

# テレビの録画に関するマーケティングデータ

朝日大学マーケティング研究所

## 調査概要

---

調査方法 Webアンケート  
調査期間 2004年9月24日(金)～9月27日(月)  
調査対象 首都圏在住の16歳～69歳男女  
有効回答 1099名

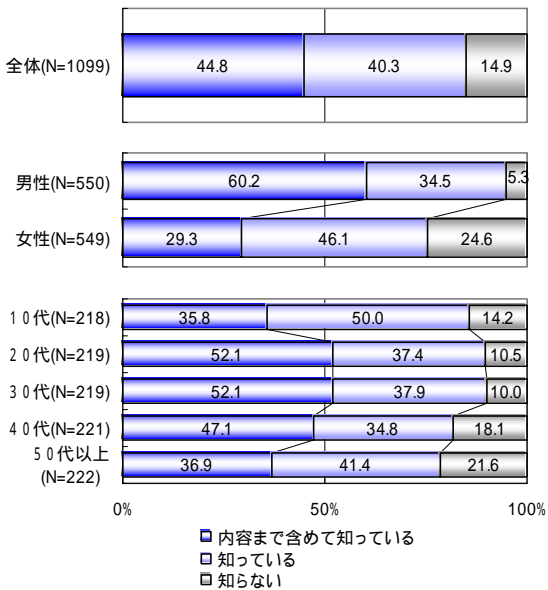
	男性	女性	計
10代	110	108	218
20代	108	111	219
30代	110	109	219
40代	110	111	221
50代以上	112	110	222
計	550	549	1099

# 1. HDD搭載型DVDレコーダーの認知と所有状況

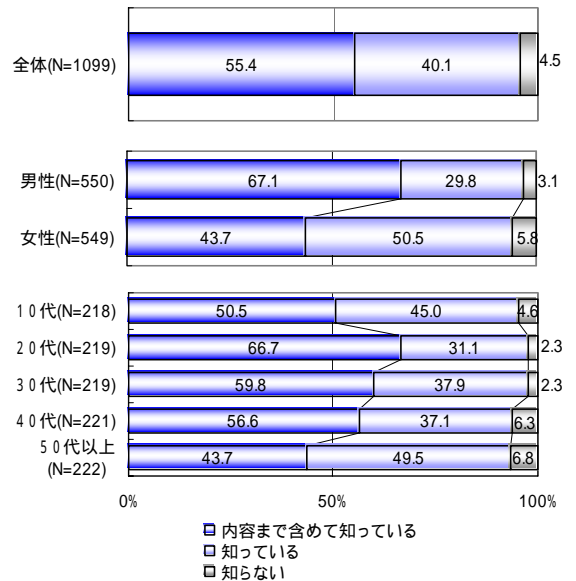
現在の、HDD搭載型DVDレコーダーの認知度(「内容まで含めて知っている」+「知っている」)は、DVDレコーダーの95.5%には及ばないものの、85.1%とかなり高い。特に、男性の方が認知の度合いが深く、特に20代~40代男性を中心に「内容まで含めて知っている」人は、過半数を超えている。

HDD搭載型DVDレコーダー、および、DVDレコーダーの実際の所有者は、ともに2割前後と大差はない。男女を比べると、DVDレコーダーでは女性の方が男性を上回っている一方、HDD搭載型は最新AV機器に関心の高い男性ほど、所有率が高い傾向にある。

