

mama+(ママタス)、2,409人のママに「動画視聴」に関する調査を実施 4人に1人^(※1)のママがほぼ毎日「インターネット動画」を視聴！

(※1)2,409人中636人

C Channel株式会社(本社：東京都港区、代表取締役社長：森川亮)が運営するママ向け動画メディア『mama+(ママタス)』(<https://www.mamatas.net/>)は「動画視聴」についてのアンケートを実施しましたので、その結果を一部抜粋してご報告いたします。

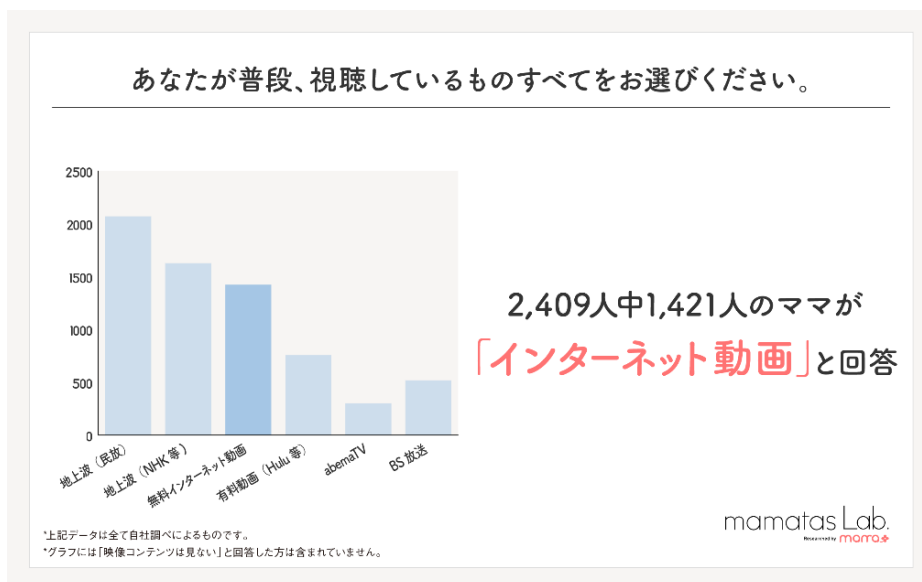
調査結果トピックス

ママは毎日、頻繁にインターネット動画を見ている！

【2,409人中1,421人(59%)が「インターネット動画」を普段視聴していると回答しており、視聴頻度は「ほぼ毎日」が1,421人中636人(45%)】

___1日あたりの視聴時間は「1h未満」と回答した方が一番多く1,299人。

___視聴時間は短いものの「インターネット動画」を頻繁に観ているママが最も多い。



●ママ達からのコメント

・子どもを寝かしつけたあと、半身浴中に1～2時間、ママだけ美意識の高い人のインスタのアーカイブを見て刺激を受けています。ママだけおばさんにはなりたくないの。 (29歳・1歳女の子のママ)

・子どもが寝た後、好きなタレントの動画を毎日のように見えています。「自分の時間がない」というストレスは我慢できないので、意識して自分の時間を持つようにしています。 (40歳・3歳男の子のママ)

・通勤中はSNSに流れてくるものを30分ほど、子どもが寝たあとはNetflixやamazonプライムで海外ドラマを1時間くらい見ます。SNSは情報収集のため。海外ドラマ鑑賞は、1日の終わりのくつろぎタイムです。 (35歳・8歳男の子のママ)

