筑紫女学園大学リポジト

Report from a Survey on Video Service Today：Part Two

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2014-02-13 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 荒巻, 龍也, ARAMAKI, Tatsuya メールアドレス: 所属:
URL	https://chikushi-u.repo.nii.ac.jp/records/78

映像配信の現状調査報告（2）

荒　巻　龍　也

Report from a Survey on Video Service Today：Part Two

Tatsuya ARAMAKI

0　はじめに

今回は映像コンテンツならびに映像配信に対する利用者の意識を検証するためのアンケート調査として、2012（平成24）年２月に実施した、インターネットを利用したWebアンケート調査報告の第２弾であり、クロス集計を基にした結果の検証である。（注１）クロス集計としては年齢と性別をもとにした基本的なものから、設問どうしを組み合わせた様々なクロス集計を行った。その結果として予想通りの結果が出たもの、予想とは違った結果が出たもの、今回の調査だけでは判断しにくいものなど様々であった。そのいくつかを報告することにする。なお映像配信を取り巻く状況は、このWebアンケート調査以後も刻々と変化しており、新たに始まったサービスもあれば終了したサービスもある。政府や家電メーカーの方針も変わってきている。よってアンケートの内容には不適切になってしまっているものもすでにあることを承知願いたい。

この調査は平成23年度筑紫女学園大学・短期大学部の特別研究助成による研究の一貫として行ったものである。調査対象はインターネット調査会社によるＷｅｂアンケート方式を採用し、同社が運営するアンケート専用サイトに登録している約21万人（2010年１月現在）のモニターから定員になり次第締め切る方式で実施した。地域は全国、年齢は20代から60代の男女それぞれ各100名、総合計で1,000名になるまで行った。調査期間は2012年２月24日（金）～2012年２月27日（月）であった。設問数は20問であった。（注２）

1　性別ならびに年齢別による差異

すべてのアンケート結果を性別と年齢別に集計してみた。今回の調査では20代から60代までの

すべての年代の男女100名ずつをサンプルとして集計しているので、母数としてはすべて同じである。その結果として、男女ならびに年代別で特徴的であったものを、4つ取り上げることとした。

1）「Q1　主なメディア接触についてお聞きします。次のメディア器機を1日に平均してどの程度利用・視聴していますか。（答えはそれぞれ1つ）」において【テレビ（受像機）】に対する回答。

	利用・視聴しない	30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間以上
全体	3.3%	4.7%	9.4%	22.7%	23.4%	14.1%	22.4%
男性	4.4%	5.8%	12.8%	29.4%	23.6%	12.4%	11.6%
20歳～29歳	7.0%	11.0%	17.0%	30.0%	15.0%	6.0%	14.0%
30歳～39歳	8.0%	7.0%	15.0%	31.0%	19.0%	11.0%	9.0%
40歳～49歳	2.0%	7.0%	12.0%	39.0%	25.0%	10.0%	5.0%
50歳～59歳	3.0%	2.0%	14.0%	23.0%	28.0%	18.0%	12.0%
60歳～69歳	2.0%	2.0%	6.0%	24.0%	31.0%	17.0%	18.0%
女性	2.2%	3.6%	6.0%	16.0%	23.2%	15.8%	33.2%
20歳～29歳	4.0%	7.0%	9.0%	16.0%	25.0%	13.0%	26.0%
30歳～39歳	1.0%	3.0%	6.0%	21.0%	18.0%	16.0%	35.0%
40歳～49歳	2.0%	5.0%	4.0%	14.0%	32.0%	10.0%	33.0%
50歳～59歳	2.0%	3.0%	5.0%	15.0%	20.0%	19.0%	36.0%
60歳～69歳	2.0%	—	6.0%	14.0%	21.0%	21.0%	36.0%

「テレビ（受像機）」の視聴・利用時間に関しては、NHK放送文化研究所の「国民生活時間調査」とほぼ同じような結果となった。（注3）性別では女性の方が男性より視聴・利用時間が長くなっている。年齢別では高齢者になるほど長くなっている。女性のアンケート結果でその傾向がさらに強く出ている。

2）「Q1　主なメディア接触についてお聞きします。次のメディア器機を1日に平均してどの程度利用・視聴していますか。（お答えはそれぞれ1つ）」において【携帯電話（スマートフォン含む）】に対する回答。

