

札幌学院大学社会情報学部・北海道文化放送（UHB）共同企画調査

札幌市民のくらしとテレビに関する調査2006
回答者様向け報告書

本冊子では、回答者の皆様に昨年ご協力いただいた本調査の主な結果をご報告いたします。
なお、質問内容をご確認されたい場合は、下記の URL からご覧いただけます。

<http://www.sgu.ac.jp/soc/tvr.html> (ここから「2006年アンケート票」をご覧ください)

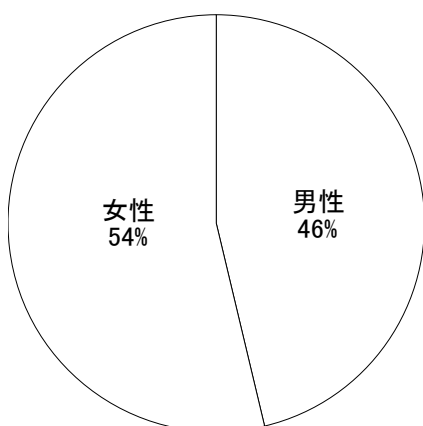
1. 回答者の皆さんのあらし

はじめに本調査にご協力いただきました皆様のあらしについて、集計結果をお知らせしたいと思います。

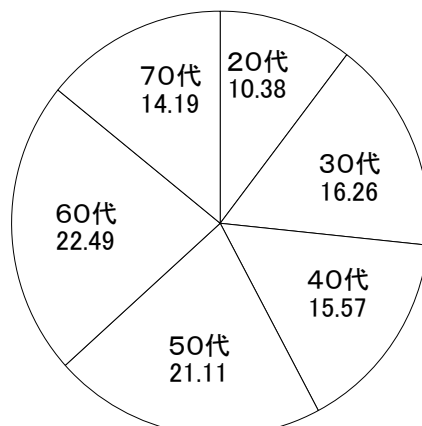
(1) 年齢、性別、居住区

まず、回答者の皆さんの性別、年齢（年代別）の内訳は次に示したグラフのとおりです（【図表 1-1】、【図表 1-2】）。札幌市民の人口上の分布と比較しますと、今回のアンケートに回答をお寄せいただいた方々の男女比は本来の人口分布とほぼ一致しており、その点で正確に札幌市民の様子を反映していることがわかります。年代別のグラフで20代からの集計となっているのは、今回アンケ

【図表 1-1】 回答者の性別



【図表 1-2】 回答者の年代



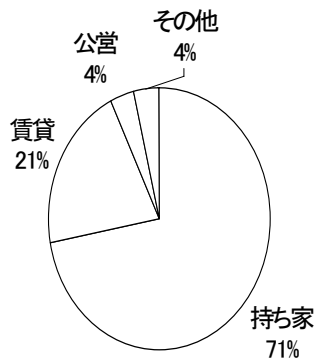
ートをお願いしたのは成人の方だけに限ったためです。また、同じく年代について70代までの集計となっていますが、これは80歳以上の方々についても年齢を考慮してアンケートのお願いを差し控えたためです。

(2) 住宅・間取り・家族員数

回答者の皆さんが居住している住宅については、一戸建てと自己所有のマンションを含む「持ち家」居住者が7割程度いらっしゃいます。公営住宅・社宅・官舎を除く一般の賃貸住宅に居住している回答者が2割強でした（【図表 1-3】）。大変多くの皆さんが持ち家に居住されていることがわかります。持ち家居住率およそ7割というのは、2004年および2005年の結果と同じでありました。

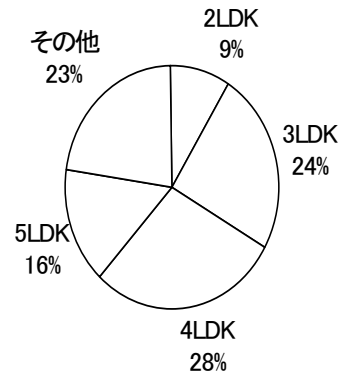
住宅の間取りについては【図表 1-4】に示しましたようにもっとも多かったのは、4LDK（およそ3割）という回答でした。続いて、3LDK、5LDKという順でしたが、この順序およびそれぞれの間取りが占める割合も、2004年および2005年の調査とほとんど変わらない結果でした。

【図表 1-3】 回答者の住宅



割合の少ない項目は適宜その他に集約しました。

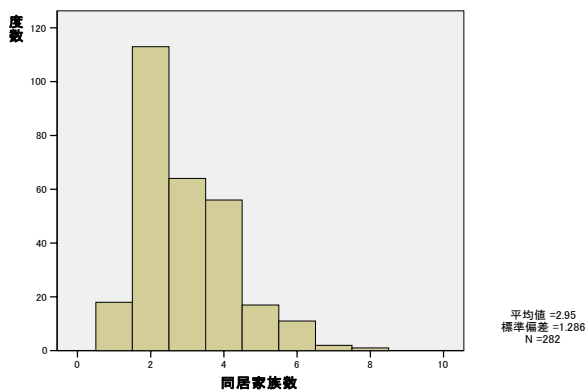
【図表 1-4】 回答者の住宅の間取り



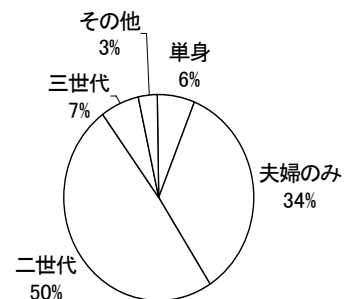
割合の少ない項目は適宜その他に集約しました。

同居家族数（回答者本人を含む）で見ますと、平均が 2.95 人（05 年：2.89 人、04 年：2.94 人）となっており、2 人～3 人の家族成員からなる世帯が多いことがわかります（【図表 1-5】）。家族構成別のグラフで見ますと、二世帯（親・子）家族がもっとも多く、半数を占めていました（【図表 1-6】）。次が夫婦のみ世帯で、これが約 3 割を占めています。この二つの家族構成で全体のおよそ 8 割を占めていることになります。

【図表 1-5】 回答者の同居家族数



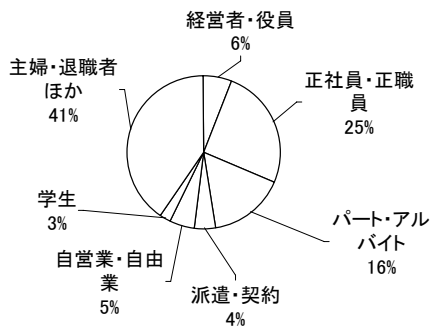
【図表 1-6】 回答者の家族構成



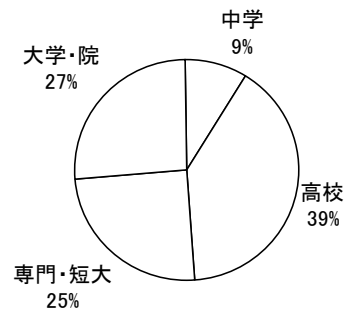
(3) 職業・学歴

職業については、正社員・正職員、パート・アルバイト、主婦や退職者の方を含む無職という回答が多くありました（【図表 1-7】）。また、学歴については、【図表 1-8】に示したとおりです。

