

テレビ視聴環境と視聴態度
に関するマーケティングデータ
～テレビ番組録画編～

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 2009年9月25日（金）～9月28日（火）
- 調査対象 首都圏在住の13歳～49歳男女
- 有効回答 627名

| | 人数 |
|------------|-----|
| T男(13～19歳) | 103 |
| M1(20～34歳) | 105 |
| M2(35～49歳) | 104 |
| T女(13～19歳) | 102 |
| F1(20～34歳) | 105 |
| F2(35～49歳) | 108 |
| 計 | 627 |

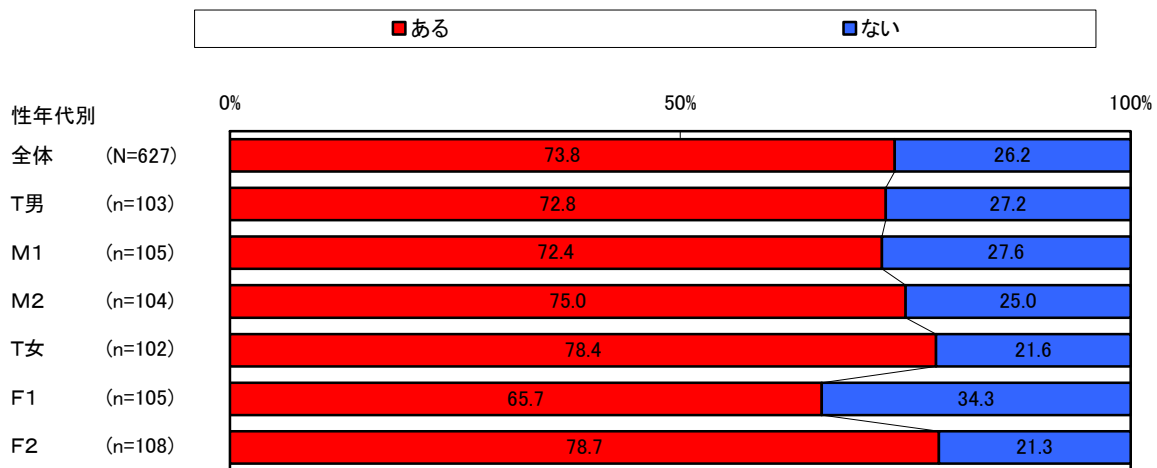
1. テレビ番組録画率と主な録画機器

普段、テレビを録画する人は約4分の3。録画機器は「HDD内蔵DVDレコーダー」が多いが、「ビデオテープレコーダー」も根強い

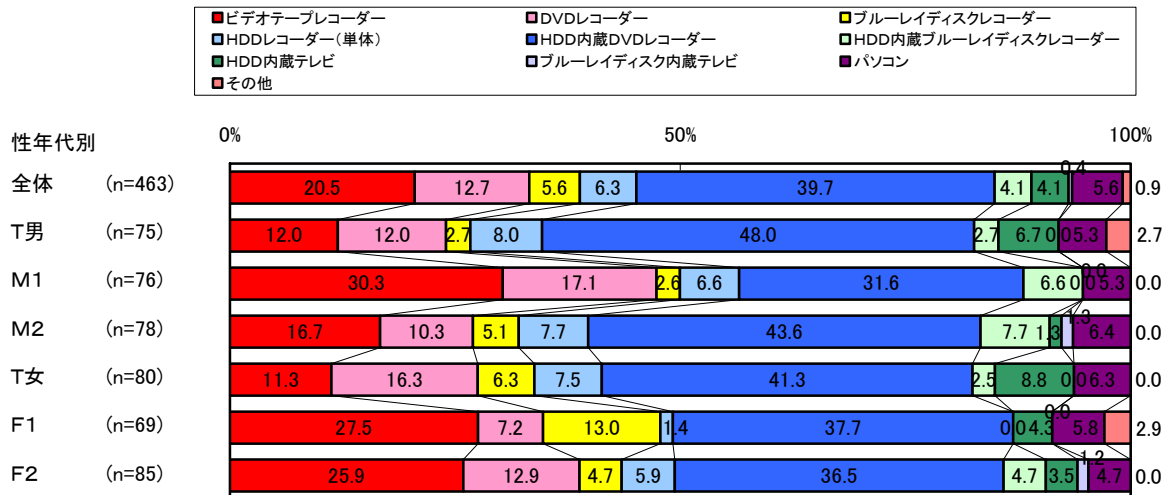
■普段、テレビ番組を録画することが「ある」という人は73.8%と、全体の約4分の3を占める。性年代別にみると、F1の録画率はやや低く、65.7%。録画率がもっとも高いのはF2で、78.7%に上る。

