

2023年9月12日

メディア環境研究所

スクリーンからメディア環境をとらえた「スクリーン利用実態調査」を発表

※時間は、のべ時間
(1日あたり/週平均)

- ① 1日の中でスクリーンに触れている時間は、12時間11分 (731.2分※)
- ② 「テレビ番組(リアルタイム)」「無料動画配信」「インターネット」が接触時間のトップ3
- ③ 「テレビ番組(リアルタイム)」の2割はテレビスクリーン以外で視聴

メディア環境研究所は、従来から「メディア定点調査」を実施し、メディア環境を定点観測してきましたが、このたび、メディア環境を“スクリーン”という視点からとらえた「スクリーン利用実態調査」を実施しました。テレビ受像機、パソコン、スマートフォン、タブレット端末、プロジェクターなど、生活者が接触する“スクリーン”の増加。そして、テレビ放送、見逃し配信サービス、動画配信サービスなど、“スクリーン”で視聴されるコンテンツの多様化。こうしたメディア環境の変化をとらえる試みです。メディア環境研究所は、「メディア定点調査」に加えて、生活者の“スクリーン”利用実態からメディア環境を定点観測していきます。

① 1日の中でスクリーンに触れている時間は、12時間11分 (731.2分※)

- ・ テレビやスマートフォンなど5つのスクリーン接触時間の合計は、12時間11分 (731.2分※)。
- ・ 接触時間が最長のスマートフォン (238.3分※) と次いで長いテレビ (236.0分※) は僅差。

② 「テレビ番組(リアルタイム)」「無料動画配信」「インターネット」が接触時間のトップ3

- ・ スクリーン接触時間12時間11分 (731.2分※) のサービス別の内訳は「リアルタイムのテレビ番組 (137.6分※)」「無料動画配信サービス (101.1分※)」「動画視聴以外のインターネット (99.1分※)」がトップ3。
- ・ 各スクリーンの利用はサービスごとに異なっており、生活者の多様なスクリーン行動が伺える。

③ 「テレビ番組(リアルタイム)」の2割はテレビスクリーン以外で視聴

- ・ テレビ番組 (リアルタイム) の2割 (21.3%) はテレビスクリーン以外で視聴されており、有料動画配信サービスの約4割 (36.2%) がテレビスクリーンで視聴されている。
- ・ テレビ放送を視聴できるスクリーンの増加に加えて、テレビスクリーンでは有料動画など多種多様なコンテンツを視聴できるようになり、“テレビを見る時間”は多様化している。

○スクリーン利用実態調査

- 調査概要： 生活者のスクリーン (テレビ受像機、パソコン、スマートフォン、タブレット端末、プロジェクター) の所有・利用実態などからメディア環境をとらえる
- 調査地区： 全国7地区 (首都圏、関西圏、中京圏、札幌、仙台、広島、北部九州)
- 調査方法： インターネット調査 (モニターパネルへのアンケート調査)
- 調査対象者： 12~74歳の男女 ※小学生は除く。中学生(12~15歳)は親が代理にて回答
- 標本構成： 8,400サンプル
2022年住民基本台帳に基づき性年代でウェイトバックを実施
- 調査期間： 2023年4月21日~27日
- 調査機関： 株式会社ビデオリサーチ

