

2005年8月22日

生活に根付き始めた地上デジタル放送

地上デジタル放送対応テレビの所有率が15.3%に
一方で「アナログ放送2011年完全終了認知」が8割超の高い認知に
～博報堂DYメディアパートナーズ「地上デジタル放送浸透度調査」～

博報堂DYメディアパートナーズでは、地上デジタル放送開始前の2003年7月より、視聴者における地上デジタル放送に関する浸透度調査を実施してまいりました。現在計6回の調査を終了し、今回その結果をまとめましたのでご紹介いたします。

今回の調査結果によると、「地上デジタル放送」という言葉を「聞いたことがある」という確信者は97%と、ほぼ100%に達していることが分かりました。しかし、「地上デジタル放送の理解（人に説明できる+自分では理解している）」については前回同様4割程度で、6割の人が言葉自体は耳にしているも内容まではまだ充分理解するまでに至っていないという現状も分かりました。

ただし、「地上デジタル放送への期待（非常に期待+まあまあ期待）」については65%、視聴意向時期については「サービス開始と共にすぐ（04年1月以降既に見ているも含む）」が15%と調査開始時点より順調に増加しています。

また、今回新しく追加した「アナログ放送が2011年に完全終了」することについては8割を超える高い認知があり、「従来の受像機では視聴できない（9割）」に次いで高い結果となりました。「移動体（携帯電話・車載テレビ）機器で視聴できる」や「多チャンネル同時放映」の認知については全体的な認知は4割と低いものの、デジタル関連機器の普及も手伝ってか最も認知の高かった本放送開始直後に行った調査レベルに回復しました。

地上デジタル放送対応のテレビの所有率については、前回より4ポイント増加し今回15.3%と、所有率自体は小さいながらも順調に推移しています。また、現在主に利用しているテレビの機種・タイプについては、デジタル受像機が調査開始時点の9.3%から今回15.2%、液晶が3.2%から今回10%、30インチ以上テレビが19.3%から今回21.2%と、テレビ受信機の買い替えが急速に展開しており、今後も冬季オリンピックやワールドカップ等の大型イベントを契機に一層の加速が予想されます。

