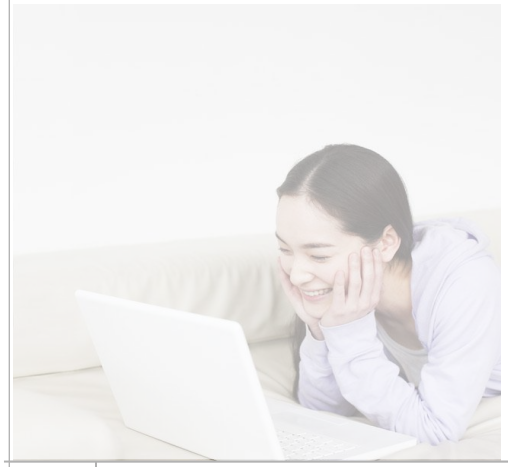
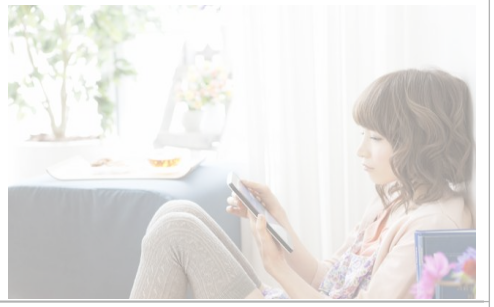
MEDIA INNOVATION LAB

資料１－３

テレビ視聴の構造変化と今後の展望

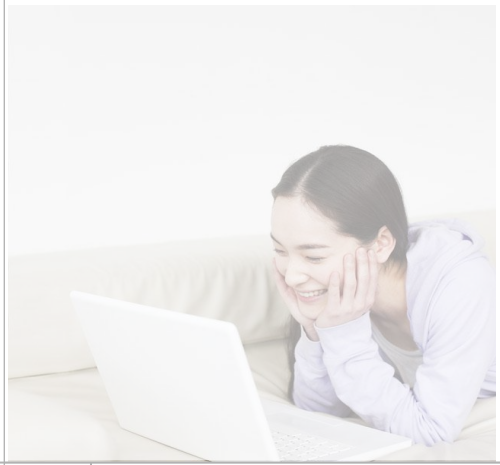
2015年11月2日
株式会社 電通
電通総研　研究主席
奥 律哉





Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

テレビ視聴をめぐる将来予測



Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

テレビ視聴時間の将来構造

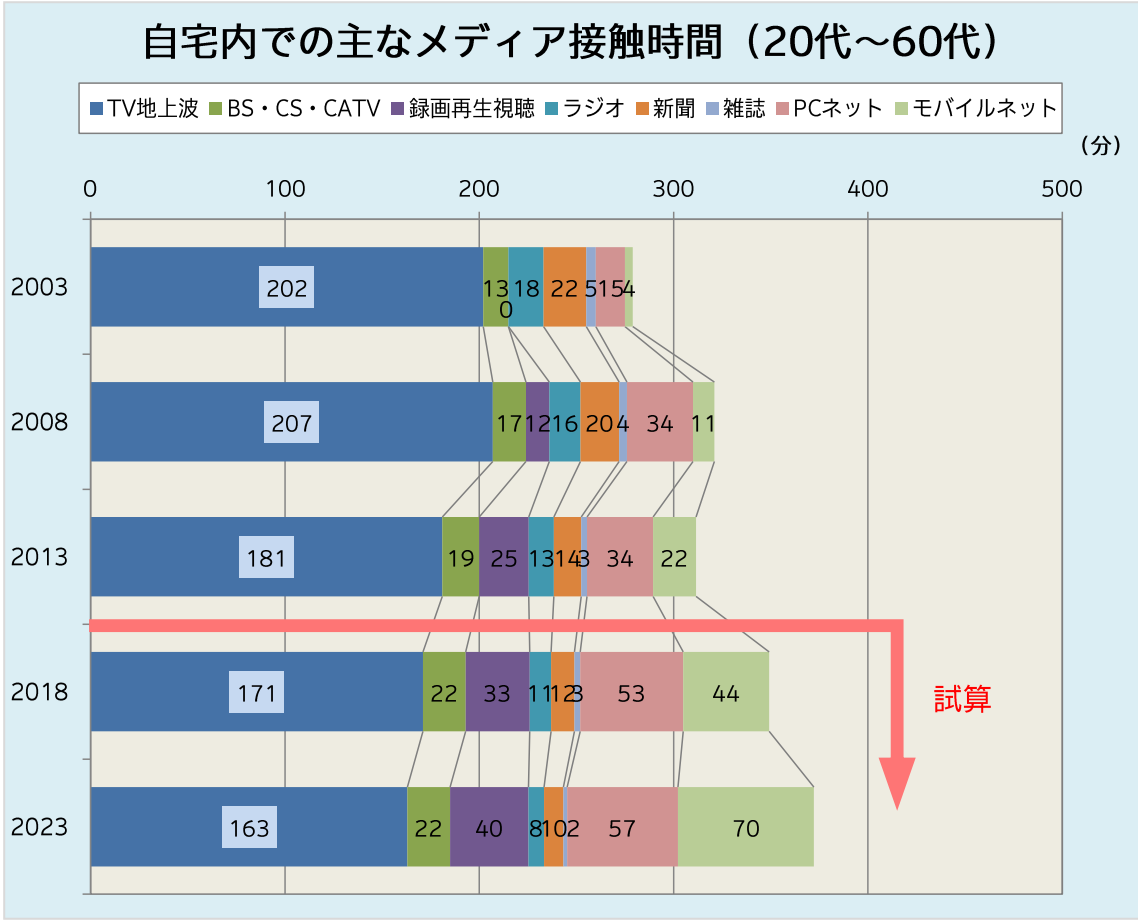
MEDIA INNOVATION LAB

■ 地上波視聴の減少傾向をBS・CS・CATVや録画再生視聴が補う

- 人口構成比の大きな中高年が若年層の視聴時間の落ち込みをカバー

■ ネット機器（PC/タブレットやモバイル）利用が自宅内でも台頭

- テレビ放送視聴にとって脅威であるとともに配信サービスの可能性を拓くもの



「PCネット」にはタブレット経由での利用が含まれている。またすべてのメディア接触時間には他の生活行動との同時行動を含む。
ビデオリサーチ　MCR（東京）各年版のコーホート分析に基づき、電通総研メディアイノベーション研究部試算

