

インターネット利用とテレビ視聴の関係

～ テレビの視聴スタイルの変化と方向 ～

副主任研究員 松村 憲仁

はじめに

- 1．テレビの視聴態度の変化～番組へのこだわりは希薄化
 - 2．インターネット利用とテレビ視聴～テレビ離れ現象
 - 3．テレビの進化と視聴スタイルの方向～テレビ回帰の期待
- おわりに

はじめに

平成 12 年 12 月より B S デジタル放送の本放送が開始され、テレビの視聴に新たな選択肢が加わった。今後、平成 15 年までには、三大都市圏で地上波放送のデジタル放送化が予定され、これまでの C S デジタル放送、C A T V 放送とともに、本格的なデジタル、多チャンネル化が始まろうとしている。日常生活に深く入り込んだ存在であるテレビのデジタル化は、新たな情報家電としての期待も強く持たれている。

本稿は、平成 12 年度に総務省（旧郵政省）郵政研究所の委託により、多チャンネル時代の視聴者行動及び放送市場の変化を明らかにすることを目的に実施した「テレビに関するアンケート調査」のデータを用い、インターネット利用とテレビ視聴の関係をまとめるとともに、テレビの視聴スタイルの方向について若干の考察をしてみたい。

なお本稿の参考とした「テレビに関するアンケート調査」の調査結果については、総務省（旧郵政省）郵政研究所の『郵政研究所月報 2001.8』で紹介されることとなっている。

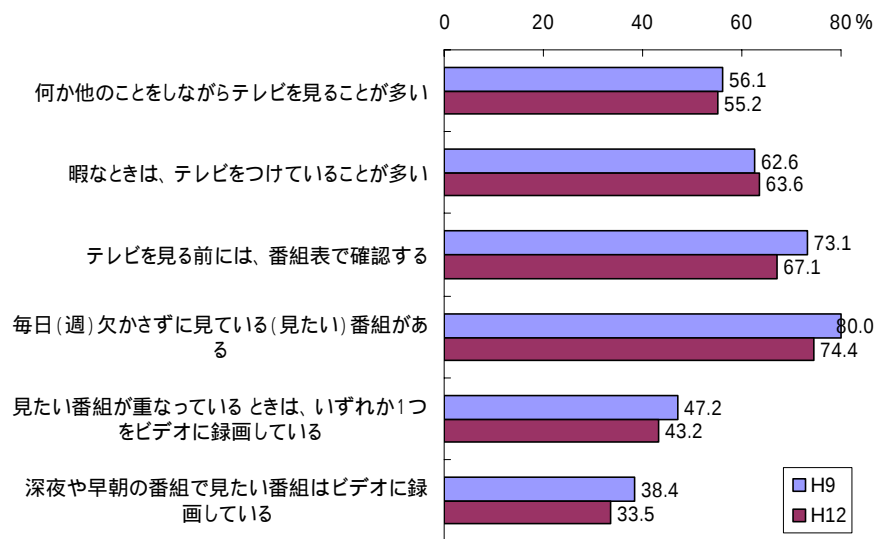
1．テレビの視聴態度の変化～番組へのこだわりは希薄化

始めに、「テレビに関するアンケート調査」のデータを用い、この数年で、視聴者の日頃のテレビ視聴に変化の兆しがうかがわれることからみていきたい。

「テレビに関するアンケート調査」は、過去 3 度（平成 6 年 2 月、平成 9 年 10 月、平成 12 年 11 月）実施されており、調査日における実際のテレビの視聴行動や日頃のテレビの視聴形態、情報機器の保有や関心などをたずねている（調査スペックは後述）。

