

**全体の8割以上がインターネットで動画を視聴と回答  
セットトップボックスは認知、利用ともに低い結果に**  
-インターネットでの動画視聴とセットトップボックスに関する調査-

URL: <http://research.rakuten.co.jp/report/20160122/>

楽天リサーチ株式会社（本社：東京都世田谷区、代表取締役社長：森 学、以下「楽天リサーチ」）は、「インターネットでの動画視聴とセットトップボックス（※）に関する調査」をインターネットで実施しました。今回の調査は、2016年1月8日（金）から9日（土）の2日間、楽天リサーチに登録しているモニター（約230万人）の中から、全国の20代から60代の男女1,000人を対象に行いました。

※セットトップボックスとはインターネットの動画視聴やオンラインショッピングなどのインターネットサービスをテレビで利用するための端末（Apple TVやChromecastなど）です。

---

■ □ 調査結果概要 □ ■

---

**■全体の8割以上がインターネットで動画を視聴と回答、うち7割以上が週に1回以上**

インターネットで動画を見るかを聞いたところ、全体では「はい」と回答した人が81.3%、「いいえ」と回答した人が18.7%で、8割以上がインターネットで動画を見ていることが分かった。「はい」と回答した人を年代別で見たところ、30代が91.0%と最も高く、20代の88.0%、40代の84.0%と続いた。最も数値の低い60代でも69.5%と約7割がインターネットで動画を見ており、インターネットでの動画視聴は一般的に普及しているということが分かる。

インターネットで動画を見ると回答した人に、視聴の頻度について聞いたところ、全体では、「週1、2回」が28.8%で最も多く、次いで「毎日（24.6%）」、「週3、4回（18.6%）」となった。このことから、7割以上が週に1回以上は動画を見ていることが分かる。また、動画を見る際に利用するサービスについて聞いたところ、「YouTube」が94.8%と最も多く、続いて「ニコニコ動画（25.1%）」、「Gyao（17.5%）」という結果となった。無料でも視聴できる動画を提供するサービスが上位3つを占めた。

**■セットトップボックス、認知・利用ともに低い結果に。しかし利用に興味を示す人は現在利用している人の4倍以上**

テレビでインターネットを利用して視聴できる動画やオンラインショッピングなどのインターネットサービスを利用するための端末であるセットトップボックスを知っているか聞いたところ、

「いいえ」と回答した人が81.7%で、認知は高くないことが明らかとなった。性別で見ると、男女間で16.2ポイントの差が出ており、セットトップボックスを知っている男性は女性に2倍以上の差をつける結果となり、男性の方が新しい端末に敏感な傾向であると見受けられた。また、セットトップボックスを利用しているか聞いたところ、「いいえ」と回答した人は94.9%だった。

現在セットトップボックスを利用していない約95%に、セットトップボックスへの興味があるかを聞いたところ、「はい」と回答した人は22.7%、「いいえ」は77.3%という結果となった。実際にセットトップボックスを利用している人は約5%であったが、4倍以上の人がセットトップボックスの利用に興味を持っていることが分かった。

---

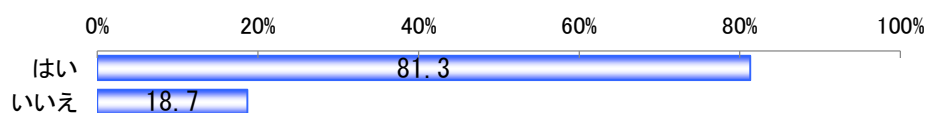
## ■ □ 調査結果 □ ■

---

### ■全体の8割以上がインターネットで動画を視聴と回答、うち7割以上が週に1回以上

インターネットで動画を見るかを聞いたところ、全体では「はい」と回答した人が81.3%、「いいえ」と回答した人が18.7%で、8割以上がインターネットで動画を見ていることが分かった。「はい」と回答した人を年代別で見たと、30代が91.0%と最も高く、20代の88.0%、40代の84.0%と続いた。最も数値の低い60代でも69.5%と約7割がインターネットで動画を見ると回答しており、インターネットでの動画視聴は一般的に普及しているということが分かる。

