

新どさんこレポート vol.05

テーマ：北海道民のメディア接触

どさんこのメディア依存度は意外と高め。

マスメディア、デジタルメディアの視聴時間はどちらも長く、

各メディアを相乗的に使いこなし、アクティブに情報を入手。

北海道博報堂「新どさんこ研究所」(新ど研)では、生活者を取り巻く環境の変化にとまれない、道民意識や行動も変わっていくという仮説のもと、「一歩先の道民=新どさんこ」の姿を生活者データの分析や未来予測から提言していきます。

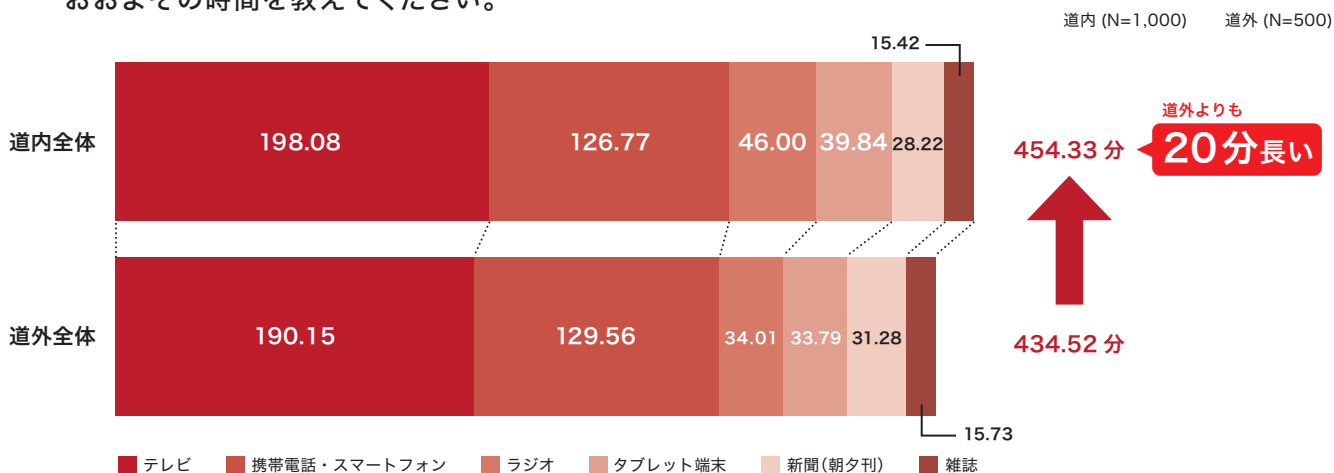
🔍 今回のレポートでは、道民の“メディア接触”についてご紹介します。

データのご紹介

出典：北海道博報堂 新どさんこリサーチ (2016年度調査)

① 北海道民のメディア接触時間 (週あたり)

Q. あなたは、以下のメディアに週どれくらい見たり触れたりしていますか。平日・休日含めた1週間でおおよその時間を教えてください。



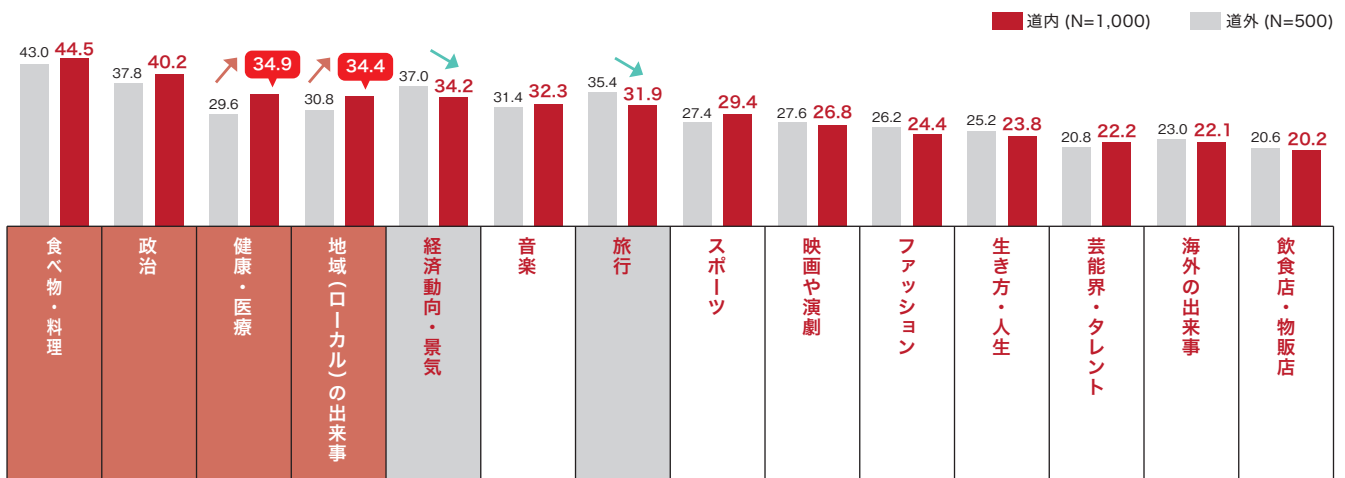
道内のメディア接触時間は、道外と比べてトータルで20分程度長くなっています。テレビ・ラジオのほか、タブレット端末も道内の方がやや長いことから、道民はマスメディアとデジタルメディアデバイスの双方を活用しているのでは。

