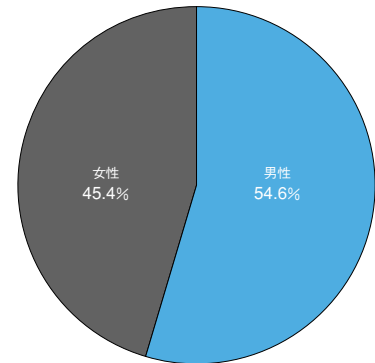


株式会社インプレスR&D●白書・書籍編集部



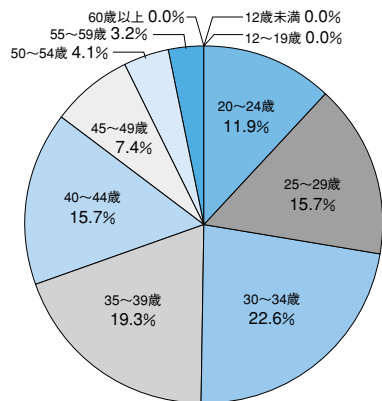
調査方法	インターネットリサーチ
実施機関	株式会社マクロミル
実施期間	2006年4月13日～4月14日
サンプリング	マクロミルの調査モニターからブロードバンド回線（光・ADSL・CATV）のユーザーで、かつパソコンによるウェブサイトからの動画視聴を過去に一度でも行ったことのある人を抽出
有効回答数	1,030