【図表 1-7】 回答者の職業



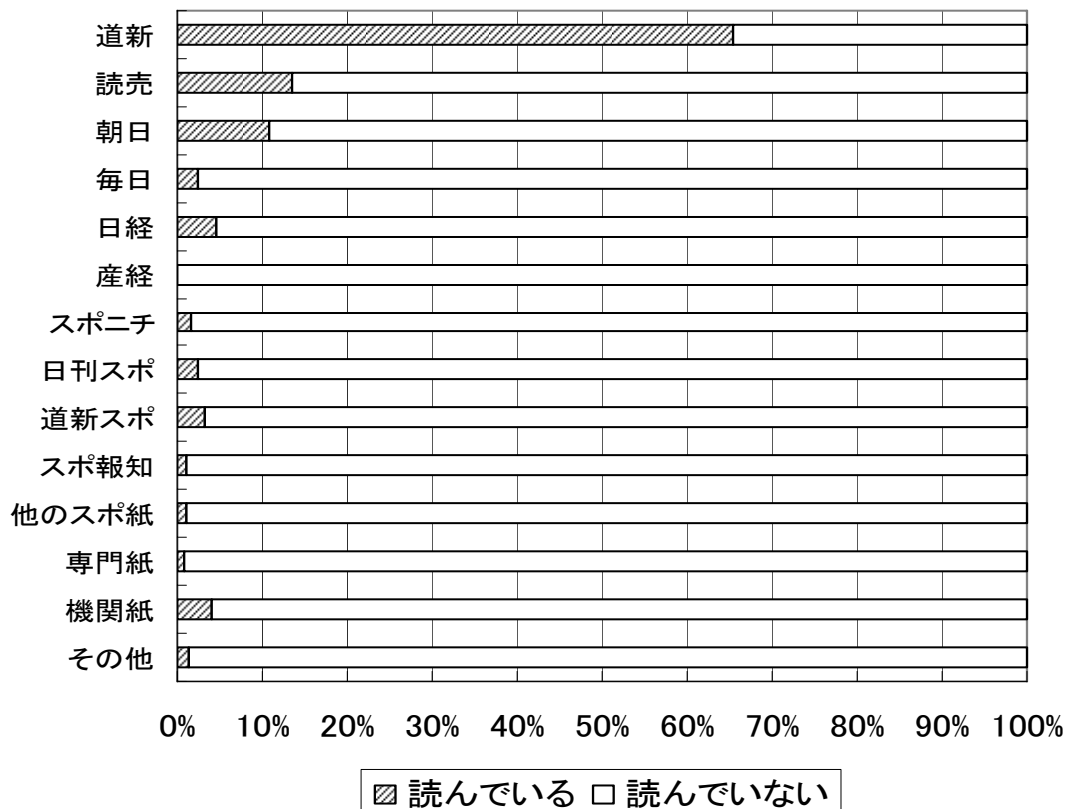
【図表 1-8】 回答者の学歴



(4) 購読している新聞

今回（2006年）の調査では、回答者の皆さんが自宅で購読されている新聞についてもおたずねしました（【図表 1-9】）。予想通り、北海道新聞の割合が大変高いという結果となりました。それに続いて割合が高かったのが、読売新聞、朝日新聞、日本経済新聞でした。スポーツ紙では道新スポーツを読まれている方が多いようです。回答者お一人あたりの平均購読紙数は1.17部でした。約8割の方が購読紙1紙で、15%ほどの方が2紙以上購読されていました。逆に購読されていない方は1%にとどまりました。

【図表1-9】 回答者の購読紙



(5) 自由に使える金額

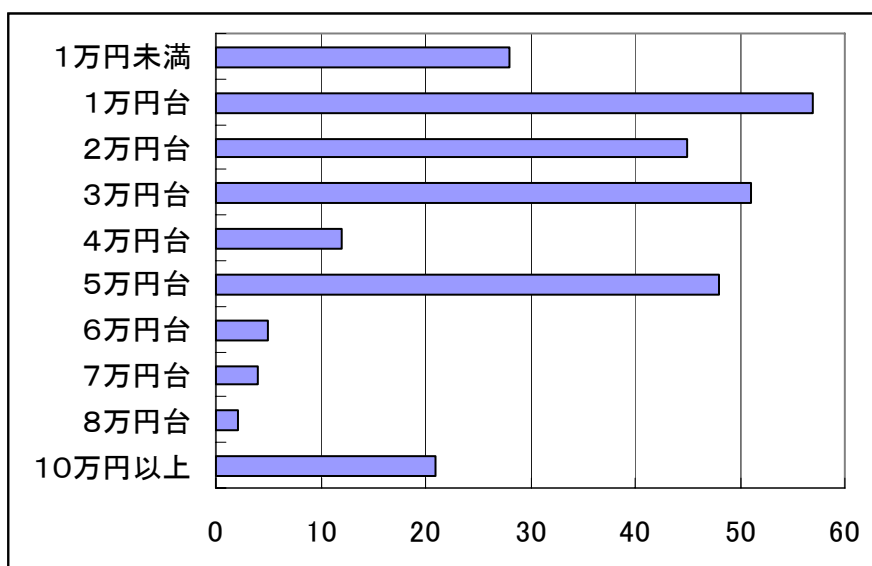
今回の調査でも回答者の皆さんが1ヶ月あたりに自由に使える金額（いわゆる「おこづかい」）をおたずねしました。一ヶ月あたりの平均額は、34340円（05年：36397円、04年：40228円）でした（【図表 1-10】）。3年間の推移で見ますと、徐々に「おこづかい」の額が減ってきています。

【図表 1-10】自由に使える金額の平均（月）

	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
自由に使える金額(月)	273	0	250000	34340.66	32452.415

今回の結果について金額帯の分布をみますと1万円台から3万円台にかけて回答が集中していることがわかります（【図表 1-11】）。

【図表 1-11】自由に使える金額（月）



ここまでは、回答者の皆さんのあらしについて2006年の本調査からえられた集計結果を紹介いたしました。それぞれの項目でも確認してきましたが、基本的なあらしという点については、2005年および2004年の結果と大きな違いはなく、対象となった札幌市民の皆さんにこの1年での大きな変化はなかったことがわかります。

