

媒体接触状況① — 1週間あたりの媒体接触率

全体で見ると「雑誌」「インターネット」と近いレベルです。
若年層に関しては、マス媒体と同等の接触率が期待できます。

今回の調査対象となった1週間で、1日でも媒体に接触した人の割合を見ると、テレビが最も高く97%、次いで新聞が87%でした。

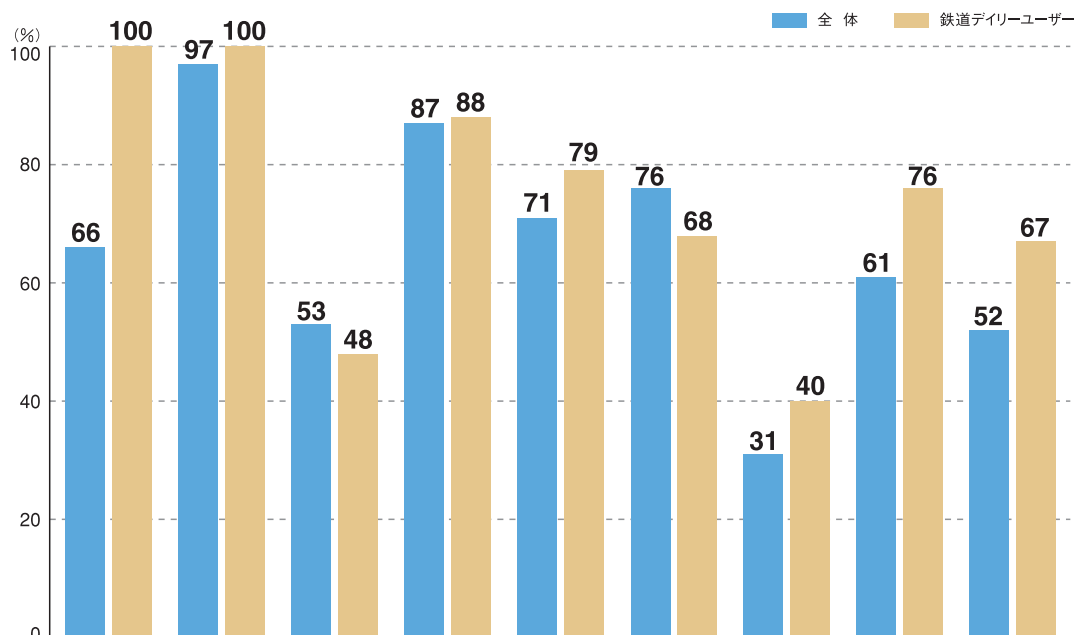
横並びに媒体を比較すると、媒体の中でテレビが強いことがうかがえます。

電車の利用を見ると、1日でも利用した人の割合は66%です。

性・年代別に見ると、10代男女が84%と高く、M1・M2層も74%と相対的に高くなっています。

電車利用と同様に、若年層の接触率が高いメディアは雑誌・インターネットです。一方新聞は、年代が上がるにつれて接触率が高まります。

1週間あたりの媒体接触率



(N:全数)

N=

		電車	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	折込チラシ	フリーペーパー フリーマガジン	インターネット (パソコン)	インターネット (携帯電話)	
全体	1,137	65.8	97.3	53.1	87.4	71.4	75.5	31.3	60.9	51.6	
性別	男性	567	68.1	97.5	58.2	87.3	74.4	69.3	28.7	68.8	48.0
	女性	570	63.5	97.0	48.1	87.5	68.4	81.8	33.9	53.2	55.3
性・年代別	男女15~19歳	68	83.8	97.1	33.8	80.9	83.8	55.9	32.4	73.5	83.8
	M1(男性20~34歳)	164	73.2	97.6	48.2	76.8	80.5	58.5	29.3	84.8	76.2
	M2(男性35~49歳)	165	73.9	99.4	61.8	89.7	76.4	71.5	35.2	78.2	52.1
	M3(男性50~69歳)	207	56.5	95.7	65.2	94.2	66.7	77.8	22.7	47.8	17.9
	F1(女性20~34歳)	168	63.7	98.8	45.8	78.6	73.2	73.2	37.5	73.8	82.1
	F2(女性35~49歳)	159	61.6	98.1	50.9	90.6	65.4	88.7	44.0	61.0	61.6
	F3(女性50~69歳)	206	61.7	95.1	51.9	94.2	64.1	88.3	23.3	26.7	22.3
鉄道利用別	鉄道デイリーユーザー	383	100.0	99.5	48.3	87.5	78.6	67.9	39.7	76.2	67.1
	鉄道ミドルユーザー	365	100.0	99.5	58.4	89.6	74.0	80.0	27.9	61.9	44.9
	鉄道ライトユーザー	352	—	98.6	56.3	90.1	65.3	83.2	27.3	47.4	45.2

■は全体と比べて+10%、■は+5%のスコア

単位=%