

「これからのテレビ」はどこに向かうのか？
～存在意義の再定義に向けて～

「テレビ」の現在地は？
～メディア利用動向調査の結果から～

NHK放送文化研究所 研究員
保高隆之

<本日の報告>

4K・8K

放送のインターネット同時配信

SNSとテレビ

現在の
「テレビ」

テレビのネット接続

インターネット動画

調査の概要

- ・調査日 2016年11月17日(木)～12月4日(日)
- ・調査相手 全国16歳以上の男女2,091人(157地点)
住民基本台帳から層化無作為2段抽出
- ・調査方法 配付回収法
- ・有効数(%) 1,243人(59.4%)

	全体	男							女						
		16～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	16～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
実数(人)	1,243	26	50	60	86	91	124	130	30	63	91	133	106	118	135
%	100.0	2.1	4.0	4.8	6.9	7.3	10.0	10.5	2.4	5.1	7.3	10.7	8.5	9.5	10.9

※男女16～19歳、男女20代、男30代は人数が少ないため参考値

4K・8K

4K関連の言葉の認知は進んでいる

■ は、全体と比べて統計的に高い層(以下同様)

※16～19歳、男女20代、男30代は人数が少ないため参考値(以下同様)

●「4K」の認知率

(%)

	全体 <1,243人>	※ 16～ 19歳 <56>	男						女					
			※ 20 代 <50>	※ 30 代 <60>	40 代 <86>	50 代 <91>	60 代 <124>	70歳 以上 <130>	※ 20 代 <63>	30 代 <91>	40 代 <133>	50 代 <106>	60 代 <118>	70歳 以上 <135>
どういものか知っている	25.3	16	44	38	43	41	34	19	33	24	24	20	14	6
名前だけ知っている	46.7	55	38	47	43	45	47	32	49	59	55	58	51	34
認知計	72.0	71	82	85	86	86	81	50	83	84	79	77	65	40

●「8K」の認知率

(%)

どういものか知っている	12.1	7	20	28	22	25	19	10	3	9	10	7	5	4
名前だけ知っている	34.9	38	40	27	43	40	38	27	35	36	35	37	42	24
認知計	47.1	45	60	55	65	65	57	37	38	45	44	43	47	28

●「スーパーハイビジョン」の認知率

(%)

どういものか知っている	13.7	7	20	15	20	24	19	13	10	10	12	12	11	7
名前だけ知っている	52.0	59	36	47	47	46	44	35	64	58	63	64	61	50
認知計	65.6	66	56	62	66	70	63	49	73	68	75	76	72	58

4K放送に対し「興味なし」が多数派

●4K放送への興味

(%)

	全体	16～19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
			とても興味がある	3.5	7	4	3	6	3	5	7	5	1	4
まあ興味がある	24.3	18	30	32	27	36	27	17	27	34	24	28	16	13
興味あり計	27.8	25	34	35	33	40	32	24	32	35	28	29	17	15
あまり興味はない	45.1	50	48	30	43	48	43	35	49	48	44	50	55	44
まったく興味はない	26.6	25	18	35	24	12	26	40	19	17	29	21	25	40
興味なし計	71.8	75	66	65	67	60	69	75	68	65	72	71	81	84

4K放送普及に向けての課題 具体的な理解の不足

●「4K・8K」関連の情報で知っていること

(%)



放送のインターネット同時配信

4人に1人が認知、「利用したことがある」は2.5%

●テレビ放送のインターネット同時配信 認知と利用経験

(%)

	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
知っていて、 利用したことがある	2.5	2	4	8	6	1	3	3	3	3	2	1	1	0
知っているが、 利用したことはない	23.8	29	26	20	24	25	26	25	22	17	15	17	30	33
認知計	26.3	30	30	28	30	26	29	29	25	20	17	18	31	33
知らない	73.4	70	70	72	70	74	71	72	75	80	84	82	70	64

「利用したいと思う」と「利用したいとは思わない」は拮抗

● 日常的な同時配信サービスへの利用意向

(%)

	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
利用したいと思う	11.5	14	8	12	16	8	17	9	10	11	14	9	9	12
どちらかという 利用したいと思う	36.0	45	38	38	49	47	28	32	54	44	42	31	24	21
利用したい計	47.5	59	46	50	65	55	45	40	64	55	56	41	32	33
どちらかという 利用したいとは思わない	25.0	32	32	20	19	24	22	22	22	22	23	34	35	22
利用したいとは思わない	26.7	9	22	30	16	21	32	35	14	23	21	26	32	42
利用したいとは思 わない計	51.7	41	54	50	35	45	54	58	37	45	44	59	67	64

