

ブロードバンド時代の メディアの利用に関して

< 概要編 >

野村総合研究所
広報部

2004年 10月 12日

【調査の概要】

- 本調査は、ADSLや光ファイバ等を利用したブロードバンドのインターネット利用が本格的に進展する中において、ニュース等の情報を入手する際にどのような“メディア”が便利であると考えているか、などのメディア利用特性について把握することを目的としたものである。

メディア:本レポートでは“情報を伝達する媒体”という意味で、新聞、テレビ、ラジオ、インターネット、雑誌等を指すものとして用いる

- 本調査では“メディア”を次の7つに分類した。

- 新聞(全国紙や地方紙・ブロック紙)
- スポーツ新聞・大衆紙
- テレビ
- ラジオ
- インターネット(主に自宅から利用するもの)
- 携帯インターネット(iモードやEzWebなどの携帯電話等によるインターネット利用)
- 雑誌

このレポートでは「新聞」という場合はスポーツ新聞や大衆紙は除くものとし、「インターネット」という場合は携帯電話等からのインターネット利用は除くものとする

【調査の概要】

- アンケート調査回答者の属性は以下のとおりである。

< 性別 >

性別	回答数	%
男	501	50.1
女	499	49.9
合計	1000	100.0

< 職業 >

職業	回答数	%
会社員	269	26.9
学生	114	11.4
主婦	245	24.5
自営業	90	9.0
公務員	30	3.0
医師・医療	11	1.1
会社役員	8	0.8
会社経営	4	0.4
教職員	12	1.2
弁護士・税理士	3	0.3
農林・水産	2	0.2
フリーター	51	5.1
無職	71	7.1
その他	90	9.0
合計	1000	100.0

< 年齢 >

年齢(年代)	回答数	%
19才以下	87	8.7
20才～24才	77	7.7
25才～29才	135	13.5
30才～34才	125	12.5
35才～39才	71	7.1
40才～44才	127	12.7
45才～49才	67	6.7
50才～54才	136	13.6
55才～59才	86	8.6
60才以上	89	8.9
合計	1000	100.0

< 地域 >

地域	回答数	%
北海道	42	4.2
東北	59	5.9
関東	386	38.6
中部	145	14.5
近畿	205	20.5
中国	44	4.4
四国	22	2.2
九州・沖縄	97	9.7
合計	1000	100.0

【調査の概要(補足)】

- 本アンケート調査はインターネットを利用したアンケートサービスである「infoQ」を活用したものであり、インターネットの利用頻度とリテラシーが比較的高い母集団を対象としていることに留意する必要がある。

インターネットリサーチ infoQ のホームページ : <https://infoq.jp/>



まとめ

- インターネットをある程度利用している層にとって、情報(この場合は“ニュース”を中心とした情報)を入手するメディアとしてインターネットが中心的な位置づけになっている
- 一方、新聞については、
 - 「政治・経済」、「産業・企業」に関する情報に関しては、最も頼りになるメディアと認識
 - 詳しい内容を知りたいときには“内容に関して信頼できる”という評価が高いという評価になっている
- どれくらい費用を負担しても良いか、についてはインターネット(4,000円弱/月)が最も高く、次いで新聞(3,300円弱/月)の順になっている
- 今後の利用に関して“さらに利用を増やしていきたい”という意向はインターネットや携帯インターネットが高く、新聞、雑誌等の紙メディアは現状維持の傾向が強い

最も頼りにするメディアは何か

- 政治・経済ニュースや産業・企業の情報収集に関しては新聞が最も頼りにされている媒体である
- 一方、社会ニュース、スポーツ・芸能情報の収集に関してはテレビを、生活情報や地域情報を調べるにはインターネットを活用する傾向が強い

