九州・沖縄のエリアに特化した、メディア生活や メディアサービス・市場の現状・変化・兆しをとらえる

# 「九州・沖縄メディア環境実態把握調査 2021」を実施

株式会社九州博報堂(本社:福岡市中央区、代表取締役社長:江崎信友)と、アドスタッフ博報堂(本社:那覇市、代表取締役社長:城田一)は、九州・沖縄のエリアに特化したメディア環境実態把握調査 2021 を実施しました。

本調査では、メディア別の接触時間やイメージ評価、メディアサービスの利用実態からメディアに対する意識を中心に、多様な質問項目を聴取することで、九州・沖縄在住の生活者における、メディア生活全般の把握を行っております。

九州・沖縄、各県レベルの分析や性年代、時系列といった視点での分析はもちろん、ライフステージや意識属性といった多角的な視点で、市場の現状や変化、兆しをとらえることができます。

九州博報堂とアドスタッフ博報堂は、これら調査にて得た知見を活かし、今後も九州・沖縄の生活者により密着した、プランニングを行ってまいります。

### <調査結果のポイント>

- 携帯・スマホの保有率は96.2%、テレビの保有率(93.1%)を上回る。
- 一日あたり(週平均)のメディア接触時間の上位をみると、テレビが最も長く 131.8 分。 次いで、携帯・スマホが 108.3 分。
- 週一回以上、WEB 動画を閲覧する人の割合は、全体で 80.3%。10 代では 95.1%、60 代でも 70.8%が WEB 動画を視聴している。

《九州・沖縄メディア環境実態把握調査 概要》

調査手法: インターネット調査 調査地域: 九州7県と沖縄県

調査対象者: 15歳から69歳の男女、一般生活者 サンプル数: 3,398サンプル 各県624~396サンプル

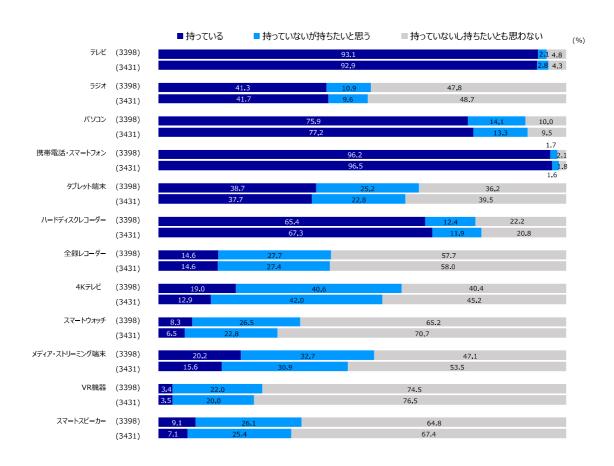
調査時期: 2021年2月19日~3月3日

## 《詳細調査結果》

#### ■ デバイスの保有状況

- ・ 「テレビ」93.1%、「携帯電話・スマートフォン」96.2%とそれぞれ高い保有率だが、携帯・スマートフォンの保有率がテレビを上回る結果となった。
- また、これらデバイスは今後の保有希望も、他のデバイスに比べて顕著に高く、「4K テレビ」40.6%、「ストリーミングデバイス」32.7%となっており、期待が高いことがうかがえる。

