

ユーザーニーズの調査結果
～ NHK放送文化研究所 調査結果より ～

2007年3月8日

NHK

調査概要



□ 参考文献

- 「地域メディアとして役割を高めるケーブルテレビ ～視聴動向と事業者戦略の調査から～」 原由美子、鈴木祐司、NHK放送文化研究所「放送研究と調査」、2003年8月号

□ 調査相手

四日市ケーブルテレビの基本契約・多チャンネル契約世帯から、それぞれ800世帯を無作為に抽出。

□ 調査方法： 配布回収法

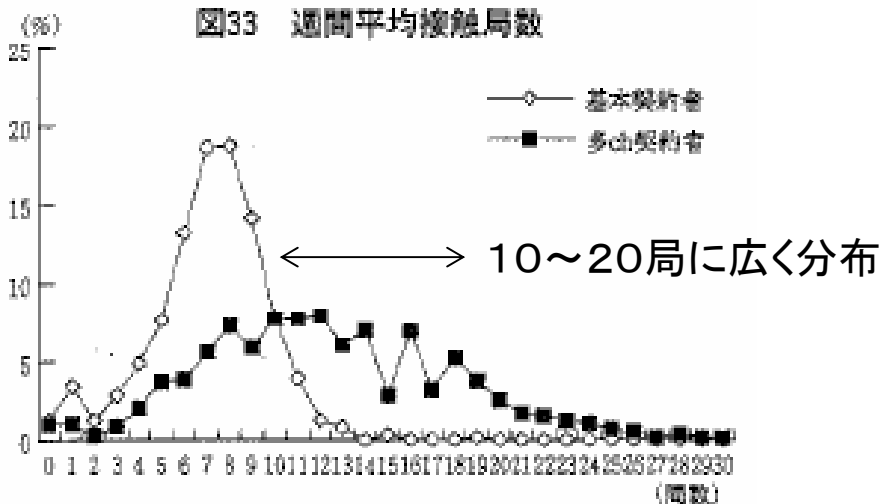
□ 実施時期： 2002年11月23日～12月1日

多チャンネル化に伴う接触率の変化

□ 週間接触率の変化

- 1週間のうち実際に見るチャンネルは、
 - 基本契約者は8局前後に集中
 - 多チャンネル契約者は10~20局に広く分布

1人あたり、1週間で接触するチャンネル数は、
7.1局(基本契約者) ⇒ 12.6局(多チャンネル契約者)



多チャンネル化により、視聴行動が変化することから、視聴者の多チャンネル化に対する潜在的ニーズはある。

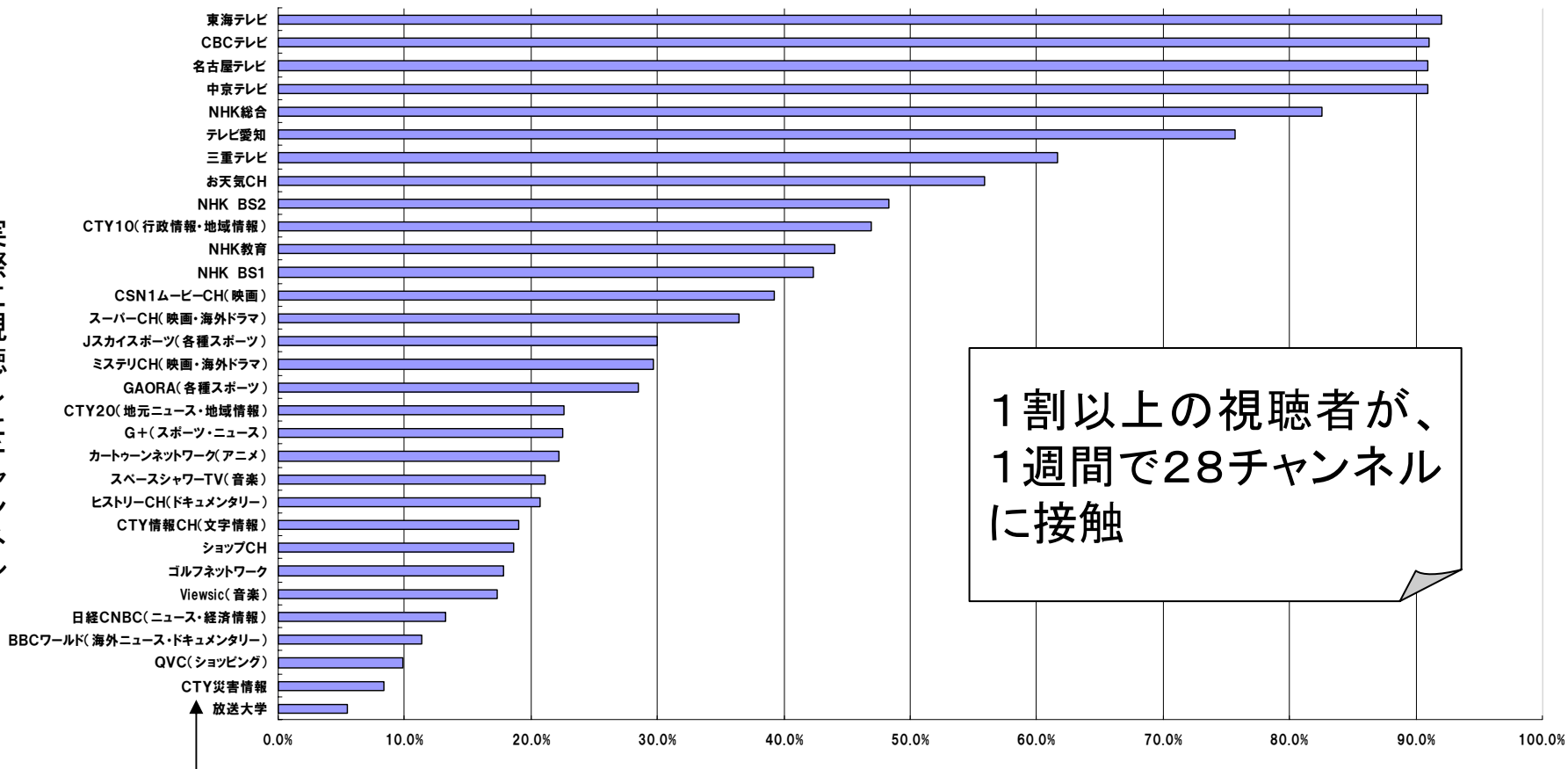
特に、スポーツ、映画、天気やニュースなどの情報番組へのニーズが高い。

1週間で実際に視聴したチャンネル(多チャンネル契約者)



局毎の週間接触率

実際に視聴したチャンネル



1割以上の視聴者が、
1週間で28チャンネル
に接触

1週間で実際に視聴した視聴者の割合

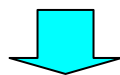
総合編成の地上波に加え、
各種専門チャンネルへの接触も多い

新サービスにおける更なる多様化のニーズ

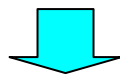


今回提案している放送サービスは、移動体・携帯端末に向けたサービス。

- 現行アナログ音声放送の高度化・高機能化
- 携帯端末に向けた新たなマルチメディアサービス
- 地域情報に特化した音声サービス



現行アナログテレビ放送の調査によれば、1人あたり10～20チャンネルを視聴しており、専門チャンネルへのニーズが高い。



携帯・移動体においては、よりパーソナル化が進むとともに、車載端末と携帯端末では必要となる情報が異なることから、現行サービスに比べ、サービスの多様化のニーズは更に高いものと推察