

# デジタルネイティブ世代の テレビ視聴に関する実証研究

松下 慶太  
実践女子大学人間社会学部

## 1. はじめに

テレビは 20 世紀半ば以降、新聞や雑誌、ラジオに比して圧倒的なマスメディアとなった。現在でもテレビは主要マスメディアとして存在し続けているものの、20 世紀末からゲームやビデオ、パソコンやケータイの普及によって相対的に地位の低下が見られるようになった。

2008 年度の『情報通信白書』によると、テレビは 92.6% の回答者が「ほとんど毎日利用する」メディアとしている。他のマスメディアを見てみると新聞がテレビに次いで 82.5% であるが、雑誌・書籍、ラジオはそれぞれ 18.1%、30.2% にとどまっている。これらの既存のマスメディアに加えてパソコンは 51.8%、携帯電話は 36.0% であり、特に若年層に限れば、それぞれ 69.5%、65.3% となっている。つまり、近年のメディア環境において、特に若年層を中心にテレビの地位は相対化していると言えるだろう。実際に利用頻度の増減を比較したデータではテレビは 5.1 ポイント「増えた」という回答が優勢であったのに対し、パソコンは 41.5 ポイント、携帯電話は 21.4 ポイント「増えた」という回答が優勢であった。これらのことから今後、若年層を中心にテレビの地位の相対的低下は続くものと考えられる。

これら若年層は生まれた時からテレビや携帯電話、パソコンなどデジタル・メディアに囲まれて育ってきたことからデジタルネイティブ (Digital Natives) と言われる。本研究ではこれらデジタルネイティブがテレビをどのように捉えているかについて、特にハードとしてのテレビ機器そのものとソフトとしてのテレビ番組との乖離に注目しながら分析する。

## 2. ハードとしてのテレビ？ コンテンツとしてのテレビ？

これまでテレビというメディアは箱型の受信機とそこから流れて来る映像コンテンツとを切り離して考えられてこなかった。しかしながら、21 世紀に入り放送と通信の融合が進むにつれて、我々が持つテレビのイメージが乖離し始めた。すなわち、ハードとしてのテレビと、ソフトとしてのテレビである。

ハードとしてのテレビを考えてみよう。テレビモニターは21世紀に入りブラウン管から液晶へと主流が移り、薄型化・大型化が進んだ。またゲームやコンピュータ・インターネットの発展・普及に伴って、テレビはゲームをする、あるいはコンピュータのモニターとして使用されることも多くなった。水島久光は「薄型大画面モニター」が家庭空間における私たちとテレビとの関係構図を書き換えていることを指摘している。すなわち、①一端末で多様なコミュニケーション・モードを扱うという汎用的性格、②ヴァーチャル・リアリティの提示による「家庭」という空間の忘却、③HDD録画によっていつでも／後から見られるというタイムシフト視聴、の3点が背景となって「薄型大画面モニター」において、テレビの地位はケータイと同様にコンピュータが内蔵するひとつの機能に過ぎなくなるのである<sup>1</sup>。

それでは、このようなメディア環境の変化をソフト、あるいはコンテンツとしてのテレビ番組から見るとどうなのか。これまでテレビモニターで見られていた番組は、ワンセグなどケータイ、あるいはチューナーを搭載したコンピュータのモニター上などで見るのが可能になった。また、インターネット回線の高速化によって「You Tube」、「ニコニコ動画」など動画共有サイトなどが利用者を集めた。これらのサイトではテレビ番組が視聴できるが、それらは著作権的には非法にアップロードされたものであり、テレビ局などから動画の削除要請がなされることも多かった。しかし、アメリカではNBCやFOX、ABCなどのテレビ局が合同で映像を提供する動画サイト「Hulu」が2009年にサービスを開始するなど、インターネットを介してテレビ番組を見るという行為は今後、より一般的になっていくと考えられる。

それではテレビはさまざまな機能を取り込むことにより、若年層がテレビに接する時間は増加したのであろうか、あるいはこれまでテレビで放送されていた番組がテレビ以外のさまざまなメディアで視聴可能になったことでテレビと接する時間は減少したのであろうか。