■テレビ番組を録画することがある人に、録画する主な機器を尋ねたところ、「HDD内蔵DVDレコーダー」がもっとも多く、全体のおよそ4割に上る。次いで「ビデオテープレコーダー(20.5%)」、「DVDレコーダー(12.7%)」と続く。性年代別にみると、特にM1では「ビデオテープレコーダー」使用者の割合が30.3%と高く、「HDD内蔵DVDレコーダー(31.6%)」と拮抗している。

普段、テレビ番組を録画することはあるか



テレビ番組を録画する主な機器



2. 1週間の録画番組本数・録画総時間について

1週間の番組録画本数は1～2本、総時間は2時間以内。HDD内蔵DVDレコーダー利用者の録画量の多さが際立つ

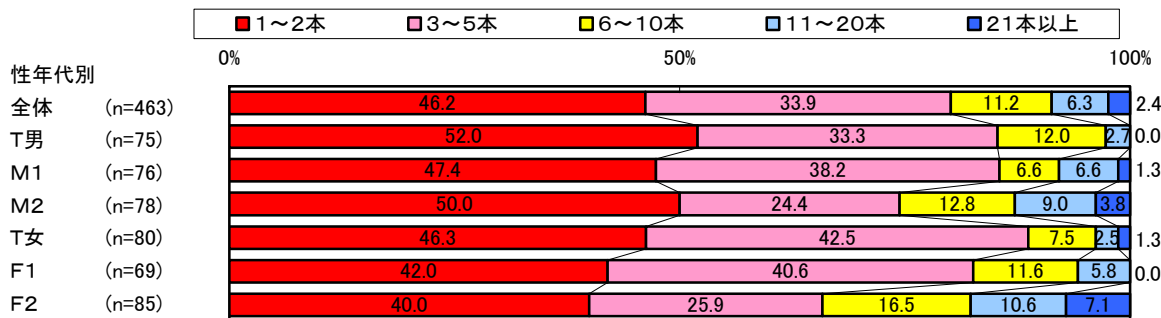
■ 1週間の録画番組本数は「1～2本」という人が全体の46.2%と半数近くを占める。「3～5本」は33.9%、6本以上（「6～10本」+「11～20本」+「21本以上」）は19.9%。性年代別に見ると、F2では6本以上録画する人の割合が34.2%と高く、全体の2倍近くに上る。

■ 主なテレビ番組録画機器別に見ると、1週間の録画本数をもっとも少ないのはビデオレコーダーで、「1～2本」の人がおよそ3分の2を占める。一番利用者の多いHDD内蔵DVDレコーダーでは、60%近くの人が1週間に3本以上録画している。