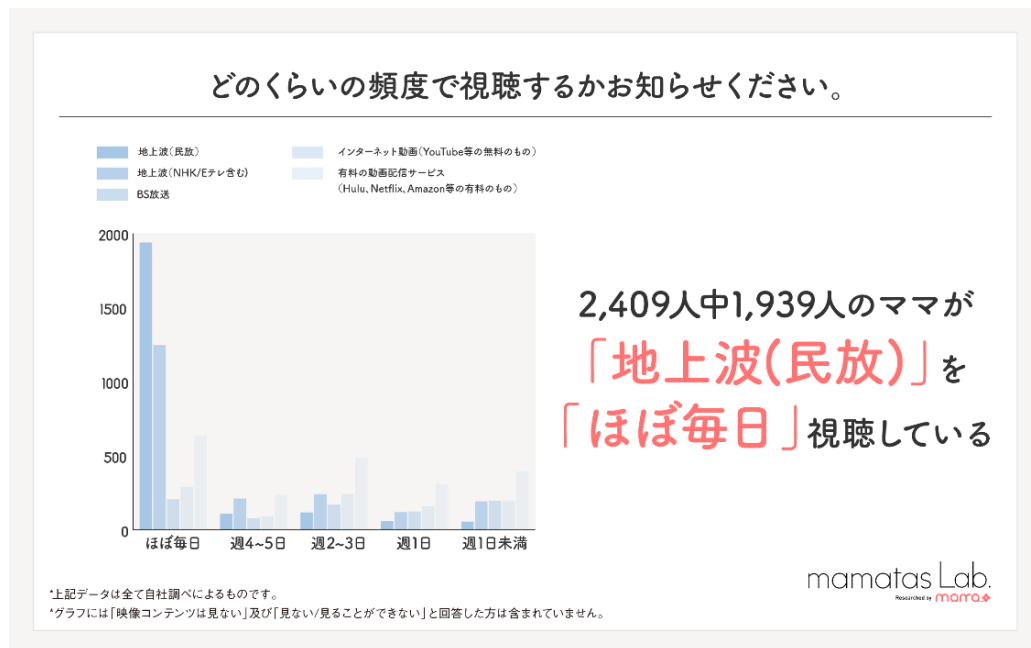
・保育園で覚えてきた歌を、子どもが断片的に歌う歌詞をヒントに動画を検索して見せています。子どももしっかり覚えられるし、親も覚えて一緒に歌えるようになるので楽しい。 (35歳・2歳男の子のママ)

・同じくらいの年齢の子どもがトイレトレーニングをしている動画を見せています。「ジャーできたね」「すごいね」と言いながら熱心に見て、がんばってトイレに行くようになりました。 (29歳・2歳男の子のママ)

調査結果トピックス

ママの「テレビ離れ」はまだ始まっていない！？

【ママの80%※が「ほぼ毎日」「地上波(民放)」を視聴している】※2,409人中1,939人
世帯年収別に集計すると「地上波」は年収が「400万円以上600万円未満」の人たちが「ほぼ毎日」観ていると回答した人が多い。