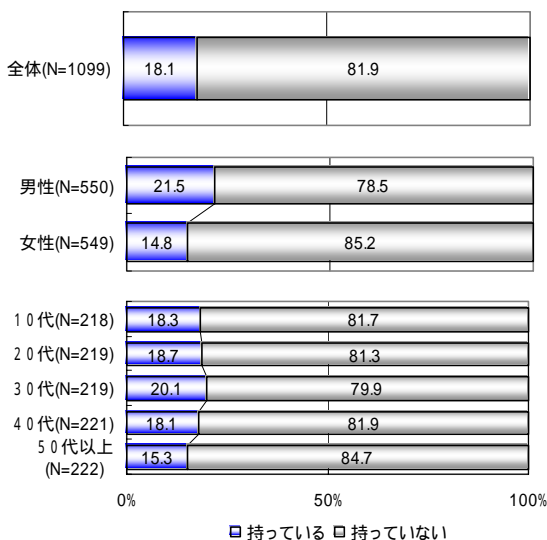
HDD搭載型DVDレコーダー認知率



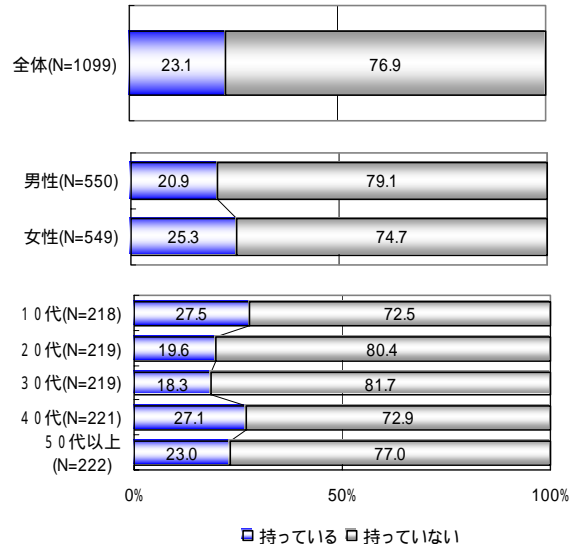
DVDレコーダー認知率



HDD搭載型DVDレコーダー所有率



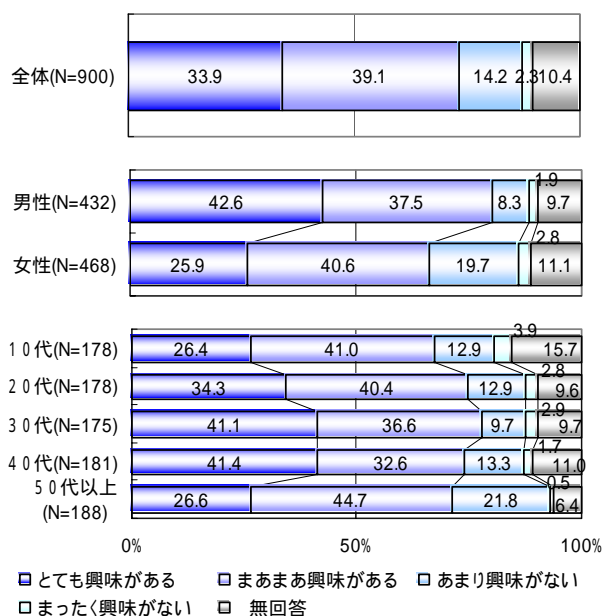
DVDレコーダー所有率



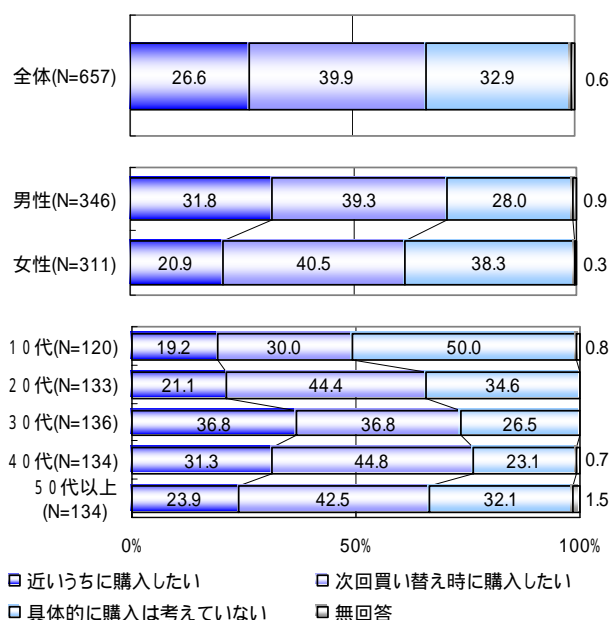
## 2. HDD搭載型DVDレコーダーへの興味・関心

現在、HDD搭載型DVDレコーダーを所有していない人でも、73.0%が興味・関心を抱いており（「とても興味がある」+「まあまあ興味がある」）、注目の高さが伺える。そのうち、具体的な購入意向のある人（「近いうちに購入したい」+「次回買い替え時に購入したい」）は、実に66.7%に達しており、今後のHDD搭載型DVDレコーダーの普及が期待される。