	利用・視聴しない	30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間以上
全体	17.2%	48.8%	14.6%	9.2%	5.0%	2.2%	3.0%
男性	18.2%	45.6%	16.2%	10.6%	5.4%	1.8%	2.2%
20歳～29歳	7.0%	29.0%	26.0%	20.0%	6.0%	6.0%	6.0%
30歳～39歳	15.0%	43.0%	18.0%	12.0%	7.0%	3.0%	2.0%
40歳～49歳	13.0%	43.0%	18.0%	15.0%	9.0%	—	2.0%
50歳～59歳	19.0%	57.0%	14.0%	6.0%	3.0%	—	1.0%
60歳～69歳	37.0%	56.0%	5.0%	—	2.0%	—	—
女性	16.2%	52.0%	13.0%	7.8%	4.6%	2.6%	3.8%

20歳～29歳	4.0%	29.0%	17.0%	16.0%	16.0%	6.0%	12.0%
30歳～39歳	8.0%	50.0%	24.0%	9.0%	3.0%	4.0%	2.0%
40歳～49歳	12.0%	58.0%	12.0%	11.0%	3.0%	2.0%	2.0%
50歳～59歳	24.0%	59.0%	10.0%	2.0%	1.0%	1.0%	3.0%
60歳～69歳	33.0%	64.0%	2.0%	1.0%	—	—	—

「携帯電話（スマートフォン含む）」に関しては、テレビとは逆に若い世代ほど視聴・利用時間が長くなっている。男性よりも女性の方が長いという傾向は「テレビ（受像機）」と同じであった。

3）「Q3 次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ1つ）」において【テレビ（受像機）を利用した映像配信】に対する回答。

	ほぼ毎日	週に2、3回程度	週に1回程度	月に1、2回程度	年に2、3回程度	年に1回程度	数年に1回程度	全く利用しない
全体	13.4%	3.0%	2.6%	3.8%	1.2%	0.5%	1.7%	73.8%
男性	12.8%	2.6%	3.2%	3.6%	1.6%	0.6%	2.6%	73.0%
20歳～29歳	13.0%	7.0%	1.0%	4.0%	2.0%	—	4.0%	69.0%
30歳～39歳	17.0%	—	3.0%	4.0%	2.0%	1.0%	1.0%	72.0%
40歳～49歳	14.0%	3.0%	5.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	68.0%
50歳～59歳	13.0%	1.0%	4.0%	2.0%	—	—	5.0%	75.0%
60歳～69歳	7.0%	2.0%	3.0%	2.0%	3.0%	1.0%	1.0%	81.0%
女性	14.0%	3.4%	2.0%	4.0%	0.8%	0.4%	0.8%	74.6%
20歳～29歳	9.0%	5.0%	5.0%	5.0%	1.0%	1.0%	—	74.0%
30歳～39歳	23.0%	1.0%	2.0%	3.0%	—	—	2.0%	69.0%
40歳～49歳	18.0%	4.0%	2.0%	5.0%	2.0%	—	2.0%	67.0%
50歳～59歳	12.0%	2.0%	1.0%	4.0%	1.0%	1.0%	—	79.0%
60歳～69歳	8.0%	5.0%	—	3.0%	—	—	—	84.0%

「テレビ（受像機）を利用した映像配信」利用者の年代としては30代と40代にやや多いという傾向があり、性別では女性がやや多いという傾向があった。しかし顕著といえるほどの差ではなく、「全く利用しない」が7割から8割を占めているという状況である。

4）「Q3 次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ1つ）」において【パソコンを利用した映像配信】に対する回答。

	ほぼ毎日	週に2、3回程度	週に1回程度	月に1、2回程度	年に2、3回程度	年に1回程度	数年に1回程度	全く利用しない
全体	9.1%	10.5%	10.6%	10.8%	2.7%	1.8%	2.0%	52.5%
男性	12.2%	12.4%	9.4%	10.0%	3.4%	2.2%	2.0%	48.4%
20歳～29歳	21.0%	13.0%	7.0%	12.0%	3.0%	3.0%	1.0%	40.0%
30歳～39歳	17.0%	11.0%	6.0%	6.0%	2.0%	2.0%	2.0%	54.0%

40歳～49歳	7.0%	14.0%	10.0%	12.0%	6.0%	2.0%	2.0%	47.0%
50歳～59歳	10.0%	15.0%	12.0%	9.0%	5.0%	3.0%	3.0%	43.0%
60歳～69歳	6.0%	9.0%	12.0%	11.0%	1.0%	1.0%	2.0%	58.0%
女性	6.0%	8.6%	11.8%	11.6%	2.0%	1.4%	2.0%	56.6%
20歳～29歳	9.0%	9.0%	23.0%	13.0%	1.0%	3.0%	1.0%	41.0%
30歳～39歳	4.0%	12.0%	15.0%	18.0%	2.0%	2.0%	2.0%	45.0%
40歳～49歳	6.0%	7.0%	10.0%	13.0%	3.0%	—	3.0%	58.0%
50歳～59歳	5.0%	8.0%	7.0%	7.0%	3.0%	1.0%	2.0%	67.0%
60歳～69歳	6.0%	7.0%	4.0%	7.0%	1.0%	1.0%	2.0%	72.0%

