

テレビ視聴に関する調査データ

～テレビ番組の選択基準 編～

2026年8月

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 : 2026年6月12日（金）～ 7月6日（月）
- 調査対象 : 首都圏在住の男女 15歳～69歳
- 有効回答 : 468名

【内訳】

	男性	女性
15～29歳	43名	43名
30～39歳	53名	53名
40～49歳	53名	53名
50～59歳	53名	53名
60～69歳	32名	32名
合計	234名	234名

- 【ニュース】の選択基準では、「見慣れている」(38.0%)の割合が最も高く、「放送の曜日や時間帯」(31.9%)、「扱うテーマ・内容・ストーリー」(29.6%)、「メインの出演者（司会者・主役）」(29.4%)も有力な基準。
- 上位項目を中心に男性より女性の割合が高い項目が多い。
「放送の曜日や時間帯」(7.4ポイント差)と「出演者トータルの陣容」(6.8ポイント差)で差が特に大きい。
- 「わかりやすい」(21.8%)も2割以上と上位に挙がっている。

Q6_1.地上波のテレビを見る際に、どのような基準で番組を選んでいきますか。【ニュース】についてあてはまる基準をすべて選んでください。(MA)

n=地上波を見る人（Q3で「地上波」を選んだ人）

単位：％

■ 全体(395名)

		男性 (192名)	女性 (203名)
見慣れている	38.0	37.0%	38.9%
放送の曜日や時間帯	31.9	28.1%	35.5%
扱うテーマ・内容・ストーリー	29.6	27.6%	31.5%
メインの出演者（司会者・主役）	29.4	28.6%	30.0%
わかりやすい	21.8	19.8%	23.6%
放送するテレビ局	17.2	17.7%	16.7%
出演者トータルの陣容	13.9	10.4%	17.2%
何かしながら見られる	11.9	9.4%	14.3%
家族と一緒に見られる	9.9	8.9%	10.8%
嫌いな人が1人も出ていない	8.9	7.8%	9.9%
スタジオから伝わる雰囲気	7.6	7.3%	7.9%
笑える・リラックスできる	6.6	4.2%	8.9%
長く続いている	6.1	6.8%	5.4%
新しさが感じられる	5.8	6.8%	4.9%
内容や出演者が旬である	5.1	3.6%	6.4%
ネットで話題になっている	3.3	3.6%	3.0%
周囲で良い評判をされている	3.0	3.1%	3.0%
原作・脚本・演出	1.8	1.6%	2.0%
番宣CMや街中ポスターの影響	1.5	1.0%	2.0%
視聴率の高さ（多数が見ている）	1.5	1.6%	1.5%
SNS や周囲からの推奨	1.5	0.0%	3.0%
見ない・自分では選んでいない	11.9	12.5%	11.3%

