

デジタル時代のメディア調査

報告書

(2011年1月14日～2月2日調査)

I	調査の設計	1
II	調査のポイント	4
III	調査の概要	5
IV	質問ごとの内容	12
	◆付表 自由回答	
V	単純集計	39
VI	調査票	43



社団法人 長野県世論調査協会

Tel 026-233-3616 Fax 026-233-3610

<http://www.nagano-yoron.or.jp>

I 調査の設計

◆ 調査の目的

テレビの地上デジタル放送完全移行（アナログ放送終了）まで半年を切った。2010年はスマートフォンや電子書籍、電子新聞が話題になり、活字文化のデジタル化も進んでいる。

こうした身近なメディアのデジタル化が、私たちの生活にどのような影響をもたらすのか、暮らしは便利になるのか、インターネット社会は今までのメディアをどう変えていくのか—県民の実情と意識を探った。

◆ 調査の設計

▽調査対象	長野県内に住む20歳以上の男女800人
▽抽出方法	層化三段無作為抽出法。対象者は各市町村の選挙人名簿から抽出
▽調査時期	2011年1月14日～2月2日
▽調査方法	郵送（一部ファクス・インターネット回収）
▽調査地点	19市6町6村（計31市町村）

◆ 回収結果

▽有効回収（率）	426人（53.3%）	男性199人	女性227人
----------	-------------	--------	--------

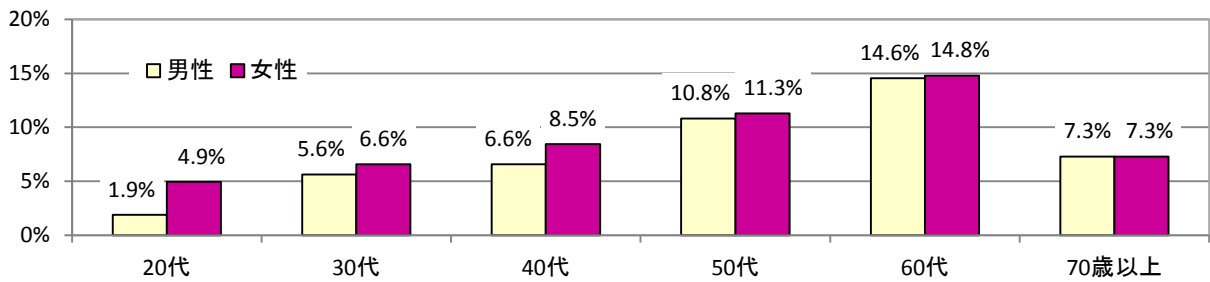
<注>報告書のパーセント数字は小数点第2位を四捨五入。合計が100にならない場合がある。

概要の文中は小数点以下を四捨五入して表記した。

回収サンプルの内訳

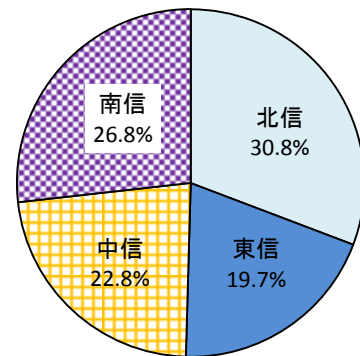
【性別と年代】

	合計	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上
全体	426	29	52	64	94	125	62
	100.0%	6.8%	12.2%	15.0%	22.1%	29.3%	14.6%
男性	199	8	24	28	46	62	31
	46.7%	1.9%	5.6%	6.6%	10.8%	14.6%	7.3%
女性	227	21	28	36	48	63	31
	53.3%	4.9%	6.6%	8.5%	11.3%	14.8%	7.3%



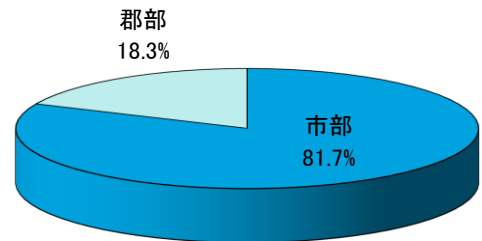
【地域】

北信	131	30.8%
東信	84	19.7%
中信	97	22.8%
南信	114	26.8%



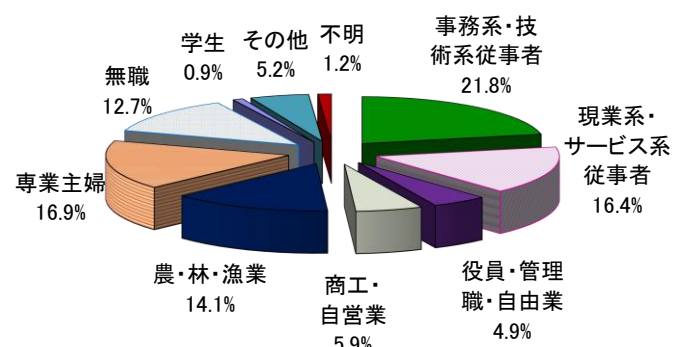
【市郡別】

市部	348	81.7%
郡部	78	18.3%



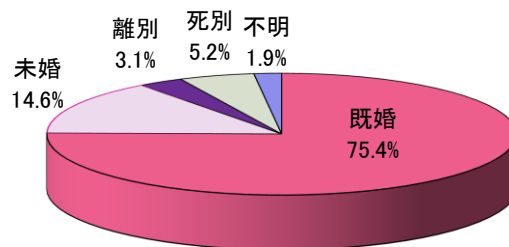
【職業】

事務系・技術系従事者	93	21.8%
現業系・サービス系従事者	70	16.4%
役員・管理職・自由業	21	4.9%
商工・自営業	25	5.9%
農・林・漁業	60	14.1%
専業主婦	72	16.9%
無職	54	12.7%
学生	4	0.9%
その他	22	5.2%
不明	5	1.2%



