

## 「日本人とテレビ 2015」調査 結果の概要について

### 〔調査の概要〕

「日本人とテレビ」調査は、人びとにとってテレビの位置づけがどのように変化してきたか時系列で把握するため、1985年から5年ごとに実施している調査。前回2010年調査では、調査の有効率の対策から、調査方式を個人面接法から配付回収法に変更した。そのため、今回はこの5年間に起きた変化を中心に分析した。

調査日：2015年2月27日（金）～3月8日（日）

調査方法：配付回収法

調査対象：全国の16歳以上の男女

調査相手：3,600人（住民基本台帳から層化無作為二段抽出（300地点×12人）

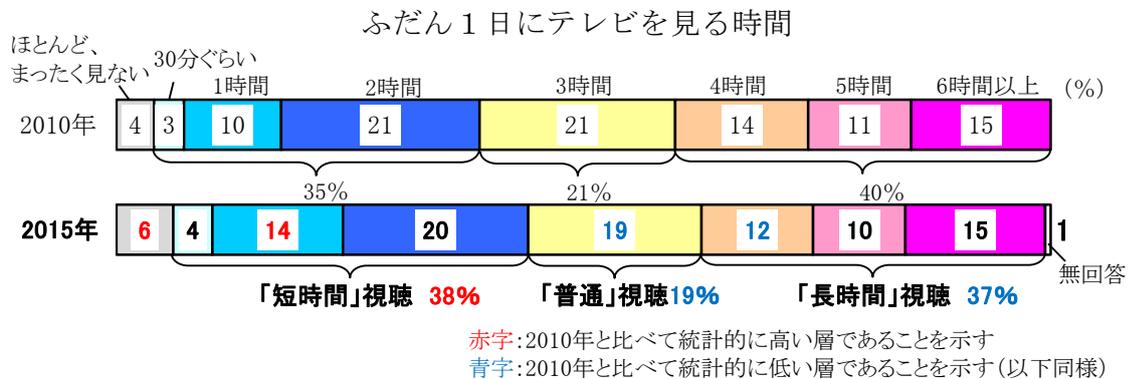
有効数（率）：2,442人（67.8%）

## 1. テレビ視聴時間

### ○ 視聴時間は、1985年以降初めて“短時間化”へ

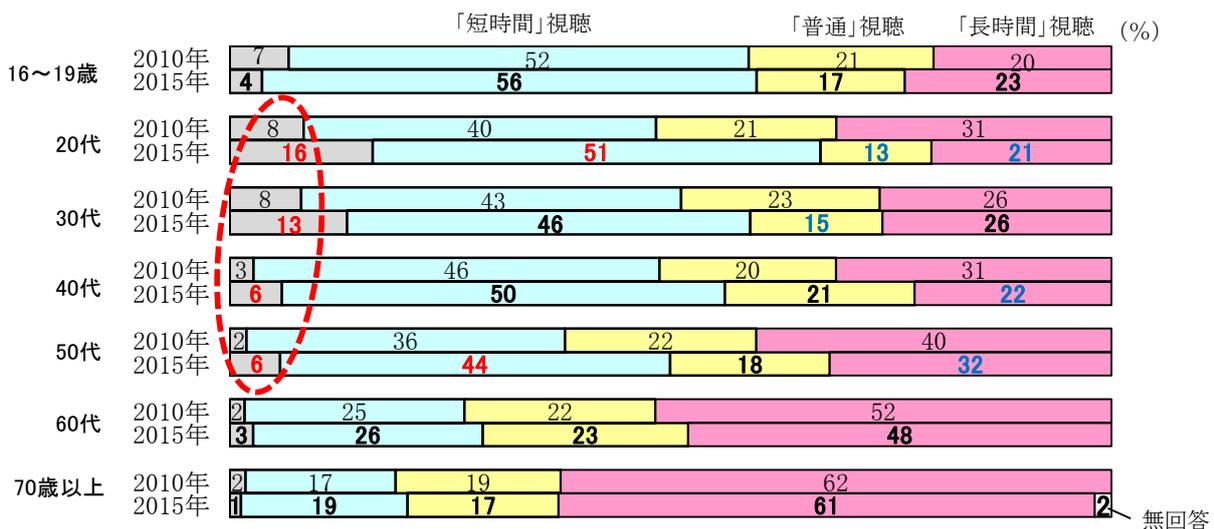
ふだんの日にテレビを見る時間\*（ビデオやDVDの再生は除く）は、1985年から2010年までは“長時間化”の傾向が続いていたが、この5年で「ほとんど、まったく見ない」と「短時間」（30分～2時間）視聴の人が増加、「長時間」（4時間以上）視聴の人が減少し、全体の視聴時間は初めて“短時間化”する傾向に転じた。

(\*「休日を除くふだんの日に、1日にテレビを何時間くらいご覧になっていますか」と尋ね、選択肢から選んでもらっている)



▼ 年層別では、20～50代の幅広い年層で「ほとんど、まったく見ない」人が増加  
年層別にみると「ほとんど、まったく見ない」人が20～50代で増加した。40代以下では「短時間」視聴の人が半数前後を占めるが、70歳以上は「長時間」視聴の人が多数派と、年層差が大きい。

