

はじめに

放送倫理・番組向上機構（ＢＰＯ）はNHKと日本民間放送連盟が共同で設置した放送界の第三者機関です。その中の「放送と青少年に関する委員会（青少年委員会）」は2000年4月に設置されました。この委員会は、視聴者から寄せられた青少年に対する放送のあり方や放送番組への意見を各放送局へ伝えるとともに審議を行い、その審議結果と放送事業者の対応等を公表し、放送倫理の高揚に寄与するため、視聴者と放送事業者を結ぶ「回路」としての役割を果たしています。さらに、放送と青少年に関する調査研究を行うことも、重要な柱として取り組んでいます。

青少年委員会では既に2回の調査研究報告書を発表しています。まず委員会が発足した2000年度から、同一サンプルの小学5年生から中学2年生までの4年間を継続的に追跡調査し、「青少年へのテレビメディアの影響調査」として報告書を公表しました。次に2006年には約半年をかけ、小学校高学年から中学生の36人を対象に、徹底したインタビュー調査を行い、テレビと子どもの具体的ななかかわりについて「今、テレビは子ども達にどう見られているか？」として報告書を公表しました。3回目になる今回の報告書は、多様なメディア環境の中に生まれ育った「デジタルネイティブ」といわれる世代（16歳から24歳）300人に焦点をあて、その世代のテレビの見方を総合的に調査分析しまとめたものです。この報告書は、現在のテレビの置かれている状況及び近未来のテレビメディアのあり方についての指針になるものと確信しております。

<調査チームメンバー>

- | | |
|-------|---------------------------|
| 橋元良明 | 東京大学大学院情報学環教授・前青少年委員会副委員長 |
| 是永論 | 立教大学社会学部教授・前青少年委員会委員 |
| 小室広佐子 | 東京国際大学国際関係学部准教授 |
| 吉田暁生 | 東京大学大学院学際情報学府博士課程 |
| 元橋圭哉 | NHK総合企画室〔経営計画〕担当部長 |
| 田村和人 | 日本テレビ編成局デジタルコンテンツセンター長 |

「デジタルネイティブ」はテレビをどう見ているか？

～番組視聴実態300人調査～

報告書作成にあたって

放送と青少年に関する委員会委員長 汐見 稔幸

情報化社会ということばができたとき、その意味をめぐる議論が種々行われた。私は、人間社会にマスコミ情報という新しい環境ができ、人間がそれに次第に依存するようになる社会というような定義よりは、人間自身が情報の網の目にそのひとつとして有機的に組み込まれ、複雑にその構成要素となっていく社会、というような定義の方がびんと来たという記憶がある。それから数十年経ったが、状況は後者のような定義が、実際にはどういうことを指すかということ次第に明らかにしつつあるように思う。

これまでメディアといってもリアルタイムなのはテレビ、ラジオで、タイムラグがあっても保存と繰り返しの情報摂取がきくのが雑誌と新聞というのが定番であった。この二つが適度に役割を分担しつつ、活用されてきた。しかし、今は雑誌の多くが発行維持の危機に見舞われており、若者は新聞を直接紙から読むという習慣から急速に離れつつあることが常識になってきている。かわって登場してきた携帯電話やそれに類する新しいメディアは、リアルタイムであり、場合によっては繰り返しの情報摂取が可能な形に、つまりこれまでのメディアの二つの機能を併せ持つ形に進化してきている。メディアの変容が起こる新しい時代が始まろうとしているのが現代なのであろう。

今回のBPO青少年委員会による若者とメディアをめぐる調査は、そうした変化の予兆が見えてきたことを念頭に置いて、その変化が若者の中にどう浸透しつつあるかという実態を、できるだけ細かく正確に知ろうとしておこなわれたもので、調査方法に独特の工夫が施されている。

BPO青少年委員会は発足以来、小中学生を対象とした、主としてテレビと子どもというテーマの調査をこれまで継続的に行ってきたが、2005年には第一回の調査報告、2007年には第二回の調査報告を行った。今回の調査はこの第二回の調査を踏まえたものであるが、日本全体の将来のメディア生活の変化を読むという視点から、「デジタルネイティブ」と呼ばれる世代を調査対象とした。調査報告は青少年独自のメディア生活の実態というよりは、メディアとのつきあい方の新しいスタイルの芽生えそのものを明らかにするというもくろみをもって行われたものである。

結果はとても興味深いもので、詳しくは本報告書を読んでいただくしかないが、読み方によっては、将来、人間はテレビのオーソドックスなスタイルにこだわるタイプと、テレビよりも携帯あるいはテレビプラス携帯、あるいはPCプラス携帯など、多様化するメディアを柔軟に組み合わせていこうとするタイプなどに分化する可能性も読み取れよう。お読みになった感想をぜひ寄せていただきたい。

