

2010年7月15日

株式会社 アサツー ディ・ケイ

FIFAワールドカップ日本代表戦の観戦行動に見る、今日のテレビ視聴行動

「大きなテレビ画面で見た」「一緒に誰かと見た」「ネットなどで情報受発信をしながら観戦した」人ほど試合観戦をより楽しんだ！？

-ADK「生活者のメディア行動」調査より-

株式会社 アサツー ディ・ケイ(本社:東京都中央区 代表取締役社長:清水與二 以下 ADK)は、このたび、ADKの保有するネット調査システム「KNOTs(ノッツ)」を活用して、FIFAワールドカップでのサッカー日本代表試合の観戦行動に関する生活者調査を行いました。

今日の多メディア化社会の中では、テレビ番組の楽しみ方は人それぞれです。また同じ番組でも視聴環境が異なれば、楽しさや盛り上がり感も異なります。今回 FIFA ワールドカップの日本代表戦という、日本中から強い関心を集めるテレビ番組の観戦行動を通じて、生活者のテレビ視聴行動の今日的な様相を明らかにすることを試みました。

試合は夜間～未明が多かったせいか、自宅でテレビ視聴をした人が多かったようです。番組の視聴者に、視聴体験の「楽しさ・盛り上がり」に点数をつけてもらったところ、観戦したテレビの画面サイズや一緒に見た人で異なり、「より大きな画面でテレビを見た」「家族や友人・同僚・恋人などと一緒に見た」人ほど、楽しさ・盛り上がりが大きかったことがわかりました。なお人数の比率は小さいものの、スポーツバーやパブリックビューイングで観戦した人の楽しさ・盛り上がりも高かったのが特徴的でした。

また、最近「ダブルウィンドウ」「トリプルウィンドウ」と呼ばれる、ネットや携帯などで外部との情報受発信を行いながらテレビを視聴する行為が話題になっています。今回の日本代表戦では、こうした行為をしながらテレビ観戦をしていた人が全体の約1/3に当たる36.3%いました。さらに観戦しての楽しさ・盛り上がりについて、テレビ観戦をしながらネットや携帯で情報受発信をしていた人は、そうでない人に比べ楽しさ・盛り上がりが大きかったという結果も出ました。「ダブルウィンドウ」、「トリプルウィンドウ」が生活者の視聴体験の楽しさアップに一役買っていたと言えます。

なお、今回の視聴テレビの中では「アナログ放送」で視聴した人が33.2%おり、アナログ停波をおよそ1年後に控え、まだまだ切り替えが進んでない世帯が多く存在することもわかりました。

デジタル化の進展や新しいメディアの登場により、私たちの生活を取り巻くメディア環境は日々変化を遂げています。ADKは、今回のような取り組みを通じ、変化する生活者のメディア消費行動をいち早く的確に捉え、今後とも質の高いクライアントサービスを提供していきたいと考えております。

〈調査結果トピックス〉

- ◆ 日本代表の試合中継を見た場所・手段：家でデジタル放送の中型テレビ(34.5%)、家でデジタル放送の大型テレビ(31.3%)、家でアナログ放送の中型テレビ(25.2%)の順*。なお、アナログ停波1年前にして、未だ合計で33.2%の人がアナログ放送を視聴。
- ◆ 視聴体験の「盛り上がり度」**は、パブリックビューイング(87.5点)、家でデジタル放送の大型テレビ(79.8点)、スポーツバーなど飲食店のテレビ(77.1点)の順で高かった。一方屋外でのワンセグ放送視聴(43.3点)など低いものもあり、どこで・どんな手段で視聴するかによって楽しさ・盛り上がりには大きな差が開いた。
- ◆ 試合を一緒に見た人は家族(65.9%)、一人(45.3%)、友人・同僚・恋人など(8.4%)で、一人で見るより家族や友人・恋人などと見る方が盛り上がった。
- ◆ 観戦しながらネットや携帯で情報受発信をしていた人は全体の36.3%。内訳は、家族・友人知人などとのメール(16.6%)、ネットでのニュースや情報のチェック(15.4%)が多かった。話題のTwitterは発信者4.1%、閲覧者6.1%とまだまだ少数派。
- ◆ ネットや携帯で情報受発信をしながら視聴していた人ほど、楽しさ・盛り上がり度の得点が高く、例えば家でデジタル放送の大型テレビを見ていた人では、ネットや携帯での情報受発信をした人で85.9点、しなかった人で75.9点と10ポイントの開きが出た。情報受発信をしながらのテレビ視聴は視聴体験をより高めることにつながっていたと言える。