HDD搭載型DVDレコーダーへの興味・関心  
(N = HDD搭載型DVDレコーダー非所有者)



HDD搭載型DVDレコーダーの購入意向  
(N = HDD搭載型DVDレコーダーに興味のある人)



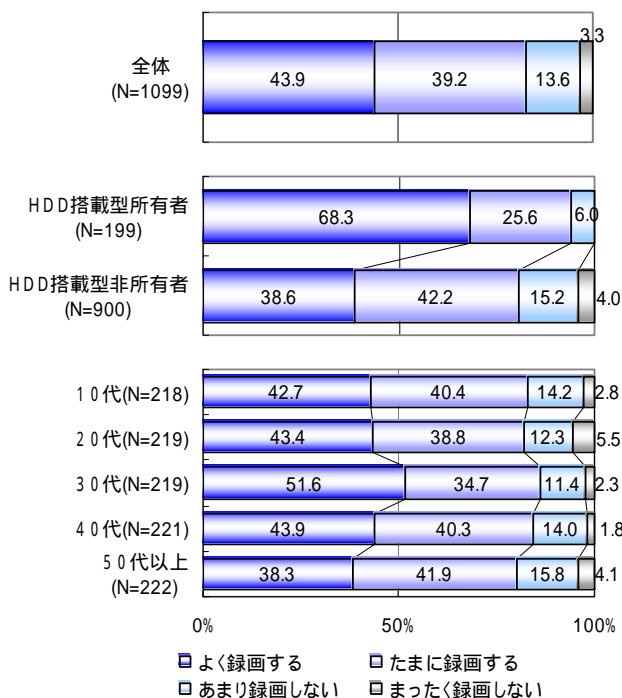
### 3. テレビ番組の録画状況

HDD搭載型DVDレコーダー所有者の普段の録画頻度は、非所有者に比べて圧倒的に高く、地上波以外の衛星放送の契約率も非所有者をかなり上回っている。

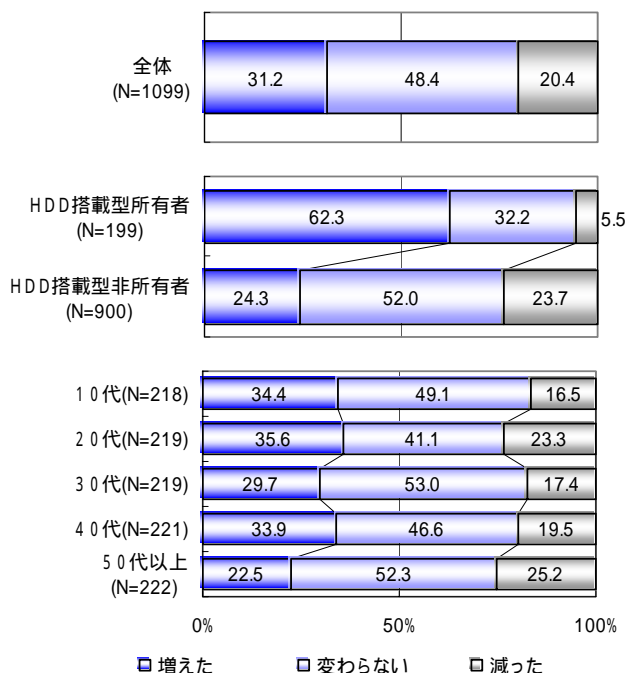
また、「とりあえず予約しておく」人は26.1%と、非所有者の2倍以上に上る一方で、「コレクション(保存版)として録画する」人の割合も4割を超えており、まさに録画するための機器として、利便性が活かされている。

