

テレビのネット配信に
関するマーケティングデータ
～TVerとリアルタイム配信編～

朝日大学マーケティング研究所

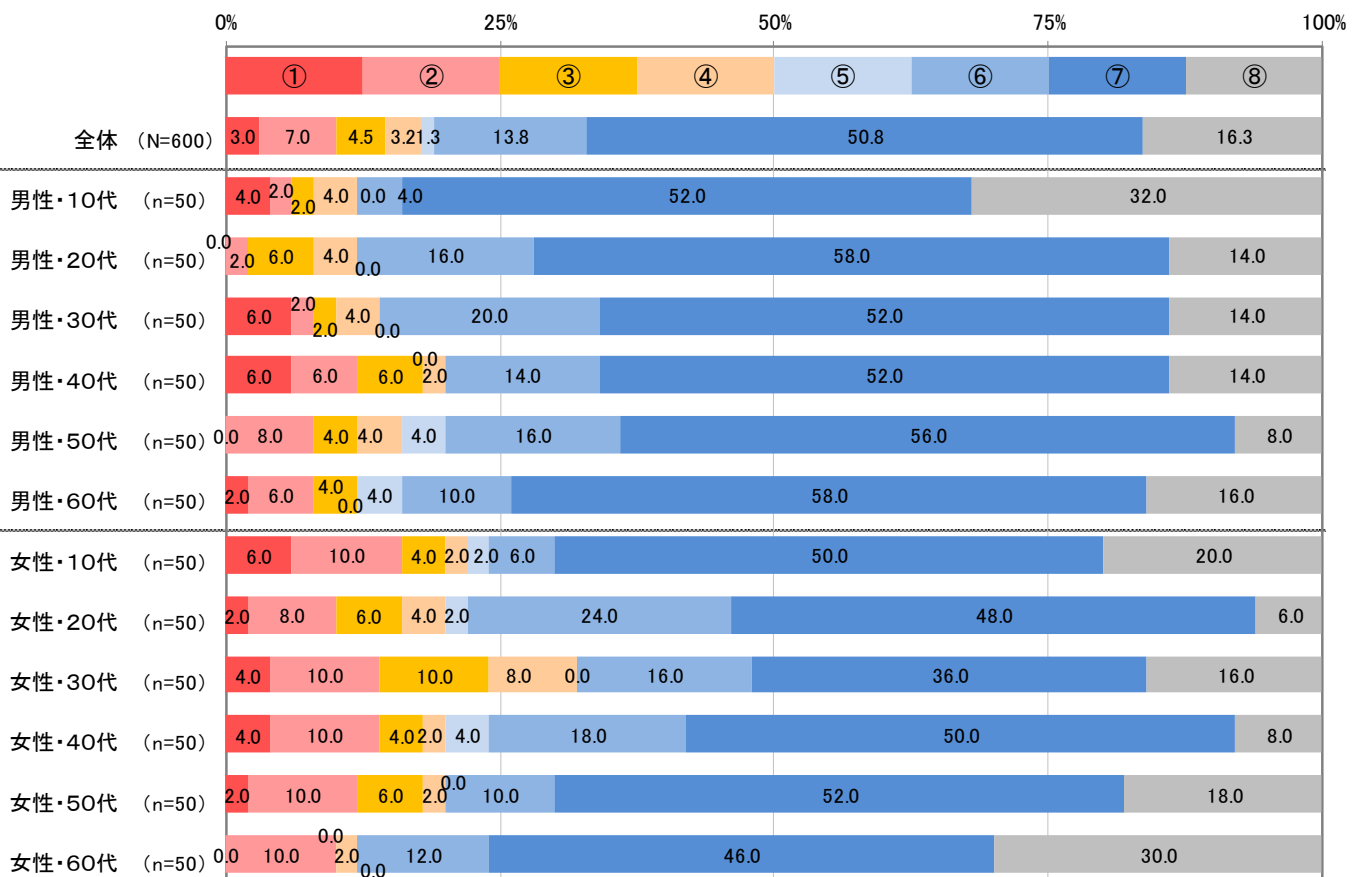
調査概要

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2022年4月28日(木)～5月9日(月)
- 調査対象 首都圏在住の13歳～69歳男女
- 有効回答 合計600名(均等割付)