今後地上デジタル放送の普及が、視聴者のテレビ視聴やデジタル関連機器の普及にどのような影響を及ぼすかが注目されます。

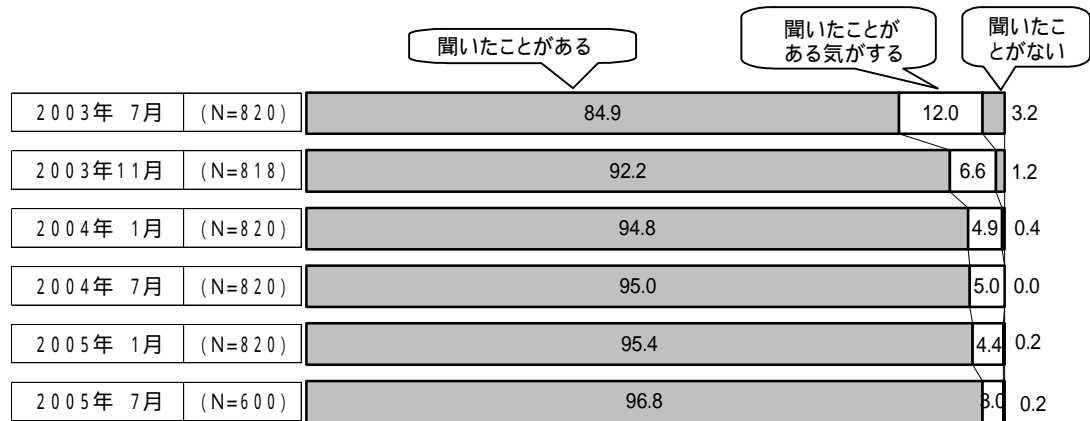
なお、今回の調査結果については2ページ目以降でご紹介しております。

本件に関するお問い合わせ

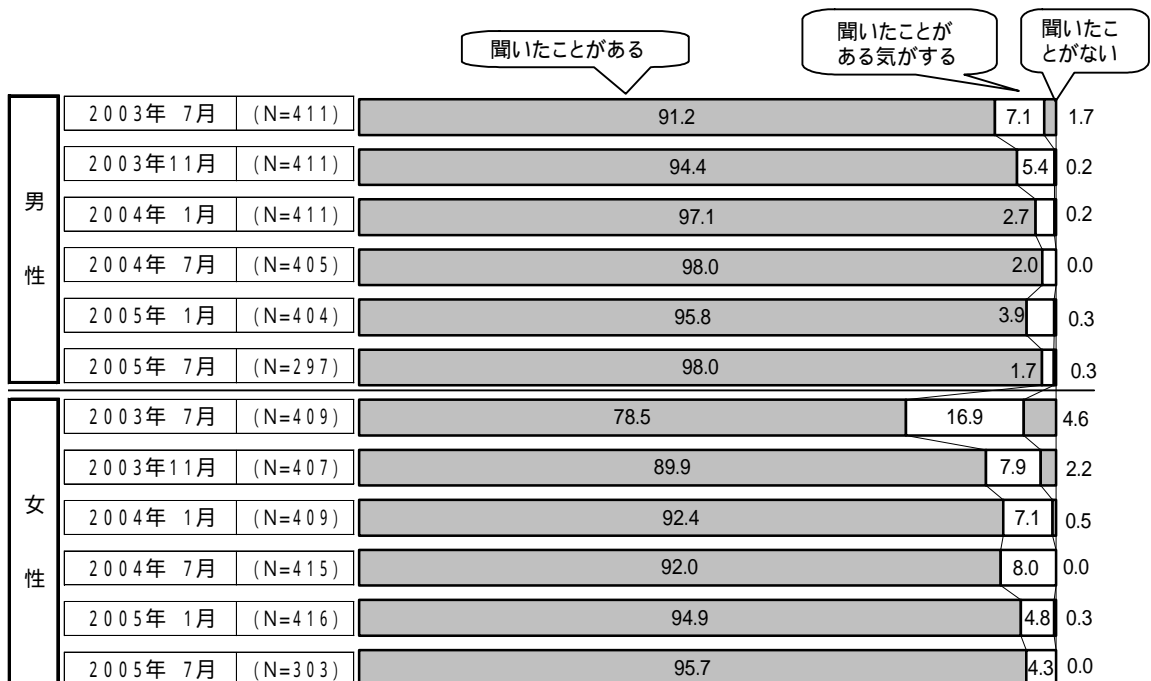
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ		
総合計画室（広報担当）	川路・山下	Tel：03-6218-9175
メディアマーケティング局	井徳・高橋	Tel：03-6218-9361

主な調査結果

「地上デジタル放送」ということばを聞いたことがあるという確信者は、第1回調査時点こそ85%と8割台でしたが、第2回調査時点からは9割を超え、今回97%とほぼ100%に達しています。



男女別でみてみると、「地上デジタル放送」ということばを聞いたことがあるという確信者の数値は、調査開始時点より女性の伸びが著しく、男性98%、女性96%といずれもほぼ全員に認知されています。



「地上デジタル放送」について内容を理解(人に説明できる + 自分では理解)している人は今回39%で今年1月と同水準でした。6割の人は「少ししか理解していない」および「あまり理解していない」と回答しており、ことば自体は耳にしている、まだ内容を充分理解するまでに至っていないのが現状です。

		人に説明できるほど理解している	人に説明できるほどではないが自分では理解している	少しなら理解している	あまり理解していない
2003年 7月	(N=794)	5.9	25.9	29.6	38.5
2003年11月	(N=808)	5.6	25.1	37.6	31.7
2004年 1月	(N=817)	7.6	28.9	38.3	25.2
2004年 7月	(N=820)	7.6	34.0	31.8	26.6
2005年 1月	(N=818)	6.8	31.2	35.3	26.7
2005年 7月	(N=599)	8.2	31.1	38.7	22.0

「地上デジタル放送」の内容まで理解している人は男性が55%と半数を超えましたが、女性は23%と女性の理解者がここにきてやや停滞しています。

		人に説明できるほど理解している	人に説明できるほどではないが自分では理解している	少しなら理解している	あまり理解していない
男 性	2003年 7月 (N=404)	9.4	39.1	28.0	23.5
	2003年11月 (N=410)	9.3	34.4	34.4	22.0
	2004年 1月 (N=410)	12.9	36.8	34.6	15.6
	2004年 7月 (N=405)	14.8	45.2	27.7	12.3
	2005年 1月 (N=403)	11.7	36.5	31.7	20.1
	2005年 7月 (N=296)	15.2	40.2	32.1	12.5
	女 性	2003年 7月 (N=390)	2.3	12.3	31.3
2003年11月 (N=398)		1.8	15.6	41.0	41.7
2004年 1月 (N=407)		2.2	20.9	42.0	34.9
2004年 7月 (N=415)		0.5	23.1	35.9	40.5
2005年 1月 (N=415)		2.2	26.0	38.8	33.0
2005年 7月 (N=303)		1.3	22.1	45.2	31.4

