

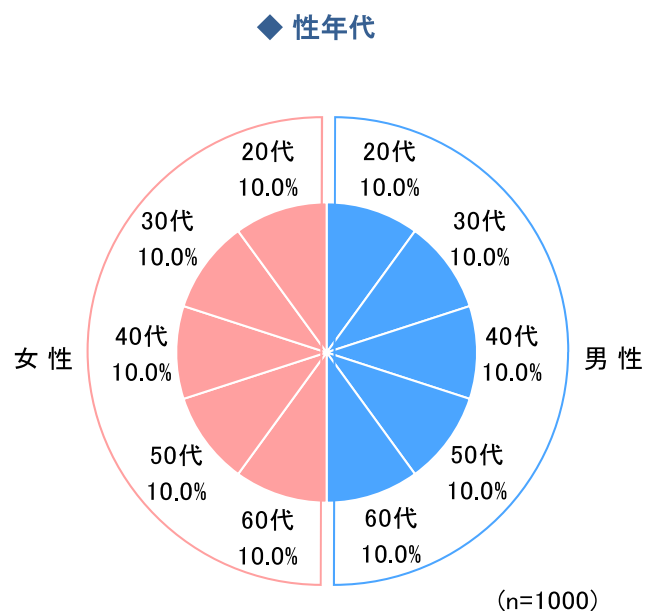
サンプルの背景

今回の調査は、2018年2月上旬に、全国の20歳以上の男女1000人を対象に実施したWebアンケートの結果である。対象は、家庭でテレビを所有し、スマートフォンを所有している人に限定した。性年代は、20代、30代、40代、50代、60代の、男女各100人の計1000人とした。

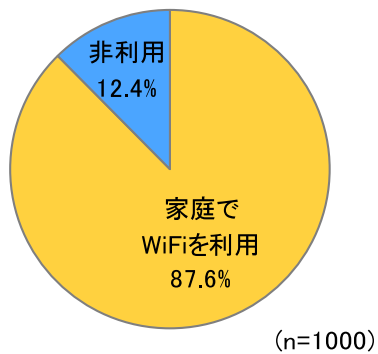
本章「Ⅱ.集計結果分析」では、質問項目ごとに、単純集計のグラフと、クロス集計表をもとに解説する。クロス集計表の表側とした項目は、以下の5項目である。

- ◆ 性年代
- ◆ 家庭でのWiFi利用
- ◆ テレビのネット接続
- ◆ 動画配信サービスの利用
- ◆ 「テレビは生活に欠かせないもの」という意識

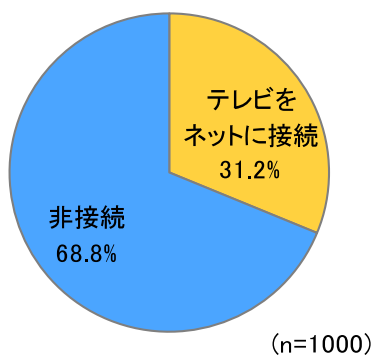
また、表側とした6項目の単純集計結果は以下のとおりである。



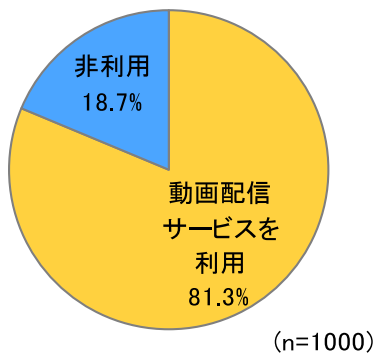
◆ 家庭での WiFi 利用



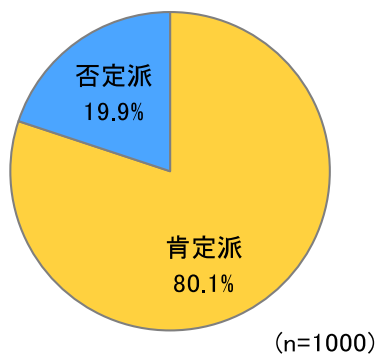
◆ テレビのネット接続



◆ 動画配信サービスの利用



◆ 「テレビは生活に欠かせないもの」という意識



質問:あなたにとって、「テレビは生活に欠かせないもの」と思いますか？(4択より1つ選択)

肯定派・・・そう思う＋どちらかといえばそう思う

否定派・・・どちらかといえばそうは思わない＋そうは思わない

<表の見方>

表は、全体、性年代別、家庭での WiFi 利用、テレビのネット接続、動画配信サービスの利用、「テレビは生活に欠かせないもの」という意識についての回答比率(単位:%)を示す。

は、全体の回答比率に対して 5 ポイント以上を上回っているもの。

単位:%

| | | 家庭での WiFi 利用 | |
|--------------|-------------|--------------|-------|
| | | 利用 | 非利用 |
| 全体 | (n=1000) | 87.6 | 12.4 |
| 男性 | 20代 (n=100) | 93.0 | 7.0 |
| | 30代 (n=100) | 89.0 | 11.0 |
| | 40代 (n=100) | 88.0 | 12.0 |
| | 50代 (n=100) | 86.0 | 14.0 |
| | 60代 (n=100) | 86.0 | 14.0 |
| 女性 | 20代 (n=100) | 92.0 | 8.0 |
| | 30代 (n=100) | 81.0 | 19.0 |
| | 40代 (n=100) | 92.0 | 8.0 |
| | 50代 (n=100) | 88.0 | 12.0 |
| | 60代 (n=100) | 81.0 | 19.0 |
| 家庭で WiFi 利用 | Yes (n=876) | 100.0 | 0.0 |
| | No (n=124) | 0.0 | 100.0 |
| TV ネット接続 | Yes (n=312) | 94.2 | 5.8 |
| | No (n=688) | 84.6 | 15.4 |
| 動画配信サービス利用 | Yes (n=813) | 89.5 | 10.5 |
| | No (n=187) | 79.1 | 20.9 |
| テレビは生活に欠かせない | Yes (n=801) | 87.1 | 12.9 |
| | No (n=199) | 89.4 | 10.6 |