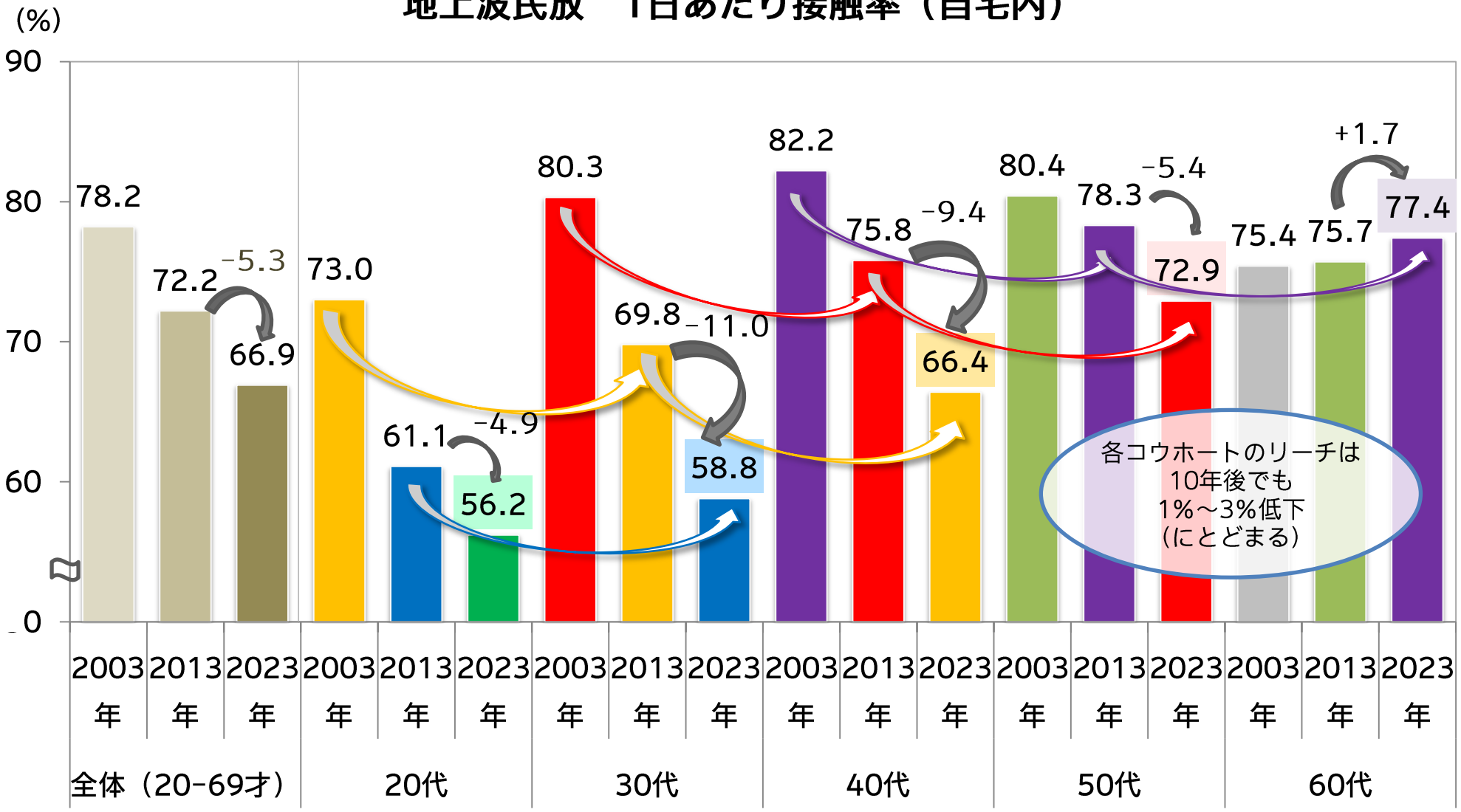
Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

テレビ接触率(リーチ)変化のメカニズム

MEDIA INNOVATION LAB

■ 各世代の経年変化より、世代自体の入れ替わりが個人全体に影響

地上波民放　1日あたり接触率（自宅内）



ビデオリサーチMCR（東京）各年版よりコーホート分析を実施　電通総研試算

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

いわゆる若年層のテレビ離れ

MEDIA INNOVATION LAB

- 今年、世帯主年齢29歳以下の世帯ではテレビ保有率が85％に低下
- 総世帯で普及率が微減に留まるのは60歳以上世帯シェアの増加による

世帯主年齢階級別　カラーテレビ普及率（総世帯ベース）

	2005年3月		2013年3月		2014年3月		2015年3月	
	構成比	普及率	構成比	普及率	構成比	普及率	構成比	普及率
総世帯		98.9%		98.6%		94.3%		95.7%
29歳以下	5.1%	97.1%	3.1%	91.2%	1.9%	90.3%	1.8%	84.7%
30～59歳	44.7%	99.0%	37.3%	98.0%	37.0%	93.7%	37.3%	95.0%
60歳以上	50.2%	98.9%	59.6%	99.3%	61.1%	94.8%	60.9%	96.5%

内閣府『消費動向調査』　各年版より集計

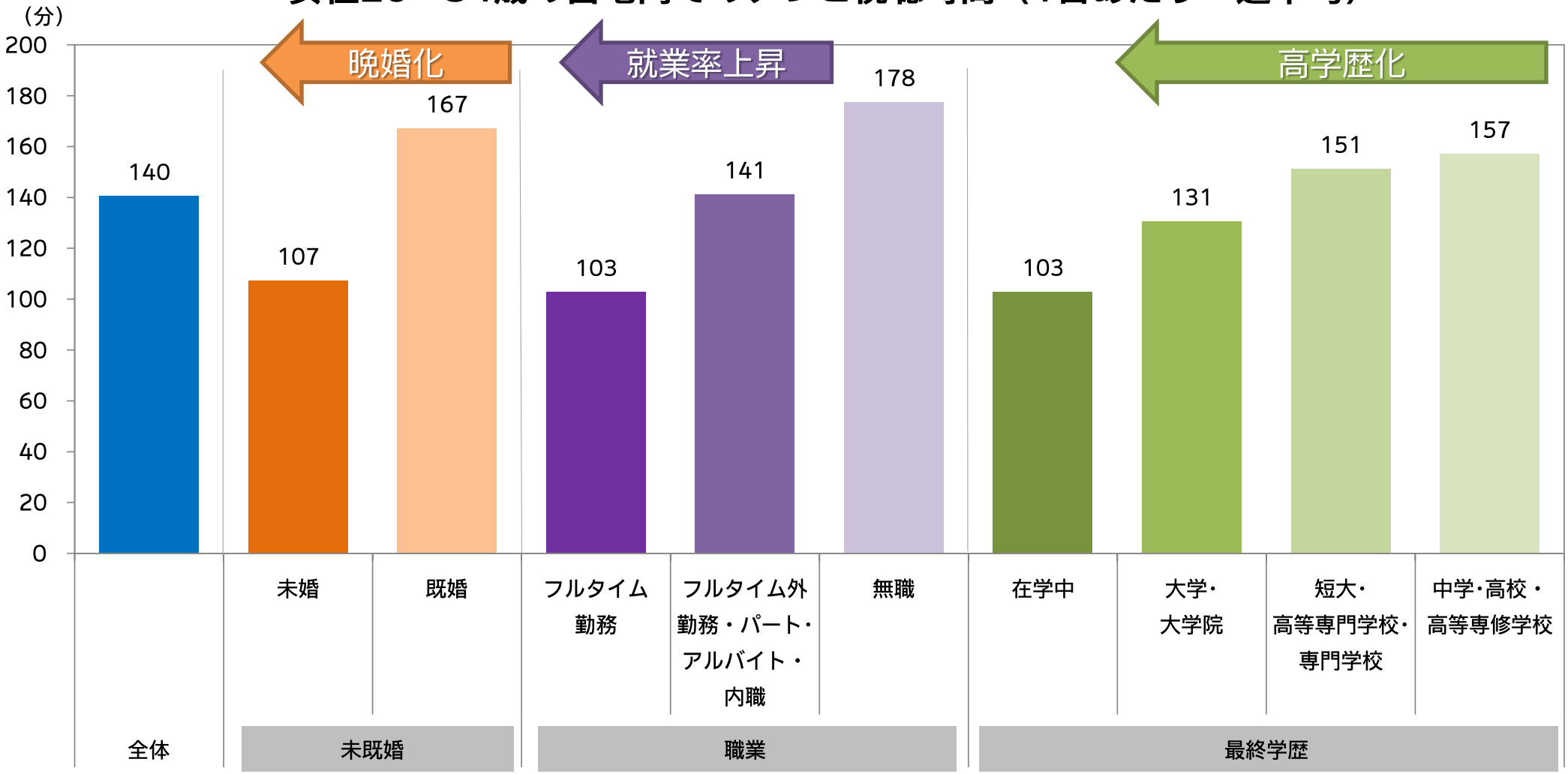
Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