「地上デジタル放送」を期待している人は「まあまあ期待」も含めると微増ながら増加しており、今回時点で65%に達しています。第1回調査以降8ポイント増加しています。

		非常に期待している	まあまあ期待している	あまり期待していない	全く期待していない
2003年 7月	(N=820)	9.5	48.4	38.3	3.8
2003年11月	(N=818)	9.8	51.2	34.6	4.4
2004年 1月	(N=820)	12.4	49.4	33.8	4.4
2004年 7月	(N=820)	10.6	53.3	32.8	3.3
2005年 1月	(N=820)	12.0	52.8	31.6	3.7
2005年 7月	(N=600)	11.7	53.7	31.5	3.2

地上デジタル放送への期待を男女別でみると、「非常に期待」と「まあまあ期待」を合わせた「期待層」は、男性67%、女性が64%と前回同様男女差はほとんどみられませんでした。ただ「非常に期待」では男性が10ポイント上回っています。

		非常に期待している	まあまあ期待している	あまり期待していない	全く期待していない
男性	2003年 7月 (N=411)	12.4	47.7	35.8	4.1
	2003年11月 (N=411)	12.7	52.3	30.4	4.6
	2004年 1月 (N=411)	17.0	46.7	30.9	5.4
	2004年 7月 (N=405)	14.6	52.3	29.6	3.5
	2005年 1月 (N=404)	15.9	49.5	31.0	3.7
	2005年 7月 (N=297)	16.5	50.2	29.6	3.7
女性	2003年 7月 (N=409)	6.6	49.1	40.8	3.4
	2003年11月 (N=407)	6.9	50.1	38.8	4.2
	2004年 1月 (N=409)	7.8	52.1	36.7	3.4
	2004年 7月 (N=415)	6.7	54.2	35.9	3.1
	2005年 1月 (N=416)	8.2	56.0	32.2	3.6
	2005年 7月 (N=303)	6.9	57.1	33.3	2.6

地上デジタル放送の視聴意向時期についてみると、「サービス開始と共にすぐ(04年1月調査以降は既に視ている人も含む)」は15%と順調に増加しています。「既に視ている」人も04年1月の1.8%から今回5.8%と着実に伸びています。

