

メディア融合時代におけるインターネット利用者の メディア利用行動に関する調査研究

～ 生活行動への影響と複数メディアの相互利用状況の分析 ～

平成20年3月

総務省 情報通信政策研究所

目次

1. はじめに	1
2. メディア別の接触状況	2
2.1. メディア別の接触状況	2
2.1.1. 総括	
2.1.2. ユビキタス化	
2.1.3. オールドメディア／ネットメディア	
2.1.4. クロスメディア	
2.2. 生活行動中のメディア(アプリケーション)別の接触状況	34
2.2.1. 場所×デバイス×アプリケーション	
2.2.2. 行動×アプリケーション	
2.3. メディア同時接触状況(同時接触量)	65
2.3.1. アプリケーション×アプリケーション	
3. メディアに対する意識・効用の測定	70
3.1. メディアの保有状況	70
3.2. メディアの利用状況	88
3.3. メディアの利用目的	113
3.4. メディアの意識・評価	131
3.5. 生活行動中のメディア利用状況	149
3.6. コンジョイント分析によるクロスメディアの効用	181

1. はじめに

インターネットを通じて得られる情報は膨大かつ多様であり、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌等の既存のメディアから非対称的に情報を受信してきた利用者に、情報の自発的な取得・発信の機会をもたらしている。

さらにユビキタスネットワーク社会の到来により、我が国は望んだときにどこからでも情報ネットワークにアクセスすることが可能な環境を実現しつつある。インターネット普及期においては屋内での有線によるインターネットアクセスが当たり前であったが、現在では携帯電話によるWeb閲覧、ワンセグ視聴、電子メールによるコミュニケーションをはじめとして、無線LANを利用したモバイルPCによるブロードバンドアクセス、PDA、ポータルゲーム端末によるインターネットアクセスなど、インターネット上の情報を取得できる高機能情報通信端末を利用した情報ネットワークへの接触の機会は、屋外においても増加している。

そこで、Webサイト、コミュニティサイト等のインターネット上の新たなメディア(アプリケーション・コンテンツ)や既存のメディア(アプリケーション・コンテンツ)について、インターネット利用者を対象に日記式及び選択式のWebアンケート調査を実施し、インターネット利用者の屋内、屋外それぞれにおける生活行動のシチュエーション別のメディア利用行動の実態について把握し、その利用要因や生活行動への影響など、利用者の意識との関係についての分析を行った。

この調査研究は、株式会社情報通信総合研究所に多大なるご助力を得ている。

情報通信政策研究所 調査研究部

2. メディア別の接触状況

2.1. メディア別の接触状況

2.1.1. 総括

インターネットユーザのメディア利用行動について、【場所】・【行動】・【メディア・通信機器(デバイス)利用】・【アプリケーション・コンテンツ利用】の4つの観点から観察した。

日記式アンケート調査により、日曜日(1日目:3月9日)・平日(2日目:3月12日(水))の2日間について、それぞれ5:00～29:00(翌朝5:00)までの24時間を対象に、それぞれ30分間単位で

- ・場所(主としてどこにいたか(単数回答))
- ・行動(主としてどのような生活行動をしていたか(単数回答))
- ・デバイス(どのようなメディア・情報機器を利用していたか(複数回答))
- ・アプリケーション(どのようなアプリケーション・コンテンツを利用していたか(複数回答))

を把握した。

まず、【場所】の観点から見ると、休日は「自宅内」にいる時間帯が長く、平均1,140分(≒19時間)を自宅で過ごしているのに対し、平日は「自宅内」にいる時間が平均970分(≒16.2時間)と短く、「自宅以外の屋内」(平均295分≒4.9時間)や「公共交通機関」(平均33.5分)にいる時間帯が長くなっている。

週平均^(*1)で見ると、「自宅内」1,018分(≒17時間)、「自宅以外の屋内」249分(≒4.2時間)、「交通機関内」65分(≒1.1時間)、「屋外」72分(≒1.2時間)、となっている。^(*2)

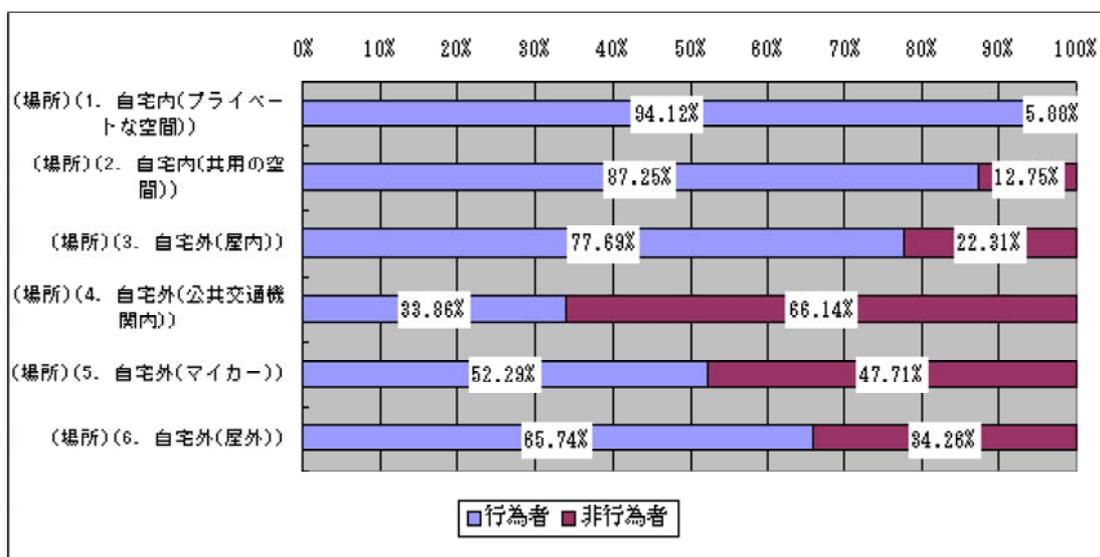
これらの場所のうち、「交通機関」については、利用するユーザが限定されており、利用者率は「公共交通機関」(34%)・「マイカー」(53%)であり、利用者に限った平均利用時間は、それぞれ86分(≒1.4時間)・69分(≒1.2時間)、と、全体平均に比して相当長い。

(*1) 休日の値を2倍(土日の2日分)、平日の値を5倍(月～金の5日分)し、7で除したものを週平均の1日あたりの時間とみなしている。

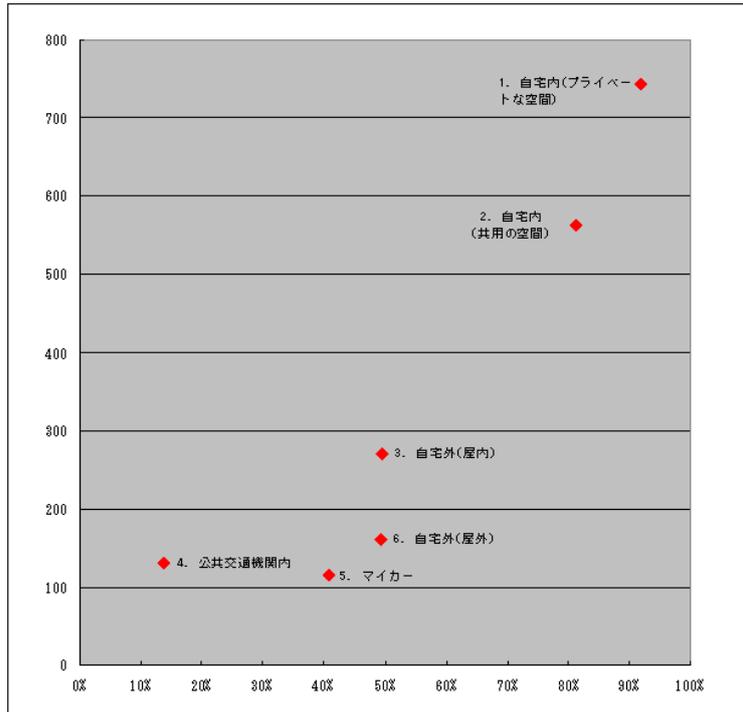
(*2) ほかに、「その他」との回答もあることから、平均値の合計は24時間とはならない。

[場所]

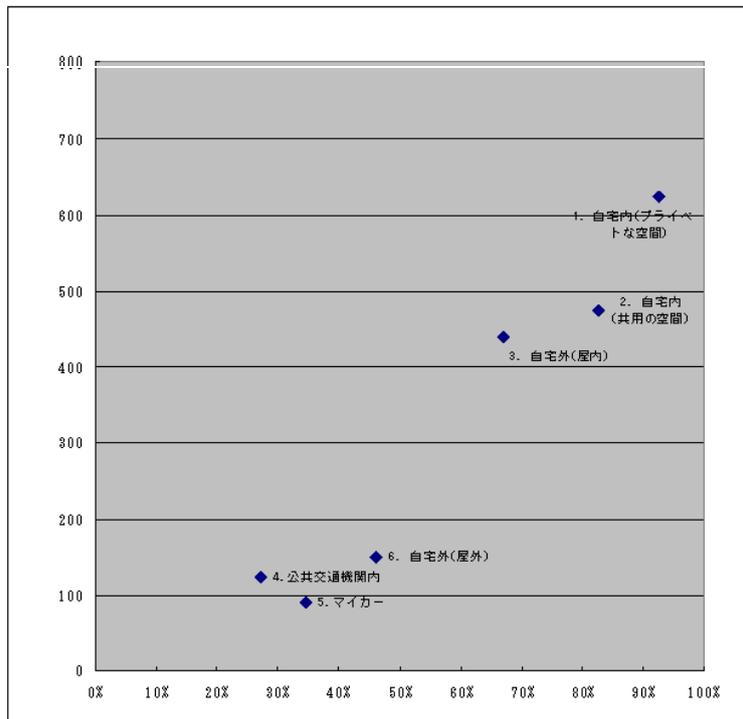
		1日目			2日目			週平均		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(場所)①. 自宅内(プライベートな空間)	行為者	922	91.8%	743.00	929	92.5%	624.80	945	94.1%	645.85
	非行為者	82	8.2%	0.00	75	7.5%	0.00	59	5.9%	0.00
	合計	1,004	100.0%	682.32	1,004	100.0%	578.13	1,004	100.0%	607.90
(場所)②. 自宅内(共用の空間)	行為者	815	81.2%	563.74	829	82.6%	474.32	876	87.3%	470.47
	非行為者	189	18.8%	0.00	175	17.4%	0.00	128	12.7%	0.00
	合計	1,004	100.0%	457.62	1,004	100.0%	391.64	1,004	100.0%	410.49
(場所)③. 自宅外(屋内)	行為者	497	49.5%	270.54	673	67.0%	439.57	780	77.7%	320.16
	非行為者	507	50.5%	0.00	331	33.0%	0.00	224	22.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	133.92	1,004	100.0%	294.65	1,004	100.0%	240.73
(場所)④. 自宅外(公共交通機関内)	行為者	138	13.7%	130.22	272	27.1%	123.53	340	33.9%	85.69
	非行為者	866	86.3%	0.00	732	72.9%	0.00	664	66.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	17.90	1,004	100.0%	33.47	1,004	100.0%	29.02
(場所)⑤. 自宅外(マイカー)	行為者	409	40.7%	115.38	347	34.6%	90.78	525	52.3%	68.54
	非行為者	595	59.3%	0.00	657	65.4%	0.00	479	47.7%	0.00
	合計	1,004	100.0%	47.00	1,004	100.0%	31.37	1,004	100.0%	35.84
(場所)⑥. 自宅外(屋外)	行為者	495	49.3%	161.21	462	46.0%	150.78	660	65.7%	109.93
	非行為者	509	50.7%	0.00	542	54.0%	0.00	344	34.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	79.48	1,004	100.0%	69.38	1,004	100.0%	72.27



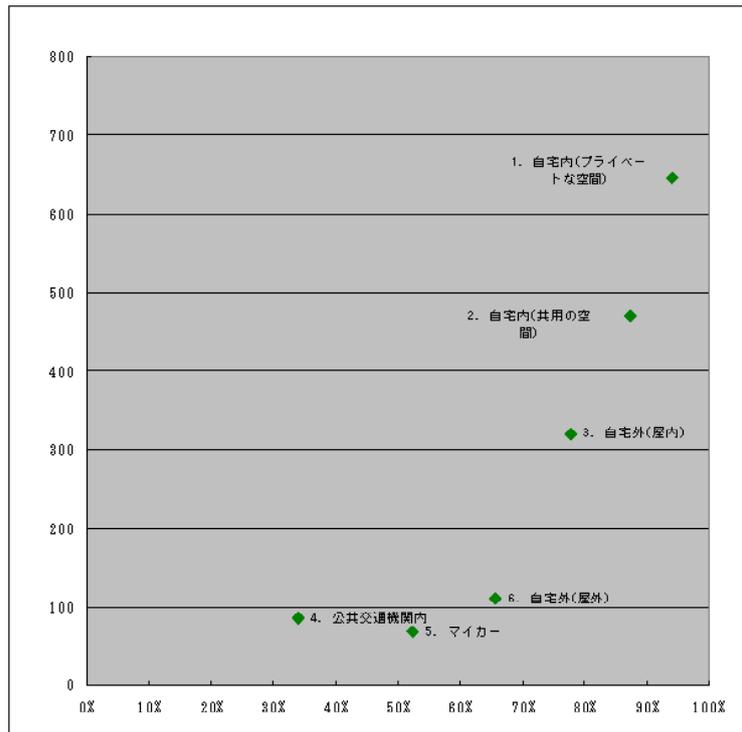
図表2-1 場所 総括(週平均)



図表2-2 場所1日目



図表2-3 場所2日目



図表2-4 場所週平均

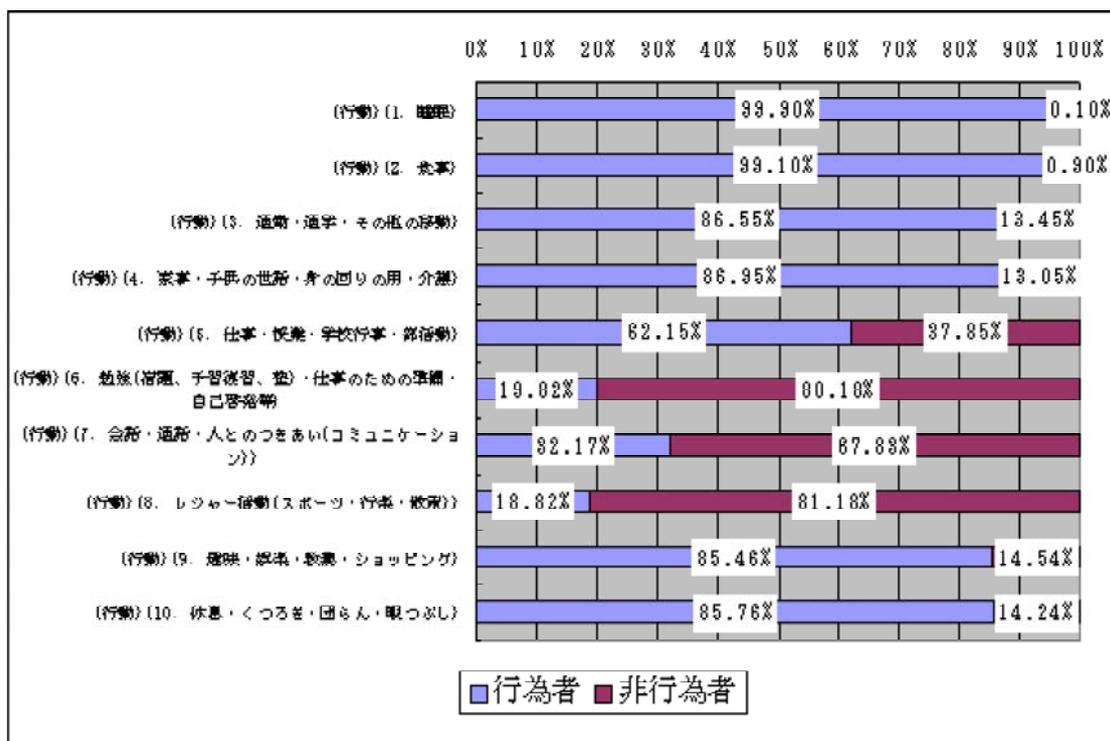
次に、【行動】の観点から見ると、休日は「睡眠」時間が長く、平均479分(≒8時間)を「睡眠」に、平均230分(≒3.8時間)を「趣味・教養・娯楽・ショッピング」に、平均224分(≒3.7時間)を「休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし」に充てているのに対し、平日は「睡眠」時間が平均430分(≒7.2時間)と短く、「仕事・授業・学校行事・部活動」(平均289分≒4.8時間)に充てる時間帯が長くなっている。

週平均で見ると、「睡眠」444分(≒7.4時間)、「仕事・授業・学校行事・部活動」224分(≒3.7時間)、「趣味・教養・娯楽・ショッピング」176分(≒2.9時間)、「休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし」175分(≒2.9時間)となっている。

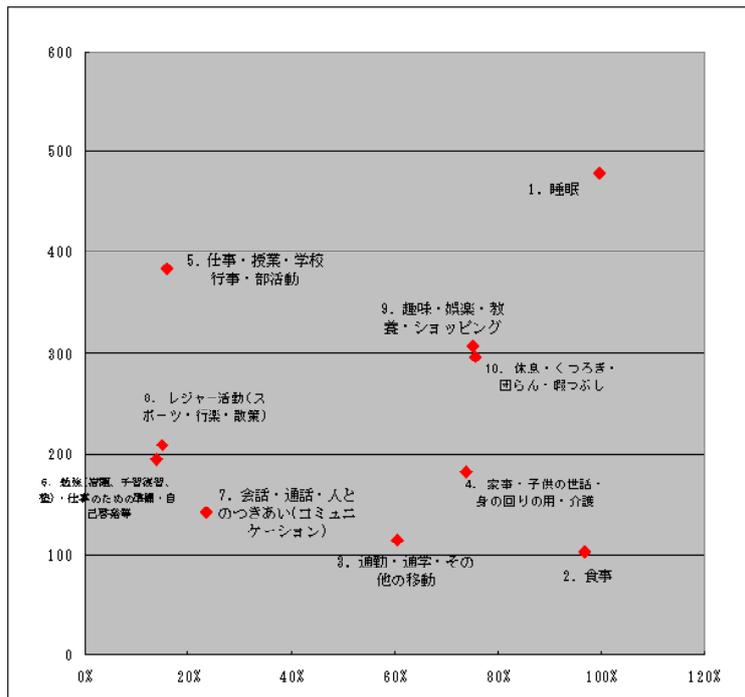
これらの生活行動のうち、「レジャー活動」・「勉強・仕事のための準備・自己啓発」などについては、行動するユーザが限定されており、行動者率は「レジャー活動」(19%)・「勉強・仕事のための準備・自己啓発」(20%)であり、行動者に限った平均利用時間は、それぞれ84分(≒1.4時間)・123分(≒2時間)、と、全体平均に比して相当長い。

[行動]

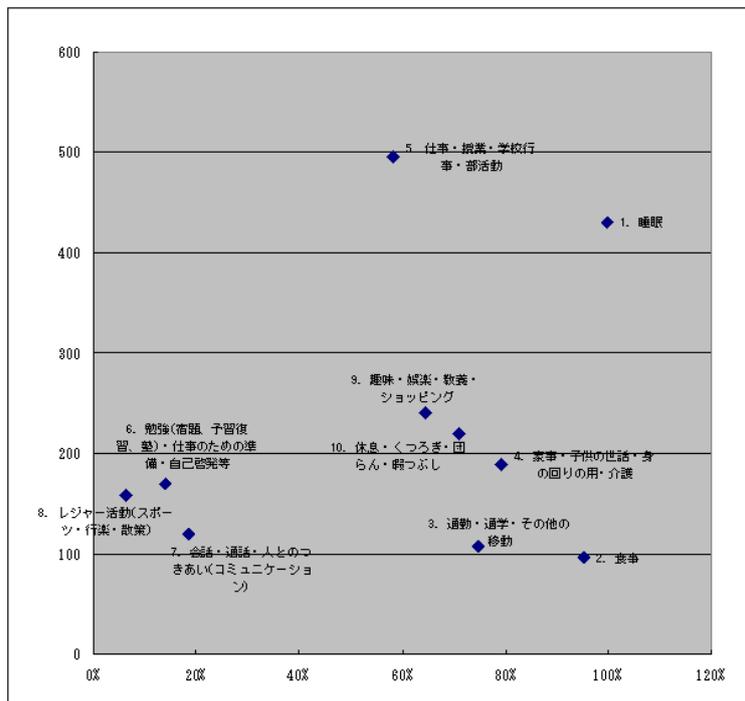
		1日目			2日目			週平均		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(行動)①. 睡眠)	行為者	1,001	99.7%	480.27	1,002	99.8%	430.69	1,003	99.9%	444.27
	非行為者	3	0.3%	0.00	2	0.2%	0.00	1	0.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	478.83	1,004	100.0%	429.83	1,004	100.0%	443.83
(行動)②. 食事)	行為者	971	96.7%	101.83	955	95.1%	96.16	995	99.1%	94.32
	非行為者	33	3.3%	0.00	49	4.9%	0.00	9	0.9%	0.00
	合計	1,004	100.0%	98.49	1,004	100.0%	91.46	1,004	100.0%	93.47
(行動)③. 通勤・通学・その他の移動)	行為者	606	60.4%	113.91	750	74.7%	106.80	869	86.6%	88.54
	非行為者	390	39.6%	0.00	254	25.3%	0.00	135	13.4%	0.00
	合計	1,004	100.0%	68.75	1,004	100.0%	79.70	1,004	100.0%	76.63
(行動)④. 家事・子供の世話・身の回りの用・介護)	行為者	741	73.8%	182.91	795	79.2%	188.91	873	87.0%	167.24
	非行為者	263	26.2%	0.00	209	20.8%	0.00	131	13.0%	0.00
	合計	1,004	100.0%	135.00	1,004	100.0%	149.58	1,004	100.0%	145.42
(行動)⑤. 仕事・授業・学校行事・部活動)	行為者	159	15.8%	383.40	585	58.3%	495.64	624	62.2%	359.81
	非行為者	845	84.2%	0.00	419	41.7%	0.00	380	37.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	60.72	1,004	100.0%	288.79	1,004	100.0%	223.63
(行動)⑥. 勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓蒙)	行為者	137	13.6%	195.11	140	13.9%	189.07	199	19.8%	123.34
	非行為者	867	86.4%	0.00	864	86.1%	0.00	805	80.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	26.62	1,004	100.0%	23.58	1,004	100.0%	24.45
(行動)⑦. 会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)	行為者	235	23.4%	141.32	186	18.5%	119.68	323	32.2%	78.60
	非行為者	769	76.6%	0.00	818	81.5%	0.00	681	67.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	33.08	1,004	100.0%	22.17	1,004	100.0%	25.29
(行動)⑧. レジャー活動(スポーツ・行楽・散歩)	行為者	149	14.8%	208.99	62	6.2%	158.71	189	18.8%	84.26
	非行為者	855	85.2%	0.00	942	93.8%	0.00	815	81.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	31.02	1,004	100.0%	9.80	1,004	100.0%	15.86
(行動)⑨. 趣味・娯楽・教養・ショッピング)	行為者	755	75.2%	306.24	647	64.4%	240.09	890	88.5%	206.31
	非行為者	249	24.8%	0.00	357	35.6%	0.00	146	14.5%	0.00
	合計	1,004	100.0%	230.29	1,004	100.0%	154.72	1,004	100.0%	176.31
(行動)⑩. 休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし)	行為者	760	75.7%	295.42	712	70.9%	219.82	861	85.8%	204.35
	非行為者	244	24.3%	0.00	292	29.1%	0.00	143	14.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	223.63	1,004	100.0%	155.89	1,004	100.0%	175.24



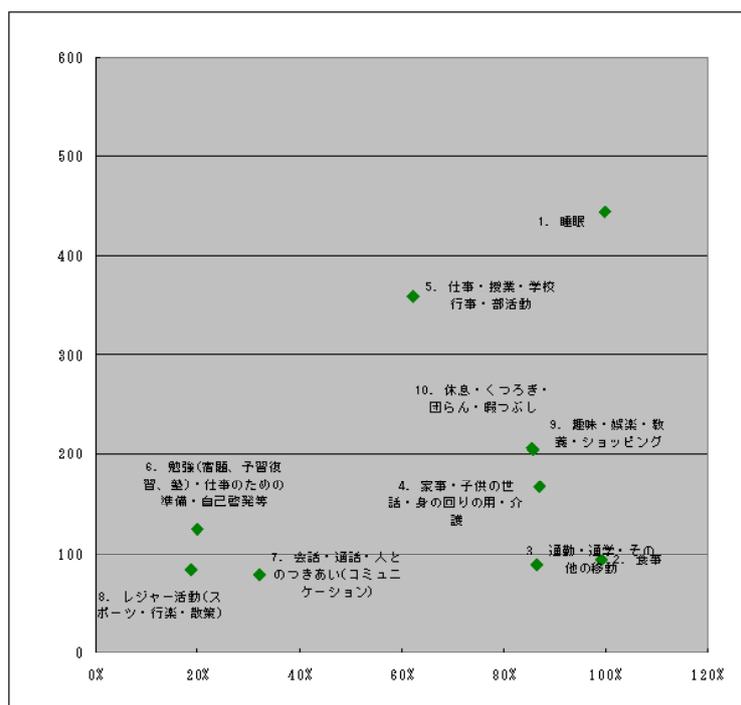
図表2-5 行動 総括(週平均)



図表2-6 行動1日目



図表2-7 行動2日目



図表2-8 行動週平均

次に、【メディア・通信機器(デバイス)利用】の観点から見てみる。

本調査では、デバイスの利用に関しては、同時に複数のデバイスを利用するケースが多々ある(同じ時間帯に複数のデバイスを利用したとする回答が想定される)ことから、ユーザには複数回答を許容している。

このような場合、短時間のみ利用のデバイスが同じ時間帯に重複しているようなケースでは、30分単位の利用状況に関する回答だからと言って、1スロットに対する「利用」の回答を単純に30分間に換算することが必ずしも適切とは言い切れないことから、デバイス利用時間の推定に当たって、下記の2通りの換算方法を採用した。

①短時間のみ利用について調整(減算)を行う方法^(※3)

(※3) 具体的には、同一デバイスについて連続した「利用」の回答がなされている場合には、その開始および終了に相当するスロットの利用時間を各15分間と換算し、その間(継続利用中)に相当するスロットの利用時間を各30分間と換算した。

例えば、あるデバイスについて、“□□■●■●■●□□□”といった利用がなされている場合、開始および終了時に相当するスロットを各15分と換算し、その間の継続利用中に相当するスロットを各30分と換算するため、このケースでは、このデバイスの利用時間は、15分×2+30分×3=120分、と推計される。

②1スロットを単純に30分間の利用と換算する方法^(*4)

①においては比較的短めに、②においては比較的長めにデバイス利用時間が推計されることとなる。

休日において、最も利用時間の長いデバイスは「テレビ・ラジオ」277分～340分(≒4.6時間～5.7時間)であり、次いで「パソコン」172分～217分(≒2.9時間～3.6時間)である。

この傾向は、平日では逆転し、最も利用時間の長いデバイスは「パソコン」236分～287分(≒4時間～4.8時間)であり、次いで「テレビ・ラジオ」222分～281分(≒3.7時間～4.7時間)となる。

週平均1日当たりの利用時間で見ると、「テレビ・ラジオ」238分～298分(≒4時間～5時間)、「パソコン」217分～267分(≒3.6時間～4.5時間)、となっている。これらの他に、平均利用時間が1時間を超えるデバイスはないことから、多くのユーザが、「テレビ・ラジオ」かつ/または「パソコン」を中心としたデバイス利用生活を送っていると言える。

と同時に、例えば、「ゲーム機」の利用ユーザが12%しかいないなど、限られたユーザのみに利用されているデバイスも存在している。「ゲーム機」の場合、週平均1日当たりの利用時間は僅か10分～12分(≒0.2時間)に過ぎないが、「ゲーム機」を利用するユーザのみの平均利用時間では79分～102分(≒1.3時間～1.7時間)、と、非常に長い値を示しており、ユーザの個々の利用パターンによって、利用の軸となるデバイスが区々であることが想定される。

(*4) 上記のケースの場合、このデバイスの利用時間は、30分×5=150分、と推計される。

[デバイス]