2. 回答者の皆さんのテレビ視聴

次に、本調査のテーマでありますテレビ視聴について、皆さんにいただいた回答結果の集計をご紹介します。

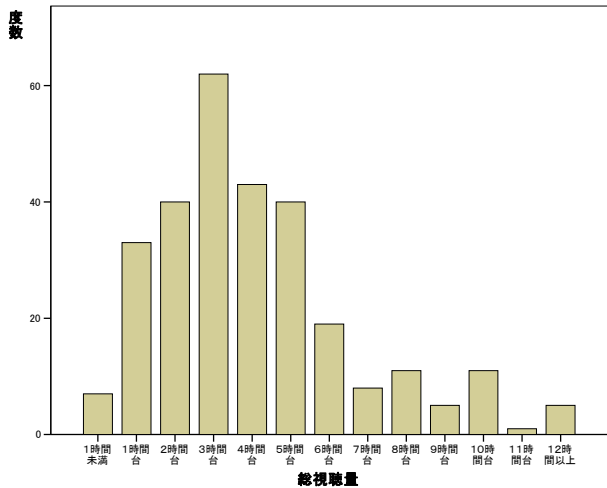
(1) テレビの総視聴量（平日）

まず普段、平日に皆さんがテレビを視聴されているかという点ですが、この点については、99.6%の方々がテレビを視聴しており、まったくみない（視聴時間0分）という回答はわずかに0.4%でありました。

視聴時間の分布は、右図のとおりです（【図表 2-1】）。2～3時間台という回答が多いことがわかります。平均では253分（4時間13分）でありました。また、視聴時間にかなり個人差があることもわかります¹。男女別で視聴時間の平均を比較してみると、女性の方が62分ほど長いことがわかりました（【図表 2-2】）。2005年におこなった本調査の結果では、一日一人あたりの視聴時間の平均が233分（3時間53分）であり、今回の調査結果では若干増加しています。本調査と同時期（06年11月）にNHK放送文化研究所がおこなった個人視聴率の全国調査では3時間58分（土日含む週平均、前年度より3分減少）でしたから、全国平均の視聴時間よりは、札幌市民の視聴時間が長くなっています。夏の甲子園大会で、駒大苫小牧が3年連続で決勝進出し、早稲田実業と引き分け再試合の熱戦を繰り広げたことや日本ハムファイターズのリーグ優勝、日本シリーズ優勝によって特に道民の視聴時間が前年度よりも伸びた可能性があります。

年代別で見ると、視聴時間がもっとも長いのが70代で視聴時間の平均は約316分（5時間16分）でしたが、視聴時間の個人差がもっとも大きいのもこの年代でした（【図表 2-3】）。趣味の活動や健康状態などの理由で視聴時間が短い方もいれば、逆に在宅起床時間の多くをテレビ視聴にあてている方もいたようです。逆に、視聴時間がもっとも短かったのが、40代でした。この年代はいわゆる働き盛

【図表2-1】 総視聴量分布



【図表 2-2】 総視聴量（平均：男女、全体）

Q3

	平均値(分)	度数	標準偏差
男性	219.3385	130	168.56759
女性	281.1224	147	157.08147
合計	252.1264	277	165.18960

【図表 2-3】 総視聴量（平均：年代別、全体）

Q3

	平均値	度数	標準偏差
20代	219.6667	30	155.15250
30代	253.1915	47	171.79495
40代	214.5556	45	155.64318
50代	236.2281	57	109.84681
60代	268.0769	65	174.85193
70代	315.4634	41	207.98751
合計	252.5228	285	165.45836

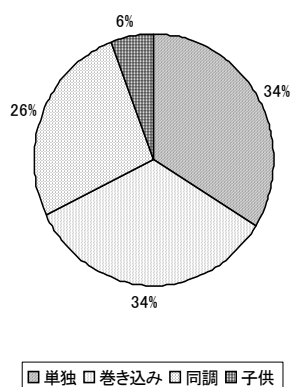
¹ 表中の「標準偏差」という値からわかります。この値が大きければ大きいほど回答のバラツキが大きく、個人差があることがわかります。

りの年代であることからこの結果はうなづけます。

（２）視聴の場における家族との関係

ところで、テレビ視聴といっても、かならずしもたった一人でテレビをみるとはかぎらないでしょう。実際には、多くの方々がご家族と一緒にテレビをみているのではないのでしょうか。最近では、大画面テレビの普及などから家庭の中心的テレビの性能が、家庭内の他のテレビをおおきく上回り、家庭の中心的テレビがふたたび家族の中心となる効果ももたらしているのではないかと思います。そのあたりの効果については正確な分析はできませんが、今回の調査では普段テレビを一緒にみているご家族との関係をおたずねしました（【図表 2-4】）。

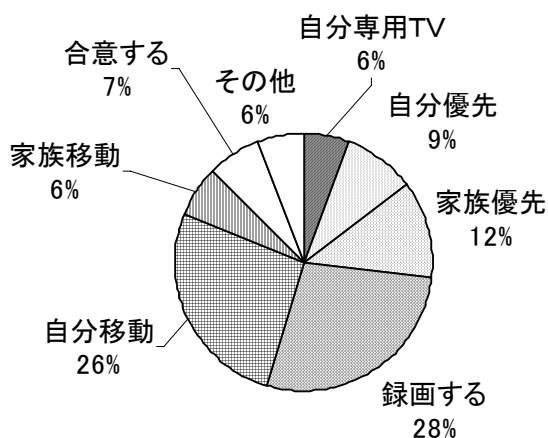
【図表 2-4】 家族視聴傾向



この結果から、基本的にテレビを一人でみている方（単独視聴）が全体の3分の1ほど、家族と一緒にみている方（家族視聴）が7割弱であることがわかります。グラフに示した「巻き込み」というのは、主に回答者自身がみたい番組を選び、他の家族の方がその番組と一緒にみることが多いというタイプです。「同調」というのは、他の家族の方が選んだ番組と一緒にみることが多いというタイプです。また「子供」というのは、お子さんにみせたい（みせてもよい）番組を選びながらテレビをみることが多いという方です。

家族でテレビをみている場合には、どの番組をみるかについてのいわゆる「チャンネル主導権」の問題が生じるでしょう。これには大きくわけて、回答者ご自身が主導権を握っている場合と、回答者以外のご家族が握っている場合とが考えられます。前者の場合、回答者はご自身がみたい番組をみるためにチャンネルを合わせ、基本的に家族はその番組をみることが多いという視聴形態となります。これを「巻き込み視聴」と呼びます。

【図表 2-5】 「チャンネル争い」への対処



後者の場合は、ご家族がチャンネル主導権を握っており、回答者ご自身はご家族があわせたチャンネルをそのままみているという視聴形態になります。これを「同調視聴」と呼びます。本調査では、これに（主にお子さんがいる世帯を想定して）回答者自身よりも「家族（子供）にみせたい（みせて