ここでは、平成 9 年と 12 年に、15 歳以上の回答者に対してたずねた日頃のテレビの視聴形態に関する時系列比較の結果に着目したい（図表 1）。

図表 1 テレビの視聴形態の変化

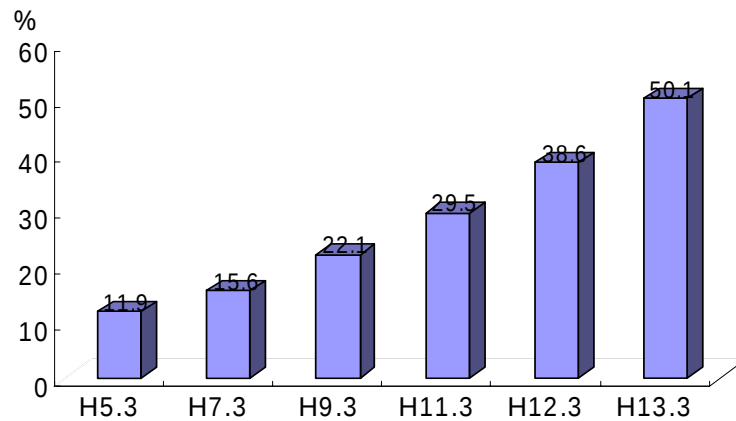


「テレビに関するアンケート調査」結果より作成

例えば、いわゆる「ながら視聴」(＝「何か他のことをしながらテレビを見ることが多い」)や「暇なときは、テレビをつけていることが多い」といった特段の目的を持たずにテレビを視聴する人々の割合に変化はなく、ほぼ一定した視聴形態となっている。しかしながら、視聴したい番組へのこだわりは弱まっているようで、具体的には「テレビを見る前には、番組表で確認する」や「毎日(週)欠かさずに見ている(見たい)番組がある」という人々の割合が大きく減少している。また同様に、見たい番組が重なっていたり、早朝や深夜の見たい番組を「ビデオ録画」する視聴者も減っている。番組へのこだわりや愛着を感じる視聴者は少なくなっているといえよう。こうした変化については、もちろん、調査時の設定、回答サンプルの属性や配信されている番組などの要因も考えられるが、この2時点の間に、視聴者のテレビ番組に対する意識や視聴形態に何らかの変化が起きつつあることは、ここから読み取ることができるのではないだろうか。

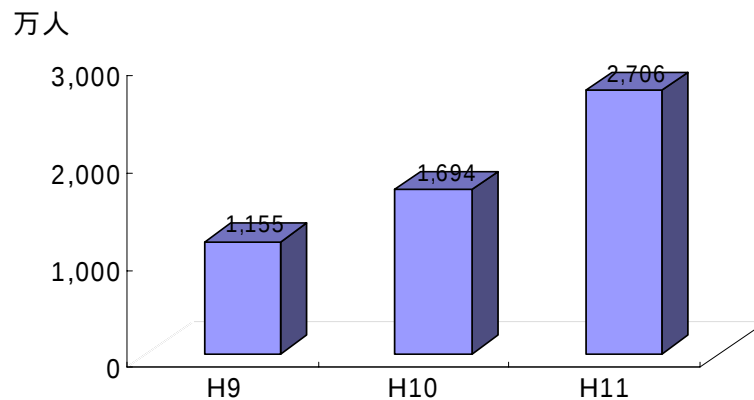
テレビ視聴に対する視聴者のこうした形態や意識の変化は、パソコンの普及、インターネットの利用拡大が背景としてあるのではないかとと思われる。昨今、“IT”という言葉が、日常、頻繁に使われるようになったが、消費動向調査(図表2)や通信白書(図表3)など各種調査や統計、白書のデータからも、家庭内の情報化が飛躍的に拡大していることが示されている。

図表2 パソコンの世帯普及率



消費動向調査（内閣府）より作成

図表3 インターネットの利用者数推移



平成12年版郵政白書（旧郵政省）より作成

これまで、視聴者は、テレビを始め、新聞などのマスメディアからの情報入手が一般的であった。しかし、インターネットが普及し、パソコンのみならず、携帯電話やPDA（携帯情報端末）などからもインターネットへの接続が可能となり、これらパーソナルメディアから情報へのアクセスが容易に可能となった。いわば、個人の情報化が進み、自分の知りたい情報の入手に際して、利用するメディアの選択肢が拡大し、かつインターネットの普及により、マスメディアのような受動的な入手方法ではなく、時や場所を選ばずに知り

