

放送のネット同時配信の受容性に関する調査

2017年10月10日

(株)電通

電通メディアイノベーションラボ 統括責任者

奥 律哉

主な結果のご紹介

調査概要

- 調査方法 : WEB調査
- 調査実施 : 2017年6月2日～3日
- 調査エリア : 関東1都6県 (東京都/神奈川県/千葉県/埼玉県/茨城県/栃木県/群馬県)
- 調査対象者 : 上記エリアに居住する男女15-69歳
- 有効サンプル数 : 7,562s

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	合計
男性	173	664	689	692	723	753	3694
女性	192	714	711	746	751	754	3868
合計	365	1378	1400	1438	1474	1507	7562

※住民基本台帳2016の性年代構成比に合わせウェイトバック集計を行い、ウェイトバック後のスコアを使用する。N数はウェイトバック前のN数を記載。

◎地上波テレビ放送のネット同時配信について、おうかがいします。

「地上波テレビ放送のネット同時配信」についての説明を読んでから以下の質問にお答えください。

「地上波テレビ放送のネット同時配信」の「基本サービス」を、次のようにテレビが視聴できるサービスとお考えください。

- ・住んでいる地域の
- ・NHKや民放局による地上波テレビ放送を
- ・放送と同じ時刻に
- ・テレビ放送と同じ番組やCMを
- ・インターネットを通じて
- ・様々な機器（スマートフォン・タブレット端末・パソコン）の画面で 視聴できるサービス。

※ワンセグ・フルセグや転送によるリモート視聴は含まれません。

※サービスを利用する場合にはパケット通信が発生します。

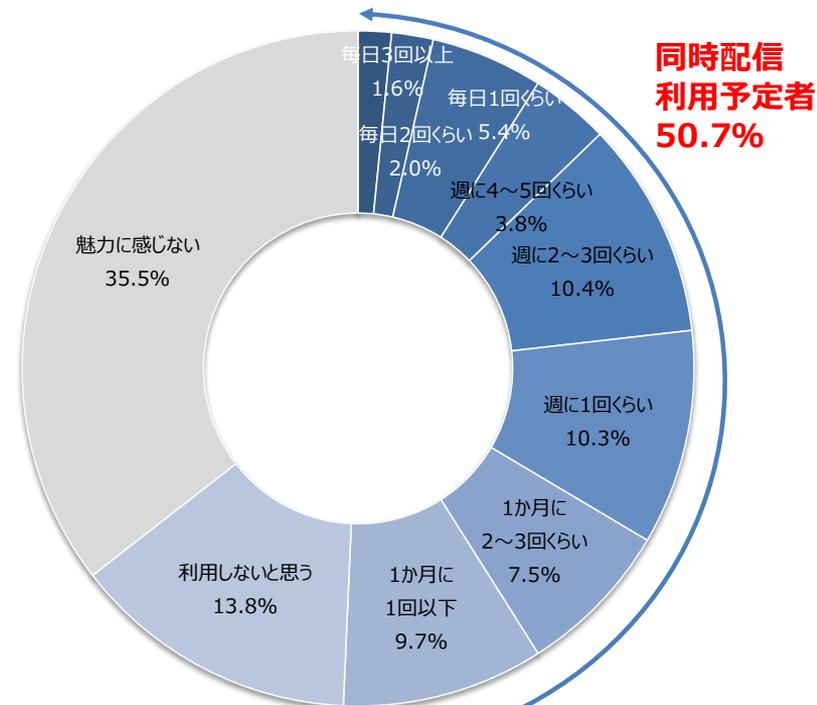
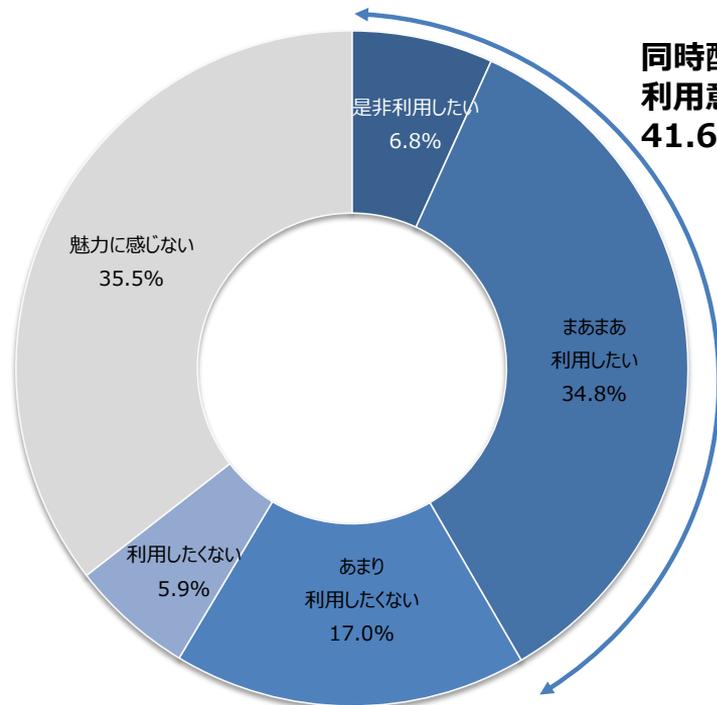
通信会社と契約したデータ通信量を超えた場合、低速になったり追加のデータ通信料金がかかったりすることがあります。

