

テレビ視聴行動に関する
マーケティングデータ
～テレビのインターネット接続編～

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 2012年3月2日（金）～3月9日（金）
- 調査対象 首都圏在住の13歳～69歳男女で、以下の条件にあてはまる人
・ 自宅に地上波デジタル対応のテレビがある
※ただし、テレビをまったく見ない人は除く
- 有効回答 合計480名（均等割付）

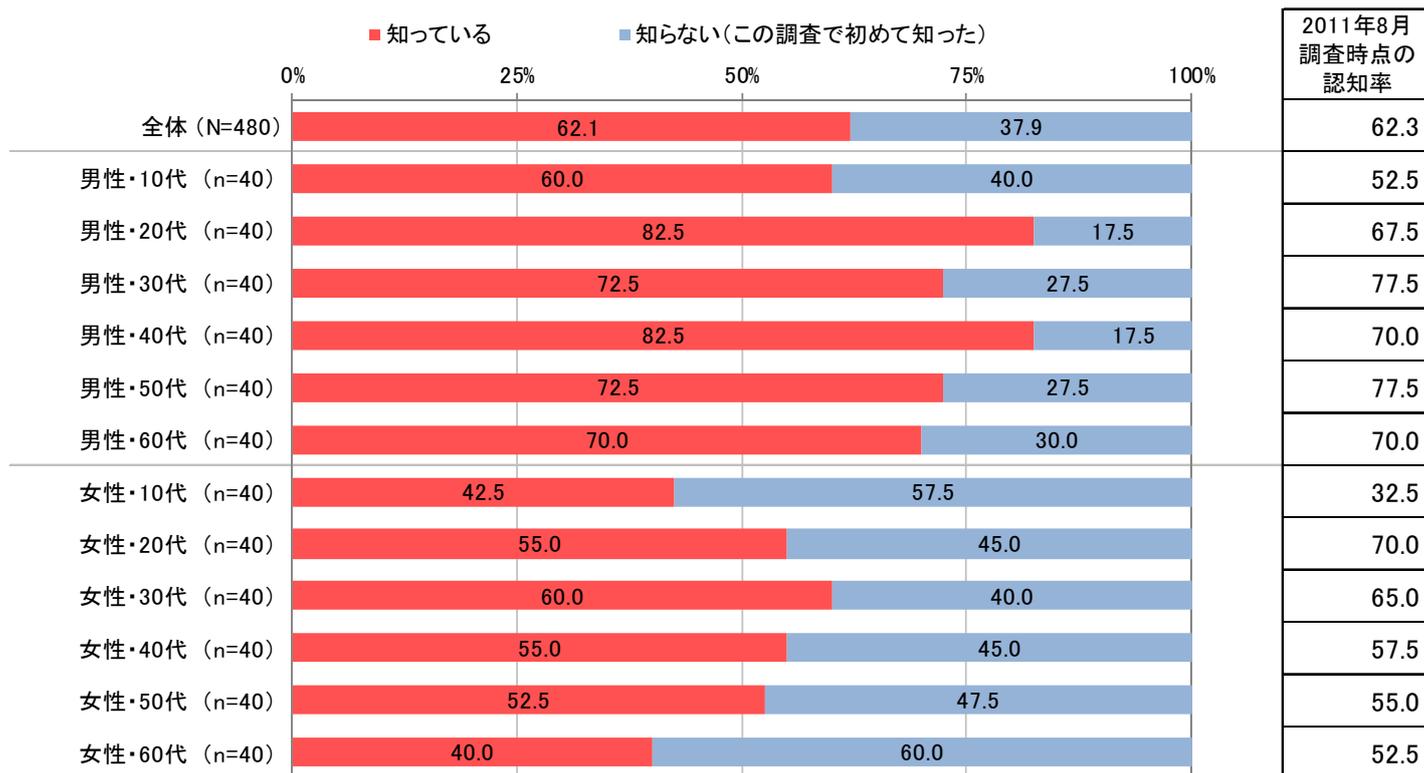
年代	男性	女性
13～19歳	40名	40名
20～29歳	40名	40名
30～39歳	40名	40名
40～49歳	40名	40名
50～59歳	40名	40名
60～69歳	40名	40名
合計	240名	240名