回答者のプロフィール 性別 N=1,030



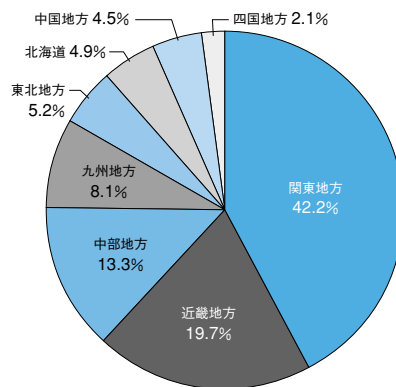
©impress R&D,2006

回答者のプロフィール 年代 N=1,030



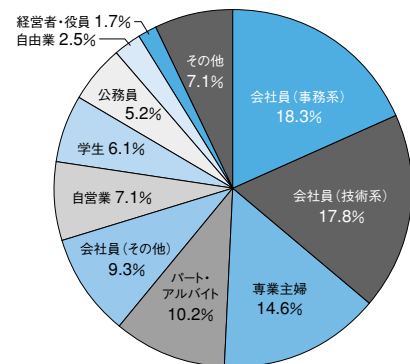
©impress R&D,2006

回答者のプロフィール 地域 N=1,030



©impress R&D,2006

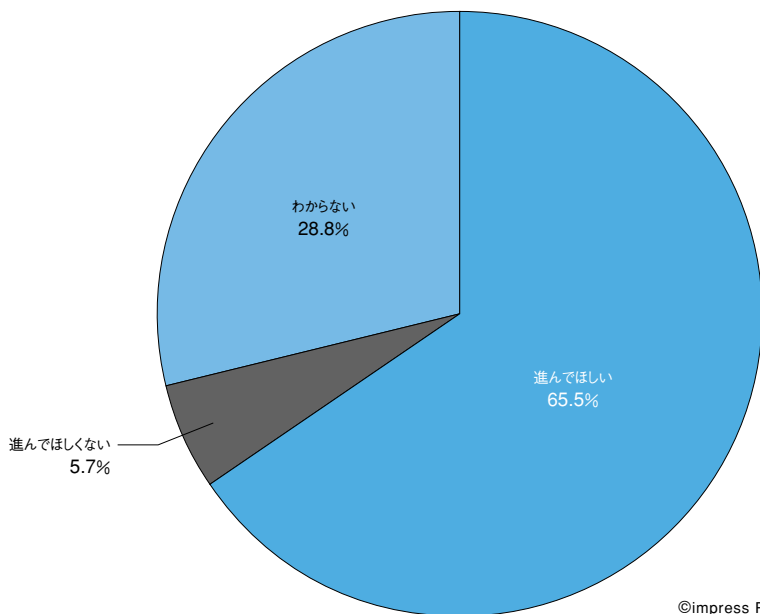
回答者のプロフィール 職業 N=1,030



©impress R&D,2006

ネット利用者の65.5%が融合を望む

資料5-2-4 放送・通信の融合への意識 N=1,030

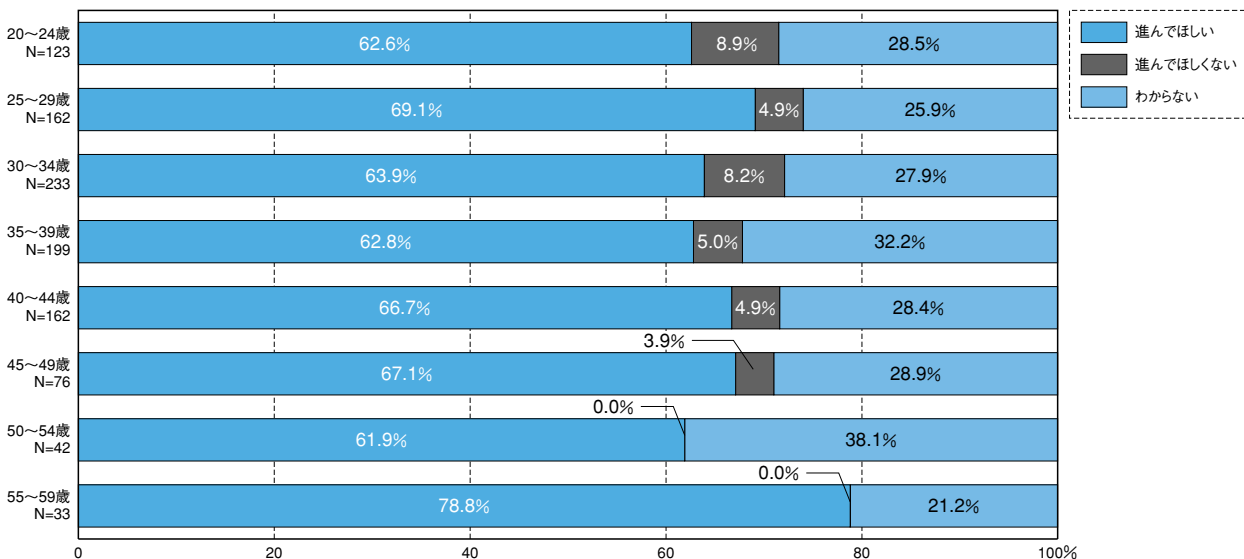


「あなたは放送(テレビ)と通信(ネット)の融合が進んでほしいと思いますか」という質問への回答結果である。「進んでほしい」が65.5%と多く、「進んでほしくない」の5.7%と大差がついた。多くのインターネットユーザーは融合に期待していることがわかる。しかし「わからない」も28.8%と、サービスイメージがつかめず判断できない人が3分の1近く存在する。