それを裏付けるように、最近録画する機会が「増えた」と回答した人は6割を超え、非所有者の3倍近くに達している。HDD搭載型DVDレコーダーに買い替えたことで、テレビ番組を録画する機会が増えている。

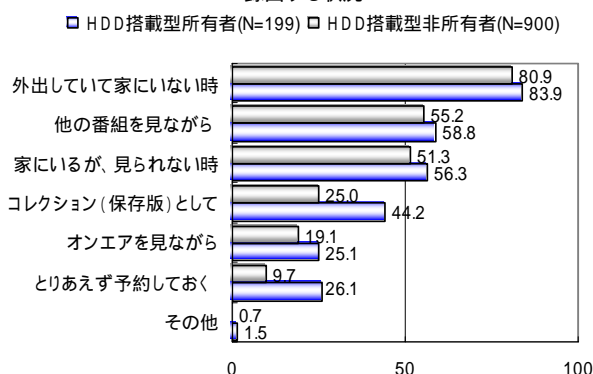
録画頻度



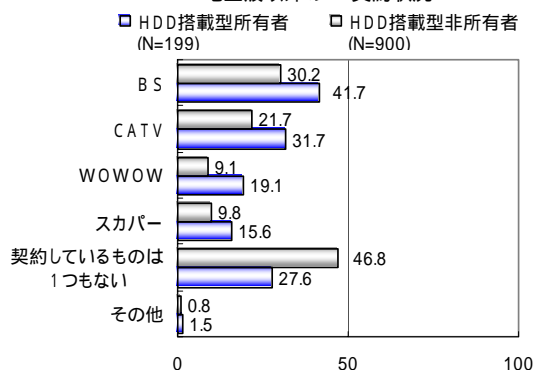
録画機会の増加



録画する状況



地上波以外のTV契約状況



## 4. 録画した番組の視聴状況

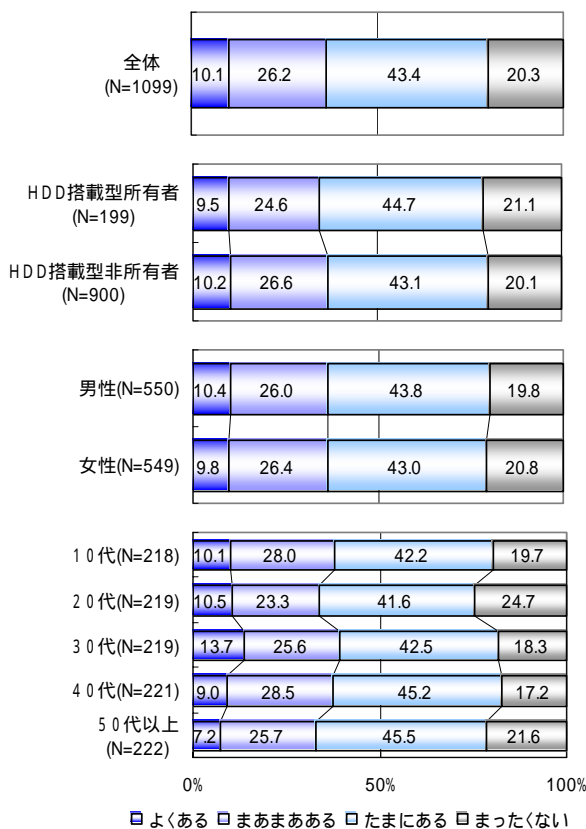
HDD搭載型DVDレコーダーの所有者、非所有者を問わず、およそ8割の人は、テレビ番組を録画しても見ないままになってしまうことがある。