「パソコンを利用した映像配信」では「テレビ（受像機）を利用した映像配信」に比べて、一つ若い世代である20代が最も多いという傾向があった。男女では男性の方が多いという結果であった。「パソコンを利用した映像配信」は、「全く利用しない」も「テレビ（受像機）を利用した映像配信」よりは少なく、若い世代の男性を中心にある程度普及してきているようである。

２　新たなサービスを始めるときに重視するもの

現在ひとつの映像サービス利用者が別の映像サービスを利用する場合に最も重要視するものは何であろうか。その重要視するものは頻繁に利用する者（ヘビーユーザー）と少ししか利用していない者（ライトユーザー）では異なる傾向があるのであろうか。この点を明確にすることは、多少でも今後の映像サービスの展開の方向付けになるのではないだろうか。

１）「Q３　次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル】に対する回答と「Q17 映像配信サービスを利用し、操作する場合に重視する（考慮する）ものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【テレビ受像機を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【テレビ受像機を利用した映像配信サービス】／【店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル】	反応の速さ	反応の正確さ	レジューム機能	チャプター機能・分割	倍速	巻き戻し	画面の構成	カテゴリー構成	あてはまるものはない
ほぼ毎日	44.4%	11.1%	11.1%	44.4%	22.2%	22.2%	11.1%	22.2%	33.3%
週に２、３回程度	26.7%	26.7%	20.0%	20.0%	20.0%	13.3%	13.3%	6.7%	26.7%
週に１回程度	43.6%	29.1%	20.0%	29.1%	25.5%	30.9%	12.7%	12.7%	16.4%
月に１、２回程度	53.8%	41.0%	15.0%	34.7%	29.5%	31.2%	17.9%	16.2%	22.5%
年に２、３回程度	53.7%	38.8%	24.6%	35.1%	29.1%	29.9%	20.1%	18.7%	24.6%
年に１回程度	56.8%	45.5%	15.9%	25.0%	20.5%	34.1%	27.3%	15.9%	18.2%
数年に１回程度	39.1%	30.4%	19.6%	28.3%	21.7%	21.7%	19.6%	10.9%	37.0%
全く利用しない	33.6%	22.9%	12.2%	16.8%	19.8%	21.9%	12.8%	9.9%	47.9%
全体	41.6%	29.8%	15.4%	24.2%	23.2%	25.5%	15.6%	12.7%	36.4%

レンタル利用者がテレビ受像機を利用した映像配信サービスを利用する場合には、感覚的に同

じテレビ画面でリモコン操作していることから、DVD再生器等の持っている便利な機能を重視しているようである。「チャプター機能」のように視たいところがすぐに視られるようなサービスが望まれているようである。

2）「Q３ 次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【テレビ（受像機）を利用した映像配信】に対する回答と「Q17 映像配信サービスを利用し、操作する場合に重視する（考慮する）ものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【テレビ（受像機）を利用した映像配信】＼【携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス】	反応の速さ	反応の正確さ	レジューム機能	チャプター機能・分割	倍速	巻き戻し	画面の構成	カテゴリー構成	あてはまるものはない
ほぼ毎日	34.3%	16.4%	7.5%	14.2%	6.7%	9.7%	4.5%	6.7%	55.2%
週に２、３回程度	26.7%	20.0%	16.7%	20.0%	13.3%	10.0%	3.3%	6.7%	46.7%
週に１回程度	23.1%	30.8%	11.5%	23.1%	11.5%	11.5%	11.5%	7.7%	30.8%
月に１、２回程度	31.6%	21.1%	10.5%	7.9%	13.2%	10.5%	7.9%	5.3%	44.7%
年に２、３回程度	33.3%	16.7%	25.0%	16.7%	—	8.3%	8.3%	—	33.3%
年に１回程度	40.0%	40.0%	—	—	—	—	—	—	40.0%
数年に１回程度	23.5%	17.6%	17.6%	11.8%	—	11.8%	5.9%	11.8%	52.9%
全く利用しない	29.5%	19.6%	7.5%	9.8%	8.4%	10.6%	5.8%	4.5%	61.1%
全体	30.0%	19.6%	8.3%	11.0%	8.3%	10.4%	5.8%	5.0%	57.9%

「ほぼ毎日」テレビ（受像機）を利用した映像配信を利用している層には「全体」と比べて顕著な違いはみられない。中間あたりの層に、「反応の正確さ」や「チャプター機能・分割」を重視する傾向がある。

