

IPTV 利用者に対する調査

三浦 基 / 小林憲一

インターネット回線にセットトップボックスをつないで、テレビで手軽に多チャンネルやビデオオンデマンドを利用することのできる IPTV が普及し始めている。日本では4つの事業者がサービスを行っており、その利用者は10万人を超え、20万人に近づいていると見られている。

放送文化研究所では2005年の年末から年初にかけて、1,000人規模で、日本で行われている IPTV サービスの利用者を対象に、どのようなサービスを利用しているのか利用実態調査を行った。

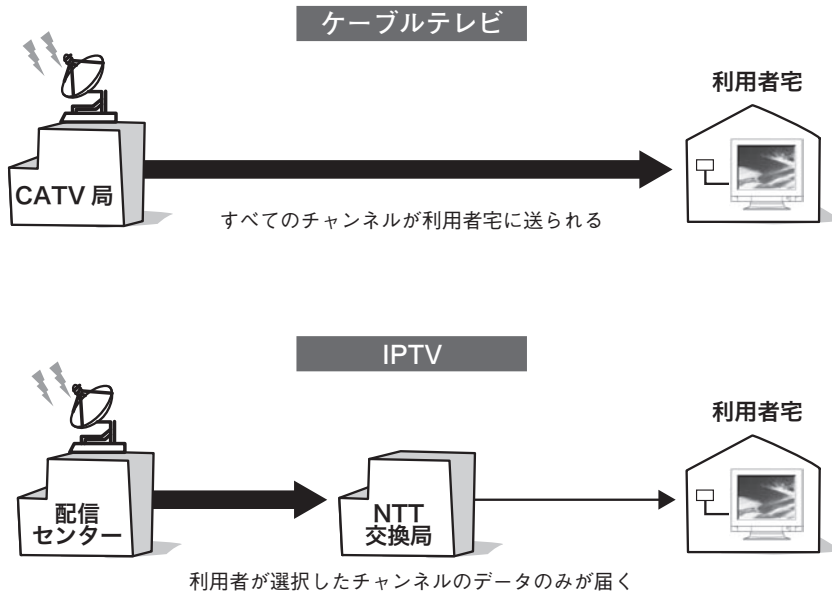
これまで、IPTV では地上波放送の再送信は行われていないが、2005年7月の情報通信審議会の第二次中間答申で、2008年中に IP マルチキャストによる HD 品質の地上波デジタル再送信を全国で開始する。そのため著作権法上の位置づけを明確にすること。また技術・運用面の条件確認と再送信の在り方について年度内に結論を得ることになった。これにより、今後、法制度整備が進めば地上波デジタル放送を IPTV で利用でき、その普及が早まると考えられる。IPTV の普及が進めば、ケーブルテレビに続く有線系メディアとしての可能性も高まってくることになる。そこで IPTV の魅力はどのようなところにあるのか、現時点での利用者を対象に調査を行った。

IPTV とは

まず IPTV の定義について明確にしておく必要がある。IPTV とは IP つまり「インターネットプロトコル」を用いたビデオサービスである。ケーブルテレビと大きく違うのは伝送方式である。従来のケーブルテレビでは数十チャンネルのサービスをすべて有線で一斉に伝送していた。すべてのチャンネルが加入者宅まで届いており、加入者側のセットトップボックス側で、必要なチャンネルを選んで視聴していた。これに対して IPTV の場合は、利用者宅のセットトップボックス側から特定のチャンネルを送信してくれるように要求を出し、そのチャンネルのみが伝送されることになる。この方式を使えば通信線と伝送路を共用しても帯域を圧迫せずに、効率的に使える。ADSL のような電話線でも多チャンネルやビデオオンデマンドサービスが受けられることになる。もちろん光ファイバーのような広帯域の伝送路であれば高精細度のデータであっても余裕をもって伝送できることになる(図1)。

IPTV と混同されやすいのがインターネットテレビである。この違いを一言で言えば、インターネットという公衆道路を使用する

図1 IPTVとケーブルテレビの違い



のがインターネットテレビであるのに対し、IPTVは閉じられた専用道路を使用する点である。インターネットテレビはインターネット上のストリーミングサーバーから配信される。これに対して、IPTVではインターネットに出ることなく、加入者の加入しているネットワーク内で配信が行われる。

日本におけるIPTVの最大手であるBBTV (Yahoo!BB系)の場合、自社のストリーミングサーバーから自社のネットワークを経由して、NTTの市内交換局にデータを送り出す。そこから特定のチャンネルについて接続要求のある利用者のセットトップボックスに対して、当該チャンネルのデータを送り出す。また、ビデオオンデマンドの場合は、利用者のセットトップボックスからセンターのサーバーにアクセスして、上記のルートを経由して目的のコンテンツを視聴することとなる。

プラットフォーム型サービスを行うオンデマンドTVや4th MEDIAの場合は、自社のサーバーからNTTのIPv6のネットワークを経由し、市内交換局から利用者宅のセットトップボックスにデータが送られる(図2)。プラットフォーム型のサービスを利用する場合、ISP(インターネットサービスプロバイダ)は利用者にIPアドレスを付与しているだけで、コンテンツの配信はプラットフォームのセンターと利用者の間で行われ、ISPは直接関係していない。ISPの役割はアドレスの付与と加入契約や課金などとなる。

サービスの内容

サービスの内容には多チャンネルを提供するチャンネルサービスとビデオオンデマンドで好きなビデオを見ることができるビデオサービスがある。一般にはISPに加入する際

図 2-1 IPTV (例)