しかし、HDD搭載型所有者のうち、見ないままになってしまうことが「減った」とする人が約2割と、非所有者の約3倍に達している。

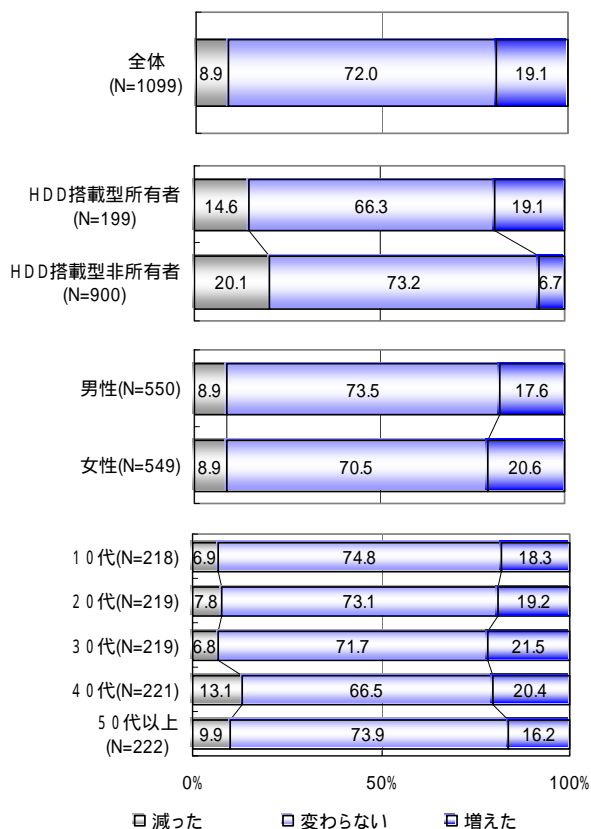
録画したものを見ないままにいる理由として、7割以上が「見る時間がない」としている。

