

**全国のメディア接触パターンは5通り。ネット利用が多い東京。ラジオ利用が多い沖縄。
～博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 「全国47都道府県メディア接触分析」～**

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:吉田弘)は、全国47都道府県に住む生活者の主要6メディア(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌・PCネット・携帯ネット)に対する接触状況を分析する「全国47都道府県メディア接触分析」を行いました。

分析※の結果、全国47都道府県の生活者のメディア接触パターンは、①カントリーマス、②ラジエリアン、③テレビラバーズ、④アベレージニッポン、⑤ネットシチズンの5通りに分類されることが分かりました。(各パターンの特徴・都道府県に関する詳細はP2以降をご参照ください。) 近年、ソーシャルメディアの普及や、スマートフォンをはじめとする情報機器の普及により、生活者によるメディア接触状況は大きく変化しつつありますが、全国規模でメディア接触状況の変化が均一に進んでいるということではなく、地域によって特徴が分かれることが明らかになりました。

※ビデオリサーチ社「全国新聞総合調査(J-READ)」に対してクラスター分析を実施

① カントリーマス



テレビ・新聞愛好層。
メディア総接触時間も比較的長い。
広大な土地と豊かな自然に恵まれた
道・県が中心。

② ラジエリアン



ラジオの利用時間が極めて長い。
沖縄県に特有の傾向。

③ テレビラバーズ



メディア接触の中心がテレビ。
ラジオやネットの利用は少なめ。
人口減少傾向の県が中心。

④ アベレージニッポン



ネット利用が長く、
メディア接触傾向は全体平均に近い。
東京都に次ぐ大都市エリアや、
政令指定都市を多く有する府・県。

⑤ ネットシチズン



ネット利用時間が突出して長い。
その他メディア接触は平均より少なめ。
東京都に特有の傾向。

■ 接触パターンの詳細

① カントリーマス

広大な土地と豊かな自然に恵まれたエリアに住む、テレビ・新聞愛好層。メディア総接触時間も長い。

【エリア】 北海道、青森県、岩手県、山形県、群馬県、新潟県、山梨県、長野県、熊本県、宮崎県、鹿児島県

【基本属性の特徴】

- ・年齢は50～60代男女が多め(平均年齢最高)
- ・職業では農・林・漁業の比率が高い

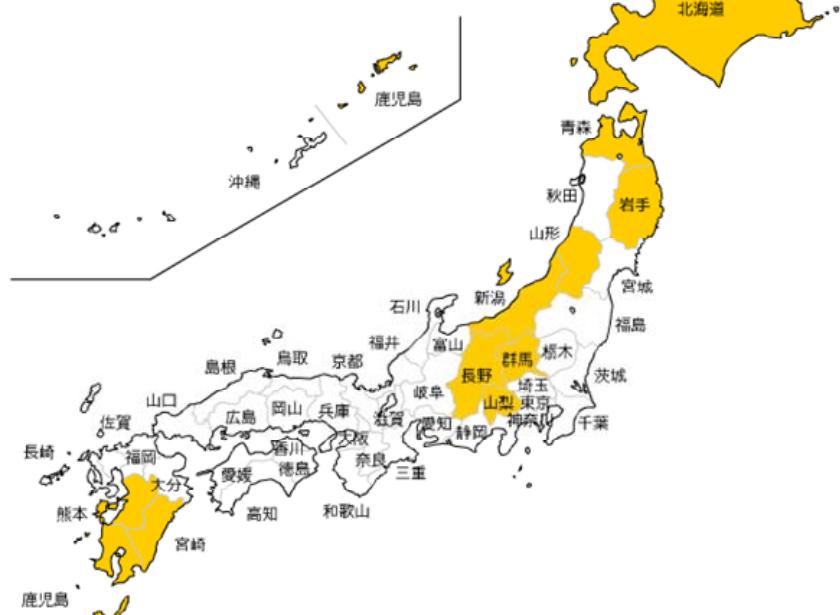


【生活/社会意識の特徴】

- ・農業に関心
- ・有名人や芸能人の情報に関心
- ・万一の際の保障を日頃から考えている
- ・介護問題が身近に感じる
- ・手間ひまかけて料理を作る
- ・車にはこだわりがある
- ・教育問題、経済、ファッション、勉強、海外などへの関心は低い。