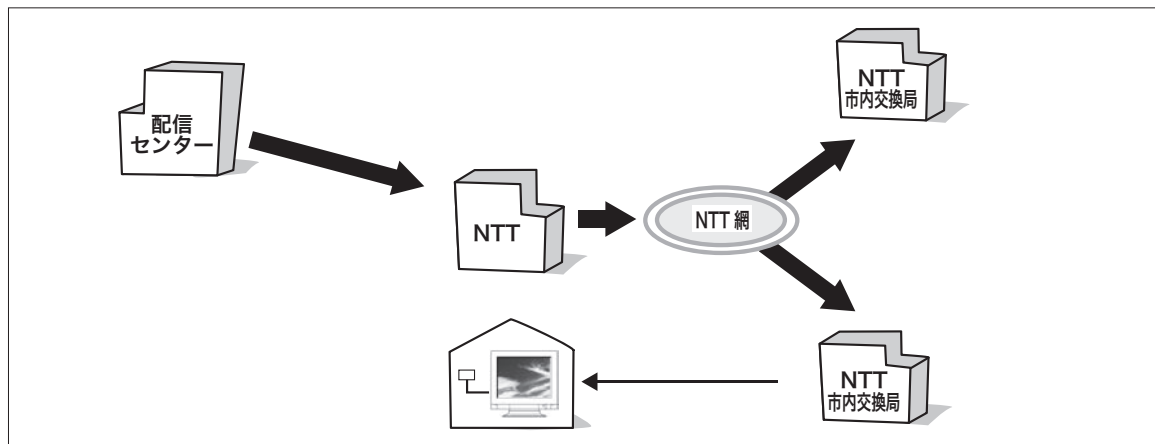
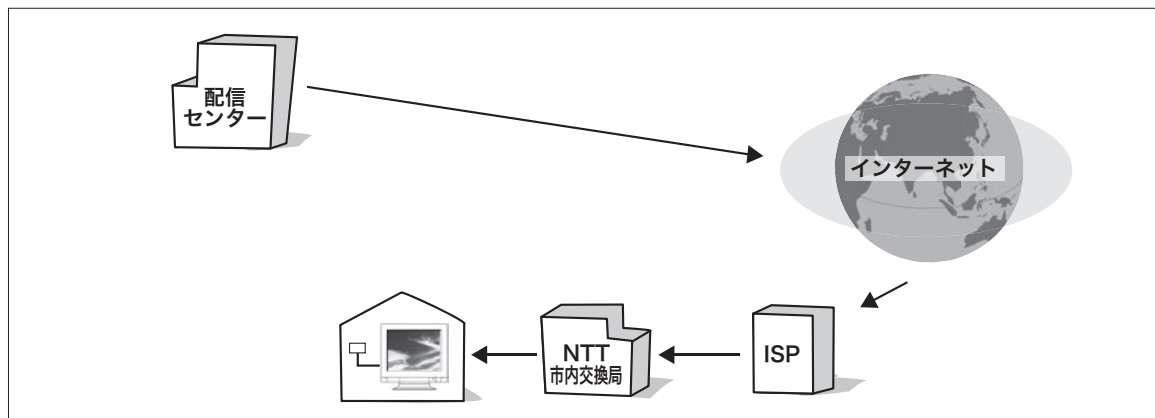


図 2-2 インターネットTV (例)



いずれも利用者が NTT の電話線を利用する場合を掲げた

にインターネットやインターネット電話とあわせて、IPTV サービスを申し込み、セットトップボックスをレンタル(もしくは購入)してインターネット回線に接続しサービスを受ける。

現在、IPTV については 4th MEDIA、オンデマンド TV、光プラス TV、BBTV の 4 社がサービスを提供している。

4th MEDIA は 2004 年 7 月から NTT 系の ISP であるぷららネットワークスが行ってい

る映像配信プラットフォーム事業である。60 チャンネルの多チャンネルサービスと 5,000 タイトル以上のビデオオンデマンドサービスを行っている。4th MEDIA は映像配信のプラットフォームという位置づけであり、特定の ISP に限らずに利用できる。現在は、ぷらら以外に 3 つの ISP で利用が可能である。

同様にプラットフォーム型のサービスを行っているオンデマンド TV は 2002 年設立、伊藤忠商事、西日本電信電話などが主要株主

となっている。オンデマンドTVはNTT東西のIPv6サービスを契約しているユーザー向けのサービスである。このIPv6サービスの利用者であれば、提携しているISPに申し込みを行えば多チャンネルサービスやビデオオンデマンド、カラオケのサービスを受けられる。

次にあげるふたつのサービスはISP一体型のサービスである。光プラスTVはKDDIが2003年12月から行っている。30チャンネルの多チャンネルサービス(オプションチャンネルを含む)と4,500タイトルのビデオオンデマンド、カラオケなどを提供している。光プラスTVはKDDIの光ファイバーを利用している顧客が対象である。

BBTVは2002年12月に、もっとも早くこのサービスに乗り出している。BBTVの場合もISPであるYahoo!BBと一体となったサービスである。Yahoo!BBのネットワークを通じてNTT市内交換局に送られたデータは、市内交換局からADSL回線、光回線を通じて利用者宅に送られる。60チャンネルのテレビサービスと5,000タイトルからビデオを選べる。

料金について単純に比較することはできないが、大まかな料金水準はほぼ同じと考えてよい。

調査結果

調査の概要

今回の調査ではIPTVサービスはインターネットが前提条件であること、結果の集計が短期間でできることなどから、インターネッ

トにより調査を行うことにした。サービスを実施している各事業者は加入者数を公表していないが、サービスが開始されて間もないことや、手段は違うが提供するサービスが同内容のCATVやレンタルビデオがすでに一定の市場を確立していることから、現時点でのIPTVサービス利用者はそれほど多いとは思えない。そこで、以下のとおり調査を二段階に分けて実施した。

