

# メディア利用人口／利用総時間の実績と10年展望 2018～2027

～人口推移から利用者・視聴者の人口、利用総時間（人口×平均時間）を算出～

(2019年6月28日発行)

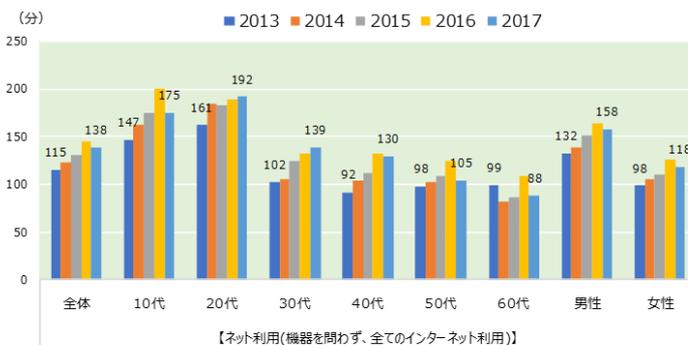
株式会社ブレイン・リサーチ&マーケティング（本社：東京都中央区日本橋3丁目2番14号 新槇町ビル別館第一2階 代表者：飛沢省二 電話：050-3085-9313 URL: <http://www.brain-rm.co.jp/>）は、テレビのリアルタイム視聴、録画視聴、VODやSNS、動画などの視聴と人口予測の数値より、利用者・視聴者の推移を算出した結果をレポートとして発刊いたしました。社内の閲覧に適したカラー製本版と情報共有に適したPDF文書でのご提供です。



## ◆本レポートの概要

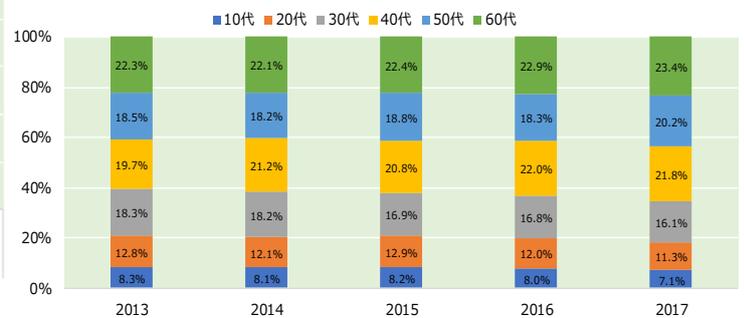
- ・価格：69,000円（税別）レポート本文 176頁 [お申込みはこちら](#)
- ・納品形態：**フルカラー製本+PDF版**（コピープロテクトなし） <http://www.brain-rm.co.jp/OrderUnderC.html>
- ・ご購入方法：上記URLか以下の「問い合わせ」アドレスでお申し込みください。
- ・内容の問い合わせ：[stobisawa@brain-rm.co.jp](mailto:stobisawa@brain-rm.co.jp)
- ・紹介／サンプルレポート：<http://www.brain-rm.co.jp/demo/MediaSample.pdf>（登録不要で閲覧できます）

【ネット利用時間 行為者平均時間の推移】(13～69歳)



Source: 国立社会保障・人口問題研究所の平成29年推計と総務省・情報通信政策研究所の「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より弊社算出。

【TV視聴 行為者人口の推移（構成比）】(13～69歳)

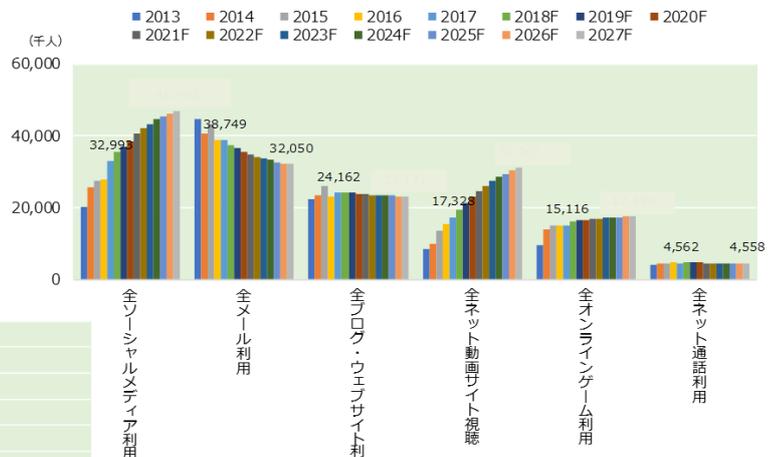


Source: 国立社会保障・人口問題研究所の平成29年推計と総務省・情報通信政策研究所の「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より弊社算出。