### ふだん1日にテレビを見る時間（年層別）

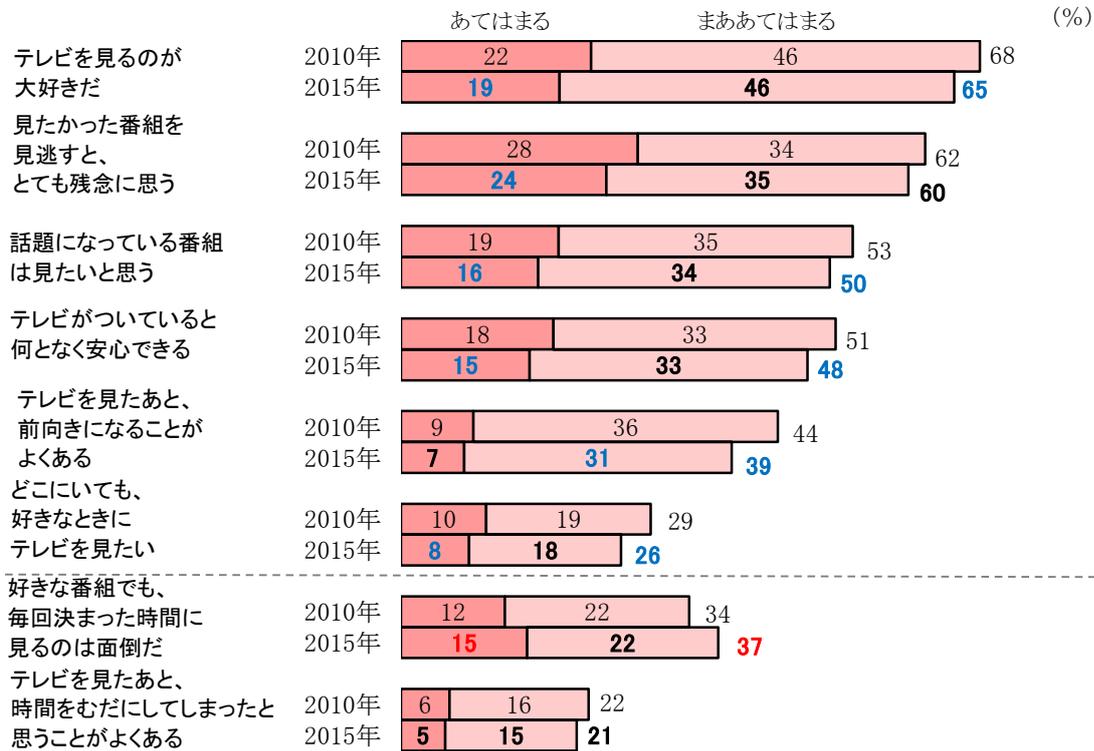


## 2. テレビに対する意識

### ○ テレビに肯定的な意識が低下

テレビに対する意識について、グラフに示す項目についてあてはまるかどうか聞いたところ、「あてはまる」と「まああてはまる」を合わせてみると、「テレビを見るのが大好きだ」、「話題になっている番組は見たと思う」など、テレビに肯定的な意識が減少した。一方、「好きな番組でも、毎回決まった時間に見るのは面倒だ」は増加、年層別には30～50代で増えた。

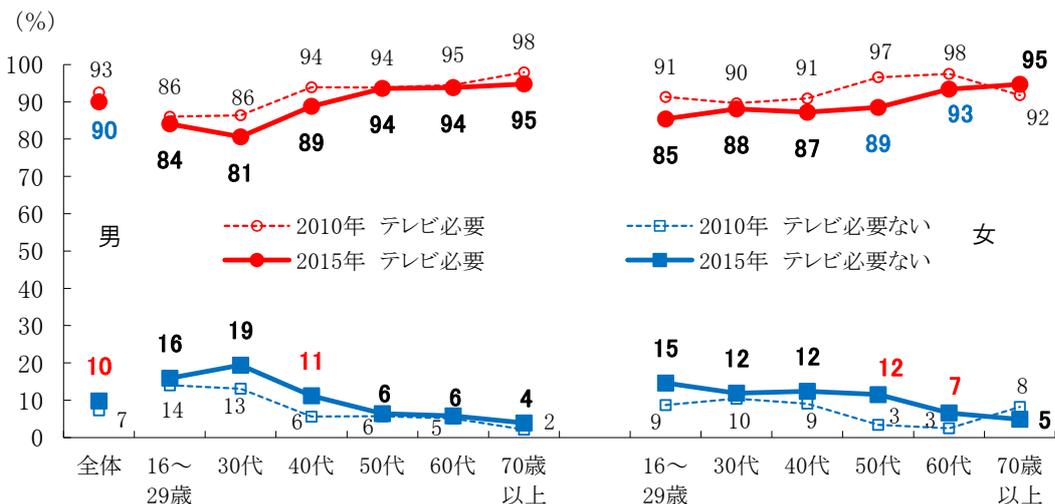
テレビに対する意識<あてはまる+まああてはまる>



### ○ テレビは「必要」と感じる人が中年層で減少

テレビはどの程度必要なものか、「必要なもの」「どちらかといえば、必要なもの」「どちらかといえば、必要ないもの」「必要ないもの」の4択で尋ねた。「必要なもの」と「どちらかといえば、必要なもの」を合わせて、テレビを「必要」と感じる人は、全体で9割と大多数を占めるが、この5年で減少した。男女年層別にみると、男40代、女50・60代で「必要ない」（「どちらかといえば」を含む）という人が増加した。

