

(参考資料)

2008年7月8日
博報堂DYメディアパートナーズ

メディア接触の性・年齢別の差異がますます顕著に。 ～博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2008」～

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:榎原廣)は、生活者のメディア接触の現状を分析する「メディア定点調査2008」を行いました。

この調査は、メディアのデジタル化に伴って次々と登場する「ハードウェア」や「サービス」について生活者の接触実態を把握し、広告メディア市場形成の兆しを発見しようと目的のもと、メディア環境研究所の活動の基礎となる調査として2004年より継続的に実施しています。

東京地区の調査結果によると、生活者のマス4媒体とインターネット2媒体(PC、携帯)を合わせた1日のメディア接触総時間は、約5時間20分で、ここ数年微減傾向にあります。ただし、性・年代によって大きな違いがあり、男性の40代・50代・60代と女性の60代では、この3年間で増加しています。

そして、インターネット(PC、携帯)への接触時間は、ここ数年増加傾向にありましたが、PCを通じたインターネットは昨年から今年にかけて、調査開始以来初めて減少し、飽和の可能性を示唆しました。そうした中で、携帯電話を通じたインターネットへの接触時間は、10代・20代で大きな数値を伸ばし、引き続き拡大の傾向にあります。

2007年に27.3%であった地上デジタル放送の利用経験率は、2008年で40.4%と順調に数値を伸ばしており、ワンセグ放送も、昨年の11.1%から28.5%へ利用経験率が伸びています。

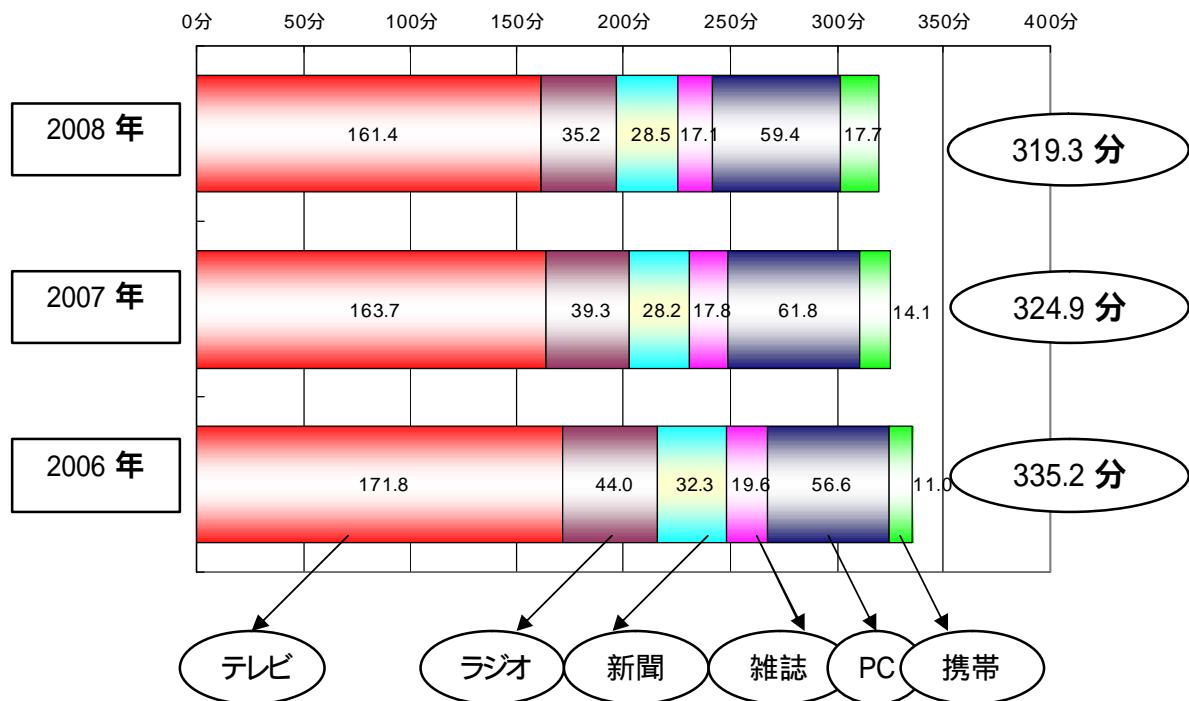
また、最近注目の動画投稿サイト(YouTubeやニコニコ動画)の利用経験率は、10代女性で81.6%と若年層を中心に定着しつつあることがわかりました。10代女性は、携帯小説の利用経験率も71.0%と新しいコンテンツサービスを積極的に利用しています。