インターネットを毎日使う人は「利用したい」6割

● 日常的な同時配信サービスへの利用意向

(%)

	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
利用したい計	47.5	59	46	50	65	55	45	40	64	55	56	41	32	33
利用したいとは思わない計	51.7	41	54	50	35	45	54	58	37	45	44	59	67	64

● 「インターネットの利用頻度」×「同時配信の利用意向」

(%)

	全体	毎日のように	週に3~4日くらい	週に1~2日くらい	利用あり	利用なし
利用したいと思う	11.5	15	9	10	14	7
どちらかという 利用したいと思う	36.0	45	37	37	44	20
利用したい計	47.5	61	46	47	57	27
どちらかという 利用したいとは思わない	25.0	22	41	28	25	25
利用したいとは思わない	26.7	17	14	25	17	47
利用したいとは思わない計	51.7	39	54	53	43	71

前半のまとめ

4K・8K

- 言葉の認知は進んでおり、今後のプロモーションは視聴者にとって大事な利用方法の理解を促す段階へ

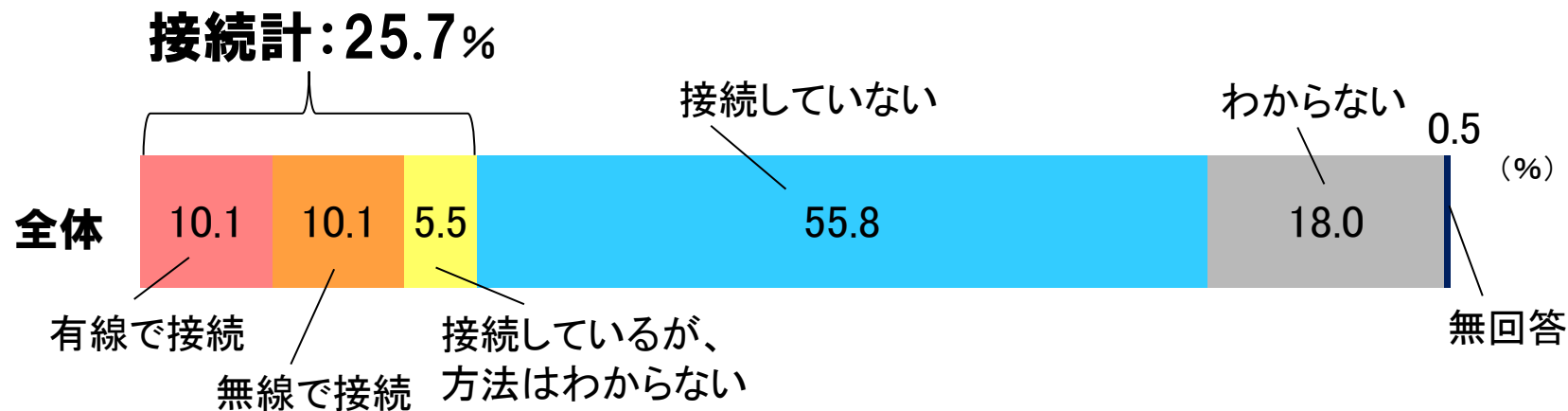
放送のインターネット同時配信

- テレビ放送のインターネット同時配信は、まだ利用意向の「ある」「なし」が拮抗。潜在的な需要はあり？

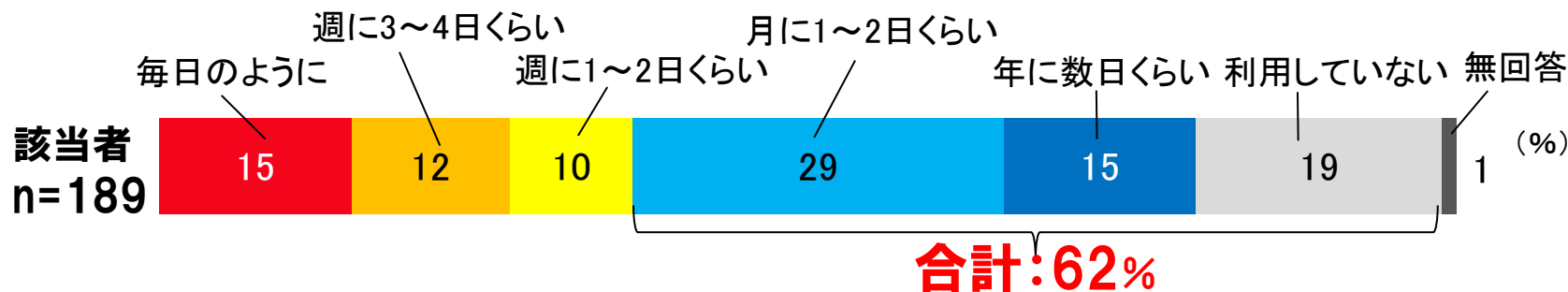
テレビのネット接続

テレビのインターネット接続は25.7%

●テレビのインターネット接続率



●テレビのインターネット接続サービス利用頻度



ネット接続して使うのは双方向番組への参加

