

2009年10月21日  
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

## 地デジ対応型テレビ所有、着実に増加し(前年比プラス8.7%)6割を超える!

～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 以下博報堂DYメディアパートナーズ)は、地上デジタル放送開始前の2003年7月より、通算10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10回の調査のうち2004年から2009年までの各7月時点の調査結果6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。

昨年一気に5割を突破した地上デジタル放送対応テレビの所有は、今回の調査では61%と6割を超えました。対前年度からの増加率をみると、8.7ポイントアップして着実に増加していることが伺えます。

地上デジタル放送対応テレビの内訳を見ると、所有者61%のうち9割以上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状況をたずねた質問では、「地上デジタル放送をすでに見ている」と答えた人は、前年から8.2ポイントアップし、52%と5割を突破しました。

今年は地デジ普及促進に貢献する施策「エコポイント制度」について聞いています。エコポイント制度は、ほぼ全員が認知(99.3%)していて、「内容認知者」は66.3%でした。エコポイント制度を利用して地上デジタル対応テレビを「購入した」人は4.9%いました。また24%が「エコポイント制度を利用して買う予定」としています。

過去6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については、地上デジタル放送という言葉を「聞いた気がする」の0.3%を含めて、ほぼ全員が認知している状況で、「地上デジタル放送」という言葉は完全に普及・定着していると言えます。また、「アナログ放送は2011年7月24日に完全終了」、「従来受像機では視聴できない」の特性認知については、ほぼ全員が認知しており、周知徹底されていることが伺えます。

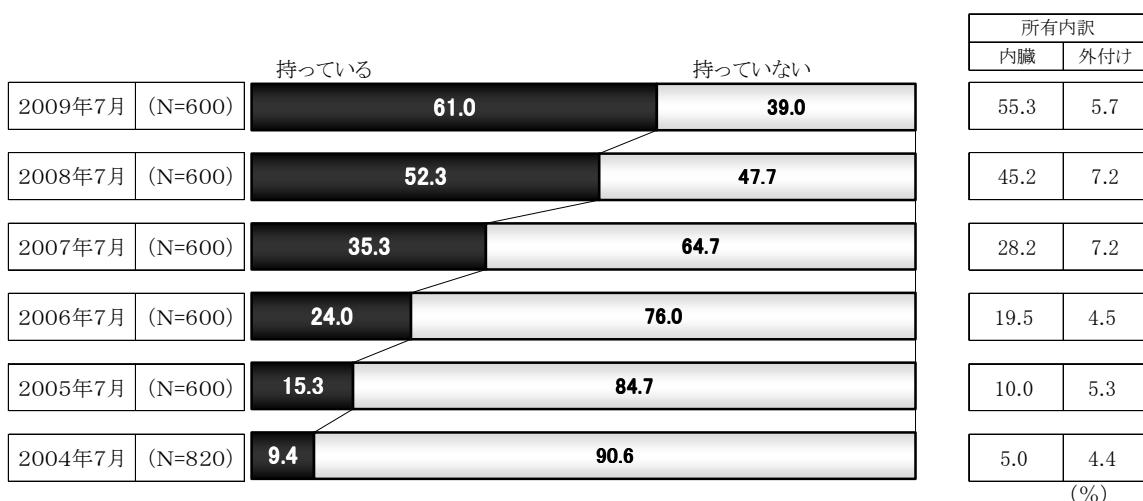
また、ワンセグ放送対応携帯電話の所有は、2006年からのこの4年間で17倍以上増加し、今年は55.2%と5割を超えました。ワンセグ携帯電話所有者の約7割が、携帯電話でワンセグ放送を見ている(「よく見る+時々見る」合計)ことも分かりました。

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。

## 主な調査結果

### 「地上デジタル放送対応テレビの所有率」6割を突破し、着実に増加

- 昨年一気に5割を突破した地上デジタル放送対応テレビの所有率は、今回の調査では61%と6割を突破しました。対前年度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、2007年11.3ポイント、2008年17ポイント、本年度も8.7ポイントアップして6割を超える着実に増加しています。
- また、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61%のうち55.3%と、9割以上が地上デジタル放送受像ができる内臓型と答えています。

