

九州・沖縄のエリアに特化した、メディア生活や  
メディアサービス・市場の現状・変化・兆しをとらえる  
「九州・沖縄メディア環境実態把握調査 2021」を実施

株式会社九州博報堂（本社：福岡市中央区、代表取締役社長：江崎信友）と、アドスタッフ博報堂（本社：那覇市、代表取締役社長：城田一）は、九州・沖縄のエリアに特化したメディア環境実態把握調査 2021 を実施しました。

本調査では、メディア別の接触時間やイメージ評価、メディアサービスの利用実態からメディアに対する意識を中心に、多様な質問項目を聴取することで、九州・沖縄在住の生活者における、メディア生活全般の把握を行っております。

九州・沖縄、各県レベルの分析や性年代、時系列といった視点での分析はもちろん、ライフステージや意識属性といった多角的な視点で、市場の現状や変化、兆しをとらえることができます。

九州博報堂とアドスタッフ博報堂は、これら調査にて得た知見を活かし、今後も九州・沖縄の生活者により密着した、プランニングを行ってまいります。

<調査結果のポイント>

- 携帯・スマホの保有率は96.2%、テレビの保有率（93.1%）を上回る。
- 一日あたり（週平均）のメディア接触時間の上位をみると、テレビが最も長く131.8分。次いで、携帯・スマホが108.3分。
- 週一回以上、WEB動画を閲覧する人の割合は、全体で80.3%。10代では95.1%、60代でも70.8%がWEB動画を視聴している。

《九州・沖縄メディア環境実態把握調査 概要》

調査手法：インターネット調査

調査地域：九州7県と沖縄県

調査対象者：15歳から69歳の男女、一般生活者

サンプル数：3,398サンプル 各県624～396サンプル

調査時期：2021年2月19日～3月3日

【本件に関するお問い合わせ】

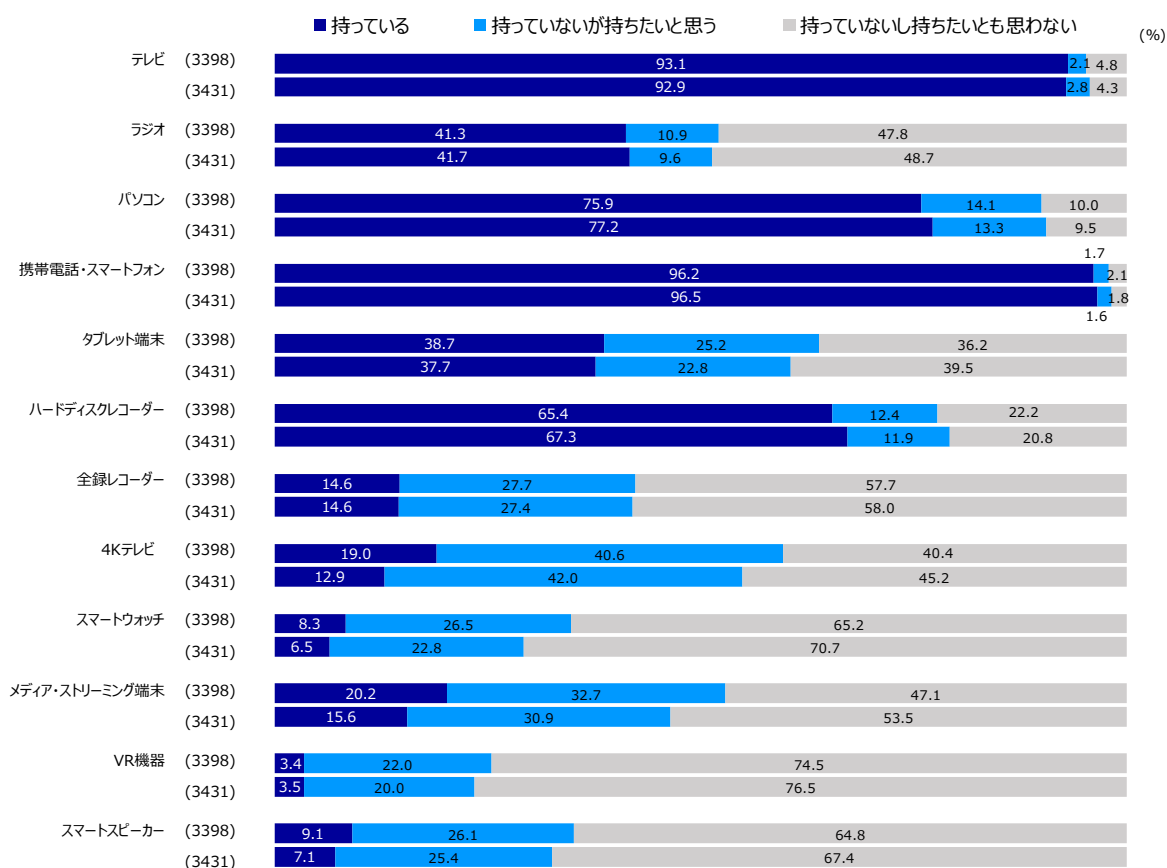
株式会社九州博報堂 統合プランニング局 青柳 一ノ瀬 落合 TEL:092-711-3116