まず、インターネット調査会社に登録しているモニター41,400名に対しスクリーニングのための事前調査を行い、調査対象となるIPTV利用者1,267名を抽出した。この対象者に向け、1月3日の夕方質問票を送信し1月11日までに回答してもらう、というスケジュールで調査を実施した。有効回答者は1,002名で、対象者1,267名に対する有効回答率は79.1%である。

この調査では、レンタルビデオのように映画やテレビ番組をパッケージにして、カセットやCDで貸し出す代わりにデータ伝送するサービスを「レンタルビデオサービス」と名づけた。また、様々なジャンルの番組を多数のチャンネルを通じて配信するサービスを、「テレビチャンネルサービス」とした。

レンタルビデオサービス

ここで言う「ビデオ」とは基本的にテレビ放送以外の映画などのメディア用に作成されたビデオコンテンツを指す。ただし実際には、こうしたビデオコンテンツの性格は複雑になっている。たとえば映画以外にも、海外で有料放送用に制作されたコンテンツがかなり存在する。またこれらのコンテンツがDVDで先行して販売された後に、人気を見

込んで地上テレビ局が放映権を購入して放送したり、CS放送などで人気を集めたコンテンツが地上放送やBS放送で放映されるなどのケースもある。このため映画、テレビという区分では整理しきれなくなりつつある。

それでは実際に、利用動向を見てみよう。ふだんの利用状況について尋ねた結果、利用していないと答えた人が半数の51%、月1本が17%、2本が14%、10本以上が3%となった。今回の調査期間について見るとサービス加入者のうちレンタルビデオサービスを利用したのは4分1の25%である。そのうち1本のみが9%、2本が6%で、合計すると15%である。一方、10本以上利用したヘビーユーザーは2%であった。使用頻度の高いヘビーユーザーからライトユーザーまでを性別、年齢別に分析してみたが、どの層にも満遍なく分布しており、性別、年齢による利用頻度の違いはみられなかった。

利用されたビデオのタイトル

それでは利用したビデオの内容についてはどうだろうか？

個別タイトルについてみると、よく見られたビデオは①「ハウルの動く城」14人、②「宇宙戦争」13人、③「オペラ座の怪人」7人、④「電

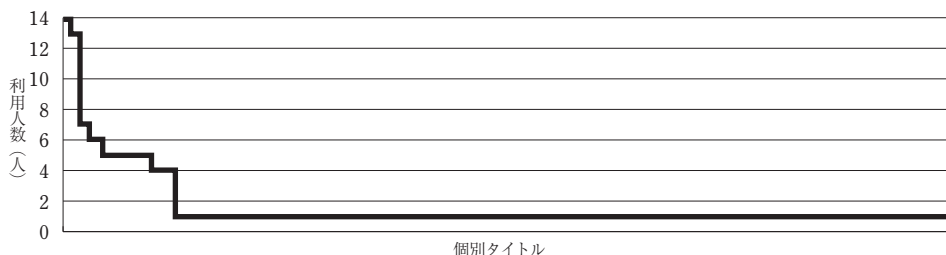
車男」6人。以下⑤「アイランド」、「マトリックス」、「四月の雪」、「コンスタンティン」が5人で同数となっている。

ビデオオンデマンド全体についてみると、コンテンツに対するニーズは集中しておらず、きわめて分散的である。今回の調査であげられたタイトル総数418の中で、利用者1人のみのタイトルが370タイトルとなっている(図3)。これをみる限り、分布は一部の人気ビデオを例外として、多種類のビデオタイトルにまんべんなく分散していることがわかる。いわば大量のニッチ商品が売り上げの大多数を占めていることになる。

ジャンル別に見る利用者の実態

次に、利用したビデオをジャンルに分類した。洋画は全体の53%、アニメ・キッズは19%、以下は邦画15%、テレビ番組5%と続く。このうち洋画および邦画の内容について分類するとアクション25%、ドラマ、SF14%、以下サスペンス11%、ラブストーリー11%となった。内容について利用者の多かったアクション、ドラマ、SFについて性別、年齢層別を見てみると、アクションは男性20代から40代まで、女性20代、30代と幅広く見られている。ドラマは男女とも50歳以上、SFは男性20代、30代、50歳以上でよく見ら

図3 ビデオのタイトル別利用人数



れている。したがって、アクションは性別に関係なく、どの年齢層でも見られ、ドラマは高齢者層を中心に、そしてSFは男性によく見られている。

テレビ番組

この節の冒頭でも触れたが、ビデオと言っても映画だけでなくテレビ番組が大量に見られている。テレビ番組の強みはシリーズ性にある。シリーズであるので一本ごとのタイトルの集計ではランキングにあがってこないが、シリーズ全体として見ると強みを発揮する。今回の調査で回答された中からよく見られたテレビ番組をあげると「24」「ガンダム」「未来!キョンシーズ」「パリの恋人」「Sex and the City」「創聖のアクエリオン」「ケロロ軍曹」「天国の階段」「太陽に向かって」「ルパン三世」などである。ここから「パリの恋人」など韓流もの、「ルパン三世」などアニメもの、フォックス制作の「24」など海外のテレビ作品に人気が集まっていることがわかる。

テレビチャンネルサービス

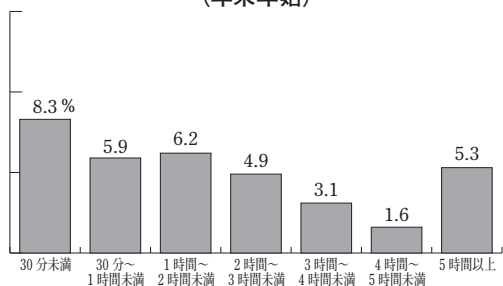
人気はディズニーチャンネル

「テレビチャンネルサービス」には、前述のように各事業者ともベーシックチャンネルとして30前後のチャンネルを供給している。このほかに、プレミアム、アラカルト、オプションなどと会社によって呼び方は違うが有料チャンネルがある。ベーシックチャンネルは映画、音楽、スポーツ、ドラマ、アニメなど9～10のジャンルに分かれていて、そのほかにショップチャンネルがある。個別チャンネルについては、各事業者それぞれに力の入れどころ、狙いなどによっ

