

多チャンネル時代の放送市場に関する調査研究

通信経済研究部研究官 土谷 純二

[要約]

郵政研究所では、平成12年11月に「テレビに関するアンケート調査」を実施した。この調査は、平成6年、平成9年と3年ごとに実施しており、今回で3回目となる。本調査の目的は、多メディア化・多チャンネル化が急速に進展するなか、テレビ視聴者の視聴行動について客観的に把握しその特性を明らかにすることであるが、平日の10分ごとの視聴チャンネルを記入してもらう点に特徴がある。また、今回は東京地区の他に民放地上波の受信可能チャンネル数が少ない北陸地区も調査対象に加え、比較を行うことを意図した。アンケート調査結果の基本的なクロス集計結果について概観する。

アンケート調査結果から得られた主要な結果をまとめると以下の通りである。

- 1 CSデジタル加入世帯においては、東京地区、北陸地区ともに情報機器の所有比率が高く、特にパソコンやインターネット機能付き携帯電話・PHSの所有については、東京地区では、一般世帯、CATV加入世帯を大きく引き離している。また、その構成員は自分専用のテレビの所有比率が高い。
- 2 CATVへの加入動機を地域別に見てみると、東京地区は難視聴対応やアンテナなど住宅要因での回答が多いのに対して、北陸地区は配信されるソフト要因が目立っている。次にCSデジタル加入世帯を比較すると、東京地区では、専門チャンネルへのニーズの高さがうかがわれる。
- 3 CSデジタル加入世帯の視聴者は、東京地区、北陸地区ともにテレビを見る前には、番組表で確認したり、見たい番組は深夜・早朝でも起きて見る比率が高いなど、視聴したい番組を選別して見ている傾向が伺える。
- 4 時間帯別視聴率は、朝は、東京地区でピーク前の5時台から徐々に視聴率が上昇するが、北陸地区では7時にかけて、一気に上昇している。昼のピーク時は、東京地区より北陸地区が高い。午後6時から9時はどの時間帯も北陸地区の方が高いが、午後11時以降になると、東京地区が逆転して北陸地区を上回っている。
- 5 BSデジタルによる本放送のサービスについては、その認知をたずねたところ、回答者のほぼ8割が「知っている」との結果が得られ、6割近くがBSデジタル放送に対して何らかの関心を持っていることが示された。一方、ラジオの視聴状況については、日

常生活で、回答者の約7割がラジオを聞く機会があるとの結果が得られた。ラジオ聴取の特徴として、他の行動をしながらラジオを聞く、いわゆる「ながら聴取」型の人が多いことが明らかになった。

1 はじめに

郵政研究所では、平成12年11月に「テレビに関するアンケート調査」を実施した。この調査は、平成6年、平成9年と3年ごとに実施しており、今回で3回目となる。本調査の目的は、多メディア化・多チャンネル化が急速に進展するなか、テレビ視聴者の視聴行動について客観的に把握しその特性を明らかにすることであるが、そのために過去3回の調査を通じて、平日の10分ごとの視聴チャンネルについて記入してもらう方式をとっている。類似の方式をとる調査には、NHK放送文化研究所が実施する「国民生活時間調査」や「全国個人視聴率調査」がある。しかし、前者はテレビ視聴時間を一括して記入するものであり、後者はNHKの分類について細かい（例：総合・教育・衛星第一・衛星第二の区分がある）ものの民放は一括記入となっているなど、我々の調査ほど詳細なデータを取れる形式にはなっていない。加えて、我々の調査では、CATVやCSデジタルなど有料放送加入世帯の視聴行動まで把握できるよう設計されており、その点で視聴行動に包括的に

焦点をあてたユニークな調査とすることができる。

過去の調査にあたってはその都度さらに特色を持たせてきたが¹⁾、今回も、従来の東京地区（東京都および神奈川県）に加えて北陸地区（福井県および富山県）も対象に加えるという工夫を行った。北陸地区を対象に選んだのは、民放地上波の受信可能チャンネル数が少ないことによる（福井2チャンネル、富山3チャンネル）。即ち、チャンネル数の多寡により、両地区の視聴行動に何らかの相違が観察できるのではないかと、という問題意識に基づいている。その他の調査、例えば同時期（平成12年10月）に実施された「国民生活基礎調査」によれば、両地区の平均視聴時間にはそれほど顕著な差は見られない。しかし視聴行動に関するより詳細なデータを取り情報機器の保有状況など周辺環境も考慮に入れた場合、何かしら示唆的な結果が得られるかもしれないと考えるのは、不自然なことではないだろう。そのようなより慎重な検討を要する分析は別稿で行うこととして、本稿ではまず、アンケート調査結果の基本的なクロス集計結果について紹介することとしたい。²⁾

1) 平成6年調査では休日の視聴行動についても記入してもらい、年間の総視聴パターンを概観した。平成9年調査では、希望する番組ジャンルを質問し、実際に視聴した番組との乖離度を測定した。

2) なお、属性別の詳細な統計表を含む報告書についても、近々とりまとめる予定である。

2 アンケート調査の概要及び属性比較等

2.1 アンケート調査の概要

(1)調査実施日

平成12年11月28日(火)~11月30日(木)

(2)調査方法

郵送法

(3)調査対象地域

東京地区(東京都および神奈川県)、北陸地域(富山県および福井県)

(4)サンプル抽出

調査対象地域内の住民基本台帳および加入者名簿等からの無作為抽出

(5)有効回答数

	一般世帯		CATV加入世帯		CSデジタル加入世帯	
	東京	北陸	東京	北陸	東京	北陸
発送世帯数	598	602	990	990	250	250
有効世帯回収数 (有効世帯回収率)	151 (25.3%)	116 (19.3%)	376 (38.0%)	442 (44.6%)	64 (25.6%)	80 (32.0%)
有効世帯員数	442	321	1,125	1,283	183	264

2.2 属性比較

以下の世帯や個人の属性は、アンケート回収ベースでの属性である。

2.2.1 世帯属性

家族構成

CATV加入世帯、CATV未加入世帯、CSデジタル加入世帯の特徴をみると、CATV加入世

帯は「夫婦世帯(夫婦のみ)」(21.8%)が2割を超えているのに対して、CSデジタル加入世帯は1割弱(9.0%)と少ない。またCATV未加入世帯では、「夫婦と未婚の子供」(48.7%)という2世代世帯が5割近くと半数を占めている。

なお「単身世帯(自分1人だけの世帯)」は、CATV未加入世帯(10.5%)、CSデジタル加入世帯(9.7%)がおよそ1割を占めているのに対して、CATV加入世帯(3.3%)と少ない。

	一般世帯	CATV加入世帯	CSデジタル加入世帯
単身世帯	10.5%	3.3%	9.7%
夫婦世帯	18.7%	21.8%	9.0%
2世代世帯 (夫婦と未婚の子供)	48.7%	44.5%	40.3%
2世代世帯 (夫婦と子供夫婦)	4.5%	7.0%	11.8%
3世代世帯	7.9%	13.5%	15.3%
その他	7.9%	7.9%	13.9%

世帯年収

回答世帯の平均世帯年収は、768万円であった。この分布をみると、「400～600万円未満」(20.1%)がおおよそ2割と最も多く、わずかな差で「800～1000万円未満」(18.3%)、「600～800万円」(17.9%)が続いている。

平均世帯年収は、CATV加入世帯786万円、CATV未加入世帯664万円、CSデジタル加入世帯865万円で、最も高いCSデジタル加入世帯と、

最も低いCATV未加入世帯との差は200万円程度となっている。

東京地区と北陸地区で比べると、東京地区の平均が831万円であるのに対して、北陸地区は708万円と120万円程度の差がみられた。これを分布で見ると、1000万円以上の世帯は、東京地区が24.2%と4世帯に1世帯程度であるに見対して、北陸地区は18.8%と5世帯に1世帯弱という結果になっている。

[単位%]

	一般世帯		CATV加入世帯		CSデジタル加入世帯	
	東京	北陸	東京	北陸	東京	北陸
収入なし	0.3	2.3	0.1	0.8	0.1	0.6
～200万円未満	2.1	3.9	0.9	1.7	0.5	0.9
～400万円未満	7.3	10.7	5.1	7.4	3.9	5.8
～600万円未満	9.0	12.3	8.2	11.2	9.4	12.8
～800万円未満	9.3	7.2	10.3	8.1	9.8	7.6
～1,000万円未満	9.3	7.2	10.6	8.3	10.2	7.9
～1,200万円未満	3.6	3.1	5.8	5.0	5.6	4.8
～1,400万円未満	2.7	2.5	2.5	2.4	3.6	3.3
～2,000万円未満	1.4	0.8	3.2	1.8	3.1	1.8
2,000万円以上	0.7	0.4	1.1	0.7	3.1	1.8

2.2.2 個人属性

性別・年齢別

またCATV加入者の平均年齢は42.59歳、CATV未加入者が38.25歳、CSデジタル加入者は38.03歳で、CATV加入者の年齢がやや高い結果となっている。

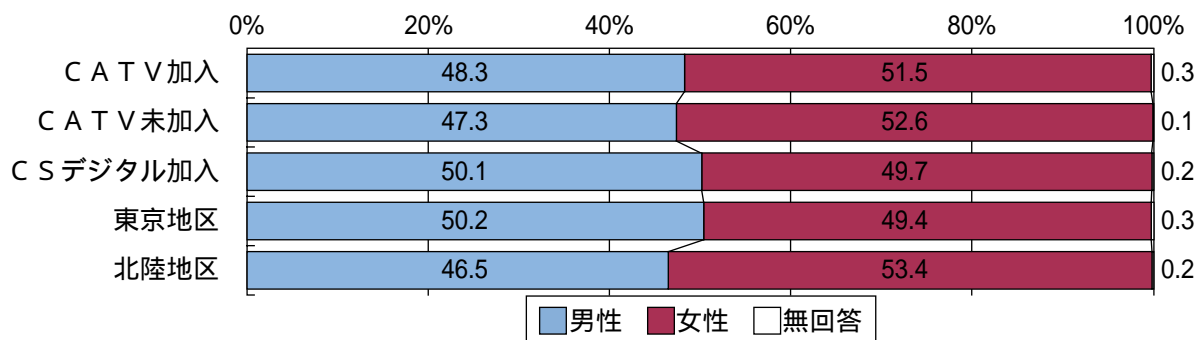
分布で見ると、CATV加入者とCATV未加入者は50代が中心となっているが、CSデジタル加入者は20代後半から30代にかけてが、分布の中心となっている。