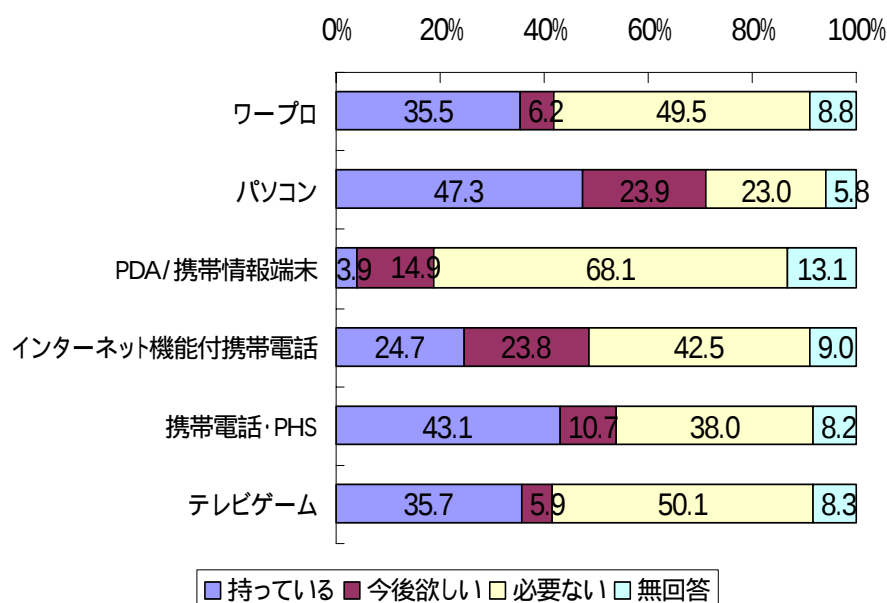
たい情報へのアクセスができるため、能動的な情報入手が可能となった。調査時点が、平成9年と12年でわずか3年の短期の比較ではありながら、視聴形態に変化の兆しがうかがわれるのは、こうした視聴者側の情報入手環境に劇的な変化が起きているからであり、より具体的な状況として、視聴者の番組へのこだわりの希薄化という形で表れたものと考えられる。

2. インターネット利用とテレビ視聴の関係～テレビ離れ現象

前節で、個人の情報化がテレビの視聴形態にも影響を及ぼしている様子を確認したが、では、自宅のパソコンからインターネットを利用している人々は、テレビをどのように視聴しているのだろうか。「テレビに関するアンケート調査」の結果から、インターネット利用者の視聴形態や意識の特徴を探ってみたい。

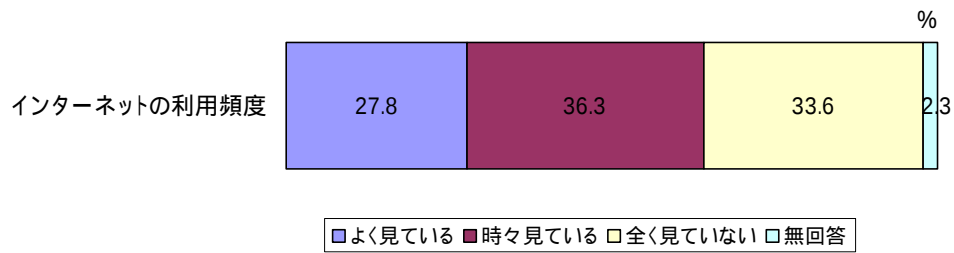
まず15歳以上の回答者の自宅における情報機器の保有や購入意向をたずねたところ、パソコンは半数近い回答者が保有しており(図表4)さらに保有者の4人に1人強がインターネットをよく利用している(図表5)。

