



2023年6月9日
株式会社博報堂DYメディアパートナーズ
メディア環境研究所

メディア環境研究所「ポッドキャストユーザー意識調査2023」

Z世代の3人に1人が“ポッドキャスト”利用 若者に強いエンゲージメント力を発揮

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所（本社：東京都港区、所長：島野真）は、「ポッドキャストユーザー調査2023」を実施しました。全国15～69才を対象に、ポッドキャストの利用実態と意識を調査した結果から、主なファインディングスをご紹介します。

<主なファインディングス>

- ① ポッドキャストのユーザー（月1回以上聴取）は全体10～60代で19.5%。若者ほど多く、Z世代である10～20代では33.0%と3人に1人が利用。
- ② 10～20代ユーザーのポッドキャストの魅力1位は「ここでしか聴けない人や内容の話がある」。ポッドキャストのもつ、コンテンツとしての独自性を評価。
- ③ 10～20代ユーザーの約半数が、聴くだけでなく「#番組名でつぶやく」のはもちろん、「番組の公式本やオリジナルグッズを買う」「番組のイベントに参加する」「番組やパーソナリティの有料サロンに入会する」など番組関連の消費にも積極的で、強いエンゲージメント力を有していることが明らかになった。

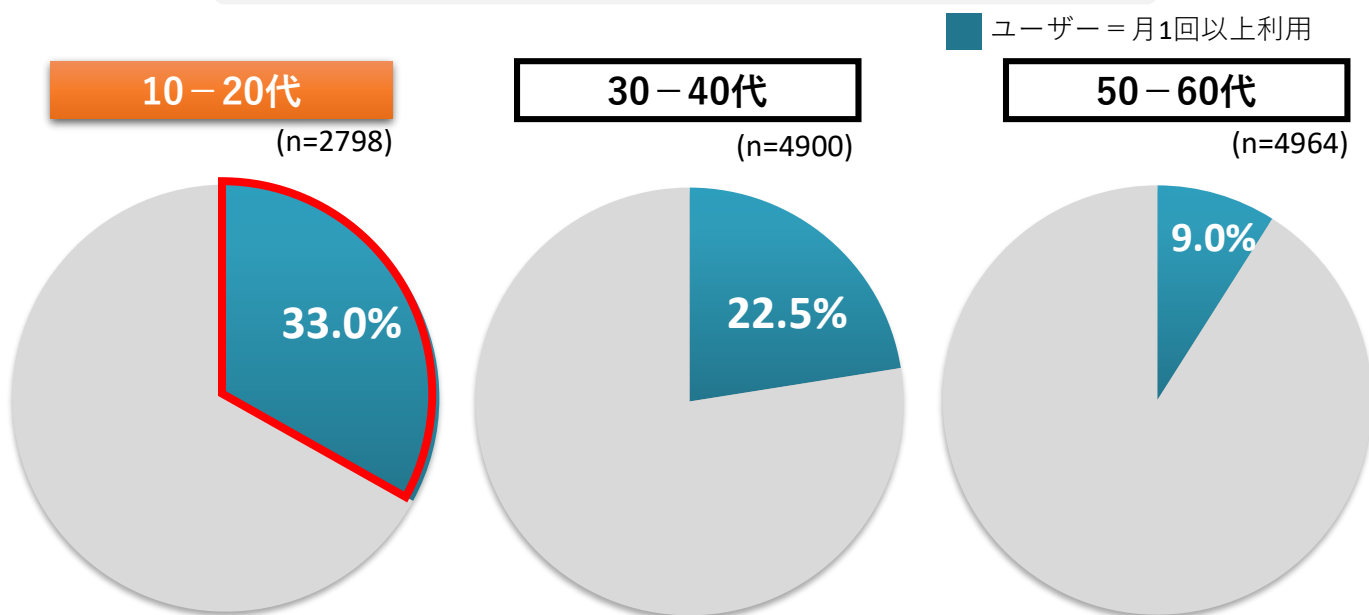
■「ポッドキャストユーザー意識調査2023」概要■

- ・調査エリア：全国
 - ・調査手法：インターネット調査
 - ・調査対象者：15～69歳男女
 - ・調査サンプル数：①全体調査 12,662s
②ポッドキャストユーザー（月1回以上利用）1,232s
- ポッドキャストとの比較対象としてラジオ、無料動画ユーザーに対しても同じ項目を聴取
各調査の対象者の母集団は重複しないよう設定した
- ・ラジオユーザー（月1回以上利用）1,170s
 - ・無料動画ユーザー（月1回以上利用）1,629s