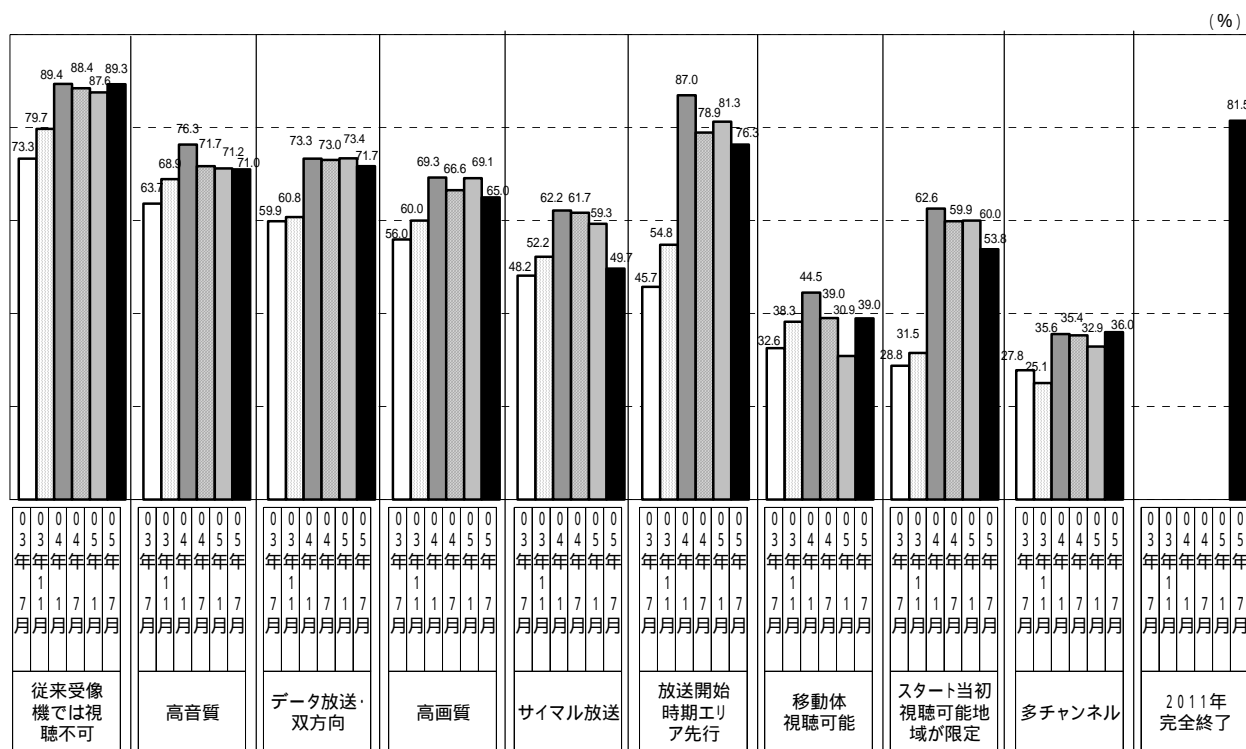
調査時期 (N)	サービス開始後1~2年以内に視たい		完全にデジタル放送に切り替わるまで待つ		既に視ている
	サービス開始すぐ視たい/既に視ている	サービス開始後3年以内に視たい	サービス開始後1~2年以内に視たい	完全にデジタル放送に切り替わるまで待つ	
2003年 7月 (N=820)	9.0	21.5	17.1	29.0	23.4
2003年 11月 (N=818)	7.0	23.7	21.8	28.7	18.8
2004年 1月 (N=820)	5.9	13.3	20.6	34.3	26.0
2004年 7月 (N=820)	10.7	17.8	15.2	35.9	20.4
2005年 1月 (N=820)	11.1	19.4	16.6	30.6	22.3
2005年 7月 (N=600)	14.8	16.8	13.8	29.7	24.8

男女別に地上デジタル放送の視聴意向時期についてみると、「すぐに視たい/既に見ている」は前回女性が男性をはじめて上回り同レベルになりましたが、今回は男性が若干女性を上回りました。

性別	調査時期 (N)	サービス開始後1~2年以内に視たい		完全にデジタル放送に切り替わるまで待つ		既に視ている
		サービス開始すぐ視たい/既に視ている	サービス開始後3年以内に視たい	サービス開始後1~2年以内に視たい	完全にデジタル放送に切り替わるまで待つ	
男性	2003年 7月 (N=411)	9.5	22.4	20.7	27.5	20.0
	2003年 11月 (N=411)	7.5	27.0	22.9	27.0	15.6
	2004年 1月 (N=411)	6.8	13.4	23.6	33.8	22.4
	2004年 7月 (N=405)	12.3	21.5	16.8	34.6	14.8
	2005年 1月 (N=404)	10.7	20.5	19.1	31.2	18.5
	2005年 7月 (N=297)	15.8	15.8	17.8	31.0	19.5
女性	2003年 7月 (N=409)	8.6	20.5	13.4	30.6	26.9
	2003年 11月 (N=407)	6.4	20.4	20.6	30.5	22.1
	2004年 1月 (N=409)	4.9	13.2	17.6	34.7	29.6
	2004年 7月 (N=415)	9.2	14.2	13.7	37.1	25.8
	2005年 1月 (N=416)	11.6	18.3	14.2	30.1	25.9
	2005年 7月 (N=303)	13.9	17.8	9.9	28.4	30.0

地上デジタル放送の特性認知を今回の調査結果でみると、前回とほぼ同様に、「従来の受像機では見られない」が9割でもっとも多くの人に認知されています。「放送開始時期でのエリア先行放送」についてが約8割、「高音質」「データ放送・双方向」「高画質」については約7割、「サイマル放送」「スタート当初はエリア内でも視聴地域が限定」がほぼ5割の認知です。「移動体での視聴可能」「多チャンネル視聴」については全体的に認知が低いものの、前回の落ち込みから大きく上向きしました。