図表4 情報機器の保有等について



「テレビに関するアンケート調査」結果より作成

図表 5 パソコン保有者のインターネット利用頻度

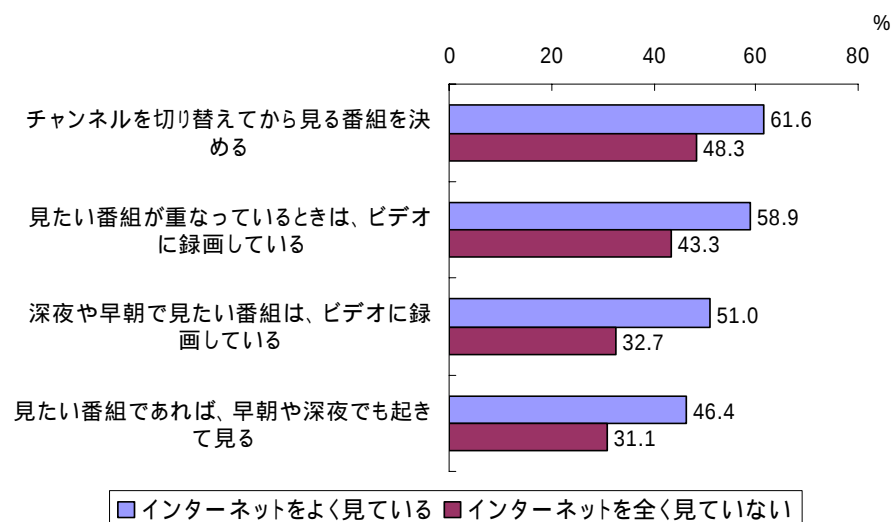


「テレビに関するアンケート調査」結果より作成

そこで、インターネットの利用者と利用していない人で、テレビの視聴形態を比較してみよう。

例えば、「いろいろチャンネルを切り替えてから見る番組を決める」で、インターネット利用者が高いのは、“ネットサーフィン”に類似する視聴形態といえよう。また見たい番組が重なったり、早朝や深夜の番組の「ビデオ録画」による視聴や「見たい番組であれば、早朝や深夜でも起きて見ることがある」などの視聴形態も、インターネットをよく利用する人々のほうが多い。番組に対するこだわりの強さは、インターネット利用者の特徴といえる（図表 6）。

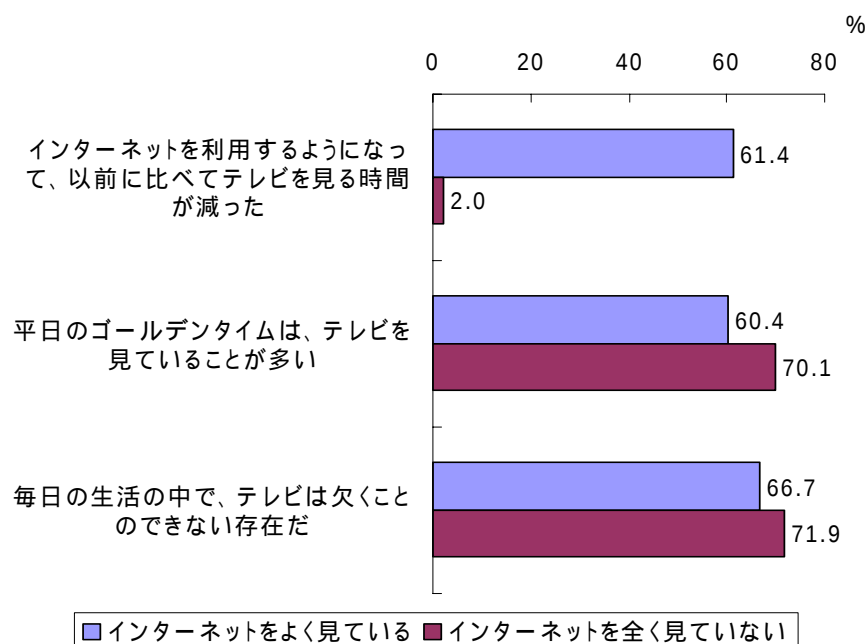
図表 6 インターネットの利用とテレビの視聴形態



「テレビに関するアンケート調査」結果より作成

このように、インターネット利用者は、番組へのこだわりの強さがうかがわれる一方、いわば“テレビ離れ”とも受け止められるデータも顕著に表れている。インターネット利用者の多くが、テレビについて「以前に比べて、見る時間が減った」としているほか、「平日のゴールデンタイムは、テレビを見ていることが多い」や「毎日の生活の中で、テレビは自分にとって欠くことのできない存在だ」では、インターネット利用者よりも、インターネットを利用していない人のほうが高い回答割合となっている（図表7）。

図表7 インターネットの利用とテレビの視聴形態



「テレビに関するアンケート調査」結果より作成

ここから、インターネット利用者にとって、テレビの存在価値は低くなっている一方、依然として特定の番組に対しては、強い執着を持っている姿が浮かび上がる。

3．テレビの進化と視聴スタイルの方向～テレビ回帰の期待

ここまで、「テレビに関するアンケート調査」の結果を用い、普及著しいインターネットがテレビ視聴にも影響を及ぼし、視聴者の日常生活におけるテレビの位置づけにも変化を及ぼし始めている様子が確認できた。

他方、放送のデジタル化の進むなか、受信端末側として、「パソコンとしてのテレビ」と「テレビの受信ができるパソコン」という2つの製品が登場している。一方で、テレビがパソコンを飲み込もうとしており、一方では、パソコンがテレビを飲み込もうとしている。

