

2015年11月5日

**電通総研、「就寝直前の映像視聴実態調査」を実施**  
— 3人に1人が習慣的に映像を視聴し、10代では約半数に —

株式会社電通（本社：東京都港区、社長：石井 直）の電通総研は、昨年実施した通勤・通学時の電車やバス内での動画視聴の実態調査に続く第2弾として、就寝前にふとんに入ってからメディア接触、とりわけ映像（テレビ番組やネット動画など）の視聴習慣に着目した「就寝直前の映像視聴実態調査」を実施しました。

まず事前調査として、全国の15歳から49歳までの男女10,000人から「就寝前にふとんに入ってからテレビやネット機器で映像を視聴する習慣」の有無について回答を得ました。続いて、映像視聴習慣のある1,000人に対し、本調査として視聴ジャンルや視聴時の気分について質問しました。

本リリースでは、視聴方法やコンテンツジャンルなどに関する主なファインディングスをご紹介します。

**<主なファインディングス>**

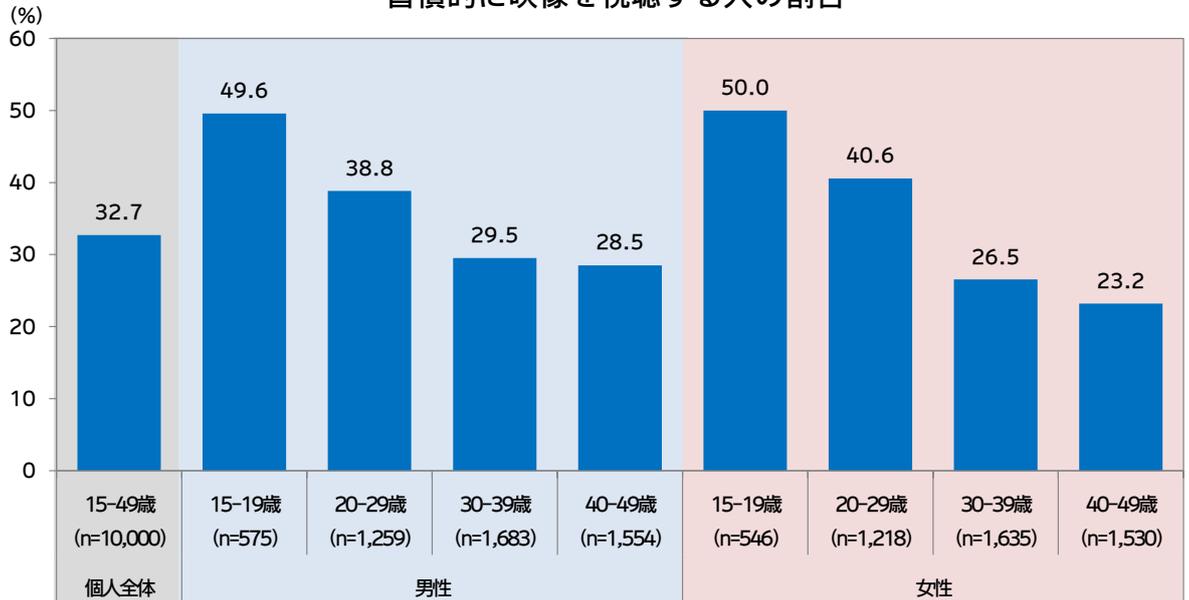
1. 3人に1人は習慣的に映像を視聴し、10代では約半数に上る
2. 若年層ほど映像視聴が活発で、10代では動画共有サイトの視聴が盛ん
3. テレビ番組としてよく知られている映像ジャンルが人気
4. 得たい「気分」は“リラックス”を共通要素としつつ視聴ジャンルごとに特色

**【調査結果の詳細】**

**1. 3人に1人は習慣的に映像を視聴し、10代では約半数に上る**

就寝前にふとんに入ってから、テレビやネット機器で映像を視聴する習慣があると答えた人の割合は、15歳から49歳までの個人全体のおよそ3人に1人に当たる32.7%となりました。特に、10代では男女とも約半数（男性49.6%、女性50.0%）に映像視聴習慣があることが分かりました。