CATV加入者、CATV未加入者では、若干女性の方が男性よりも多くなっているが、CSデジタル加入者は、男女の回答数はほぼ同数となっている。

また地域で見ると、東京地区は男女ほぼ同数であるのに対して、北陸地区では、女性（53.4%）が男性（46.5%）を7ポイント弱上回っている。

[単位%]

	一般世帯		CATV加入世帯		CSデジタル加入世帯	
	東京	北陸	東京	北陸	東京	北陸
5歳未満	1.8	1.6	1.2	1.0	1.4	1.3
5～9歳	4.0	3.6	1.8	1.6	2.6	2.3
10～14歳	2.6	3.2	2.7	3.3	1.5	1.9
15～19歳	2.8	3.6	2.8	3.8	1.9	2.6
20～24歳	3.5	2.5	3.1	2.1	3.7	2.6
25～29歳	4.2	4.5	2.7	2.9	6.0	6.5
30～34歳	3.2	2.2	3.6	2.5	7.9	5.5
35～39歳	3.6	3.5	3.6	3.5	4.5	4.4
40～44歳	4.0	3.7	4.1	3.7	2.1	1.9
45～49歳	2.9	3.5	3.4	4.2	3.6	4.5
50～54歳	4.7	5.5	4.2	4.9	4.2	5.0
55～59歳	4.9	4.0	4.9	4.0	4.6	3.7
60～64歳	3.2	2.8	4.5	3.8	2.5	2.2
65～69歳	2.6	2.4	3.4	3.3	2.5	2.4
70歳以上	1.9	3.2	3.3	5.6	1.3	2.1

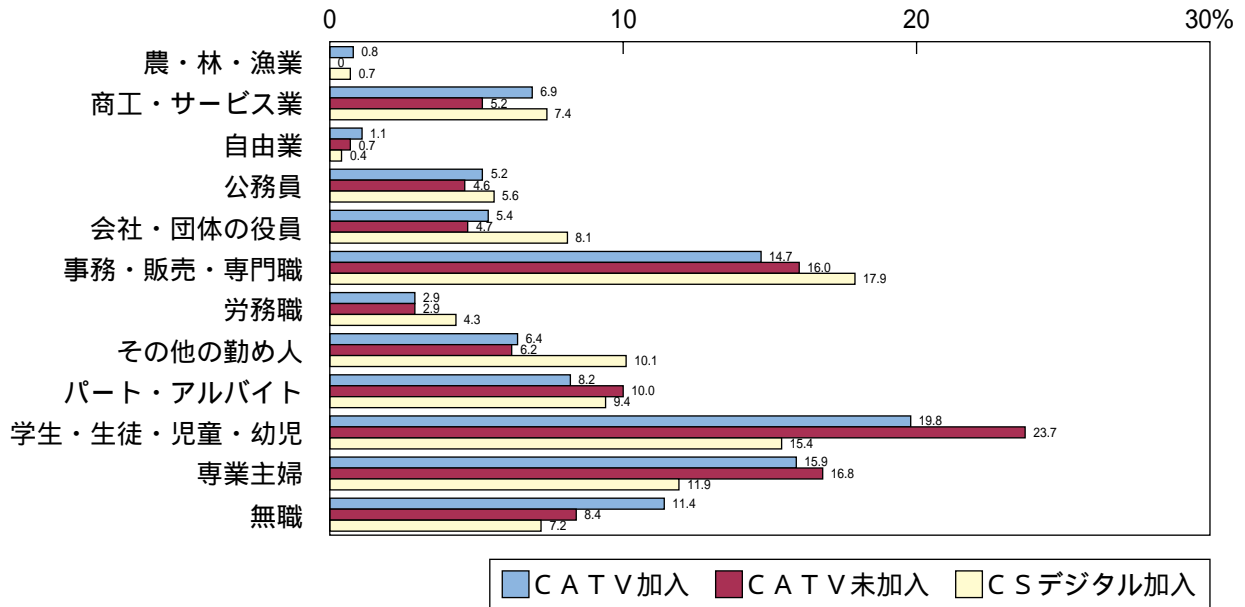


就業形態

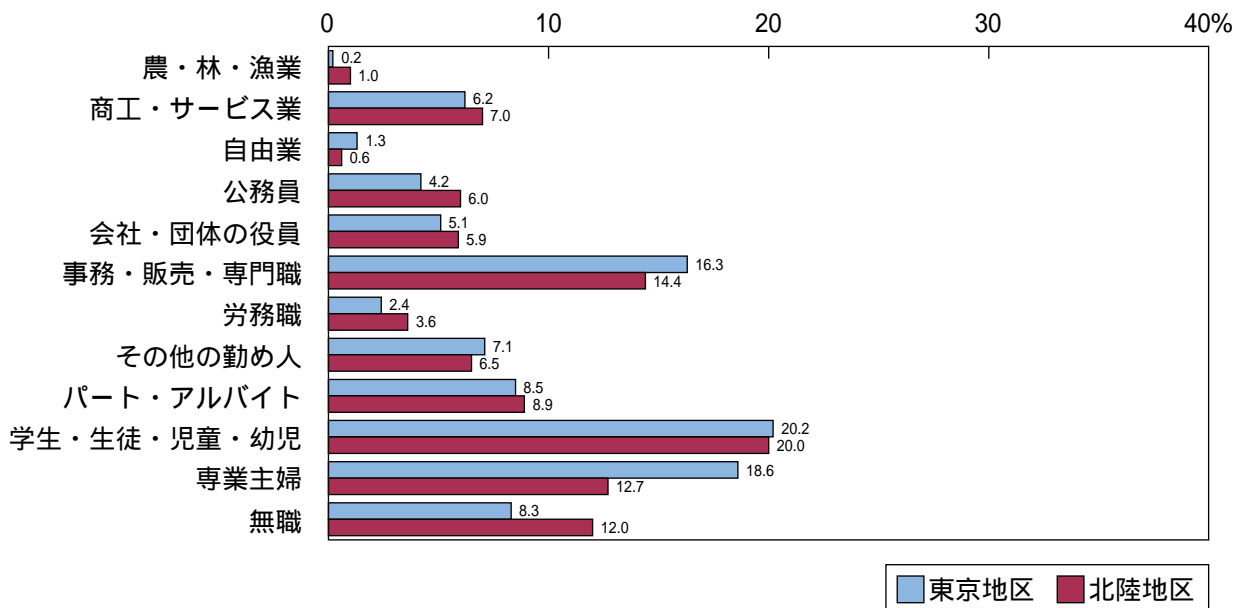
CSデジタル加入者は勤め人が多く、CATV未加入者には「学生・生徒・児童・幼児」が多い。またCATV加入者は、「無職」が多くなっている。

地域で比べると、東京地区は北陸地区に比べて「専業主婦」がやや多く、北陸地区は東京地区に比べ「無職」がやや多い結果となっている。

CATV加入、未加入、CSデジタル加入



地域別比較



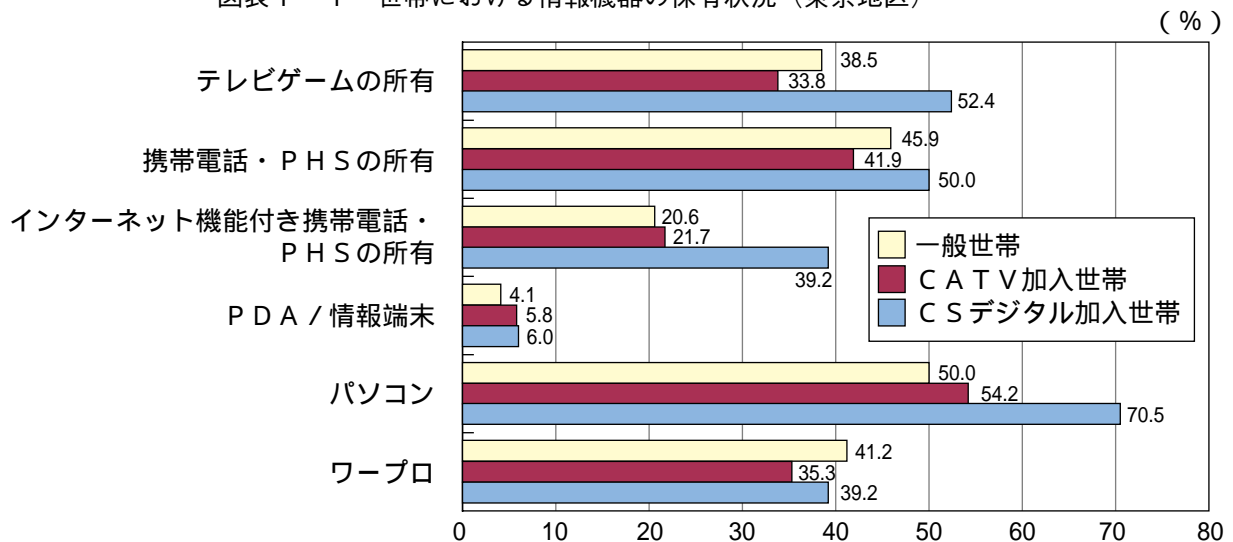
3 視聴者環境

視聴者行動は、多チャンネル化だけでなく視聴者を取り巻く多種多様な環境要因によって、少なからず影響を受けているものと考えられる。そこで最初に、世帯や個人の視聴環境について、一般世帯、CATV加入世帯、CSデジタル加入世帯別、さらには東京地区、北陸地区に比較しながら、その特徴をみることにする。