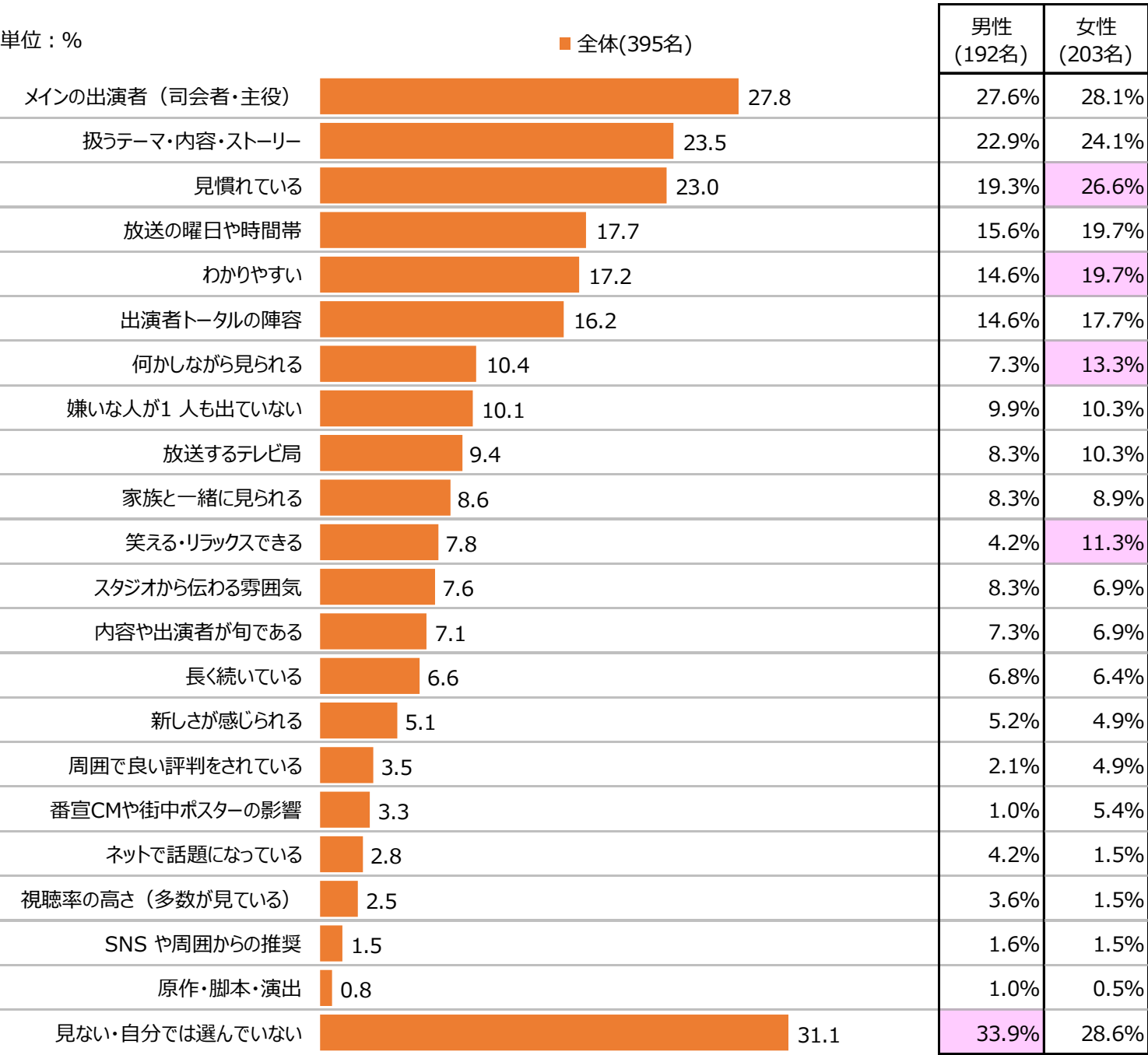
※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- 【情報・ワイドショー】の選択基準として割合が2割を超えたのは、「メインの出演者（司会者・主役）」(27.8%)、「扱うテーマ・内容・ストーリー」(23.5%)、「見慣れている」(23.0%)の3つ。
- 男女差が5%以上ある基準は「見慣れている」「わかりやすい」「何かしながら見られる」「笑える・リラックスできる」の4つであり、いずれも女性が高い。
- 「見ない・自分では選んでいない」(31.1%)は3割以上であり、男性(33.9%)で特に高い。

Q6_2.地上波のテレビを見る際に、どのような基準で番組を選んでいきますか。【情報・ワイドショー】についてあてはまる基準をすべて選んでください。(MA)

n=地上波を見る人（Q3で「地上波」を選んだ人）

単位：％



※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- 【ドラマ】の選択基準では「扱うテーマ・内容・ストーリー」(40.8%)が4割台で最も高く、「メインの出演者（司会者・主役）」(33.2%)と「出演者トータルの陣容」(22.5%)が続く。
- 「原作・脚本・演出」(16.2%)を加えた上位の4基準については、いずれも女性が男性を5%以上、上回っている。
- 下位でも「わかりやすい」と「周囲で良い評判をされている」の2つで、男女差が5%以上（いずれも女性が高い）。

Q6_3.地上波のテレビを見る際に、どのような基準で番組を選んでいきますか。【ドラマ】についてあてはまる基準をすべて選んでください。(MA)

n=地上波を見る人（Q3で「地上波」を選んだ人）

単位：％

単位：％		■ 全体(395名)		男性 (192名)	女性 (203名)
扱うテーマ・内容・ストーリー	40.8			35.4%	45.8%
メインの出演者（司会者・主役）	33.2			28.1%	37.9%
出演者トータルの陣容	22.5			16.7%	28.1%
原作・脚本・演出	16.2			12.5%	19.7%
放送の曜日や時間帯	13.9			13.0%	14.8%
内容や出演者が旬である	10.1			8.9%	11.3%
嫌いな人が1 人も出ていない	9.9			9.4%	10.3%
笑える・リラックスできる	7.1			5.7%	8.4%
家族と一緒に見られる	6.8			5.7%	7.9%
わかりやすい	6.6			3.6%	9.4%
番宣CMや街中ポスターの影響	6.1			4.2%	7.9%
ネットで話題になっている	6.1			4.7%	7.4%
新しさを感じられる	5.8			4.2%	7.4%
見慣れている	5.8			5.7%	5.9%
放送するテレビ局	5.3			5.2%	5.4%
周囲で良い評判をされている	5.1			1.0%	8.9%
SNS や周囲からの推奨	4.6			3.6%	5.4%
何かしながら見られる	4.3			3.1%	5.4%
視聴率の高さ（多数が見ている）	3.0			2.6%	3.4%
長く続いている	2.0			2.1%	2.0%
スタジオから伝わる雰囲気	1.0			1.0%	1.0%
見ない・自分では選んでいない	26.6			31.8%	21.7%