3）「Q３ 次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ1つ）」の【パソコンを利用した映像配信】に対する回答と「Q17 映像配信サービスを利用し、操作する場合に重視する（考慮する）ものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【テレビ受像機を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【パソコンを利用した映像配信】＼【テレビ受像機を利用した映像配信サービス】	反応の速さ	反応の正確さ	レジューム機能	チャプター機能・分割	倍速	巻き戻し	画面の構成	カテゴリー構成	あてはまるものはない
ほぼ毎日	39.6%	29.7%	20.9%	28.6%	25.3%	26.4%	16.5%	14.3%	31.9%
週に２、３回程度	46.7%	32.4%	16.2%	27.6%	22.9%	23.8%	18.1%	19.0%	24.8%
週に１回程度	47.2%	35.8%	13.2%	28.3%	23.6%	25.5%	14.2%	15.1%	18.9%
月に１、２回程度	52.8%	39.8%	25.0%	37.0%	34.3%	34.3%	22.2%	18.5%	24.1%

年に２、３回程度	59.3%	48.1%	25.9%	29.6%	40.7%	29.6%	22.2%	25.9%	22.2%
年に１回程度	50.0%	33.3%	16.7%	27.8%	16.7%	22.2%	5.6%	5.6%	22.2%
数年に１回程度	50.0%	40.0%	30.0%	40.0%	25.0%	25.0%	35.0%	20.0%	20.0%
全く利用しない	36.0%	24.6%	11.6%	18.3%	19.8%	23.8%	13.1%	8.8%	47.4%
全体	41.6%	29.8%	15.4%	24.2%	23.2%	25.5%	15.6%	12.7%	36.4%

「ほぼ毎日」パソコンを利用した映像配信を利用している層には「全体」と比べて顕著な違いはみられない。中間あたりの層に、「反応の速さ」や「倍速」といったスピード面での使いやすさを求める傾向がみられた。これはパソコン使用者たちが、パソコンに比べてテレビ受像機のネットワーク機能の速度に対して不安視している現れであろう。

４）「Q３ 次にあげる有料映像サービスをどれぐらいの頻度で視聴・利用していますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【パソコンを利用した映像配信】に対する回答と「Q17 映像配信サービスを利用し、操作する場合に重視する（考慮する）ものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【パソコンを利用した映像配信】＼【携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス】	反応の速さ	反応の正確さ	レジューム機能	チャプター機能・分割	倍速	巻き戻し	画面の構成	カテゴリー構成	あてはまるものはない
ほぼ毎日	31.9%	19.8%	13.2%	22.0%	9.9%	9.9%	8.8%	5.5%	52.7%
週に２、３回程度	38.1%	26.7%	10.5%	12.4%	7.6%	11.4%	5.7%	7.6%	44.8%
週に１回程度	37.7%	24.5%	9.4%	14.2%	8.5%	9.4%	2.8%	6.6%	43.4%
月に１、２回程度	37.0%	27.8%	12.0%	16.7%	16.7%	16.7%	10.2%	6.5%	50.9%
年に２、３回程度	37.0%	18.5%	11.1%	3.7%	3.7%	7.4%	3.7%	—	51.9%
年に１回程度	27.8%	38.9%	11.1%	11.1%	5.6%	22.2%	11.1%	11.1%	44.4%
数年に１回程度	20.0%	15.0%	15.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	15.0%	55.0%
全く利用しない	25.1%	15.0%	5.5%	7.4%	6.7%	9.0%	4.8%	3.4%	66.7%
全体	30.0%	19.6%	8.3%	11.0%	8.3%	10.4%	5.8%	5.0%	57.9%

パソコンを利用した映像配信のヘビーユーザーは、携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービスに「チャプター機能・分割」を求めている。中間層は「反応の速さ」や「反応の正確さ」を求める傾向にある。これらはパソコンと携帯（スマートフォン含む）のサービスの違い（=差）そのものでもある。携帯（スマートフォン含む）を利用した映像配信が、パソコンを利用した映像配信利用者を取り込んでいくためには必要となってくるものである。

３　料金

テレビならびにパソコンを利用した映像配信サービスを利用するにあたって、何を考慮するかという設問に対して「料金」と答えた回答者が、それぞれのサービスに対する出費を毎月どの程度までと考えているのかをクロス集計してみた。（注４）

1）「Q15 映像配信サービスを利用するにあたって、考慮するものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【テレビ受像機を利用した映像配信サービス】に対して「料金」と回答した人（=611人）の「Q10 次にあげる映像サービスの毎月の利用料金はどの程度までが限度だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）」に対する回答。