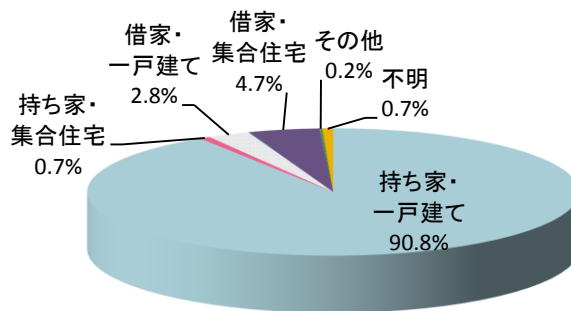
【結婚】

既婚	321	75.4%
未婚	62	14.6%
離別	13	3.1%
死別	22	5.2%
不明	8	1.9%



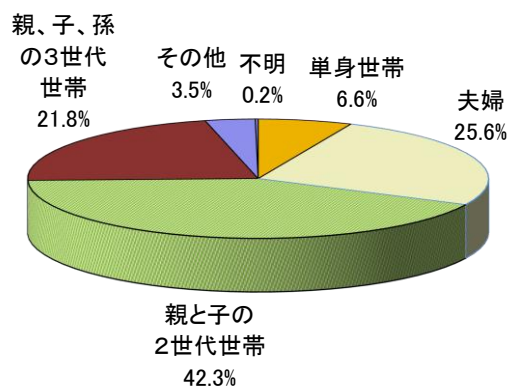
【住居形態】

持ち家・一戸建て	387	90.8%
持ち家・集合住宅	3	0.7%
借家(公営含む)・一戸建て	12	2.8%
借家(公営含む)・集合住宅	20	4.7%
その他	1	0.2%
不明	3	0.7%



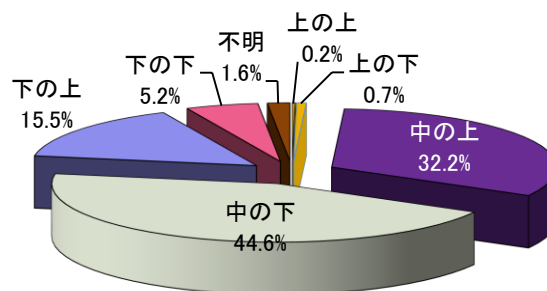
【家族構成】

単身世帯	28	6.6%
夫婦	109	25.6%
親と子の2世代世帯	180	42.3%
親、子、孫の3世代世帯	93	21.8%
その他	15	3.5%
不明	1	0.2%



【暮らし向き】

上の上	1	0.2%
上の下	3	0.7%
中の上	137	32.2%
中の下	190	44.6%
下の上	66	15.5%
下の下	22	5.2%
不明	7	1.6%



II 調査のポイント

テレビの地上デジタル放送完全移行（アナログ放送終了）まで半年の調査時点で、まだ未対応の家が10%ある。昨年大きな話題となった電子書籍、スマートフォンも県民にはまだ浸透していない—「デジタル時代のメディア」調査から、こんな実情が明らかになった。

進むデジタル化のなかで県民のメディアへの対応は変化しているのか—今回の調査のポイントは次の通り。

1 家庭の地上デジタル放送対応テレビの普及率は88%で、総務省調査の92%（2010年9月末、世帯比）よりやや低い。このうちテレビを1台だけ持っている家庭では3割近くが未対応で、複数台持っている家庭に比べ普及が遅れている。また調査した家庭にあるテレビの総台数比で計算した地デジ普及率は65%で、このままでは7月24日以降3台に1台は見られなくなる可能性がある。

2 読書は、この3ヵ月間に1冊も本を読まない人が48%に上った。購入ゼロも48%と本の販売金額が6年連続減少している出版界の実情を裏付ける結果となった。昨年は「国民読書年」でさまざまなイベント、アピールがあったが効果は見えない。電子書籍については、マスコミで話題になったがまだ認知度、利用度も低く「読んだことがある」人は4%にすぎない。若い世代を中心に意欲はあるので、電子書籍端末や、コンテンツが出そろう今年が進展するかどうかの分岐点になりそうだ。

3 日ごろニュースや情報入手の手段はテレビが90%、新聞65%。4年前の調査（06年11-12月）と比べテレビは変わらないが、新聞は7ポイント減少した。年代別で見ると20代はテレビに次ぎ携帯電話によるインターネット、30代はパソコンによるインターネットが2位に入り新聞を上回った。