©impress R&D,2006

20代後半と50代後半で「進んでほしい」人が多い

資料5-2-5 放送・通信融合への意識[年代別] N=1,030

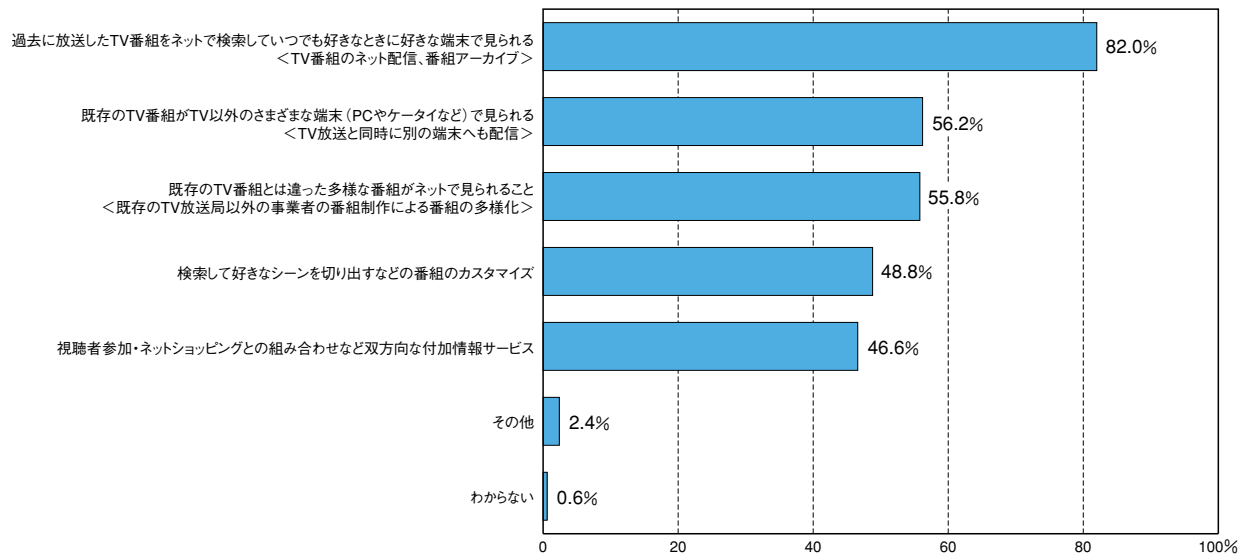


©impress R&D,2006

「放送(TV)と通信(ネット)の融合が進んでほしいと思いますか」という質問への回答結果を年代別にみたものである。「進んでほしい」の比率が高くなったのは20代後半(69.1%)と50代後半(78.8%)。逆に「進んでほしくない」が比較的高いのは20代前半(8.9%)と30代前半(8.2%)である。グラフにはないが、性別では女性より男性のほうが「進んでほしい」率が高くなっている。

融合のサービスイメージは「TV番組のネット配信」

資料5-2-6 放送・通信融合のサービスイメージ（複数回答） N=674



©impress R&D,2006

融合が「進んでほしい」と回答した674サンプルに、融合後のサービスとしてイメージできるものを複数選んでもらった。トップは「TV番組のネット配信、番組アーカイブ」の82.0%で、2位以下を大きく引き離れた。2位は「TV放送と同時に別の端末へも配信」（56.2%）、3位は「既存のTV放送局以外の事業者の番組制作による番組の多様化」（55.8%）。同じ選択肢で最も期待できるサービスを単一回答で聞いた場合も、「TV番組のネット配信、番組アーカイブ」が圧倒的な差でトップであり、ほかの順位も同様であった。

