

<ジーコム独自調査レポート No.106>

福岡県居住者のメディア接触に関する調査 結果報告書

2017年7月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成29年5月11日（木）～5月16日（火）

4. 調査規模

517サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	204	39.5
女性	313	60.5
全体	517	100.0

■世帯年収	件数	構成比(%)
200万円未満	56	10.9
200～300万円未満	60	11.6
300～400万円未満	83	16.1
400～500万円未満	71	13.8
500～600万円未満	73	14.1
600～700万円未満	55	10.7
700～800万円未満	45	8.7
800～900万円未満	22	4.3
900～1000万円未満	22	4.3
1000～1500万円未満	24	4.7
1500万円以上	5	1.0
全体	516	100.0

* 学生を除く

■年齢	件数	構成比(%)
20代	41	7.9
30代	106	20.5
40代	125	24.2
50代	117	22.6
60代以上	128	24.8
全体	517	100.0

■居住地別	件数	構成比(%)
福岡市内	289	55.9
市外都市圏	123	23.8
その他福岡県	105	20.3
全体	517	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	155	30.0
公務員	15	2.9
団体職員	12	2.3
会社役員	6	1.2
派遣社員・契約社員	25	4.8
商工自営	15	2.9
農林漁業	1	0.2
自営手伝い	3	0.6
自由業	12	2.3
学生	1	0.2
パート・アルバイト	71	13.7
主婦(主夫)専業	148	28.6
無職	47	9.1
その他	6	1.2
全体	517	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