【メディアに対する評価の特徴】

- ・「世の中の動きをわかりやすくつたえる」のは新聞
- ・「新製品・新商品情報」の入手媒体はテレビ
- ・ネットや PC に対する意識・情報感度は全般に低い
- ・フリーペーパー・折込チラシに対して高い評価



② ラジエリアン

沖縄県に特有のパターン。鉄道がほとんどなく移動手段が車に限られるため、全てのパターンの中でラジオの利用時間が最も長い。

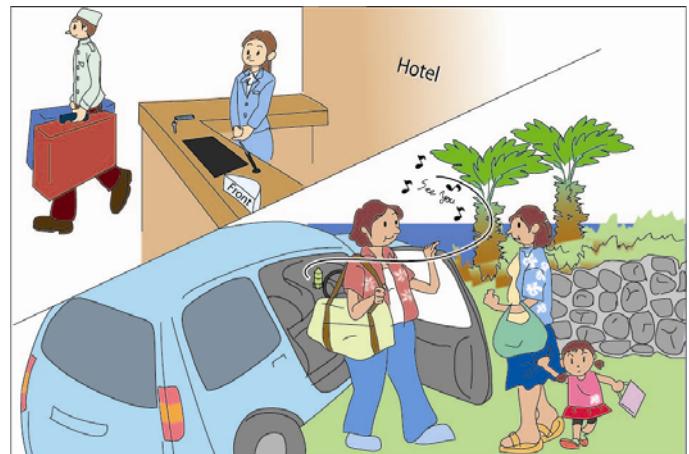
【エリア】 沖縄県

【基本属性の特徴】

・販売/サービス職・無職の比率が高い

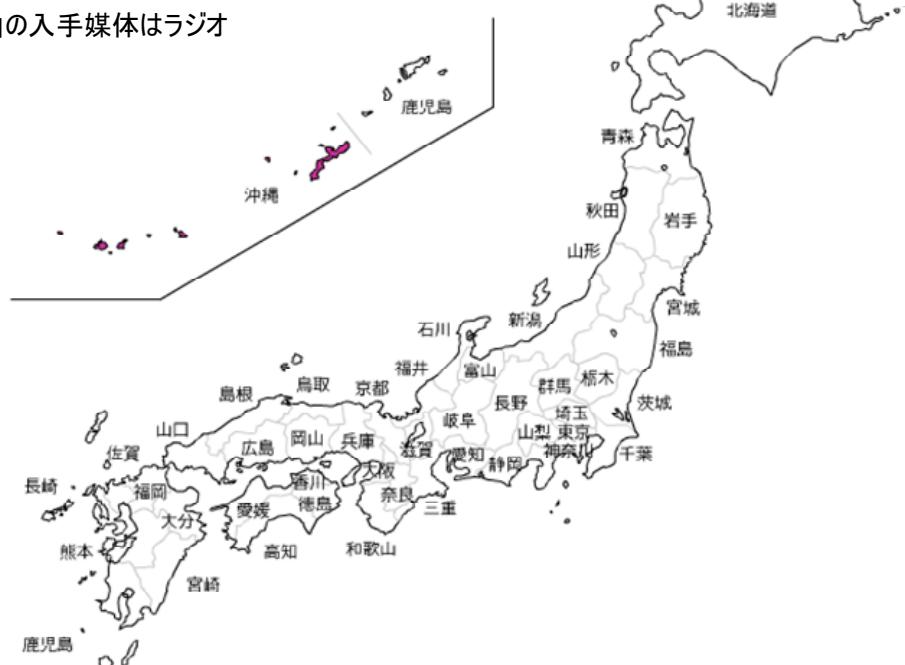
【生活/社会意識の特徴】

- ・地域や地元の政治/行政/労働/雇用問題、教育問題、環境問題、車、ダイエットに关心
- ・土地(住まい)を有効活用したい
- ・中元や歳暮を贈るようにしている
- ・糖分の取りすぎに注意している
- ・ファッショントレンドに关心がない



【メディアに対する評価の特徴】

- ・ふだんの生活に欠かせないのはラジオ
- ・友人からの口コミ情報が情報入手経路として重要
- ・「国内外の政治・経済動向」の入手媒体は
ラジオ、友人・知人からの口コミ
- ・「地域・近隣情報」の入手媒体はラジオ