4 メディアへの接触時間はテレビ2時間以上が61%、新聞は30分未満が42%だった。インターネットはパソコン、携帯電話（スマートフォン含む）とも利用者が4割弱で30分未満が多い。

5 インターネット利用についてパソコンは4年前に比べ伸びず、携帯電話が伸びてきた。携帯電話はメール利用が8割に上る。「今後世論の流れに影響力を増す」と思う人はテレビ53%、新聞18%に対し携帯電話は73%だった。

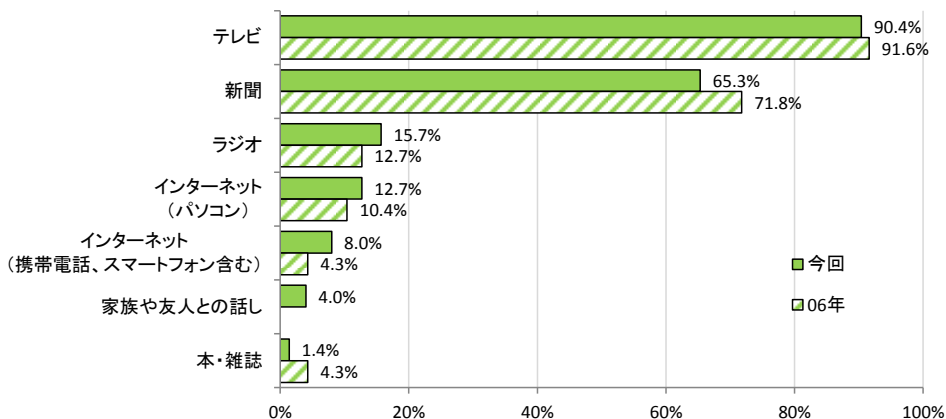
以下主な内容を質問ごとに紹介する。

Ⅲ 調査の概要

メディアへの接触度 (問1～4)

◆ニュースや情報はテレビ、新聞から

日ごろ得ているニュースや暮らしの情報手段を2つに絞り挙げてもらった。テレビが90%、新聞65%、ラジオ16%、インターネットはパソコン13%、携帯電話8%で、4年前の調査(06年11-12月)との比較では携帯電話が倍増している。テレビは年代別で大きな差はないが、新聞と携帯電話は世代間格差が目立つ。携帯電話は20代、パソコン30代、新聞は40代以上が多い。



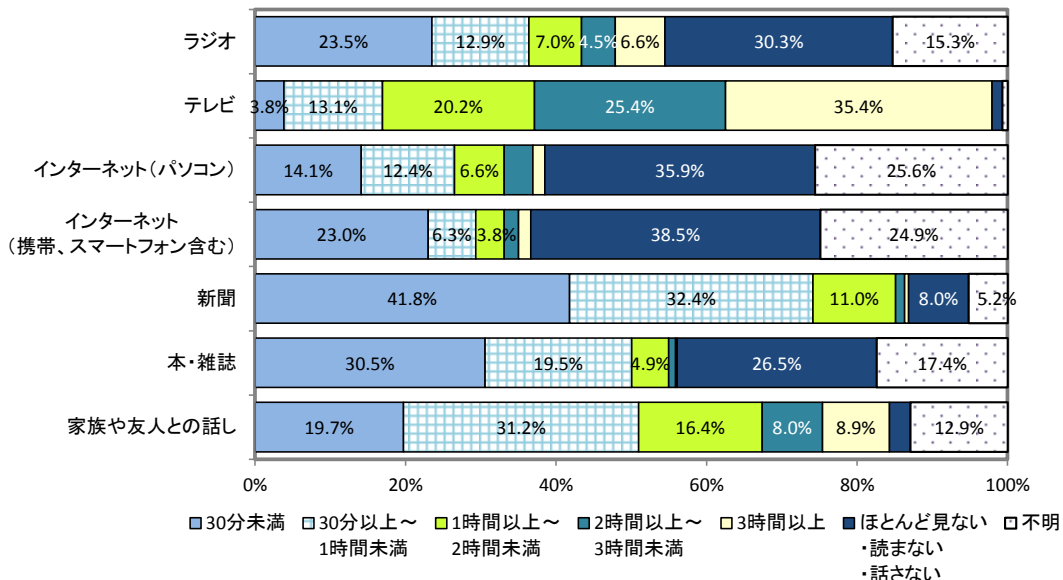
◆接する時間、テレビが圧倒的

メディアごとに1日に接する時間を聞いた。テレビは98%が見ており時間別で3時間以上が一番多い35%、次いで2時間以上～3時間未満の25%。

新聞は87%が読んでいるが時間は30分未満が42%。ただ20代、30代の2割以上は「ほとんど読まない」と答えている。

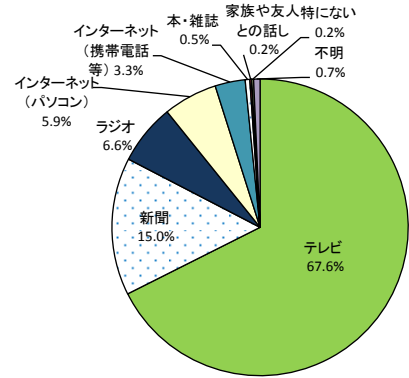
インターネットで高齢者の不明が多いのは「利用なし」と推定できる。全体の利用は半数に達していない。20代の携帯電話を使っている時間「1時間以上～2時間未満」35%は、ほかの年代に比べてとりわけ高い。家族や友人との話しも長め。