Q:それぞれの分野の情報を知ろうとする時に最も頼りにするメディアは

N=1000

	新聞	スポーツ新聞・大衆紙	テレビ	ラジオ	インターネット	携帯インターネット	雑誌	関心がない
政治・経済	44.2%	0.4%	41.2%	0.4%	9.4%	0.3%	0.5%	3.5%
産業・企業	42.7%	0.8%	18.9%	0.3%	23.8%	0.6%	3.6%	9.3%
社会	37.3%	1.5%	40.2%	1.0%	16.7%	0.5%	0.6%	2.1%
スポーツ・芸能	7.0%	10.9%	53.3%	0.6%	22.0%	0.5%	2.2%	3.5%
生活情報 (1)	16.6%	1.2%	23.1%	1.2%	45.4%	1.2%	8.8%	2.4%
地域情報 (2)	31.7%	1.5%	12.7%	2.9%	36.3%	1.4%	7.9%	5.5%

1 生活情報：教育、文化、娯楽や医療情報などの生活に密着した情報)

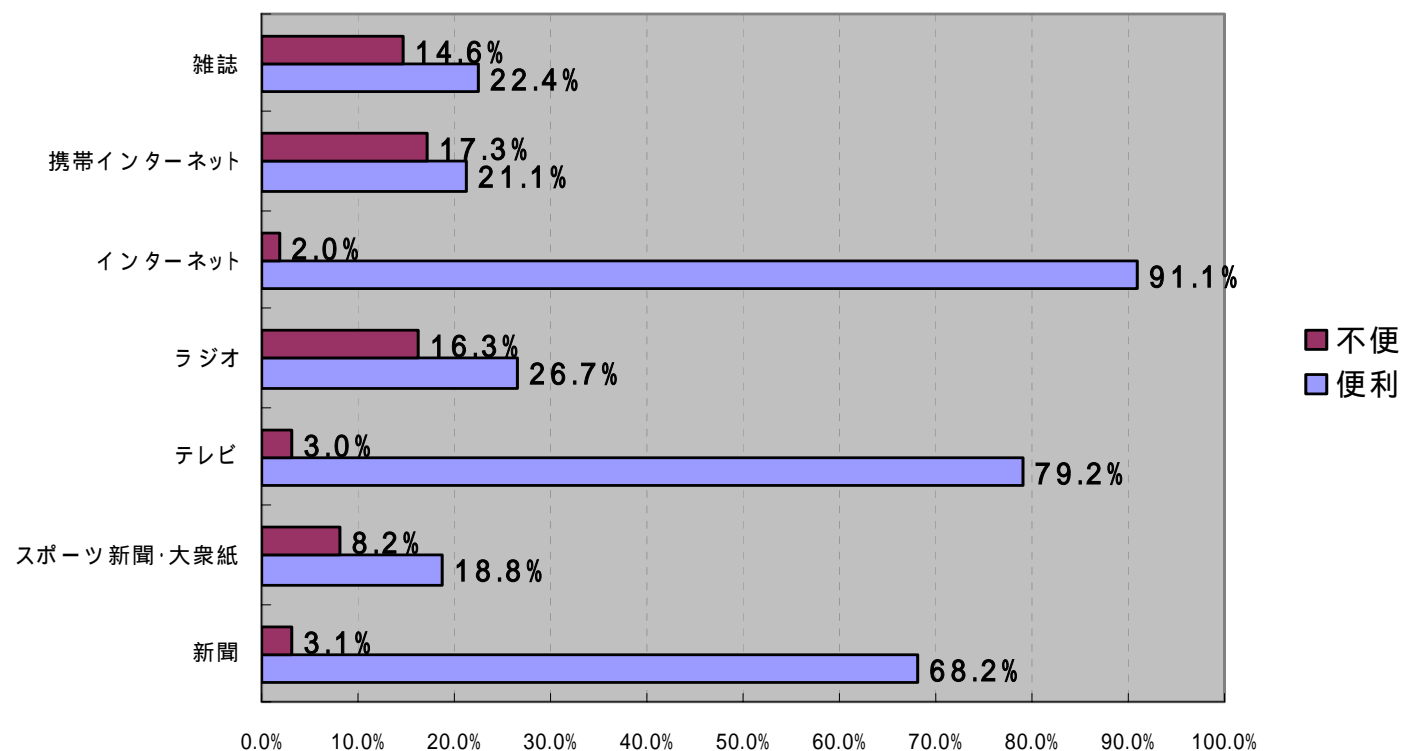
2 地域情報：お店情報やイベント情報などの地域と結びついた情報)

