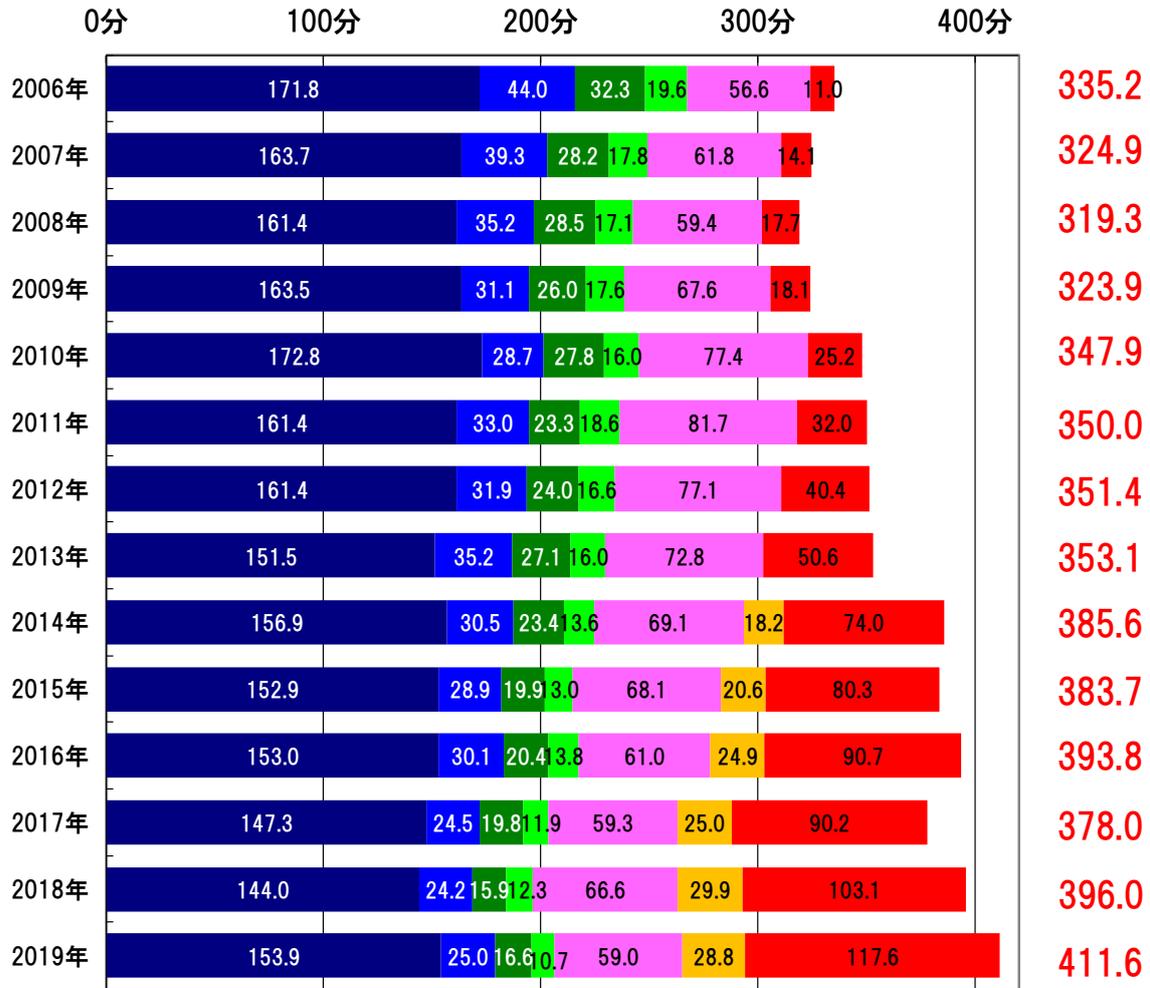




■ メディア定点調査 時系列分析 ■

①メディア総接触時間の時系列推移(1日あたり/週平均):東京地区

メディア総接触時間は過去最高の411.6分(1日あたり/週平均)と初の400分台。昨年より15.6分増加した。「携帯電話/スマートフォン」(14.5分増)、「テレビ」(9.9分増)の増加が大きく、「ラジオ」(0.8分増)、「新聞」(0.7分増)は微増。「雑誌」(1.6分減)と「タブレット端末」(1.1分減)は微減。昨年増加した「パソコン」(7.6分減)は減少し、一昨年並みとなった。「携帯電話/スマートフォン」の接触時間は117.6分。初めて100分を超えた昨年から更に増加して、120分に迫る勢い。

