

10代女子のhappyを研究する「プリキャンティーンズラボ」 「10代女子の動画・テレビの視聴に関する調査」を実施 ～「オンライン動画」を利用する子はほぼ「YouTube」を使う！ 「オンライン動画」よりも「テレビ」を長時間視聴する子が多い～

GMOインターネットグループのGMOメディア株式会社（代表取締役社長：森 輝幸 以下、GMOメディア）が運営する、10代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ（<http://lab.prcm.jp/>）」は、「10代女子の動画・テレビの視聴に関する調査」を実施いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ 10代女子の動画・テレビの視聴に関する調査
- 調査対象 10代女子
- 調査期間 2017年8月11日～2017年8月18日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 1,053名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ

※本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても100%とならない場合がございます。

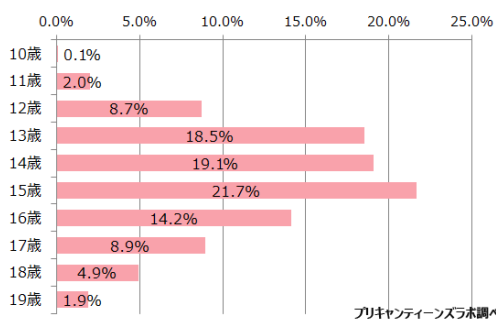
【調査結果】

■ 回答者の属性（図1～図2）

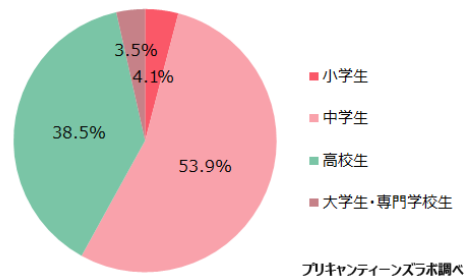
～13歳～15歳がボリュームゾーン、中学生が過半数～

回答者の年齢は13歳～15歳がボリュームゾーンとなり、属性別では「中学生（53.9%）」が過半数を占めました。

（図1）アンケート参加者の年齢分布 [N=1,053 単一回答]



（図2）アンケート参加者の属性 [N=1,053 単一回答]



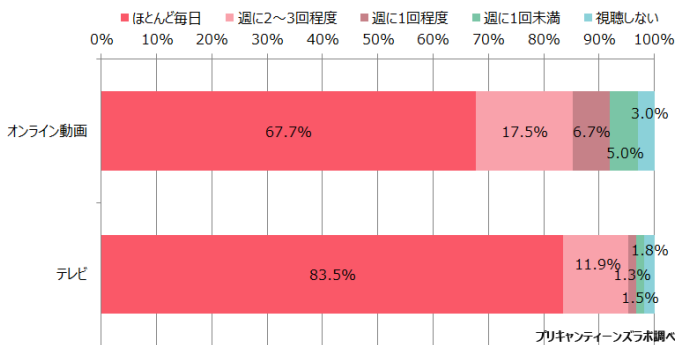
■ オンライン動画とテレビ、それぞれの視聴実態は？（図3～図6）

～大多数の子が双方を「ほとんど毎日」視聴、テレビの方が長時間視聴する子が多い～

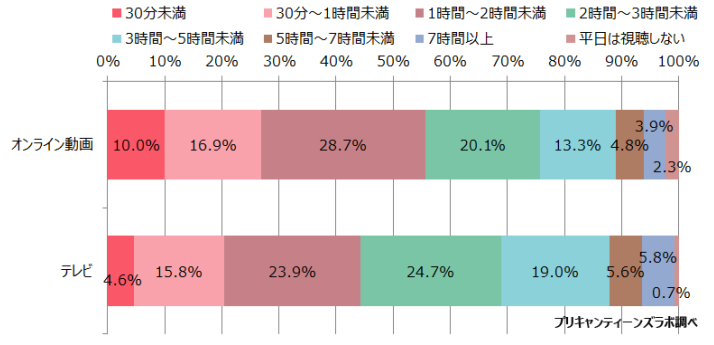
10代女子に「オンライン動画／テレビの視聴頻度」を聞いたところ、双方ともに「ほとんど毎日（オンライン動画：67.7%、テレビ：83.5%）」という回答が大多数を占め、10代女子は日常的に「オンライン動画」や「テレビ」を視聴していることがわかりました。特に「テレビ」については、8割超の子がほぼ毎日視聴しているようです。

また、それぞれを視聴している子に「平日 1日あたりの平均視聴時間」を尋ねたところ、双方ともに「1時間～3時間未満（オンライン動画：48.8%、テレビ：48.6%、各合算値）」という回答が約半数を占めました。さらに「3時間以上」という回答を合算すると、「テレビ（30.4%）」が「オンライン動画（22.0%）」の割合を8.4ポイント上回っていることから、「オンライン動画」よりも「テレビ」の方が視聴時間の長い子が多いことがうかがえます。