●テレビをインターネットに接続して利用したサービス

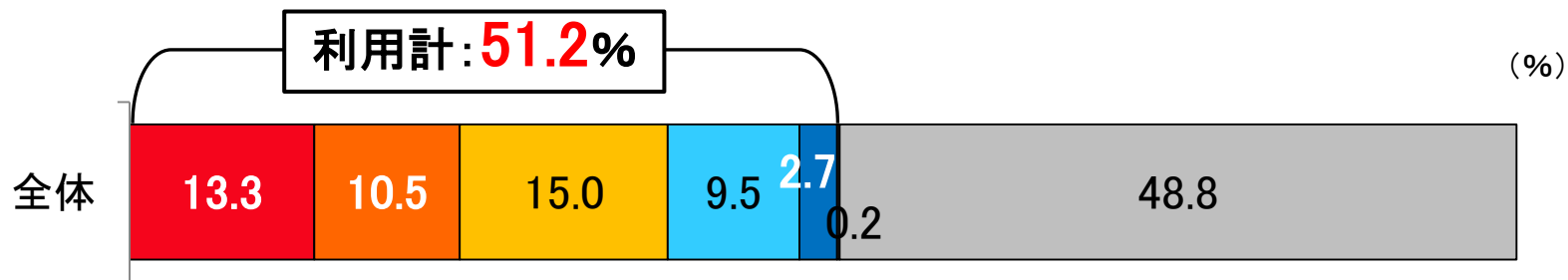
(%)

(複数回答)	全体	16~19歳	男							女				
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
双方向番組へ参加する	7.7	13	16	8	13	12	7	2	8	6	11	9	3	3
動画共有サイト	5.2	7	8	12	14	6	2	2	10	7	5	7	1	1
番組を見てポイントを貯めたりするサービス	3.0	4	10	5	5	3	1	0	6	6	5	2	2	0
データ放送のネット接続限定サービス	2.9	2	6	5	6	7	2	2	5	0	1	3	4	1
インターネットゲーム	2.0	7	6	3	2	1	4	0	2	2	2	2	0	0
スマートフォンやタブレット端末の画面をテレビ画面上で見る	1.8	2	2	3	0	2	2	0	8	2	3	1	2	0
VOD(ビデオ・オン・デマンド)	1.4	0	0	2	4	3	1	1	0	1	2	2	3	0
外出先などで放送中のテレビや録画した番組を視聴	0.8	0	2	0	1	0	2	1	0	0	2	0	2	0
外出先から録画予約	0.4	0	2	0	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0
ハイブリッドキャスト	0.0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
いずれも利用したことがない	7.6	13	8	3	8	10	7	6	8	9	6	8	6	10
非該当	74.3	63	62	73	61	70	79	82	75	73	71	74	80	83