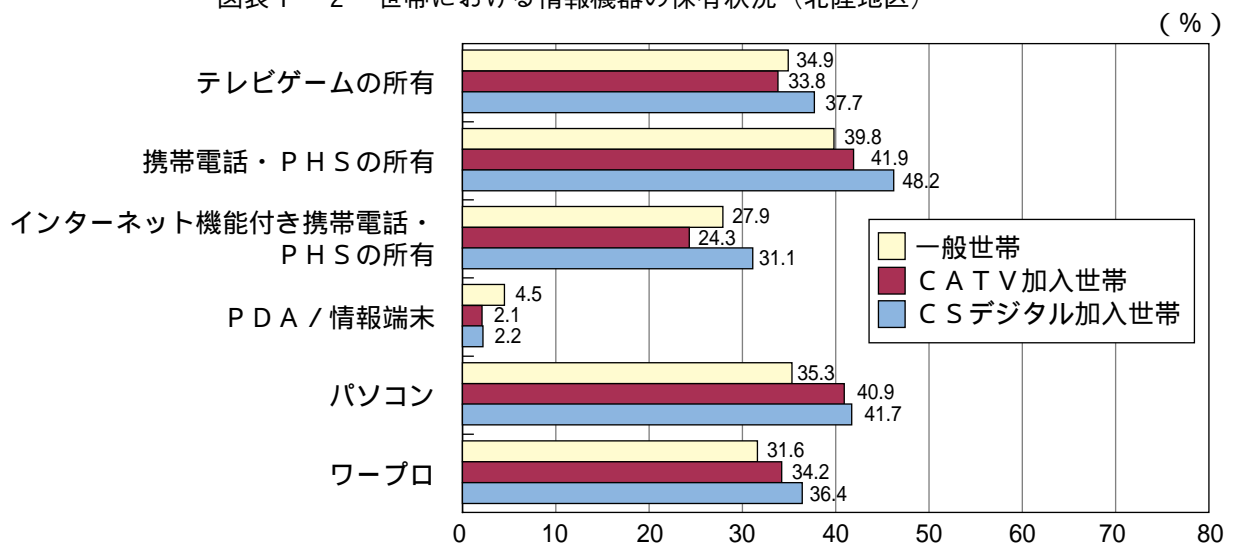
3.1 情報機器の保有状況

世帯におけるいくつかの代表的な情報機器についてその保有状況をみると、大まかに言って、CSデジタル加入世帯 > CATV加入世帯 > 一般世帯の順に高くなる傾向がある。特に、インターネット機能付き携帯電話・PHSやパソコンにおいてその差が大きくなっている。この指標はCSデジタル加入世帯における情報化に対する関心の高さを示していると考えられる。

図表1-1 世帯における情報機器の保有状況（東京地区）



図表1-2 世帯における情報機器の保有状況（北陸地区）

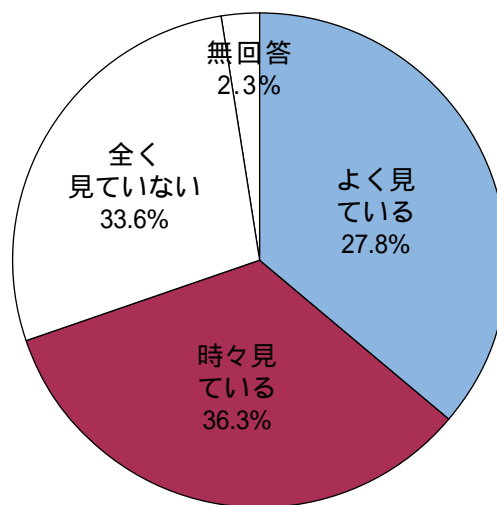


保有の割合が高い自宅でパソコンを所有している人に、インターネットの利用状況についてたずねたところ、「よく見ている」(27.8%)、「時々見ている」(36.3%)という結果となり、全体の6割以上がインターネットを利用していることが示された。

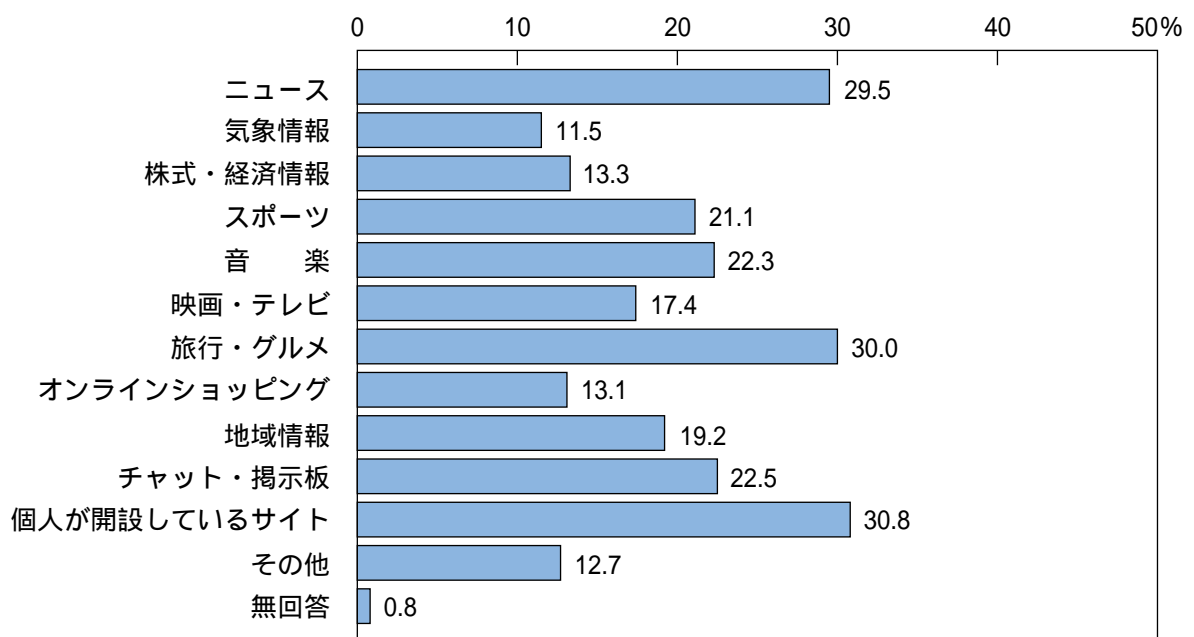
さらに、インターネットを利用者に、利用して

いるサイトについてたずねたところ、「個人が開設しているサイト」(30.8%)が3割と最も多いことが示された。これは、インターネットが単なる一方の方向の情報伝達にとどまらず、よりインタラクティブ(相互伝達)な側面が重要になっていることを示すのものとして注目に値する結果といえよう。

図表2 インターネットの利用について



図表3 利用しているサイト



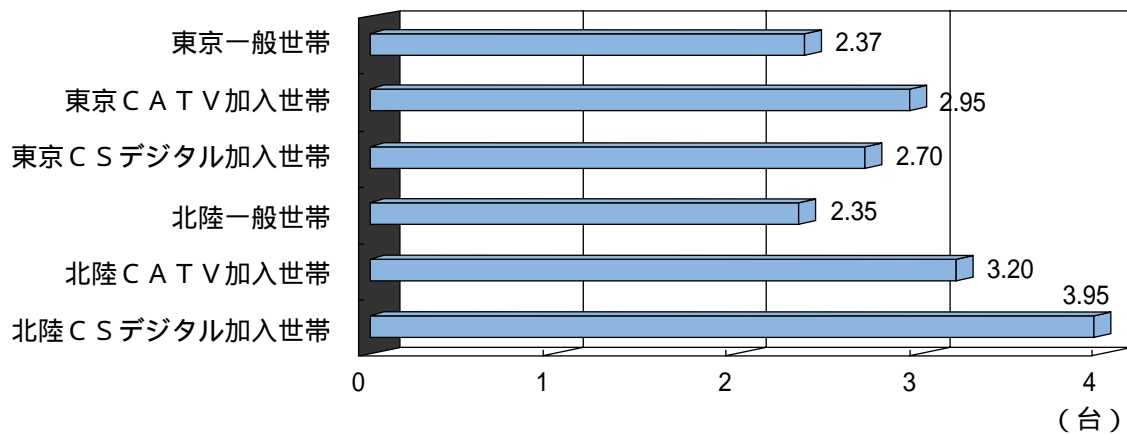
3.2 テレビ環境

テレビの視聴環境については、特に若い世代を中心に、自分専用のテレビで自分の好みの番組を見るという「パーソナル化」の傾向が指摘されているが、今回の調査においても、約45%の人が「家族と一緒に見ることよりも、自分一人で見ることが多い」と回答している。これに対応するように、約44%の人が自分専用のテレビを持っていると回答している。一方、現在世帯で使用してい

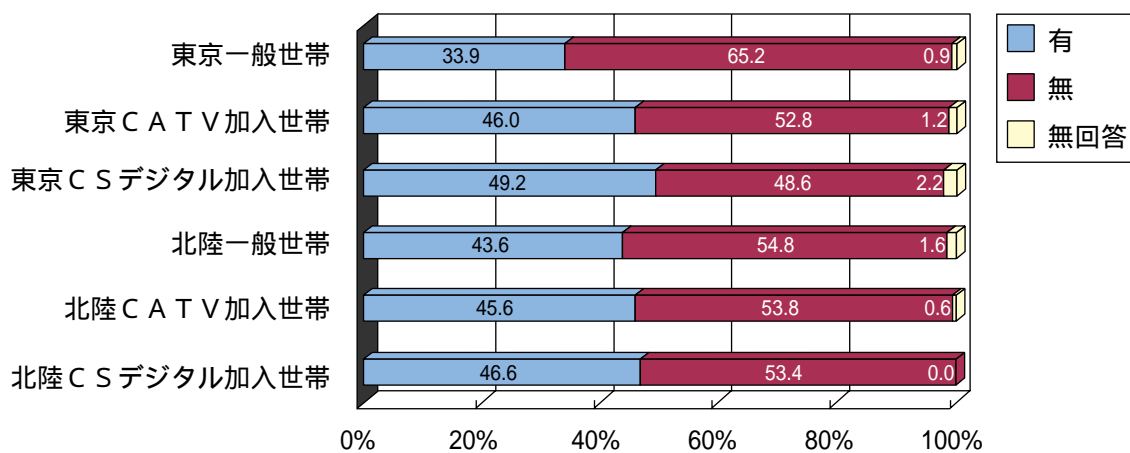
るテレビの平均台数を質問すると、約3台という調査結果を得た。対象地区が異なるので単純比較はできないが、以上の数字は前回調査とほぼ同じ結果であった。

地区別に見ると、北陸地区の有料放送加入世帯のテレビ所有台数が若干多いようである。しかし、自分専用テレビの数は地域差がほとんどないことから、パーソナル化の傾向に差があるとは言えないようである³⁾。