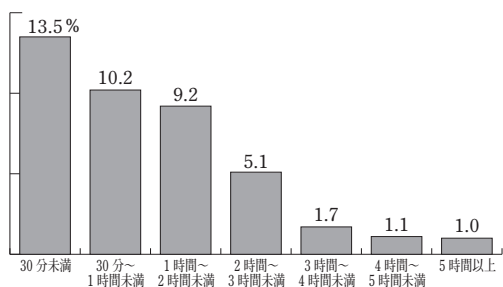
て品揃えに多少の違いがある。4社共通のチャンネルは、「洋画★シネマフィル・イマジカ」(映画)、「スポーツ・アイ ESPN」(スポーツ)、「スペースシャワー TV」「ミュージックビデオ専門/VMC」「MTV」(音楽)、「FOX」「AXN」(ドラマ)、「ディズニー・チャンネル」「MONDO21」(エンターテイメント)、「ディスカバリーチャンネル」「NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL」(ドキュメンタリー)、「カートゥーン ネットワーク」(アニメ)、「旅チャンネル」「グルメ旅★FoodiesTV」(娯楽・教養)、「ブルームバグ テレビジョン」(ニュース)の15チャンネルである。

それではこのサービスを、年末年始の休み期間中に加入者はどの程度利用したのだろうか。5分を境にして「テレビチャンネルサービス」利用の有無を聞いたところ、5分以上利用した人は27%で、一日の平均視聴時間は「30分未満」が8%で最も多かった。視聴時間の分布は「5時間以上」を除いて、時間が長くなるにつれて数字がなだらかに小さくなる傾向となっている。ふだんの週末では「1時間～2時間未満」が12%で最も多く、**図4**からも視聴時間の分布の違いが分かる。年末年始だからといって各時間帯が全体的に増えているわけではなく、3時間未満ではむしろふだんより少なく、総利用人数も少ない。しかし年末年始は5時間以上の利用者が多かったため、平均視聴時間を多い順に並べると、①年末年始(2.1時間)②ふだんの週末(1.8時間)③ふだんの平日(1.4時間)となる。平均視聴時間の算出は、時間帯の中間値(「1時間～2時間未満」であれば1.5時間、「30分未満」は30分、「5時間以上」は5時間とした)に人

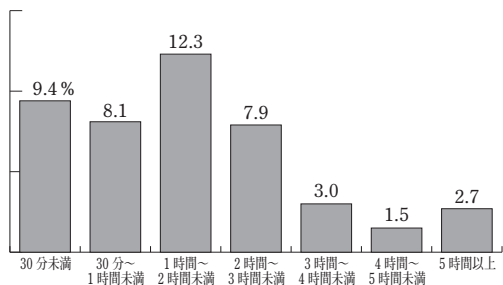
図4 テレビチャンネル視聴時間分布
(年末年始)



(ふだんの平日)



(ふだんの週末)



数を掛け、合計値を総利用人数で割って平均視聴時間とした。年末年始は地上波放送、衛星放送とも特別番組やスポーツ中継でふだんより魅力ある番組を放送したため、モアチャンネルであるこの「テレビチャンネルサービス」の利用人数はふだんより減ったが、ふだんより時間に余裕がある分、見たい人は思う存分長時間視聴したということであろう。

見たチャンネル名については、よく見た順に4つチャンネル名を書いてもらって合計したところ、「ディズニーチャンネル」(エンターテインメント)をあげる人が6.3%で群を抜いて多く、次いで「FOX」(ドラマ)2.9%、「ディスカバリーチャンネル」(ドキュメンタリー)、「カートゥーンネットワーク」(アニメ)2.7%、「AXN」(海外ドラマ・映画)2.6%、「トゥーンディズニー」(アニメ)2.4%となっている。各チャンネルの番組内容は表1のとおりである。

これを映画、音楽、ドラマ等のジャンル別に分けると、「アニメ」が最も多く、次いで「音楽」「ドラマ」と続いている(表2)。今回とりあげたサービスでは「ディズニーチャンネル」を「アニメ」ではなく「キッズ & ファミリーエンターテインメント」と位置づけているが、視聴者にとっては「アニメ」の印象が強いということであろう。「アニメ」をあげた人を年齢別にみると、女性20～40代が多い。一人で見ているというより、子供に付き合っ母親も見ているといった随伴視聴が大半を占めるとされる。「音楽」は女性20,40代、「映画」は男性50歳以上に人気がある。年末年始ではなく、ふだんよく見るチャンネルでも最も多いのは「ディズニーチャンネル」6.1%で、ベスト5の顔ぶれもほとんど変わらない。

加入の目的・理由

前述のように、このIPTVは試行を含めても2～3年前から始まった新しいサービスであり、加入時期は「4～6か月前」が22%で一番多い。これに「1か月くらい前」と「2～3か月前」を加えると57%となり、6割近くの人がここ半年以内に加入したことになる。

加入理由を複数回答で答えてもらったと

表1 各チャンネルの番組内容

ディズニーチャンネル	ディズニーによる映画、アニメーション、未就学児童向けの番組、ドラマ、コメディ、情報バラエティ番組などのエンターテインメント
FOX	全米ネットワークのFOXによる海外ドラマシリーズ、アニメ、リアリティドラマなどのドラマチャンネル
ディスカバリーチャンネル	自然、科学とテクノロジー、歴史、ワールドカルチャー、ヒューマンアドベンチャーの5つジャンルをもつ世界最大のドキュメンタリーチャンネル
カートゥーンネットワーク	「トムとジェリー」「パワーパフガールズ」など海外アニメ作品を中心としたアニメ専門チャンネル
AXN	ソニー・ピクチャーズによる海外ドラマ&映画のエンターテインメント。リアリティショーやスポーツもあるが中心はドラマ
トゥーンディズニー	ディズニーによる24時間アニメーション・チャンネル。最新コメディやアクション・アドベンチャー番組も放送

