



メディア環境18年の変化「メディア定点調査」を一般公開

メディア環境研究所の「メディア定点調査」2006～2023 18年分の時系列定点観測データ

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所(本社:東京都港区、所長:島野真)は、2006年から18年にわたり毎年実施してまいりました生活者のメディア環境の変化をとらえる「メディア定点調査」を、一般公開(ダウンロード、二次利用可能)いたしましたので、お知らせいたします。

「メディア定点調査」とは、2006年から18年にわたって毎年実施しているメディア環境研究所のオリジナル定点観測調査です。同じ地域(東京)、同じ対象者設定(15～69歳の男女)に向けて、同じ質問を継続して投げかけ、その回答の変化を時系列で観測しています。メディア接触時間/メディアイメージ/デバイス所有/サービス利用/メディア意識・態度など多種多様な質問項目から、メディア生活全般の現状・変化・兆しをとらえることができます。

また、本公開にともない**メディア環境研究所ウェブサイト**はこれまでよりも多くの情報をみなさまに提供できるようリニューアルを実施いたしました。多くの方々にデータに触れて、意外な発見や発想のヒントを得ていただくことができるコンテンツをご用意しています。ぜひご覧ください。

①メディア環境研究所の18年のメディア環境に関する資産を社会と共有

メディア環境研究所は、18年の長きにわたって蓄積してきた独自のメディア環境に関する知識・資産である「メディア定点調査」を、これからは“社会全体の知識・資産”にしていきたいと考え、一般公開を決定しました。今後、この「メディア定点調査」を、生活者とメディアの未来を展望する発想の源として、メディア・コンテンツに関わる事業・マーケティング・研究に携わられる方々ばかりでなく、社会のありとあらゆる領域の方々に、自由で多様な用途にお役立ていただきたいと考えています。より多くの皆様の視点で、さまざまな分野で社会をよりよくする活動の礎になれば幸いに存じます。

②時代の変遷に伴うメディア接触、意識、態度の変化から未来を展望

今回の一般公開では、過去18年分の回答値を全体・性別・年代別に一覧できる数表(集計データ)と、時系列グラフを自動で簡単に作成できるプログラムを、広く社会の皆様に向けてご提供します。数表とプログラムは、メディア環境研究所のウェブサイト(<https://mekanken.com/>)から、いつでもどなたでも自由にダウンロードしてお使いいただけます。「メディア定点調査」の時系列データからは、生活者が各メディア(マス4媒体、PC、タブレット、携帯/スマホ)の接触時間とその合計(のべ時間)であるメディア総接触時間の時系列推移が直感的にわかります。また、生活者がメディア(マス4媒体やPC・携帯/スマホの6メディア)に対して抱く“価値”(イメージ)、生活者のメディアサービスや各種デバイスに対する認知/利用・所有/意向が時系列でわかります。時を追うにつれ上昇する接触時間、下降していく価値観、長い年月を経ても全く変化しない意識など、「メディア定点調査」の中には時代の変遷や生活者の意識、態度の変化が映し出されています。過去のデータから、次なる未来を展望することも可能です。「メディア定点調査」は、使う人によって多様な見方・使い方が可能です。

③主要項目の時系列グラフ画像も、「メディア定点調査」全体のマクロダウンロードも可能

今回のウェブサイトのリニューアルでは、「メディア定点調査」全体のマクロデータをダウンロードしていただき項目間比較をしていただくことはもちろん、主要項目の時系列グラフを簡単に画像としてダウンロードすることも可能となっています。詳細にデータ分析をされたい方も、気軽に画像データをSNSなどで利用されたい方も、ニーズにあった活用が可能です。

※引用の際には、「出典:(株)博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2023」と記載してください。

■ お問い合わせ先 ■

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ 広報室
メディア環境研究所

山崎 戸田 mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp
新美 小林 info@mekanken.com

【サイト詳細】 (<https://mekanken.com>)

メディア利用実態、メディア意識/態度、メディアサービス利用/デバイス所有のページ(画像はメディア利用実態ページ)