年代	男性	女性
13～19歳	50名	50名
20～29歳	50名	50名
30～39歳	50名	50名
40～49歳	50名	50名
50～59歳	50名	50名
60～69歳	50名	50名
合計	300名	300名

TVerの利用状況

- ①毎日利用している
- ②週2～3日程度
- ③週1日程度
- ④月2～3日程度
- ⑤月1日程度
- ⑥たまに利用する程度
- ⑦知っているが利用したことはない
- ⑧知らない



1. TVer について知っていること

TVerについて「民放テレビ局の番組の見逃し配信ができる」の認知は5割弱。

- TVer の認知者にその機能について認知しているものを質問したところ、「無料で利用できる」は59.8%、「民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる」が47.2%。
- 「高速(倍速)視聴ができる」は13.9%と低く、認知者の1割程度しか知らない。対応していない番組があったり、テレビアプリでの視聴時は高速視聴できないことが、影響を与えている可能性がある。
- 同様に「NHKの番組の見逃し視聴ができる」「地方局の『ご当地番組』を視聴できる」もあまり認知されていない。
- 性・年代別にみると、男性・10代の機能認知の低さが目立つ。一方で、女性20代・30代は機能の認知が比較的高い。

TVer について知っていること(TVerの認知者のみ)

※前ページの「TVerの利用状況」で「①毎日利用している」～「⑦知っているが利用したことがない」を「TVer 認知者」とした

	全体	男性・10代	男性・20代	男性・30代	男性・40代	男性・50代	男性・60代	女性・10代	女性・20代	女性・30代	女性・40代	女性・50代	女性・60代
調査数	502	34	43	43	43	46	42	40	47	42	46	41	35
無料で利用できる	59.8%	47.1%	60.5%	72.1%	53.5%	63.0%	45.2%	62.5%	72.3%	76.2%	52.2%	53.7%	54.3%
会員登録なしで利用できる	30.5%	11.8%	14.0%	34.9%	30.2%	30.4%	31.0%	37.5%	42.6%	42.9%	26.1%	31.7%	28.6%
パソコンで視聴できる	40.2%	20.6%	32.6%	44.2%	51.2%	50.0%	47.6%	20.0%	42.6%	42.9%	30.4%	48.8%	48.6%
スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる	39.0%	23.5%	32.6%	41.9%	41.9%	47.8%	42.9%	45.0%	59.6%	42.9%	30.4%	24.4%	28.6%
高速(倍速)視聴ができる	13.9%	5.9%	18.6%	16.3%	18.6%	17.4%	11.9%	10.0%	21.3%	11.9%	8.7%	14.6%	8.6%
民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる	47.2%	35.3%	48.8%	46.5%	44.2%	60.9%	52.4%	47.5%	42.6%	38.1%	43.5%	51.2%	54.3%
NHKの番組の見逃し視聴ができる	10.8%	5.9%	2.3%	11.6%	11.6%	13.0%	16.7%	10.0%	10.6%	7.1%	13.0%	9.8%	17.1%
地方局の「ご当地番組」を視聴できる	7.6%	2.9%	0.0%	7.0%	7.0%	13.0%	11.9%	7.5%	6.4%	11.9%	6.5%	4.9%	11.4%
19時～23時台の民放番組のリアルタイム配信が行われている	11.8%	8.8%	7.0%	9.3%	16.3%	13.0%	21.4%	5.0%	14.9%	16.7%	10.9%	4.9%	11.4%
あてはまるものはない	23.9%	38.2%	23.3%	20.9%	25.6%	23.9%	35.7%	20.0%	19.1%	9.5%	23.9%	26.8%	22.9%

