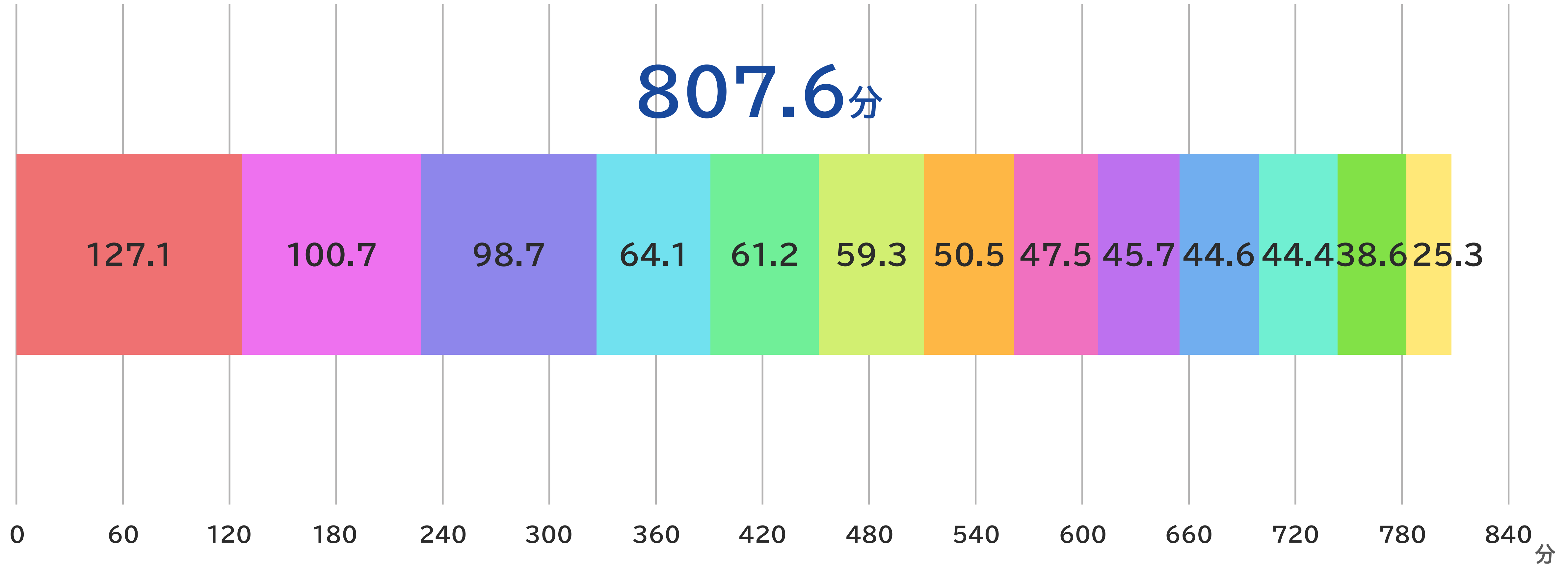
スクリーン毎の各サービス接触時間



各スクリーンで消費されるサービスは多様化

各サービスの接触時間(全スクリーン計)

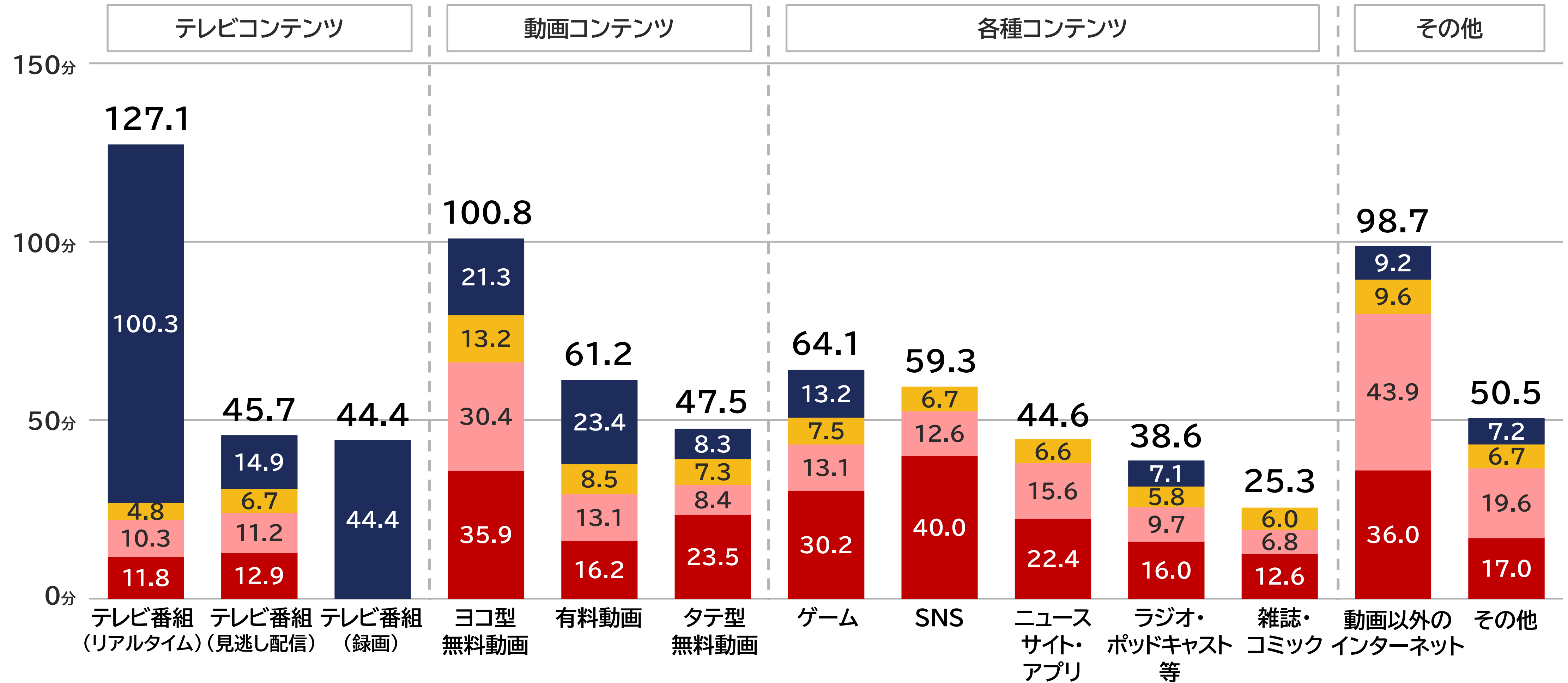
- テレビ番組(リアル)
- ヨコ型無料動画
- インターネット
- ゲーム
- 有料動画
- SNS
- その他
- タテ型無料動画
- テレビ見逃し
- ニュースサイト アプリ
- テレビ(録画)
- ラジオ ポッドキャスト
- 雑誌 コミック



スクリーンを利用するサービスの接触時間ではテレビ番組視聴がトップ

サービス毎のスクリーン接触時間

■ スマートフォン ■ パソコン ■ タブレット端末 ■ テレビ



コンテンツのタッチポイントは多接点

「スクリーン利用実態調査2024」まとめ

- ◆ 一日のスクリーン利用時間は13時間27分
- ◆ 各スクリーンで利用されるサービスは多様
- ◆ スクリーンとサービスの捉えられ方は変化

デジタル化されコネクテッドな世界の中で
自由自在に時間やスクリーンを横断し、
情報やコンテンツに接触する生活者の実態は、年々多様化

生活者のメディア・コンテンツ接触の状況を深掘し、
メディアの今を見つめる

メディア環境研究所 グループマネージャー 兼 上席研究員

山本 泰士

メディア環境研究所 上席研究員

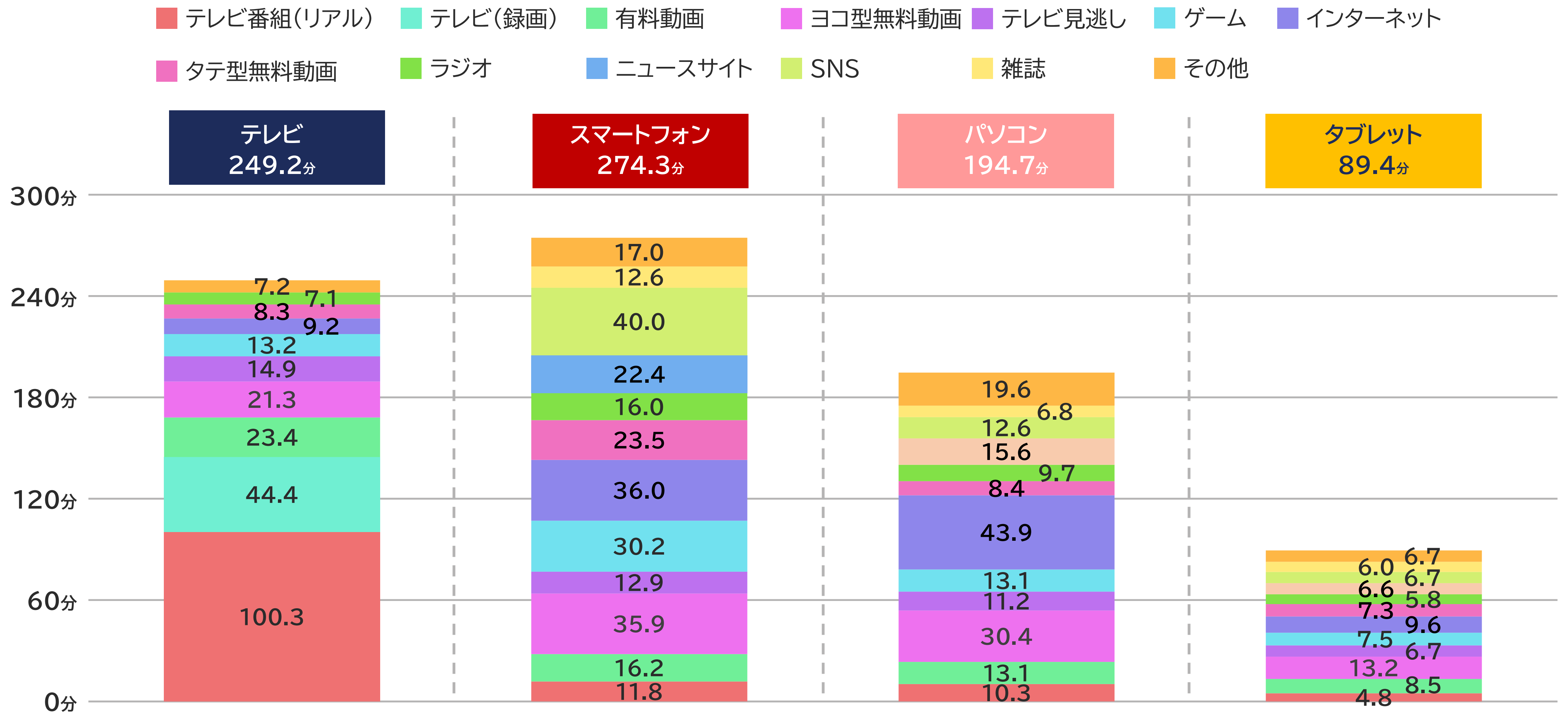
野田 絵美

メディア環境研究所 上席研究員

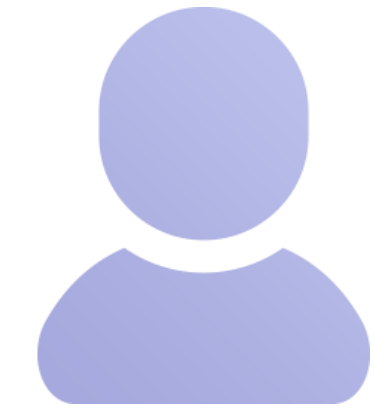
森永 真弓

縦横無尽なデバイス×コンテンツ体験へ

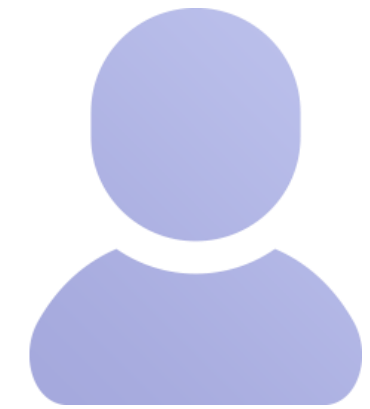
平 要 快 熱



1人で集中してドラマを楽しみたい時はスマホで。
好きなシーンは10秒戻して何度も見る。



Mさん (22才)



Sさん (22才)

ワイワイ楽しみたい時、リビングのテレビで
家族とリアルタイムのTV番組をSNSしながら見る

なんとなく

TikTokでドラマの面白いシーンを切り抜きで見る



みなつさん (高校1年生)

1人で集中してドラマを楽しみたい時はスマホで。
好きなシーンは10秒戻しで何度も見る。



Mさん (22才)

自分のモードに応じて
デバイスやプラットフォーム、長さや、見かたまで
自由に組み合わせ選択・接触している

Sさん (22才)

なんとなく

TikTokでドラマの面白いシーンを切り抜きで見る



みなつさん (高校1年生)

生活者のメディア行動の
「今の現実」を明らかにするために
行動実態の探索ではなく
心理モードを探索してみては？

モードを分ける視点①

なんとなく
||
つけっぱなしのテレビ

インターネット
||
わざわざ開くもの

元々

最近

なんとなく
||
スマホのタイムライン

テレビ
||
わざわざつけるもの

相対するメディア感覚が併存する時代

モードを分ける視点①

平 要 快 熱

無目的に／無意識的に
なんとなく



目的をもって／意識的に
わざわざ

なんとなく＝つけっぱなしのテレビ
インターネット＝わざわざ開くもの

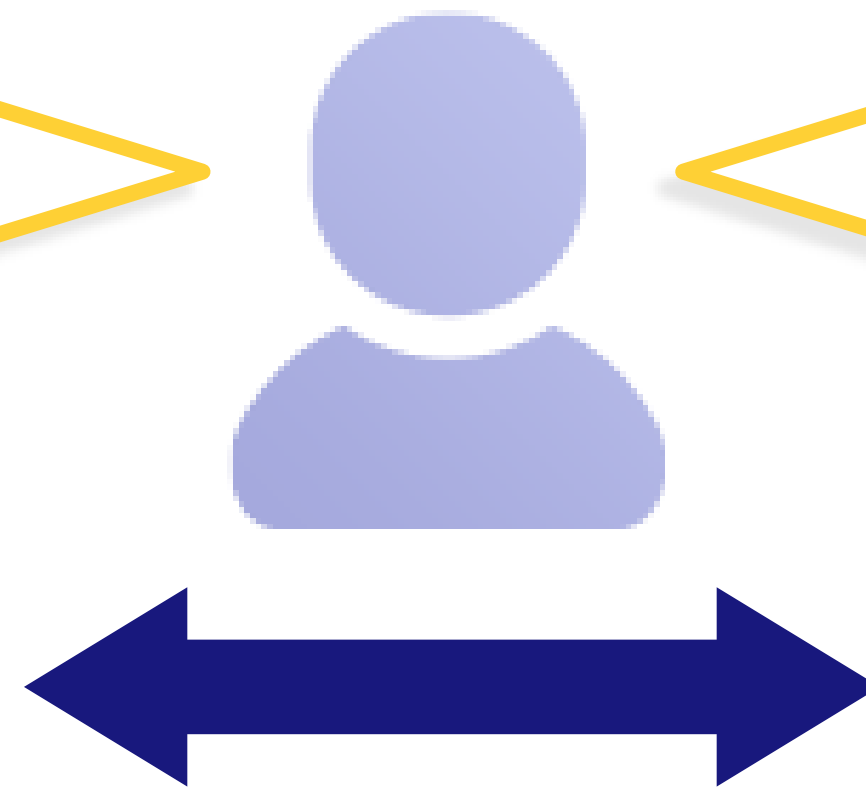
元々

最近

なんとなく＝スマホのタイムライン
テレビ＝わざわざつけるもの

モードを分ける視点②

タイパタイパ
と口にしたたり
情報取得の
効率化を
追い求める



没入したら
何度でも堪能
・
気づいたら
数時間溶けてた

同一人物の中に存在する矛盾するメディア行動

モードを分ける視点②

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

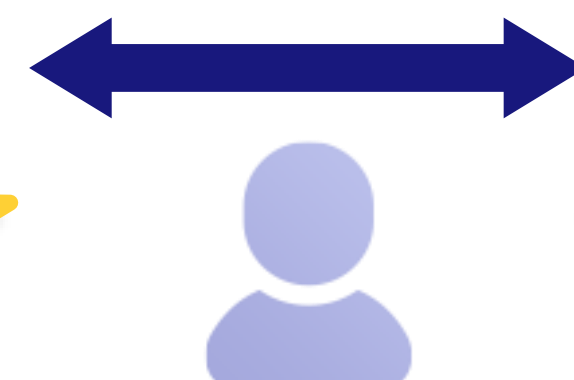
機能的



情緒的

心地いい気分／楽しい気分で

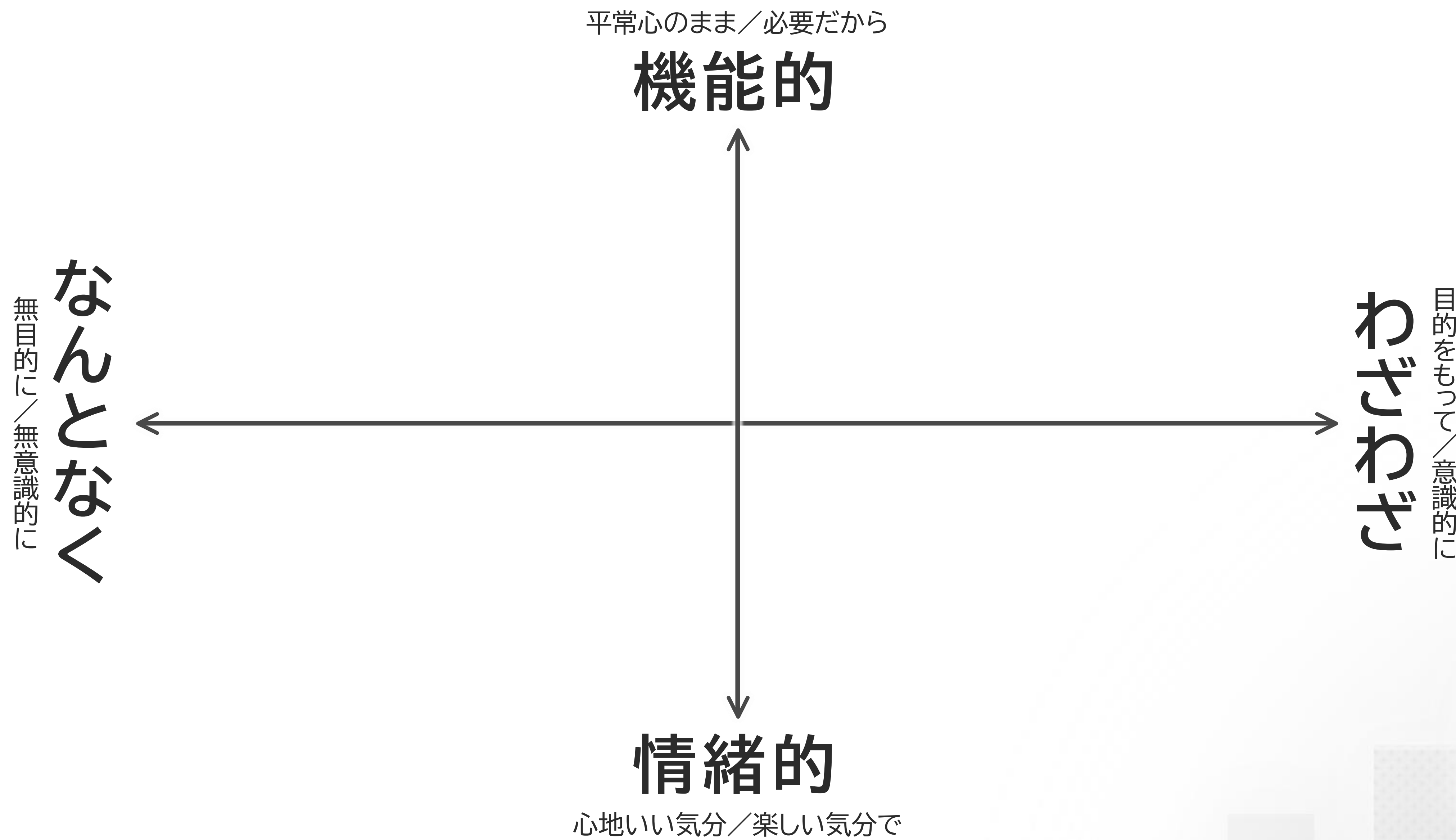
タイパタイパと口にして
情報取得の効率化を追い求める



没入したら何度でも堪能
気づいたら数時間溶けてた

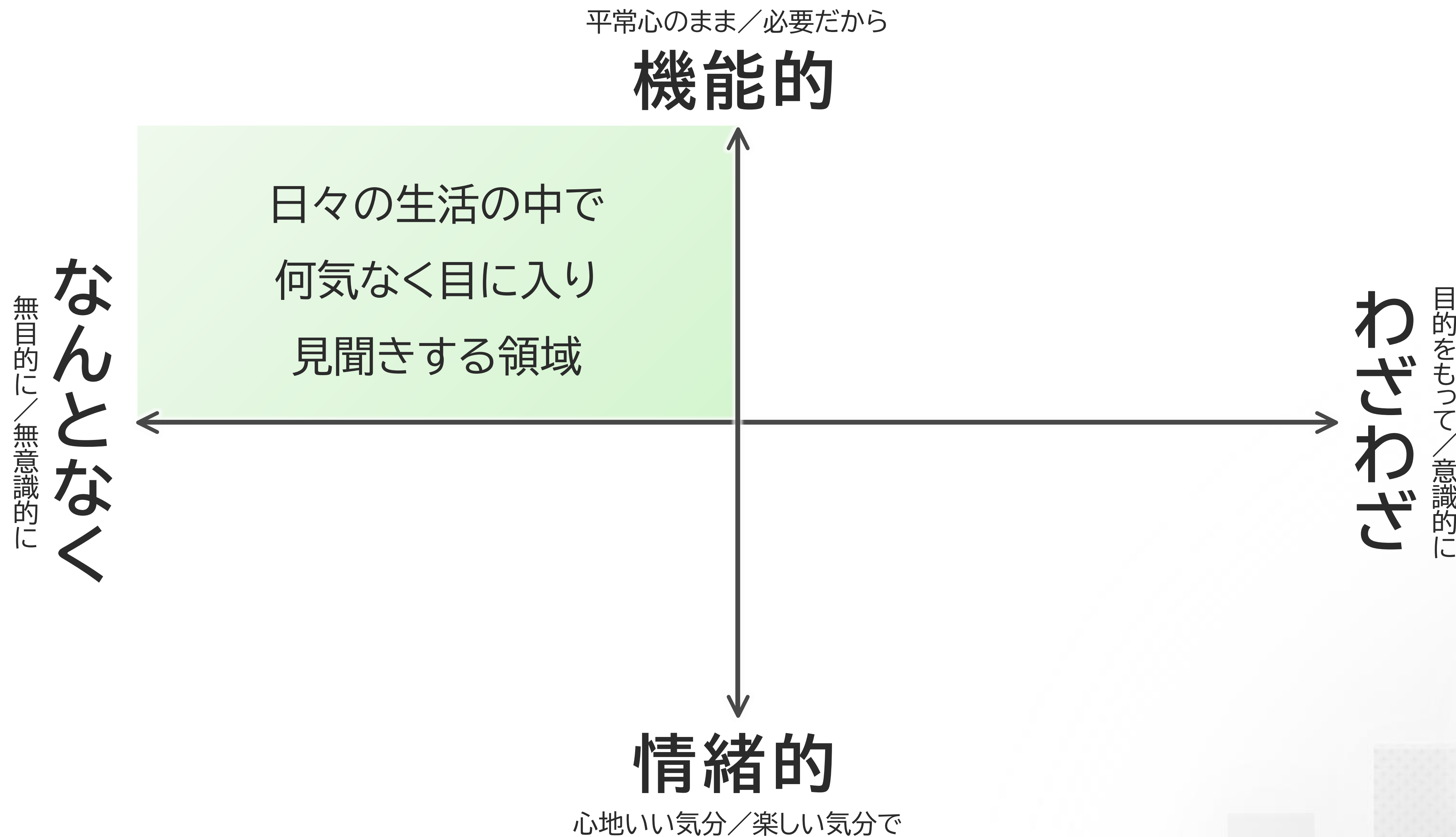
モードを分ける視点

平 要 快 熱



モードを分ける視点

平 要 快 熱



モードを分ける視点

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

機能的

無目的に／無意識的に
なんとなん

日々の生活の中で
何気なく目に入り
見聞きする領域

仕事・趣味・生活に必要な
情報を得ようとする領域
(昨今話題の「タイパ」もここ)

目的をもって／意識的に
わんわん

情緒的

心地いい気分／楽しい気分で

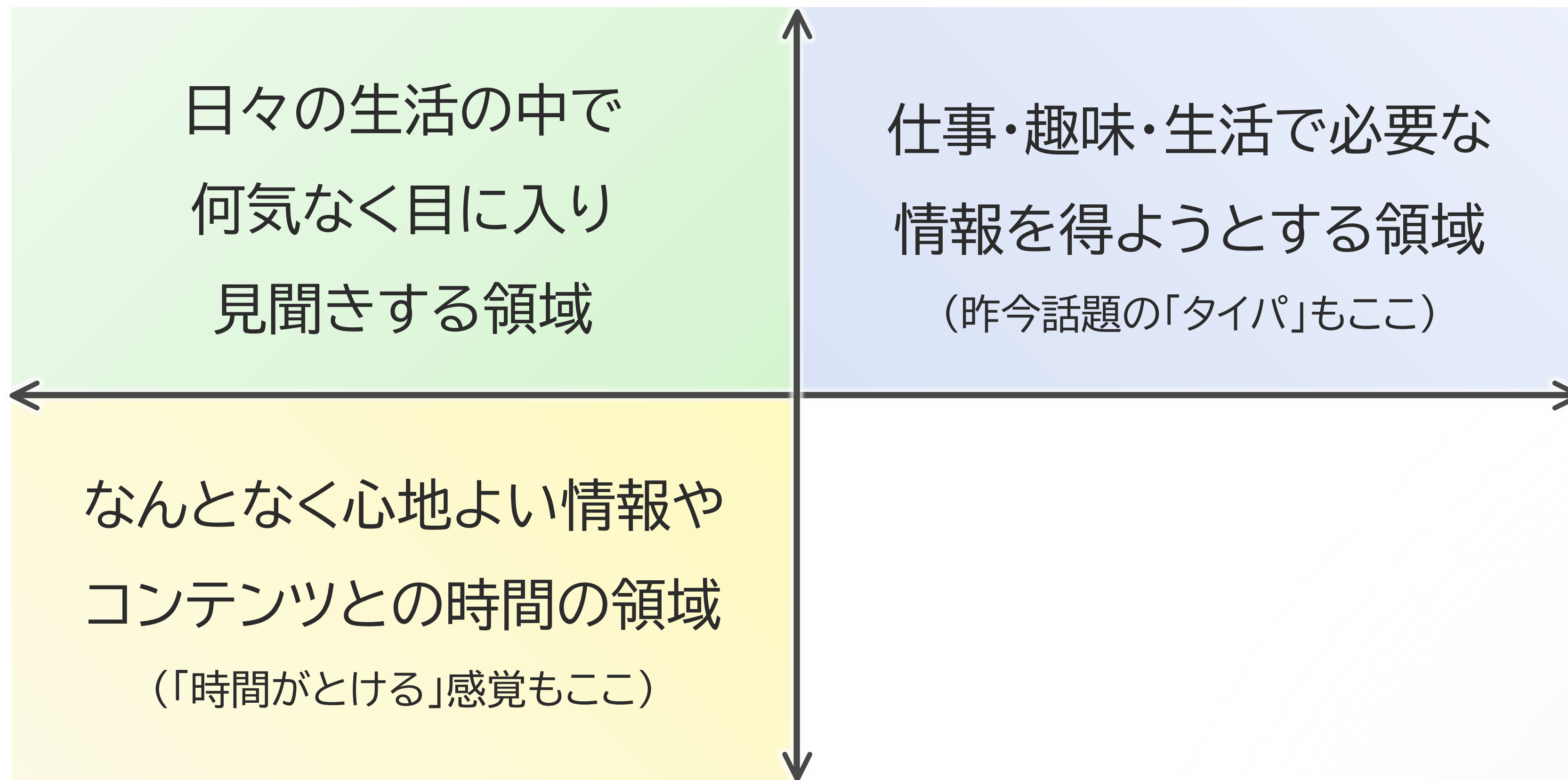
モードを分ける視点

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

機能的

無目的に／無意識的に
なんとなく



わざわざ
目的をもって／意識的に

情緒的

心地いい気分／楽しい気分

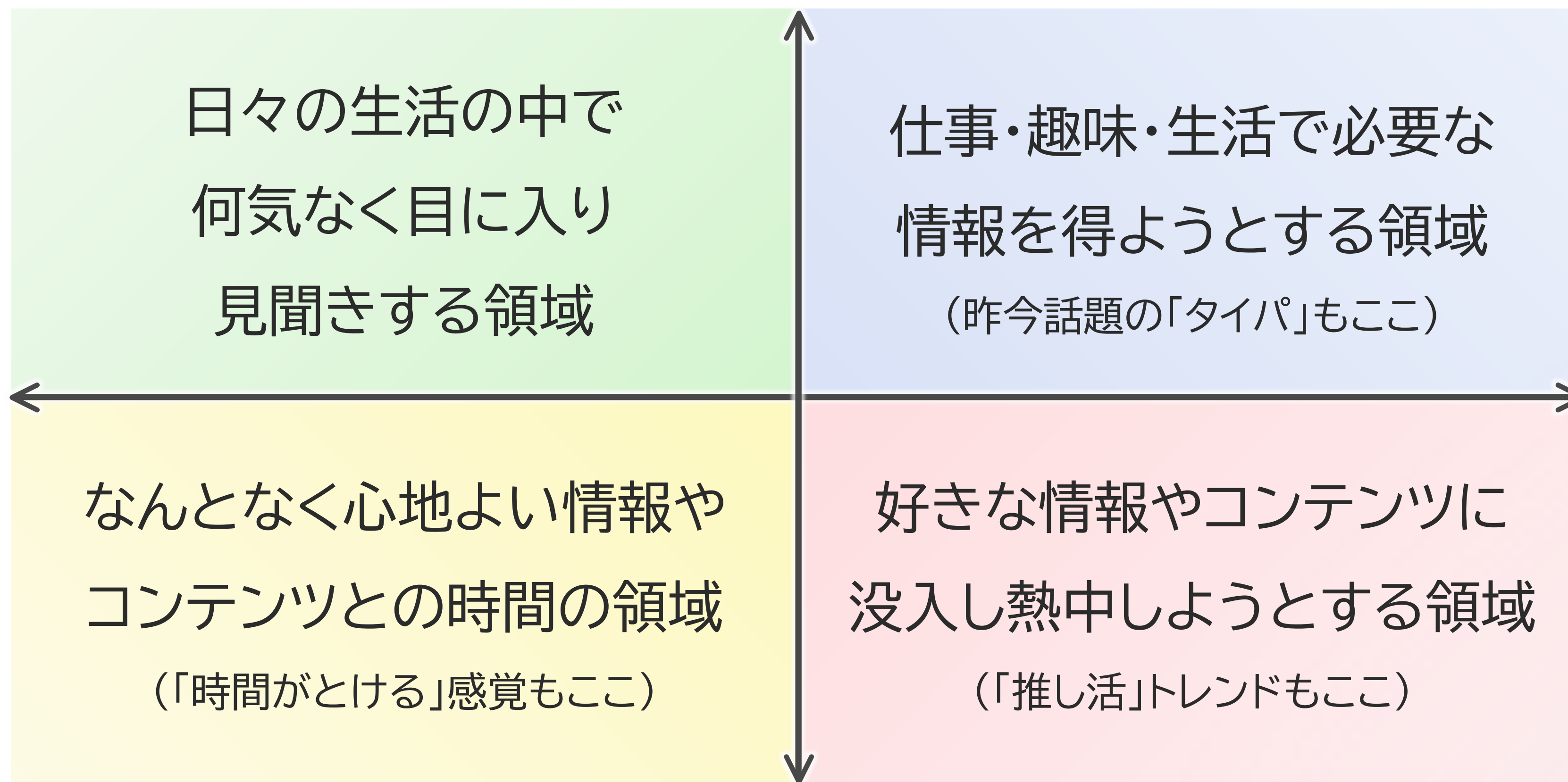
モードを分ける視点

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

機能的

無目的に／無意識的に
なんとなく



目的をもって／意識的に
わざわざ

情緒的

心地いい気分／楽しい気分

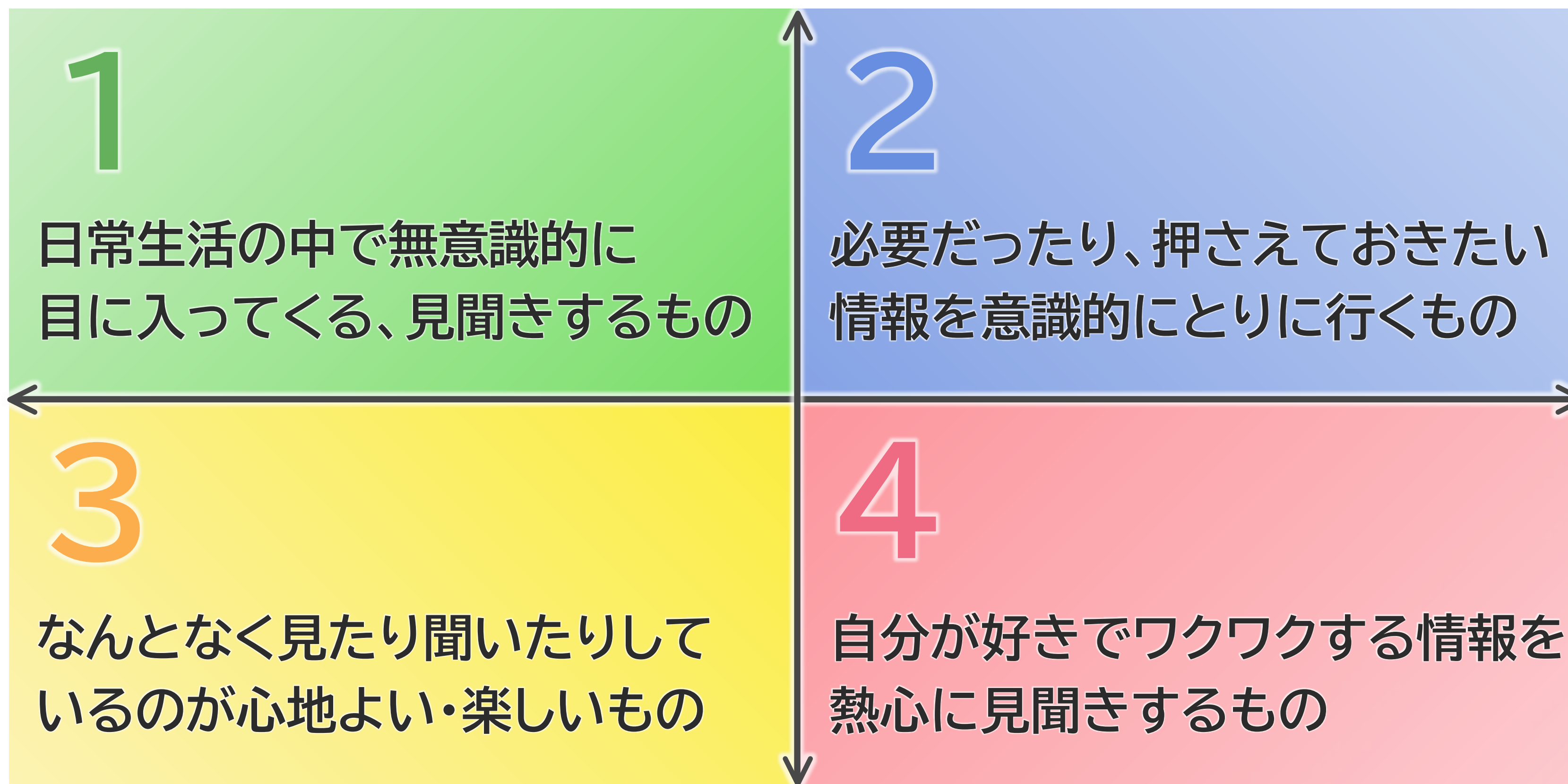
生活者のメディア行動をとらえる4つのモード

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

機能的

無目的に／無意識的に
なんとなく



目的をもって／意識的に
わざわざ

情緒的

心地いい気分／楽しい気分

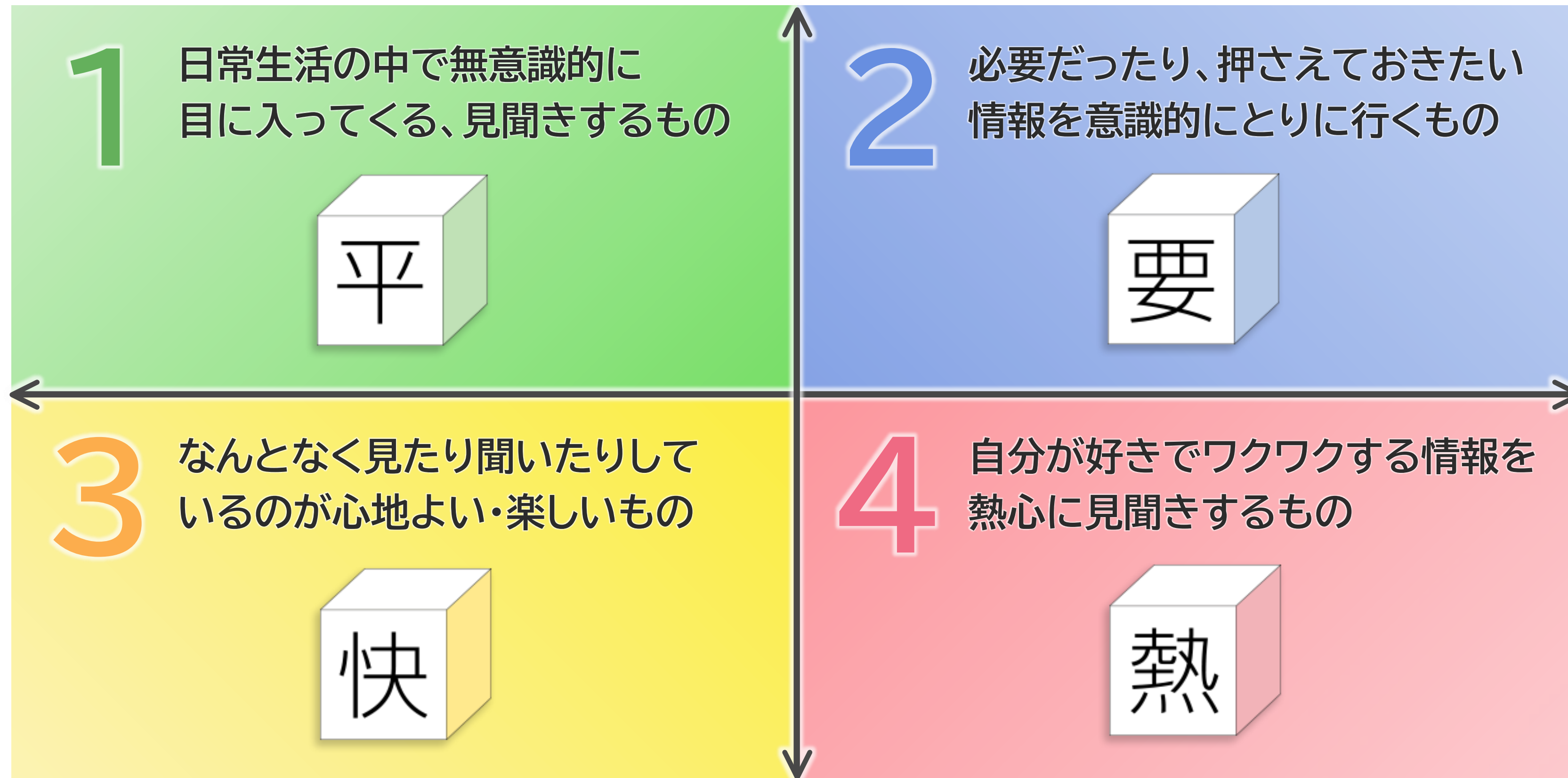
生活者のメディア行動をとらえる4つの文字

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから

機能的

無目的に／無意識的に
なんとなく



目的をもって／意識的に
わざわざ

情緒的

心地いい気分／楽しい気分

普段接触しているすべてのメディア・コンテンツについて 4モードのどれで見聞きしているのかを複数回答

平 要 快 熱

主要な45情報行動

(メディア/コンテンツ/イベント)