## 《詳細調査結果》

### ■ デバイスの保有状況

- ・ 「テレビ」93.1%、「携帯電話・スマートフォン」96.2%とそれぞれ高い保有率だが、携帯・スマートフォンの保有率がテレビを上回る結果となった。
- ・ 昨年に比べて保有率が増えたデバイスは「4Kテレビ」で約6p t (20年12.9%→21年19.0%)、「ストリーミング端末」で約5p t (20年15.6%→21年20.2%)、保有率が拡大。新型コロナウイルスの感染拡大に伴う、巣ごもり需要拡大の影響が推察される。
- ・ また、これらデバイスは今後の保有希望も、他のデバイスに比べて顕著に高く、「4Kテレビ」40.6%、「ストリーミングデバイス」32.7%となっており、期待が高いことがうかがえる。

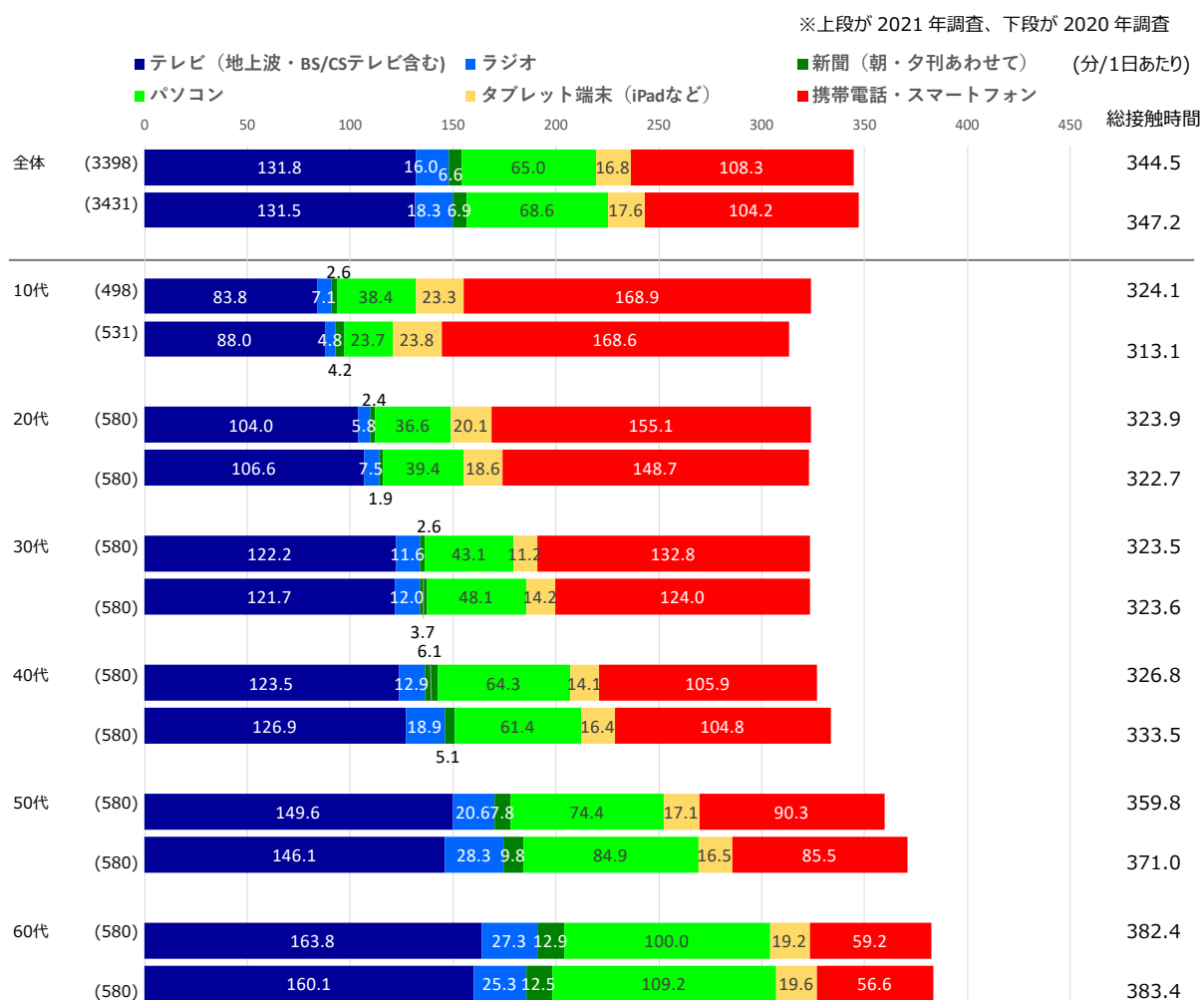
※上段が2021年調査、下段が2020年調査



N=3,398

■ メディア接触時間（一日あたり／週平均）

- ・ 一日あたりのメディア接触時間の上位をみると、「テレビ」が最も長く 131.8 分。次いで、「携帯電話・スマートフォン」が 108.3 分となった。
- ・ メディアの総接触時間は、全体で 344.5 分。年代別にみると、10 代が 324.1 分に対し、60 代では 382.4 分と、約 60 分の差が見られ、年代が高まるほど総接触時間が増える傾向。
- ・ 接触メディアの傾向も年代別に異なる。10 代は、「携帯電話・スマートフォン」の接触時間がもっとも長く 168.9 分。2 番目に接触時間が長い「テレビ」は、83.8 分となっており、約 2 倍接触時間が長い。一方の 60 代では、「テレビ」の接触時間が最も長く 163.8 分。「携帯電話・スマートフォン」の接触時間（59.2 分）と比較すると、約 3 倍接触時間が長い。
- ・ 年代別の傾向としては、「テレビ」「パソコン」は年代が上がるにつれて接触時間が長く、「携帯電話・スマートフォン」は年代が下がるほど接触時間が長い傾向。
- ・ 昨年比でみると、「携帯電話・スマートフォン」の接触時間が微増傾向であり、いずれの年代も微増している。

