

2007年9月5日

報道関係各位

対応型テレビ所有、24%から35%へ大幅増。 ～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、地上デジタル放送開始前の2003年7月より、通算8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。今回の報告書は、全8回の調査のうち2003年から2007年までの各7月時点の調査結果5回分を時系列でまとめたものです。本調査は、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。

地上デジタル放送対応テレビの所有は、本調査開始時点の2003年7月より順調に進んでおり、本年度は前年から11ポイントアップし35.3%となりました。ここ2年、10%前後の所有の拡大が続いている。地上デジタル放送対応テレビの内訳を見ると、所有者35.3%のうち8割が地上デジタル放送を直接受像できる内蔵型でした。

また、地上デジタル放送の視聴意向時期をたずねた質問では、「地上デジタル放送をすでに視ている」と答えた人は、前年と比べて13ポイントアップし、29.8%とほぼ30%となっています。地上デジタル放送の視聴も2年連続して10%強の視聴拡大となっています。一方、非視聴者の意識を見ると「わからない」が年々減少しており、視聴意向時期が明確化してきているといえます。

「ワンセグ携帯電話」の所有率は、前年は全体で3.2%とまだごく少数でしたが、今回は13.7%と1割を超える普及となっています。性別、年齢別で見ても各層とも前年より10%前後の伸びを示しており、ワンセグ携帯電話の普及は性・年齢の偏りなく順調に進んでいるといえます。

過去4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てきましたが、地上デジタル放送の認知は、地上デジタル放送ということばを「聞いた気がする」の1%を含めて、今回ついに100%に到達しました。

内容理解については、地上デジタル放送の内容理解者(「人に説明できる」+「自分で理解している」)は前年の5割をわずかに下回りましたが、「少しだけ理解している」も含めた理解率は全体で84%と前年より2ポイントアップしました。

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期調査を行い、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。

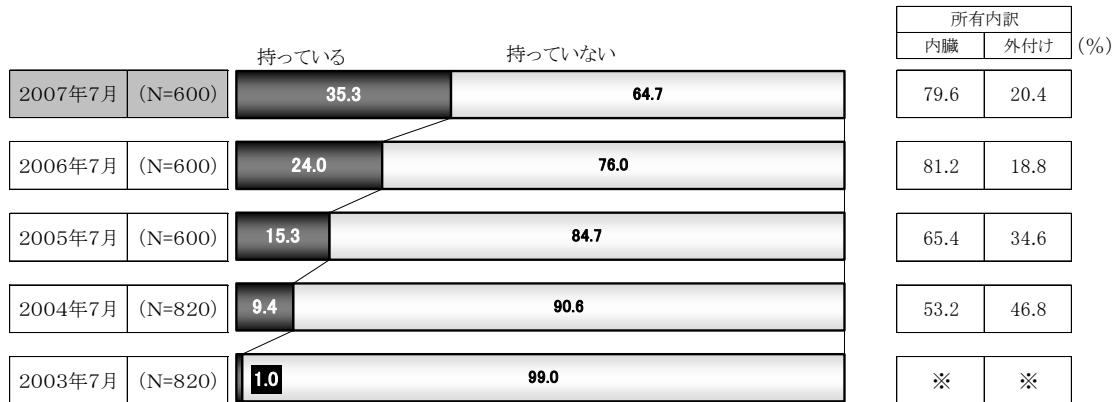
本件に関するお問い合わせ 博報堂DYメディアパートナーズ
広報グループ
メディアコンテンツマーケティング局