（図3）オンライン動画/テレビの視聴頻度 [N=1,053 単一回答]



（図4）オンライン動画/テレビの平日 1日あたりの平均視聴時間 [オンライン動画 N=1,021、テレビ N=1,034 単一回答]

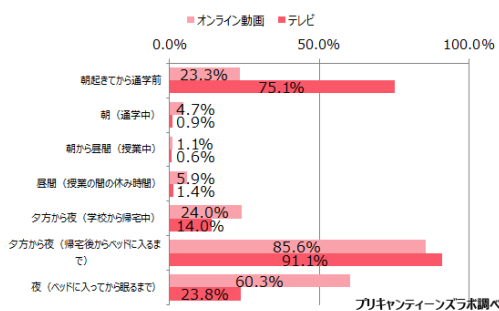


～オンライン動画は夜に「自分の部屋」で、テレビは朝と夜に「リビング」で視聴～

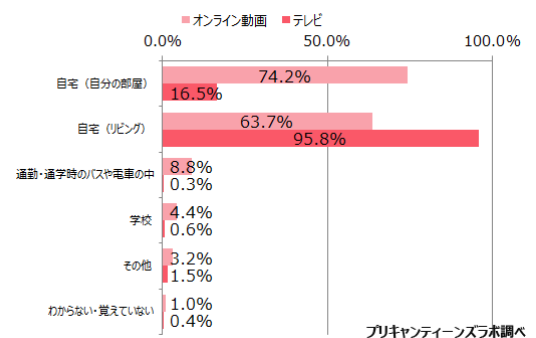
続いて、「平日にオンライン動画/テレビを視聴する」と答えた子に、それぞれの「視聴時間帯」と「視聴場所」を尋ねました。「視聴時間帯」に関しては、「オンライン動画」は「夕方～夜（帰宅後からベッドに入るまで）（85.6%）」が最多となり、「夜（ベッドに入ってから眠るまで）（60.3%）」と続きました。一方「テレビ」は「夕方～夜（帰宅後からベッドに入る前）（91.1%）」に次いで「朝起きてから通学前（75.1%）」が多い結果となりました。

また「視聴場所」については、「オンライン動画」では「自宅（自分の部屋）（74.2%）」と「自宅（リビング）（63.7%）」という回答が多かった一方で、「テレビ」は「自宅（リビング）（95.8%）」がほぼ100%と突出して多い結果となりました。このことから、「オンライン動画」は夕方～夜にかけて自分の部屋で、「テレビ」は朝と夕方～夜にリビングで視聴している子が多いことがうかがえます。

（図5）平日におけるオンライン動画/テレビの視聴時間帯 [オンライン動画 N=998、テレビ N=1,027 複数回答]



（図6）平日におけるオンライン動画/テレビの視聴場所 [オンライン動画 N=998、テレビ N=1,027 複数回答]



■「オンライン動画」を視聴するデバイスは何？利用しているサービスは？（図7～図10）

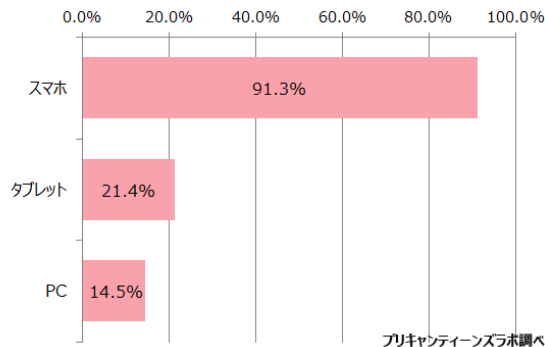
～大多数がスマホで視聴、利用サービスは「YouTube」が圧倒的～

次に、「オンライン動画を視聴する」と答えた子に詳しい利用実態を尋ねました。「視聴するデバイス」については、ほとんどの子が「スマホ（91.3%）」と回答し、「タブレット（21.4%）」と「PC（14.5%）」は1～2割にとどまりました。

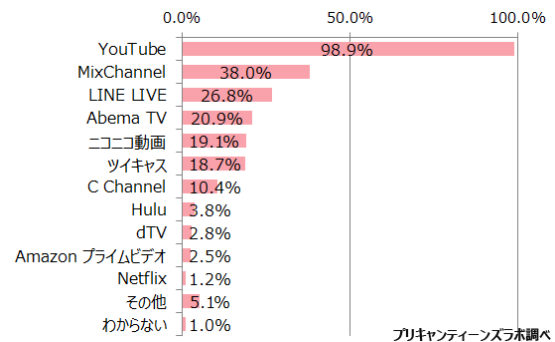
また、「利用するオンライン動画サービス」については、ほぼ全ての子が「YouTube（98.9%）」を利用していると回答し、「MixChannel（38.0%）」や「LINE LIVE（26.8%）」を抑えて「YouTube」が突出する結果となりました。