目 次

▲はじめに

▲「報告書作成にあたって」

放送と青少年に関する委員会委員長 汐見 稔幸

▲目次

▲要約

0. 調査の目的・方法【橋元良明】	1
0.1 調査の目的	
0.2 調査の方法	
0.3 アンケート調査の基本質問項目	
0.4 番組表記録調査	
1. テレビの見られ方	
1.1 視聴時間【吉田暁生】 —平日1時間59分、休日2時間15分	5
1.2 視聴行為者率時刻推移 —平日は22時台、休日は20時台がピーク	7
1.3 視聴環境 —自宅が97.9%、家族との視聴も半数以上、見慣れた番組を見ることが多い	11
1.4 番組視聴周辺の行動【是永論】	14
1.4.1 視聴前後の情報行動 —直接会って話題にするほか、インターネット検索・メールでの情報交換も	
1.4.2 CM視聴 —積極的には見られていないCM	
1.4.3 まとめ	
1.5 テレビ視聴並行行動と集中度・専念度・満足度【吉田暁生】	18
—携帯電話をいじりながらの視聴が多く、視聴率が高くてもよく見ているとはかぎらない	
1.6 放送サービスの利用【元橋圭哉】	30
—4割あまりがテレビの多チャンネルサービスを利用しておらず、地上波の視聴が中核	
1.6.1 日本のおもなテレビサービスの状況	
1.6.2 放送サービスの利用実態 —4割あまりが地上波以外のテレビサービスを利用せず、有料サービスを敬遠か	
1.7 テレビとの関わり方【是永論】	37
1.7.1 番組の見方 —番組の作られ方・しかけに関心、大学生に多い批判的な見方	
1.7.2 大切だと思うメディア —携帯電話への支持が高いが、テレビの支持とのつながりも	
1.7.3 テレビの必要性、将来性 —それぞれ意見が大きく割れる	
1.7.4 まとめ	

2. 地上デジタル放送【元橋圭哉】	-----43
—半数以上が地上デジタル放送に未対応。対応者もデジタル放送の視聴に不慣れな状況も	
3. ネット動画【田村和人】	-----53
3.1 ネット動画の利用	
3.1.1 動画配信サイトの利用	—利用率は全体の約3分の1、利用されるサイトも集中
3.1.2 動画投稿サイトの利用	—YouTubeが圧倒的、ニコニコ動画が次ぐ
3.1.3 動画投稿サイトの一回あたり利用時間	—30分～1時間未満に集中
3.1.4 ネット動画利用とテレビ視聴	—相関関係をみとめられず
3.2 テレビ番組に関連した動画	
3.2.1 動画のうちテレビ番組関連の比率	—およそ半分の人にはテレビ関連動画の比率が50%以上
3.2.2 投稿されたテレビ番組についての感想	—行為者の4割弱は見逃した番組を視聴
3.3 考察	
4. ワンセグの普及と利用状況【是永論】	-----62
4.1 ワンセグの視聴状況	
4.1.1 ワンセグ機器の所有と視聴頻度・時間	—半数が所有するも、その半数はほとんど視聴しない状況
4.1.2 ワンセグの視聴場所	—自分の部屋・自宅が最も多い
4.1.3 ワンセグへの不満	—多い不満、活発な視聴がバッテリー消耗とジレンマに
4.2 まとめ	
5. その他の情報行動と余暇の行動	-----69
5.1 その他の情報行動【橋元良明】	
5.1.1 携帯電話	—メールは「ほぼ毎日」が8割弱
5.1.2 パソコン関連	—携帯よりも低いパソコンの利用頻度。動画サイト利用は活発
5.1.3 その他の情報行動頻度	—3割が新聞を読まず
5.1.4 高頻度利用者における1日の利用頻度	—「毎日利用者」においては利用時間が長いパソコンのゲーム、動画サイト
5.1.5 性別、職業別にみた情報行動頻度	—携帯メールは女性、パソコン「動画サイト」は男性および大学生
5.1.6 情報行動頻度とテレビ視聴時間	—動画サイトの利用とテレビ視聴時間は統計上有意な関連なし。「毎日利用者」に限定するとテレビ視聴とは負の相関傾向
5.2 余暇で重要なこと【吉田暁生】	—携帯メールが1位、テレビは2位-----77

6. 諸メディアの効用と信頼度【橋元良明】	79
6.1 放送諸メディアの効用(利用と満足)	
6.1.1 地上波テレビ、動画配信サイト、動画投稿サイトの比較	
— ネット情報に比べ、テレビの効用は相変わらず大きい	
6.1.2 男女、職業、テレビ視聴時間と「地上波テレビ」の効用認識の関連	
— 女性の方がテレビで感動	
6.2 諸メディアへの信頼度	
6.2.1 諸メディアへの信頼度比較 — 信頼度が高い新聞、テレビニュース	
6.2.2 男女、職業、テレビ視聴時間とメディアへの信頼度	
— テレビをよく見る人ほど情報番組・ワイドショーへの信頼が高い	
6.3 大きなニュースを最初に知ったメディア	
— やはりビッグニュースの最初の情報源は圧倒的にテレビ	
7. 機器の所有【吉田暁生】	87
— 薄型テレビの所有率は53.2%、デジタル録画機の所有率は60.0%、自室テレビは46.5%	
8. グループ・インタビュー調査【小室広佐子】	89
8.1 調査概要	
8.2 ハードディスクレコーダー利用群	
8.3 ネット動画利用群	
8.4 ワンセグ利用群	
8.5 3メディアを通じたまとめ	
9. まとめ【橋元良明】	124
9.1 テレビの視聴時間とその必要性、他メディアとの関連	
— テレビはすでに必要不可欠のメディアではない。動画サイト高頻度利用者はテレビ視聴時間を侵蝕傾向	
9.2 ながら — テレビ視聴はケータイとともに	
9.3 IPTV、ネット動画 — テレビ視聴は「タダ」に限る？	
9.4 デジタル放送 — デジタル移行に大きな課題	
9.5 さいごに	
付録	131
単純集計値付番組表記録調査票	
単純集計値付アンケート調査票	
番組ジャンル分類一覧	