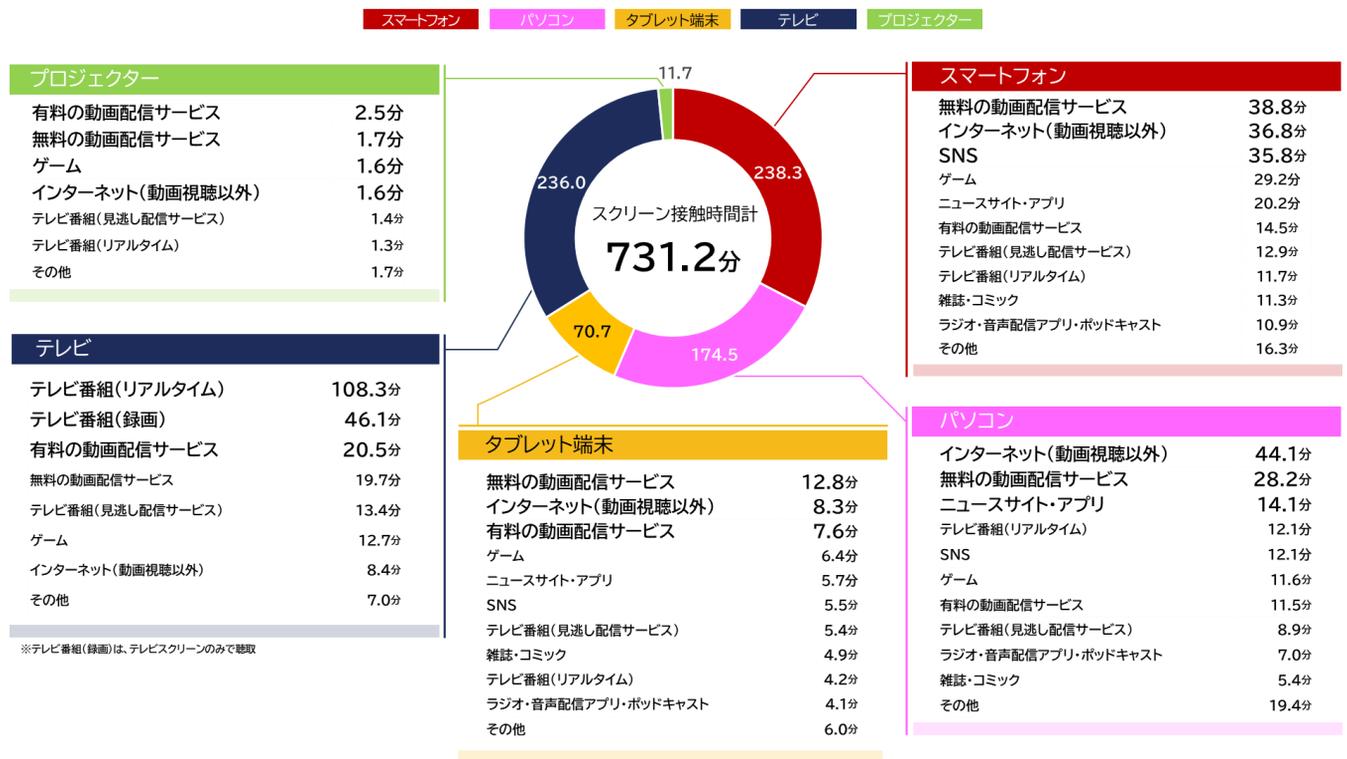
○本件に関するお問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室 山崎・戸田 03-6441-9713
mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp
メディア環境研究所 info@mekanken.com

スクリーン接触時間の合計12時間11分（731.2分※）を以下の視点から図表化
 ①スクリーン別に見たサービスの利用時間 ②サービス別に見たスクリーンの利用時間

※時間は、のべ時間
 (1日あたり/週平均)

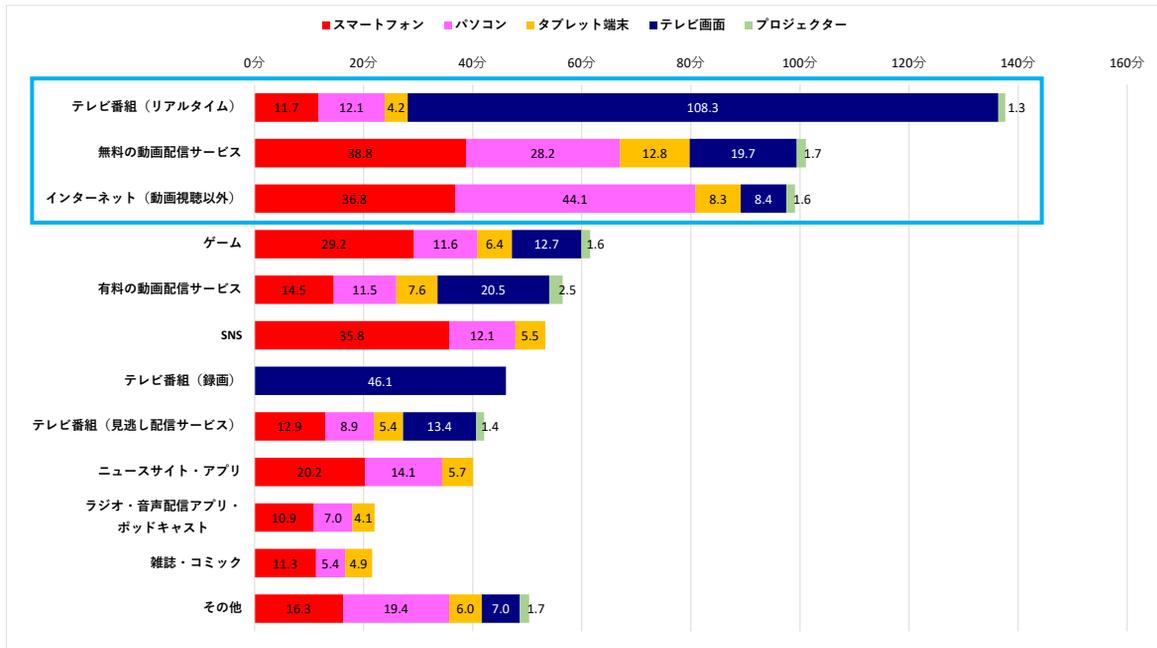
①スクリーン別に見たサービスの利用時間



スクリーン接触時間の合計12時間11分（731.2分※）を以下の視点から図表化
 ①スクリーン別に見たサービスの利用時間 ②サービス別に見たスクリーンの利用時間

※時間は、のべ時間
 (1日あたり/週平均)

②サービス別に見たスクリーンの利用時間



③サービス別に見たスクリーンの利用時間（構成比）