	全体	無料	500円未満	500円～1,000円未満	1,000円～2,000円未満	2,000円～3,000円未満	3,000円～4,000円未満	4,000円～5,000円未満	5,000円以上	わからない
【BSテレビ有料放送】	611	231	145	91	49	20	6	2	1	66
	100.0%	37.8%	23.7%	14.9%	8.0%	3.3%	1.0%	0.3%	0.2%	10.8%
【CSテレビ有料放送（スカパー！ SD/HD)】	611	165	129	103	72	23	14	6	1	98
	100.0%	27.0%	21.1%	16.9%	11.8%	3.8%	2.3%	1.0%	0.2%	16.0%
【CSテレビ有料放送（スカパー！ e2)】	611	164	125	101	79	23	11	7	—	101
	100.0%	26.8%	20.5%	16.5%	12.9%	3.8%	1.8%	1.1%	—	16.5%
【ケーブルテレビ】	611	168	115	90	72	32	14	16	2	102
	100.0%	27.5%	18.8%	14.7%	11.8%	5.2%	2.3%	2.6%	0.3%	16.7%
【店舗等でのDVDやBlu-ray購入】	611	92	108	81	98	69	35	16	16	96
	100.0%	15.1%	17.7%	13.3%	16.0%	11.3%	5.7%	2.6%	2.6%	15.7%
【店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル】	611	89	322	77	42	10	3	1	1	66
	100.0%	14.6%	52.7%	12.6%	6.9%	1.6%	0.5%	0.2%	0.2%	10.8%
【テレビ(受像機)を利用した映像配信】	611	315	130	42	23	11	3	1	—	86
	100.0%	51.6%	21.3%	6.9%	3.8%	1.8%	0.5%	0.2%	—	14.1%
【パソコンを利用した映像配信】	611	382	104	35	14	5	3	2	1	65
	100.0%	62.5%	17.0%	5.7%	2.3%	0.8%	0.5%	0.3%	0.2%	10.6%
【携帯電話(スマートフォン含む)を利用した映像配信】	611	364	111	26	7	4	3	2	1	93
	100.0%	59.6%	18.2%	4.3%	1.1%	0.7%	0.5%	0.3%	0.2%	15.2%

「テレビ受像機を利用した映像配信サービス」で「料金」を重視するという人は、「テレビ（受像機）を利用した映像配信」だけでなく「パソコンを利用した映像配信」や「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信」も、他と比べてお金をかけたくないもののようである。

2）「Q15 映像配信サービスを利用するにあたって、考慮するものは何ですか。（お答えはそれぞれいくつでも）」の【パソコンを利用した映像配信サービス】に対して、「料金」と回答した人（=565人）の「Q10 次にあげる映像サービスの毎月の利用料金はどの程度までが限度だと思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）」に対する回答。

	全体	無料	500円未満	500円～1,000円未満	1,000円～2,000円未満	2,000円～3,000円未満	3,000円～4,000円未満	4,000円～5,000円未満	5,000円以上	わからない
【BSテレビ有料放送】	565	217	130	80	41	18	5	1	—	73
	100.0%	38.4%	23.0%	14.2%	7.3%	3.2%	0.9%	0.2%	—	12.9%
【CSテレビ有料放送（スカパー！ SD/HD)】	565	157	117	87	69	23	12	6	—	94
	100.0%	27.8%	20.7%	15.4%	12.2%	4.1%	2.1%	1.1%	—	16.6%
【CSテレビ有料放送（スカパー！ e2)】	565	156	117	83	75	21	11	7	—	95
	100.0%	27.6%	20.7%	14.7%	13.3%	3.7%	1.9%	1.2%	—	16.8%
【ケーブルテレビ】	565	161	100	79	66	28	18	12	3	98
	100.0%	28.5%	17.7%	14.0%	11.7%	5.0%	3.2%	2.1%	0.5%	17.3%
【店舗等でのDVDやBlu-ray購入】	565	86	94	66	98	66	29	18	17	91
	100.0%	15.2%	16.6%	11.7%	17.3%	11.7%	5.1%	3.2%	3.0%	16.1%
【店舗等でのDVDやBlu-rayレンタル】	565	82	300	68	38	12	2	1	1	61
	100.0%	14.5%	53.1%	12.0%	6.7%	2.1%	0.4%	0.2%	0.2%	10.8%
【テレビ(受像機)を利用した映像配信】	565	297	113	35	22	8	3	—	—	87
	100.0%	52.6%	20.0%	6.2%	3.9%	1.4%	0.5%	—	—	15.4%
【パソコンを利用した映像配信】	565	358	91	34	15	4	3	1	—	59
	100.0%	63.4%	16.1%	6.0%	2.7%	0.7%	0.5%	0.2%	—	10.4%
【携帯電話(スマートフォン含む)を利用した映像配信】	565	341	100	22	7	4	3	1	—	87
	100.0%	60.4%	17.7%	3.9%	1.2%	0.7%	0.5%	0.2%	—	15.4%