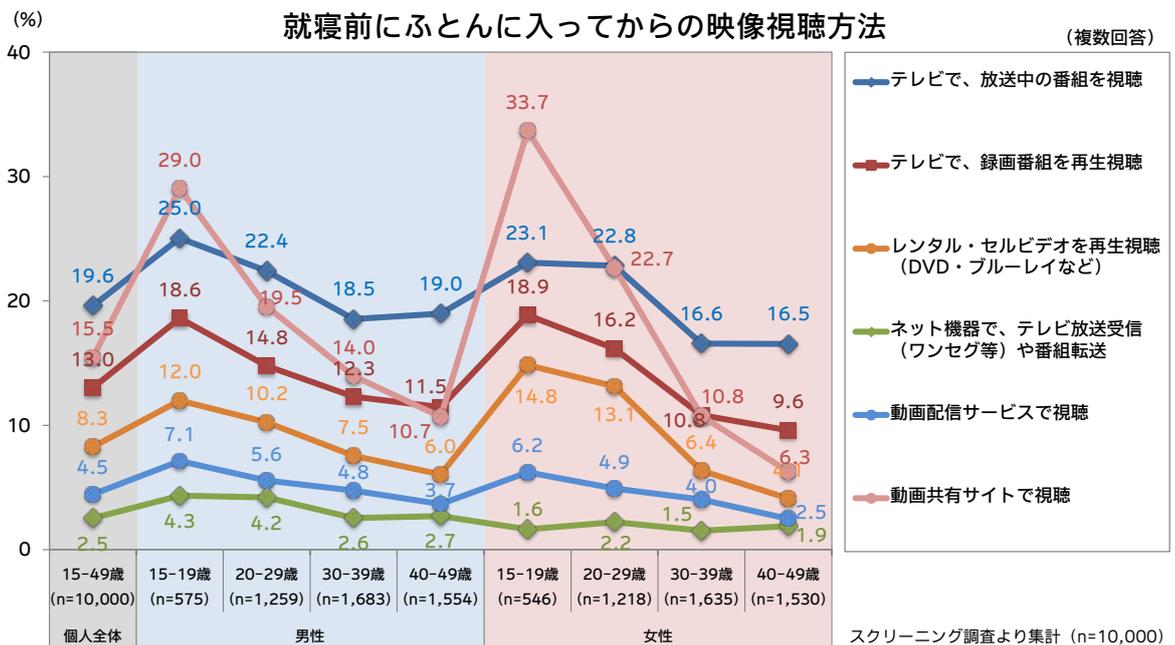
### 就寝前にふとんに入ってからテレビやネット機器で 習慣的に映像を視聴する人の割合



スクリーニング調査より集計 (n=10,000)  
テレビや主なネット機器 (スマートフォン等) のどれか1つ以上で映像や動画を視聴する習慣がある人を合計

## 2. 若年層ほど映像視聴が活発で、10代では動画共有サイトの視聴が盛ん

視聴方法別に見ると、全体で最も多かったのは「テレビで、放送中の番組を視聴する」(19.6%)であり、テレビのリアルタイム視聴が依然として最もポピュラーな映像視聴方法であることが分かりました。続いて多かったのは「動画共有サイトで視聴」(15.5%)で、以下「テレビで、録画番組を再生視聴」(13.0%)、「レンタル・セルビデオを再生視聴 (DVD・ブルーレイなど)」(8.3%)の順となりました。



スクリーニング調査より集計 (n=10,000)

また、ほとんどの視聴方法において、男女を問わず10代・20代の若年層が30代・40代よりも活発であることが分かりました。特に動画共有サイトは、男女10代では全ての映像視聴方法の中で最も習慣的に利用されています。

このように、スマートフォンやタブレットなどのネット機器の普及により、若い世代の間ではベッドサイドでの新たなメディア利用シーンが生み出されている様子がうかがえます。

### 3. テレビ番組としてよく知られている映像ジャンルが人気

就寝直前に習慣的に映像視聴している人が、どのような分野の映像を視聴しているかについて、視聴機器を問わず46のジャンルについて質問したところ、「バラエティー」（45.1%）や「お笑い」（34.0%）をはじめ、上位20位までの多くがテレビ番組としてよく知られている映像ジャンルであることが分かりました。

他方、10位以下では、13位の「インターネット情報」、18位の「衝撃映像／レア映像」、19位「ゲーム情報」、20位の「〇〇してみた」と、ネット動画ならではの映像ジャンルが挙げられました。

就寝前にふとんに入ってから視聴する映像ジャンル（個人全体）（複数回答）（%）

1	【バラエティー】バラエティー	45.1
2	【バラエティー】お笑い	34.0
3	【アニメ】アニメ（アニメ映画を除く）	33.7
4	【ドラマ】国内ドラマ	31.2
5	【報道、旅行・紀行、ドキュメンタリー】報道/ニュース	23.8
6	【音楽・ライブ・演劇】音楽（ポップ）	23.1
7	【映画】洋画	21.0
8	【映画】邦画	19.9
9	【音楽・ライブ・演劇】ライブ	16.8
10	【映画】アニメ映画	16.7
11	【音楽・ライブ・演劇】音楽（ロック）	13.3
12	【ドラマ】海外ドラマ	13.2
13	【IT】インターネット情報	11.7
14	【報道、旅行・紀行、ドキュメンタリー】ドキュメンタリー・ノンフィクション	11.2
15	【スポーツ】スポーツ（野球）	10.9
16	【バラエティー】クイズ・ゲーム	9.2
17	【スポーツ】スポーツ（サッカー）	9.1
18	【サブカル】衝撃映像／レア映像	8.9
19	【IT】ゲーム情報	8.6
20	【スポーツ】スポーツ（その他観戦）	8.5
20	【サブカル】〇〇してみた	8.5