インターネット動画

動画サイトの利用は進んでいる

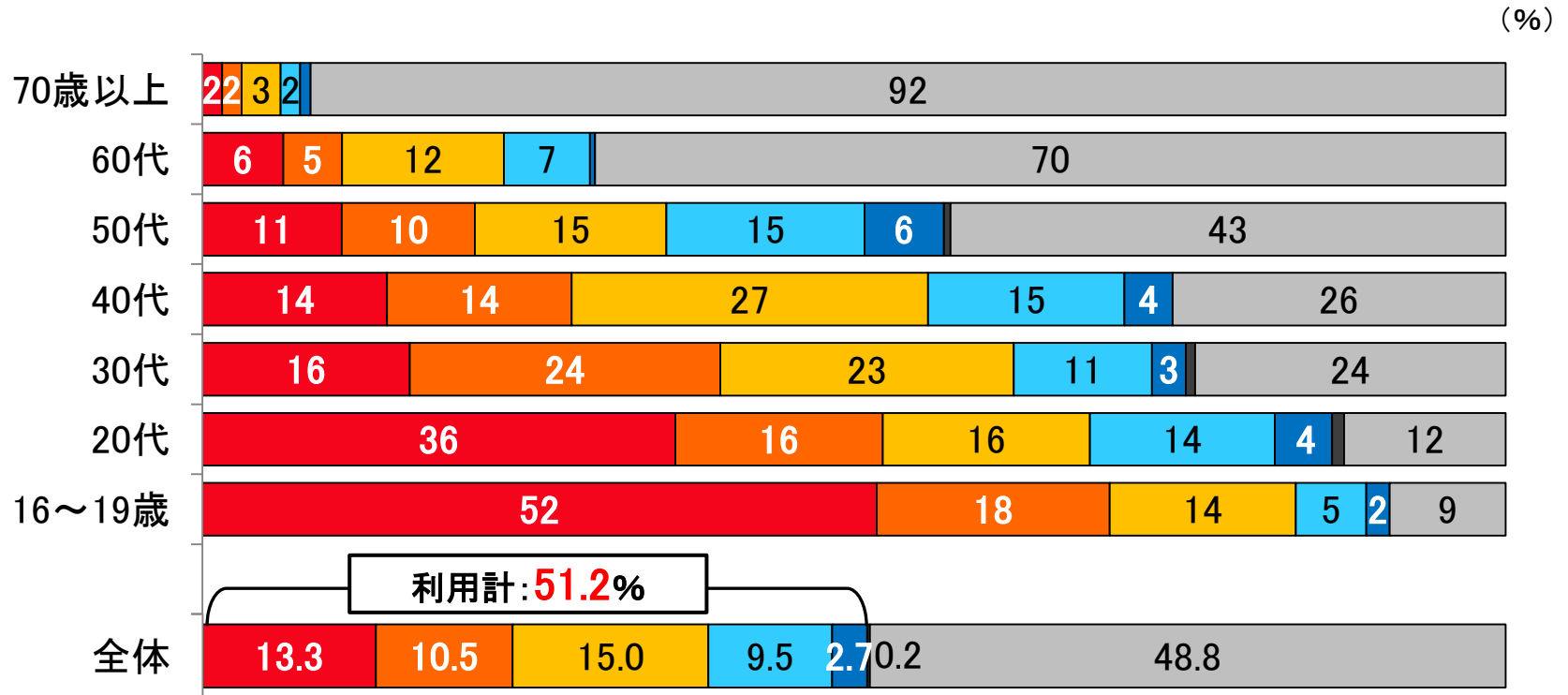
●動画サイトの利用頻度



- 毎日のように
- 週に3~4日くらい
- 週に1~2日くらい
- 月に1~2日くらい
- 年に数日くらい
- 無回答
- 非該当

若年層は日常的に動画サイトを利用

●動画サイトの利用頻度



- 毎日のように
- 週に3~4日くらい
- 週に1~2日くらい
- 月に1~2日くらい
- 年に数日くらい
- 無回答

若年層は利用する動画サイトが多様化

●動画サイトの利用経験(抜粋)

(%)

(複数回答)	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
YouTube	50.0	89	82	77	77	62	39	10	89	73	71	51	20	7
ニコニコ動画	7.6	18	34	27	7	8	1	2	14	9	5	8	3	1
GYAO!	5.2	2	0	12	7	10	8	0	5	8	7	9	3	0
MixChannel	0.4	5	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
hulu	1.3	2	4	5	1	1	1	0	2	3	1	1	1	0
NETFLIX	0.5	0	2	2	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0
dailymotion	2.5	11	10	2	2	2	2	0	14	1	2	0	0	0
TVer	1.9	2	2	2	1	4	1	0	5	6	3	2	1	0
Amazonプライム・ビデオ	2.9	2	10	5	8	1	2	2	2	3	5	3	2	0
C Channel	0.8	7	0	0	0	0	0	0	6	1	1	0	0	0

若年層は利用する動画サイトが多様化

●動画サイトの利用経験(抜粋)

(%)

(複数回答)	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
YouTube	50.0	89	82	77	77	62	39	10	89	73	71	51	20	7
ニコニコ動画	7.6	18	34	27	7	8	1	2	14	9	5	8	3	1
GYAO!	5.2	2	0	12	7	10	8	0	5	8	7	9	3	0
MixChannel	0.4	5	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0
hulu	1.3	2	4	5	1	1	1	0	2	3	1	1	1	0
NETFLIX	0.5	0	2	2	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0
dailymotion	2.5	11	10	2	2	2	2	0	14	1	2	0	0	0
TVer	1.9	2	2	2	1	4	1	0	5	6	3	2	1	0
Amazonプライム・ビデオ	2.9	2	10	5	8	1	2	2	2	3	5	3	2	0
C Channel	0.8	7	0	0	0	0	0	0	6	1	1	0	0	0
AbemaTV	3.6	16	14	5	6	4	2	0	10	2	3	1	2	0
ニコニコ生放送	3.3	5	16	5	4	4	0	2	6	7	5	1	1	0
LINELIVE	1.6	11	6	2	0	0	0	0	8	1	1	2	1	0
非該当(インターネット非利用者)	32.1	2	8	7	9	14	34	74	3	9	10	26	58	84