定期的に情報を知りたいときに便利なメディアは何か

- 日常的に情報を収集する媒体としては、インターネット、テレビ、新聞の順で使いやすいと認識されている

Q: 定期的(毎日)に情報を知りたいときのメディアの使い勝手

N=1000



できるだけ急いで情報入手したいときに利用するメディアは何か

- 急いで情報を収集する際にはインターネットが有用なメディアとして活用されている
- 速報性に関しては携帯インターネットも通常の利用時以上に使われている

Q: できるだけ急いで情報知りたいとき利用するメディアは

N=1000

	利用する	たまに利用する	ほとんど利用しない	全く利用しない
新聞	28.2%	33.3%	24.5%	14.0%
スポーツ新聞・大衆紙	4.5%	16.5%	27.1%	51.8%
テレビ	57.7%	25.1%	11.8%	5.4%
ラジオ	15.8%	21.3%	25.4%	37.4%
インターネット	90.7%	7.5%	1.0%	0.8%
携帯インターネット	18.6%	19.8%	16.1%	45.5%
雑誌	5.8%	26.6%	32.1%	35.5%

様々な情報を一度に知りたいときに便利なメディアは何か

- 多くの分野の情報を効率よく入手する際にはインターネットの使い勝手の評価が高い

Q: さまざまな分野の情報を一度に知りたいとき利用するメディアは

N=1000

	利用する	たまに利用する	ほとんど利用しない	全く利用しない
新聞	51.3%	28.0%	10.5%	10.2%
スポーツ新聞・大衆紙	7.1%	20.3%	21.8%	50.8%
テレビ	57.2%	26.4%	10.0%	6.4%
ラジオ	11.0%	19.3%	26.5%	43.2%
インターネット	88.9%	8.5%	1.5%	1.1%
携帯インターネット	10.0%	17.2%	19.4%	53.4%
雑誌	15.2%	36.7%	18.4%	29.7%

正確な情報を知りたいときに利用するメディアは何か

- 正確な情報を知りたいときにも、インターネットを利用する人が多い
- 新聞は、速報性に関しては「利用する」が28.2%であったが、正確な情報を知りたいときには65.5%と比率がたかまっており(インターネットは逆に「利用する」の比率が下がっている)、メディアの使い分けの傾向も伺える

Q: 正確な情報を知りたいときに利用するメディアは

N=1000

	利用する	たまに利用する	ほとんど利用しない	全く利用しない
新聞	65.5%	21.5%	5.3%	7.7%
スポーツ新聞・大衆紙	5.8%	18.5%	24.3%	51.3%
テレビ	63.3%	26.5%	6.7%	3.5%
ラジオ	16.2%	22.0%	25.4%	36.5%
インターネット	82.2%	15.2%	1.8%	0.7%
携帯インターネット	10.4%	20.2%	20.0%	49.5%
雑誌	11.0%	30.5%	26.9%	31.6%

解説などで十分に内容を知りたいときに利用するメディアは何か

- さらに詳しく情報を知りたいときにも、新聞やテレビ以上にインターネットが利用されている

Q: 解説などでさらに詳しく知りたいときに利用するメディアは

N=1000

	利用する	たまに利用する	ほとんど利用しない	全く利用しない
新聞	50.5%	27.6%	12.2%	9.8%
スポーツ新聞・大衆紙	6.9%	16.5%	24.9%	51.7%
テレビ	45.0%	31.9%	16.4%	6.7%
ラジオ	9.3%	19.0%	29.3%	42.4%
インターネット	89.3%	8.2%	1.2%	1.2%
携帯インターネット	10.2%	17.0%	20.7%	52.2%
雑誌	17.1%	30.7%	21.8%	30.4%