リアルタイムでみるもの:12

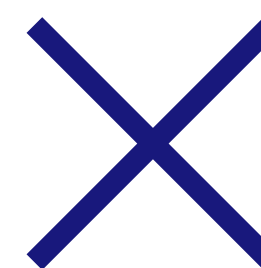
オンデマンドでみるもの:13

その他の動画:2

テキスト・画像中心のもの:9

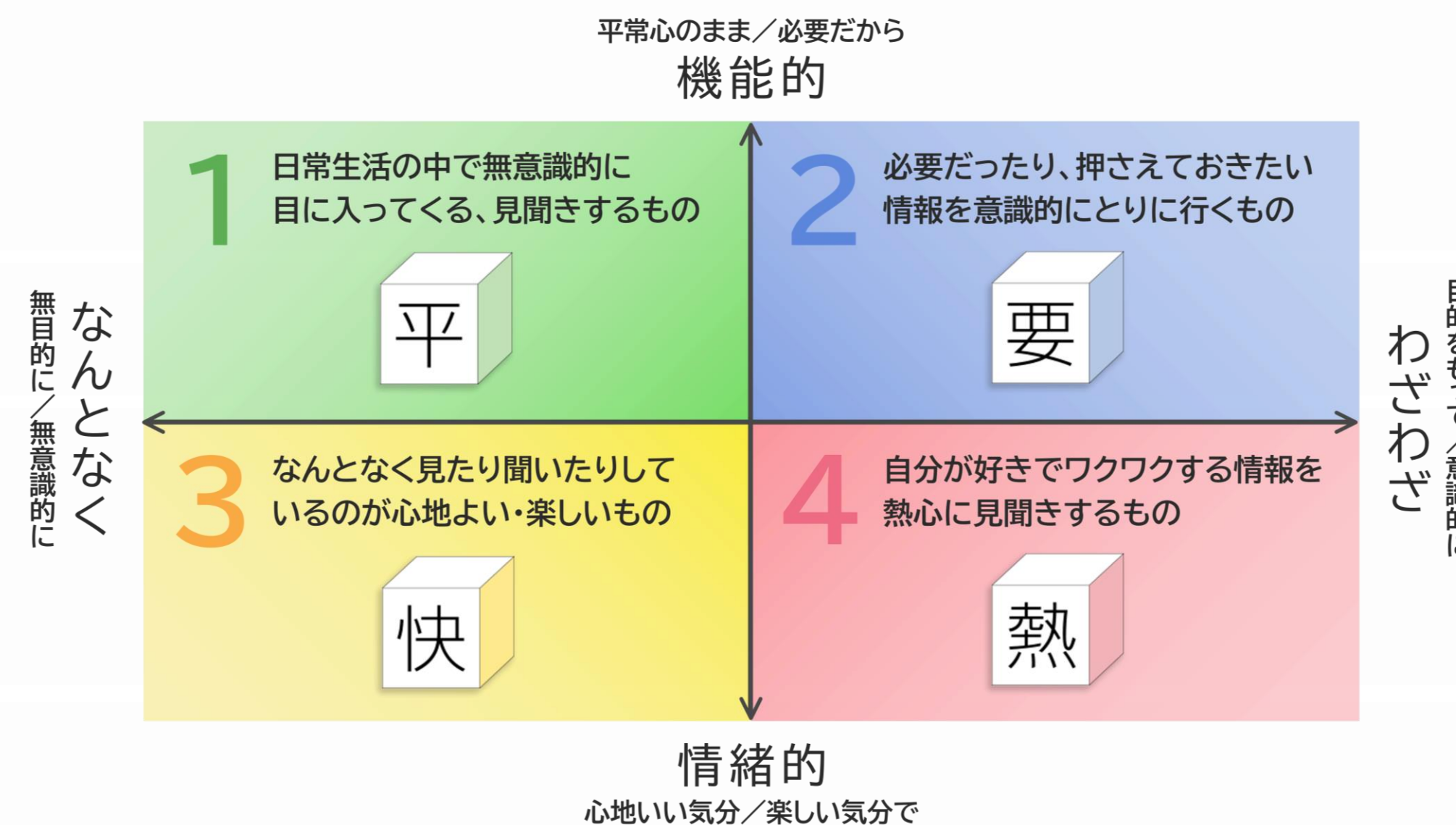
音声で聞くもの:5

その他:4



4分類のメディア選択モードの

どれで見聞きしているか



以下の45情報行動(メディア/コンテンツ)について オリジナル調査を実施



リアルタイムでみるもの:12

- ① 「ニュース／報道番組」
- ② 「ワイドショー／情報番組」
- ③ 「トーク／バラエティ／お笑い番組」
- ④ 「映画」
- ⑤ 「アニメ」
- ⑥ 「国内ドラマ」
- ⑦ 「海外ドラマ」
- ⑧ 「スポーツ中継」
- ⑨ 「e-sportsの配信」
- ⑩ 「音楽・舞台のライブ動画や番組」
- ⑪ リアルタイム配信動画
- ⑫ 「通販番組／ライブコマース」

オンデマンドでみるもの:13

- ① 「ニュース／報道番組」
- ② 「トーク／バラエティ／お笑い番組」
- ③ 「映画」
- ④ 「アニメ」
- ⑤ 「国内ドラマ」
- ⑥ 「海外ドラマ」
- ⑦ 「スポーツ中継」
- ⑧ 「e-sportsの配信」
- ⑨ 「音楽・舞台のライブ動画や番組」
- ⑩ ミュージックビデオ
- ⑪ バラエティ動画
- ⑫ 教養・学習系動画
- ⑬ 趣味・情報系動画

その他の動画:2

- ① 短尺動画
- ② 二次創作動画

テキスト・画像中心のもの:9

- ① SNS
- ② 紙のコミック・小説
- ③ アプリコミック・小説
- ④ 週刊誌（紙・デジタル含む）
- ⑤ ライフスタイル雑誌（紙・デジタル含む）
- ⑥ 新聞（紙・デジタル含む）
- ⑦ ニュースポータルサイト
- ⑧ 企業発記事
- ⑨ 個人発記事

音声で聞くもの:5

- ① ラジオ放送・配信
- ② ポッドキャスト
- ③ 音声ライブ配信
- ④ オーディオブック
- ⑤ 音楽配信

その他:4

- ① 屋外ビジョン
- ② オンラインゲーム・メタバース空間に参加・交流
- ③ ECサイト
- ④ フリマアプリ、サイト

メディア・コンテンツ選択モード調査 調査概要



調査目的

さまざまな情報(メディア/コンテンツ)行動について、その「メディア・コンテンツ選択モード」と、そのモードでの行動特性を把握する

調査方法

インターネット調査

調査対象者

全国15歳(高校生以上)～69歳男女

サンプル数

5684サンプル

調査期間

2024年05月31日(金)～2024年06月01日(土)

機能的

情緒的

平

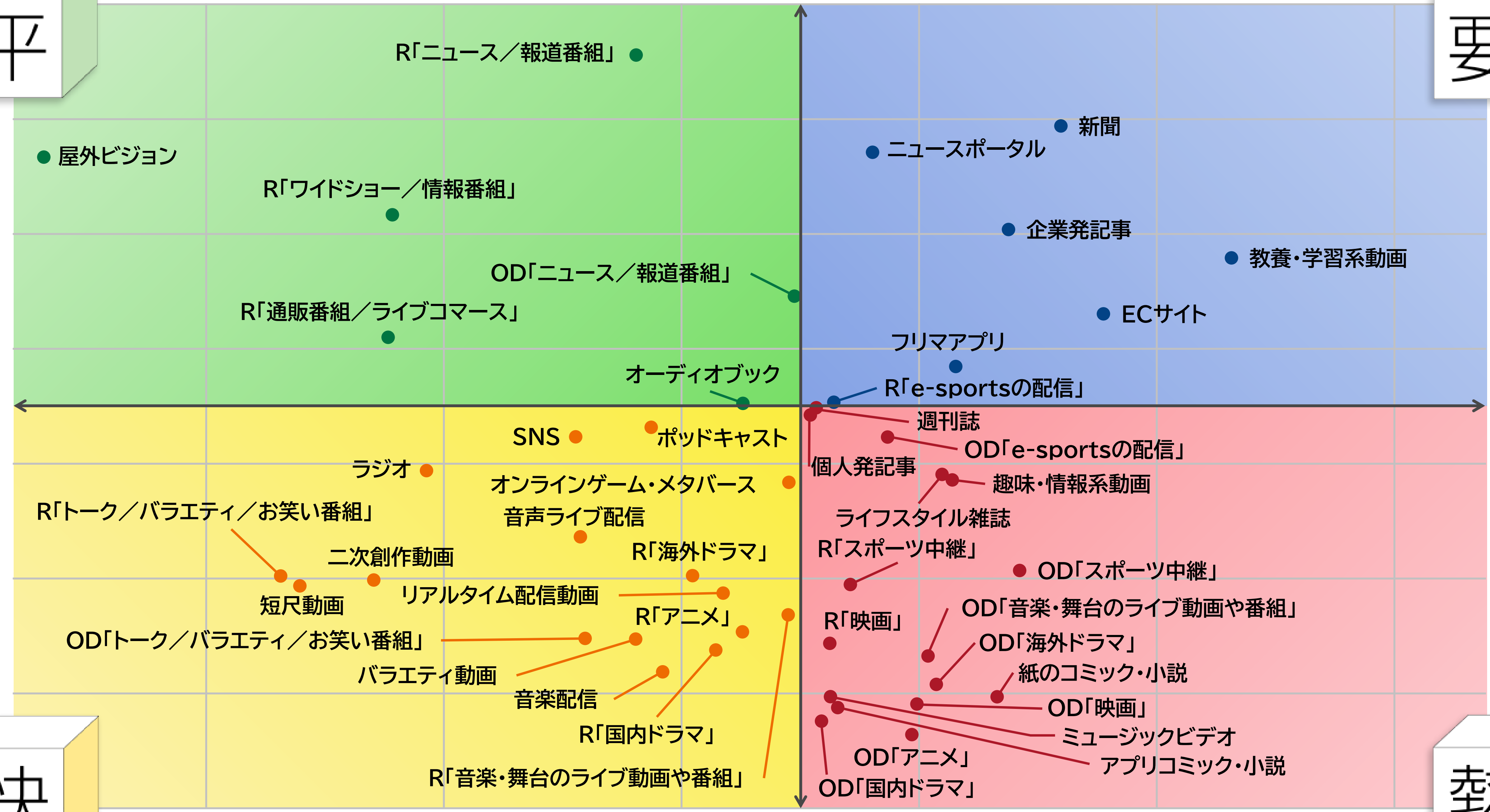
要

なんじなん

わびわび

快

熱



機能的

情緒的

平

要

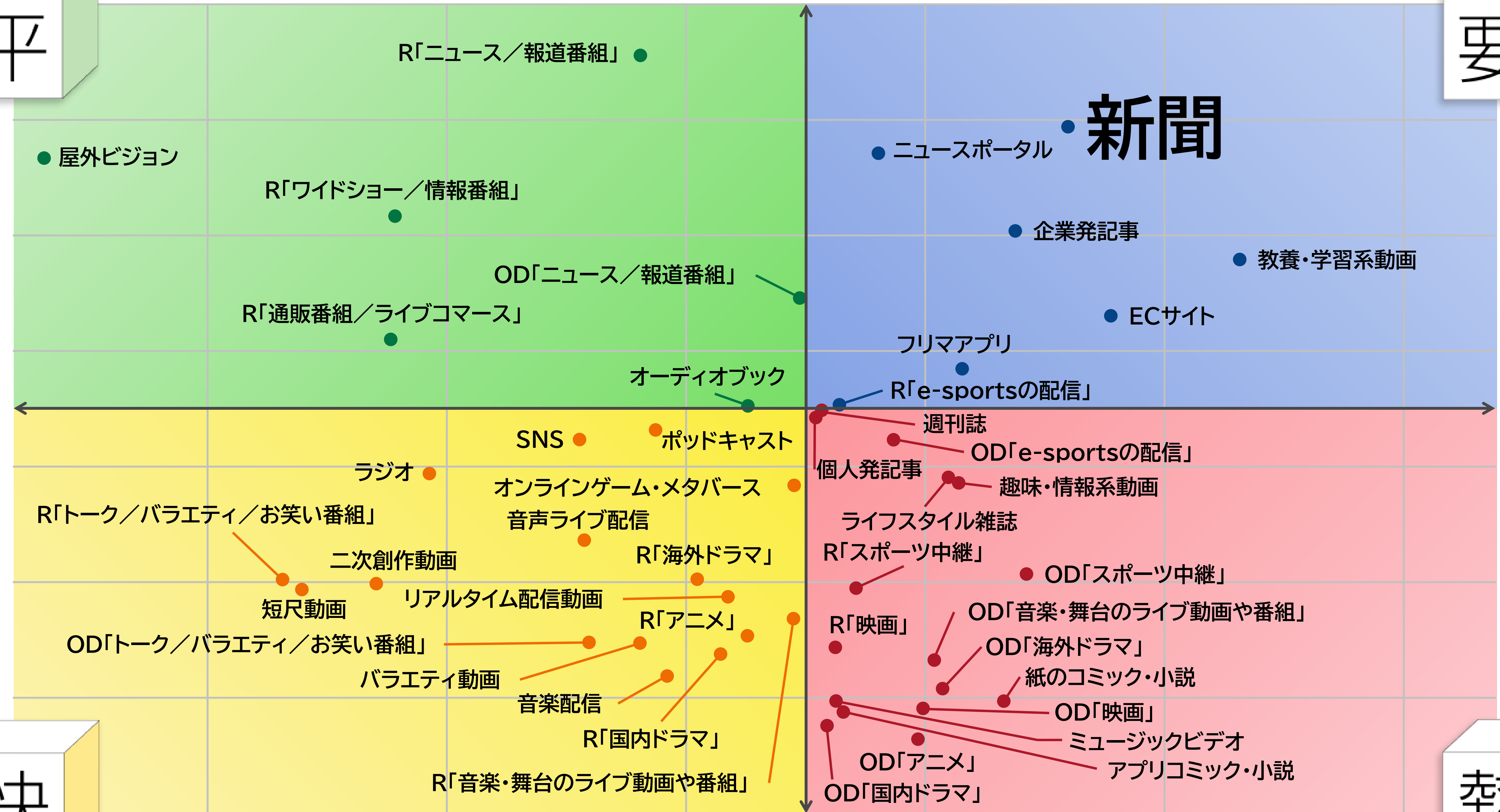
なんじなん

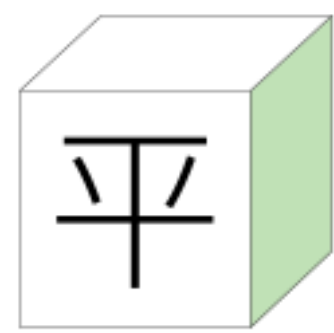
わびわび

快

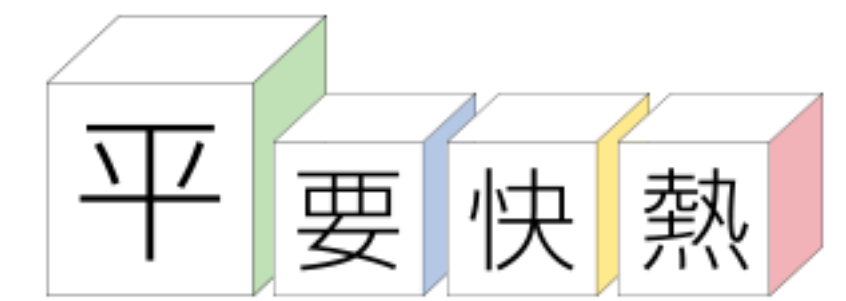
熱

新聞

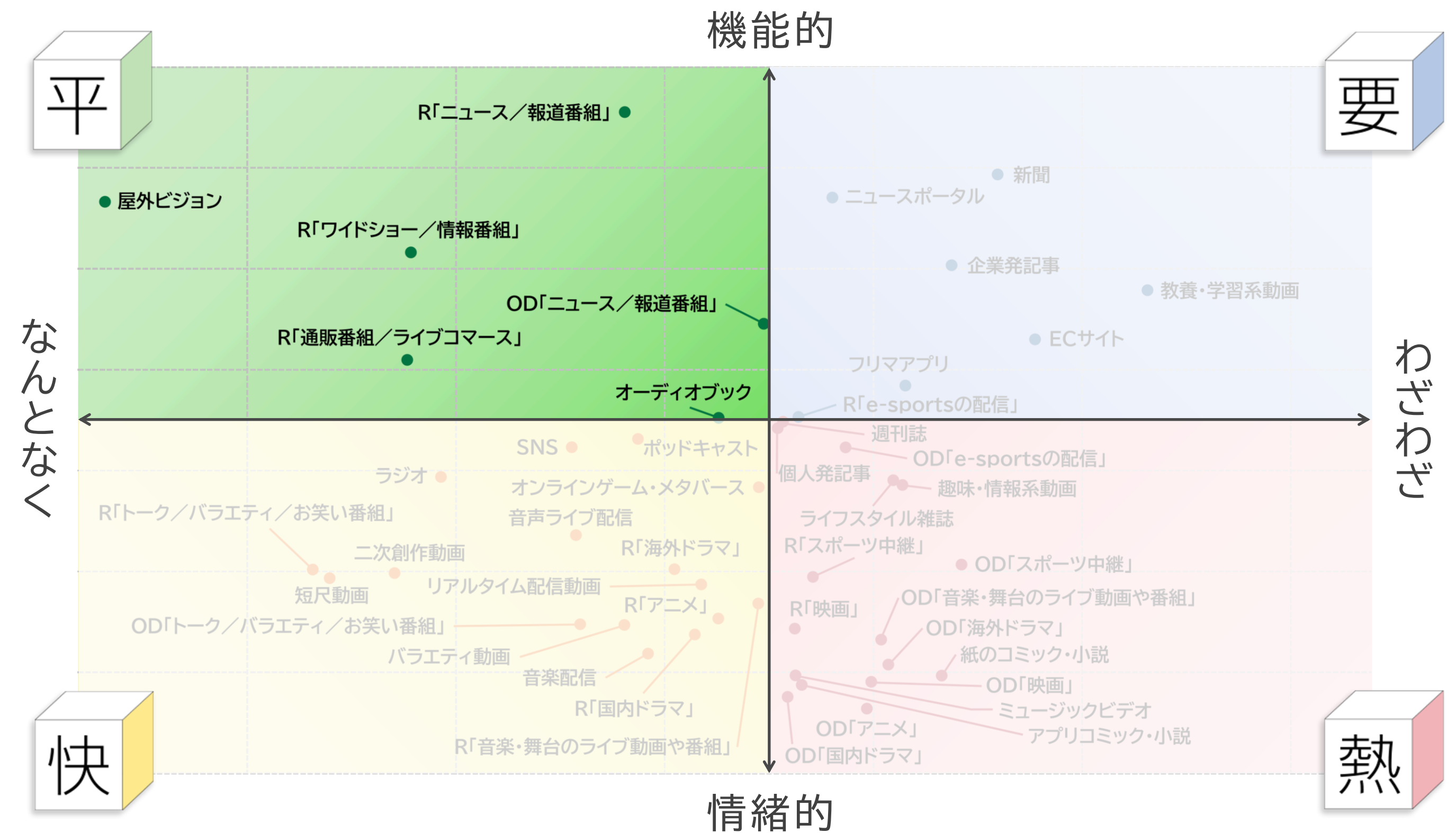


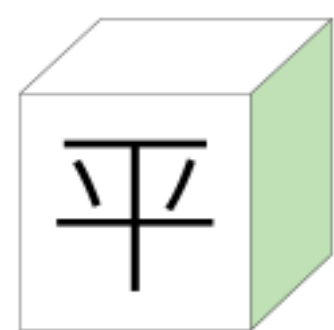


平とは ~その代表的な情報行動



- ① R「ニュース／報道番組」
- ② R「ワイドショー／情報番組」
- ③ R「通販番組／ライブコマース」
- ④ OD「ニュース／報道番組」
- ⑤ オーディオブック
- ⑥ 屋外ビジョン





とは ～行動スタイル・意識

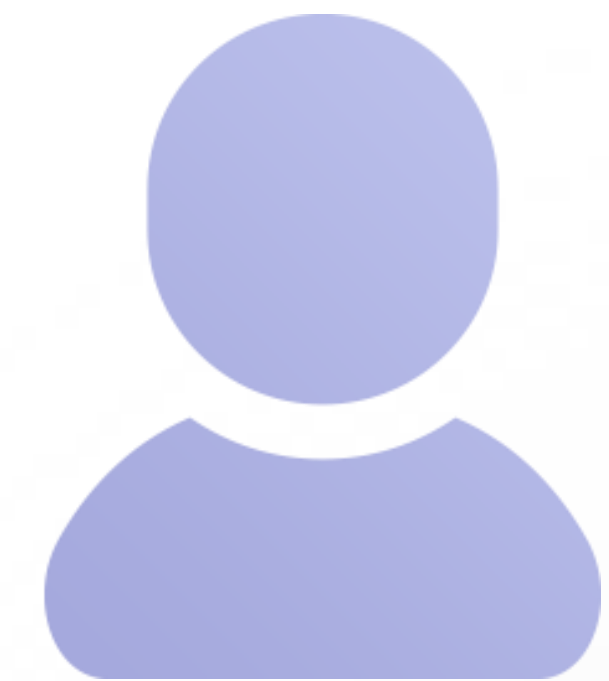
※【平】でよくやっていると回答したメディア行動全体の特徴



【平】全体の良く行われる理由	%	4モード中順位
街の中や公共交通機関の中などで見聞きする	8.5	1位
家の中でよく見聞きする	12.9	1位
【平】全体の行動特徴	%	4モード中順位
別のことをしながら“ながら見”する	63.9	1位
その際、広告を不快に感じる	34.5	4位
【平】全体の意識特徴	%	4モード中順位
その情報行動が好きだ	58.8	4位
その情報行動が、自分にとって無くてはならないものだ	47.9	4位
有料サブスクしてもいいと思う	20.7	4位

自然に旬をキャッチできる

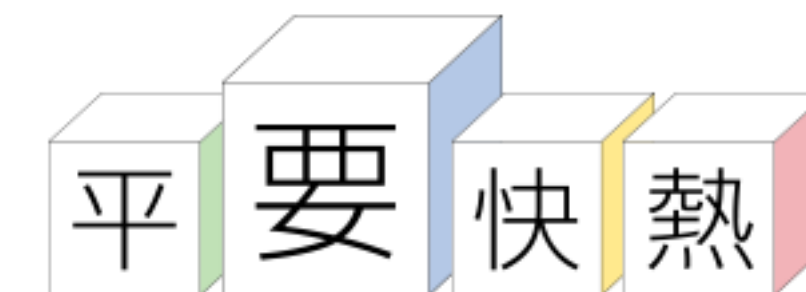
車内広告って結構自然と目に入っているなあという感覚があります。世の中に今起きていることをさっとキャッチするみたいな意味で今の流行りとか社会の流れみたいなものを割と自然にあんまり意識せずにキャッチできる。



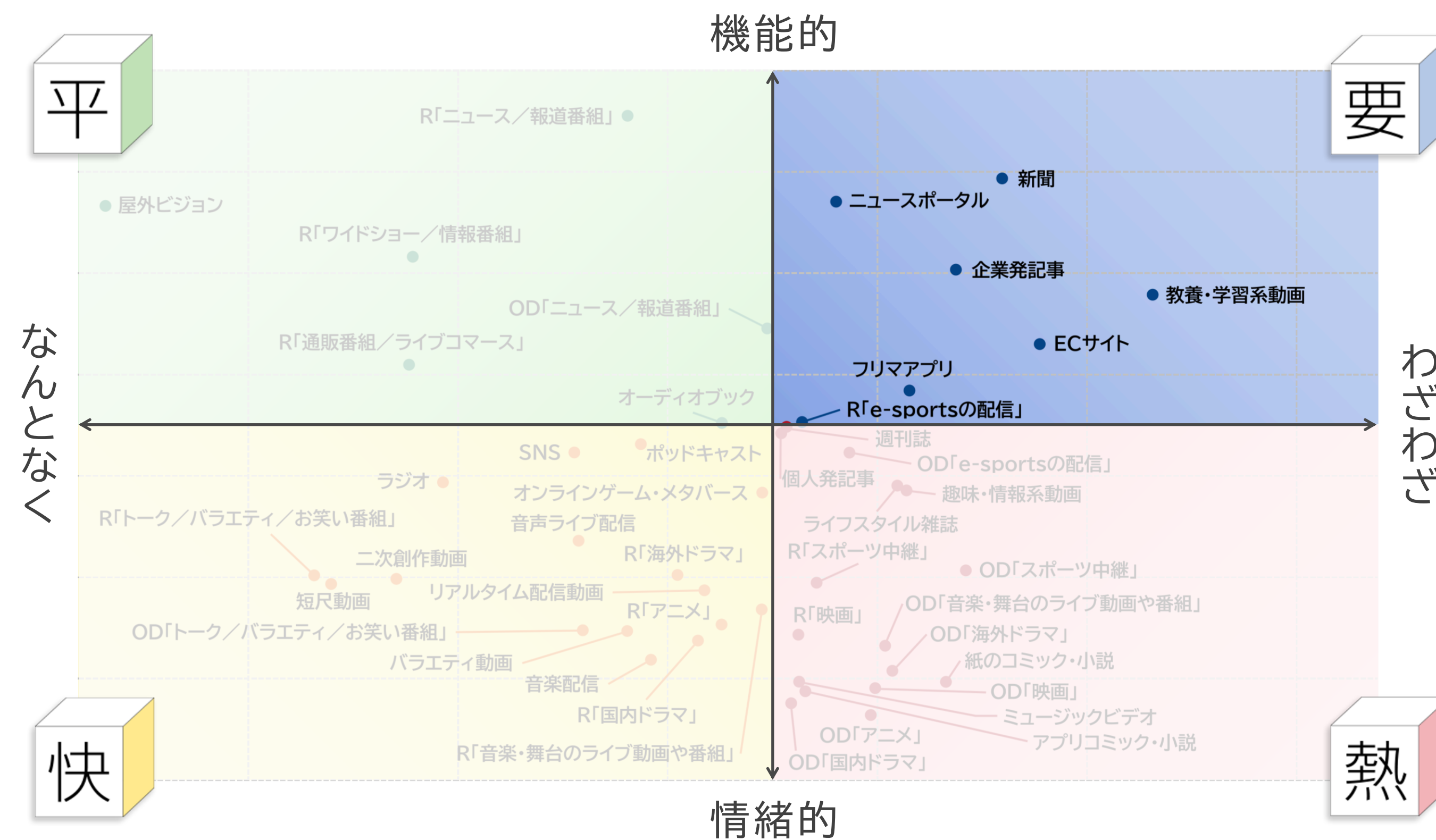
にきさん
(22才)



要とは ~その代表的な情報行動



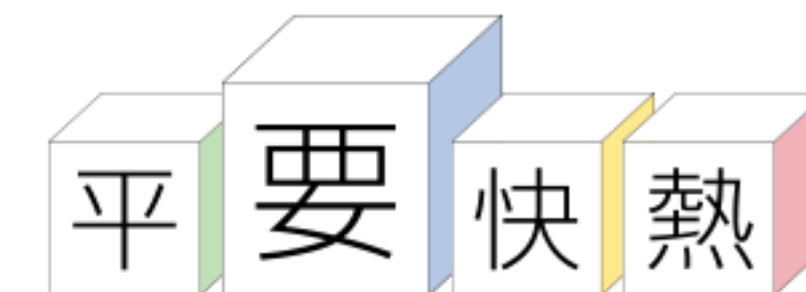
- ① 新聞
- ② ニュースポータル
- ③ 企業発記事
- ④ 教養・学習系動画
- ⑤ R「e-sportsの配信(公式、非公式)」
- ⑥ ECサイト
- ⑦ フリマアプリ





とは ～行動スタイル・意識

※【要】でよくやっていると回答したメディア行動全体の特徴



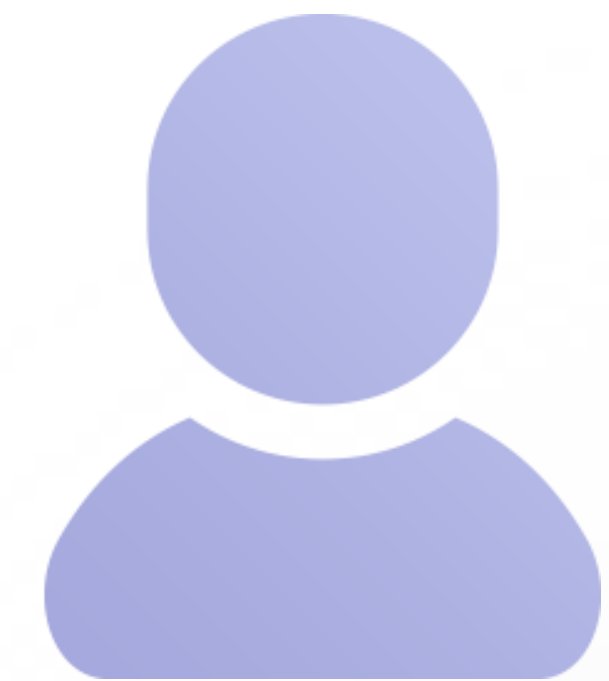
【要】全体がよく行われる理由	%	4モード中順位
知りたいことがわかりやすくまとまっている	24.5	1位
すぐ見聞きできる、アクセスしやすい	15.4	1位
【要】全体の行動特徴	%	4モード中順位
倍速にしたり、要約する工夫をする	25.3	1位
同時に別情報を並行して見たりする	42.1	1位
【要】全体の意識	%	4モード中順位
もっと信頼できる情報源を探りたい	66.0	1位