### ◇インターネットで動画を見ているか (n=1,000) 単位：%

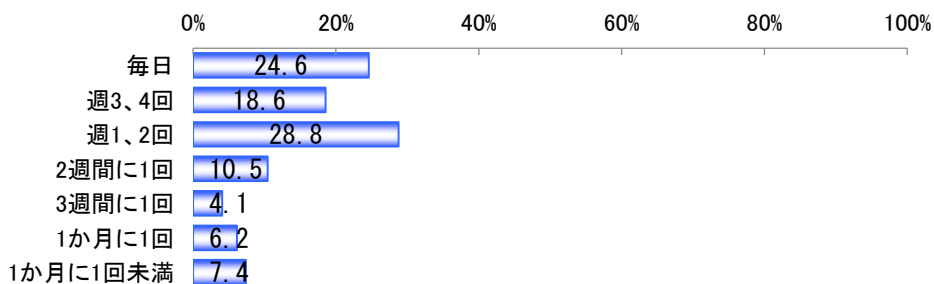


		n	はい	いいえ
全体		1000	81.3	18.7
性別	男性	500	84.6	15.4
	女性	500	78.0	22.0
年代	20代	200	88.0	12.0
	30代	200	91.0	9.0
	40代	200	84.0	16.0
	50代	200	74.0	26.0
	60代	200	69.5	30.5

インターネットで動画を見ると回答した人に、視聴の頻度について聞いたところ、全体では、「週1、2回」が28.8%で最も多く、次いで「毎日（24.6%）」、「週3、4回（18.6%）」となった。このことから、7割以上が週に1回以上はインターネットで動画を見ていることがわかった。性別で見たところ、女性より男性のほうが毎日視聴をしている割合は高く（男性：30.5%、女性：18.2%）、その差は12.3ポイントとなった。特に、男性20代の4割（39.1%）が毎日見ていると回答した。

年代別では、20代、30代は「毎日」（20代：32.4%、30代：26.9%）視聴している割合が最も多いのに対し、40代以降は「週1、2回」（40代：29.8%、50代：43.9%、60代：28.8%）の割合が最も高く、年代が上がるにつれインターネットでの動画の視聴頻度は低くなることが分かった。

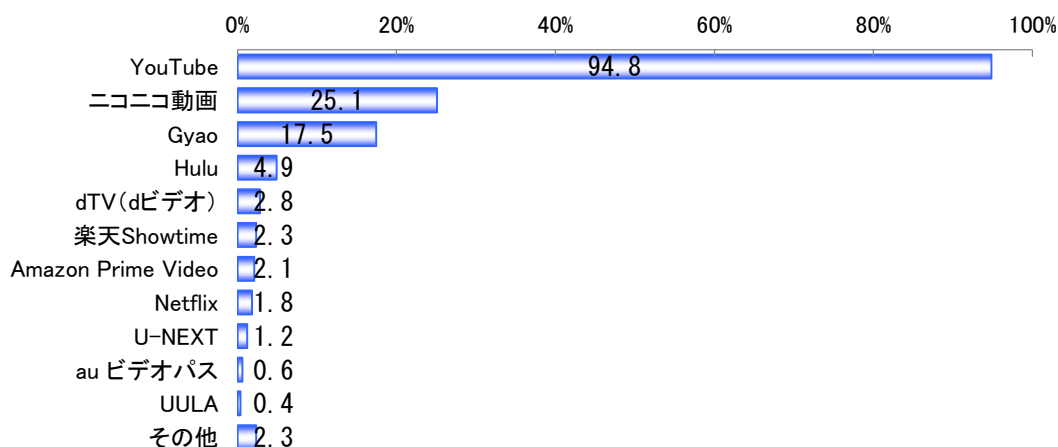
◇動画を見る頻度について（n=813）単位：%



		n	毎日	週3、4回	週1、2回	2週間に1回	3週間に1回	1か月に1回	1か月に1回未満
全体		813	24.6	18.6	28.8	10.5	4.1	6.2	7.4
性別	男性	423	30.5	20.6	30.5	9.5	2.8	4.0	2.1
	女性	390	18.2	16.4	26.9	11.5	5.4	8.5	13.1
年代	20代	176	32.4	25.0	18.2	10.8	3.4	6.8	3.4
	30代	182	26.9	21.4	25.8	7.1	3.8	5.5	9.3
	40代	168	20.8	14.9	29.8	13.1	4.8	8.3	8.3
	50代	148	18.9	13.5	43.9	9.5	4.1	3.4	6.8
	60代	139	22.3	16.5	28.8	12.2	4.3	6.5	9.4
性年代	男性 20代	87	39.1	29.9	19.5	4.6	1.1	3.4	2.3
	男性 30代	96	35.4	22.9	22.9	8.3	3.1	5.2	2.1
	男性 40代	87	27.6	18.4	32.2	12.6	3.4	5.7	0.0
	男性 50代	82	20.7	14.6	46.3	9.8	3.7	2.4	2.4
	男性 60代	71	28.2	15.5	33.8	12.7	2.8	2.8	4.2
	女性 20代	89	25.8	20.2	16.9	16.9	5.6	10.1	4.5
	女性 30代	86	17.4	19.8	29.1	5.8	4.7	5.8	17.4
	女性 40代	81	13.6	11.1	27.2	13.6	6.2	11.1	17.3
	女性 50代	66	16.7	12.1	40.9	9.1	4.5	4.5	12.1
	女性 60代	68	16.2	17.6	23.5	11.8	5.9	10.3	14.7

