

世代間意識の違いに
関するマーケティングデータ
～メディア行動 編～

朝日大学マーケティング研究所

- 調査手法 : WEBリサーチ
- 調査期間 : 2019年 2月12日 (火) ~ 2月14日 (木)
- 調査対象 : 首都圏在住の女性 20歳~69歳
- 有効回答 : 516名

【内訳】

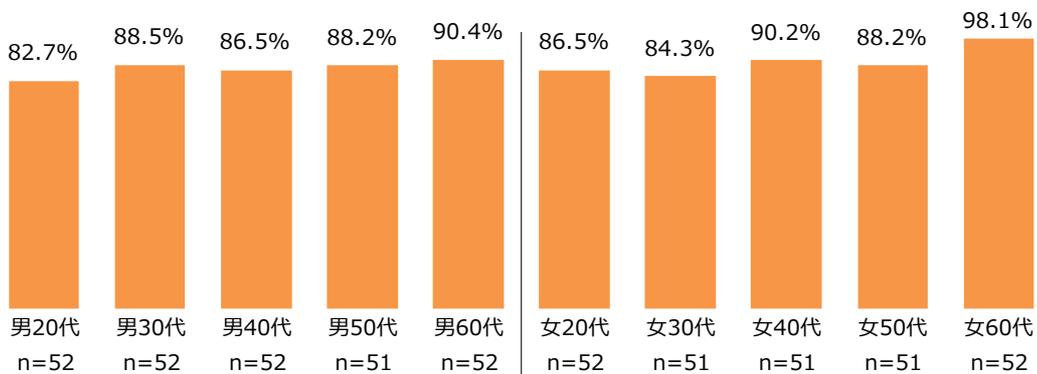
男性	20代 52名	女性	20代 52名
	30代 52名		30代 51名
	40代 51名		40代 51名
	50代 52名		50代 51名
	60代 52名		60代 52名
<hr/>			
合計	259名		257名

世代に関わらず、日常的に大多数がNHKや民放各局を中心にテレビを視聴。男性の若い世代は、ケーブルテレビや衛星放送もよく視聴。スマホやパソコンを使って個人的にテレビや動画を見る人は20代に多い。

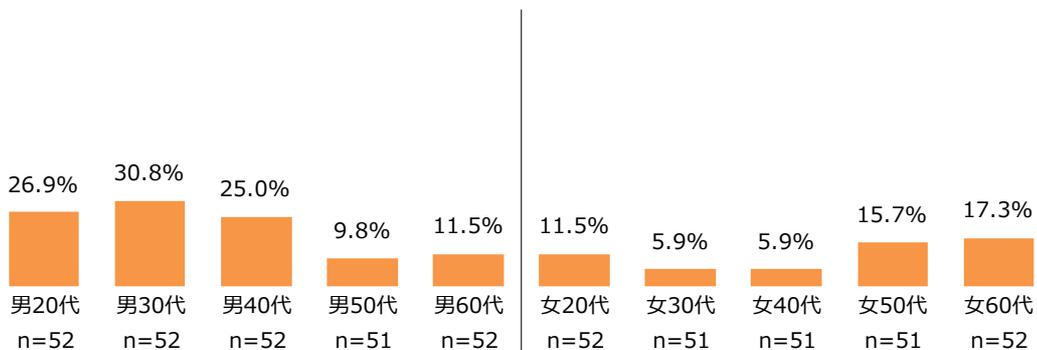
- 属性に関わらず、8割以上が日常的に地上波のNHKや民放各局のテレビ番組を見ています。
- 地上波のNHKや民放各局よりも、ケーブルテレビや衛星放送の番組を見るほうが多いと回答した割合は、男30代（30.8%）、男20代（26.9%）、男40代（25.0%）で高い。
- スマホやパソコンを使って個人的にテレビや動画を見ていることが多いと回答した割合は、男20代（57.7%）、男30代（46.2%）、女20代（42.3%）で高い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