目的が明確な情報を生産性高く

通学中に「コテンラジオ」など知識コンテンツを聞いたり、試験前だったら勉強系の動画を音声だけで

2倍速、3倍速でインプットします。

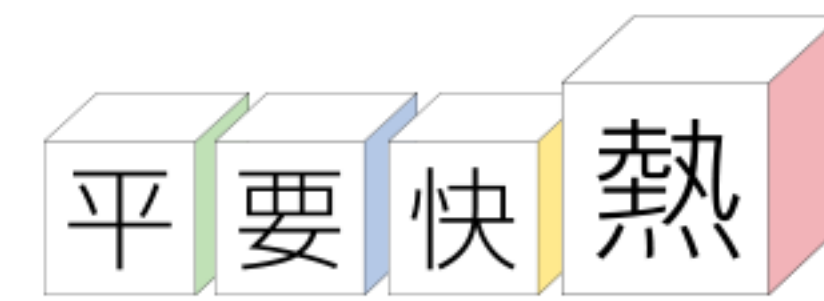
目的意識が明確なので、**生産性高く**って感じます。



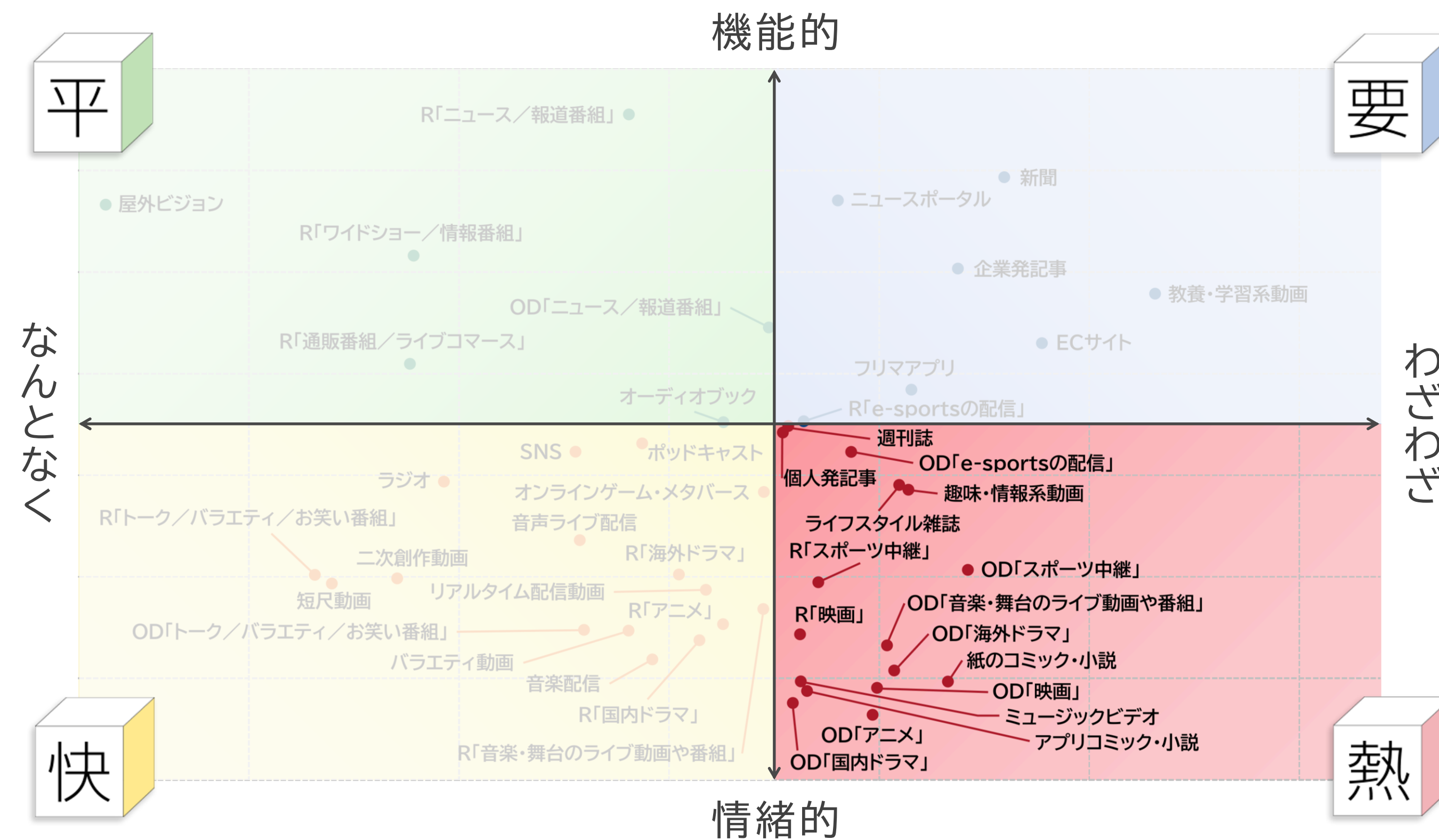
たいせいさん
(25才)

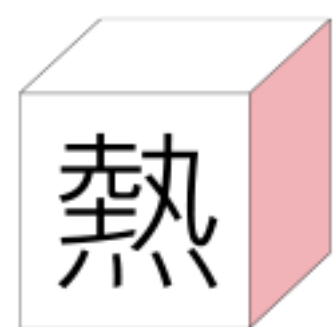


とは ~その代表的な情報行動



- ① R「映画」
- ② R「スポーツ中継」
- ③ OD「映画」
- ④ OD「アニメ」
- ⑤ OD「国内ドラマ」
- ⑥ OD「海外ドラマ」
- ⑦ OD「スポーツ中継」
- ⑧ OD「e-sportsの配信」
- ⑨ OD「音楽・舞台のライブ動画や番組」
- ⑩ ミュージックビデオ
- ⑪ 趣味・情報系動画
- ⑫ 紙のコミック・小説
- ⑬ アプリコミック・小説
- ⑭ 週刊誌
- ⑮ ライフスタイル雑誌
- ⑯ 個人発記事





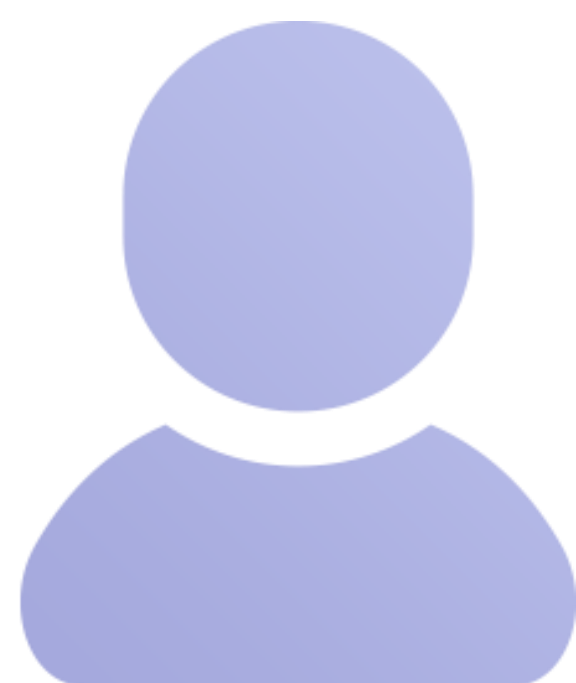
とは ～行動スタイル・意識

※【熱】でよくやっていると感じたメディア行動全体の特徴



【熱】全体の良く行われる理由	%	4モード中順位
好きな「人/キャラ」が見つかった	16.3	1位
大量の情報・コンテンツを楽しめる	19.1	1位
見聞きしたくなる中毒性がある	17.8	1位
【熱】全体の行動特徴	%	4モード中順位
普通の速さで再生しじっくり楽しむ	48.8	1位
好きな部分だけ繰り返し見聞きする	42.6	1位
【熱】全体の意識	%	4モード中順位
その情報行動が好きだ	84.5	1位
その情報行動に満足している	82.5	1位
もっと時間をかけてもいいと思う	58.6	1位
有料サブスクしてもいい	37.0	1位
同志や仲間をつくりたい・探したい	37.5	1位

没入し、楽しみみつくる



かおりさん
(54才)

(好きなアイドル・陸上の動画について)

もう、繰り返し繰り返し見ちゃうような感じ。

もう本当徹夜というか朝まで一気見とか。

機能的

情緒的

平

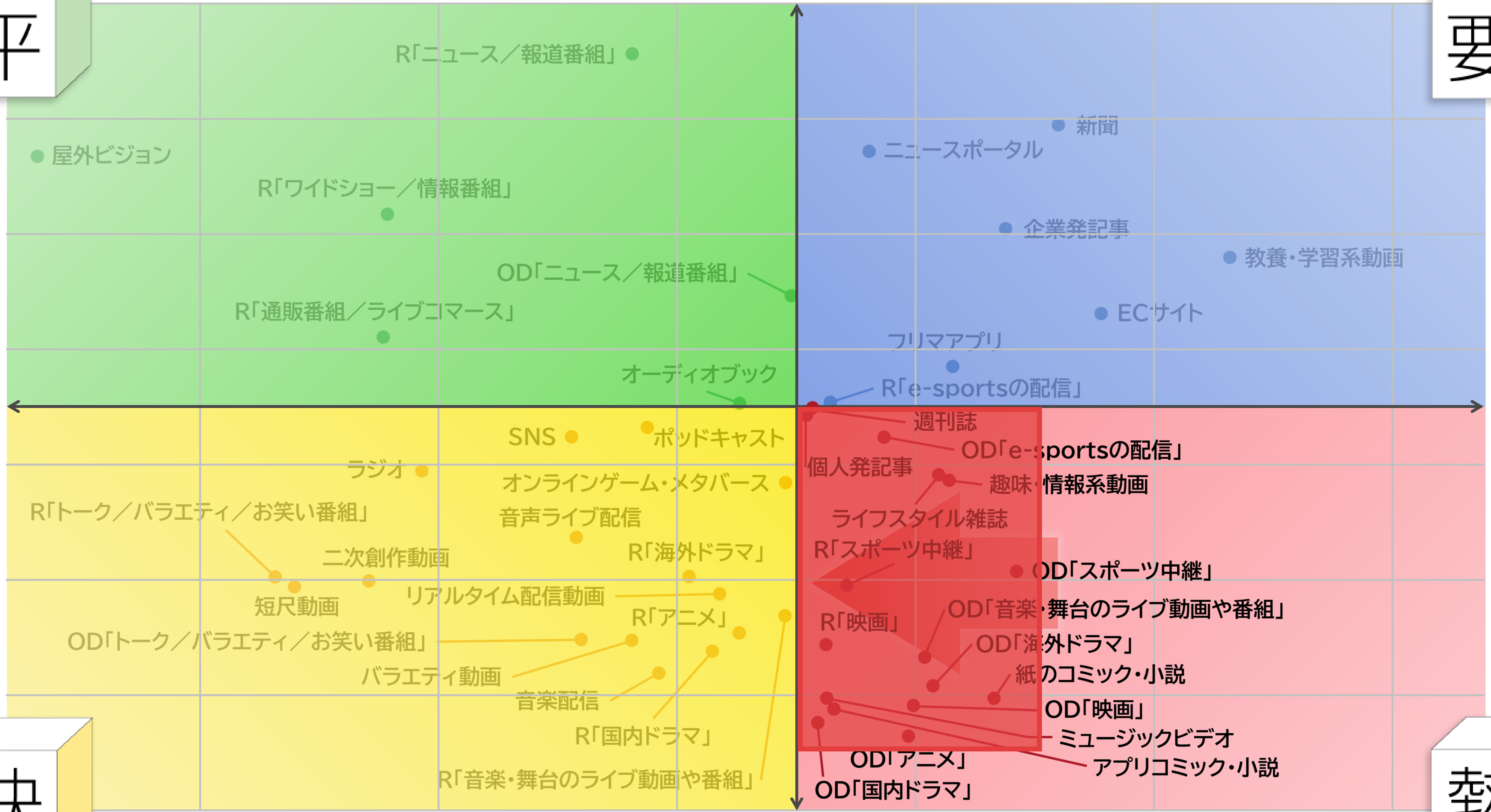
要

なんでも

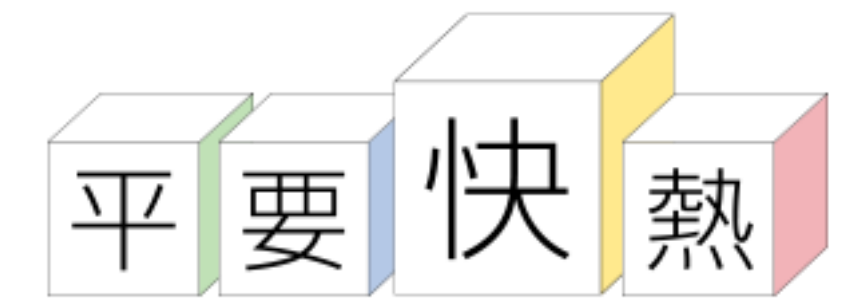
わんわん

快

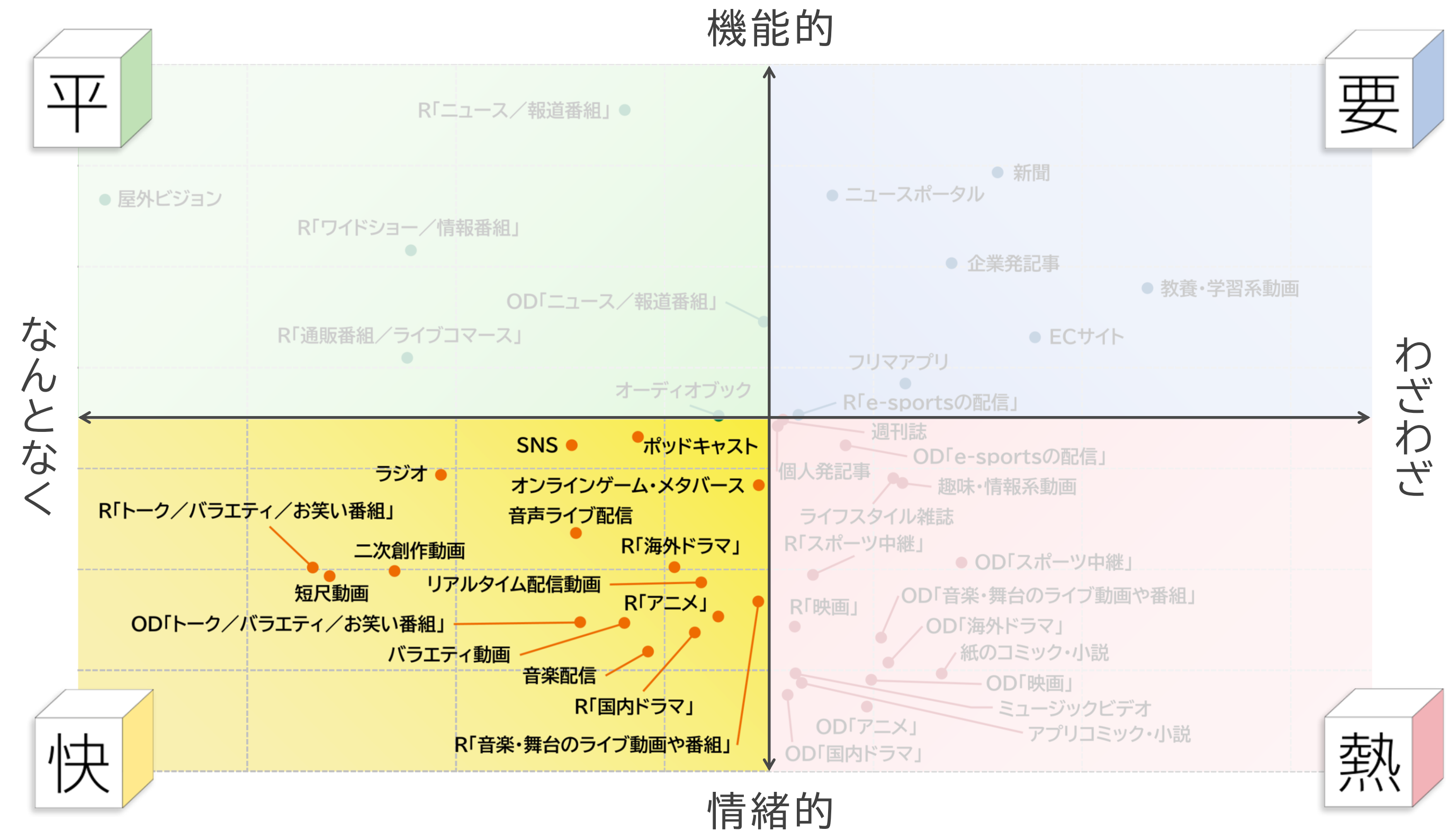
熱



そして、**快**とは ~その代表的な情報行動



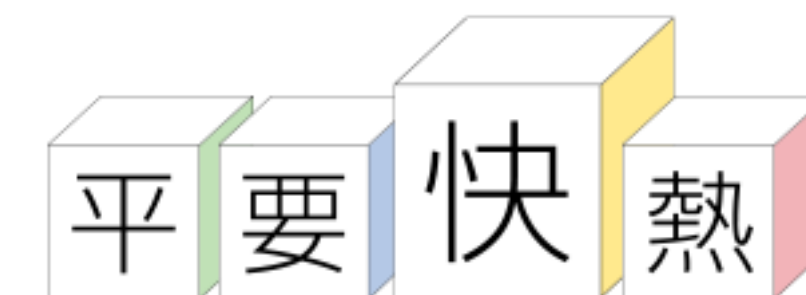
- ① R「トーク／バラエティ／お笑い番組」
- ② R「アニメ」
- ③ R「国内ドラマ」
- ④ R「海外ドラマ」
- ⑤ R「音楽・舞台のライブ動画や番組」
- ⑥ リアルタイム配信動画
- ⑦ OD「トーク／バラエティ／お笑い番組」
- ⑧ バラエティ動画
- ⑨ 短尺動画
- ⑩ 二次創作動画
- ⑪ SNS
- ⑫ ラジオ
- ⑬ ポッドキャスト
- ⑭ 音声ライブ配信
- ⑮ 音楽配信
- ⑯ オンラインゲーム・メタバース





とは ～行動スタイル・意識

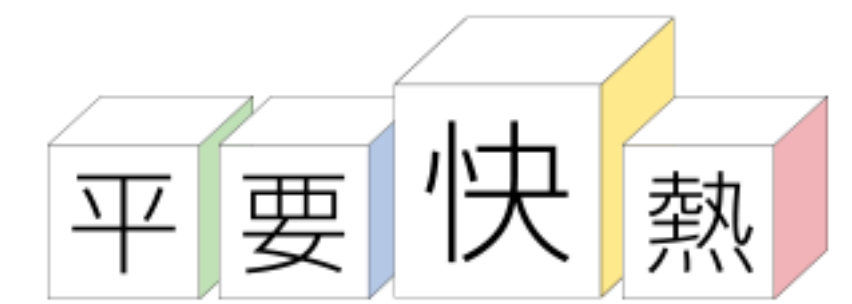
※【快】でよくやっていると感じたメディア行動の特徴



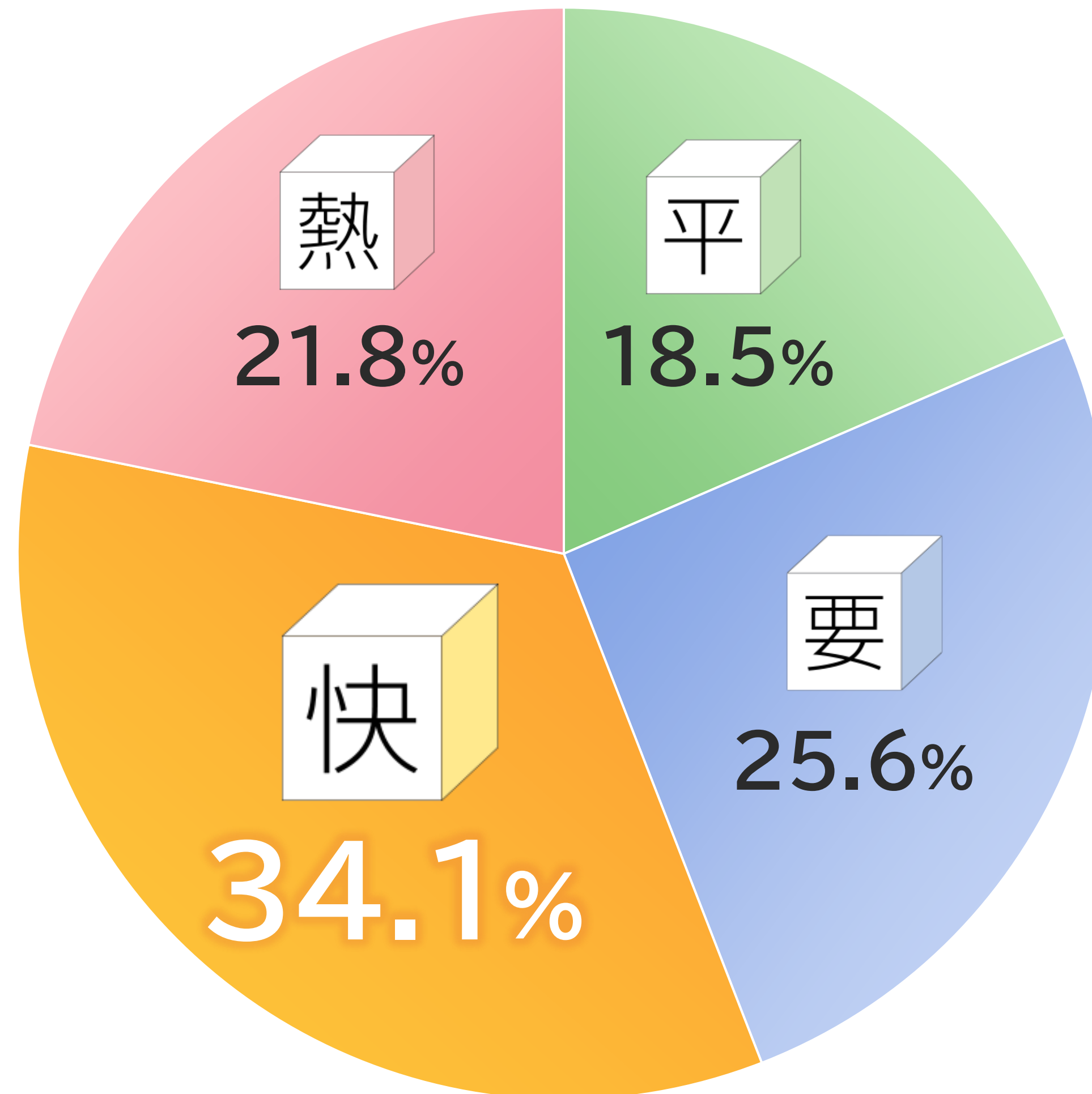
◆【快】は全体的に特徴的な項目が少なく4モード中1位になった項目は1つのみ

【快】全体の行動特徴	%	4モード中順位
それを音声のみで聞く工夫をすることがある	30.1	1位

しかし、最大なのが【快】



<調査45情報行動合計のメディア選択モードのシェア>

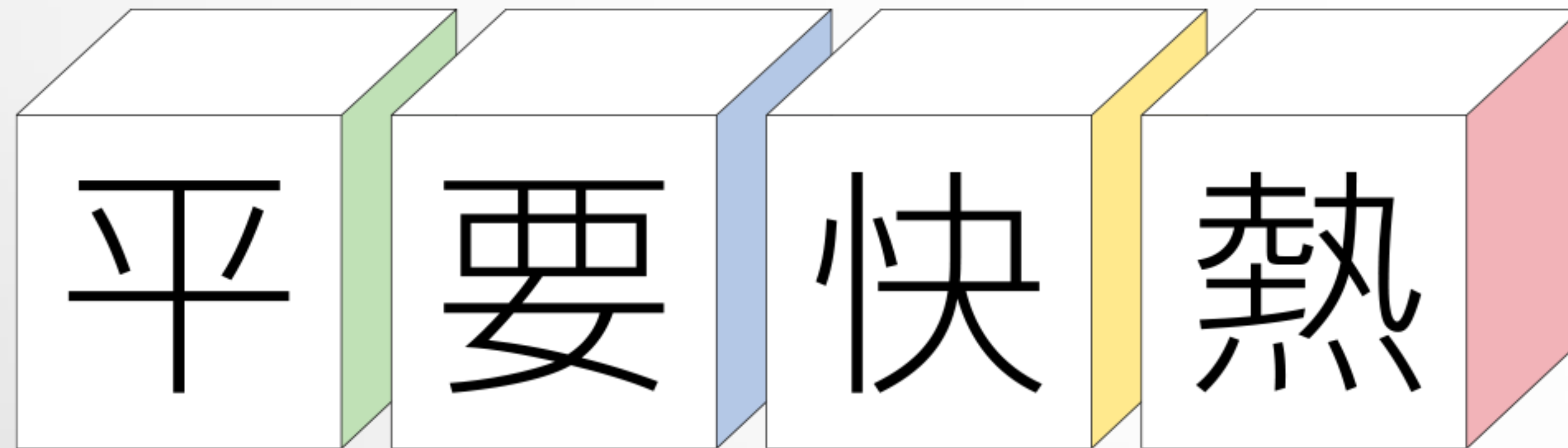


特徴はない、しかし幅広く浸透する「快」

ここに現在のメディア選択の

ヒントがあるのでは？

みんなの

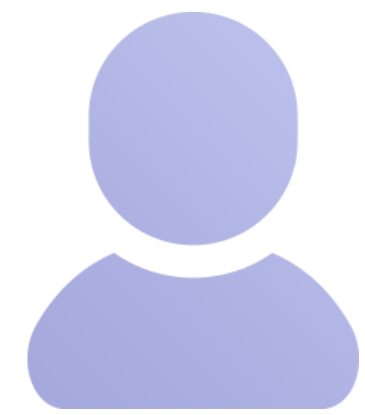


インタビュー調査

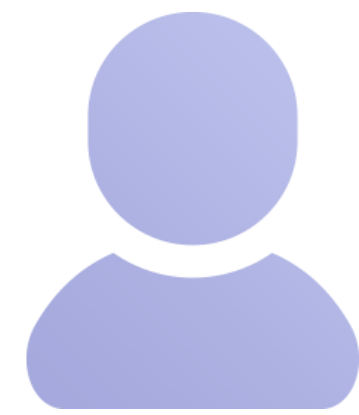
調査方法：事前課題「わたしの平要快熱MAP」作成＋オンラインインタビュー
調査時期：2024年6月12日～7月16日

好きで見ている情報コンテンツがある 20-50代 11名

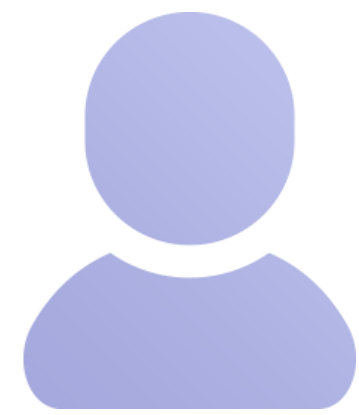
平 要 快 熱



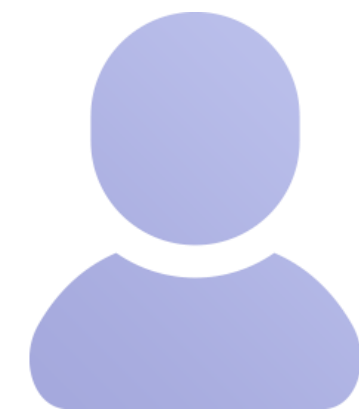
ドラマ好き
(26才)



ニュース好き
(28才)



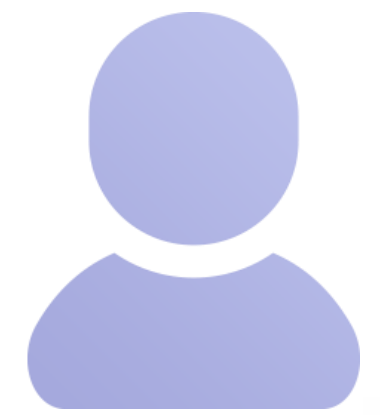
バスケ&ドラマ好き
(47才)



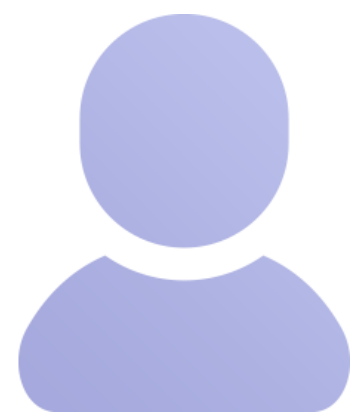
アート好き
(22才)



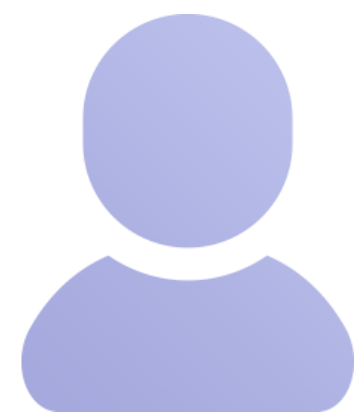
ドラマ&陸上好き
(54才)



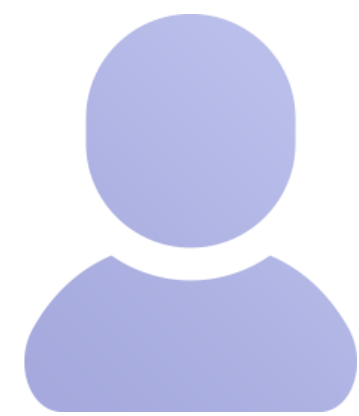
アニメ好き
(25才)



無料動画&アニメ好き
(50才)



バラエティ好き
(52才)



ゲーム実況好き
(29才)



ゲーム実況好き
(34才)

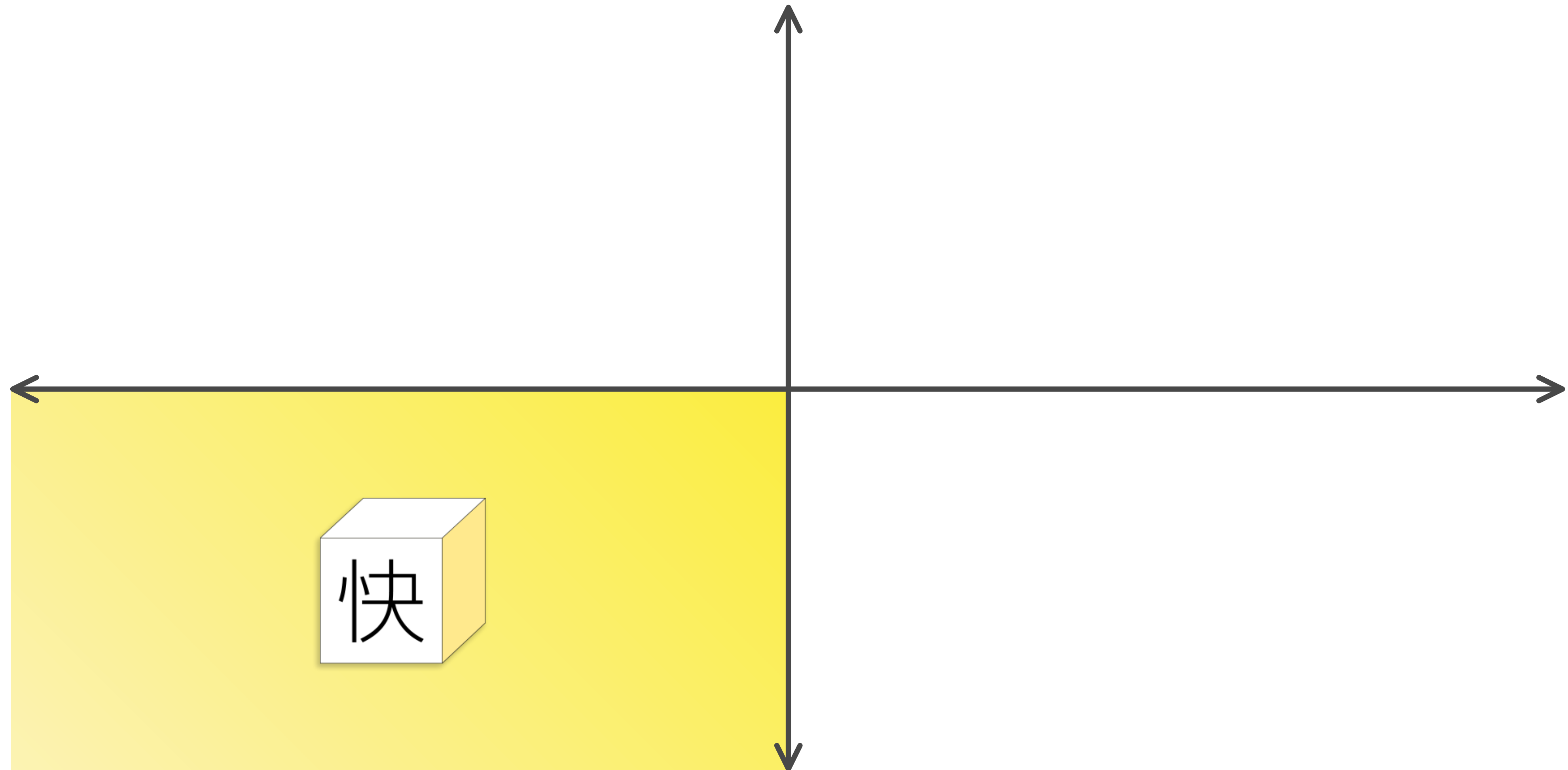
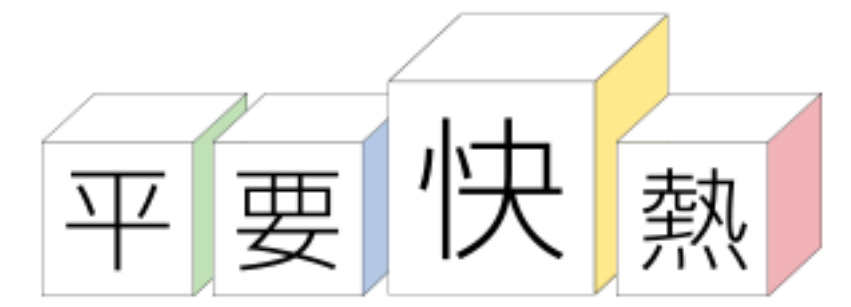


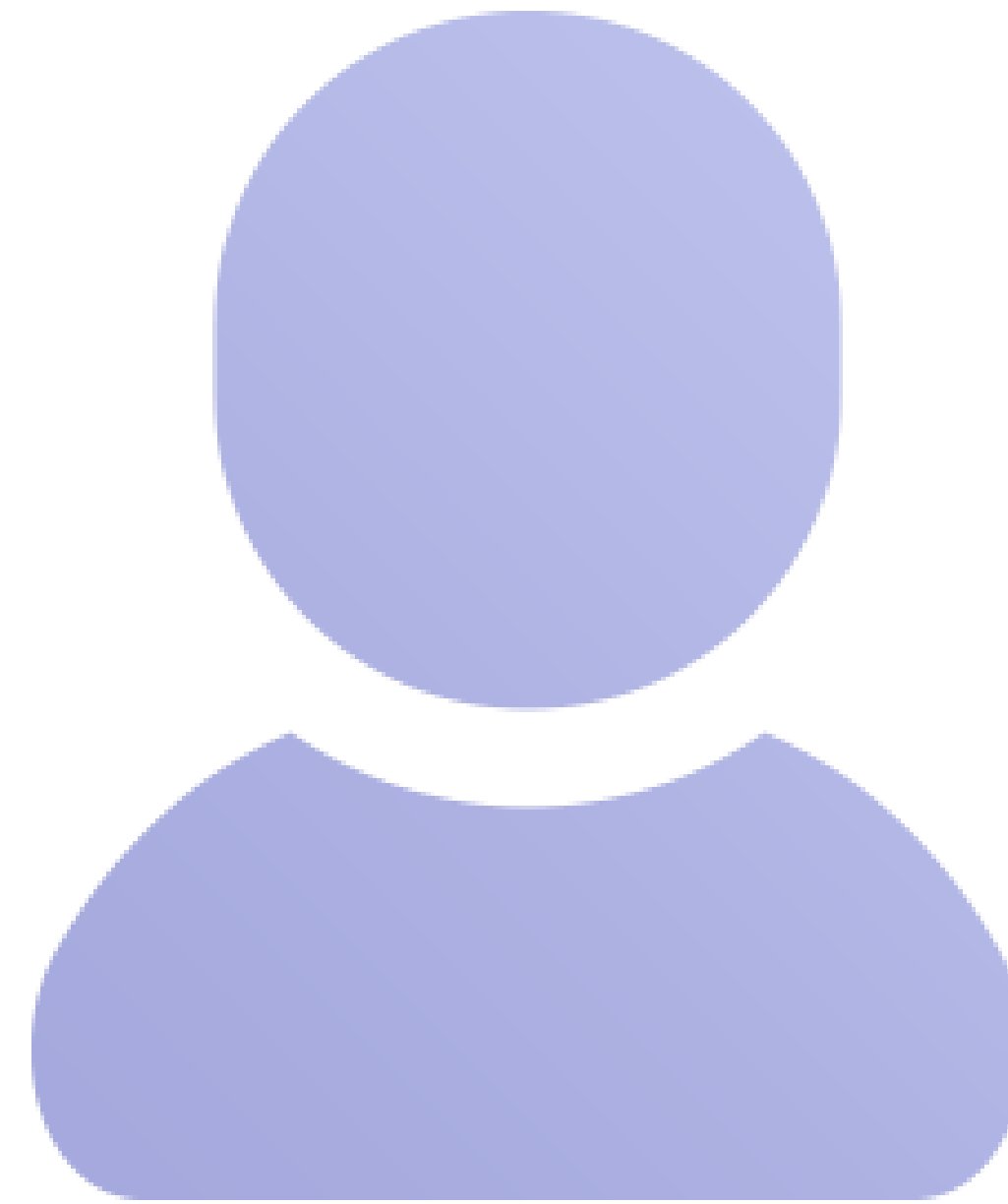
スポーツ観戦好き
(41才)



のメディア選択とは？

「快」=新しい“ながら見”