③ テレビラバーズ

メディア接触の中心がテレビでラジオやネットなどの接触は少ない層。比較的自然が豊かな土地で、静岡・広島を除いては人口減少傾向のエリアが中心。人口下位6県(鳥取県、島根県、高知県、徳島県、福井県、佐賀県)が集中している。

【エリア】 秋田県、福島県、栃木県、富山県、福井県、岐阜県、静岡県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、愛媛県、高知県、佐賀県、長崎県、大分県

【基本属性の特徴】

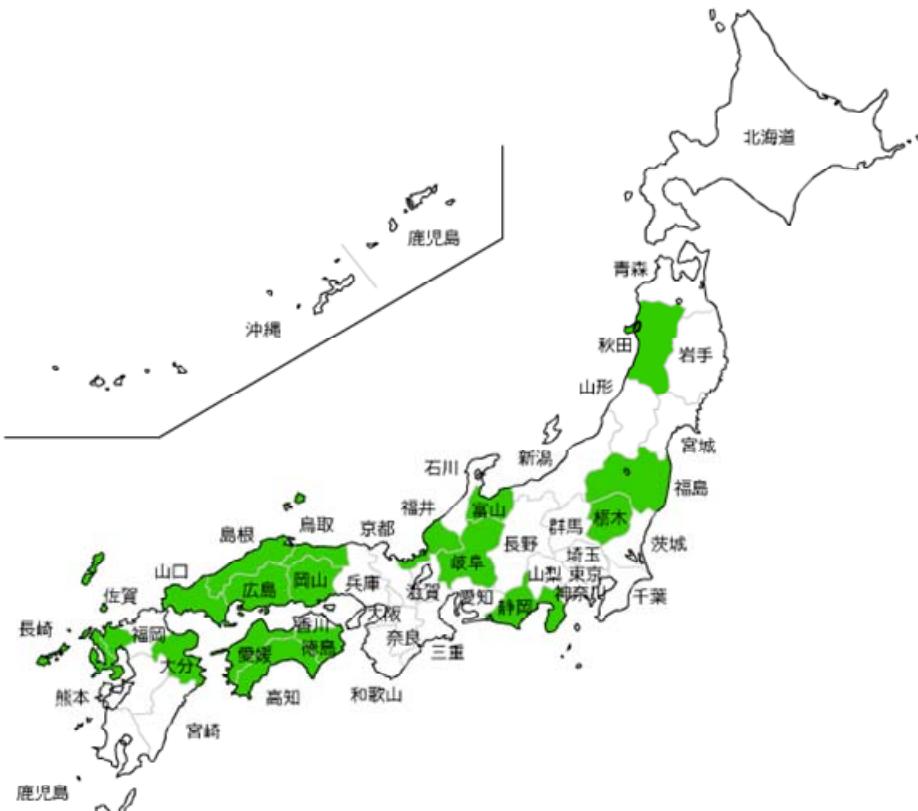
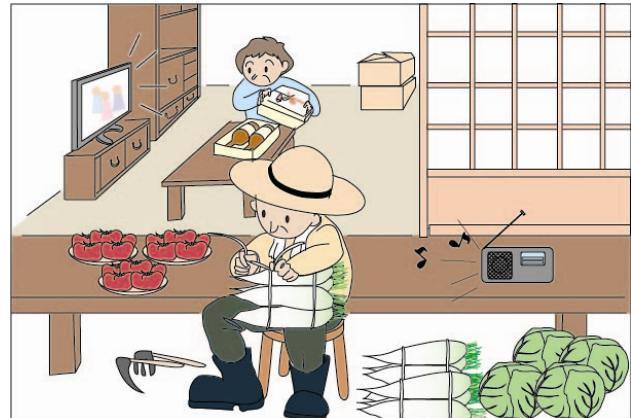
- ・年齢では50～60代が多い
- ・職業では、ブルーカラーの比率が高い

【社会/生活意識の特徴】

- ・住居は一戸建てがよい
- ・政治・経済動向、教育、広告、インターネット、クレジットカードでの買い物、身だしなみ、海外旅行、料理への関心が低い

【メディアに対する評価の特徴】

- ・テレビの接触時間が多い
- ・PCの接触時間が全グループで一番短い



④ アベレージニッポン

- ・PCネットと携帯ネットの接触が東京に続いて長めだが、傾向は全体平均に近い。東京に次ぐ大都市や、政令指定都市を多く擁する府県。

【エリア】 宮城県、茨城県、埼玉県、千葉県、神奈川県、石川県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府
兵庫県、奈良県、和歌山県、香川県、福岡県