1. インターネットに接続できるテレビの認知・接続状況

インターネットに接続できるテレビの認知率は 62.1%。2011年8月調査から変わっていない。

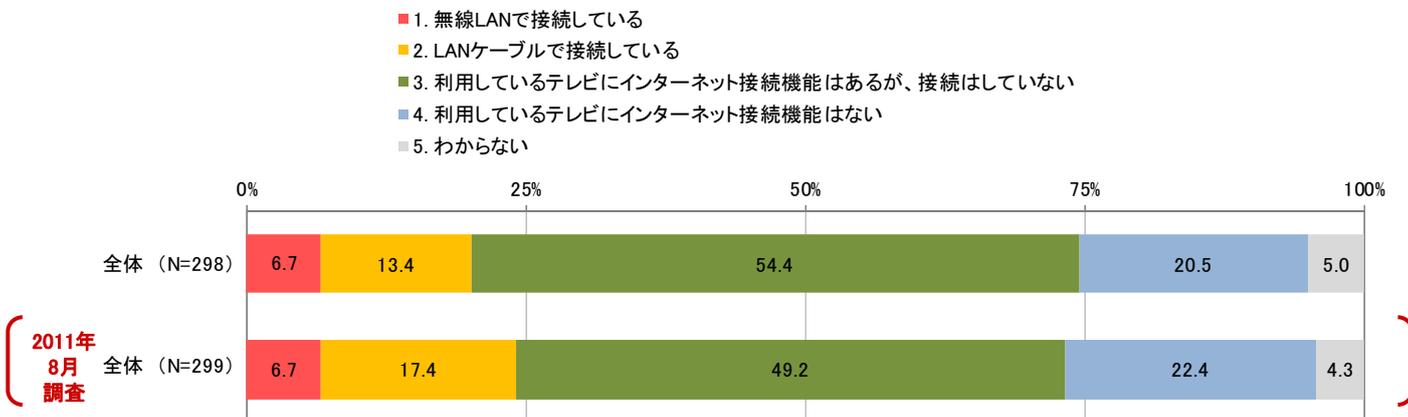
- インターネットに接続できるテレビの認知率は 62.1%で、2011年8月調査から変わっていない。
- 性・年代別も、ばらつきはあるものの、「男性のほうが高い」「10代と60代は低い」といった傾向は変わっていない。
- インターネットに接続できるテレビを「知っている」とした人のうち、実際にインターネットに接続しているのは、「無線LAN」が6.7%、「LANケーブル」が13.4%。合わせて20.1%がテレビをインターネットに接続している。これは非認知者も含めた全体の12.5%にあたる。
- 2011年8月調査と比較して、接続率は下がっており、普及が進んでいない状況といえる。

インターネットに接続できるテレビがあることを知っているか



テレビのインターネット接続対応状況(認知者のみ)

※インターネットに接続できるテレビを知っている人のみ



2. 非接続者の接続しない理由、接続者の接続して行っていること

わざわざテレビをインターネットに接続するだけのメリットを感じていない。

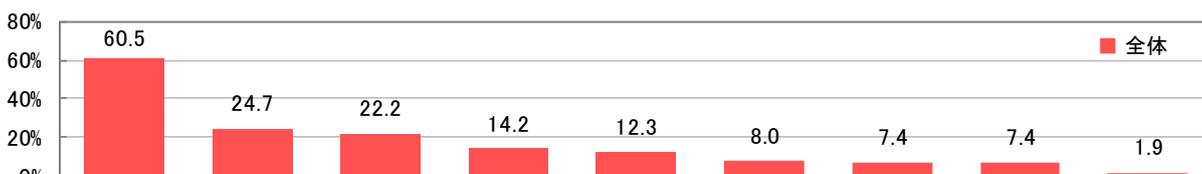
■「利用しているテレビにインターネット接続機能はあるが、接続はしていない」理由として、「パソコン等で充分である(60.5%)」「接続するのが面倒くさい(24.7%)」「サービスに魅力を感じない(22.2%)」といったものが上位にあがっている。(インターネットモニターである点に留意。パソコンを利用しない人の意見は反映されていない。)