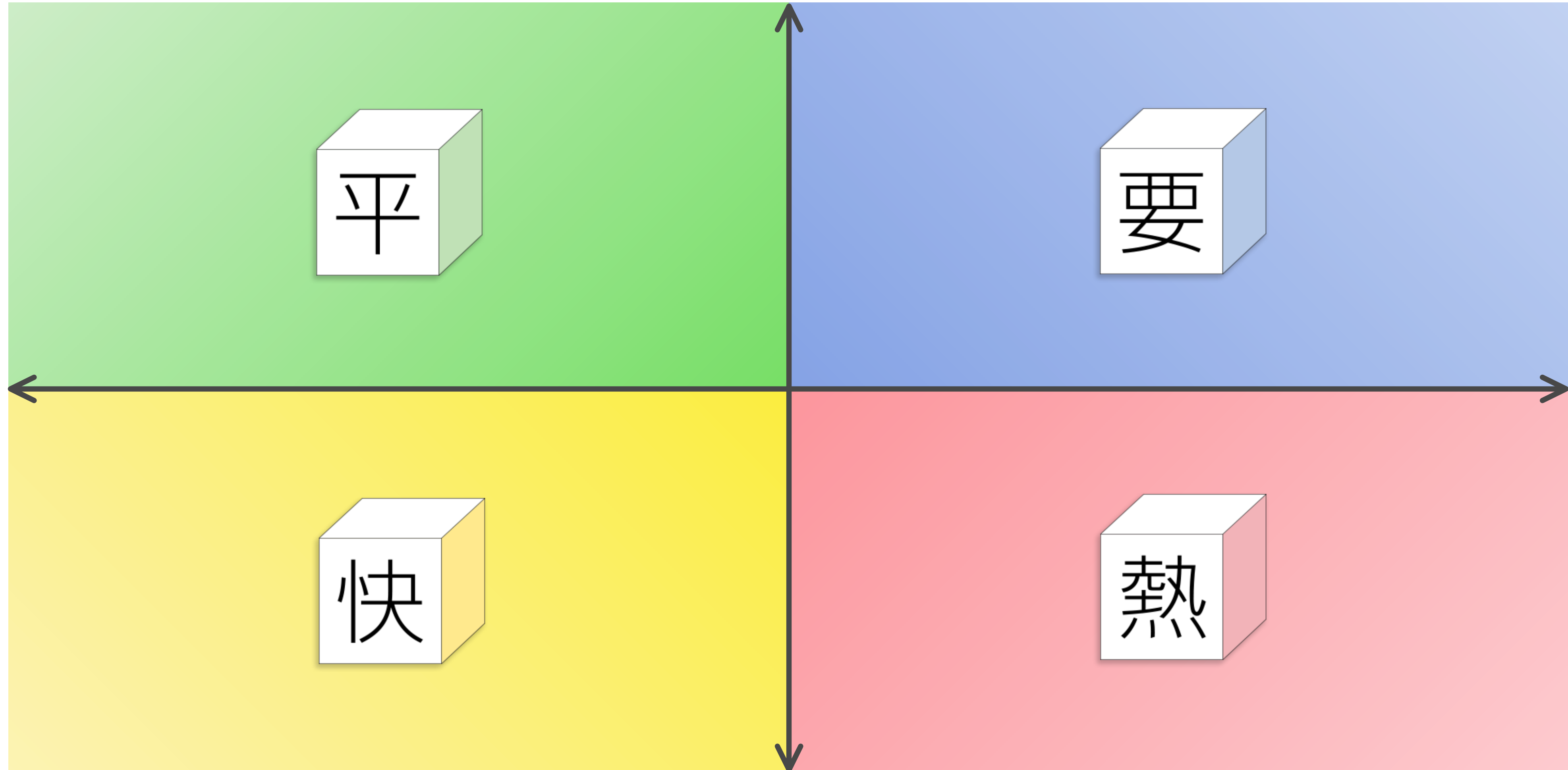


「無料動画&アニメ好き」Sさんの

平要快熱

Sさん (50才)

「無料動画＆アニメ好き」 Sさんの平要快熱MAP



「無料動画＆アニメ好き」 Sさんの平要快熱MAP

平 要 快 熱

起床後すぐ
習慣で見る

朝の情報番組

仕事に必要で
おさえる

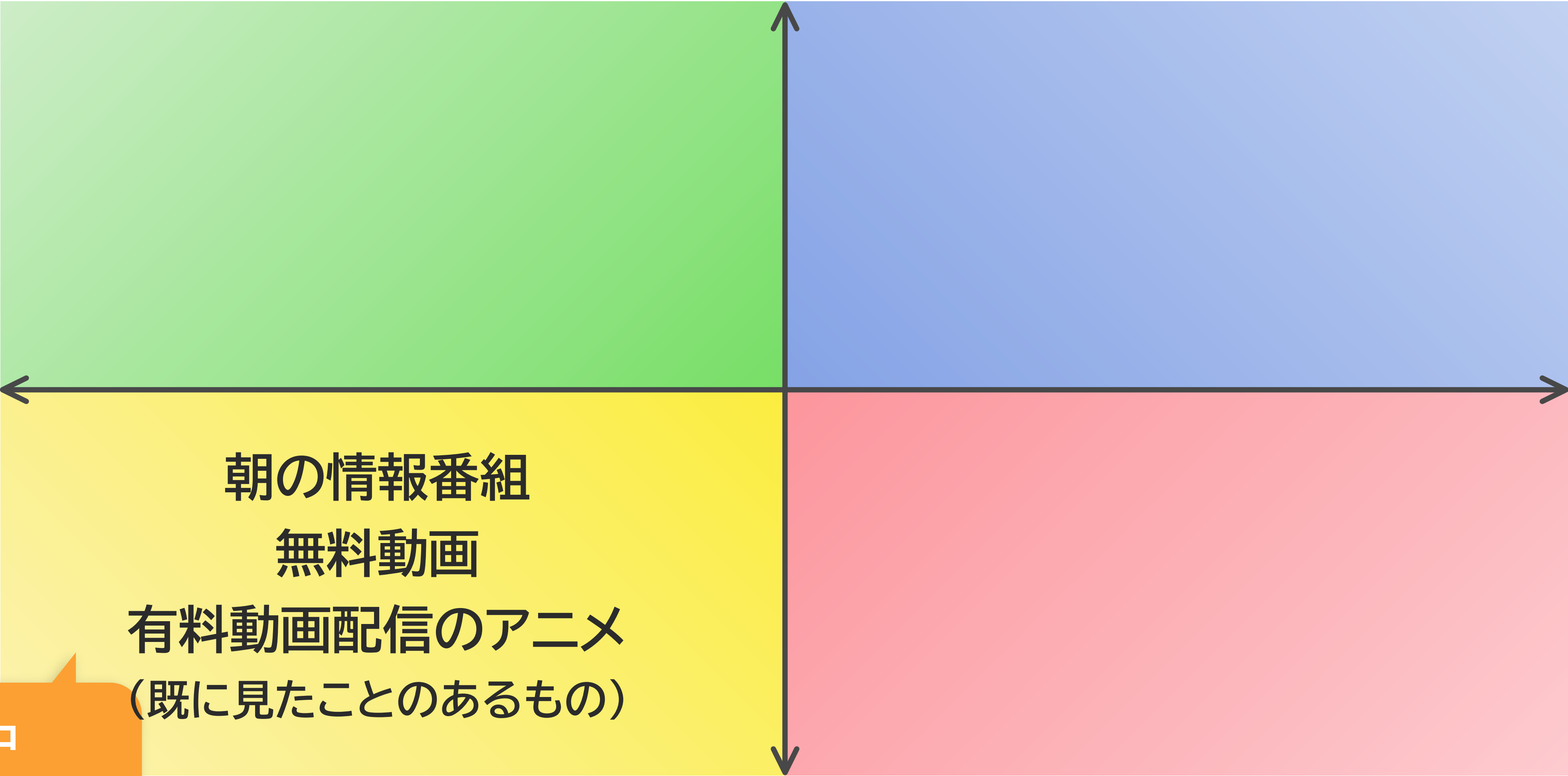
天気予報サイト

無料動画

有料動画配信のアニメ
(初めて見るもの)

夜
集中して見る

「無料動画＆アニメ好き」 Sさんの平要快熱MAP



日中
ながら見

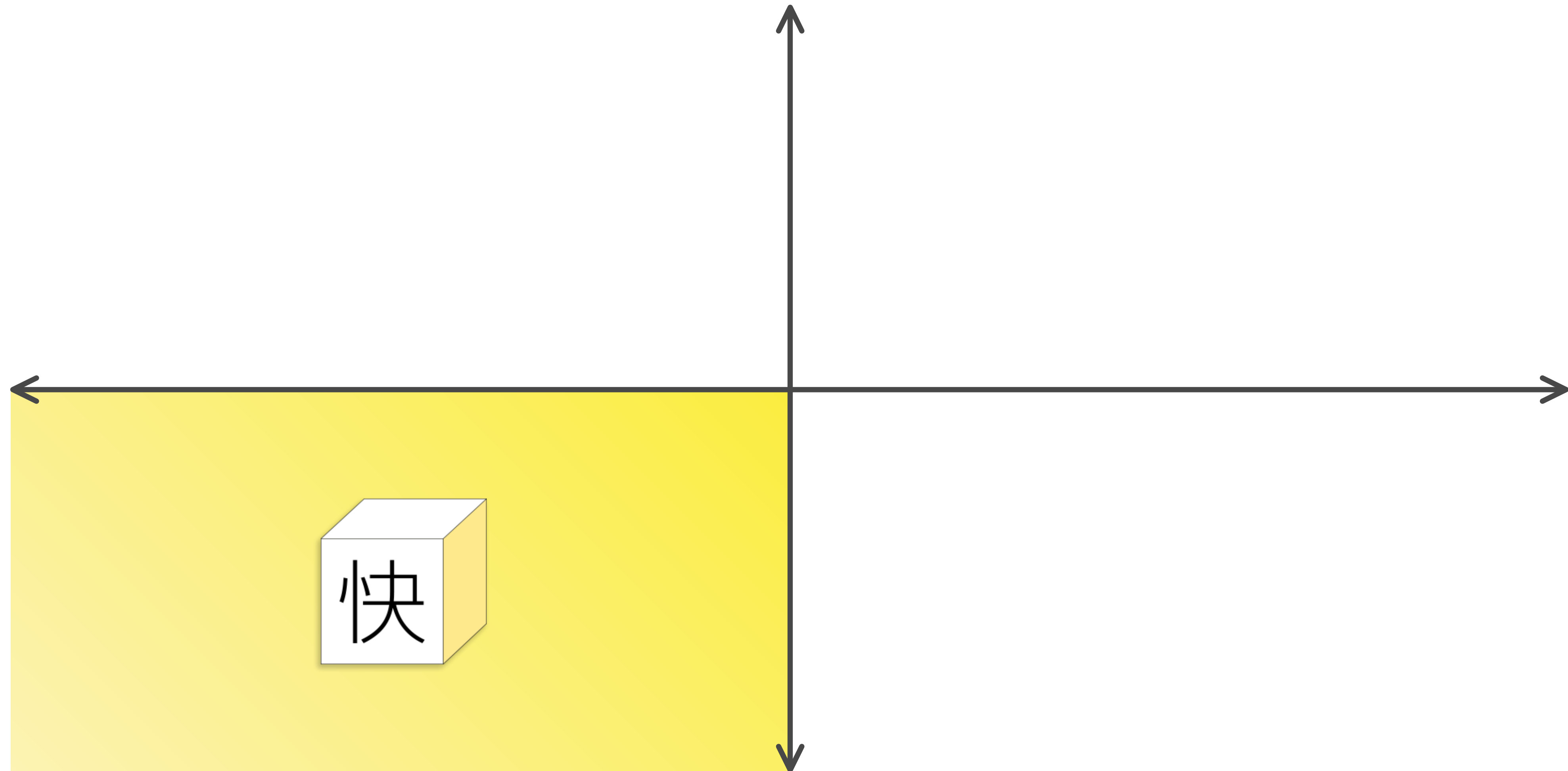
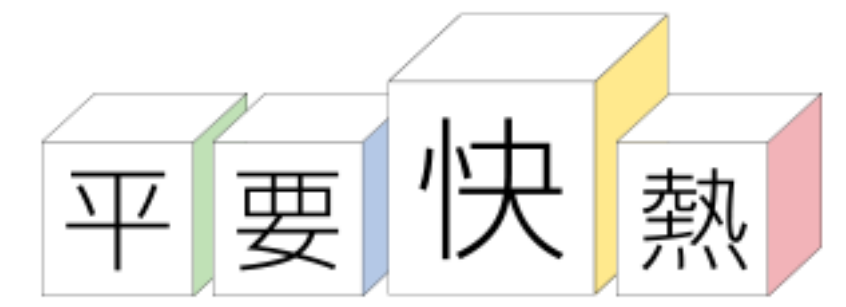


起きている時間のほとんどは
コネクテッドテレビでながら見

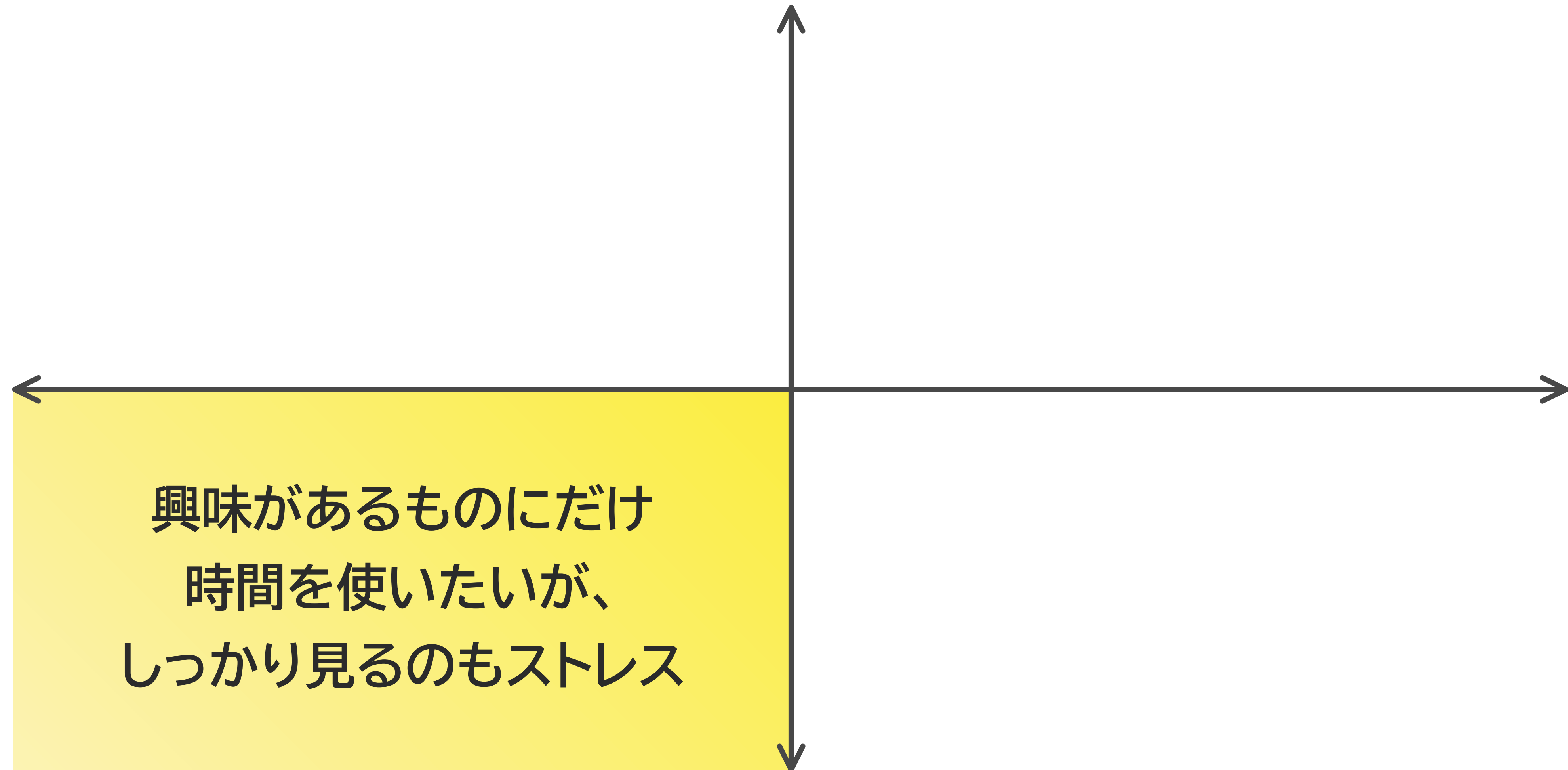
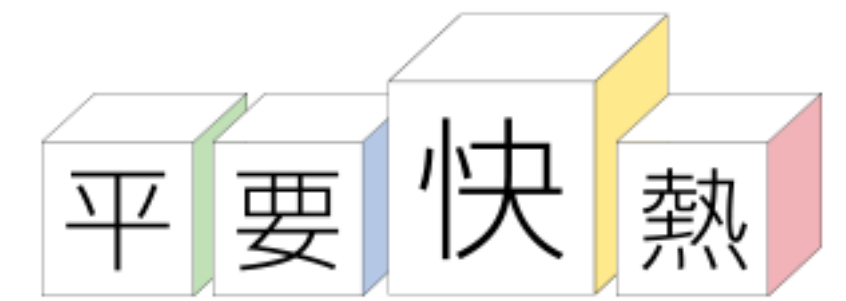
Sさん (50才)

インタビュー映像は当日限定公開となります

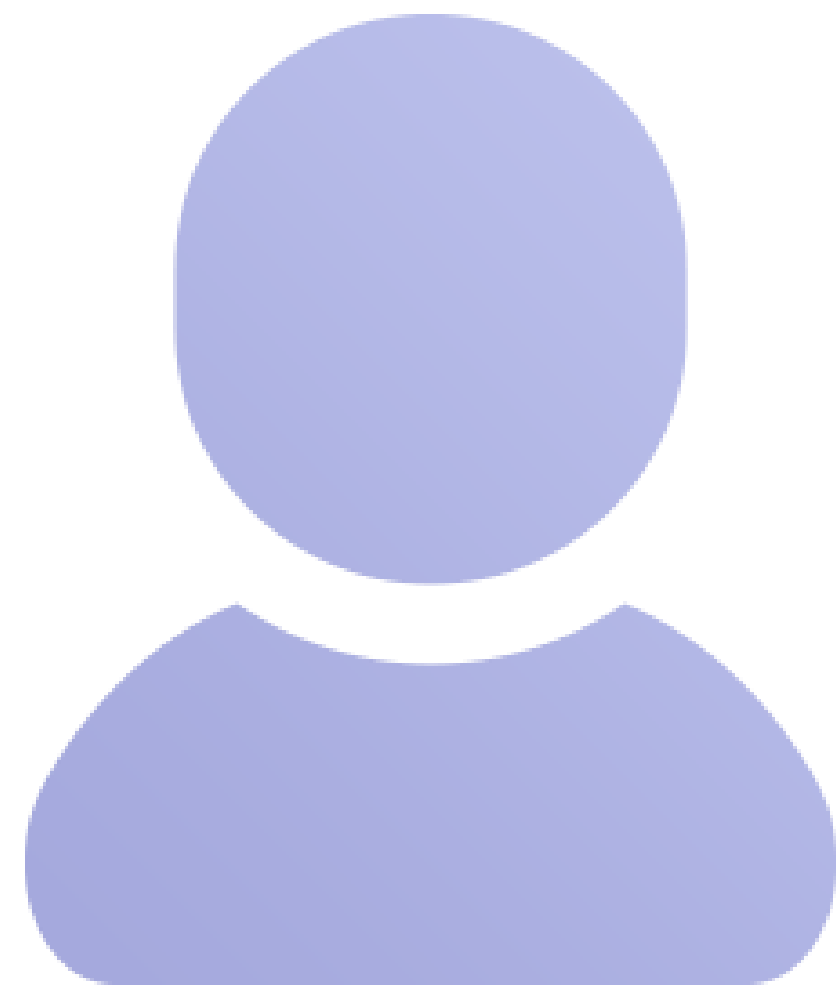
「快」は興味があるものだけに触れながら
心地よくすごす



「快」では、集中しなくて良いという
気楽さも大切



「快」は、PCで好きな配信者の ゲーム実況をながら聞き



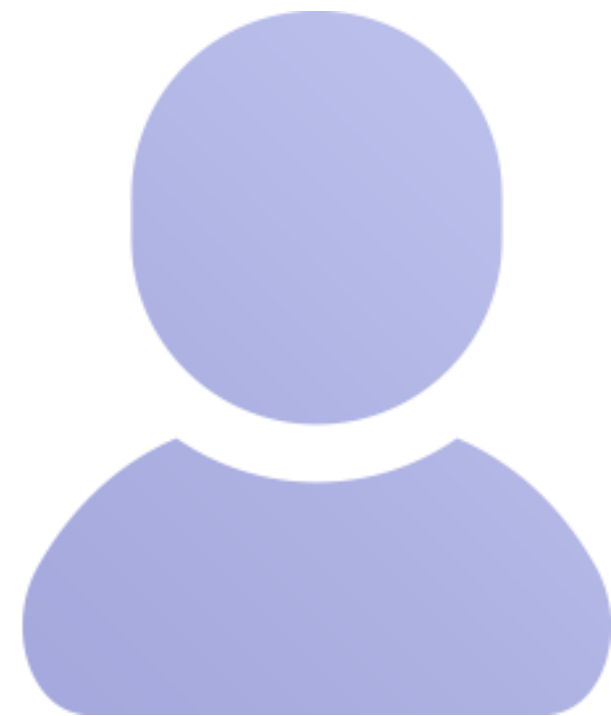
Oさん
(29才)

ゲーム実況も「快」のモードで、PCで複数のタブ開き、作業しながら、ながら聞きしています。

自分の見たい番組が24時間流れているチャンネルがもしあったらすごい。

(ゲーム実況は)自分の本当に見たいものを流しておけるというのが大きいと思う。

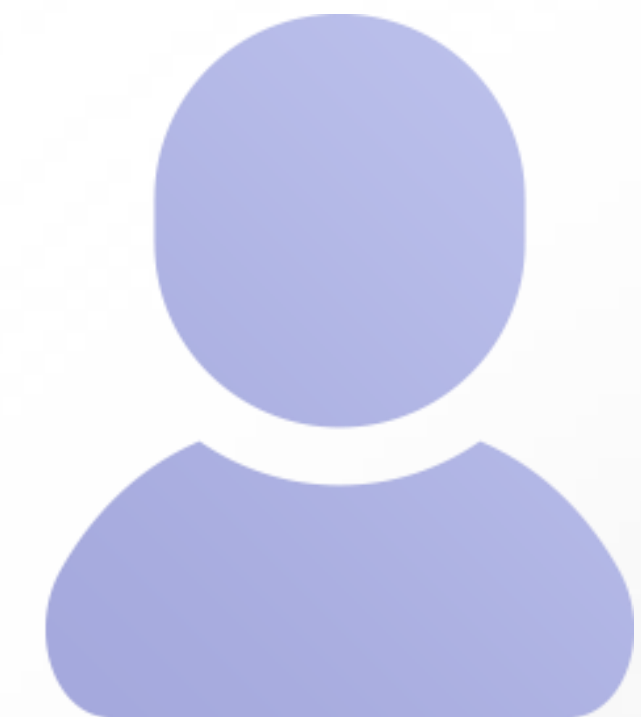
「快」は生活の中に長く溶け込む



Sさん
(50才)

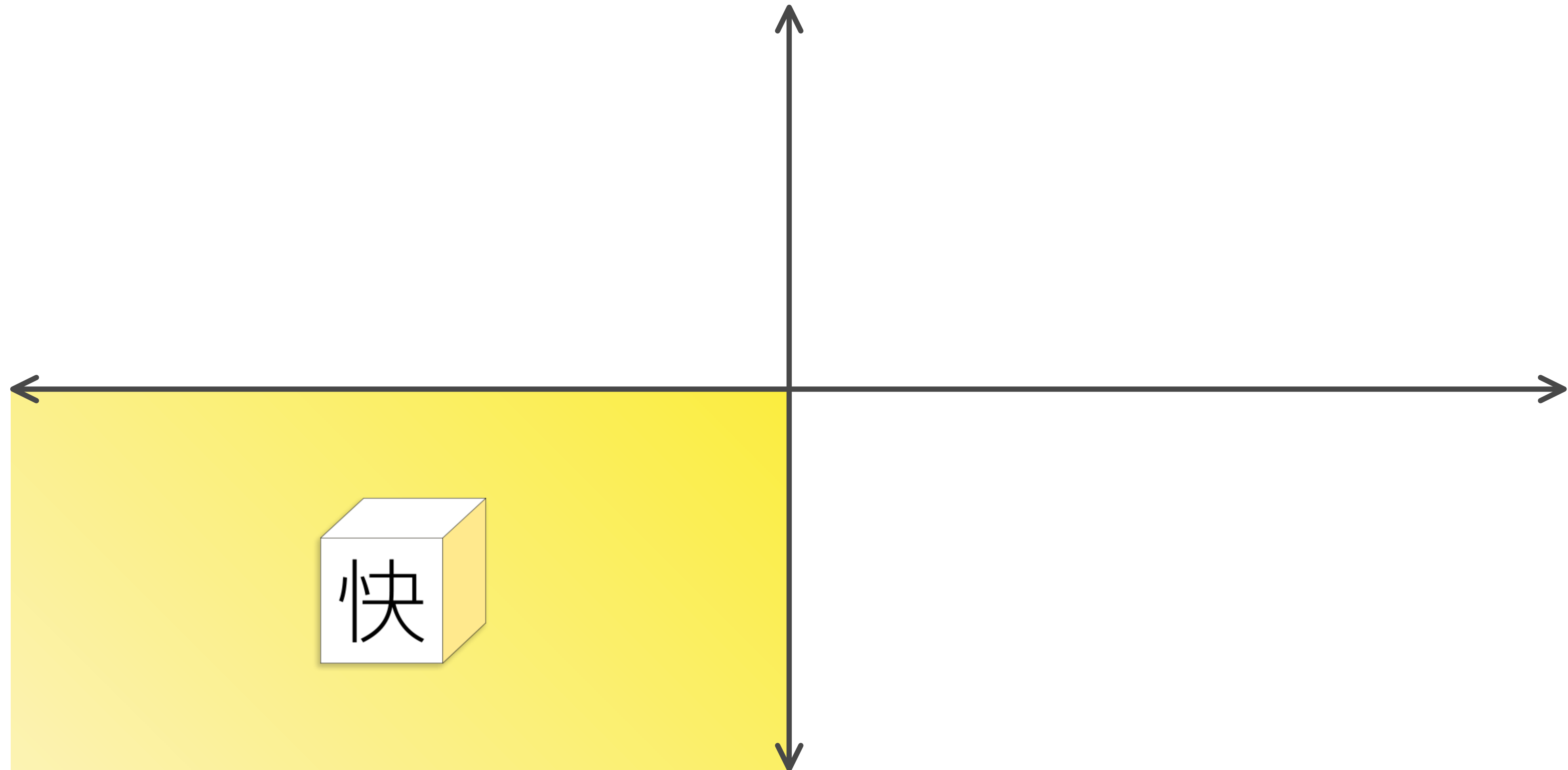
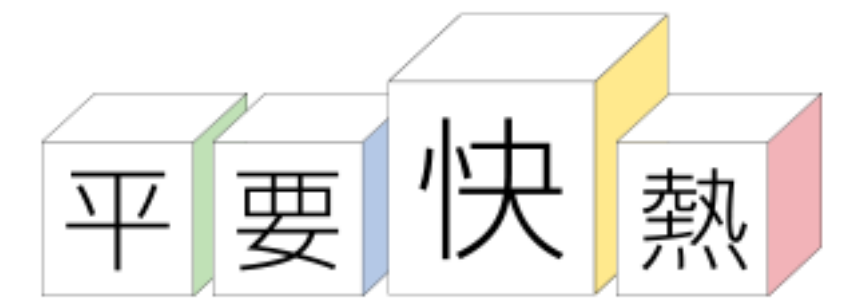
起きている時間のほとんどが、
3番(快)のアニメか無料動画が流れてる

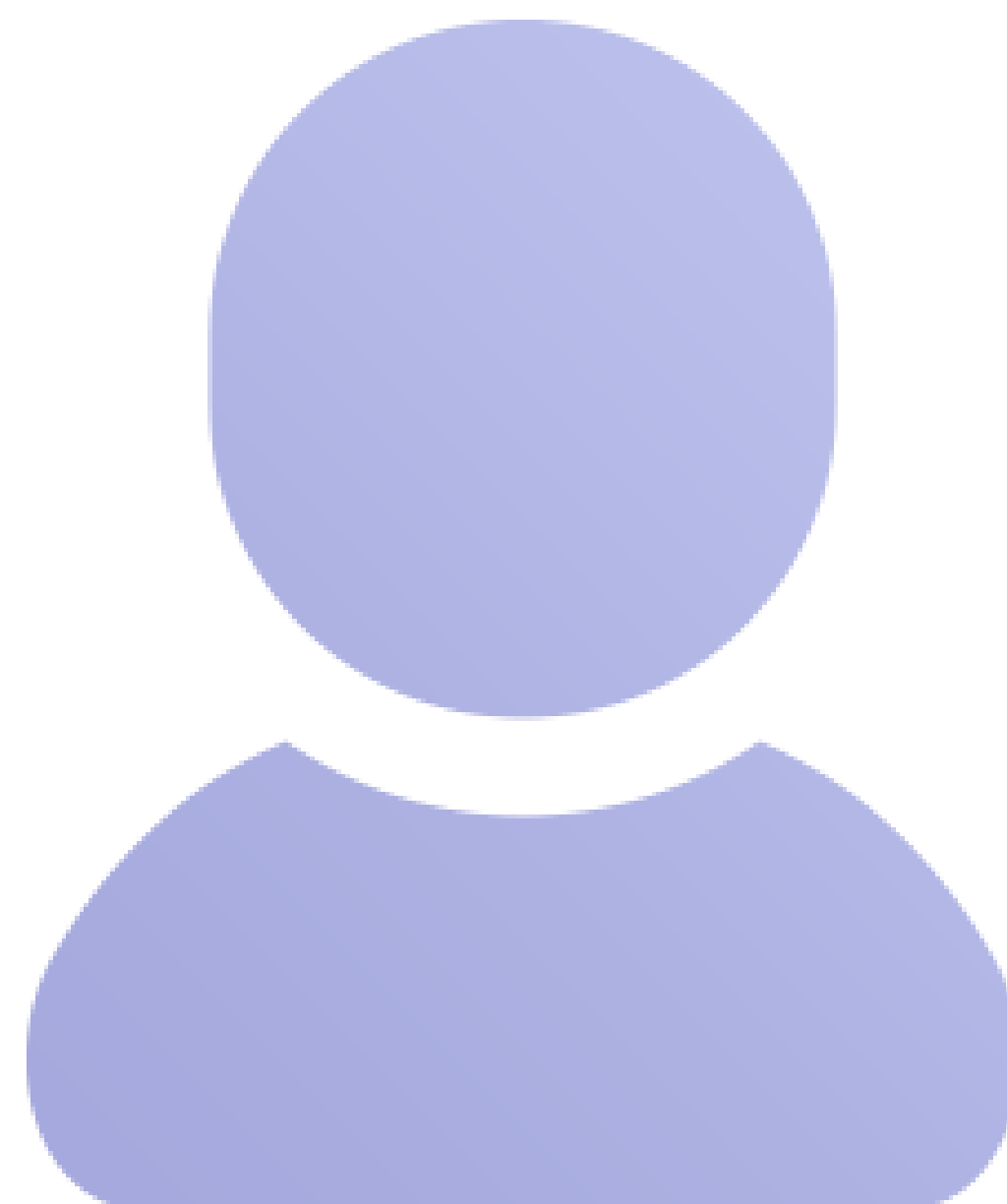
感覚としては、昔実家で特に見てないときも
テレビがつけっぱなしだったみたいに、
(快の)ゲーム実況も **ずっと流してる**



Oさん
(29才)

生活の中でも、なんとなく興味のあるものだけに
触れ続けてて心地よくすごす



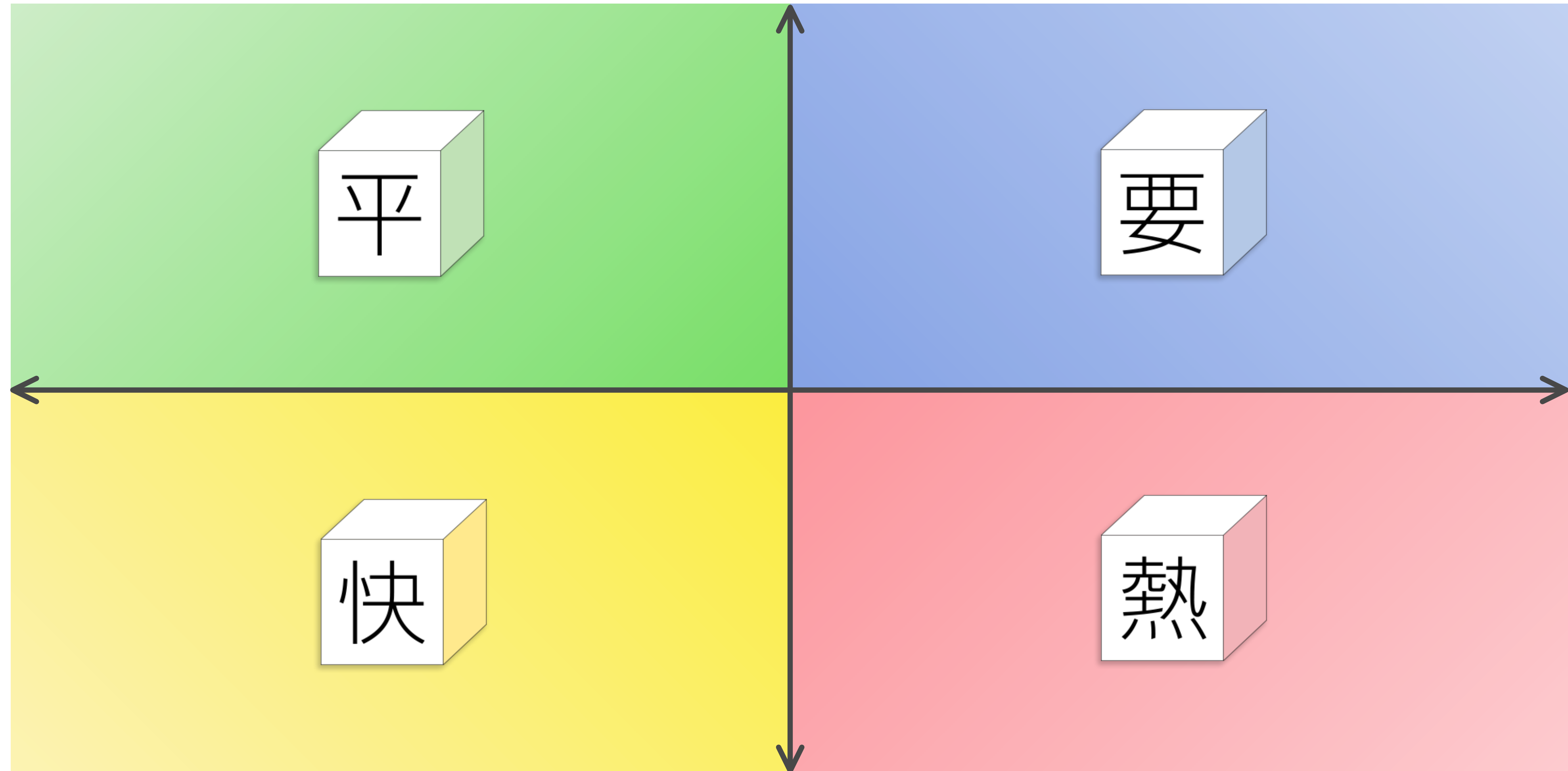


「ドラマ好き」Yさんの

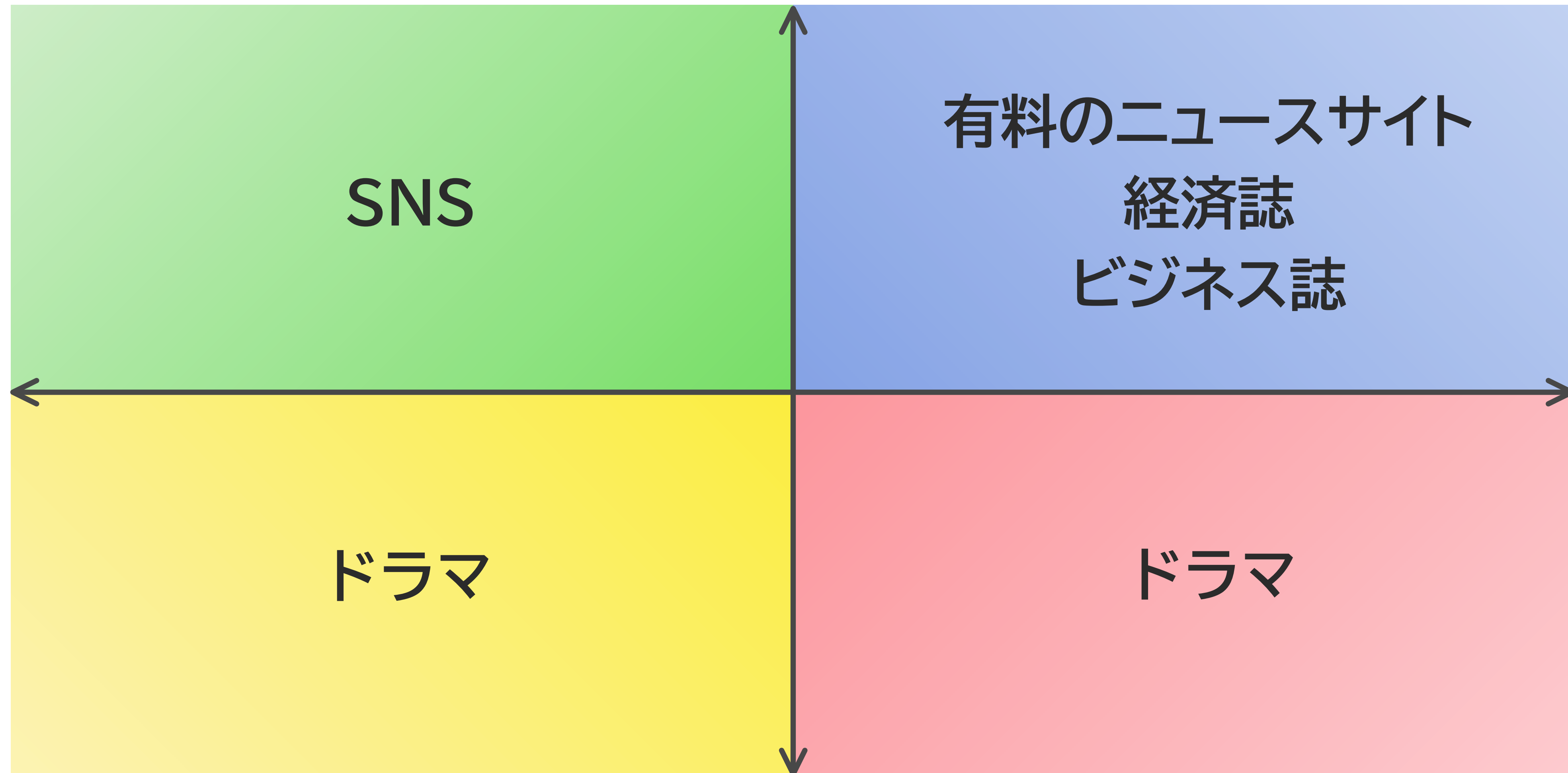
平要快熱

Yさん (26才)

