

第2回「BSデジタル放送需要動向調査」 結果報告書

BSデジタル放送が開始され約4ヶ月がたちました。

博報堂では、BSデジタル放送開始前の9月に第1回「BSデジタル需要動向調査」を実施し、引き続き今年2月に第2回目の調査を行いました。

第1回目に比べてBSデジタル放送に対する関心度は着実に高くなってきています。

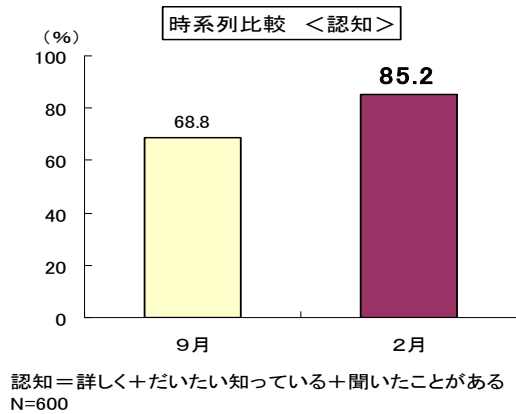
- BSデジタル放送の【認知】は 85%(69%)。
- BSデジタル放送への【理解度】は 40%(28%)。
- データ放送の【認知】は 42%(35%)。
- 高画質・高音質で期待される番組は、
【映画】【音楽・コンサート】【スポーツ】。
- 今年+来年の導入意向は 23%(18%)。
- 新たな投資額が 10 万円以下であれば、顕在化率は 36%(30%)。
5 万円以下であれば、86%(76%)に達する。
- 2003 年までの新たな潜在需要層は、1,061(1,023)万世帯。

※()は9月調査

1. BS デジタル放送の開始【認知】

BSデジタル放送の【認知】は 85%。

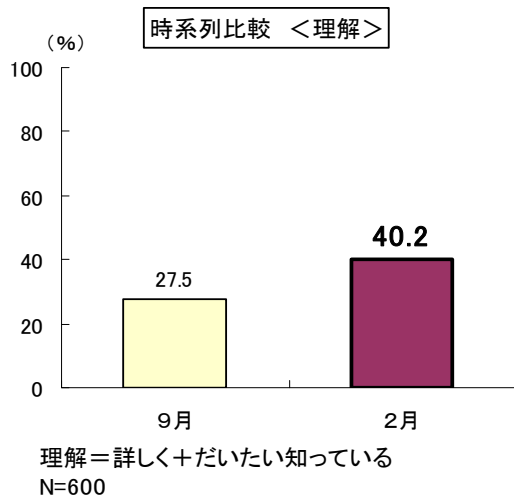
前回調査時点(2000.9)から、16ポイントの上昇となった。
属性別では、女性の伸長が目立ち、男女間の差異は縮小された。



2. BSデジタル放送への【理解】

BSデジタル放送への【理解度】は 40%。

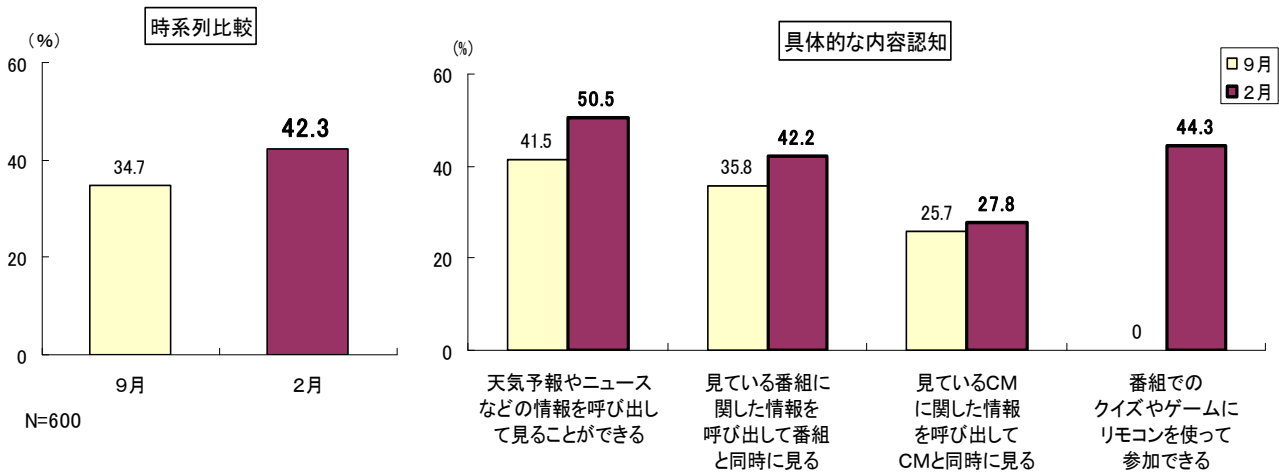
前回調査時点から、13ポイントの上昇となり、BSデジタル放送への理解浸透は順調といえる。
属性別では、男女とも20代での増加が目立ち、特に女性でその傾向が顕著である。



