

調査結果**テレビのニーズ調査 – 調査結果 –****生活者の、テレビ視聴環境変化とテレビの位置づけ**

- テレビのネット接続率は3割を超える（家庭でのWi-Fi利用率は9割）
- 8割が「テレビは生活に欠かせないもの」と回答

動画配信サービスの利用実態（利用サービス×端末×利用頻度）

- 動画配信サービス利用8割超、多くがパソコン/スマートフォンで視聴
- 今後増えると思う視聴端末は「テレビ」34%、「スマートフォン」32%

インターネット同時配信、4K・8K放送への関心

- 同時配信利用意向は42%
- 4K・8Kは「高精細で臨場感ある画質」以外は放送開始時期含め認知が低い

市場調査・コンサルティング会社の株式会社シード・プランニング（本社：東京都文京区 梅田佳夫社長、以下シード・プランニング）は、「2018年版 テレビのニーズ調査」を行い、このほどその結果をまとめましたのでお知らせいたします。

本調査は「2014年版 テレビのニーズ調査」の継続調査となります。

動画配信サービスの普及、4Kテレビの普及、8Kテレビの登場、さらに、本年12月には、新4K・8K衛星放送が開始されます。また、放送のインターネット同時配信も検討されています。

生活者のテレビや動画の視聴は多様化しています。

本調査では、一般生活者1000人を対象に、Webアンケートを実施し、テレビの利用実態とニーズを把握するとともに、ネット時代、4K・8K時代に求められるテレビの在り方や、テレビの需要への影響を探りました。

本調査結果の詳細は、市場調査レポート「2018年版 テレビのニーズ調査」に掲載しています。

本調査レポートの詳細とご購入は ⇒ <http://store.seedplanning.co.jp/item/9879.html>

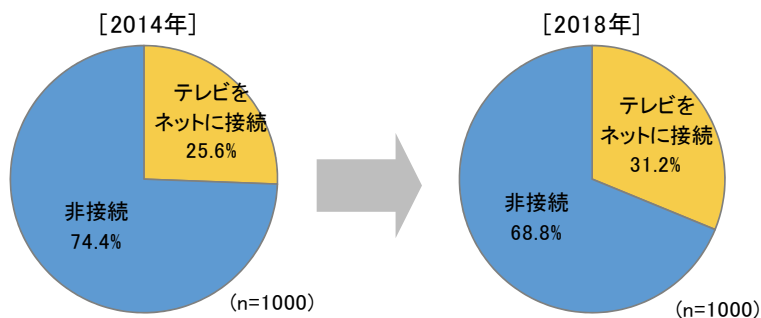
調査結果のポイント、調査概要は以下の通りです。

調査結果のポイント

生活者の、テレビ視聴環境の変化とテレビの位置づけ

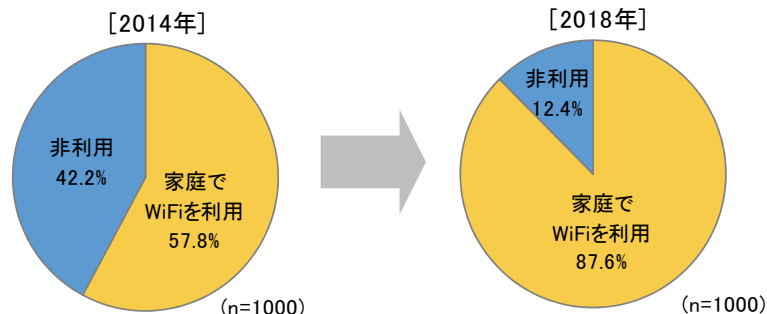
テレビのネット接続率は 3 割を超える（家庭での Wi-Fi 利用率は 9 割）

- テレビのネット接続率は、4 年前の 2014 年調査では 25.6%であったが、今回の 2018 年調査では 31.2%で、5.6 ポイント上回った。



(シード・プランニング作成)

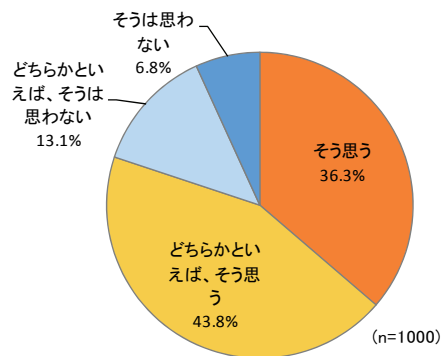
- 家庭での Wi-Fi 利用率は、2014 年調査の 57.8%を大きく上回る、87.6%に達した。家庭内でのインターネットの利用がより活発化しているといえる。



(シード・プランニング作成)