※ ■ 全体より+10ポイント以上高い ■ 全体より-10ポイント以上低い

2. TVerの機能別利用意向 ①視聴方法

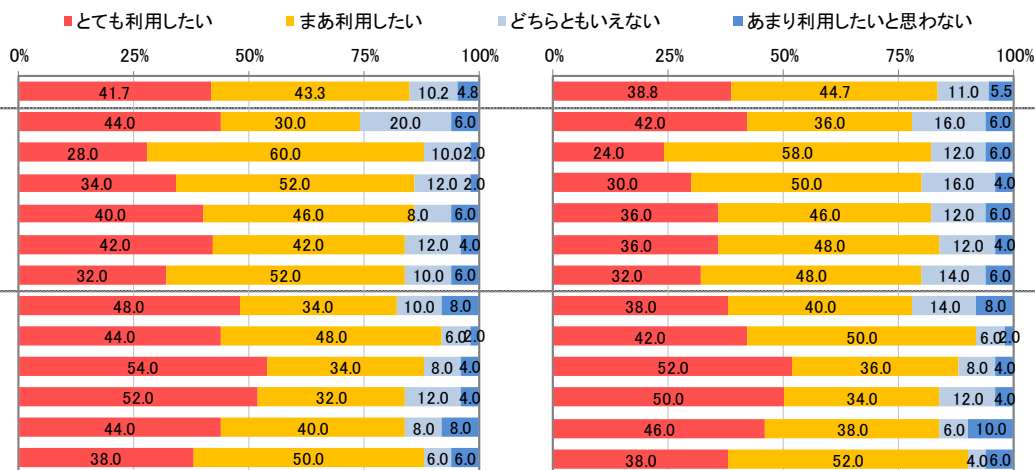
若い層では「スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる」の利用意向が高い。

- TVerの機能ごとの利用意向では、「無料で利用できる」「会員登録なしで利用できる」がどの年代でも高い。
- 「パソコンで視聴できる」と「スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる」は年代差が表れている。
- 「高速(倍速)視聴ができる」は女性20代で「利用したい」(とても利用したい+まあ利用したい)が8割程度と高い。