また20代と30代はラジオを「ほとんど聞かない」人が半数を超えている。



◆一番役に立っているメディアはテレビ 68%

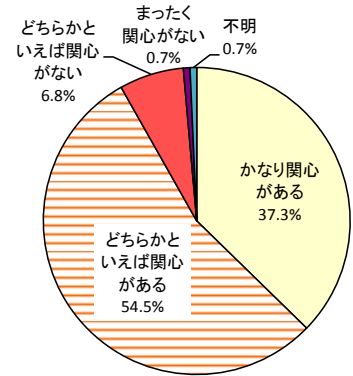
ニュースや情報を知る上で役に立っているメディアはテレビが断然トップの68%で、新聞の15%を大きく引き離れた。一つに絞ってもらったので、前問の答えのように多くの方が長時間テレビを見ている現状を反映している。年代別では携帯電話によるインターネットを、20代の28%が挙げているのが目立つ。



◆県内のニュース・話題に「関心がある」全体で92%

県内や地域のニュース・話題に「かなり関心がある」「どちらかといえば関心がある」を合わせ92%。「かなり関心がある」層は高齢者ほど高くなり70歳以上で半数を超える。

また主な情報入手の手段として新聞を挙げている人は「かなり関心がある」が42%で、ほかのメディアに比べ高い。



テレビについて

(問5~8)

◆家庭の地デジ化対応 88%

テレビの所有は2台、3台の家が各3割、4台以上も2割超える。1台だけ持っている家は16%で4年前調査に比べやや増えている。

このうち地上デジタル対応テレビは、全家庭の88%に普及している。総務省の調査(長野県のサンプルは200人)では、昨年9月末現在で世帯普及率が92%なので4ポイントの差。しかし1台持っている家だけを見ると普及率は67%、複数台持っている家に比べてかなり低い。

推計では長野県全世帯の1割である7万世帯以上が未対応で、そのうち特に1台ある家庭の対応が遅れていると言えそうだ。

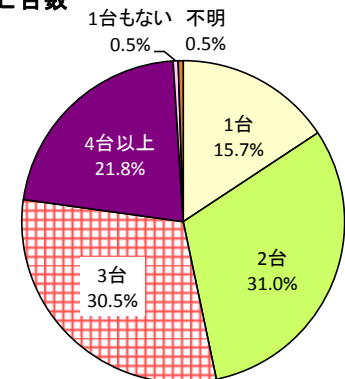
ちなみに各家庭にあるテレビの総台数のうち地デジ対応の割合を概算してみると65%で、このままでは7月24日以降、映らないテレビが相当数に上ることが分かった。