神子・加藤 03-6218-9175
大村・高橋 03-6218-9381

主要な調査結果

地上デジタル放送対応テレビの所有の有無 <全体>

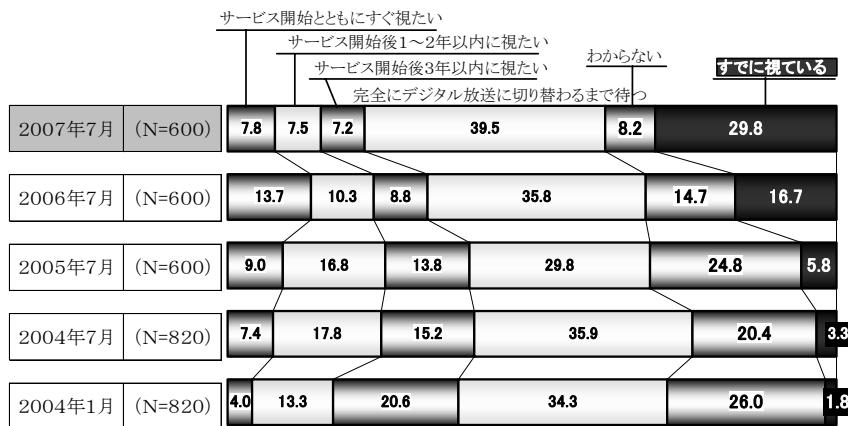
- 地上デジタル放送対応テレビの所有率は、今回35.3%と1/3を突破。対前年からの増加率をみると、2005年が5.9ポイント、2006年が8.7ポイント、そして今回が11.3ポイントと、ここにきて一段と地上デジタル放送対応テレビの所有に弾みがついてきています。
- 地上デジタル放送対応テレビの内訳を見てみると、所有者35.3%のうち8割が地上デジタル放送を直接受信できる内蔵型と答えています。



注)所有内訳は所有者を100%とした時の割合。

地上デジタル放送の視聴意向時期 <全体>

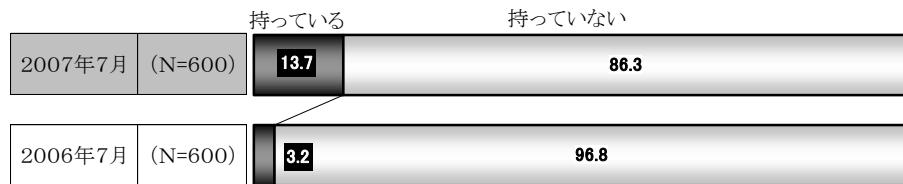
- 地上デジタル放送の視聴意向時期についてたずねた質問で「すでに視ている」と答えた回答者は、前年に比べて13ポイントアップし、29.8%になっています。地上デジタル放送のサービス開始から約3年半で地上デジタル放送の視聴はほぼ3割まで達しています。前年、今回とこの2年間は毎年10ポイント以上の増加を示し、地上デジタル放送の視聴が急速に高まっていることがうかがえます。
- 一方、「サービス開始とともにすぐ視たい」は6ポイント減、「サービス開始後1~2年以内」が3ポイント減、「サービス開始後3年以内」が2ポイント減と、3年以内での近時視聴意向率は約10ポイント低下しています。逆に「完全にデジタル放送に切り替わるまで待つ」は4ポイントほど増加して4割を示しています。
- 更に、「わからない」は2004年1月の26%から今回の8.2%と年々減少しており、視聴意向時期が明確化してきているといえます。