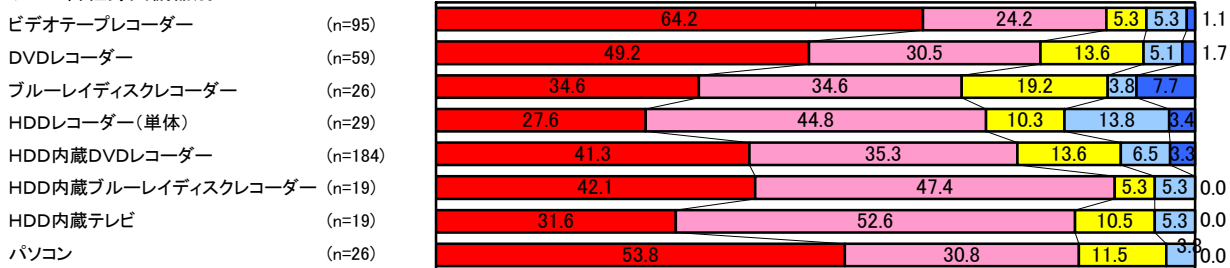
■ 1週間の録画総時間は、「2時間以内」が38.2%ともっとも多く、次いで「2～5時間以内」が37.1%と続く。5時間以上（「5～10時間以内」+「10～20時間以内」+「20時間～」）録画する人は全体の24.7%。性年代別に見ると、録画番組本数と同様、F2で特に録画時間が長く、5時間以上録画している人が35.2%を占める。

■ 主なテレビ番組録画機器別に見ると、1週間の録画時間をもっとも短いのはビデオテープレコーダーで、「2時間以内」の人が58.9%を占める。一番利用者の多いHDD内蔵DVDレコーダーでは、7割近くの人が1週間に2時間以上録画している。