インターネットで動画を見る際に利用するサービスについて聞いたところ、「YouTube」と回答した人が94.8%と最も多く、続いて「ニコニコ動画(25.1%)」、「Gyao(17.5%)」という結果となった。無料で視聴できる動画を提供するサービスが上位3つを占めた。

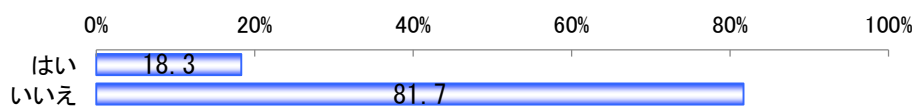
◇動画を見る際に利用するサービスについて (n=813) 複数回答 単位:%



■セットトップボックス、認知・利用ともに低い結果に。利用デバイスは「AppleTV」がトップ

テレビでインターネットを利用して視聴できる動画やオンラインショッピングなどのインターネットサービスを利用するための端末であるセットトップボックスを知っているか聞いたところ、「いいえ」と回答した人が81.7%で、認知は高くないことが明らかとなった。性別で見ると、男女間で16.2ポイントの差が出ており、セットトップボックスを知っている男性は女性に2倍以上の差をつける結果となり、男性の方が新しい端末に敏感な傾向であると見受けられた。

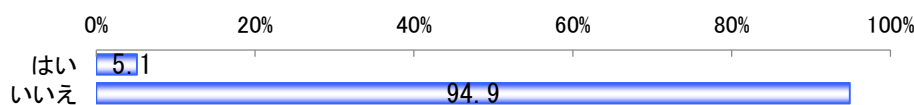
◇セットトップボックスの認知について (n=1,000) 単位：%



		n	はい	いいえ
全体		1000	18.3	81.7
性別	男性	500	26.4	73.6
	女性	500	10.2	89.8
年代	20代	200	17.5	82.5
	30代	200	22.0	78.0
	40代	200	17.0	83.0
	50代	200	20.5	79.5
	60代	200	14.5	85.5

セットトップボックスの利用についても大多数 (94.9%) が「いいえ (利用していない)」と回答し、セットトップボックスは認知、利用ともに低いことが明らかとなった。

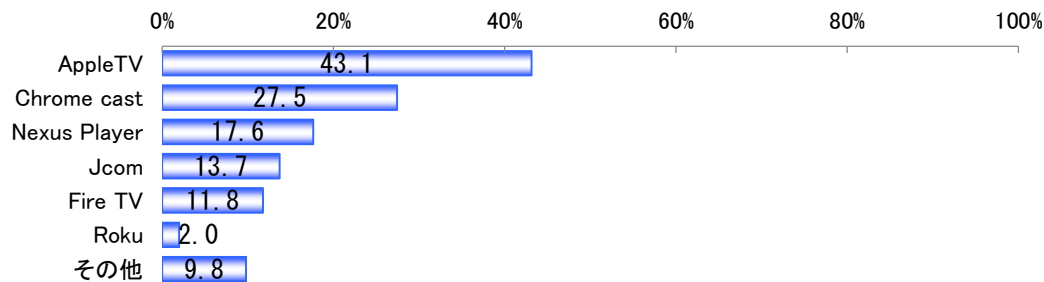
◇セットトップボックスの利用について (n=1,000) 単位：%



実際にセットトップボックスを利用している人に、現在利用しているセットトップボックスの種類について聞いたところ、「Apple TV」が43.1%で最も多く、続いて「Chromecast (27.5%)」、

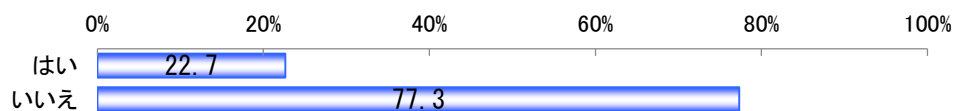
「Nexus Player (17.6%)」という結果となった。

◇セットトップボックスの利用について (n=51) 複数回答 単位：%



現在セットトップボックスを利用していないと回答した約 95%に、セットトップボックスへの興味（今後利用したいか）があるかを聞いたところ、「はい」は 22.7%、「いいえ」は 77.3%という結果となった。実際にセットトップボックスを利用している人は約 5%であったため、既存ユーザーの 4 倍以上の潜在ユーザーがいることがわかった。