「オンライン動画サービスを利用する理由」については、「好きな番組やチャンネルがあるから（65.6%）」、「好きな時に好きな動画が見られるから（65.2%）」、「好きなライブ配信者や動画投稿者がいるから（59.1%）」、「時間つぶしのため（56.5%）」が半数を超える結果となりました。

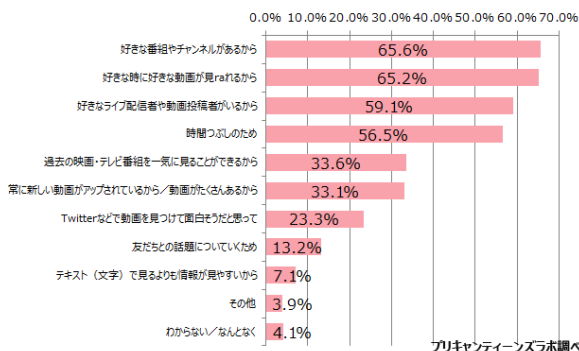
（図 7）オンライン動画を視聴するデバイス
[N=1,021 複数回答]



（図 8）利用するオンライン動画サービス [N=1,021 複数回答]



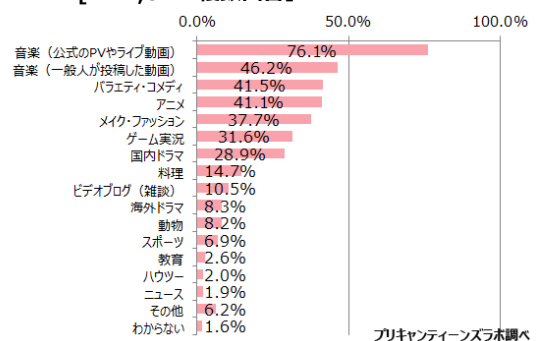
（図 9）オンライン動画サービスを利用する理由
[N=1,021 複数回答]



～オンライン動画は「音楽」ジャンルが人気～

「よく視聴するオンライン動画のジャンル」に関しては、「音楽（公式のPVやライブ動画）（76.1%）」、「音楽（一般人が投稿した動画）（46.2%）」が上位2位に挙がり、「音楽」ジャンルに回答が集まる結果となりました。その他、「バラエティ・コメディ（41.5%）」、「アニメ（41.1%）」も4割超に上りました。

（図 10）よく視聴するオンライン動画のジャンル
[N=1,021 複数回答]



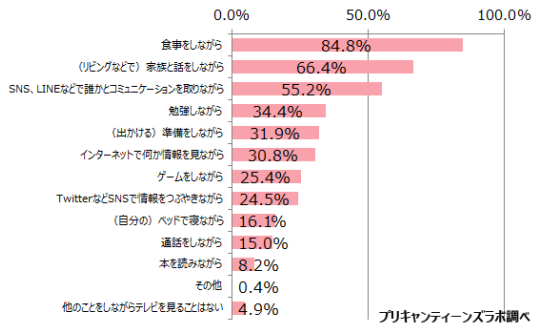
■テレビは“ながら見”が基本？録画の利用率は？（図 11～図 14）

～テレビは「食事をしながら」視聴！約9割が「録画をする」～

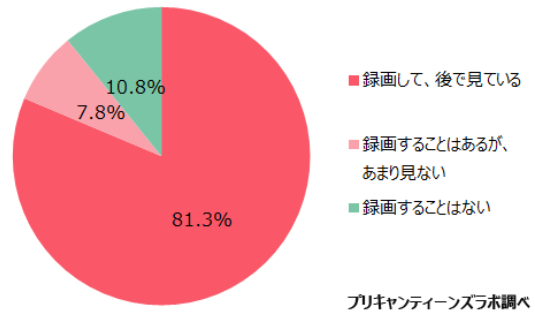
続いて「テレビを視聴する」と答えた子に、その実態を深掘りする質問を行いました。まず「テレビを視聴するシチュエーション」を尋ねたところ、「食事をしながら（84.8%）」、「（リビングなどで）家族と話をしながら（66.4%）」、「SNSやLINEなどで誰かとコミュニケーションを取りながら（55.2%）」が上位に挙がりました。「他のことをしながらテレビを見ることはない（4.9%）」はごく少数にとどまっていることから、10代女子は一般的にテレビを“ながら見”しているということがうかがえます。