「地上波テレビ放送のネット同時配信」は、たとえば次のような場面で利用される可能性があるサービスと考えられます。

- ・家の中で、家族がテレビを見るあいだに別の番組を見られる
- ・家族を放送の音や光で邪魔しないようひっそりと見られる
- ・家族に内緒でこっそりと番組を見られる
- ・家の中でテレビを見られない部屋や場所で用事をしながら見られる
- ・録画予約を忘れて、自宅にいられない時に見られる
- ・見るつもりだった番組の放送時刻に家に戻れなかった時も見られる
- ・空いた時間にテレビがない場所で番組を見て暇つぶしできる
- ・いま放送中、またはすぐ放送が始まる番組を知り見たいと思ったとき、テレビが近くになくとも見られる
- ・社会の緊急時や重大時にテレビが近くになくとも見られる
- ・机やテーブルの上に端末を置いていつでも見たい時に見られる
- ・ふだんからテレビの代わりに使い、テレビとして見られる

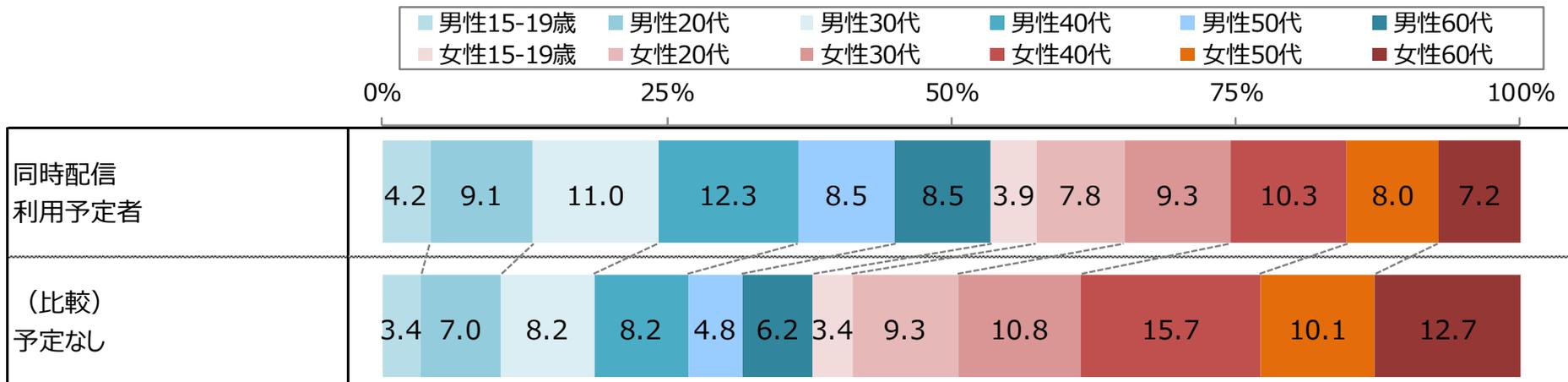
同時配信の利用意向／利用予定頻度

- 同時配信に魅力を感じ、利用意向がある人は全体の41.6%。
- 利用意向は問わず、実際に利用予定頻度が想定できる人は全体の50.7%。
⇒今後この層を「**同時配信利用予定者**」と定義する。



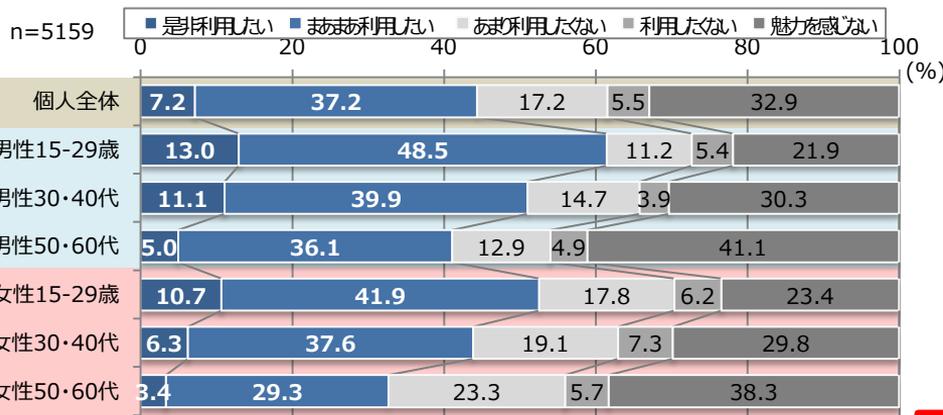
同時配信利用予定者の構成

- 同時配信利用予定者の性年代構成をみると、男性、特に30～40代に多い。
- 同時配信利用予定者には有業者が多く、宅外でもテレビ視聴の可能性を確保する手段として魅力的と考えられる。