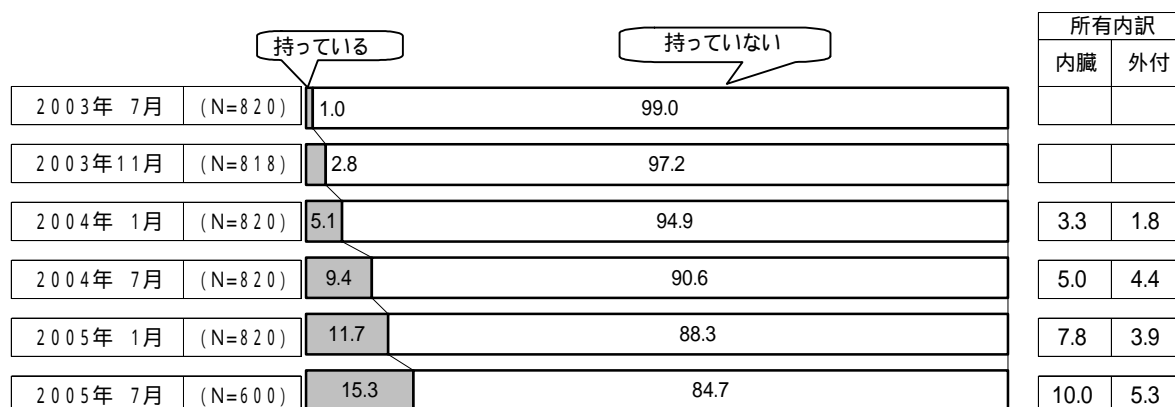
なお今回から新しく付け加えました「アナログ放送2011年完全終了」については8割を超える高い認知が示されました。



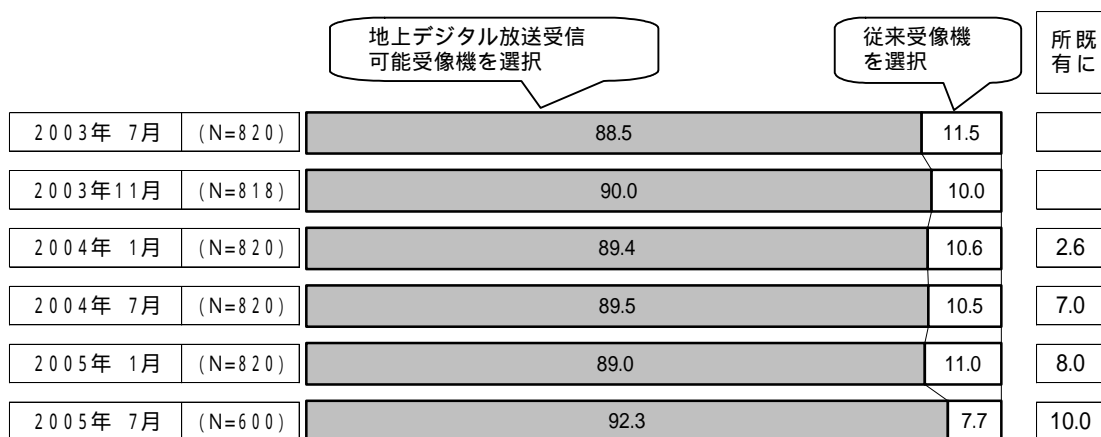
増減割合【数値は今回(05年7月)を基準にしての増減%】

	従来受像機では視聴不可	高音質	データ放送・双方向	高画質	サイマル放送	放送開始時期エリア先行	移動体視聴可能	スタート当初視聴可能地域が限定	多チャンネル
03.07vs 05.07	+16.0	+7.3	+11.8	+9.0	+1.5	+30.6	+6.4	+25.0	+8.2
05.01vs 05.07	+1.7	-0.2	-1.7	-4.1	-9.6	-5.0	+8.1	-6.2	+3.1

地上デジタル放送対応テレビの所有率は前回より3.6ポイントアップして15%を超えました。調査開始時点からの推移をみると所有率自体は小さいながら順調に増加しています。



3年以内に買い替えるとした時、「デジタル放送受信可能受像機」と「従来受像機」のどちらを選択するかをみると、今回「デジタル放送受信可能受像機」を選択者が9割を超えています。(なお選択者の中に「既に所有している」人が含まれていますが今回は10%がすでに所有しています)。



現在主に利用しているテレビの機種・タイプについては、「モニター形式」の液晶、「縦・横サイズ」の横長テレビ、「サイズ(インチ)」の30インチ以上、「受像形式」のデジタル受像機において調査開始時点から順調な推移が見られました。