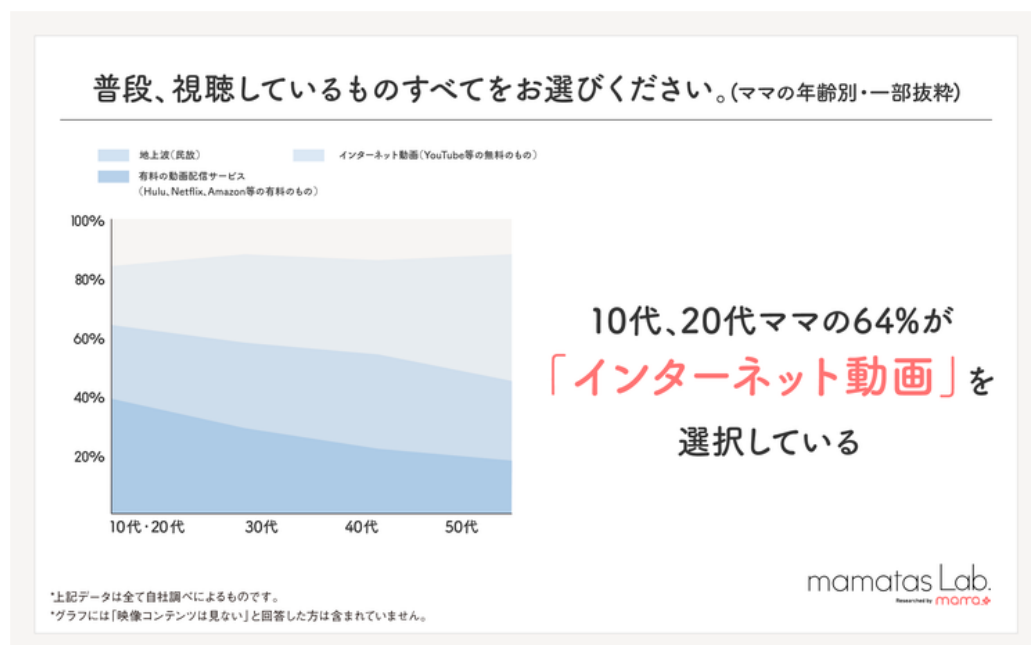


でも若いママはインターネット動画に夢中！

【10代&20代のママの64%がインターネット動画を視聴】

「有料の動画配信サービス」及び「インターネット動画」はママの年齢が下がるに連れて選択率が上がる傾向がある

(「インターネット動画」の選択率は10代のママが100%、20代のママが63%、30代のママが58%、40代のママが54%、50代のママが45%と10代と50代だと55ポイントの差、20代と50代を比べても18ポイントの差が出た。)



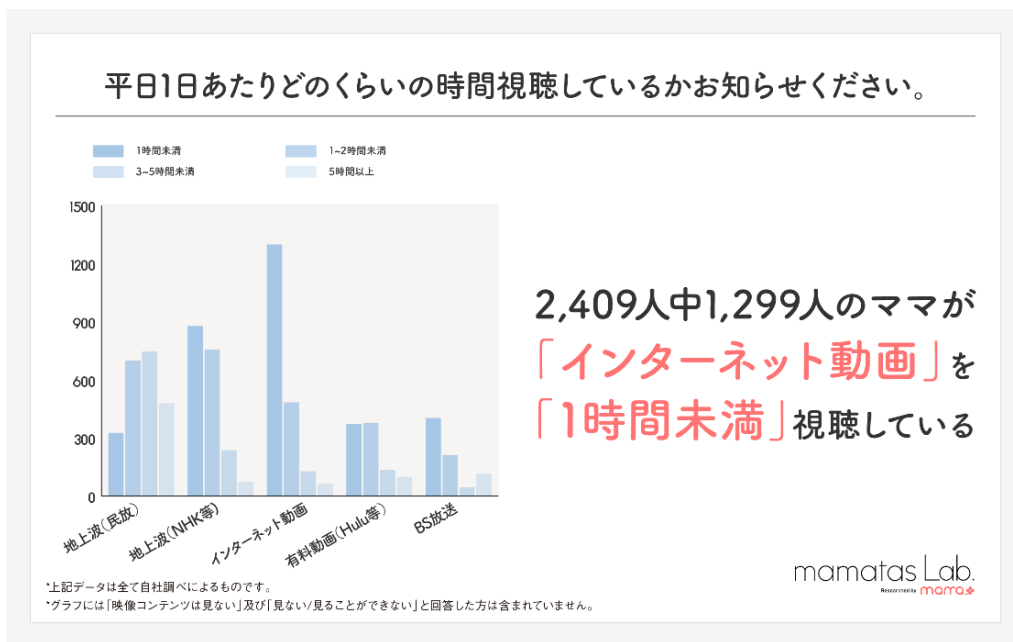
映像コンテンツ視聴に関して

平日は「インターネット動画」を「1h未満」見ているママが一番多い

平日1日あたりの各映像コンテンツの視聴時間は？

(選択肢：「5時間以上」、「3~5時間未満」、「1~2時間未満」、「1時間未満」、「見ない/見られない」、「未回答」)

『「インターネット動画」を「1時間未満」観る』と回答した方が一番多く1,299人(54%)。次に『「地上波(NHK/Eテレ)」を「1時間未満」観る』と回答した方が878人(36%)、続いて『「地上波(NHK/Eテレ)」を「1~2時間未満」観る』と回答した方が756人(31%)でした。