テレビの必要性<「どちらかといえば」を含む> (男女年層別)

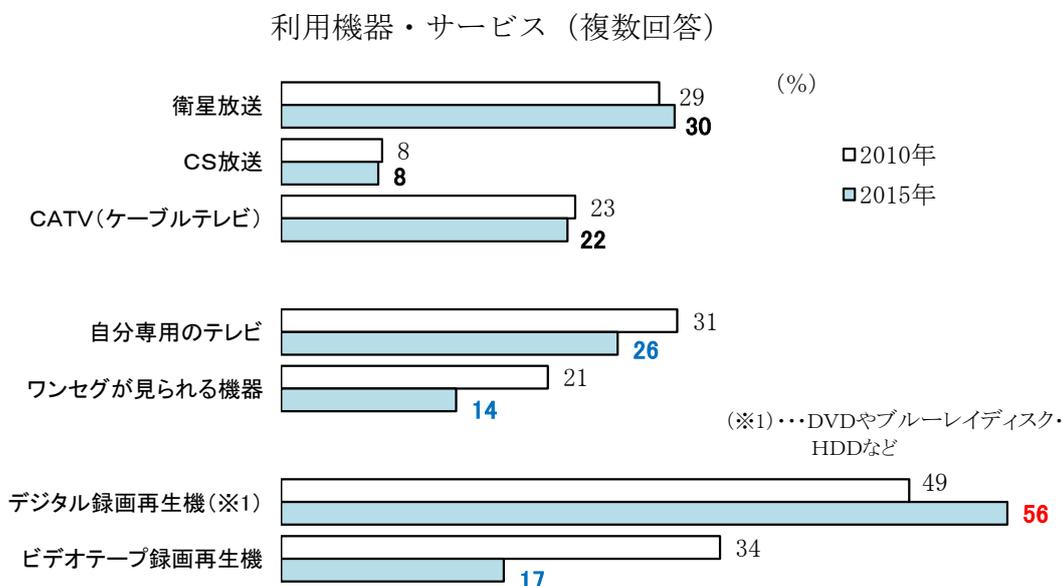


### 3. 利用機器・サービス

#### ○ 「デジタル録画機」の利用者が中高年層で増加

自分自身で利用しているメディア機器やサービスについて尋ねた。提示した機器について利用しているものを選んでもらったところ、衛星放送、CS放送、CATV(ケーブルテレビ)は2010年から変化がなかったが、「自分専用のテレビ」、「ワンセグが見られる機器」、「ビデオテープ録画再生機」は減少し、「デジタル録画再生機」は増加した。

「デジタル録画再生機」を年層別にみると、40代以上の中高年層を中心に利用者が増加した。



利用機器・サービス＜デジタル録画再生機＞（男女年層別）

	全体	男						女					
		16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上	16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上
		デジタル録画再生機	49	61	68	70	53	37	20	64	64	61	53
	56	60	65	73	68	50	32	73	75	71	66	41	18

上段：2010年、下段：2015年

#### ▼ スマートフォンは、30代以下で8割前後が利用

2015年に追加した項目では、「スマートフォン」（全体で46%が利用）が40代以下で全体より高く、30代以下では8割前後が利用している。一方、「携帯電話・PHS（スマートフォン以外）」（全体で39%が利用）は50代以上で全体より高い。モバイル端末の利用には年層差がみられる。