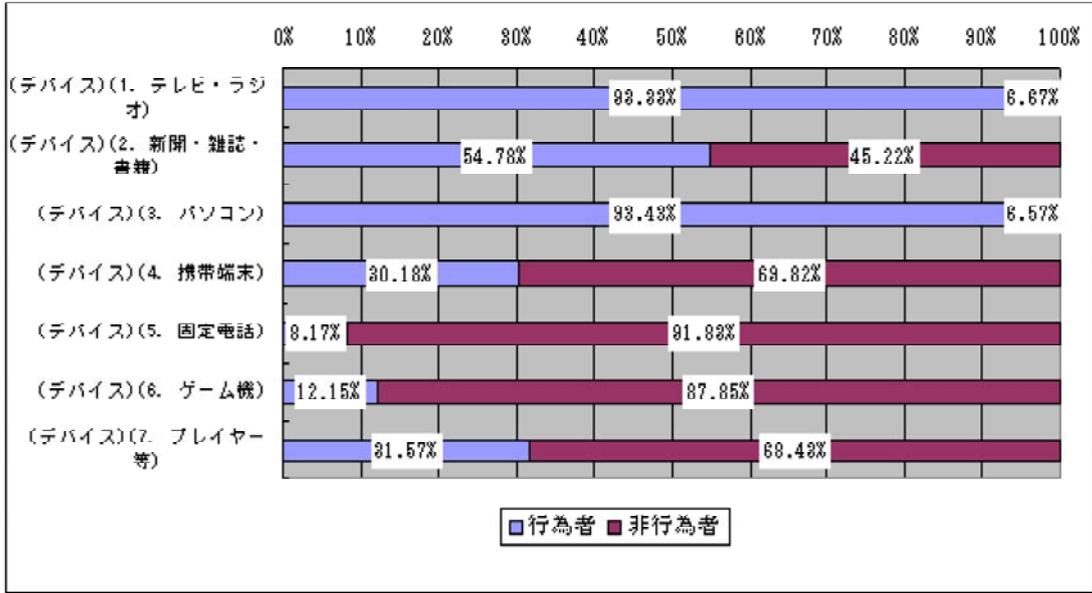
		1日目			2日目			週平均		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(デバイス)① テレビ・ラジオ)	行為者	897	89.3%	309.58	872	86.9%	256.03	937	93.3%	254.87
	非行為者	107	10.7%	0.00	132	13.1%	0.00	67	6.7%	0.00
	合計	1,004	100.0%	276.59	1,004	100.0%	222.37	1,004	100.0%	237.86
(デバイス)② 新聞・雑誌・書籍)	行為者	446	44.4%	57.88	389	38.7%	52.44	550	54.8%	39.90
	非行為者	558	55.6%	0.00	615	61.3%	0.00	454	45.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	25.71	1,004	100.0%	20.32	1,004	100.0%	21.86
(デバイス)③ パソコン)	行為者	842	83.9%	204.57	868	86.5%	272.44	938	93.4%	232.54
	非行為者	162	16.1%	0.00	136	13.5%	0.00	66	6.6%	0.00
	合計	1,004	100.0%	171.56	1,004	100.0%	235.53	1,004	100.0%	217.25
(デバイス)④ 携帯端末)	行為者	208	20.7%	109.83	223	22.2%	98.27	303	30.2%	73.20
	非行為者	796	79.3%	0.00	781	77.8%	0.00	701	69.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	22.75	1,004	100.0%	21.83	1,004	100.0%	22.09
(デバイス)⑤ 固定電話)	行為者	36	3.6%	82.08	60	6.0%	145.00	82	8.2%	86.08
	非行為者	968	96.4%	0.00	944	94.0%	0.00	922	91.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	2.94	1,004	100.0%	8.67	1,004	100.0%	7.03
(デバイス)⑥ ゲーム機)	行為者	102	10.2%	123.82	68	6.8%	125.07	122	12.2%	79.37
	非行為者	902	89.8%	0.00	936	93.2%	0.00	882	87.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	12.58	1,004	100.0%	8.47	1,004	100.0%	9.65
(デバイス)⑦ プレイヤー等)	行為者	217	21.6%	138.87	202	20.1%	92.15	317	31.6%	69.11
	非行為者	787	78.4%	0.00	802	79.9%	0.00	687	68.4%	0.00
	合計	1,004	100.0%	30.01	1,004	100.0%	18.54	1,004	100.0%	21.82

図表2-9

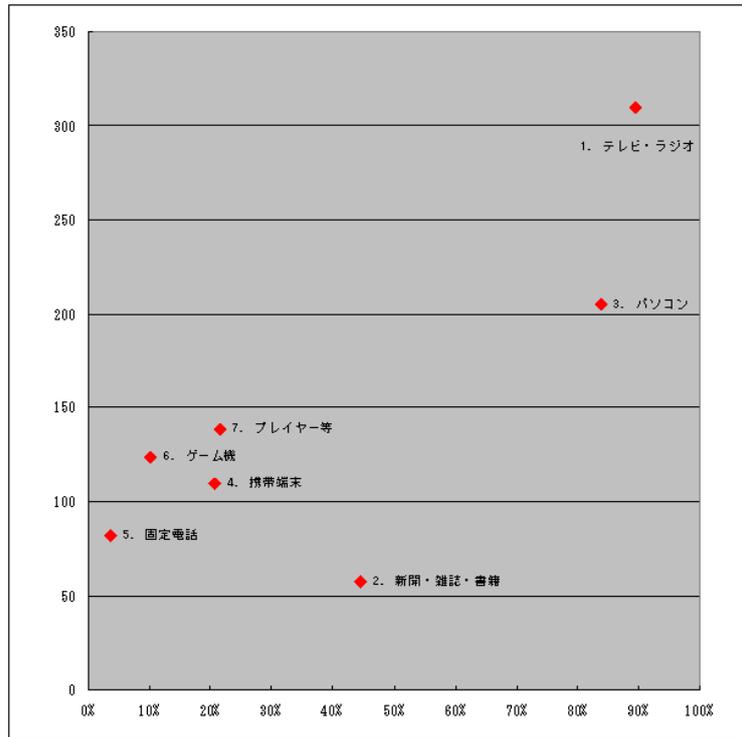
[デバイス (単純 30 分間換算)]

		1日目(30分換算)			2日目(30分換算)			週平均(30分換算)		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(デバイス)① テレビ・ラジオ)	行為者	897	89.3%	380.43	872	86.9%	323.70	937	93.3%	319.23
	非行為者	107	10.7%	0.00	132	13.1%	0.00	67	6.7%	0.00
	合計	1,004	100.0%	339.89	1,004	100.0%	281.15	1,004	100.0%	297.93
(デバイス)② 新聞・雑誌・書籍)	行為者	446	44.4%	89.73	389	38.7%	85.37	550	54.8%	63.92
	非行為者	558	55.6%	0.00	615	61.3%	0.00	454	45.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	39.86	1,004	100.0%	33.08	1,004	100.0%	35.02
(デバイス)③ パソコン)	行為者	842	83.9%	250.74	868	86.5%	331.00	938	93.4%	285.67
	非行為者	162	16.1%	0.00	136	13.5%	0.00	66	6.6%	0.00
	合計	1,004	100.0%	216.99	1,004	100.0%	286.85	1,004	100.0%	266.89
(デバイス)④ 携帯端末)	行為者	208	20.7%	151.88	223	22.2%	141.12	303	30.2%	103.97
	非行為者	796	79.3%	0.00	781	77.8%	0.00	701	69.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	31.46	1,004	100.0%	31.34	1,004	100.0%	31.38
(デバイス)⑤ 固定電話)	行為者	36	3.6%	110.83	60	6.0%	179.00	82	8.2%	107.46
	非行為者	968	96.4%	0.00	944	94.0%	0.00	922	91.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	3.97	1,004	100.0%	10.70	1,004	100.0%	8.78
(デバイス)⑥ ゲーム機)	行為者	102	10.2%	160.00	68	6.8%	161.03	122	12.2%	102.33
	非行為者	902	89.8%	0.00	936	93.2%	0.00	882	87.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	16.25	1,004	100.0%	10.91	1,004	100.0%	12.43
(デバイス)⑦ プレイヤー等)	行為者	217	21.6%	185.39	202	20.1%	134.85	317	31.6%	97.64
	非行為者	787	78.4%	0.00	802	79.9%	0.00	687	68.4%	0.00
	合計	1,004	100.0%	40.07	1,004	100.0%	27.13	1,004	100.0%	30.83

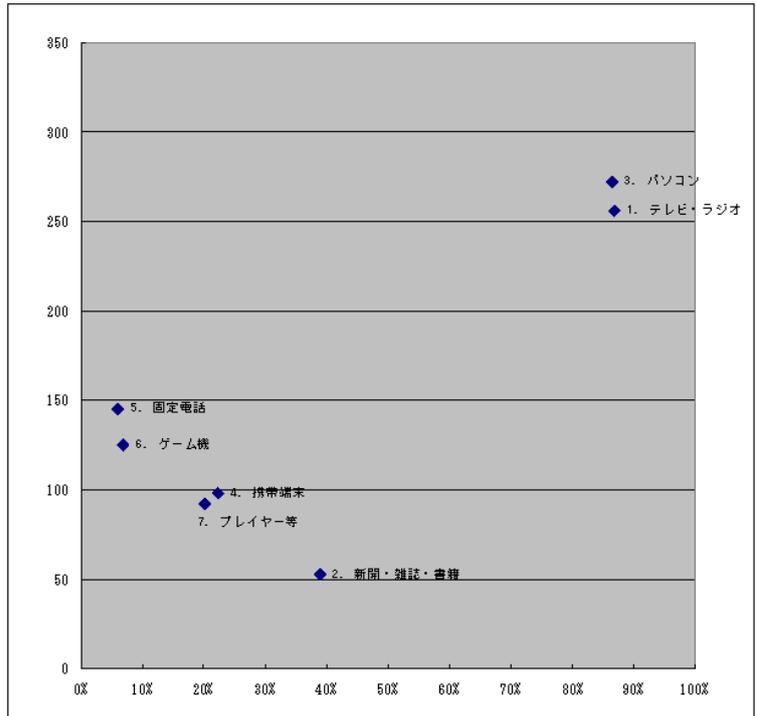
図表2-10



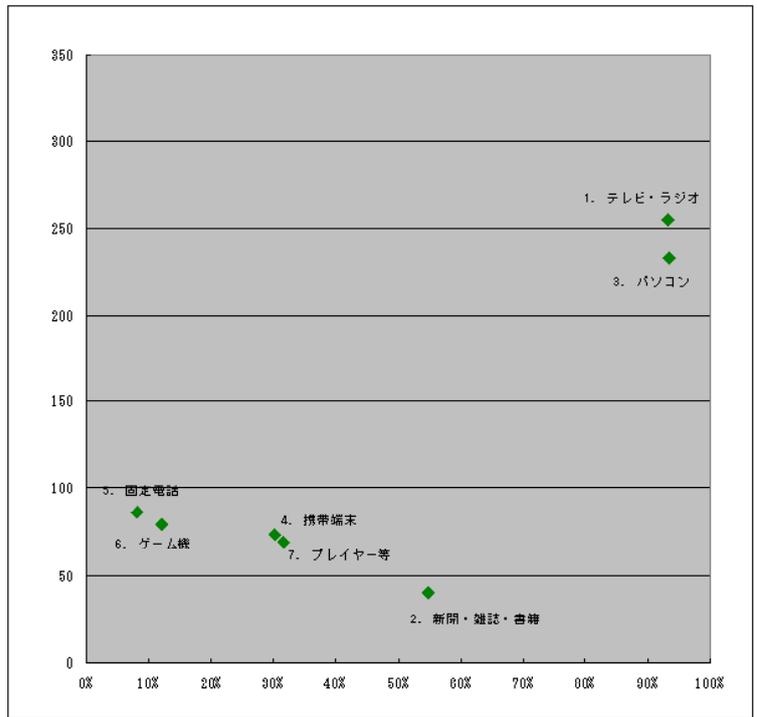
図表2-11 デバイス 総括(週平均)



図表2-12 デバイス1日目



図表2-13 デバイス2日目



図表2-14 デバイス週平均

【アプリケーション・コンテンツ利用】の観点からも同様に、同時に複数のアプリケーションを利用

するケースが多々ある(同じ時間帯に複数のアプリケーションを利用したとする回答が想定される)ことから、ユーザには複数回答を許容しており、デバイスの場合と同様に、短め・長めの2通りの換算方法を採用している。

休日において、最も利用時間の長いアプリケーションは「放送番組視聴」253分～314分(≒4.2時間～5.2時間)であり、次いで「ホームページ閲覧」98分～130分(≒1.6時間～2.2時間)である。

アプリケーションのうち、「オールドメディア」と呼ばれるもの^(※5)と、「ネットメディア」と呼ばれるもの^(※6)を抽出してみると、「オールドメディア」278分～351分(≒4.6時間～5.9時間)に対し、「ネットメディア」222分～297分(≒3.7時間～5時間)となっており、休日には「オールドメディア」が良く利用されていると言える。この傾向は、平日では逆転し、「オールドメディア」229分～298分(≒3.8時間～5時間)に対し、「ネットメディア」232分～310分(≒3.9時間～5.2時間)となっている。

週平均1日当たりの利用時間で見ると、「放送番組視聴」221分～278分(≒3.7時間～4.6時間)、「ホームページ閲覧」99分～132分(≒1.7時間～2.2時間)、「電子メール送受信」85分～115分(≒1.4時間～1.9時間)、などといったアプリケーションの利用時間が長い。

多くのユーザにとって、これらのアプリケーションを軸にメディア(アプリケーション)の利用が展開されていると言うことができるが、例えば「動画共有サービス視聴・アップロード」「動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等ダウンロード・視聴」などのように、利用ユーザが1割にも満たないアプリケーションも多く、その限られたユーザは、これらのアプリケーションを、それぞれ、85分～109分(≒1.4時間～1.8時間)、55分～73分(≒0.9時間～1.2時間)、と、非常に長時間利用していることから、多くのユーザに広範に利用されているアプリケーションと、特定のユーザに深く利用されているアプリケーション、の存在が明らかになる。

(※5)本調査では、「テレビ・ラジオなどの放送番組の視聴」「新聞・雑誌などの記事の閲読、書籍・マンガなどの読書」を指す。

(※6) 本調査では、「ホームページの閲覧(情報検索・ニュース等の情報入手)」「電子メールの送受信」「ブログ・ホームページの作成・更新、SNSの利用、掲示板・チャットの利用」「インターネットでの取引(ネットショッピング・ネットバンキングなど)」「動画共有サービス(『YouTube』『ニコニコ動画』など)の視聴・アップロード」「動画配信サービス(『GyaO』など)の視聴、音楽・ソフトウェア等のダウンロード・視聴」を指す。

[アプリケーション]

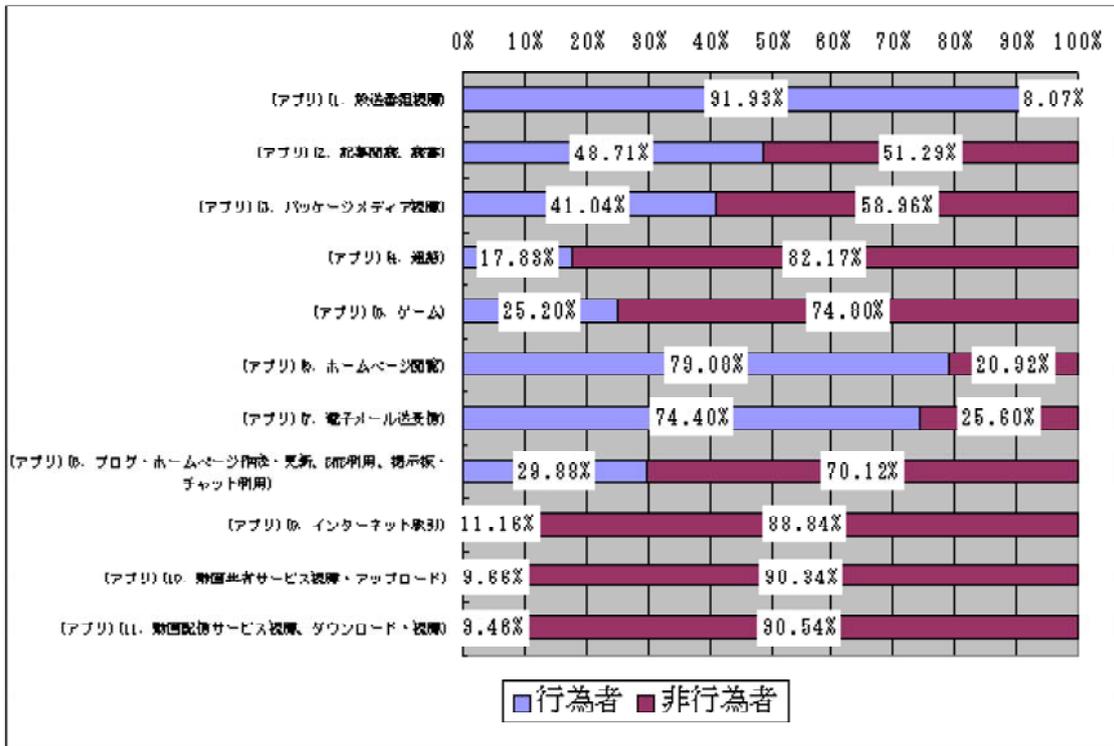
		1日目			2日目			週平均		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(アプリ)0. 放送番組視聴)	行為者	865	86.2%	293.36	847	84.4%	246.22	923	91.9%	239.94
	非行為者	139	13.8%	0.00	157	15.6%	0.00	81	8.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	252.74	1,004	100.0%	207.71	1,004	100.0%	220.58
(アプリ)02. 記事閲覧、読書)	行為者	372	37.1%	68.75	345	34.4%	63.09	489	48.7%	46.74
	非行為者	632	62.9%	0.00	659	65.6%	0.00	515	51.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	25.47	1,004	100.0%	21.68	1,004	100.0%	22.76
(アプリ)03. パッケージメディア視聴)	行為者	297	29.6%	147.22	259	25.0%	101.76	412	41.0%	76.01
	非行為者	707	70.4%	0.00	745	74.2%	0.00	592	59.0%	0.00
	合計	1,004	100.0%	43.55	1,004	100.0%	26.25	1,004	100.0%	31.19
(アプリ)4. 通話)	行為者	94	9.4%	56.81	131	13.0%	84.96	179	17.8%	52.94
	非行為者	910	90.6%	0.00	873	87.0%	0.00	825	82.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	5.32	1,004	100.0%	11.09	1,004	100.0%	9.44
(アプリ)5. ゲーム)	行為者	194	19.3%	152.47	157	15.6%	119.43	253	25.2%	86.34
	非行為者	810	80.7%	0.00	847	84.4%	0.00	751	74.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	29.46	1,004	100.0%	18.68	1,004	100.0%	21.76
(アプリ)6. ホームページ閲覧)	行為者	667	66.4%	147.86	660	65.7%	151.59	794	79.1%	125.49
	非行為者	337	33.6%	0.00	344	34.3%	0.00	210	20.9%	0.00
	合計	1,004	100.0%	98.23	1,004	100.0%	99.65	1,004	100.0%	99.25
(アプリ)7. 電子メール送受信)	行為者	611	60.9%	120.34	643	64.0%	139.83	747	74.4%	114.10
	非行為者	393	39.1%	0.00	361	36.0%	0.00	257	25.6%	0.00
	合計	1,004	100.0%	73.24	1,004	100.0%	89.55	1,004	100.0%	84.89
(アプリ)8. ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示)	行為者	220	21.9%	126.61	213	21.2%	123.10	300	29.9%	88.96
	非行為者	784	78.1%	0.00	791	78.8%	0.00	704	70.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	27.74	1,004	100.0%	26.12	1,004	100.0%	26.59
(アプリ)09. インターネット取引)	行為者	74	7.4%	06.35	61	6.1%	65.16	112	11.2%	41.65
	非行為者	930	92.6%	0.00	943	93.9%	0.00	892	88.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	6.36	1,004	100.0%	3.96	1,004	100.0%	4.65
(アプリ)10. 動画共有サービス視聴・アップロード)	行為者	63	6.3%	135.71	63	6.3%	130.00	97	9.7%	85.49
	非行為者	941	93.7%	0.00	941	93.7%	0.00	907	90.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	8.52	1,004	100.0%	8.16	1,004	100.0%	8.26
(アプリ)11. 動画配信サービス視聴、ダウンロード・視聴)	行為者	64	6.4%	118.13	46	4.6%	92.61	95	9.5%	54.77
	非行為者	940	93.6%	0.00	958	95.4%	0.00	909	90.5%	0.00
	合計	1,004	100.0%	7.53	1,004	100.0%	4.24	1,004	100.0%	5.18
オールメディア合計	行為者			362.11			309.30			286.67
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			278.22			229.39			243.34
ネットメディア合計	行為者			735.01			702.29			510.46
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			221.62			231.68			228.81
アプリ合計	行為者			1,453.62			1,317.74			1,012.42
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			578.17			517.08			534.54

図表 2-15

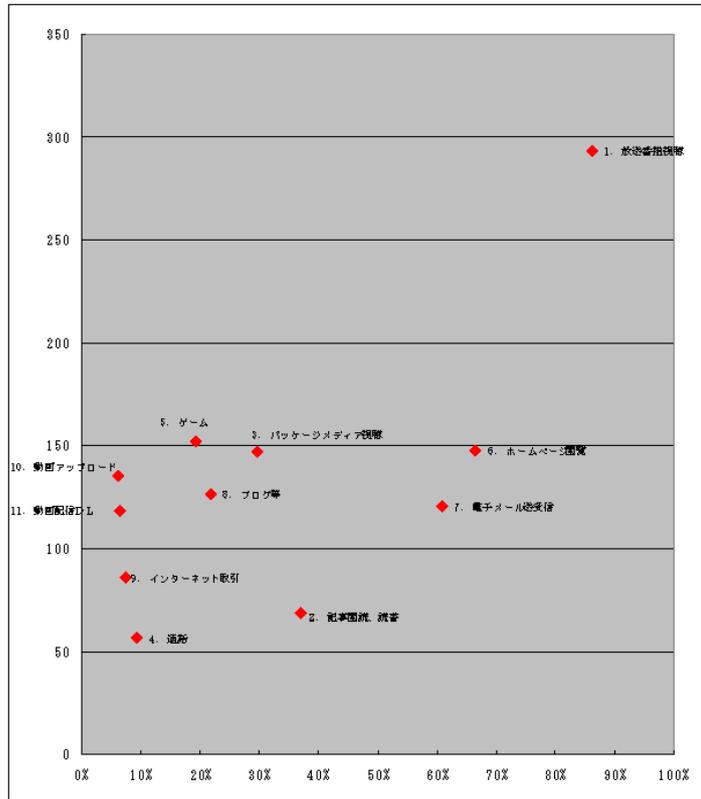
[アプリケーション(単純30分間換算)]

		1日目(30分換算)			2日目(30分換算)			週平均(30分換算)		
		度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値	度数	列の N %	平均値
(アプリ)0. 放送番組視聴)	行為者	865	86.2%	363.92	847	84.4%	313.49	923	91.9%	302.93
	非行為者	139	13.8%	0.00	157	15.6%	0.00	81	8.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	313.54	1,004	100.0%	264.47	1,004	100.0%	278.49
(アプリ)02. 記事閲覧、読書)	行為者	372	37.1%	102.18	345	34.4%	96.96	489	48.7%	71.07
	非行為者	632	62.9%	0.00	659	65.6%	0.00	515	51.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	37.86	1,004	100.0%	33.32	1,004	100.0%	34.61
(アプリ)03. パッケージメディア視聴)	行為者	297	29.6%	191.02	259	25.0%	143.06	412	41.0%	104.11
	非行為者	707	70.4%	0.00	745	74.2%	0.00	592	59.0%	0.00
	合計	1,004	100.0%	56.74	1,004	100.0%	37.11	1,004	100.0%	42.72
(アプリ)04. 通話)	行為者	94	9.4%	85.53	131	13.0%	118.63	179	17.8%	74.84
	非行為者	910	90.6%	0.00	873	87.0%	0.00	825	82.2%	0.00
	合計	1,004	100.0%	8.01	1,004	100.0%	15.48	1,004	100.0%	13.34
(アプリ)05. ゲーム)	行為者	194	19.3%	193.61	157	15.6%	158.03	253	25.2%	112.46
	非行為者	810	80.7%	0.00	847	84.4%	0.00	751	74.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	37.41	1,004	100.0%	24.71	1,004	100.0%	28.34
(アプリ)06. ホームページ閲覧)	行為者	667	66.4%	194.98	660	65.7%	201.55	794	79.1%	186.46
	非行為者	337	33.6%	0.00	344	34.3%	0.00	210	20.9%	0.00
	合計	1,004	100.0%	129.53	1,004	100.0%	132.49	1,004	100.0%	131.64
(アプリ)07. 電子メール送受信)	行為者	611	60.9%	165.86	643	64.0%	188.82	747	74.4%	154.85
	非行為者	393	39.1%	0.00	361	36.0%	0.00	257	25.6%	0.00
	合計	1,004	100.0%	100.94	1,004	100.0%	120.93	1,004	100.0%	115.21
(アプリ)08. ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示)	行為者	220	21.9%	167.86	213	21.2%	163.10	300	29.9%	117.89
	非行為者	784	78.1%	0.00	791	78.8%	0.00	704	70.1%	0.00
	合計	1,004	100.0%	36.79	1,004	100.0%	34.60	1,004	100.0%	35.22
(アプリ)09. インターネット取引)	行為者	74	7.4%	119.59	61	6.1%	94.92	112	11.2%	59.50
	非行為者	930	92.6%	0.00	943	93.9%	0.00	892	88.8%	0.00
	合計	1,004	100.0%	8.81	1,004	100.0%	5.77	1,004	100.0%	6.64
(アプリ)10. 動画共有サービス視聴・アップロード)	行為者	63	6.3%	175.24	63	6.3%	165.71	97	9.7%	109.40
	非行為者	941	93.7%	0.00	941	93.7%	0.00	907	90.3%	0.00
	合計	1,004	100.0%	11.00	1,004	100.0%	10.40	1,004	100.0%	10.57
(アプリ)11. 動画配信サービス視聴、ダウンロード・視聴)	行為者	64	6.4%	152.81	46	4.6%	126.52	95	9.5%	73.17
	非行為者	940	93.6%	0.00	958	95.4%	0.00	909	90.5%	0.00
	合計	1,004	100.0%	9.74	1,004	100.0%	5.80	1,004	100.0%	6.92
オールメディア合計	行為者			466.10			410.45			374.00
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			351.39			297.79			313.10
ネットメディア合計	行為者			976.35			940.62			681.27
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			296.80			309.98			306.22
アプリ合計	行為者			1,913.40			1,771.58			1,346.68
	非行為者			0.00			0.00			0.00
	合計			750.36			685.07			703.72

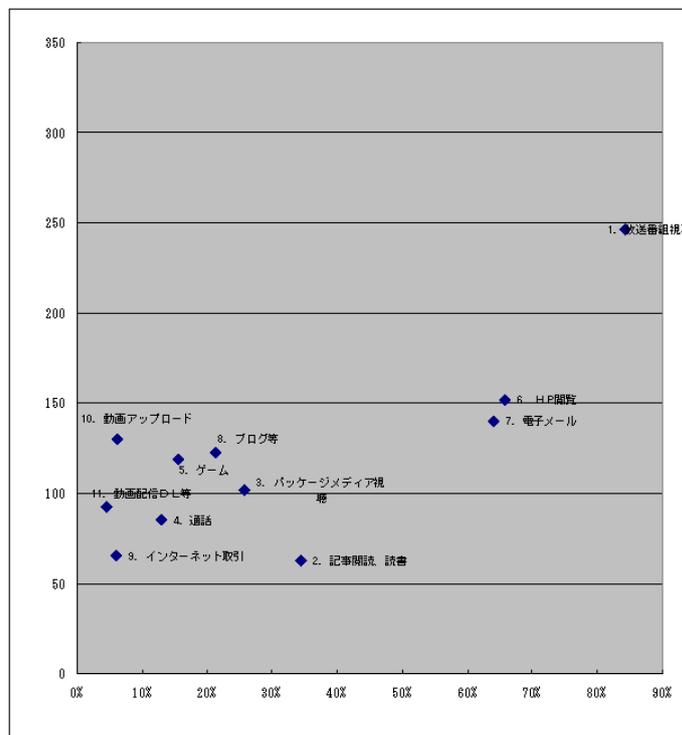
図表2-16



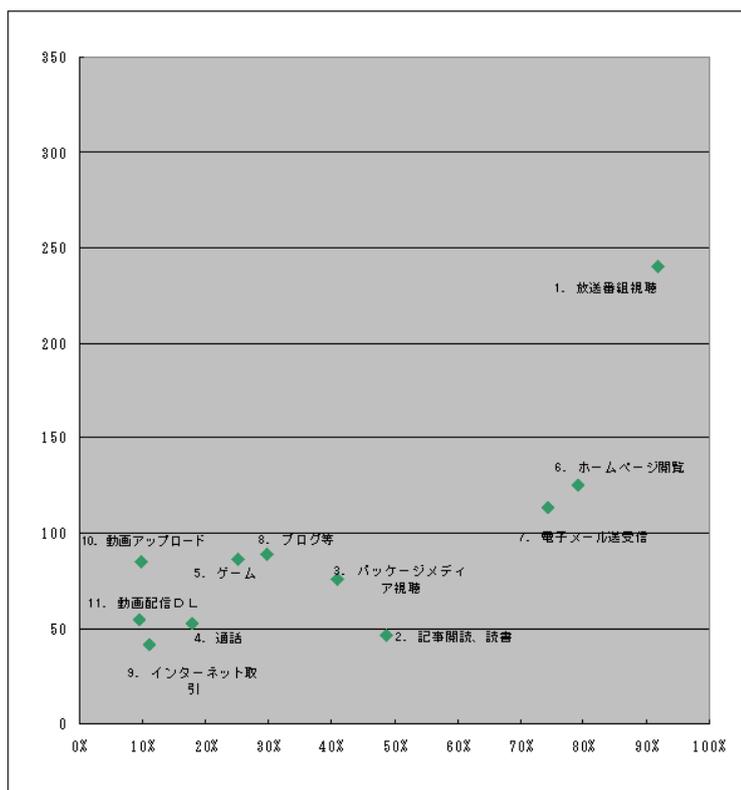
図表2-17 アプリケーション 総括(週平均)