MixChannel

手軽に投稿・共有できる
10秒動画が人気

dailymotion

無料で動画を共有できる
投稿サイト
非公式のテレビ番組の
動画が多数あり

C Channel

自分の関心に合った、
メイクや料理などのコツが
1分でわかる動画が評判

AbemaTV

無料のリアルタイム
多チャンネルサービス
懐かしアニメや
独占配信のライブ番組
などが人気

動画サービスを選ぶ際に重視することは「無料」

●動画サービスを利用する際に重視すること（インターネット利用者）

	全体 <844人>	16～ 19歳 <55>※	20代 <107>	30代 <139>	40代 <198>	50代 <157>	60歳 以上 <188>
（インターネット利用者分母 n=844）							
見たい動画の数や種類が豊富であること	12	13	19	14	12	10	8
利用料金が「 無料 」であること	59	69	64	59	66	59	45
利用料金が「 定額 」であること	2	0	4	3	1	3	3
画質が良いこと	2	6	2	3	3	1	1
生の「ライブ配信」が見られること	1	0	1	0	1	0	1
動画が安定していて途中で止まったり 映像が乱れたりしないこと	3	6	3	4	3	3	3
操作性がよく、使いやすいこと	1	0	1	1	1	1	1
おすすめ動画の内容が自分の好みと 合っていること	4	2	0	3	4	3	7
違法の動画でないこと	3	0	3	3	3	7	2
動画はまったく見ない	10	6	3	7	7	9	20

※16～19歳は人数が少ないため参考値

SNSとテレビ

若年層はさまざまなSNSを使う

●ふだん利用しているSNS

(%)

(複数回答)	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
Twitter	13.5	63	44	15	12	11	5	2	46	19	12	9	1	0
Facebook	16.6	16	26	32	29	18	7	2	46	40	23	10	3	2
mixi	1.7	0	4	3	5	3	1	1	3	3	2	1	0	0
LINE	39.5	89	70	62	54	39	14	4	86	70	61	46	12	3
Instagram	9.0	32	20	8	6	4	2	0	51	21	10	4	0	0
その他のSNS	0.7	2	2	0	1	1	1	0	2	0	0	2	1	0
利用していない	23.4	7	8	30	29	39	44	21	6	14	23	24	30	12
非該当	32.1	2	8	7	9	14	34	74	3	9	10	26	58	84

SNS

番組の情報や感想



テレビの視聴行動

リアルタイム視聴

録画再生

ネット動画利用

- ・無料の投稿動画
- ・公式の見逃し無料動画
- ・公式の有料動画

若年層でみられる視聴行動への影響

●SNSで番組情報や感想を見た後の行動

(%)

(複数回答)	全体	16~19歳	男						女					
			20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
放送中にテレビをつけて見る	3.9	14	2	8	1	3	1	1	22	6	5	2	1	0
(放送中ではなく)後で、 再放送や次回放送をテレビで見る	2.5	7	2	0	1	4	2	1	14	4	3	1	0	0
番組を録画して、 都合のよいときに見る	6.0	20	12	10	6	1	2	0	22	10	6	10	0	0
動画サイトで、誰かが録画して 投稿した番組を無料で見る	4.9	14	12	8	4	3	2	1	21	9	5	4	1	0
各局の見逃しサービスやTVerなど 無料動画配信サービスで見る	2.1	7	2	8	0	1	1	0	10	3	3	0	1	0
有料の動画配信サービスで 番組を見る	0.1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(SNSをきっかけに) 特に番組を見ることはない	3.8	11	14	5	6	4	0	0	3	8	4	7	0	1
非該当	79.8	43	60	70	80	87	95	98	32	59	73	78	98	99

後半のまとめ

テレビのネット接続

- テレビ機器のインターネット接続は、利用頻度が低めで放送以外の利用も一定数あり。

インターネット動画

- インターネット動画はYouTubeが優位も、若年層の間で特に利用されているサイトがある。

SNSとテレビ

- 若年層で日常化が進むSNSは、テレビの情報源として使われ、視聴する際には非公式動画を使う人も。