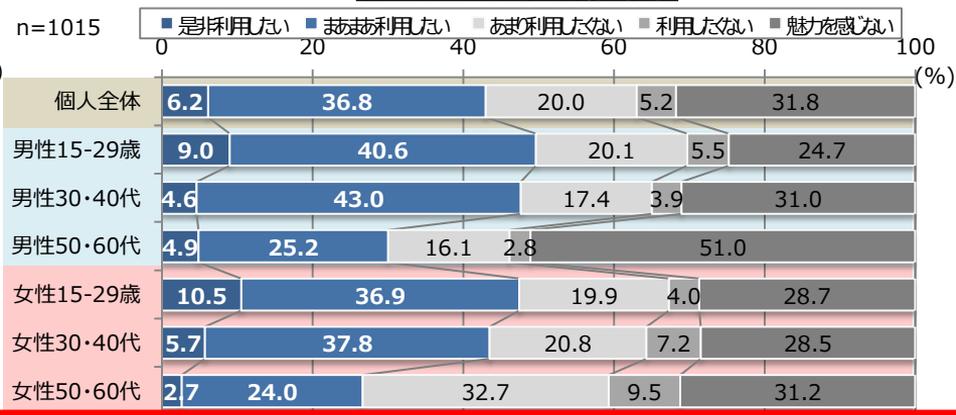


ふだんの地上波テレビ視聴頻度による同時配信利用意向の違い

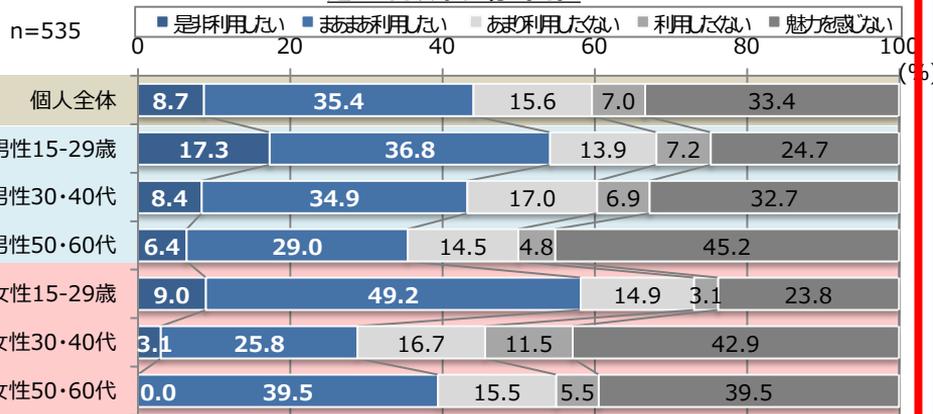
ほぼ毎日視聴



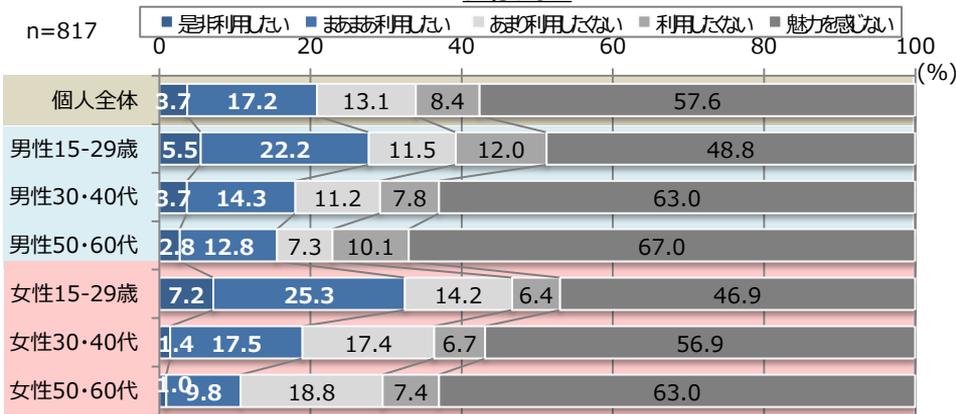
週に2日～5日くらい視聴 (計)



週に1日以下視聴 (計)



視聴しない



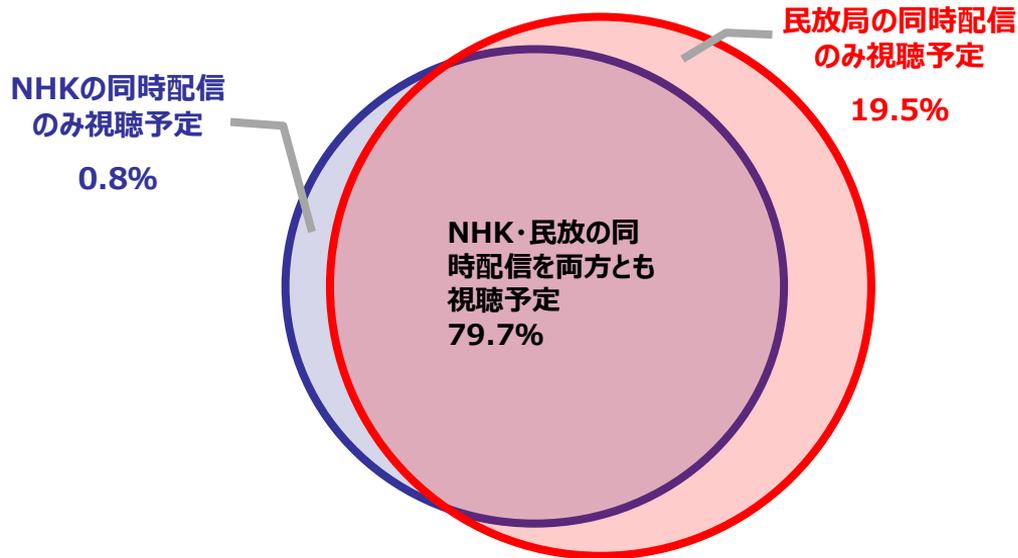
- 週に1回～3回くらい、利用一日あたり30分～2時間未満が中心的な利用者
(合計で利用予定者全体の31.7%)

		Q40.ネット同時配信利用時間量想定 (利用日あたり)										
		5分未満	5分～15分未満	15分～30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間～5時間未満	5時間～6時間未満	6時間～7時間未満	7時間以上
Q38.ネット同時配信利用頻度想定	毎日3回以上	0.1	0.1	0.1	0.4	1.0	0.8	0.4	0.1	0.1	0.0	0.1
	毎日2回くらい	0.1	0.0	0.3	0.9	1.6	0.7	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
	毎日1回くらい	0.1	0.1	0.8	3.4	4.5	1.3	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0
	週に4～5回くらい	0.0	0.1	0.5	2.3	3.2	1.1	0.3	0.0	0.1	0.0	0.0
	週に2～3回くらい	0.2	0.3	1.7	8.0	8.4	1.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	週に1回くらい	0.2	0.6	2.8	8.8	6.5	1.0	0.3	0.1	0.0	0.0	0.0
	1か月に2～3回くらい	0.4	1.1	2.6	6.4	3.7	0.4	0.2	0.0	0.0	0.1	0.0
	1か月に1回以下	2.3	2.0	4.1	7.4	3.0	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