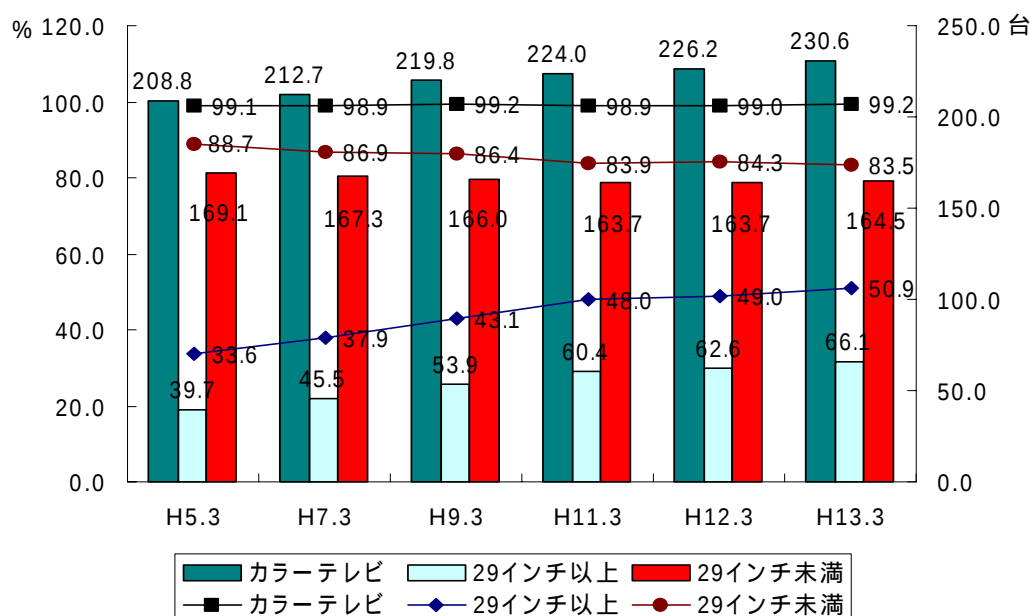
このように、家庭内において、ハードとしてのテレビの位置づけも大きく変化し、単なる受信端末としての役割から、新たな情報家電、ネットワーク家電の中心的な役割を担うことが、パソコンとともに期待されている。

では、視聴者側にはどのような視聴が可能となるのだろうか。放送のデジタル、多チャンネル化は今後もより進展していくと考えられ、さらにテレビ本体でインターネット接続も一般的なものとなると、テレビは多機能化が進み、視聴者もテレビをより多面的に利用するようになることが予想される。

実際に、BSデジタル放送のスタートで開始されたサービスが「データ放送」である。これは、テレビの電波に、静止画や文字などのデジタルデータを載せて流すもので、電話回線経由で、放送局の双方向センターへ視聴者側からデータが送れ、家庭から番組に参加したり、テレビショッピングの注文が出せるというものである。BSデジタル放送の開始から半年弱、この「データ放送」の利用についての統計数値は報告されていないが、これまで、一方的に受信端末としての機能しか持たなかったテレビが、パソコンと同様、双方向機能を持ったことになるわけである。テレビとパソコン、さらには放送と通信の垣根が低くなり、両者の統一化の方向をも垣間みることができる。

その一方で、次のようなデータもある。消費動向調査をみると、カラーテレビはほぼ全世帯に普及し、かつ世帯平均でも複数台保有の実態が確認されている。また時系列でみると、大型化、高性能化を反映して、29インチ以上の伸び率が顕著となっている（図表8）。

図表8 カラーテレビの普及率と保有数量の推移



（注）普及率：折れ線グラフ、保有数量（100世帯あたり）：棒グラフ

この結果から、これからのハードとしてのテレビに対して、視聴者の求める2つのベクトルをうかがい知ることができる。

1つは、テレビのパーソナル化のベクトルである。1世帯に1台の保有から、1人に1台保有という状況となり、実際のところ、家庭でリビングにあるテレビを家族が揃って視聴するという光景はほとんど見られなくなっている。こうした視聴の一因として、テレビゲームの家庭への普及があげられることが多いが、インターネット利用を中心とした“テレビのパソコン化”が進み、より将来的には、携帯電話や携帯情報端末からのモバイル視聴も可能となれば、1代のテレビを家族揃って視聴するようなこうした家族団らんの光景を家庭で見ることは皆無となるように思われる。