- ・調査期間：2023年2月24日～3月13日 ※ 各調査詳細は4頁に記載
 - ・調査委託先：株式会社ジャストシステム（fastask）

【各ファインディングス詳細】

- ① ポッドキャストユーザー（月1回以上聴取）は、10-60代で19.5%。若者ほど多く、Z世代である10-20代では33.0%と3人に1人が利用。

【年代別】ポッドキャストユーザーの割合



- ② 10-20代ユーザーのポッドキャストの魅力1位は「ここでしか聴けない人や内容の話がある」。ポッドキャストのもつ、コンテンツとしての独自性を評価。

2位は「ながら聴きで、効率よく情報を得られる」、3位「家事や運動など、生活をはかどらせてくれる」と音声の魅力があがる。5位には、1位のポッドキャストの独自性に関連して「マスメディアでは話せない裏話や本音を聴ける」があがる。

Z世代に聞いた「ポッドキャストの魅力」ランキング

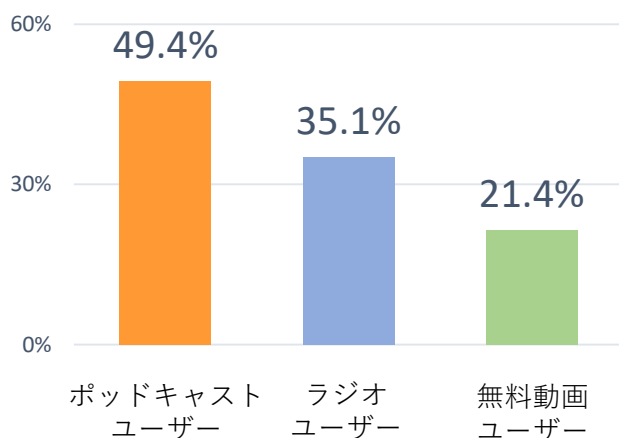
1位	ここでしか聴けない人や内容の話がある	75.9%
2位	ながら聴きで、効率よく情報を得られる	74.9%
3位	家事や運動など、生活をはかどらせてくれる	69.1%
4位	好きな番組やエピソードをストックできる	67.7%
5位	マスメディアでは話せない裏話や本音を聴ける	66.6%

- ③ 10-20代のポッドキャストユーザーの約半数が、番組を聴くだけでなく「#番組名でつぶやく」のはもちろん、「番組の公式本やオリジナルグッズを買う」「番組のイベントに参加する」「番組やパーソナリティの有料サロンに入会する」など番組関連の消費にも積極的で、強いエンゲージメント力を有していることが明らかになった。

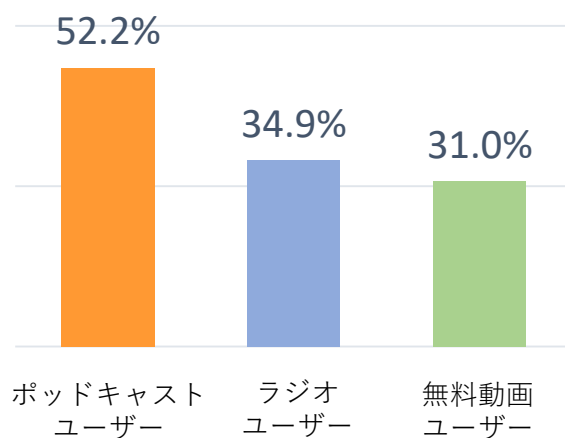
10-20代ラジオユーザー、無料動画ユーザーそれぞれの視聴番組に関して実施している事柄を調査し比較したところ、いずれについてもポッドキャストユーザーでの実施率が上回る結果となった。