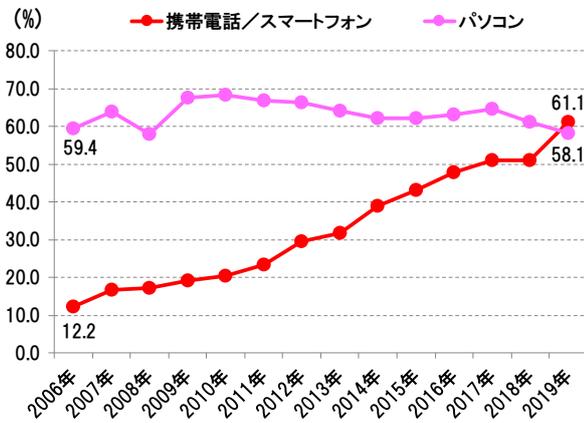


※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出  
 ※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に変更  
 ※タブレット端末は、2014年より調査

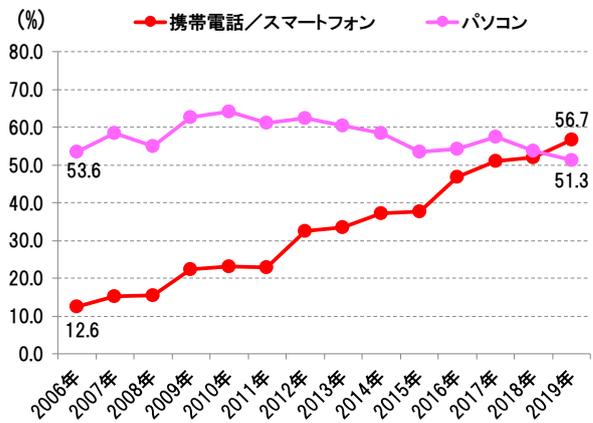
## ②「携帯電話／スマートフォン」が今年首位になったメディアイメージの時系列推移：東京地区

メディアイメージでは「携帯電話／スマートフォン」の躍進が目立ち、新たに4項目で首位となった。「知りたい情報が詳しくわかる」は10.0ポイント増(2018年:51.1%→2019年:61.1%)、「情報が幅広い」は4.7ポイント増(2018年:52.0%→2019年:56.7%)で「パソコン」を抜き、「楽しい情報が多い」は7.7ポイント増(2018年:48.1%→2019年:55.8%)、「身近な内容の情報が多い」は9.7ポイント増(2018年:40.7%→2019年:50.4%)で「テレビ」を抜いた。メディアイメージ42項目中21項目で首位となり、初めて全体の1/2を占めた。