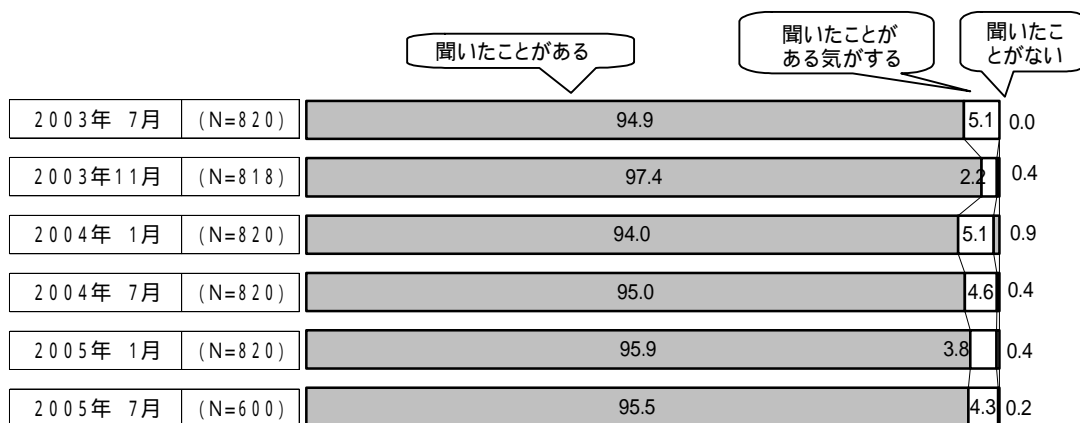
		BS・CSの受信機能		モニター形式			
		BS・CS受信可能	BS・CS受信不可	普通のブラウン管形式	液晶	プラズマ	不明
2003年 7月	(N=820)	62.6	37.4	92.4	3.2	2.3	2.1
2003年11月	(N=818)	64.3	35.7	93.0	3.1	1.5	2.4
2004年 1月	(N=820)	61.0	39.0	91.6	4.9	1.8	1.7
2004年 7月	(N=820)	62.6	37.4	90.9	6.1	2.1	1.0
2005年 1月	(N=820)	65.1	34.9	88.8	7.3	2.7	1.2
2005年 7月	(N=600)	63.3	36.7	86.0	10.0	2.0	2.0

		縦・横サイズ		画像品質	
		横長テレビ	横長でないテレビ	ハイビジョン(高品位)	ハイビジョン(高品位)でない
2003年 7月	(N=820)	45.1	54.9	17.7	82.3
2003年11月	(N=818)	39.0	61.0	15.5	84.5
2004年 1月	(N=820)	41.5	58.5	18.3	81.7
2004年 7月	(N=820)	45.5	54.5	17.4	82.6
2005年 1月	(N=820)	48.0	52.0	21.1	78.9
2005年 7月	(N=600)	50.3	49.7	19.0	81.0