「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP



「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP

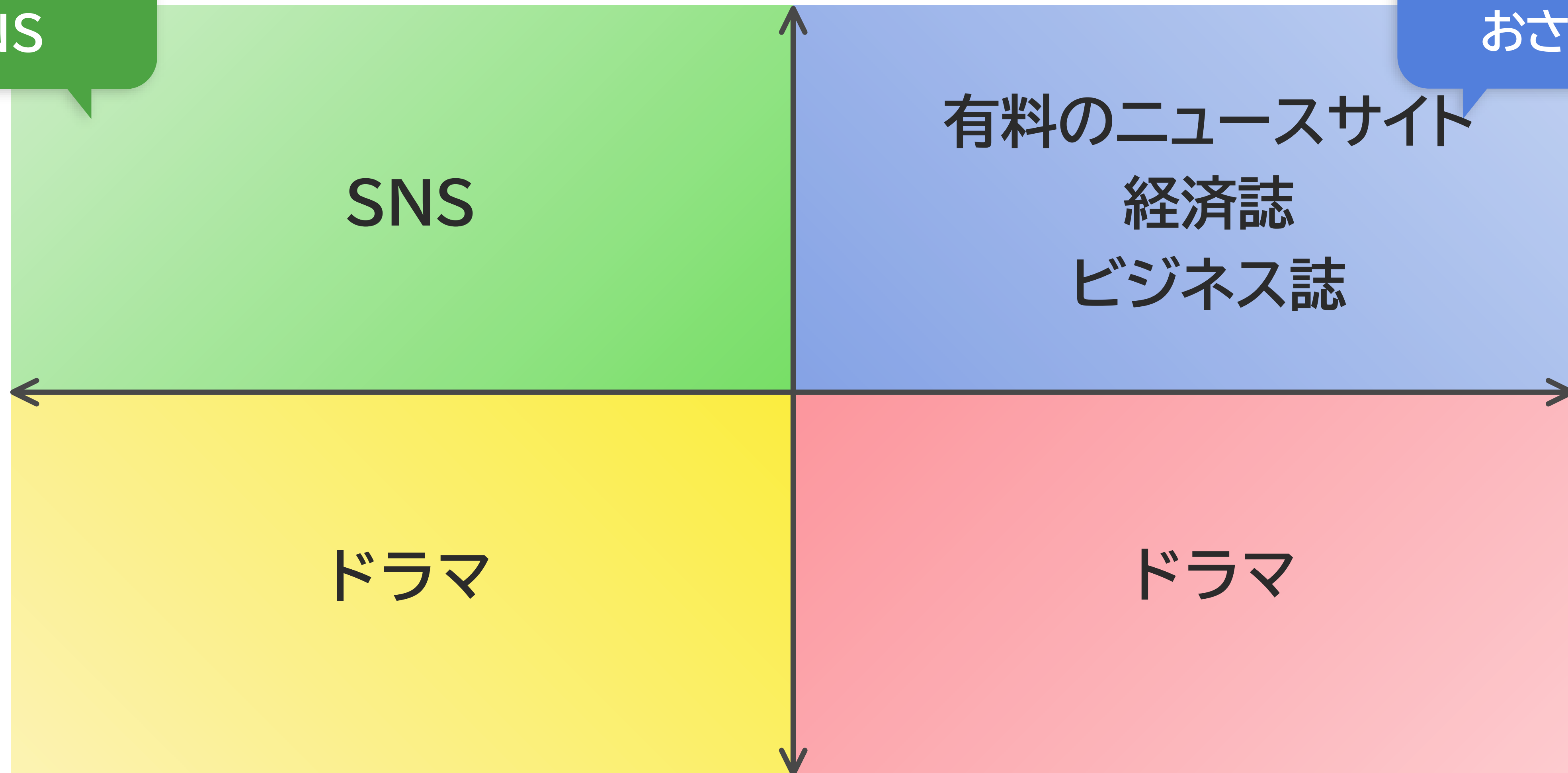


「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP

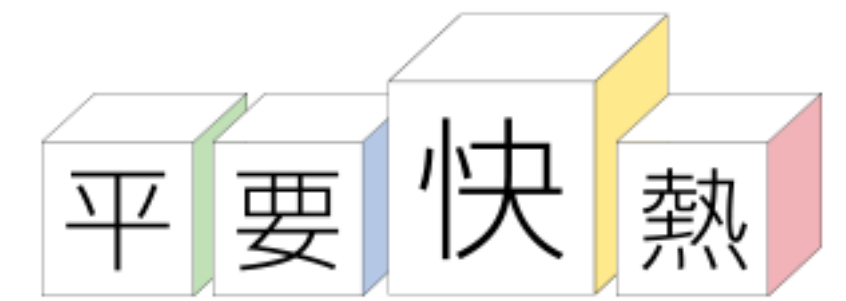


手癖で見る
SNS

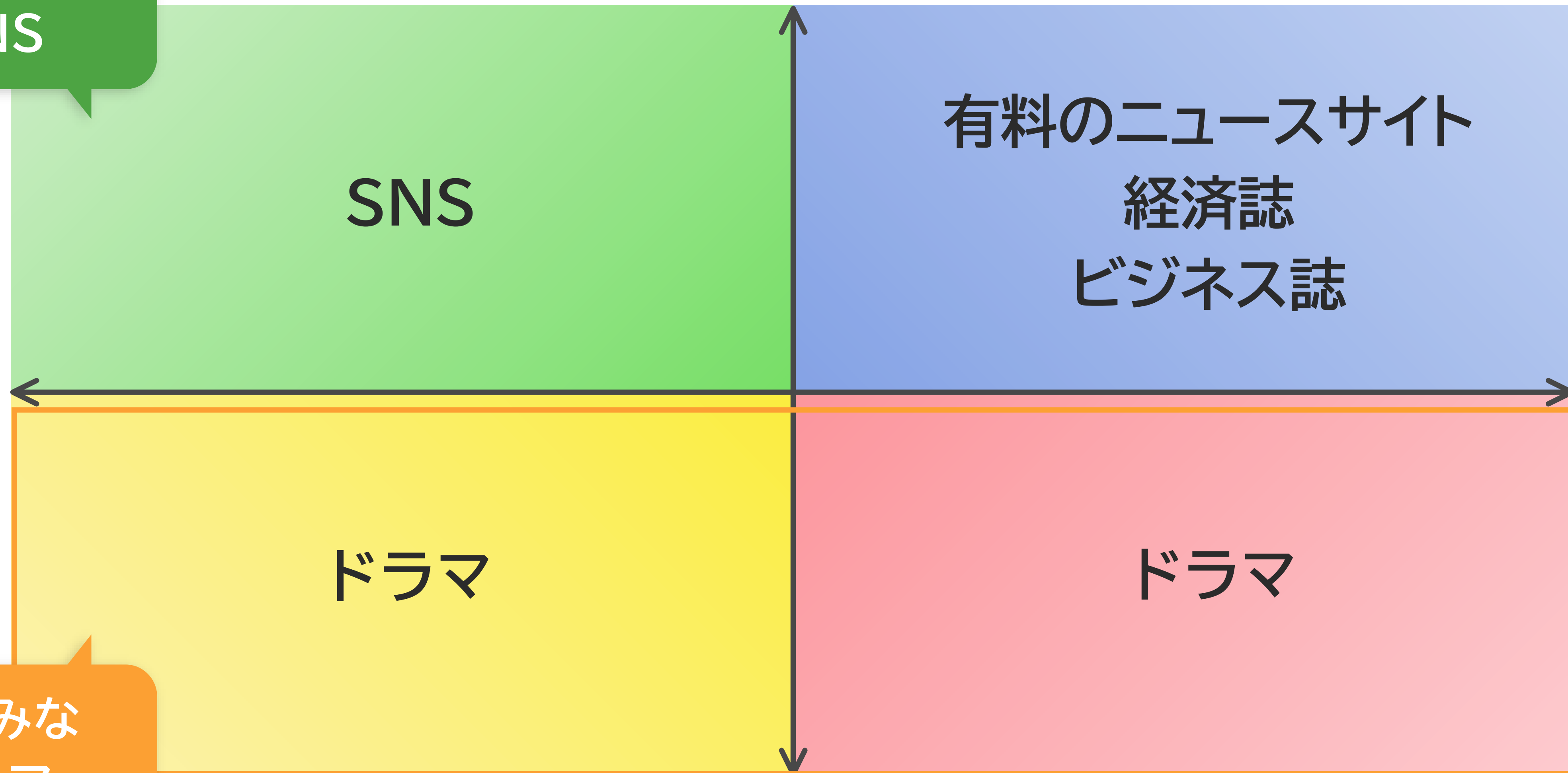
仕事に必要で
おさえる



「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP



手癖で見る
SNS



楽しみな
ドラマ

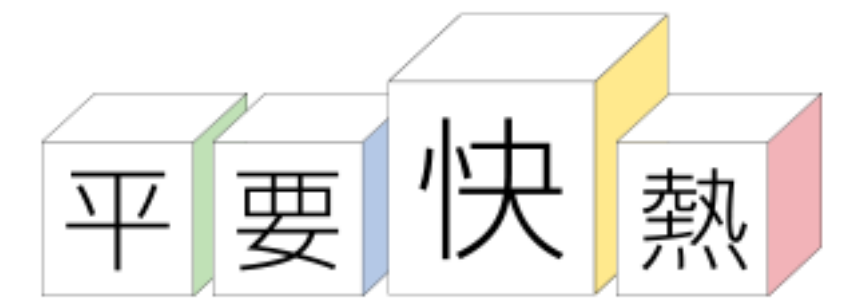


ドラマは私の マインドフルネス

Yさん (26才)

インタビュー映像は当日限定公開となります

常に触れているからこそ、不快を避けたい



「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP

有用だけど
不快な情報
にも遭遇

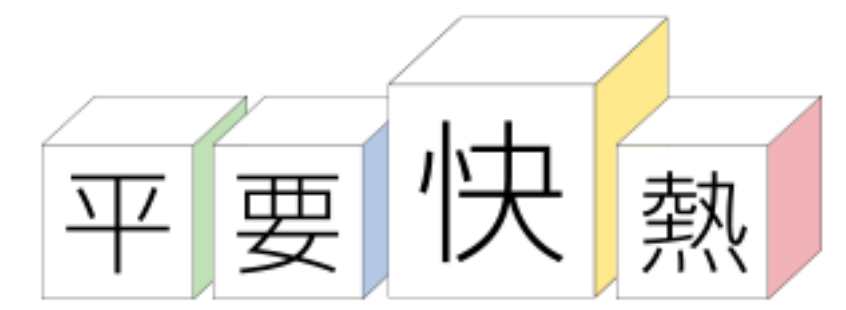
SNS

有料のニュースサイト
経済誌
ビジネス誌

ドラマ

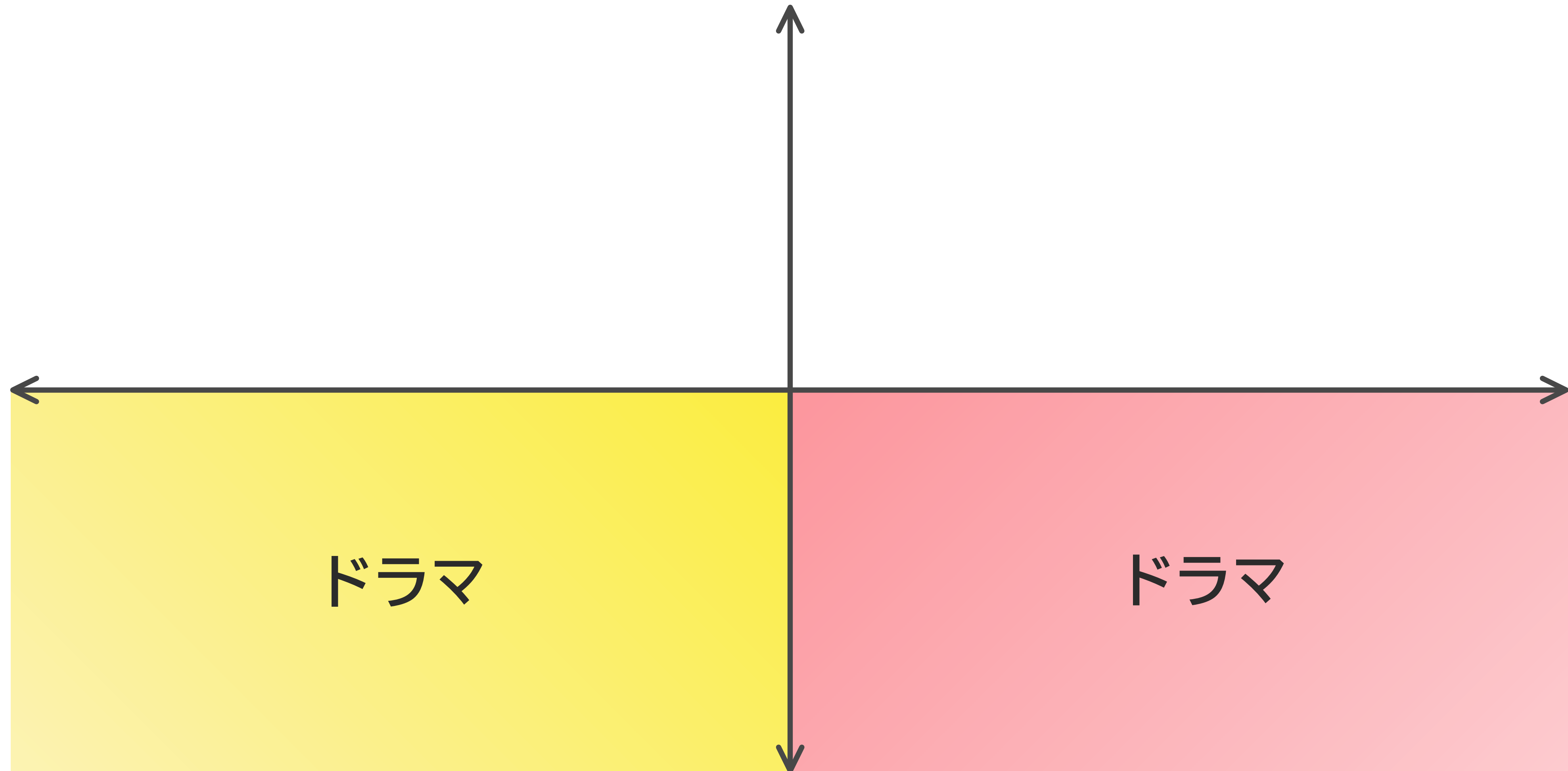
ドラマ

スマホの
時間も極力
ドラマ



「快」でみるドラマとは？

「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP





「快」のドラマで

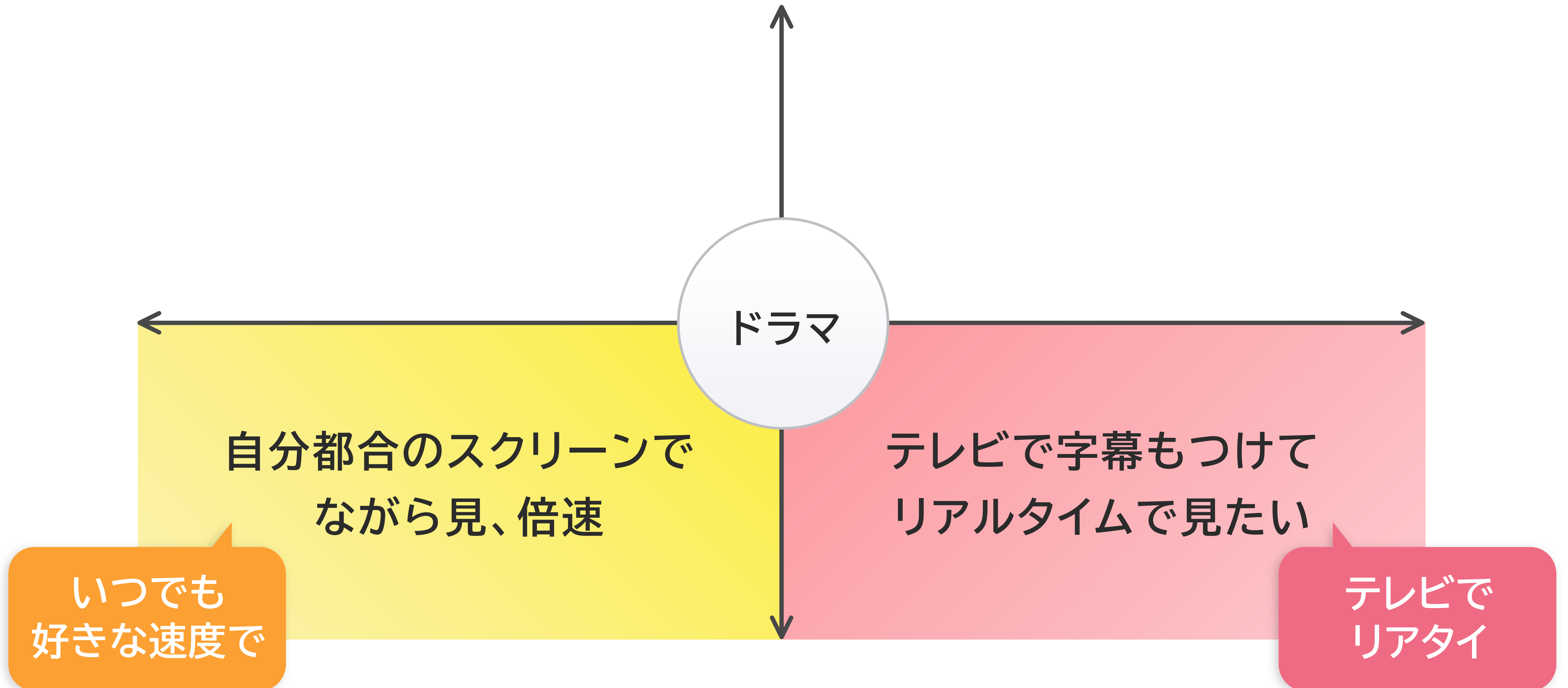
人生充実

Yさん (26才)

インタビュー映像は当日限定公開となります

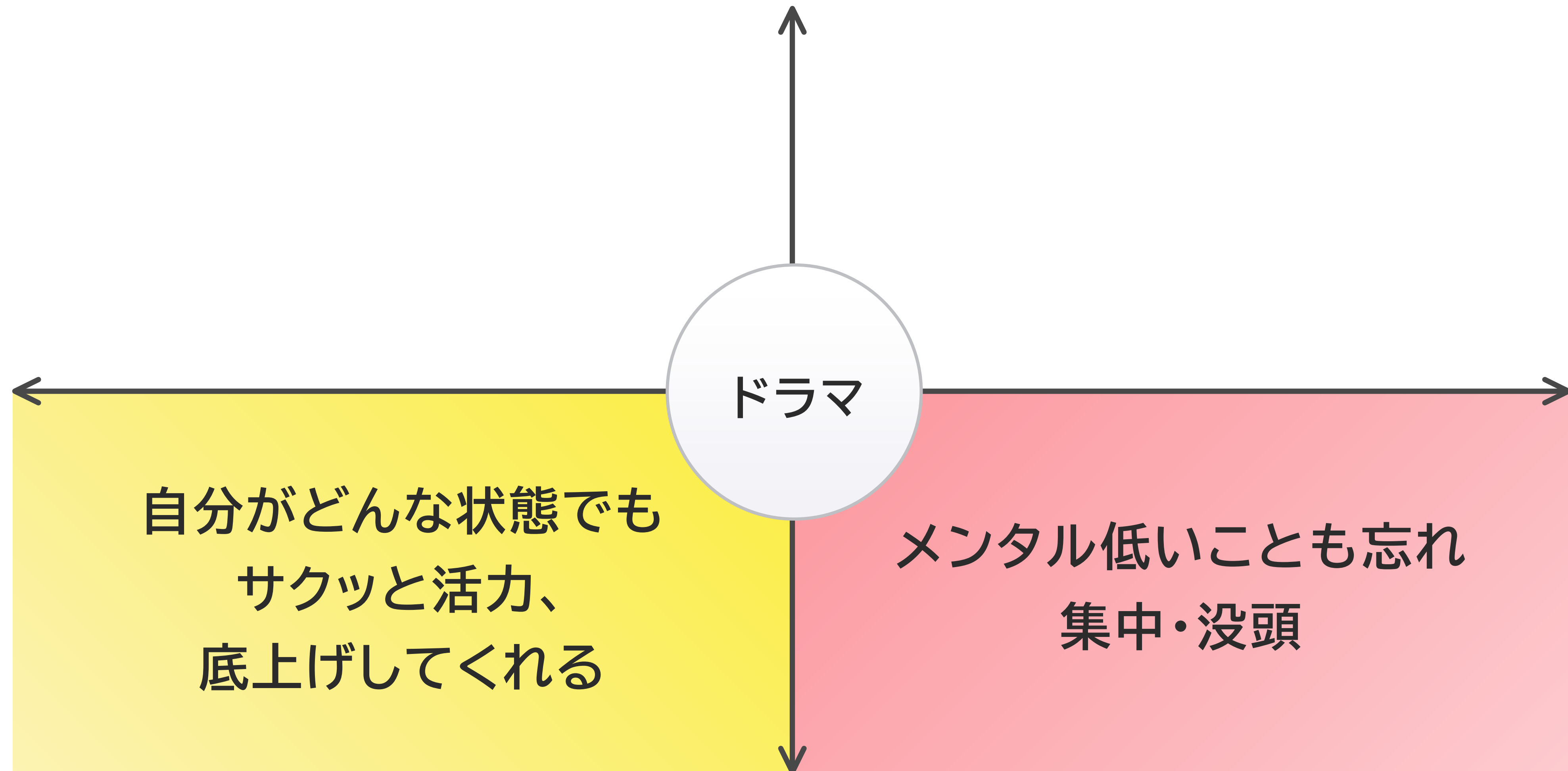
「快」は、自分に主導権と自由がある

「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP



「快」の充実 = 毎日の充実

「ドラマ好き」Yさんの平要快熱MAP



- ◆ 生活の中でも、なんとなく**興味のあるものだけに**触れ続けて**心地よくすごす**
- ◆ 常にメディアに触れているからこそ**「不快」を避けたい**
- ◆ 「快」は**自分に主導権と自由がある**
- ◆ 「快」の充実 = **毎日の充実**

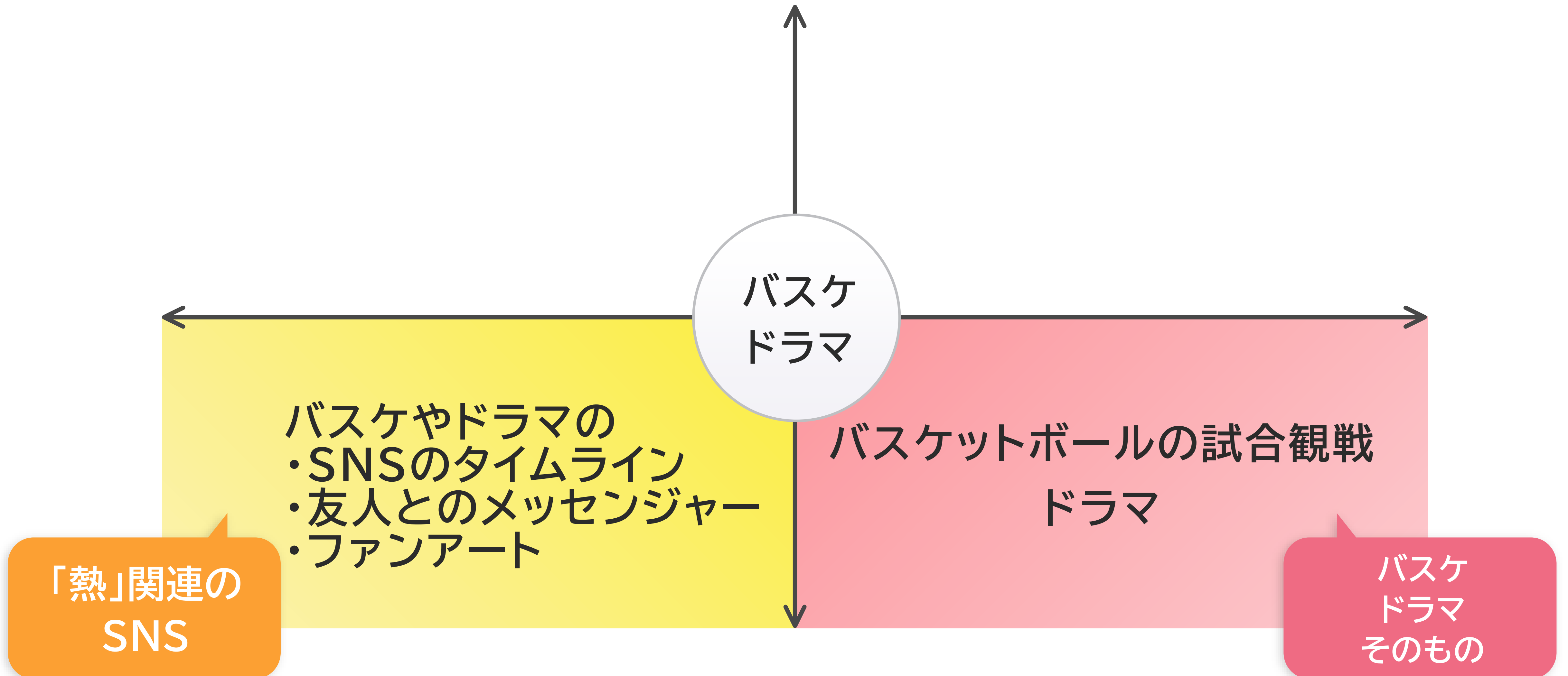
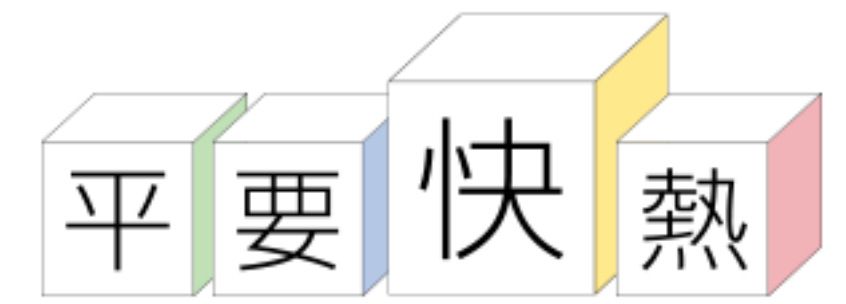


「バスケット&ドラマ好き」Tさんの

平要快熱

Tさん (47才)

「バスケ&ドラマ好き」Tさんの快と熱



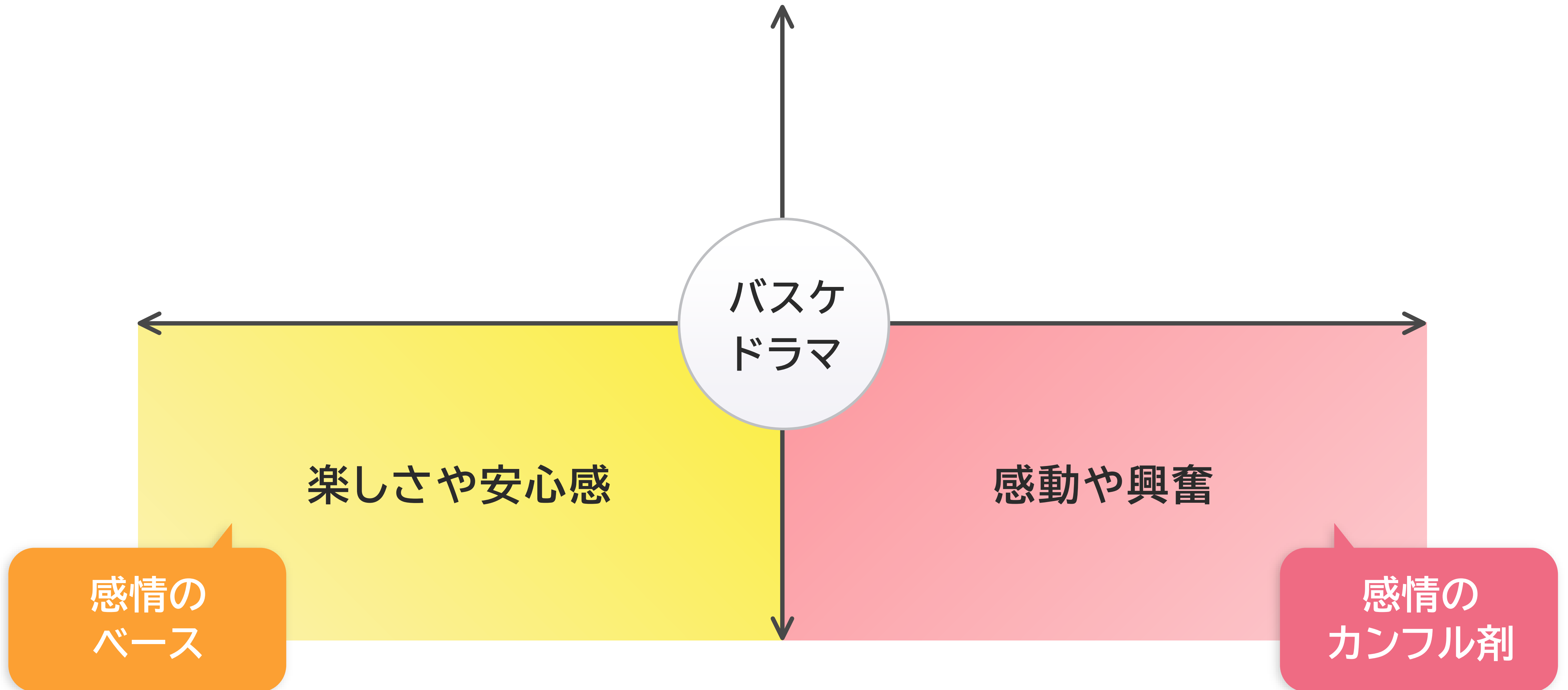


「快」はベース

Tさん (47才)

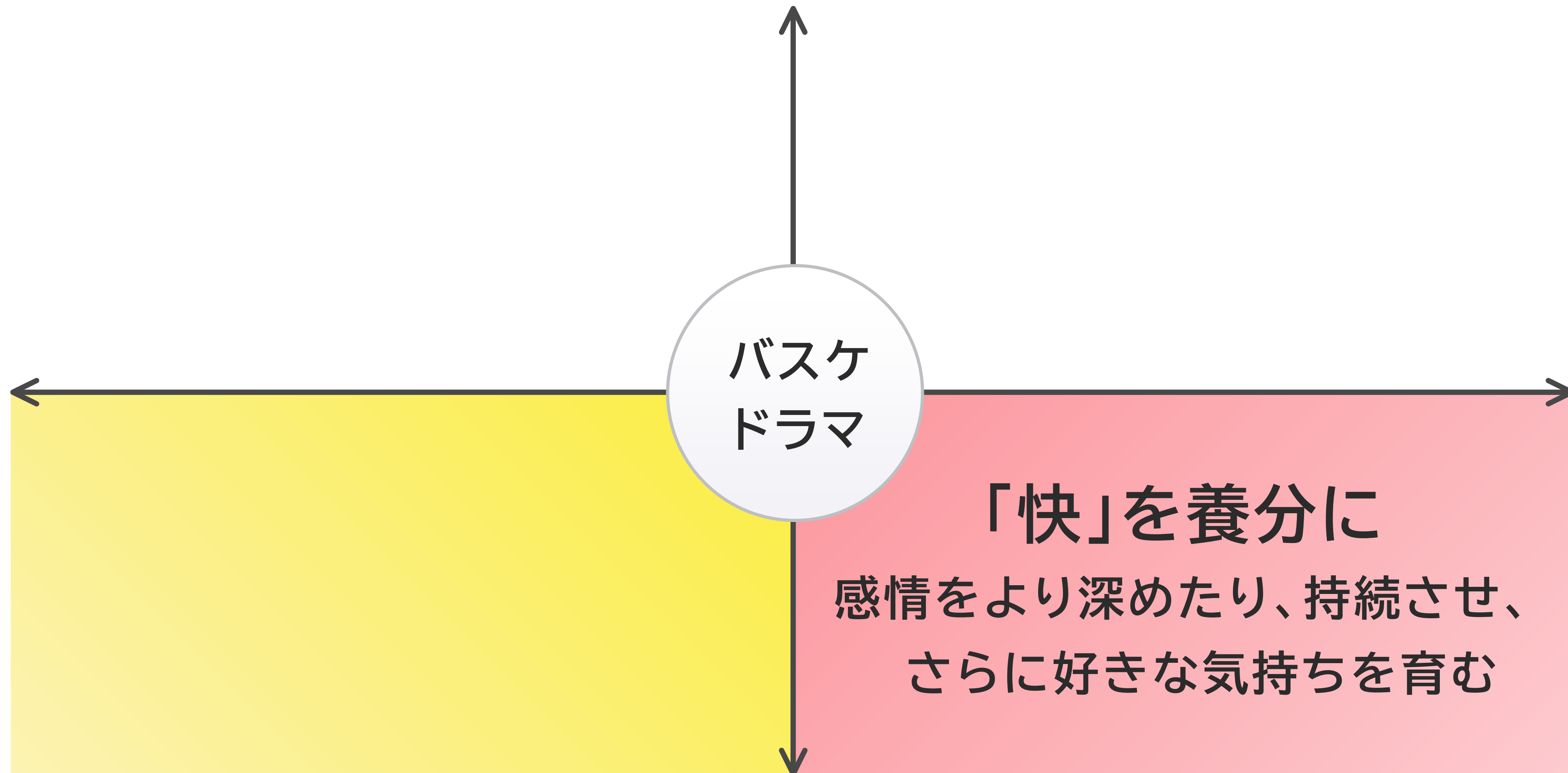
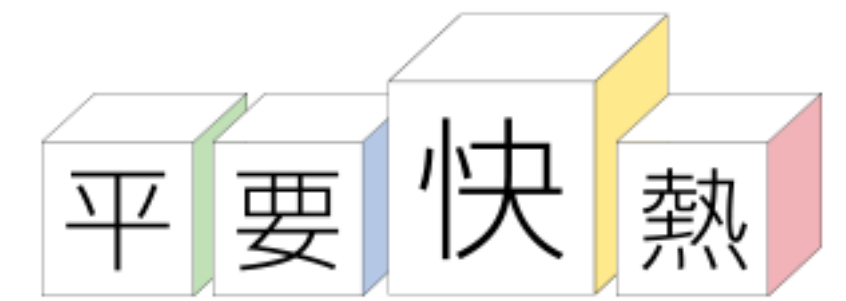
インタビュー映像は当日限定公開となります