2001年に実施された「メディアと生活時間調査」では、家庭のパソコンでインターネット（ホームページとメール）を利用したことで「テレビを見ること」が「増えた」と答えた人は1%、「減った」と答えた人は21%、「変わらない」と答えた人は77%であった。このことから「テレビ視聴が減ったと感じている人は少数派である」<sup>2</sup>と結論づけている。複数の研究（荒巻2002、橋元2003、金2006など）でも、インターネット利用の拡大は必ずしもテレビ視聴時間の減少と関連していないことが示されている。このことはテレビというメディアは「ながら視聴」が可能であることが大きく影響している。2005年に実施された「国民生活時間調査」によると、平日でのテレビ視聴時間は3時間27分、土曜は4時間3分、日曜は4時間14分であり、そのうち「ながら視聴」はそれぞれ1時間16分、1時間23分、1時間20分となっている。つまり、おおよそ全視聴時間の3分の1が他の行動をしながらテレビを視聴するという「ながら視聴」を行っていることが分かる。1965年の調査結果と比較すると「ながら視聴」と「専念視聴」を合計したテレビの視聴時間自体は伸びを見せているものの、「ながら視聴」の時間自体はほとんど変わっていないことが分かる（図1）。

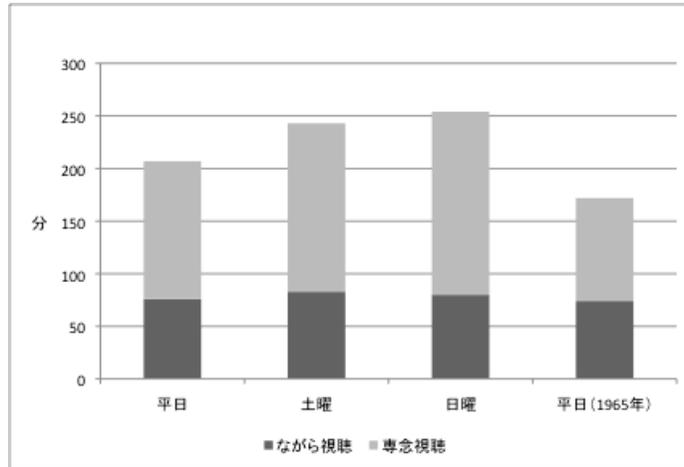


図1 「ながら視聴」時間と「専念視聴」時間

ただし、この数字はすべての年齢層の平均時間となっている。例えば平日のテレビ視聴時間を年齢別で見ると、男性10代は2時間6分、20代は2時間11分であるが、60代は4時間18分、70代では5時間22分である。女性でも10代は2時間12分、20代は2時間40分である一方で、60代では4時間37分、70代では5時間29分となっている。この傾向は土曜、日曜でも同様であり、高齢層が長時間、テレビを視聴していることが分かる。また、放送倫理・番組向上機構（BPO）が2008年に10代後半から20代前半までを対象とした調査でも、平均テレビ視聴時間は平日で2時間16分となっており「国民生活時間調査」のものと同様の結果が出ている。これらことから、本研究で対象とする若年層において、おおよそテレビの視聴時間は2、3時間であり、特に60代以上の高齢層と比べて非常に短いと言える。

### 3. 本研究の仮説

以上のことを踏まえ、本研究では以下の点について注目し、若年層を対象にテレビ観についてのアンケート調査を行った。

#### ハードとソフトの乖離

2. でも述べたように、近年のメディア環境において、ソフトとしてのテレビ番組は必ずしもテレビモニターでのみ見られるものではない。逆に、ハードとしてのテレビモニターはテレビ番組のみを映し出しているのではない。このようにテレビというメディアにおいてハードとソフトが乖離している状況で、視聴者もソフトとしてのテレビ番組に対して親近感を持つ者が必ずしもハードとしてのテレビに親近感を持つ訳ではないと考えられる。むしろ、テレビ番組に親近感を持つ「番組好き」ほど、その番組をリアルタイム視聴以外でも見ようとするために見逃した場合、テレビモニターだけでなく、ワンセグや動画投稿サイトなどを利用して見逃した番組を視聴すると考えられる。