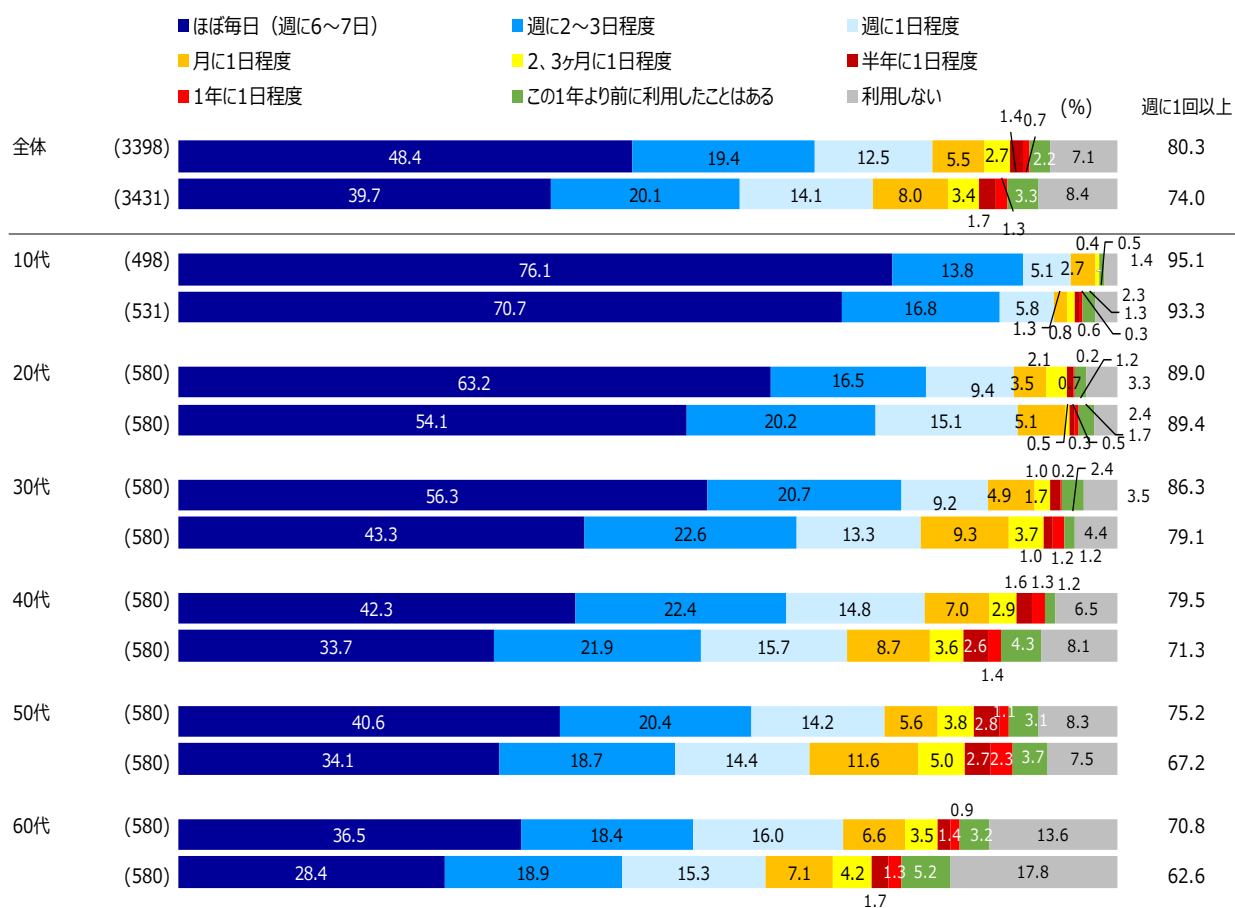


■ WEB 動画の閲覧頻度と接触時間（一日あたり／週平均）

- ・ 週一回以上、WEB 動画を観覧する割合は、全体で 80.3%。10 代、20 代では約 9 割、60 代でも約 7 割が WEB 動画を視聴している。
- ・ 「ほぼ毎日（週に 6~7 日）」に着目してみると、10 代では 76.1% がほぼ毎日 WEB 動画を視聴しており、20 代でも半数以上（63.2%）が視聴している。
- ・ 週平均の視聴時間は、全体で 64.3 分。年代別では、10 代で 108.9 分、20 代で 91.2 分、30 代で 69.0 分であり、30 代以下は 60 分を越えて WEB 動画を視聴していることがうかがえる。

< 閲覧頻度 >

※上段が 2021 年調査、下段が 2020 年調査



< 接触時間（一日あたり／週平均） >

N=3,398

	全体	10代	20代	30代	40代	50代	60代
2020	64.3	108.9	91.2	69.0	56.9	51.0	47.8
2019	54.3	94.3	76.0	55.1	47.5	47.1	39.8

N=3,398

■ メディア接触の時間帯（一日あたり／週平均）

- 全体の時間帯別接触状況の傾向は、8時台の朝、12時台の昼、20時台の夜と3回のメディア接触のピークを迎える傾向。
- 「テレビ」「携帯電話・スマートフォン」は、時間帯別の傾向も似通う動きがみられる。テレビを見ながらスマホを使うといった、マルチスクリーンでのメディア接触状況がうかがえるのではないか。
- 21時台の時間帯に着目すると、「テレビ」「携帯電話・スマートフォン」だけでなく「デジタル動画」「パソコン」の接触が増加している。様々なデバイスやメディアを通じて、情報接触が盛んにおこなわれているものと考えられる。