もよい)番組を選んでみている」場合、および「その他」の場合を選択肢に加えています。

いまご紹介したのは、家族でテレビをご覧になる際の「普段」の様子についてですが、家庭にあるメインのテレビを家族で共有しながら視聴されている場合には、家族成員どうして見たい番組の時間帯が重なり合うこともあるのではないのでしょうか。いわゆる「チャンネル争い」の場合ですが、この場合には普段「同調視聴」されている方もご自身のみたいチャンネルを主張されることになるでしょう。このような場合に、皆さんのご家庭でどのようにされているのかについてもおたずねしました(【図表2-5】)。

そもそも自分専用のテレビを保有し、日常的に自分専用テレビで番組をみている方々の場合には、「チャンネル争い」はおきません。こうした「専用TV派」は6%にとどまりました。これに対して、自分がみたい番組を優先するという回答と家族を別室に移動させてそちらのテレビで視聴させるという回答(「自己優先派」)が、あわせて15%でありました。逆に、家族を優先させるか、みずからが別室に移動させるという回答(「家族優先派」)が、4割ほどでした。また、録画して後で番組をみるという回答者が3割ほどおられました。

「専用TV派」のテレビ視聴は、いわば個人で完結しています。ですので、どの番組をみるのかについては家族と調整する必要がありません。これらの方々にとっては、テレビは完全に個人専用の携帯電話のようなパーソナル・メディアとなっています。「自己優先派」と「家族優先派」については、家族内でなんらかの「調整」が必要になるでしょう。家族内における力関係や家庭内での暗黙の取り決めや習慣がすでにあるのかもしれませんが。逆にそうした暗黙の取り決めや習慣がない場合は、そのつど話し合って合意することになるでしょう。このように「合意する」と回答された方が7%でありました。このように多くの方々々がテレビを家庭内の人間関係のなかで視聴しており、テレビはまだパーソナル・メディアにはなりきっていないといえます。録画派が利用する録画機器は、いわば家庭内における「調整」手段だといえるでしょう。録画することによって、一方はリアルタイムでの視聴を逃しますが、時間をずらして後から視聴することができます。したがって、視聴の機会そのものを逃すことにはならないため、妥協が成立するのではないのでしょうか。このように録画派もまた、録画機器を家族内の人間関係のなかで利用していることを考えますと、全体で9割近いの方々のご家庭で、テレビは依然として「家族のメディア」という役割を果たしていることがわかります

(3) 暮らしの状況、職業生活とテレビ視聴

それでは、テレビの視聴時間はどのような要因によって決まるのでしょうか。(1) 家族や暮らしの状況、(2) 職業生活の2

【図表2-6】 テレビ視聴時間の平均値の比較

性別	度数	平均値	標準偏差	F 値
男性	125	197.63	118.67	22.05***
女性	145	273.83	144.11	
合計	270	238.55	138.05	
年齢	度数	平均値	標準偏差	F 値
～34 歳	43	223.95	156.91	1.41
35 歳～49 歳	70	220.79	141.26	
50 歳～	157	250.47	130.63	
合計	270	238.55	138.05	
婚姻状況	度数	平均値	標準偏差	F 値
独身	53	227.64	157.48	0.25
既婚	218	238.18	132.86	
合計	271	236.12	137.77	
住居所有状況	度数	平均値	標準偏差	F 値
持ち家でない	74	236.69	150.38	0.01
持ち家	197	238.04	135.57	
合計	271	237.67	139.49	

つに分けて、検討していきましょう²。

①家族や暮らしの状況とテレビ視聴時間

テレビの視聴時間は、家族と同居しているのか、一人暮らしであるのか、子どもがいるのかいないのか、などといった家族構成によって、影響されるかもしれません。また、性別や年齢や住居形態によっても変わってくるでしょう。

【図表 2-6】と【図表 2-7】は、テレビ視聴時間の平均値を、これらの要因によって、比較したものです。表の中で、「***」と印があるところは、統計的に有意な平均値の差があることを示しています。これを見ると、女性の方が男性と比べて、テレビ視聴時間が長く、職業を持っている人はそうでない人と比べて、テレビ視聴時間が長いというこ

とがわかります。女性の無職は「主婦」を表しますから、この性別の差の一定部分は、職業の有無による差によると思われます。従って、この分析においては、職業は、テレビの視聴時間の決定要因であることがわかりました。

他方、年齢や家族構成や住居の所有形態によるテレビ使用時間の差は見られませんでした。

②職業とテレビ視聴時間

職業は、生活の糧を得る活動であり、職業を持っている人は、多くの時間を仕事に費やします。その分、テレビを見ている時間が短くなるのは自明なことです。今回の調査では、そういった時間的なこと以外に、もう少し進めて、職業のどのような側面がテレビ視聴に影響を及ぼすのかを分析することにしました。

【図表 2-7】 テレビ視聴時間の平均値の比較(続き)

同居家族人数	度数	平均値	標準偏差	F 値
1人	17	220.00	156.04	1.22
2人	109	253.66	142.27	
3人以上	145	227.72	135.15	
合計	271	237.67	139.49	
家族構成	度数	平均値	標準偏差	F 値
単身	17	220.00	156.04	1.08
夫婦のみ	92	262.38	142.43	
二世帯家族	133	228.20	142.76	
三世帯家族	19	216.32	86.36	
その他	9	223.33	98.49	
合計	270	238.33	139.32	
子どもの有無	度数	平均値	標準偏差	F 値
高校生以下の子どもなし	216	243.88	143.76	1.03
高校生以下の子ども有り	62	223.55	122.21	
合計	278	239.35	139.29	
職業の有無	度数	平均値	標準偏差	F 値
無職	96	277.45	163.07	14.97***
有職	159	210.19	113.92	
合計	255	235.51	138.15	

*** p<.001

(この分析結果で「平均の差がある」推定が誤る確率が0.1%以下。)

【図表 2-8】 仕事の内容の主成分分析

回転後の主成分パターン	主成分		
	共通性	技術性	反複雑性
自分の仕事は経験を必要とする	.664	.819	
自分の仕事は技能を必要とする	.669	.763	
自分の仕事は資格を必要とする	.587	.751	
人と接する仕事	.338	.510	-.335
物を扱う・作る仕事	.942		.974
書類・データを扱う仕事	.538		-.676
固有値		2.210	1.528
寄与率		36.828	25.469
累積寄与率		36.828	62.297

因子抽出法: 主成分分析、回転法: プロマックス法 (k=4)。

主成分±.20 以下は、表記を省略した。

² 以下の分析では、テレビ視聴時間が極端に大きい値を示している回答を「外れ値」と見なし、分析対象からあらかじめ取り除いています。具体的には、11時間以上を分析から取り除いています。