「パソコンを利用した映像配信」で「料金」を重視するという人は､特にパソコンや携帯（スマートフォン含む）においては、映像配信のために別途料金を払うようなことはほとんど考えていないようである。無料配信を中心とした視聴のようである。

4　映像サービスを「利用しない」は何をしている

有料映像サービスである、レンタル、有料放送、有料映像配信を「どれも利用しない」という人たちはどのようにメディアと接しているのであろうか。このWebアンケートの最初の設問にある５つのメディア機器との接触状況を、アンケート対象者全体の割合と比較しながら確認してみた。また同様に放送についての満足度も確認してみた。

1）「Q18 DVDやBlu-rayレンタル、有料放送、テレビやパソコンを利用した映像配信サービスの利用についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお選びください。（お答えはそれぞれ１つ)」の【現在の利用状況】に対して「どれも利用しない」という回答者（=402人）の「Q１ 主なメディア接触についてお聞きします。次のメディア器機を１日に平均してどの程度利用・視聴していますか。（お答えはそれぞれ１つ)」に対する回答。

	全体	利用・視聴しない	30分未満	30分～1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間～4時間未満	4時間以上
【テレビ（受像機）】	402	20	21	36	75	94	68	88
	100.0%	5.0%	5.2%	9.0%	18.7%	23.4%	16.9%	21.9%
（全体の割合）	100.0%	3.3%	4.7%	9.4%	22.7%	23.4%	14.1%	22.4%
【パソコン】	402	17	14	37	74	90	51	119
	100.0%	4.2%	3.5%	9.2%	18.4%	22.4%	12.7%	29.6%
（全体の割合）	100.0%	2.1%	3.1%	9.4%	21.5%	22.9%	12.2%	28.8%
【携帯電話（スマートフォン含む）】	402	97	207	38	31	13	7	9
	100.0%	24.1%	51.5%	9.5%	7.7%	3.2%	1.7%	2.2%
（全体の割合）	100.0%	17.2%	48.8%	14.6%	9.2%	5.0%	2.2%	3.0%
【ゲーム機】	402	312	49	16	14	5	1	5
	100.0%	77.6%	12.2%	4.0%	3.5%	1.2%	0.2%	1.2%
（全体の割合）	100.0%	68.8%	17.6%	5.1%	4.6%	2.1%	0.2%	1.6%
【ラジオ】	402	262	70	28	18	10	3	11
	100.0%	65.2%	17.4%	7.0%	4.5%	2.5%	0.7%	2.7%
（全体の割合）	100.0%	57.6%	20.5%	9.4%	5.1%	3.2%	1.3%	2.9%

「どれも利用しない」と回答した人を回答者全体と比較してみると、それほど大きな差異はなかった。すべての項目において「どれも利用しない」と回答した人は、それぞれのメディアとの接触自体が「全体の割合」よりも少ないようである。

2）「Q18 DVDやBlu-rayレンタル、有料放送、テレビやパソコンを利用した映像配信サービスの利用についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」の【現在の利用状況】に対して「どれも利用しない」という回答者（=402人）の「Q４ 次にあげる放送サービス（テレビ）に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」に対する回答。

	全体	大変満足している	概ね満足している	あまり満足していない	全く満足していない	利用していない
【NHK地上波】	402	27	216	68	26	65
	100.0%	6.7%	53.7%	16.9%	6.5%	16.2%
（全体の割合）	100.0%	8.3%	53.9%	18.8%	6.4%	12.6%
【民放地上波】	402	42	225	77	28	30
	100.0%	10.4%	56.0%	19.2%	7.0%	7.5%
（全体の割合）	100.0%	9.9%	57.8%	20.5%	6.6%	5.2%

【BS NHK】	402	18	111	46	18	209
	100.0%	4.5%	27.6%	11.4%	4.5%	52.0%
（全体の割合）	100.0%	6.7%	28.5%	12.5%	3.6%	48.7%
【民放BS】	402	17	101	67	18	199
	100.0%	4.2%	25.1%	16.7%	4.5%	49.5%
（全体の割合）	100.0%	4.9%	26.6%	16.3%	4.5%	47.7%
【CS】	402	10	28	29	4	331
	100.0%	2.5%	7.0%	7.2%	1.0%	82.3%
（全体の割合）	100.0%	3.2%	10.9%	7.1%	0.8%	78.0%
【ケーブルテレビ】	402	8	41	44	6	303
	100.0%	2.0%	10.2%	10.9%	1.5%	75.4%
（全体の割合）	100.0%	3.4%	15.1%	9.7%	1.2%	70.6%