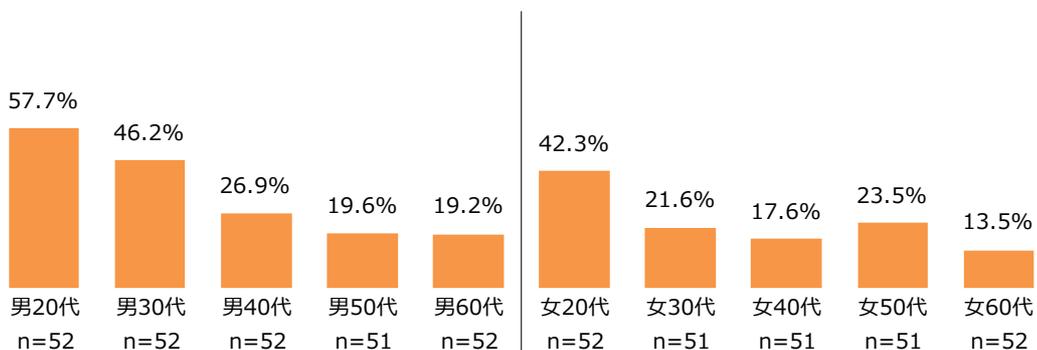
Q.日常的に、地上波のNHKや民放各局のテレビ番組を見ています。



Q.テレビでは、地上波のNHKや民放各局よりも、ケーブルテレビや衛星放送の番組を見るほうが多い。



Q.自宅では、スマホやパソコンを使って、個人的にテレビや動画を見ていることが多い。

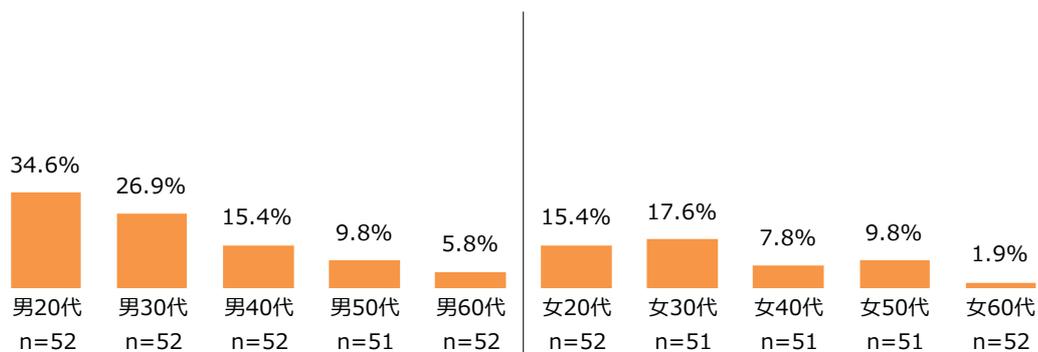


インターネットメディアは若い世代を中心によく見られており、インターネットテレビよりインターネット動画のほうがよく見られている。ただし、若い世代でも地上波テレビに比べると割合は低い（前頁ご参照）。

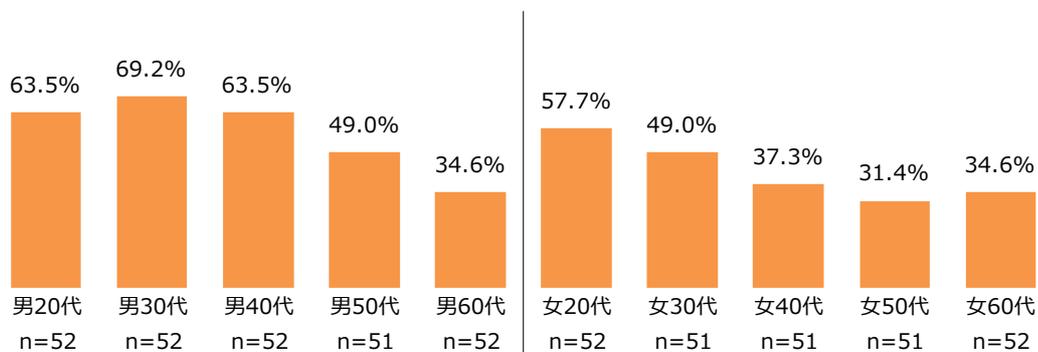
- 日常的にインターネットテレビを見ていると回答した割合は、男20代（34.6%）と男30代（26.9%）で高い。
- 日常的にインターネット動画を見ていると回答した割合は、男20～40代で6割以上。女20代（57.7%）も高い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