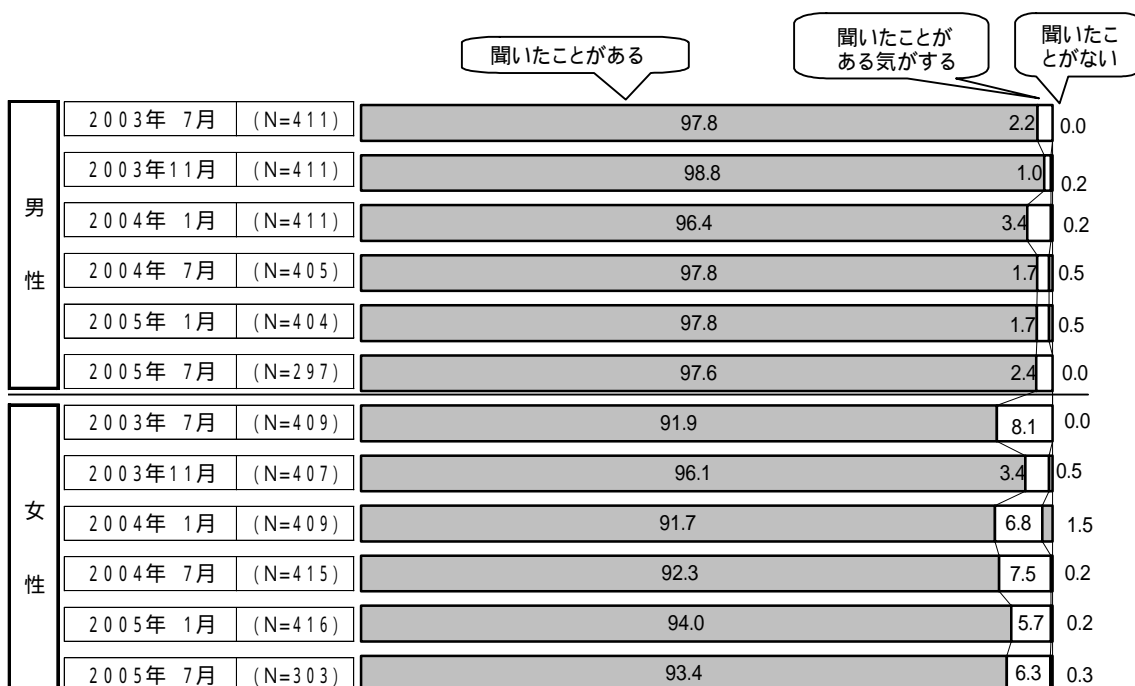
		サイズ(インチ)				受像形式	
		20インチ未満	20~29インチ	30インチ以上	不明	デジタル受像機	デジタルでない
2003年 7月	(N=820)	5.7	72.9	19.3	2.1	9.3	90.7
2003年11月	(N=818)	5.6	77.3	16.4	0.7	6.2	93.8
2004年 1月	(N=820)	6.3	73.7	18.9	1.1	8.4	91.6
2004年 7月	(N=820)	6.0	72.9	19.5	1.6	10.4	89.6
2005年 1月	(N=820)	5.2	73.3	20.1	1.3	14.0	86.0
2005年 7月	(N=600)	6.7	70.0	21.2	2.2	15.2	84.8

その他関連調査結果

「ブロードバンド」ということばについては、「聞いたことがある」と回答した人の割合は第1回目(2003年7月)の調査から、95%前後の数値で推移しており、日常生活に溶け込んでいるといえます。



男女別にみても、全調査ともに「ブロードバンド」ということばを「聞いたことがある」人は男性がほぼ全員、女性もやや低いながらも9割以上を示しており、「聞いたことがある気がする」も含めると前回同様男女ともほぼ100%で差異はみられませんでした。



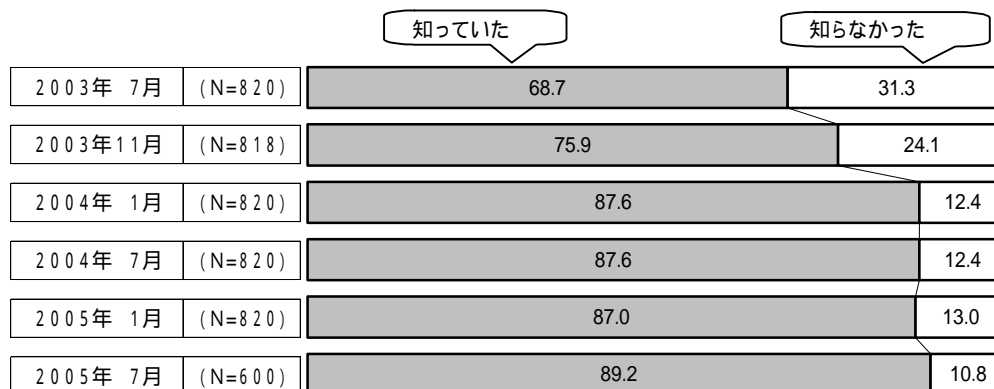
「ブロードバンド」ということはほぼ全員が知っていますが、その内容理解をみると「少しなら理解」している人も含めた理解自認者は前回同様7割程度というのが現状です。

		人に説明できるほど理解している	人に説明できるほどではないが自分では理解している	少しなら理解している	あまり理解していない
2003年 7月	(N=820)	11.8	28.3	24.1	35.7
2003年11月	(N=815)	11.4	32.4	26.1	30.1
2004年 1月	(N=813)	11.9	28.7	30.4	29.0
2004年 7月	(N=817)	9.8	31.0	27.8	31.5
2005年 1月	(N=817)	9.9	29.3	30.4	30.5
2005年 7月	(N=599)	11.7	28.0	29.9	30.4