携帯電話(PHS含む)・スマートフォン GyaO、Hulu、NHKオンデマンド等のオンデマンド型の動画配信サービスを見

(千人)	2014	2015	2016	2017	CAGR(14-17)
全体 (GyaO、Hulu等オンデマンド)	1,191	1,490	1,446	1,782	14.4%
10代	99	221	218	276	40.6%
20代	311	423	443	386	7.5%
30代	345	249	326	496	12.9%
40代	304	420	344	373	7.1%
50代	101	81	99	203	26.3%
60代	20	81	0	39	24.5%
男性	674	693	751	762	4.2%
女性	517	796	694	1,021	25.4%

【行為者人口の予測】(13～69歳)



Source: 国立社会保障・人口問題研究所の平成29年推計と総務省・情報通信政策研究所の「情報通信利用メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より弊社算出。

【年代別全ソーシャルメディア利用人口の推移】(13～69歳)



Source: 国立社会保障・人口問題研究所の平成29年推計と総務省・情報通信政策研究所の「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」より弊社算出。

## 第一部メディア環境とメディアビジネス

### I. メディアに影響を及ぼす要因

#### 1. メディアと影響要因

- インターネットメディアならば勝てるという時代ではなくなる

#### 2. メディアに求められる方向性

- 人の1日は24時間、現状を見据えて対策を練る

### II. 社会的要因とメディア

#### 1. 人口推移

- 人口減少と経済活動
- 年代構成の変化とメディア

#### 2. 労働形態

- 働き方改革の効果はメディアにどう出なのか
- 上昇率を高めた女性の就業率
- 労働時間の変化
- 給与の推移

#### 3. 消費とメディア

- 変化する消費
- メディアへの支出
- 分散する時間消費
- 目に見えないコミュニティの存在

### III. テクノロジーとメディア

#### 1. 参加型アプリケーションソフトウェア

- スマホアプリ利用者は2~3倍
- 価値の交換要望に応える

#### 2. スマートスピーカー、コミュニケーションロボット

- インターフェースの多様化

#### 3. VR（仮想現実）／AR（拡張現実）などの新しいテクノロジー

- 着実に増える可能性
- 多ディスプレイ化への対応
- 自動運転技術とメディア

### IV. 国際的なコンテンツ流通の変化と国内メディア

#### 1. 世界はコンテンツビジネスに注力

- デジタルで技術力、流通力の差が縮まる
- 世界では弱者か？ 日本のコンテンツ
- たとえ小さくとも海外からの影響

#### 2. インターネットがけん引役

- インターネットの普及率等との関係性
- VOD世界市場の成長性

### V. メディアの方向性

#### 1. 新しいメディアでの補完

- コンテンツの再活用を新しいメディアで、さらに対象者やシチュエーションに合わせて

- ニッチなニーズに応えることの重要性

#### 2. 日本のメディアやコンテンツの可能性

- 内需はやはり厳しい
- 米国型メディアビジネス
- 厳しい環境に合う動きがビジネス力を育成

## 第二部 メディア人口と総利用時間規模

### I. 生活利用時間の変化とインターネット

#### 1. 生活時間の変化

- 睡眠時間
- 生活必需時間
- 社会的拘束時間
- 自由時間

#### 2. インターネット利用時間の推移

- インターネット利用時間平均

### II. メディア利用の推移

#### 1. 主要メディア等、メディア利用の全体推移

- 数値の算出方法
- 主要メディア（ネット、テレビ、新聞、ラジオ）の行為者人口の推移
- 主要メディア（ネット、テレビ、新聞、ラジオ）の行為者の利用平均時間の推移
- 主要メディア（ネット、テレビ、新聞、ラジオ）の行為者の利用総時間の推移

#### 2. テレビ利用の推移

- テレビ受像機の利用

#### 3. 機器別インターネットの利用

- 機器別、インターネットの行為者人口の推移
- 機器別、インターネット利用の平均時間と総時間の推移

#### 4. インターネットの利用分野

- 利用分野別の行為者人口
- 利用分野別の行為者平均時間
- 利用分野別の行為者利用総時間

### III. 機器別・年代別 メディア利用の推移

#### 1. テレビ放送視聴の年代別利用推移

- 年代別のTV放送視聴者、行為者人口の推移
- 年代別のTV放送視聴、行為者の平均時間と総時間の推移

#### 2. 録画視聴とDVD・ブルーレイ、ビデオ（レンタル含む）視聴、TVゲーム利用

- 年代別の録画TV視聴の行為者人口、平均時間、総時間の推移
- 年代別のテレビDVD・ブルーレイ、ビデオ（レンタル含む）の行為者人口、平均時間、総時間の推移
- 年代別のテレビゲーム利用の行為者人口、平均時間、総時間の推移