第一に、職業に関しては、従事しているお仕事がどのような内容かを調査しました。具体的には、仕事内容を、①書類やデータに関わる仕事、②物を扱ったり作ったりする仕事、③人と接する仕事の3つに大きく分け、それぞれ内容が、回答者の皆さんそれぞれのお仕事において、どれくらいの割合を占めているかを答えてもらいました。また、そのお仕事に経験・技能・資格が必要かどうかも尋ねました。これら仕事内容に関する6つの要因を分析した結果が【図表2-8】です。

【図表2-8】は、主成分分析という方法によって、それぞれの質問文が共通部分を持っているかどうかを分析した結果です。分析結果は、2つの主成分、「仕事内容の技術性」と「仕事内容の反複雑性」の2つの共通部分があることを示しています。主成分の欄を注目してください。値の絶対値が大きいほど、その共通部分とかがわりあい大きいことを示しています。「仕事内容の技術性」にかかわりが大きい質問は、順に、「経験」、「技能」、「資格」、「人と接する」になります。この共通部分は、経験を得ること、または、修練を積むことによって得られる仕事上の技術性と考えられます。他方、「仕事内容の反複雑性」にかかわりが大きい質問は、順に、「物を扱う」、「書類・データ」、「人と接する」になりますが、後の2つは負（-）のかかわりあいになります。「仕事内容の反複雑性」は、物を扱うほど高く、書類・データを扱ったり、人と接したりするほど低くなります。逆にいえば、書類・データや人にかかわる割合を多くもつ仕事は複雑であるということです。仕事は、物を作ったり、書類やデータを用意したり、人と接したり、様々なことを同時に行います。そのような仕事の中で、物だけを相手にする仕事が占める割合が減り、書類や人と接することが増えることは、仕事の複雑性を高めます。そのように考えると、この共通部分の意味していることは、仕事の内容的な複雑性を表していると思われま。

第二に、職業に関しては、そのお仕事がどれくらい自分の意志で決められるのか、職業上の自律性がどれくらいあるのかも調査しました。同じ主成分分析によって、3つの質問文が同じ「仕事の自律性」を測定しているとしてよいのかを分析しました。【図表2-9】はその分析結果です。「仕事の自律性」とかかわりあい大きいのは、順に、「自分の意見の反映」、「部下の仕事」、「内容ペース決定」であり、それぞれ大きい主成分量を持っています。自分の裁量で決定できるかどうかということは、仕事の条件に大きくかかわっています。

【図表 2-9】 仕事の自律性の主成分分析		
主成分パターン	主成分	
	共通性	仕事の自律性
職場全体の仕事のやり方に自分の意見を反映することができる	.610	.881
部下の仕事の内容ややり方を自分が決めている	.775	.781
自分の仕事内容やペースを自分で決めることができる	.596	.772
固有値		1.981
寄与率		66.035

因子抽出法: 主成分分析

それでは、以上のような、「仕事の技術性」、「仕事の反複雑性」、「仕事の自律性」の3つの職業上の条件が、どのようにテレビ視聴時間にかかわっているのでしょうか。その分析結果は、【図表2-10】に示しています。【図表2-10】は、それぞれの職業条件とテレビ視聴時間の相関係数を表します。相関係数は、±1の間の値を取り、それぞれの関係が正の関係が強い場合+1に、負の関係が強い場合-1に近づく係数です。0に近づくほど関係がないことを表します。【図表2-10】の有意確率は、正の関係または負の関係があると推定したとき、その推定が誤る確率を表します。その確率が.05以下だと、「正または負の関係がある」という推測が誤る可能性が低いため「関係がある」と推定してよいとしましょう。分析結果を見ると、関係があると推定してよいのは、「仕事の反複雑性」と「仕

事の自律性」の2つということになります。「仕事の反復雑性」が高いほど、テレビ視聴時間は長く、「仕事の自律性」が高いほど、テレビ視聴時間は短くなる傾向が、この結果からわかります。

【図表2-10】 テレビ視聴時間と職業条件の相関

	仕事の技術性	仕事の反復雑性	仕事の自律性
相関係数	-.042	.281	-.177
有意確率 (両側)	.642	.002	.036
サンプル数	123	123	140

(4) テレビ視聴時間の規定要因

ここまでは、暮らしの状況と職業の状況の多くの要因が、どのようにテレビの視聴時間に影響を与えているのかどうかを分析しました。【図表2-11】は、これらの要因を同時に分析した結果です。モデル1は、テレビ視聴時間に対して、性別、年齢、婚姻状況、住居所有、家族人数、子どもの有無、回答者の最終学歴、階層帰属意識³、職業の有無の影響を分析してみた結果です。モデル2は、職業の有無の代わりに、先に分析した、仕事の技術性、仕事の反復雑性、仕事の自律性の影響を見た結果です。[*]の部分を目印してください。この部分はテレビ視聴時間に影響があることを示しています。モデル1においては、女性であれば、テレビ視聴時間が長くなり（係数が+）、最終学歴が高く、また階層帰属意識が高く、有職であれば、テレビ視聴時間が短くなる（係数が-）という結果が出ています。モデル2は、職業の有無の代わりに職業条件を分析にふくめています。有職者だけの分析になるため、サンプル数は半分に減っていますが、それでも、女性であれば、視聴時間が長くなることは残っています。また、それに加えて、年齢が高くなると視聴時間が長くなり、仕事の反復雑性が高いほど、つまり、仕事が単純であるほど、テレビ視聴が長くなるという結果も出ています。モデル1にあった学歴や階層帰属意識の効果は、職業の反復雑性に縮約された効果として現われています。以上のように、性別と年齢の影響とは別に職業における条件がテレビ視聴に影響を及ぼしていることがわかりました。

【図表2-11】 テレビ視聴時間の回帰分析

	モデル1				モデル2					
	係数		t	p	係数		t	p		
	非標準化	標準化			非標準化	標準化				
(定数)	381.748		5.856	.000	***	168.080	2.471	.015	*	
女性	62.802	.229	3.463	.001	**	69.659	.331	3.286	.001	**
年齢	.458	.050	.630	.530		1.967	.234	2.113	.037	*
既婚	23.872	.070	1.035	.302		19.338	.074	.679	.498	
住居所有	-19.937	-.066	-.946	.345		-13.192	-.059	-.568	.571	
家族人数	-1.445	-.014	-.185	.853		-10.410	-.130	-1.227	.223	
高校生以下の子ども	1.725	.005	.069	.945		11.889	.051	.442	.659	
最終学歴	-35.288	-.238	-3.714	.000	***	-4.697	-.038	-.399	.690	
階層帰属意識	-26.966	-.154	-2.558	.011	*	-17.171	-.127	-1.311	.193	
有職	-45.675	-.161	-2.509	.013	*	—	—	—	—	
仕事の技術性	—	—	—	—		.626	.006	.064	.949	
仕事の反復雑性	—	—	—	—		24.720	.223	2.409	.018	*
仕事の自律性	—	—	—	—		-11.514	-.108	-1.061	.291	
決定係数	.214					.225				
調整済み決定係数	.184					.143				
F値	7.060					2.767				
有意確率	.000	***				.003	**			
サンプル数	243					117				

