

主婦にとってテレビは最強の“ながら”メディアで“共視聴”メディア

近年、テレビ視聴時間が減少しているのではないか、“ながら視聴”によりテレビの専念視聴が低下しているのではないか、という声を聞く。しかし、もともとテレビはお茶の間で見る家族団欒の娯楽であったのと同時に、主婦にとっては昔から“ながら”メディアの側面も持っていたのではないだろうか。

掃除をしながら、食事を作りながら、新聞を読みながら、子供の世話をしながらと、“ながら”視聴が昔から自然体であった。ただ昔と違うのは、インターネットの登場によりテレビとPCあるいはテレビとケータイといったような“ネットデバイスとのながら”が加わったことである。この傾向が強いのは、PCやケータイのネットリテラシーの高い30代・20代の主婦達であ

る。したがって、昔から最強の“ながら”メディアに変わりはない。

また、主婦にとってのテレビは最強の“共視聴”メディアであるということが言える。これはもちろん子供の存在が大きい。子供と一緒にリビングの大型テレビで番組を見る、特に小さい子供や娘と一緒に見る傾向が強く、10代の息子やお父さんは個室に追いやられて小型アナログテレビやPC、ワンセグでテレビを見る羽目になる。

実際に主婦層のテレビ視聴時間を見てみると、60代で353分、50代で316分、40代で303分、30代で238分、20代で314分となっていて、個人全体の216分に比べてはるかに多くテレビを視聴していることがわかる(出典:(株)ビデオリサーチ社:MCRデータ2009をもとに電通が集計)。

主婦の命 チラシの重要性

主婦にとっての新聞は“習慣”メディアということが言える。特に、46世代・56世代にこの傾向が強い。グループインタビュー調査でも、「新聞を読んでから家事をする」「ラテ欄は必ず見て誰が出演しているかを毎日チェックする」と発言している。さらに「新聞は読みたい記事とチラシをチェックする」「まず新聞とチラシを分別する」など、主婦にとってはチラシも欠かせない。「新聞よりも先にチラシの方をチェックする」という声もあった。

しかしながら近年は、30代・20代の若年層主婦を中心に宅配新聞をとっていない世帯が昔に比べて増えた。そこで登場してきたのがネットチラシである。現在、スーパーなどのサイトから直接チラシをダウンロードできたり、自分の住んでいる近所のチラシをまとめて

電通
メディア
インサイト
メモ

『主婦層』のオーディエンスインサイト

主婦層の価値観や消費に対するインサイトは、いろいろな調査報告やデータが存在している。しかし、メディアや情報通信機器などに対するインサイトについて語っているものは少ない。そんな主婦(フルタイム勤務以外の主婦)のオーディエンスインサイトを紹介したい

文●庄野 徹

Shono Toru

MCプランニング局メディアイノベーション研究部 チーフ・メディア・リサーチャー

比較して、どこの店の商品が安いのかなど、一目瞭然のサイトまで存在している。電通で実施したネット調査によると、「利用している(いつも利用している+時々利用している)」と答えたのは46世代:29.7%、56世代:39.6%、66世代:50.4%、76世代:66.3%、86世代:49.0%となっており、やはりPCネットリテラシーの高い76世代が一番利用している傾向が強いが、他の世代も追隨してネットチラシを利用している。

主婦のインターネット活用目的の違い

インターネットがミドル層からシニア層にも浸透し始めている。46世代や56世代も例外ではなく、ネットが生活の中へ浸透しているのが見受けられる。「朝起きるとケータイのメー

ルをチェックする」「好きな芸能人のブログを見ている」、なかには「PCよりもケータイですることの方が多い」などと発言している。

ただし、この46世代・56世代などのミドル～シニア層と、76世代・86世代などの若年層ではネットの目的が大きく違う。46世代のシニア層になるほど、ネットの目的は「エンタメ消費目的」となる。これは“資産的余裕”“時間的余裕”からくる傾向である。反対に86世代の若年層になるほど「実用目的」になる。これは、まだ生活がそんなに楽ではない、つまり“節約志向”“効率的志向”が根底には存在している。

若年層の主婦にとって子育ては大変である。そんな時、ネットは万能な解決ツールになっている。ある時は子供にYouTubeでアニメを見せたり、子供の運動会のためにアンパンマン体操を覚えて台本を作るなど、PCが子供のためのツールとなる。

また、先述のネット調査から、「親よりもネットからの方が、最新で正確な子育て情報が入手できる」と考えていたのは、76世代で45.9%、86世代で62.7%にもなる。また、76世代で86.7%、86世代で94.1%とほとんどの主婦が、「料理・炊事」に関してPCネットの情報を参考にしている。さらに、76世代で39.1%、86世代で47.7%と約半数近くの主婦がケータイネットの情報を参考にしている。確かに、ケータイでレシピを参考にしながら台所で料理するのは非常に合理的である。

このように主婦の生活の中にネットが浸透することによって、さまざまな側面で昔に比べて便利になり、効率的になり、同時に家に居ながらも生活を豊かにすることができるようになったと言える。

〔図〕 インターネットの目的意識の違い