*大型テレビ：35インチ以上、中型テレビ：20インチ～35インチ未満、
小型テレビ：20インチ未満

**盛り上がり度：視聴時の楽しさ・盛り上がり度を0～100%で点数をつけてもらい、その平均値を「盛り上がり度」とした。

(詳しくは添付資料をご参照ください)

この調査結果に関するお問い合わせ先

株式会社アサツー ディ・ケイ デジタルビジネス部門

コミュニケーションチャンネルプランニングユニット

メディアサイエンス局デジタルライフ研究グループ

宇賀神、加賀 TEL: 03-3547-2368

インタラクティブコミュニケーションユニット

第2インタラクティブビジネスデザイン局 KNOTs (ノッツ) ルーム

大塚、田中 TEL: 03-3547-2851

または、コーポレート部門広報室 中島、矢島 TEL:03-3547-2003

ADK「生活者のメディア行動」調査

【調査目的】

メディア環境が変化する中、特に新しいメディアやデバイスを生活者がどのように使いこなし、どのようにライフスタイルが変化するかを把握する。

今回は FIFA ワールドカップを取り上げ、その視聴実態把握を通じて、今日の生活者のマルチデバイス（メディア）利用行動の一端を明らかにする

【調査エリア】

全国

【調査対象】

FIFA ワールドカップ 2010 の日本代表の試合中継を 30 分以上視聴者

男女 15 歳～59 歳

【有効回答サンプル数】

536s

【調査方法】

インターネット調査（ADK ネット調査システム「KNOTs」を利用）

【対象者抽出方法】

「ADK KNOTs モニターパネル」登録者より抽出

【調査期間】

2010 年 7 月 1 日（木）～7 月 5 日（月）

1.日本代表試合の観戦場所・手段と盛り上がり度

- 日本代表の試合中継を見た場所・手段：家でデジタル放送の中型テレビ(34.5%)、家でデジタル放送の大型テレビ(31.3%)、家でアナログ放送の中型テレビ(25.2%)の順*。
- アナログ停波1年前にして、未だ合計で33.2%の人がアナログ放送を視聴【以上、グラフ1】。
- 視聴体験の盛り上がり度**では、パブリックビューイング(87.5点)、家でデジタル放送の大型テレビ(79.8点)、スポーツバーなど飲食店のテレビ(77.1点)の順で高かった。一方屋外でのワンセグ放送視聴(平均43.3点)などは低かった【グラフ2】。