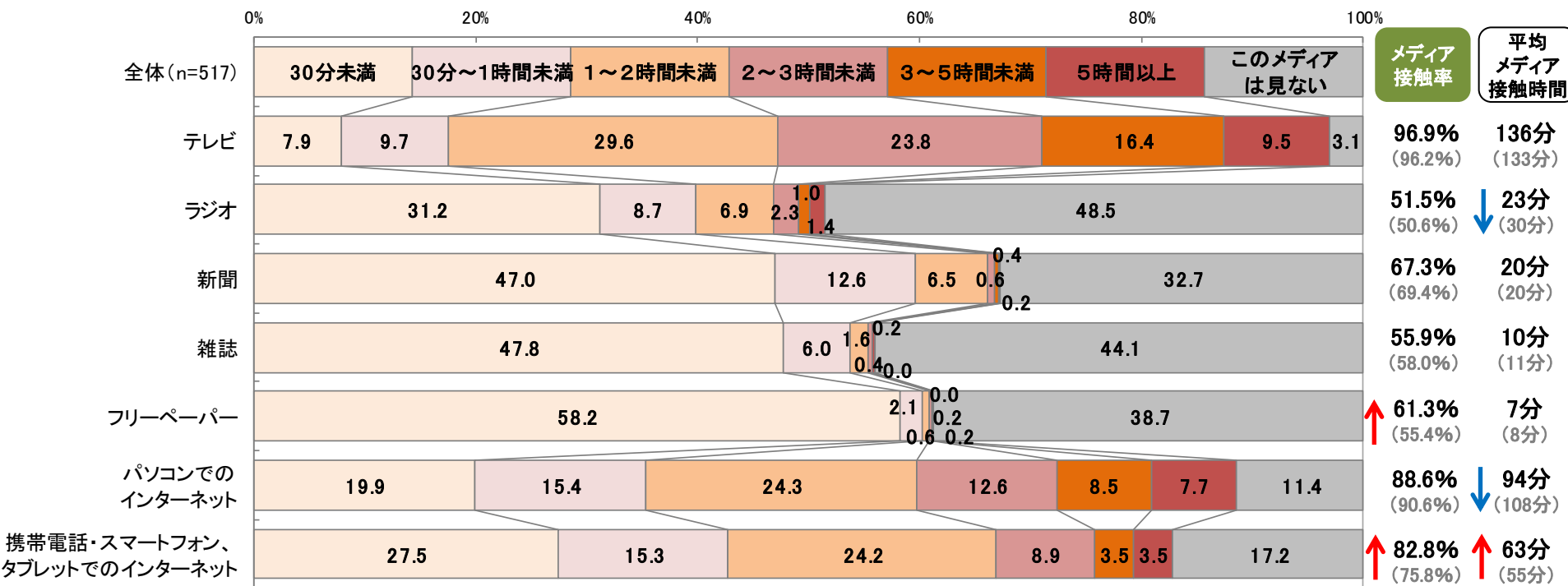
1. メディア接触状況

スマートフォンやタブレットでのインターネット接触が増加。1日のネット接触時間はテレビを上回る。

一日のメディア接触率（※1）は「テレビ」が96.9%で最も高く、次いで「パソコンでのインターネット」88.6%、「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」82.8%の順である。また、平均メディア接触時間（※2）は「テレビ」が136分で最も長く、次いで「パソコンでのインターネット」94分、「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」63分の順である。インターネット接触時間は合計157分で、テレビを上回っている。

2015年実施の前回調査と比べて、メディア接触率は「フリーペーパー」でおよそ6ポイント、「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」で7ポイント増加した。また、平均メディア接触時間は「ラジオ」が7分、「パソコンでのインターネット」が14分減少し、「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」は8分増加した。

◆メディア接触状況【単一回答】



*カッコ内の数値は前回調査(2015年3月)の結果

※1. メディア接触率: 全体から「このメディアは見ない」を減じた割合

※2. 平均メディア接触時間: 10分未満=10、10～20分未満=15、20～30分未満=25、30～45分未満=37.5、45分～1時間未満=52.5、1時間～1時間30分未満=75、1時間30分～2時間未満=105、2～3時間未満=150、3～5時間未満=240、5時間以上=300、このメディアは見ない=0として算出

- ・メディア接触率について性別に見ると、男性で「ラジオ」「新聞」「パソコンでのインターネット」、女性で「フリーペーパー」の割合が高い。
- ・年代別に見ると、年代が下がるにつれて「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」の割合が高くなっている。また、40代は「雑誌」、60代以上は「新聞」「パソコンでのインターネット」の割合が他の層に比べて高い。

◆一日のメディア接触率【単一回答】

			テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	フリーペーパー	パソコンでのインターネット	スマートフォン、タブレットでのインターネット	携帯電話
		調査数								
全体		517	96.9	51.5	67.3	55.9	61.3	88.6	82.8	
性別	男性	204	97.1	62.3	73.0	53.9	50.0	96.1	81.9	
	女性	313	96.8	44.4	63.6	57.2	68.7	83.7	83.4	
年代別	20代	41	87.8	41.5	46.3	53.7	61.0	75.6	97.6	
	30代	106	94.3	38.7	48.1	47.2	59.4	79.2	95.3	
	40代	125	98.4	54.4	69.6	65.6	68.8	88.8	89.6	
	50代	117	98.3	55.6	69.2	59.0	62.4	89.7	81.2	
	60代以上	128	99.2	58.6	85.9	51.6	54.7	99.2	62.5	

*メディア接触率:全体から「このメディアは見ない」を減じた割合

- 一日の平均メディア接触時間について性別に見ると、男性で「ラジオ」「パソコンでのインターネット」、女性で「テレビ」「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」の平均メディア接触時間が長い。
- 年代別に見ると、年代が上がるにつれて「新聞」、年代が下がるにつれて「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」の平均メディア接触時間が長くなっており、20代では2時間を超過している。また、50代で「パソコンでのインターネット」、60代以上で「テレビ」「パソコンでのインターネット」の平均メディア接触時間が他の層に比べて長い。

◆一日の平均メディア接触時間【単一回答】

		調査数	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	フリーペーパー	パソコンでのネット	スマートフォン、タブレットでのネット	【分】
全体		517	136	23	20	10	7	94	63	
性別	男性	204	116	31	26	11	7	106	49	
	女性	313	149	18	17	9	7	86	73	
年代別	20代	41	111	9	5	13	7	80	130	
	30代	106	135	19	12	11	9	67	90	
	40代	125	125	19	13	8	6	87	70	
	50代	117	130	31	23	9	8	110	48	
	60代以上	128	163	27	38	11	6	113	28	