図表4 世帯で現在所有しているテレビの台数



図表5 自分専用テレビの有無（構成比）

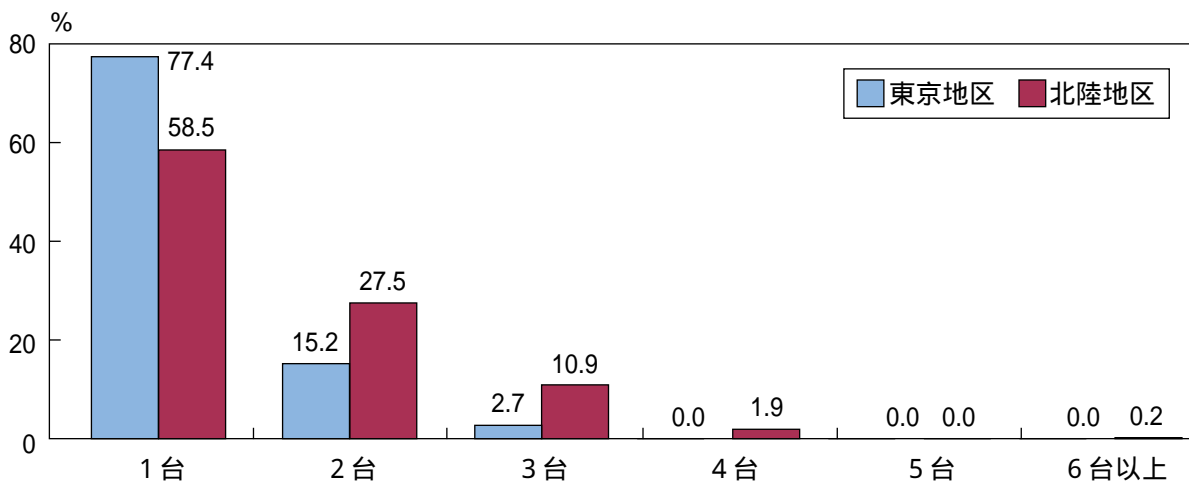


3) 家族人数も、東京地区平均2.96人、北陸地区平均3.01人で、ほとんど差が無かった。

ホームターミナルやチューナーの設置台数についての地域別の比較を見ると、CATV加入世帯については、北陸地区の方が東京地区よりも複数台数を設置している世帯が多いようで、平均で比べると東京地区1.22台に対して北陸地区は1.57台であった。分布で見ても、2台以上設置している

世帯は、東京地区は17.9%であるのに対し、北陸地区は40.5%と大きな差となっている。一方、CSデジタル加入世帯については、チューナー設置台数は1台と回答した世帯がともに9割以上を占めており、地域的な差はほとんど見られなかった。

図表6 ホームターミナル（チューナー）設置台数分布（CATV加入世帯）



3.3 有料放送への対応

3.3.1 有料放送への加入動機

CATV、CSデジタルそれぞれの加入動機を地域別の傾向をみると、それぞれの地域の視聴ニーズの差が浮かび上がる。

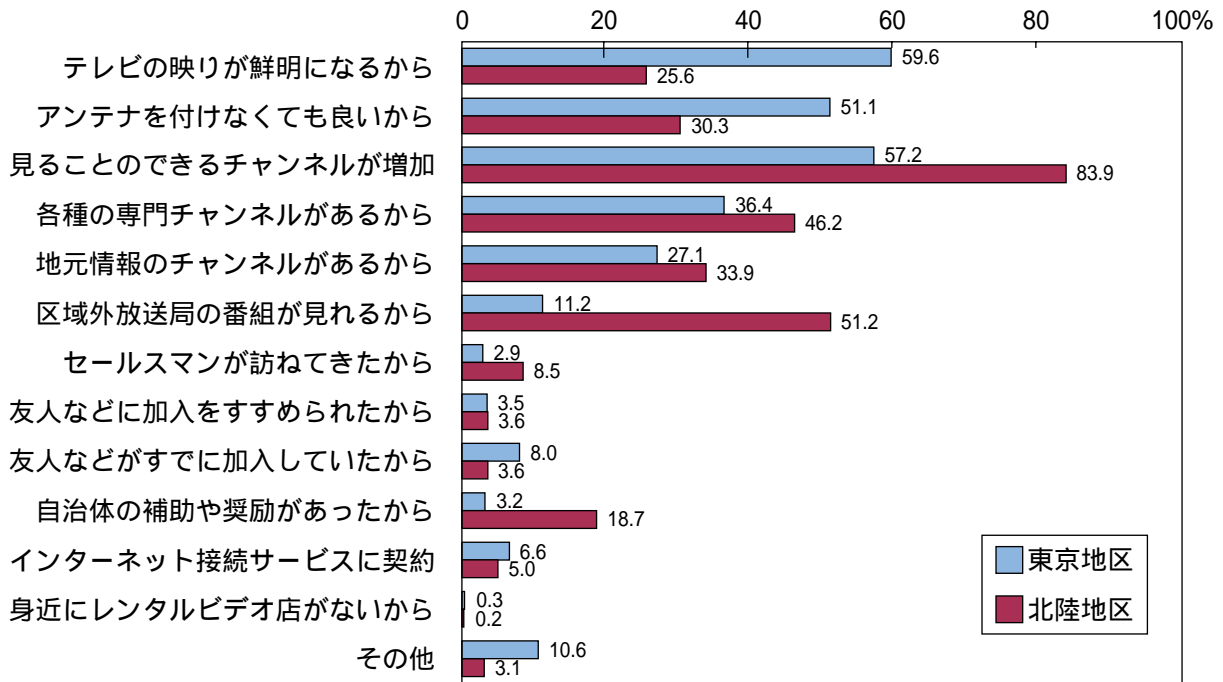
CATV加入世帯の東京地区は「見ることのできるチャンネルが増えるから」(57.2%)とともに、「テレビの映りが鮮明になるから」(59.6%)や「アンテナを付けなくても良いから」(51.1%)など、難視聴対応やアンテナなど住宅要因での回答が多い。これに対して、北陸地区は、「見ることのできるチャンネルが増えるから」(83.9%)が特に高いほか、「区域外の放送局の番組を見ることができるから」(51.2%)や「スポーツや映画などの各種専門チャンネルがあるから」(46.2%)といった配信されるソフト要因が目立っている。また「自治体の補助や奨励があった

から」(18.7%)も2割近くと東京地区に比べて特徴的な結果となっている。北陸地区は、東京地区に比べて民放チャンネル数が少なく、多チャンネル視聴ニーズが、加入動機にも強く表れている。

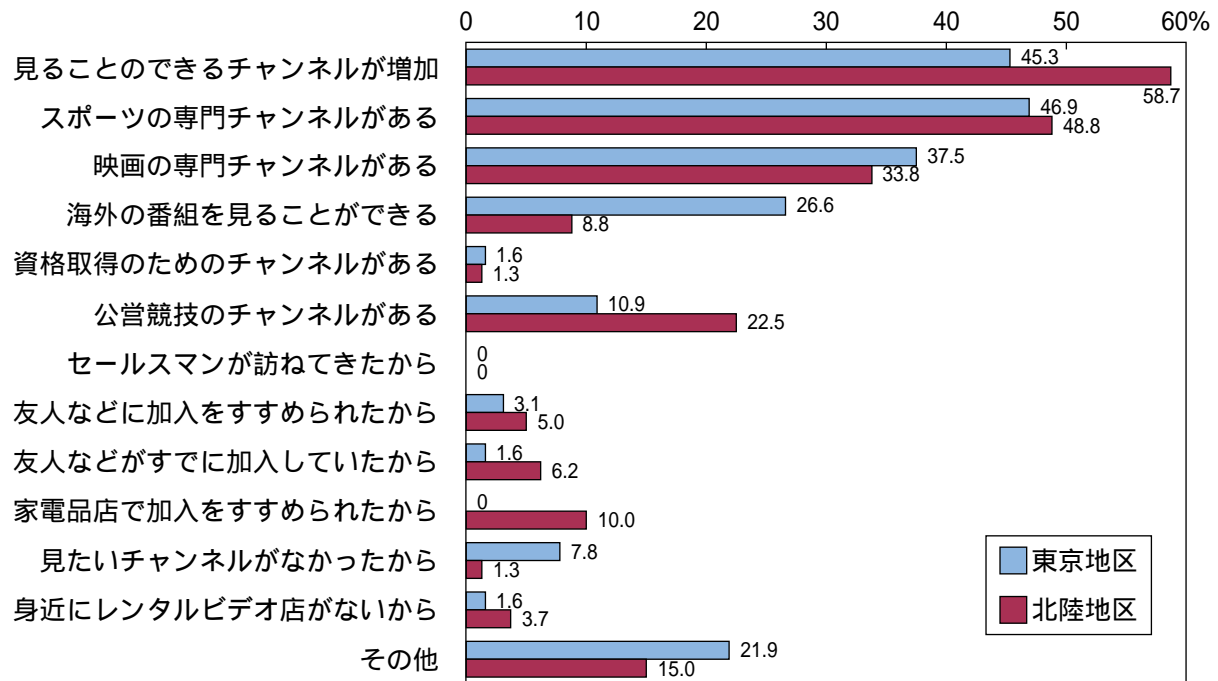
次にCSデジタル加入世帯を比較すると、東京地区では、「スポーツの専門チャンネルがあるから」(46.9%)、「見ることのできるチャンネルが増えるから」とともに、「海外の放送局の番組を見ることができるから」(26.6%)が高い。また「ケーブルテレビで見たいチャンネルがなかったから」(7.8%)も北陸地区に比べて高く、専門チャンネルへのニーズの高さがうかがわれる。他方、北陸地区では、「見ることのできるチャンネルが増えるから」(58.7%)が6割弱と高いほか、「公営競技のチャンネルがあるから」(22.5%)が2割と、東京地区の2倍近い点も特徴といえる。