表2 視聴チャンネルのジャンル別内訳

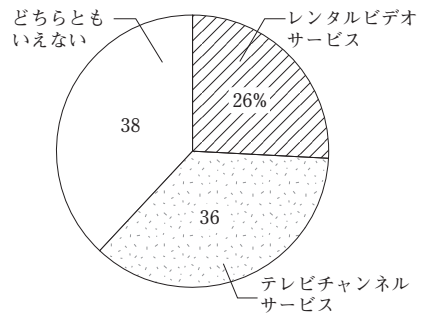
アニメ	21.8%
音楽	15.1
ドラマ	13.8
映画	11.0
ドキュメンタリー	10.4

ころ、「地上波テレビでは物足りないから」29%、「レンタルビデオ店へ借りに行ったり、返しにいくのが面倒だから」24%、「ビデオが貸し出し中で借りられないということがないから」10%、「CATVに入るより料金の割りにサービスが良いから」10%などが多かった。『何か面白い番組がありそう』『レンタルビデオの代わりに』といったところが、主な加入動機になっているわけである。レンタルビデオ関係の加入理由に居住地域による大きな偏りが見られないのは、レンタルビデオショップが全国津々浦々まで行き渡ったことに加えて、最近ではオンラインで予約し宅配でDVDを受け取るといった業態のサービスも登場していることによるのかもしれない。

レンタルビデオサービスとテレビチャンネルサービスについて、加入時にどちらにより魅力を感じたのであろうか。「レンタルビデオサービス」26%、テレビチャンネルサー

ビス36%、「どちらともいえない」38%という結果からは、「テレビチャンネルサービス」が優勢ではあるとはいえ、はっきりと優劣をつけることは難しい(図5)。「テレビチャンネルサービス」は、性年層別では女性30,40代、職業別では専業主婦で特に高く、これは「ディズニーチャンネル」で前述した子供との随伴視聴とも相通ずるところがある。

図5 加入時により魅力を感じたサービス



まだブラウン管テレビが主流

このサービスはもともとテレビで見ることを想定して開発されたものだが、利用する側は想定どおりテレビで見ているのだろうか、それともテレビチューナー付きのパソコンを使っているのだろうか。テレビを32型以上か未満か、液晶やプラズマなどの薄型かブラ

ウン管かで4通りに分け、パソコンはデスクトップ、ラップトップ、ノート型の3つに分類して、主な使用機器を聞いた。最も多かったのは「32型未満のブラウン管テレビ」39%で、そのほか多いのは「デスクトップ型のパソコン」22%、「ノート型のパソコン」12%、「32型以上の大型ブラウン管」11%などである。半数の人はブラウン管テレビで見ているわけだが、パソコンで見ている人も1/3と予想以上に多かった。

自宅のメインテレビとの関係を見ると、自宅のメインテレビと主な使用機器が一致する割合は、メインテレビの形状や大きさにかかわらず6割前後と高い。しかし、「デスクトップ」の使用については、メインテレビが他のテレビでは20～25%なのに比べて「32型以上の薄型」の場合12%と低い。やはり大きくてきれいに映るテレビがあればそれで見るといふ傾向が出ている。

画面の画質については、「まあ満足している」48%、「あまり満足していない」32%で、それぞれに「とても満足している」6%、「まったく満足していない」15%を合計すると、「満足」54%が「不満足」46%を上回っている。「満足」はすべてのテレビで50%を上回っているのに対し、パソコンで50%を超えるものはない。また、「薄型テレビ」の利用者だけみると、全体の傾向は変わらないが「とても満足」の割合が他の機器に比べて高くなっている。このサービスの画質はハイビジョン放送と比較すると今一步の感がある。性能が良い薄型テレビで見ると画質の荒さが目立ち、かえってパソコンで見の方があらが目立たないのではないかとの見方もあったが、実際の利用者はそう感じていない。

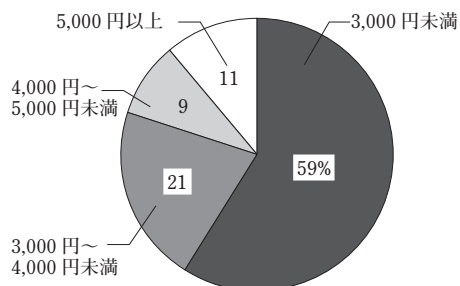
支払い額は月額3,000円

料金体系は4社で少しずつ異なるが、STBレンタル料を入れて基本月額料金が3,000円前後というのが一般的である。前述のとおり、この料金で30チャンネル前後の「テレビチャンネルサービス」と月2～3本の「レンタルビデオサービス」が受けられる。ビデオの制限本数を越えた分のレンタル料金は、新作や人気度によって異なるが1本105～420円といったところである。各事業者が保有しているビデオコンテンツ数は4,000～5,000本が標準的。テレビチャンネルについては1,000～3,000円の追加料金を払って、「釣り」「映画」「アダルト」などの番組が見られる有料チャンネルがある。

月々の支払い額を答えてもらったところ、「3,000円未満」が59%、「3,000円～4,000円未満」が21%で、8割がこの中に納まってしまう(図6)。「3,000円未満」だけでも6割を占めるところを見ると、有料追加チャンネルや月間制限本数を越えてのビデオレンタルの利用は少ないと思われる。これは、前述のレンタルビデオサービスの利用状況とも合致する。