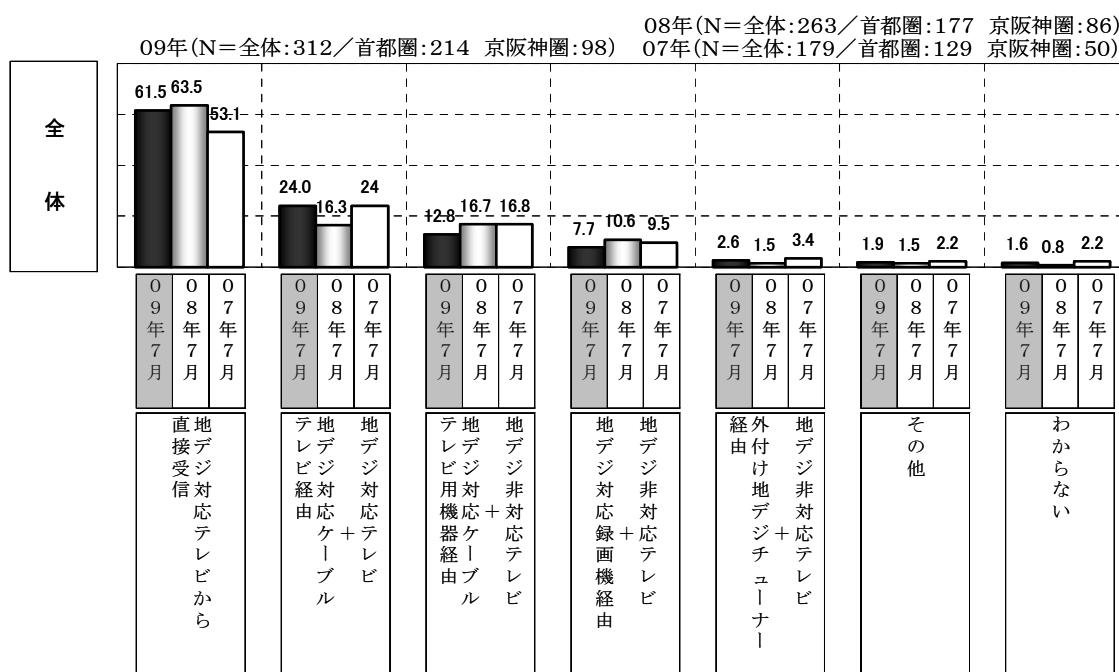


### 「地上デジタル放送をすでに視聴」が5割を突破

- 地上デジタル放送の視聴状況についてたずねた質問では、「すでに見ている」と答えた回答者は、昨年(43.8%)から8.2ポイントアップし、ついに52%と5割を突破しました。2005年調査以降毎年10ポイント前後の増加を示し、地上デジタル放送の視聴が急速に広まっています。

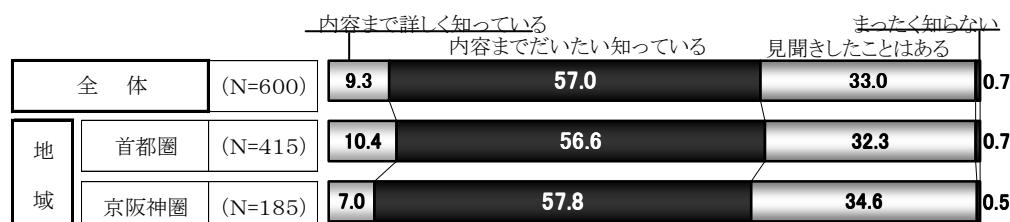
### 「地上デジタル対応テレビから直接受信」が全体の6割以上

- 地上デジタル放送を既に見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61.5%と6割以上を占めています。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」(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」(12.8%)、「地デジ非対応テレビ+地デジ対応録画機経由」(7.7%)、「地デジ非対応テレビ+外付け地デジチューナー経由」(2.6%)と続いています。
- 受像方法としては「地デジ対応テレビ」が「地デジ非対応テレビ」を大きく上回っています。



ほぼ全員が認知「エコポイント制度」

- エコポイント制度については、ほぼ全員が認知(内容を知っている+見聞きしたことがある)しています。「内容まで詳しく知っている」は9.3%、「内容までだいたい知っている」は57.0%で、合わせた「内容認知者」は66.3%でした。
  - エコポイント認知者の中でエコポイント制度の利用によって地上デジタル対応テレビを「購入した」人は4.9%いました。また24%が「エコポイント制度を利用して買う予定」としています。