もう1つは、普及の伸びが著しい大型化、高性能化のベクトルである。これは、視聴者が従来からテレビに対して持っていたニーズ、つまり、きれいな映像、臨場感あふれる映像を、よりリアルで明瞭な音質で楽しみたいという志向の延長にあると思われる。こうしたニーズには、大画面で高性能なテレビほど実感できると考えられる。BSデジタル放送の特徴の1つに、デジタル化による高画質・高音質映像を楽しめる点があり、BSデジタル放送の普及が進めば、大型化、高性能化のベクトルをより押し進めることになるだろう。ただパソコンでテレビ放送が受信できるとしても、サイズの面からこうしたニーズには十分対応できないところかもしれない。

では、デジタル、多チャンネル化の潮流やハード面、受信端末としてのテレビの進化のなかで、視聴者は、テレビ本来の楽しみである番組視聴において、どのような視聴スタイルが一般的となるのだろうか。

結論としては、デジタル化、高性能化、多機能化などにより、より視聴者のニーズにあった視聴スタイルが可能になると推測される。

まず見たい番組によって、受信端末であるハードの使い分けが行われる。例えば映画や音楽、スポーツなどは高画質・高音質、リアルで臨場感あふれる大画面テレビで視聴し、自分の好みの番組や大画面を必要としない番組については、パソコンや標準サイズのテレビなどにより自分専用として視聴し、また例えばニュースや天気予報などの特に映像を重視しなくてもよい番組は、モバイル端末から視聴するといったように、番組によってハードを使い分けることも自然な視聴スタイルとなるだろう。

またデジタル化の進展により、積極的な番組視聴が行われるようになるだろう。具体的には、データ放送を利用して番組に参加したり、ドラマを自分の思い描くストーリーにして展開を楽しんだり、お気に入りのチームや選手の関連情報を入手したり、といった具合に、能動的な視聴も一般化すると思われる。

さらに、テレビ本体にビデオ機能が内蔵され、視聴したい番組が自動的に録画されたり、見たいところを中心に自在に編集したり、放送時間にしばられたり、自分の興味のないシーンを編集したりと効率的な視聴が可能になる。

本稿で、「テレビに関するアンケート調査」結果から、インターネット利用者のテレビ離れ現象を指摘したところであるが、このような新しいテレビの視聴スタイルが確立されたとき、番組への強いこだわりを持つ彼らが、テレビに回帰することも予想できるところである。

多くの視聴者にとって、見たい番組を、見たいメディアから、見たいときに、自由自在にセレクトできるという、ごくごく自然で、自分のニーズやライフスタイルにあわせることのできる視聴スタイルが、現実のものとなる日は近いといえよう。

おわりに

本稿は、「テレビに関するアンケート」結果を参考に、テレビの本来機能である放送受信（＝番組視聴）の点にほぼ限定して展開してきたが、インターネットの普及とともに、家庭内における情報家電のネットワーク端末の中心として、むしろハード面としての機能強化の期待は大きい。家電メーカーの多くは、冷蔵庫、洗濯機、電子レンジ、冷暖房器等、日常生活の衣食住に関連する機器やサービスの中心として、デジタルテレビを位置づけている。

放送のデジタル、多チャンネル化によりライフスタイルにあった視聴が可能となるとともに、デジタル家電の中心としての機能を持つことで、我々の日常生活におけるテレビの存在価値が再度高まってくることとなるだろう。

（まつむら のりひと）

（資料：「テレビに関するアンケート調査」について）

	平成 6 年調査	平成 9 年調査	平成 12 年調査
対 象 地 域	関東圏： 東京都、神奈川県、埼玉 県、千葉県、茨城県、栃 木県	関東圏： 東京都、神奈川県、埼玉 県、千葉県中心 （一部栃木県、群馬県）	首都圏： （東京都、神奈川県） 北陸圏： （富山県、福井県）
対 象 世 帯	C A T V 加入世帯 及び一般世帯（C A T V 未加入の世帯）	C A T V 加入世帯、C S デジタル放送加入 世帯及び一般世帯（C A T V 及び C S デジタル 放送に未加入の世帯）	
調 査 方 法	郵送によるアンケート調査		
設 定 世 帯 数	計 6,600 世帯	計 7,100 世帯	計 3,680 世帯
有 効 世 帯 回 収 率	40.0%	31.4%	32.8%
有 効 世 帯 構 成 員 数	8,243 人	6,666 人	3,618 人
調 査 期 間 〔 視 聴 状 況 調 査 日 〕	平日 1 日、休日 （ 2 月 4 日～10 日）	平日 1 日 （ 10 月 28 日～30 日）	平日 1 日 （ 11 月 28 日～30 日）