「進んでほしくない理由」自由回答より

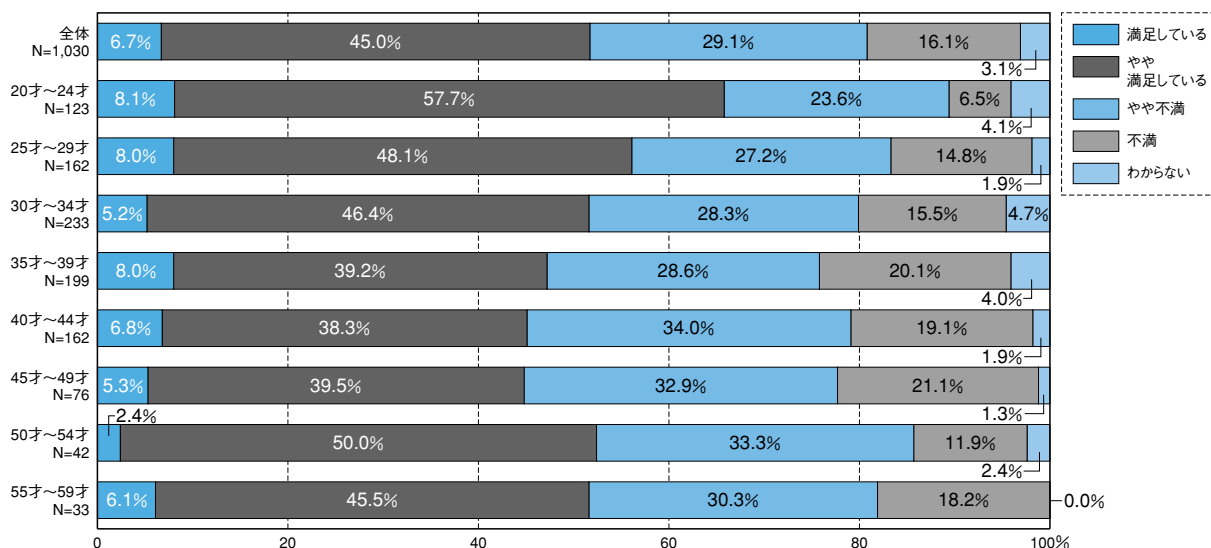
資料5-2-4で放送・通信融合は「進んでほしくない」と回答した人にその理由を自由に書いてもらったところ、以下の意見が寄せられた。「特に必要ないと思うから。便利な物を融合しても、さらに便利になるとは限らない」（23歳女性）、「現状、インターネット配信の動画はPCで見るとしか方法がなく、複数人で視聴したい場合、見るができない。TV番組の続きをネット配信している例があるが、家人に見せる方法がなく困っている」（40歳男性）、「TVはTV。ネットはネットの良いところがあるので、お互いに干渉しないでほしい」（32歳男性）、「融合することが望ましいのかも知れないが、環境を整え

たり、なんやかんやと手続きや操作が面倒なのではないかと思っているから」（30歳女性）、「放送業者には責任をもって業務をしてほしいから。通信と融合した場合、放送への参入の垣根が低くなりレベルが下がりそう」（32歳男性）、「ネットは自由であるべきだ。混沌も含めて個人の発信の場であってほしい。公共のものである放送とは別物であるべき。また、受信環境による田舎と都会の格差ができるのも気になる」（35歳女性）、「メディアの違いによる価値観の多様性が欲しい」（48歳男性）、「現在、TVはいつの間にか有料放送が出てきてそれが広がりつつある。さらにネットが入ると有料化が進みそ

うなのでよくないと思う。現在は娯楽が多様化しているが誰もが気兼ねなく楽しめるのがTVやネットであって欲しい。あまり企業利益が優先される世の中にはなってほしくない。ただ、技術的には融合はあっていいとは思う」（29歳男性）、「ネットは、その良さと独自の世界があるのだから、TVとは違う世界に行くべきである」（44歳男性）、「現在の状態でTVも通信も十分だと思う」（32歳男性）、「プロバイダーの変更や引越しなどですぐネットができないとき不便だから。まだまだ日本の回線は遅いから」（32歳女性）