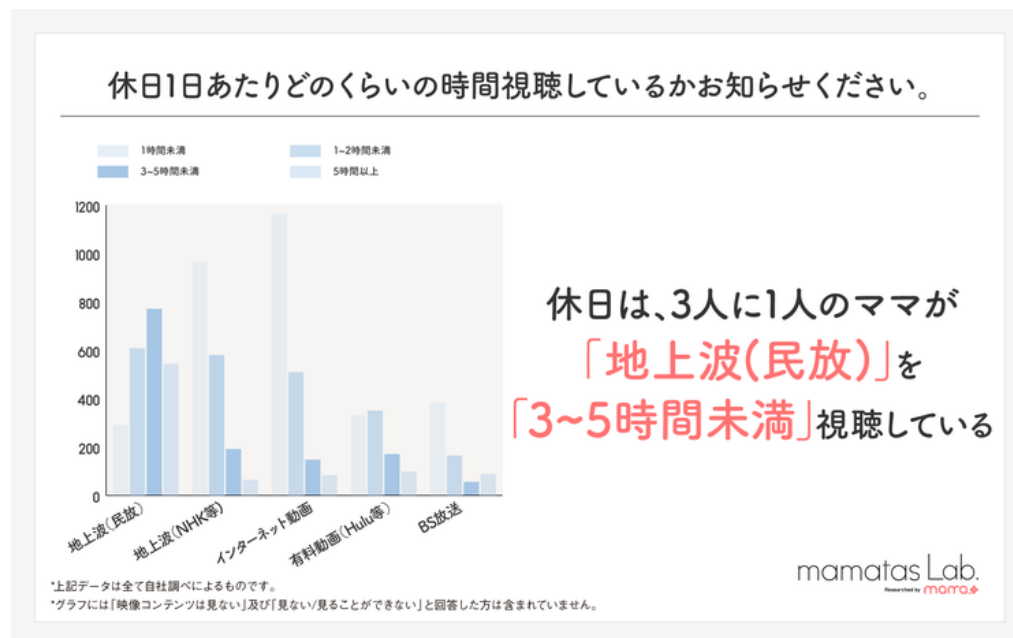


休日は、テレビの視聴時間がぐっと増える傾向に。

休日1日あたりの各映像コンテンツの視聴時間は？

(選択肢：「5時間以上」、「3~5時間未満」、「1~2時間未満」、「1時間未満」、「見ない/見られない」、「未回答」)

平日と同じく『「インターネット動画」を「1時間未満」観る』と回答した方が一番多く1,165人(48%)。次に『「地上波(NHK/Eテレ)」を「1時間未満」観る』と回答した方が965人(40%)、続いて『「地上波(民放)」を「3~5時間未満」観る』と回答した方が772人(32%)と、テレビ視聴時間が平日よりも増えています。