「快」= 日々の感情のベースがある



インタビュー映像は当日限定公開となります

「快」を**養分**にすることで、
「熱」を持続させ、さらに高めることができる





のメディア選択とは？



快のメディア選択



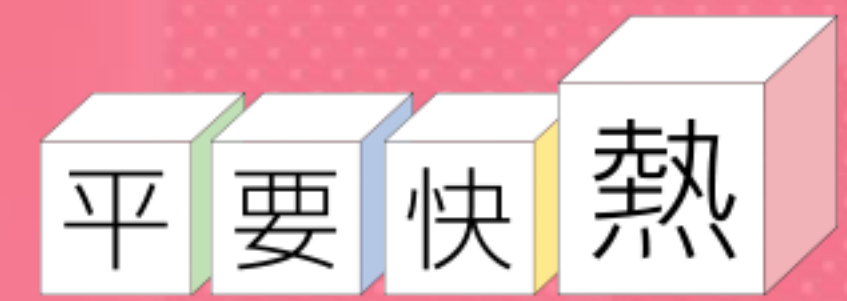
1 常に興味のあるものだけに触れ、心地よくすごす

2 日々の感情のベースは「快」にある

3 集中しなくて良い「気楽さ」があり「不快でない」が大切



のメディア選択

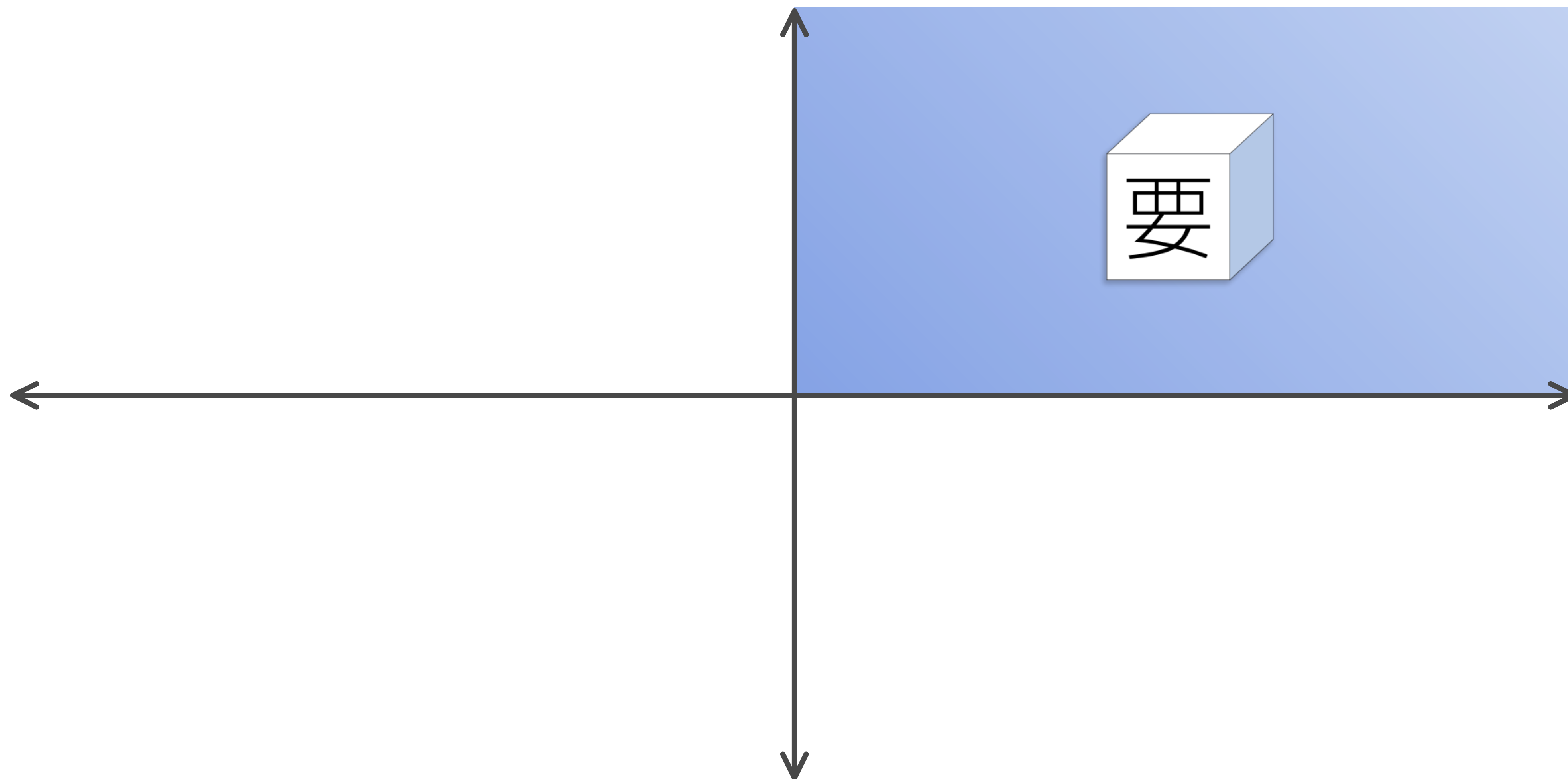


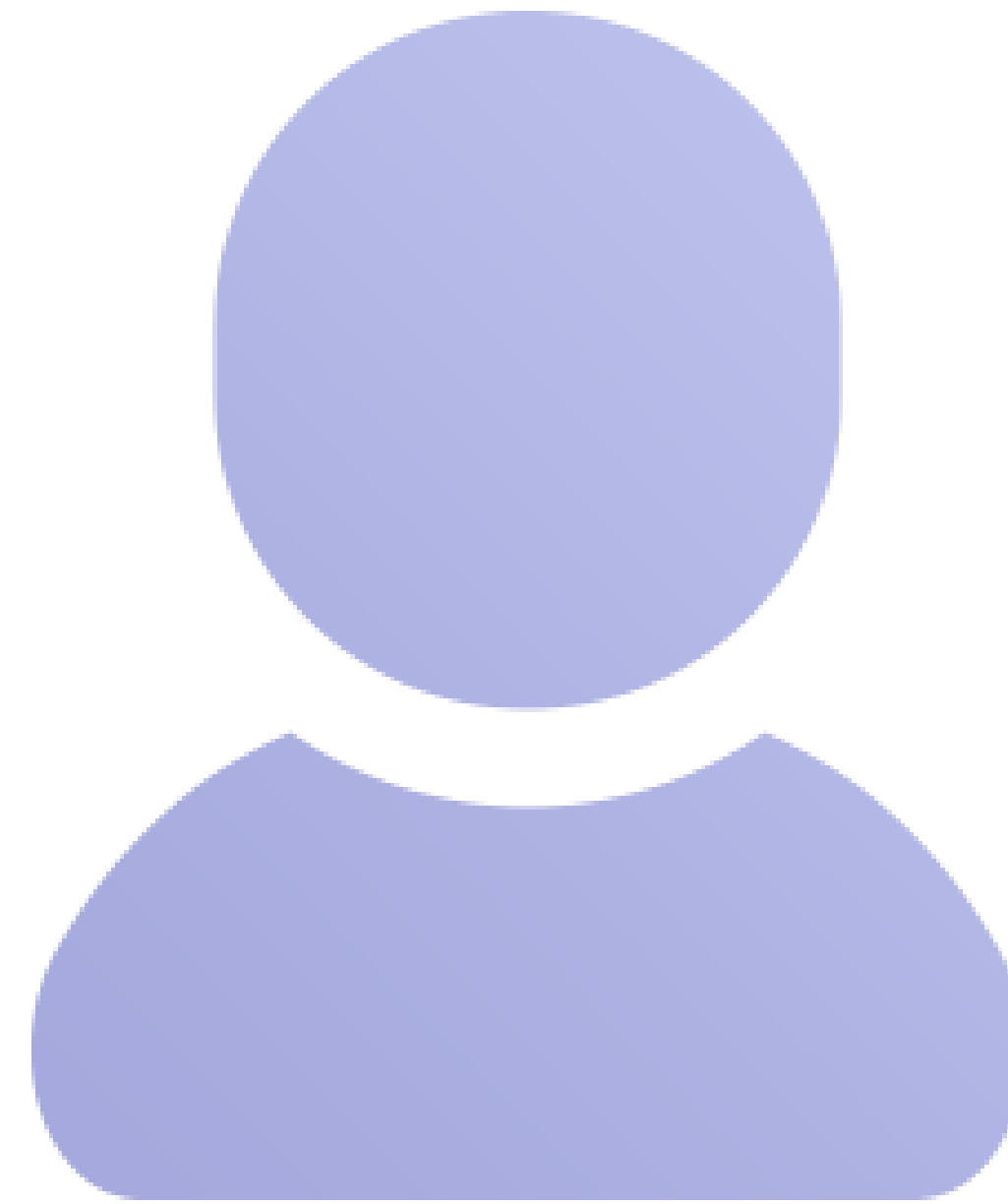
1 「熱」は好きなものを集中・没頭して見る

2 「快」を養分にすることで、「熱」を深め持続させる

「要」とは

平 要 快 熱



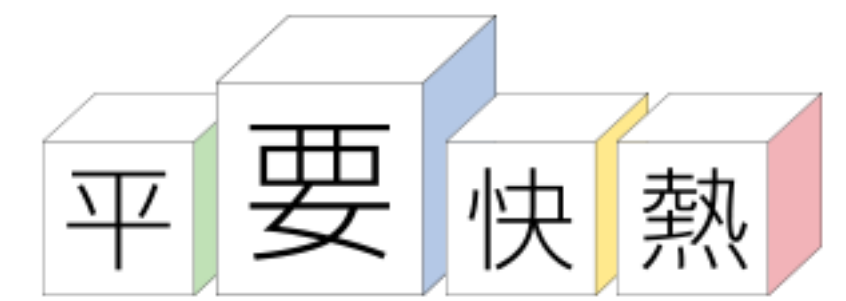


「ニュース好き」Iさんの

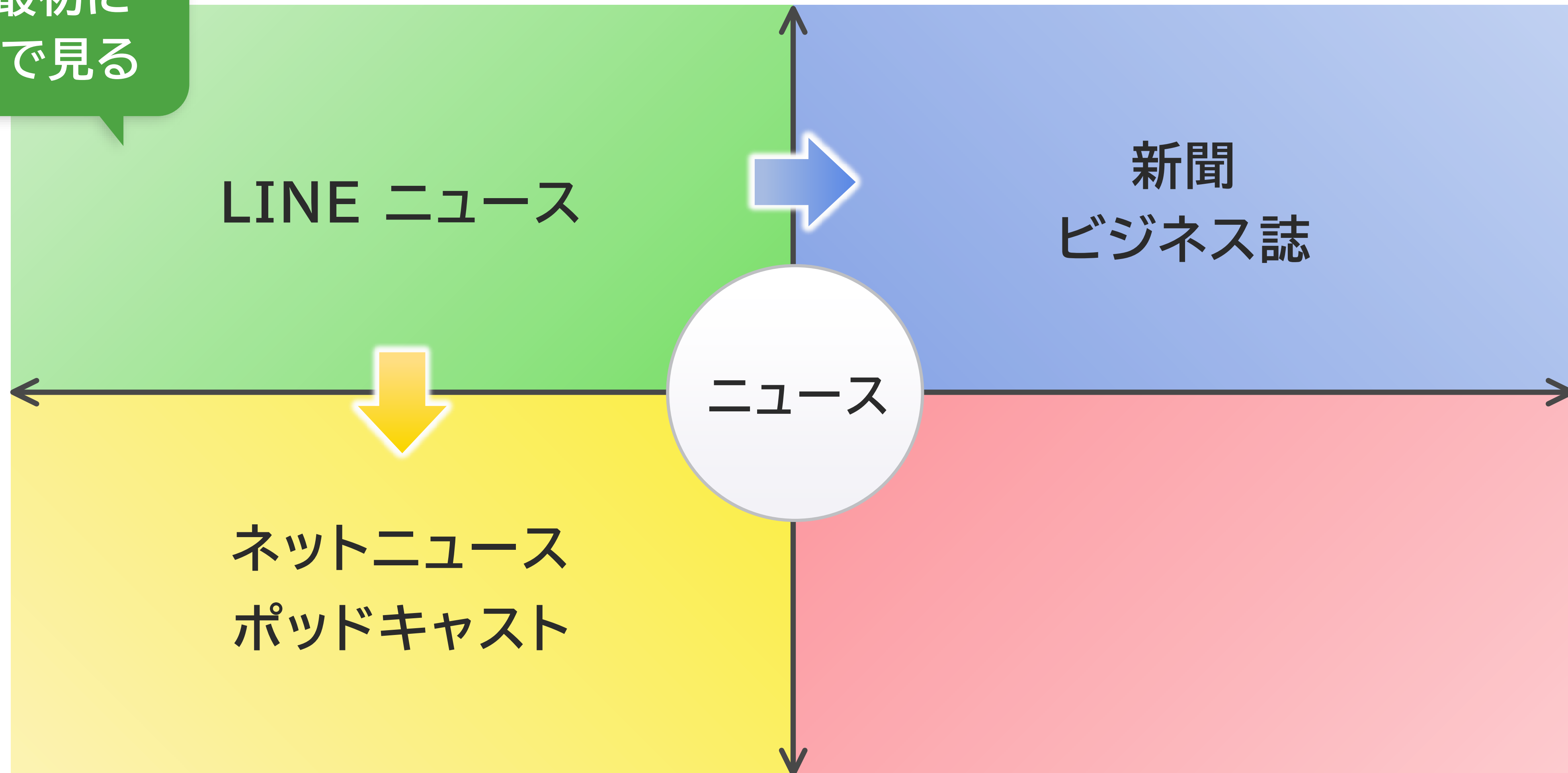
平要快熱

Iさん (28才)

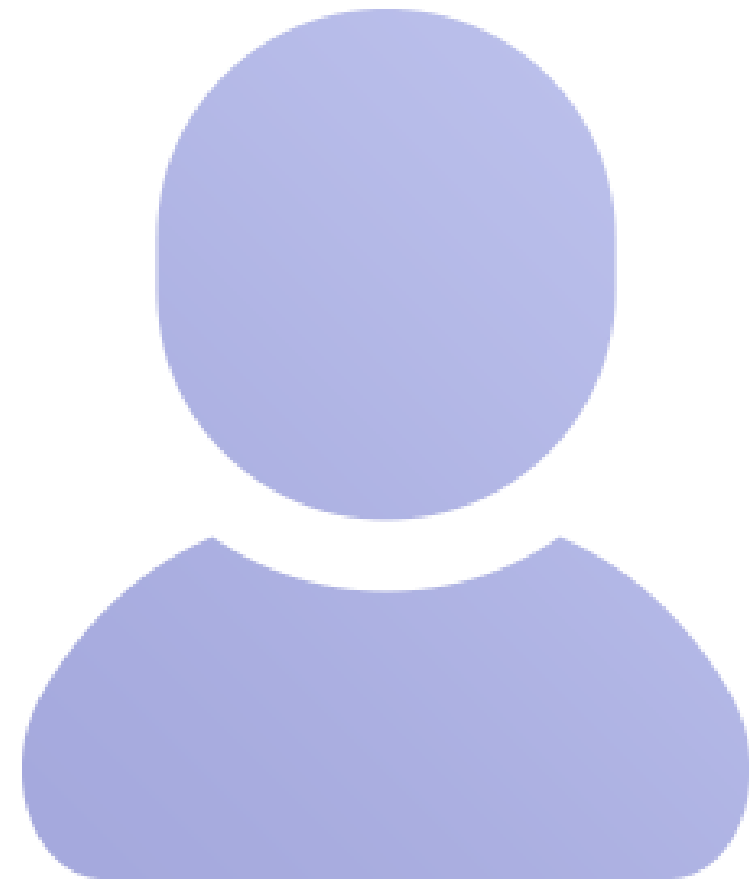
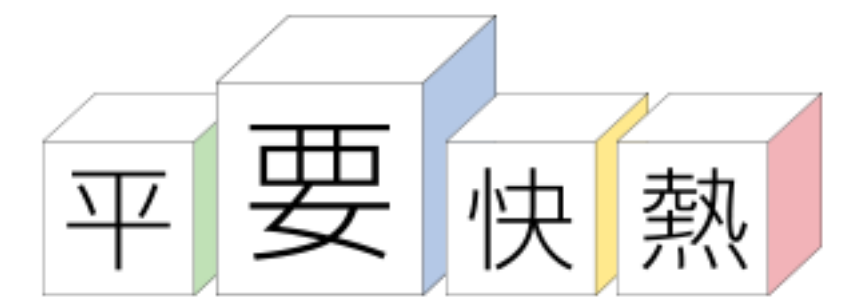
「ニュース好き」 Iさんの平要快熱MAP



朝、最初に
通知で見る



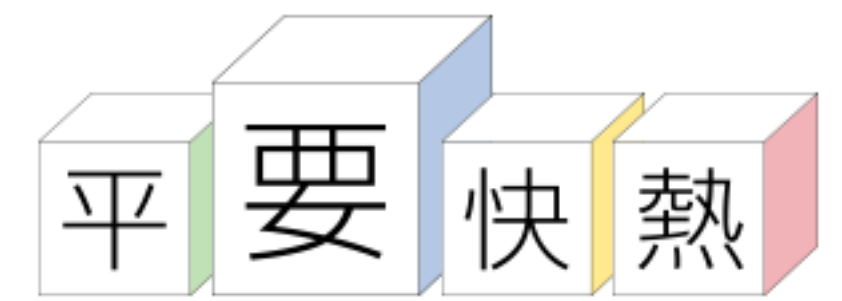
「快」で偏りがちな**情報バランス**を「要」で確保



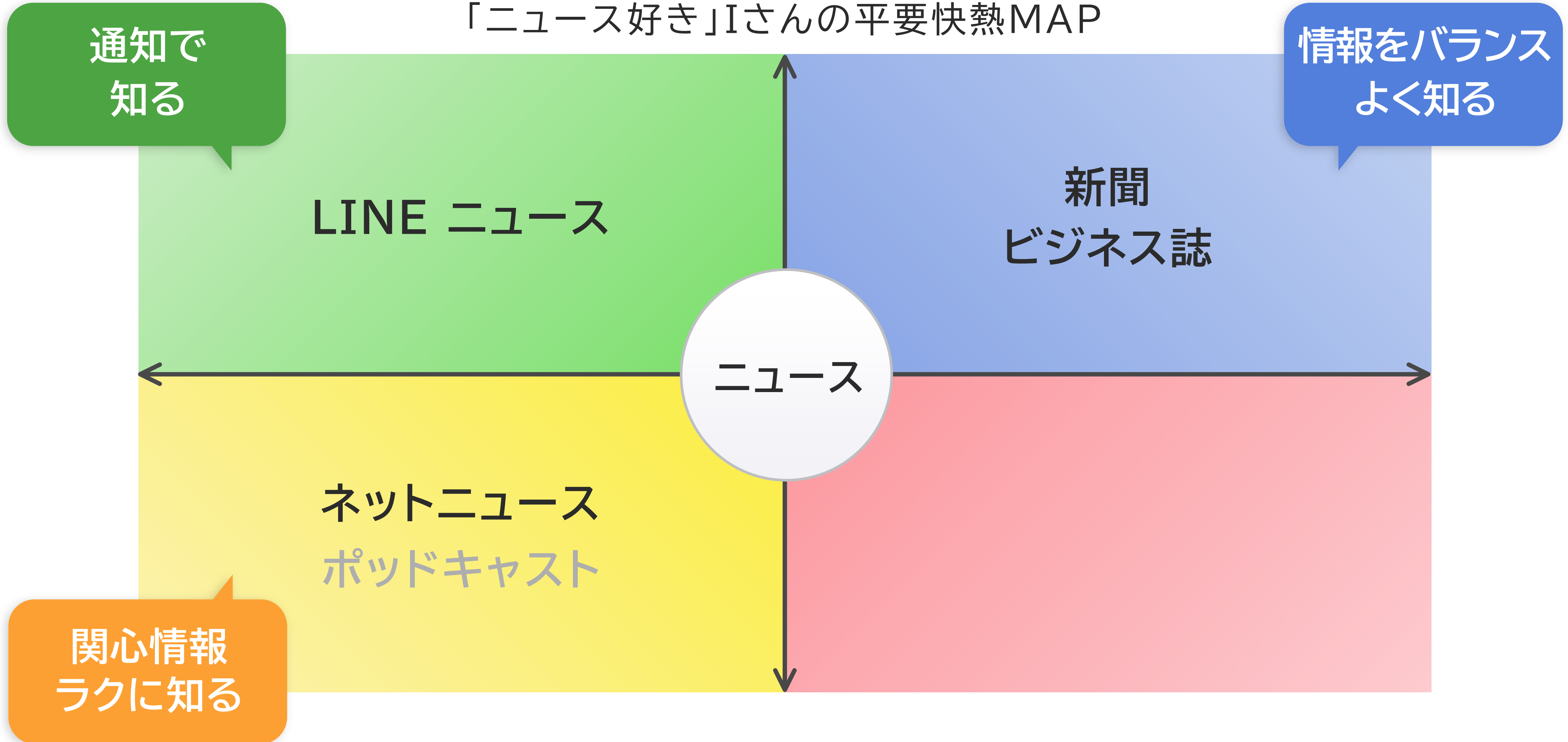
Iさん
(28才)

ネットニュースだけでは、**情報が偏る。**
自分がよく検索するキーワードや、
最適化されているニュースが多い。
守備範囲の最新を知るのはネットニュース、
政治のように、あまり普段検索しないニュースは、
新聞でしか触れないかなって思う。

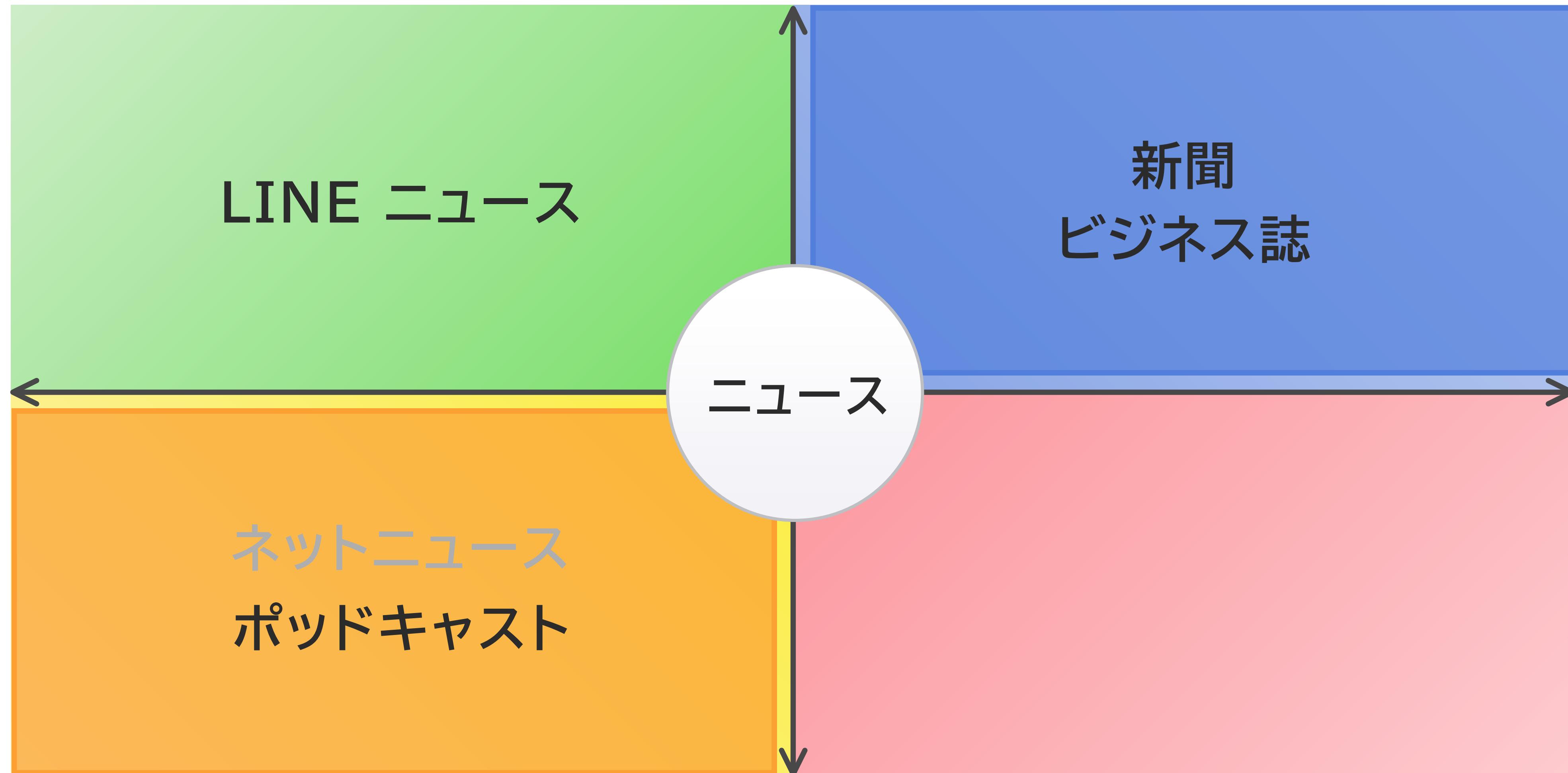
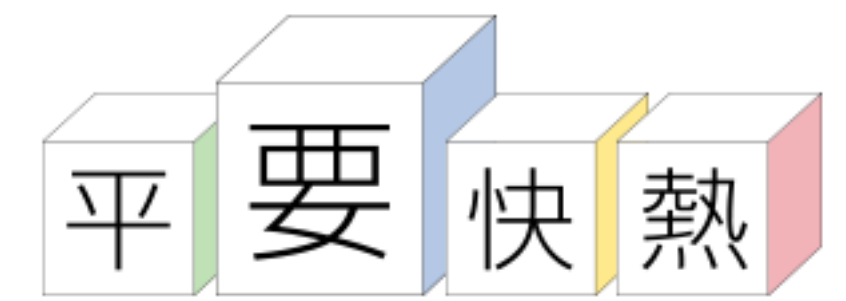
情報のバランス確保が「要」



「ニュース好き」Iさんの平要快熱MAP



「ニュース好き」 Iさんの平要快熱MAP





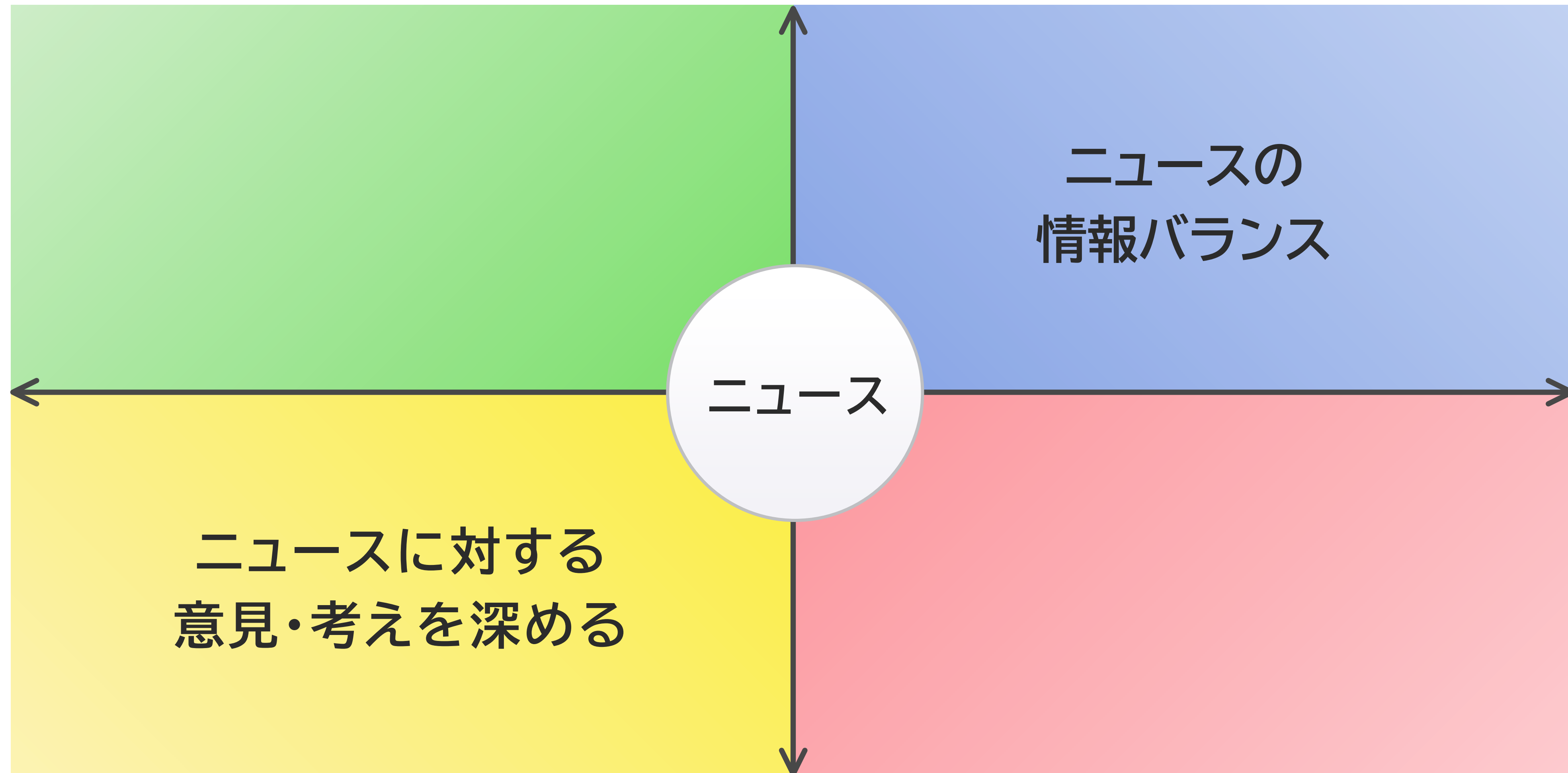
ファクトに深み

色々な人の意見に耳を傾けたい

Iさん (28才)

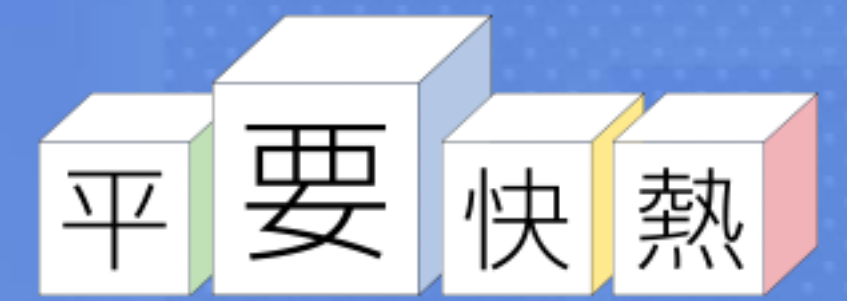
インタビュー映像は当日限定公開となります

「要」で情報バランスを確保
「快」のポッドキャストで意見や考えを深める





要のメディア選択

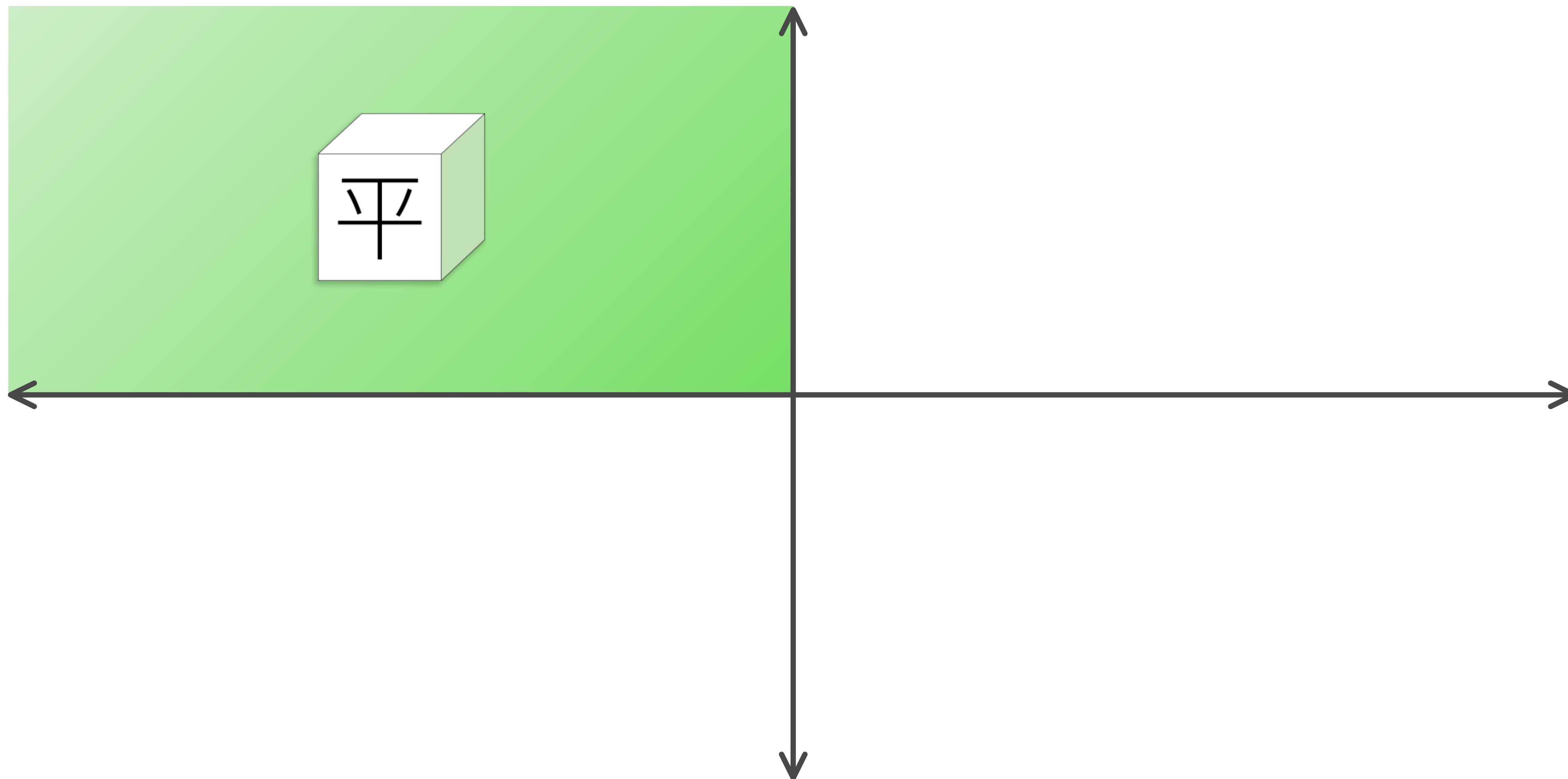


1 知りたい情報のバランスを確保するのが「要」

2 効率的に知ることが重要だが、
「快」を掛け合わせると意見や考え方を深化

「平」とは

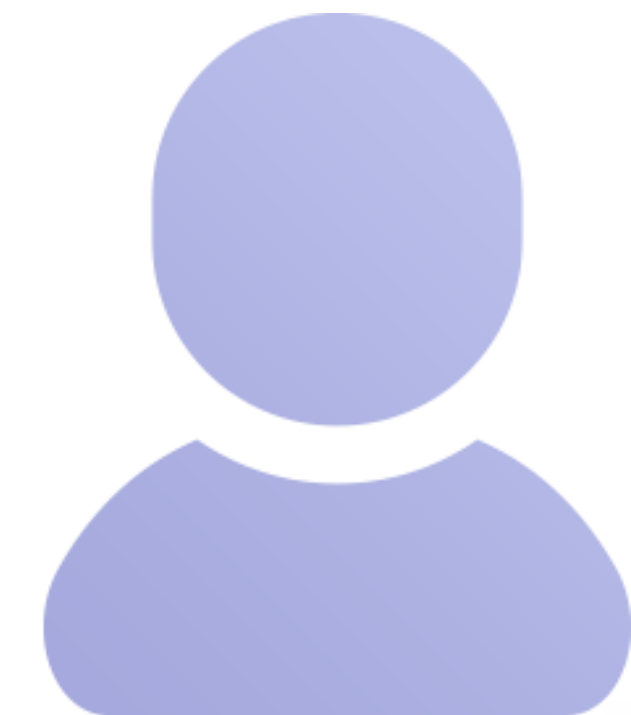
平 要 快 熱



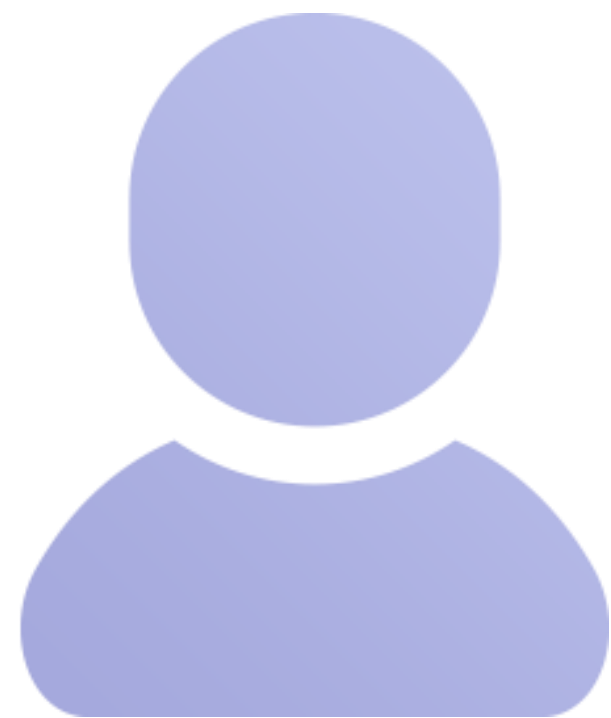
「平」= 習慣的で無意識なメディア選択



朝起きて最初につけるのは地上波
これは**もうずっと変わらない**



Sさん
(50才)