注)地上デジタル放送のサービス開始が2003年12月のため時系列比較は2004年1月と2007年までの各7月時点で実施。

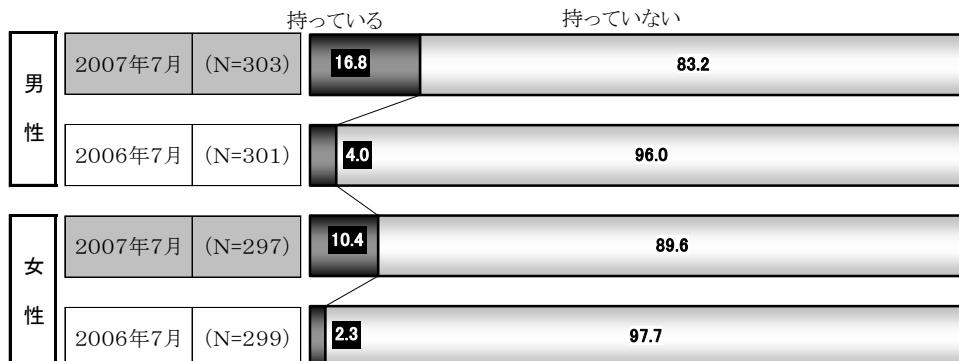
「ワンセグ携帯電話」の所有 <全体>

- 「ワンセグ携帯電話」の所有率は、前年は3.2%とまだごく少数でしたが、今回は13.7%と1割を超える普及となっています。



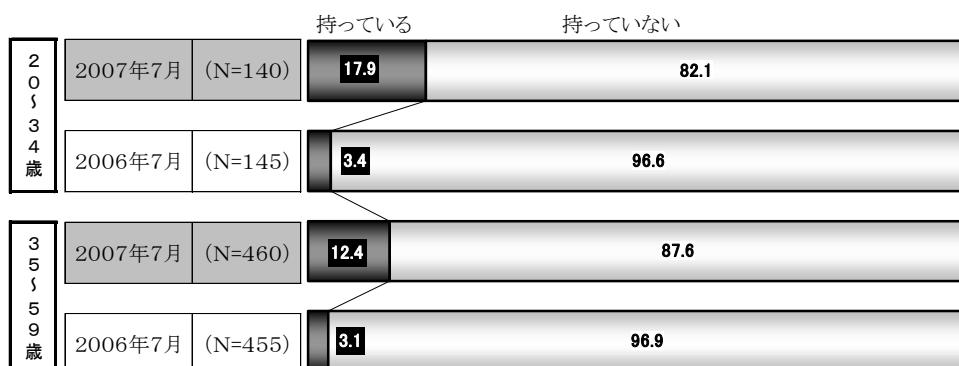
「ワンセグ携帯電話」の所有 <性別>

- 性別で見ると、男性の所有が16.8%、女性が10.4%と男性が6ポイントほど高くなっています。
- 男性女性共に所有が大幅に伸びています。特に男性では前年から13ポイント増と所有の伸びが大きくなっています。



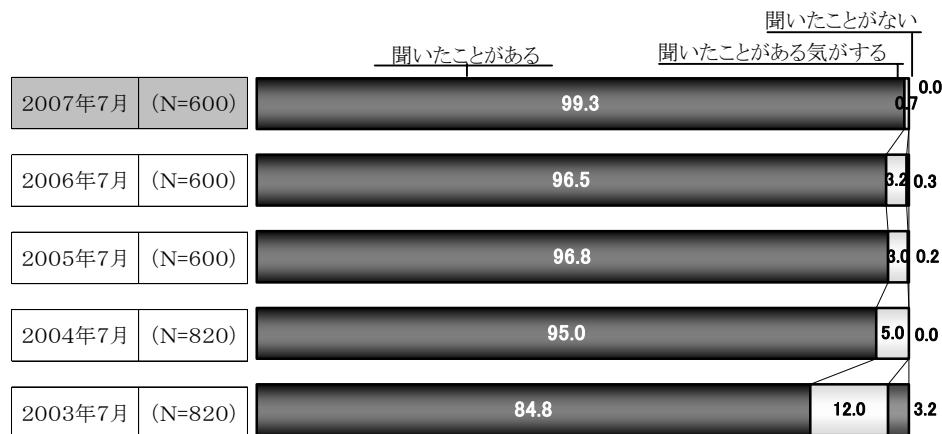
「ワンセグ携帯電話」の所有 <年齢別>

- 年齢別で見ると、「20~34歳」層の所有が17.9%、「35~59歳」層が12.4%と若年層の所有が6ポイントほど高くなっています。
- 両年代共に所有が大幅に伸びています。特に若年層では前年から15ポイント増と所有の伸びが大きくなっています。



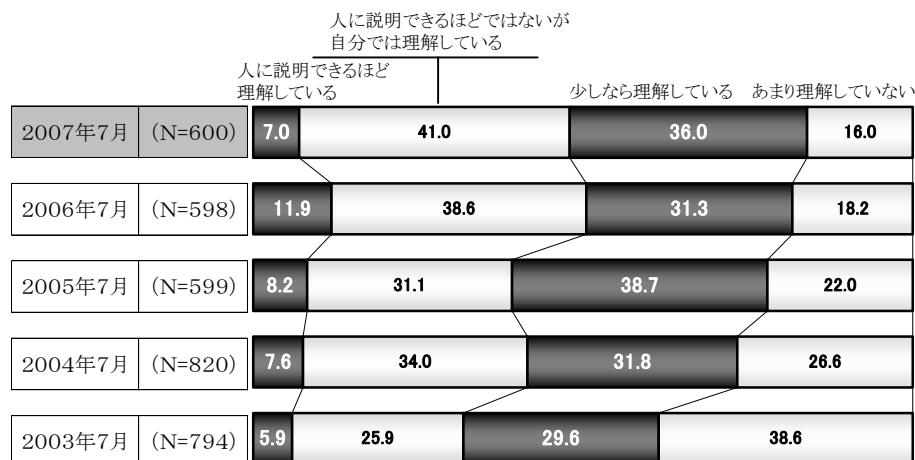
「地上デジタル放送」の認知 <全体>

- 「地上デジタル放送」という言葉を「聞いたことがある」という確信者は、第1回調査の2003年時点は84.8%と8割台でしたが、2004年には90%を超え、今回は99.3%に達しています。「聞いた気がする」の1%を含めると100%となり、全員が「地上デジタル放送」という言葉を認知しているという状況です。