最新(2023年)の調査結果

テレビ

ラジオ

新聞

雑誌

SNS

選択肢のボタンを押すと、該当する項目が表示されます。

Q 「テレビ」を見る時間として思い浮かんだものは何ですか？

テレビ番組をリアルタイムで見る	81.3%	録画したテレビ番組を見る	64.4%
見逃し視聴サービスでテレビ番組を見る	26.2%	有料動画を見る	24.1%
無料動画を見る	26.9%	インターネットテレビを見る	7.3%
SNSに繋がっているテレビ番組を見る	4.4%	その他を見る	2.9%
テレビは見ない	4.8%		

該当項目の詳細時系列グラフが表示されます。

Q お宅のテレビは、インターネット回線に接続していますか？

テレビをインターネットに接続している	54.9%	インターネットには接続していない	18.5%
インターネットに接続できるテレビを持っていない	15.0%		

Q テレビ番組を、放送時間通り(リアルタイム)に見ることと、録画したものを再生して見ることで、どちらが多いですか？

ほとんど放送時間通りに見る	27.4%	放送時間通りに見ることが多いが、たまに録画(再生)して見る	21.5%
放送時間通りに見ると、録画(再生)するのは同じくらい	14.3%	録画(再生)して見ることが多いが、たまに放送時間通りに見る	17.0%

メ 環 研 調査・研究・メディアについて 研究・プロジェクト レポート・記事 資料ダウンロード JA | EN

メディア定点調査とは



各グループのページに直接飛ぶことができます。

時系列表ダウンロード

メディア定点調査の時系列分析用データ(Excelファイル)のダウンロードはこちらから。
「全体」「性別」「年代別」のより詳しい分析にご利用いただけます。

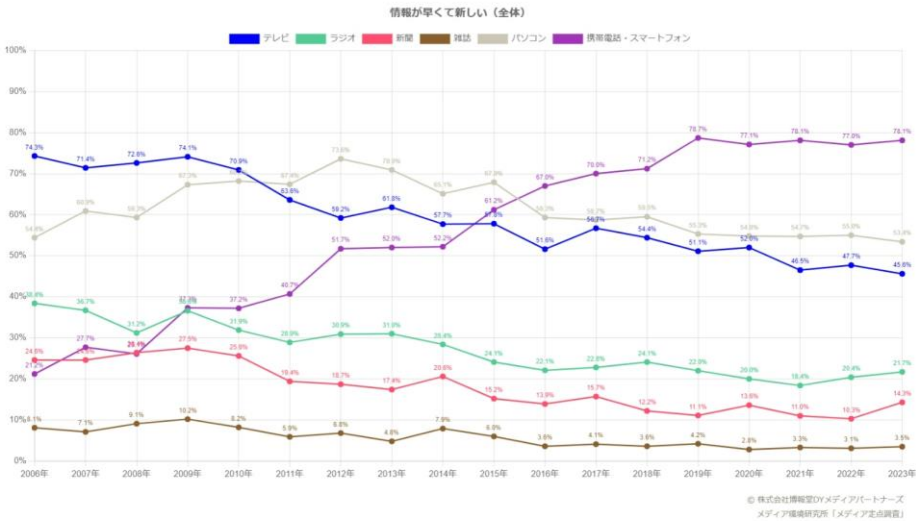
ダウンロード

各項目の生成された時系列グラフ



情報が早くて新しい

全体 男性 女性 10代 20代 30代 40代 50代 60代



上で表示しているグラフの画像をそのままダウンロードできます。

画像をダウンロード CSVをダウンロード

一覧へ戻る

表示項目のCSVデータがダウンロードできます。
（どのグラフを表示していても、該当項目の全体・性別・年代別、各メディア（あれば）のデータが入っています）



メディアイメージ

メディア接触時間

メディア利用実態

メディア意識/態度

メディアサービス利用/デバイス所有

時系列表ダウンロード

メディア定点調査の時系列分析用データ（Excelファイル）のダウンロードはこちらから。
「全体」「性別」「年代別」のより詳しい分析にご利用いただけます。

ダウンロード

Media Survey on the Japanese People

メディア
定点
調査

メディア接触時間

メディア定点調査とは、多種多様な質問項目から、メディア生活全般の現状・変化・亮しをとらえることができる、時系列分析可能な定点調査です。
メディア接触時間では、生活者が各メディア（マス4媒体、PC、タブレット、携帯/スマホ）の接触時間とその合計のべ

メ 環 研

メ環研について

研究・プロジェクト

レポート・記事

資料ダウンロード

JA | EN

最新（2023年）の調査結果 性別・年代別のグラフに切り替えられます。

