

報道関係各位

2021年9月1日
株式会社クロス・マーケティング

20代で拮抗する「テレビ」と「ネット動画」視聴時間 「大きなニュース」はテレビで、ネット動画は「好きな時間に・好きな場所で」

－テレビとインターネット動画配信に関する調査（2021年）－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「テレビとインターネット動画配信に関する調査（2021年）」を実施しました。コロナ禍で自宅にいる時間が増え、テレビやインターネット動画配信を観る機会が増えた人も多いと思います。今回は、「今年見た中で好きな番組」「テレビ放送、インターネット動画配信の視聴時間」「テレビ放送・インターネット動画配信について、感じることや接し方」などを聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210901TV/>

■調査結果

- ✓ 1日の視聴時間を聴取したところ、平日・休日ともに9割がテレビを見ているのに対し、インターネット動画配信は7割と、テレビを見ている人の方が多い。ただし、20代においてはほぼ同程度の割合となっている。〈図1、図2〉年代別にみると、年代が高くなるほどテレビの視聴時間は長く、インターネット動画配信の視聴時間は短くなっている。
- ✓ テレビについては、「大きな事件が起きたときはテレビでニュースを確認する」が上位にあがり、速報性が求められている一方で、「CMが多い」「同じような話題を繰り返し放送している」といったネガティブな意見も出た。インターネット動画配信については、「好きな時間に好きな番組を選んで見ることができる」「スマホやタブレットなどで、どこでも見ることができて便利」といったテレビにはない魅力がポジティブ意見として多くあがっている。〈図3、4〉
- ✓ 今年見た中で好きな番組としては、「オリンピック」が最多。「TOKYO MER」や「ハコヅメ」といった現在放送中のドラマがTOP10に5本ランクインしている〈図5〉バラエティ番組では、「水曜日のダウンタウン」や「アメトーク！」といった人気番組に加えて、この1、2年の間にレギュラー番組となった「有吉の壁」や「オモウマイ店」もTOP10にランクインしている。

＜図1＞ 1日のテレビ放送の視聴時間

※地上波やBS放送、CS放送など（単一回答：n=1,100）

■ 平日	視聴時間					視聴・計
	全く見ない	1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間以上	
全体(n=1100)	13.2	20.8	21.5	20.5	24.1	86.8
20代(n=220)	25.5	27.3	16.8	15.9	14.5	74.5
30代(n=220)	14.1	27.3	22.3	15.9	20.5	85.9
40代(n=220)	11.4	23.6	23.2	17.3	24.5	88.6
50代(n=220)	5.5	16.4	27.3	25.9	25.0	94.5
60代(n=220)	9.5	9.5	17.7	27.3	35.9	90.5

■ 休日 (%)

全体(n=1100)	14.4	15.7	19.1	18.5	32.4	85.6
20代(n=220)	23.6	19.5	22.3	14.1	20.5	76.4
30代(n=220)	16.8	21.4	21.4	10.5	30.0	83.2
40代(n=220)	10.9	16.8	20.0	19.5	32.7	89.1
50代(n=220)	7.7	14.5	19.1	20.9	37.7	92.3
60代(n=220)	12.7	6.4	12.7	27.3	40.9	87.3

＜図2＞ 1日のインターネット動画配信の視聴時間

※ネットテレビやYouTubeやNetflix、Huluなど（単一回答：n=1,100）

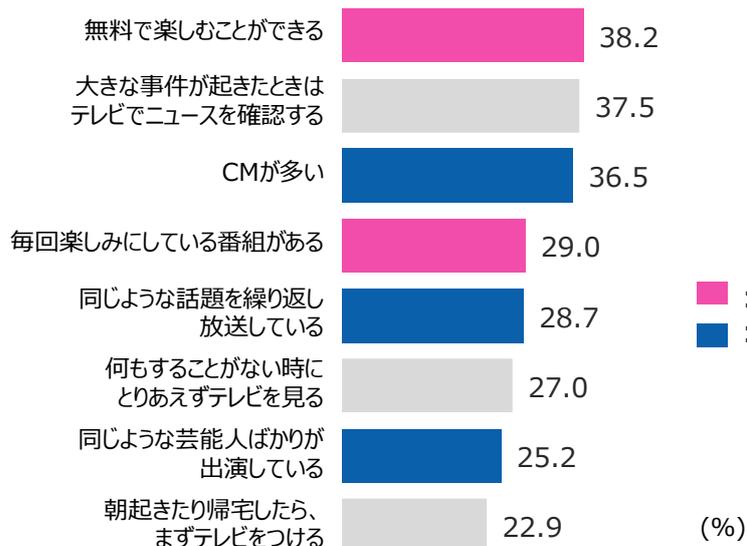
■ 平日	視聴時間					視聴・計
	全く見ない	1時間未満	1時間～2時間未満	2時間～3時間未満	3時間以上	
全体(n=1100)	33.3	35.1	14.2	8.1	9.4	66.7
20代(n=220)	25.0	27.3	15.9	15.0	16.8	75.0
30代(n=220)	28.2	32.7	18.2	8.6	12.3	71.8
40代(n=220)	31.4	39.1	15.5	4.5	5.9	68.6
50代(n=220)	36.4	41.8	11.4	6.8	3.6	63.6
60代(n=220)	45.5	34.5	10.0	5.5	4.5	54.5

