

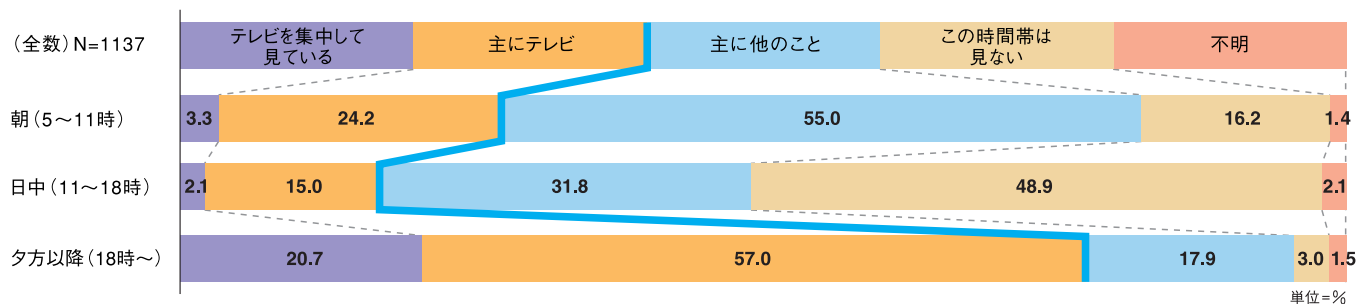
媒体接触態度③ — 平日のテレビ視聴態度

テレビは夜型の媒体です。 交通広告の接触シーンとは対照的な存在です。

交通と対比する意味で、テレビ媒体の視聴態度を時間帯別に見ると、朝の時間帯は、「他のことが主で、テレビはあまり見ていない」という人が55%を占めます。

大半が視聴している夕方以降でも、「テレビを集中して見ている」という回答は21%にとどまります。朝・昼は『ながら視聴』が大半であることがうかがえます。若年層、特にM1層は朝、夕ともにテレビを集中して見ている割合が低くなっています。(朝2%、夕方12%)

平日のテレビ視聴態度 / 全体



平日のテレビ視聴態度 / ターゲット別

(N:全数)		N=	朝(5~11時)	主にテレビ	主に他のこと	この時間帯は見ない	不明
全体	1,137	3.3	24.2	55.0	16.2	1.4	
性別	男性	567	3.9	28.2	46.6	19.8	1.6
	女性	570	2.6	20.2	63.3	12.6	1.2
性・年代別	男女15~19歳	68	2.9	11.8	45.6	39.7	—
	M1(男性20~34歳)	164	1.8	19.5	51.8	26.8	—
	M2(男性35~49歳)	165	3.6	26.1	49.7	18.8	1.8
	M3(男性50~69歳)	207	5.8	39.1	40.6	11.6	2.9
	F1(女性20~34歳)	168	0.6	13.7	74.4	10.7	0.6
	F2(女性35~49歳)	159	1.9	18.9	69.8	8.8	0.6
	F3(女性50~69歳)	206	4.9	28.2	51.9	12.6	2.4
鉄道利用別	鉄道ディリユーザー	383	2.9	22.7	56.7	16.4	1.3
	鉄道ミドルユーザー	365	2.5	27.1	56.7	12.9	0.8
	鉄道ライトユーザー	352	4.0	23.0	52.3	18.8	2.0

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%

(N:全数)		N=	日中(11~18時)	主にテレビ	主に他のこと	この時間帯は見ない	不明
全体	1,137	2.1	15.0	31.8	48.9	2.1	
性別	男性	567	1.9	10.8	24.0	60.5	2.8
	女性	570	2.3	19.3	39.6	37.4	1.4
性・年代別	男女15~19歳	68	1.5	11.8	17.6	69.1	—
	M1(男性20~34歳)	164	0.6	4.9	19.5	74.4	0.6
	M2(男性35~49歳)	165	0.6	5.5	17.0	74.5	2.4
	M3(男性50~69歳)	207	4.3	19.3	33.3	37.7	5.3
	F1(女性20~34歳)	168	2.4	10.7	39.9	47.0	—
	F2(女性35~49歳)	159	1.3	18.2	40.3	39.6	0.6
	F3(女性50~69歳)	206	2.9	28.6	43.7	21.4	3.4
鉄道利用別	鉄道ディリユーザー	383	1.3	7.3	16.7	72.3	2.3
	鉄道ミドルユーザー	365	2.5	17.3	40.3	38.6	1.4
	鉄道ライトユーザー	352	2.8	21.6	38.9	34.9	1.7

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%

(N:全数)		N=	夕方以降(18時~)	主にテレビ	主に他のこと	この時間帯は見ない	不明
全体	1,137	20.7	57.0	17.9	3.0	1.5	
性別	男性	567	21.0	58.7	15.5	3.5	1.2
	女性	570	20.4	55.3	20.2	2.5	1.8
性・年代別	男女15~19歳	68	25.0	52.9	19.1	2.9	—
	M1(男性20~34歳)	164	12.2	55.5	27.4	4.9	—
	M2(男性35~49歳)	165	18.8	58.8	16.4	4.8	1.2
	M3(男性50~69歳)	207	29.0	61.4	6.3	1.0	2.4
	F1(女性20~34歳)	168	16.1	58.3	20.8	4.2	0.6
	F2(女性35~49歳)	159	18.2	57.2	22.6	1.3	0.6
	F3(女性50~69歳)	206	24.8	52.4	16.5	2.4	3.9
鉄道利用別	鉄道ディリユーザー	383	17.0	55.6	22.7	3.4	1.3
	鉄道ミドルユーザー	365	21.4	59.7	14.2	3.3	1.4
	鉄道ライトユーザー	352	23.3	56.5	16.8	2.3	1.1

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%