

**i-SSP クロスメディア実態レポート「テレビドラマの視聴実態」
リアルタイム視聴とタイムシフト視聴の状況を、フジテレビ系列ドラマ『HERO』で検証**

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、インターネットやテレビなどの広告・情報視聴と購買行動や生活者の属性情報の関係性を捉えることができる「i-SSP」※1のシングルソースデータをもとに、「テレビドラマの視聴実態」について分析を行いました。

本調査は、i-SSP モニターのうち、関東エリアのテレビ視聴データ収集対象モニターの 2,824 人を分析対象として、7月14日より放送を開始したフジテレビ系列ドラマ『HERO』の第1話、第2話の視聴状況を分析、結果をまとめたものです。

分析者:株式会社インテージ クロスメディア情報開発部 渋谷 雅彦

◆調査結果のまとめ

- 『HERO』第1話(7/14月曜日 21時～)の総視聴時間のうち、タイムシフト(録画)の占める割合は42%。男女いずれも35～49才の世代でタイムシフト視聴の割合は高くなっている。
- 第1話をタイムシフト視聴した人の多くは、放送日から2日以内に再生して見ている。
- 第1話をタイムシフト視聴した人のうち2割程度は、第2回をリアルタイムで視聴。
- 同一ドラマであっても、放映日によってリアルタイムで見るか、タイムシフトで見るか等の視聴パターンは異なっており、リアルタイムとタイムシフトでの複雑な視聴行動が存在することが伺える。

調査概要

調査方法	: i-SSP(インテージシングルソースパネル)のテレビ接触のログ記録形式
調査地域	: 関東エリア 1都6県(東京、神奈川、千葉、埼玉県、茨城、栃木、群馬)
調査対象者	: i-SSPのテレビ視聴データ収集対象モニター2,824人
調査実施期間	: 2014年7月14日~7月28日
調査実施機関	: 株式会社インテージ

◆分析データについて

- ・視聴ログデータでは、「毎分ごと」に対象者個人が「どのチャンネルを見ていたか※」の判定を行っています。
- ・対象者がタイムシフト視聴をしているかどうかは、放映日から数えて7日以内(放映日翌週の同曜日まで)で判定しています。
- ・本分析2~3で取り上げる「視聴」については、リアルタイム・タイムシフトそれぞれについて番組放映時間の3分の1以上に視聴した人の割合を意味します。(例:30分の番組なら10分以上)
- ・本分析全般での分析は、当社が推計した母集団人口に応じて性年代構成等をウェイトバックにて補正したもので集計しております。
- ・日時の定義としては、0:00~23:59までを一日としております。

*1 i-SSP(インテージシングルソースパネル)

当社の主力サービスであるSCI(全国個人消費者パネル調査)を基盤に、同一対象者から新たにパソコン・モバイルからのウェブサイト閲覧やテレビ視聴情報に関するデータを収集したもので、2013年4月からのデータを保有する国内最大規模のテレビデータパネルです。いずれも自動的にデータを収集する仕組みを採用しており、正確かつ詳細なデータを、常時、収集しています。当データにより、パソコン・モバイル・テレビそれぞれの利用傾向や接触率はもちろん、同一対象者から収集している購買データとあわせて分析することで、消費行動と情報接触の関係性や、広告の効果を明らかにすることが可能となります。また、調査対象者に別途アンケート調査を実施することにより、意識・価値観や耐久財・サービス財の購買状況を聴取し、あわせて分析することも可能です。

今後は、さらに、タイムシフトで視聴した人は、その時にテレビを見ていたのか、あるいは別の番組を見ていたか等のテレビの視聴行動の分析に加えて、同じ時に、パソコンでインターネットをしていたか等の行動の解明にも取り組んでいく予定です。

※対象とするチャンネルは、関東地上波の7局(NHK総合、Eテレ、日本テレビ、TBS、テレビ朝日、フジテレビ、テレビ東京)です。

※「i-SSP」「シングルソースパネル」は、株式会社インテージの登録商標です。

調査結果

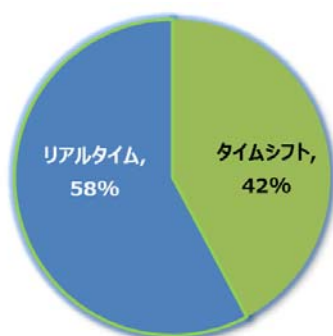
1. フジテレビ系列ドラマ『HERO』第1話(7/14月曜日 21時～)の総視聴時間のうち、タイムシフト(録画)の占める割合は42%。男女いずれも35～49才の世代でタイムシフト視聴の割合は高くなっている。

ドラマ『HERO』第1話において、リアルタイムとタイムシフトそれぞれの視聴割合を、視聴時間ベースで表したものが図1である。全対象者の中では、リアルタイムが58%、タイムシフトが42%となり、当該番組の視聴時間の中での4割程度が録画で再生して視聴していることがわかる。

