

テレビ視聴とネット利用の関係を分析 ～『時差マッチング法』～

橋元教授の調査結果の分析によると、インターネット（以下、ネット）の利用がテレビ視聴時間を奪っているとは言えないという結果となった。テレビ視聴時間とネット利用の関係を分析するにあたり、単に“ネット利用者”のテレビ視聴時間と“非ネット利用者”のテレビ視聴時間を比較しても意味がない。“ネット利用者”の方が“非ネット利用者”よりもテレビ視聴時間が短くなっても、ネット利用がテレビ視聴に影響を及ぼしている直接的な原因にはなっていない。つまり、“ネット利用者”と“非ネット利用者”ではもともと基本属性が異なるため（一般的にネット利用者の方が若年層で高学歴など）、テレビ視聴にもその属性の影響が大きく影響してくる。

例えば「定年退職後の60歳代で今までPCも使ったことがない男性」と、「最近までIT系企業でPCを使って働いていた60歳代の男性」という両者のテレビ視聴時間を比較しても、そもそも両者のデモグラフィック属性自体が全く違う。そのことの方が、テレビ視聴時間に大きな影響を及ぼしている可能性が高い。

一番知りたいのは、あるネット利用者において「ネットを利用すること」が「テレビ視聴時間を削ることによって行われるのか」ということであり、両者は食い合う関係にあるのか（＝カニバリゼーションが起こっているのか）、ということである。

このような時、同一の調査対象者の「ネットを利用した日」と「ネットを利用しなかった日」で、テレビ視聴量に差があるかを分析することが有効である。これを『時差マッチング法』と呼ぶ。

今回の全国調査は平日2日間にわたって実施した。『時差マッチング法』では同一属性の対象者を比較するため、ネットを1日目だけ利用したグループと、2日目だけ利用したグループに分ける。対象者をグルーピングすると①ネットの両日利用者、②ネットの1日目だけ利用者、③ネットの2日目だけ利用者、④ネット両日非利用者の4つのグループができる。これにより、②ネットの1日目だけ利用者のテレビ視聴時間と、③ネットの2日目だけ利用者のテレビ視聴時間を比較すれば、同一の集団属性の分析となり、先述のデモグラフィック属性の違いを排除できる。

なお、今回の分析ではテレビがほとんど自宅内で視聴されることから、「自宅内テレビ視

聴時間」「自宅内PCネット利用時間」「自宅内ケータイネット利用時間」の3シーンで比較した。「自宅内PCネット利用時間」とは、「メールを読む・書く」「サイトを見る」「サイトに書き込む」「インターネット経由の動画を見る」「チャット機能やメッセージを使う」の5項目から構成され、同じく「自宅内ケータイネット利用時間」とは、「メールを読む・書く」「サイトを見る」「サイトに書き込む」「インターネット経由の動画を見る」の4項目から構成される。

テレビ視聴と PCネット／ケータイネット利用の共振関係

自宅内テレビ視聴と自宅内PCネット利用の分析結果が[図1]になる。PCの1日目だけ利用者グループにおける初日のテレビ視聴時間は169.5分、2日目のテレビ視聴時間は154.3分で、自宅内でPCを利用していない2日目の方がテレビ視聴時間は短く、自宅内でPCを利用している1日目の方がテレビ視聴時間は長くなっている。

同様に、PCの2日目だけ利用者グループの初日のテレビ視聴時間は124.8分、2日目のテレビ視聴時間は153.5分となっており、こちらも自宅内でPCを利用していない1日目

電通総研
メディア
インサイト
メモ

14

テレビ視聴とインターネット利用は 食い合うのか？

「テレビはネットに飲み込まれる」「インターネットの出現により、テレビ視聴時間が減った」などといわれ続けて久しいが、本当にそれが真実なのであろうか。確かに、情報化社会においてオーディエンス（メディアに接触する生活者）の情報行動は多様化している。インターネットの出現以来、情報行動は確実に変化しており、特にモバイル端末の高機能化やタブレット端末の普及により情報行動はさらに多様化していくだろう。しかし、本当にインターネットの利用がテレビ視聴時間を奪っているのだろうか。

電通総研では東京大学大学院情報学環の橋元良明教授とともに、日本人の情報行動を把握すべく共同プロジェクトを発足させ、「日本人の情報行動全国調査2010」を実施した。その調査結果から、テレビ視聴とインターネット利用に関する分析を紹介したい。

文●庄野 徹

Shono Toru

電通総研 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