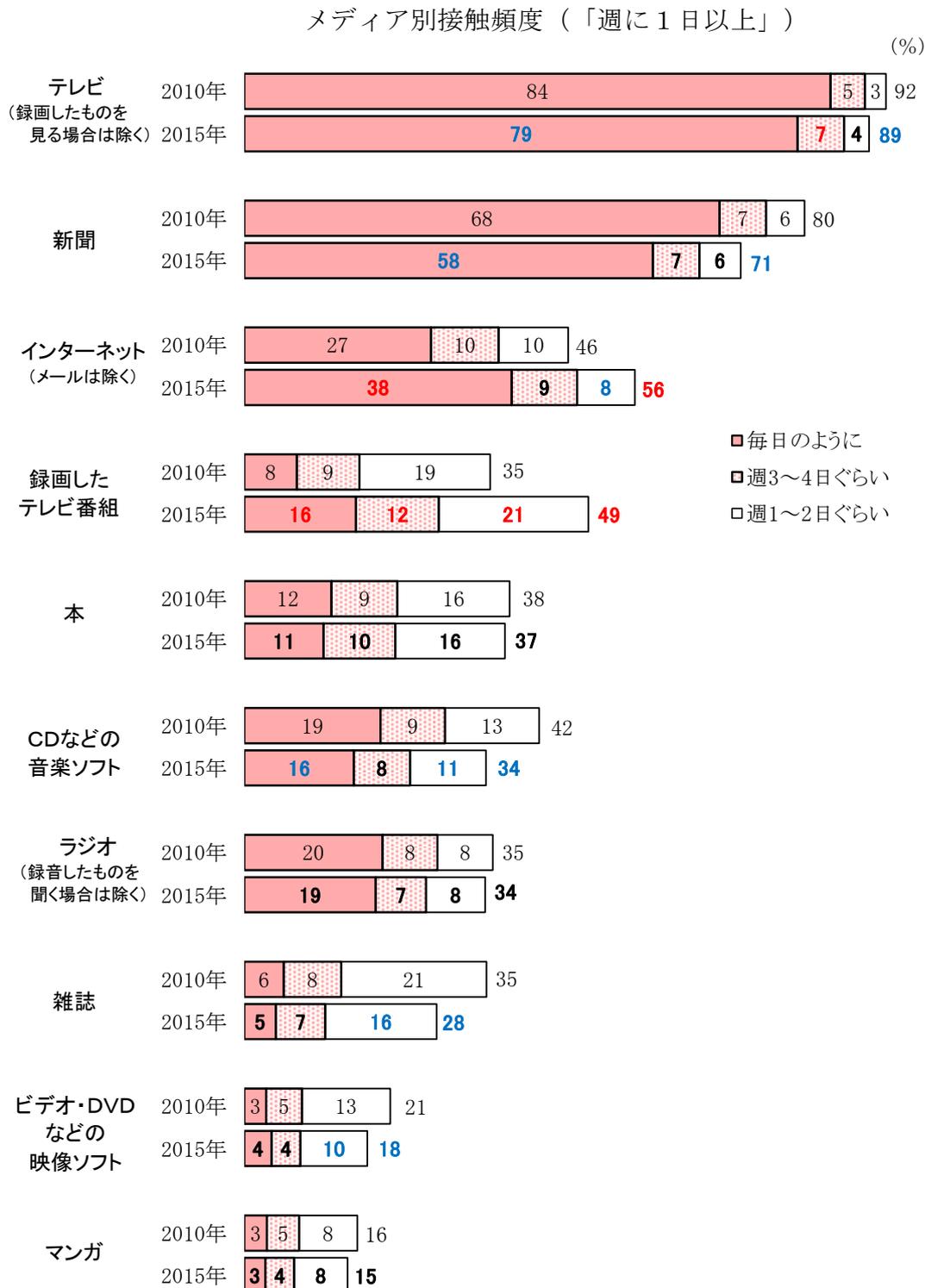
#### 【2015年に追加した項目】

利用機器・サービス（複数回答 男女年層別）

	全体	男						女					
		16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上	16～29歳	30代	40代	50代	60代	70歳以上
		パソコン	54	66	71	79	70	55	30	64	71	65	59
タブレット端末(iPadなど)	17	29	21	28	21	13	5	16	33	22	19	10	2
スマートフォン	46	87	79	72	43	19	4	84	84	64	42	15	4
携帯電話・PHS(スマートフォン以外)	39	8	21	34	49	55	50	12	21	36	50	59	40

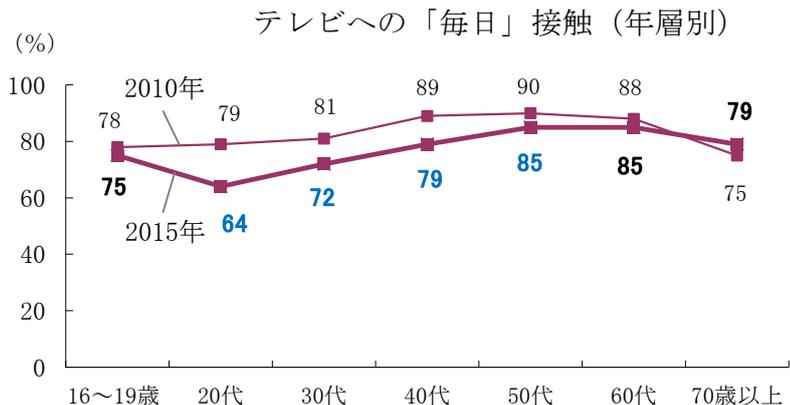
#### 4. メディア別接触頻度

- テレビと新聞の「毎日」接触が減少、インターネットと録画番組の接触頻度が増加  
 さまざまなメディアについて、「毎日のように」から「月に1～2日ぐらい」まで4段階の頻度の選択肢で接触状況を尋ねたところ、テレビと新聞に「毎日」接触する人は、5年前から減少し、「週1日以上」接触する人はテレビが89%、新聞が71%となった。一方、インターネットと録画したテレビ番組に「毎日」接触する人が増加し、「週1日以上」接触する人は、インターネットは56%、録画したテレビ番組は49%になった。