使用している回線はADSL回線が多いのか、それとも光回線が多いのだろうか。「ADSL回線」51%、「光回線」48%と、両者

図6 このサービスに支払う月額



がほぼ拮抗している結果が出た。「Yahoo!BB」以外の3社は光回線でしかサービスを提供していないので、「Yahoo!BB」についてみると、1/4が光回線、3/4がADSL回線である。今回の調査対象が正確に「Yahoo!BB」利用者全体を代表している保証はないが、まだまだ光回線よりADSL回線での利用者が多いと言っただけである。

平日の一日平均のインターネット時間は多い順に「1時間～2時間未満」26%、「2時間～3時間未満」22%、「30分～1時間未満」14%となっていて、「5時間以上」も13%いる。インターネットも含めたパソコンの利用時間では「5時間以上」26%が最も多く、以下はインターネットと同じ傾向である。パソコンの利用時間別にインターネットの利用時間を見ると、双方が同じ時間枠のところに集中している。パソコンの利用時間が長くなるに連れて集中度は低くなるが、「5時間以上」の利用者でもインターネットも同時間の「5時間以上」という人が45%もいて、パソコン利用の大きなウエイトをインターネットが占めていることが分かる。

携帯電話で使ったことがある機能を、「いくつでも」という形で選んでもらったところ、「メール」90%、「通話」88%、「カメラ」57%、「インターネット」51%で、「利用していない」人はわずか3%である。インターネット利用者を対象した「ネットワークと国民生活に関する調査」（総務省）では、携帯通信機器での電子メールは65%に過ぎない。今調査の対象者はメディアリテラシーが高い人が多く、だからこそIPTVの利用を思い立ったということだろう。

おわりに

古くはラジオ、白黒テレビから最近の地上デジタル放送まで、一握りのアーリーユーザーは時間と懐に余裕がある（金銭的な方の比重が高いだろうが）富裕層が多くを占めていた。しかし、このIPTVへの加入はそれほどの経済的負担を強いるわけではなく、むしろハードルはインターネットというメディアにあると思われる。今までの放送、映画、レンタルビデオショップに飽き足らない層のニーズを把握するとともに、インターネットというハードルを低くしてメディアリテラシーの低い人たちも気軽に利用できるような環境をどう作り広めていくかが、IPTV普及の鍵となるのではないかと。

（みうら もとひ / こばやし けんいち）

【IPTV 利用実態調査・単純集計結果】

1. 調査時期
2006年1月3日(火)～11日(水)
2. 調査方法
インターネット調査
3. 調査相手
20歳以上のIPTV利用者1,267人
4. 有効数(率)
1,002人(79.1%)

—ビデオ利用本数・年末年始—

Q1 この年末年始の休み期間中に、あなたは「レンタルビデオサービス」を何本利用しましたか。(回答は1つ)

1本	8.6%
2本	6.0
3本	3.6
4本	1.7
5本	1.4
6～9本	1.7
10本以上	2.3
利用していない	74.8

—ビデオタイトル・年末年始—

Q2 この年末年始の休み期間中に借りたビデオのタイトルをお答えください。4本以下の方はすべてを、5本以上利用された方はおもしろかったものから順に4つまでお答えください。

ハウルの動く城	14人
宇宙戦争	13
オペラ座の怪人	7
電車男	6
アイランド	5
マトリックス	5
コンスタンティン	5
四月の雪	5
カンフーハッスル	4
アナコンダ2	4

(上位10タイトル)

—ビデオジャンル・年末年始—

Q2-SQ1 それほどのジャンルの「レンタルビデオサービス」ですか。すべてお答えください。

洋画	52.6%
邦画	15.2
テレビ番組	5.2
スポーツ	0.8
音楽	1.2
アニメ・キッズ	18.8
アイドル	0.2
アダルト	3.2
その他	2.8

N=597

—映画内容—

「洋画」または「邦画」を選んだレンタルビデオサービスについてお答えください。

Q2-SQ2 その映画の内容はどういったものですか。

アクション	24.9%
-------	-------

サスペンス	10.9
ラブストーリー	10.6
コメディ	7.4
ドラマ	14.1
ミステリー	2.2
ファンタジー	4.4
SF	13.8
ホラー	4.2
ミュージカル	1.0
任侠・時代劇	1.0
クラシック映画	0.2
Rシネマ	0.0
その他	5.2

N=405

—ビデオで見たいテレビ番組—

Q3 今回利用したかどうかは別にして、「レンタルビデオサービス」の「テレビ番組」で見たい番組を4つまでお答えください。(提供されていないものを含む)

24	19人
電車男	8
古畑任三郎	6
大奥シリーズ	6
NHKスペシャル	5
世界遺産	5
あいのり	5
紅白歌合戦	4
内村プロデュース	4
ドラゴン桜	4
ごくせん	4

(上位10番組)

—見たい番組のチャンネル—

Q3-SQ その番組はどのチャンネルで放送されている番組ですか。それぞれについて次の中からお答えください。

NHK総合	8.6%
NHK教育	3.1
日本テレビ系列	8.6
TBS系列	12.3
フジテレビ系列	22.7
テレビ朝日系列	8.5
テレビ東京系列	4.0
その他	20.6
実際の放送はない	11.8

N=851

—ビデオ利用頻度・通常—

Q4 ふだんあなたは、1か月に、「レンタルビデオサービス」を何本くらい利用しますか。(回答は1つ)

1本	17.0%
2本	13.7
3本	7.2
4本	3.3
5本	3.5
6～9本	2.4
10本以上	2.5
「レンタルビデオサービス」は利用していない	50.5

—専門チャンネル利用の有無・年末年始—

- Q5 この年末年始の休み期間中に、あなたは「テレビチャンネルサービス」を5分以上視聴されましたか。(回答は1つ)
- 5分以上視聴した …… 27.0 %
5分以上視聴したチャンネルはない/見なかった …… 73.0