■「接続するのが面倒くさい」という人は、女性や、男性の10～20代で多い。男性、特に30～40代では「近くに回線やルータ等がない」という人が多い。

■一方、「テレビをインターネットに接続して行なっていること」では、テレビVODを除いて、最も多いのが「無料動画サイトの利用(36.7%)」である。また、41.7%は「特に利用はしていない」と回答。

利用しているテレビにインターネット接続機能はあるのにインターネットに接続していない理由

※「利用しているテレビにインターネット接続機能はあるが、接続はしていない」回答者のみ



	調査数	インターネットはパソコン等で充分である	テレビをインターネットに接続するのが面倒くさい	テレビをインターネットに接続して受けられるサービスに魅力を感じない	テレビの近くにインターネット用の回線やルータ等がない	テレビをインターネットに接続してもできることが限られている	テレビのリモコン等では操作がしにくい	テレビをインターネットに接続する方法がわからない	テレビをインターネットに接続するのに不安を感じる	その他
全体	162	60.5	24.7	22.2	14.2	12.3	8.0	7.4	7.4	1.9
男性	99	61.6	19.2	22.2	17.2	13.1	7.1	5.1	6.1	2.0
女性	63	58.7	33.3	22.2	9.5	11.1	9.5	11.1	9.5	1.6
男性・10～20代	30	63.3	30.0	16.7	6.7	6.7	6.7	3.3	3.3	3.3
男性・30～40代	37	64.9	16.2	24.3	29.7	16.2	10.8	5.4	13.5	2.7
男性・50～60代	32	56.3	12.5	25.0	12.5	15.6	3.1	6.3	0.0	0.0
女性・10～20代	20	50.0	45.0	25.0	10.0	15.0	25.0	20.0	15.0	5.0
女性・30～40代	24	58.3	29.2	20.8	16.7	8.3	4.2	8.3	4.2	0.0
女性・50～60代	19	68.4	26.3	21.1	0.0	10.5	0.0	5.3	10.5	0.0

テレビVOD以外でテレビをインターネットに接続して行なっていること

※テレビを「無線LAN」または「LANケーブル」でインターネットに接続している回答者のみ



	調査数	Youtube、ニコニコ動画などの無料動画サイトの利用	テレビ電話(ビデオ通話)	録画した番組や音楽などの家庭内ネットワークでの共有(ソニー、ルームリンク、DLNAなど)	ネットショッピング	ネットサーフィン・メール確認など	アプリの利用(アプリキャスト、レグザ Appsなど)	スマートフォンやタブレット端末との連携	twitter等のチャットサービスの利用	その他	接続はしているが、特に利用していない
全体	60	36.7	15.0	13.3	13.3	11.7	10.0	10.0	6.7	1.7	41.7

※下記の説明文を提示後に設問

テレビVODとは・・・テレビを(パソコンやゲーム機などを介さず)直接インターネットに接続して利用する動画配信サービスです。好きな時に好きな番組や映画などを視聴することができます。「アクビラ」「TSUTAYA TV」「NHKオンデマンド」「Hulu」「DMM.TV」などのサービスが稼働しています。

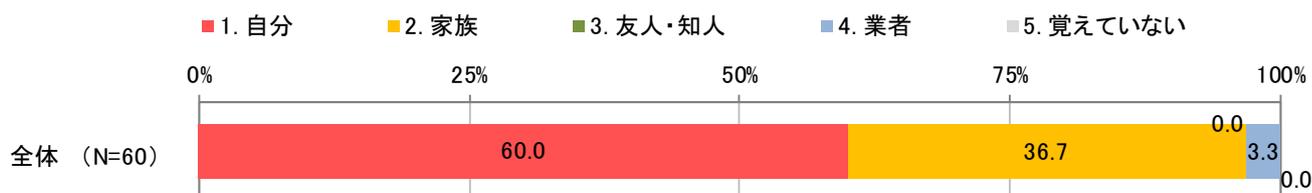
3. 接続設定・環境

インターネットの接続は自分または、家族が行う。LANケーブルは接続先まで2～3m以内が条件。

- テレビを「無線LAN」または「LANケーブル」でインターネットに接続している人の96.7%は、「自分、または家族」が接続する設定を行っている。「業者」は3.3%にすぎない。
- 「LANケーブル」でインターネットに接続している場合、テレビとLANケーブルの接続先までの距離は「2～3メートル以内」が70.0%を占める。接続先がテレビと同じ部屋にある場合は、「2～3メートル以内」が83.3%である。

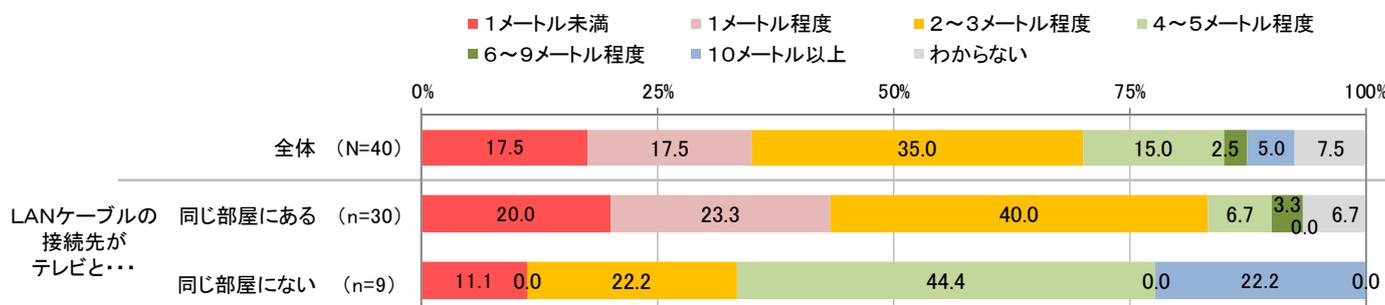
テレビをインターネットに接続する設定を行った人

※テレビを「無線LAN」または「LANケーブル」でインターネットに接続している回答者のみ



テレビとLANケーブルの接続先までの距離(接続先が同じ部屋にあるかどうか別)

※テレビをLANケーブルでインターネットに接続している回答者のみ



※接続先が同じ部屋かどうか「わからない」が1名

4. スマートテレビ

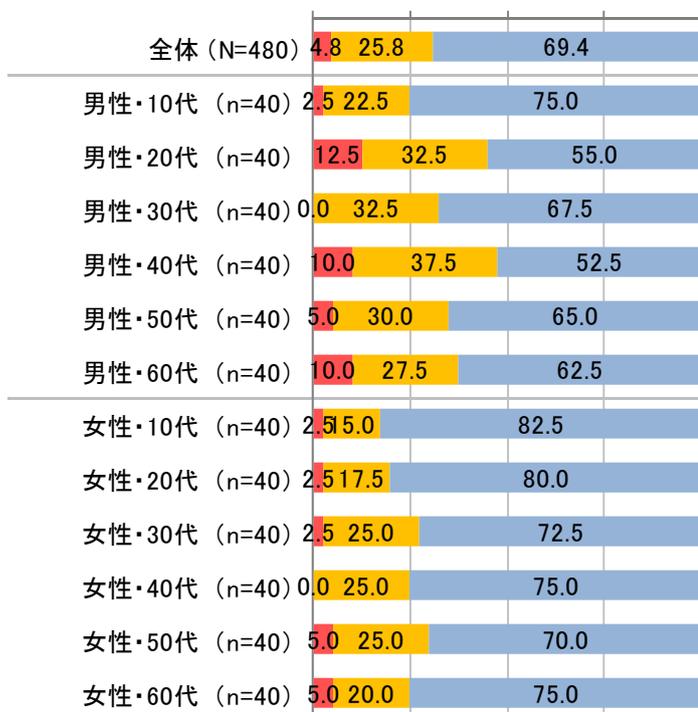
「スマートテレビ」の認知率は30.6%。現在のところ、興味度は低い。

- 「スマートテレビ」を「確かに知っている」人は全体の4.8%。「なんとなく聞いたことがある」を含めて、認知率は30.6%。男性のほうが認知している。
- 「スマートテレビ」の興味度は総じて低いが、男女とも10～30代までは興味度は高めである。
- 興味度の理由として、興味がある人は「便利そう」「面白そう」といった新機能への期待の意見が多く、興味がない人は「今のテレビで充分」といったテレビの機能拡張に対するネガティブな意見が多い。

「スマートテレビ」の認知

- 1. 確かに知っている
- 2. なんとなく聞いたことがある
- 3. 知らない

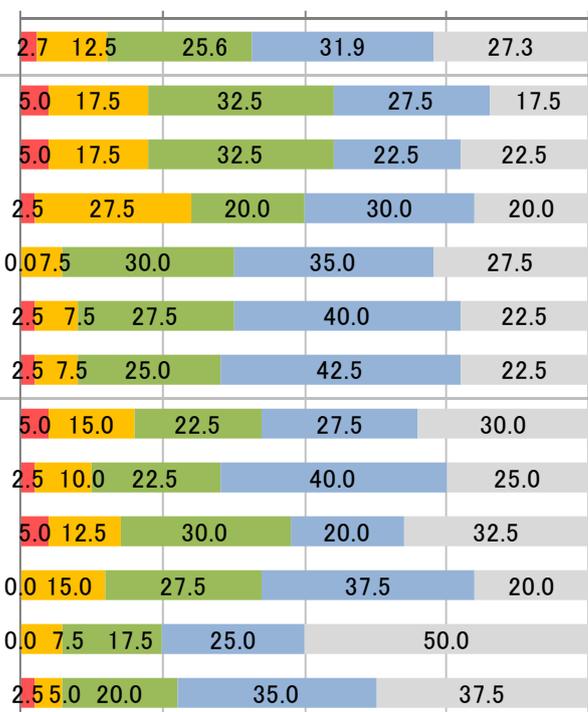
0% 25% 50% 75% 100%



「スマートテレビ」への興味度

- 1. とても興味がある
- 2. まあ興味がある
- 3. どちらともいえない
- 4. あまり興味がない
- 5. まったく興味がない

0% 25% 50% 75% 100%



※下記の文章を呈示

「スマートテレビ」への興味度の理由(自由回答・抜粋)

「とても興味がある」

「まあ興味がある」とした回答者

- テレビをタッチパネルで操作できるなら興味。(女性・23歳)
- テレビをただ番組の閲覧のためだけでなくいろいろな事に使えるとなれば、おもしろそうなので。(男性・27歳)
- テレビを観ながらリアルタイムに調べ物ができる(男性・43歳)
- 録画・再生が簡単になるのなら、利用するかも(女性・48歳)

「あまり興味がない」

「まったく興味がない」とした回答者

- 今のテレビの機能で十分だから(男性・25歳)
- テレビはテレビ、パソコンはパソコンでいい(女性・25歳)
- テレビは観たいものをシンプルに観ればいいだけだと感じるから。(女性・39歳)
- コストが掛かりそうな割に、あまり視聴者側のメリットを感じなかったから(男性・43歳)
- そこまでしてテレビを見る時間がない。(男性・55歳)

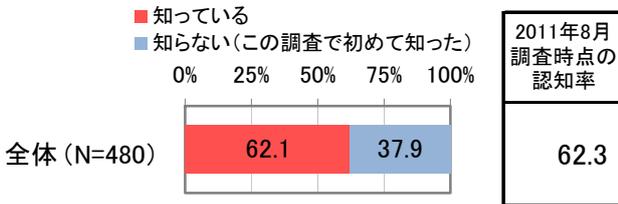
「スマートテレビ」とは

よりパソコンに近付いたテレビの総称。テレビ向け動画配信サービス以外にも、

- テレビ画面のタッチパネル化による操作
 - 音声認識による操作
 - テレビで録画した番組を、家庭内のパソコンやスマートフォンで再生
 - スマートフォンやタブレット端末の映像をテレビに映す
 - スマートフォンやタブレット端末をリモコンがわりに利用
 - 録画したお気に入りのシーンをインターネットで共有
 - テレビ番組を観ながら twitter などのチャット
 - テレビ電話(ビデオ通話)
- といったさまざまなことをテレビで行うことができます。

結果① インターネット対応テレビの認知率・接続率は伸びていない。

インターネットに接続できるテレビがあることを知っているか



2011年8月調査と、認知率はほぼ変わらない。インターネットに接続できるテレビを「知っている」とした人のうち、実際にインターネットに接続しているのは、「無線LAN」、「LANケーブル」あわせて20.1%。これは非認知者も含めた全体の12.5%にあたる。接続率は若干下がっており、足踏み状態。

結果② わざわざテレビをインターネットに接続するだけのメリットを感じていない。

利用しているテレビにインターネット接続機能はあるのにインターネットに接続していない理由(抜粋)



※「利用しているテレビにインターネット接続機能はあるが、接続はしていない」回答者のみ

インターネットはパソコン等で充分である
 テレビをインターネットに接続するのが面倒くさい
 テレビをインターネットに接続して受けられるサービスに魅力を感じない

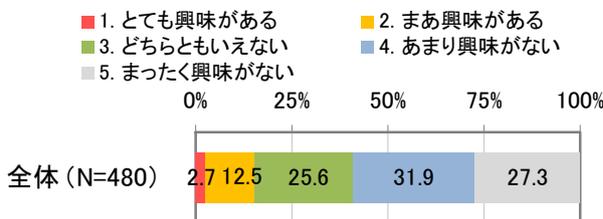
インターネット接続機能はあるのに接続しない理由は、「パソコン等で充分である」「接続するのが面倒くさい」「サービスに魅力を感じない」が上位。

また、接続している人であっても、インターネット機能を十分に使いこなしていない。

LANケーブルを使ったインターネット接続は住宅環境の影響も受けるため、これも接続のハードルになっている。

結果③ 「スマートテレビ」に対する興味は高くない

「スマートテレビ」への興味度



「スマートテレビ」の認知率は3割程度で、興味度は30代以下の層で高めだが、全体としては高くない。現状では、あまり期待できない商品といえる。

消費者の多くは「録画を含め、見たいテレビ番組を見る」以上の機能をテレビに求めていない。

結果から推測される仮説

■現状のインターネット対応テレビの普及には、いくつかの障壁がある。1つは、接続の問題で、ITリテラシーの比較的低い女性や10～20代は、接続方法を理解するまでのハードルがあり、そのハードルを超えたとしても、インターネット回線がテレビの近くにないなど、住宅事情のハードルがある。2つ目には、インターネット対応テレビならではのサービスが確立できていないことである。無料のテレビ番組があふれる中で、さらにインターネット対応テレビがどの程度必要となるのか、現状では疑問符が残る。

■テレビに求められている機能は「テレビ番組が見られて、録画ができること」が主である。「スマートテレビ」を含め、インターネット関連の機能は「テレビ番組が、より見やすく、より録画しやすく、より再生しやすい」という方向が消費者ニーズにマッチするものかもしれない。例えば、マルチメディアサーバーのようにネットワーク機能として、テレビの映像を無線でスマートフォンに送ったり、あるいは逆に、スマートフォンで撮影した映像を無線でテレビ画面に送ったりといったことが、より簡単に意識せず行えるようになっていく方向である。

トピックスリサーチ

テレビ視聴行動に関する
マーケティングデータ
～テレビのインターネット接続編～

発行日 2012年 5月 23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