

アサツー ディ・ケイ、電通、博報堂 DY メディアパートナーズ、ビデオリサーチ
4社共同「ワンセグ携帯ユーザー調査」を実施
～男性 35～49 才を中心としたワンセグ携帯ユーザーの8割以上が週に1回以上ワンセグを視聴～

2006 年 10 月 23 日

株式会社アサツー ディ・ケイ
株式会社電通
株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ
株式会社ビデオリサーチ

株式会社アサツー ディ・ケイ、株式会社電通、株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ、株式会社ビデオリサーチの4社は東京 30km 圏内に居住するワンセグ携帯ユーザー(290 サンプル)を対象に共同調査を実施いたしました。

＜調査の概要＞

- 調査日程 日記式調査対象期間:2006 年7月 13 日(木)～16 日(日)
- 調査方法 インターネット調査
- 調査対象者 東京 30km 圏内に居住するワンセグ携帯ユーザーをインターネットモニターよりスクリーニング 有効 290 サンプル
- 調査内容 ワンセグ携帯ユーザーのプロフィール及び利用状況等
- 調査主体 株式会社アサツー ディ・ケイ、株式会社電通、株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ、株式会社ビデオリサーチ
- 調査実施機関 株式会社ビデオリサーチ

＜調査結果より＞

- ワンセグ携帯ユーザーは男性 35-49 才が中心(約 4 割)
- ワンセグ携帯ユーザーの 8 割以上が週に1回以上ワンセグを視聴
- 平日1日あたり(木・金2日平均)のワンセグ視聴時間は 35 分
- ワンセグ携帯の購入動機として多いのは「ワンセグ携帯が欲しくて」(約 6 割)や「買い替えのタイミングなので」(5 割強)など

株式会社アサツー ディ・ケイ、株式会社電通、株式会社博報堂 DY メディアパートナーズ、株式会社 ビデオリサーチの4社は、本調査をワンセグ放送サービスに関する調査研究の一環と位置づけており、ワンセグの利用実態を把握するためには今後も継続的な調査が必要と考えています。ワンセグ携帯の初期ユーザーを対象とした今回の調査にとどまらず、今後ともワンセグ放送サービスに関する研究を続けてまいります。

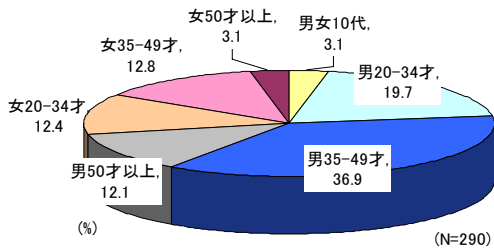
詳細データは PDF ファイル「ワンセグ携帯ユーザー調査」をご参照ください。

お問い合わせは(株)アサツー ディ・ケイ R&D 本部 沼田洋一(TEL.03-3547-2368)
または、社長室広報グループ(TEL.03-3547-2003)までお願いいたします。

<調査結果より>

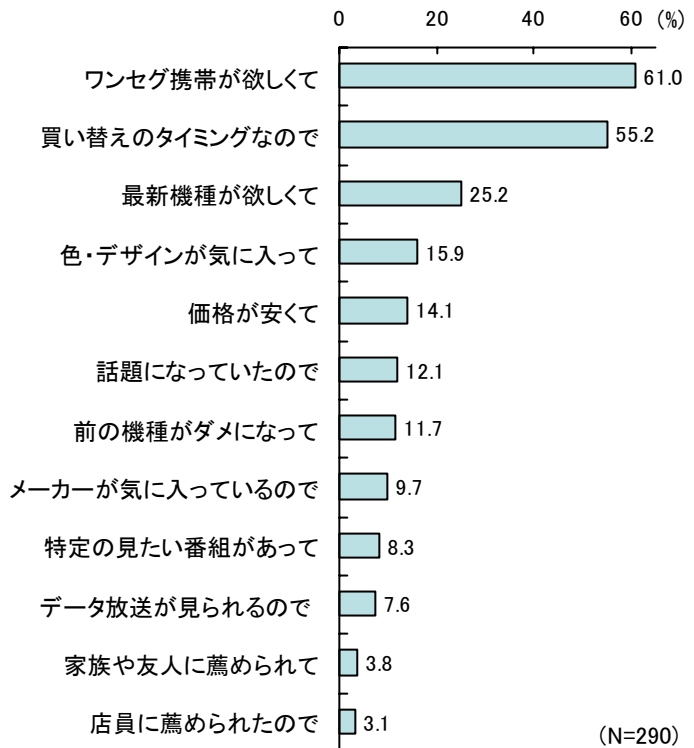
■ ワンセグ携帯ユーザーの性・年齢構成

ワンセグ携帯ユーザーは男性 35～49 才が中心となっている



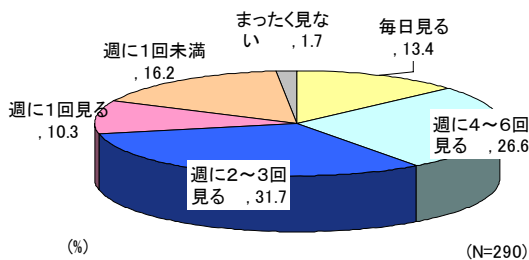
■ ワンセグ携帯の購入動機

購入動機として多いのは「ワンセグ携帯が欲しくて」や「買い替えのタイミングなので」など



■ ワンセグ携帯の視聴頻度

ワンセグ携帯ユーザーの 8 割以上がワンセグを週に 1 回以上視聴している



■ 1日あたりのワンセグ視聴分数(木・金2日平均)

平日(木・金2日平均) 1日あたりのワンセグ視聴分数はおよそ 35 分となっている

1日あたり(木・金2日平均)のワンセグ視聴分数 35分

※有効回答者(N=290)ベース/視聴しなかった場合は「0分」とし、有効回答者(全数)ベースで集計したもの
※調査対象日のワンセグ視聴状況を15分単位で記録した日記式データから平日2日間の平均視聴時間を算出したもの

ワンセグとは

「ワンセグ」は、地上デジタル放送のサービスのひとつで、携帯電話型受信機などの移動体でも安定して受信ができるように設計されたサービスです。現在、ご家庭の地上デジタル放送受信機に送っている地上デジタル放送波の一部を使って送っています。番組内容は、ご家庭向けの地上デジタル放送と同じですが、「ワンセグ」独自のデータ放送サービスのご利用が可能になります。また、携帯電話の通信機能を使った双方向サービス、通信経由の詳細な情報もご利用いただけます。

(社団法人 地上デジタル放送推進協会ホームページより)