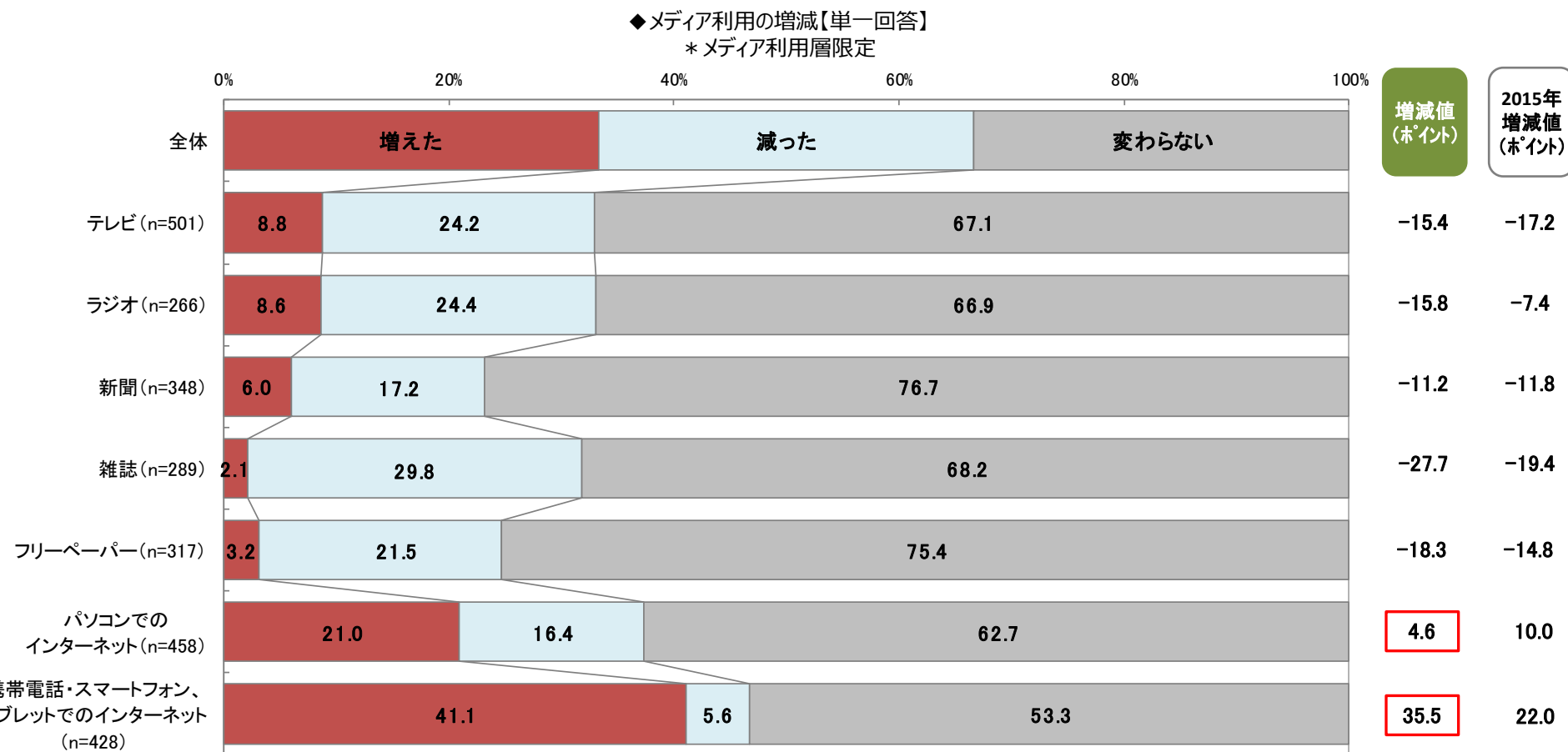
* 平均メディア接触時間: 10分未満=10、10～20分未満=15、20～30分未満=25、30～45分未満=37.5、45分～1時間未満=52.5、1時間～1時間30分未満=75、1時間30分～2時間未満=105、2～3時間未満=150、3～5時間未満=240、5時間以上=300、このメディアは見ない=0として算出

2. メディア利用の増減 ※メディア利用層限定

インターネットの利用が増加する一方で、他メディアの利用は著しく減少している。

この1年間のメディア利用の増減について、「増えた」の割合から「減った」の割合を減じた増減値は、パソコンでのインターネットと携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネットがプラスで、それ以外のメディアはマイナスであった。前回調査も同様の傾向である。

インターネット利用、特にモバイル機器からのインターネットの利用が、他メディアの利用の機会を奪っている状況がうかがえる。



*増減値:「増えた」から「減った」を減じた割合

- ・増減値を性別に見ると、女性で「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」のプラス幅が大きい。
- ・年代別に見ると、20代で「フリーペーパー」、40代で「携帯電話・スマートフォン、タブレットでのインターネット」のプラス幅が大きい。

◆メディア利用の増減【単一回答】
*メディア利用層限定 *増減値抜粋

		【ポイント】						
		テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	フリーペーパー	パソコンでのネット	スマートフォン、タブレットでのネット
調査数		510	266	348	289	317	458	428
全体		-15.4	-15.8	-11.2	-27.7	-18.3	4.6	35.5
性別	男性	-17.1	-15.7	-8.0	-31.8	-24.6	9.2	23.9
	女性	-14.2	-15.9	-13.6	-25.2	-15.3	1.1	42.9
年代別	20代	-11.1	-11.7	-5.3	-13.6	8.0	-3.2	37.5
	30代	-11.0	-9.7	-19.7	-30.0	-23.8	-7.1	30.7
	40代	-19.5	-4.4	-10.3	-26.8	-24.4	1.8	50.0
	50代	-23.5	-27.7	-12.3	-27.5	-17.8	11.5	34.7
	60代以上	-8.6	-20.0	-8.2	-31.8	-15.7	11.0	21.3

*増減値:「増えた」から「減った」を減じた割合

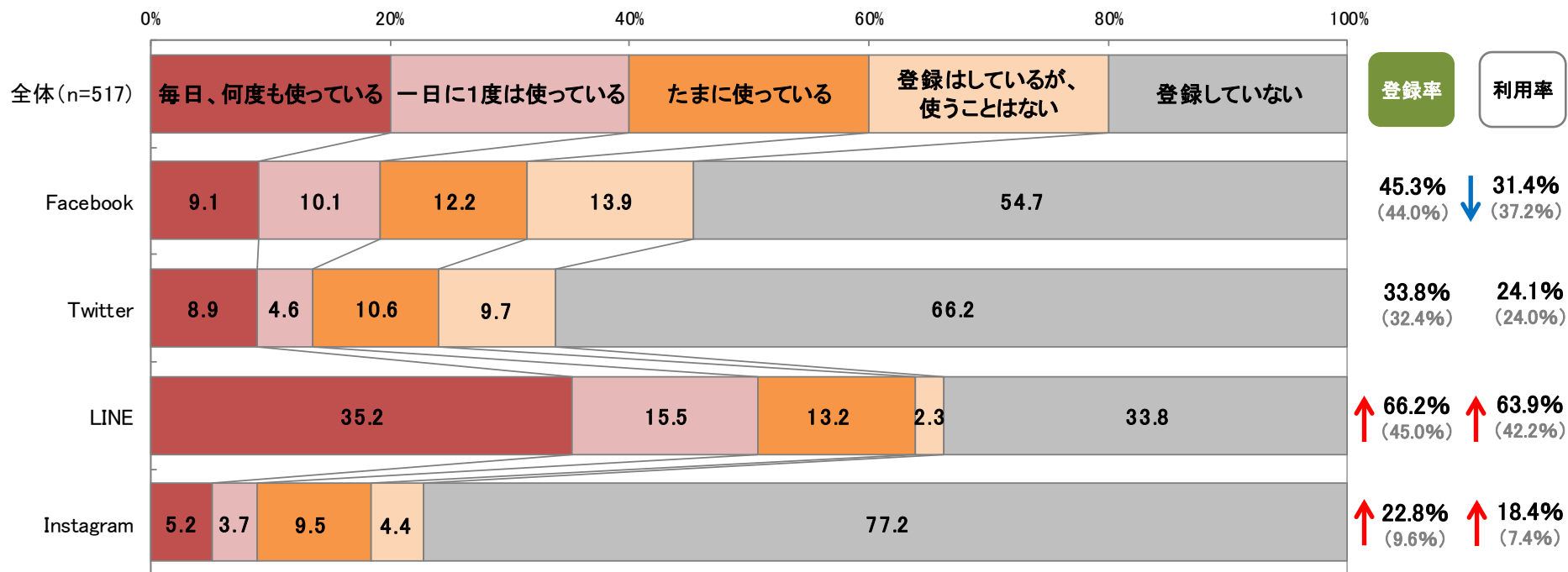
3. SNS利用状況

「LINE」「Instagram」の登録率・利用率の伸びが顕著。

SNSの利用状況は、未登録者を除いた登録率は「Facebook」45.3%、「Twitter」33.8%、「LINE」66.2%、「Instagram」22.8%である。また、「毎日、何度も使っている」「一日に1度は使っている」「たまに使っている」を合計した利用率は、「Facebook」31.4%、「Twitter」24.1%、「LINE」63.9%、「Instagram」18.4%であった。

前回調査と比べて、「LINE」「Instagram」は登録率・利用率ともに大きく増加しており、それぞれ登録率と利用率にそれほど差がない。「Facebook」は利用率が6ポイント減少した。

◆ SNS利用状況【単一回答】



*カッコ内の数値は前回調査(2015年3月)の結果

*登録率=全体から「登録していない」を減じた割合

*利用率=「毎日、何度も使っている」+「一日に1度は使っている」+「たまに使っている」

- 性別には、Facebook、Twitterともに大きな差は見られない。
- 年代別に見ると、Facebook、Twitterともに20代の登録率および利用率が高い。

◆Facebook利用状況【単一回答】

		調査数	何日も使っている	毎日、1度は使っている	1日に使っている	たまに使っている	登録はしているが、登録していない	登録率17年	登録率15年	登録率13年	利用率17年	利用率15年	利用率13年
全体		517	9.1	10.1	12.2	13.9	54.7	45.3	44.0	43.5	31.4	37.2	35.9
性別	男性	204	7.4	13.2	12.3	14.7	52.5	47.6	45.6	48.2	32.9	38.4	39.6
	女性	313	10.2	8.0	12.1	13.4	56.2	43.7	42.4	39.7	30.3	36.0	32.9
年代別	20代	41	7.3	17.1	29.3	12.2	34.1	65.9	59.0	70.2	53.7	54.0	68.6
	30代	106	13.2	10.4	16.0	13.2	47.2	52.8	51.0	44.2	39.6	45.0	37.6
	40代	125	12.0	6.4	8.0	16.0	57.6	42.4	41.0	33.1	26.4	36.0	24.8
	50代	117	8.5	11.1	11.1	13.7	55.6	44.4	40.0	35.8	30.7	28.0	28.3
	60代以上	128	3.9	10.2	8.6	13.3	64.1	36.0	29.0	35.2	22.7	23.0	19.9

◆Twitter利用状況【単一回答】

		調査数	何日も使っている	毎日、1度は使っている	1日に使っている	たまに使っている	登録はしているが、登録していない	登録率17年	登録率15年	登録率13年	利用率17年	利用率15年	利用率13年
全体		517	8.9	4.6	10.6	9.7	66.2	33.8	32.4	31.0	24.1	24.0	18.5
性別	男性	204	5.4	4.9	11.8	11.8	66.2	33.9	36.4	34.6	22.1	27.2	20.4
	女性	313	11.2	4.5	9.9	8.3	66.1	33.9	28.4	28.2	25.6	20.8	16.8
年代別	20代	41	24.4	12.2	22.0	9.8	31.7	68.4	55.0	41.0	58.6	46.0	24.9
	30代	106	15.1	2.8	12.3	10.4	59.4	40.6	39.0	37.3	30.2	29.0	24.6
	40代	125	6.4	6.4	13.6	12.0	61.6	38.4	31.0	26.4	26.4	22.0	15.8
	50代	117	6.8	5.1	7.7	10.3	70.1	29.9	20.0	26.7	19.6	14.0	16.5
	60代以上	128	3.1	1.6	5.5	6.3	83.6	16.5	17.0	23.4	10.2	9.0	9.3

* 登録率=全体から「登録していない」を減じた割合

* 利用率=「毎日、何日も使っている」+「一日に1度は使っている」+「たまに使っている」

- 性別に見ると、LINEでは女性の登録率および利用率が高い。
- 年代別に見ると、LINEでは20代、30代、Instagramでは20代の登録率および利用率が高い。

◆LINE利用状況【単一回答】

		調査数	何日も使っている	毎日、1度は使っている	1日に1度は使っている	たまに使っている	使っていないが、登録している	登録していない	登録率17年	登録率15年	登録率13年	利用率17年	利用率15年	利用率13年
全体		517	35.2	15.5	13.2	2.3	33.8	66.2	45.0	33.1	63.9	42.2	29.6	
性別	男性	204	22.5	13.7	14.7	2.5	46.6	53.4	40.4	32.1	50.9	36.4	26.5	
	女性	313	43.5	16.6	12.1	2.2	25.6	74.4	49.6	33.9	72.2	48.0	32.1	
年代別	20代	41	61.0	24.4	9.8	-	4.9	95.2	73.0	67.4	95.2	72.0	63.8	
	30代	106	59.4	14.2	12.3	0.9	13.2	86.8	61.0	42.0	85.9	61.0	38.8	
	40代	125	36.0	21.6	14.4	3.2	24.8	75.2	45.0	27.7	72.0	40.0	23.4	
	50代	117	26.5	14.5	12.8	4.3	41.9	58.1	29.0	18.7	53.8	27.0	13.4	
	60代以上	128	14.1	8.6	14.1	1.6	61.7	38.4	17.0	7.1	36.8	11.0	7.1	

◆Instagram利用状況【単一回答】

		調査数	何日も使っている	毎日、1度は使っている	1日に1度は使っている	たまに使っている	使っていないが、登録している	登録していない	登録率17年	登録率15年	利用率17年	利用率15年
全体		517	5.2	3.7	9.5	4.4	77.2	22.8	9.6	18.4	7.4	
性別	男性	204	2.9	2.5	10.3	3.9	80.4	19.6	9.6	15.7	8.0	
	女性	313	6.7	4.5	8.9	4.8	75.1	24.9	9.6	20.1	6.8	
年代別	20代	41	17.1	12.2	17.1	7.3	46.3	53.7	19.0	46.4	16.0	
	30代	106	7.5	3.8	15.1	4.7	68.9	31.1	15.0	26.4	11.0	
	40代	125	4.8	4.0	12.0	4.0	75.2	24.8	9.0	20.8	6.0	
	50代	117	3.4	1.7	6.8	6.0	82.1	17.9	2.0	11.9	1.0	
	60代以上	128	1.6	2.3	2.3	2.3	91.4	8.5	3.0	6.2	3.0	

*登録率=全体から「登録していない」を減じた割合

*利用率=「毎日、何日も使っている」+「一日に1度は使っている」+「たまに使っている」

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：inq@gcom-net.co.jp