解説などで十分に内容を知りたいときに利用するメディアは何か

- 解説等によって、より詳しく内容を知りたいときに利用するメディアの理由として、新聞に関しては「内容の信頼性」をあげており、インターネットやテレビに関しては「内容の豊富さ」をあげている
- インターネットの速報性や内容の豊富さが評価されていることから、
 - ✓ インターネットは、急いで情報を調べ、検索機能などを利用して色々な情報を目的に合わせて入手する手段として活用するが、内容が正確か否かを確かめる手段としては新聞が重視されている

という傾向が伺える

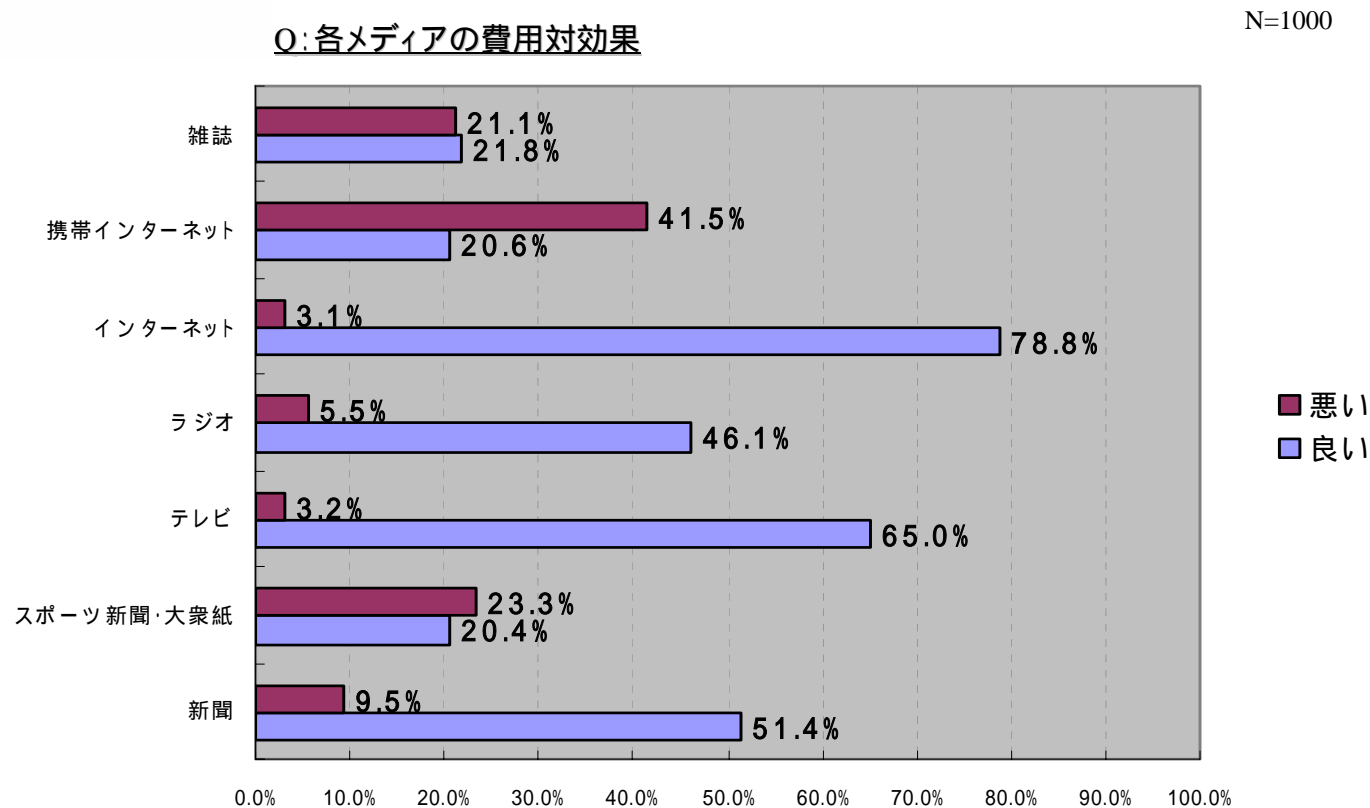
Q: 解説などでさらに詳しく知りたいときに利用するメディアの理由は

N=1000

	内容が信用できるから	内容が豊富だから	面白いから	刺激があるから	その他
新聞	64.7%	28.0%	2.3%	0.6%	4.4%