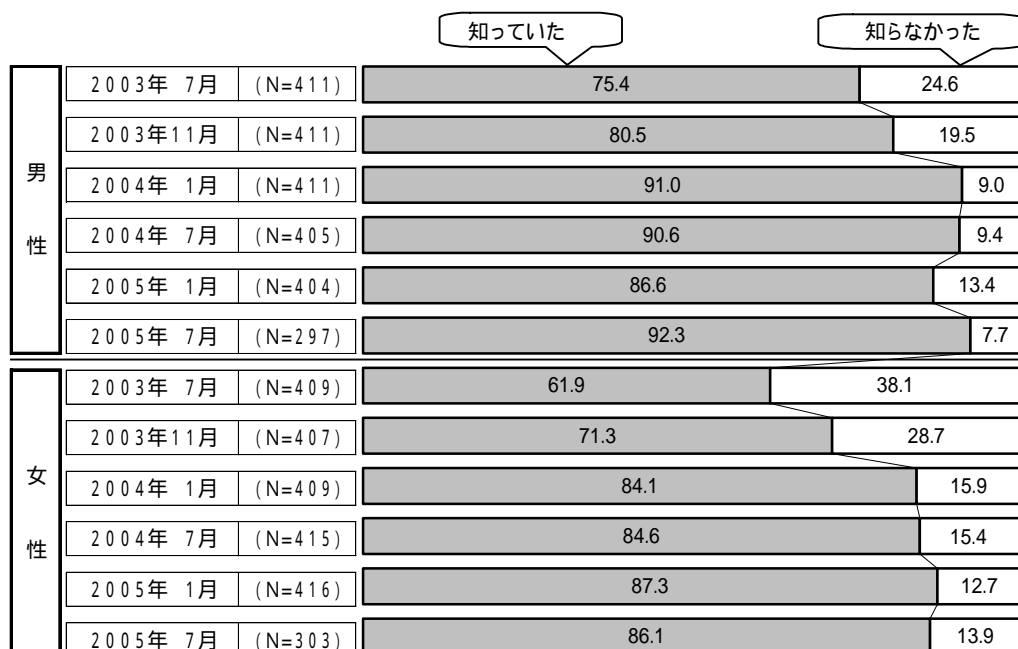
「少しなら理解」も含めた「ブロードバンド」に対する理解者は、男女別で見ると、多少のバラツキはあるものの、男性が8割、女性が5割から6割で推移しています。

		人に説明できるほど理解している	人に説明できるほどではないが自分では理解している	少しなら理解している	あまり理解していない
男 性	2003年 7月 (N=411)	20.2	39.4	20.7	19.7
	2003年11月 (N=410)	19.0	43.4	22.0	15.6
	2004年 1月 (N=410)	21.0	38.8	24.6	15.6
	2004年 7月 (N=403)	18.1	44.7	22.3	14.9
	2005年 1月 (N=402)	17.6	35.8	26.6	19.9
	2005年 7月 (N=297)	22.2	37.0	24.2	16.5
女 性	2003年 7月 (N=409)	3.4	17.1	27.6	51.8
	2003年11月 (N=407)	3.7	21.2	30.4	44.7
	2004年 1月 (N=403)	2.7	18.4	36.2	42.7
	2004年 7月 (N=414)	1.7	17.6	33.1	47.6
	2005年 1月 (N=415)	2.4	22.9	34.0	40.7
	2005年 7月 (N=302)	1.3	19.2	35.4	44.0

地上デジタル放送を視聴するためにデジタル対応チューナーあるいは対応テレビが必要なのを知っている人は、前回同様9割の人が認知しており、本放送が開始された03年12月以降認知者が増えています。



男女別では、男女ともにほぼ9割の認知ですが、女性がやや低い認知でした。ただし、女性の認知者は調査開始時点より24ポイント増加して順調に推移しています。



調査設計

調査地域.....	首都圏・京阪神の2地区
調査時期.....	第1回：2003年7月15日(10:00)～18日(17:00) 第2回：2003年11月1日(10:00)～5日(10:00) 第3回：2004年1月23日(10:00)～27日(10:00) 第4回：2004年7月6日(10:00)～12日(10:00) 第5回：2005年1月21日(18:00)～25日(17:00) 第6回：2005年7月26日(13:00)～27日(10:00)
調査対象者.....	20歳～59歳の男女
調査対象者数.....	第1回：計1045人、第2回：計934人、第3回：計886人、 第4回：計890、第5回：計1045人、第6回：計655人 各回、人口比率に応じて男女10歳単位でサンプル配分をして配信し、 回収分を全て集計分析した。
調査手法.....	インターネット調査