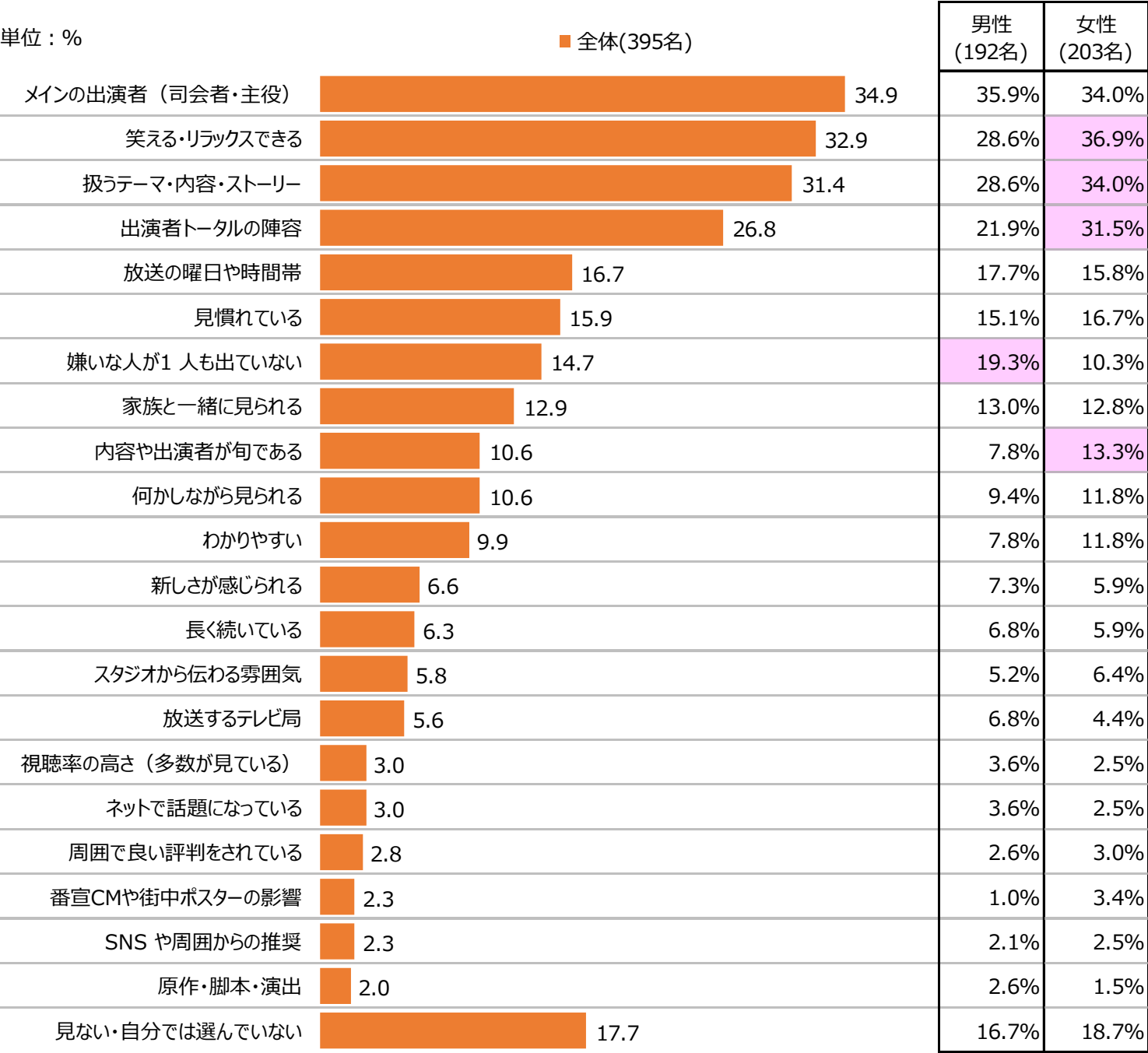
※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

- 【バラエティ】の選択基準では、「メインの出演者(司会者・主役)」(34.9%)、「笑える・リラックスできる」(32.9%)、「扱うテーマ・内容・ストーリー」(31.4%)の3つが3割以上、「出演者トータルの陣容」(26.8%)が2割台。
- 男女差が大きい(=8ポイントより差が大きい)基準は以下のとおり。
男性のほうが高い → 「嫌いな人が1人も出ていない」(9.0ポイント差)
女性のほうが高い → 「出演者トータルの陣容」(9.6ポイント差)、「笑える・リラックスできる」(8.3ポイント差)