また、「テレビ番組を録画することはあるか」という質問については、8割超の子が「録画して、後で見ている（81.3%）」と回答しました。「録画することはあるが、あまり見ない（7.8%）」という回答と合わせると、「録画する」子は9割近くに上がることがわかりました。

【図 11】 テレビを視聴するシチュエーション
[N=1,034 複数回答]



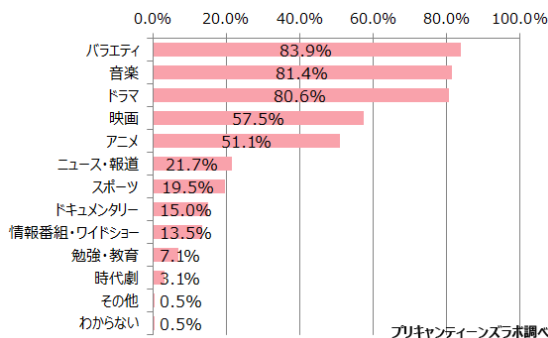
【図 12】 テレビ番組を録画することがあるか
[N=1,034 単一回答]



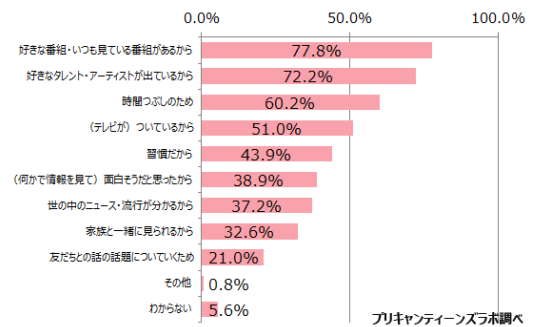
～テレビ番組は「バラエティ、音楽、ドラマ」が人気～

「よく視聴する番組のジャンル」については、「バラエティ (83.9%)」、「音楽 (81.4%)」、「ドラマ (80.6%)」が 8 割超の回答を集め、上位に挙がりました。「テレビを視聴する理由」については、「好きな番組・いつも見ている番組があるから (77.8%)」が最多となり、次いで「好きなタレント・アーティストが出ているから (72.2%)」「時間つぶしのため (60.2%)」となりました。

【図 13】 よく視聴するテレビ番組のジャンル [N=1,034 複数回答]



【図 14】 テレビを視聴する理由 [N=1,034 複数回答]



【本調査の背景】

総務省が発表した調査^(※)によると、2016 年の平日 1 日あたりのテレビ利用時間は、全世代平均で 168.0 分 (前年比 6.3 分減) だったことが明らかになっています。中でも 10 代は、89.0 分 (前年比 6.8 分減) と、全世代の平均を大幅に下回っており、「若者のテレビ離れ」が顕著となっています。一方、10 代の平日 1 日あたりのインターネット利用時間は、130.2 分 (前年比 18.0 分増) に上り、テレビを上回っています。

こうした中、インターネットを通じた動画サービスである「オンライン動画」が若者を中心に普及しており、最近では「YouTube」をはじめとする動画配信プラットフォームのみならず、リアルタイムで映像を配信できる「ライブ配信サービス」などの様々なサービスが登場しています。

そこで「プリキャンティーンズラボ」は、10 代女子の「オンライン動画」の利用実態を探るとともに、「テレビ離れ」と言われている彼女たちの「テレビ」との関わり方について調査しました。

(※) 平成 29 年 7 月発表 総務省 情報通信政策研究所「平成 28 年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より

【「プリキャン byGMO」とは】 (URL : <http://prcm.jp/>)

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しい happy のかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャン QA」をはじめとする 10 代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015 年 3 月からは、記事へのコメントや GOOD/BAD 機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

【「プリキャンティーンズラボ」とは】（URL：<http://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表するGMOメディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン」ユーザーの日常生活を研究していきます。

【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ」及び調査名称「10代女子の動画・テレビの視聴に関する調査」の併記をお願いいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMOメディア株式会社 広報担当 森島
TEL：03-5456-2626 FAX：03-5459-6077
E-mail：pr@gmo.media

●GMOインターネット株式会社
グループ広報・IR部 石井・島田
TEL：03-5456-2695 E-mail：pr@gmo.jp

【GMOメディア株式会社】（URL：<http://www.gmo.media/>）

会社名	GMOメディア株式会社（東証マザーズ 証券コード：6180）
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7億6,197万円

【GMOインターネット株式会社】（URL：<https://www.gmo.jp/>）

会社名	GMOインターネット株式会社（東証第一部 証券コード：9449）
所在地	東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■モバイルエンターテインメント事業
資本金	50億円

Copyright (C) 2017 GMO Media, Inc. All Rights Reserved.