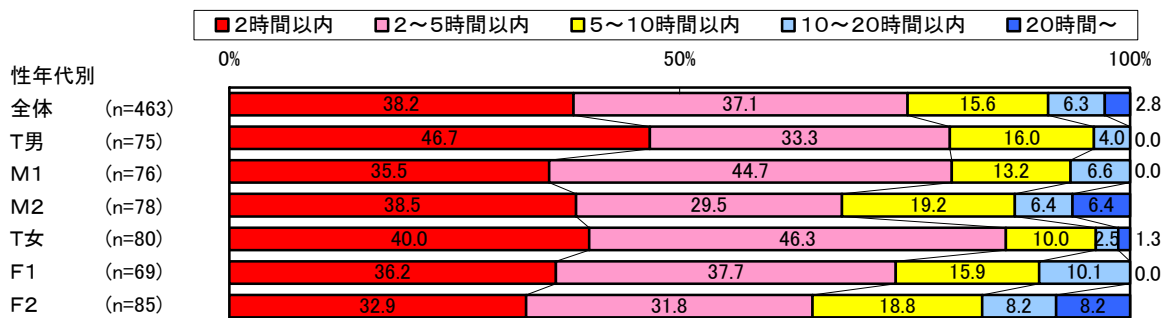
1週間の録画番組本数



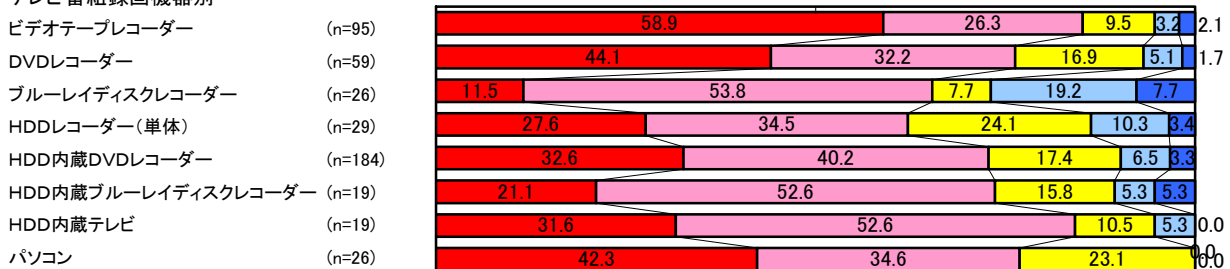
テレビ番組録画機器別



1週間の録画総時間



テレビ番組録画機器別



3. 録画番組再生率について

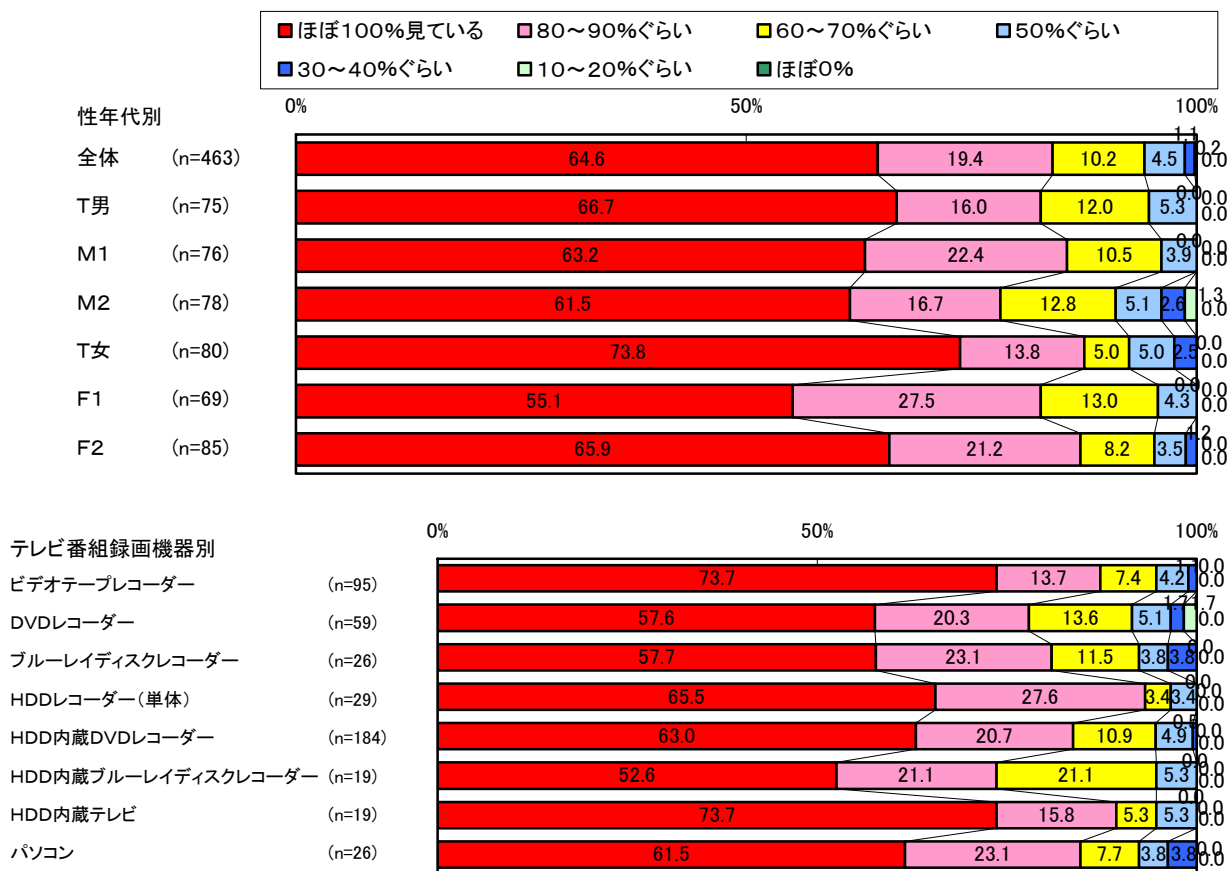
録画した番組をよく見ているのはT女。ビデオレコーダーの再生率が高い

■録画した番組を再生して「ほぼ100%」見ている人は全体の64.6%に上る。性年代別にみると、録画番組再生率もっとも高いのはT女で、7割を超える。逆にF1では再生率が低く、録画したものを見ない場合がある人が半数近くに上る。