51.7%は現在のTV放送に満足している

資料5-2-7 TV放送の満足度 [全体と年代別] N=1,030

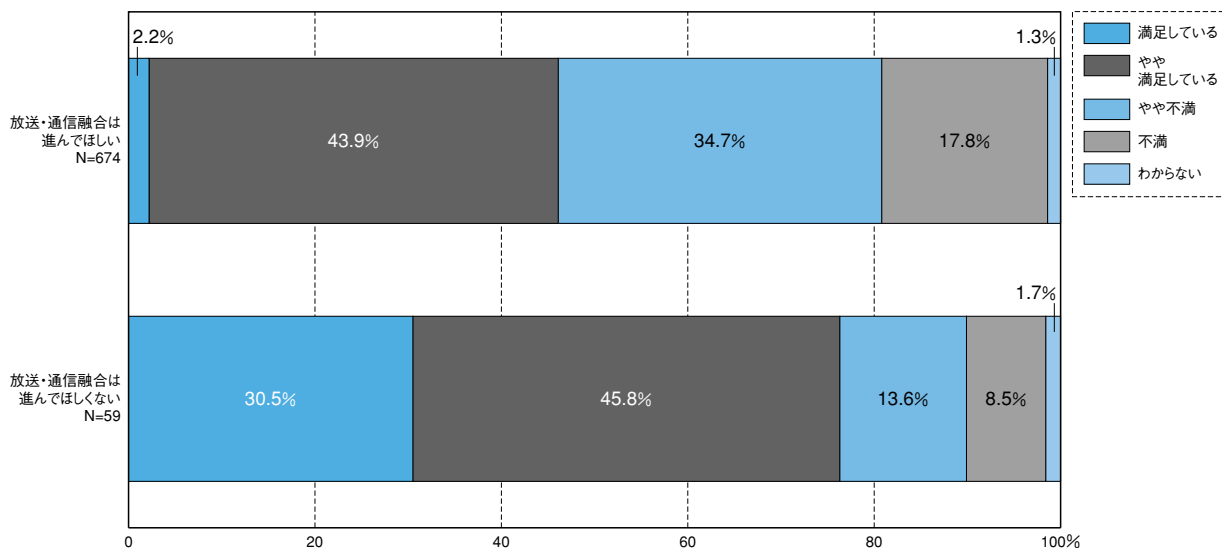


©Impress R&D,2006

全員に現在のTV放送（原則として地上波放送）の満足度を聞いた。「満足」と「やや満足」を合わせると51.7%が満足している。「やや不満」は29.1%、「不満」は16.1%で、全体的にみると満足している層と不満な層が半々になっている。年代別では20代前半から30代前半までは「満足」「やや満足」が多いが、30代後半から40代までは「不満」「やや不満」が半数を超える。

「進んでほしい」人は「満足」2.2%

資料5-2-8 TV放送の満足度 [放送・通信融合への意識別]

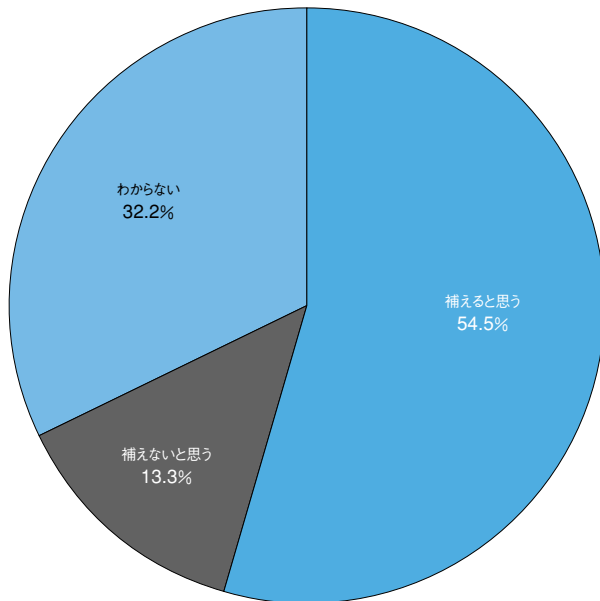


©Impress R&D,2006

現在のTV放送について、資料5-2-4 (p.298) で融合が「進んでほしい」と回答した人と「進んでほしくない」と回答した人に分けて満足度を比較した。融合が「進んでほしい」と回答した人で「満足」しているのは2.2%しかないが、「進んでほしくない」人の「満足」は30.5%に上り、「やや満足」を合わせると7割を超える。

ネットがTV放送の不満を「補えると思う」が54.5%

資料5-2-9 TV放送の満足度 [放送・通信融合への意識の違いによる比較]



©impress R&D,2006

資料5-2-7で現在のTV放送に「不満」「やや不満」と回答した466サンプルに対し、その不満点を「通信（ネット）が補えると思うか」と聞いたグラフである。「補えると思う」という回答は54.5%と半数を超え、「補えないと思う」は13.3%にとどまった。しかし、ここでも「わからない」が32.2%と結論が出ない人も多い。