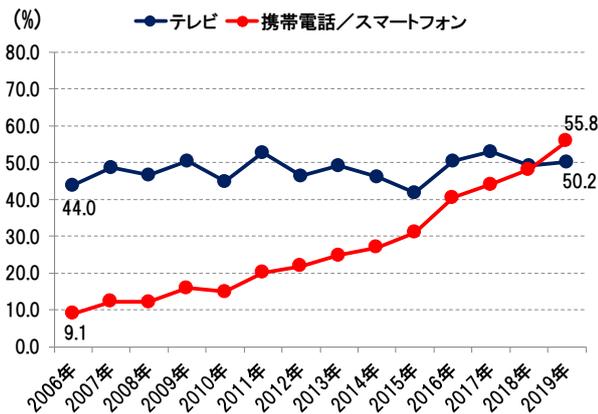
【知りたい情報が詳しく分かる】



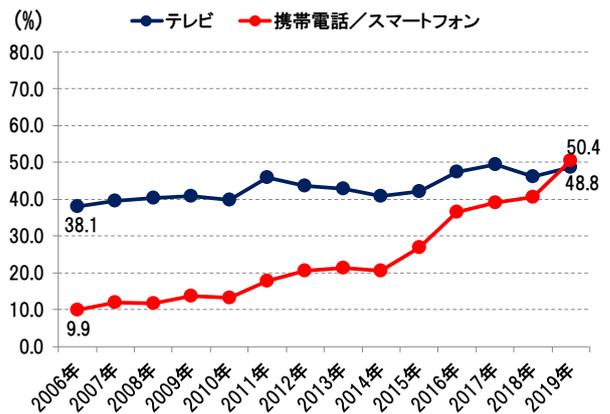
【情報が幅広い】



【楽しい情報が多い】



【身近な内容の情報が多い】



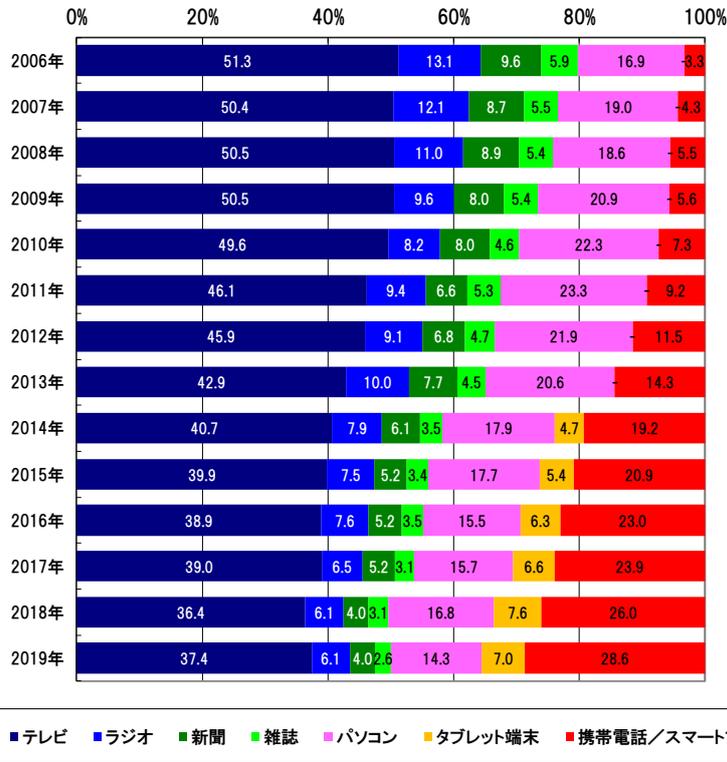
## ③メディアや情報に関する意識・行動の変化(2016年と2019年の増減トップ10)：東京地区

2016年から聴取している生活者のメディア意識・行動を2016年と2019年の増減に着目してトップ10を見ると、「情報やコンテンツは無料で手に入るものだけで十分だ」(2016年:46.0%→2019年:28.7% 17.3ポイント減)、「SNSは自分の暮らしに必要なだ」(2016年:30.1%→2019年:41.8% 11.7ポイント増)、「スマートフォンを寝床に持ち込むことがある」(2016年:49.4%→2019年:60.4% 11.0ポイント増)などが3年間で顕著に変化した。メディア接触におけるスマートフォンの存在感が増し、密接になる一方で、無料の情報だけでは不十分、ネットの情報はうのみにならないなど、生活者がネットの情報と適度な距離感を保つ姿勢が読み取れる。溢れる情報に対する情報過多感も感じられる。

【メディアや情報に関する意識・行動】増減トップ10		2016年	2019年	2016年・2019年の増減
1	情報やコンテンツは無料で手に入るものだけで十分だ	46.0%	28.7%	-17.3
2	SNSは自分の暮らしに必要なだ	30.1%	41.8%	11.7
3	スマートフォンを寝床に持ち込むことがある	49.4%	60.4%	11.0
4	スマートフォンで映画やテレビ番組を見ることが増えた	8.1%	17.7%	9.6
5	世の中の情報量は多すぎる	42.1%	51.5%	9.4
6	インターネットの情報は、うのみにはできない	71.7%	80.0%	8.3
7	朝起きて、最初に触れるのはスマートフォンだ	35.8%	44.0%	8.2
8	文字よりもスタンプや写真などで気持ちを表現することが増えた	12.6%	20.8%	8.2
9	世の中の情報のスピードは速すぎる	35.5%	42.6%	7.1
10	食事中にスマートフォンを見てしまうことがある	35.6%	42.3%	6.7