メディア環境研究所では、今後もメディア環境変化を調査し、次世代広告の兆しを発見することで、コミュニケーションのプランニング力とメディア効果を高めることにチャレンジしていきます。

主な調査結果

下記は 東京地区のデータを抜粋しています。詳細、及び大阪府、高知県のデータに関してはメディア環境研究所 (<http://www.media-kankyo.jp>)までお問い合わせください。

1)マス4 媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触総時間



2)マス4 媒体からインターネットまでを合わせた1日のメディア接触総時間(性年齢別比較)

	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット (PCから)	インターネット (携帯電話から)	08年ト タレ分)	06年ト タレ分)
合計	161.4	35.2	28.5	17.1	59.4	17.7	319.3	335.2
男10代	149.7	17.8	11.6	22.0	83.4	51.9	336.4	350.7
20代	107.7	27.6	15.5	15.2	97.7	15.3	279.0	323.0
30代	144.3	30.7	15.4	18.7	67.3	23.8	300.1	356.3
40代	150.6	29.4	27.1	16.4	91.6	16.0	331.0	310.0
50代	178.9	78.9	36.8	13.6	64.8	14.0	386.9	305.3
60代	195.2	59.8	68.2	23.8	46.6	3.8	397.4	387.3
女10代	168.4	10.9	8.7	21.9	40.4	74.1	324.4	334.4
20代	170.6	17.6	12.6	19.7	66.8	44.0	331.3	357.4
30代	151.1	23.0	18.8	14.7	51.2	11.2	270.1	322.8
40代	164.1	17.7	24.7	14.5	44.3	6.7	272.1	318.1
50代	172.7	40.5	40.0	14.6	29.5	5.0	302.2	321.5
60代	204.0	50.6	55.1	18.4	18.9	3.9	351.0	340.4

・男性の50代では、386.9分。60代では397.4分と増加しています。

若者にとって、まや携帯電話がインターネットへの入り口になっており、10代女子で携帯電話からのインターネット接続時間が74.1分とパソコンの40分を大きく上回りました。

3 地上デジタル放送 ピンセグ放送の利用経験率

	2006	2007	2008
地上デジタル放送	17.0%	27.3%	40.4%
ワンセグ放送	0.1%	11.1%	28.5%

4 動画投稿サイトと携帯小説の利用経験率

	年代	性別	2007	2008
動画投稿サイト	合計	男女	29.2%	38.8%
	10代	男	61.2%	69.4%
		女	52.8%	81.6%
	20代	男	62.5%	70.0%
		女	42.9%	68.6%
携帯小説	合計	男女	10.3%	11.3%
	10代	男	30.6%	26.5%
		女	54.7%	71.0%
	20代	男	20.8%	18.8%
		女	25.0%	35.3%

携帯小説(2007年)の合計は、携帯エミック・小説のデータです。

調査設計

調査地区：東京都、大阪府、高知県

標本抽出方法：RDD (Random Digit Dialing)

調査方法：郵送調査法

調査対象者：対象エリアに在住の15～69歳の男女個人

標本構成：3地区合計 2186サンプル発信、1877回収

調査期間：2008年2月4日発送～2月22日投函締切

調査実施機関：株式会社 ビデオリサーチ

この件に関するお問い合わせ先

博報堂DYメディアパートナーズ

広報グレープ 舟橋 加藤 03-6441-9347

メディア環境研究所 榊原 03-6441-9713