「地上デジタル放送」の理解 <全体>

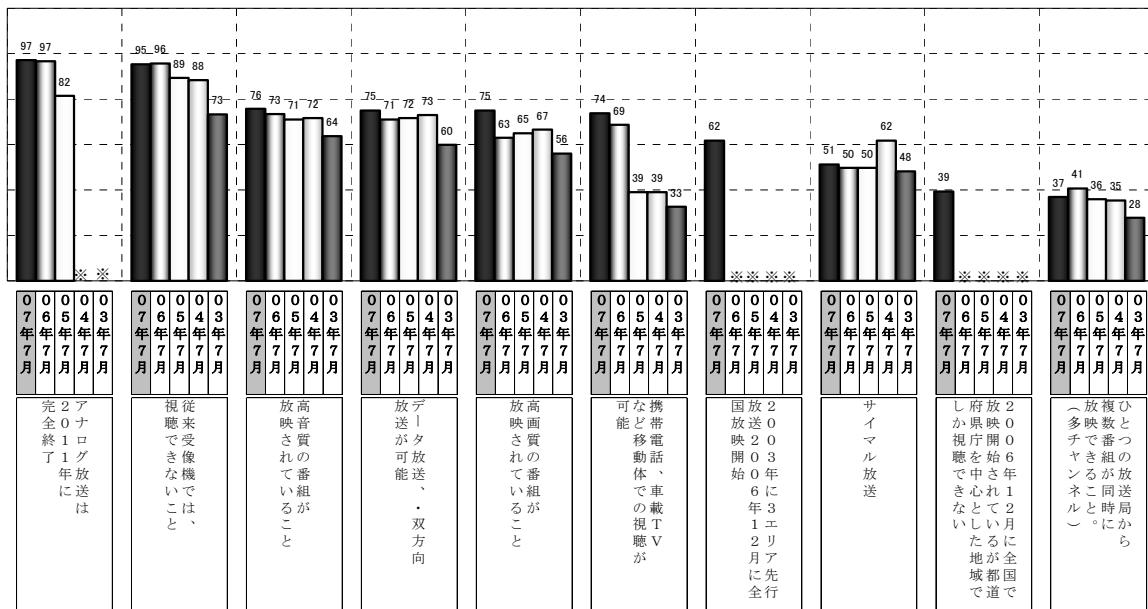
- 「地上デジタル放送」について内容を理解(人に説明できる+自分では理解)している人は、今回48.0%、前年に比べて若干下回る結果でした。
- しかし、「少しだけ理解している」まで含めた「地上デジタル放送」内容理解者は84%、前年の81.8%を若干上回りました。



その他の調査結果

地上デジタル放送の特性認知状況 <全体>

- 地上デジタル放送の特性認知をみると、「2011年完全終了」と「従来の受像機では見られない」についてはほぼ全員が認知しており、次いで「高音質」「データ放送・双方向」「高画質」「移動体視聴」が7割台で続いています。前年に比べ大幅に増加したのは「高画質」で、12ポイントの大幅増でした。



■増減割合【数値は本年度(07年7月)を基準にしての増減%】

年月	完全終了	従来受像機では見れない	高音質	データ放送・双方向	放映されやすい番組があること	高画質	移動体視聴	可なるか放能	携帯電話での車載T-V	国放送	サイマル放送	など
'07年vs'06年	0.5	-0.4	2.5	4.0	12.0	5.0				1.5		-3.7

注:なお、以下の特性は前年までと地上デジタル放送環境が違ってきたため、以下のように質問を変更しました。そのため、時系列での比較はしていません。

【2006年以前】「地上デジタル放送は全国では2006年12月からですが、首都圏・京阪神・名古屋の3エリアでは2003年12月から先行して放映が開始されていること

