

(参考資料)

2008年8月14日

株式会社東京放送

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

## ワンセグでの平均視聴時間は55.8分

### プロ野球中継の非サイマルワンセグ放送の視聴実態調査を実施

株式会社東京放送(本社 東京都港区 社長 井上弘 以下 TBS)は、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 以下 博報堂DYメディアパートナーズ)と共に、プロ野球中継のワンセグ非サイマル放送の視聴実態調査を行いました。今回、地上波では7月19日の15:00~16:30に放送された野球中継が、ワンセグでは1時間延長して15:00~17:30で放送されました。両社では、このワンセグ独自の新たな視聴スタイルを提案する実験的な試みであるワンセグ非サイマル放送の可能性を探るため、実際のワンセグ視聴者に対して視聴実態調査を行ったものです。

調査結果によると、ワンセグで野球中継を視聴した人の視聴時間は、55.8分。また、52.1%と過半数が、ワンセグでのみ放送した試合延長中継を視聴していましたことが分かりました。そして、ワンセグでのプロ野球の延長中継に対しては、計98.5%が今後も見るとと思うと回答しています。

プロ野球中継はもちろんのこと、同じライブで行われるスポーツ中継などはワンセグ放送と親和性が高いことが想定されるなど、今後のワンセグの可能性を示唆する結果となっています。

#### 主な調査結果

##### 1) 視聴者の平均視聴時間は55.8分

ワンセグ視聴者の平均視聴時間は55.8分。一日における一般的なワンセグ視聴時間が62分(1)であることと比較しても、長時間にわたり放送を視聴していましたことが伺えます。

(1) 「第4回ワンセグ携帯ユーザー調査」(2008年2月 アサソーディ・ケイ、電通、博報堂DYメディアパートナーズ ビデオリサーチ共同調査)より、ワンセグ視聴者ベースにて算出。

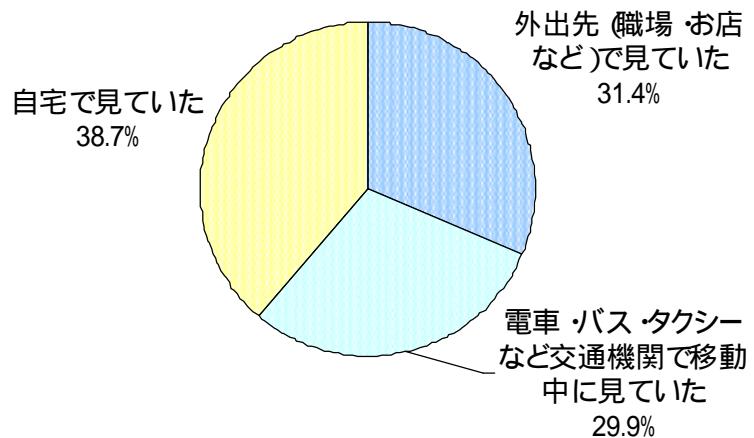
##### 2) 52.1%の視聴者が、ワンセグで延長中継を視聴

ワンセグ延長中継時間帯においても52.1%と過半数の視聴者がワンセグで野球中継を視聴していましたことが分かりました。

### 3)ワンセグ野球視聴者の61.3%が、自宅外で番組視聴

外出先(31.4%)、交通機関で移動中(29.9%)と計61.3%のワンセグ視聴者が自宅外で視聴していましたことが分かりました。

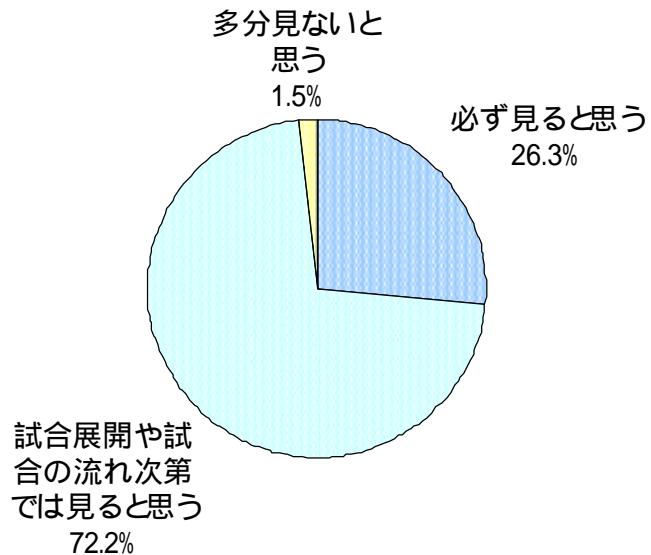
Q: 「ザ・プロ野球 横浜×巨人戦」のワンセグ放送を、主にどこでご覧になりましたか?



### 4)野球ファンは、ワンセグでの延長中継に期待

ワンセグ延長中継を、必ず見るとと思う(26.3%)、試合展開や試合の流れ次第では見るとと思う(72.2%)と計98.5%の視聴者がワンセグの延長野球中継について、期待をもっていることが分かりました。

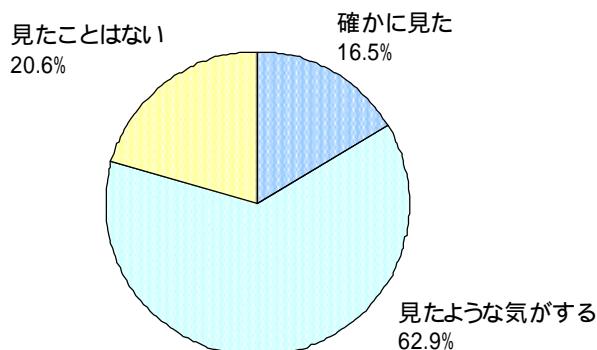
Q: 今後もワンセグでプロ野球の延長中継があった場合に、ご覧になりましたか?



## 5) 野球中継中のヴァーチャル映像の番組告知に対しては高い認知度

ワンセグ放送内で実施した、ヴァーチャル映像を使った番組告知広告に関しては、確かに見た(16.5%)、見たような気がする(62.9%)と高い認知度を示しています。またこの広告に対して「分かりやすい」、「面白い」、「好感がもてる」との回答が多く、このような番組告知広告が受け入れられる可能性は高いと考えられます。

Q: ワンセグ放送の「マツプロ野球 横浜×巨人戦」の番組中に、番組告知広告をご覧になりましたか?



(ワンセグ放送中で行われた番組告知)

Q: ヴァーチャル映像を使った番組告知広告についてどう思いますか?



## 調査番組概要

番組タイトル: TBS 「ザ・プロ野球・ワンセグ中継」

放送日時: 2008年7月19日(土) 横浜-巨人戦のゲーム中継(関東地方ローカル放送)

地上波放送 15:00~16:30

非サイマル方式でのワンセグ放送 15:00~17:30

## 調査方法

調査方法: インターネット調査(放送終了後、ワンセグ視聴者をスクリーニング)

調査地域: 首都圏(1都3県)

調査対象: 20歳~59歳男性 (n=194)

調査期間: 2008年7月22日(火)~7月23日(水)

## この件に関するお問い合わせ先

東京放送 総務局 広報IRセンター

湯川 03-5571-2260

博報堂DYメディアパートナーズ 広報グループ

舟橋・加藤 03-6441-9347