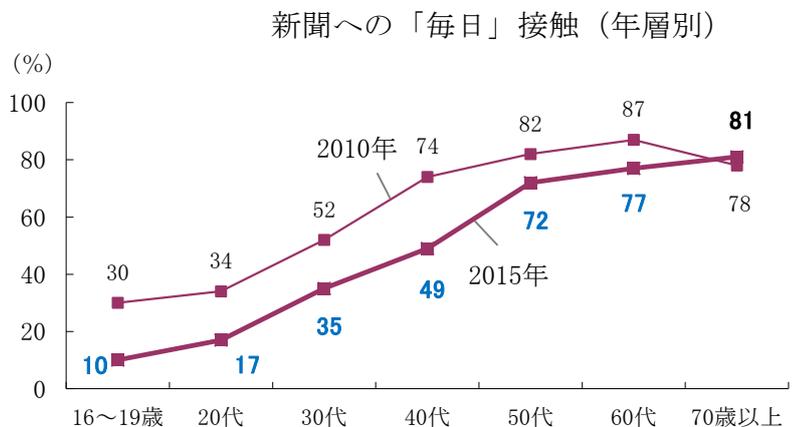
▼ テレビの「毎日」接触は20～50代で減少

テレビの「毎日」接触を年層別にみると、この5年では、20～50代の幅広い層で減少した。特に20代は、「毎日」接触する人は3人に2人となっている。



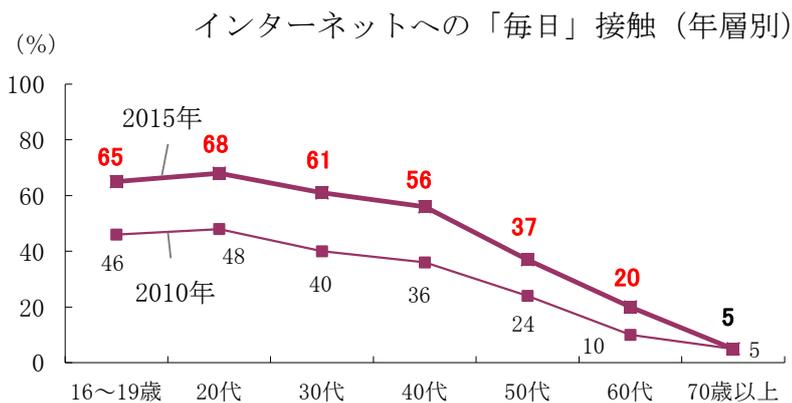
▼ 新聞の「毎日」接触は60代以下で減少、年層差がさらに広がる

新聞の「毎日」接触を年層別にみると、この5年では、60代以下のすべての年層で減少し、年層別の接触の差はさらに広がった。



▼ インターネットは「毎日」接触が60代以下で増加、40代以下では半数を超える

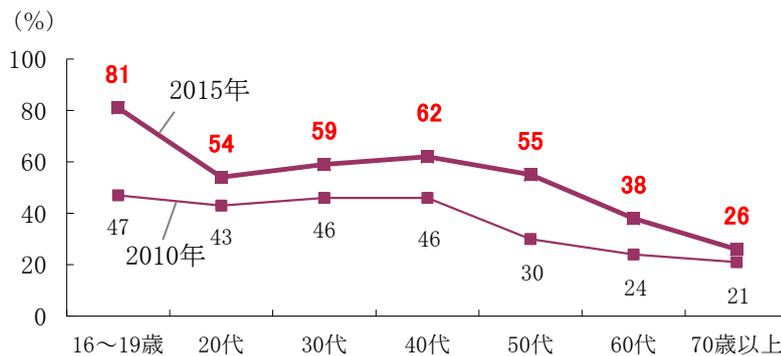
インターネットの「毎日」接触を年層別にみると、この5年では、60代以下のすべての年層で増加した。40代以下では半数を超えた。



▼ 録画したテレビ番組の「週1日以上」接触は、すべての年層で増加

録画したテレビ番組の「週1日以上」接触を年層別にみると、すべての年層で増加した。特に16～19歳は81%と、他の年層に比べて突出して高い。

録画したテレビ番組への「週1日以上」接触（年層別）



5. インターネット動画視聴

○ 「テレビよりインターネットの動画のほうが面白い」と思うことがある人は  
20代以下で半数超に

インターネットで動画を見る（「毎日のように」、「週に3～4日ぐらい」、「週に1～2日ぐらい」、「月に1～2日ぐらい」を合わせた）動画視聴者は、50%と全体の半数になった。動画視聴者に、次のようなことがあるか尋ねたところ、「よくある」、「ときどきある」を合わせて「テレビよりインターネット動画のほうが面白いと思う」ことがある人は27%（動画視聴者以外も含めた全体の割合）、「時間があるときは、テレビよりも動画のほうを見る」ことがある人は17%（同上）だった。年層別にみると、「テレビよりインターネット動画のほうが面白いと思う」ことがある人は、40代以下で高く、20代以下は半数以上の人を感じている。

動画視聴行動<「よく」+「ときどき」ある>（年層別）

	（%）							
	全体	16～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
テレビよりインターネットの動画のほうが面白いと思う	19	48	44	31	21	13	4	1
	27	66	54	45	35	26	9	3
見逃したテレビ番組を動画サイトで見る	14	51	33	21	14	6	2	2
	17	51	43	26	23	13	3	1
時間があるときは、テレビよりも動画のほうを見る	11	38	28	15	14	6	2	2
	17	46	47	27	20	12	5	2