※パソコン利用時間はビジネスユースが多いため除いた。

② 北海道民の関心がある情報

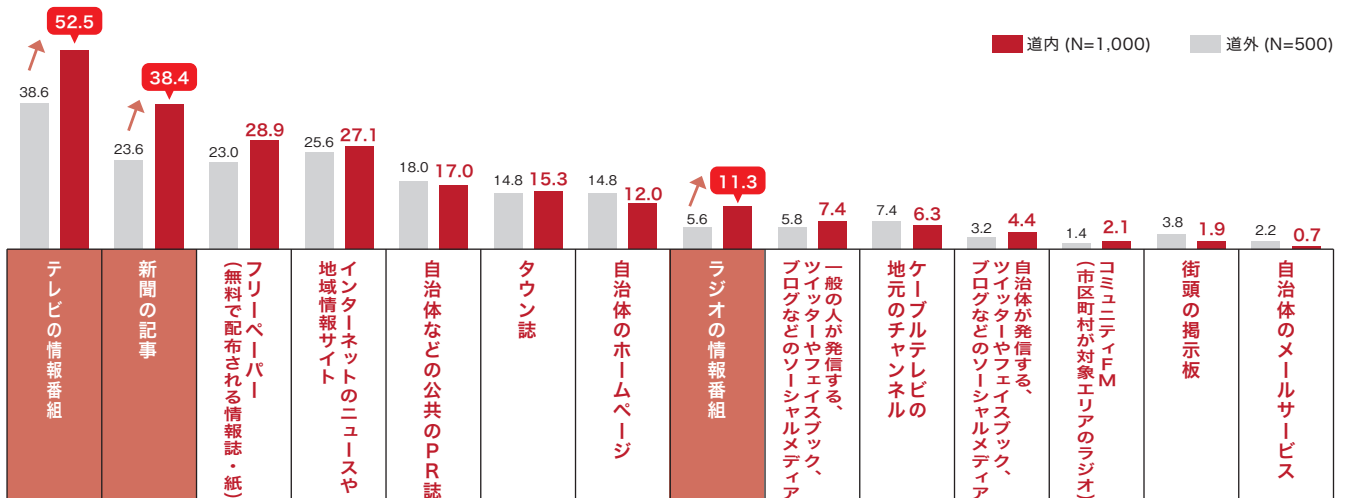
情報で最も関心が高いのは、「食べ物・料理」。道外と比較すると「健康・医療」「地域」情報が一段と高い。地域情報はテレビ、新聞、フリーペーパーなどマスメディアが主な情報源になっている。

Q. あなたはふだん、どのような情報に関心をお持ちですか。あてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）



道内外は「食べ物・料理」「政治」「健康・医療」、そして「地域(ローカル)の出来事」が高くなっており、いずれも道外より上回っています。逆に、「経済動向・景気」や「旅行」などは道外で高い傾向。

Q. あなたは、ご自身が住んでいる「地域や地元の情報」について、どこから得ていますか。あてはまるものをすべてお知らせください。（複数回答）



「テレビの情報番組」は、道内が圧倒的に高くなっています。「新聞の記事」と「ラジオの情報番組」に関しても道外と大きく差が開いています。

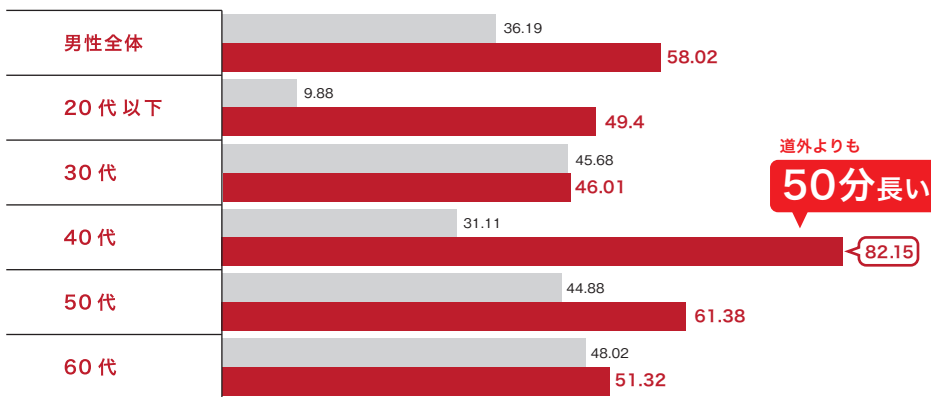
③ 道民男性に特徴的なメディア接触

道内男性のほとんどの年代で道外よりも視聴時間が長いのがラジオとタブレット。ラジオは40代が突出しており、タブレット端末は20代以下の若年層が道外を大幅に上回る。

Q. あなたは、ラジオに週どれくらい見たり触れたりしていますか。平日・休日含めた1週間でおおよその時間を教えてください。

ラジオ接触時間【週平均時間】

(単位：分) ■ 道内男性 (N=500) ■ 道外男性 (N=250)