図表7 CATV、CSデジタルへの加入動機（地域別比較）

（CATV加入世帯）



（CSデジタル加入世帯）



3.3.2 CATV未加入世帯の加入意向

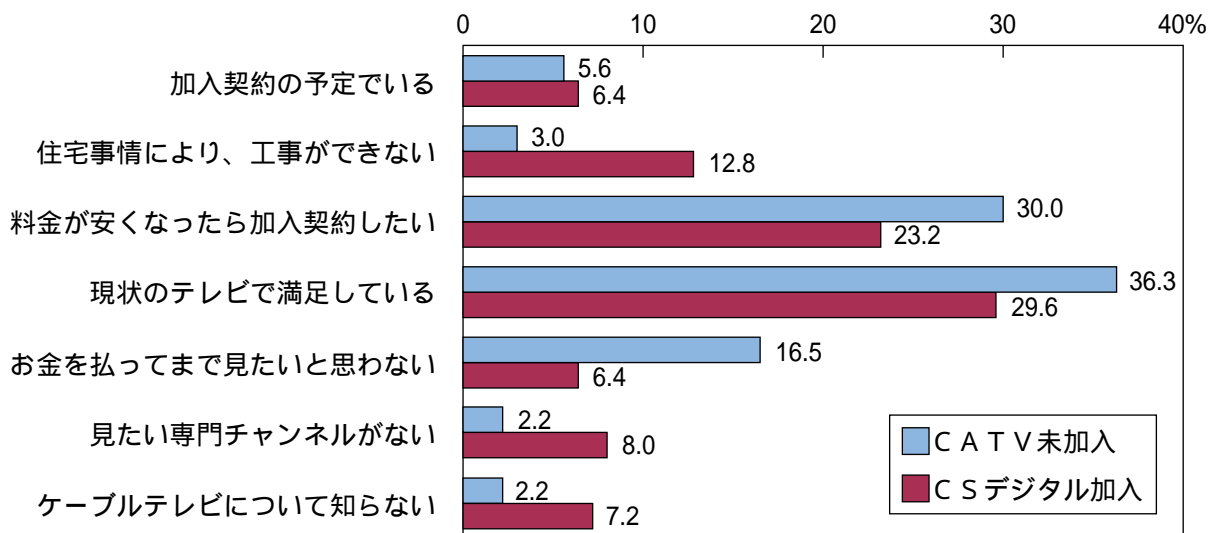
CATV未加入世帯(=一般世帯およびCSデジタル加入世帯)に対して、CATVへの加入意向をたずねたところ、4割が加入意向(38.6%)を持っていた。内訳をみると、「料金が安くなったら加入契約したい」(30.0%)が3割弱と最も多く、大半が料金の低下を条件としている。

一方、CATV未加入世帯で、加入意向を持たない世帯は57.3%と6割近い割合であった。最も多いのが「現状のテレビで満足している」(36.3%)、次いで、「お金を払ってまで見たいと思わない」(16.5%)が主な理由となっている。

また地元CATVに加入していないCSデジタル加入世帯に、CATVへの加入意向をたずねたところ、42.4%と4割強が加入意向を持ち、51.2%と5割は加入意向はなかった。

主な理由としては、加入意向のある世帯は、「料金が安くなったら加入契約したい」(23.2%)、「住宅事情により工事ができない」(12.8%)などとなっている。一方、加入意向を持たない世帯は、「現状のテレビに満足している」(29.6%)が3割と多いほか、「見たい専門チャンネルがない」(8.0%)も1割近い回答がみられた。

図表8 CATV未加入者の加入意向



4 視聴者特性

テレビの視聴形態を始めとする視聴者行動は、性別や年齢層によってかなり異なっている。例えば、「いろいろチャンネルを切り替えてから見る番組を決める」視聴者の比率は図表9のように男性のほうが、また、若中年層の方が高くなる傾向が見られる。

図表9 男女・年齢層別にみた視聴形態

[単位：%]

(全体)	年齢層	男性	女性
いろいろチャンネルを切り替えてから見る番組を決める	20歳代	65.5	60.0
	30歳代	64.5	53.4
	40歳代	64.5	44.2
	50歳代	50.8	35.6
	60歳代	40.2	33.2
	70歳以上	41.2	32.2

次にテレビの視聴形態を見ると、フリッピング、ザッピングなどと呼ばれるチャンネルの頻繁な替え、あるいは「ながら視聴」は、大まかに言って、一般世帯 > CATV加入世帯 > CSデジタル加入世帯の順に大きくなる傾向がある。一方、「テレビを見る前に番組表で確認する」視聴者の比率は一般世帯の視聴者が最も小さい。これらの結果から、視聴環境が多チャンネル化すると、より明確な目的意識をもって視聴するようになることができる。

図表10 テレビの視聴形態

[単位 %]

	一般世帯		CATV加入世帯		CSデジタル加入世帯	
	東京	北陸	東京	北陸	東京	北陸
チャンネルを切り替えてから見る番組を決める	56.0	52.6	47.2	53.9	47.2	44.6
チャンネルを切り替えながら見ることがよくある	48.2	45.6	42.4	44.3	42.4	36.1
何か他のことをしながらテレビを見ることが多い	57.8	57.0	56.1	54.9	56.1	52.0
暇なときは、テレビをつけていることが多い	65.7	70.2	60.2	66.6	60.2	61.7
テレビを見る前には、番組表で確認する	62.0	59.2	67.8	66.7	67.8	74.0
見たい番組があれば、早朝や深夜でも起きて見る	32.1	33.8	35.4	32.1	35.4	35.5
見たい番組が重なっているときは、ビデオに録画している	50.8	41.3	41.5	38.6	41.5	51.8
早朝や深夜で見たい番組は、ビデオに録画している	39.0	30.1	32.6	29.5	32.6	37.7

5 視聴者行動に関する分析

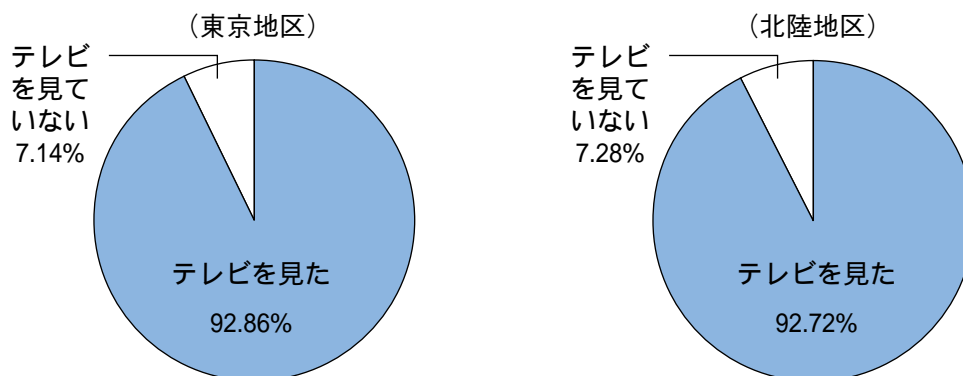
5.1 調査日の視聴（行動）者数

回答協力を得た3,618人のうち、調査日にテレビを視聴した人は3,357人であった。視聴した人を全回答者数で除して算出する視聴（行動）者率は、92.79%であった。

地域による視聴（行動）者率の違いをみると、

東京地区（東京都、神奈川県）の回答者1,750人のうち、調査日にテレビを視聴した人は1,625人で、視聴（行動）者率は92.86%であった。また北陸地区（富山県、福井県）の回答者1,868人のうち、1,732人が調査日にテレビを視聴しており、視聴（行動）者率は92.72%であった。この結果、北陸地区の方が東京地区よりも、視聴（行動）者率はわずかに低くなって表れた。

図表11 視聴（行動）者率：地域別



5.2 視聴時間

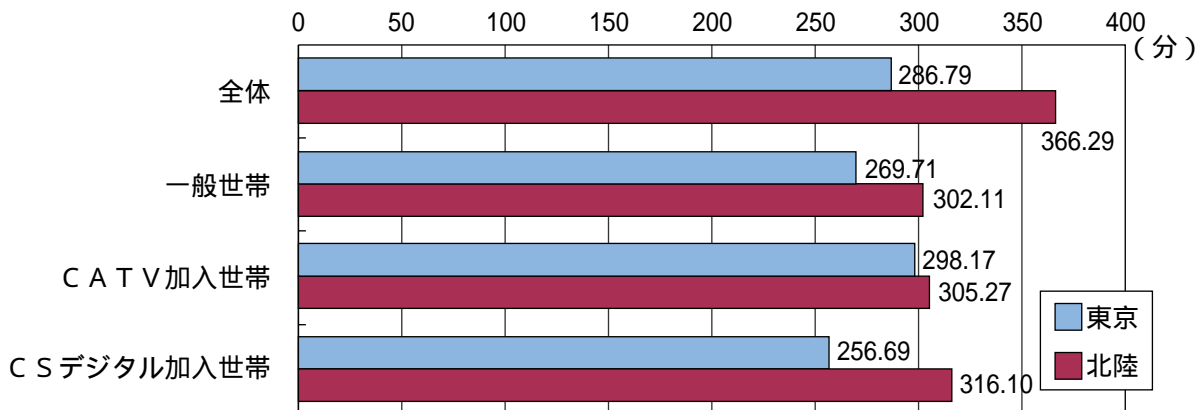
5.2.1 テレビの平均接触時間及び平均視聴時間

視聴者はテレビ受像機を介して放送番組をリアルタイムで視聴したり、ビデオに録画してあとで視聴する。あるいはそれ以外に、テレビゲームを行ったりインターネットを利用したりする。本稿では、このようなテレビ受像機を利用する時間を全て含めて「テレビ接触時間」と呼び、このうちリアルタイムで放送番組を視聴する時間を「テレ

ビ視聴時間」と呼ぶこととする。

図表12に示されているように、**東京地区のCSデジタル加入世帯を除いて、テレビ視聴時間はCSデジタル加入世帯 > CATV加入世帯 > 一般世帯の順に長くなっている。**ただしこれを、多チャンネル化によってテレビの視聴時間が長くなると考えるか、テレビを多く視聴したいと考える世帯が有料放送にも加入すると考えるかは、この表からは判断できず、慎重に判断する必要がある。