Yさん
(26才)

ちょっと時間があると、
無意識にSNSを開いちゃう

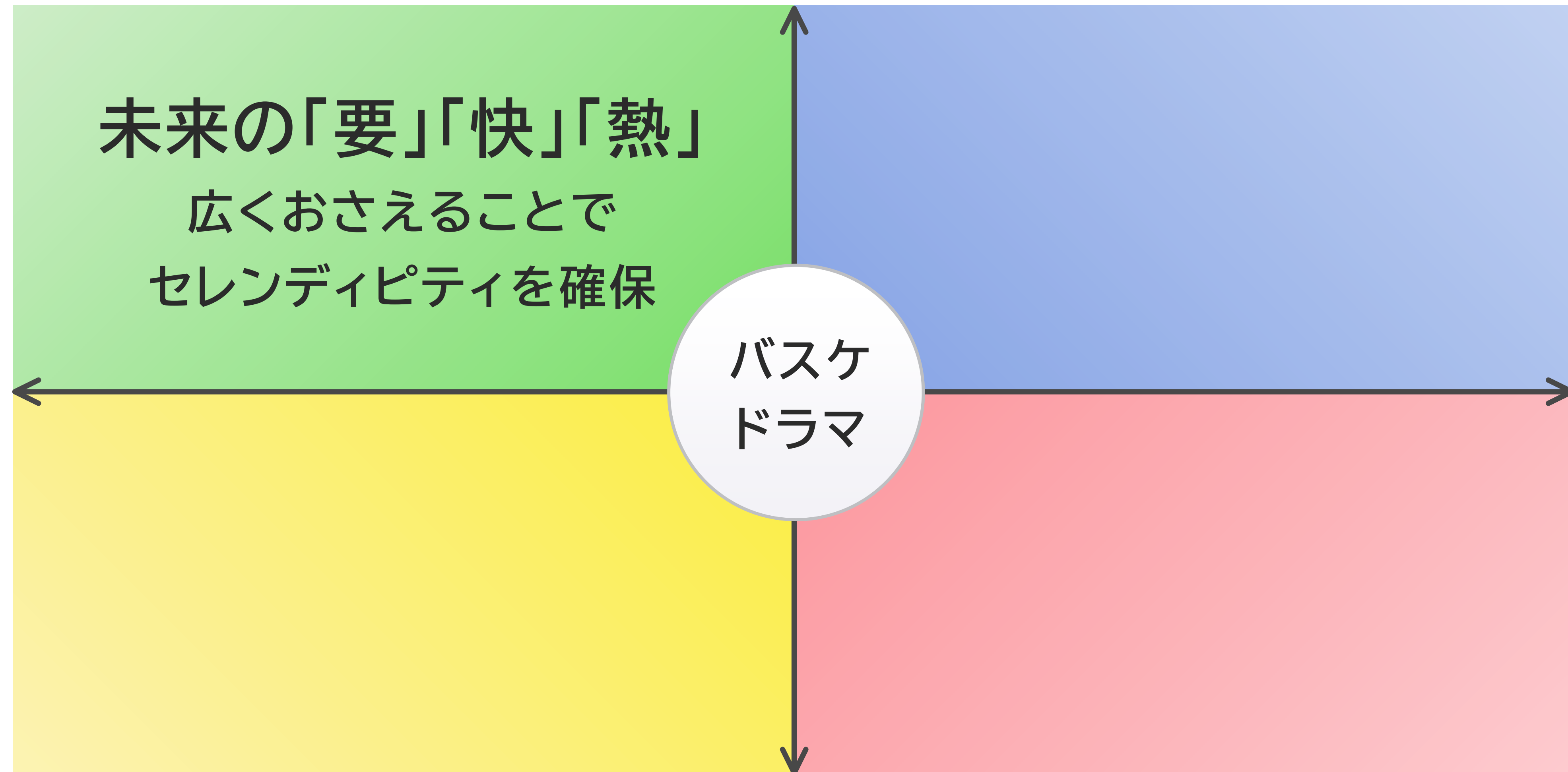


「平」には未来の卵がある

Tさん (47才)

インタビュー映像は当日限定公開となります

「平」=「要」「快」「熱」に育つ可能性に
偶然出会あえる



平のメディア選択

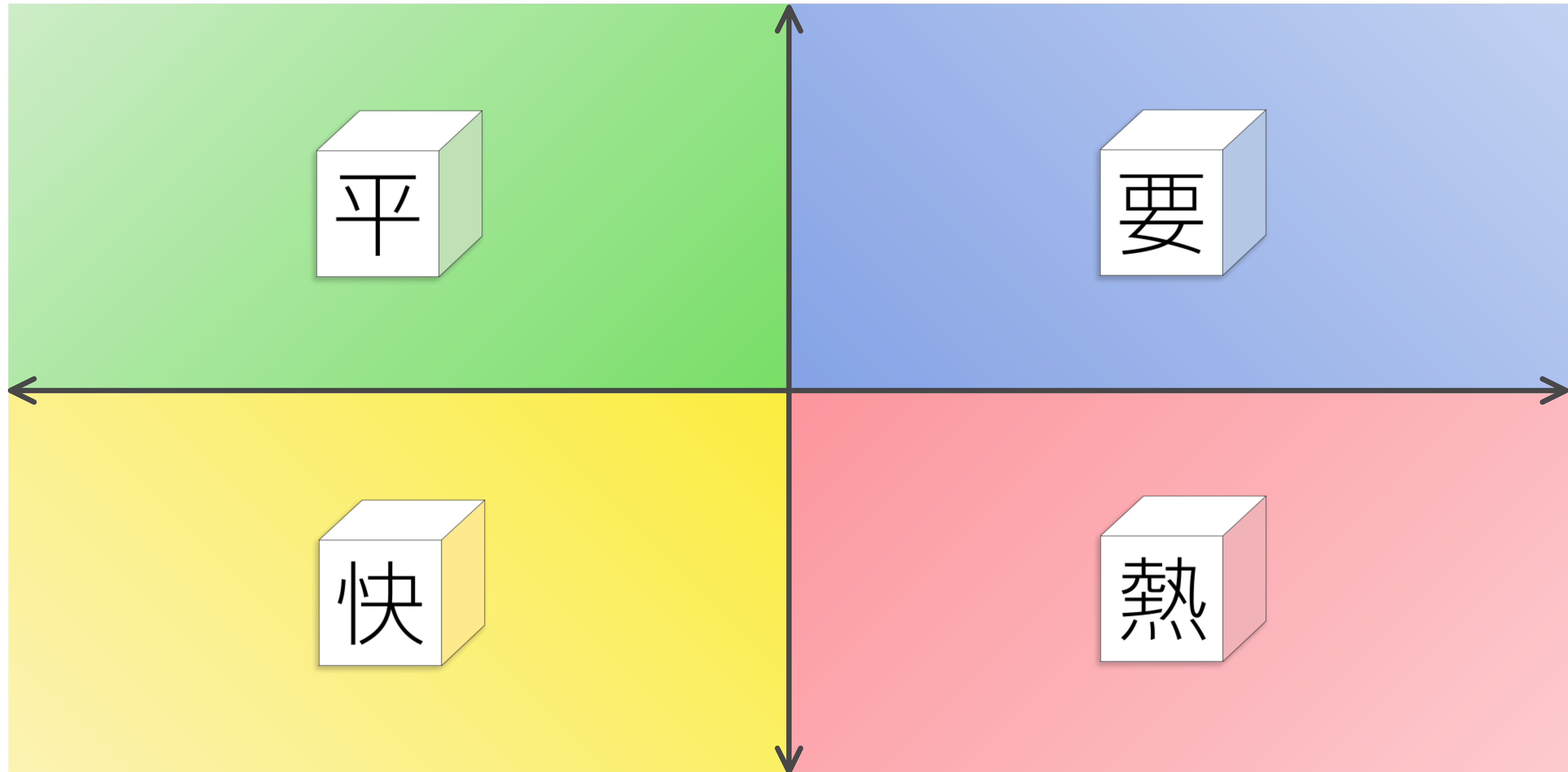


1 習慣的で無意識のメディア選択

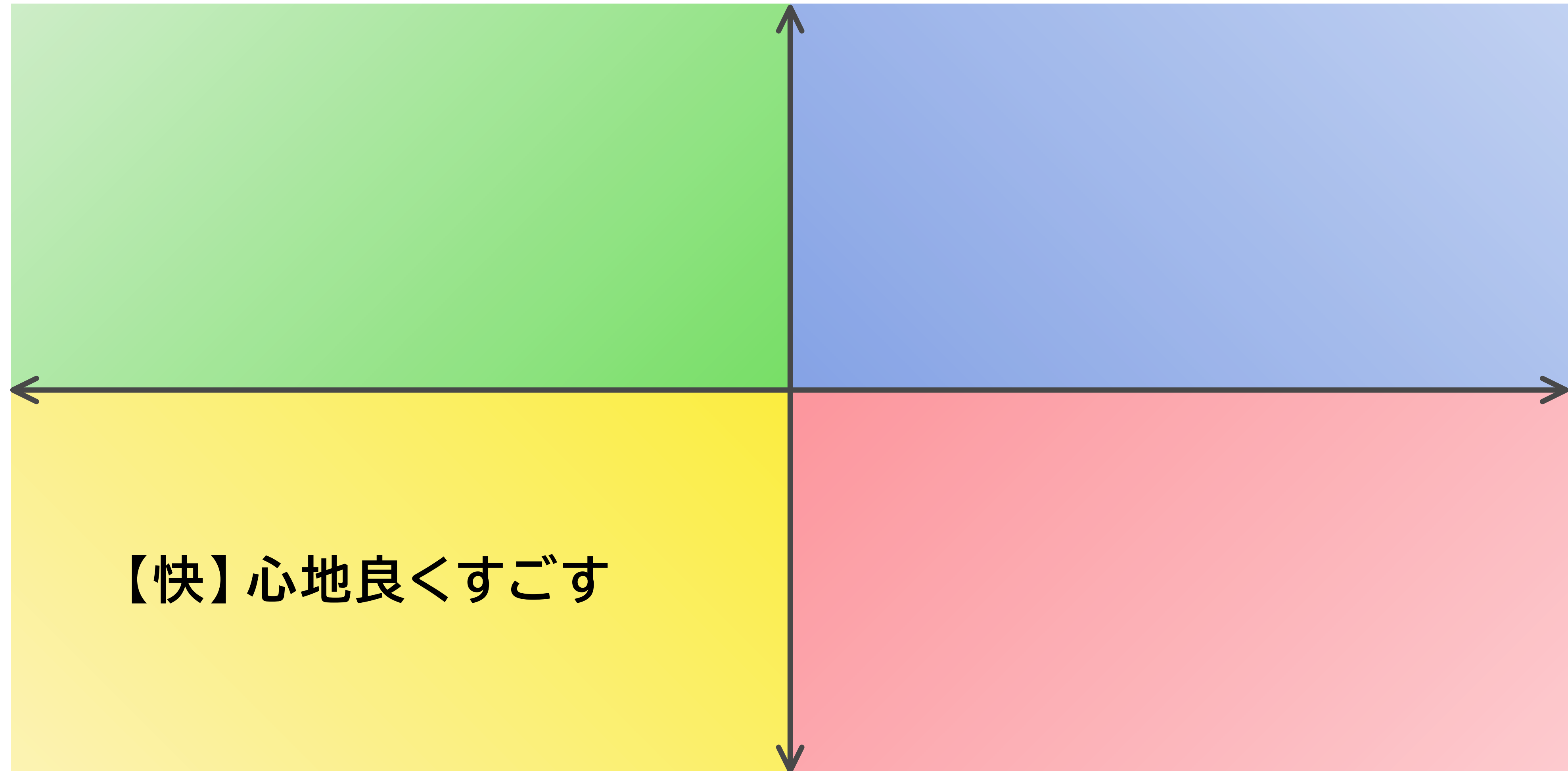
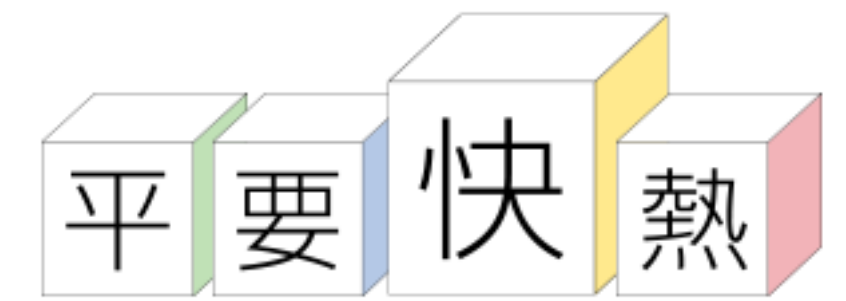
2 未来の「要」「快」「熱」に育つ可能性に偶然出会える

見えてきた新たな メディア選択のポイントとは？

インタビューからみえた コネクテッド時代の平要快熱

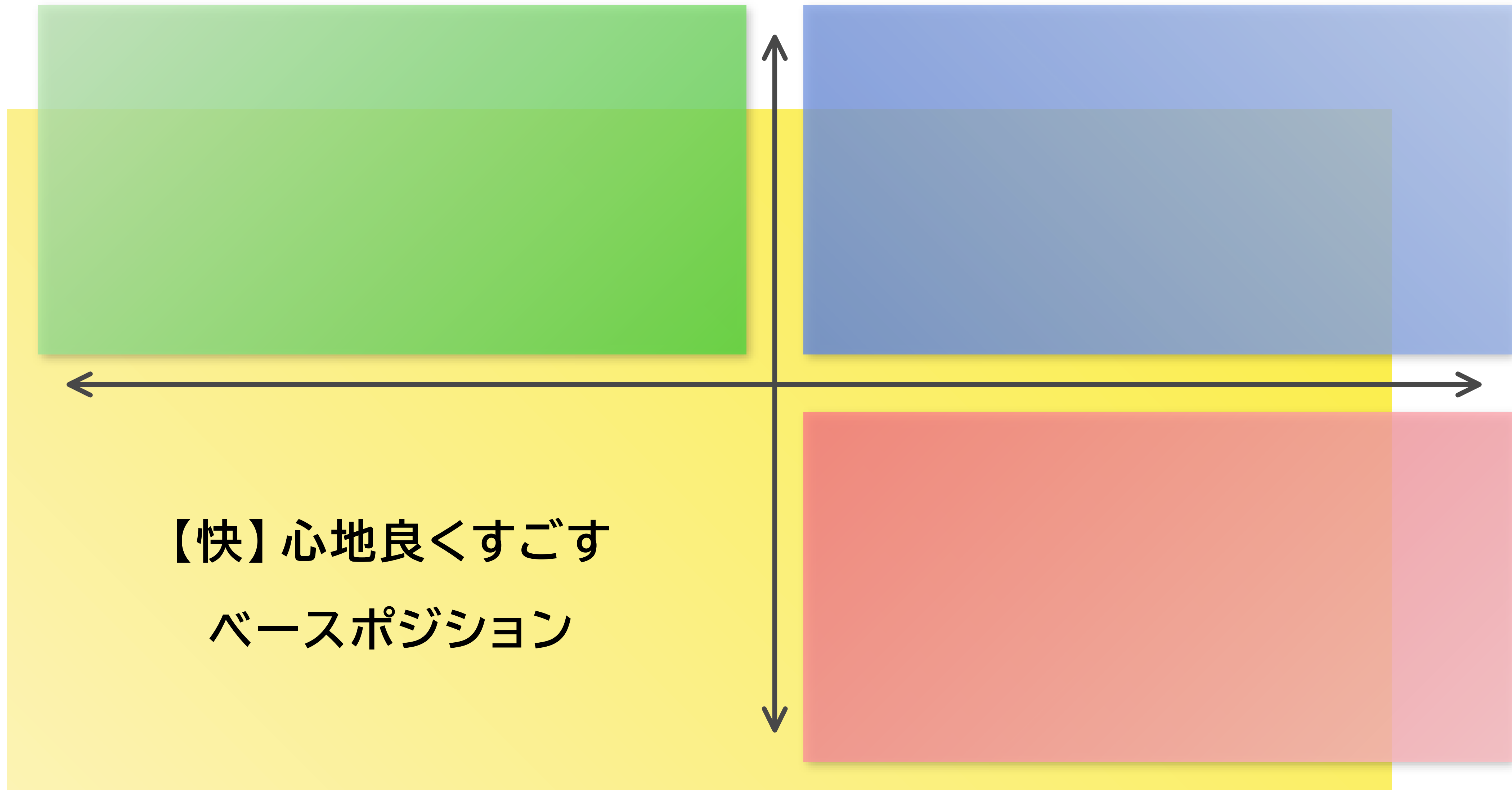


インタビューからみえた コネクテッド時代の平要快熱



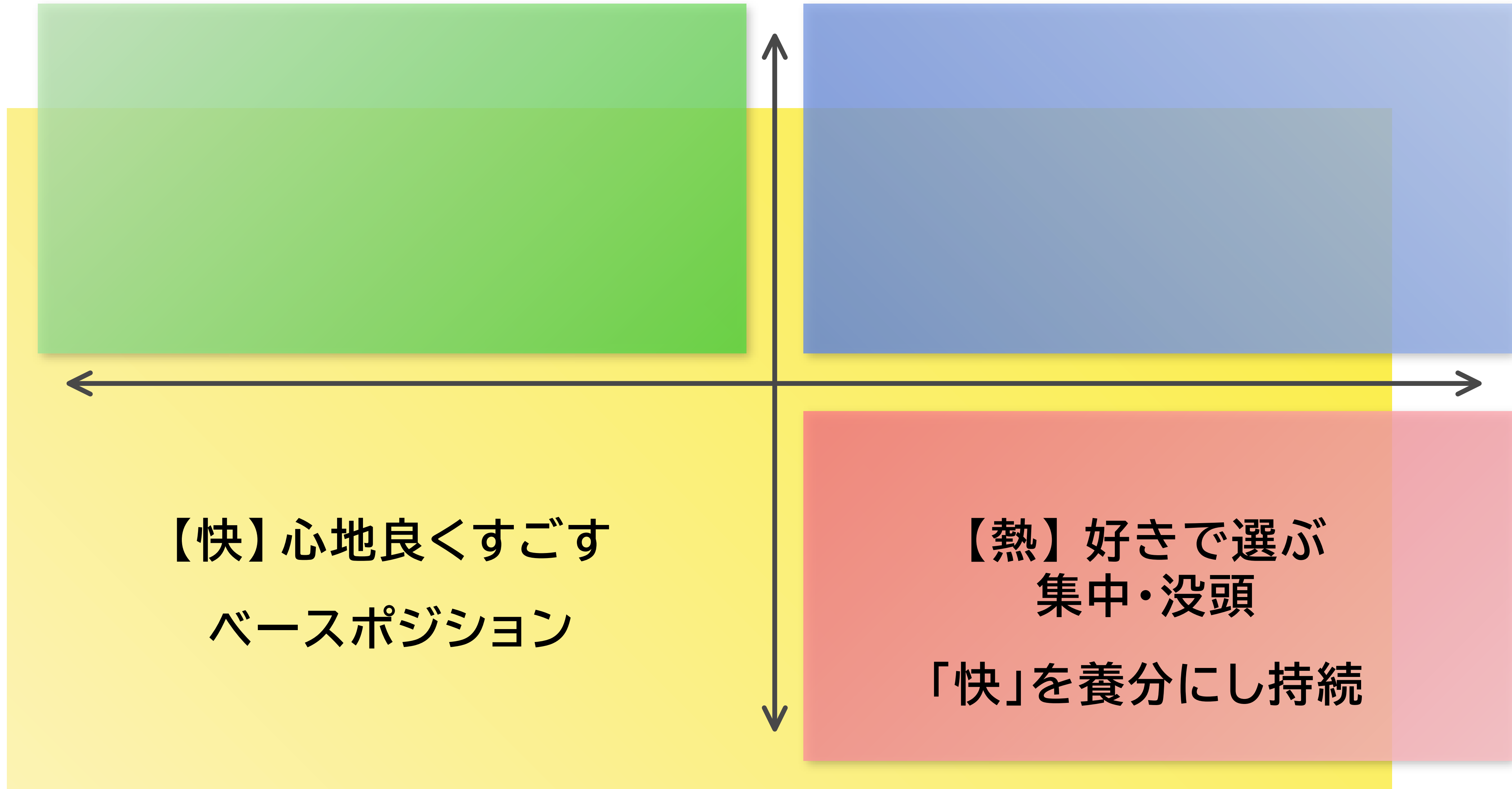
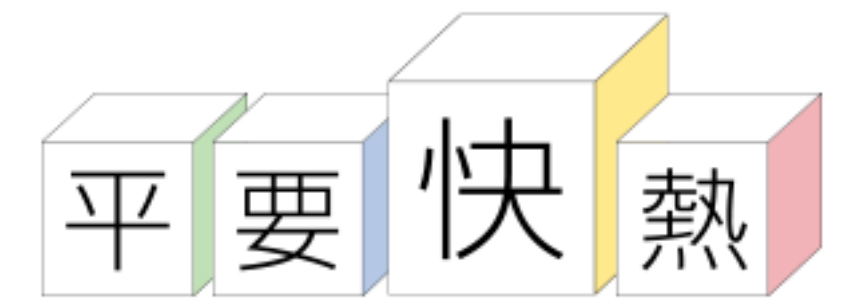
【快】心地良くすごす