現在のTV放送に対する不満点は？

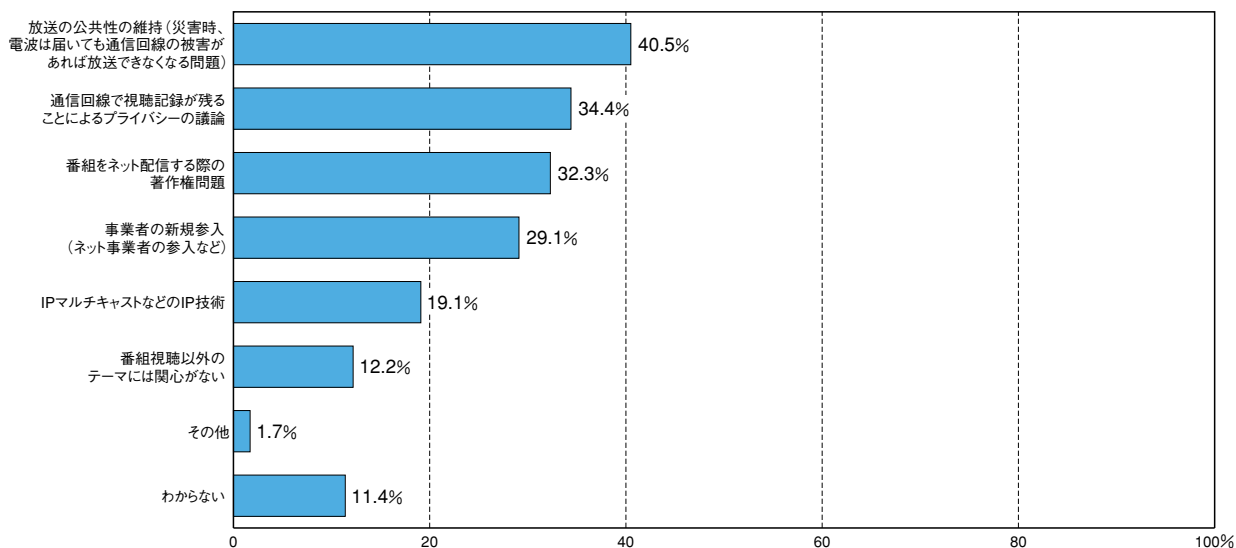
資料5-2-7で現在のTV放送に「不満」「やや不満」と回答した人に、具体的な不満点を挙げてもらった。なかでも「番組の質が不満」65.7%。「同じ時間帯に似たような番組が多すぎる」60.9%。「番組のバリエーションが乏しい」が59.2%など、「番組」に対する不満が圧倒的に多い。このほか「CMが多すぎる」が40.8%、「チャンネル数が少ない」も29.6%もあった。以下、自由回答に寄せられた意見を紹介する。

「巨人中心の野球放送」（46歳男性）、「ビデオ予約を忘れて見逃した番組が見れない」（41歳男性）、「関東と関西の放送の差」（男性28歳）、「地域によって入らない番組がある」（23歳女性）、「個性の無い番組が多いし、出ているタレントも個性の無い同じようなのばかり」（男性37歳）、「野球中継による定時番組の中止や繰り下げ」（男性50歳）、「番組の内容が薄い。長い時間やったわりには得る物が少ない」（男性33歳）、「偏向報道が多い、ヤラセなどの発覚を含め、信頼性がない」（33歳女性）、「バイリンガル放送が少なすぎる」（38歳女性）、「ドラマが3か月で終わってしまうのがわかっているのを見る気がしない」（37歳女性）、「バラエティ番組が多すぎる」（39歳女性）、「思想の押しつけや誘導を感じる」（44歳男性）、「CM後に前の部分を繰り返す」（41歳男性）、「消費者金