■ 休日 (%)

全体(n=1100)	31.5	31.9	16.0	8.1	12.5	68.5
20代(n=220)	26.4	21.8	19.5	11.4	20.9	73.6
30代(n=220)	24.1	33.2	18.2	10.9	13.6	75.9
40代(n=220)	30.0	32.7	17.7	6.8	12.7	70.0
50代(n=220)	33.2	39.1	14.5	5.0	8.2	66.8
60代(n=220)	43.6	32.7	10.0	6.4	7.3	56.4

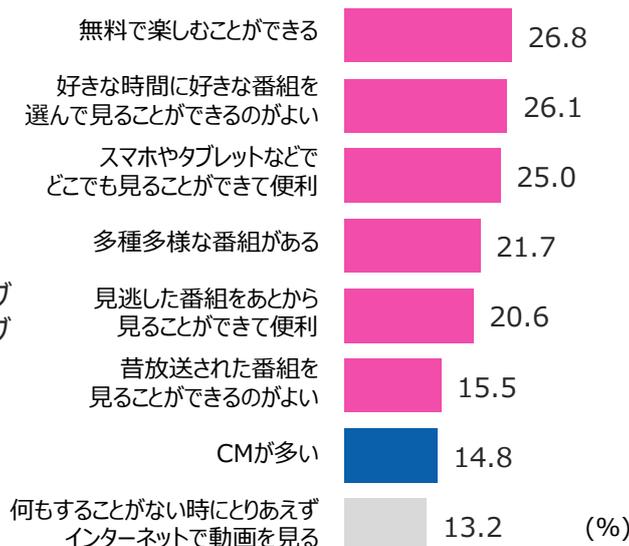
<図3> テレビ放送について、感じることや接し方 TOP8

(複数回答：n=1,100)

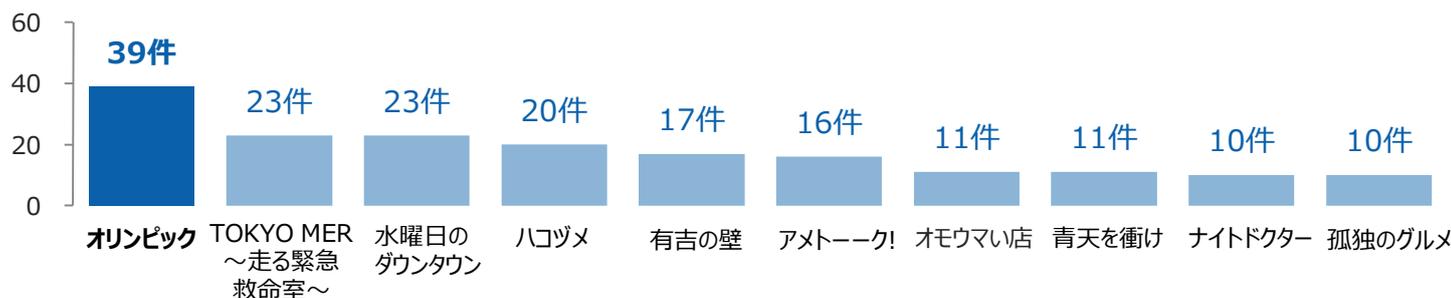


<図4> インターネット動画配信について、感じることや接し方 TOP8

(複数回答：n=1,100)



<図5> 今年見た中で、特に好きな番組TOP10 (自由回答：n=1,100) (地上波、BS、YouTube、動画配信サービス含む)



■ 調査項目

- 属性設問
- 昨今の状況下で、現在、あなたが「してもいい」と思う外出を伴う行動
- 今年見た中で好きな番組
- テレビ放送、インターネット動画配信の視聴時間
- テレビ放送について、感じることや接し方
- インターネット動画配信について、感じることや接し方

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20210901TV/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2021年8月27日(金) ~ 8月29日(日)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」