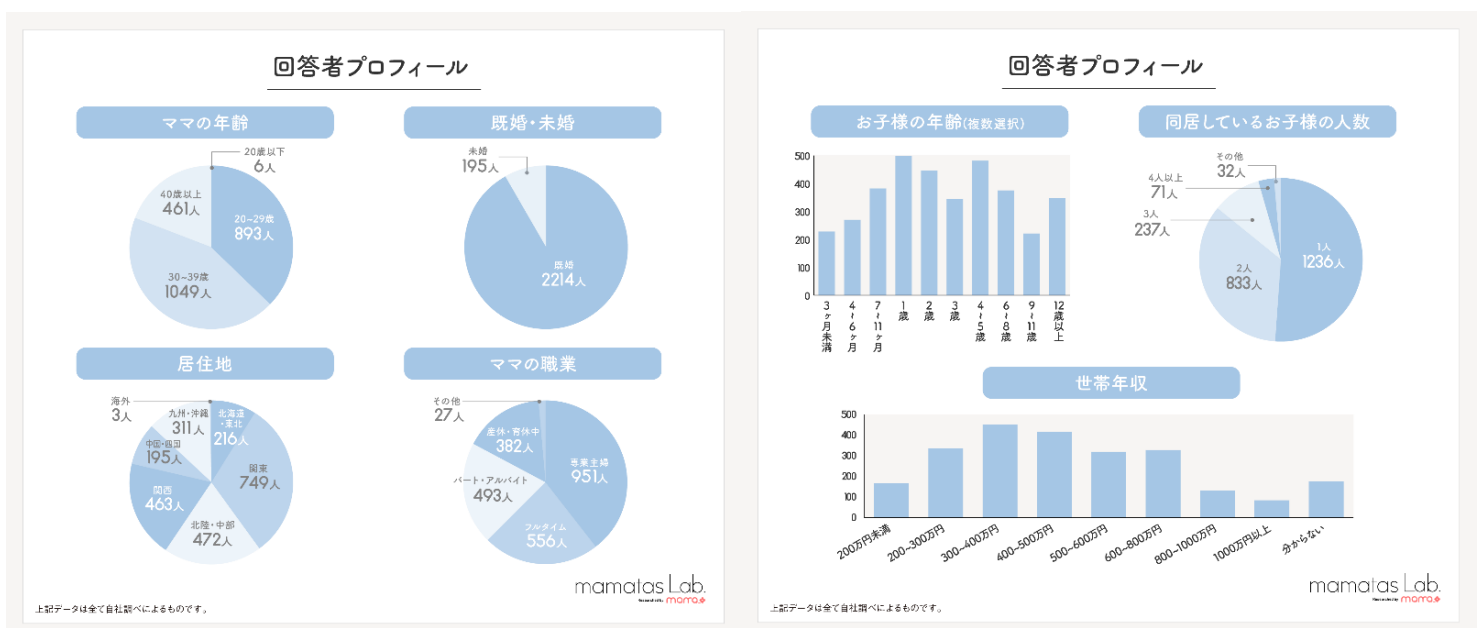


「mama+」原田編集長からの一言

今回の調査では、テレビを毎日観ているのは8割弱。テレビ離れが叫ばれて久しいですが、意外に観ているという印象です。詳しいデータでは、フルタイムの有職ママでは7割が1~2時間の視聴ですが、専業主婦ママや産・育休中ママ層では4人に1人が5時間以上と長時間視聴していました。それに対し、インターネット動画の視聴時間は有職ママが長い傾向があり、通勤時間や隙間時間で動画を視聴しているようです。Netflixなどの有料動画コンテンツは全体で35%が視聴しており、関東で特に高い傾向が見られました。全体を通して都市部や若い層が動画視聴に積極的で、5Gが実現する2020を迎えるとさらに動画シフトが進むと考えています。

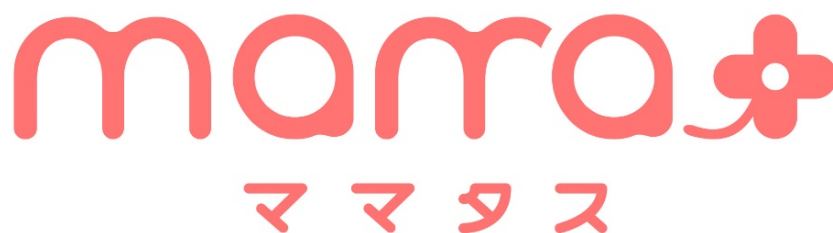
調査概要と回答者プロフィール

- ・調査対象者
全国の『mama+(ママタス)』をご覧いただいているママ
- ・調査方法
インターネットアンケート調査
- ・調査期間
2019年3月29日(金)~2019年4月7日(日)
- ・回収数
2409件



mama+(ママタス)のコンセプト

[らくちんも、きちんとも。がんばり過ぎずに子育てを楽しむ1分動画マガジン]



ママの「きちんとしていたい」気持ちに寄り添いながら信頼のおける情報をママ目線で提供。家事も育児も、自分らしいバランスで。がんばりすぎている現代のママに、確かな情報と新しい価値観を提供する5G時代を見据えた動画メディアです。

公式SNS・WEB

SNS

- Instagram : <https://www.instagram.com/mamatastv/>
- Facebook : <https://www.facebook.com/mamatastv/>
- Twitter : <https://twitter.com/mamatastv>
- YouTube : <https://www.youtube.com/c/mamatastv>
- LINE@ (友だち登録) : <https://line.me/R/ti/p/%40bcn8841c>
- Pinterest : <https://www.pinterest.jp/mamatastv/>

WEB

- WEB : <https://www.mamatas.net/>

【会社概要】

社名：C Channel株式会社
URL : <https://corp.cchan.tv/>
設立：2015年4月
代表者：代表取締役社長 森川亮

【報道関係の皆様からの問い合わせ先】

C Channel株式会社 広報担当 福永
TEL : 03-6453-6893 FAX : 03-6453-6894 Email : info@cchan.tv