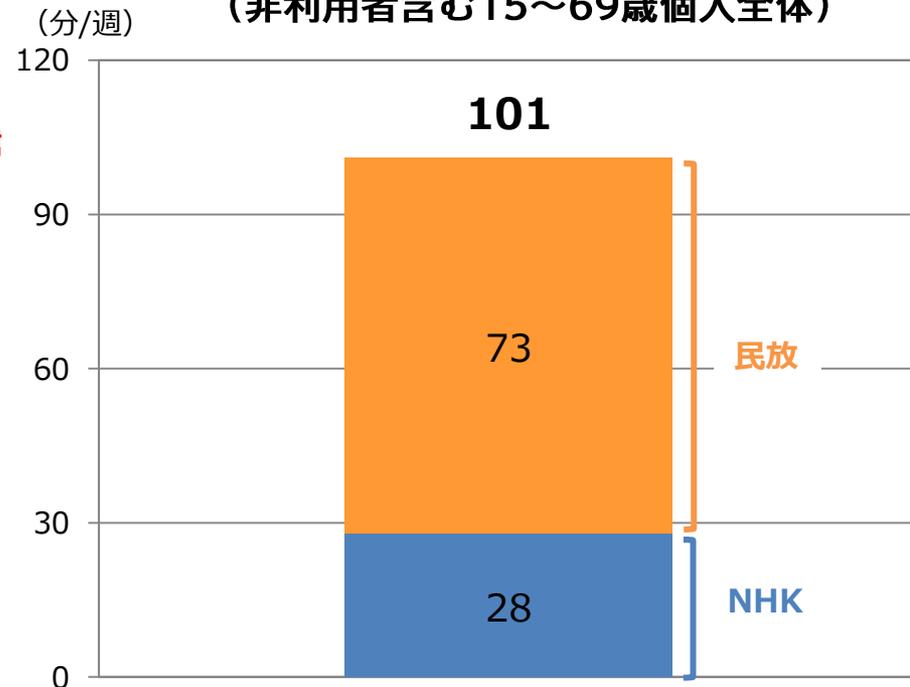
同時配信の視聴時間量 ①NHK+民放

- 同時配信の視聴時間量は最大101分/週（民放73分/週、NHK28分/週）

同時配信利用予定者のNHK・民放の内訳
(同時配信利用予定者=100%)



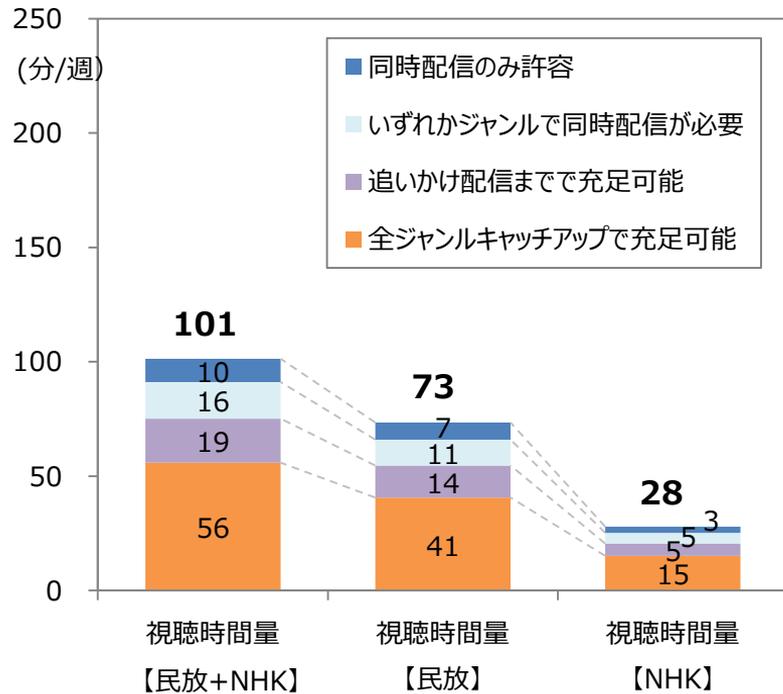
NHK・民放の同時配信視聴時間量
(非利用者含む15～69歳個人全体)



同時配信の視聴時間量 ②キャッチアップ配信による充足可能性

- 1週間の同時配信視聴時間のうち、民放+NHKでは56分（55%）、民放では41分（56%）がキャッチアップ配信の拡充により充足可能
- 「スポーツ」「ニュース・報道」では同時配信でなければ利用しないとの回答が多い