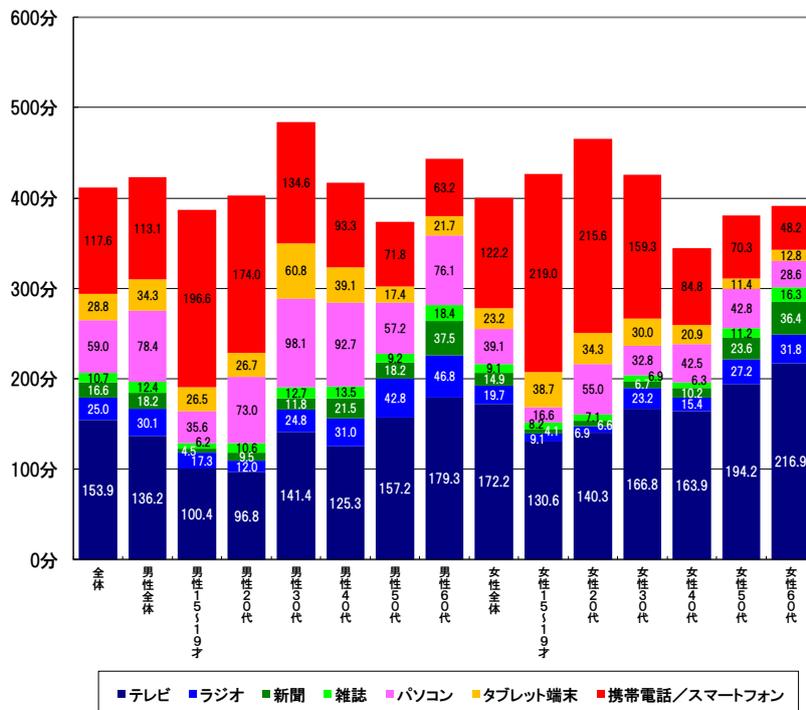
■ メディア定点調査2019 資料編 ■

○メディア総接触時間構成比 時系列推移(1日あたり/週平均):東京地区



※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話(スマートフォン含む)からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更  
 ※タブレット端末は、2014年より調査

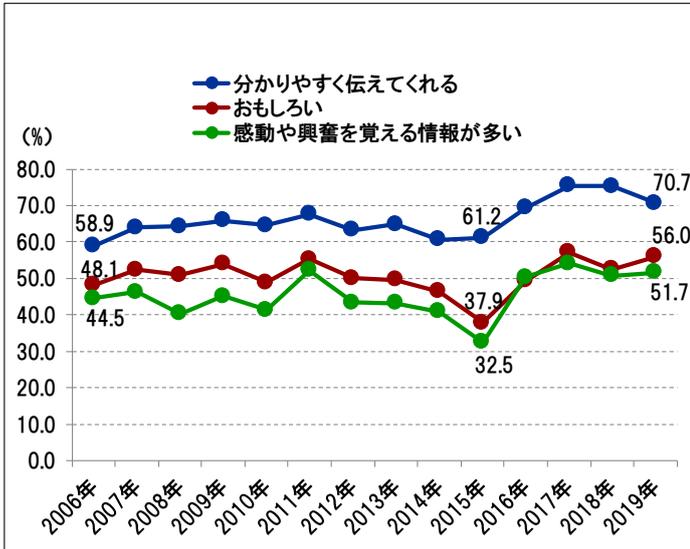
○性年代別メディア総接触時間(1日あたり/週平均):東京地区



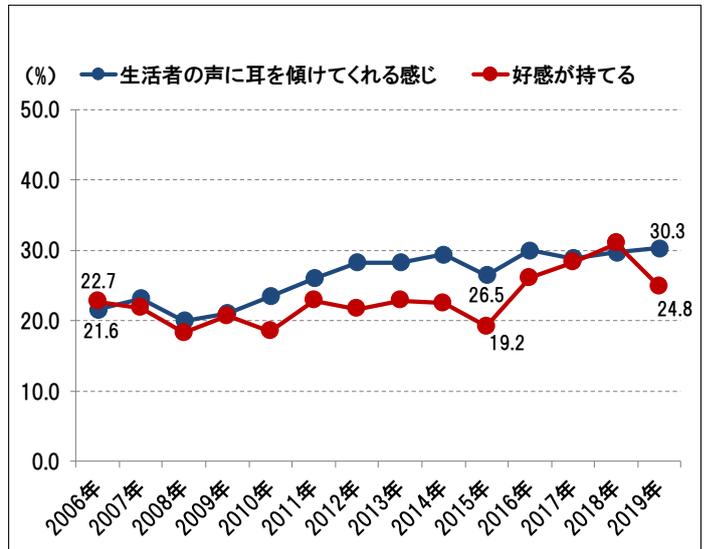
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値 各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出