（100%＝全体）

上段：2010年、下段：2015年

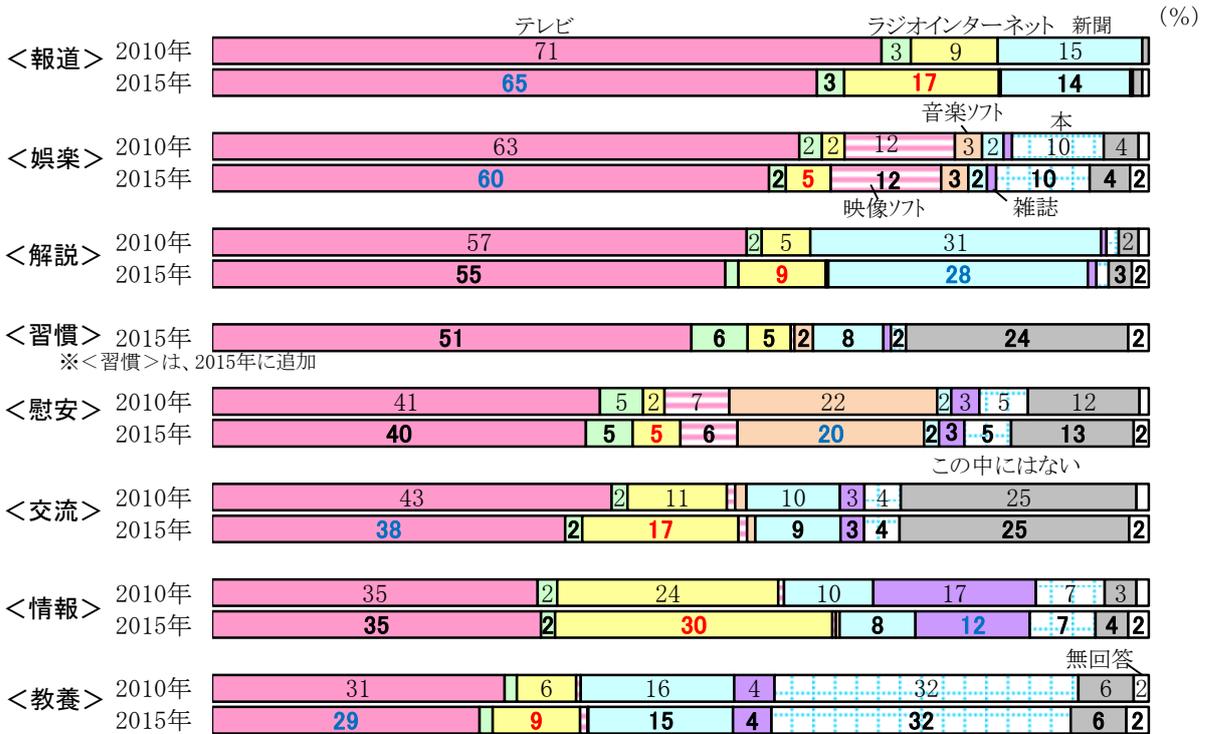
## 6. メディアの効用比較（役に立つメディア）

### ○ テレビは多くの機能で評価が最も高いが、＜報道＞＜娯楽＞などで評価が低下

メディアの持つ8つの機能について、8つのメディアの中から、いちばん役に立つと思うものを選んでもらった。インターネットの利用が広がっても、＜報道＞＜娯楽＞＜解説＞などで、半数以上がテレビが最も役に立つと回答しており、高く評価されているが、この5年で＜報道＞や＜娯楽＞など4項目で評価が下がった。

#### メディアの効用比較（2015年のテレビの回答が多い順）

機能＜報道＞世の中の出来事や動きを知るうえで      ＜娯楽＞感動したり、楽しむうえで  
 ＜解説＞政治や社会の問題について考えるうえで  
 ＜習慣＞生活習慣やリズムをつくるうえで（新設：2015年調査から）  
 ＜慰安＞疲れを休めたり、くつろぐうえで      ＜交流＞人とのつきあいを深めたり、広げたりするうえで  
 ＜情報＞生活や趣味に関する情報を得るうえで      ＜教養＞教養を身につけるうえで

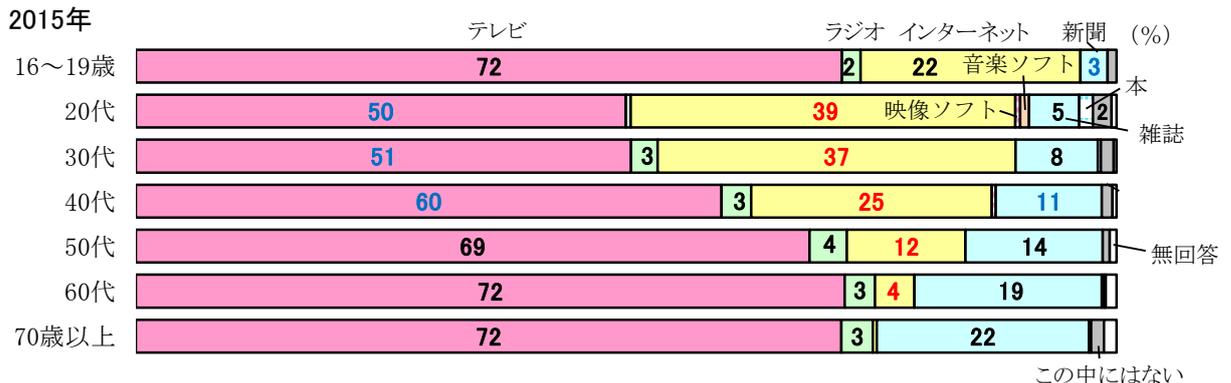


図表は2%以上の値を表示(以下同様)

### ▼ ＜報道＞は、20～40代でテレビの評価が低下

＜報道＞について、年層別にみると、どの年層でもテレビの回答が最も多いが、20～40代ではこの5年でテレビの回答が減少し、インターネットが増加している。インターネットはこのほか、50・60代でも増加している。

