



2006年8月31日

報道関係各位

地上デジタル放送、ワンセグ効果で女性の理解度大きく進む 女性の理解度 7 割強、4人に1人が対応型テレビを所有。

～博報堂DYメディアパートナーズ「地上デジタル放送浸透度調査」～

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(本社:東京都港区、社長:佐藤孝)は、通算7回目となる地上デジタル放送の浸透度に関する調査を行いました。本調査は2003年に開始したもので、視聴者における地上デジタル放送への理解や特性認知状況の推移を時系列的に調査し、激変するメディア環境の変化を把握することを目的としています。

今回の調査結果をみると、地上デジタル放送の内容を理解している人が51%と半数を越えました。2006年4月のワンセグ放送開始などで女性層での理解度が急速に高まっており、今後も女性が普及への鍵を握る形で、2011年の完全移行へ向けての視聴者側での対応がスムーズに進行していく様子が伺えます。

過去3年間にわたって地上デジタル放送の理解や特性認知状況の推移をみたところ、地上デジタル放送の認知はほぼ100%の飽和点に達していますが、内容理解においてはまだまだ十分ではない状況にありました。しかしこの1年間で大きく理解が促進され、特に女性層では「人に説明できるほど理解している」と「人に説明できるほどではないが自分では理解している」を足した理解層は38%と前年に比べ10%以上の伸び。また、「少しなら理解している」を加えると70%以上になり、女性層で急激に地上デジタル放送に対する理解が高まってきました。

女性を中心に急激に理解が進んだ理由のひとつは、ワンセグ放送の開始が契機になっていると考えられます。地上デジタル放送の特性認知についてみると、前回に比べ最も認知が上昇したのは女性にもなじみ深い携帯電話などでの「移動体での視聴可能」で、特に女性では35ポイント大幅増の60%でした。

地上デジタル放送対応のテレビの所有も進み、2006年7月時点で24%、およそ4人に1人が対応型テレビを所有していることがわかりました。この所有に関しても女性の理解が進んだことが購入促進に大きな影響を与えていると思われます。

博報堂DYメディアパートナーズは、総合メディア事業会社として今後も地上デジタル放送の浸透度に関する定点調査を行い、メディア環境と生活者の移り変わりについて調査・研究していきます。