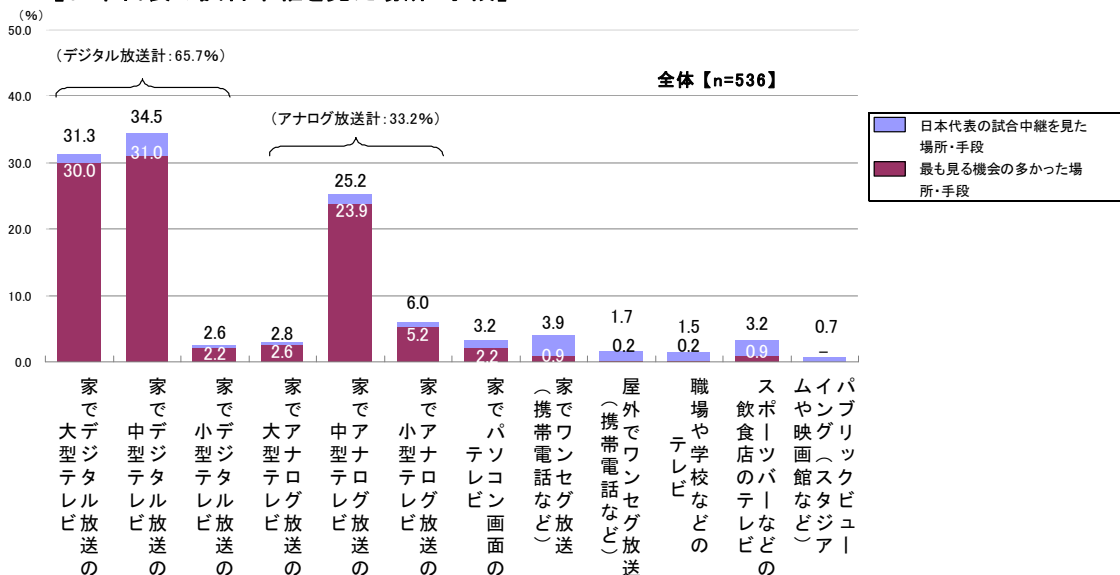
Q.あなたは、どのようなもので日本代表の試合中継を見ましたか。

Q.あなたが日本代表の試合中継を見る機会が最も多かったのはどれですか。

Q.あなたが日本代表の試合中継を見た下記の場所・手段に関して、どの程度楽しかったり盛り上がったりましたか。

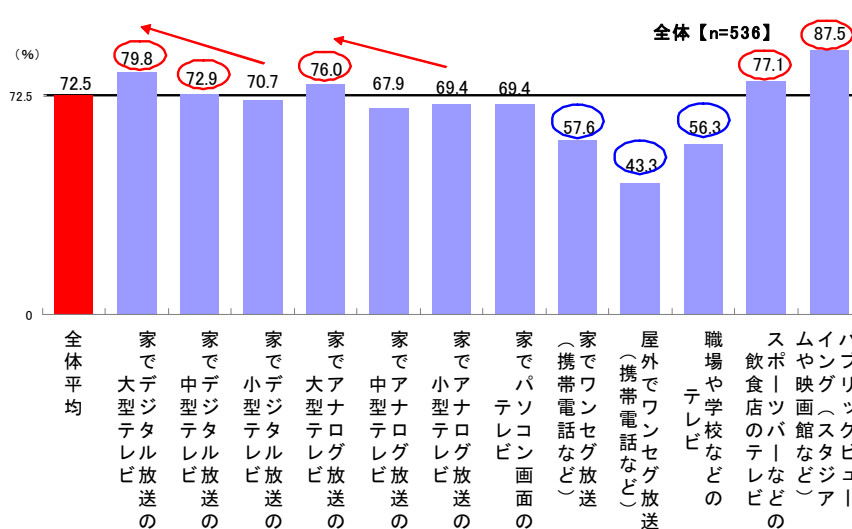
グラフ1

【日本代表の試合中継を見た場所・手段】



グラフ2

【日本代表の試合中継を見た場所・手段別盛り上がり度】



* 大型テレビ・・・35インチ以上 中型テレビ・・・20インチ～35インチ未満 小型テレビ・・・20インチ未満

** 盛り上がり度：視聴時の盛り上がり度を0～100%で点数をつけてもらい、その平均を盛り上がり度とした。

2.日本代表試合の観戦を一緒に楽しんだ人／盛り上がり度

- 試合を一緒に見た人は家族(65.9%)、1人(45.3%)、友人・同僚・恋人など(8.4%)の順。
- 居住形態で見ると、『家族同居』でも4割の人が「1人」で観戦している【以上、グラフ3】。
- 日本代表の試合中継を一緒に見るが多かった人を尋ねると、家族(58.2%)、1人(37.1%)、友人・同僚・恋人(4.1%)だが、実際に誰と観戦した時に盛り上がったかを尋ねると、家族(59.0%)、1人(32.9%)、友人・同僚・恋人(6.8%)だった。家族や友人・同僚・恋人など他人と一緒に視聴した方がより盛り上がりを感じていたと考えられる【グラフ4】。