*** p<.001, ** P<.01, * P<.05

³ 日本社会を5つの層に分けるとしたら、ご自身はどの層に入るとお考えになるかをおたずねした質問にもとづいています。詳しくは、アンケート票の間47をご覧ください。

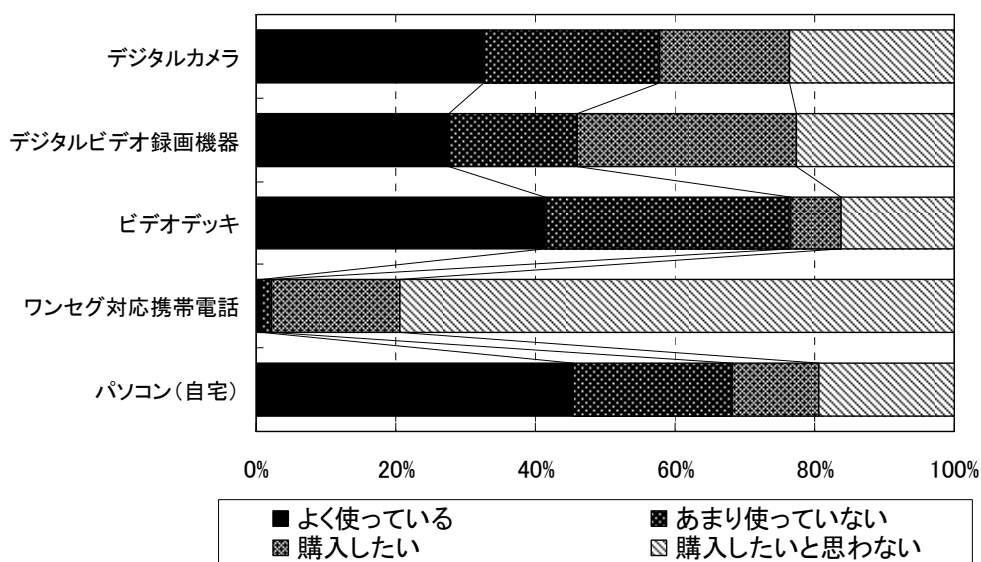
3. 各種情報機器の利用と余暇行動

ここでは、家電製品、携帯電話やインターネットといったテレビ以外の情報機器の利用、ふだんお使いになる情報源、情報への支出、余暇行動など、テレビ視聴にとどまらない、くらしの全体像に関わる調査項目についてご説明します。

①情報機器の所有と利用

問 19 では、各種情報機器について、お持ちの場合は使っているかどうか、お持ちでない場合は購入についての意向をお聞きしました。

【図表 3-1】 情報機器の所有と利用



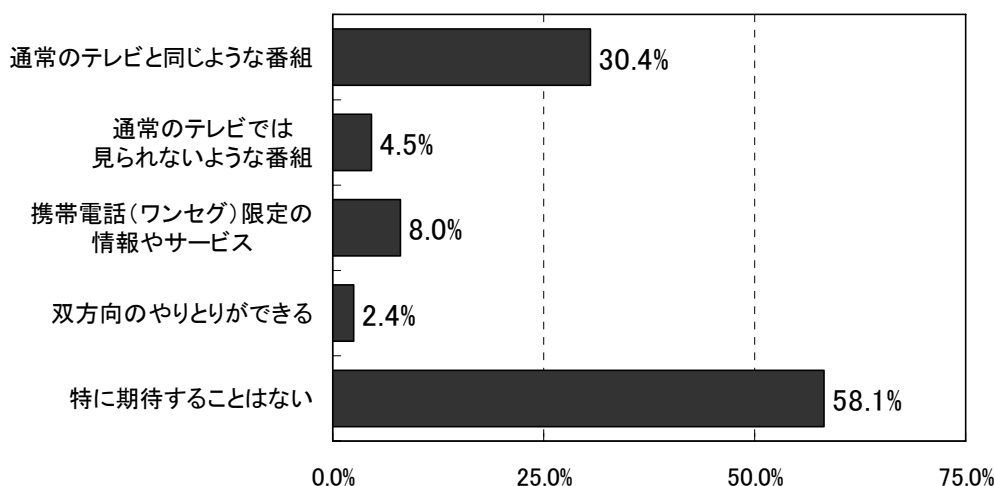
所有率（「よく使っている」「あまり使っていない」の合計）が高いのはビデオデッキ（76.6%）、パソコン（68.2%）で、デジタルカメラも 57.7%と半数以上の人々が持っています。使用率（「よく使っている」）は、ビデオデッキとパソコンが4割を超えています。

デジタルビデオ録画機器（DVDレコーダーなど）は、所有率は46.1%で5割を下回っていますが、31.2%の人が「購入したい」と回答しており、今後さらに普及することが予想されます。他方で、ワンセグ対応携帯電話は所有率がわずか2.2%で、購入意向も20.6%にとどまっています。

②ワンセグ放送への期待

では、昨年開始したワンセグ放送（携帯電話向けの地上波デジタル放送）にはどのようなことが期待されているのでしょうか（問 18）。

【図表 3-2】 ワンセグ放送への期待

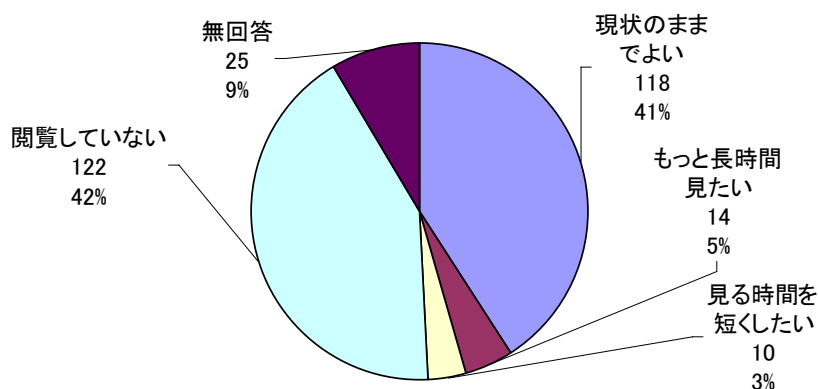


6割弱の人が「特に期待することはない」を選択しています。また、ワンセグ独自の番組や、双方向性を生かしたサービスなどはあまり期待されていないようです。

③インターネットの利用

問20から、インターネットのウェブサイト閲覧時間は、1日平均35.1分であることが分かりました。問21で、ご自身のウェブサイト閲覧時間についてどのようにお考えかをお聞きしましたところ、インターネットを利用している人の中では、「現状のままでよい」という回答が大半を占めています。このことから、今後も1日30分程度の利用が中心になると思われます。