(注) 調査対象家庭のテレビ1145台、うち地デジ対応740台

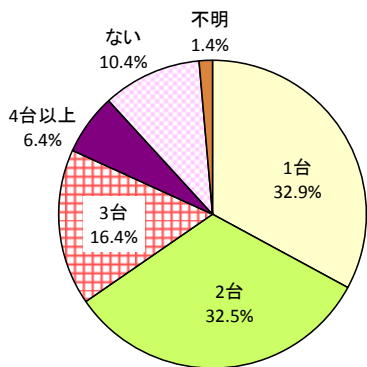


アナログ放送の終了日時は「7月24日を知っている」が74%、「2011年は知っていた」が23%で周知されていた。

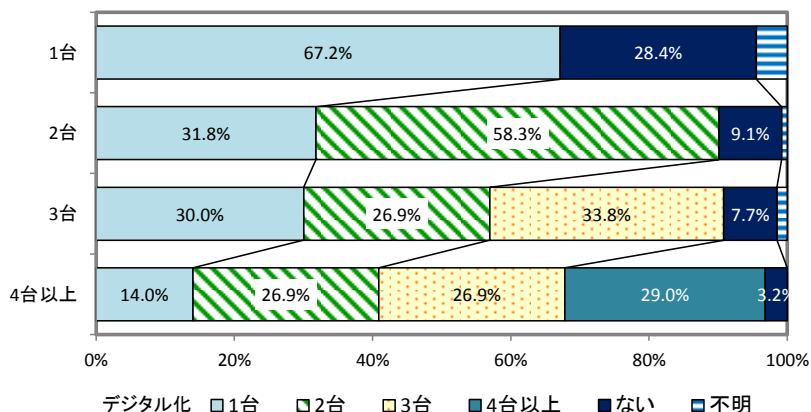
◆ご家庭のテレビ台数



◆地デジ化のテレビ台数



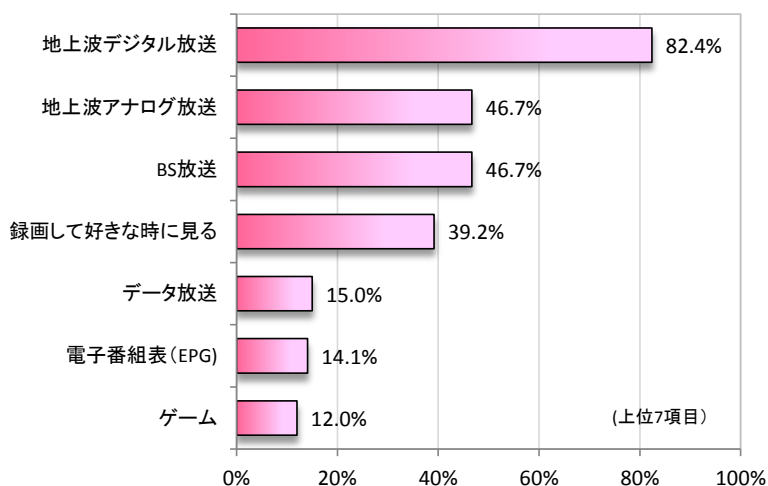
◆家のテレビの中でデジタル化してあるテレビ台数は



◆見ているものは「デジタル放送」に次いで「アナログ」「BS」

テレビで見て(利用して)いるものを選択肢から全部答えてもらった。「地上波デジタル放送」82%、「アナログ放送」「BS」が同列の47%、「録画して好きな時に見る」が39%、少し離れて「データ放送」15%、「電子番組表」14%の順だった。

録画利用は若い世代ほど多く、BSは男性と高齢層がよく見ている。



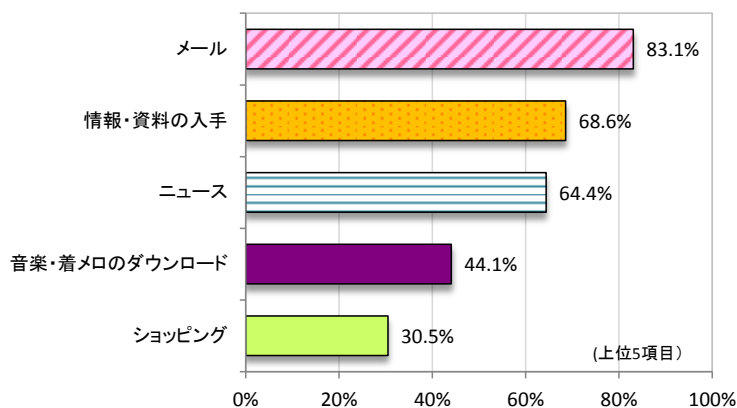
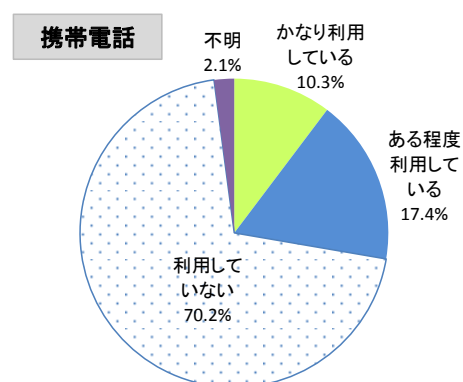
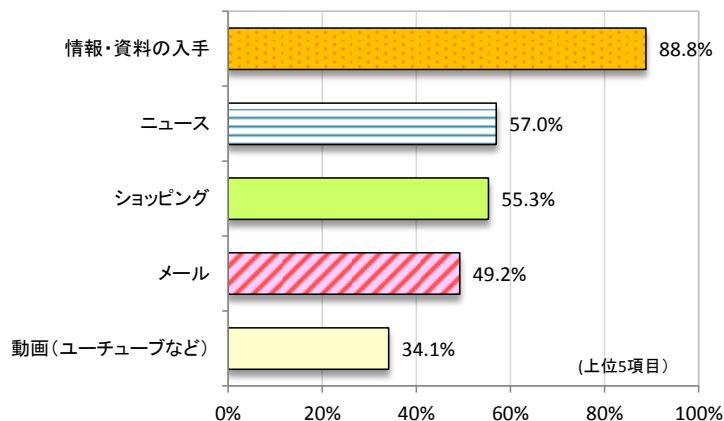
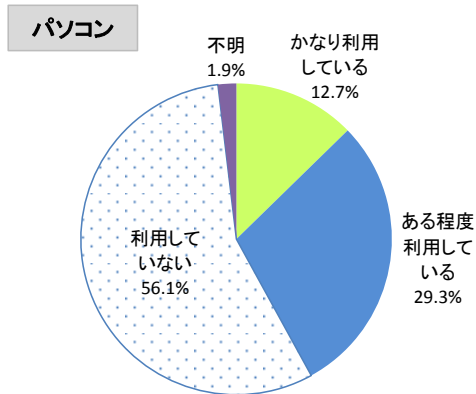
インターネットについて

(問9~12)