図表2-18 アプリケーション1日目



図表2-19 アプリケーション2日目



図表2-20 アプリケーション週平均

本調査で明らかになった、アプリケーションの利用状況について、先行調査であるNHKの「国民生活時間調査」(2005年)と比較してみると^(*)、メディアの利用時間を単数回答で把握している「国民生活時間調査」と、アプリケーションの利用を複数回答で把握している本調査において、「放送番組視聴」「記事閲読、読書」「パッケージメディア視聴」などといった、従来から利用が一般的であったアプリケーションの利用時間については、それほど大きな差異が認められない。

それに対して、インターネットの利用に関しては、「国民生活時間調査」においては、13～20分(0.2～0.3時間)程度しか測定されていないが、本調査では、142～148分(2.4～2.5時間)程度の利用時間が測定されている。

これは、単数回答の利用調査では表面に表れてこないインターネットの利用が、複数回答方式

(*)NHKの「国民生活時間調査」では、全曜日を対象に調査を行っているため、土曜日・日曜日・平日といった単位での集計がなされているが、本調査では、「休日を代表する日として『日曜日(調査1日目)』」、「平日を代表する日として『水曜日(調査2日目)』」、の2日間の調査により、傾向の分析を試みている。このことから、「国民生活時間調査」の日曜日のデータと本調査の日曜日(調査1日目)のデータを、「国民生活時間調査」の平日のデータと本調査の水曜日(調査2日目)のデータを、それぞれ比較している。

また、本調査では「デバイス」の利用と「アプリケーション」の利用を区別して利用時間の測定を行っているが「国民生活時間調査」では、これらを特に区別していないため、厳密な比較とはなっていない。

である本調査では、アプリケーションの利用時間として測定されていることに起因しているものと考えられる。

すなわち、

- インターネットが、テレビや新聞といったメディアと同時に併用されることが一般的であること
- インターネットの利用が、テレビや新聞といったメディアの利用を単純に代替している訳ではないこと^(*8)

を表していると言うことができる。

★日曜日						
本調査	行為者率(%)	全体平均時間(分)	行為者率(%)	全体平均時間(分)	NHK国民生活時間調査	差異(分)
放送番組視聴	86	253	90	272	{ テレビ ラジオ	▲ 19
			12	264		
記事閲覧、読書	37	25	43	38	{ 新聞 雑誌・マンガ・本	▲ 13
			21	21		
パッケージメディア視聴	30	44	11	24	{ ビデオ CD・MD・テープ	20
			10	12		
		148	15	20	インターネット	128
ホームページ閲覧	66	98				
ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	22	28				
インターネット取引	7	6				
動画共有サービス視聴・アップロード	6	9				
動画配信サービス視聴、ダウンロード・視聴	6	8				

★平日						
本調査	行為者率(%)	全体平均時間(分)	行為者率(%)	全体平均時間(分)	NHK国民生活時間調査	差異(分)
放送番組視聴	84	208	90	230	{ テレビ ラジオ	▲ 22
			15	207		
記事閲覧、読書	34	22	44	34	{ 新聞 雑誌・マンガ・本	▲ 12
			18	21		
パッケージメディア視聴	26	26	8	17	{ ビデオ CD・MD・テープ	9
			9	9		
		142	13	13	インターネット	129
ホームページ閲覧	66	100				
ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	21	26				
インターネット取引	6	4				
動画共有サービス視聴・アップロード	6	8				
動画配信サービス視聴、ダウンロード・視聴	5	4				

図表2-21 NHK2005年国民生活時間調査との比較

(*8) インターネットの利用時間が長時間に及んだからといって、テレビや新聞といったメディアの利用時間が短くなっている訳ではない。

2.1.2. ユビキタス化

屋外、自宅外でのメディア利用の状況については、行動調査の結果、本調査の対象である全てのデバイス、アプリケーションが屋外や自宅外で利用されていることが確認された。メディア利用におけるユビキタス化が進展しているといえる。

それでは、どのような「デバイス」や「アプリケーション」のユビキタス化が、特に進展しているのかについて見てみる。それぞれの「デバイス」や「アプリケーション」の屋外/自宅外での利用時間の割合が、全行動時間における屋外/自宅外での行動時間の割合を上回る場合に、特に利用が進んでいると考えることとする。

まず、「屋外」の定義については、場所の調査項目のうち「自宅外(公共交通機関内)」、「自宅外(マイカー)」、「自宅外(屋外)」の休日平日平均値の合計とすると、3ページの集計結果から、137.13分であり、全体の9.8%を占める。

一方、「自宅外」の定義については、上記「屋外」の時間に、場所の調査項目のうち「自宅外の屋内」を加えたものとする、同じく3ページの集計結果から、平均385.86分であり、全体の27.5%を占める。

まず、それぞれの「デバイス」の屋外利用時間割合については、「携帯端末」21.3%、「プレーヤー」36.6%が、上記の「屋外」平均比率の9.5%を上回っており、屋外利用が進んでいるといえる。また、自宅外利用時間割合については、「パソコン」32.7%、「携帯端末」51.5%、「固定電話」81.1%、「プレーヤー」48.9%が「自宅外」平均比率である27.5%を上回っており、自宅外利用が進んでいるといえる。

同様に「アプリケーション」については、屋外利用時間の割合は「記事閲読、読書」10.0%、「パッケージメディア視聴」23.6%、「通話」12.6%が屋外平均比率を上回っており、屋外利用が進んでいるといえることができる。また、自宅外利用時間割合については「パッケージメディア視聴」32.1%、「通話」67.1%、「電子メール」29.9%が自宅外の平均比率を上回っており、自宅外での利用が進展しているといえることができる。

「ユビキタス≒屋外利用」と考えた場合（デバイス）

1日目(休日)														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
屋内	325.8	95.9%	37.6	94.5%	211.7	97.6%	25.2	80.2%	3.7	94.0%	15.7	96.9%	26.4	66.0%
屋外	11.7	3.5%	1.7	4.2%	3.6	1.7%	5.7	18.2%	0.2	5.3%	0.5	3.1%	13.2	33.0%
その他	2.3	0.7%	0.5	1.3%	1.6	0.7%	0.5	1.6%	0.0	0.8%	0.0	0.0%	0.4	1.0%
合計	339.9	100.0%	39.9	100.0%	216.9	100.0%	31.5	100.0%	4.0	100.0%	16.3	100.0%	40.1	100.0%

2日目(平日)														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
屋内	267.7	95.2%	29.0	87.7%	271.7	94.7%	23.4	74.5%	10.3	96.6%	10.4	95.1%	15.7	57.7%
屋外	12.7	4.5%	3.9	11.9%	6.2	2.1%	7.1	22.5%	0.3	2.5%	0.3	2.7%	10.6	39.1%
その他	0.7	0.3%	0.1	0.4%	9.0	3.1%	0.9	3.0%	0.1	0.8%	0.2	2.2%	0.9	3.2%
合計	281.1	100.0%	33.1	100.0%	286.9	100.0%	31.3	100.0%	10.7	100.0%	10.9	100.0%	27.1	100.0%

週平均														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
屋内	284.3	95.4%	31.5	89.9%	254.6	95.4%	23.9	76.2%	8.5	96.3%	11.9	95.7%	18.7	60.8%
屋外	12.4	4.2%	3.3	9.4%	5.4	2.0%	6.7	21.3%	0.3	2.9%	0.4	2.9%	11.4	36.8%
その他	1.2	0.4%	0.2	0.7%	6.9	2.6%	0.8	2.6%	0.1	0.8%	0.2	1.4%	0.7	2.4%
合計	297.9	100.0%	35.0	100.0%	266.9	100.0%	31.4	100.0%	8.8	100.0%	12.4	100.0%	30.8	100.0%

図表 2-22

「ユビキタス≒自宅外利用」と考えた場合（デバイス）

1日目(休日)														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
自宅内	313.0	92.1%	35.4	88.8%	198.3	91.4%	19.8	63.1%	1.2	29.3%	14.0	85.8%	23.5	58.8%
自宅外	26.9	7.9%	4.5	11.2%	18.6	8.6%	11.6	36.9%	2.8	70.7%	2.3	14.2%	16.5	41.2%
合計	339.9	100.0%	39.9	100.0%	216.9	100.0%	31.5	100.0%	4.0	100.0%	16.3	100.0%	40.1	100.0%

2日目(平日)														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
自宅内	257.1	91.5%	25.6	77.3%	172.1	60.0%	13.4	42.6%	1.9	17.3%	10.1	92.3%	12.6	46.6%
自宅外	24.0	8.5%	7.5	22.7%	114.7	40.0%	18.0	57.4%	8.8	82.7%	0.8	7.7%	14.5	53.4%
合計	281.1	100.0%	33.1	100.0%	286.9	100.0%	31.3	100.0%	10.7	100.0%	10.9	100.0%	27.1	100.0%

週平均														
	D1.テレビ・ラジオ		D2.新聞・雑誌・書籍		D3.パソコン		D4.携帯端末		D5.固定電話		D6.ゲーム機		D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	
自宅内	273.1	91.7%	28.4	81.1%	179.6	67.3%	15.2	48.5%	1.7	18.9%	11.2	89.9%	15.8	51.1%
自宅外	24.8	8.3%	6.6	18.9%	87.3	32.7%	16.2	51.5%	7.1	81.1%	1.3	10.1%	15.1	48.9%
合計	297.9	100.0%	35.0	100.0%	266.9	100.0%	31.4	100.0%	8.8	100.0%	12.4	100.0%	30.8	100.0%

図表 2-23

「ユビキタス≒屋外利用」と考えた場合（アプリケーション）

1日目(休日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
屋内	299.4	95.5%	35.6	94.2%	45.1	79.5%	6.8	84.7%	36.6	97.8%	125.7	97.1%	95.7	94.8%	35.9	97.6%
屋外	11.9	3.8%	1.7	4.4%	11.3	19.9%	1.2	14.9%	0.8	2.2%	3.1	2.4%	5.0	5.0%	0.7	1.8%
その他	2.2	0.7%	0.5	1.4%	0.4	0.6%	0.0	0.4%	0.0	0.0%	0.7	0.6%	0.2	0.2%	0.2	0.6%
合計	313.5	100.0%	37.9	100.0%	56.7	100.0%	8.0	100.0%	37.4	100.0%	129.5	100.0%	100.9	100.0%	36.8	100.0%

2日目(平日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
屋内	251.7	95.0%	28.5	85.6%	27.3	73.3%	13.5	86.7%	23.5	94.9%	129.5	97.8%	112.9	93.5%	33.0	95.9%
屋外	12.4	4.7%	4.2	12.5%	9.7	25.9%	1.9	12.1%	1.1	4.4%	2.6	1.9%	6.0	5.0%	0.7	2.1%
その他	1.0	0.4%	0.6	1.9%	0.3	0.8%	0.2	1.2%	0.2	0.7%	0.3	0.2%	1.8	1.5%	0.7	2.0%
合計	265.1	100.0%	33.3	100.0%	37.3	100.0%	15.5	100.0%	24.7	100.0%	132.4	100.0%	120.7	100.0%	34.4	100.0%

週平均																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
屋内	265.4	95.1%	30.5	88.3%	32.4	75.7%	11.6	86.4%	27.2	96.0%	128.4	97.6%	108.0	93.9%	33.8	96.4%
屋外	12.2	4.4%	3.4	10.0%	10.1	23.6%	1.7	12.6%	1.0	3.5%	2.7	2.1%	5.7	5.0%	0.7	2.0%
その他	1.3	0.5%	0.6	1.7%	0.3	0.7%	0.1	1.0%	0.1	0.5%	0.4	0.3%	1.3	1.2%	0.6	1.6%
合計	278.9	100.0%	34.6	100.0%	42.8	100.0%	13.4	100.0%	28.3	100.0%	131.6	100.0%	115.1	100.0%	35.1	100.0%

図表 2-24

1日目(休日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新	A09インターネット	A10動画共有サービス	A11動画配信サービス					
屋内	299.4	95.5%	35.6	94.2%	45.1	79.5%	6.8	84.7%	36.6	97.8%	125.7	97.1%	95.7	94.8%	35.9	97.6%
屋外	11.9	3.8%	1.7	4.4%	11.3	19.9%	1.2	14.9%	0.8	2.2%	3.1	2.4%	5.0	5.0%	0.7	1.8%
その他	2.2	0.7%	0.5	1.4%	0.4	0.6%	0.0	0.4%	0.0	0.0%	0.7	0.6%	0.2	0.2%	0.2	0.6%
合計	313.5	100.0%	37.9	100.0%	56.7	100.0%	8.0	100.0%	37.4	100.0%	129.5	100.0%	100.9	100.0%	36.8	100.0%

2日目(平日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新	A09インターネット	A10動画共有サービス	A11動画配信サービス					
屋内	251.7	95.0%	28.5	85.6%	27.3	73.3%	13.5	86.7%	23.5	94.9%	129.5	97.8%	112.9	93.5%	33.0	95.9%
屋外	12.4	4.7%	4.2	12.5%	9.7	25.9%	1.9	12.1%	1.1	4.4%	2.6	1.9%	6.0	5.0%	0.7	2.1%
その他	1.0	0.4%	0.6	1.9%	0.3	0.8%	0.2	1.2%	0.2	0.7%	0.3	0.2%	1.8	1.5%	0.7	2.0%
合計	265.1	100.0%	33.3	100.0%	37.3	100.0%	15.5	100.0%	24.7	100.0%	132.4	100.0%	120.7	100.0%	34.4	100.0%

週平均																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新	A09インターネット	A10動画共有サービス	A11動画配信サービス					
屋内	265.4	95.1%	30.5	88.3%	32.4	75.7%	11.6	86.4%	27.2	96.0%	128.4	97.6%	108.0	93.9%	33.8	96.4%
屋外	12.2	4.4%	3.4	10.0%	10.1	23.6%	1.7	12.6%	1.0	3.5%	2.7	2.1%	5.7	5.0%	0.7	2.0%
その他	1.3	0.5%	0.6	1.7%	0.3	0.7%	0.1	1.0%	0.1	0.5%	0.4	0.3%	1.3	1.2%	0.6	1.6%
合計	278.9	100.0%	34.6	100.0%	42.8	100.0%	13.4	100.0%	28.3	100.0%	131.6	100.0%	115.1	100.0%	35.1	100.0%

図表 2-25

「ユビキタス≒自宅外利用」と考えた場合（アプリケーション）

1日目(休日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
自宅内	287.7	91.7%	33.6	88.6%	42.2	74.3%	4.1	50.7%	33.9	90.7%	120.6	93.1%	86.0	87.2%	34.7	94.3%
自宅外	25.9	8.3%	4.2	11.2%	14.6	25.7%	3.9	49.3%	3.5	9.3%	8.9	6.9%	12.9	12.8%	2.1	5.7%
合計	313.5	100.0%	37.9	100.0%	56.7	100.0%	8.0	100.0%	37.4	100.0%	129.5	100.0%	100.9	100.0%	36.8	100.0%

2日目(平日)																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
自宅内	241.3	91.0%	25.2	75.6%	23.8	63.9%	4.5	29.2%	22.5	91.2%	106.0	80.1%	77.8	64.4%	30.3	88.1%
自宅外	23.8	9.0%	8.1	24.4%	13.4	36.1%	11.0	70.8%	2.2	8.8%	26.4	19.9%	42.9	35.6%	4.1	11.9%
合計	265.1	100.0%	33.3	100.0%	37.3	100.0%	15.5	100.0%	24.7	100.0%	132.4	100.0%	120.7	100.0%	34.4	100.0%

週平均																
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用								
自宅内	254.5	91.3%	27.6	79.7%	29.1	67.9%	4.4	32.9%	25.8	91.0%	110.2	83.7%	80.7	70.1%	31.5	90.0%
自宅外	24.4	8.7%	7.0	20.3%	13.8	32.1%	9.0	67.1%	2.6	9.0%	21.4	16.3%	34.4	29.9%	3.5	10.0%
合計	278.9	100.0%	34.6	100.0%	42.8	100.0%	13.4	100.0%	28.3	100.0%	131.6	100.0%	115.1	100.0%	35.1	100.0%

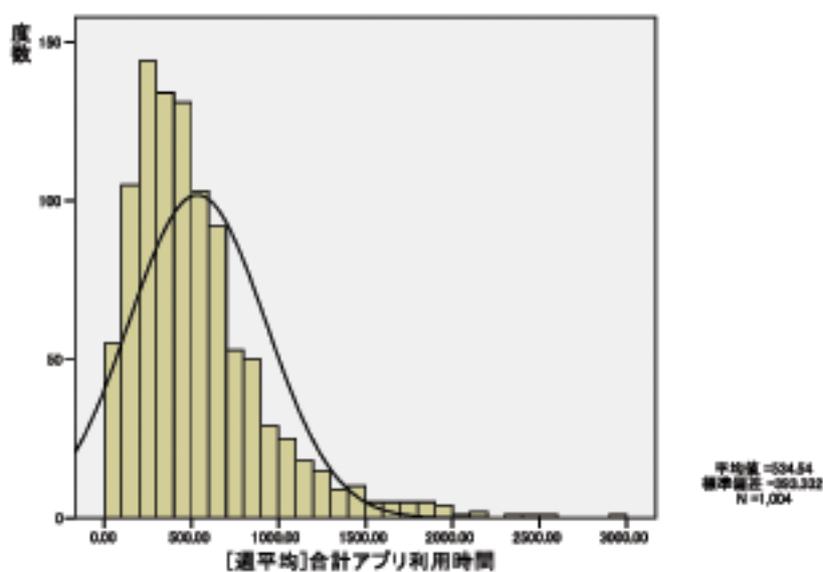
図表 2-26

1日目(休日)																						
	A01 放送番組	A02 記事閲覧	A03 パッケージ	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームペ	A07 電子メール	A08 ブログ・ホ	A09 インターネ	A10 動画共有	A11 動画配信											
自宅内	267.7	91.7%	33.6	88.8%	42.2	74.3%	4.1	50.7%	33.9	90.7%	120.6	93.1%	88.0	87.2%	34.7	94.3%	8.4	95.6%	10.6	96.5%	9.1	92.9%
自宅外	25.9	8.3%	4.2	11.2%	14.6	25.7%	3.9	49.3%	3.6	9.3%	8.9	6.9%	12.9	12.8%	2.1	5.7%	0.4	4.4%	0.4	3.5%	0.7	7.1%
合計	313.5	#####	37.9	#####	56.7	#####	8.0	#####	37.4	#####	129.5	#####	100.9	#####	36.8	#####	8.8	#####	11.0	#####	9.7	#####
2日目(平日)																						
	A01 放送番組	A02 記事閲覧	A03 パッケージ	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームペ	A07 電子メール	A08 ブログ・ホ	A09 インターネ	A10 動画共有	A11 動画配信											
自宅内	241.3	91.0%	25.2	75.6%	23.8	63.9%	4.5	29.2%	22.5	91.2%	106.0	80.1%	77.8	64.4%	30.3	88.1%	5.5	95.4%	10.3	96.6%	4.3	74.6%
自宅外	23.8	9.0%	8.1	24.4%	13.4	36.1%	11.0	70.8%	2.2	8.8%	26.4	19.9%	42.9	36.6%	4.1	11.9%	0.3	4.6%	0.1	1.4%	1.6	25.4%
合計	265.1	#####	33.3	#####	37.3	#####	15.5	#####	24.7	#####	132.4	#####	120.7	#####	34.4	#####	5.8	#####	10.5	#####	5.8	#####
週平均																						
	A01 放送番組	A02 記事閲覧	A03 パッケージ	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームペ	A07 電子メール	A08 ブログ・ホ	A09 インターネ	A10 動画共有	A11 動画配信											
自宅内	254.5	91.3%	27.6	79.7%	29.1	67.9%	4.4	32.9%	25.8	91.0%	110.2	83.7%	80.7	70.1%	31.5	90.0%	6.4	95.4%	10.4	96.0%	5.7	82.0%
自宅外	24.4	8.7%	7.0	20.3%	13.8	32.1%	9.0	67.1%	2.6	9.0%	21.4	16.3%	34.4	29.9%	3.5	10.0%	0.3	4.6%	0.2	2.0%	1.2	16.0%
合計	278.9	#####	34.6	#####	42.8	#####	13.4	#####	28.3	#####	131.6	#####	115.1	#####	35.1	#####	6.7	#####	10.6	#####	6.9	#####

図表 2-27

2.1.3. オールドメディア／ネットメディア

図表 2-15 に示すとおり、アプリケーションの週平均利用時間は約 535 分(8.9 時間)であり、これを平均利用時間ごとのユーザ分布のヒストグラムで表してみると図表 2-28 のとおりである。



図表 2-28 週平均アプリケーション利用時間の分布

多くのユーザは平均以下のアプリケーション利用時間を示しており、特にアプリケーション利用時間の長い一部のヘビーユーザが平均利用時間を押し上げていることが分かる。

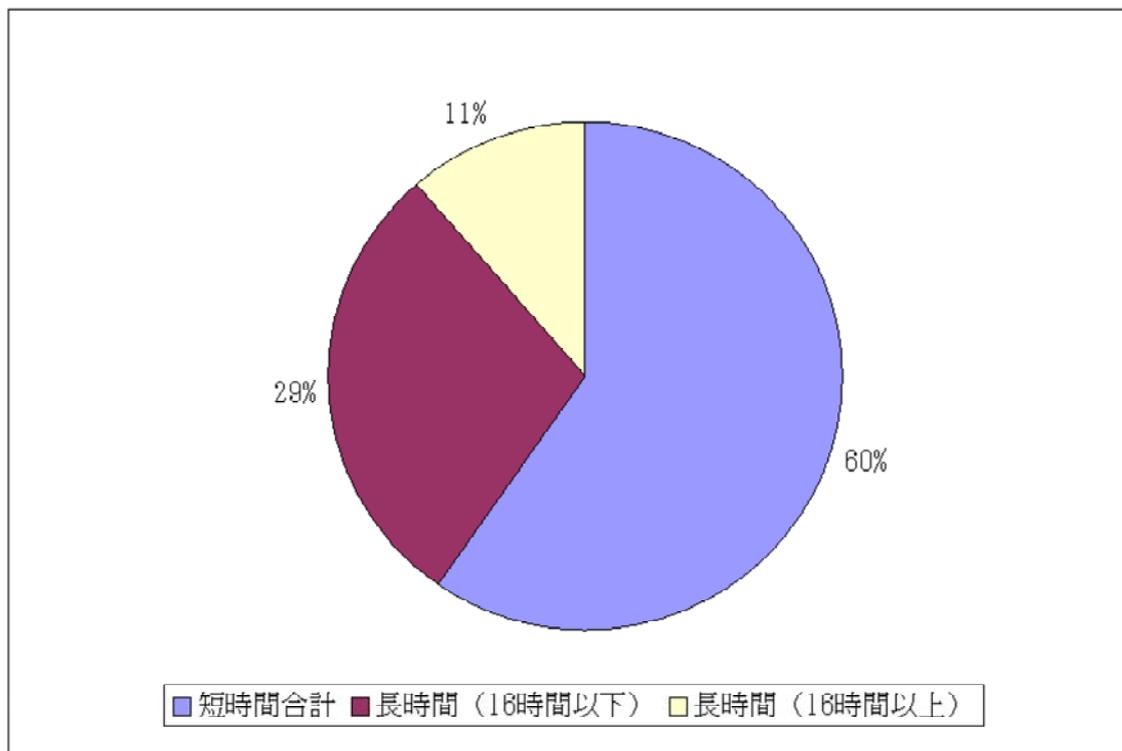
また、通常、人間が行動する時間と考えられる(睡眠時間以外の)約 16 時間(960 分)を超えたアプリケーション利用時間を示すユーザも多く、複数のアプリケーションを同時に使用する形態が常態化したユーザが一定割合で存在することが想定される。

こういったユーザの分布は、図表 2-29 に示すとおり、1 日あたりのアプリケーション利用時間合計が平均値である 535 分以下のユーザ層(「短時間」と表現)が約 60%、残余が平均値以上の時間に亘ってアプリケーションを利用するユーザ層と分類される。

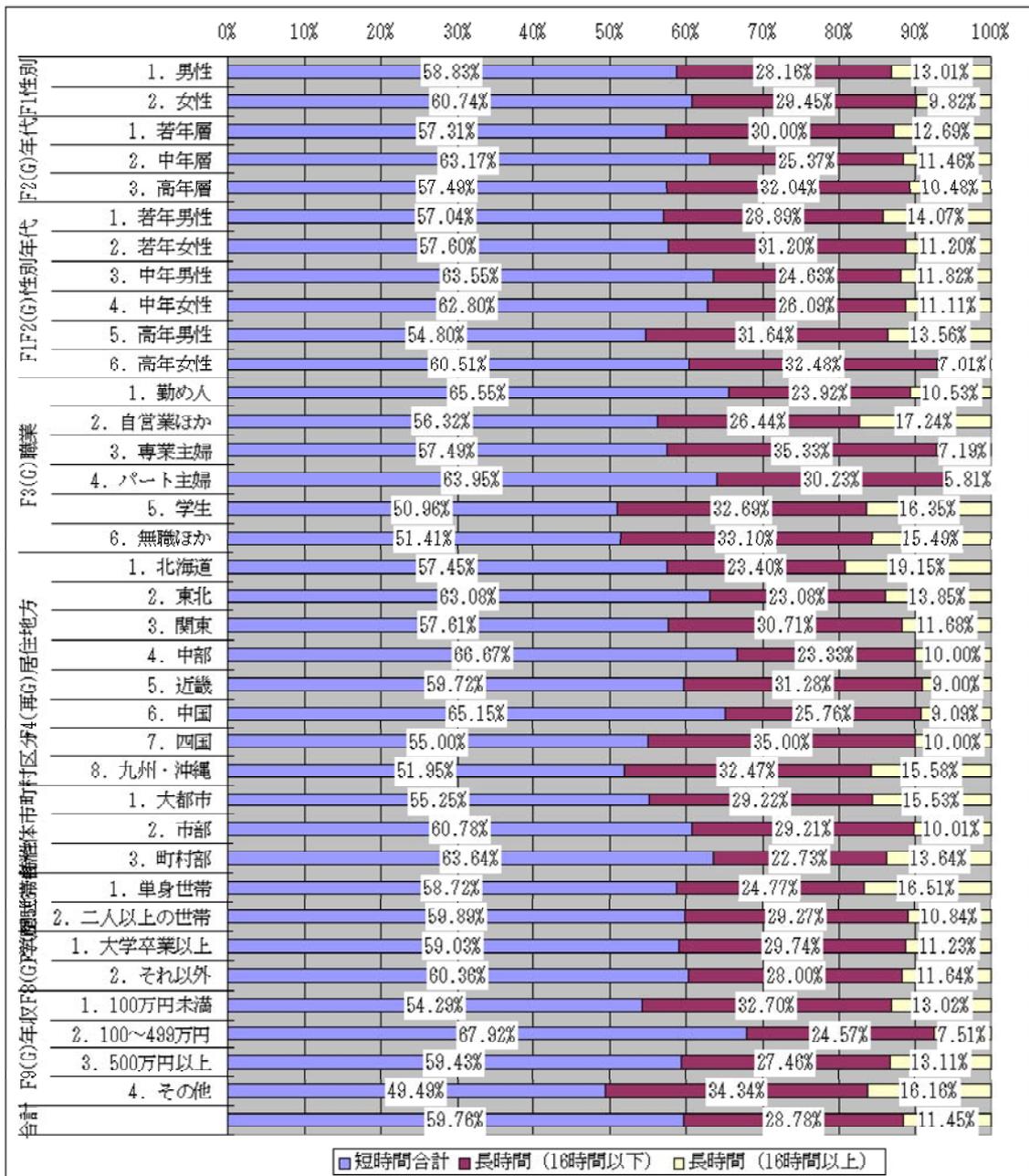
平均値である 535 分以上に亘ってアプリケーションを利用するユーザ層のうち、一部(全体の約 11%)のユーザは、1 日平均で 16 時間以上、アプリケーションを利用しており相当なヘビーユーザと考えてよい(「長時間(16 時間以上)」と表現)。残る 29%に相当するユーザは、1 日平均で 535 分以上 16 時間以下の範囲でアプリケーションを利用するユーザである(「長時間(16 時間以下)」と表現)。

このように、1 日あたりのアプリケーションの利用時間の長さによって、ユーザを、概ね 6 : 3 : 1 の比率に分類することができる。

自営業者・学生などにはヘビーユーザが多く、パート主婦や中年層にはライトユーザが比較的多い傾向にあると考えられる。



図表2-29 3分類総括



図表2-30 3分類 属性

これらのユーザが利用しているアプリケーションを見てみると、当然のことながら、おしなべて短時間利用ユーザよりは長時間利用ユーザの方がほとんどのアプリケーションの利用時間が長くなっているが、「短時間」ユーザ・「長時間(16時間以下)」ユーザ・「長時間(16時間以上)」ユーザ、それぞれのユーザを分ける大きな特徴を指摘することができる。

まず、「短時間」ユーザと「長時間(16時間以下)」ユーザの最も顕著な差異は、「放送番組視聴」の時間の長さにある。「短時間」ユーザは1日平均143分(2.4時間)しか放送番組

を視聴しないが、「長時間(16時間以下)」ユーザでは 332 分(5.5 時間)と倍以上になっている。しかしながら放送番組視聴時間は「長時間(16時間以上)」ユーザでも 348 分(5.8 時間)と「長時間(16時間以下)」ユーザとの差異は小さい。

アプリケーションの利用時間が平均以上となるか以下となるか、を左右するのは、放送番組の視聴時間の長さが最大の要因となっているが、放送番組の視聴時間はある程度の水準で頭打ちとなることがわかる。

他方、「長時間(16時間以下)」ユーザと「長時間(16時間以上)」ユーザのアプリケーション利用状況の差異は、「ホームページ閲覧」「電子メール送受信」「ブログ・ホームページの作成・更新、SNS の利用、掲示板・チャットの利用^(*9)」の時間の長さにある。

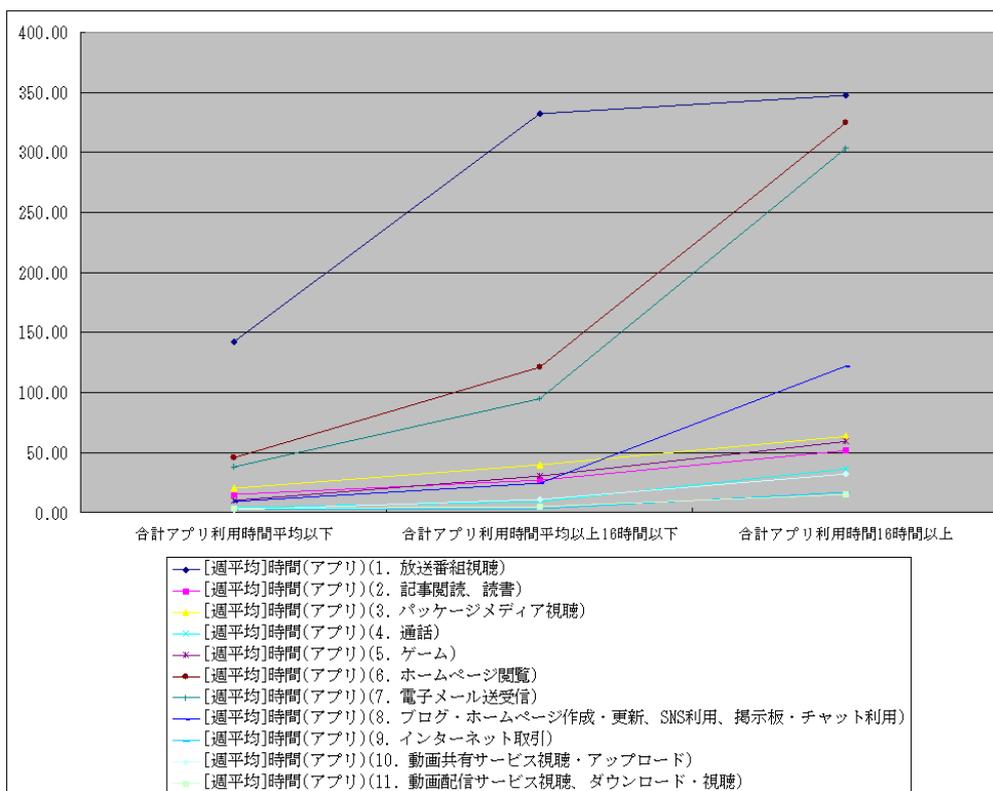
ホームページの閲覧時間は、「長時間(16時間以下)」ユーザが平均 121 分(2 時間)なのに対して「長時間(16時間以上)」ユーザが 324 分(5.4 時間)と極めて長く、電子メールの送受信、CGM についても、それぞれ、95 分(1.6 時間)⇔ 303 分(5.1 時間)、24 分(0.4 時間)⇔ 122 分(2 時間)、と大きな差異が生じている。

アプリケーションの利用時間が平均以上となるか平均以下となるかを左右するのは放送番組視聴時間の長さであったが、ヘビーユーザか否かを左右するのはインターネット系のアプリケーションの利用時間の長さであり、先述の NHK「国民生活時間調査」との比較や、1 日あたり 16 時間という生活行動時間を超える長さの合計アプリケーション利用時間を示していることなどから、これらインターネット系のアプリケーションの利用は、同時に複数のアプリケーションを併用することが常態化していることを想定することができる。

	[週平均]時間 (アプリ)(1. 放送 番組視聴)	[週平均]時間 (アプリ)(2. 記事 閲覧、読書)	[週平均]時間 (アプリ)(3. パッ ケージメディア 視聴)	[週平均]時間 (アプリ)(4. 通 話)	[週平均]時間 (アプリ)(5. ゲー ム)	[週平均]時間 (アプリ)(6. ホー ムページ閲覧)	[週平均]時間 (アプリ)(7. 電子 メール送受信)	[週平均]時間 (アプリ)(8. プロ グ・ホームペー ジ作成・更新、 SNS利用、掲 示板・チャット 利用)	[週平均]時間 (アプリ)(9. イン ターネット取引)
合計アプリ利用時間 平均以下	142.60	15.37	20.70	4.16	10.45	45.60	38.07	9.42	2.67
合計アプリ利用時間 平均以上16時	331.85	26.73	39.94	9.69	30.35	121.11	95.16	24.36	3.77
合計アプリ利用時間 16時間以上 合計	347.81	51.35	63.97	36.32	59.18	324.17	303.34	121.70	17.16
	220.58	22.76	31.19	9.44	21.76	99.25	84.89	26.58	4.65

図表2-31 各アプリケーション利用時間 平均以下、平均以上、16時間以上

(*9) CGM と略称する。



図表2-32 各アプリケーション利用時間 平均以下、平均以上、16時間以上

さらに、彼らが利用しているアプリケーションについて、先に=====で述べた考え方に基づき「オールドメディア」^{(*)10}と「ネットメディア」^{(*)11}の利用時間のいずれが長いか、という観点から分類を行った。

ここでは仮に、1日あたりのアプリケーションの利用時間が平均値以下で、「オールドメディア」の利用時間が「ネットメディア」の利用時間を上回るユーザを「短時間オールド派」と呼ぶ。同じく、1日あたりのアプリケーションの利用時間が平均値以上で、「オールドメディア」の利用時間が「ネットメディア」の利用時間を上回るユーザを「長時間オールド派」と呼ぶ。

(*)10 「テレビ・ラジオなどの放送番組の視聴」「新聞・雑誌などの記事の閲覧、書籍・マンガなどの読書」。

(*)11 「ホームページの閲覧(情報検索・ニュース等の情報入手)」「電子メールの送受信」「ブログ・ホームページの作成・更新、SNSの利用、掲示板・チャットの利用」「インターネットでの取引(ネットショッピング・ネットバンキングなど)」「動画共有サービス(『YouTube』『ニコニコ動画』などの視聴・アップロード)」「動画配信サービス(『GyaO』などの視聴、音楽・ソフトウェア等のダウンロード・視聴)」。

逆に、1日あたりのアプリケーションの利用時間が平均値以下で、「ネットメディア」の利用時間が「オールドメディア」の利用時間を上回るユーザを「短時間ネット派」と呼ぶ。また、1日あたりのアプリケーションの利用時間が平均値以上で、「ネットメディア」の利用時間が「オールドメディア」の利用時間を上回るユーザを「長時間ネット派」と呼ぶ。

すると、図表 2-33 に示すように、

短時間オールド派：38%

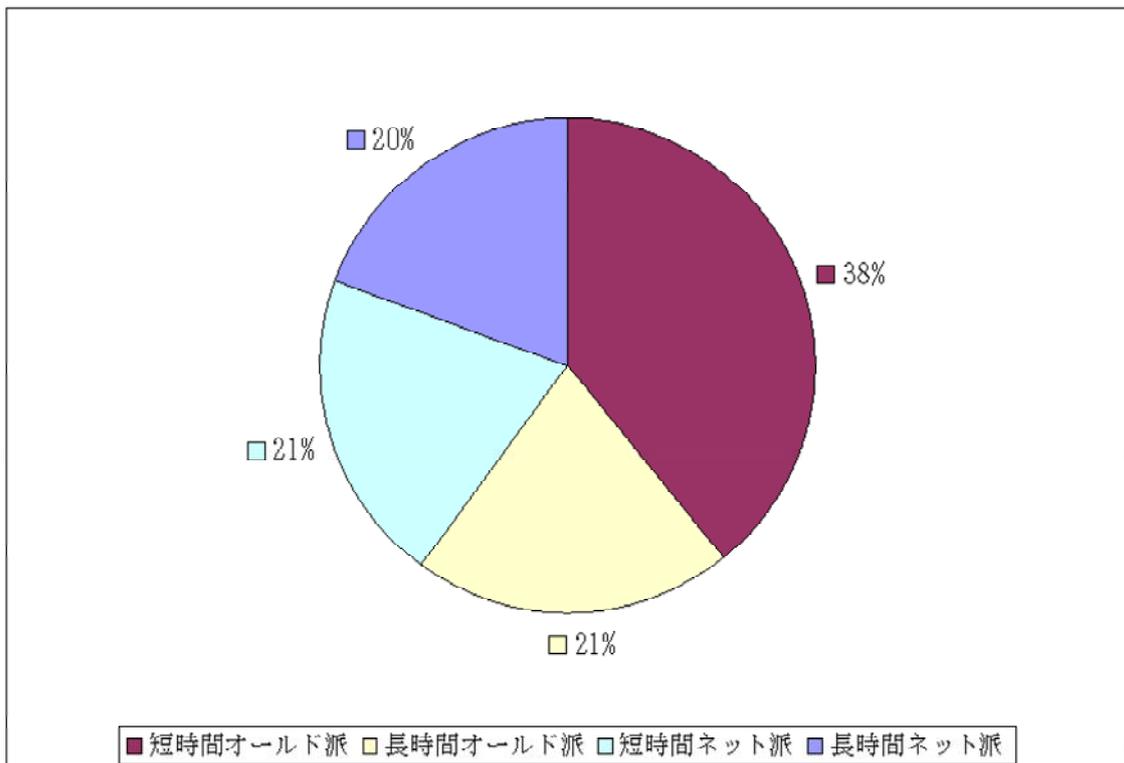
長時間オールド派：21%

短時間ネット派：21%

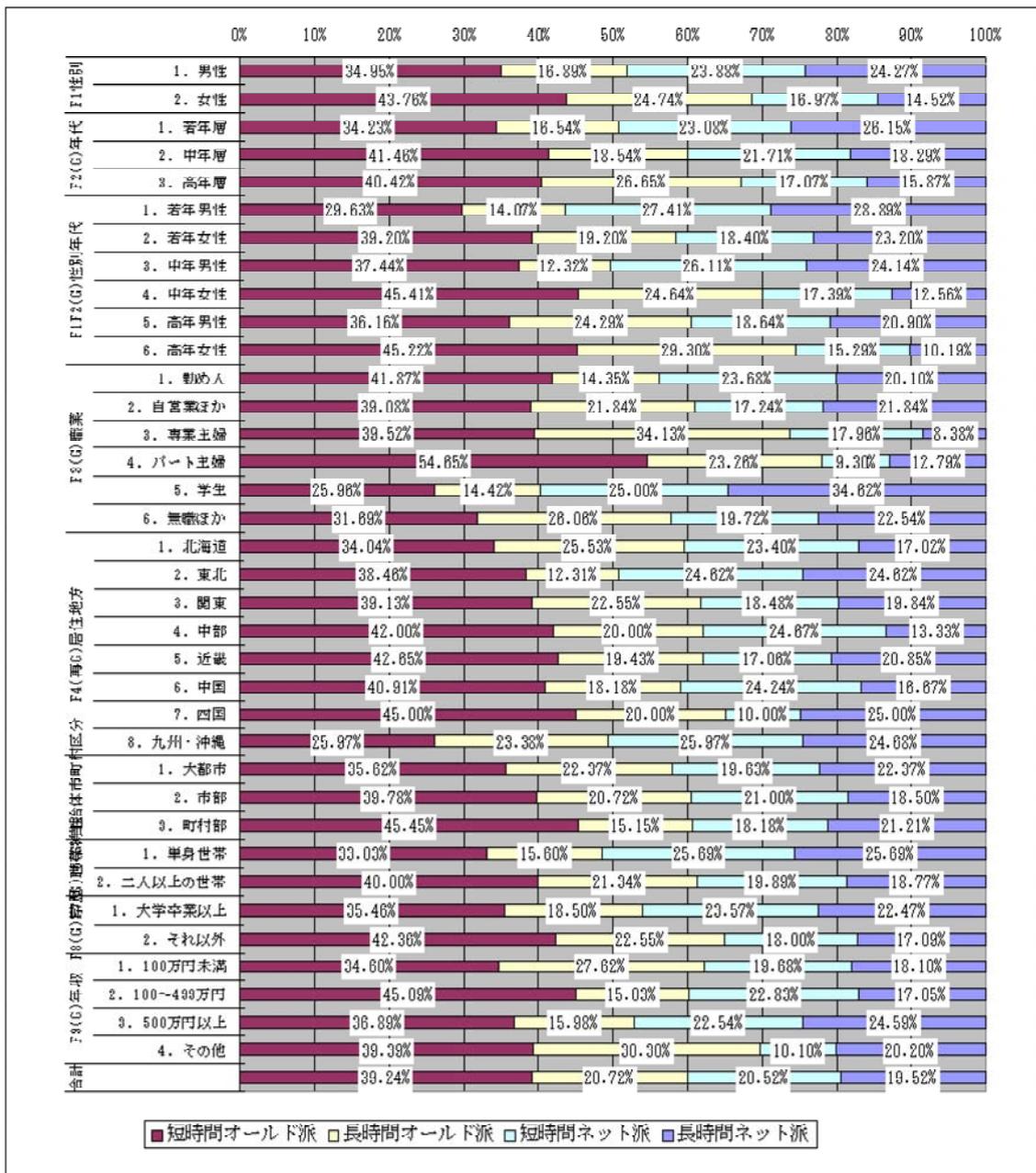
長時間ネット派：20%

と、ほぼ、4：2：2：2、の比率で分布を形成していることが明らかとなった。

そして、ユーザのデモグラフィック属性ごとに分布の特徴を見てみると、パート主婦に「短時間オールド派」が、専業主婦に「長時間オールド派」が、若年男性に「短時間ネット派」が、学生に「長時間ネット派」が、それぞれ顕著に存在していることがわかるなど、属性ごとにアプリケーションの利用の特徴を窺うことができる。



図表2-33 4分類総括(短時間=平均以下、長時間=平均以上)



図表2-34 4分類 属性

2.1.4. クロスメディア

前項からも想定される、複数のアプリケーションを同時に併用する状態、いわゆる「クロスメディア」状態について把握をすると図表 2-35 のようになっている。^(*12)

すなわち、何らかのアプリケーションが利用されている全時間帯のうち、約 25%において、複数のアプリケーションが同時に併用されている状態が発生しており、逆に言えば、約 75%においては、単一のアプリケーションのみが利用されている状態になっている。

こういったクロスメディア状態は、アプリケーションによって、その発生状況が大きく異なっている。

例えば、放送番組視聴やパッケージメディア視聴といったアプリケーションを利用している場合は、他のアプリケーションを同時に併用することが少ない。(クロスメディア率はそれぞれ 21%・25%)

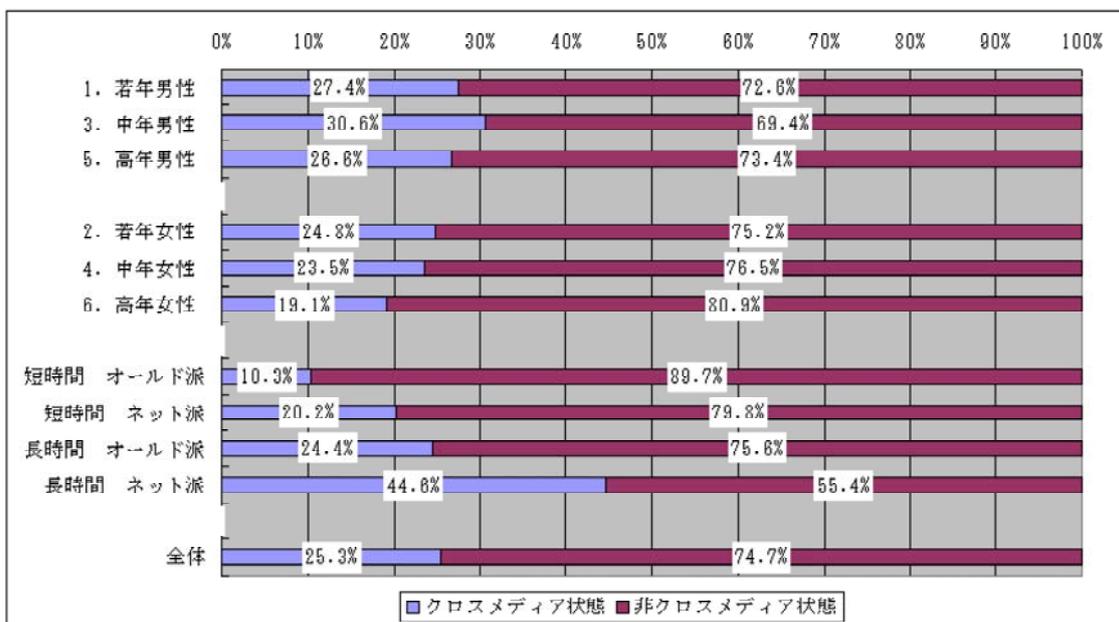
それに対して、CGM 利用時のクロスメディア率は 84%、インターネット取引時は 78%、電子メール送受信時は 73%、ホームページ閲覧時は 72%、など、インターネット系のアプリケーションを利用する場合は、当然のように他のアプリケーションを同時に併用していることがわかる。

また、デモグラフィック属性の観点から見ると、中年を中心に男性ではクロスメディア率が高く女性では低い。また、「短時間オールド派」<「短時間ネット派」<「長時間オールド派」<「長時間ネット派」の順で、クロスメディア率が高くなっていく、という特徴があり、前項での考察と軌を一にしている。

		クロスメディアの発生	
		クロスメディア状態	非クロスメディア状態
アプリ	A01. 放送番組視聴	20.6%	79.4%
	A02. 記事閲覧、読書	42.7%	57.3%
	A03. パッケージメディア視聴	25.3%	74.7%
	A04. 通話	56.6%	43.4%
	A05. ゲーム	40.4%	59.6%
	A06. ホームページの閲覧	71.3%	28.7%
	A07. 電子メールの送受信	72.5%	27.5%
	A08. ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	83.5%	16.5%
	A09. インターネットでの取引	77.6%	22.4%
	A10. 動画共有サービス視聴・UL	53.4%	46.6%
	A11. 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	51.9%	48.1%
	合計	25.3%	74.7%

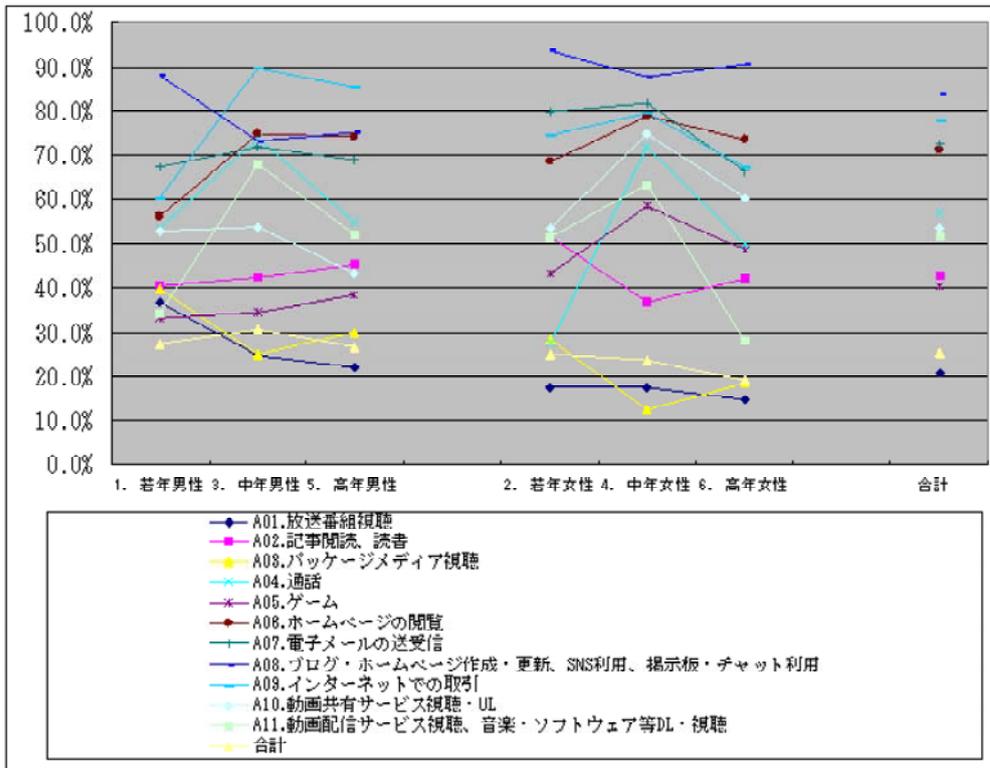
図表 2-35 クロスメディアの発生状況

(*12) 日記式行動調査において、同じスロット(30分単位の時間帯)において、2以上のアプリケーションが同時に利用されている状態を「クロスメディア」状態と考える。(これには、当然ながら、3以上のアプリケーションが同時に利用されている場合も含まれる。)

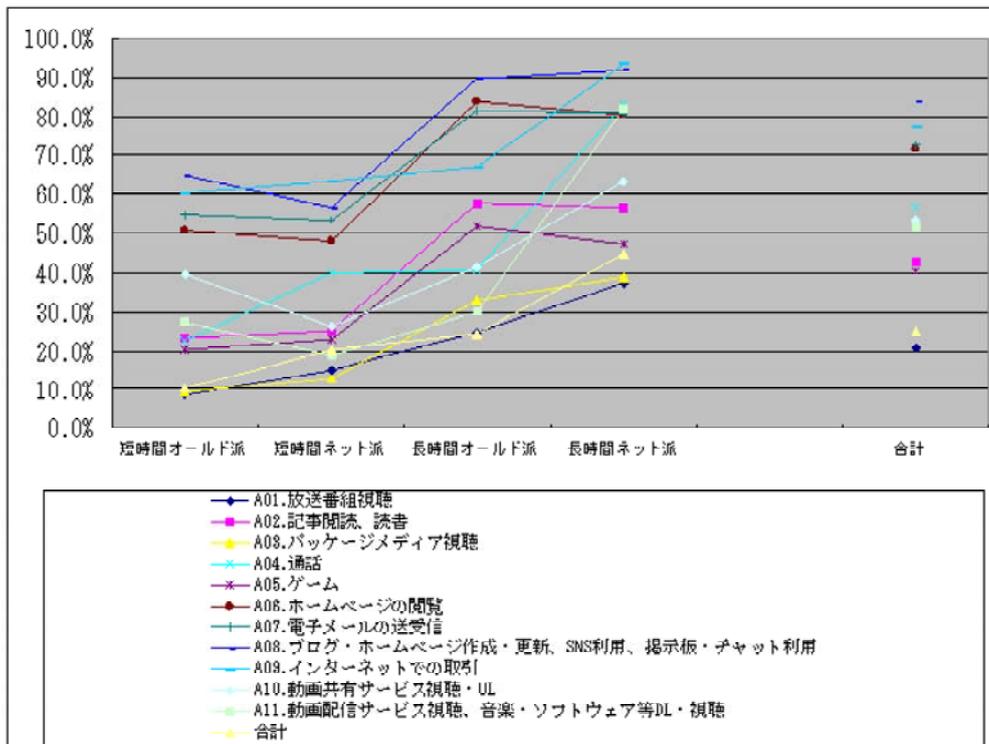


図表 2-36

更に詳細に分析を加えると、女性による放送番組視聴・パッケージメディア視聴の際にはクロスメディア状態が極めて生じにくく、逆に CGM の利用の際などには非常に高い確率でクロスメディア状態が発生していたり(図表 2-37)、「長時間ネット派」のユーザでは、特に動画共有サービス利用におけるクロスメディア発生が顕著、などの特徴がある(図表 2-38)。



図表2-37 アプリケーションごとのクロスメディア状態(6分類)



図表2-38 アプリケーションごとのクロスメディア状態(4分類)

2.2. 生活行動中のメディア(アプリケーション)別の接触状況

2.2.1. 場所×デバイス×アプリケーション

図表 2-39 は図表 2-1 の要約版の表であるが、ここに示すとおり、1日の大半は自宅内で過ごされている。

	1日目(3月9日(日))=休日			1日目(3月12日(水))=平日			平均		
	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)
1. 自宅内(プライベートな空間)	91.8%	743.0	682.3	92.5%	624.8	578.1	94.1%	645.9	607.9
2. 自宅内(共用の空間)	81.2%	583.7	467.8	82.8%	474.3	391.6	87.3%	470.5	410.5
3. 自宅外(屋内)	49.5%	270.5	133.9	67.0%	439.6	294.7	77.7%	320.2	248.7
4. 自宅外(公共交通機関内)	13.7%	130.2	17.9	27.1%	123.5	33.5	33.9%	85.7	29.0
5. 自宅外(マイカー)	40.7%	115.4	47.0	34.6%	90.8	31.4	52.3%	68.5	35.8
6. 自宅外(屋外)	49.3%	181.2	79.5	46.0%	150.8	69.4	65.7%	109.9	72.3

図表2-39 行為時間経過表(場所)(日記式調査)

ここでは、それぞれの場所毎に、どのようなデバイスがどのようなアプリケーションを伴って利用されているのか、概観したい。

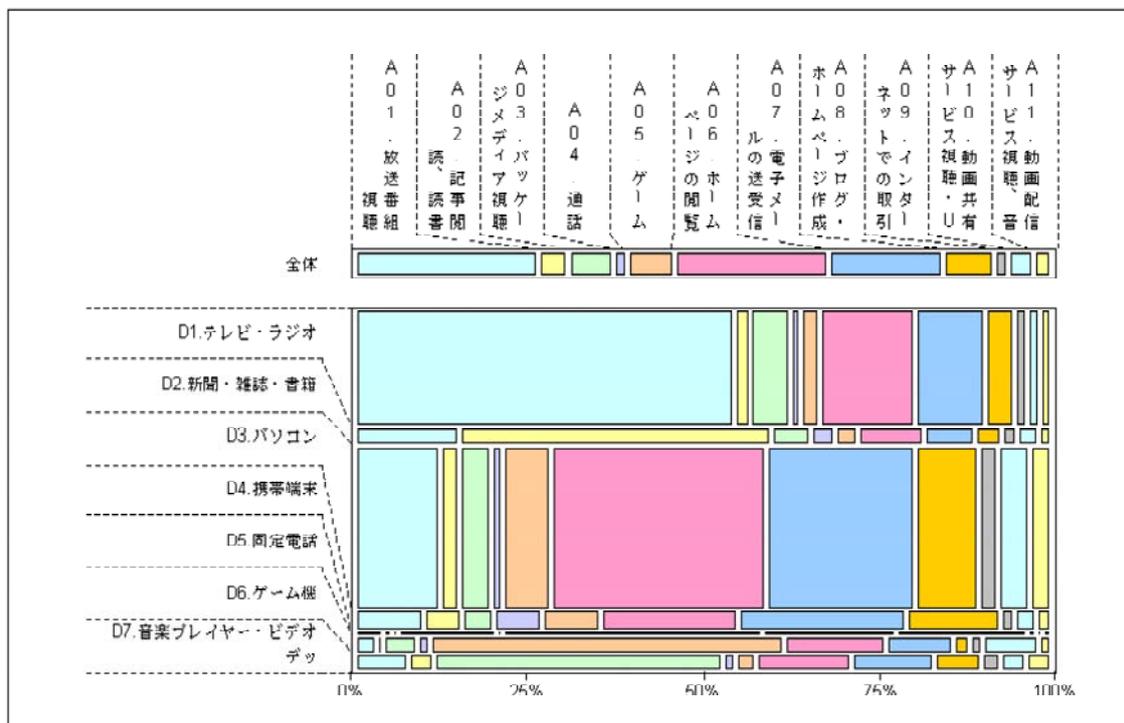
① 自宅内(プライベートな空間)

まず、1日のうち、最も長い時間(608分≒10.1時間)を過ごしている「自宅内(プライベートな空間)」においては、図表2-40および図表2-41に示すとおり、デバイスとしては、パソコン、テレビ・ラジオが利用されることが多く、アプリケーションとしては放送番組視聴やホームページの閲覧がなされることが多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」または「パソコンでホームページ閲覧」「パソコンで電子メール送受信」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

		アプリ											
		A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧、読書	A03.パッケージアプリ	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページの閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブラウザ・ホームページ閲覧、SNS利用、格納検索、ネット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・UL	A11.動画共有サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL視聴	合計
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数
デバイス	D1.テレビ・ラジオ	2,387	65	213	15	76	565	400	143	22	35	16	2,647
	D2.新聞・雑誌・書籍	70	215	23	10	12	41	30	14	5	10	4	264
	D3.パソコン	736	109	217	36	355	1,286	1,275	515	102	228	108	3,100
	D4.携帯端末	65	31	25	42	52	132	167	32	7	14	7	283
	D5.固定電話	2	0	0	6	0	16	8	8	0	0	0	20
	D6.ゲーム機	11	0	16	3	213	58	37	6	3	30	3	226
	D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	37	13	210	4	10	66	57	25	5	12	12	276
	D8.その他のメディア情報検索	4	0	10	3	5	7	7	2	4	3	3	21
	D9.利用したメディア情報検索はない	43	12	7	0	19	21	11	3	1	12	1	121
	合計	2,604	323	530	64	543	1,978	1,392	571	106	252	113	5,637

図表2-40



図表2-41

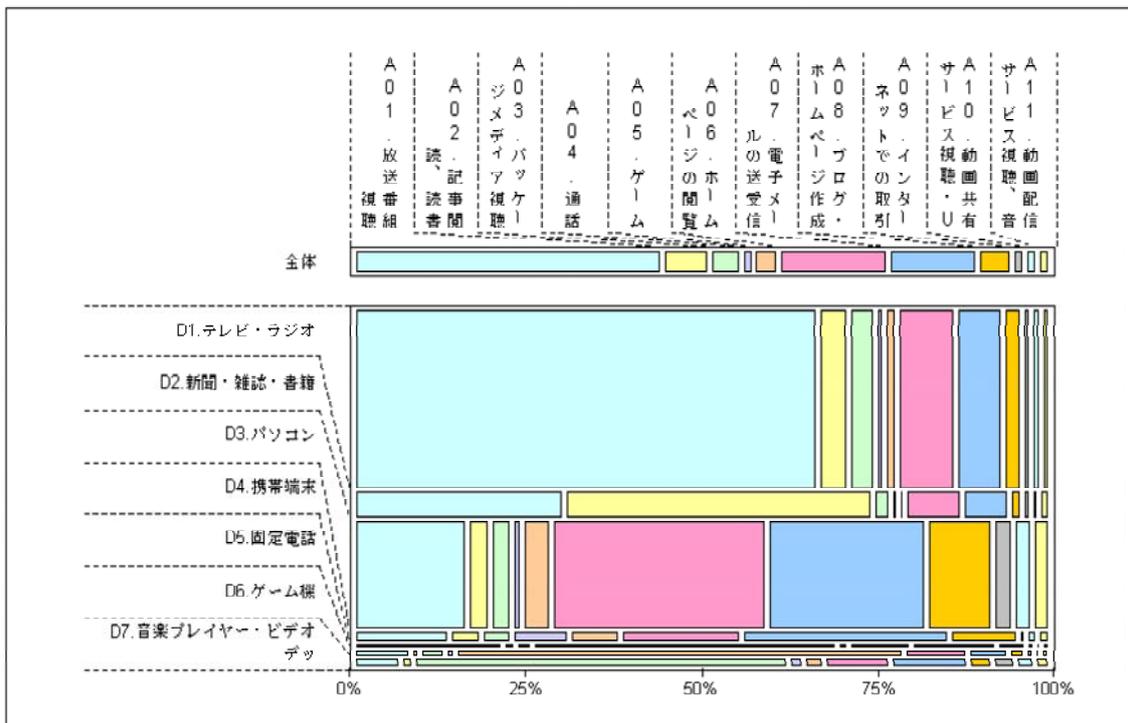
② 自宅内(共用の空間)

次に、1日のうち、2番目に長い時間(411分≒6.9時間)を過ごしている「自宅内(共用の空間)」において、図表2-42および図表2-43に示すとおり、デバイスとしては、圧倒的にテレビ・ラジオが利用されることが多く、アプリケーションとしては放送番組視聴がなされることが多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

		アプリ											合計
		AD1.放送番組視聴	AD2.記事閲覧・読書	AD3.パソコン・スマートフォンアプリ	AD4.漫画	AD5.ゲーム	AD6.ホームページ閲覧	AD7.電子メールの送受信	AD8.ブログ・ホームページ作成更新・SNS利用・SNS検索・チャット利用	AD9.インターネット利用	AD10.動画共有サービス・動画・U/L	AD11.動画配信サービス・音楽・ソフトウェア等DL・視聴	
		件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	件数	
デバイス	D1.テレビ・ラジオ	5,914	288	263	27	68	646	604	153	33	30	6	6,212
	D2.新聞・雑誌・書籍	361	525	17	3	0	84	71	5	1	4	3	647
	D3.パソコン	837	118	106	21	168	1,505	1,160	444	56	86	73	2,444
	D4.携帯端末	62	16	15	33	28	76	136	40	1	3	3	198
	D5.固定電話	14	1	1	28	0	5	7	2	0	0	0	31
	D6.ゲーム機	17	0	6	1	137	18	10	3	0	0	0	145
	D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	20	3	170	3	7	27	33	7	8	6	3	205
	D8.その他のメディア・情報検索	7	0	5	7	0	3	5	0	1	1	0	22
	D9.利用したメディア・情報検索はない	41	17	5	2	5	12	5	4	3	1	0	86
	合計	6,015	600	443	84	320	1,705	1,305	484	106	57	76	8,462

図表 2-42



図表 2-43

③自宅外(屋内)

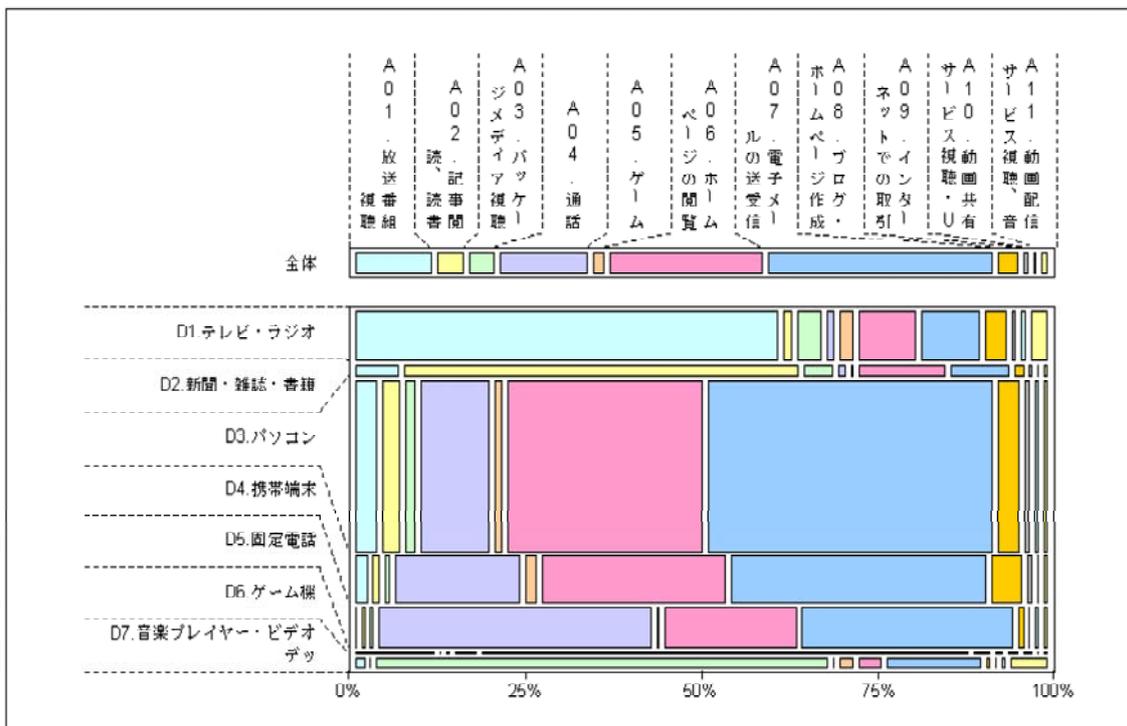
「自宅外(屋内)」では週平均では、1日のうち3番目に長い時間に相当する249分(4.2時間)を過ごしているが、休日と平日とでその長さが大きく異なり、休日では134分(2.2時間)、平日では295分(4.9時間)、という時間が「自宅外(屋内)」で過ごされており、「自宅外(屋内)」とは職場や学校などのウェイトが高いことが想定される。

図表2-44および図表2-45に示すとおり、利用されるデバイスとしては、圧倒的にパソコンが利用されることが多く、アプリケーションとしては電子メールの送受信やホームページの閲覧がなされることが多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「パソコンで電子メールを送受信」「パソコンでホームページを閲覧」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

		アプリ											合計 度数
		A01.放送番組視聴	A02.記事・読書	A03.パッケージ型アプリ視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、SNS検索、チャット利用	A09.インターネットの取引	A10.動画共有サービス視聴・UL	A11.動画配信サービス視聴・音楽・ソフトウェア等DL視聴	
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
デバイス	D1.テレビ・ラジオ	339	6	12	4	10	42	45	16	1	2	11	364
	D2.新聞・雑誌・書籍	9	25	6	1	0	19	12	2	0	0	0	103
	D3.パソコン	66	40	23	191	17	540	208	57	5	4	2	1,122
	D4.携帯端末	9	4	3	95	7	141	197	24	1	0	0	260
	D5.固定電話	1	1	1	122	0	22	142	2	0	0	0	240
	D6.ゲーム機	3	0	0	1	21	1	0	0	0	0	0	24
	D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	1	0	67	0	2	3	14	0	0	0	5	82
	D8.その他のメディア情報検索	10	0	14	5	0	0	5	0	0	0	9	28
	D9.利用したメディア情報検索はない	16	1	2	3	4	2	5	0	0	0	1	26
	合計	363	99	112	240	48	611	913	76	7	4	17	1,733

図表 2-44



図表 2-45

④自宅外(公共交通機関内)

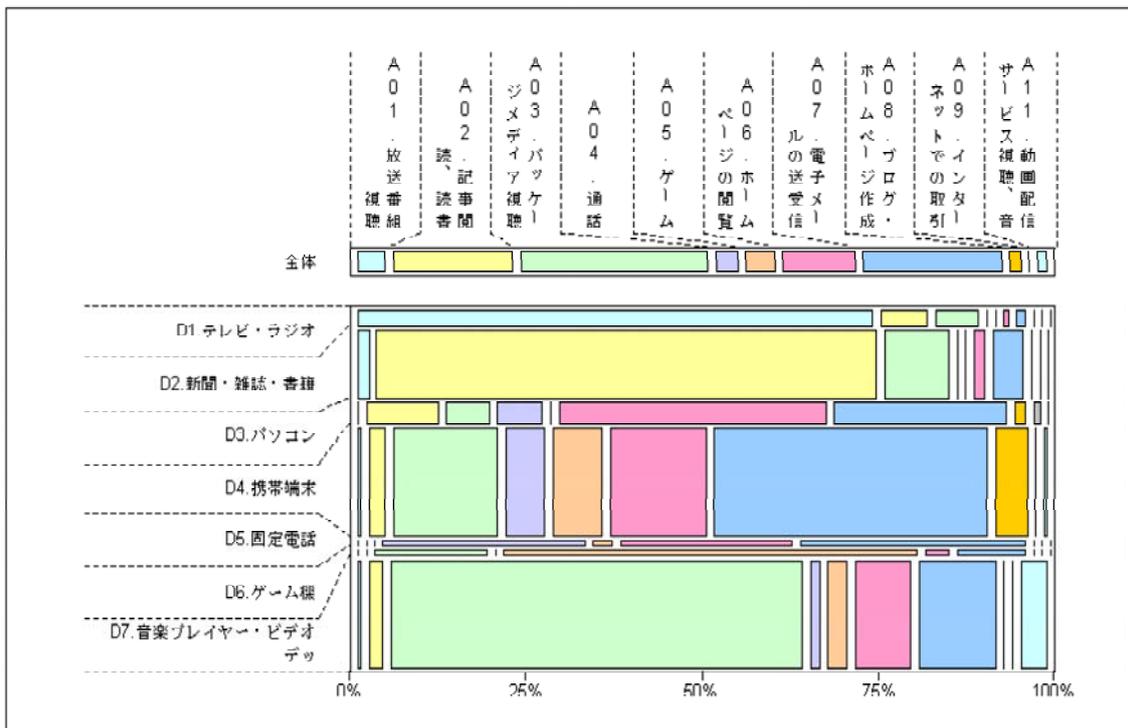
「自宅外(公共交通機関内)」は、休日と平日とで過ごす時間の長さが大きく異なり、休日では18分(0.3時間)、平日では34分(0.6時間)となっているが、行為者平均の長さに着目すると、それぞれ130分(2.2時間)、124分(2.1時間)となっており、公共交通機関を利用する人は、毎日2時間強の時間を過ごす場所となっている。これは、公共交通機関を利用している通勤・通学する、といった利用形態が典型的で、片道約1時間・往復約2時間程度の時間、公共交通機関内で過ごしている、ということの意味している。

図表2-46および図表2-47に示すとおり、公共交通機関内で利用されるデバイスとしては、音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤーや携帯端末が利用されることが多く、アプリケーションとしてはパッケージメディア視聴や電子メールの送受信が多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「音楽プレイヤー等でパッケージメディアを視聴」「携帯端末で電子メールを送受信」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

デバイス	アプリ												合計
	A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧・読書	A03.パッケージメディア視聴	A04.漫画	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ閲覧・SNS利用・検索機・チャット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・DL	A11.動画共有サービスソフトウェア等DL視聴	合計	
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数		
01.テレビ	19	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20
02.新聞・雑誌・書籍	2	77	10	0	0	2	5	0	0	0	0	0	84
03.パソコン	0	4	2	2	0	13	8	1	0	0	0	0	20
04.携帯端末	1	4	26	10	12	24	68	8	0	0	0	1	58
05.固定電話	0	0	0	3	0	2	3	0	0	0	0	0	4
06.ゲーム機	0	0	1	0	5	0	1	0	0	0	0	0	6
07.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	1	4	100	2	5	13	15	0	0	0	0	7	113
08.その他メディア情報検索	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
09.利用したメディア情報検索はない	5	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	9
合計	27	85	114	12	18	40	82	8	1	0	0	9	314

図表 2-46



図表 2-47

⑤自宅外(マイカー内)

「自宅外(マイカー内)」も、休日と平日とで過ごす時間の長さは大きく異なり、休日では47分(0.8時間)、平日では31分(0.5時間)、となっているが、やはり、行為者平均の長さに着目すると、それぞれ115分(1.9時間)、91分(1.5時間)、と、マイカーを利用する人は、毎日2時間弱の時間を過ごす場所となっている。

これは、休日におけるレジャー利用や、マイカーによる通勤、などといった利用が多く、通勤の場合、片道数十分の時間、マイカー内で過ごしている、ということの意味している。

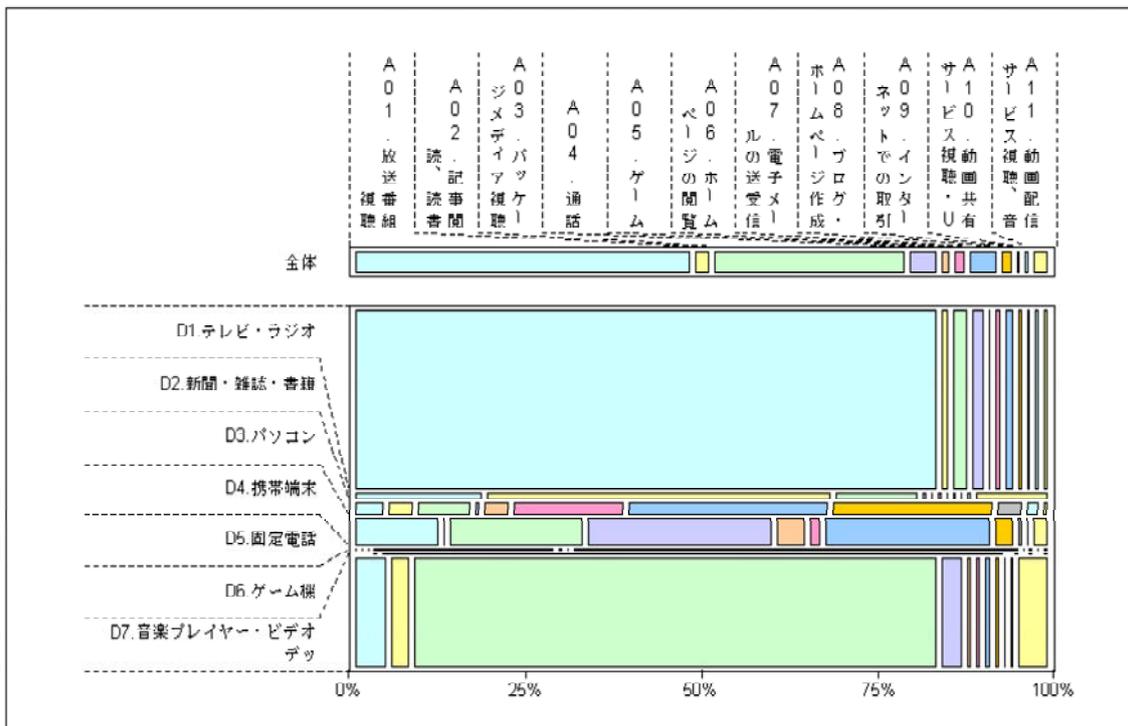
図表2-48および図表2-49に示すとおり、マイカー内で利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオや音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤーが利用されることが多く、放送番組視聴やアプリケーションとしてはパッケージメディア視聴が多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴^(*)」「音楽プレイヤー等でパッケージメディアを視聴」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

(*)マイカー内なので、カーラジオによるラジオ放送番組聴取が一般的と考えられるが、近年では、地デジ/ワンセグの普及により、車載テレビの利用も想定される。

		アプリ											合計 度数
		A01放送番組視聴	A02記事・読書	A03.パッ ゲーム アプリ	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホーム ページの 閲覧	A07.電子 メールの 送受信	A08.プロ グラム ホーム ページ 更新、 SNS 利用、 SNS 検索、 SNS 共有	A09.イン ター ネット の取 引	A10.動画共有サービス 視聴・U L	A11.動画配信サービス 視聴、音楽・ソフトウェア 等DL視聴	
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
デバイス	D1.テレビ・ラジオ	260	2	5	4	0	2	2	1	0	1	0	266
	D2.新聞・雑誌・書籍	2	4	1	0	0	0	0	0	0	0	1	6
	D3.パソコン	1	1	2	0	1	3	6	5	1	0	0	9
	D4.携帯端末	6	0	9	12	2	1	11	1	0	0	1	29
	D5.固定電話	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	D6.ゲーム機	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	8	4	14	5	1	0	1	0	0	0	7	156
	D8.その他のメディア情報検索	2	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	10
	D9.利用したメディア情報検索はない	5	2	0	0	0	1	2	1	0	0	2	13
	合計	275	12	155	15	4	6	19	6	1	1	9	472

図表 2-48



図表 2-49

⑥ 自宅外(屋外)

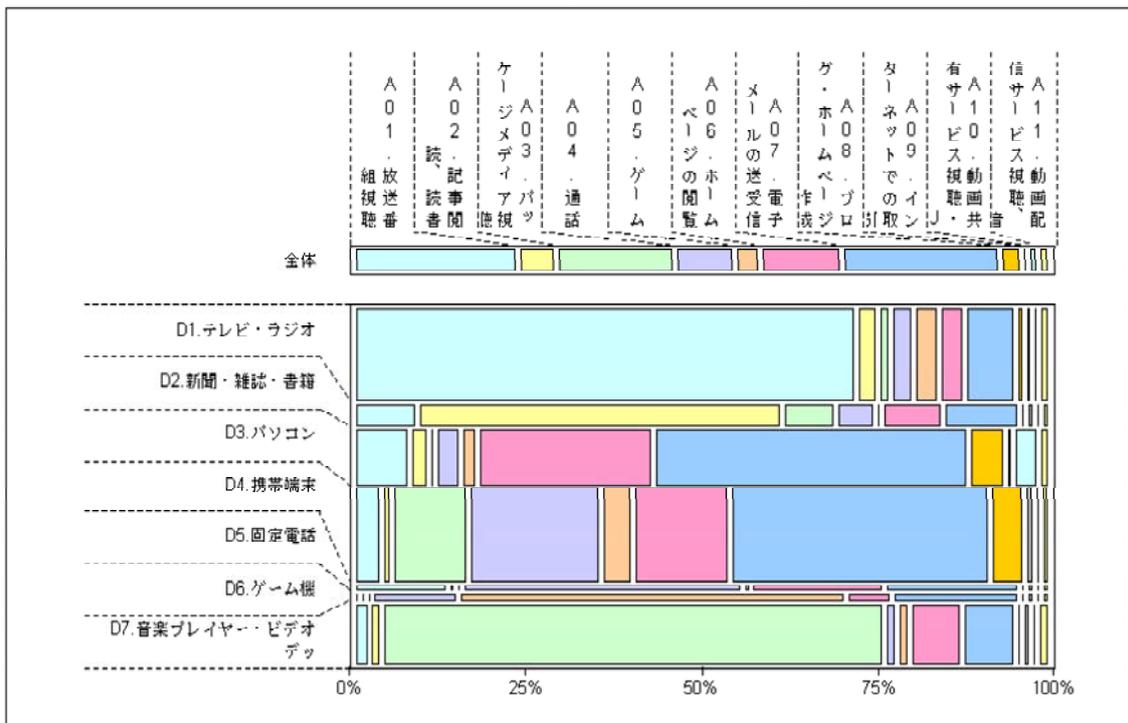
「自宅外(屋外)」は、休日でも平日でも70分前後のほぼ同様の時間が過ごされているが、やはり、行為者平均の長さに着目すると、休日161分(2.7時間)、平日151分(2.5時間)、と、自宅外(屋外)で時間を過ごすことがある人は、毎日2～3時間といった時間を屋外で過ごしている。

図表2-50および図表2-51に示すとおり、自宅外(屋外)で利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオや携帯端末が多い。アプリケーションとしては放送番組視聴や電子メールの送受信が多いことが分かる。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「携帯端末で電子メールを送受信」という利用形態が中心を占めていることが想定される場所である。

デバイス	アプリ											合計
	A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧・読書	A03.ブログ・ニュース閲覧	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ更新・SMS利用・SNS利用・チャット利用	A09.インターネットの取引	A10.動画共有サービス・DL	A11.動画配信サービス・音楽・ソフトウェアDL	
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
01.テレビラジオ	58	3	1	3	4	4	8	0	0	0	0	100
02.新聞・雑誌・書籍	3	16	2	1	0	2	3	0	0	0	0	18
03.パソコン	6	1	0	2	1	20	36	3	0	2	0	47
04.携帯端末	5	1	14	25	5	18	51	6	0	0	0	82
05.固定電話	1	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	3
06.ゲーム機	0	0	0	1	5	1	2	0	0	0	0	5
07.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	2	1	63	1	1	6	6	0	0	0	1	66
08.その他のメディア情報検索	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
09.利用したメディア情報検索はない	6	2	2	1	2	7	1	1	0	0	0	20
合計	108	19	68	28	12	44	91	9	0	2	1	310

図表 2-50



図表 2-51

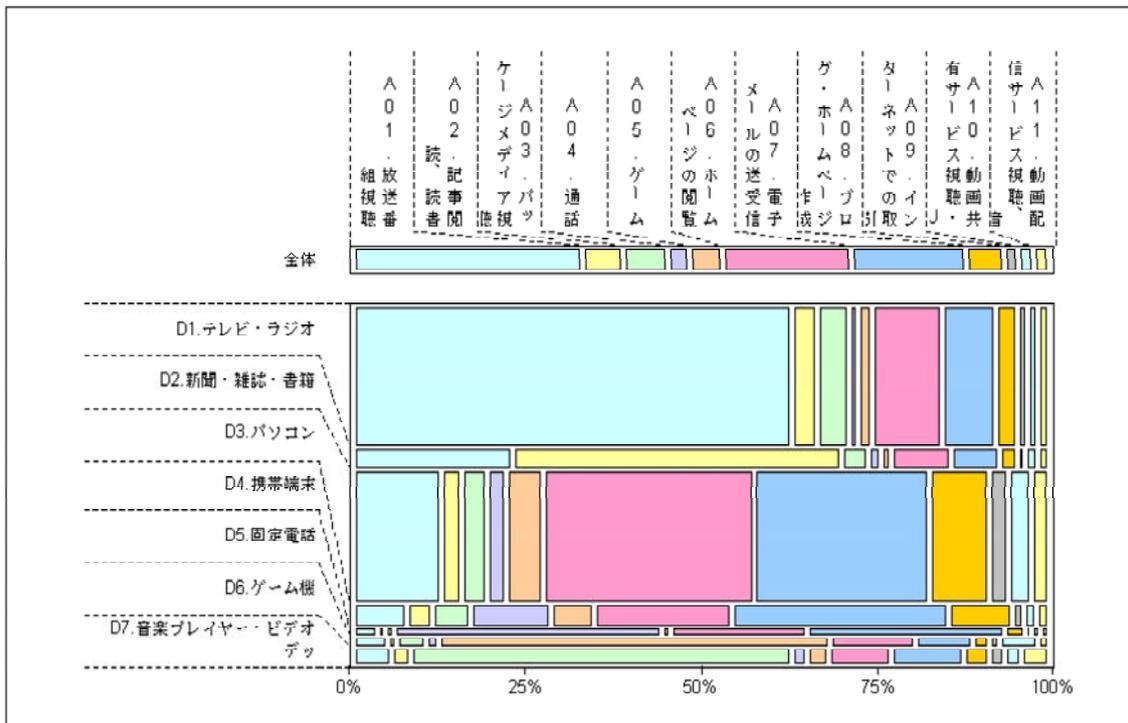
⑦全体

デバイス・アプリケーションの利用について、全体を通してみると、図表2-52および図表2-53に示すとおり、利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオやパソコンが多い。また、アプリケーションとしては放送番組視聴やホームページの閲覧、電子メールの送受信が多い。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「パソコンでホームページを閲覧」「パソコンで電子メールを送受信」という利用形態が中心を占めていることが想定される。

デバイス	アプリ	アプリ											合計 度数
		A01.放送番組視聴	A02.記事・読書	A03.音楽プレイヤー視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの閲覧	A08.ブログ・ホームページ閲覧・SNS利用・SNS利用・SNS利用・SNS利用	A09.インターネットの取引	A10.動画共有サービス視聴・DL	A11.動画配信サービス視聴・音楽・ソフトウェア等DL視聴	
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
D1.テレビ・ラジオ		9,059	365	451	53	152	1,265	963	313	57	72	34	5,646
D2.新聞・雑誌・書籍		448	932	58	16	12	148	121	26	6	13	8	1,130
D3.パソコン		1,651	286	250	253	552	4,078	3,336	1,040	204	321	183	6,804
D4.携帯端末		148	57	91	220	106	264	634	167	9	16	12	960
D5.固定電話		17	1	2	224	1	113	163	12	0	0	0	272
D6.ゲーム機		31	0	23	6	387	78	50	9	4	30	3	412
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ		70	25	761	15	27	115	129	36	16	19	40	916
D8.その他のメディア情報検索		28	2	36	15	5	10	18	8	5	5	13	87
D9.利用したメディア情報検索はない		124	42	22	7	30	50	31	10	5	13	5	296
合計		9,334	1,158	1,434	448	948	4,403	3,851	1,173	223	396	231	17,088

図表 2-52



図表 2-53

2.2.2. 行動×アプリケーション

図表2-54のようになされる生活行動ごとにも、利用されるデバイスやアプリケーションは異なる。

	1日目(3月9日(日))=休日			1日目(3月12日(水))=平日			平均		
	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)	行為者率	行為者平均時間(分)	全体平均時間(分)
1. 睡眠	99.7%	480.3	478.8	99.8%	430.7	429.8	99.9%	444.3	443.8
2. 食事	96.7%	101.8	98.5	95.1%	96.2	91.5	99.1%	94.3	93.5
3. 通勤・通学・その他の移動	60.4%	113.9	88.8	74.7%	106.8	79.8	86.6%	88.5	78.8
4. 家事・子供の世話・身の回りの用・介護	73.8%	182.9	135.0	79.2%	188.9	149.0	87.0%	167.2	145.4
5. 仕事・授業・学校行事・部活動	15.8%	383.4	60.7	58.3%	495.8	288.8	62.2%	359.8	223.8
6. 勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発等	13.6%	195.1	26.6	13.9%	168.1	23.6	19.8%	123.3	24.4
7. 会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)	23.4%	141.3	33.1	18.5%	119.7	22.2	32.2%	78.6	25.3
8. レジャー活動(スポーツ・行楽・散歩)	14.8%	209.0	31.0	6.2%	158.7	9.8	18.8%	84.3	15.9
9. 趣味・娯楽・教養・ショッピング	75.2%	306.2	230.3	64.4%	240.1	154.7	85.5%	206.3	176.3
10. 休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし	75.7%	295.4	223.6	70.9%	219.8	155.9	85.8%	204.3	175.2

図表2-54 行為時間経過表(行動)(日記式調査)

10種類の生活行動ごとにアプリケーションの利用時間を見てみると、図表2-55・図表2-56・図表2-57に示すように、

- ・「休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし」時に放送番組を視聴
- ・「趣味・娯楽・教養・ショッピング」時にホームページを閲覧
- ・「食事」中に放送番組を視聴
- ・「家事・子供の世話・身の回りの用・介護」の時に放送番組視聴

といったアプリケーションの利用が多い。

他方、デバイスの利用時間を見てみると、図表2-58・図表2-59・図表2-60に示すように、

- ・「休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし」時にテレビ・ラジオを利用
- ・「趣味・娯楽・教養・ショッピング」時にパソコンを利用
- ・「仕事・授業・学校行事・部活動」時にパソコンを利用

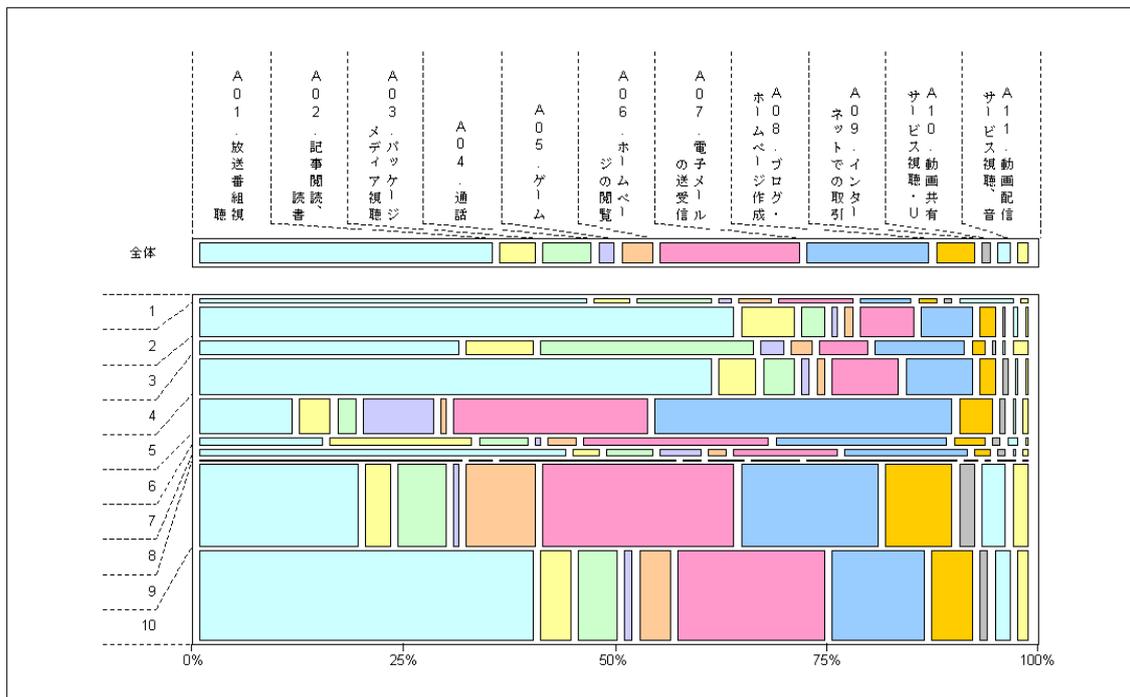
といったデバイスの利用が多い。

行動	デバイス																	
	知1 放送番組視聴		知2 放送番組録音		知3 読書		知4 読報		知5 ゲーム		知6 ホームページ閲覧		知7 デジタルの読書		知8 勉強		知9 利用時間	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
1	117	59.5%	15	5.2%	94	11.4%	5	1.8%	14	4.7%	94	11.5%	29	7.7%	3	2.5%		
2	1,090	37.0%	183	3.9%	89	9.4%	14	0.7%	29	1.5%	130	3.5%	152	3.7%	59	2.1%		
3	975	49.3%	98	1.0%	303	30.4%	91	9.4%	24	2.7%	70	7.8%	128	10.7%	17	1.3%		
4	1,303	32.4%	128	8.0%	102	4.3%	23	1.0%	17	0.7%	239	10.4%	239	10.8%	52	2.5%		
5	367	19.0%	94	5.5%	80	3.5%	24	1.4%	7	0.4%	874	38.2%	1,029	58.7%	118	6.7%		
6	93	29.5%	104	28.5%	25	3.9%	9	0.7%	19	4.9%	197	54.9%	127	32.2%	21	5.4%		
7	270	89.8%	19	4.8%	91	7.4%	90	7.0%	12	2.3%	18	17.3%	90	21.2%	10	2.5%		
8	41	33.7%	4	9.9%	27	28.8%	9	2.4%	9	5.1%	7	8.9%	24	29.0%	2	1.8%		
9	1,914	59.1%	208	5.2%	222	10.1%	94	0.9%	59	1.9%	1,303	40.0%	1,128	28.1%	524	19.2%		
10	3,013	84.3%	332	8.0%	388	7.2%	42	1.0%	29	0.8%	1,323	35.5%	824	17.8%	328	7.8%		
11	228	55.2%	41	10.1%	90	7.9%	10	2.4%	14	3.4%	97	29.3%	94	22.9%	28	6.2%		
合計	2,924	54.7%	1,123	8.3%	1,494	34.4%	442	2.8%	243	5.8%	4,402	28.2%	9,291	22.8%	1,119	8.2%		

図表2-55 度数・比率(行動ベース)

時期	アパ																					
	A01 放送番組視聴		A02 記事閲覧、読書		A03 パッケージメディア視聴		A04 通話		A05 ゲーム		A06 ホームページの閲覧		A07 電子メールの送受信		A08 ブログ・ホームページ作成		A09 インターネットでの取引		A10 動画共有サービス視聴・U		A11 動画配信サービス視聴、音	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
1	111	0.4%	19	0.0%	24	0.1%	9	0.0%	14	0.0%	94	0.4%	24	0.0%	24	0.0%	2	0.0%	2	0.0%	2	0.0%
2	1,096	3.6%	100	0.3%	80	0.3%	14	0.0%	23	0.0%	150	0.5%	192	0.7%	150	0.5%	11	0.0%	11	0.0%	11	0.0%
3	270	0.8%	30	0.1%	200	0.7%	91	0.4%	24	0.1%	70	0.3%	20	0.1%	20	0.1%	20	0.1%	20	0.1%	20	0.1%
4	1,007	3.2%	100	0.3%	100	0.3%	23	0.0%	17	0.0%	230	0.8%	230	0.8%	230	0.8%	52	0.2%	52	0.2%	52	0.2%
5	327	0.7%	34	0.1%	80	0.3%	24	0.1%	24	0.1%	7	0.0%	874	3.1%	874	3.1%	118	0.4%	118	0.4%	118	0.4%
6	20	0.0%	104	0.3%	25	0.1%	2	0.0%	10	0.0%	107	0.3%	127	0.4%	127	0.4%	21	0.0%	21	0.0%	21	0.0%
7	270	0.8%	19	0.0%	27	0.1%	20	0.1%	12	0.0%	10	0.0%	10	0.0%	10	0.0%	10	0.0%	10	0.0%	10	0.0%
8	41	0.1%	4	0.0%	27	0.1%	2	0.0%	2	0.0%	7	0.0%	24	0.0%	24	0.0%	2	0.0%	2	0.0%	2	0.0%
9	1,074	3.2%	200	0.6%	200	0.7%	24	0.1%	33	0.1%	1,300	4.2%	1,100	3.7%	1,100	3.7%	524	1.7%	524	1.7%	524	1.7%
10	3,012	9.2%	230	0.7%	200	0.7%	42	0.2%	20	0.1%	20	0.1%	1,200	3.8%	1,200	3.8%	204	0.7%	204	0.7%	204	0.7%
11	228	0.7%	41	0.1%	20	0.1%	10	0.0%	10	0.0%	14	0.0%	27	0.1%	24	0.1%	24	0.1%	24	0.1%	24	0.1%
合計	9,204	28.4%	1,133	3.6%	1,404	4.3%	443	1.4%	242	0.7%	2,400	7.3%	4,400	13.4%	2,804	8.5%	1,174	3.6%	1,174	3.6%	1,174	3.6%

図表2-56 度数・比率(全日ベース)



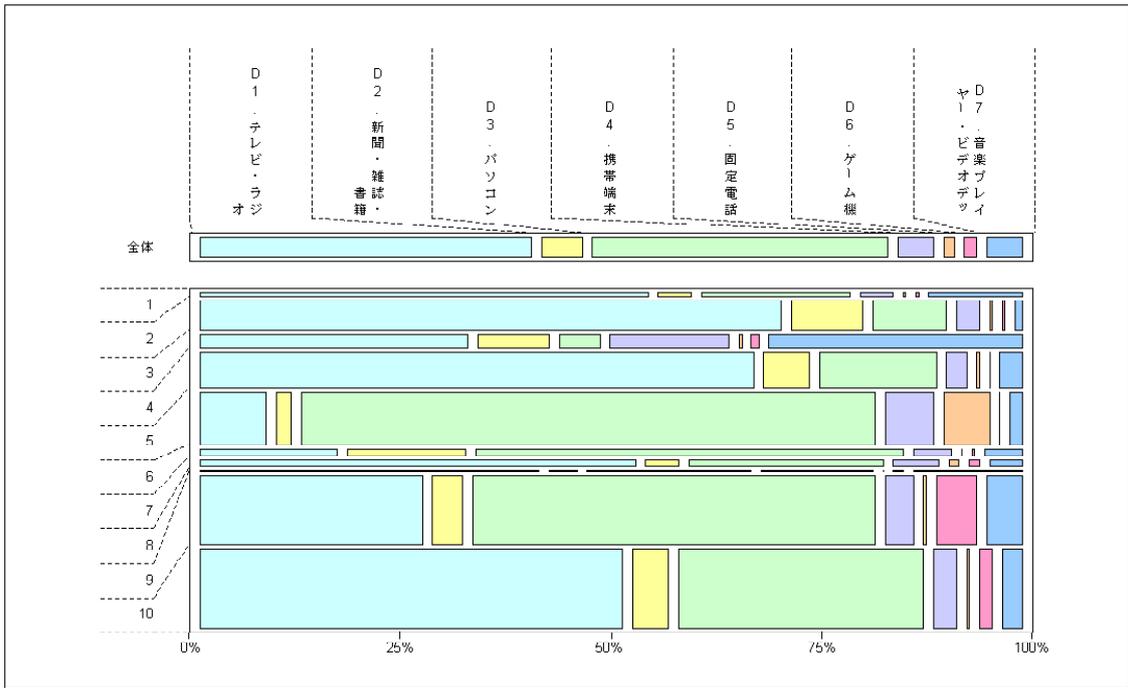
図表 2-57

図表2-58度数・比率(行動ベース)

行脚	平均値															
	D1 全日ベース		D2 前日・前日ベース		D3 前日		D4 前日ベース		D5 前日ベース		D6 前日ベース		D7 前日ベース			
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%		
1	138	0.3%	15	0.1%	82	0.4%	14	0.1%	1	0.0%	1	0.0%	20	0.0%	44	0.0%
2	1,711	24.7%	203	0.8%	218	0.9%	19	0.2%	0	0.0%	0	0.0%	23	0.0%	12	0.0%
3	285	4.2%	58	0.2%	57	0.2%	182	0.9%	4	0.1%	3	0.0%	949	12.4%	23	0.0%
4	1,283	18.7%	157	0.5%	402	1.9%	78	0.4%	0	0.0%	2	0.1%	78	1.0%	10	0.0%
5	949	13.7%	73	0.3%	2,382	11.7%	250	1.2%	240	3.2%	3	0.1%	85	0.0%	44	0.0%
6	32	0.5%	32	0.1%	238	1.1%	27	0.1%	0	0.0%	1	0.1%	27	0.0%	22	0.0%
7	233	3.4%	20	0.1%	123	0.6%	58	0.3%	3	0.0%	2	0.0%	21	0.0%	13	0.0%
8	47	0.7%	4	0.0%	23	0.1%	18	0.1%	0	0.0%	1	0.0%	15	0.0%	14	0.0%
9	1,474	21.2%	204	0.8%	2,357	11.5%	198	0.9%	14	0.1%	213	2.8%	225	3.0%	88	0.1%
10	3,233	46.3%	271	1.0%	1,381	6.6%	130	0.6%	3	0.0%	183	2.4%	189	2.5%	24	0.0%
11	233	3.4%	27	0.1%	212	1.0%	12	0.0%	5	0.0%	4	0.0%	22	0.0%	3	0.0%
合計	3,371	20.7%	1,112	2.4%	3,321	13.3%	1,030	2.2%	234	0.8%	418	0.9%	1,822	2.1%	233	0.8%

図表2-59度数・比率(全日ベース)

行脚	平均値															
	D1 全日ベース		D2 前日・前日ベース		D3 前日		D4 前日ベース		D5 前日ベース		D6 前日ベース		D7 前日ベース			
	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%	度数	%		
1	138	0.4%	15	0.0%	82	0.1%	14	0.0%	1	0.0%	1	0.0%	20	0.1%	44	0.1%
2	1,711	3.3%	203	0.4%	218	0.4%	19	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	23	0.1%	12	0.0%
3	285	0.5%	58	0.1%	57	0.1%	182	0.3%	4	0.0%	3	0.0%	949	1.7%	23	0.1%
4	1,283	2.4%	157	0.3%	402	0.7%	78	0.1%	0	0.0%	2	0.0%	78	0.1%	10	0.0%
5	949	1.8%	73	0.1%	2,382	4.5%	250	0.5%	240	0.5%	3	0.0%	85	0.1%	44	0.1%
6	32	0.1%	32	0.1%	238	0.4%	27	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	27	0.0%	22	0.0%
7	233	0.4%	20	0.0%	123	0.2%	58	0.1%	3	0.0%	2	0.0%	21	0.0%	13	0.0%
8	47	0.1%	4	0.0%	23	0.0%	18	0.0%	0	0.0%	1	0.0%	15	0.0%	14	0.0%
9	1,474	2.8%	204	0.4%	2,357	4.5%	198	0.4%	14	0.0%	213	0.4%	225	0.4%	88	0.1%
10	3,233	6.1%	271	0.5%	1,381	2.6%	130	0.2%	3	0.0%	183	0.3%	189	0.3%	24	0.0%
11	233	0.4%	27	0.0%	212	0.4%	12	0.0%	5	0.0%	4	0.0%	22	0.0%	3	0.0%
合計	3,371	20.7%	1,112	2.4%	3,321	13.3%	1,030	2.2%	234	0.8%	418	0.9%	1,822	2.1%	233	0.8%



図表 2-60

①睡眠

1日平均で444分(7.6時間)が費やされている睡眠であるが、睡眠の最中にもデバイス・アプリケーションを利用しているケースが僅かながら認められる。

図表2-61・図表2-62に示すとおり、睡眠時に利用されるデバイスとしては、いずれも低水準ながら、テレビ・ラジオ、パソコン、音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー、などを認めることができる。アプリケーションとしては、やはり低水準ながら、放送番組視聴やパッケージメディア視聴などを認めることができる。

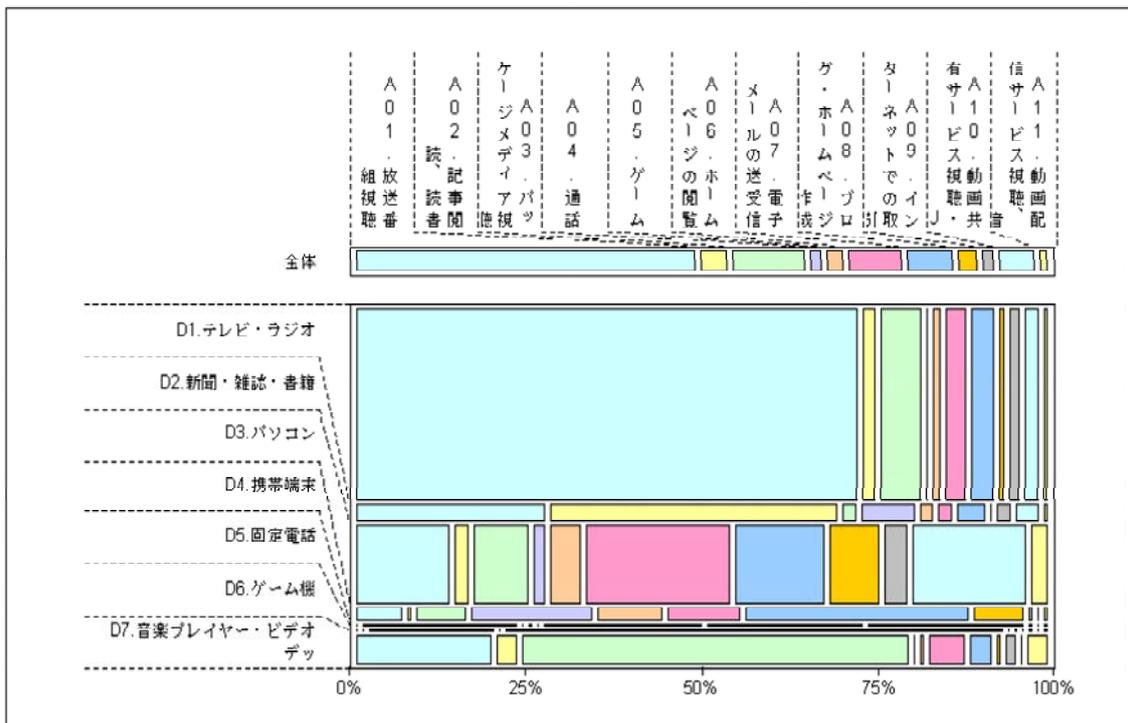
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「音楽プレイヤー等でパッケージメディアを視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

これは、恐らくは、睡眠時のBGMないしBGV^(*14)として利用されているケースではないか、と推測される。

デバイス	アプリ												合計 度数
	A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧・読書	A03.パッケージメディア視聴	A04.動画	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成更新、SNS利用、SNS閲覧	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・DL	A11.動画共有サービスソフトウェア等DL視聴		
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数		
D1.テレビ・ラジオ	144	3	11	0	1	6	5	1	2	3	0	157	
D2.新聞・雑誌・書籍	5	8	0	1	0	0	1	0	0	1	0	12	
D3.パソコン	11	1	6	1	3	16	10	5	2	12	1	44	
D4.携帯電話	1	0	1	2	1	1	5	1	0	0	0	11	
D5.固定電話	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
D6.ゲーム機	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	6	1	16	0	0	1	1	0	0	0	1	25	
D8.その他のメディア・情報検索	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
D9.利用したメディア・情報検索はない	28	6	3	0	8	17	8	1	0	11	0	70	
合計	177	15	34	5	14	34	23	8	3	24	2	296	

図表 2-61

(*14) Background music、Background video



図表 2-62

②食事

1日平均で94分(1.6時間)が費やされている食事であるが、食事時のデバイス・アプリケーションの利用は多い。

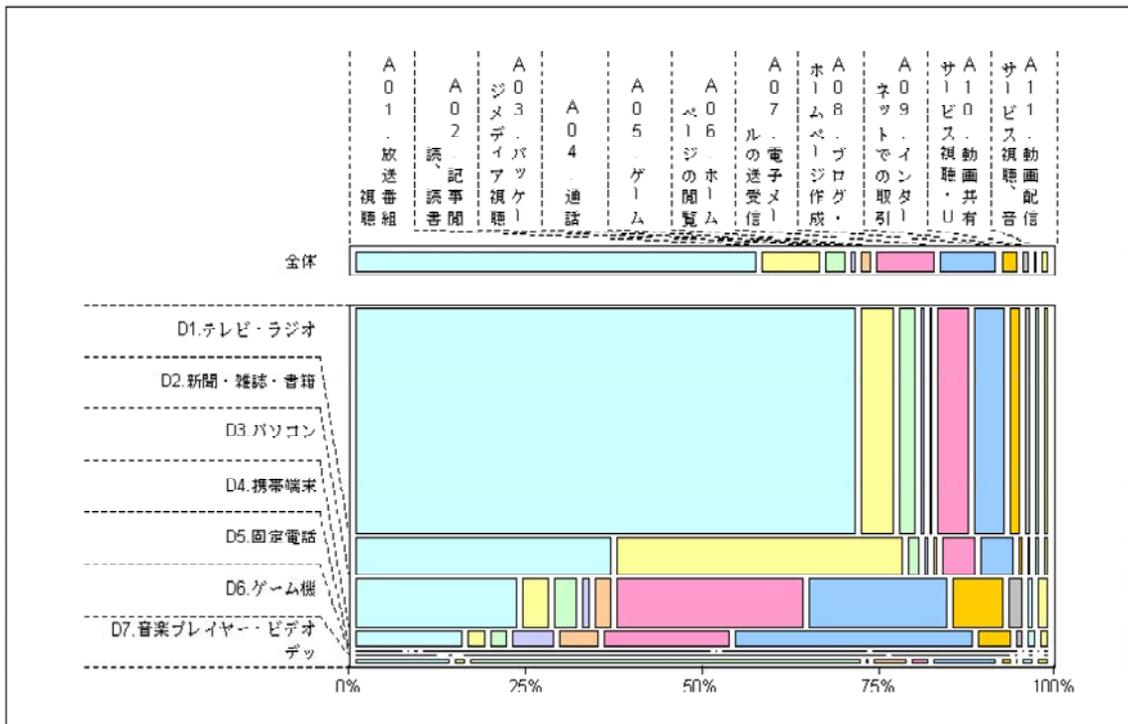
図表2-63・図表2-64に示すとおり、食事時に利用されるデバイスとしては、圧倒的にテレビ・ラジオであり、アプリケーションとしては、放送番組視聴である。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

テレビを見ながら食事を摂ることが一般的な生活行動となっているものと推測される。

デバイス	アプリ	アプリ											合計
		A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧、読書	A03.パッケージメディア視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成・ホームページ閲覧	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・U	A11.動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL視聴	
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
D1.テレビ・ラジオ		1,608	99	40	4	7	91	92	26	7	9	1	1,661
D2.新聞・雑誌・書籍		137	152	5	1	0	16	17	1	0	0	0	156
D3.パソコン		111	17	13	5	9	126	93	33	7	3	4	196
D4.携帯端末		22	3	3	8	7	25	48	7	1	1	1	67
D5.固定電話		1	0	0	4	0	2	2	0	0	0	0	6
D6.ゲーム機		1	0	0	0	5	1	0	0	0	0	0	6
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ		4	0	16	0	1	1	2	0	0	0	0	21
D8.その他メディア・情報検索		1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	3
D9.利用したメディア・情報検索はない		9	1	1	0	2	3	3	1	0	0	0	17
合計		1,630	160	65	14	23	158	162	39	8	6	4	1,873

図表 2-63



図表 2-64

③通勤・通学・その他の移動

「通勤・通学・その他の移動」は、必ずしも行為者率が高くない生活行動である^(*15)ため、全体平均と行為者平均に差異が認められる。

行為者平均で見ると、休日で114分(1.9時間)、平日で107分(1.8時間)が費やされているが、通勤・通学・その他の移動中のデバイス・アプリケーションの利用は多い。

図表2-65・図表2-66に示すとおり、通勤・通学・その他の移動中に利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオ、音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー、携帯端末、アプリケーションとしては、放送番組視聴、パッケージメディア視聴、メールの送受信などである。

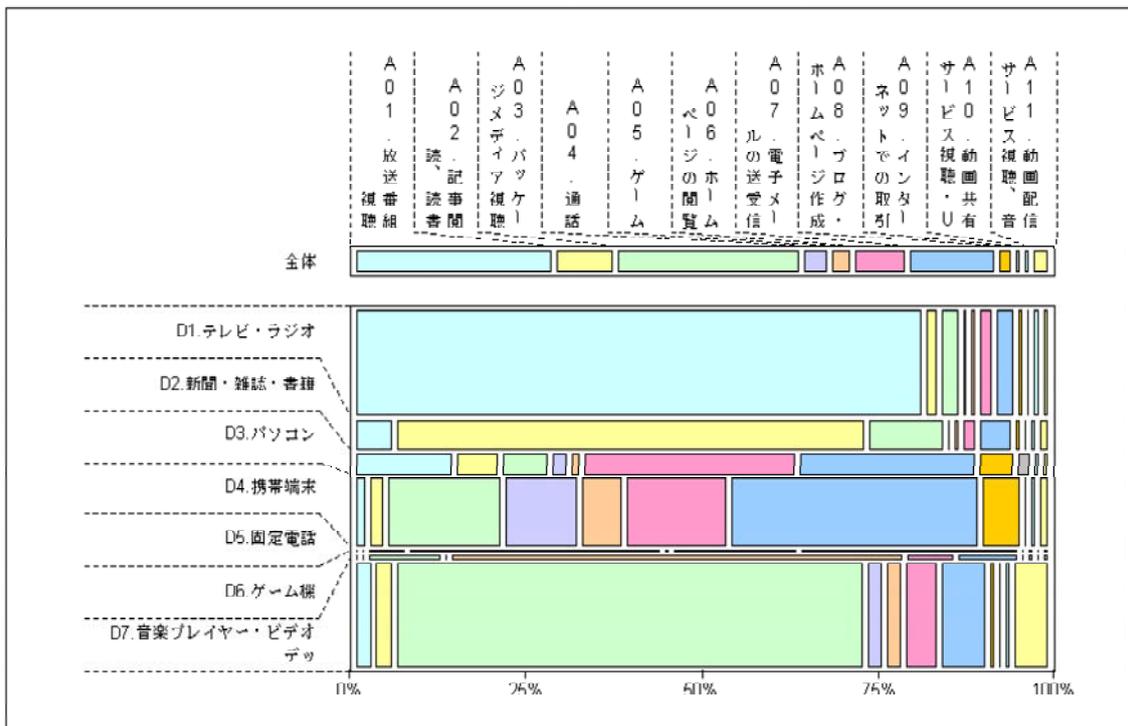
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「音楽プレイヤー等でパッケージメディアを視聴」「携帯端末で電子メールを送受信」「携帯端末でパッケージメディアを視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

マイカー通勤者がカーラジオを聴取したり、公共交通機関での通勤・通学者が音楽プレイヤー等で音楽を聴取したり、といった、従来からのデバイス・アプリケーションの利用形態が、ワンセグの視聴や、インターネットの利用、など多様な形態に広がりつつあるものと推測される。

デバイス	アプリ											合計 度数
	A01.放送番組 視聴 度数	A02.記事閲 読・読書 度数	A03.パッ ッケージメ ディア視 聴 度数	A04.通番 度数	A05.ゲーム 度数	A06.ホーム ページの閲 覧 度数	A07.電子 メールの送 受信 度数	A08.プログ ラムケー タイタイ プ検索 新・SNS 利用・格 格検索・ チャット 利用 度数	A09.イン ターネッ トでの取 引 度数	A10.動画 共有サー ビス視 聴・DL 度数	A11.動画 共有サー ビス視 聴・音楽 ソフトウ ェア等 DL視 聴 度数	
D1.テレビ・ラジオ	3+7	5	5	1	0	6	8	1	0	2	0	352
D2.新聞・雑誌・書籍	6	82	12	0	0	2	5	0	0	0	1	92
D3.パソコン	12	5	5	1	1	26	21	4	1	0	0	44
D4.携帯端末	4	5	43	27	15	38	97	14	0	0	2	152
D5.固定電話	0	0	0	2	0	1	2	0	0	0	0	4
D6.ゲーム機	0	0	1	0	5	1	1	0	0	0	0	9
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	5	5	275	7	6	18	24	0	0	0	18	305
D8.その他のメディア・情報検索	4	1	7	0	0	0	1	0	0	0	0	12
D9.利用したメディア・情報検索はない	14	2	0	0	1	4	4	0	0	0	0	24
合計	375	96	308	31	24	70	126	17	1	2	21	920

図表 2-65

(*15) 休日で60%、平日で75%



図表 2-66

④家事・子供の世話・身の回りの用・介護

「家事・子供の世話・身の回りの用・介護」は、1日平均145分(2.4時間)が費やされているが、家事・子供の世話・身の回りの用・介護時のデバイス・アプリケーションの利用は多い。

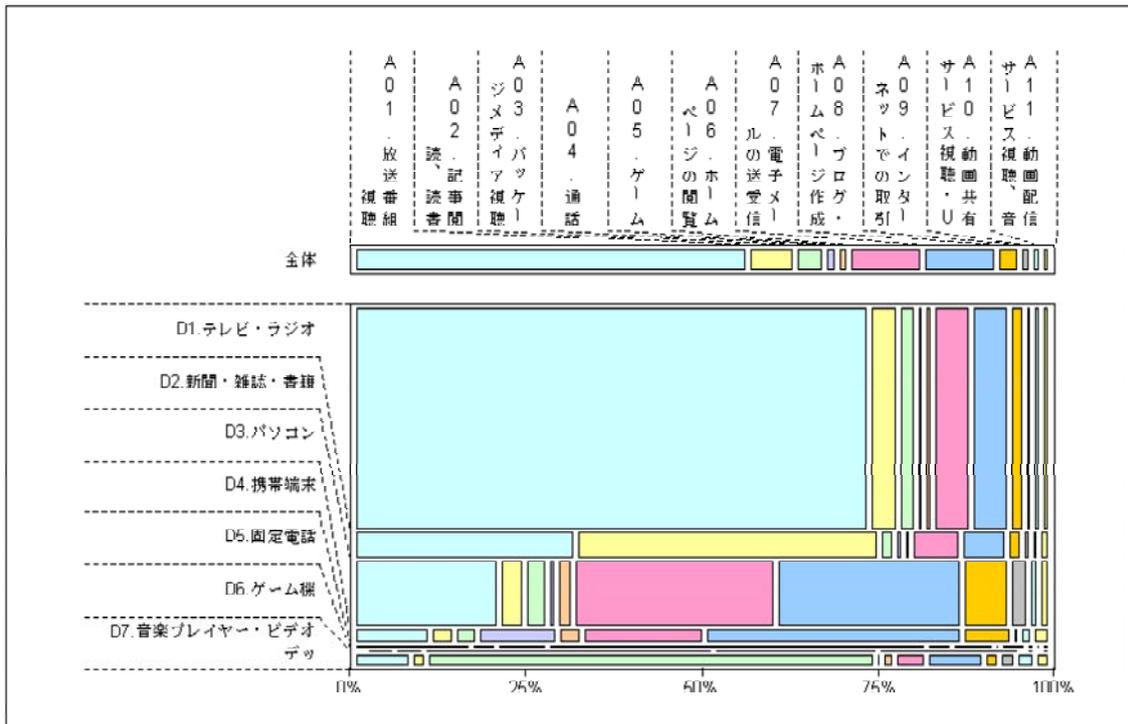
図表2-67・図表2-68に示すとおり、家事・子供の世話・身の回りの用・介護時に利用されるデバイスとしては、圧倒的にテレビ・ラジオが多く、アプリケーションとしては、放送番組視聴が多い。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」に集約されると考えられる。