インタビューからみえた コネクテッド時代の平要快熱

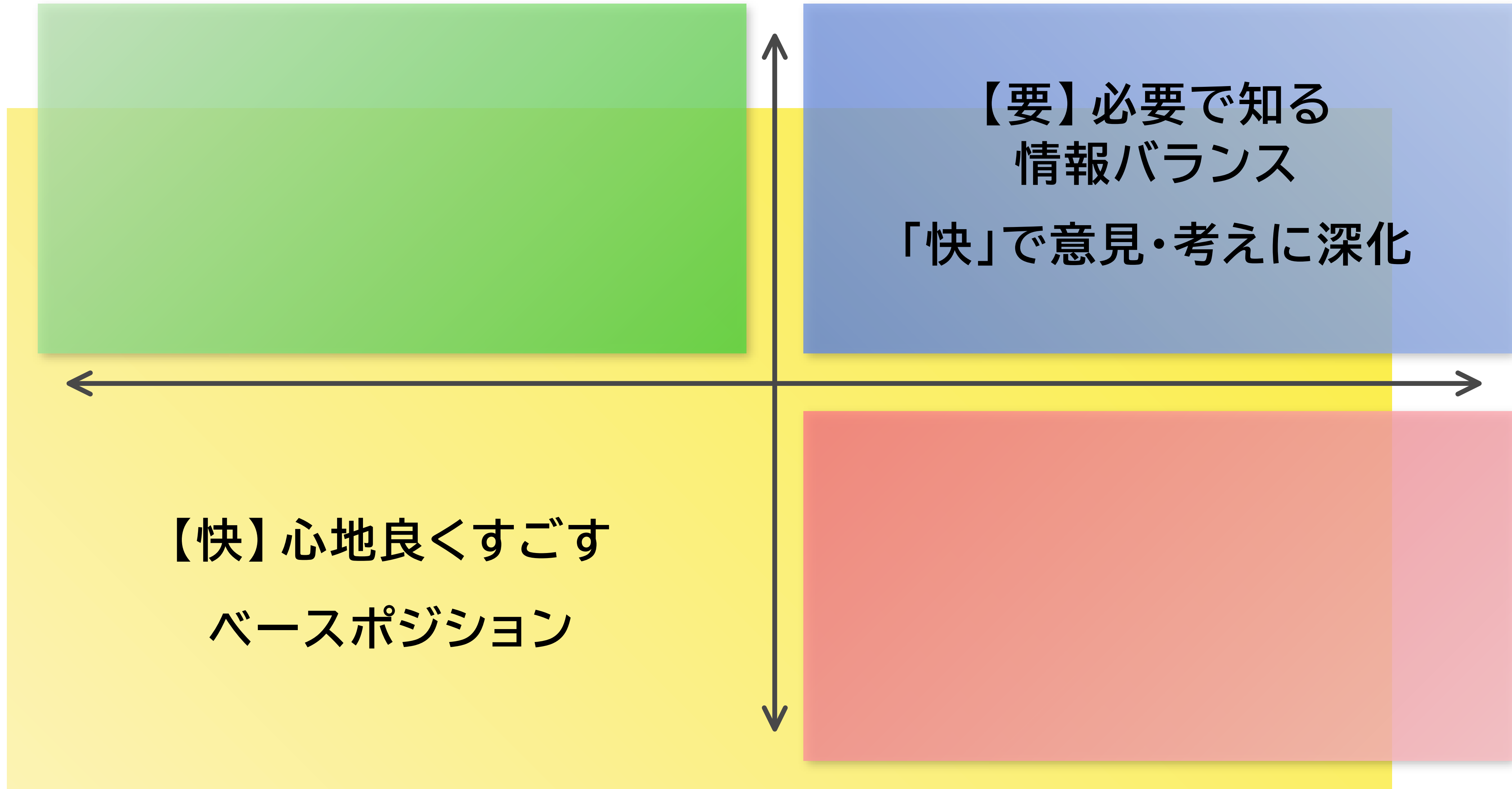


【快】心地良くすごす
ベースポジション

快をベースにした「熱」とは



快をベースにした「要」とは

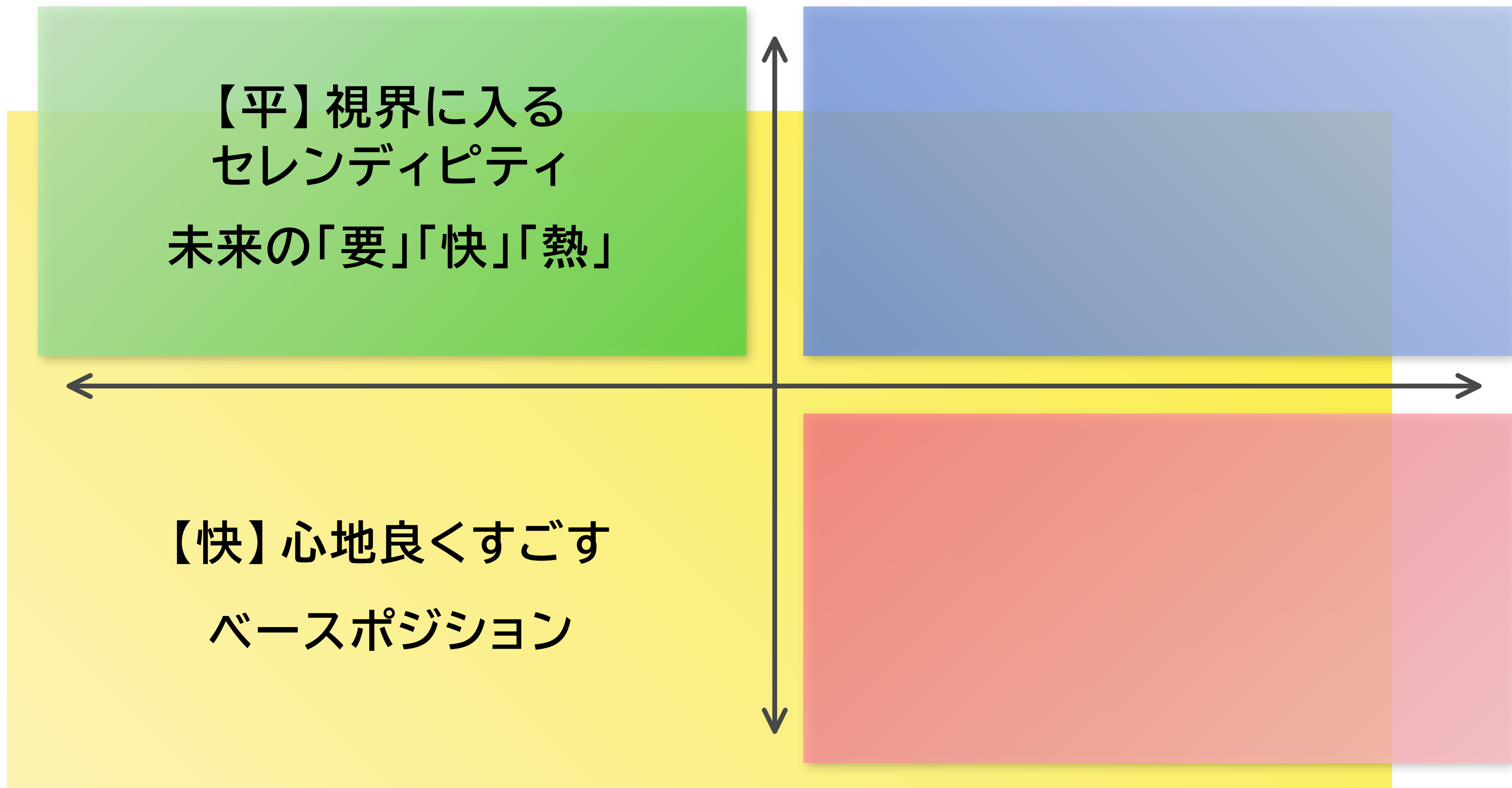


快をベースにした「平」とは



【平】 視界に入る
セレンディピティ
未来の「要」「快」「熱」

【快】 心地良くすごす
ベースポジション



「快ベースの情報生態系」

【平】 視界に入る
セレンディピティ
未来の「要」「快」「熱」

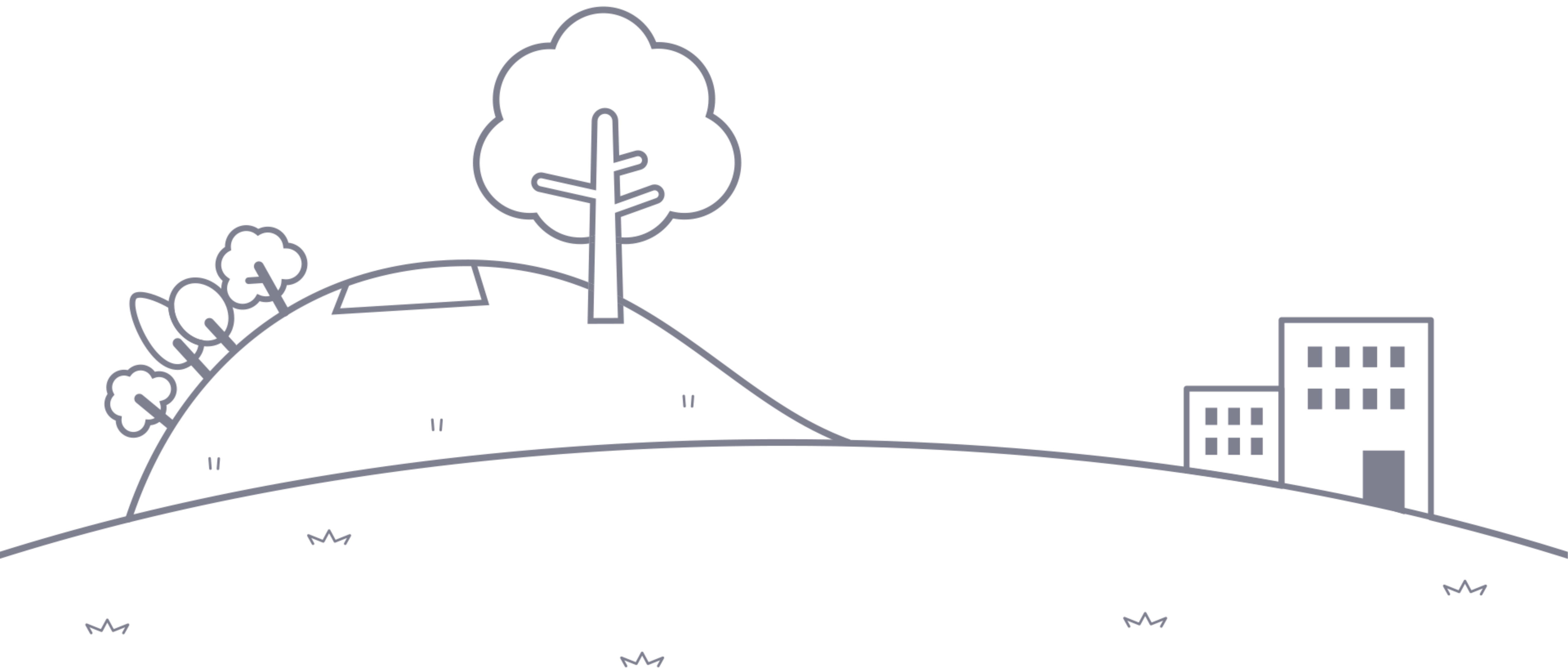
【要】 必要で知る
情報バランス
「快」で意見・考えに深化

【快】 心地良くすごす
ベースポジション

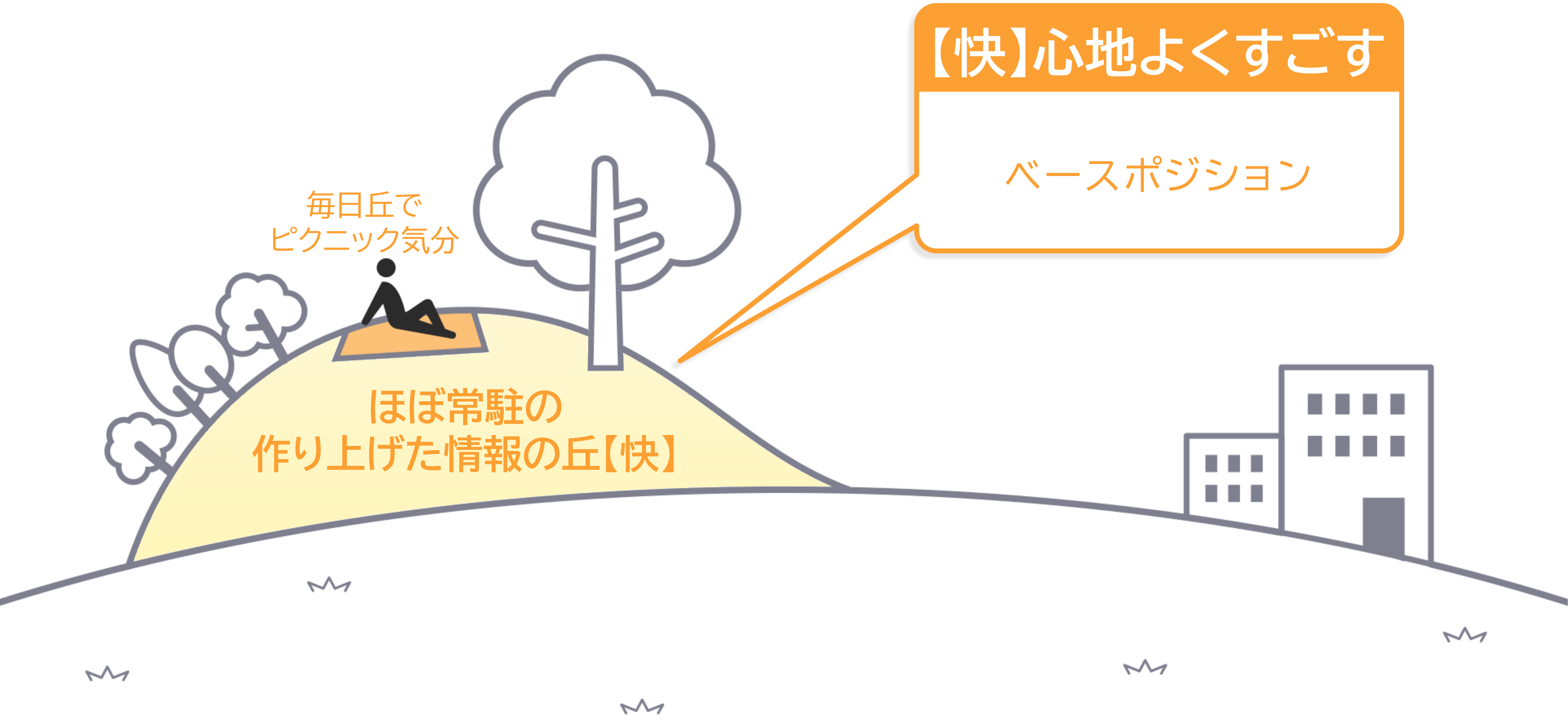
【熱】 好きで選ぶ
集中・没頭
「快」を養分にし持続

「快」ベースの情報生態系イメージ図

平 要 快 熱



「快」ベースの情報生態系イメージ図



「快」ベースの情報生態系イメージ図



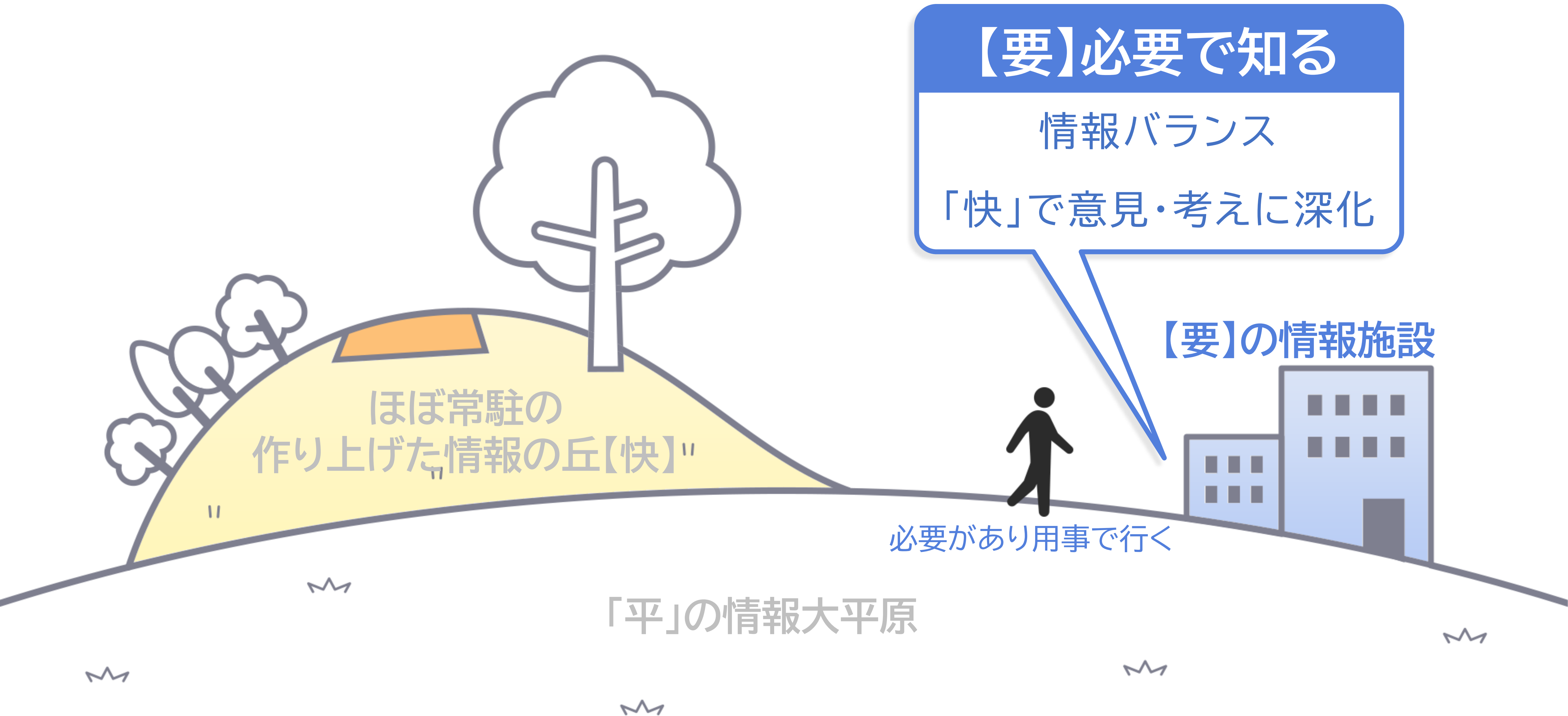
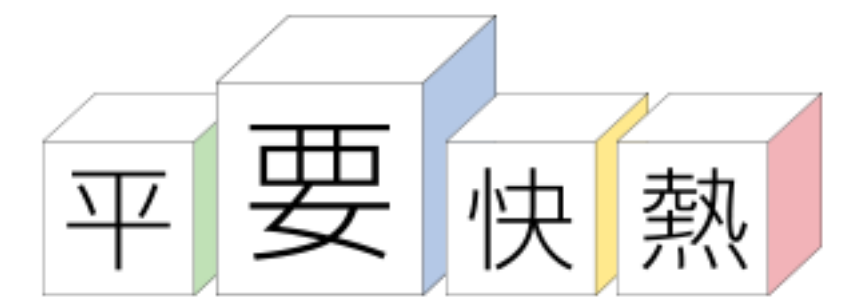
【平】視界に入る

セレンディピティ
未来の「要」「快」「熱」

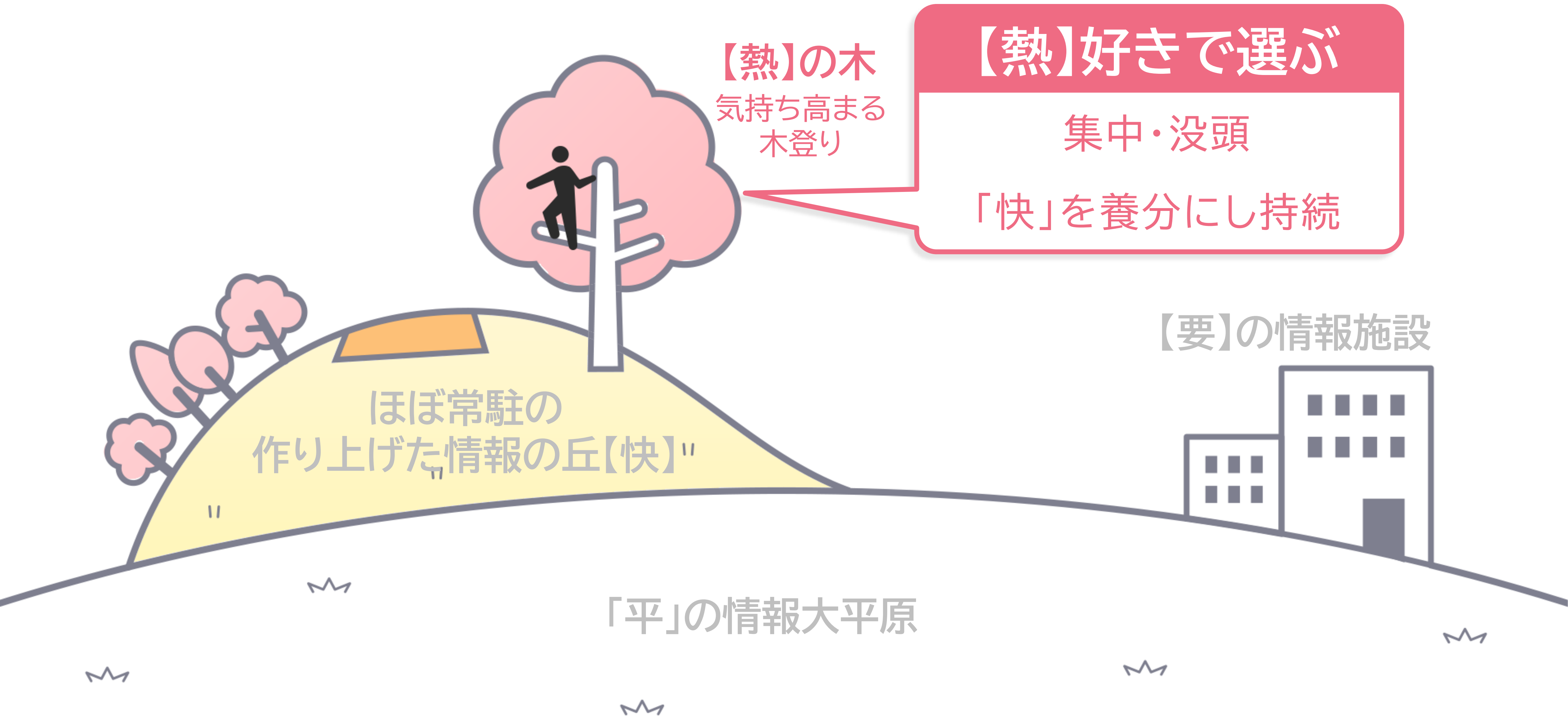
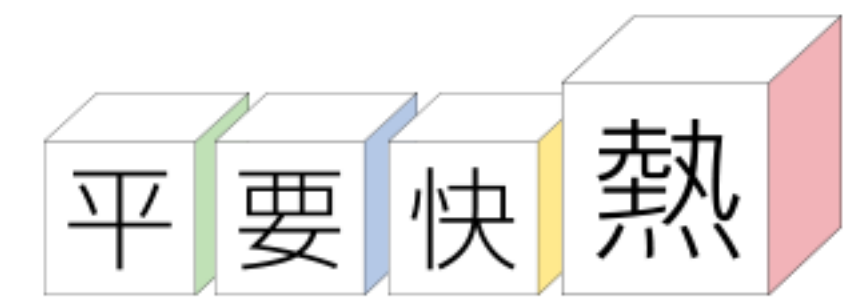
ほぼ常駐の
作り上げた情報の丘【快】

「平」の情報大平原
丘の上から視界に入る

「快」ベースの情報生態系イメージ図

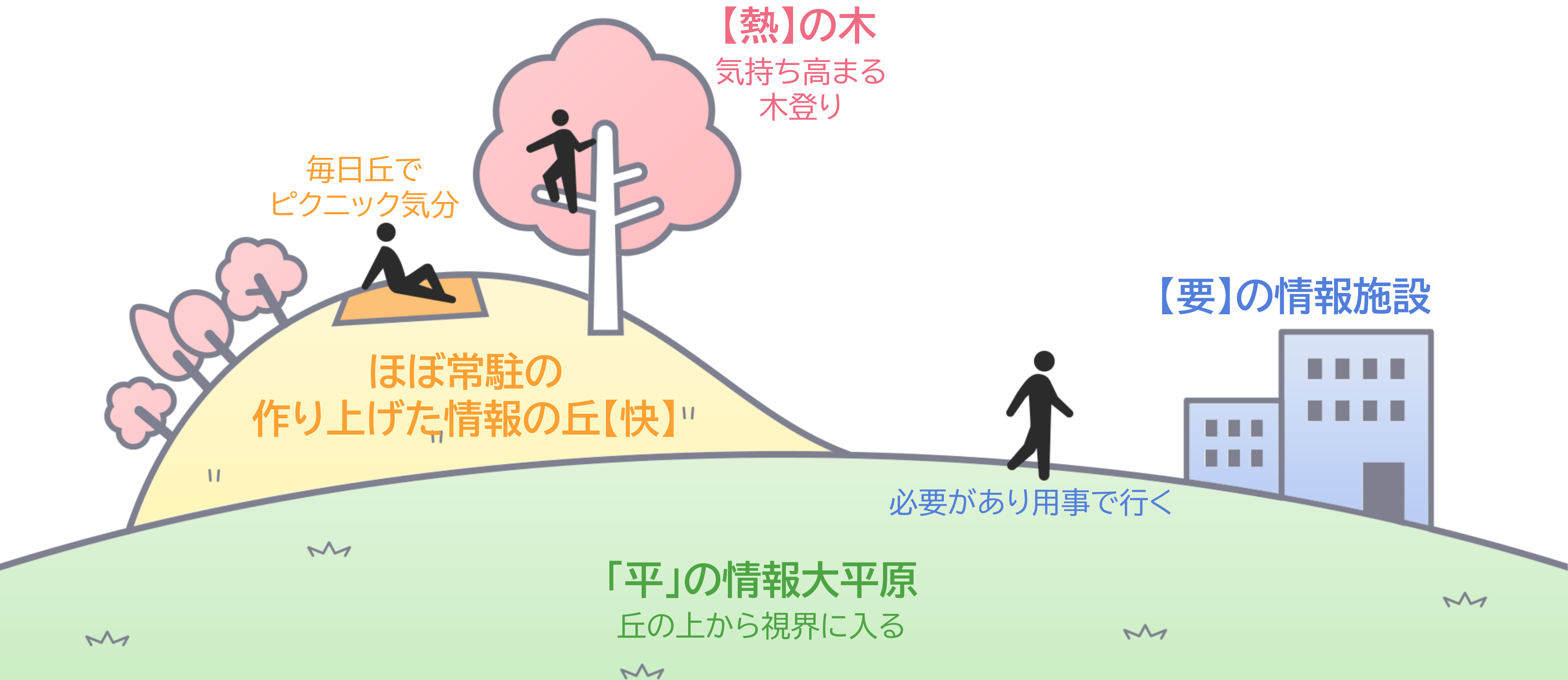


「快」ベースの情報生態系イメージ図



「快」ベースの情報生態系イメージ図

平 要 快 熱



快ベースの情報生態系

どう向かいあうべきか？

「快」とどう向き合うか？

【熱】の木

毎日丘で
ピクニック気分



ほぼ常駐の
作り上げた情報の丘【快】

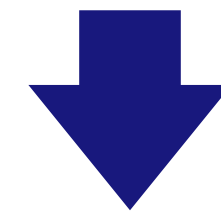
【要】の情報施設



「平」の情報大平原

「快」ベースで過ごす生活者に必要なもの

コネクテッド環境により生活者は情報編集・編成権を獲得



「快」は生活者自らが作り上げた情報環境 それを助け & 壊さないアプローチが肝要

助けるアプローチ

2つの「安心」を提供

- (1) 偽(フェイク)ではない
- (2) ハズレがなさそうに思える
 - お勧め理由が複数
 - お勧めソースが複数
 - 既知である

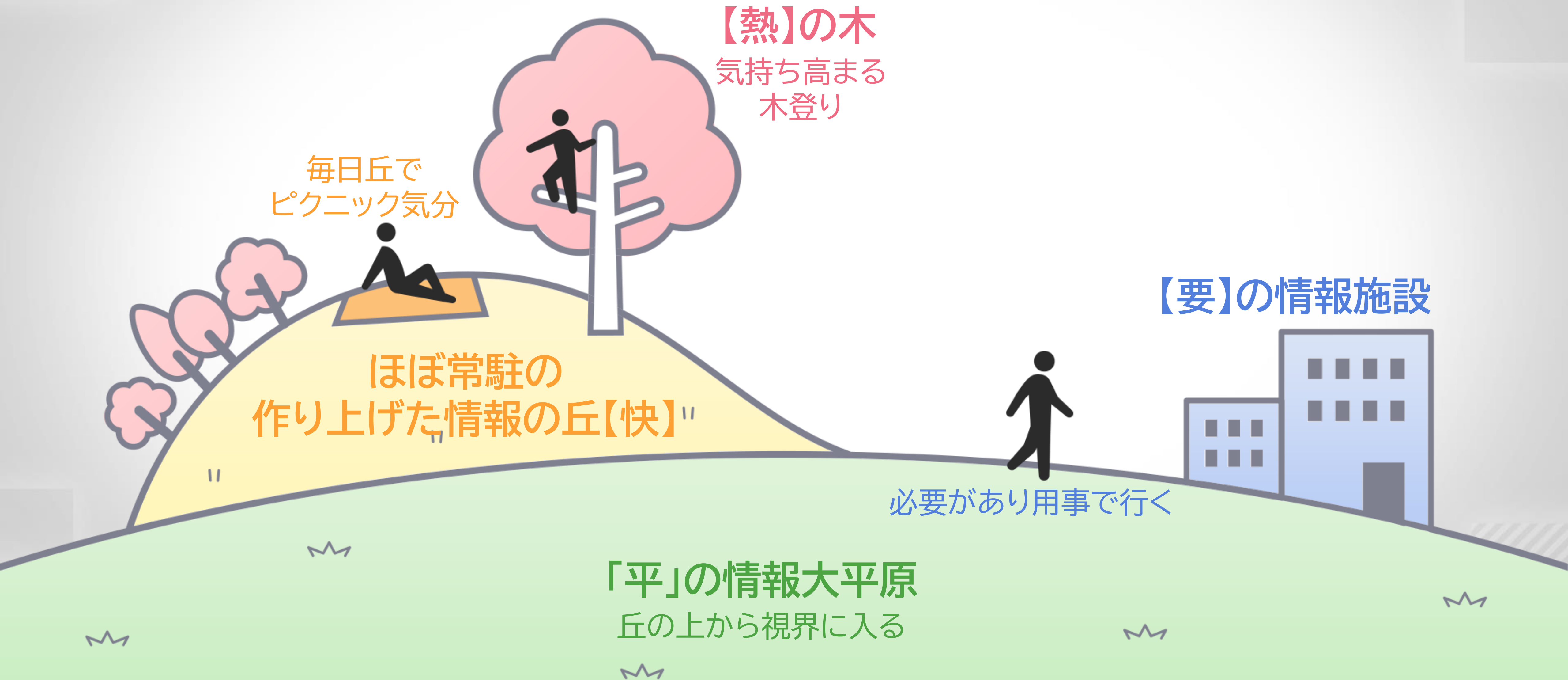
- ・過剰なアテンション
 - ・集中や興味の強要
 - ・不快要素
- 壊すものと
受け取られ
嫌厭される

- ターゲットの需要だけでなく不快も把握する
- 「なんとなく」の重なりと流れで興味へいざなっていく

壊さないアプローチ

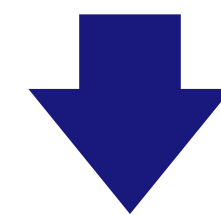
「快」も含む全体とどう向き合うか？

平 要 快 熱

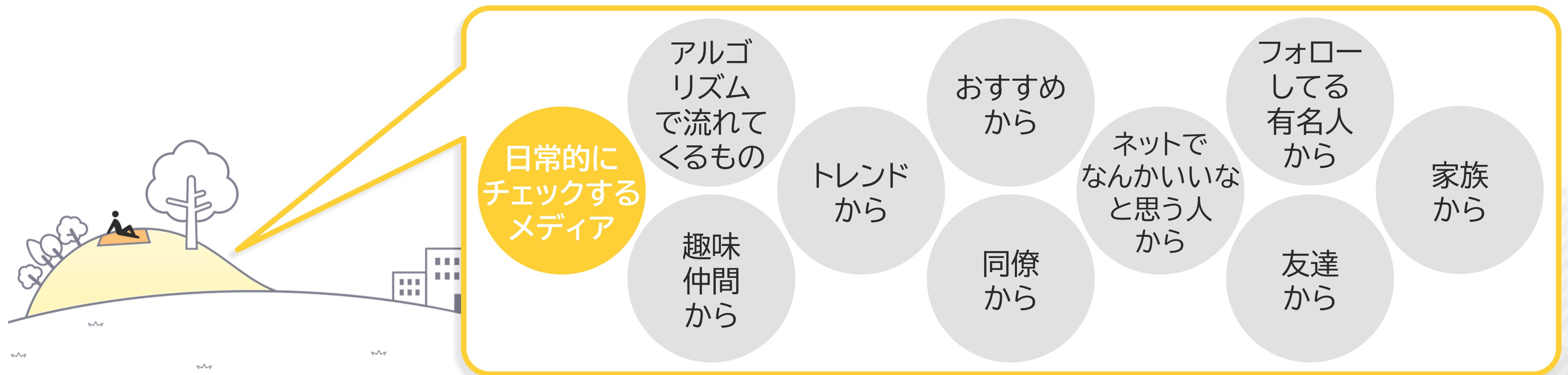


①「快」モードの生活者に情報を届けたい

生活者自らがこつこつと作り上げた大切な情報環境「快」に
他者が強制的に入り込むのは簡単でない



「快」は「誰か」からの紹介やシェア、切り抜きなど非一次・間接的情報だらけ



直接到達だけではなく間接的アプローチを考える

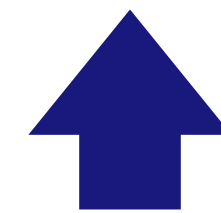
①「快」モードの生活者に情報を届けたい



間接的アプローチとは？

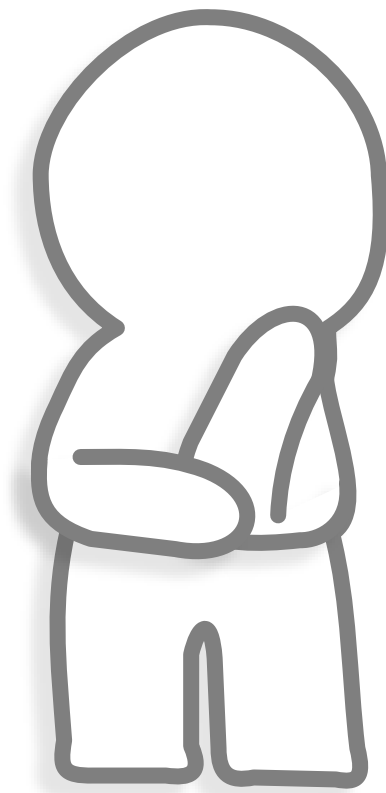
Attention獲得のための到達だけではなく
「快」へのじわじわ入り込み方を考えること

到達力 & 浸出力づくり

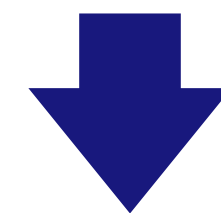


コネクテッド時代は生活者すべてが味方でもある
「快」へ間接的に情報を持ち込んでくれる「誰か」にとって
情報の持ち出しやすさ・切り抜きやすさの提供を設計する

②「快」モードの生活者に振り向いてもらいたい



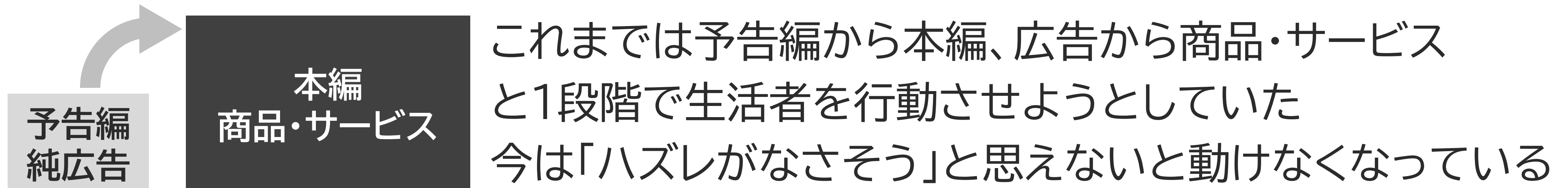
元々興味があること・心地よいことでないと
情報を受け取ってもらえないのはわかる。
でも、それでもどうしても伝えたいことや
届けたいテーマ、必要な表現はある……。
それって諦めなくちゃいけないの？



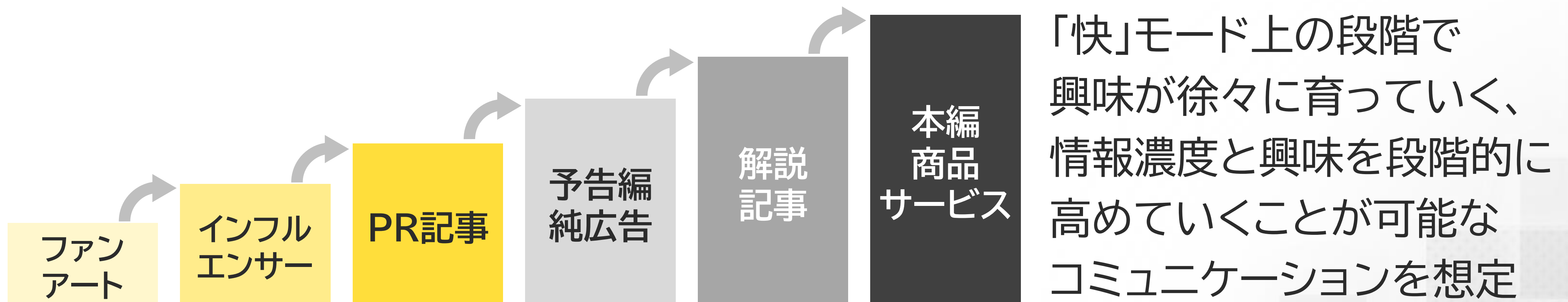
「快」モードどっぴりの生活者に
情報をなんとなく消費するままにとどめず
意志ある興味へといざなうことを考える

②「快」モードの生活者に振り向いてもらいたい

「快」ベース上で生活者の意志ある興味を高めていく

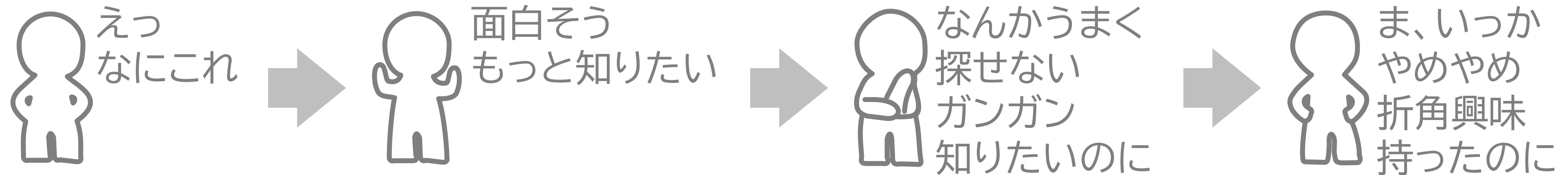


コミュニケーション濃度の段階設計

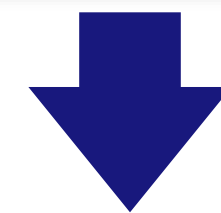


③生活者に興味を継続してもらいたい

生活者は自ら作り上げた「快」環境下で
気が向くままに揺れ動くように情報と出会い続けている



興味を持った時、思うように情報にアクセスできないと脱落
その後は日々の情報量に紛れ、二度と戻ってこない



リンクの切れ目は縁の切れ目

生活者が流れるように情報アクセスできるようなリンク状態が必要

情報行動の連続性サポート

コネクテッド時代の

快

ベース情報生態系にアプローチするための3要素

到達力 & 浸出力づくり

コミュニケーション濃度の段階設計

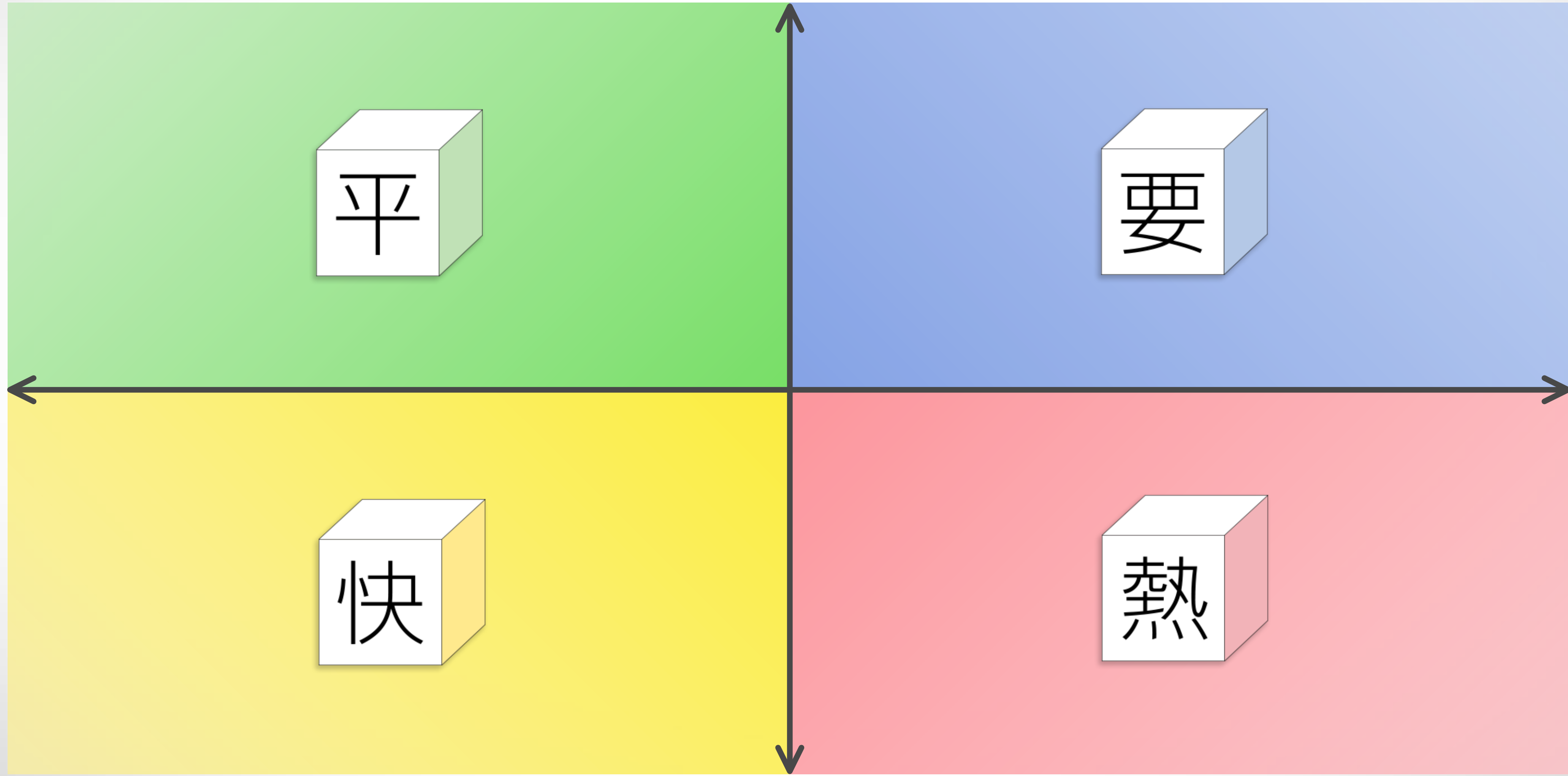
情報行動の連続性サポート

生活者のメディア行動をとらえる4象限

平 要 快 熱

平常心のまま／必要だから
機能的

無目的に／無意識的に
なんとなく



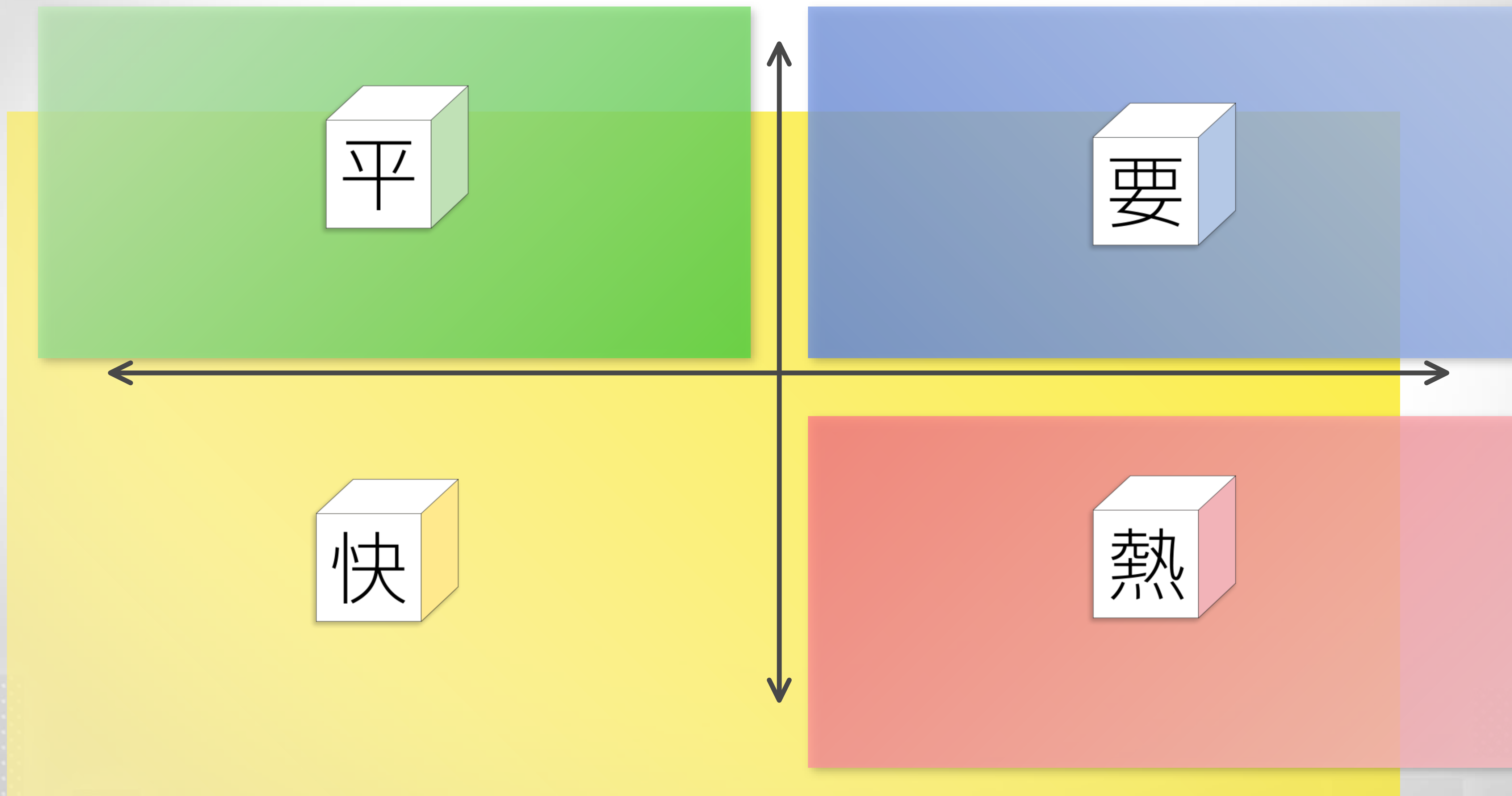
目的をもって／意識的に
わざわざ

情緒的
心地いい気分／楽しい気分で

コネクテッド時代のメディア選択

「快ベースの情報生態系」

平 要 快 熱



■データ利用時のガイドライン

資料のデータ等を引用する際は必ず、レポートから抜粋・加工の上、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
コネクテッド時代のメディア選択 「平要快熱」

と明記してください。ご清聴ありがとうございました。

メディア環境研究所プレミアムフォーラム2024

コネクテッド時代のメディア選択