【基本属性の特徴】

- ・他グループと比較して主婦率が一番高い
- ・東京の次にホワイトカラー率が高い

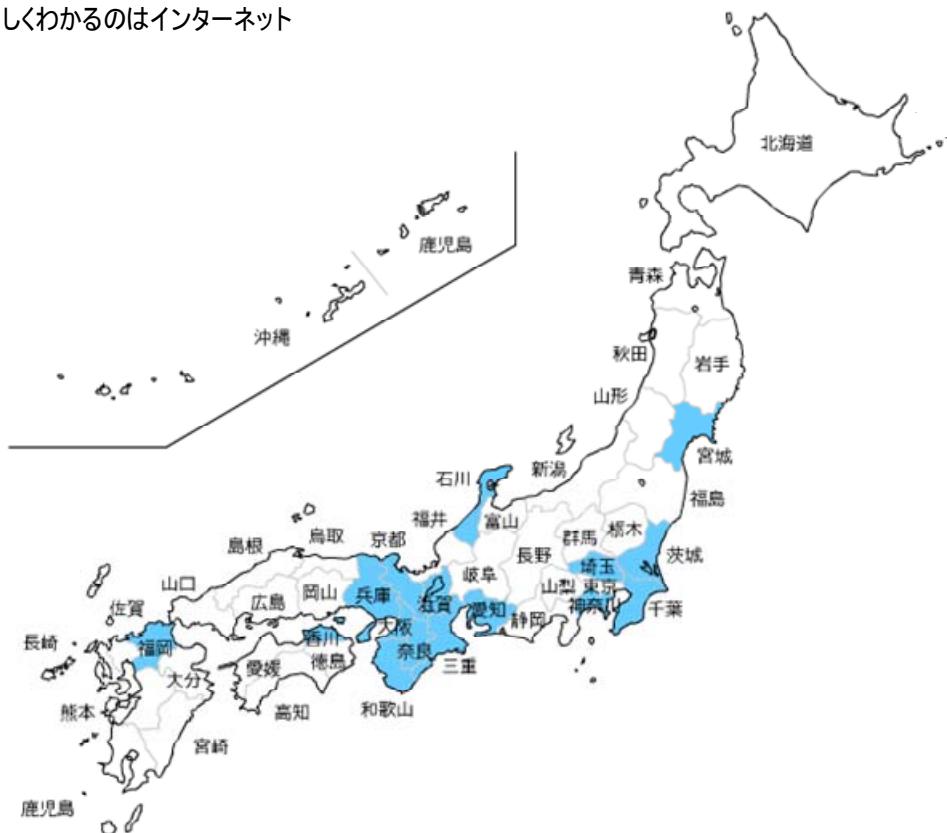
【生活/社会意識の特徴】

- ・経済に対する高い関心
- ・健康への関心が低い
- ・通信販売や販促キャンペーンに興味
- ・ファッション、高級ブランドに関心
- ・「住宅にお金をかけるのは当然」という意識



【メディアに対する評価の特徴】

- ・PC、携帯ネットに対する高い評価
- ・知りたいことが詳しくわかるのはインターネット



⑤ ネットシチズン

メディアの総接触時間が長く、PC・携帯のインターネット利用時間が突出して長いデジタル先進層。雑誌接触時間も比較的長い。テレビ、ラジオの接触時間は短め。東京に特有の傾向。