#### メディアの効用比較＜報道＞（年層別）



この中にはない

## 7. メディアの特性比較（ニュースや情報を知るうえで）

### ○ テレビは〈伝達力〉〈わかりやすさ〉〈速報性〉などで評価が高いが、

〈速報性〉で評価が低下

ニュースや情報を知る際のメディアの7つの特性について、5つのメディアの中から、最もあてはまるものを選んでもらった。テレビは〈伝達力〉〈わかりやすさ〉〈速報性〉〈関心を広げる〉では、半数以上が評価している。しかしこの5年で、2010年に最も回答が多かった〈速報性〉でテレビが減少した。

#### メディアの特性比較（2015年のテレビの回答が多い順）

特性 〈伝達力〉いちばん多くの人に伝わると思うのは（新設：2015年調査から）

〈わかりやすさ〉いちばん理解しやすいのは

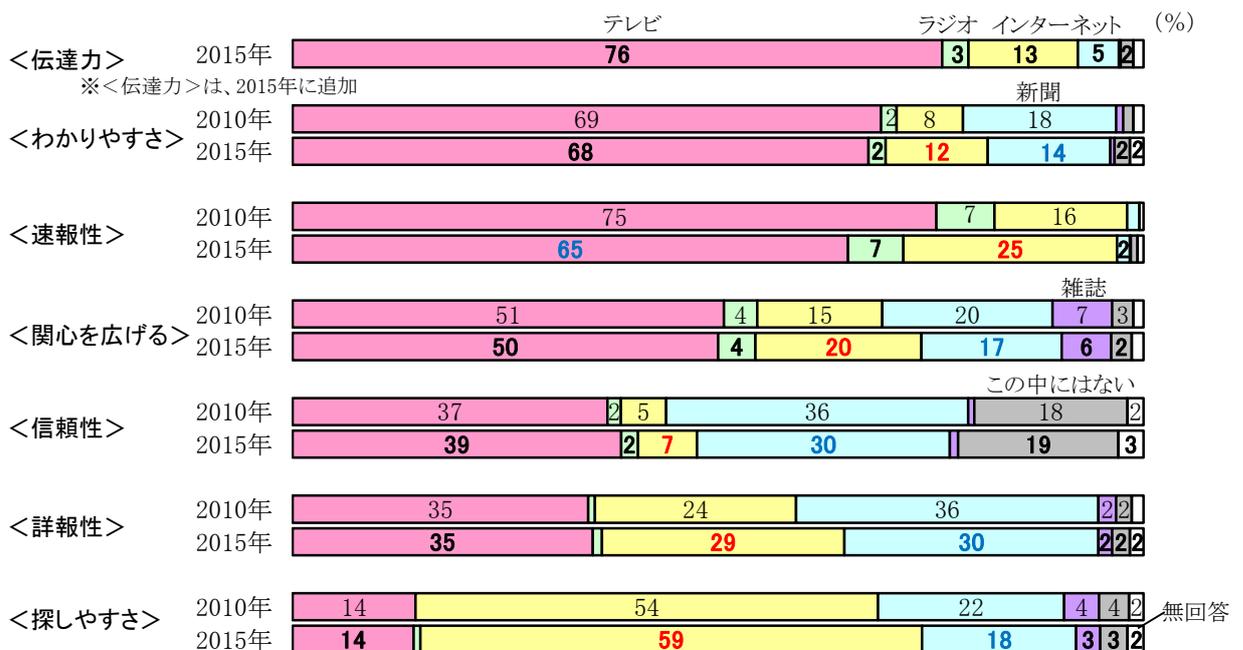
〈速報性〉いちばん早く伝わると思うのは

〈関心を広げる〉ふだん関心のないことでも、こんなこともあるのかと気がつくのは

〈信頼性〉いちばん信頼できるのは

〈関心を広げる〉ふだん関心のないことでも、こんなこともあるのかと気がつくのは

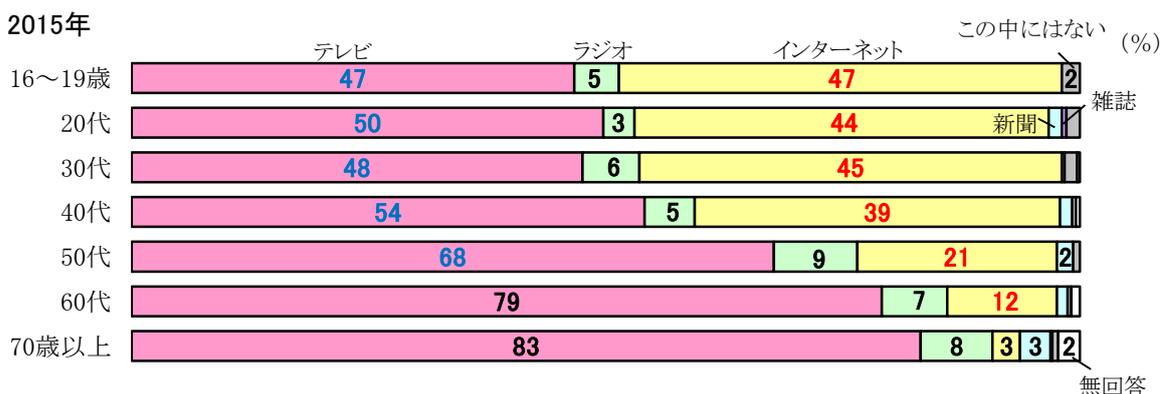
〈詳細性〉いちばん詳しく知ることができるのは



### ▼ 〈速報性〉は、30代以下では、テレビとインターネットが同程度

〈速報性〉について、年層別にみると、この5年でテレビは50代以下で減少、インターネットは60代以下、特に40代以下で大幅に増加した。30代以下はテレビとインターネットが同程度となっている。