■主なテレビ番組録画機器別にみると、ビデオテープレコーダーやHDD内蔵テレビを利用している人の再生率が高いが、DVDレコーダー、ブルーレイディスクレコーダー、HDD内蔵ブルーレイディスクレコーダーの再生率はやや低い。

■録画した番組を再生して見る確率が90%以下の人に、「録画した番組を見ない理由」について自由に記述してもらったところ、「見る時間がない」「忙しい」という意見がもっとも多かった。また、再生する前に「興味がなくなった」、「他の人につまらなかったと言われた」など、録画後関心が薄れてしまったことを理由にあげる人も多かった。「録画したことを忘れてしまう」という意見も多くみられた。

録画した番組を再生して見る割合



■録画した番組を見ない主な理由(再生割合別)

| 80~90%ぐらい | 60~70%ぐらい | 50%以下 |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・見る時間がない、忙しい ・録画したことを忘れてしまう ・興味がなくなった、面白くなさそう ・人からつまらなかったと聞いた ・見るのが面倒くさくなった、どうでもよかった | <ul style="list-style-type: none"> ・見る時間がない、忙しい ・録画したことを忘れてしまう ・いつでも見られる、録画した安心感から後回しになる | <ul style="list-style-type: none"> ・見る時間がない、忙しい ・興味がなくなった、面白くなさそう |

4. 放送終了後の番組視聴サービスについて

放送終了後の番組視聴サービス認知率は5割超と比較的高いが、利用未経験者の利用意向は14%と低い

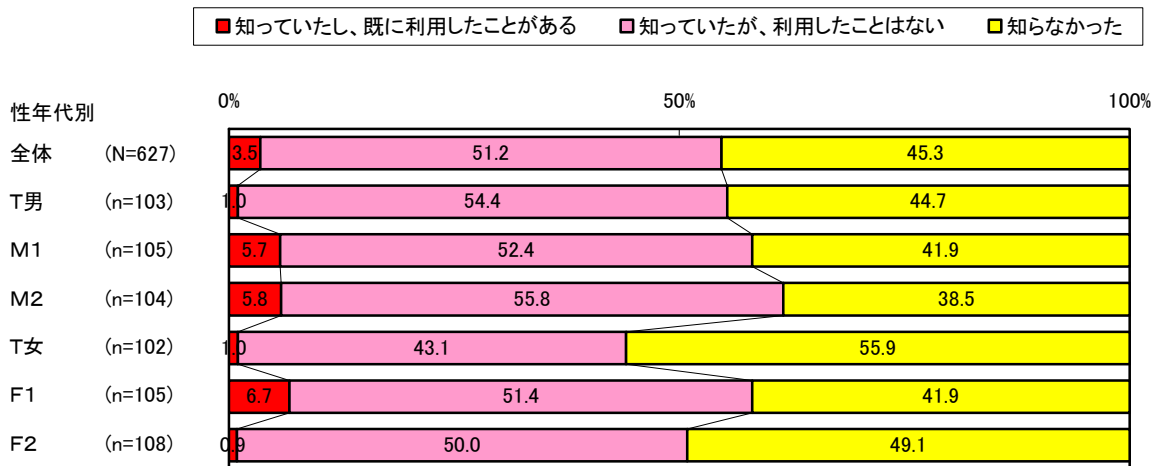
■番組の放送終了後、モバイルやインターネットですぐに再視聴(有料)できる、あるいは、見逃してしまった番組を視聴(有料)できるサービス(以下「放送終了後の番組視聴サービス」)を知っているか尋ねたところ、「知っていたし、既に利用したことがある」という人はわずか3.5%で、「知っていたが、利用したことはない」という人がもっとも多く、51.2%に上った。

■性年代別にみると、F1では利用経験のある人の割合が6.7%ともっとも高く、次いでM2(5.8%)、M1(5.7%)が続く。認知度(「知っていたし、利用したことがある」+「知っていたが、利用したことはない」)がもっとも高いのはM2で、6割を超える。逆に認知度がもっとも低いのはT女で、44.1%と半数に満たない。