【図表 3-3】 ウェブサイト閲覧時間について

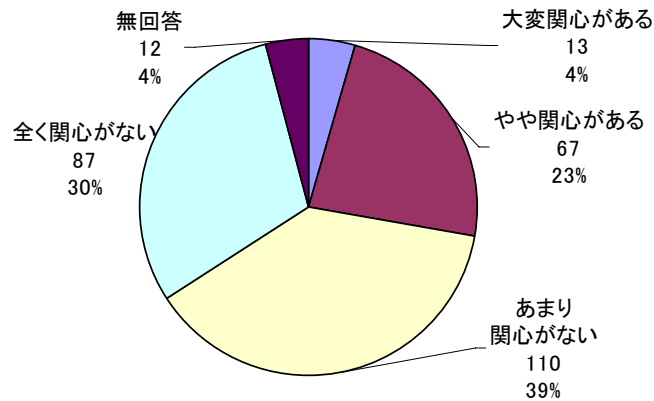


接続方法（問 22）は、「ADSL」（24.8%）、「光ファイバー」（23.3%）、「ダイヤルアップ接続・ISDN」（10.5%）、「ケーブルテレビ」（5.7%）の順となっており（パーセントは未接続・無回答の人を除く有効回答の比率）、ブロードバンドが半数を占めています。

ブロードバンド化にともない、インターネットでテレビ番組が配信されるようになりました。問 24 では、このようなサービスを利用したことがあるかどうかをたずねました。視聴したことがないという回答がほとんどで、「GyaO」を利用したことがある人が 22 名（7.6%）、DOGATCH は 0 名、その他のサービスが 5 名（1.7%）でした。

現時点では利用者は極めて少数ですが、こうしたサービスについての関心についてお聞きした問 23 の回答をみると、4 人に 1 人が「大変関心がある」または「やや関心がある」と回答されており、今後、利用者が増えるとも考えられます。

【図表 3-4】 インターネットでのテレビ番組配信について



④情報源

問 26 では、目的別の情報源についてお聞きしました。「一般的な社会の動き」では、テレビが圧倒的によく利用されており、新聞がそれに次いでいます。「仕事・ビジネス」では雑誌・書籍やインターネットもある程度利用されています。「買い物」ではダイレクトメール・折り込み広告、「医療・福祉」「遊び・娯楽」では友人・知人の話が重要な情報源となっています。

【図表 3-5】 目的別の情報源

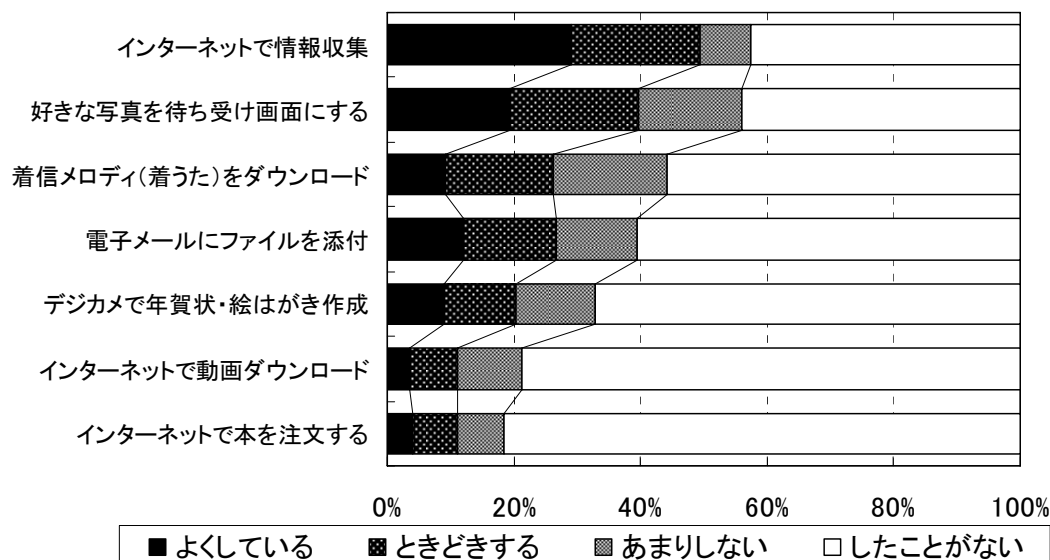
	一般的な社会の動き		仕事・ビジネス		買い物		医療・福祉		遊び・娯楽	
	①	②	①	②	①	②	①	②	①	②
テレビ	<u>169</u>	81	39	40	21	19	44	44	<u>51</u>	<u>44</u>
ラジオ	4	12	0	6	1	2	0	3	2	2
新聞	78	<u>131</u>	<u>76</u>	37	33	32	<u>79</u>	43	36	26
雑誌・書籍	0	3	29	<u>41</u>	9	35	19	29	45	43
DM・折込広告	0	0	3	1	<u>124</u>	33	3	3	15	15
インターネット	9	13	28	18	16	10	30	22	33	30
家族の話	5	3	2	4	4	10	22	11	4	8
友人・知人の話	0	11	19	20	10	29	34	<u>53</u>	45	38
店頭	0	0	0	1	24	<u>46</u>	0	3	3	5
その他	0	1	3	7	0	3	10	6	1	2
情報不要	1	0	46	8	17	5	21	5	23	9
無回答	23	34	44	106	30	65	27	67	31	67

(数字は人数、①はもっともよく利用、②は次によく利用)

⑤パソコン・携帯電話の活用

パソコンや携帯電話などの情報機器の活用についてたずねた問 30 への回答によると、インターネットで情報収集を行う人は約半数に達していますが、ファイル添付、写真の加工、本の注文、動画ダウンロードといった、比較的複雑な操作を行う人は少数でした。