Q6_4.地上波のテレビを見る際に、どのような基準で番組を選んでいきますか。【バラエティ】についてあてはまる基準をすべて選んでください。(MA)

n=地上波を見る人（Q3で「地上波」を選んだ人）

単位：％



※網掛けは男女で5%以上の差がある場合の高い方

● ニュースの主な選択基準は定番感

ニュースの選択基準としては「見慣れている」(38.0%)と「放送の曜日や時間帯」(31.9%)が上位となった。いずれもルーティンに関わる基準であり、ニュースは視聴に際して、習慣性や連続性が最も重視される。

他に「扱うテーマ・内容・ストーリー」(29.6%)や「メインの出演者(司会者・主役)」(29.4%)に加えて、女性を中心に「わかりやすい」(男性19.8%、女性23.6%)も上位に挙がった。

男女差が大きい基準としては「放送の曜日や時間帯」(7.4ポイント差)と「出演者トータルの陣容」(6.8ポイント差)があてはまり、いずれも女性のほうが高かった。

「見ない・自分では選んでいない」(11.9%)の割合は、調査で質問した4ジャンルのなかで最も低く、ニュースは視聴者が自らの基準で選ぶ傾向の強いジャンルの番組である。

ライフスタイルのなかの決まったタイミングで見られるような工夫が求められる。

● 情報・ワイドショーの主な選択基準はメイン出演者とテーマ

情報・ワイドショーでは「メインの出演者(司会者・主役)」(27.8%)、「扱うテーマ・内容・ストーリー」(23.5%)、「見慣れている」(23.0%)の3つが主要な選択基準であった。

メイン出演者を中心に、テーマと習慣性によって選択されやすいジャンルである。

以下のとおり男女差の大きい基準が多く、いずれも女性のほうが高かった。

「見慣れている」(7.3ポイント差)「わかりやすい」(5.1ポイント差)「何かしながら見られる」(6.0ポイント差)

「笑える・リラックスできる」(7.1ポイント差)

情報伝達のわかりやすさに加えて、笑えてリラックスできる雰囲気と何かしながら見られる手軽さを求める声が目立った。

一方で「見ない・自分では選んでいない」(31.1%)は3割以上であり、積極的に選択しない視聴者も多かった。

情報・ワイドショーだからと言って闇雲に情報を掘り下げるのではなく、気軽にBGM的に見られる方向感も有力である。

● ドرامaは第1にテーマ・ストーリー、第2に主人公

「扱うテーマ・内容・ストーリー」(40.8%)がドラマの選択基準として最も重視され、「メインの出演者(司会者・主役)」(33.2%)も欠かせない基準であった。「出演者トータルの陣容」(22.5%)や「原作・脚本・演出」(16.2%)と合わせて、ストーリーと出演者に関わる基準はドラマの必須要件となる。

上記の4基準はいずれも男性より女性の割合が高く、特に出演者の基準で差が大きかった(主人公10.4ポイント差、出演陣11.4ポイント差)。「周囲で良い評判をされている」も女性の割合が高く(男性1.0%、女性8.9%)、女性視聴者に対しては話題性も有力な選択基準となる。

「見ない・自分では見ない」は男性のほうが高かった(男性31.8%、女性21.7%)。

ストーリーと出演者に対する女性の評価がドラマ視聴のキーポイントと言える。

● 「メイン司会者」「笑える・リラックスできる」「内容」がバラエティの主な選択基準

バラエティでは「メインの出演者(司会者・主役)」(34.9%)、「笑える・リラックスできる」(32.9%)、「扱うテーマ・内容・ストーリー」(31.4%)、「出演者トータルの陣容」(26.8%)が主な選択基準であった。このうち「笑える・リラックスできる」は他のジャンルでは上位に挙がらない基準であり、視聴者の期待する心理効果として、特徴的なポイントである。

上記4基準では、「メインの出演者(司会者・主役)」以外で女性の割合が男性より高く、特に「出演者トータルの陣容」(9.6ポイント差)で男女差が大きかった。

一方、同じ出演者に関する基準でも「嫌いな人が1人も出ていない」は男性のほうが高く(9.0ポイント差)、男女で出演者に対する評価の視点に違いが見られた。

人気の高いメイン司会者による笑えてリラックスできる番組への期待が強い。

トピックスリサーチ

テレビ視聴に関する調査データ ～ テレビ番組の選択基準 編～

発行日 2026年 8月 31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