自宅等で細々としたことをしながら、テレビを見る、といった利用形態を推測することができる。

デバイス	アプリ	アプリ											合計
		A01.放送番組視聴	A02.記事・読書	A03.パッドゲーム/メディア視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページの閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成更新、SMS利用、格納帳・チャット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・UL	A11.動画配信サービス視聴・音楽・ソフトウェア等DL視聴	
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
D1.テレビ・ラジオ		1,226	73	38	7	4	110	104	30	6	2	0	1,276
D2.新聞・雑誌・書籍		51	124	3	1	0	17	16	4	0	1	1	153
D3.パソコン		143	19	16	2	10	200	183	41	12	3	2	326
D4.携帯端末		14	3	3	14	3	22	45	8	0	1	2	73
D5.固定電話		2	0	1	6	0	1	0	0	0	0	0	7
D6.ゲーム機		0	0	0	0	4	2	2	0	0	0	0	5
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ		7	1	55	0	1	3	7	1	1	2	1	87
D8.その他のメディア・情報検索		1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	3
D9.利用したメディア・情報検索はない		24	5	4	1	2	5	5	2	1	1	0	43
合計		1,853	136	109	23	17	236	239	52	14	4	3	2,265

図表 2-67



図表 2-68

⑤仕事・授業・学校行事・部活動

「仕事・授業・学校行事・部活動」は、特に休日において行為者率が低い生活行動であり^(*16)、全体平均と行為者平均に差異が認められる。

行為者平均で見ると、休日で383分(6.4時間)、平日で496分(8.2時間)が費やされているが、仕事・授業・学校行事・部活動中のデバイス・アプリケーションの利用には特徴が認められる。

図表2-69・図表2-70に示すとおり、仕事・授業・学校行事・部活動中に利用されるデバイスとしては、パソコン、アプリケーションとしては、電子メールの送受信、ホームページの閲覧などである。

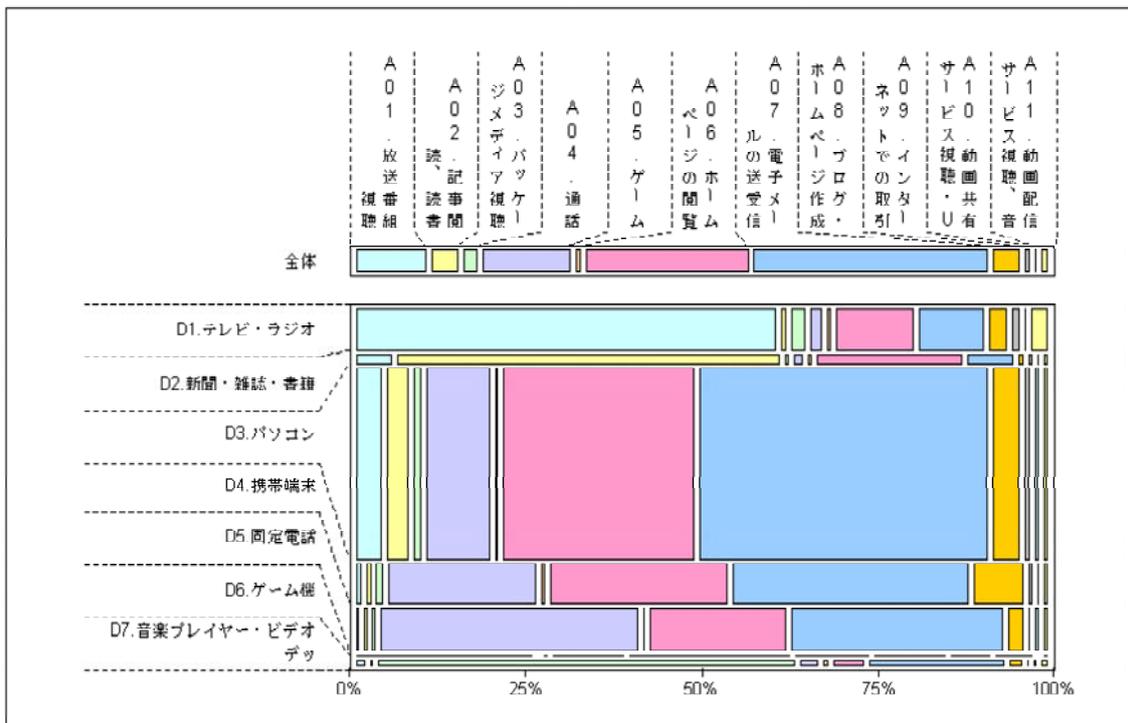
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「パソコンで電子メールを送受信」「パソコンでホームページを閲覧」という利用形態を意味するものと想定され、こういった利用は、仕事・授業等そのものの本来目的のためのデバイス・アプリケーションの利用の性格が強いものと想定される。

他の生活行動時におけるデバイス・アプリケーションの利用は、生活行動中の「ながら」的デバイス・アプリケーション利用の性格が強いが、仕事・授業・学校行事・部活動時におけるデバイス・アプリケーション利用は本来目的のためのデバイス・アプリケーションの利用の性格が強い。

デバイス	アプリ											合計
	A01.放送番組視聴	A02.記事閲覧、読書	A03.ブログ・ツイッター・フェイスブック	A04.漫画	A05.ゲーム	A06.ホームページの閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ閲覧、SNS利用、SNS検索、チャット利用	A09.インターネットの取引	A10.動画共有サービス視聴・DL	A11.動画共有サービスソフトウェア等DL視聴	
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	
D1.テレビ	305	3	2	6	1	55	45	11	4	0	9	321
D2.新聞・雑誌・書籍	6	67	0	1	0	25	8	1	0	0	0	76
D3.パソコン	92	61	23	201	4	628	960	86	10	1	3	1,309
D4.携帯電話	4	2	3	100	1	120	160	33	0	0	0	211
D5.固定電話	3	1	1	188	0	100	154	10	0	0	0	223
D6.ゲーム機	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	4
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	1	0	41	1	0	3	13	1	0	0	0	51
D8.その他のメディア・情報検索	12	0	1	5	0	1	6	1	0	0	0	19
D9.利用したメディア・情報検索はない	11	3	6	2	1	6	5	1	0	0	0	26
合計	327	94	60	248	7	674	1,026	116	10	1	12	1,712

図表2-69

(*16) 休日で16%、平日で58%



図表 2-70

⑥勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発

「勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発」も行為者率が低く^(*17)ため、全体平均と行為者平均に差異が認められる。

行為者平均で見ると、休日で195分(3.3時間)、平日で169分(2.8時間)が費やされているが、勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発中のデバイス・アプリケーションの利用は余り多くない。

図表2-71・図表2-72に示すとおり、勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発中に利用されるデバイスとしては、パソコン、アプリケーションとしては、ホームページの閲覧、電子メールの送受信などである。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「パソコンでホームページを閲覧」「パソコンで電子メールを送受信」という利用形態を意味するものと想定され、こういった利用は、勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発そのものの本来目的のためのデバイス・アプリケーションの利用の性格が強いものと想定される。

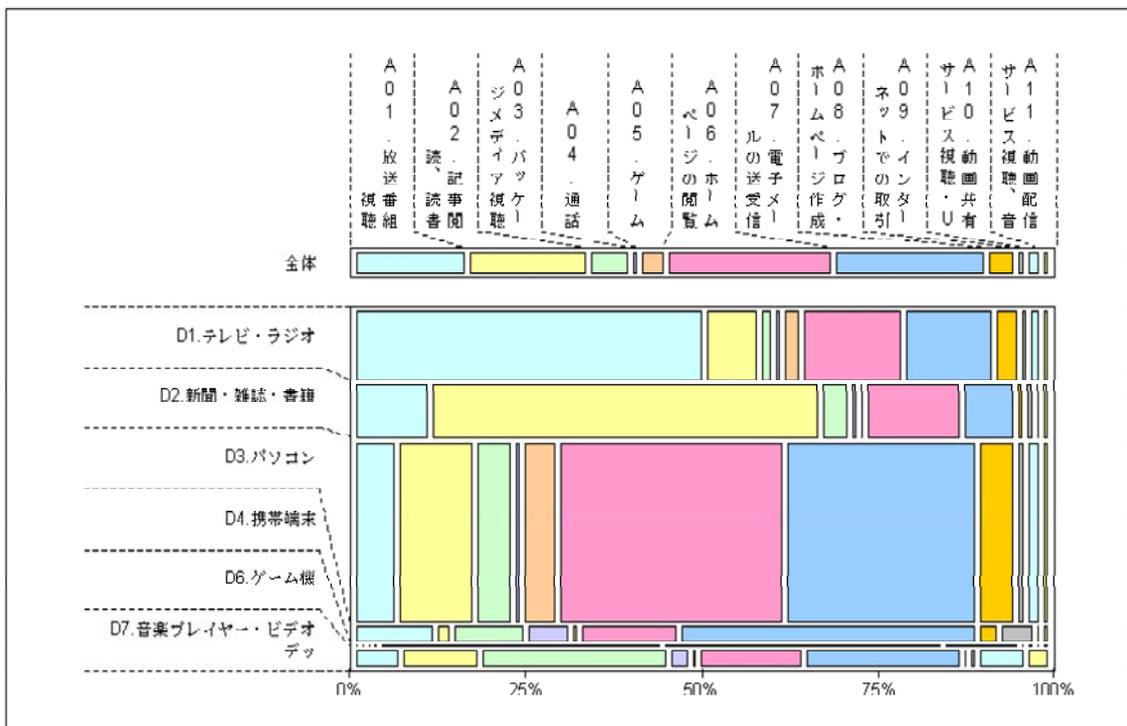
勉強(宿題、予習復習、塾)・仕事のための準備・自己啓発時のデバイス・アプリケーションの利用は、仕事・授業・学校行事・部活動時のデバイス・アプリケーションの利用と似た特徴を持つと考え

(*17)休日・平日とも 14%

られる。

		アプリ											
		A01.放送番組視聴	A02.記事・読書	A03.パソコンゲームソフト視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページの閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成更新、SNS利用、SNS検索、チャット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・UJL	A11.動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL視聴	合計
		度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数
デバイス	D1.テレビ・ラジオ	83	11	2	0	3	23	20	4	0	1	0	90
	D2.新聞・雑誌・書籍	14	71	4	0	0	17	8	1	0	0	0	80
	D3.パソコン	24	44	20	0	18	136	116	19	2	9	0	245
	D4.携帯端末	4	1	3	2	0	5	15	1	1	0	0	21
	D5.固定電話	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	D6.ゲーム機	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1
	D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	2	4	5	1	0	5	8	0	0	2	1	20
	D8.その他のメディア・情報検索	0	0	1	0	0	1	0	3	0	0	0	5
	D9.利用したメディア・情報検索はない	3	3	2	0	1	0	0	0	0	0	0	9
	合計	93	104	35	3	19	137	127	21	4	7	1	394

図表 2-71



図表 2-72

⑦会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)

「会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)」も、必ずしも行為者率が高くない生活行動である^(*18)ため、全体平均と行為者平均に差異が認められる。

行為者平均で見ると、休日で141分(2.4時間)、平日で120分(2時間)が費やされているが、会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)中のデバイス・アプリケーションの利用は余り多くない。

図表2-73・図表2-74に示すとおり、会話・通話・人とのつきあい(コミュニケーション)中に利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオ、アプリケーションとしては、放送番組視聴などである。

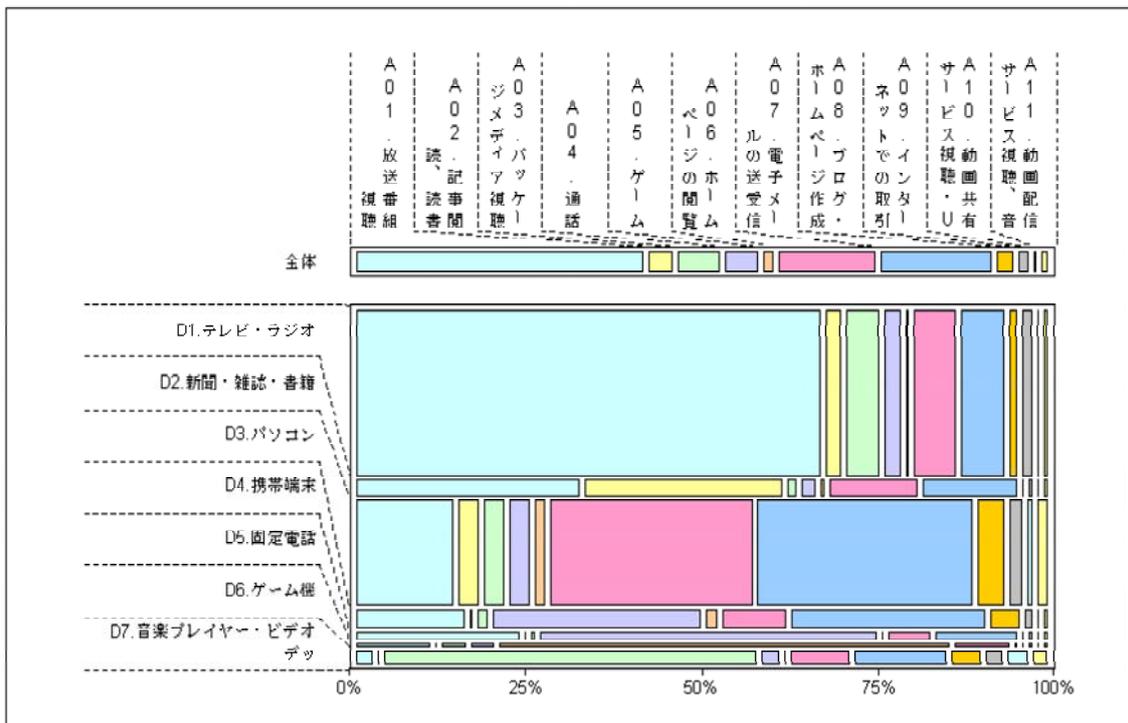
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

人とコミュニケーションを取ることと、テレビ・ラジオで放送番組を視聴することの、いずれが主でいずれが従の関係を構成するのか判然とはしないが、人とコミュニケーションを取りながらテレビ・ラジオで放送番組を視聴する、あるいは、テレビ・ラジオの放送番組をBGM・BGVのように受動的に視聴しながら人とのコミュニケーションを取る、といった利用形態があるものと考えられる。

デバイス	アプリ												合計 度数
	A01.放送番組視聴	A02.配番組注、読書	A03.ブログ、メディアアプリ視聴	A04.通番	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ閲覧、SNS利用、SNS利用、チャット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・DL	A11.動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL視聴	合計 度数	
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数		
D1.テレビ・ラジオ	265	8	18	8	1	22	24	3	3	0	0	280	
D2.新聞・雑誌・書籍	14	12	1	1	0	5	6	0	0	0	0	20	
D3.パソコン	35	6	6	7	3	72	76	9	4	1	2	125	
D4.携帯電話	7	0	1	14	1	4	13	2	0	0	0	28	
D5.固定電話	4	0	0	7	0	1	2	0	0	0	0	8	
D6.ゲーム機	1	0	0	0	6	1	0	0	0	0	0	7	
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	1	0	18	1	0	3	4	1	1	1	1	21	
D8.その他メディア・情報端末	2	0	1	6	0	0	1	0	0	0	0	9	
D9.利用したメディア・情報端末はない	1	1	0	0	4	1	1	0	1	0	0	7	
合計	270	19	31	30	12	76	90	10	5	2	2	425	

図表 2-73

(*18) 休日で23%、平日で19%



図表 2-74

⑧レジャー活動(スポーツ・行楽・散策)

「レジャー活動(スポーツ・行楽・散策)」も、行為者率が低い生活行動である^(*19)ため、全体平均と行為者平均に差異が大きな認められる。

行為者平均で見ると、休日で209分(3.3時間)、平日で159分(2.7時間)が費やされているが、レジャー活動(スポーツ・行楽・散策)中のデバイス・アプリケーションの利用は非常に少ない。

図表2-75・図表2-76に示すとおり、レジャー活動(スポーツ・行楽・散策)中に利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオ、アプリケーションとしては、放送番組視聴などである。

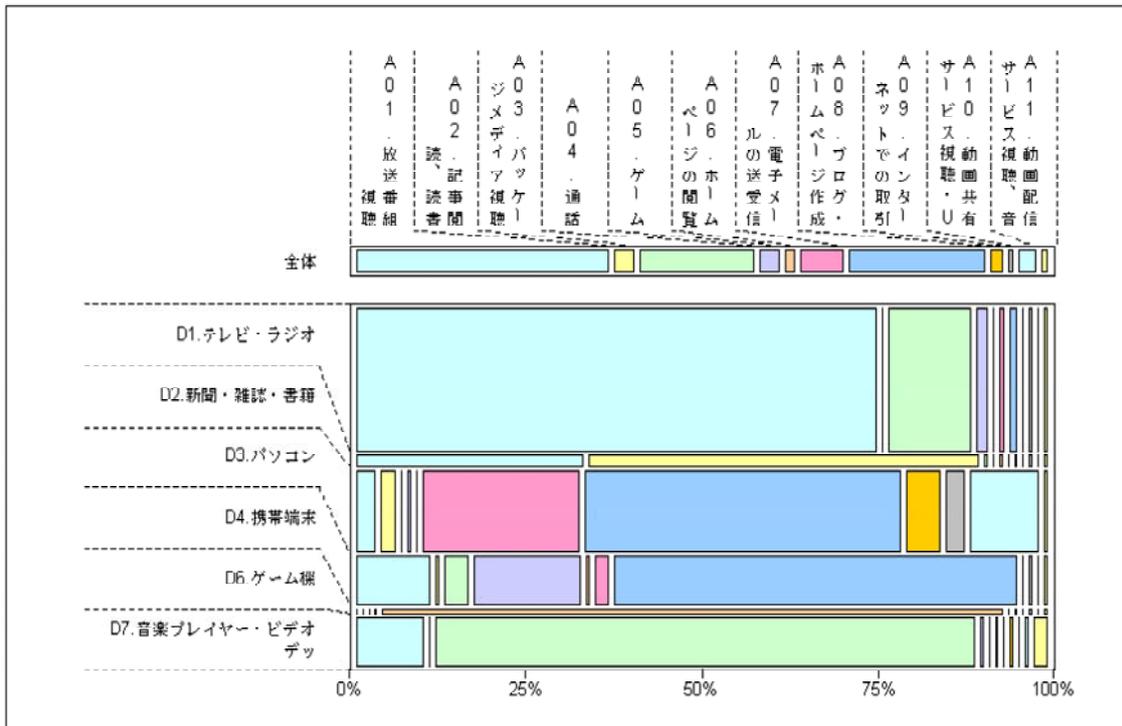
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

レジャー活動(スポーツ・行楽・散策)中にテレビやラジオの放送番組視聴を楽しむ、といった利用形態が僅かに認められる。

(*19) 休日で 15%、平日で 6%

デバイス	アプリ												合計 度数
	A01.放送番組視聴	A02.記事・読書	A03.ゲームソフト視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページの閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ更新、SNS利用、SNS利用、SNS利用、SNS利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス視聴・U	A11.動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL視聴	合計 度数	
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数		
D1.テレビ・ラジオ	38	0	6	1	0	0	0	0	0	0	0	43	
D2.新聞・雑誌・書籍	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
D3.パソコン	1	1	0	0	0	7	13	1	1	3	0	19	
D4.携帯端末	2	0	1	3	0	0	10	0	0	0	0	14	
D5.固定電話	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
D6.ゲーム機	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	2	0	14	0	0	0	0	0	0	0	0	14	
D8.その他のメディア・情報端末	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	
D9.利用したメディア・情報端末はない	2	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	7	
合計	41	4	27	3	5	7	24	2	1	3	0	107	

図表 2-75



図表 2-76

⑨趣味・娯楽・教養・ショッピング

「趣味・娯楽・教養・ショッピング」は、ほとんどの人が行っている生活行動である^(*20)。

行為者平均で見ると、休日で306分(5.1時間)、平日で240分(4時間)と長時間に及ぶが、趣味・娯楽・教養・ショッピング中のデバイス・アプリケーションの利用は多い。

図表2-77・図表2-78に示すとおり、趣味・娯楽・教養・ショッピング中に利用されるデバイスとしては、パソコン、テレビ・ラジオ、アプリケーションとしては、ホームページの閲覧、放送番組視聴などである。

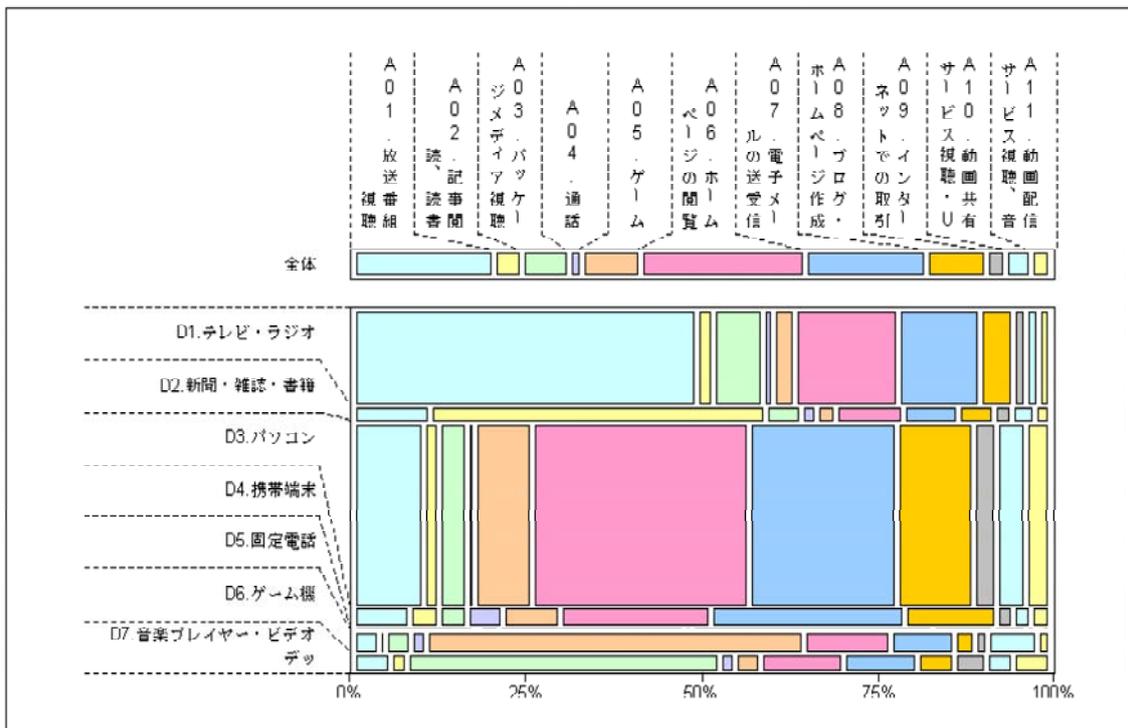
デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「パソコンでホームページを閲覧」「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」という利用形態を意味するものと想定される。

趣味・娯楽・教養・ショッピングの一環として、パソコンを使ってブラウジングを行っていたり、テレビやラジオの放送番組に見入ったり、といった光景ではないか。

デバイス	アプリ											
	A01放送番組視聴	A02記事閲覧・読書	A03ブログ・メディアアプリ	A04動画	A05ゲーム	A06ホームページ閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ閲覧・SNS利用・SNS利用・メール利用	A09インターネット利用	A10動画共有サービス視聴・DL	A11動画共有サービス視聴・音楽・ソフトウェア等DL視聴	合計
	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数	度数
D1.テレビ・ラジオ	1,262	36	166	7	55	357	273	59	20	15	12	1,445
D2.新聞・雑誌・書籍	37	167	14	3	6	31	25	14	5	8	4	201
D3.パソコン	495	50	156	14	360	1,542	1,051	503	127	165	106	2,515
D4.携帯電話	34	16	13	20	33	94	125	55	6	7	7	151
D5.固定電話	3	0	0	5	0	6	1	1	0	0	0	12
D6.ゲーム機	15	0	13	5	259	55	40	9	3	30	3	271
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ・DVDプレイヤー	15	5	165	4	11	42	32	16	14	10	16	205
D8.その他のメディア・情報検索	2	0	10	3	5	6	7	4	5	4	3	15
D9.利用したメディア・情報検索はない	11	7	2	0	2	5	3	4	1	0	3	35
合計	1,314	206	395	34	551	1,533	1,126	524	132	165	117	3,967

図表 2-77

(*20)休日で75%、平日で64%



図表 2-78

⑩休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし

「休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし」も、ほとんどの人が行っている行為である^(*21)。

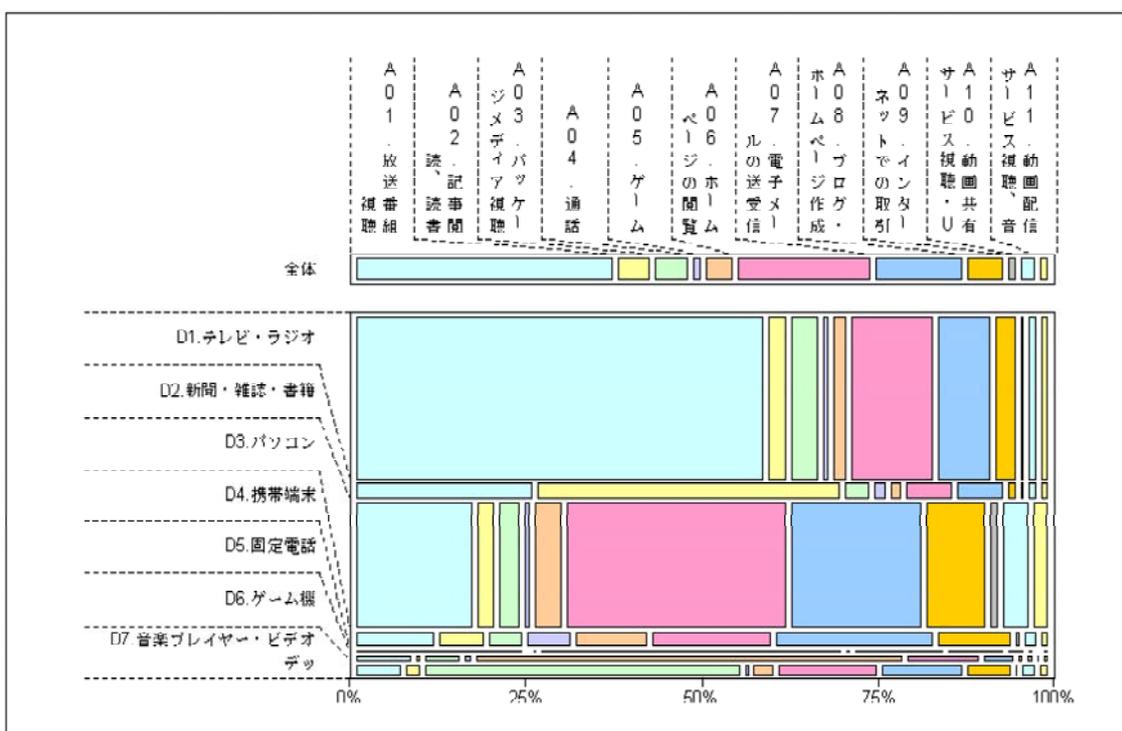
行為者平均で見ると、休日で295分(4.9時間)、平日で220分(3.7時間)が費やされているが、休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし中のデバイス・アプリケーションの利用は多い。

図表2-79に示すとおり、休息・くつろぎ・団らん・暇つぶし中に利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオ、パソコン、アプリケーションとしては、放送番組視聴ホームページの閲覧、などである。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「パソコンでホームページを閲覧」という利用形態を意味するものと想定される。