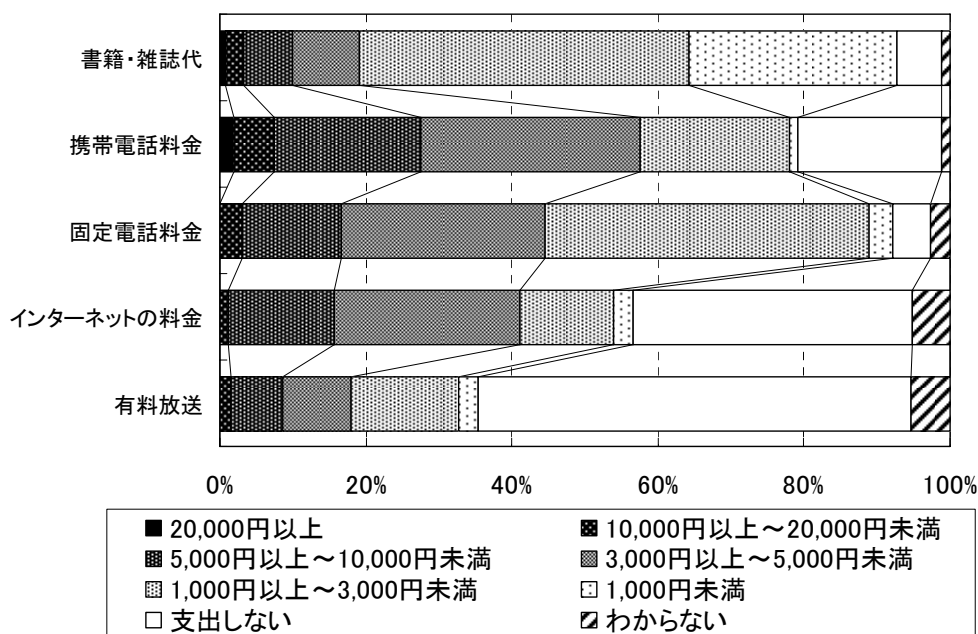
【図表 3-6】 パソコン・携帯電話の活用



⑥情報関連支出

問 27 でお聞きした情報関連支出については、携帯電話料金が他に比べて多く、20 名（7.5%）の方が 10,000 円以上支出していました。

【図表 3-7】 情報関連支出



⑦生活時間

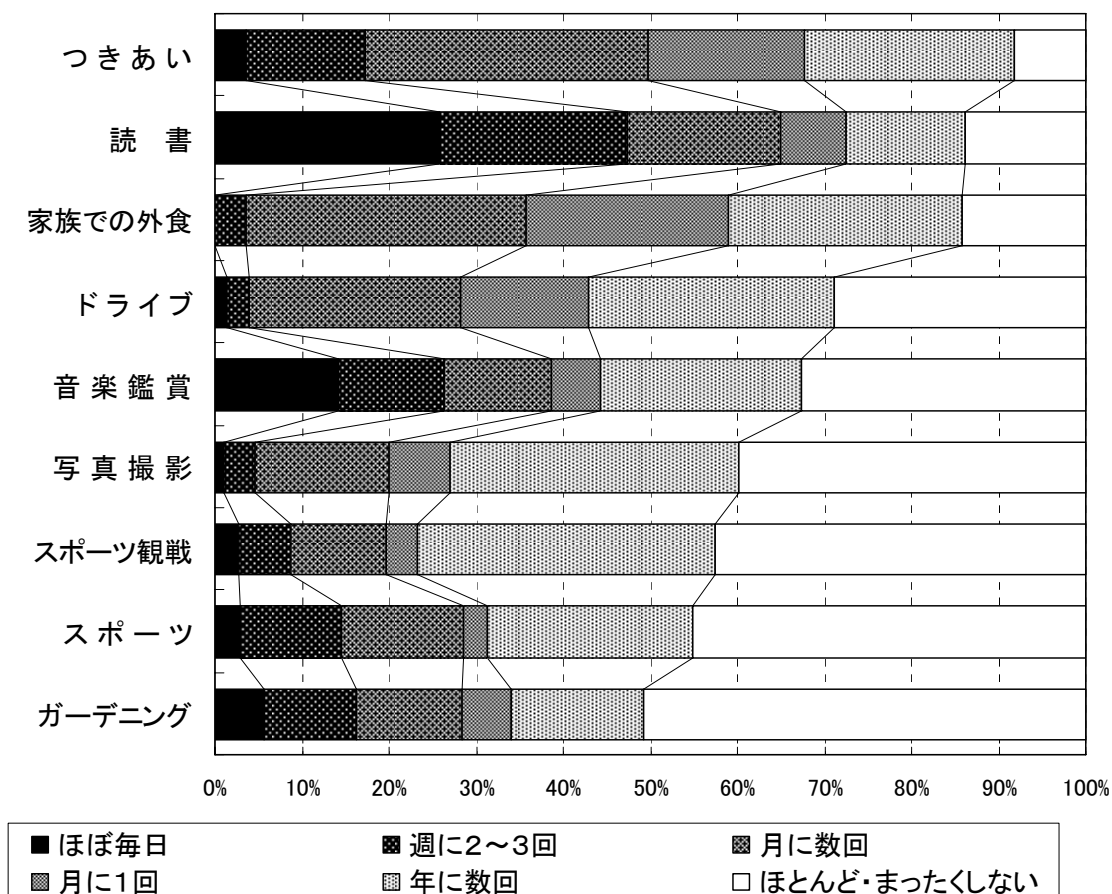
問 28 では生活時間についてお聞きしました。睡眠時間は 413 分（6 時間 53 分）、賃労働時間が 286 分（4 時間 46 分）、家事時間が 145 分（2 時間 25 分）となっています。自由時間に関して、自宅の外で過ごす時間は 101 分（1 時間 41 分）、自宅の中で過ごす時間が 238 分（3 時間 58 分）となっており、自由時間を主として自宅の中で過ごす人が多いといえます。

⑧余暇行動

問 29 ではさまざまな余暇行動についてお聞きしました。【図表 3-8】では、このうち、「ほとんど・まったくしない」という回答が比較的少なかったものを挙げています。

「ほぼ毎日」している人が多かったのは読書と音楽鑑賞で、「月に数回」までを含めると、同僚・友人とのつきあいや、家族との外食、スポーツ、ガーデニングなどを楽しむ方が多いことが分かりました。しない人が多かったものとしては、楽器演奏、パチンコ、テレビゲームなどがあります。

【図表 3-8】余暇行動



以上、皆様からいただいた回答結果のあらましを紹介してまいりました。

テレビ視聴は誰にとっても身近な生活の一側面であります。それだけに、お仕事の忙しさや健康状態、ご家族関係、またご自身の関心の移り変わりや新しいメディアの登場など、生活のなかの様々なことがらに影響を受けながらおこなわれているといえます。それゆえ私たちは、単純にテレビをいつでもだけみているかということだけに注目するのではなく、生活のなかのテレビ視聴という観点でテレビ視聴のあり方を研究し、その結果を皆様にお返しいたしました。

今回の調査に当たりましては、お忙しいところ私どものアンケートにご回答いただきまして、誠に有り難うございました。今後とも私どもの研究活動にご理解、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

報告書作成：札幌学院大学社会情報学部

高橋 徹・祐成保志・高田 洋