女性のライフコース・ライフステージとテレビ視聴時間

MEDIA INNOVATION LAB

■ 晩婚化・非婚化／女性の就業率の上昇／高学歴化がマイナスに影響

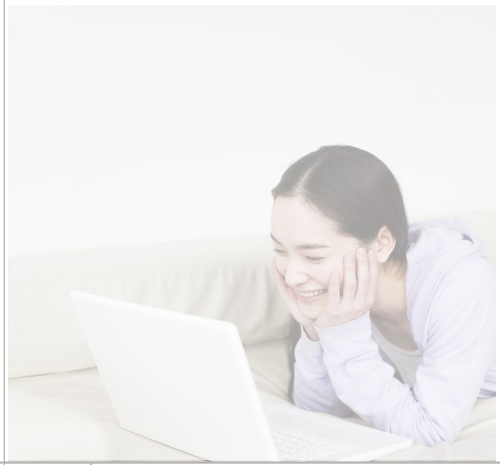
女性20～34歳の自宅内でのテレビ視聴時間（1日あたり・週平均）



ビデオリサーチ　MCR/ex　2014（東京）に基づき電通総研作成

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

ネットを活用した
広告付き見逃し番組配信の可能性

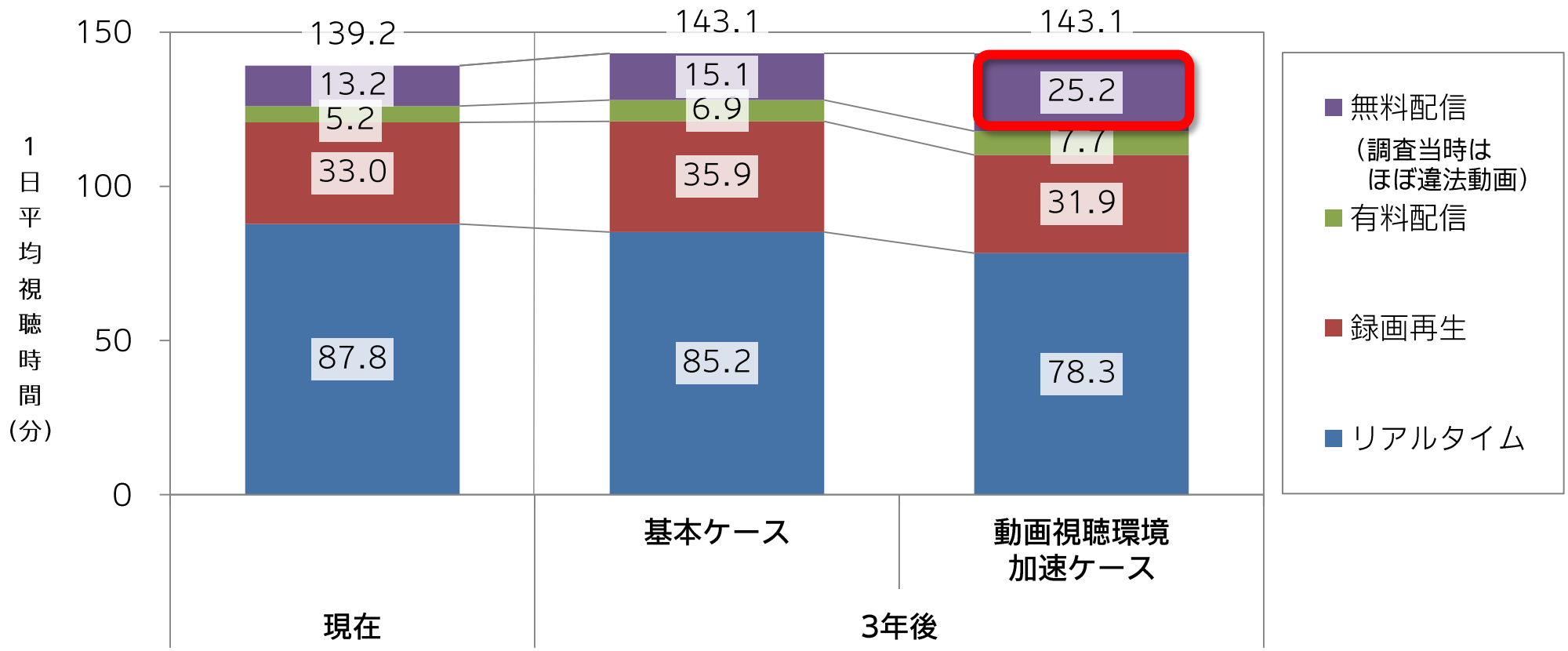


Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

テレビ視聴にとって今後の動画視聴環境拡充は逆風

MEDIA INNOVATION LAB

- 3年間で、録画再生視聴とネット上の無料視聴が増加する傾向
- 動画配信品質の向上が加速すれば無料配信視聴が大幅に勢いを増す



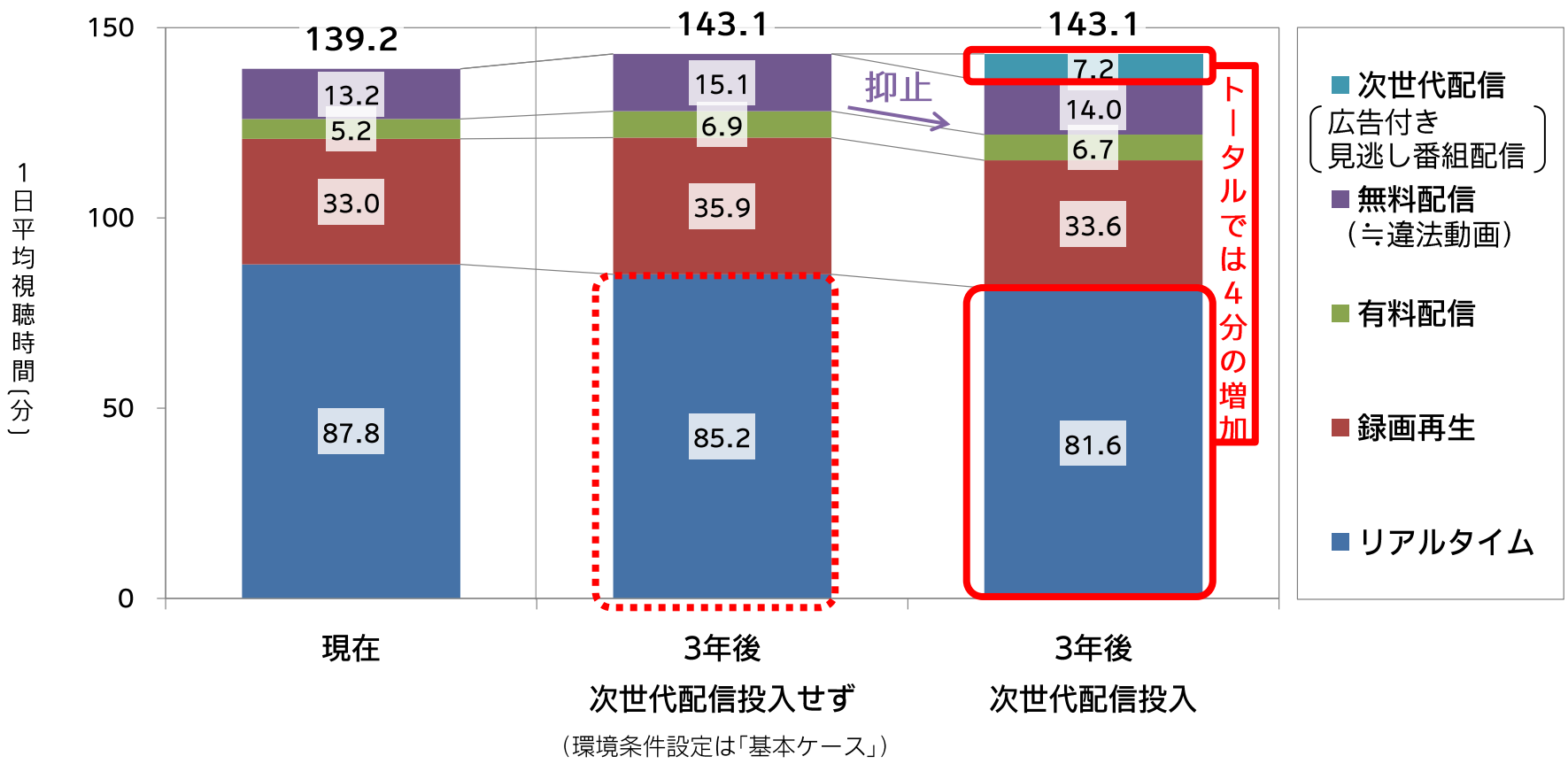
3分野のテレビ番組コンテンツの視聴方法の3年後における増減について、6,000名（各分野2,000名）から回答を得た結果に基づき集計
「動画視聴環境加速ケース」では、調査時点と比較して、動画配信の画質や音質が向上し視聴に適したネット環境が出現していることを想定
電通総研『次世代配信の導入がもたらすテレビ視聴構造の変化』（2014年6月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

広告付き見逃し番組配信サービス投入の効果・影響

MEDIA INNOVATION LAB

- 公式の見逃し番組配信の投入により違法動画視聴の伸びを抑止
- リアルタイム視聴と見逃し配信を合計した視聴時間の総量自体が増加



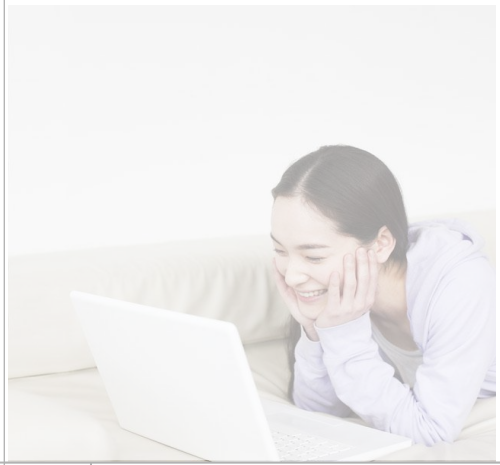
（環境条件設定は「基本ケース」）

コンジョイント分析より回答者別・各サービス別効用値を抽出し、階層ベイズロジットモデルを用いて推計

電通総研 『次世代配信の導入がもたらすテレビ視聴構造の変化』（2014年6月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

IPサイマル配信の可能性



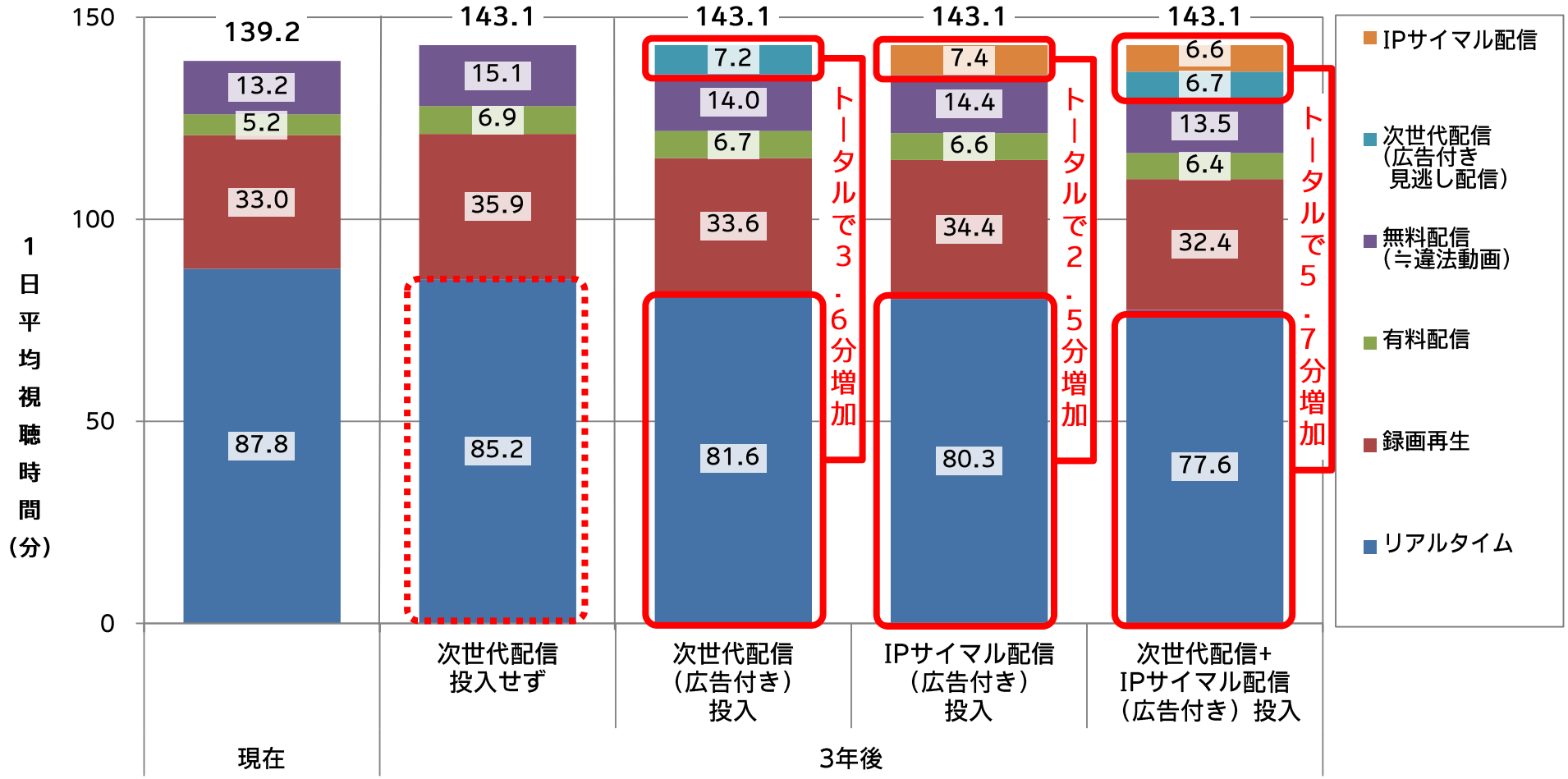
Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

IPサイマル配信投入の効果・影響

MEDIA INNOVATION LAB

- **IPサイマル・見逃し配信の両方の投入ではトータルで5.7分の視聴増**
- **公式配信が積極展開されれば、違法動画視聴を現状並みに抑止可能**

テレビ番組コンテンツの視聴時間（アニメ・バラエティ・ドラマの3分野合計）
個人全体（男女15歳～69歳）



コンジョイント分析より回答者別・各サービス別効用値を抽出し、階層ベイズロジットモデルを用いて推計
電通総研『次世代配信の導入がもたらすテレビ視聴構造の変化』（2014年6月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