◆パソコンと携帯電話で利用目的の違い

インターネット利用の目的をパソコン、携帯電話(スマートフォン含む)に分けて聞いた。利用している人は両方とも全体では半数に達していないが、よく使う40代までと、あまり使わない50代以上で対照的な結果が出た。両方とも60代以上は利用していない人が圧倒的に多い。携帯での利用は20代が全体で83%に上り、ほかの年代と大きな違いを示した。

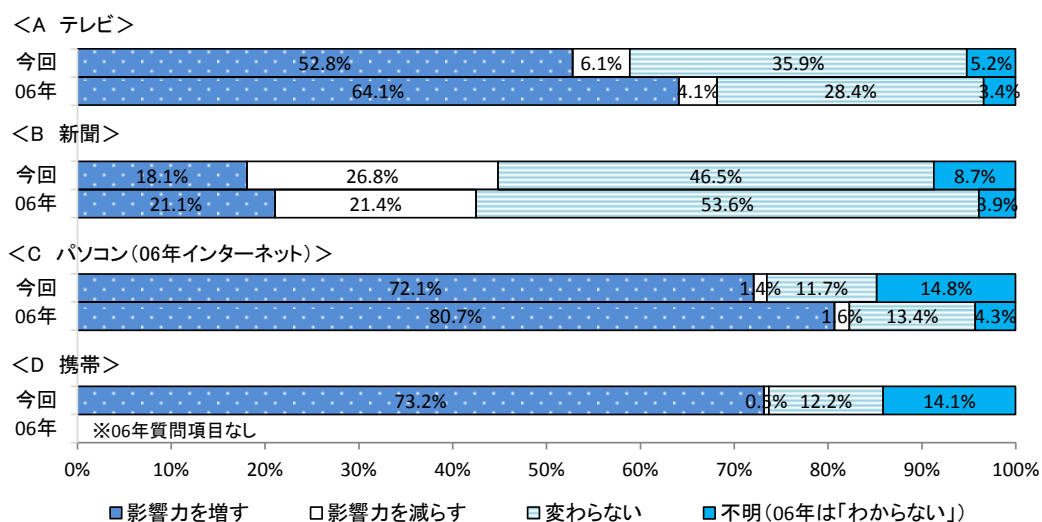
利用している人の目的はパソコンが「情報・資料の入手」89%、「ニュース」57%、「ショッピング」55%のトップ3に対し、携帯は「メール」83%、「情報・資料の入手」69%、「ニュース」64%の順で、「ショッピング」と「メール」に大きな差が見られた。



メディアの影響力 (問 13)

◆「今後影響力を増す」のは「携帯」「パソコン」7割

今後さまざまな世論の流れへの影響力を4媒体に分けて聞いた。4年前との比較で「影響力を増す」はテレビ、新聞とも減少。パソコン、携帯電話は73%前後だが、前回インターネットとして聞いた81%よりは減っている。ただ20代～40代は両方とも9割近くが「影響力を増す」と答えている。男女差はあまりない。

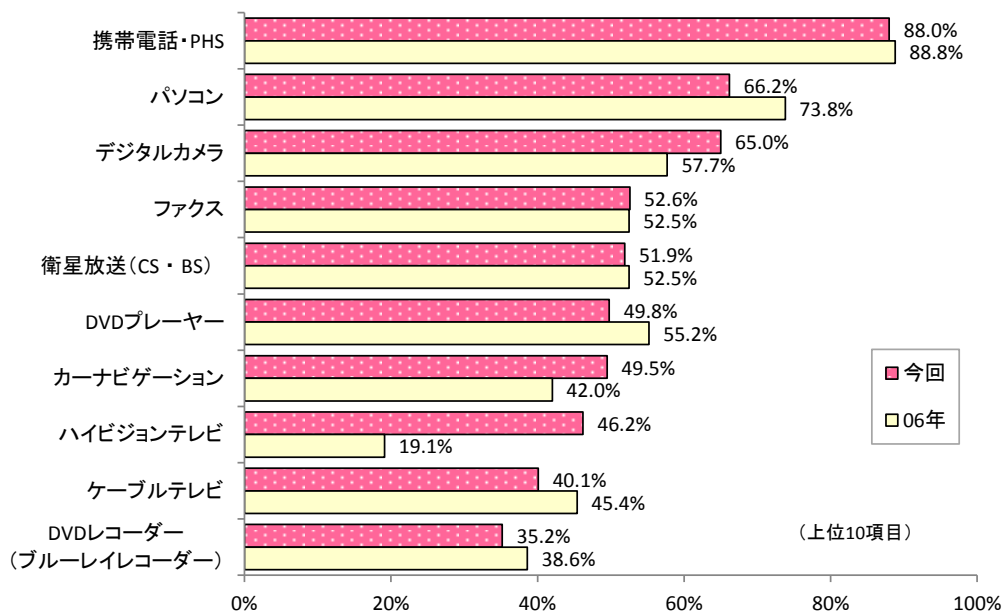


家庭で持っている情報通信機器 (問 14)