融のCMが多い」（24歳女性）、「ネットと違い好きなきに好きな番組が見れないのは不便」（25歳男性）、「教育放送がNHKしかない。特に語学関係」（20歳女性）、「お笑い芸人を出せばいいという安易な番組作り」（31歳女性）、「公共性とかジャーナリズムという言葉を盾にして既得権を守ろうとしている割には、視聴率稼ぎの軽薄な番組しかない」（34歳女性）、「勝手に電波を飛ばしておいで、見もしないNHKに受信料を払うことが不満。どうせなら完全スクランブルでも入れておけばよいと思う。受信料を払っている人だけ見ればよい」（34歳男性）

関心あるテーマは「公共性の維持」

資料5-2-10 放送・通信融合で関心のあるテーマ N=1,030

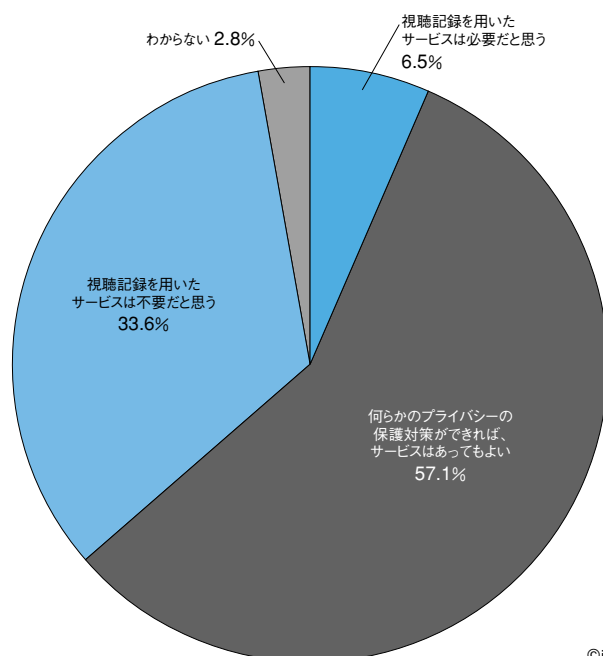


©impress R&D,2006

放送・通信融合に伴う議論は多岐に渡るが、ここではインターネットにかかわりの深い問題を選択肢に入れ、関心あるものを複数選んでもらった。トップは「放送の公共性の維持」で40.5%。続いて「視聴記録が残ることによるプライバシー保護の議論」の34.4%であった。自由回答は「融合させることのそもそもの意義」「有料放送の可能性」「切れない状態の維持」など。

条件付きで「パーソナライズサービスはあってよい」

資料5-2-11 視聴記録によるパーソナライズドサービスの必要性 N=354

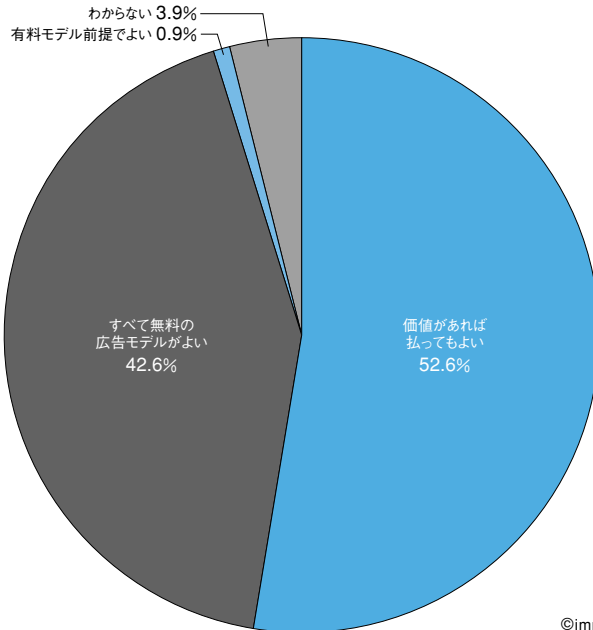


©impress R&D,2006

パーソナライズドサービスは、ネットで視聴記録が残ることを利用し、個人の履歴にもとづいて個別CMを提供するサービスで、新しいマーケティング手法として注目されている。これは資料5-2-10で「視聴記録が残ることによるプライバシー保護の議論」に関心があると回答した354サンプルに聞いたもので、「何らかのプライバシー保護対策ができればサービスはあってよい」が57.1%に上った。