【参考】視聴方法の属性水準とシミュレーション条件

MEDIA INNOVATION LAB

- テレビ番組の視聴方法を規定する8つの属性を設定
- 主な視聴方法に対して8つの属性を組み合わせたプロフィールを設定

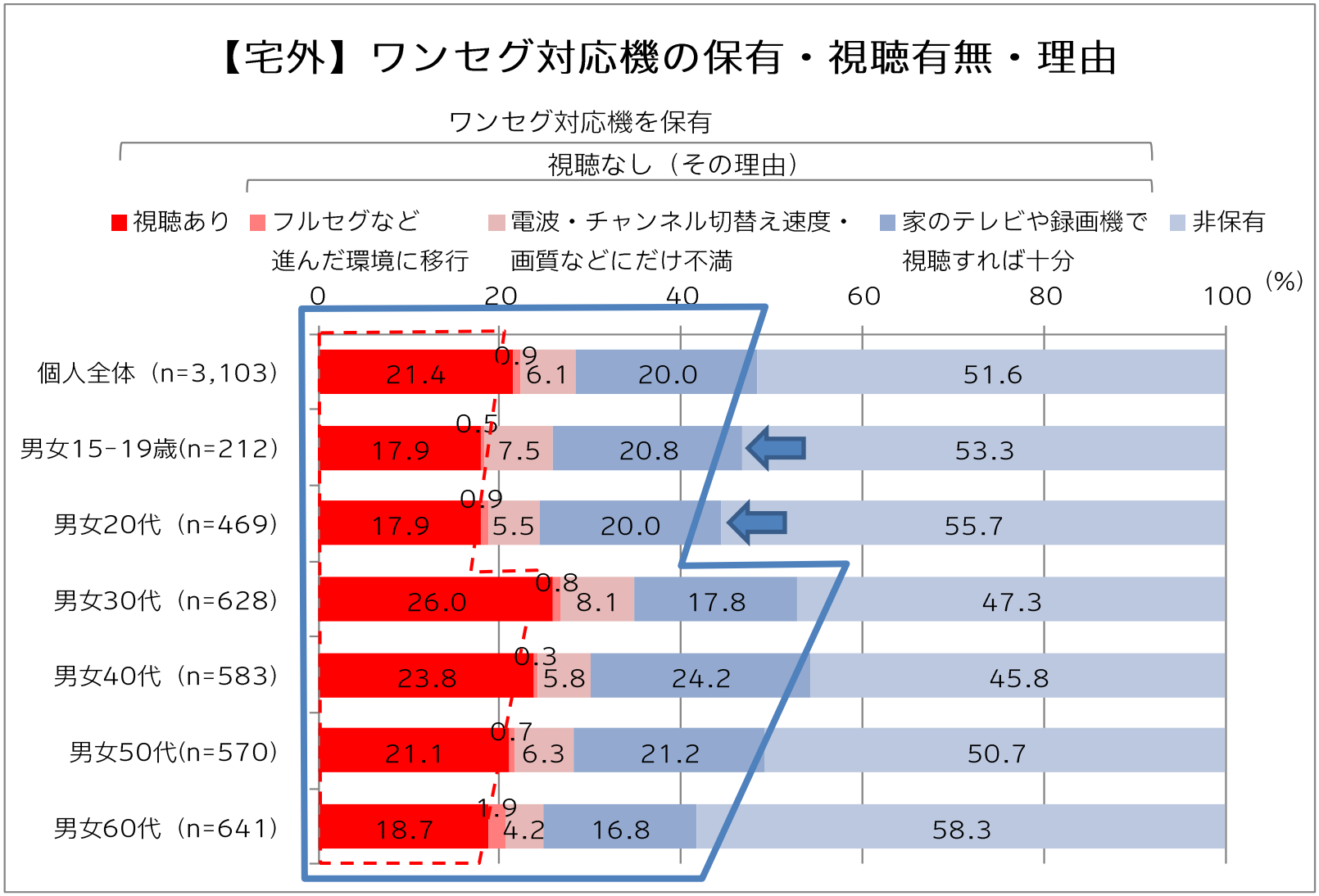
属性	リアルタイム	録画再生	有料配信	無料配信（調査時点ではほぼ違法配信）	次世代配信（広告付き見逃し配信）	IPサイマル放送
テレビ放送から視聴できるまでに要する時間	テレビ放送と同時	テレビ放送直後から	２日後から	２日後から	テレビ放送直後から	テレビ放送と同時
テレビ放送から視聴できなくなるまでの時間	今だけ視聴できる	テレビ放送後ずっと視聴できる	テレビ放送後ずっと視聴できる	テレビ放送後ずっと視聴できる	テレビ放送後1週間まで視聴できる	今だけ視聴できる
画質や音質	高	高	中	低	中	中
1番組あたりの価格	無料	無料	200円／1番組あたり	無料	無料	無料
番組のラインナップ	あると思ったとおりの番組が必ず見られる	あると思った番組がたまにはない場合もある	あると思ったとおりの番組が必ず見られる	あると思って探しても見つからないことがよくある	あると思った番組がたまにはない場合もある	あると思ったとおりの番組が必ず見られる
視聴可能場所	自宅など、固定された場所のみで視聴可能	自宅など、固定された場所のみで視聴可能	外出先など、どんな場所でも視聴可能	外出先など、どんな場所でも視聴可能	外出先など、どんな場所でも視聴可能	外出先など、どんな場所でも視聴可能
公式サービス	公式サービス	公式サービス	公式サービス	公式サービスでない	公式サービス	公式サービス
CMのタイプ	番組の開始時と途中にCMが入る	なし	なし	番組の開始時にCMが入る	番組の開始時と途中にCMが入る	番組の開始時と途中にCMが入る

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

ワンセグ対応端末の保有および宅外視聴の現状

MEDIA INNOVATION LAB

- 10･20代は30･40代と比べてワンセグ対応機の**保有率が小さい**。
- 結果として、**視聴あり**層の比率も30代･40代よりも小さい。



電通総研『IPサイマル放送の潜在リーチ調査』（2014年7月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

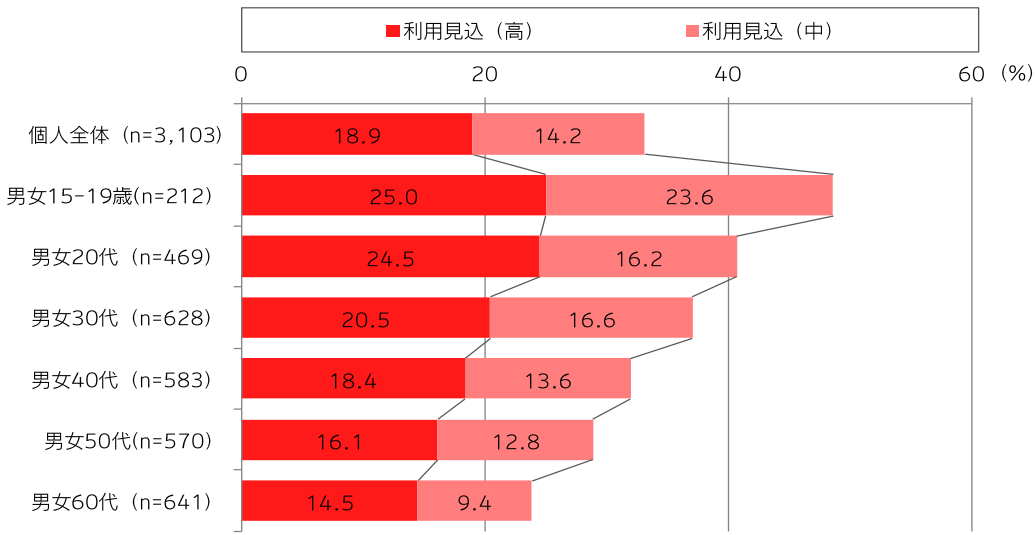
IPサイマル放送の潜在リーチ（間接アプローチ）

MEDIA INNOVATION LAB

■ 宅外だけでなく、宅内を含めてテレビ視聴層を拡大する可能性

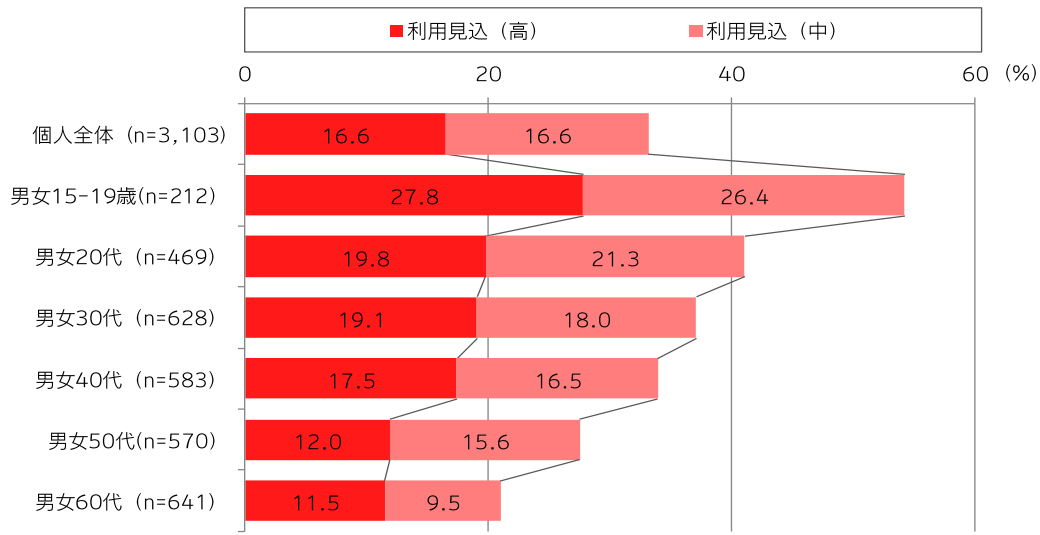
- 宅内では利用見込(高)層で個人全体の2割弱（19%）が視聴。
- 若年層ほど利用見込みは高く、10代では利用見込(高)層だけで25%が視聴。