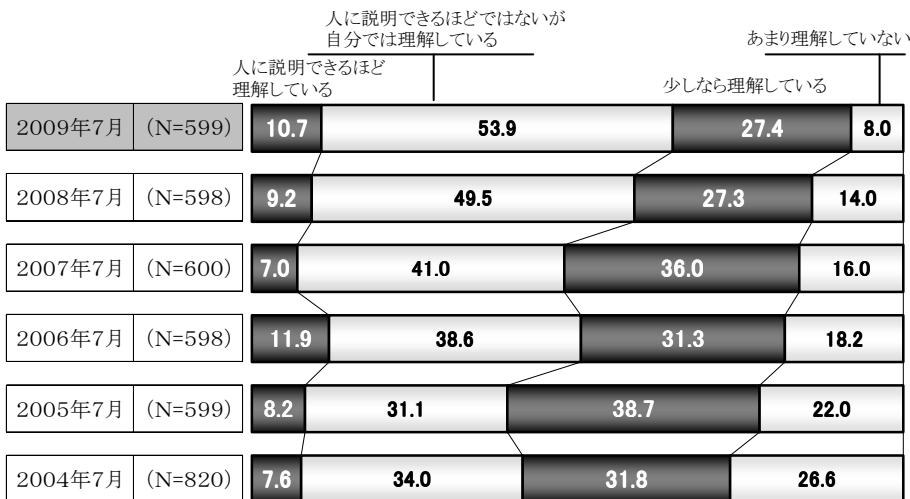


「地上デジタル放送の認知」は100%

- 「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、昨年同様99.5%に達し、「聞いたことがある気がする」の0.3%を含めるとほぼ全員が「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」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84.9%と8割台でしたが、2004年以降は9割台半ば以上の高率で推移し、「地上デジタル放送」という言葉は完全に普及・定着しているといえます。

「地上デジタル放送の理解」は9割以上

- 「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64. 6%と、昨年に比べ5. 9ポイント増でこれまでの最高率を示しています。2006年以降「少しだけ理解している」も含めた理解率をみると、2006年81. 8%、2007年84. 0%、2008年86. 0%、そして本年が92. 0%と確実に上昇し、本年度は9割を超えています。



## 「2011年7月24日アナログ停波」「従来受像機では視聴できない」はほぼ100%認知

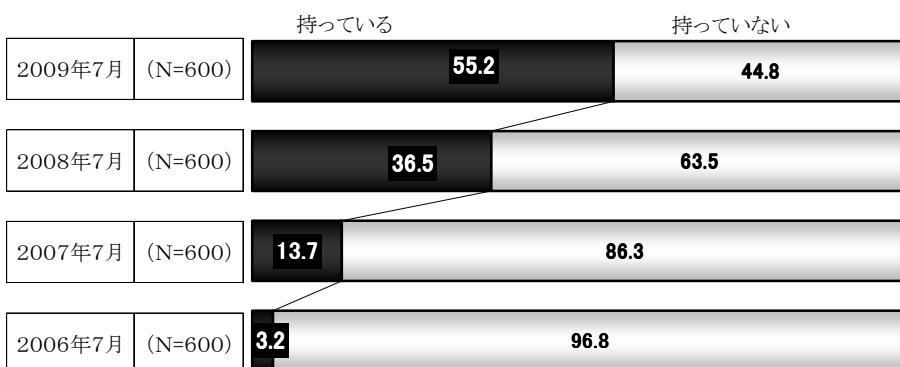
- 地上デジタル放送の特性認知をみると、「従来受像機では視聴できない」「アナログ放送は2011年7月24日に完全終了」については昨年同様高い認知率を示し、それぞれ98%、99%とほぼ全員が認知しており、地上デジタル放送の環境特性については周知徹底されていることが伺えます。

## 約9割が「地上デジタル用のアンテナ替えの必要性」を認知

- 地上デジタル放送の受信方法について「アナログ用から地上デジタル用のアンテナに替えなければならないこと」の認知率は89.8%と約9割が認知しています。

## 5割以上がワンセグ放送対応携帯電話を所有

- ワンセグ放送対応携帯電話の所有率は、年々飛躍的に伸び本年は昨年から18.7ポイント増の55.2%と5割を超えています。2006年(3.2%)からのこの4年間で、17倍以上増加しています。



## ワンセグ携帯電話所有者の7割が携帯電話でワンセグを視聴

- ワンセグ携帯電話所有者のワンセグ放送視聴状況をみると、「よく見る+時々見る」の合計で、約7割が携帯電話でワンセグ放送を見ていることが分かりました。
- 「よく見る」は全体で6.9%、「時々見る」は62.3%、「見ていない」は30.7%となっています。

## 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～18日 第4回:2004年7月 6日～12日 第6回:2005年7月21日～25日 第7回:2006年7月19日～21日 第8回:2007年7月27日～31日 第9回:2008年7月25日～29日 第10回:2009年7月27日～28日
■調査対象者	20歳～59歳の男女
■調査対象者数	第1回:計820人 第4回:計820人 第6回:計600人 第7回:計600人 第8回:計600人 第9回:計600人 第10回:計600人
■調査手法	インターネット調査

今回の報告書は全10回の調査のうち2004年から2009年までの各7月時点の調査結果6回分を時系列としてまとめたものです。

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・コンテンツソリューション局

加藤・舟橋 03-6441-9347  
山下・小林 03-6441-9772