n=1,000 就寝前のふとんに入ってから映像を習慣的に視聴する人が回答  
上位20位（同率含む）までを表示。【 】内は大分類を表す

### 4. 得たい「気分」は“リラックス”を共通要素としつつ視聴ジャンルごとに特色

「就寝前に映像を視聴して良かったと思うとき」について質問したところ、全体では「リラックスした気分になれたとき」（52.7%）や「楽しい気分になれたとき」（47.5%）といった

回答が多くなりました。

これを「最もよく視聴する映像ジャンル」で分けると、特徴のある結果となりました。例えば、「バラエティー」や「お笑い」を最もよく視聴すると回答した人では「笑えたとき」という回答が全体平均を大きく上回り、同じく「海外ドラマ」では「夢中になれたとき」(48.9%)、「洋画」では「感動したとき」(38.7%)がそれぞれ全体平均を大きく上回りました。

就寝前に映像を視聴して良かったと思うとき(「最もよく視聴する映像ジャンル」上位10位まで)

(複数回答)(%)

	n	リラックスした気分になれたとき	楽しい気分になれたとき	笑えたとき	夢中になれたとき	わくわくした気分になれたとき	元気がわいたとき	感動したとき	知識が身についたとき	世の中の動きが理解できたとき	友人・知人と共有できたとき
全体(46分野+その他)	1,000	52.7	47.5	38.7	29.9	24.5	23.8	22.7	19.6	13.4	6.3
1【バラエティー】バラエティー	170	46.5	51.8	48.8	21.8	22.4	29.4	17.6	17.1	9.4	5.9
2【アニメ】アニメ(アニメ映画を除く)	143	47.6	49.7	39.2	37.8	28.0	23.1	21.0	14.7	7.7	7.7
3【ドラマ】国内ドラマ	97	55.7	34.0	27.8	22.7	16.5	20.6	21.6	10.3	10.3	6.2
4【報道、旅行・紀行、ドキュメンタリー】報道/ニュース	76	46.1	36.8	28.9	14.5	17.1	18.4	17.1	35.5	40.8	3.9
5【バラエティー】お笑い	72	44.4	47.2	55.6	25.0	31.9	16.7	20.8	19.4	12.5	12.5
6【音楽・ライブ・演劇】音楽(ポップ)	48	72.9	56.3	43.8	43.8	37.5	31.3	27.1	18.8	14.6	4.2
7【ドラマ】海外ドラマ	45	64.4	42.2	40.0	48.9	26.7	22.2	31.1	15.6	8.9	8.9
8【映画】洋画	31	64.5	54.8	29.0	35.5	32.3	32.3	38.7	22.6	9.7	6.5
9【音楽・ライブ・演劇】ライブ	23	52.2	56.5	21.7	26.1	30.4	26.1	26.1	17.4	13.0	8.7
10【スポーツ】スポーツ(サッカー)	21	61.9	47.6	28.6	33.3	38.1	19.0	19.0	23.8	9.5	14.3
10【サブカル】〇〇してみた	21	61.9	71.4	61.9	42.9	19.0	28.6	9.5	4.8	0.0	4.8

全分野平均より10%以上高い 全分野平均より5%以上高い 全分野平均より10%以上低い 全分野平均より5%以上低い

n=1,000 就寝前のふとんに入ってから映像を習慣的に視聴する人が回答  
上位10位(同率含む)までを表示 【 】内は大分類を表す

以上のように、就寝の直前にまで映像視聴環境を持ち込む現代人は、好みの映像ジャンルが与えてくれる特別な気分を得ることで、ようやく満足し、眠りへと誘われていくようです。

<就寝直前の映像視聴実態調査の概要>

- ・調査会社 : 株式会社電通マクロミルインサイト
- ・調査手法 : インターネット調査
- ・調査時期 : 2015年9月25日(金)~28日(月)
- ・調査エリア : 全国
- ・回収サンプル数 : 全国の男女15歳(中学生を除く)~49歳  
スクリーニング調査 10,000ss (全国の男女別・年齢階層別人口に応じて比例回収)  
本調査 1,000ss (スクリーニング調査における本調査対象者抽出条件合致者の男女別年齢階層別出現率に応じて比例回収)
- ・本調査対象者条件 : 日頃、就寝前にふとんに入ってから習慣的に映像(テレビやネット機器を問わず)を視聴している人

以上

**【本件に関する問い合わせ先】**

株式会社電通 電通総研 メディアイノベーション研究部  
美和、庄野、兵澤 TEL : 03-6216-8093