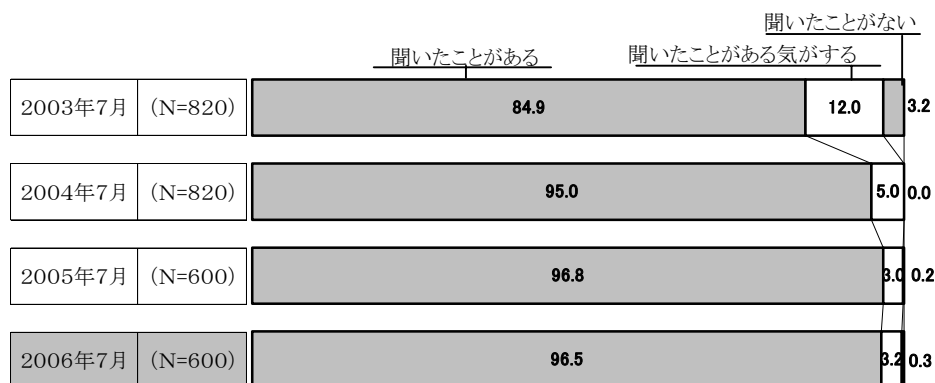
本件に関するお問い合わせ

博報堂DYメディアパートナーズ
広報グループ 加藤 03-6218-9175
メディアマーケティング局 井徳・高橋 03-6218-9381

主な調査結果

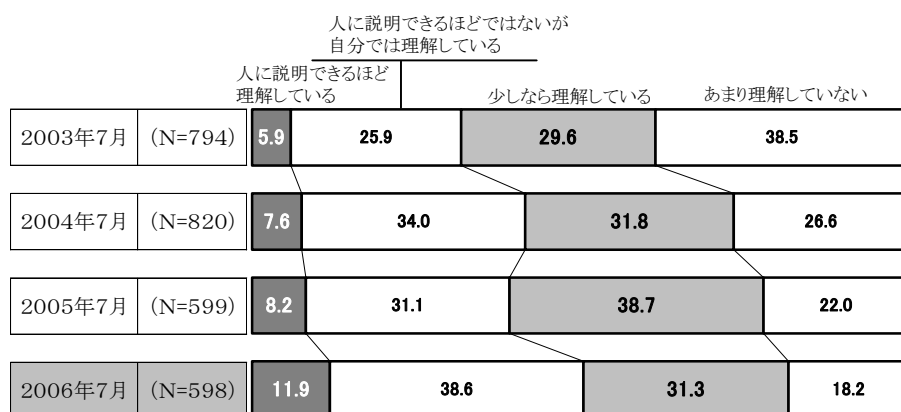
「地上デジタル放送」の認知 ＜全体＞

- 「地上デジタル放送」という言葉を「聞いたことがある」確信者は、第1回調査の2003年時点こそ85%と8割台でしたが、2004年以降、9割台半ば以上の高率を維持しほぼ全員に認知されています。



「地上デジタル放送」の理解 ＜全体＞

- 「地上デジタル放送」について「内容を理解（人に説明できるほど理解＋人に説明できるほどではないが自分では理解）」している人は昨年に比べ10ポイント以上の大幅増で51%と半数を超えました。
- 「少しなら理解している」も加えると82%と8割強の理解率を示し、今年になって、「地上デジタル放送」が身近で現実的なものになってきたことがうかがえます。



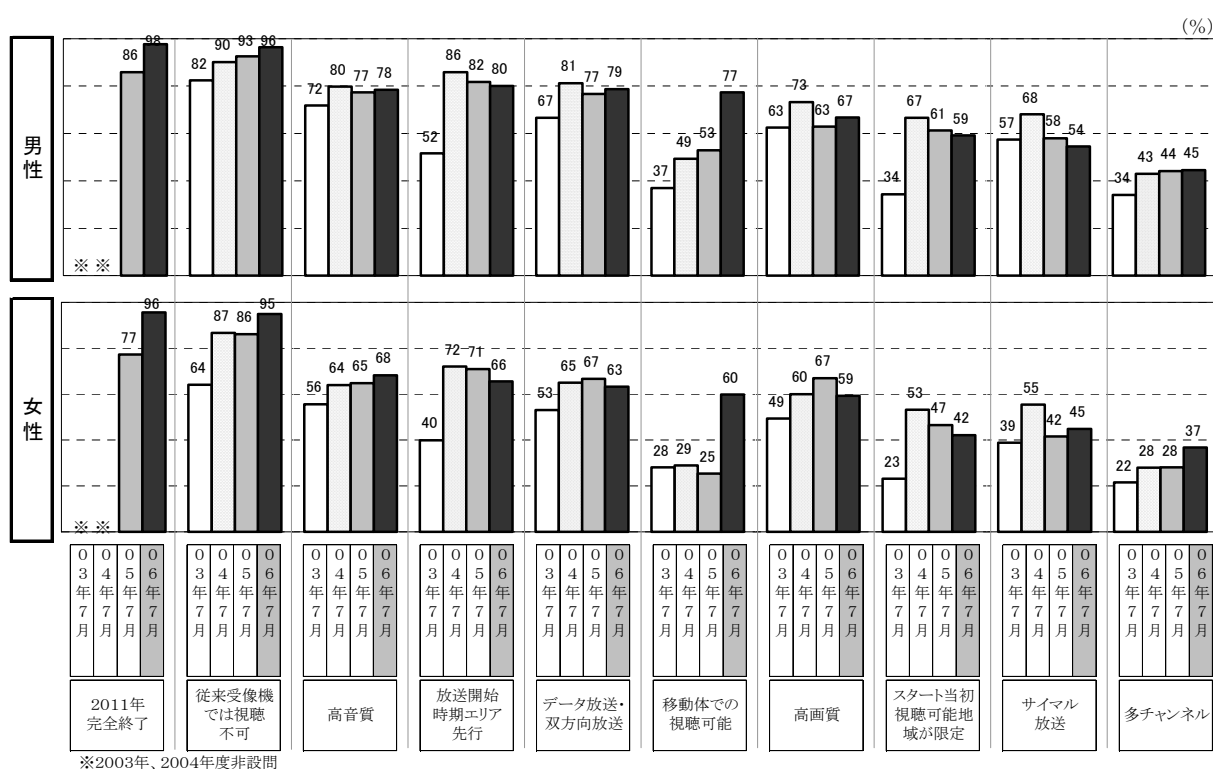
「地上デジタル放送」の理解 <性別>

- 「地上デジタル放送」の男女間での理解率はまだ格差が大きいものの、女性の理解者も順調に伸びて「内容まで理解（人に説明できるほど理解＋人に説明できるほどではないが自分では理解）」している割合は本年度38%と昨年を15ポイント上回り、「少しなら理解」も含めると7割強となっています。