◆「携帯」88%、「パソコン」66%、「デジカメ」65%

家庭で持っている機器でトップは「携帯」の88%、「パソコン」「デジタルカメラ」が65%程度で続く。「パソコン」「DVDプレーヤー」は前回調査よりやや減少、逆に大幅に増えたのはハイビジョンテレビで19%から46%に27ポイント伸びた。地デジ化に伴う最近のテレビ販売台数増を反映している。

今話題のスマートフォンはまだ5%程度にとどまっている。



本、電子書籍について (問 15~23)

◆3ヵ月間に1冊も読まない人がほぼ半数

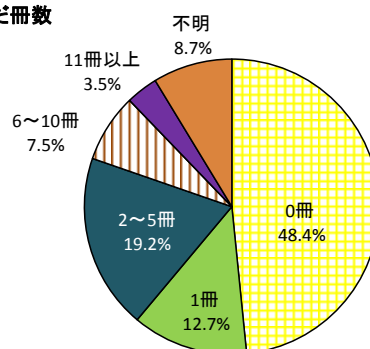
話題の電子書籍以前に現在の読書状況を聞いた。1ヵ月では多忙など個人にいろいろな事情があると思われ、3ヵ月と長い期間で尋ねたが0冊と答えた人が48%に上った。1冊が13%、2~5冊が19%。年代別で一番読んでいるのは40代だった。

購入した本も0冊が48%で1冊が11%と読んだ冊数と同様の傾向だ。

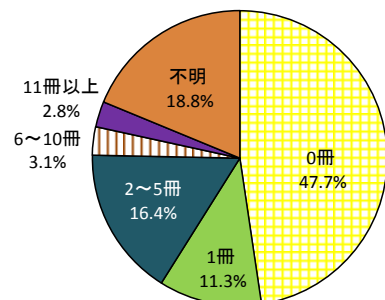
ネットとの関係では「利用していない」人の方が本も読んでいない。

(注) 文化庁の平成20年度「国語に関する世論調査」によれば、1ヵ月に本を読まない人は46%。また昨年9月実施

◆読んだ冊数



◆買った冊数

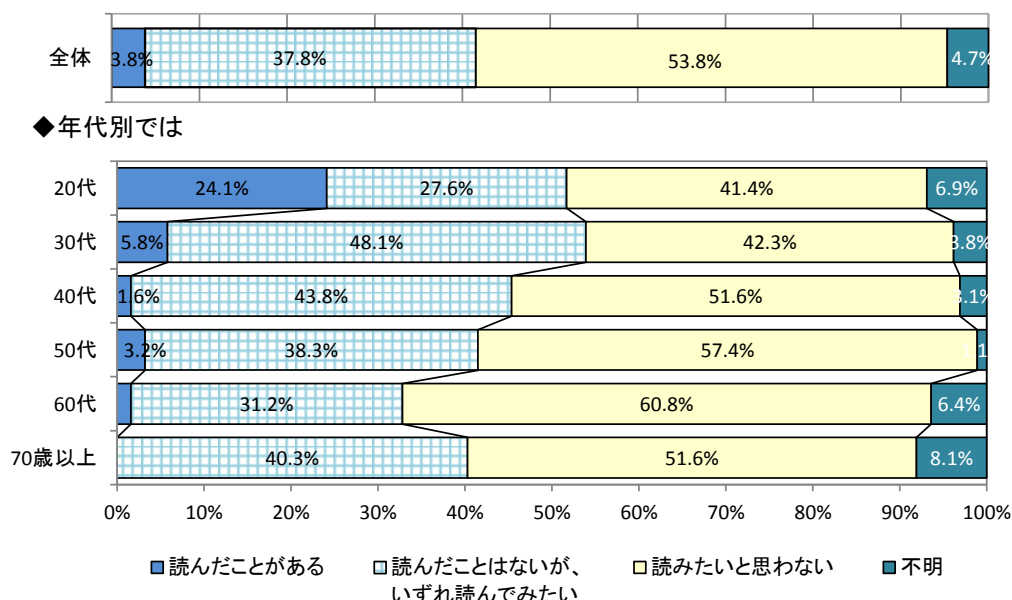


の読売新聞の読書に関する全国世論調査では1ヵ月間に1冊も本を読まなかった人は52%。ほぼ同時期の毎日新聞の世論調査では書籍の読書率は48%となっている。聞いた期間の違いはあるが、本を読まない人は県内も全国とほぼ同じレベルと言える。

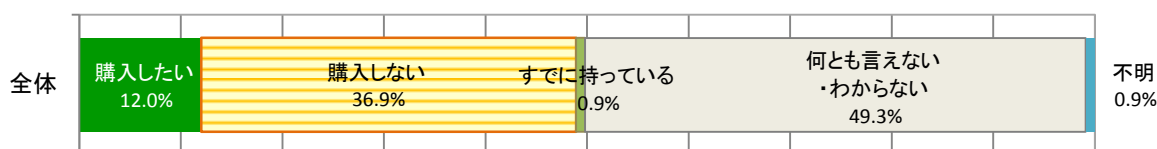
長野県の「朝の読書」実施率は、小学校94%、中学校97%で全国トップクラスだが高校は46%で全国平均並み（朝の読書推進協議会、2011年2月調べ）。この読書運動が成人の読書につながっていないように見える。