### 3. 機器別・年代別のネット利用

- ソーシャルメディア全体の年代別、行為者人口の推移
- 機器別・年代別のソーシャルメディア利用、行為者人口の推移
- 機器別・年代別のソーシャルメディアの利用時間と総時間の推移
- 機器別・年代別のユーチューブ、ニコニコ動画等の利用（行為者人口、平均時間、総時間）の推移
- 機器別・年代別の GyaO!、Hulu、NHK オンデマンド等のオンデマンド型の動画配信の利用（行為者人口、平均時間、総時間）の推移
- 機器別・年代別のオンラインゲーム・ソーシャルゲームの利用（行為者人口、平均時間、総時間）の推移
- 機器別・年代別の Skype、LINE などの音声通話（ビデオ通話含む）の利用（行為者人口、平均時間、総時間）の推移
- 機器別・年代別のブログやウェブサイトの利用（行為者人口、平均時間、総時間）の推移
- 機器別・年代別のその他ネット利用の利用（クラウド利用を含む、行為者人口、平均時間、総時間）の推移

### 4. ネット以外の利用時間も含めた、機器別・年代別の利用状況等の整理

- 年代別の携帯電話・スマートフォンにおけるインターネットの利用
- 年代別の携帯電話・スマートフォンにおけるインターネット以外の利用
- 年代別のパソコンにおけるインターネットの利用
- 年代別のパソコンにおけるインターネット以外の利用
- 年代別のタブレットパソコンにおけるインターネットの利用

## 第三部 メディア人口と総利用時間規模 予測

### I. インターネット利用予測 全体

#### 1. 行為者人口（13～69 歳）

- 主要メディア別の行為者人口の予測
- 機器別のネット利用予測
- ネット利用別の予測

#### 2. 利用平均時間の予測

- 主要メディア別の平均利用時間予測
- 主要機器別の平均利用時間予測
- ネット利用別の利用平均時間の予測

#### 3. 利用総時間の予測

- 主要メディア別の利用総時間の予測
- 主要機器別の利用総時間予測
- ネット利用別の利用総時間の予測
- 予測表一覧 行為者人口、利用平均時間、利用総時間 13～69 歳全体結果

### II. インターネット利用予測 年代別

#### 1. 総時間の予測

- 主要メディアの年代別 10 代～60 代・総時間の予測
- ネット利用機器別の年代別 10 代～60 代・総時間の予測

#### ■ ネット利用別の年代別 10 代～60 代・総時間の予測

### 2. 年代別・ネット利用人口、利用平均時間、利用総時間の予測表

- 年代別 10 代～60 代・ネット行為者人口予測
- 年代別 10 代～60 代・ネット行為者平均利用時間予測
- 年代別 10 代～60 代・ネット利用総時間予測

### III. インターネット利用の変化とビジネス

#### 1. 広告サービス価格

- 広告価格の推移

#### 2. 視聴・利用時間と広告市場

- 地上波と衛星メディア広告費
- テレビ視聴総時間の推移とテレビ広告費
- ネット利用総時間の推移とテレビ広告費

### IV. 今後のコンテンツビジネスとコンテンツの海外展開

#### 1. これからのコンテンツビジネス（国内）

- デジタルメディアでの既存メディアの売上減少分の補完

#### 2. コンテンツの海外展開

- 放送コンテンツの海外出荷実績
- 海外展開を前提にした国内向け制作も

テレビ  
GyaO!、Hulu、NHKオンデマンド等のオンデマンド型の動画配信サービスを見る

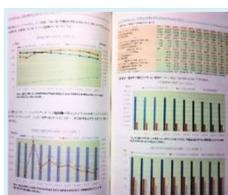
(千人)	2014	2015	2016	2017	CAGR(14-17)
全体 (GyaO!, Hulu等オンデマンド)				4	22.7%
10代	40	40	78	0	-
20代	13	154	39	0	-
30代	19	193	98	6	58.6%
40代	20	120	283	9	37.1%
50代	20	122	78	2	71.4%
60代	40	81	20	9	-1.2%
男性	40	337	356	8	35.1%
女性	110	210	110	6	18.0%

※「全体」や「年代」等の回答率より計算しているため、全体と合計は一致しません。

タブレット  
GyaO!、Hulu、NHKオンデマンド等のオンデマンド型の動画配信サービスを見る

(百万分/日)	2014	2015	2016	2017	CAGR(14-17)
全体 (GyaO!, Hulu等オンデマンド)	5	37	55	8	107.0%
10代	0	0	1	0	-
20代	0	7	18	8	354.6%
30代	2	22	12	7	115.2%
40代	1	4	14	3	60.8%
50代	0	2	2	5	279.0%
60代	0	1	6	4	-
男性	1	32	34	2	216.4%
女性	5	5	20	27	77.1%

行為者人口×平均時間＝総時間（百万分/日）  
を算出、視聴規模の実態を把握。



※フルカラー製本印刷  
※PDF版はメール  
またはDL納品。

[本レポートのお申込みはこちら（お申込用紙）](#)