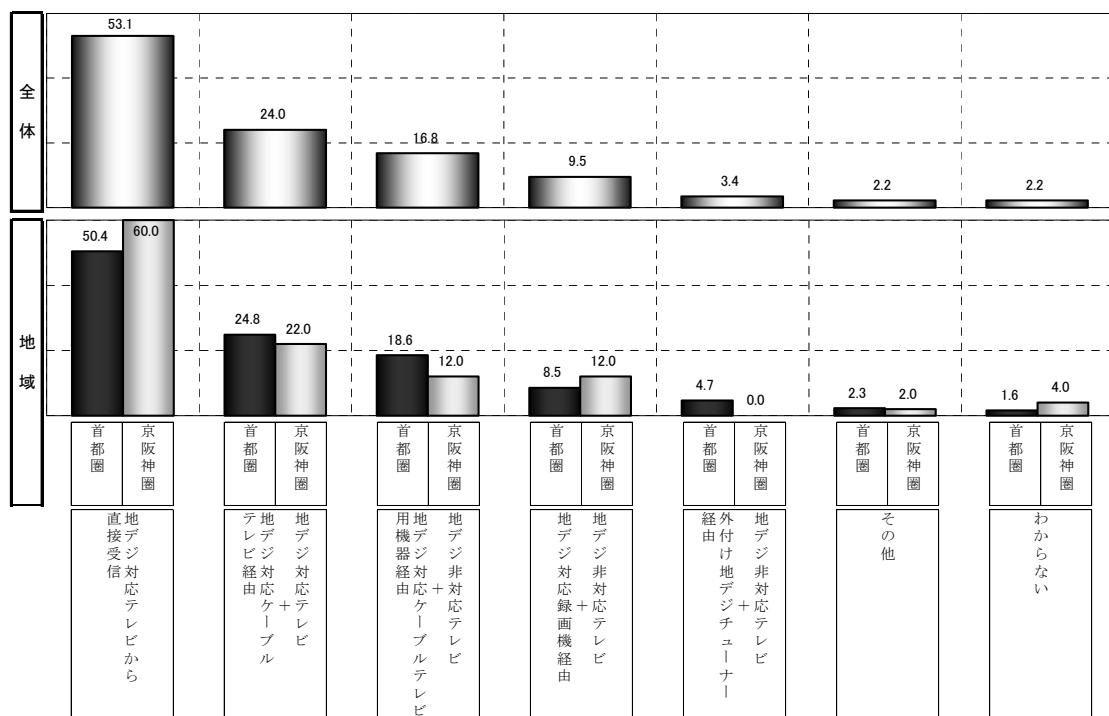
→**【今回】**「地上デジタル放送は2003年12月に首都圏・京阪神・名古屋の3エリアで放映が開始され、その後2006年12月に日本全国の全てのエリアで放映が開始されていること

【2006年以前】地上デジタル放送は2003年12月から開始されているものの首都圏でも一部の地域でしか視聴できないこと

→**【今回】**地上デジタル放送は2006年12月に全国で放映が開始されているものの、都道府県庁を中心とした地域でしか視聴できないこと

地上デジタル放送の受像方法 <全体・地域別>

- 地上デジタル放送をすでに視ている人がどのような方法で地上デジタル放送を受像しているかをたずねた質問では、「地上デジタル(以下地デジと略記)対応テレビから直接受信」が全体で53.1%と半数を超えていました。次いで「地デジ対応テレビ+地デジ対応ケーブルテレビ経由」が24%、「地デジ非対応テレビ+地デジ対応ケーブルテレビ用機器経由」が16.8%と続いています。
- 地域別では、「地デジ対応テレビから直接」は首都圏の50.4%に対し京阪神圏は60.0%と、京阪神圏が10ポイント高い結果となりました。一方、「地デジ対応テレビ+地デジ対応ケーブルテレビ経由」が約3ポイント、「地デジ非対応テレビ+地デジ対応ケーブルテレビ用機器経由」が約7ポイントと、地デジ対応ケーブルテレビ、地デジ対応ケーブルテレビ用機器を経由しての地デジ視聴は首都圏の方が高くなっています。



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19日(18:00)～21日(10:00) 第8回:2007年7月27日(17:00)～31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 第8回:計641人
■調査手法	※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。 インターネット調査

今回の報告書は全8回の調査のうち2003年から2007年までの各7月時点の調査結果5回分を時系列としてまとめたものです。