【宅内】IPサイマル放送サービスの利用見込（推計）



凡例の定義
※利用見込（高）層の構成
①IPサイマル放送と同等機能の製品を既に利用している層
②同等機能の製品を保有するが視聴していない層、ただし、視聴しない理由となっている制約がIPサイマル放送により解消されると見込まれる層
③同等機能の製品を保有していないが具体的に導入の計画がある層、および計画はないが「是非利用したい」と回答した層
※利用見込（中）層の構成
同等機能の製品を保有していないが、「まあ、視聴したい」と回答した層

【宅外】IPサイマル放送サービスの利用見込（推計）



凡例の定義
※利用見込（高）層の構成
①IPサイマル放送と同等機能の製品を既に利用している層
②同等機能の製品を保有するが視聴していない層、ただし、視聴しない理由となっている制約がIPサイマル放送により解消されると見込まれる層
③同等機能の製品を保有していないが具体的に導入の計画がある層、および計画はないが「是非利用したい」と回答した層
※利用見込（中）層の構成
同等機能の製品を保有していないが、「まあ、視聴したい」と回答した層

電通総研『IPサイマル放送の潜在リーチ調査』（2014年7月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

【参考】潜在リーチ(間接アプローチ)の試算方法

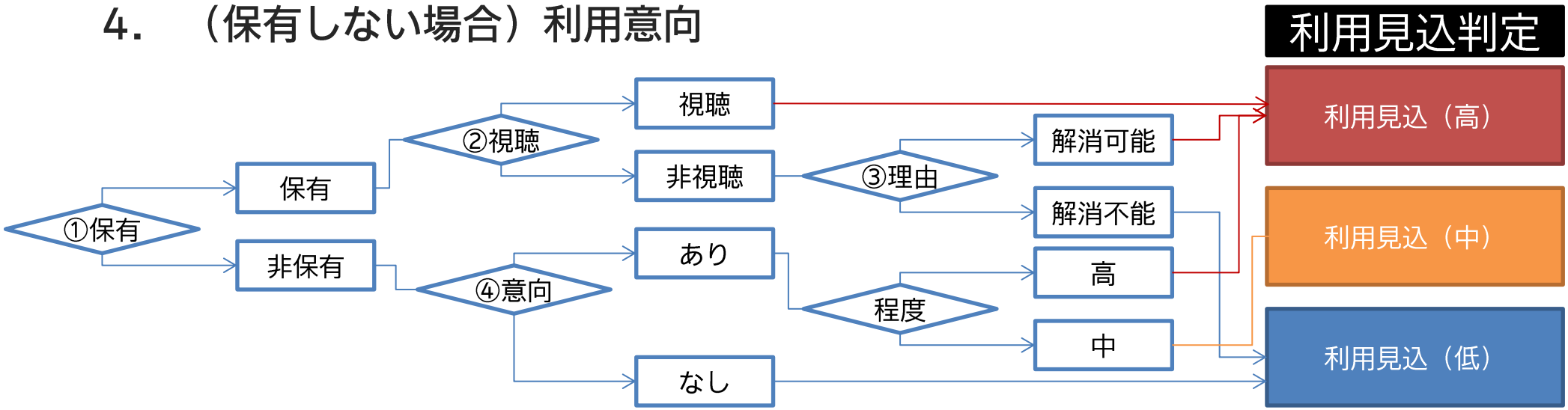
MEDIA INNOVATION LAB

1. IPサイマル放送と同等の機能を実現した既存の製品の同定

1. フルセグチューナー内蔵機器、外付けフルセグチューナー
   - パソコン・スマートフォン・タブレットおよび外付けチューナー
2. ワイヤレス転送対応機器
   - 転送対応テレビまたは録画機器
   - 転送対応チューナー内蔵機器（エリアフリーTV等）

2. 保有・利用(視聴)・利用意向の把握

1. 上記機器の保有状況（家族共用も含む）
2. （いずれかを保有する場合）視聴有無・頻度（宅内／宅外）
3. （保有しても視聴していない場合）視聴しない理由
4. （保有しない場合）利用意向



Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

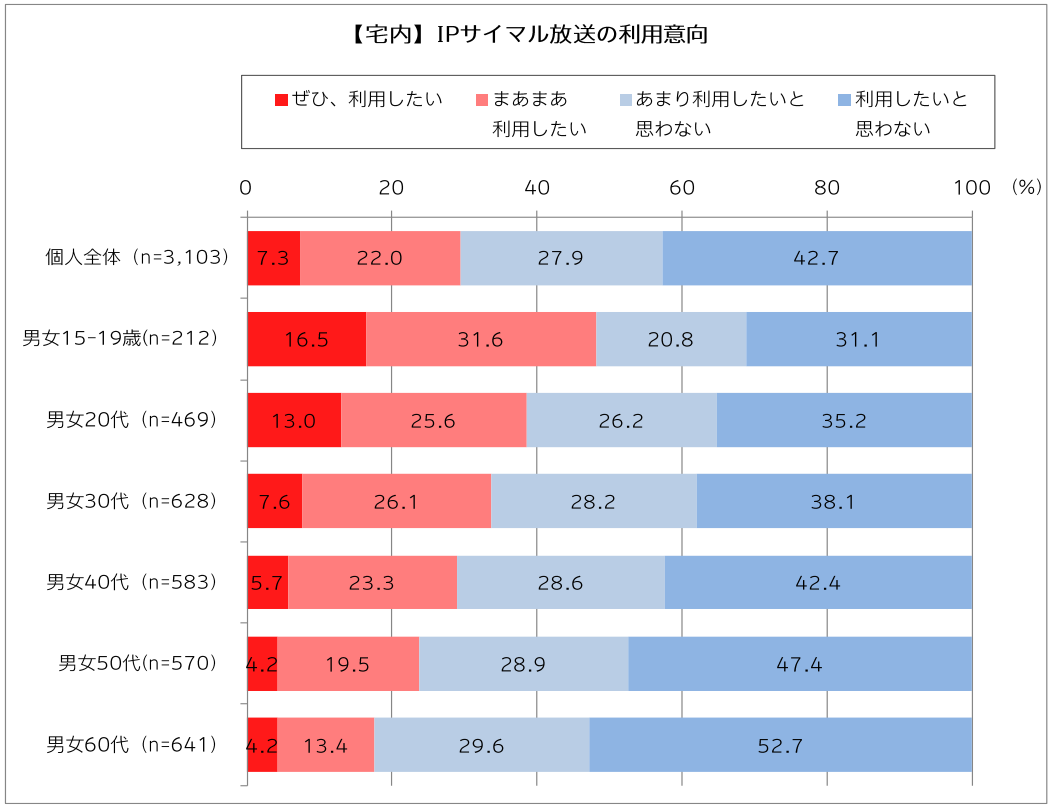
IPサイマル放送利用意向（直接質問アプローチ）

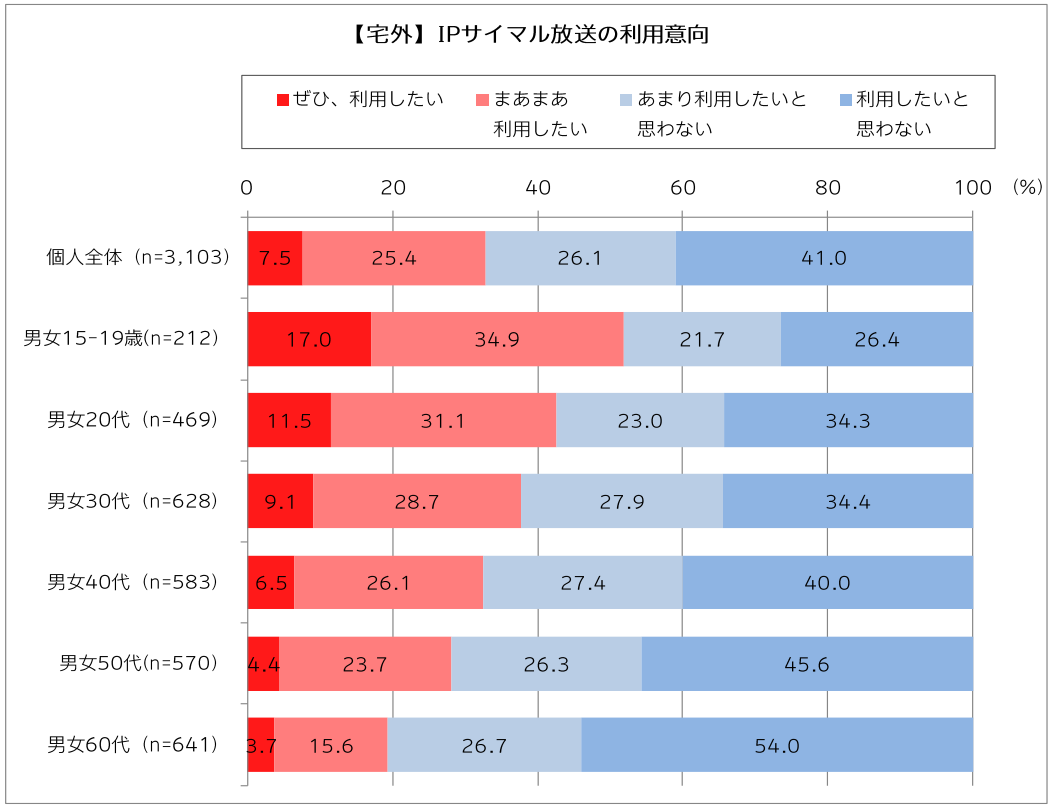
MEDIA INNOVATION LAB

■ 若年層ほど高い利用意向がみられる

➢ 潜在リーチの推計結果と同様、直接質問した場合も、若年層ほど、高い利用意向を持つ人の割合が多い。

Q　次のようなサービスがあったとします。
いま放送中の番組を、放送の電波ではなく通信（ネット）回線を使ってリアルタイムに受信し、
スマートフォンやタブレット端末などで視聴できるようになったら、あなたは利用しますか。
家の中と外出先での利用について、それぞれお答えください。





電通総研『IPサイマル放送の潜在リーチ調査』（2014年7月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

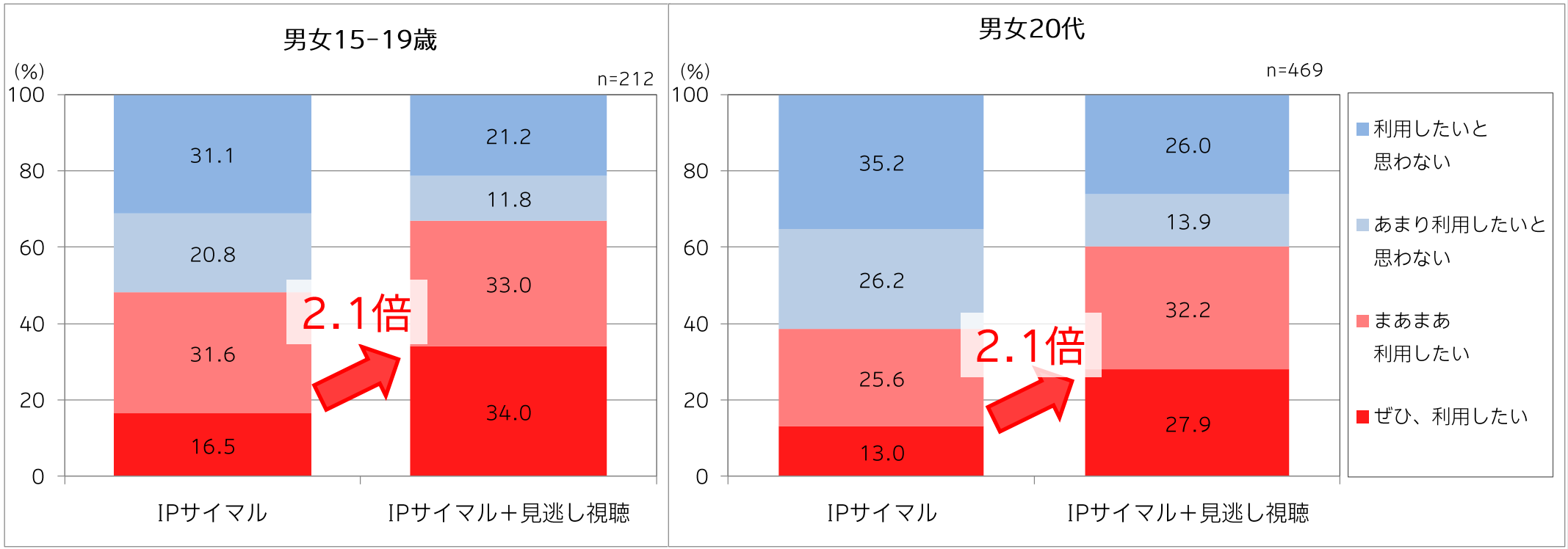
IPサイマル配信と見逃し配信の組み合わせの効果

MEDIA INNOVATION LAB

■ 若年層でのネットでのワンストップ利用意向も高い

- 見逃し番組配信との組み合せの利用意向はIPサイマル単独の2倍以上に達する
- 若年層ではモバイルネット接続端末でのワンストップ利用の利便性に可能性

Q　【IPサイマル＋見逃し視聴】
スマートフォンやタブレット端末などで、いま放送している番組に加え、最近1週間のうちに放送された番組までふくめ、選んで視聴できるようになったら、あなたは利用しますか？



見逃し視聴との組み合わせによる効果は宅内において高かったため、宅内での利用意向について表示
電通総研『IPサイマル放送の潜在リーチ調査』（2014年7月）

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

調査概要

MEDIA INNOVATION LAB

■ 次世代配信の導入がもたらすテレビ視聴構造の変化に関する調査

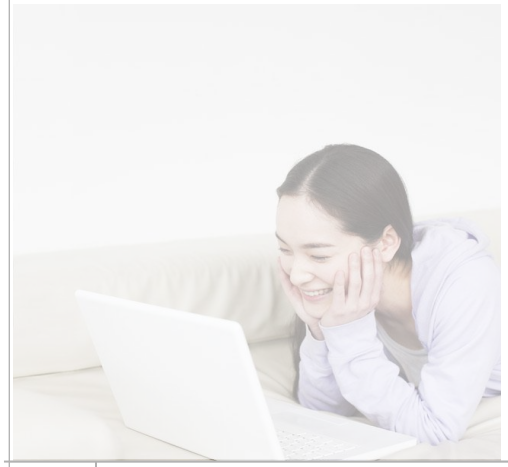
- 調査対象者：一都三県に居住する男女15歳（中学生除く）～69歳
- サンプル数：アニメ・バラエティ・ドラマ　各2,000ss　計6,000ss
- 年齢階層別に均等割り付けの後、人口構成に従いウェイトバック集計
- 実査：ウェブ調査　2014年2月21日～25日

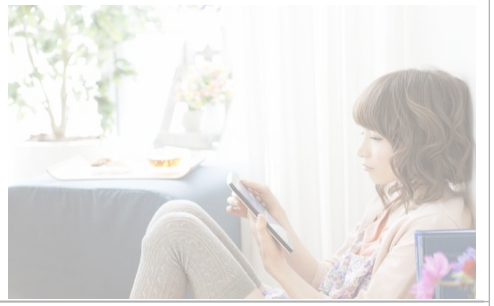
■ IPサイマル放送の潜在リーチ調査

- 調査対象者：全国の男女15歳(中学生除く）～69歳
- サンプル数：3,103ss　性・年齢階級（5歳刻み）人口構成に従い比例割付
- 実査：ウェブ調査　2014年7月23日～25日