Q.日常的にa b e m a T Vなどのインターネットテレビを見ている。



Q.日常的にY o u T u b eなどのインターネット動画を見ている。

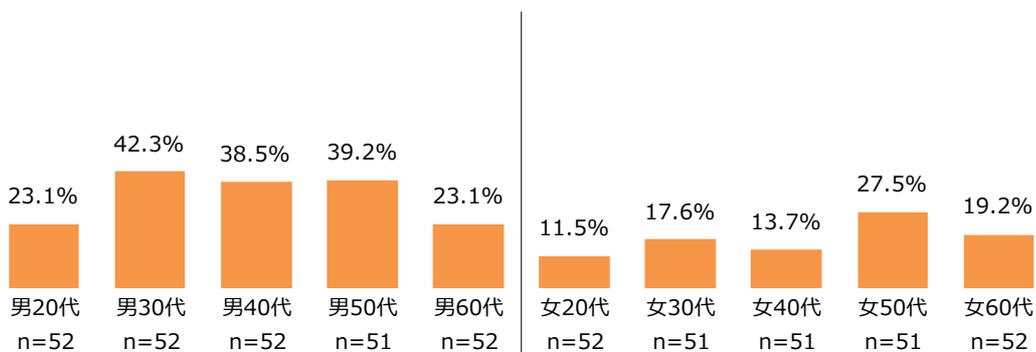


**ラジオは男30代～50代がよく聴取、女性では50代が中心。
男30代では、通常のラジオとradikoの聴取の割合が同率。**

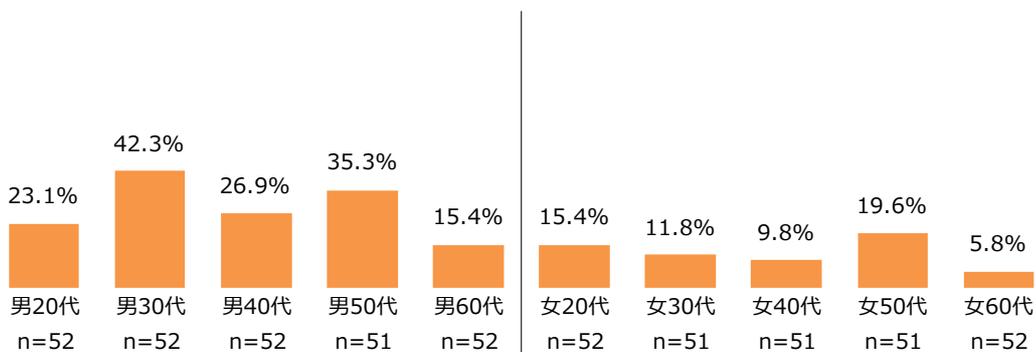
- 日常的にラジオ（radikoを含まない）を聴いていると回答した割合は、男30代（42.3%）、男50代（39.2%）、男40代（38.5%）で高く、女性では50代（27.5%）で最も高い。
- 日常的にradikoを聴いていると回答した割合は、男30代（42.3%）で最も高く、通常のラジオと同じ割合。絶対的な割合は低いが男20代も同様であり、女20代では通常のラジオの割合を上回っている。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

Q.日常的にラジオ（radikoを含まない）を聴いている。



Q.日常的にradikoを聴いている。



雑誌・書籍、新聞ともに、読んでいる割合は紙媒体が電子媒体を上回っている。
電子媒体の割合を男性でみると、雑誌・書籍は若い世代がよく読んでいるが、新聞は高い世代がよく読んでいる。

- 雑誌・書籍を日常的に読んでいると回答した割合は、電子媒体より紙媒体のほうが高いが、男20代ではその差が3.9%と小さい。読んでいる割合は、紙媒体では女60代（55.8%）、女40代（51.0%）、男60代（50.0%）で高く、電子媒体では男20代（34.6%）、男30代（32.7%）が高い。
- 新聞を日常的に読んでいると回答した割合は、電子媒体より紙媒体のほうが高い。どちらの媒体においても男50～60代で割合が高い。女50～60代も紙媒体の割合は高いが、電子媒体は若い世代と同じようなレベル。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

