

2012年3月30日

多チャンネル放送研究所

所長 音 好宏

「多チャンネル視聴実態調査2011」調査報告書

「大学生はテレビをどう見ているかー将来ターゲットの現状分析 ～多チャンネル視聴実態調査 2011～」報告書、刊行について

多チャンネル放送研究所(所長:音 好宏)では、このほど「大学生はテレビをどう見ているかー将来ターゲットの現状分析～多チャンネル視聴実態調査 2011～」報告書を刊行いたします。

当研究所では、衛星放送協会会員事業者を対象とした「多チャンネル放送実態調査」に加え、視聴者目線での調査も実施してまいりました。昨年の「多チャンネル時代のテレビの見方～多チャンネル視聴実態調査2010～」に引き続き、本年度の調査では、視聴者目線での調査を更に一歩進め、将来の市場拡大に向けて、潜在ターゲット層である大学生のメディア(有料放送、携帯端末)に対する意識や消費行動スタイルを把握し、有料放送への加入障壁となる課題を明らかにしようとするものです。

調査は第一段階として潜在ターゲット層の意識や消費行動スタイルについて定性的な情報収集を行い、その結果を踏まえ、大学生と、比較対象として40代の視聴者に対して、テレビや映像・動画サイトに対する接触状況や意識についてアンケート調査を実施しました。本報告書は、この調査結果をとりまとめたものです。

調査の結果、大学生の情報行動として、言われているような「テレビ離れ」はそれほど進んでないことや、多チャンネル放送に対する関心度は結構高いこと、また同じテレビでも地上波と多チャンネル放送ではイメージ違うなどの点が明らかになりました。

当研究所では、変化の激しい情報環境のなかで、視聴者の情報行動どのようになっていくのかという点に対して、継続して調査研究を行っていく予定です。

なお、本報告書は当研究所のホームページ(<http://www.eiseihoso.org/labo/release.html>)に掲載してありますので適宜ご活用下さい。

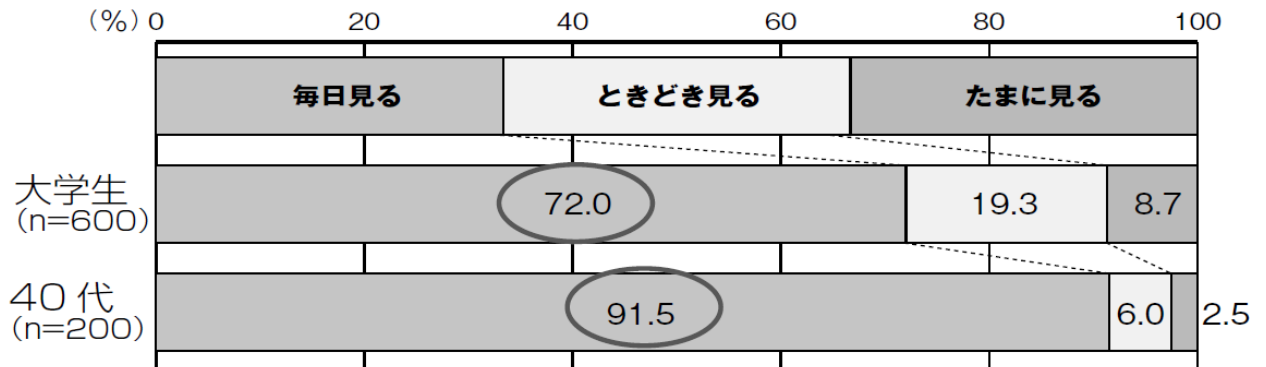
以上

調査結果の一部のご紹介

テレビの視聴状況

調査結果では、普段、テレビを見ているかを尋ねたところ、大学生、40代とも、毎日テレビを見ている割合が高く、たまに見るとの回答はいずれも少ない。

図表3-1
(P33)



有料放送に対する魅力は？

有料テレビ放送の特色について魅力を感じるか尋ねたところ、40代は、「映画、ドラマ、スポーツなどのメジャーなジャンルの専門チャンネルである」について7割の人が魅力を感じている。一方、大学生はそれに加えて「地上波で見られないようなマニアックなジャンルの専門チャンネルがある」「チャンネル数が多いこと」についても7割以上の方が魅力を感じている。

図表5-2-1
(P71)