本研究では、テレビ番組への親近感が高まるほど、ハードとしてのテレビへの親近感が減少するのではないかと考える。そのため、本研究の調査において以下のような仮説を設定する。

**【仮説】**

ソフトとしてのテレビ番組へのこだわりはハードとしてのテレビへのこだわりを越えてテレビ以外のメディアでのテレビ番組視聴を促す

#### 4. 若年層のテレビ観についての調査

##### 4-1. 調査の概要

本研究では2010年1月、首都圏、中京圏の大学に在学する大学生を対象に無記名アンケート調査を実施した。調査方法としては著者の担当授業に出席した学生に調査票を配布し、自由参加であること、個人情報保護される旨を説明した上で、その場で記入してもらい、回収した。有効対象者数は129であった。回答者のプロフィールとして性別は女性119名、男性8名、不明2名、平均年齢は20.7歳であった。

##### 4-2. メディア環境と頻度について

メディア環境について自分の家にあるメディアを「テレビ」(tv)、「ラジオ」(radio)、「パソコン」(pc)、「携帯電話 (iPhone) も含む」(mobile)、「ゲーム機器 (PS3、X-Box、Wii など)」(game)、「携帯ゲーム機器 (PSP、ニンテンドーDS など)」(mgame)、「音楽プレイヤー (CD プレイヤー など)」(mplayer)、「携帯音楽プレイヤー (ウォークマン、iPod など)」(mmplayer)、「その他」、「すべて持っていない」から選択してもらい、回答のあったものを1、なかったものを0とした。また、それぞれの項目について「1. ほぼ毎日使う」、「2. 2、3日に一度くらい使う」、「3. 1週間に一度くらい使う」、「4. 1ヶ月に一度くらい使う」、「5. ほとんど使わない」、「6. 持っていない」から選択してもらい、所持しているメディア機器の使用頻度を確認した。それぞれ tvuse、radiouse、pcuse、mobileuse、gameuse、mgameuse、mplayeruse、mmplayeruse とした。その結果を表1に示す。

テレビ、パソコン、携帯電話に関してはほぼ100%近くの所持率であった。また音楽プレイヤー、携帯音楽プレイヤーは約90%であり、ラジオ、ゲーム機器、携帯ゲーム機器は70%から80%の所持率であった。このことから回答者の大半が多くのメディア機器に囲まれた生活を送っていることが示された。利用頻度に関しては、携帯電話、テレビ、パソコンの利用頻度が高く、「ほぼ毎日使う」あるいは「2、3日に一度くらい使う」と回答した割合は携帯電話が99.2%、テレビが92.9%、パソコンが92.9%であった。逆にラジオ、ゲーム機器に関しては利用頻度が低い結果となった。

表 1 メディア環境と使用頻度

	標本数	平均	標準偏差
tv	126	0.992	0.089
radio	126	0.810	0.394
pc	126	1.000	0.000
mobile	126	1.000	0.000
game	126	0.722	0.450
mgame	126	0.770	0.423
mplayer	126	0.905	0.295
mmplayer	126	0.905	0.295
tvuse	126	1.286	0.937
radiouse	124	4.500	1.340
pcuse	127	1.409	0.683
mobileuse	127	1.024	0.198
gameuse	126	4.563	1.324
mgameuse	126	3.825	1.707
mplayeruse	127	3.402	1.663
mmplayeruse	127	2.087	1.643

#### 4-3. ハードとソフトの乖離について

本研究の仮説を検証するために、非説明変数、説明変数を以下のように設定した。ハードとしてのテレビ以外でも視聴する行為を示すリアルタイム以外でのテレビ視聴 (nottv) を非説明変数に設定した。またソフトとしてのテレビ番組へのこだわりは、事前の行為としてテレビを見る際に見たい番組をチェックした上で視聴するのか、テレビをつけて適当に放送している番組を視聴するのかによって示される。