○各メディアの特徴的なメディアイメージ

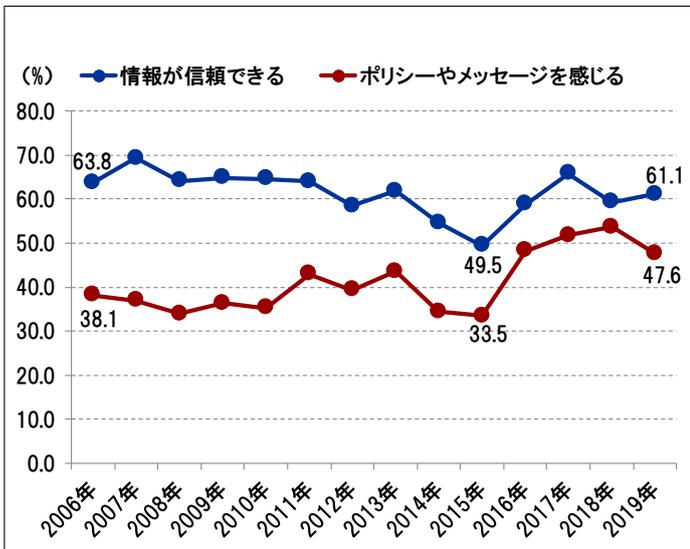
【テレビ】



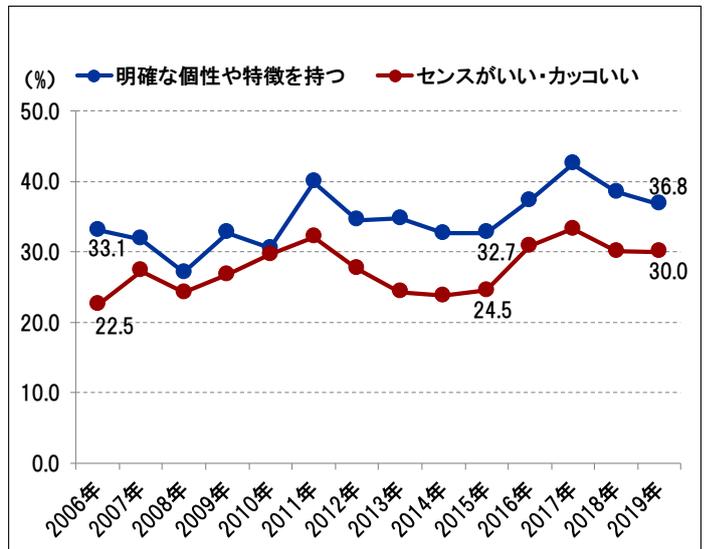
【ラジオ】



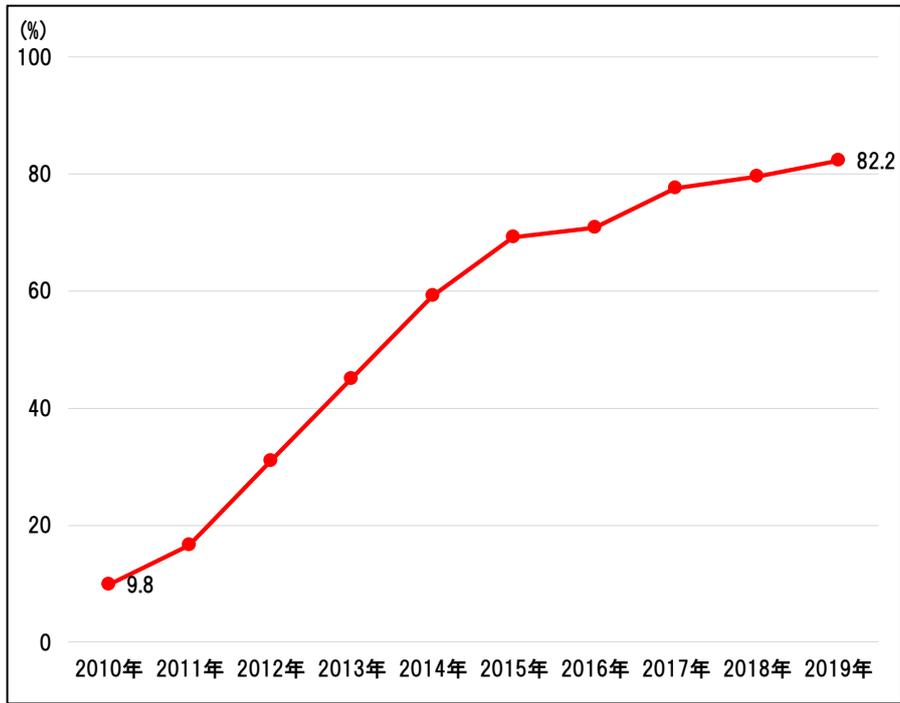
【新聞】



【雑誌】



○スマートフォン所有率の時系列推移:東京地区



○性年代別スマートフォン所有率2019:東京地区