#### メディアの特性比較〈速報性〉（年層別）



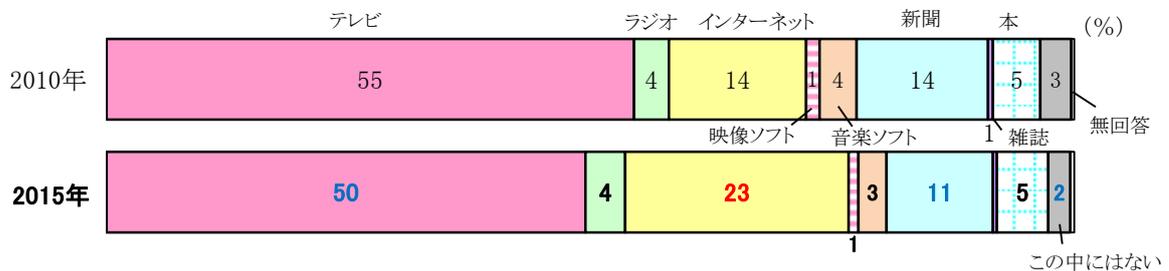
## 8. 欠かせないメディア

### ○ テレビと新聞を欠かせないメディアとする人は、この5年で減少

テレビ、ラジオ、インターネット（メールは除く）、ビデオ・DVDなどの映像ソフト、CDなどの音楽ソフト、新聞、雑誌、本の8つのメディアの中から、いろいろなことを考え合わせて、あなたにとって欠かせないメディアを1つ選んでもらった。

1番目に欠かせないメディアで、最も多いのはテレビ（50%）で、次いでインターネット（23%）、新聞（11%）となっている。この5年では、テレビと新聞が減少、インターネットが増加した。

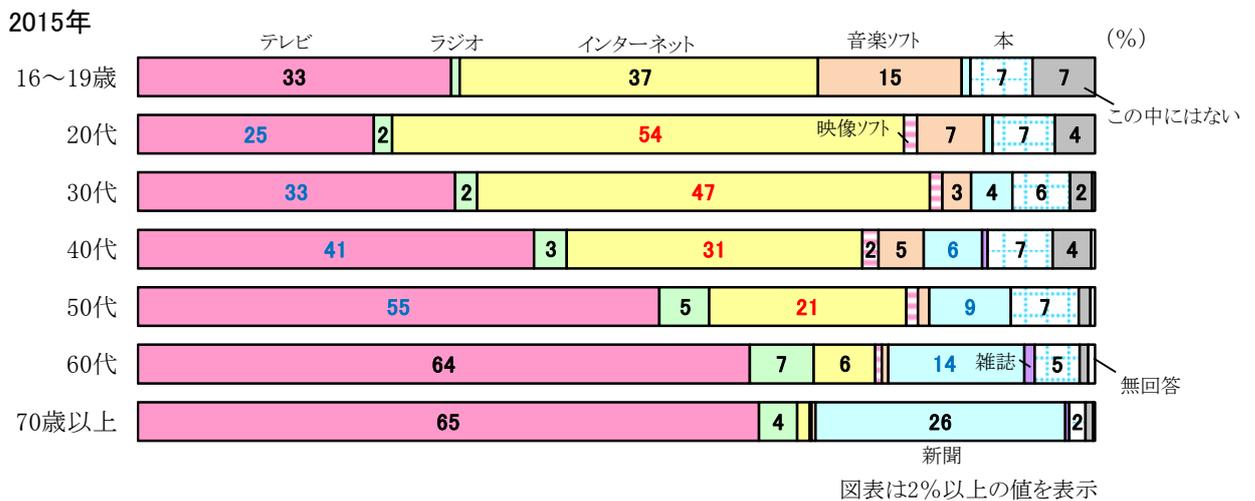
1番目に欠かせないメディア



### ▼ 20、30代では、インターネットが最も多い

1番目に欠かせないメディアを年齢別にみると、16～19歳はテレビとインターネットの割合が同程度と多く、40代以上はテレビが最も多い。この5年で20～50代でインターネットが増加、20、30代ではインターネットがテレビを上回った。

1番目に欠かせないメディア（年齢別）



図表は2%以上の値を表示

### <調査結果を見る際の留意点>

「日本人とテレビ」調査は、1985年から5年ごとに時系列で実施してきたが、前回2010年に、調査方法を従来の個人面接法から配付回収法に切り替えた（2010年には、配付回収法の調査と並行して、2005年以前の調査との時系列比較を行うために、個人面接法による調査も実施している）。また時代状況に合わせ、調査票の設計や質問の尋ね方（文言）も修正を加えた。

2010年以前の個人面接法調査の結果と、今回の結果は、以上の理由から単純に比較はできない。今回は2010年の配付回収法調査の結果との時系列比較を中心に分析したが、一部の設問では、1985年から2010年までの長期的な変化の方向性も加味して、分析を行っている。

※この調査の詳細な結果分析の報告は「放送研究と調査」2015年8月号に掲載予定です。