同時配信 1週間あたりの視聴時間量（非利用者含む全体）

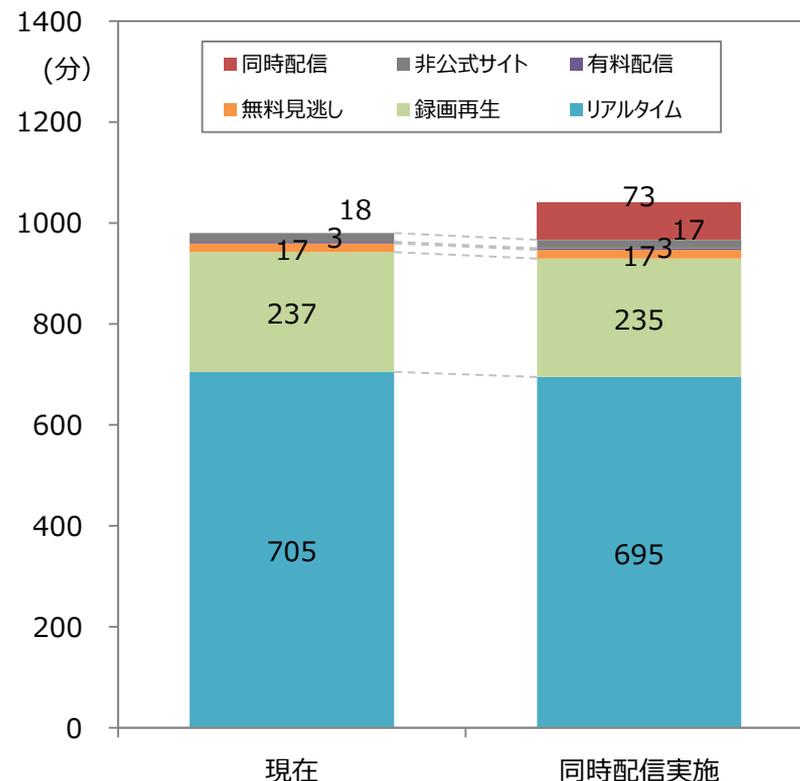


同時配信視聴のキャッチアップによる充足（同時配信視聴に魅力を感じるジャンル別）

	1.	2.	3.	4.	
	利ネ放 用ッ送 すト終 る配了 信の翌 さ翌 れるか なら ら	すト放 る配送 信終 さ了 れ直 る後 なか ら 利ネ 用ッ	さの放 れあ送 るい開 なだ始 らにか 利ネら 用ッ終 すト了 る配ま 信で	ばネや 利ッは 用トリ し配放 な信送 いさと ね時 けに れ	
n=					
1656	(1) ドラマ	33.2	43.4	12.5	10.9
780	(2) アニメ	37.7	43.1	10.9	8.2
837	(3) 情報バラエティ	30.7	40.9	16.2	12.2
905	(4) 娯楽バラエティ	32.3	45.5	13.6	8.5
762	(5) お笑い	32.2	42.5	14.1	11.1
879	(6) 音楽	34.9	41.1	13.5	10.5
1181	(7) スポーツ	13.5	34.3	17.2	35.0
1411	(8) ニュース・報道	14.8	33.1	16.9	35.2
812	(9) ドキュメンタリー	36.7	40.6	12.7	10.0
368	(10) ワイドショー	18.7	39.7	22.6	19.0
519	(11) グルメ・料理番組	33.6	40.8	14.1	11.5
693	(12) 旅・紀行番組	37.1	38.8	13.3	10.8

- 同時配信の視聴に伴う、リアルタイム・録画再生・キャッチアップ配信・有料VOD・非公式など既存視聴時間への影響については軽微に留まる。

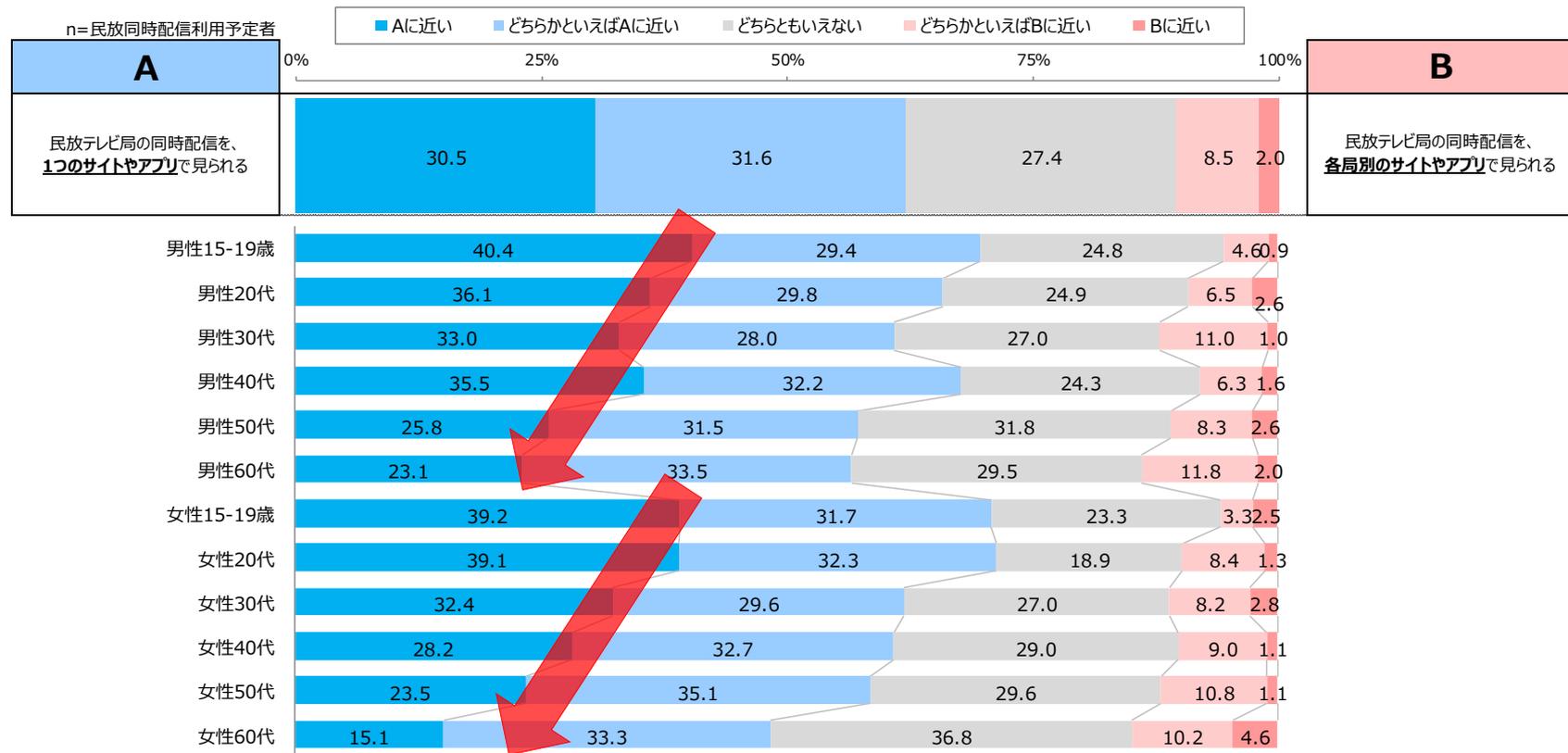
同時配信の利用にともなう民放番組視聴時間の増減(非利用者含む全体)					
	リアルタイム 視聴	録画再生 視聴	キャッチアップ 配信	有料VOD	非公式
n=	7562	7562	7562	7562	7562
【減少】3時間以上	1.9	0.3	0.0	0.0	0.1
【減少】2時間～3時間未満	1.8	0.4	0.0	0.0	0.1
【減少】1時間～2時間未満	3.0	0.9	0.0	0.0	0.1
【減少】30分～1時間未満	3.5	1.8	0.2	0.1	0.1
【減少】15分～30分未満	1.3	1.2	0.2	0.0	0.1
【減少】5分～15分未満	1.1	2.1	0.7	0.1	0.4
【減少】5分未満	1.0	1.8	1.6	0.1	0.8
変わらない	84.0	89.0	95.6	99.5	98.0
【増加】5分未満	0.1	0.6	0.8	0.1	0.1
【増加】5分～15分未満	0.2	0.6	0.4	0.0	0.1
【増加】15分～30分未満	0.2	0.4	0.1	0.0	0.1
【増加】30分～1時間未満	0.8	0.4	0.1	0.0	0.1
【増加】1時間～2時間未満	0.5	0.4	0.1	0.0	0.0
【増加】2時間～3時間未満	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
【増加】3時間以上	0.4	0.2	0.0	0.0	0.0