事後の行為としては、見逃した場合にその番組をどうにかして見ようとするか、そのままにしておくのかによって示される。また、テレビの視聴時間そのものも指標となると考えた。これらを踏まえて、どのように番組を選択したかという番組選択方法 (select)、番組を見逃した時にどのような行為をとるかという見逃し行為 (findwatch) に加え、どれくらいテレビを見ているのかという視聴時間 (time) を説明変数に設定した。

被説明変数として用いるリアルタイム以外でのテレビ視聴 (nottv) は「テレビ(リアルタイム)」、「テレビ(録画したもの)」、「テレビチューナーのついたパソコン」、「ワンセグ」、「動画投稿サイト (You Tube、ニコニコ動画など)」、「その他」からあてはまるものをすべて選択してもらい、これらの回答から「テレビ(リアルタイム)」を0とし、それ以外の回答を1とした。説明変数として番組選択方法 (select)、見逃し行為 (findwatch)、視聴時間 (time) を用いた。以下にそれぞれの説明変数の内容を説明する。

番組選択方法 (select) : テレビ視聴時にどのように番組を選ぶかについて、「事前に番組表をチェックして目当ての番組を見る」、「チャンネルをまわしながら、おもしろそうな番組を見る」、「特に番組は気にせずにつけている」、「その他」からあてはまるもの一つを選択してもらい、「事前に番組表をチェックして目当ての番組を見る」を選択したものを1、それ以外を0とした。

見逃し行為 (findwatch) : テレビ番組を見逃したときにどのような対応をするかについて、「全く気にしない」、「誰かに番組の内容を聞く」、「動画共有サイトやレンタルDVDなどを探して見る」、「知り合いなどに録画したものを借りる」、「その他」からあてはまるもの一つを選択してもらい、「動画共有サイトやレンタルDVDなどを探して見る」を1、それ以外を0とした。

視 聴 時 間 (time) : 1日のうちテレビをどれくらいの時間つけているかについて、「1時間未満」、「1時間以上2時間未満」、「2時間以上3時間未満」、「3時間以上4時間未満」、「4時間以上」を順に1から5として、あてはまるもの一つを選択してもらった。

## 5. 結果と考察

### 仮説の検証

ハードとソフトの乖離について検証するため、本稿では上述の変数を用いてロジスティック回帰分析を行った。そこから得られた結果を表2に示す。まず select に関しては正で統計的に有意であった。すなわち、事前に番組表をチェックした上で視聴番組を決定している場合、テレビ以外のメディアも利用してテレビ番組を視聴している傾向にある。また、findwatch に関しても正で統計的に有意な結果が得られた。テレビ番組を見逃した場合に他の手段によって見ようとするのはソフトとしてのテレビ番組に対する親近感の高さを示すが、それは一方で、ハードとしてのテレビでの視聴にこだわらないということを示している。time に関しては統計的に有意ではない。つまり、テレビの視聴時間の長さはテレビ以外のメディアでのテレビ番組視聴の形態に影響を及ぼさないことが示された。これらのことから、ソフトとしてのテレビ番組へのこだわりはハードとしてのテレビへのこだわりを越えてテレビ以外のメディアでのテレビ番組視聴を促す、という本研究の仮説を支持する知見が得られた。

表 2 推定結果（被説明変数：nottv）

	係数	標準誤差
select	1.959	0.798 **
findwatch	1.431	0.696 **
time	0.225	0.255
cons	0.159	0.720
標本数	122	
Log likelihood	-38.482	