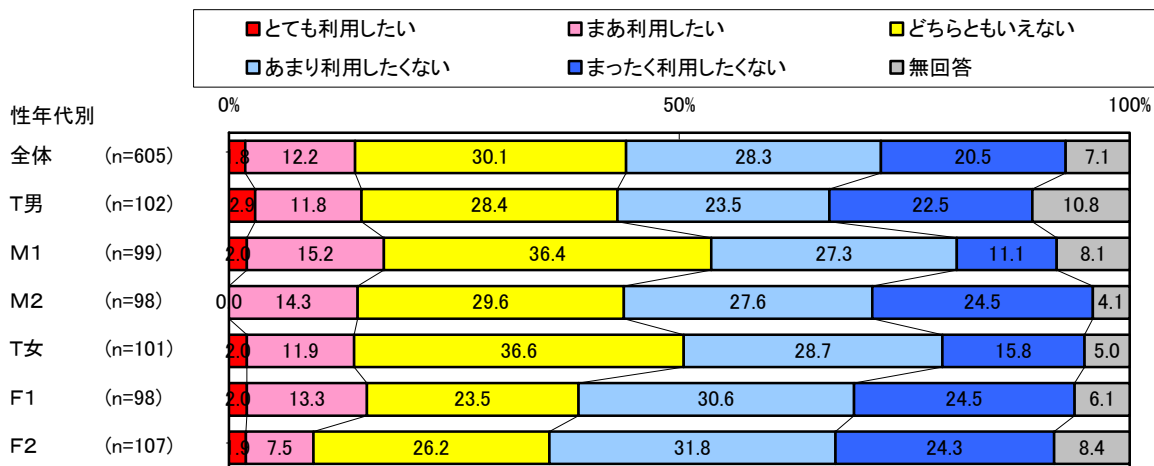
■放送終了後の番組視聴サービスの利用経験がない人に、今後の利用意向を尋ねたところ、「利用したい」(「とても利用したい」+「まあ利用したい」)という人は全体の14%にすぎず、「利用したくない」(「あまり利用したくない」+「まったく利用したくない」)人の3分の1以下であった。

■性年代別にみると、利用意向がもっとも高いのはM1で、「利用したい」という人は17.2%。もっとも利用意向が低いのはF2で、「利用したい」人が1割に満たないのに対し、「利用したくない」人は6割近くに上る。