◆電子書籍「読みたいと思わない」過半数

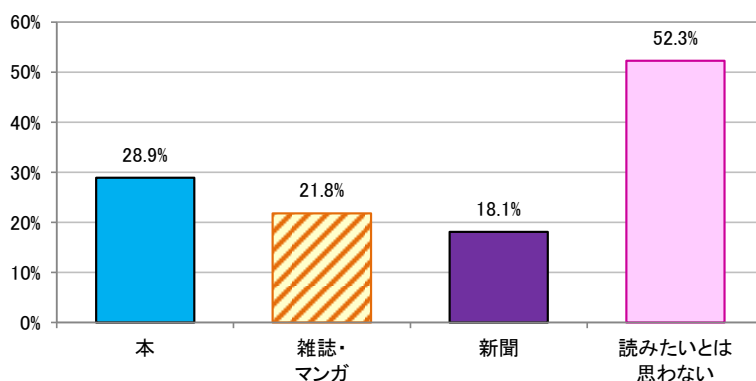
昨年から話題になった電子書籍は、まだほとんど読まれていない。「読んだことがある」は4%にすぎない。ただ20代は4人に1人が読んだことがあり、他の年代に比べ図抜けて多い。「いずれ読みたい」を加えれば20代、30代は半数を超える。



また「読んだことがある」人でも多くは無料版で購入は少ない。電子書籍端末の認知度も低く、「初めて聞いた」人も2割以上だった。購入意欲も「何とも言えない・わからない」が半数近い。

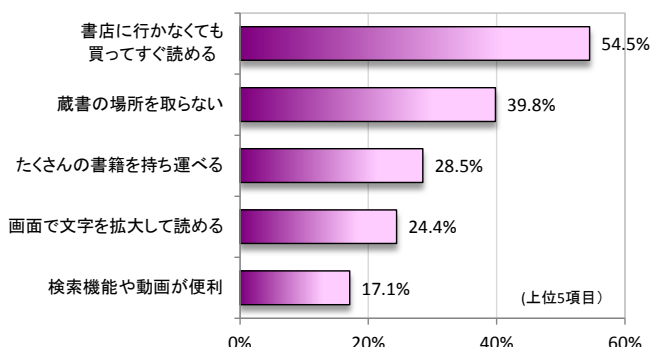


全員に聞いた電子書籍端末で読んでみたいものは「本」「雑誌・マンガ」「新聞」の順番だが、男性はこの3つがほぼ25%前後で並んだ。

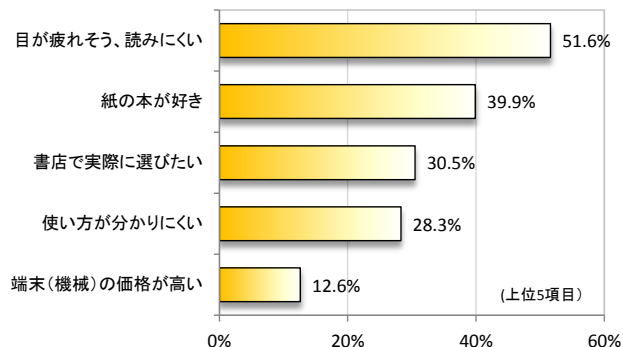


「本」を読みたいと挙げた理由では「書店に行かなくても買ってすぐ読める」「蔵書のある場所を取らない」「たくさんの書籍を持ち運べる」が上位3項目。逆に読みたくなかった人は「目が疲れそう」「紙の本が好き」「書店で実際に選びたい」が上位に挙げられた。

◆電子書籍を読みたい理由

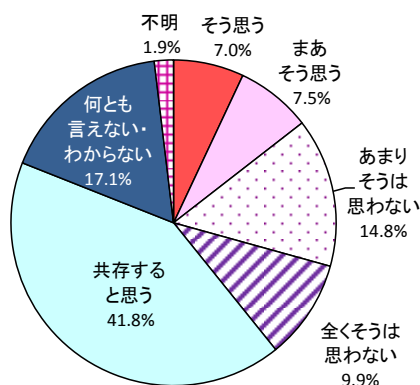


◆電子書籍を読みたくない理由



◆「紙の書籍」と「電子書籍」共存 42%

「今後『紙の書籍』の時代が終わり、次第に『電子書籍』の時代になるだろう」という意見について、「そう思う」は全体で 15%、否定が 25%、共存が 42%。若い世代やネットを利用している人も「共存すると思う」が一番多かった。



自由回答 (問 24)

◆お年寄り、弱者への配慮を望む声

デジタル時代のメディアに望むことを自由に書いてもらった。大きく分ければ①機器の進歩についていけないお年寄りや弱者へ分かりやすく簡単な対応 ②デジタル化で機器にお金がかからないように ③真実、正確な情報の提供 ④個人情報の管理をしっかり一の要望に集約できる。

老若男女を問わず、アナログの良い面を残してほしいとの声も強かった。(詳しくは 35 ページからの自由回答を参照)