「どれも利用しない」と回答した人を回答者全体と比較してみると、それほど大きな差異はなかった。すべての項目において「利用していない」の割合が、「どれも利用しない」という人のほうが「全体の割合」よりも若干高いところからみると、メディアの利用自体が少ないのかもしれない。

3）「Q18 DVDやBlu-rayレンタル、有料放送、テレビやパソコンを利用した映像配信サービスの利用についてお聞きします。あてはまるものをそれぞれお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」の【これから先の見込み・希望】に対して「どれも利用しない」という回答者（=408人）の「Q４ 次にあげる放送サービス（テレビ）に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」に対する回答。

	全体	大変満足している	概ね満足している	あまり満足していない	全く満足していない	利用していない
【NHK地上波】	408	29	216	66	30	67
	100.0%	7.1%	52.9%	16.2%	7.4%	16.4%
（全体の割合）	100.0%	8.3%	53.9%	18.8%	6.4%	12.6%
【民放地上波】	408	45	232	72	29	30
	100.0%	11.0%	56.9%	17.6%	7.1%	7.4%
（全体の割合）	100.0%	9.9%	57.8%	20.5%	6.6%	5.2%
【BS NHK】	408	18	112	46	19	213
	100.0%	4.4%	27.5%	11.3%	4.7%	52.2%
（全体の割合）	100.0%	6.7%	28.5%	12.5%	3.6%	48.7%
【民放BS】	408	18	101	68	16	205
	100.0%	4.4%	24.8%	16.7%	3.9%	50.2%
（全体の割合）	100.0%	4.9%	26.6%	16.3%	4.5%	47.7%

【CS】	408	8	26	31	3	340
	100.0%	2.0%	6.4%	7.6%	0.7%	83.3%
（全体の割合）	100.0%	3.2%	10.9%	7.1%	0.8%	78.0%
【ケーブルテレビ】	408	8	42	46	4	308
	100.0%	2.0%	10.3%	11.3%	1.0%	75.5%
（全体の割合）	100.0%	3.4%	15.1%	9.7%	1.2%	70.6%

「これから先の見込み」に関しても傾向はほぼ同じである。強いてあげれば、「利用していない」の割合がさらに増え、「民放地上波」に対する満足の割合が上がっている。

5　広告（CM）

最後に民放地上波における「無料放送」に対する満足の割合と映像配信にCMを入れるかどうかという判断の相関関係を検証してみた。民放地上波においてCMと引き換えに可能となっている無料放送をどのようにとらえているのであろうか。

1）「Q５ 民放地上波テレビ放送の以下の項目に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」の【無料放送】に対する回答と「Q20 有料放送（NHKを除く）ならびに映像配信サービスにおける、CM・広告の扱いについてどのように思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【無料放送】＼【テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス】	全体	有料でもCM・広告は全くないほうがよい	CM・広告と有料をミックスして料金を下げるほうがよい	CM・広告を入れて無料にしたほうがよい	わからない
全体	968	131	138	461	238
	100.0%	13.5%	14.3%	47.6%	24.6%
大変満足している	120	10	18	69	23
	100.0%	8.3%	15.0%	57.5%	19.2%
概ね満足している	572	73	81	281	137
	100.0%	12.8%	14.2%	49.1%	24.0%
あまり満足していない	223	34	34	89	66
	100.0%	15.2%	15.2%	39.9%	29.6%
全く満足していない	53	14	5	22	12
	100.0%	26.4%	9.4%	41.5%	22.6%

＊Ｑ５の回答総数は968であった。

民放地上波の「無料放送」に満足している人は「テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス」にも、CMを入れてでも無料であることを望む傾向がある。逆に「無料放送」に満足してい

ない人は、有料でもCMが全くない方をより多く好むようである。ある意味では必然である。

2）「Q５ 民放地上波テレビ放送の以下の項目に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」の【無料放送】に対する回答と「Q20 有料放送（NHKを除く）ならびに映像配信サービスにおける、CM・広告の扱いについてどのように思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【パソコンを利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【無料放送】＼【パソコンを利用した映像配信サービス】	全体	有料でもCM・広告は全くないほうがよい	CM・広告と有料をミックスして料金を下げるほうがよい	CM・広告を入れて無料にしたほうがよい	わからない
全体	968	155	113	448	252
	100.0%	16.0%	11.7%	46.3%	26.0%
大変満足している	120	18	16	60	26
	100.0%	15.0%	13.3%	50.0%	21.7%
概ね満足している	572	82	67	280	143
	100.0%	14.3%	11.7%	49.0%	25.0%
あまり満足していない	223	37	30	87	69
	100.0%	16.6%	13.5%	39.0%	30.9%
全く満足していない	53	18	—	21	14
	100.0%	34.0%	—	39.6%	26.4%