スポーツ新聞・大衆紙	8.1%	16.6%	57.2%	11.7%	6.4%
テレビ	25.8%	41.7%	25.7%	2.7%	4.0%
ラジオ	26.1%	25.7%	29.3%	5.2%	13.6%
インターネット	21.4%	70.8%	3.9%	1.4%	2.6%
携帯インターネット	12.9%	36.1%	28.3%	7.8%	14.8%
雑誌	11.4%	36.3%	39.0%	8.3%	5.0%

費用対効果が高いメディアは何か

- メディアの費用対効果はインターネットの評価が高い
- 一方で、携帯インターネットは他の媒体に比べて費用対効果が低いと考えられている

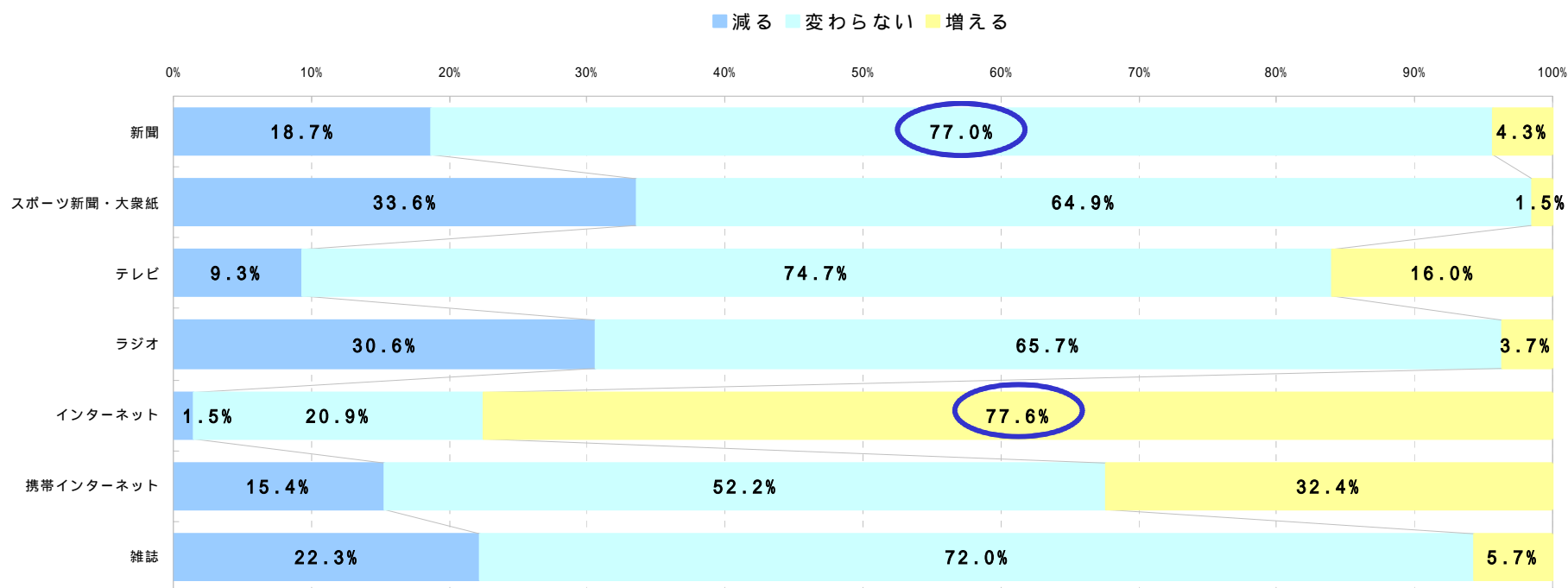


今後の各メディアの利用意向は

- インターネットは今後の利用を増やしていくという意向が極めて高く、携帯インターネットも利用を増やす意向が高い
- 新聞や雑誌などの紙のメディアは現状維持の意向が強い