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

参考資料　PC・スマートフォン・タブレット端末の保有率



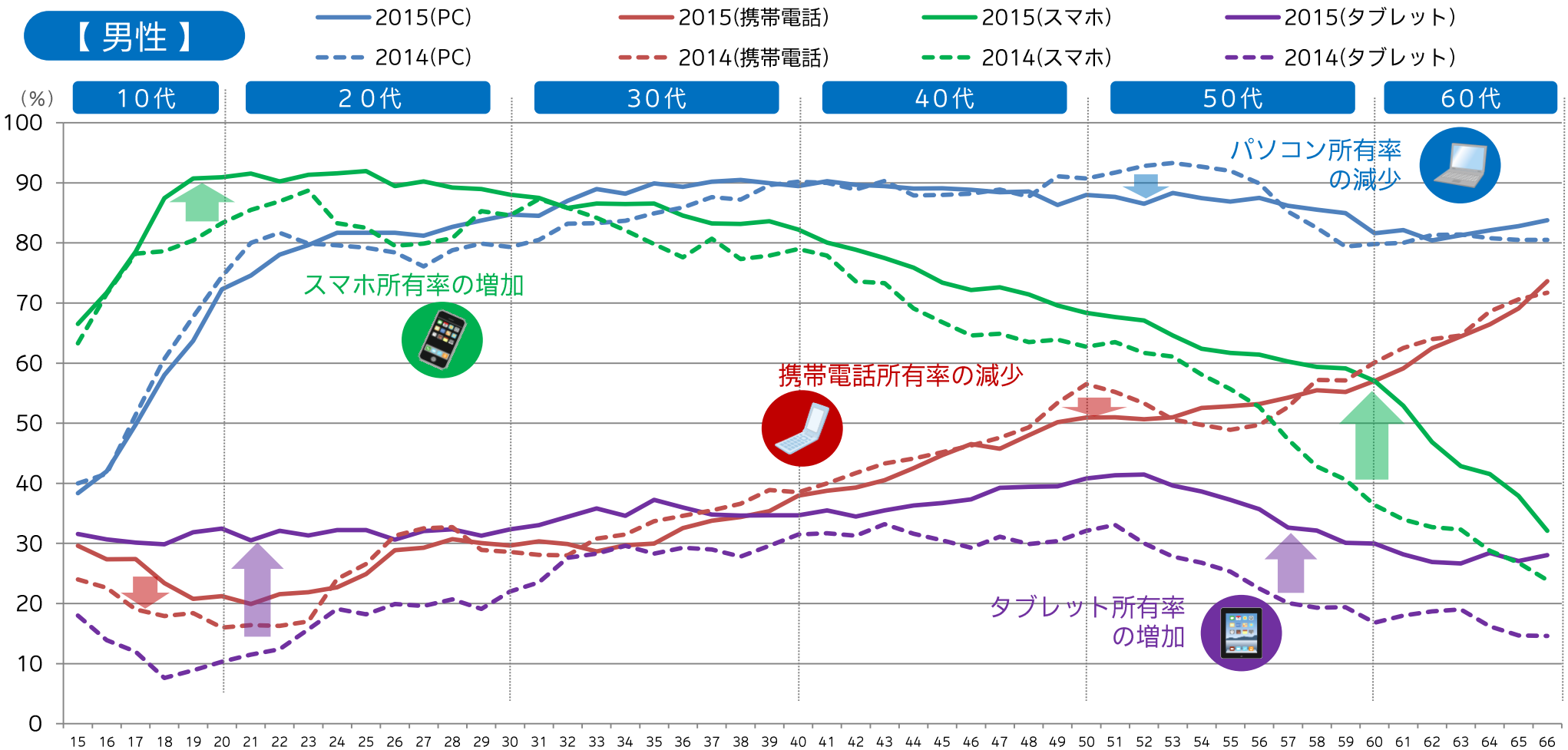


Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

2014vs2015　PC・携帯・スマホ・タブレットの所有率

MEDIA INNOVATION LAB

- 男性10代後半-20代でスマホ所有率が約90%程度となった。
- ミドル～シニア層で、携帯電話所有率が減少し、逆にスマートフォン所有率は大幅に増加。
- 男性10-20代、50-60代でタブレットの所有率が大幅に増加。



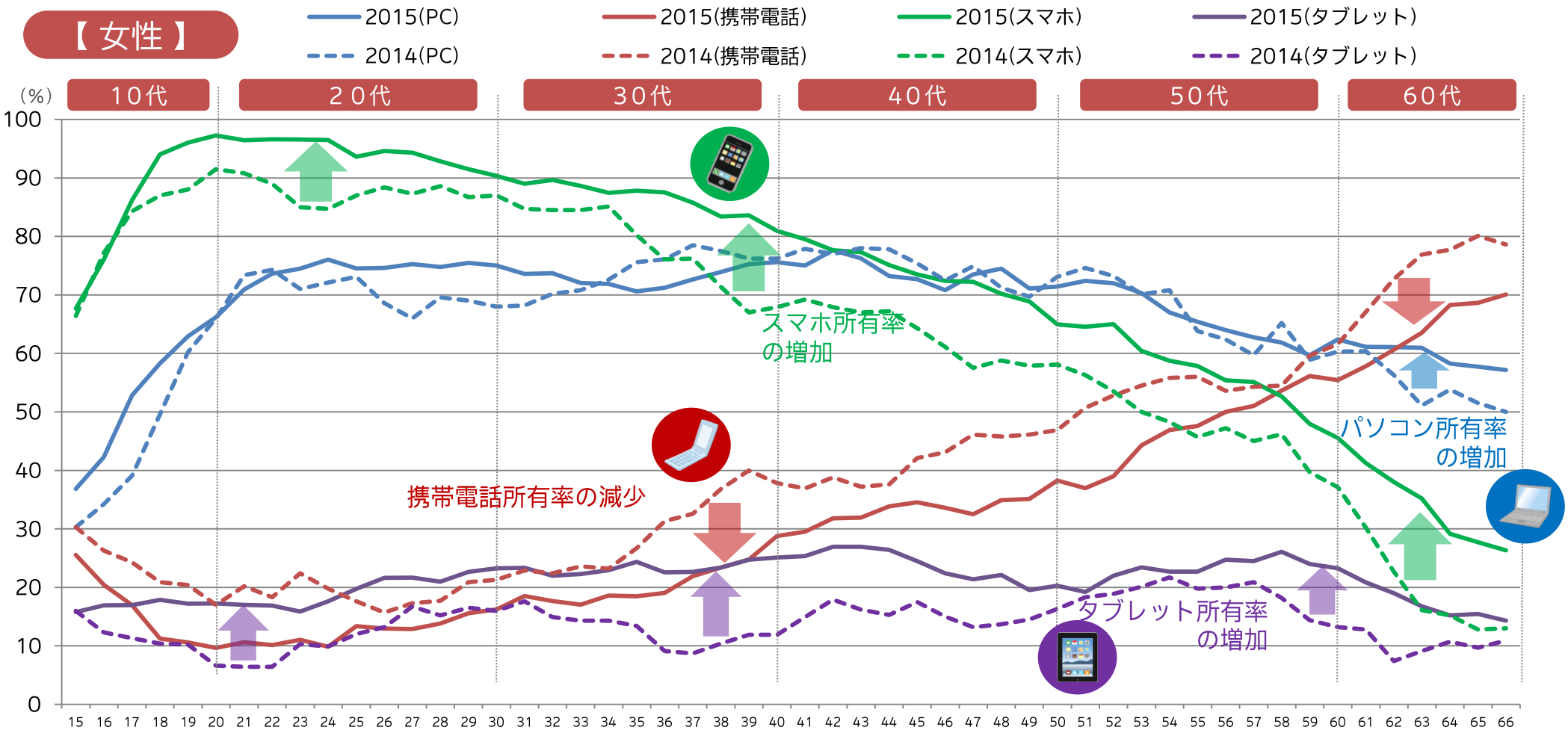
出典：㈱ビデオリサーチ　MCR/ex2014 & MCR/ex2015（AgeFile）（調査時期６月、調査エリア：東京50km圏内）を基に電通総研作成

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.

2014vs2015　PC・携帯・スマホ・タブレットの所有率

MEDIA INNOVATION LAB

- 10-20代でスマートフォンの所有が増加し90-95%の所有率となっている。
- 男性と同様に女性でも、 ミドル～シニア層で、携帯電話所有率が大幅に減少し、逆にスマートフォン所有率は増加。
- タブレットの所有率が全年代で増加している。



出典：㈱ビデオリサーチ　MCR/ex2014 & MCR/ex2015（AgeFile）（調査時期６月、調査エリア：東京50km圏内）を基に電通総研作成

Copyright© 2015 DENTSU INC. All Rights Reserved.