性年代別で確認すると、タイムシフト視聴は男性に比べて女性の方が割合として高くなっており、男女いずれも35～49才の中年層で高くなっている。その要因には、年齢的に、仕事や家事などが忙しいために、なかなかリアルタイムで見るができない、以前放映された『HERO』を見ていて気に入っていたので、集中して見るためにタイムシフトで見た等、様々な要因が推測できる。

【図1】『HERO』第1話 リアルタイム・タイムシフト視聴時間構成比:第1話を視聴した681人ベース

※当該番組の総視聴時間(分単位)を100とした場合の、リアルタイム・タイムシフトの視聴時間構成<全体>



<性年代別>

	リアルタイム	タイムシフト
計	58%	42%
M1層 (20～34才の男性)	70%	30%
M2層 (35～49才の男性)	48%	52%
M3層 (50才以上の男性)	68%	32%
F1層 (20～34才の女性)	55%	45%
F2層 (35～49才の女性)	49%	51%
F3層 (50才以上の女性)	61%	39%
T層 (~19才の男女)	76%	24%

2. 第1話をタイムシフトで視聴した人の多くは、放送日から2日以内に再生して見ている

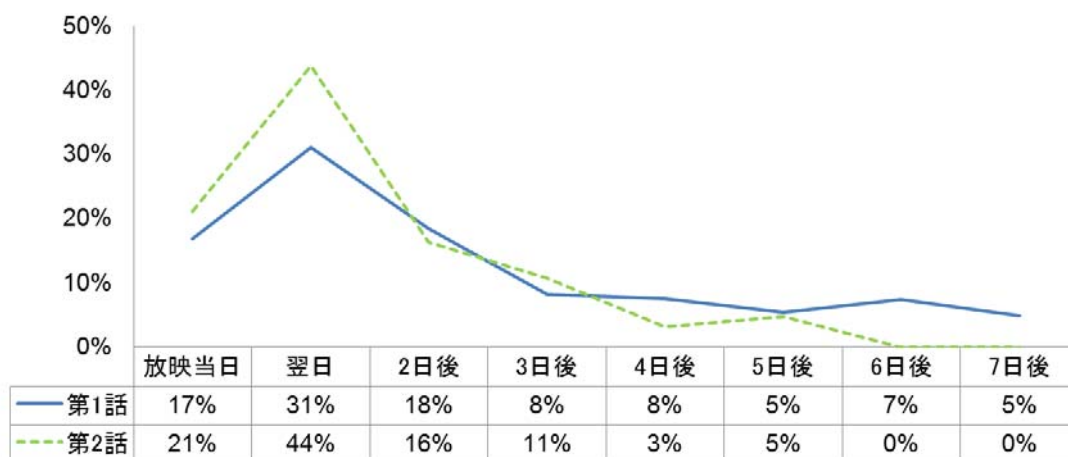
タイムシフトで『HERO』を見た人は、放送日から何日後に再生して見たのだろうか？ 図2-1は第1話・第2話それぞれをタイムシフト視聴した人が、何日後に最初に再生したかの分布を表している。いずれの回も、放送日から2日以内に6割以上が再生しているが、第1話と第2話を比べると、第2話では放映当日から翌日にかけての再生割合が高く、逆に6日以上経過するとほとんど再生していない。第2話の放映日が祝日であったことを考慮する必要はあるが、放映回によって再生率の分布にも変化が見られることが明らかになった。

タイムシフト視聴の割合が高いF2層(35~49才の女性)でも、放送当日から2日以内(7月16日)までに大半が再生しており、特に翌日の15日に再生して見ている割合が高くなっている。(図2-2)

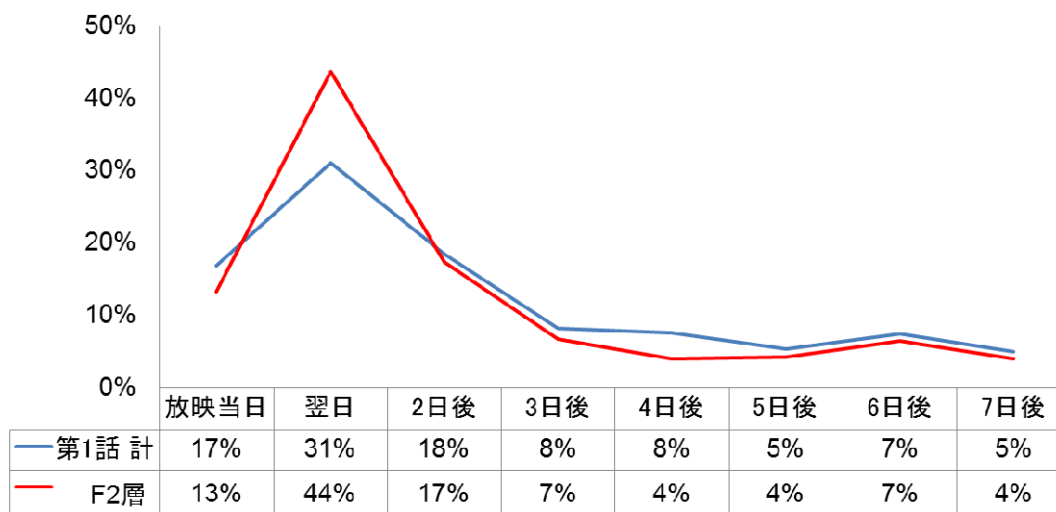
(*本分析での「視聴者」は、リアルタイム・タイムシフトそれぞれで、放映分数の3分の1(20分)以上見た人と定義しています。よって、比較的専念して見た人を意味します。)

