

論文要旨

論題:若年層のテレビ及びPC・スマートフォンにおけるテレビ番組の視聴行動に関する研究

修士号請求論文

指導教授:竹内 淑恵 教授

法政大学大学院 経営学研究科 経営学専攻 マーケティングコース

森永 宏二(学籍番号:11Q5456)

日本人のテレビ視聴時間量は増加傾向であるが、年層別では、若者のテレビ視聴時間量が減少傾向にあり、今後、若者のテレビ離れは歯止めがきかないと推測される。若者のテレビ離れが叫ばれる中、民放キー局は、視聴率向上、視聴時間量の拡大が課題となっている。これまでテレビの視聴行動は、時代背景、技術の発展、人々のライフスタイルの変化という要因により発展、変化しており、テレビの視聴行動を明らかにする研究は、様々なアプローチで調査、分析が行われてきた。しかしながら、現在では、インターネットの普及、通信回線の高速化、動画配信サイトの普及に伴い、技術的に放送局が放送波で行ってきたテレビ放送が、通信による映像配信として実現できるようになった。また、HDDによる大容量録画も可能となっている。そこで本研究では、若年層がどのようにテレビ、PC、スマートフォンでの視聴への態度形成をしているのか、テレビ番組の視聴に関するモデルを構築し、アンケート調査によって得たデータに基づき、仮説を検証した。その結果、以下の知見を得た。

1. 視聴行動プロセスの特徴は次の3点にまとめることができる。

- ① ながら視聴は、リアルタイム視聴と比較して、番組への感情的関与、感情的コミットメント、感情的ブランドイメージがマイナスに影響することが確認され、番組に対する感情的要因は影響していないことが明らかになった。また、個人の価値観のうち私生活を重視する傾向が高いことも見出された。
- ② 録画視聴は、リアルタイム視聴と比較して、番組の内容をよく知っている、豊富な知識がある、特徴を理解しているなどの認知的関与がプラスの影響を与えることが判明した。録画視聴においては、番組の認知した上録画をしている傾向が明らかになった。また、合理的志向がプラスの影響を与えており、録画することで、自分の時間を有効に使いたいという意向が高いと解釈できる。
- ③ PC・スマートフォンによる視聴は、リアルタイム視聴と比較して、番組露出が多い、企画が国際性に富んでいる、宣伝がおもしろい、長寿番組で実績がある、企画が今までにないといった認知的ブランドイメージがプラスの影響を与えることが明らかになった。番組に対する認知が高まることでPC・スマートフォンによる視聴につながっていくことが明らかになった点は本研究による成果といえる。

2. 特定番組に対する特徴を統計的に明確にすることができた。

- ④ 長年継続しているバラエティ番組は、リアルタイム視聴の傾向が高いこと、また、「報道ステーション」は、ながら視聴になっていることが確認できた。
- ⑤ スポーツはリアルタイムで視聴されている傾向があり、本調査期間に放送された「日本シリーズ 読売巨人対北海道日本ハムファイターズ」は高い関心を持って視聴されたと考えられる。ニュースは当然のことながら録画視聴に向かないジャンルであり、視聴者はニュース番組を流しながら、興味がある話題だけを視聴していることも明らかになった。バラエティ、ニュースは、レギュラー番組として毎日もしくは毎週放送されており、3 か月で放送終了するドラマと比較すると認知的関与、認知的ブランドイメージがプラスに影響することが示唆された。
- ⑥ テレビ東京深夜ドラマ「勇者ヨシヒコと悪霊の鍵」は、ゲーム「ドラゴンクエスト」をモチーフにし、特定ジャンルのファン層に特化した番組であり、視聴者は高い関心を持っている。分析の結果でも録画した上で視聴をしていること、また、ドラマ「ドクターX」と比較して、認知的関与、感情的コミットメントがプラスに影響していることが明らかになった。「勇者ヨシヒコと悪霊の鍵」は、「勇者ヨシヒコと魔王の城」の続編であり、前作のDVDセールスも好調で、テレビ東京深夜に関わらず高い視聴率(平均視聴率 約 5%)となっている。番組が認知されて、感情的コミットメントをも獲得することで、ながら視聴にマイナス、録画視聴にプラスの影響を与えている。認知的関与、感情的コミットメントが高まることで、様々な視聴環境での視聴行動に影響を与えている。これは本研究で得られた新たな知見である。

本研究の意義は、大きく2つである。これまでテレビでしか見ることができなかったテレビ番組が、テレビ以外でも見ることができる環境になった現代における視聴行動の要因を明らかにしたこと、実務で課題となっているテレビ視聴率向上、今後の番組制作への示唆を得られたことである。