放送終了後の番組視聴サービスの認知

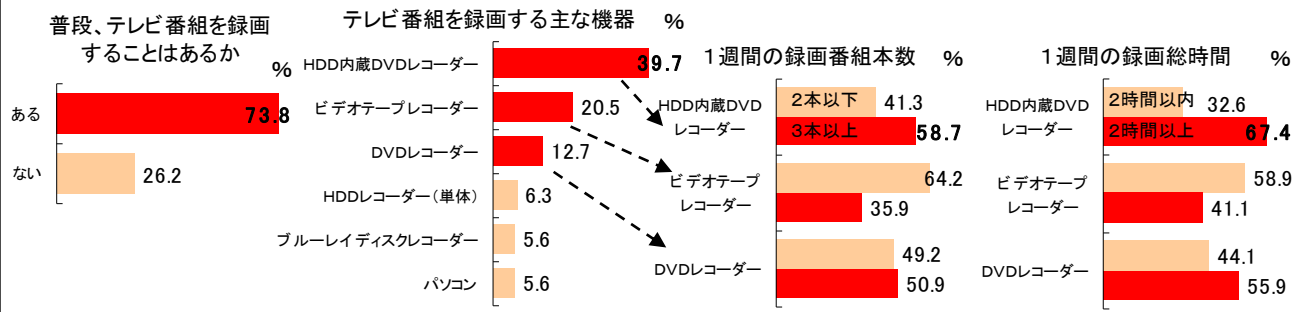


放送終了後の番組視聴サービス利用意向

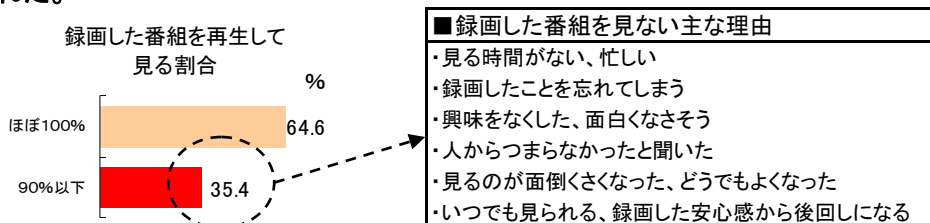


データの総括

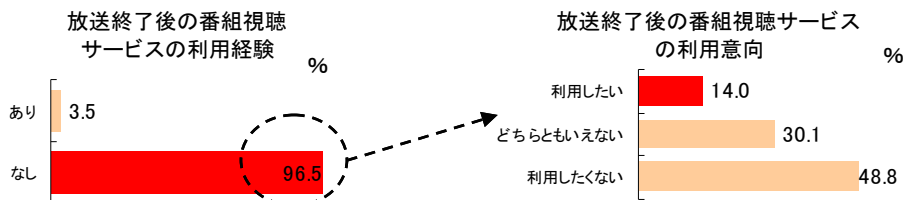
① 普段、テレビ番組を録画している人は全体の7割強。その中で、主にHDD内蔵DVDレコーダーを使って録画している人がもっとも多く、約4割を占める。HDD内蔵DVDレコーダー利用者はビデオテープレコーダーやDVDレコーダー利用者比べて、録画番組本数が多く、録画時間も長い。



② 録画したテレビ番組を再生しないことがある人は、全体の約35%。見ない理由を尋ねたところ、「見る時間がない」という意見が多かったほか、「録画したことを忘れてしまう」「興味をなくした」などの意見も多岐にわたった。



③ テレビ番組放送終了後の番組視聴サービスについては、利用経験のない人が全体の9割を超える。利用未経験者のうち、今後利用したいという人は14%に留まる。



事実から推測される仮説

■ HDD内蔵型DVDレコーダーの普及によって、テレビ番組の録画にも変化が起きている。これまでのビデオテープレコーダーと比べると録画容量が増え、また録画及び消去の操作がごく簡単になった。こうした変化は録画番組本数や録画総時間に顕著に影響が表れている。また、大量に録画できるため、とりあえず録画しておくが、見ないで消去している番組も増えている。これは録画した番組を再生している割合の低下に反映している。このように、テレビ番組の録画率は高まっているが、実際に見られていない番組も多くなっているという点は興味深い。

■ インターネットや携帯電話への接触が増え、テレビの前に座ってじっくりと視聴するというスタイルは減っている。何かしら別のことをしながら視聴する「ながら視聴」が増えたことで、逆に、じっくり見たい番組はリアルタイムで視聴せず、録画再生して視聴するスタイルも出てきている。このように、視聴環境の変化もテレビ番組の録画に影響を及ぼしている。

■ 放送を見逃した時、あるいは、再度見たいテレビ番組がある場合、再視聴できるサービスが登場しているが、その利用率はまだ低い。また、利用経験がない人の利用意向もそれほど高くない。そもそも無料で視聴できるテレビ番組について、再視聴といえども有料で視聴するという意識はなかなか芽生えない。ヒット番組のDVDを購入するのは違って、実物が存在しないものにお金を払わない日本人のこれまでの気質を越えるには時間がかかりそうだ。

トピックスリサーチ
テレビ番組視聴環境と視聴態度
に関するマーケティングデータ
～テレビ番組録画編～

発行日 2009年11月26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 apost@dance.ocn.ne.jp