\*分析には Stata SE11 を用いた。

## 6. むすび

本研究ではデジタルネイティブと呼ばれる若年層のテレビ観について、特にテレビというメディアのハードとソフトとの乖離に注目しながら、アンケート調査によって実証的に分析した。その結果、若年層の視聴者のソフトとしてのテレビ番組へのこだわりはハードとしてのテレビへのこだわりを越えてテレビ以外のメディアでのテレビ番組視聴を促す、ということが示された。ドン・タプスコットは 2009 年の段階で 11 歳から 31 歳までをネット世代と名付け、2007 年から 12 カ国（米国、カナダ、英国、ドイツ、フランス、スペイン、メキシコ、ブラジル、ロシア、中国、日本、インド）を対象に 6,000 人近いネット世代にインタビュー調査を実施した。その調査からネット世代のテレビ視聴について、「ネット世代のテレビ視聴は親の世代よりも短い。また、テレビの見方も異なる。ネット世代はコンピュータを立ち上げ、複数のウィンドウでやり取りを行ない、電話で話し、音楽を聴き、宿題をやり、雑誌を読みながらテレビを見ることが多い。ネット世代にとっては、テレビは BGM でしかない」<sup>3</sup>と指摘している。タプスコットの言うネット世代は本研究で言及したデジタルネイティブとほぼ同義であるが、今回の分析結果はタプスコットが指摘するようなテレビ視聴の形的一端を示している。すなわち、テレビの専念視聴という視聴形態はネット世代、あるいはデジタルネイティブに限っては非常に限られたものになっている。彼ら彼女らにとってハードとしてのテレビは数あるメディア環境のうちのひとつに過ぎないのである。逆にソフトとしてのテレビ番組はテレビに限らず、さまざまなメディアで再生され、視聴されるようになっている。特に高速インターネットの普及により著作権の問題などはあるものの、動画共有サイトは気軽に、細切れにテレビ番組を視聴することを可能にし、上記の傾向をより後押しする結果となった。

本研究は 20 歳前後の女子大学生を対象とした調査・分析であったので、若年層を中心としたデジタルネイティブ全体を代表しているものではない。そのため、今後、分析対象をデジタルネイティブ全体に広げて分析を深化させていくことが課題として挙げられる。

## 謝辞

本研究は公益信託高橋信三記念放送文化振興基金の助成を得た研究課題「Digital Natives 世代における放送文化の位置づけについての実証研究」の一部として行った。

## 参考文献・資料

- ・NHK 放送文化研究所編 (2003) 『テレビ視聴の 50 年』日本放送出版協会
- ・NHK 放送文化研究所 (2006) 「2005 年国民生活時間調査報告書」  
[http://www.nhk.or.jp/bunken/research/life/life\\_20060210.pdf](http://www.nhk.or.jp/bunken/research/life/life_20060210.pdf) (2010 年 1 月 30 日現在)
- ・金相美(2006) 「メディア利用行動におけるテレビとインターネットの同時的並行行動に関する研究: 日記式調査 (Time Use Survey) による分析結果を元に」 『マス・コミュニケーション研究』 68 号、pp.97-114
- ・志岐裕子・村山 陽・藤田結子 (2009) 「若者のテレビ視聴とメディア並行利用行動 - 大学生のオーディエンス・エスノグラフィ調査から -」 『慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要』 No59、pp.131-140
- ・総務省 (2009) 『情報通信白書 平成 21 年度版』  
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/> (2010 年 1 月 30 日現在)
- ・ドン・タプスコット著・栗原潔訳 (2009) 『デジタルネイティブが世界を変える』 翔泳社
- ・橋元良明(2003) 「インターネットの利用が他の生活時間に及ぼす影響」 情報通信政策研究所  
[http://www.soumu.go.jp/iicp/pdf/200306\\_4.pdf](http://www.soumu.go.jp/iicp/pdf/200306_4.pdf) (2010 年 1 月 30 日現在)
- ・放送倫理・番組向上機構 (2009) 「“デジタルネイティブ” はテレビをどう見ているか? ～番組視聴実態 300 人調査」  
<http://www.bpo.gr.jp/youth/research/index.html> (2010 年 1 月 30 日現在)
- ・水島久光 (2008) 『テレビジョン・クライシス』 せりか書房

---

## 註

- <sup>1</sup> 水島久光 (2008) 『テレビジョン・クライシス』 せりか書房、pp.166-168
- <sup>2</sup> NHK 放送文化研究所 (2003) 『テレビ視聴の 50 年』 日本放送出版協会、p.228
- <sup>3</sup> ドン・タプスコット著・栗原潔訳 (2009) 『デジタルネイティブが世界を変える』 翔泳社、p.34