8 割が「テレビは生活に欠かせないもの」と回答

- 「テレビは生活に欠かせないもの」という考え方については、「そう思う」+「どちらかといえば、そう思う」の肯定派が 80.1%、「どちらかといえば、そうは思わない」+「そうは思わない」の否定派が 19.9%となった。8 割の人は「テレビは生活に欠かせないもの」という意識をもっていることが明らかとなった。
- 男性 50 代、60 代、女性 20 代、40 代、60 代でそうした意識が高く表れている。



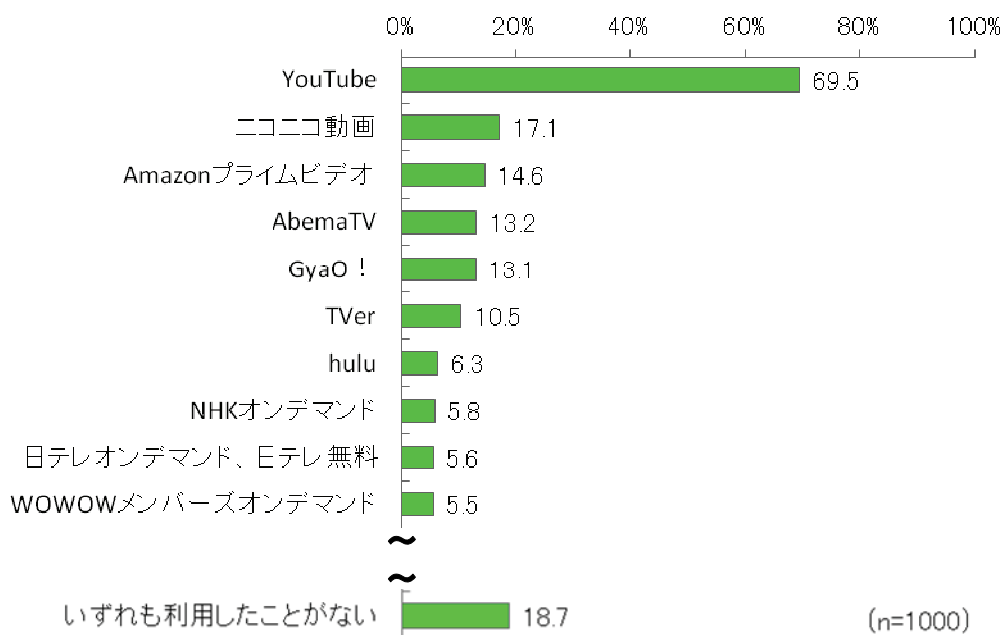
(シード・プランニング作成)

■ 動画配信サービスの利用実態（利用サービス×端末×利用頻度）

動画配信サービス利用 8 割超、多くがパソコン/スマートフォンで視聴

- 動画配信サービスを 81.3%が利用。2014 年調査 72.2%を 9.1 ポイントアップ。
- 1 位は「YouTube」で 69.5%、2014 年調査 67.7%とほぼ変わらない。

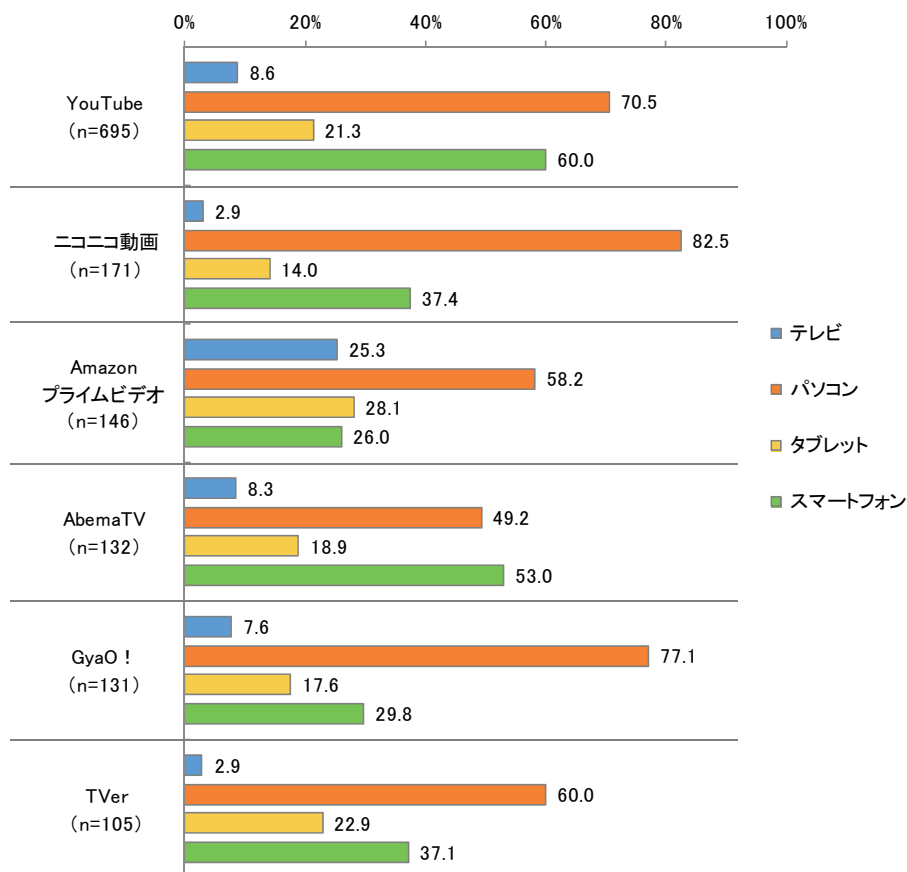
利用したことがある動画サービストップ 10



(シード・プランニング作成)

- YouTube 利用者 695 人の利用端末はパソコン 70.5%、スマートフォン 60%。
3 位「Amazon プライムビデオ」は、テレビ 23.5%で、テレビの利用率が他のサービスより高い。

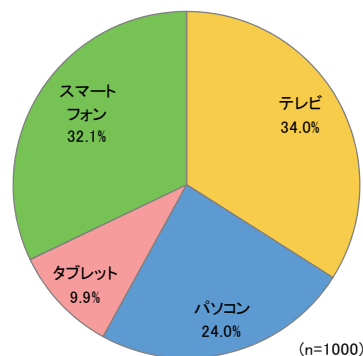
動画配信サービスの利用端末



(シード・プランニング作成)

今後増えると思う視聴端末は「テレビ」34%、「スマートフォン」32%

- 動画配信サービスの利用頻度が今後増えると思う端末として、最も回答が多かったものは「テレビ」で 34%、次いで「スマートフォン」32.1%となった。現状では、パソコンとスマートフォンで視聴されていることが多いが、「テレビ」で視聴したいという要望があることがわかる。
- 「テレビ」の選択は、男性 60 代、女性 50 代・60 代が多い。
- 「スマートフォン」の選択は、女性 20 代・30 代が多い。
- また、「パソコン」の選択は、男性に多く、女性に少ないという傾向が明確に表れた。

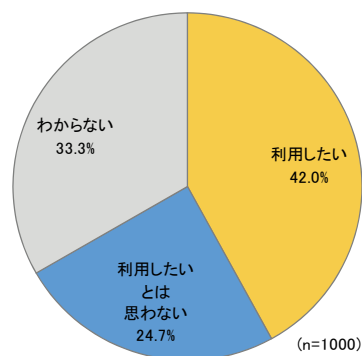


(シード・プランニング作成)

インターネット同時配信、4K・8K 放送への関心

同時配信利用意向は 42%

- 2019 年に開始が予定されている、放送の同時配信サービスについては、4 割以上が利用意向を示した。
- 利用したい理由としては、「外出中、移動中にテレビがなくてもネットに接続すればリアルタイムで放送を見られるのは便利」といったコメントが複数から挙げられた。
- 利用したくない理由として、「NHK に受信料を取られそうだから」といったコメントが複数から挙げられた。



(シード・プランニング作成)

4K・8K は「高精細で臨場感ある画質」以外は放送開始時期含め認知が低い

- 4K・8K に関する 12 項目の情報を提示してそれぞれの認知度を確認したところ、「4K・8K はハイビジョン(2K)に比べ高精細でより臨場感がある画質の映像を見ることができる」については、62.1%が認知していた。
- 一方、
 - ✓ 「2018 年 12 月から新 4K8K 衛星放送が始まる」については 13.5%、
 - ✓ 「現在市販されている 4K 対応テレビ、8K 対応テレビで、新 4K8K 衛星放送を受信するには、これから発売される専用チューナーを追加する必要がある」については 15.4%にとどまった。
- 当面の、2018 年 12 月の新 4K8K 衛星放送開始にむけた広報活動が重要といえよう。

調査概要

調査対象 自宅にテレビがあり、スマートフォンを使用している全国の20歳以上の男女1000名
(20代、30代、40代、50代、60代の年代毎に男性50名、女性50名)

調査方法 Web アンケートの結果

調査項目

プロフィール	性年代／在住地／家庭でのWiFi 利用
現在使用しているテレビ	<ul style="list-style-type: none"> テレビの視聴時間(平日／休日) テレビの画面サイズ テレビのメーカー テレビの購入時期 テレビに接続している機器
テレビの利用状況	<ul style="list-style-type: none"> テレビのネット接続 テレビで見ている映像の種類 テレビで見ている映像の種類(視聴時間が最も多いもの) テレビ番組の選択方法 データ放送の利用 テレビを見ながらのネット利用の端末 テレビを見ながらのネット利用の内容
ネット接続テレビの機能やサービスへの関心	<ul style="list-style-type: none"> ネット接続テレビの機能やサービスへの関心
動画配信サービスの利用状況	<ul style="list-style-type: none"> 利用したことのある動画配信サービス 動画配信サービスの利用端末 動画配信サービスの視聴頻度 動画配信サービスを選ぶ際の重視点 動画配信サービスの利用頻度が今後増えると思う端末とその理由
テレビ番組の録画	<ul style="list-style-type: none"> テレビ番組の録画方法 録画に関する不満や要望
テレビ放送の新しいサービスへの関心	<ul style="list-style-type: none"> 放送のインターネット同時配信サービスの利用意向とその理由 4K・8K の体験と関心度 4K・8K に関する情報の認知度
次期購入テレビのイメージ	<ul style="list-style-type: none"> テレビが故障した場合の対応 次に購入するテレビの優先条件 次に購入するテレビの画面サイズ 次に購入するテレビの購入時期
今後のテレビ視聴とテレビへの要望	<ul style="list-style-type: none"> 今後増えると思うテレビ視聴の形態 端末の使い分け 「テレビは生活に欠かせないもの」という意識 今後のテレビへ期待

調査期間 2018年1月～3月(Web アンケートの実施:2018年2月9日～12日)

調査結果を掲載したレポートの概要

レポート名	2018年版 テレビのニーズ調査		
発刊日/体裁	2018/3/20	A4/130 ページ	
販売価格	書籍版またはPDF版	172,800円(税込)	
	書籍+PDF セット版	205,200円(税込)	

目次

調査概要

I 総括

調査結果のまとめ	1
テレビのニーズと今後の方向性についての考察	10

II 集計結果分析

■サンプルの背景

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/テレビへの意識	13
--	----

■現在使用しているテレビ

Q1. テレビの視聴時間(平日/休日)	16
Q2. テレビの画面サイズ	18
Q3. テレビのメーカー	19
Q4. テレビの購入時期	20
Q5. テレビに接続している機器	21

■テレビの利用状況

Q6. テレビのネット接続	23
Q7. テレビで見ている映像の種類	24
Q8. テレビで見ている映像の種類(視聴時間が最も多いもの)	25
Q9. テレビ番組の選択方法	26
Q10. データ放送の利用	28
Q11. テレビを見ながらのネット利用の端末	30
Q12. テレビを見ながらのネット利用の内容	32

■ネット接続テレビの機能やサービスへの関心

Q13. ネット接続テレビの機能やサービスへの関心	34
---------------------------	----

■動画配信サービスの利用状況

Q14. 利用したことのある動画配信サービス	43
Q15. 動画配信サービスの利用端末	46
Q16. 動画配信サービスの視聴頻度	55
Q17. 動画配信サービスを選ぶ際の重視点	62
Q18. 動画配信サービスの利用頻度が今後増えると思う端末とその理由	64

■テレビ番組の録画

Q19. テレビ番組の録画方法	66
Q20. 録画に関する不満や要望	68

■テレビ放送の新しいサービスへの関心

Q21. 放送のインターネット同時配信サービスの利用意向とその理由	70
Q22. 4K・8K の体験と関心度	72
Q23. 4K・8K に関する情報の認知度	74

■次期購入テレビのイメージ

Q24. テレビが故障した場合の対応	78
Q25. 次に購入するテレビの優先条件	80
Q26. 次に購入するテレビの画面サイズ	83
Q27. 次に購入するテレビの購入時期	85

■今後のテレビ視聴とテレビへの期待

Q28. 今後増えると思うテレビ視聴の形態	86
Q29. 端末の使い分け	88
Q30. 「テレビは生活に欠かせないもの」という意識	91
Q31. 今後のテレビへの期待	92

Ⅲ 集計表

・単純集計結果

お問い合わせは

株式会社シード・プランニング 広報担当

〒113-0034 東京都文京区湯島 3-19-11 湯島ファーストビル 4F

TEL:03-3835-9211 FAX:03-3831-0495

E-mail:info@seedplanning.co.jp

URL:http://www.seedplanning.co.jp/

本レポートの詳細とご購入は:http://store.seedplanning.co.jp/item/9879.html

本ニュースリリースのURL:http://www.seedplanning.co.jp/press/2018/2018032701.html