Q:各メディアの今後の利用意向

N=1000



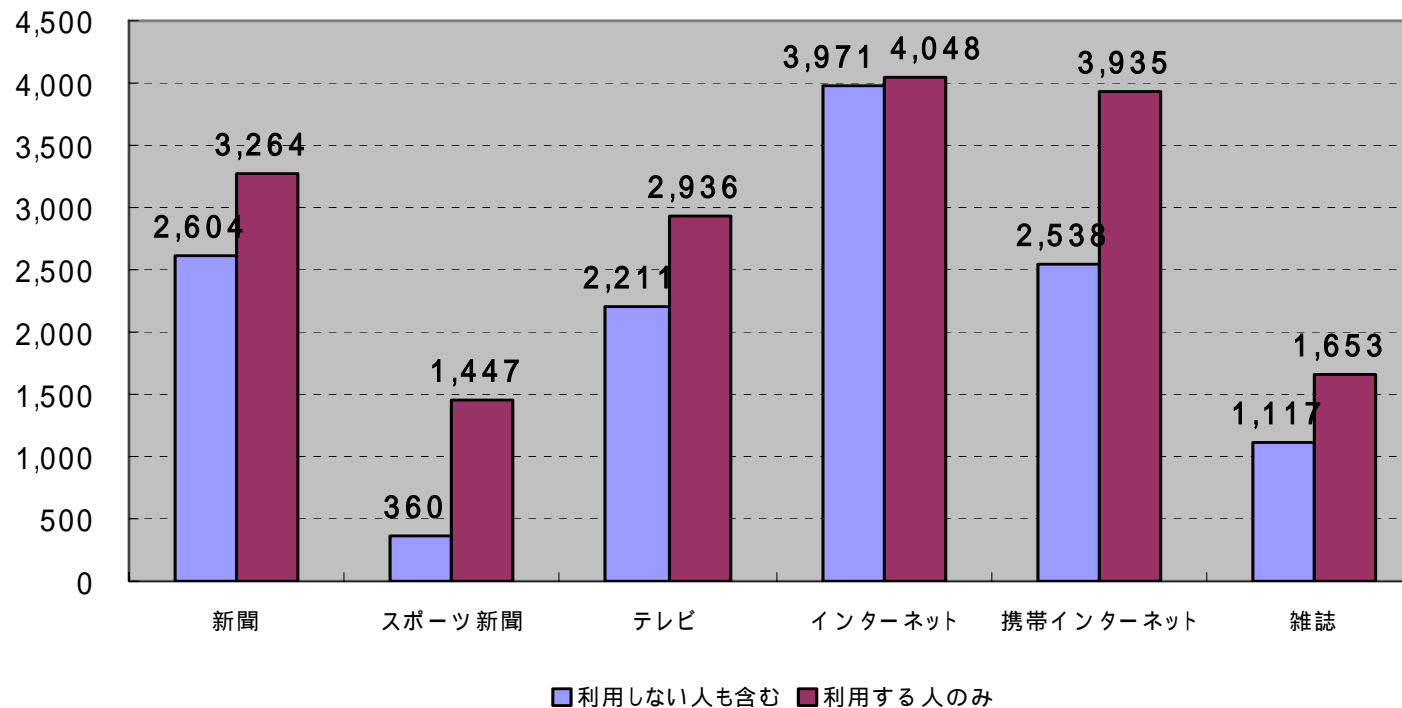
どれだけ費用を支払っても良いか

- 月当たりでどれだけ費用を負担しても構わないか、についてはインターネットが最も高く、次いで新聞、携帯インターネットの順となっている

Q: 各メディアについて、月あたりいくらぐらいまで支払っても良いと考えているか

N=1000

単位: 円 / 月



NRI 未来創発
Dream up the future.

野村総合研究所
Nomura Research Institute