事業性に関する課題検討のためのポイント

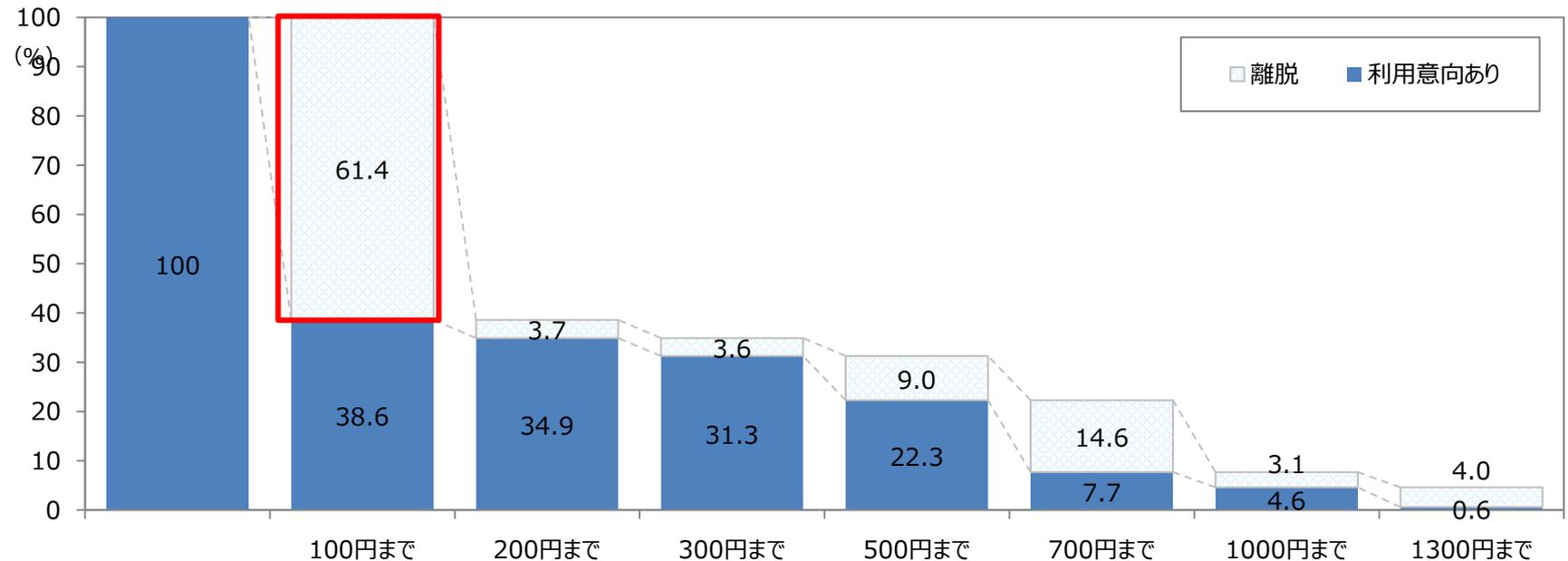
1.民放キー5局で共同実施の場合と個別局ごと実施の場合の評価

- 共同サイトでの配信に親和性を感じる人が計6割に上り、各局別サイトを好んだのは計1割に留まった



2.民放の同時配信に有料課金した場合、利用意向は維持されるか？

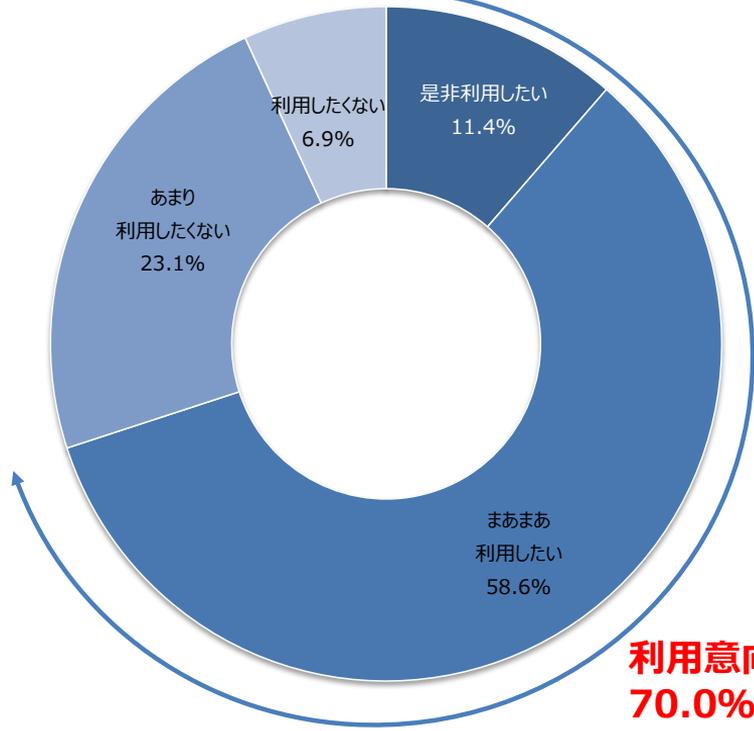
- 100円であっても6割の予定者は離脱すると回答
- 金額が500円までは離脱率は大幅に変わらないが、500円を超えると利用予定者の9割以上が利用意向を持たなくなる