【エリア】 東京都

【基本属性の特徴】

- ・他グループと比較してホワイトカラー、専門自営業、経営管理職の割合が高い



【生活/社会意識の特徴】

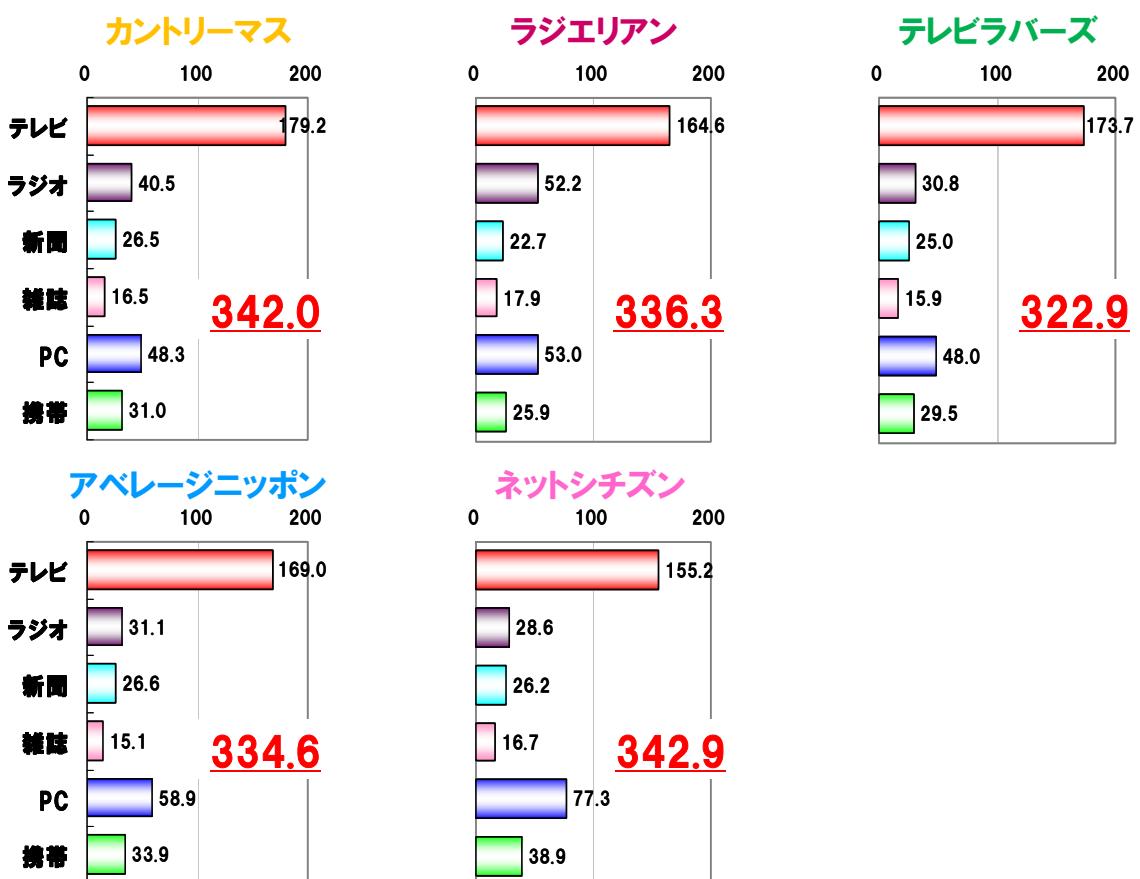
- ・政治、経済、情報収集への高い関心
- ・健康、美容、ファッショ、高級ブランド、肌の手入れ、英語、スキルアップ、海外旅行、資産運用に対しても関心が高い

【メディアに対する評価の特徴】

- ・普段の生活に欠かせないのはPCネット
- ・場所や時間を選ばないのは携帯ネット
- ・「新製品・新商品情報」の入手媒体はPCネット
- ・屋外広告、交通広告にも高い評価