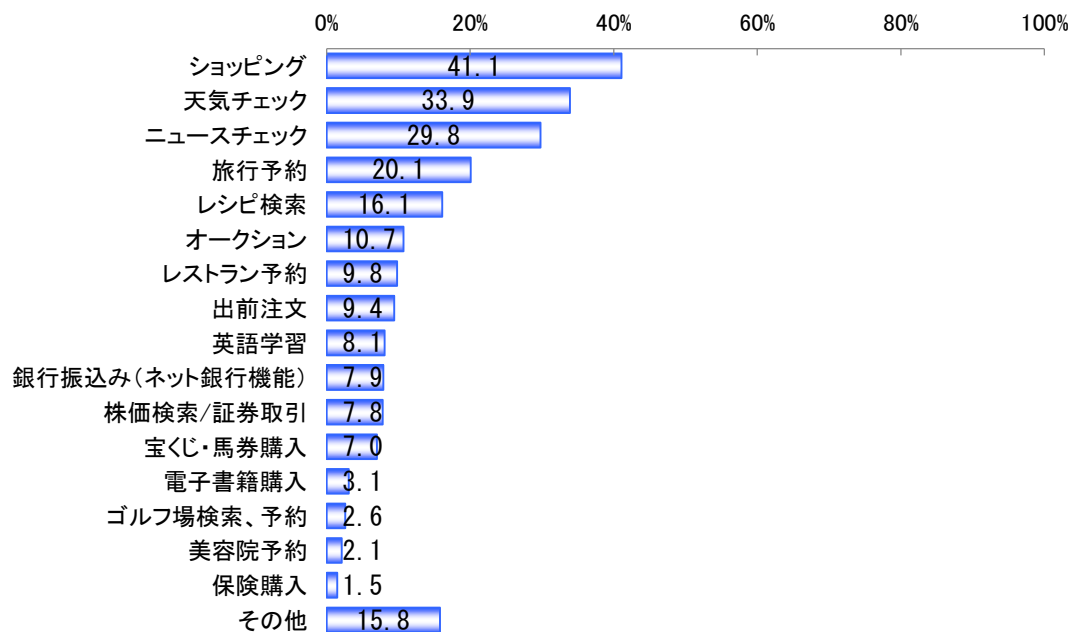
◇セットトップボックスの興味（今後利用したいか）について (n=949) 単位：%



■セットトップボックスで利用したいインターネットサービスは「ショッピング」が人気。「レシピ検索」の利用を希望する女性は男性の 3 倍以上

セットトップボックスで利用したいインターネットの動画視聴以外のサービスについて聞いたところ、「ショッピング (41.1%)」、「天気チェック (33.9%)」、「ニュースチェック (29.8%)」という順となった。性別で比較したところ、「レシピ検索」と回答した人は、女性が男性と比較して 3 倍以上多く、女性ならではの意向が見られた。

◇セットトップボックスで利用したいインターネットサービスについて (n = 1,000) 複数回答  
 単位：%



		n	ショッピング	天気チェック	ニュースチェック	旅行予約	レシピ検索	オークション	レストラン予約	出前注文	英語学習	銀行振込み(ネット銀行機能)	株価検索/証券取引	宝くじ・馬券購入	電子書籍購入	ゴルフ場検索、予約	美容院予約	保険購入	その他
全体		1000	41.1	33.9	29.8	20.1	16.1	10.7	9.8	9.4	8.1	7.9	7.8	7.0	3.1	2.6	2.1	1.5	15.8
性別	男性	500	42.2	33.8	32.2	20.8	7.6	13.0	9.2	8.2	4.6	9.8	10.2	8.6	3.8	4.4	1.0	1.6	16.8
	女性	500	40.0	34.0	27.4	19.4	24.6	8.4	10.4	10.6	11.6	6.0	5.4	5.4	2.4	0.8	3.2	1.4	14.8
年代	20代	200	47.5	29.5	22.5	19.0	14.5	7.5	9.5	10.5	11.0	8.5	6.0	8.5	3.5	2.0	5.5	1.0	10.5
	30代	200	38.5	34.0	30.0	21.0	14.0	13.0	11.0	11.0	6.5	7.0	7.0	6.0	3.0	1.5	2.5	1.0	14.5
	40代	200	43.0	34.5	32.0	19.5	16.5	13.0	9.0	10.5	8.5	10.0	9.5	9.5	2.5	3.0	2.0	1.5	17.0
	50代	200	37.0	37.0	31.5	18.5	20.5	10.5	9.5	8.5	7.5	7.5	5.5	3.5	2.5	2.5	0.0	2.0	18.0
	60代	200	39.5	34.5	33.0	22.5	15.0	9.5	10.0	6.5	7.0	6.5	11.0	7.5	4.0	4.0	0.5	2.0	19.0

【調査概要】

調査エリア : 全国  
 調査対象者 : 20歳～69歳 男女  
 回収サンプル数 : 1,000 サンプル  
 調査期間 : 2016年1月8日から1月9日  
 調査実施機関 : 楽天リサーチ株式会社

以上