—よく見た専門チャンネル・年末年始—

- Q6 この年末年始の休み期間中に、「テレビチャンネルサービス」で5分以上視聴したテレビチャンネル名を、もっともよく見た順にお答えください。
- ディズニーチャンネル …… 6.3 %
FOX …… 2.9
ディスカバリーチャンネル …… 2.7
カートゥーンネットワーク …… 2.7
AXN …… 2.6
トゥーンディズニー …… 2.4
MTV …… 2.2
ナショナルジオグラフィック …… 1.9
アニマックス …… 1.8
アニマルプラネット …… 1.5

(上位10チャンネル)

—専門チャンネルのジャンル・年末年始—

- Q6-SQ そのチャンネルはどんなジャンルのチャンネルですか。それぞれについてお答えください。
- 映画 …… 11.0 %
音楽 …… 15.1
ドラマ …… 13.8
ショッピング …… 0.9
アニメ …… 21.8
エンターテインメント …… 8.8
ドキュメンタリー …… 10.4
スポーツ …… 7.3
ニュース・天気 …… 4.9
外国語 …… 0.1
旅・グルメ …… 1.9
アダルト …… 0.6
その他 …… 3.4

N=674

—専門チャンネル視聴時間・年末年始—

- Q7 この年末年始の休み期間中、あなたは「テレビチャンネルサービス」を1日平均して何時間見ましたか。各チャンネルを合計した時間を次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 30分未満 …… 8.3 %
30分～1時間未満 …… 5.9
1時間～2時間未満 …… 6.2
2時間～3時間未満 …… 4.9
3時間～4時間未満 …… 3.1
4時間～5時間未満 …… 1.6
5時間～6時間未満 …… 1.1
6時間～7時間未満 …… 1.2
7時間～8時間未満 …… 0.5
8時間～9時間未満 …… 0.5
9時間～10時間未満 …… 0.2
10時間以上 …… 1.8

「テレビチャンネルサービス」は見えていない …… 64.8

—専門チャンネル視聴時間・週末—

- Q8 ふだんの週末(週末に仕事のある人は休みの日)は、1日平均して何時間「テレビチャンネルサービス」を見ますか。次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 30分未満 …… 9.4 %
30分～1時間未満 …… 8.1
1時間～2時間未満 …… 12.3
2時間～3時間未満 …… 7.9
3時間～4時間未満 …… 3.0
4時間～5時間未満 …… 1.5
5時間以上 …… 2.7
「テレビチャンネルサービス」は見えていない …… 55.2

—専門チャンネル視聴時間・平日—

- Q9 では、ふだんの平日(仕事や学校のある日)は、1日平均して何時間「テレビチャンネルサービス」を見ますか。次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 30分未満 …… 13.5 %
30分～1時間未満 …… 10.2
1時間～2時間未満 …… 9.2
2時間～3時間未満 …… 5.1
3時間～4時間未満 …… 1.7
4時間～5時間未満 …… 1.1
5時間以上 …… 1.0
「テレビチャンネルサービス」は見えていない …… 58.3

—よく見る専門チャンネル・ふだん—

- Q10 ふだんよく見る「テレビチャンネルサービス」のチャンネルは何ですか。「一番よく見るチャンネル」と「二番目によく見るチャンネル」をお答えください。
- ディズニーチャンネル …… 6.1 %
AXN …… 3.7
ディスカバリーチャンネル …… 3.1
FOX …… 2.9
MTV …… 2.4
アニマックス …… 2.3
カートゥーンネットワーク …… 2.1
スーパーチャンネル …… 1.5
ナショナルジオグラフィック …… 1.5
M on TV …… 1.3

(上位10チャンネル)

—加入時期—

- Q11 インターネットを利用したレンタルビデオサービスやテレビチャンネルサービスに、いつ頃加入しましたか。次の中からもっとも近い時期を1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 1か月くらい前 …… 18.7 %
2～3か月前 …… 16.4
4～6か月前 …… 22.1
1年くらい前 …… 18.4
1年半くらい前 …… 7.6
2年くらい前 …… 10.6
それ以前 …… 6.4

—加入動機—

- Q12 このインターネットテレビサービスに加入した理由を次の中からいくつでも選んでください。(回答はいくつでも)
- 地上波テレビ放送では物足りないから …… 28.5 %
 - 地上波テレビ放送と衛星放送では物足りないから ……9.0
 - 地形や建物が原因で衛星放送が映らないから ……3.4
 - 衛星放送に入るより料金の割りにサービスが良いから ……7.8
 - CATV に入りたいが、近くに CATV がいないから ……5.7
 - CATV に入るより料金の割りにサービスが良いから ……10.2
 - レンタルビデオ店が近くにないから ……4.2
 - レンタルビデオ店へ借りに行ったり、返しにくいのが面倒だから ……23.8
 - ビデオレンタルが安く利用できるから ……9.8
 - ビデオが貸し出し中で借りられないということがないから ……10.3
 - その他 ……26.0

—加入目的—

- Q13 あなたがこのサービスに加入した主な目的は、「レンタルビデオサービス（ビデオ・オン・デマンド、レンタルビデオ）」ですか、それとも「テレビチャンネルサービス（専門チャンネルサービス）」ですか。どちらがより強い目的の方を1つお答えください。(回答は1つ)
- レンタルビデオサービス …… 25.6 %
 - テレビチャンネルサービス …… 36.4
 - どちらもいえない …… 37.9