図表12 テレビ平均接触時間と内訳

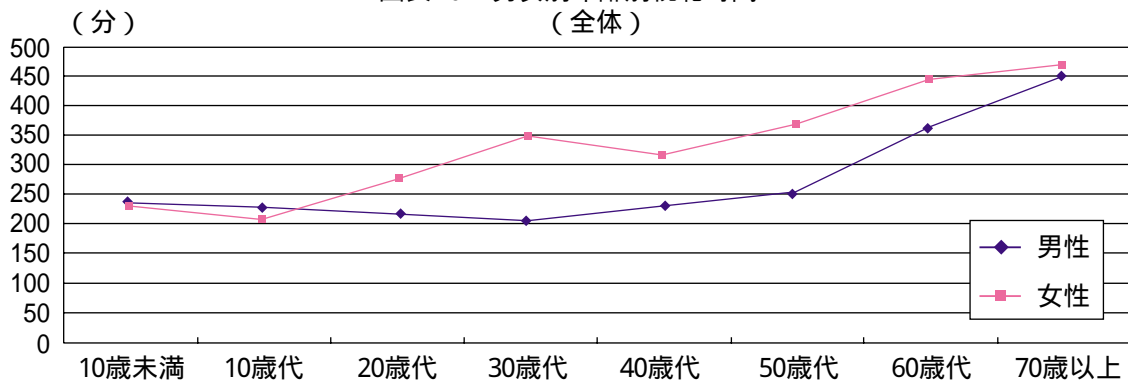


5.2.2 男女年齢層別平均視聴時間

平均視聴時間を男女年齢層別にみると、男性よりも女性、若中年齢層よりも高年齢層の視聴時間が長い。特に、70歳以上の高齢者の平均視聴時間

は7時間を超えており、1日24時間のうち、はるかに1/4以上を超える時間テレビを見ていることになる。

図表13 男女別年齢別視聴時間 (全体)



5.2.3 地区別視聴時間

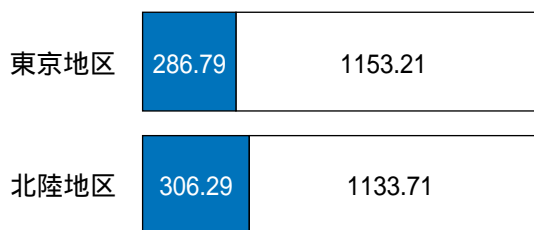
次に、東京地区と北陸地区で視聴（行動）者1人あたり視聴時間を比較すると、東京地区（286.79分）北陸地区（306.39分）で、わずかに北陸地区の方が東京地区よりも長い結果になった。なお、NHKの国民生活基礎調査によれば、東京・神奈川・福井がほぼ同じ視聴時間であったのに対し、富山はこれらの県に比べて30分程度視聴時間が長かった。本調査で北陸地区の接触時間が長く

でているのは、この傾向を反映しているのかもしれない。

また総視聴時間の分布で見ると、東京地区は、「120分以上180分未満（15.63%）」「180分以上240分未満（15.02%）」「240分以上300分未満」（14.46%）の順、北陸地区は、「180分以上240分未満」（15.65%）」「240分以上300分未満」（14.03%）」「300分以上360分未満」（13.57%）」の順であった。

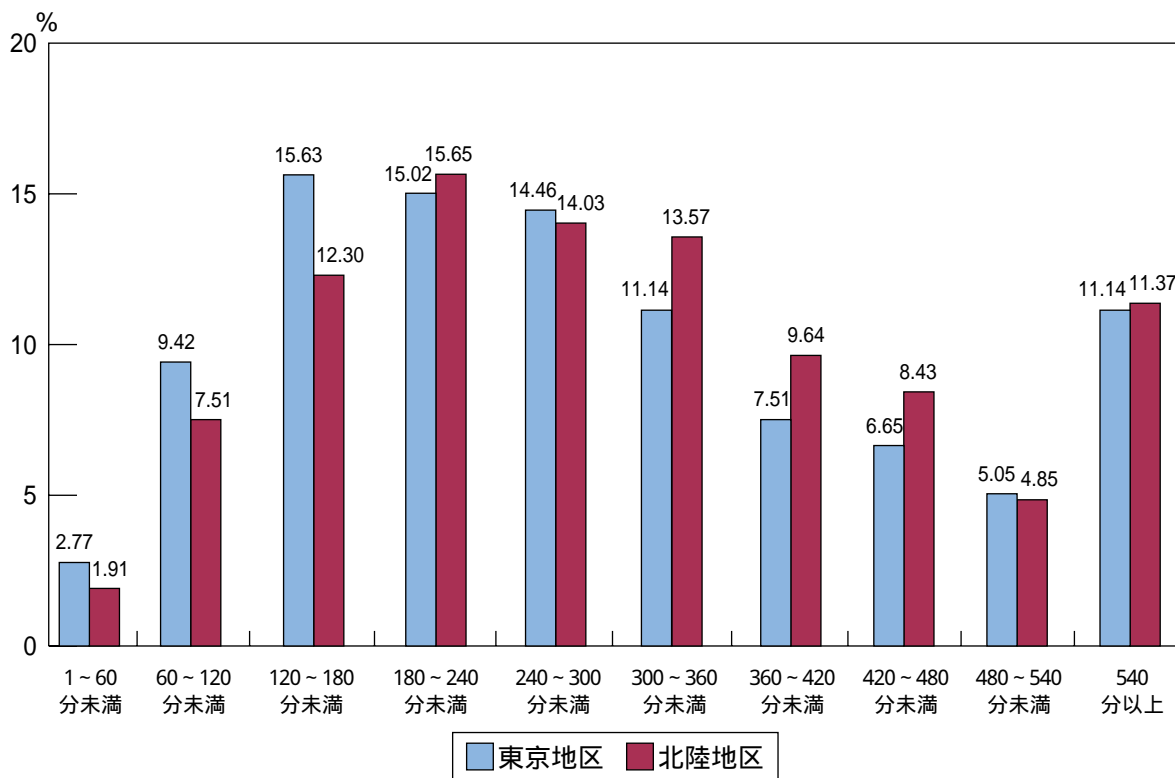
図表14 総視聴時間と分布：地域別

【時間】



1日のうちテレビを見ていた時間（分）

【分布】



5.3 時間帯別視聴率⁴⁾

次に一般世帯、CATV加入世帯、CSデジタル加入世帯で、1日の視聴率推移について見てみよう。

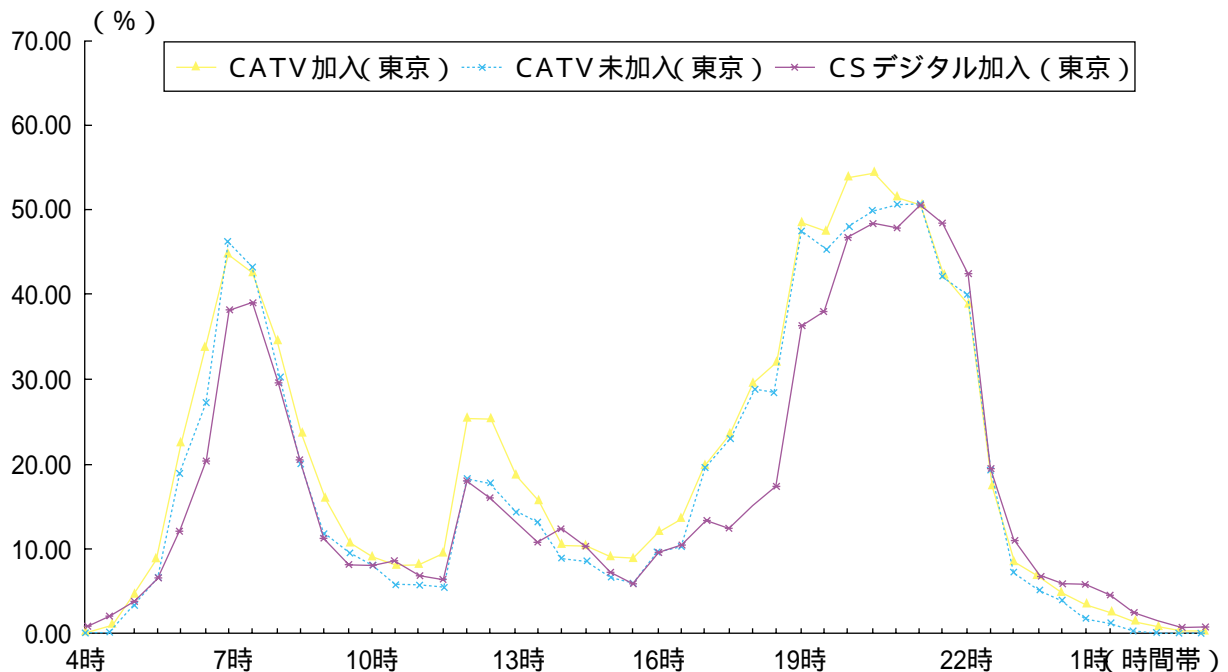
図表15-1、15-2を見ると、ピークの時間帯など1日の視聴率の大きなトレンドについては、各世帯間で顕著な差は見られず、ほぼ同じ視聴形態であることが読みとれる。特徴的なのはゴールデンタイムの視聴率で、前半の午後9時まではCATV加入世帯がCSデジタル加入世帯をやや上回るが、午後9時以降は逆転し、深夜時間帯も含め、CSデジタル加入世帯の視聴率が三者のなかで最も高い形で推移している。CSデジタル加入世帯は、深夜も含め、夜間帯の視聴者が多いことが明らかといえる。

では、東京地区と北陸地区では、1日の視聴率推移に違いはあるのだろうか。

ピークの時間帯など、1日の視聴率の大きなトレンドには地域による差はなく、全体結果とほぼ同様の傾向となっている。ピーク時間帯の視聴率を比べると、朝は、東京地区でピーク前の5時台から徐々に視聴率が少しずつだが上昇し始めている点が、北陸地区とはやや異なっている。また昼のピーク時は、東京地区の20%台に対して、北陸地区は30%台と10ポイント弱高い。さらにゴールデンタイムも含まれる午後6時から9時までについて比較すると、どの時間帯も、北陸地区の方が東京地区を概ね5ポイント前後高くなっている。しかしながら、午後11時以降になると、東京地区が逆転して北陸地区を上回っている。