			<div>人に説明できるほどではないが自分では理解している</div> <div>人に説明できるほど理解している 少しなら理解している あまり理解していない</div>			
男 性	2003年7月	(N=404)	9.4	39.1	28.0	23.5
	2004年7月	(N=405)	14.8	45.2	27.7	12.3
	2005年7月	(N=296)	15.2	40.2	32.1	12.5
	2006年7月	(N=300)	18.3	44.7	27.3	9.7
女 性	2003年7月	(N=390)	23.1	31.3	54.1	
	2004年7月	(N=415)	23.1	35.9	40.5	
	2005年7月	(N=303)	22.1	45.2	31.4	
	2006年7月	(N=298)	5.4	32.6	35.2	26.8

地上デジタル放送の特性認知状況＜性別＞

- 地上デジタル放送の特性認知状況についてみると、前回に比べ最も認知が上昇したのは男女ともに「移動体での視聴可能」で、特に女性は35ポイントの大幅増で60%に達しました。
- また、前回から新しく追加した「アナログ放送が2011年に完全終了」することについても、女性は18ポイント大幅増の96%と、男女間の差異は2ポイントにせまり、男女ともにアナログ放送終焉認知が周知に行き届いてきたといえます。



■増減割合：05年7月vs06年7月【数値は本年度(06年7月)を基準にしての増減%】

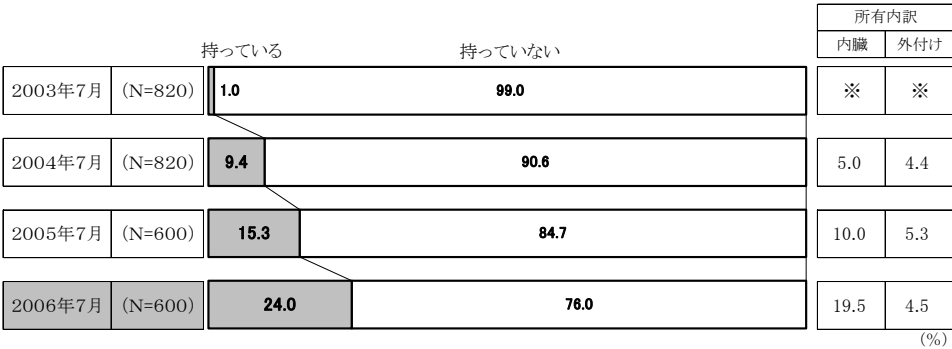
	2011年完全終了	従来受像機では利用不可	高音質	放送開始時期エリア先行	データ放送・双方向放送	移動体での視聴可能	高画質	スタート当初視聴可能地域が限定	サイマル放送	多チャンネル
男性	11.8	3.8	1.0	-1.8	2.0	24.5	3.8	-2.1	-3.4	0.4
女性	18.4	8.8	3.5	-5.4	-3.5	34.5	-7.8	-4.4	3.2	8.7

■男女差：本年度(06年7月)の男女差【数値は男性を基準にしての差異%】

	2011年完全終了	従来受像機では利用不可	高音質	放送開始時期エリア先行	データ放送・双方向放送	移動体での視聴可能	高画質	スタート当初視聴可能地域が限定	サイマル放送	多チャンネル
男性vs女性	2.0	1.4	10.2	14.5	15.5	17.5	7.6	17.0	9.7	7.7

地上デジタル放送対応テレビの所有の有無

● 地上デジタル放送対応テレビの所有率は昨年より9ポイントアップし、24%と2割台を突破し順調に推移しています。



調査設計

■調査地域	首都圏・京阪神の2地区
■調査時期	第1回:2003年7月15日(10:00)～18日(17:00) 第4回:2004年7月 6日(10:00)～12日(10:00) 第6回:2005年7月21日(18:00)～25日(17:00) 第7回:2006年7月14日(15:00)～21日(10:00)
■調査対象者	20歳～59歳の男女
■調査対象者数	第1回:計1045人 第4回:計890人 第6回:計655人 第7回:計667人
※各回、人口比率に応じて男女10歳単位でサンプル配分をして配信し、回収分を全て集計分析した。	
■調査手法	インターネット調査