—使用機器—

- Q14 このサービスを利用するときに主に使うのはどの機器ですか。次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 32型以上の大型薄型（液晶やプラズマ）テレビ ……8.1 %
 - 32型未満の薄型テレビ ……5.3
 - 32型以上の大型ブラウン管テレビ ……10.9
 - 32型未満のブラウン管テレビ ……39.0
 - デスクトップ型のパソコン ……21.5
 - ラップトップ型のパソコン ……1.1
 - ノート型のパソコン ……12.0
 - その他 ……2.2

—画質満足度—

- Q15 あなたは、このレンタルビデオサービスやテレビチャンネルサービスの画面の画質に満足していますか。次の中から1つだけお答えください。(回答は1つ)
- とても満足している ……5.5 %
 - まあ満足している ……48.1
 - あまり満足していない ……31.9
 - まったく満足していない ……14.5

—月額費用—

- Q16 このサービスに基本料金とオプション料金を合計して、1か月にいくら位支払っていますか。電子メールや検索のための料金を除いた金額をお答えください。(回答は1つ)
- 3,000円未満 ……58.5 %
 - 3,000円～4,000円未満 ……21.3
 - 4,000円～5,000円未満 ……8.8
 - 5,000円～7,000円未満 ……6.5
 - 7,000円～10,000円未満 ……4.2
 - 10,000円以上 ……0.8

—インターネット利用時間—

- Q17 このサービス以外、たとえば電子メールやネットサーフィンなどの検索などで、通常の平日にあなたは一日に何時間くらいインターネットを利用しますか。自宅だけでなく、職場や学校など自宅外でのご利用もすべて合計して、次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 30分未満 ……6.5 %
 - 30分～1時間未満 ……14.0
 - 1時間～2時間未満 ……26.1
 - 2時間～3時間未満 ……22.2
 - 3時間～4時間未満 ……11.0
 - 4時間～5時間未満 ……5.2
 - 5時間以上 ……13.1
 - ほとんど/まったくインターネットは使わない ……2.0

—パソコン利用時間—

- Q18 同じく通常の平日に、インターネットを含めパソコンを何時間くらいご利用になりますか。同様に自宅だけでなく、職場や学校など自宅外でのご利用もすべて合計して、次の中から1つだけ選んでください。(回答は1つ)
- 30分未満 ……3.9
 - 30分～1時間未満 ……10.6
 - 1時間～2時間未満 ……21.6
 - 2時間～3時間未満 ……19.4
 - 3時間～4時間未満 ……9.7
 - 4時間～5時間未満 ……6.8
 - 5時間以上 ……26.4
 - ほとんど/まったくパソコンは使わない ……1.7

—携帯電話利用—

- Q19 あなたは携帯電話をどんなことに利用していますか。次のうち、利用したことがあるものをすべてお答えください。(回答はいくつでも)
- 通話 ……88.3 %
 - メール ……89.8
 - インターネット（ウェブサイトの検索・閲覧） ……51.1
 - カメラ ……57.3
 - ゲーム ……27.0
 - 音楽再生 ……14.2
 - テレビ電話 ……8.2
 - 電子マネー ……7.1
 - ラジオ受信 ……3.8
 - テレビ受信 ……4.3
 - 携帯電話は利用していない ……2.9

—メインテレビ—

- Q20 ご自宅のメインのテレビは次のどれですか。次の中から1つだけお選びください。(回答は1つ)
- 32型以上の大型薄型（液晶やプラズマ）テレビ ……12.0 %
 - 32型未満の薄型テレビ ……8.3
 - 32型以上の大型ブラウン管テレビ ……17.3
 - 32型未満のブラウン管テレビ ……60.4
 - その他 ……1.4
 - テレビは持っていない ……0.7

—テレビ視聴時間—

Q21 あなたは、休日を除くふだんの日（仕事や学校のある日）には、1日に何時間くらいテレビを見ていますか。次の中から1つだけお選びください。（回答は1つ）

- 1時間くらい 15.8%
- 2時間くらい 26.9
- 3時間くらい 23.8
- 4時間くらい 11.8
- 5時間くらい 7.7
- 6時間くらい 3.8
- 7時間くらい 1.3
- 8時間くらい 1.8
- 9時間くらい 1.9
- テレビはほとんど・まったく見ない 5.3

—NHKか民放か—

Q22 NHKの番組と民放の番組のどちらを多く見ていますか。次の中から1つだけお選びください。（回答は1つ）

- ふだん見るのは民放で、NHKはほとんど・まったく見ない... 32.7%
- ふだん見るのは民放だが、おもしろそうな番組があればNHKも見る... 36.3
- 民放、NHKともに見ている 21.7
- ふだん見るのはNHKだが、おもしろそうな番組があれば民放も見る... 3.1
- ふだん見るのはNHKで、民放はほとんど・まったく見ない... 1.0
- どちらもほとんど・まったく見ない 5.2

サンプル構成

全 体	性 別		男性の年層				女性の年層			
	男 性	女 性	男 20代	男 30代	男 40代	男 50歳以上	女 20代	女 30代	女 40代	女 50歳以上
1,002人	545	457	109	215	149	72	101	204	115	37
100%	54.4	45.6	10.9	21.5	14.9	7.2	10.1	20.4	11.5	3.7

職 業						
専業主婦（パート含む）	勤め人	自営業	農林／漁業	学生	無職	その他
243	566	103	3	36	35	16
24.3	56.5	10.3	0.3	3.6	3.5	1.6

都 市 規 模						居 住 地 域						
100万人以上	30万人以上	10万人以上	5万人以上	5万人未満	不明	北海道・東北	関東・甲信越	京浜	中部・北陸	近畿	中国・四国	九州
397	183	198	122	98	4	126	120	364	98	161	63	70
39.6	18.3	19.8	12.2	9.8	0.4	12.6	12.0	36.3	9.8	16.1	6.3	7.0

インターネット通信回線		
ADSL回線	光回線	不明
512	478	12
51.1	47.7	1.2