「パソコンを利用した映像配信サービス」もほぼ「テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス」の場合と同じ傾向である。

3）「Q５ 民放地上波テレビ放送の以下の項目に対する満足度に関してお聞きします。あなたのお気持ちに最も近いものをお選びください。（お答えはそれぞれ１つ）」の【無料放送】に対する回答と「Q20 有料放送（NHKを除く）ならびに映像配信サービスにおける、CM・広告の扱いについてどのように思いますか。（お答えはそれぞれ１つ）」の【携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス】に対する回答のクロス集計。

【無料放送】＼【携帯電話（スマートフォン含む）利用した映像配信サービス】	全体	有料でもCM・広告は全くないほうがよい	CM・広告と有料をミックスして料金を下げるほうがよい	CM・広告を入れて無料にしたほうがよい	わからない
全体	968	143	91	375	359
	100.0%	14.8%	9.4%	38.7%	37.1%

大変満足している	120	18	12	49	41
	100.0%	15.0%	10.0%	40.8%	34.2%
概ね満足している	572	75	51	245	201
	100.0%	13.1%	8.9%	42.8%	35.1%
あまり満足していない	223	33	27	67	96
	100.0%	14.8%	12.1%	30.0%	43.0%
全く満足していない	53	17	1	14	21
	100.0%	32.1%	1.9%	26.4%	39.6%

「携帯電話（スマートフォン含む）を利用した映像配信サービス」も基本的には「テレビ（受像機）を利用した映像配信サービス」の場合と同じである。「CM･広告を入れて無料にしたほうがよい」は３つの中で最も少ない。「わからない」という割合が多くなっている。携帯電話（スマートフォン含む）で映像を視聴するという感覚は少ないのかもしれない。特に携帯電話では画面が小さいために視聴には向かないのかもしれない。

６　結び（今後のアンケート調査）

今回のクロス集計により、様々なメディアとの関わりの中で、テレビ（受像機）、パソコン、携帯電話（スマートフォン含む）それぞれの映像配信が置かれている状況が見えてきた。またそれらに対する一般利用者の持っている印象や捉え方のようなものも見えてきた。

今後は他の映像メディアや放送（テレビ）などに関する既存の調査や情報通信関連の研究会なども検証していきたい。今回のアンケート調査も必要があればさらなるクロス集計も行い、他のアンケート調査結果と比較することも継続して行っていきたい。設問や選択肢などの項目をさらに検証し、あわせて映像サービスの状況変化にも対応していくことにより、アンケート調査としてより精度の高い調査として、再度アンケート調査を実施したいと考えている。

日本の映像配信サービスは、政府や家電メーカーの方向転換などもあり、今後の展開がさらに不透明になってきている。そのような時期にアンケート調査を継続して行うことにより、一般利用者の意識の移り変わりを確認しておくことが重要となってくる。基本的な調査項目は継続して行い、状況の変化に応じて調査項目や選択肢などを変更しながら、映像配信サービスがある程度確立するまでは継続して行う必要がある。もし確立してこなかった場合にはその原因を探ることにも役立つであろう。

今後のアンケート調査に関しては、インターネットを利用しない人たちやテレビなどのメディアに関心の薄い人たちも対象に含めた調査が必要となってくる。Web調査以外の電話アンケート、訪問調査、据え置き調査（配布回収法）やインタビュー形式のアンケートも加えたうえで、すべての人を対象とした幅広い調査が必要である。

注

(1) 最初の報告書（第１弾）は、荒巻龍也.（2012年）.「映像配信の現状調査報告」. 筑紫女学園・短期大学部. 人間文化研究所年報』第23号（p.143-161）に掲載。

(2) 具体的な設問内容等は、第１弾の報告書である 荒巻（2012年）のp.151-161を参照。

(3) NHK放送文化研究所.『国民生活時間調査2010』（2011年）を参照。また総務省『平成24年度版情報通信白書』（p.239）にも同様の資料あり。

(4) 総務省の『平成24年度版　情報通信白書』(p.362)に「家計におけるコンテンツ利用状況」の資料あり。また総務省ではこの種の調査を継続的に行っており、「統計データ」（http://www.stat.go.jp/data/kakei/index.htm）として公開している。

（あらまき　たつや：英語メディア学科　教授）