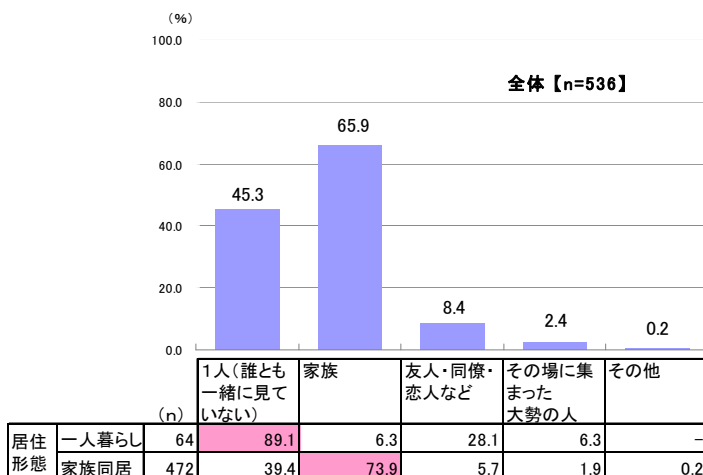
Q.あなたは日本代表の試合中継を誰と見ましたか。

Q.あなたが日本代表の試合中継を一緒に見るのが最も多かったのは誰ですか。

Q.あなたが日本代表の試合中継を見て、最も楽しかったり盛り上がりがあったりしたのは、誰と一緒に見ていたときでしたか。

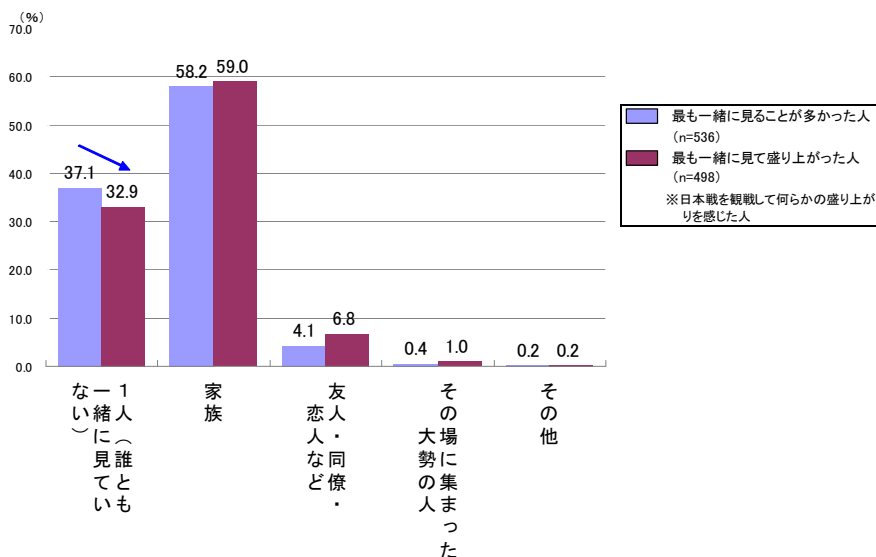
グラフ3

【日本代表の試合中継を一緒に見た人】



グラフ4

【日本代表の試合中継を最も一緒に見た人と最も一緒に見て盛り上がった人】



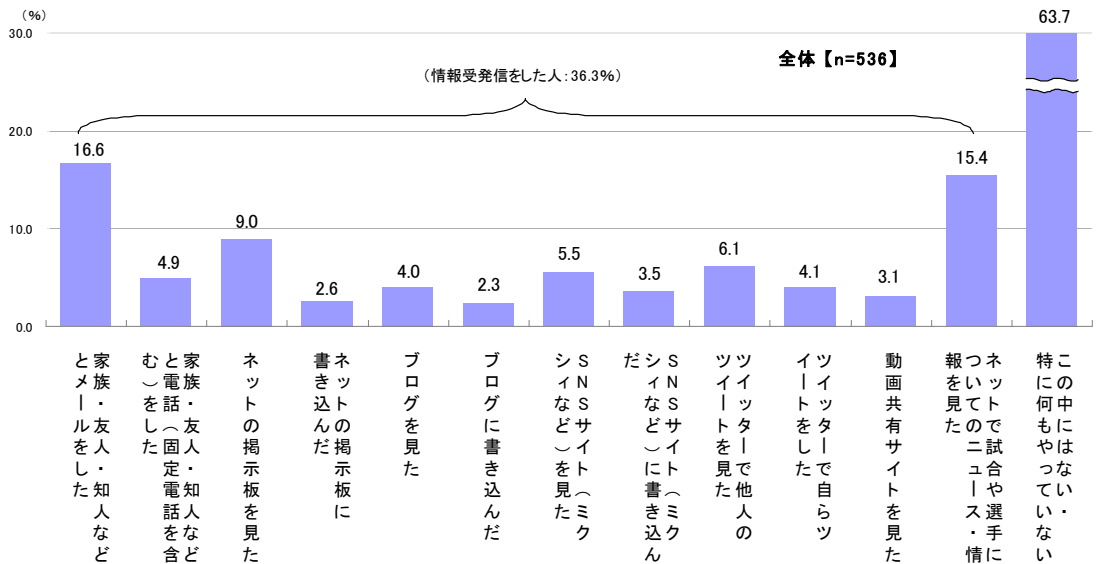
3.日本代表試合観戦中のネットや携帯などを利用した情報受発信

- 観戦しながらネットや携帯で情報受発信をしていた人は全体の36.3%。家族・友人知人などのメール(16.6%)、ネットでのニュースや情報のチェック(15.4%)が多かった。