一方、「何をどこに録画したかわからなくなる」ことは比較的女性に多く見られるが、その点、HDD搭載型では解消される。

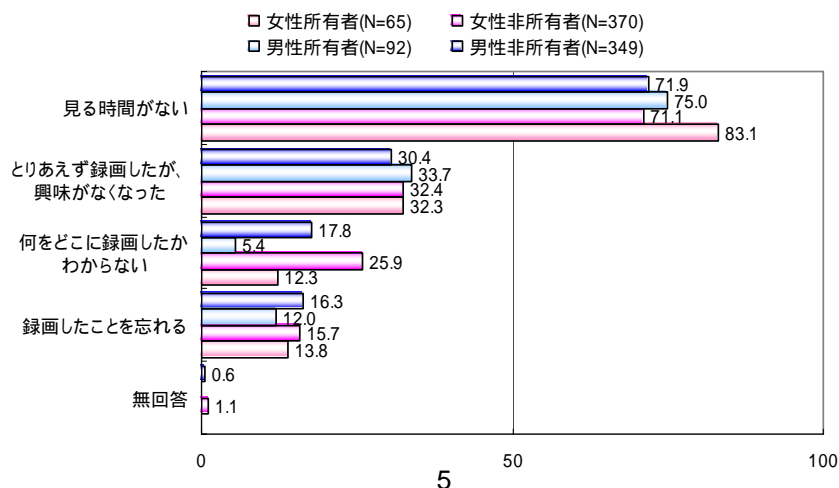
録画しても見ないままになること



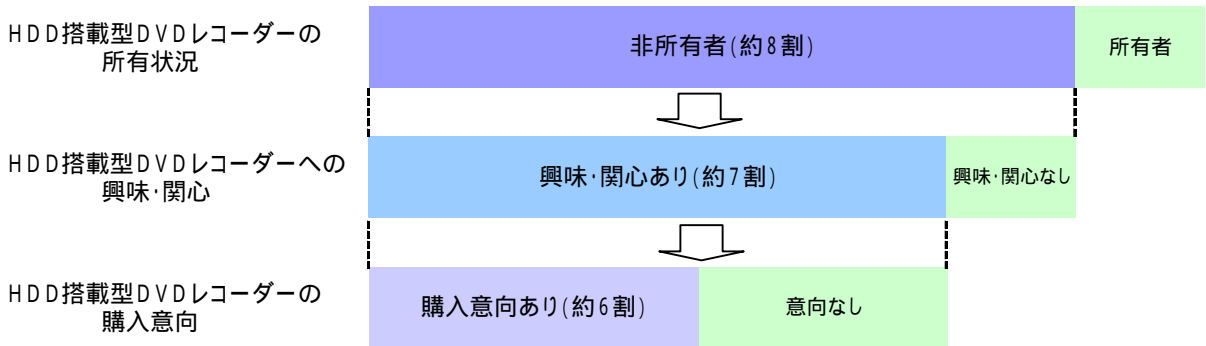
録画しても見ないままになることが増えたか



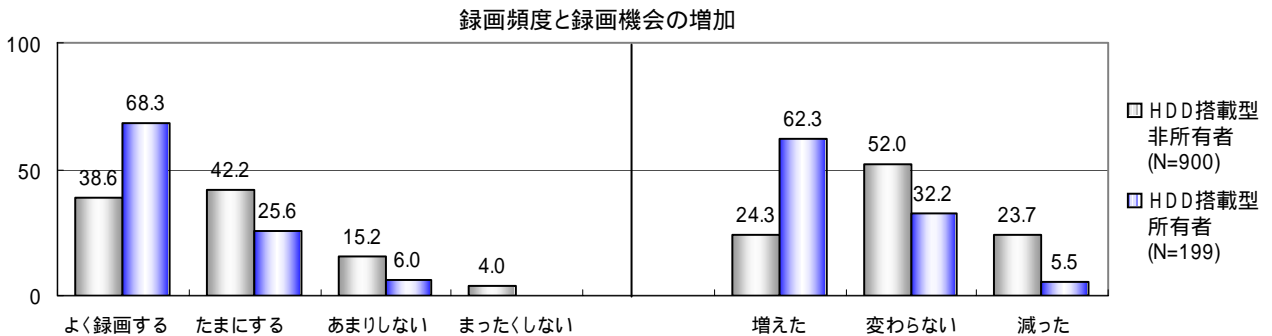
見ないままになる理由



**事実** 非所有者のHDD搭載型DVDレコーダーに対する興味・関心は高く、次回買い替え時などにスイッチを希望している。



**事実** HDD搭載型DVDレコーダーに買い替えることによって、テレビ番組を録画する頻度は高くなる。



事実から推測される仮説

非所有者の関心の高さ、および、購入意向を踏まえると、HDD搭載型DVDレコーダーが普及していくのは時間の問題である。

HDD搭載型DVDレコーダーになると、操作の利便性などから、従来よりも録画の機会が増える。録画が簡単に行え、録画したものの保存や整理もしやすくなると、わざわざリアルタイムで見なくても好きな時にテレビ番組を見られるようになる。

それに伴い、徐々にリアルタイムでの視聴が低下していくことが予想される。したがって、リアルタイムでの視聴率のみを測定することは、実際の番組視聴状況を正確に示さない可能性があり、今後は録画後視聴率(録画した番組名とその番組を視聴したかどうか)にあたる、新たな指標の必要性が検討されよう。

また、今後は、せっかく録画したものをより多く見てもらえるよう、「録画したことを思い出させる」告知などの工夫が必要となるかもしれない。

## トピックスリサーチ

### テレビの録画に関するマーケティングデータ

---

発行日	2004年9月30日
-----	------------

---

発行・調査分析	朝日大学 マーケティング研究所 〒460-0002 愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20 朝日丸の内ビル2F TEL : 052-961-4576
---------	--

---

お問い合わせ	<a href="mailto:enquete@titan.ocn.ne.jp">enquete@titan.ocn.ne.jp</a>
--------	--