3. データ放送の【認知】

データ放送の【認知】は 42%。

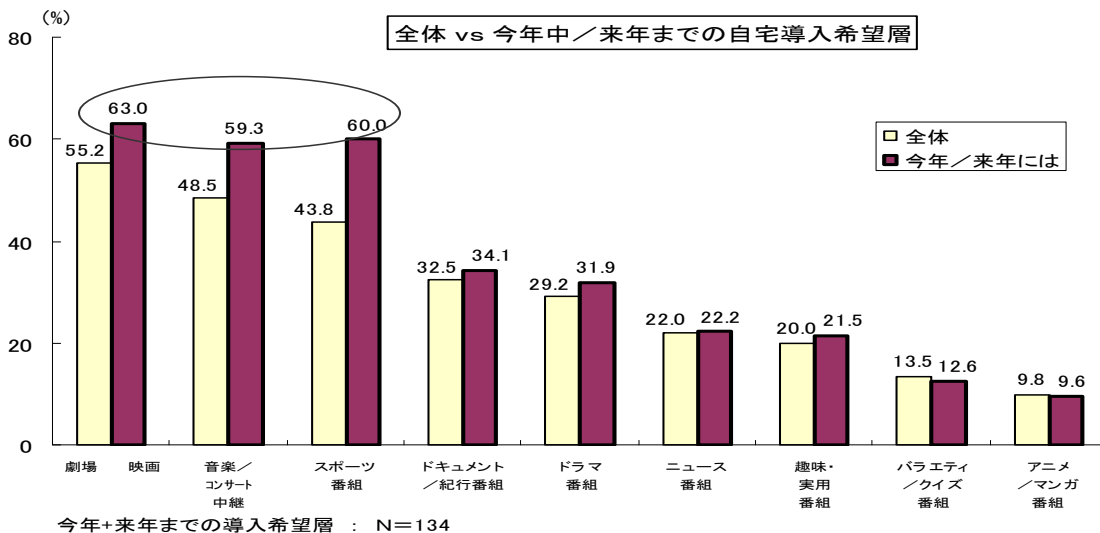
前回調査時点から、8ポイントの上昇。
 具体的サービス内容についても、総じて認知は高まっている。



4. 高画質・高音質での【視聴意向番組】

**高画質・高音質で期待される番組は、
 【映画】【音楽・コンサート】【スポーツ】。**

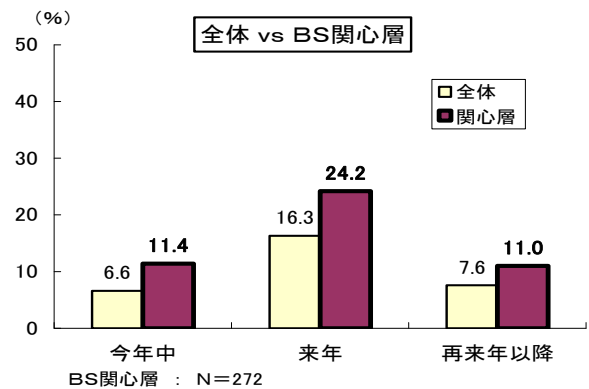
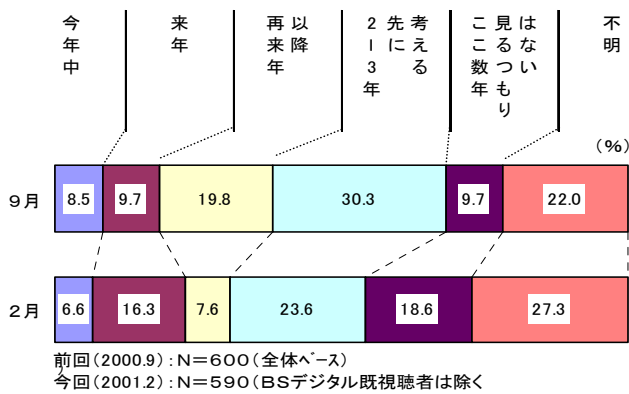
「BSデジタル放送」を今年または来年までには導入したいという積極派は、上位コンテンツに対する視聴意向が突出しており、6割に達する。