10-20代の各メディアユーザーが視聴番組に実施している事柄（実施率）

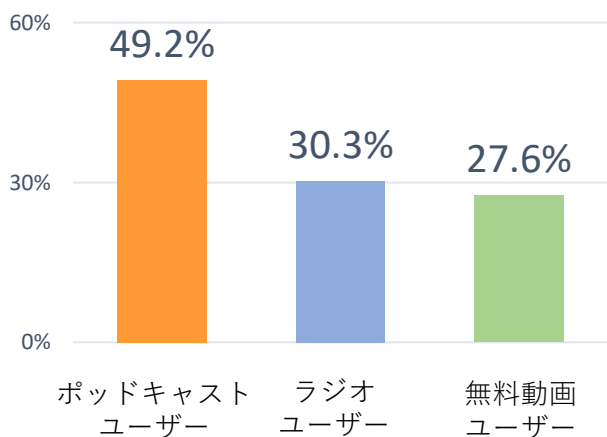
「#番組名」で感想や意見をつぶやく



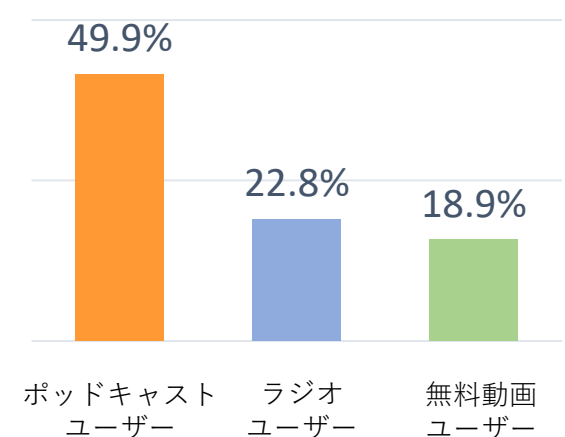
番組の公式本やオリジナルグッズを買う



番組で紹介していた場所を聖地巡礼する



番組やパーソナリティの有料サロンに入会する



各10-20代サンプル数

ポッドキャストユーザー 462s ラジオユーザー 219s 無料動画ユーザー 414s

ポッドキャストユーザー意識調査2023 調査設計詳細

◆調査手法：インターネット調査

◆調査エリア：全国

◆以下3種類の調査を実施。各調査の対象者の母集団は重複しないよう設定した。

1. ポッドキャストに関する調査

スクリーニング調査で抽出したポッドキャストユーザーを対象に本調査を実施

調査期間： ①スクリーニング調査2023/03/01～03/07

②本調査2023/03/07～03/13

サンプル数： ①スクリーニング調査12,662s

②本調査 回収数1,435s ポッドキャスト月1回以上使用ユーザー数1,232s

<比較用>

2. ラジオに関する調査

スクリーニング調査で抽出したラジオユーザーを対象に本調査を実施

調査期間： ①スクリーニング調査2023/02/24～02/28

②本調査2023/03/01～03/07

サンプル数： ①スクリーニング調査5,288s

②本調査 回収数1,266s ラジオ月1回以上使用ユーザー数1,170s

3. 無料動画に関する調査

調査期間： 2023/02/27～03/05

サンプル数： 1,997s 無料動画月1回以上使用ユーザー数1,629s



お問い合わせ先

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ

広報室 戸田 mp.webmaster@hakuhodody-media.co.jp 03-6441-9347

メディア環境研究所 野田 info@mekanken.com