【図2-1】『HERO』 タイムシフト視聴者の初回再生日分布 対象者数:第1話 218人、第2話 193人

※7日後までにタイムシフト視聴した人を100とした、初回再生日の分布



【図2-2】『HERO』 第1話 F2層の初回再生日分布 対象者数:F2層 75人



3. 第1話をタイムシフト視聴した人のうち2割程度は、第2話をリアルタイムで視聴

『HERO』の第1話のリアルタイム視聴者・タイムシフト視聴者のそれぞれが、第2話をどのように見たかを分析した。

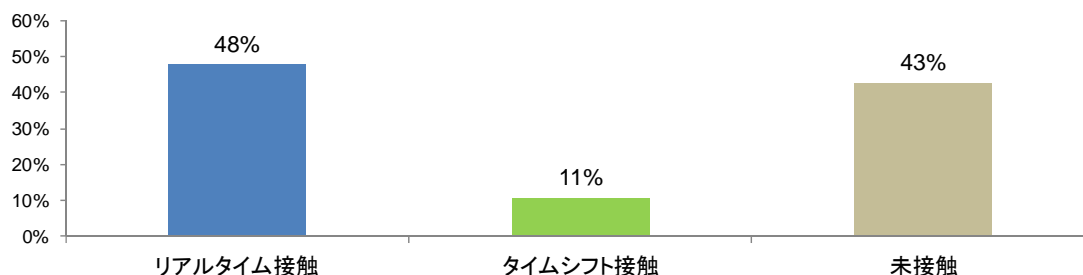
第1話リアルタイム視聴者のうち、48%が第2話をリアルタイムで、11%がタイムシフトで視聴している。一方、第1話タイムシフト視聴者の場合は、19%が第2話をリアルタイムで、46%がタイムシフトで視聴している。第2話が祝日であったこともあるのか、第1話のタイムシフト視聴者でも、第2話はリアルタイムで見たという人も2割程度存在していることがわかる。

このように、同一ドラマであっても、放映日によってリアルタイムで見るか、タイムシフトで見るか等の視聴パターンは異なっている。

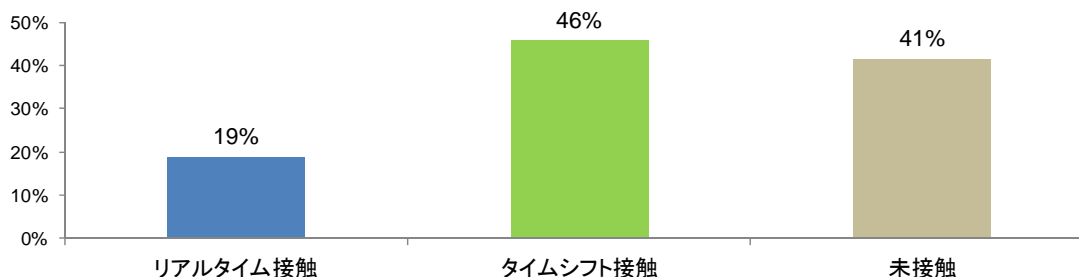
(* 本分析での「視聴者」は、リアルタイム・タイムシフトそれぞれで、放映分数の3分の1以上を見た人で定義しています。よって、比較的専念して見た人を意味します。)

【図3】『HERO』第1話リアルタイム・タイムシフト視聴別 第2話の視聴状況

第1話リアルタイム接触者の第2話の接触状況 (対象者数=285人:第1話リアルタイム視聴者ベース)



第1話タイムシフト接触者の第2話の接触状況 (対象者数=218人:第1話タイムシフト視聴者ベース)



※同一対象者で、リアルタイムとタイムシフト双方で視聴した人がいるため、上記を足し上げると100以上になります。

【株式会社インテージ】 <http://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:石塚 純晃)は、インテージグループ各社とともに、リサーチノウハウ、データ解析力、システム化技術と、これらに基づく情報評価力をコア・コンピタンスとして、経営およびマーケティング上の意思決定に役立つ情報(Intelligence)を提供。生活者とお客様を「情報」でつなぎ、お客様のビジネスの成功に貢献することによって、その先の生活者の暮らしを豊かにすることを目指します。

【この件に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージ 広報担当

担当:小関(おぜき)／佐藤(さとう)

TEL:03-5294-6000 FAX: 03-5294-8318

サイト「お問い合わせフォーム」<http://www.intage.co.jp/contact/>