- 他レポートの紹介／体験版サイト 『食の消費分析と予測』  
<http://www.brain-rm.co.jp/newsformRFood2016.html>（登録不要で閲覧できます）
- 他レポートの紹介／体験版サイト 『コンシューマー・マーケットトレンド』  
[http://www.brain-rm.co.jp/Report\\_demo.html](http://www.brain-rm.co.jp/Report_demo.html)（登録不要で閲覧できます）

## 会 社 案 内

社 名： 株式会社ブレイン・リサーチ&マーケティング (<http://www.brain-rm.co.jp/>)  
代 表 者： 飛沢 省二  
社会調査法を履修。(株)矢野経済研究所の研究者、大手 BPO ベンダーの調査部門を経て、全世界で1,000名を超えるアナリストが活動する IDC (International Data Corporation) の日本の機関である(株)IDC Japan に、アナリスト兼グループマネージャーで就任、国内外の調査プロジェクトに従事する。2014年7月(株)ブレイン・リサーチ&マーケティング設立。

所 在 地： 日本橋 Office 〒103-0027  
東京都中央区日本橋 3丁目2番14号 新槇町ビル別館第一2階  
Tel: 050-3085-9313 Fax: 050-3153-2327  
Mail: [info@brain-rm.co.jp](mailto:info@brain-rm.co.jp)  
調布 Office TEL. 042-426-8338

設 立： 2014年7月  
沿 革： ・2014年8月 ホームページ上でレポート公開を開始  
・2014年7月 (株)ブレイン・リサーチ&マーケティング設立

### 事 業 内 容：

- ビジネスレポート／マーケットレポートの制作・販売
- 経営企画、マーケティングに必要なデータ収集・作成代行
- コンテンツ作成（ホワイトペーパー等）
- カスタマイズ・リサーチの実施
  - 1) ユーザー調査  
対象：一般消費者、法人・団体 例：普及率調査、ニーズ調査、イメージ調査、満足度調査等。
  - 2) 代理店やパートナー企業調査  
対象：法人 例：新規パートナーの開拓、より良い関係構築のための調査等。
- コンサルティング  
リサーチ業務と合わせてご提案させていただきます。

## 弊社がご協力できる業務

代表者 飛沢省二の略歴は以下。

(株)矢野経済研究所の研究者、大手 BPO ベンダーの調査部門を経て、全世界で 1,000 名を超すアナリストが活動する [IDC \(International Data Corporation\)](#) の日本の機関である(株)IDC Japan に、アナリスト兼グループマネージャーで就任、国内外の調査プロジェクトに従事。2014 年 (株)ブレイン・リサーチ & マーケティング設立。

### 1. Web／郵送／電話アンケート

設問案、調査票設計、割り付け(業種や規模)、集計分析、報告書作成

<対象分野> ICT 全般および産業向け。各種消費財、CS 調査等。

### 2. 国内・海外のデスクリサーチ

国内外のインターネット情報、統計情報の収集・報告書作成、経営企画資料作成の代行

### 3. インタビュー調査

メーカー、販売店、ユーザー(企業／個人)へのインタビュー企画、実施

### 4. コンテンツ／レポート・出版物の制作

1) オウンドメディア 記事やホワイトペーパー

2) 産業やマーケットの分析アニュアルレポート

① ビジネス・経営企画データ作成支援・代行サービス

アウトソーシングをして経営データを楽にしっかりと収集・分析することのご提案。

<http://www.brain-rm.co.jp/demo/CompanyData.pdf>

② 国内外の既存データの分析からのレポート(ホワイトペーパー等)

[売れる／商談が増えるコンテンツの作成支援 pdfはこちら](#)

<http://www.brain-rm.co.jp/demo/WhitePaper1607.pdf>

③ アンケート調査の企画設計、集計分析結果からのマーケティング・コンテンツの作成。

[顧客へのソリューション型コンテンツの作成支援 pdfはこちら](#)

<http://www.brain-rm.co.jp/demo/surveycontents1607.pdf>

④ 見込み顧客、販売パートナー等への啓蒙資料(技術やマーケット、利用者のトレンド等の分析レポート)

[貴社パートナー・クライアント・会員様向けマーケティングデータ作成支援 pdfはこちら](#)

<http://www.brain-rm.co.jp/demo/Mdataservice1607.pdf>

※ [同サンプルレポートはこちら](#) <http://www.brain-rm.co.jp/demo/SampleAnnualR.pdf>

株式会社ブレイン・リサーチ&マーケティング

〒103 - 0027

東京都中央区日本橋 3 丁目 2 番 14 新槇町ビル別館第一 2 階

電話 : 050 - 3085 - 9313 FAX : 050 - 3153 - 2327

<http://www.brain-rm.co.jp/>