TVerのそれぞれの機能に対する利用意向 ①視聴方法

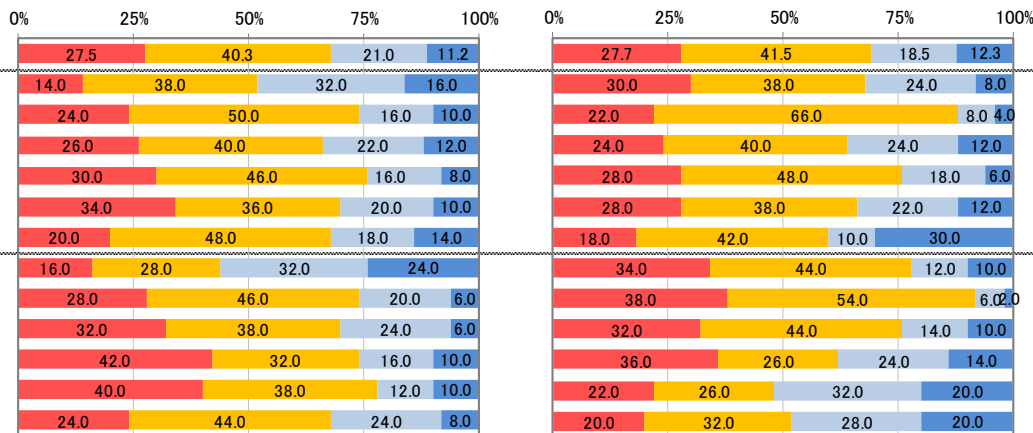
無料で利用できる

会員登録なしで利用できる

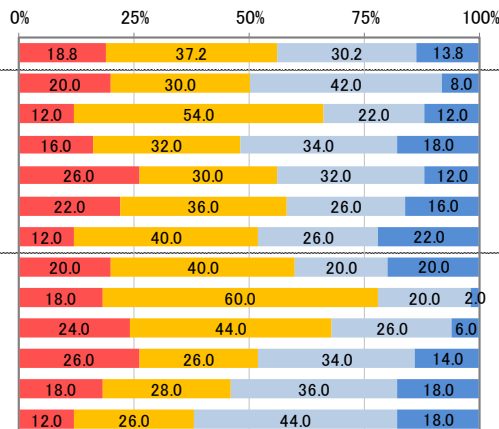


パソコンで視聴できる

スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる



高速(倍速)視聴ができる



3. TVerの機能別利用意向 ②独自コンテンツ

「NHK」「地方局の『ご当地番組』」「リアルタイム配信」などの独自コンテンツの利用意向はそれほど高くない。

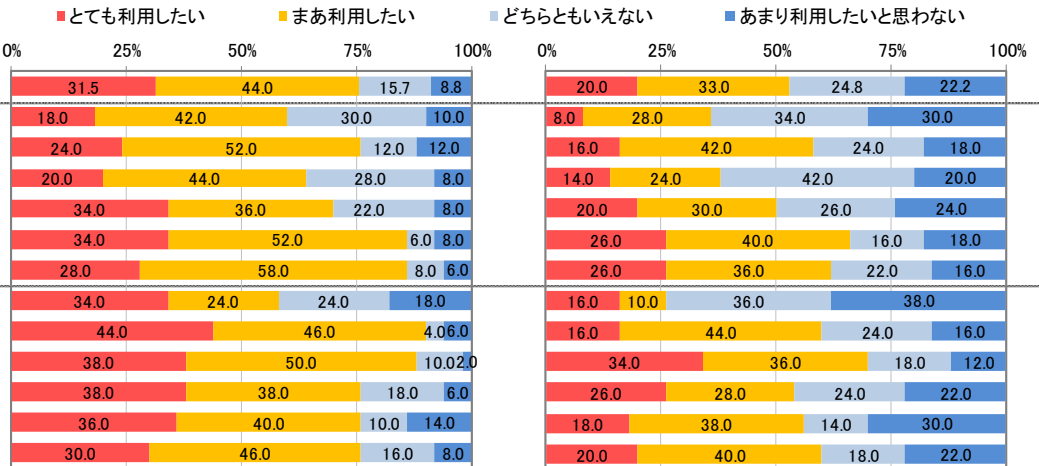
■ TVerの機能について、主力コンテンツである「民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる」は全体で75.5%の利用意向(とても利用したい+まあ利用したい)がある。

■ 一方、「NHKの番組の見逃し視聴ができる」「地方局の『ご当地番組』を視聴できる」「19時～23時台の民放番組のリアルタイム配信が行われている」といった新しく追加された独自コンテンツの利用意向はそれほど高くない。

TVerのそれぞれの機能に対する利用意向 ②独自コンテンツ

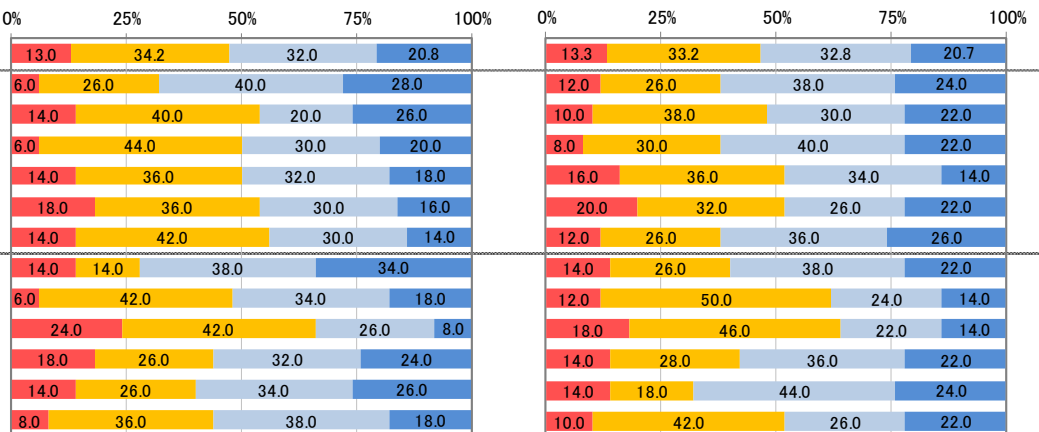
民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる

NHKの番組の見逃し視聴ができる



地方局の「ご当地番組」を視聴できる

19時～23時台の民放番組のリアルタイム配信が行われている



4. TVer のリアルタイム配信の視聴経験

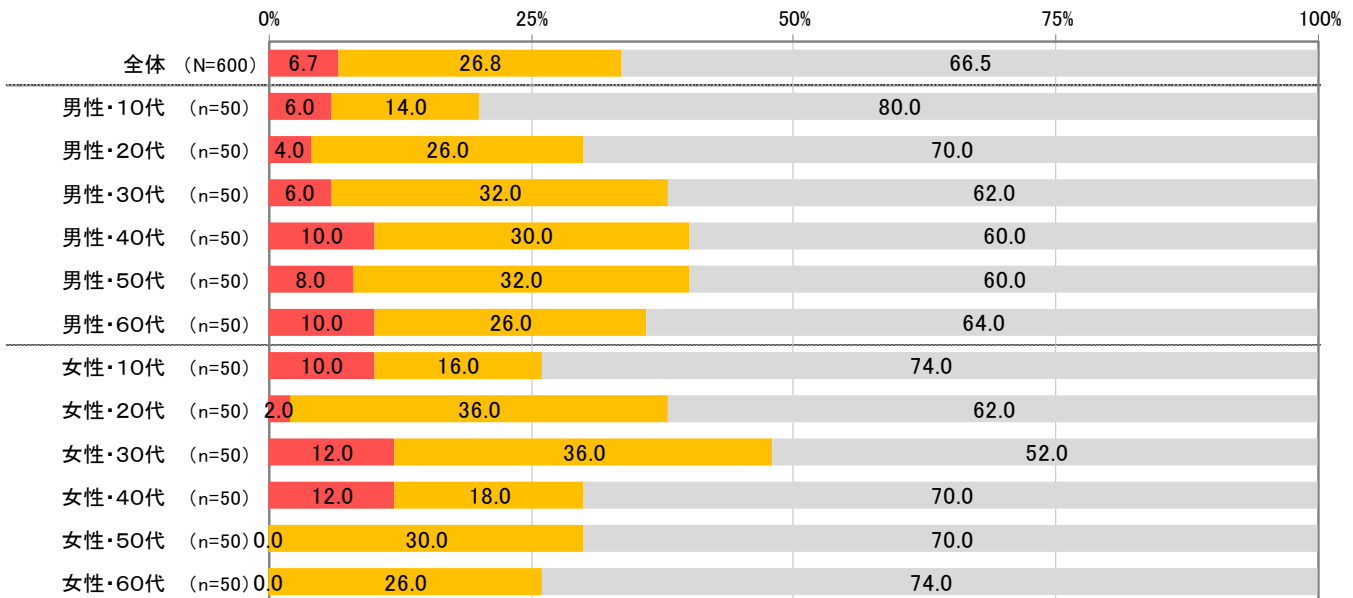
リアルタイム配信を視聴したことがある人は全体の6.7%、認知者は33.5%。

■ TVerのリアルタイム配信について改めて質問したところ、実際に視聴したことがある人は全体の6.7%、認知者は33.5%と3分の1にとどまった。

■ 認知経路は「実際の地上波テレビ番組」が57.2%、ついで「『TVer』のサイト」が34.8%、「インターネットのニュースサイト」が30.3%となっており、普段からテレビを見ている人中心の認知となっている。

2022年4月から19時台～23時台の民放テレビ局のリアルタイム配信(生配信)が開始したことの認知

- 知っていて、実際にリアルタイム配信を視聴したこともある
- 実際にはリアルタイム配信を視聴していないが、始まったことは知っていた
- 知らなかった(このアンケートで初めて知った)



リアルタイム配信の認知経路(リアルタイム配信の認知者のみ)