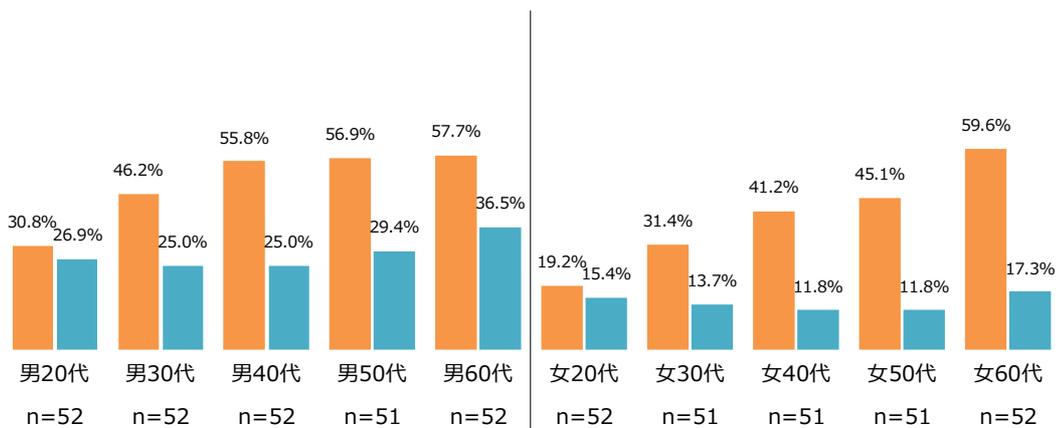
Q.日常的に紙媒体の雑誌や書籍を読んでいる。

Q.日常的に電子媒体の雑誌や書籍を読んでいる。



Q.日常的に紙媒体の新聞を読んでいる。

Q.日常的に電子媒体の新聞を読んでいる。

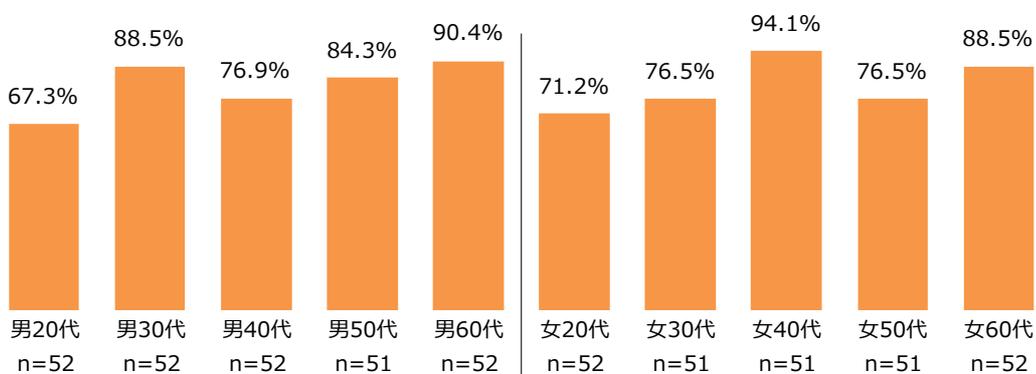


20代の男女では、電子メールの利用率が低く、大事な連絡でもメールやLINEだけで行う割合が高い。

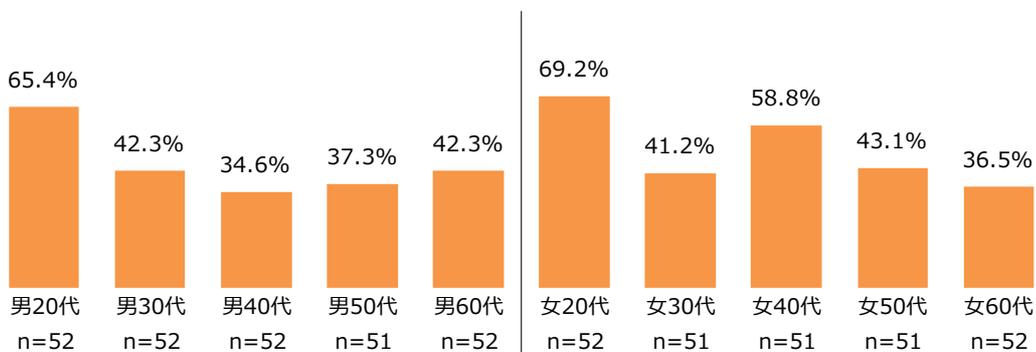
- 日常的に電子メールを利用していると回答した割合は、女40代（94.1%）で最も高く、男20代（67.3%）で最も低い。女性では、40代は9割以上だが、20代、30代、50代は7割台であり、バラツキが大きい。
- 大事な連絡でもメールやLINEだけで行うことが多いと回答した割合は、20代の男女で6割以上と高い。電子メールの利用率が高い女40代（58.8%）も高い。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