■ 5グループの1日のメディア接触状況（分）



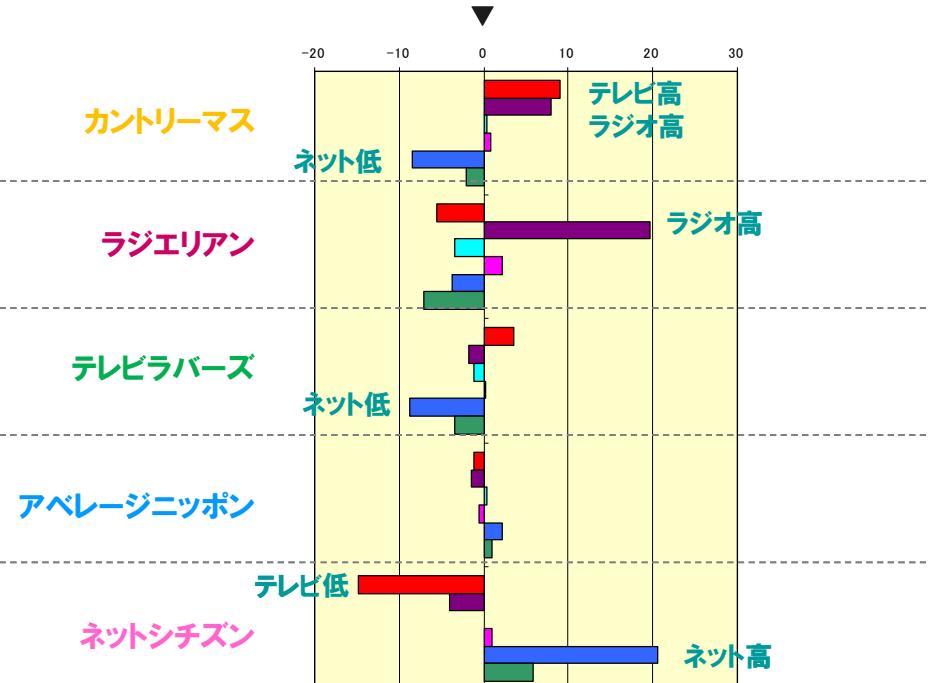
■ 「メディア接触時間」に関する5グループの分散状況(分)

「メディア接触時間」について、全国平均値からの各グループの土の差分を算出。

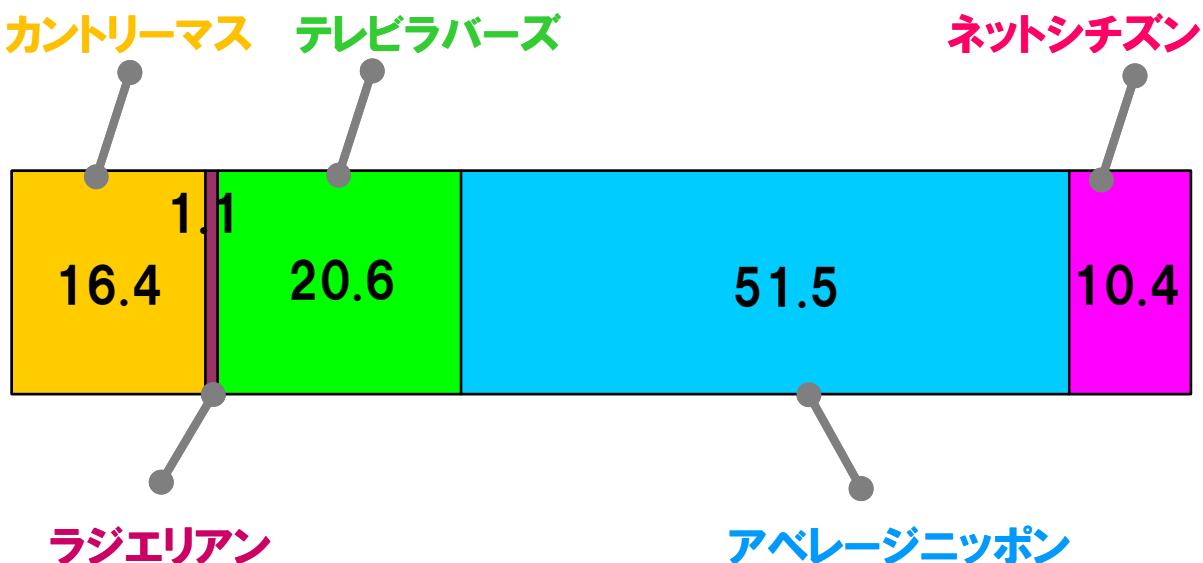
■ データ色別説明

■ テレビ ラジオ 新聞 雑誌 PC(ネット) 携帯(ネット)

【平均点】



■ グループ別構成比(%)



■ 分析について

・ 分析方法

全国新聞総合調査(J-READ)データを対象に県別にクラスター分析を行った

・ 使用データ

- ・データ名 : 全国新聞総合調査(J-READ)
- ・調査主体 : ビデオリサーチ
- ・調査実施期間 : 2011年10月16日(日)～10月22日(土)
- ・調査地域 : 全国47都道府県の各地域
- ・調査対象 : 15～69歳男女
- ・標本数 : 28859
- ・対象者抽出 : RDD(Random Digit Dialing)
- ・調査方法 : 郵送調査

■ 本件に関するお問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報グループ 西原・山崎 03-6441-9347
メディア環境研究所 中杉 03-6441-9713