番組には「お金を払ってもよい」52.6%

資料5-2-12 放送・通信融合サービスのコストモデルに対する意識 N=1,030



©impress R&D,2006

「放送・通信融合後の番組（p.299資料5-2-6のようなサービス）にお金を払ってもよいと思いますか」という質問には、「価値があれば払ってもよい」という回答が52.6%で、「すべて無料の広告モデルがよい」の42.6%を上回った。「有料モデル前提でよい」という回答も0.9%あり、ユーザーは有料でも新しいサービスを望んでいるようだ。

放送局、ネット事業者、行政への意見

最後に、融合へ向けて、放送局、ネット事業者、行政に実現してほしいこと、改善してほしいこと、期待することをそれぞれ書いてもらった。以下に紹介する。

「新規事業者妨害はしないでほしい」(31歳男性)、「世代ごとの放送」(56歳男性)、「NHK以外でニュースやドキュメンタリー専門局を」(34歳男性)、「放送局ごとのコンテンツの差別化」(32歳男性)、「過去の放送を自由に見られるようにしてほしい」(28歳男性)、「CM抜きの番組」(29歳女性)、「再放送の自由化」(35歳男性)、「ネット事業者との差別化」(39歳男性)、「スポンサーを意識しない番組制作」(35歳男性)、「TVショッピングの即時購入申し込み」(28歳男性)、「偏りのない報道」

(32歳女性)、「世の中に希望を与える番組」を作してほしい(48歳女性)、「やっぱりネットとの融合」(35歳男性)

「新しい発想」(43歳女性)、「録画できること」(39歳男性)、「膨大なアーカイブを用意してほしい」(36歳男性)、「キャストにもう少しお金をかけて」(26歳女性)、「番組プログラムの改善(既存の放送局に比べてあまりよくない)」(21歳男性)、「サムネイル付き番組検索」(21歳男性)、「接続料金の無料化」(38歳男性)、「受信機器の負荷に応じた多段階負荷の配信」(29歳男性)、「ネット事業者だからできる多様な番組」(32歳男性)、「ベンチャー精神を忘れないで」(22歳男性)、「映画やアニメだけでなく民放のドラマや番組

をダウンロードできるように」(36歳女性)、「事故・事件の際の瞬時のネット配信」(35歳男性)、「テレビのようにすぐに番組が見られるようにしてほしい」(26歳男性)、「放送もネットも同じクオリティのものを提供してほしい」(31歳女性)

「ネット視聴情報の漏えいや悪用など融合前に法整備を」(38歳女性)、「既存放送局の撤廃、新規参入の自由化」(34歳女性)、「すべての通信の光回線化」(30歳男性)、「受信に年齢制限」(34歳男性)、「プライバシー保護の法制化」(36歳女性)、「NHK受信料金廃止」(27歳男性)、「放送局・ネット事業者認可の信頼性」(46歳女性)、「NHKをもっと有効に活用したネット配信」(23歳男性)



[インターネット白書 ARCHIVES] ご利用上の注意

このファイルは、株式会社インプレスR&Dが1996年～2012年までに発行したインターネットの年鑑『インターネット白書』の誌面をPDF化し、「インターネット白書 ARCHIVES」として以下のウェブサイトで公開しているものです。

<http://IWParchives.jp/>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、データ、URL、名称など)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真・図の作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は掲載されていない場合があります。
- このファイルの内容を改変したり、商用目的として再利用したりすることはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用される際は、出典として媒体名および年号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレスR&D)などの情報をご明記ください。
- オリジナルの発行時点では、株式会社インプレスR&D(初期は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めました。すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接および間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

お問い合わせ先

株式会社インプレス R&D

✉ iwp-info@impress.co.jp