5. BSデジタル放送の今後の【自宅導入時期】

今年 + 来年の導入意向は23%。

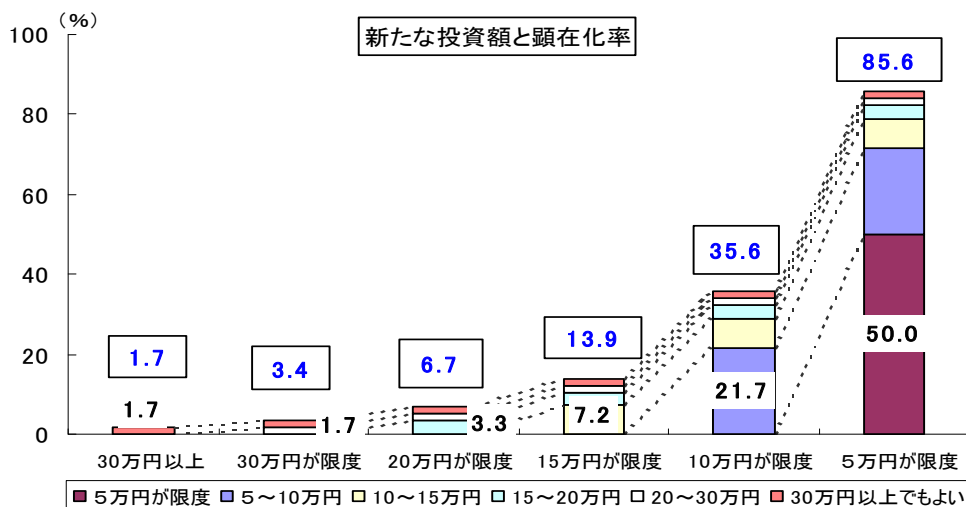
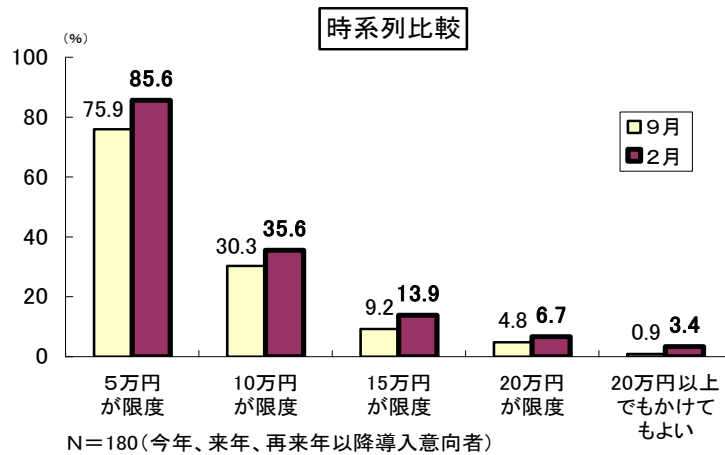
- 前回比+4.9%。具体的な時期では、ワールドカップや冬季五輪までには、との声が目立つ。
- 関心層では、約1/4が来年までには、と回答。今年中を含めると、来年までの導入意向層は36%に達する。



6. BSデジタル放送【設置投入金額】

新たな投資額が10万円以下であれば、顕在化率は36%。
5万円以下であれば、約86%に達する。

- 前回に比べて5万円以下であれば顕在化率は約10%、10万円以下であれば約5%アップ。
- 他の限度額でも前回に比べ顕在化率はアップしており、デジタル投資への障壁が多少低くなってきた模様。



前回(2000.9): n=228(今年~再来年以降導入意向者)
 今回(2001.2): n=180(今年~再来年以降導入意向者
 但し、BSデジタル既視聴者は除く)

7. BSデジタル放送【潜在需要推定】

2003年までの新たな潜在需要層は、1,061万世帯

12～69歳人口 9,811万人(*)

潜在需要率 今年6.6%+来年16.3%+再来年7.6%=30.5%

1世帯当たり人員 2.82人(*)

(*)平成7年国勢調査より

(参考)潜在需要から各年度の最大普及世帯数を推定すると

■2001年	現在の受信世帯(3月末)180万世帯+230万世帯=410万世帯
■2001年	同 +797万世帯=977万世帯
■2003年	同 +1,061万世帯=1,241万世帯
■受信機器への追加投資額が5万円以下の場合潜在需要顕在化率は86%	
同	10万円以下 同 36%

調査設計

1. 調査地域 首都圏30km圏
2. 調査対象者 12～69才の男女個人
3. サンプルデザイン 有効完了サンプル=600 (性・年齢層別に各50サンプル)
4. 調査法 婦人面接員による訪問面接聴取法
5. 実査期間 2001年2月24日(土)～26日(月)
(第1回目は、2000年9月15日(金)～17日(日))