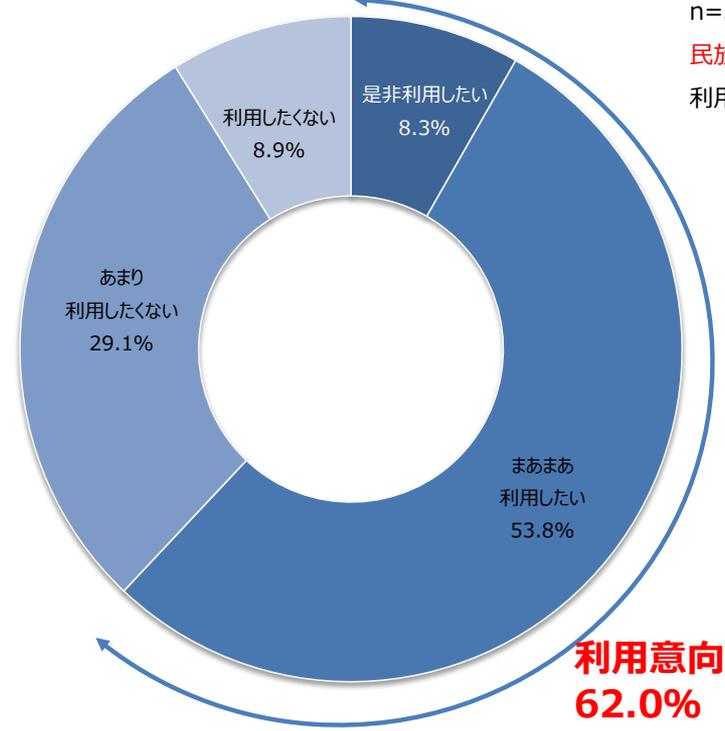
3.民放の同時配信番組が限定された場合、利用意向は維持されるか?

- **G帯**に限定した場合で7割、**特番**に限定した場合で6割の人では利用意向を維持

家でテレビを見られない人も多いゴールデンタイムだけに限定した無料の同時配信サービスの場合



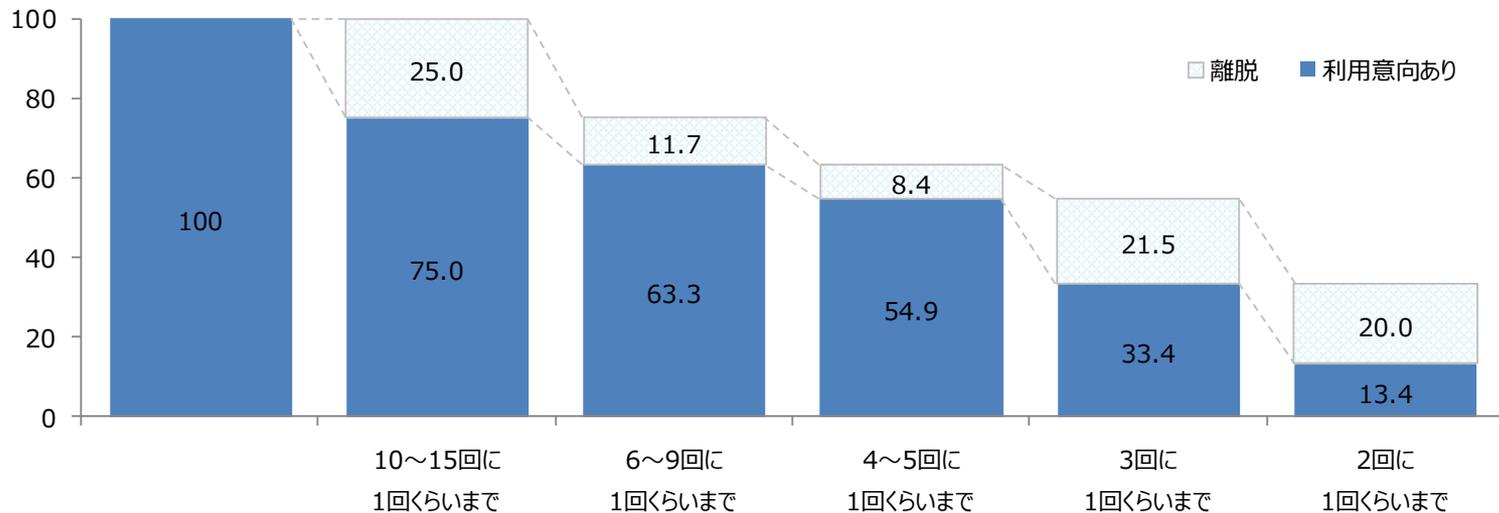
特番のみに限定された無料の同時配信サービス (レギュラー番組は配信されない) の場合