※上段が 2021 年調査、下段が 2020 年調査

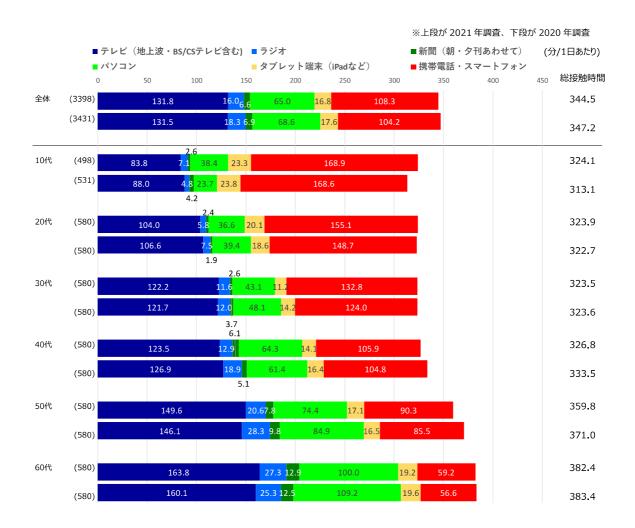


#### ■ メディア接触時間(一日あたり/週平均)

- ・ 一日あたりのメディア接触時間の上位をみると、「テレビ」が最も長く 131.8 分。 次いで、「携帯電話・スマートフォン」が 108.3 分となった。
- ・ メディアの総接触時間は、全体で 344.5 分。年代別にみると、10 代が 324.1 分に対し、60 代 では 382.4 分と、約 60 分の差が見られ、年代が高まるほど総接触時間が増える傾向。
- ・ 接触メディアの傾向も年代別に異なる。10代は、「携帯電話・スマートフォン」の接触時間がもっとも長く168.9分。2番目に接触時間が長い「テレビ」は、83.8分となっており、約2倍接触時間が長い。一方の60代では、「テレビ」の接触時間が最も長く163.8分。

「携帯電話・スマートフォン」の接触時間(59.2分)と比較すると、約3倍接触時間が長い。

- ・ 年代別の傾向としては、「テレビ」「パソコン」は年代が上がるにつれて接触時間が長く、 「携帯電話・スマートフォン」は年代が下がるほど接触時間が長い傾向。
- ・ 昨年比でみると、「携帯電話・スマートフォン」の接触時間が微増傾向であり、いずれの年代も 微増している。

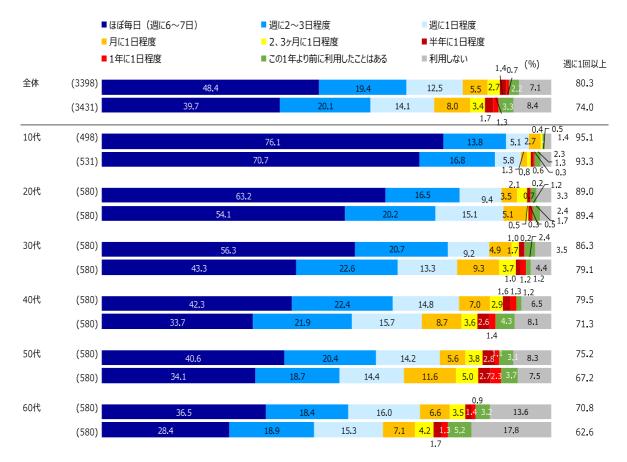


#### ■ WEB 動画の閲覧頻度と接触時間(一日あたり/週平均)

- ・ 週一回以上、WEB 動画を閲覧する割合は、全体で 80.3%。10 代、20 代では約 9 割、60 代で も約 7 割が WEB 動画を視聴している。
- ・ 「ほぼ毎日(週に 6~7 日)」に着目してみると、10 代では 76.1%がほぼ毎日 WEB 動画を視聴 しており、20 代でも半数以上(63.2%)が視聴している。
- ・ 週平均の視聴時間は、全体で 64.3 分。年代別では、10 代で 108.9 分、20 代で 91.2 分、30 代 で 69.0 分であり、30 代以下は 60 分を越えて WEB 動画を視聴していることがうかがえる。

#### <閲覧頻度>

※上段が 2021 年調査、下段が 2020 年調査



#### <接触時間(一日あたり/週平均)>

N=3,398

							(分)	
	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代	
2020	64.3	108.9	91.2	69.0	56.9	51.0	47.8	
2019	54.3	94.3	76.0	55.1	47.5	47.1	39.8	

#### ■ メディア接触の時間帯(一日あたり/週平均)

- ・ 全体の時間帯別接触状況の傾向は、8時台の朝、12時台の昼、20時台の夜と3回のメディア接触のピークを迎える傾向。
- ・ 「テレビ」「携帯電話・スマートフォン」は、時間帯別の傾向も似通う動きがみられる。テレビ を見ながらスマホを使うといった、マルチスクリーンでのメディア接触状況がうかがえるので はないか。
- ・ 21 時台の時間帯に着目すると、「テレビ」「携帯電話・スマートフォン」だけでなく「デジタル動画」「パソコン」の接触が増加している。様々なデバイスやメディアを通じて、情報接触が盛んにおこなわれているものと考えられる。