図表15-1 東京地区

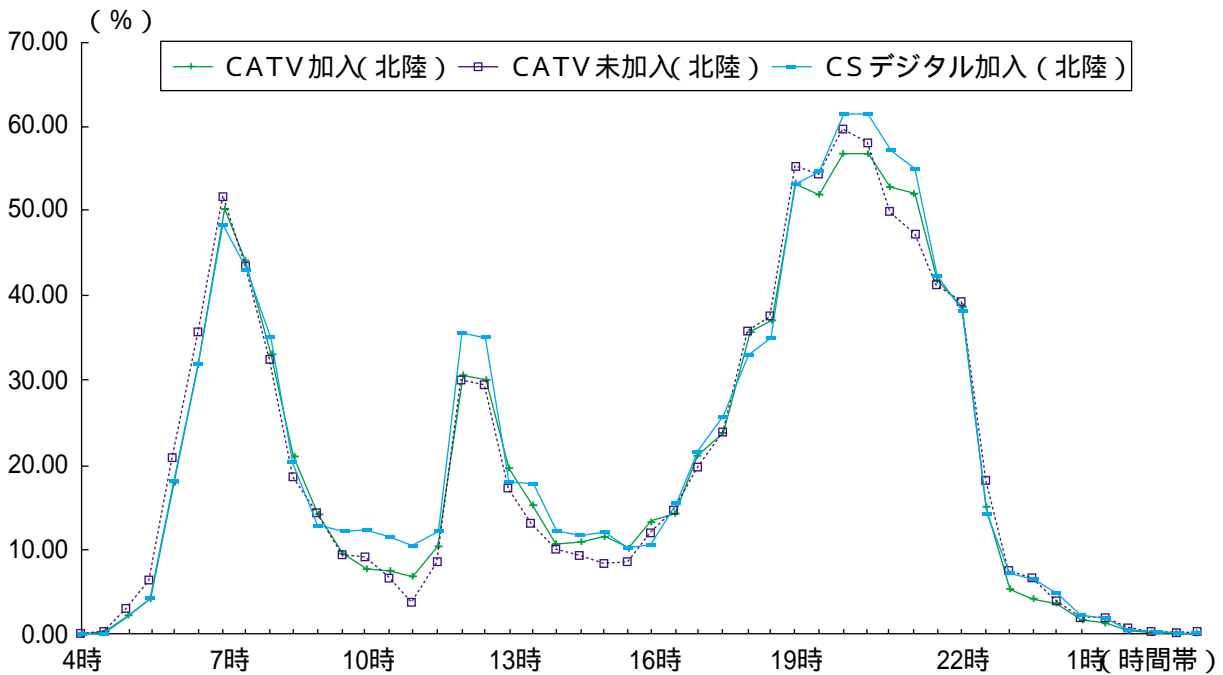
時間帯別視聴率分布 地域別、加入・未加入別



4) ここでいう視聴率とは、当該時間帯内にテレビを視聴した人の割合を表しており、通常の視聴率調査等で利用されている視聴率とは異なった概念で算出されていることに留意されたい。

図表15-2 北陸地区

時間帯別視聴率分布 地域別、加入・未加入別



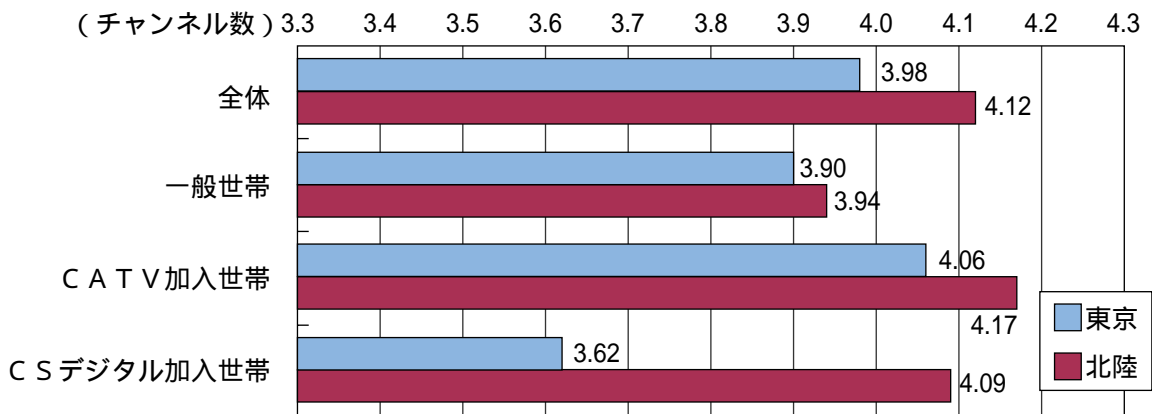
5.4 視聴チャンネル

5.4.1 多チャンネル化と視聴チャンネル数

1日に実際何種類のチャンネルを視聴したかを見ると⁵⁾、東京地区、北陸地区共にCATV加入世帯の視聴チャンネル数が最も多くなっている。

ただし、いずれも3～4チャンネル前後とそれほど差はない。CSデジタル加入世帯やCATV加入世帯においては、視聴可能なチャンネル数が一般世帯の約4倍となっており、チャンネル選択の幅は大きく増えているにもかかわらず、実際視聴したチャンネル数はそれほどには伸びていない。

図表16 平均視聴チャンネル



5) 視聴チャンネルについては、ビデオ(レンタルビデオ含む)、テレビゲーム、インターネット等も含んだ数値である。

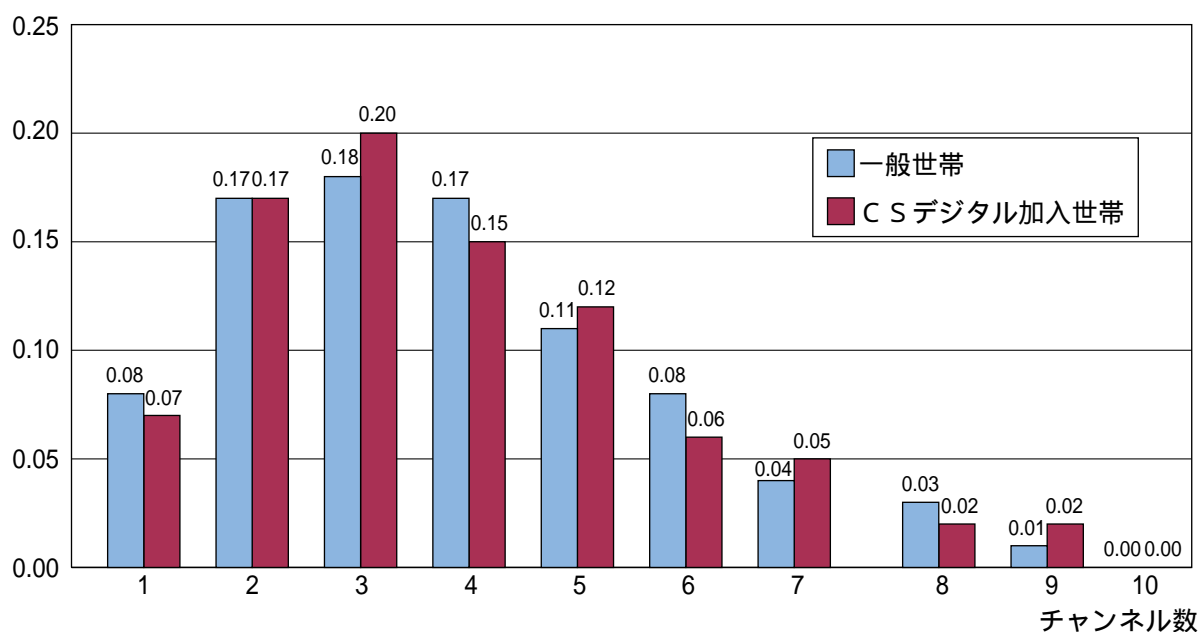
5.4.2 視聴チャンネル数の分布

以上は、一般世帯、CATV加入世帯、CSデジタル放送加入世帯の視聴時間、視聴チャンネル数の平均像であるが、個々の視聴者は当然のことながらより多様な視聴行動を行っている。図表17は一般世帯とCSデジタル加入世帯の視聴チャンネル数のヒストグラムを比較したものであるが、CSデジタル加入世帯と一般世帯には大きな相違はみられない。

さらに、図表18のとおり視聴チャンネル数のばらつきを変動係数（標準偏差／平均）によってみ

ても、東京地区ではCSデジタル加入世帯の値が最も大きくなっているが、北陸地区ではCATV加入世帯の値が最も大きくなっている。全体平均をみると大きな差はみられないが、東京地区のCSデジタル加入世帯の値だけが突出して、特に変動係数の差が大きいことが示されている。多チャンネル化によって選択の幅が広がったことによって、東京地区の各人はそれぞれの選好を反映して、視聴チャンネル数という面においてより多様な視聴行動を展開していることが示されると言えるのではないだろうか。

図表17 視聴チャンネル数のヒストグラム



図表18 視聴チャンネル数の変動係数（視聴行為者のみ）

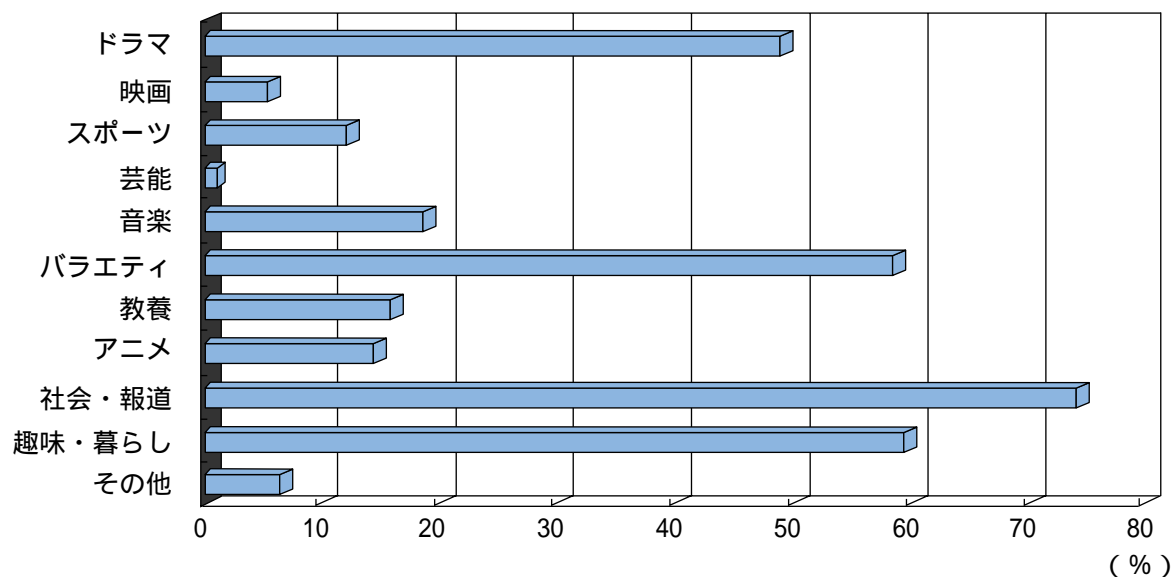
	一般世帯	C A T V加入世帯	CSデジタル加入世帯
全 体	55.8	55.6	56.6
東 京	58.2	56.7	64.6
北 陸	52.0	54.9	51.3