n=3782
民放同時配信
利用予定者

4. “フタかぶせ”への遭遇頻度は、どこまで許容されるか？

- 1回でも配信されていないことがあると、25.0%が離脱する。
- 「4～5回に1回まで」までは離脱が鈍化するが、「3回に1回」「2回に1回」まで増えるとさらに離脱が大きくなる。



1. 同時配信サービスの利用の広がりポテンシャル（リーチ・時間量）

- 週に数回×1日あたり0.5h～1h程度を中心に視聴見込層は幅広い
- 民放の同時配信の視聴時間は1週間で73分に達する
- 「スポーツ」「ニュース・報道」を除くとキャッチアップ配信の拡充で十分にニーズ充足が可能
- ニーズの半分以上はキャッチアップ配信の種類・番組数の拡充で充足可能であり、民放計で41分/週のキャッチアップ視聴時間をもたらす
- この場合、同時配信は「呼び水」、キャッチアップが「真の果実」という関係になる
- ただし、あくまでも同時配信が前提となりキャッチアップの増加が見込まれるという順序関係の理解が重要

2. 他の視聴方法（RT・TS・CU・VOD・非公式）の視聴量への影響

- 同時配信の視聴に伴う他の視聴時間への影響はごく軽微なものに留まる

3. 事業上のシナリオ評価（民放に即して）

- ① 5局が共同サイトで配信するほうが個別局ごと配信よりも潜在利用者から評価されている
- ② 同時配信に100円でも有料課金を行った場合には、利用意向の維持は困難となる
- ③ 同時配信をG帯に限定、あるいはレギュラー番組を放送せず特番に限定した場合でも、利用意向を維持する人が同時配信利用予定者のそれぞれ7割/6割にのぼる。
- ④ （フタかぶせが多いとサービス自体からの離脱率も高まることから）初期には同時配信の範囲を分かりやすく限定したうえでその中での配信対象番組100%を目指すという取組みが有効

テレビメディアの課題

テレビの自宅内保有/ふだんのテレビ視聴（全局計）



※テレビ視聴については自宅内テレビ保有を条件として集計（自宅外やテレビ以外での視聴を含んでいない）

※関東1都6県の男女15～69歳を対象とするウェブ調査（n=7,562）より集計

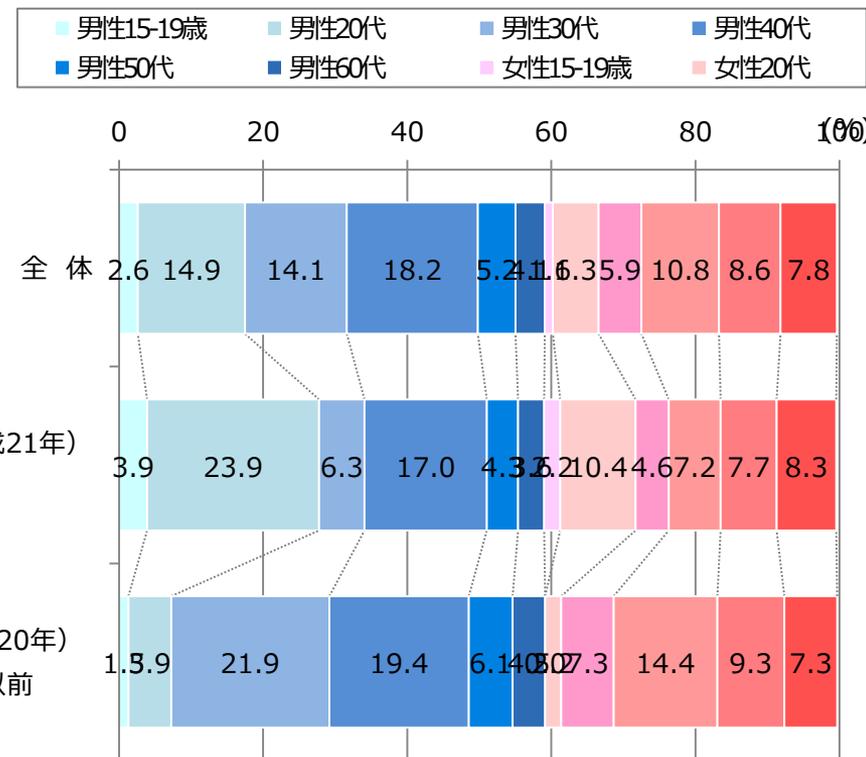
電通総研メディアイノベーション研究部（2017年6月）

n=209 テレビ全般非視聴者

テレビをまったく視聴しなくなった時期

テレビ非視聴開始時期	
今年（2017年 平成29年）に入ってから	2.7 (%)
2016年（平成28年）	8.1
2015年（平成27年）	4.5
2014年（平成26年）	7.7
2013年（平成25年）	4.6
2012年（平成24年）	6.6
2011年（平成23年）	10.0
2010年（平成22年）	2.7
2009年（平成21年）	3.0
2008年（平成20年）またはそれ以前	50.1

アナログ停波



電通総研メディアイノベーション研究部（2017年6月）