Q.日常的に電子メールを利用している。



Q.大事な連絡でもメールやLINEだけで行うことが多い。

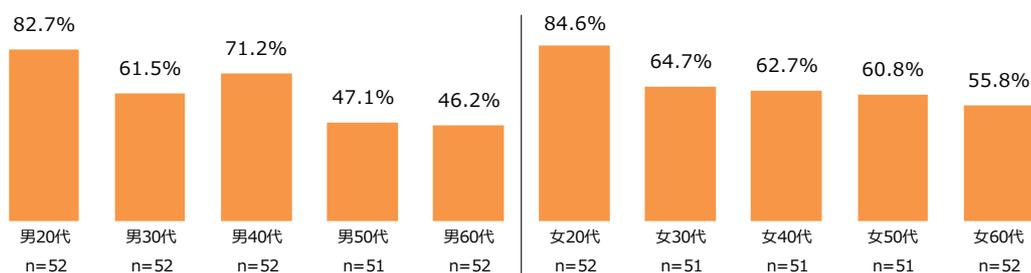


最も利用されているSNSはLINE。Twitterは利用が若い世代に偏っている。
20代はどのSNSでも利用率が高い。

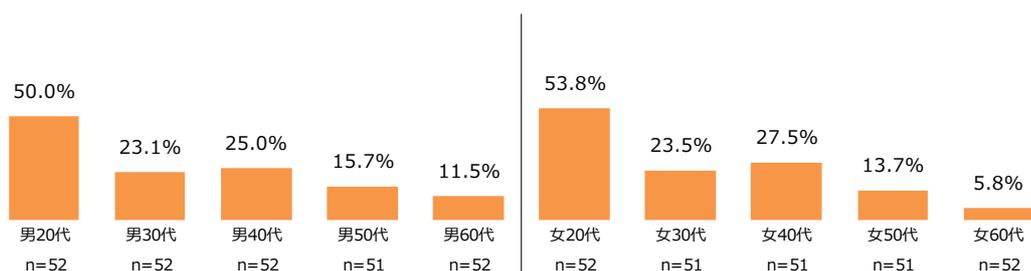
- LINEを日常的に利用していると回答した割合は、男50～60代を除くすべての属性で5割以上。
- InstagramとTwitterは、概ね、若い世代ほど割合が高い。
- Facebookは、女30代と女60代を除くすべての属性で割合が2割以上。男性を中心に幅広い世代で利用されている。

※グラフは各質問に対する5段階評価におけるTOP2（「あてはまる」「まああてはまる」）の合計割合で作成

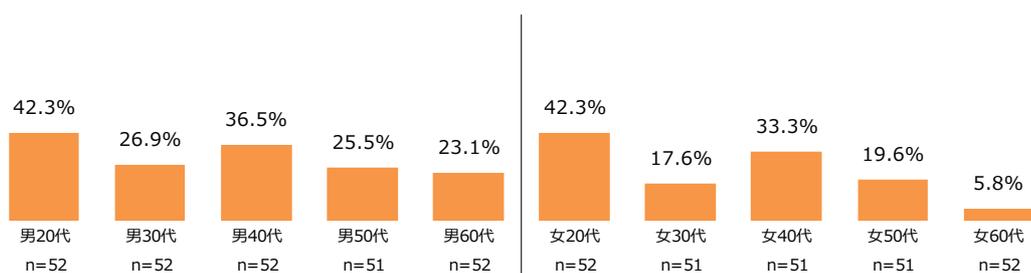
Q.LINEのアカウントを持っており、日常的に利用している。



Q.Instagramのアカウントを持っており、日常的に利用している。



Q.Facebookのアカウントを持っており、日常的に利用している。



Q.Twitterのアカウントを持っており、日常的に利用している。