息抜きの際にテレビ番組を見たり、パソコンでブラウジングを楽しんだり、といった利用形態なのではなかろうか。

(*21) 休日で76%、平日で71%



図表2-79

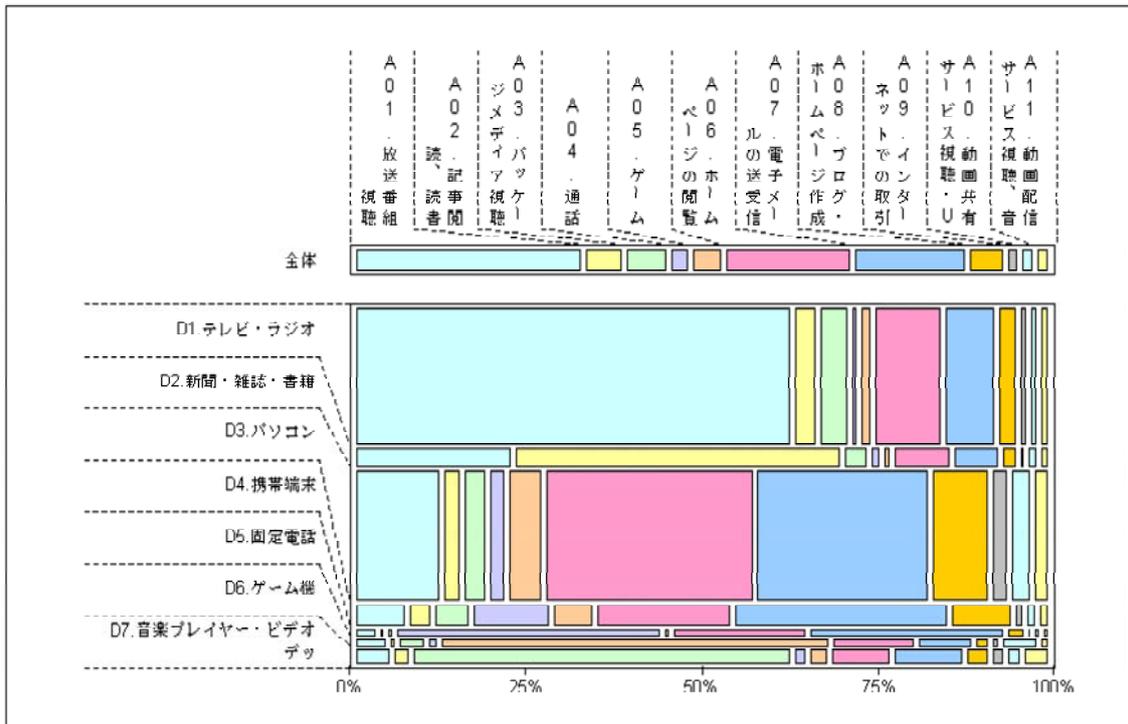
①全体

全体的に見ると、図表2-80・図表2-81に示すとおり、利用されるデバイスとしては、テレビ・ラジオやパソコンが多い。また、アプリケーションとしては放送番組の視聴やホームページの閲覧、電子メールの送受信が多い。

デバイスとアプリケーションの組み合わせで考えると、恐らく「テレビ・ラジオで放送番組を視聴」「パソコンでホームページを閲覧」「パソコンで電子メールを送受信」という利用形態が中心を占めていることが想定される。

デバイス	アプリ											合計 展数
	A01.放送番組視聴	A02.読書・記事・読聞	A03.パッツメディア視聴	A04.通話	A05.ゲーム	A06.ホームページ閲覧	A07.電子メールの送受信	A08.ブログ・ホームページ作成・更新・SNS利用・掲示板・チャット利用	A09.インターネットでの取引	A10.動画共有サービス・視聴・UL	A11.動画配信サービス・音楽・ソフトウェア等DL・視聴	
	展数	展数	展数	展数	展数	展数	展数	展数	展数	展数	展数	
D1.テレビ・ラジオ	9,059	369	491	53	158	1,269	953	313	57	72	34	9,646
D2.新聞・雑誌・書籍	448	932	58	16	12	148	121	29	6	13	8	1,130
D3.パソコン	1,651	286	350	293	552	4,078	3,336	1,040	204	321	183	6,804
D4.携帯端末	148	57	91	220	106	394	634	167	9	16	12	960
D5.固定電話	17	1	2	224	1	113	163	12	0	0	0	272
D6.ゲーム機	31	0	23	6	387	78	50	9	4	30	3	412
D7.音楽プレイヤー・ビデオデッキ	70	29	761	19	27	119	129	36	16	19	40	916
D8.その他のメディア情報機器	28	2	36	19	9	10	18	8	9	9	13	87
D9.利用したデバイス情報機器はない	121	42	22	7	30	50	31	10	9	13	9	296
合計	9,334	1,158	1,434	448	948	4,403	3,851	1,173	223	356	231	17,068

図表2-80



図表2-81

2.3. メディア同時接触状況(同時接触量)

2.3.1. アプリケーション×アプリケーション

2.1.4.で概観したように、アプリケーションの利用時間の約4分の1において、複数のアプリケーションが同時に利用されており、放送番組視聴やパッケージメディア視聴といったアプリケーションを利用している場合は、他のアプリケーションを同時に併用することが少ないのに対して、CGM利用・インターネット取引・電子メール送受信・ホームページ閲覧など、インターネット系のアプリケーションを利用する場合は、7割以上の比率で複数のアプリケーションが同時に利用されている。

これらアプリケーションの同時利用が発生しているとき、どのアプリケーションとどのアプリケーションが同時に利用されているか、を図表2-82以下の表に整理した。

これらの表では、複数のアプリケーションが同時に利用されている1日平均時間(単位:分)を表しており、かつ、表側のアプリケーションの1日平均利用時間に対する表頭のアプリケーションそれぞれの同時利用時間の比率に応じて下記凡例に従い、色分けをしている。^(※22)

凡例

60%台以上
50%台
40%台
30%台
20%台
10%台
10%以下

図表2-82の全体総括表を見てみると、クロスメディアの量(同時接触量、同時利用時間)では、「ホームページの閲覧」と「電子メールの送受信」の同時利用時間が約68分(1.1時間)で最も長く、クロスメディアの比率としては、CGM利用時における「ホームページの閲覧」の比率が高い。

全体的には、

- ・何らかのアプリケーションが利用されている際に、インターネット系アプリケーションも同時に利用されるケースが多い
- ・特に、インターネット系アプリケーション同士の同時利用が発生し易い

とすることができる。

(※22) 表側アプリケーションと同一の表頭アプリケーションの欄(灰色部分)の数値は、当該アプリケーションの1日平均利用時間(単位:分)を表している。

図表2-82全体

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	278.92	10.45	4.00	1.37	3.33	34.01	25.89	7.76	1.49	1.61	0.76
A02 記事閲覧、読書	10.45	34.59	0.94	0.39	0.98	4.40	3.69	1.74	0.20	0.22	0.15
A03 パッケージメディア視聴	4.00	0.94	42.85	0.31	1.28	5.14	4.74	1.38	0.54	0.41	0.52
A04 通話	1.37	0.38	0.31	13.39	0.50	3.80	6.11	0.57	0.14	0.26	0.09
A05 ゲーム	3.33	0.98	1.28	0.50	28.34	6.13	4.50	2.20	0.34	1.45	0.41
A06 ホームページの閲覧	34.01	4.40	5.14	3.60	6.13	131.56	67.79	24.28	3.78	3.61	1.99
A07 電子メールの送受信	25.89	3.69	4.74	6.11	4.50	67.79	115.07	20.51	3.67	2.71	1.56
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	7.76	1.74	1.38	0.57	2.20	24.28	20.51	35.05	2.07	1.88	1.73
A09 インターネットでの取引	1.49	0.20	0.54	0.14	0.34	3.78	3.67	2.07	6.66	0.55	0.38
A10 動画共有サービス視聴・UL	1.61	0.22	0.41	0.26	1.45	3.61	2.71	1.88	0.55	10.63	0.77
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.76	0.15	0.52	0.09	0.41	1.99	1.56	1.73	0.38	0.77	6.90
合計	278.92	34.59	42.85	13.39	28.34	131.56	115.07	35.05	6.66	10.63	6.90

図表2-83～図表2-88に示す性・年代別のアプリケーション同時利用状況では、中年層において特にインターネット系アプリケーション同士の同時利用が盛んである一方、若年女性においてCGMを基軸としてインターネット系アプリケーションの同時利用が多いと言することができる。

図表2-83 若年男性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	186.63	9.24	6.95	2.10	8.03	45.02	18.95	9.33	0.54	5.40	0.06
A02 記事閲覧、読書	9.24	35.62	3.37	1.11	1.87	4.03	1.97	0.48	0.00	0.95	0.00
A03 パッケージメディア視聴	6.95	3.37	57.65	0.16	6.16	11.14	9.40	1.30	0.00	0.98	0.00
A04 通話	2.10	1.11	0.16	14.22	2.16	2.86	6.60	0.89	0.00	1.21	0.00
A05 ゲーム	8.03	1.87	6.16	2.16	79.67	8.95	7.52	0.70	0.00	7.02	0.32
A06 ホームページの閲覧	45.02	4.03	11.14	2.86	8.95	163.84	45.24	23.37	0.57	6.51	3.05
A07 電子メールの送受信	18.95	1.97	9.40	6.60	7.52	45.24	87.76	16.79	0.19	2.63	0.32
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	9.33	0.48	1.30	0.89	0.70	23.37	16.79	30.54	0.48	3.40	2.22
A09 インターネットでの取引	0.54	0.00	0.00	0.00	0.00	0.57	0.19	0.48	2.00	0.00	0.00
A10 動画共有サービス視聴・UL	5.40	0.95	0.98	1.21	7.02	6.51	2.63	3.40	0.00	27.81	0.44
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.06	0.00	0.00	0.00	0.32	3.05	0.32	2.22	0.00	0.44	8.92

図表2-84 若年女性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	242.67	2.33	3.74	0.79	4.11	24.34	19.99	8.50	0.41	0.75	0.21
A02 記事閲覧、読書	2.33	21.33	0.75	0.34	4.97	7.20	7.13	6.17	0.00	0.00	0.00
A03 パッケージメディア視聴	3.74	0.75	49.34	0.07	6.69	6.41	5.52	3.94	0.00	0.00	0.00
A04 通話	0.79	0.34	0.07	15.98	0.17	3.53	2.64	1.20	0.00	0.07	0.00
A05 ゲーム	4.11	4.97	0.69	0.17	49.99	17.11	12.24	10.08	0.27	1.47	0.00
A06 ホームページの閲覧	24.34	7.20	6.41	3.53	17.11	131.35	55.89	40.22	1.17	10.29	3.50
A07 電子メールの送受信	19.99	7.13	9.52	2.64	12.24	55.89	90.82	25.92	1.78	10.08	2.85
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	8.50	6.17	3.94	1.20	10.08	40.22	25.92	51.43	1.78	5.21	3.60
A09 インターネットでの取引	0.41	0.00	0.00	0.00	0.27	1.17	1.78	1.78	3.60	0.69	0.00
A10 動画共有サービス視聴・UL	0.75	0.00	0.00	0.07	1.47	10.29	10.08	5.21	0.69	24.51	3.43
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.21	0.00	0.00	0.00	0.00	3.50	2.85	3.50	0.00	3.43	7.65
合計	242.67	21.33	49.34	15.98	49.99	131.35	90.82	51.43	3.50	24.51	7.65

図表2-85 中年男性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	215.26	8.51	4.83	0.89	1.96	34.64	24.55	5.47	0.59	1.52	0.97
A02 記事閲覧、読書	8.51	31.16	0.72	0.08	0.32	5.74	2.43	1.03	0.32	0.44	0.53
A03 パッケージメディア視聴	4.83	0.72	42.77	0.65	0.60	4.86	3.97	0.84	0.55	0.93	2.47
A04 通話	0.89	0.08	0.65	14.38	0.59	5.57	9.14	0.87	0.46	0.46	0.46
A05 ゲーム	1.96	0.32	0.60	0.59	17.97	3.19	2.79	1.08	0.87	0.95	0.87
A06 ホームページの閲覧	34.64	5.74	4.86	5.57	3.19	147.61	83.92	24.19	2.13	2.43	2.74
A07 電子メールの送受信	24.55	2.43	3.97	9.14	2.79	83.92	136.15	22.46	1.62	1.73	2.49
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	5.47	1.03	0.84	0.87	1.08	24.19	22.46	40.20	1.48	1.58	3.00
A09 インターネットでの取引	0.59	0.32	0.55	0.46	0.87	2.13	1.82	1.48	3.06	0.91	0.82
A10 動画共有サービス視聴・UL	1.52	0.44	0.93	0.46	0.95	2.43	1.73	1.58	0.91	6.90	1.08
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.97	0.53	2.47	0.46	0.87	2.74	2.49	3.00	0.82	1.08	9.35
合計	215.26	31.16	42.77	14.38	17.97	147.61	136.15	40.20	3.06	6.90	9.35

図表2-86 中年女性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	330.89	7.10	1.35	0.81	2.77	39.46	30.08	11.45	3.69	0.35	1.28
A02 記事閲覧、読書	7.10	24.49	0.29	0.04	0.00	3.27	2.57	0.29	0.10	0.00	0.12
A03 パッケージメディア視聴	1.35	0.29	46.21	0.14	0.48	2.42	2.24	1.43	0.62	0.04	0.00
A04 通話	0.81	0.04	0.14	10.50	0.21	5.20	6.71	0.10	0.00	0.00	0.00
A05 ゲーム	2.77	0.00	0.48	0.21	17.04	7.41	3.33	1.76	0.41	0.62	0.21
A06 ホームページの閲覧	39.46	3.27	2.42	5.20	7.41	121.72	70.54	24.12	8.51	1.93	1.28
A07 電子メールの送受信	30.08	2.57	2.24	6.71	3.33	70.54	101.93	21.68	8.67	1.55	1.82
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	11.45	0.29	1.43	0.10	1.76	24.12	21.68	33.29	5.59	1.30	1.01
A09 インターネットでの取引	3.69	0.10	0.62	0.00	0.41	8.51	8.67	14.00	0.81	0.62	0.62
A10 動画共有サービス視聴・UL	0.35	0.00	0.04	0.00	0.62	1.93	1.55	1.30	0.81	3.04	0.00
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	1.28	0.12	0.00	0.00	0.21	1.28	1.82	1.01	0.62	0.00	5.09
合計	330.89	24.49	46.21	10.50	17.04	121.72	101.93	33.29	14.00	3.04	5.09

図表2-87 高年男性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	308.47	21.09	5.33	1.62	1.67	36.52	33.41	6.71	1.48	2.18	1.26
A02 記事閲覧、読書	21.09	56.83	0.85	0.77	0.24	5.18	6.08	3.08	0.53	0.00	0.00
A03 パッケージメディア視聴	5.33	0.85	35.88	0.36	0.24	6.34	7.17	0.68	1.69	0.44	0.10
A04 通話	1.62	0.77	0.36	13.41	0.00	1.99	5.76	0.48	0.24	0.00	0.00
A05 ゲーム	1.67	0.24	0.24	0.00	10.46	1.02	1.74	0.34	0.24	0.00	0.77
A06 ホームページの閲覧	36.52	5.18	6.34	1.99	1.02	140.36	90.99	19.98	3.85	1.60	0.70
A07 電子メールの送受信	33.41	6.08	7.17	5.76	1.74	90.99	157.05	21.79	3.15	1.21	0.82
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	6.71	3.08	0.68	0.48	0.34	19.98	21.79	33.73	0.48	0.58	0.75
A09 インターネットでの取引	1.48	0.53	1.69	0.24	0.24	3.85	3.15	0.48	5.74	0.63	0.00
A10 動画共有サービス視聴・UL	2.18	0.00	0.44	0.00	0.00	1.60	1.21	0.68	0.63	7.63	0.39
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	1.26	0.00	0.10	0.00	0.77	0.70	0.82	0.75	0.00	0.39	5.25
合計	308.47	56.83	35.88	13.41	10.46	140.36	157.05	33.73	5.74	7.63	5.25

図表2-88 高年女性

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	367.59	12.88	2.62	2.29	3.00	22.52	24.29	5.10	1.45	0.19	0.27
A02 記事閲覧、読書	12.88	36.96	0.27	0.19	0.00	1.34	2.87	0.80	0.14	0.00	0.14
A03 パッケージメディア視聴	2.62	0.27	28.47	0.33	0.41	1.58	1.69	0.82	0.00	0.00	0.00
A04 通話	2.29	0.19	0.33	13.10	0.16	2.75	4.15	0.14	0.00	0.00	0.00
A05 ゲーム	3.00	0.00	0.41	0.16	15.26	2.81	2.82	1.34	0.00	0.00	0.11
A06 ホームページの閲覧	22.52	1.34	1.58	2.76	2.81	86.26	46.02	17.55	4.45	1.83	1.28
A07 電子メールの送受信	24.29	2.87	1.69	4.15	2.62	46.02	100.56	13.87	4.53	1.36	0.87
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	5.10	0.60	0.82	0.14	1.34	17.55	13.87	23.07	1.61	0.55	0.33
A09 インターネットでの取引	1.45	0.14	0.00	0.00	0.00	4.45	4.53	1.61	9.20	0.00	0.55
A10 動画共有サービス視聴・UL	0.19	0.00	0.00	0.00	0.00	1.83	1.36	0.55	0.00	3.03	0.00
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.27	0.14	0.00	0.00	0.11	1.28	0.87	0.33	0.55	0.00	5.65
合計	367.59	36.96	28.47	13.10	15.26	86.26	100.56	23.07	9.20	3.03	5.65

また、先に、「短時間オールド派」<「短時間ネット派」<「長時間オールド派」<「長時間ネット派」の順で、クロスメディア率が高くなっていく、という特徴を指摘しているが、「長時間オールド派」では、放送番組視聴とのクロスメディアが、「長時間ネット派」では、インターネット系アプリケーション同士のクロスメディアが、それぞれ特徴的に生じていることが図表2-89～図表2-92で明らかになっている。

図表2-89短時間 オールド派

	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09インターネットでの取引	A10動画共有サービス視聴・UL	A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01放送番組視聴	248.46	5.47	1.28	0.66	1.08	10.13	6.52	1.78	0.40	0.02	0.30
A02記事閲覧、読書	5.47	30.13	0.42	0.00	0.00	1.06	1.12	0.20	0.02	0.00	0.02
A03パッケージメディア視聴	1.28	0.42	30.17	0.08	0.15	0.70	0.80	0.13	0.04	0.00	0.00
A04通話	0.66	0.00	0.08	7.31	0.10	0.35	0.78	0.00	0.00	0.00	0.00
A05ゲーム	1.08	0.00	0.15	0.10	11.76	0.83	0.95	0.20	0.00	0.00	0.00
A06ホームページの閲覧	10.13	1.06	0.70	0.35	0.83	47.59	15.36	3.01	0.79	0.20	0.20
A07電子メールの送受信	6.52	1.12	0.80	0.78	0.95	15.36	38.80	2.45	1.14	0.08	0.25
A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	1.78	0.20	0.13	0.00	0.20	3.01	2.45	6.96	0.34	0.11	0.15
A09インターネットでの取引	0.40	0.02	0.00	0.00	0.00	0.79	1.14	0.34	2.77	0.00	0.00
A10動画共有サービス視聴・UL	0.02	0.00	0.00	0.00	0.00	0.20	0.08	0.11	0.00	0.90	0.00
A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.30	0.02	0.00	0.00	0.00	0.20	0.25	0.15	0.00	0.00	1.95
合計	248.46	30.13	30.17	7.31	11.76	47.59	38.80	6.96	2.77	0.90	1.95

図表2-90短時間 ネット派

	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09インターネットでの取引	A10動画共有サービス視聴・UL	A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01放送番組視聴	91.87	2.37	0.25	0.04	0.54	8.84	6.87	1.93	0.40	0.31	0.00
A02記事閲覧、読書	2.37	16.39	1.08	0.25	0.21	0.98	1.31	0.52	0.52	0.08	0.04
A03パッケージメディア視聴	0.25	1.08	30.56	0.19	0.54	1.91	2.23	0.21	0.31	0.04	0.08
A04通話	0.04	0.25	0.19	5.72	0.10	1.46	1.79	0.83	0.21	0.00	0.00
A05ゲーム	0.54	0.21	0.54	0.10	21.30	1.96	2.68	0.54	0.29	0.08	0.67
A06ホームページの閲覧	8.84	0.98	1.91	1.46	1.96	109.31	42.77	11.94	2.33	1.80	0.25
A07電子メールの送受信	6.87	1.31	2.23	1.79	2.68	42.77	99.74	12.55	3.16	0.83	0.79
A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	1.93	0.52	0.21	0.83	0.54	11.94	12.55	29.02	1.87	0.87	0.50
A09インターネットでの取引	0.40	0.52	0.31	0.21	0.29	2.33	3.16	1.87	7.12	0.33	0.46
A10動画共有サービス視聴・UL	0.31	0.08	0.04	0.00	0.08	1.60	0.83	0.87	0.33	8.49	0.04
A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.00	0.04	0.08	0.00	0.67	0.25	0.79	0.50	0.46	0.04	9.17
合計	91.87	16.39	30.56	5.72	21.30	109.31	99.74	29.02	7.12	8.49	9.17

図表2-91長時間 オールド派

	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09インターネットでの取引	A10動画共有サービス視聴・UL	A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01放送番組視聴	554.38	26.46	10.76	3.71	11.56	77.58	56.04	10.76	1.92	2.04	0.45
A02記事閲覧、読書	26.46	57.03	1.42	0.97	0.72	7.17	6.78	2.62	0.10	0.12	0.35
A03パッケージメディア視聴	10.76	1.42	55.38	0.10	2.00	7.66	6.37	1.94	0.00	0.29	0.25
A04通話	3.71	0.97	0.10	14.59	0.91	1.28	2.86	0.10	0.00	0.04	0.00
A05ゲーム	11.56	0.72	2.00	0.91	32.82	5.17	4.39	1.36	0.16	1.24	0.16
A06ホームページの閲覧	77.58	7.17	7.66	1.28	5.17	127.11	54.27	13.74	2.45	2.16	0.93
A07電子メールの送受信	56.04	6.78	6.37	2.86	4.39	54.27	100.96	9.77	1.42	1.22	0.78
A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	10.76	2.62	1.94	0.10	1.36	13.74	9.77	22.54	0.35	0.66	0.58
A09インターネットでの取引	1.92	0.10	0.00	0.16	0.16	2.45	1.42	0.35	4.55	0.00	0.41
A10動画共有サービス視聴・UL	2.04	0.12	0.29	0.04	1.24	2.16	1.22	0.66	0.00	7.11	0.25
A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.45	0.35	0.25	0.00	0.16	0.93	0.78	0.58	0.41	0.25	4.41
合計	554.38	57.03	55.38	14.59	32.82	127.11	100.96	22.54	4.55	7.11	4.41

図表2-92長時間 ネット派

	A01放送番組視聴	A02記事閲覧、読書	A03パッケージメディア視聴	A04通話	A05ゲーム	A06ホームページの閲覧	A07電子メールの送受信	A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09インターネットでの取引	A10動画共有サービス視聴・UL	A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01放送番組視聴	244.40	11.96	6.25	1.71	2.03	62.23	52.85	22.72	4.37	5.73	2.80
A02記事閲覧、読書	11.96	38.88	1.33	0.68	4.02	11.76	8.09	5.18	0.33	0.90	0.33
A03パッケージメディア視聴	6.25	1.33	67.94	1.12	3.56	14.80	13.58	4.53	2.34	1.73	2.30
A04通話	1.71	0.68	1.12	32.38	1.29	15.90	24.82	1.95	0.48	1.31	0.48
A05ゲーム	2.03	4.02	3.56	1.29	64.31	22.17	13.69	8.86	1.25	6.01	1.25
A06ホームページの閲覧	62.23	11.76	14.80	15.90	22.17	328.47	213.83	91.18	12.73	14.13	8.55
A07電子メールの送受信	52.85	8.09	13.58	24.82	13.69	213.83	299.45	76.57	11.65	11.55	5.82
A08ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	22.72	5.18	4.53	1.95	8.86	91.18	76.57	111.14	7.61	7.81	7.43
A09インターネットでの取引	4.37	0.33	2.34	0.48	1.25	12.73	11.65	7.61	16.22	2.45	1.03
A10動画共有サービス視聴・UL	5.73	0.90	1.73	1.31	6.01	14.13	11.55	7.81	2.45	36.19	3.85
A11動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	2.80	0.33	2.30	0.48	1.25	8.55	5.82	7.43	1.03	3.65	17.12
合計	244.40	38.88	67.94	32.38	64.31	328.47	299.45	111.14	16.22	36.19	17.12

特に、図表2-95に示すように、「合計アプリケーション利用時間16時間以上」といった、極めて長時間に亘ってアプリケーションを利用するユーザの場合、動画配信サービスなども含むインターネット

ット系アプリケーション同士のクロスメディアの傾向が顕著であることが明らかであり、この傾向は、これまでの分析と軌を一にしている。

図表2-93 合計アプリケーション利用時間平均以下

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	194.70	4.41	0.93	0.45	0.89	9.69	6.64	1.84	0.40	0.12	0.20
A02 記事閲覧、読書	4.41	25.41	0.65	0.09	0.07	1.03	1.19	0.31	0.19	0.03	0.03
A03 パッケージメディア視聴	0.93	0.65	30.31	0.11	0.29	1.11	1.29	0.16	0.14	0.01	0.03
A04 通話	0.45	0.09	0.11	6.76	0.10	0.73	1.13	0.29	0.07	0.00	0.00
A05 ゲーム	0.89	0.07	0.29	0.10	15.04	1.21	1.54	0.31	0.10	0.03	0.23
A06 ホームページの閲覧	9.69	1.03	1.11	0.73	1.21	68.78	24.77	6.08	1.32	0.68	0.21
A07 電子メールの送受信	6.64	1.19	1.29	1.13	1.54	24.77	59.72	5.91	1.84	0.34	0.44
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	1.84	0.31	0.16	0.29	0.31	6.08	5.91	14.54	0.86	0.37	0.27
A09 インターネットでの取引	0.40	0.19	0.14	0.07	0.10	1.32	1.84	0.86	4.26	0.11	0.16
A10 動画共有サービス視聴・UL	0.12	0.03	0.01	0.00	0.03	0.68	0.34	0.37	0.11	3.51	0.01
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.20	0.03	0.03	0.00	0.23	0.21	0.44	0.27	0.16	0.01	4.43
合計	194.70	25.41	30.31	6.76	15.04	68.78	59.72	14.54	4.26	3.51	4.43

図表2-94 合計アプリケーション利用時間平均以上16時間以下

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	402.38	14.92	4.73	2.98	6.47	46.21	36.51	6.11	2.18	0.71	0.24
A02 記事閲覧、読書	14.92	40.59	1.28	0.70	0.87	4.40	3.71	0.50	0.07	0.39	0.16
A03 パッケージメディア視聴	4.73	1.28	54.13	0.15	1.78	5.78	3.81	2.28	0.15	0.49	0.28
A04 通話	2.98	0.70	0.15	15.01	1.13	2.61	5.92	0.49	0.00	0.59	0.00
A05 ゲーム	6.47	0.87	1.78	1.13	39.79	6.84	4.95	0.79	0.12	0.89	0.21
A06 ホームページの閲覧	46.21	4.40	5.78	2.61	6.64	162.16	71.63	22.81	2.57	3.19	2.76
A07 電子メールの送受信	36.51	3.71	3.81	5.92	4.95	71.63	133.04	19.13	1.39	1.85	2.06
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	6.11	0.50	2.28	0.49	0.79	22.81	19.13	33.60	1.60	1.01	0.90
A09 インターネットでの取引	2.18	0.07	0.15	0.00	0.12	2.57	1.39	1.60	5.71	0.00	0.30
A10 動画共有サービス視聴・UL	0.71	0.39	0.49	0.59	0.89	3.19	1.85	1.01	0.00	14.44	0.27
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	0.24	0.16	0.28	0.00	0.21	2.76	2.06	0.90	0.30	0.27	7.50
合計	402.38	40.59	54.13	15.01	39.79	162.16	133.04	33.60	5.71	14.44	7.50

図表2-95 合計アプリケーション利用時間16時間以上

	A01 放送番組視聴	A02 記事閲覧、読書	A03 パッケージメディア視聴	A04 通話	A05 ゲーム	A06 ホームページの閲覧	A07 電子メールの送受信	A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	A09 インターネットでの取引	A10 動画共有サービス視聴・UL	A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴
A01 放送番組視聴	408.04	30.75	18.22	2.12	8.12	130.25	99.69	42.82	5.44	11.66	4.99
A02 記事閲覧、読書	30.75	67.42	1.64	1.16	5.96	21.95	16.73	12.30	0.56	0.78	0.78
A03 パッケージメディア視聴	18.22	1.64	79.94	1.71	5.22	24.56	25.08	5.46	3.61	2.24	3.65
A04 通話	2.12	1.16	1.71	43.86	1.01	22.84	32.61	2.27	0.82	0.82	0.82
A05 ゲーム	8.12	5.96	5.22	1.01	68.98	29.96	18.82	15.58	2.12	10.25	1.90
A06 ホームページの閲覧	130.25	21.95	24.56	22.84	29.96	382.21	282.60	122.94	19.68	19.98	9.32
A07 電子メールの送受信	99.69	16.73	25.08	32.61	18.82	282.60	358.66	100.10	18.93	17.22	6.15
A08 ブログ・ホームページ作成・更新、SNS利用、掲示板・チャット利用	42.82	12.30	5.48	2.27	15.58	122.94	100.10	145.75	9.58	11.96	11.44
A09 インターネットでの取引	5.44	0.56	3.61	0.82	2.12	19.68	18.93	9.58	21.54	4.17	1.75
A10 動画共有サービス視聴・UL	11.66	0.78	2.24	0.82	10.25	19.98	17.22	11.96	4.17	38.24	6.00
A11 動画配信サービス視聴、音楽・ソフトウェア等DL・視聴	4.99	0.78	3.65	0.82	1.90	9.32	6.15	11.44	1.75	6.00	18.30
合計	408.04	67.42	79.94	43.86	68.98	382.21	358.66	145.75	21.54	38.24	18.30