調査数	全体	男性						女性					
		10代	20代	30代	40代	50代	60代	10代	20代	30代	40代	50代	60代
実際の地上波テレビ放送	57.2%	50.0%	40.0%	52.6%	55.0%	60.0%	72.2%	61.5%	36.8%	66.7%	60.0%	73.3%	53.8%
「TVer」のサイト	34.8%	30.0%	33.3%	42.1%	35.0%	30.0%	33.3%	46.2%	36.8%	45.8%	33.3%	13.3%	30.8%
インターネットのニュースサイト	30.3%	30.0%	26.7%	31.6%	45.0%	50.0%	33.3%	30.8%	21.1%	16.7%	26.7%	33.3%	15.4%
新聞・雑誌	8.0%	0.0%	6.7%	10.5%	5.0%	5.0%	11.1%	15.4%	5.3%	8.3%	20.0%	6.7%	0.0%
SNS・動画サイト	10.9%	10.0%	13.3%	15.8%	15.0%	10.0%	11.1%	7.7%	5.3%	12.5%	6.7%	13.3%	7.7%
家族・知人のクチコミ	11.9%	20.0%	26.7%	10.5%	5.0%	0.0%	5.6%	23.1%	36.8%	4.2%	13.3%	0.0%	7.7%
その他	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%

※ ■ 全体より+10ポイント以上高い ■ 全体より-10ポイント以上低い

結果① TVer 機能のうち、「高速(倍速)視聴ができる」は、利用意向は高いが認知が低い。

TVer について知っていること(TVerの認知者のみ) n = 502

無料で利用できる		59.8%
会員登録なしで利用できる		30.5%
パソコンで視聴できる		40.2%
スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる		39.0%
高速(倍速)視聴ができる		13.9%
民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる		47.2%
NHKの番組の見逃し視聴ができる		10.8%
地方局の「ご当地番組」を視聴できる		7.6%
19時～23時台の民放番組のリアルタイム配信が行われている		11.8%
あてはまるものはない		23.9%

TVer の認知者であっても、「高速(倍速)視聴ができる」や「NHKの番組の見逃し視聴ができる」「地方局の『ご当地番組』を視聴できる」など、認知が低いものがある。

「高速(倍速)視聴ができる」は機能に対する利用意向は高いので、パブリッシングを強化したい項目である。

結果② 見逃し配信と比べるとリアルタイム配信の利用意向は低い。

TVerのそれぞれの機能に対する利用意向 n = 600

(TOP2: とても利用したい+まあ利用したい)

無料で利用できる		85.0%
会員登録なしで利用できる		83.5%
パソコンで視聴できる		67.8%
スマートフォン・タブレットのアプリで視聴できる		69.2%
高速(倍速)視聴ができる		56.0%
民放テレビ局の番組の見逃し視聴ができる		75.5%
NHKの番組の見逃し視聴ができる		53.0%
地方局の「ご当地番組」を視聴できる		47.2%
19時～23時台の民放番組のリアルタイム配信が行われている		46.5%

主力コンテンツである「民放テレビ局の番組の見逃し視聴」は全体で75.5%の利用意向があるが、「民放番組のリアルタイム配信」の利用意向は46.5%と低い。

NHKの番組やご当地番組の利用意向も高くなく、主力サービス以外の魅力が伝わっていない。



結果から推測される仮説

■ TVer は4月から19時台～22時台の民放番組のリアルタイム配信を行っているが、リアルタイム配信に対する利用意向は見逃し視聴と比べると高くない。また、TVer で高速(倍速)視聴ができることもほとんど知られていない。「民放公式テレビ配信サービス」と銘打っているが、利用者は逆に「テレビ番組のように見られる」(CMあり、等速再生)サービスであると捉えているかもしれない。テレビ番組であることを遡及すること自体が、サービス普及の阻害要因になっている可能性がある。

■ TVer で配信されているNHKの番組や地方のご当地番組は、認知度も利用意向も高くなく、民放キー局以外のコンテンツの存在が伝わっていない。クチコミにより、ニッチなものも急速に広まるのがインターネットのメリットであるが、そのメリットを活かせていない。「テレビ番組を配信する」というブランド価値をユーザーに伝えるためにも、そのきっかけとなるローカル番組等の発掘・配信が求められる。

トピックスリサーチ

テレビのネット配信に
関するマーケティングデータ
～TVerとリアルタイム配信編～

発行日 2022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
〒501-0296
岐阜県瑞穂市穂積1851
TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp