

2013年12月

報道関係各位

株式会社ミクシィ・リサーチ  
株式会社シタシオンジャパン

株式会社ミクシィ・リサーチ／株式会社シタシオンジャパン 共同調査  
“ソーシャルテレビ人”に関する調査  
～テレビとソーシャルメディアの関係性～

株式会社ミクシィ・リサーチ (<http://mixi-research.co.jp/>) (本社／東京都渋谷区、代表取締役：濱野英和) と株式会社シタシオンジャパン (<http://www.citation.co.jp/>) (本社／東京都中央区、代表取締役：小出紘道) は、「ソーシャルテレビ人」に関する調査」をインターネットリサーチにより実施し、15～24歳の男女1,000名の回答を集計しました。

テレビにもソーシャルメディアにも『心の距離感』に近い“ソーシャルテレビ人”を研究していくことで、両メディアを活用する上での方向性を探っていく、きっかけづくりになればと思っています。

----- 調査概要 -----

実施時期	:2013年10月16日(水)～20日(日)
対象者	:全国の15～24歳の男女
サンプル数	:1000サンプル
実施手法	:インターネットリサーチ
実施会社	:株式会社ミクシィ・リサーチ
特記	:サンプルの内、mixiのアカウント保持78.9%、1カ月に1回以上利用者73.4%

----- サマリー -----

<アンケート協力者（ミクシィ・リサーチモニター）について>

- ◆ 15～24歳のアンケート協力者の3人に2人が女性
- ◆ 15～24歳のアンケート協力者の4人に3人がmixiを1カ月に1回以上利用
- ◆ テレビへの『距離感』よりもソーシャルメディアへの『距離感』の方が近い
- ◆ テレビにもソーシャルメディアにも『距離感』に近い“ソーシャルテレビ人”は約1割

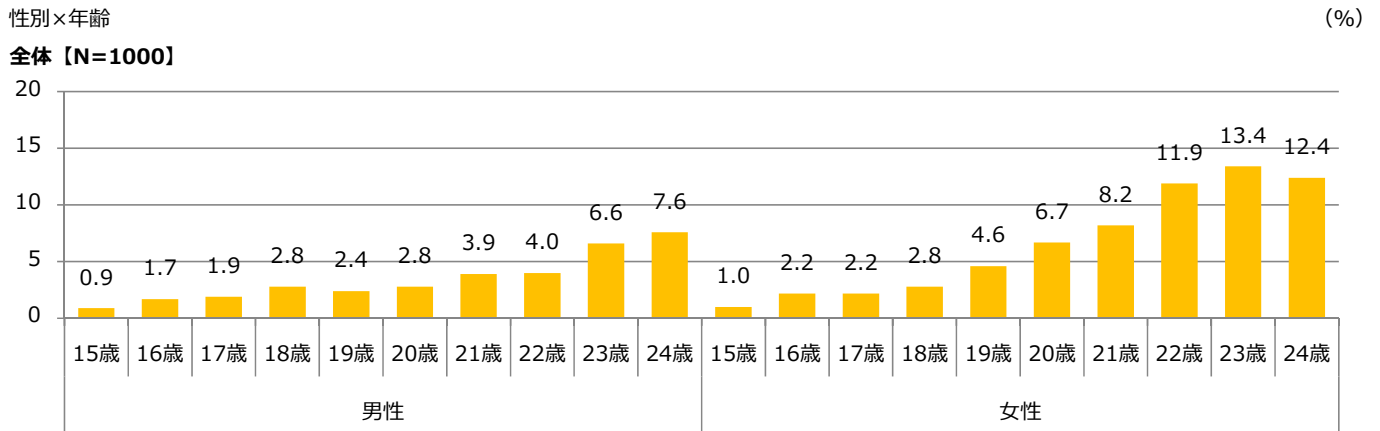
<ソーシャルテレビ人について>

- ◆ テレビに好意的（とても好き+好き）な人は約8割
- ◆ テレビの位置づけとして特徴的なものは「見ないと不安」「ホッとできる」「なくてはならない」
- ◆ よく見るテレビジャンルは「ドラマ」「アニメ・特撮」「お笑い・芸人ネタ」
- ◆ 15～24歳のソーシャルテレビ人はLINEとTwitterでテレビ局とのつながりを持つ傾向

以下、アンケート協力者の特徴（モニター特性）。

◆ 15～24 歳のアンケート協力者の 3 人に 2 人が女性

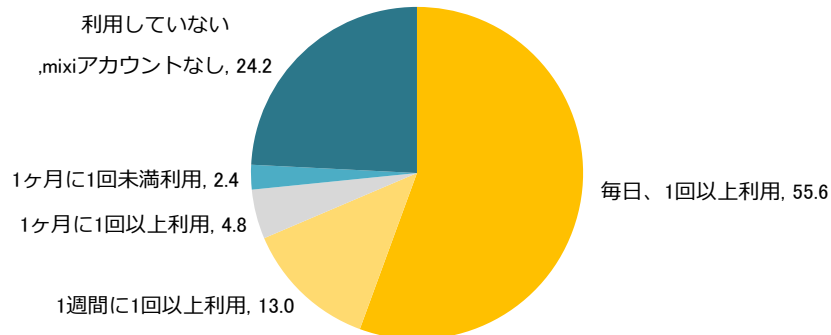
アンケート協力者のプロフィールは、性別では男性 34.6%、女性 65.4%と 3 人に 2 人が女性。男女とも、年齢が上がるとともにアンケート協力者の数は多くなっている。



◆ 15～24 歳のアンケート協力者の 4 人に 3 人が mixi を 1 ヶ月に 1 回以上利用

mixi を「毎日、1 回以上利用」している人が 55.6%、「1 週間に 1 回以上利用」している人が 13.0%、「1 ヶ月に 1 回以上利用」している人が 4.8%。まとめると『1 ヶ月に 1 回以上』利用している人の合計は 73.4%。

Q2.あなたはmixiのページやアプリをどのくらいの頻度で開いていますか（見えていますか）？（単一回答） (全体【N=1000】) (%)



ミクシィ・リサーチのモニター特性から、全体的に SNS のアカウント所有率が高くなっている。

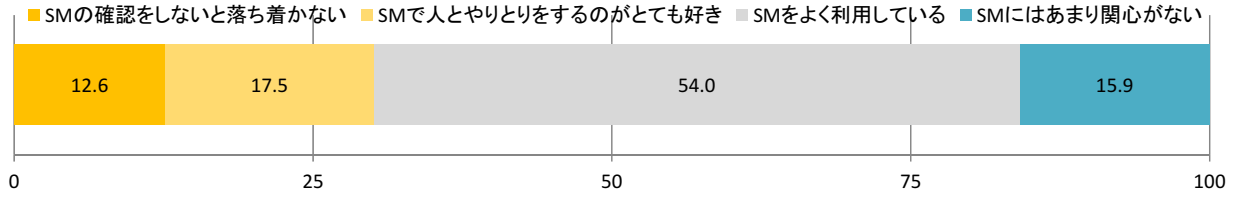
次ページより、リサーチ結果です。

◆ テレビへの『距離感』よりもソーシャルメディアへの『距離感』の方が近い

ソーシャルメディアとの距離感では、「SM(ソーシャルメディア)の確認をしないと落ち着かない」と回答した人が12.6%、「SM(ソーシャルメディア)で人とやり取りをするのがとても好き」は17.5%。

Q10.あなたと「ソーシャルメディア」との距離感でもっとも近いと思うものはどれですか？(単一回答) (%)

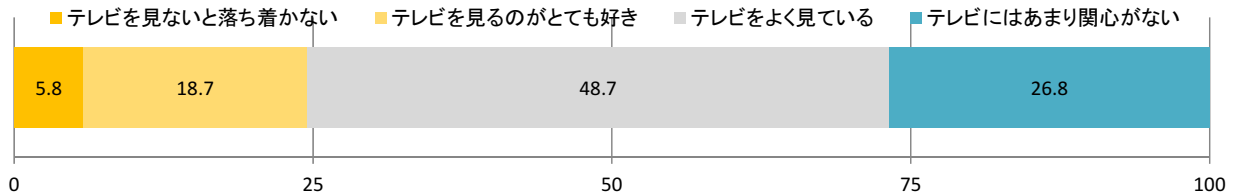
全体【N=1000】



テレビとの距離感では、「テレビを見ないと落ち着かない」と回答した人が5.8%、「テレビを見るのがとても好き」は18.7%。

Q9.あなたと「テレビ」との距離感でもっとも近いと思うものはどれですか？(単一回答) (%)

全体【N=1000】



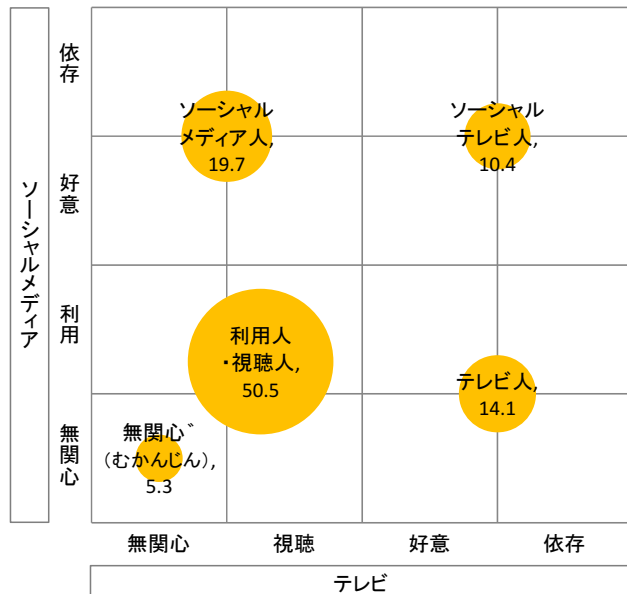
テレビとの距離感よりもソーシャルメディアへの距離感の方が近くなっている。

◆ テレビにもソーシャルメディアにも『距離感』に近い“ソーシャルテレビ人”は約1割

下図は、テレビ、ソーシャルメディアそれぞれへの距離感でアンケート協力者を分類したもの。テレビにもソーシャルメディアにも距離が近い人を「ソーシャルテレビ人」、テレビにもソーシャルメディアにも関心のない人(距離感が遠い人)を「無関心(むかんじん)」としている。下図左が今回の調査結果で、下図右が2013年2月に実施した調査結果(参照：<http://www.citation.co.jp/topics/research/2013/04.html>)。アンケート協力者の年齢幅やSNSの利用度合いが違うことなどが影響し、今回の調査ではソーシャルテレビ人が10.4%を占める結果となった。

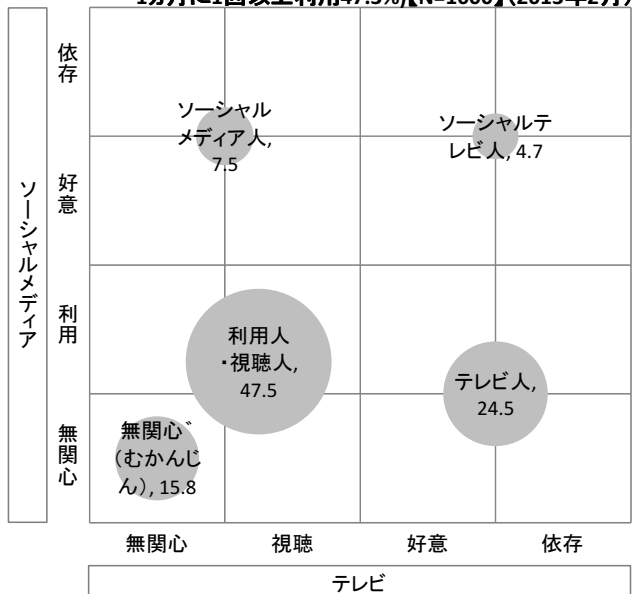
ソーシャルテレビ人の分布比較 (%)

15-24才(mixiを1か月に1回以上利用73.4%)【N=1000】



参考:15-49才(Twitter, FB, mixiのいずれかを

1か月に1回以上利用47.3%)【N=1000】(2013年2月)



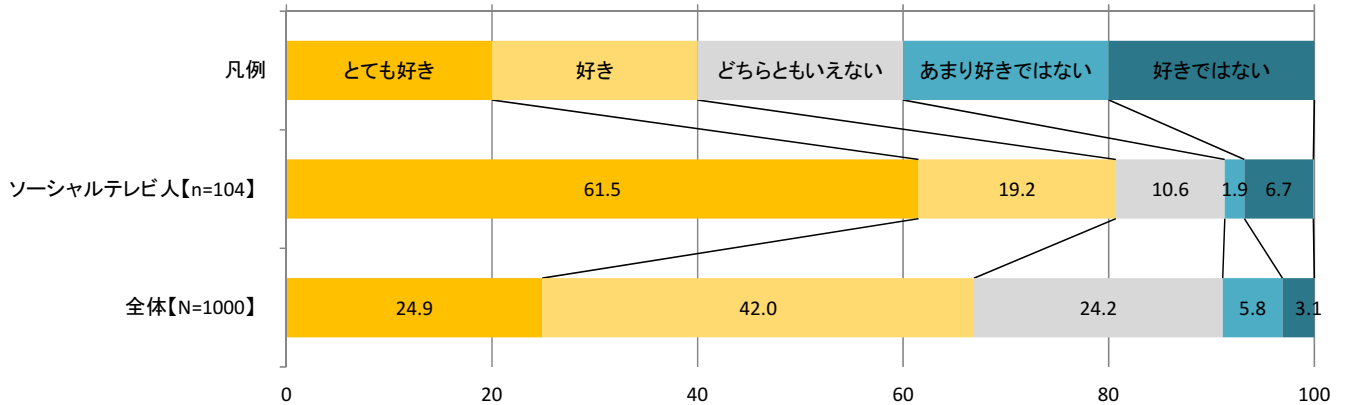
◆ ソーシャルテレビ人のうち、テレビに好意的（とても好き+好き）な人は約8割

ソーシャルテレビ人のテレビに対する好意度は「とても好き」が61.5%。全体の24.9%と比較すると大きく上回るスコアとなっている。

一方、ソーシャルテレビ人の中にもテレビに対する好意傾向では、「あまり好きではない」「好きではない」と回答する人も若干数見られた。このデータの解釈として、「好きではないがやめられない」という人の存在を示していると考えられるだろう。

Q8.あなたは「テレビ」を見るのが好きですか。（単一回答）

(%)



◆ テレビの位置づけとして特徴的なものは「見ないと不安」「ホッとできる」「なくてはならない」

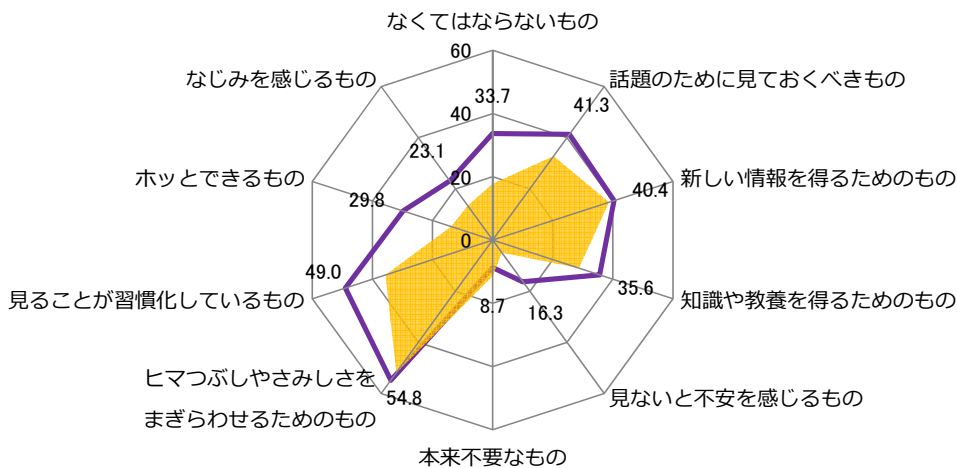
『テレビとはどのようなものか?』という問いに対して、ソーシャルテレビ人は「ヒマつぶしやさみしさをまぎらわせるためのもの」が最も高く54.8%、次いで「見るのが習慣化しているもの」49.0%、「話題のために見ておくべきもの」41.3%と回答している。

アンケート協力者全体の回答に対するソーシャルテレビ人の回答比では、「見ないと不安を感じるもの」「ホッとできるもの」「なくてはならない」の項目が高くなっている。

Q7.あなたにとって「テレビ」とはどのようなものですか?（複数回答）

(%)

- ソーシャルテレビ人【n=104】
- 全体【N=1000】



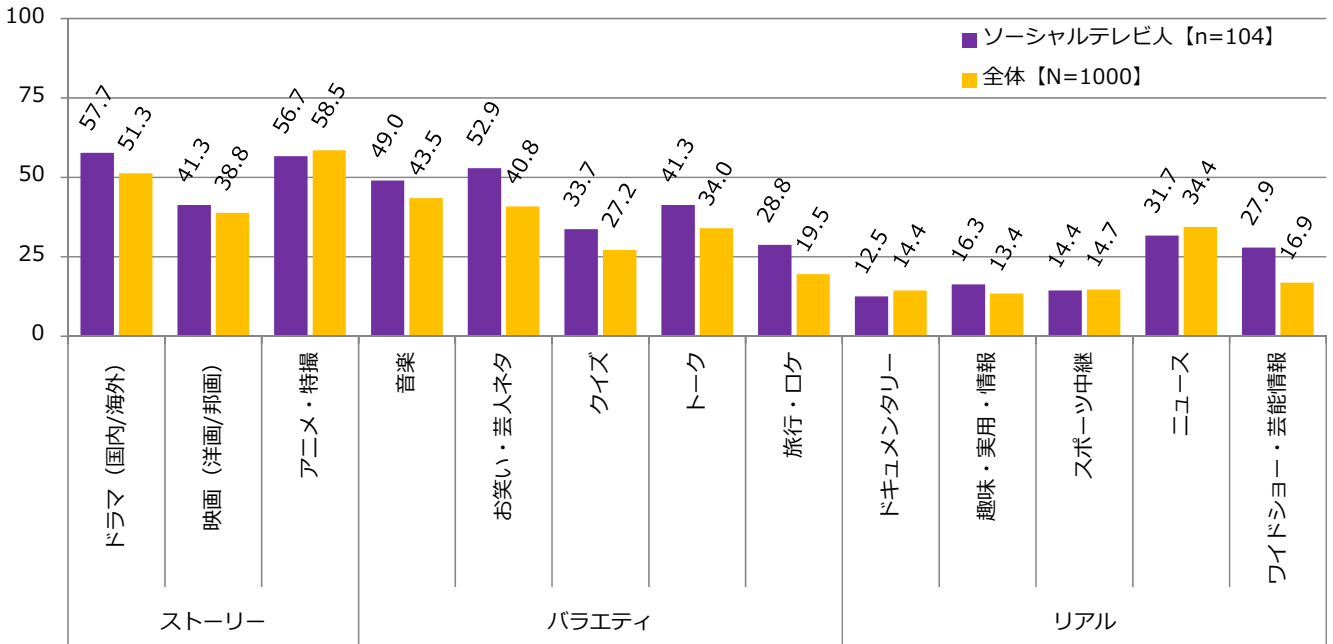
◆ ソーシャルテレビ人がよく見るジャンルは「ドラマ」「アニメ・特撮」「お笑い・芸人ネタ」

ソーシャルテレビ人がよく見るテレビ番組のジャンルは、「ドラマ（国内/海外）」57.7%、「アニメ・特撮」56.7%、「バラエティ<お笑い・芸人ネタ>」52.9%が上位の3ジャンル。

「ドキュメンタリー」「スポーツ中継」「ニュース」といったリアル系コンテンツは差が少ない。

Q6.あなたがよく見るテレビ番組のジャンルはどれですか？（複数回答）

(%)



◆ 15～24歳のソーシャルテレビ人はLINEとTwitterでテレビ局とのつながりを持つ傾向

『テレビ局や番組に関するTwitterのフォローやFacebookの“いいね！”などで定期的に情報を得ているか？』との質問には、ソーシャルテレビ人では「LINEでテレビ局や番組の友だちになっている」が最も多く22.1%となった。

「Twitterでテレビ局や番組のフォローをしている」21.2%が2番目、「Facebookでテレビ局や番組の“いいね！”をしたことがある」13.5%、「mixiでテレビ局や番組のコミュニティに参加している」12.5%と続く。

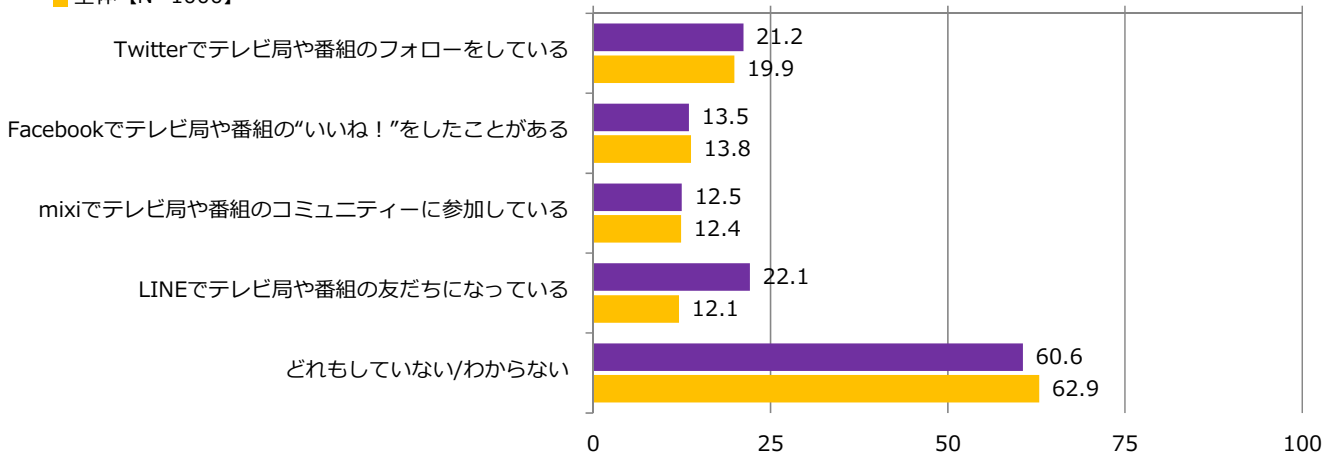
LINEでソーシャルテレビ人とアンケート協力者全体(SNSの利用は市場より多い)の差が見られるが、Twitter、Facebook、mixiでは差は見られなかった。

※LINEの“友だち”が多いのはアンケート協力者の年齢（アンケート協力者15～24才）が影響していると思われます。

Q5.あなたはテレビ局や番組に関するTwitterのフォローやfacebookの“いいね！”などで定期的に情報を得ていますか？（複数回答）

(%)

■ ソーシャルテレビ人【n=104】  
■ 全体【N=1000】



以上、調査結果になります。

今後、テレビとソーシャルメディアの連携はますます加速していくことと思います。私どもは今回の距離感を用いた顧客（視聴者、利用者）分類が、両業界が win-win の関係を構築する上で多少なりともお役に立てると考えております。また、お役に立てれば幸いです。

過去調査（2013年2月実施）はこちらをご覧ください。

<http://www.citation.co.jp/topics/research/2013/04.html>

別途、今回のリサーチデータを使用した「ソーシャルテレビ人」「テレビ人」「ソーシャルメディア人」の比較レポートもまとめていますので、ご入用の方はお手数ですが、下記までご連絡ください。

#### <本件についてのお問い合わせ>

株式会社シタシオンジャパン 営業推進部 梅田（ウメダ）[ume@citation.co.jp](mailto:ume@citation.co.jp)

<http://www.citation.co.jp/>

Tel:03-6228-7801

Fax:03-6228-7808