- 話題のTwitterは発信者4.1%、閲覧者6.1%とまだまだ少数派【以上、グラフ5】。
- ネットや携帯で情報受発信をしながら視聴していた人ほど、楽しさ・盛り上がり度の得点が高く、例えば家でデジタル放送の大型テレビを見ていた人では、ネットや携帯での情報受発信をした人で85.9点、しなかった人で75.9点と10ポイントの開きが出た【グラフ6】。

Q.あなたは日本代表の試合中継を見ながら、試合について、PCや携帯電話(スマートフォンを含む)などを使って、以下のことをなさいましたか。

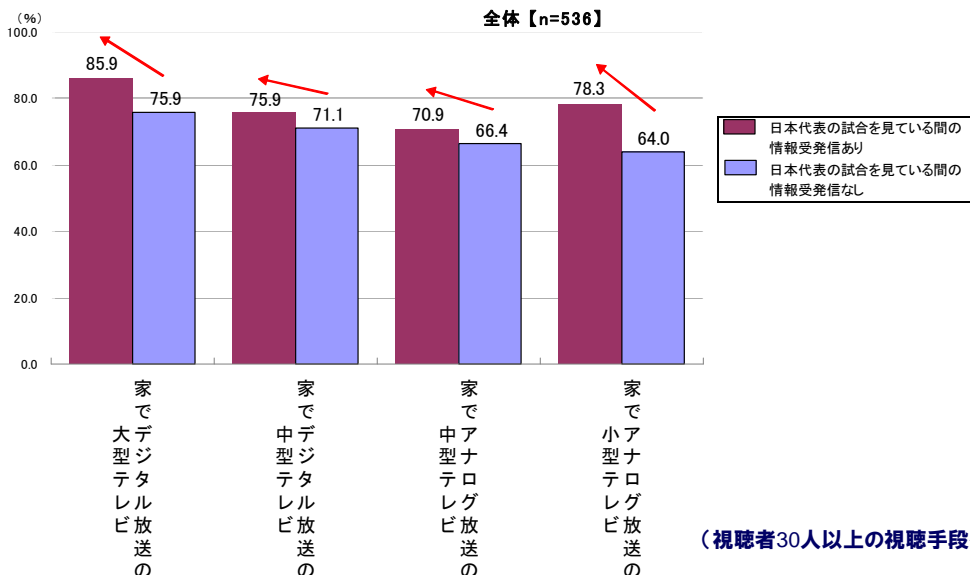
グラフ5

【日本代表の試合を見ている間の情報受発信】



グラフ6

【観戦中の情報受発信別日本代表の試合中継盛り上がり度】



(視聴者30人以上の視聴手段を抽出)

4. 観戦した日本代表の試合

Q.あなたはワールドカップの日本代表のどの試合の中継(生放送)を見ましたか。

【視聴した日本代表の試合】