5.5 ジャンル別視聴者比率

図表19は、視聴行為者の内で各番組ジャンルを視聴した比率を示したものである。視聴者比率の

高い順に社会・報道（73.9%）、趣味・暮らし（59.8%）、バラエティ（58.6%）、ドラマ（50.0%）、音楽（18.7%）となっている。

図表19
ジャンル別視聴者比率（視聴行為者のみ）



6 放送媒体（テレビ・ラジオ）との接触状況

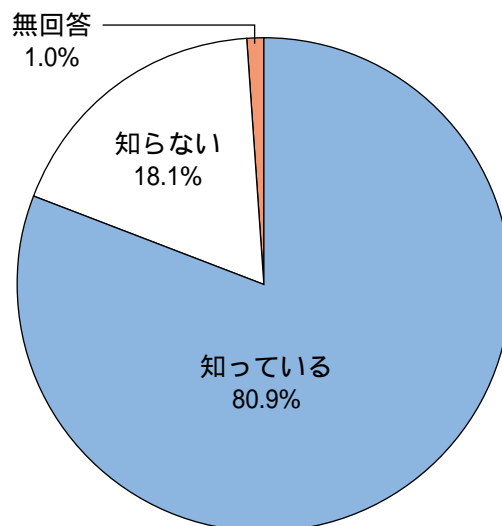
（15歳以上のみ回答）

6.1 BSデジタル放送サービス開始の認知

平成12年12月1日から開始されたBSデジタルによる本放送のサービスに関し、その認知をたずねたところ、回答者のほぼ8割（80.9%）が「知っている」との結果が得られた。一方、「知らない」との回答は18%という結果であった。

調査時期が、本放送サービス開始直前であったこともあり、全体としては、BSデジタル放送のサービス開始に対する認知度の高さが示されたといえる。

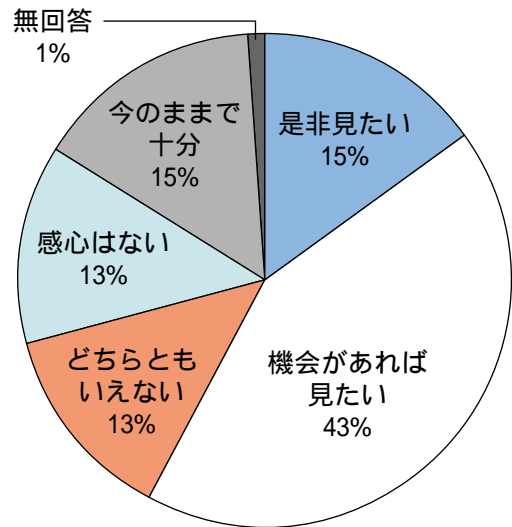
図表20 BSデジタル放送サービス開始の認知



6.2 BSデジタル放送への関心

BSデジタル放送について関心があるかどうかたずねたところ、「機会があれば見たい」が43%で最も多かった。サービス開始直前ということもあって、「是非見たい」(15%)と足し合わせると、回答者の6割近くがBSデジタル放送に対して何らかの関心を持っていることが示された。一方、「関心はない」(13%)、「今のままで十分」(15%)といった関心の低さを示す回答が3割近くあることから、関心度が回答者によってははっきりと分かれているのが特徴としてみられる。

図表21 BSデジタル放送への関心



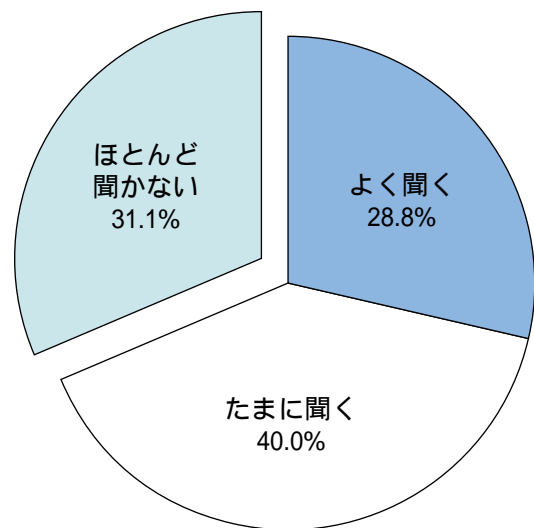
6.3 ラジオの聴取状況

ラジオの視聴状況についてたずねたところ、「たまに聞く」が最も多く40%を占めている。「よく聞く」(28.8%)を足すと、日常生活で、回答者の約7割がラジオを聞く機会があるとの結果が得られた。

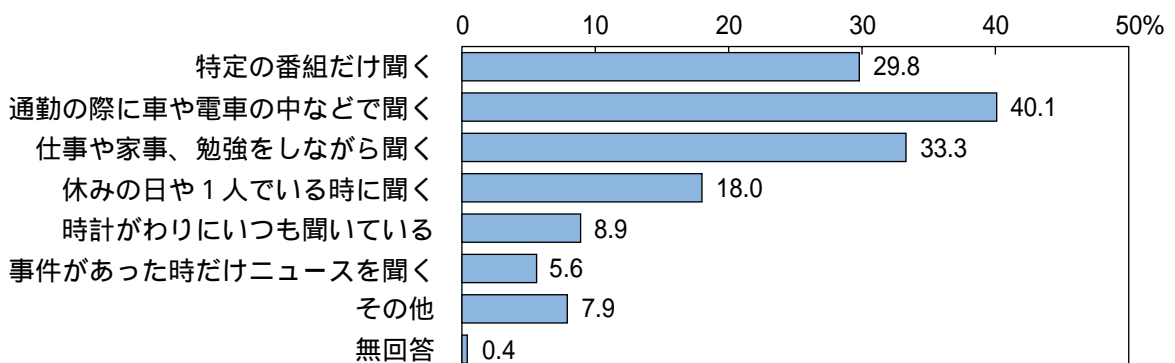
「よく聞く」「たまに聞く」と回答した人に、ラジオをどのような状況で聞くかたずねたところ、「通勤の際に車や電車の中などで聞く」が40.1%と最も多く、次いで「仕事や家事、勉強をしながら聞く」(33.3%)が続いている。

ラジオ聴取の特徴として、他の行動をしながらラジオを聞く、いわゆる「ながら聴取」型の人が多いことが明らかになった。

図表22 ラジオの聴取の有無



図表23 ラジオの聴取状況



7 おわりに

調査結果から得られた主要な結果をまとめておくと、次のとおりである。

- (1) CS デジタル加入世帯においては、東京地区、北陸地区ともに情報機器の所有比率が高く、特にパソコンやインターネット機能付き携帯電話・PHS の所有については、東京地区では、一般世帯、CATV 加入世帯を大きく引き離している。また、その構成員は自分専用のテレビの所有比率が高く、かつてテレビは家族の団欒、茶の間の憩いの時間を過ごす時に使われたものだが、今では各人が自室のテレビで視聴する傾向にある。
- (2) CATV への加入動機を地域別に見てみると、東京地区は難視聴対応やアンテナなど住宅要因での回答が多いのに対して、北陸地区は配信されるソフト要因が目立っている。東京地区に比べて民放チャンネル数が少なく、多チャンネルに対する視聴者のニーズが加入動機にも強く表れている。次にCS デジタル加入世帯を比較すると、東京地区では、専門チャンネルへのニーズの高さがうかがわれる。北陸地区では、「見ることのできるチャンネルが増えるから」が6割弱と高いほか、「公営競技のチャンネルがあるから」が2割と、東京地区の2倍近い点も特徴といえる。
- (3) CS デジタル加入世帯の視聴者は、東京地区、北陸地区ともにテレビを見る前には、番組表で確認したり、見たい番組は深夜・早朝でも起きて見る比率が高いなど、視聴したい番組を選別して見ている傾向が伺える。
- (4) 時間帯別視聴率は、東京地区と北陸地区では、ピークの時間帯など、1日の視聴率の大きなトレンドには地域による差はみられなかった。ピーク時間帯の視聴率を比べると、朝は、東京地区でピーク前の5時台から徐々に視聴率が上昇するが、北陸地区では7時にかけて、一気に上昇している。

また昼のピーク時は、東京地区の20%台に対して、北陸地区は30%台と10ポイント弱高い。さらにゴールデンタイムも含まれる午後6時から9時までについて比較すると、どの時間帯も、北陸地区の方が東京地区を概ね5ポイント前後高くなっている。しかしながら、午後11時以降になると、東京地区が逆転して北陸地区を上回っている。これは、北陸地区では昼食を自宅等テレビ環境のあるところで取り、帰宅時間及び就寝時間は東京地区より早いことを反映しているのかもしれない。

- (5) BS デジタルによる本放送のサービスに関し、その認知をたずねたところ、回答者のほぼ8割が「知っている」との結果が得られ、関心については6割近くがBS デジタル放送に対して何らかの関心を持っていることが示された。

一方、ラジオの視聴状況についてたずねたところ、日常生活で、回答者の約7割がラジオを聞く機会があるとの結果が得られた。ラジオ聴取の特徴として、他の行動をしながらラジオを聞く、いわゆる「ながら聴取」型の人が多いことが明らかになった。

[参考文献]

- 遠藤尚子・齋藤喜彦・中野佐知子(2000)、「日本人とテレビ・2000～テレビ視聴の現在～」『放送研究と調査』8月号。
- 上村修一・居駒千穂・照井大輔(2001)、「テレビ・ラジオ視聴の現況」『放送研究と調査』3月号、pp. 56 - 67.
- 上条昇・外園博文(1998)、「細分化・分極化・多様化の傾向を示す視聴者行動 多チャンネル時代の視聴者行動に関するアンケート調査結果速報版」『郵政研究所月報』5月号、pp. 53 - 81.
- 友宗由美子・原由美子・重森万紀・高橋佳恵(2000)、「テレビをめぐるステーションイメージの諸相」『放送研究と調査』7月号、pp. 7 - 25.