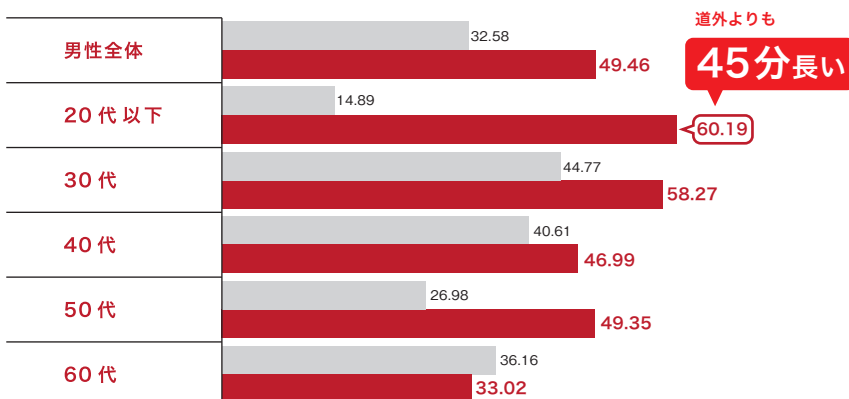


道内男性のラジオ接触時間は週平均58.02分で、道外に比べて20分以上長くなっています。20代以下では道内外で40分近い差が出ています。最も接触時間が長いのが40代(週平均82.15分)で、道外より50分以上長く、習慣的に聴取していると思われます。

Q. あなたは、タブレット端末 (iPad など) に週どれくらい見たり触れたりしていますか。平日・休日含めた1週間でおおよその時間を教えてください。

タブレット端末接触時間【週平均時間】

(単位：分) ■ 道内男性 (N=500) ■ 道外男性 (N=250)



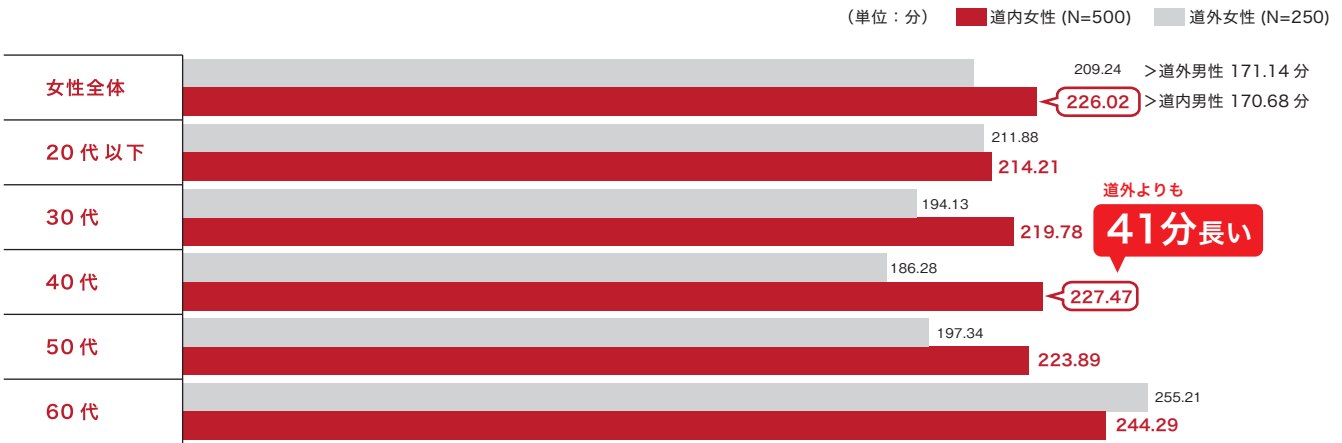
道内男性のタブレット接触時間は週平均49.46分で、道外より16分程度長め。30代・20代以下で特に長く、20代以下では週平均60.19分で、道外よりも45分長くなっています。

4 道民女性に特徴的なメディア接触

テレビ・携帯端末の視聴時間は、道内外ともに男性よりも女性のほうが全体的に長い。道内でより顕著な傾向。テレビは、女性60代を除く全世代で道内女性が道外を上回り、年代が高まるほど長くなる傾向。反対に、携帯端末は年代が下がるほど接触時間が長い。

Q. あなたは、テレビに週どれくらい見たり触れたりしていますか。平日・休日含めた1週間でおおよその時間を教えてください。

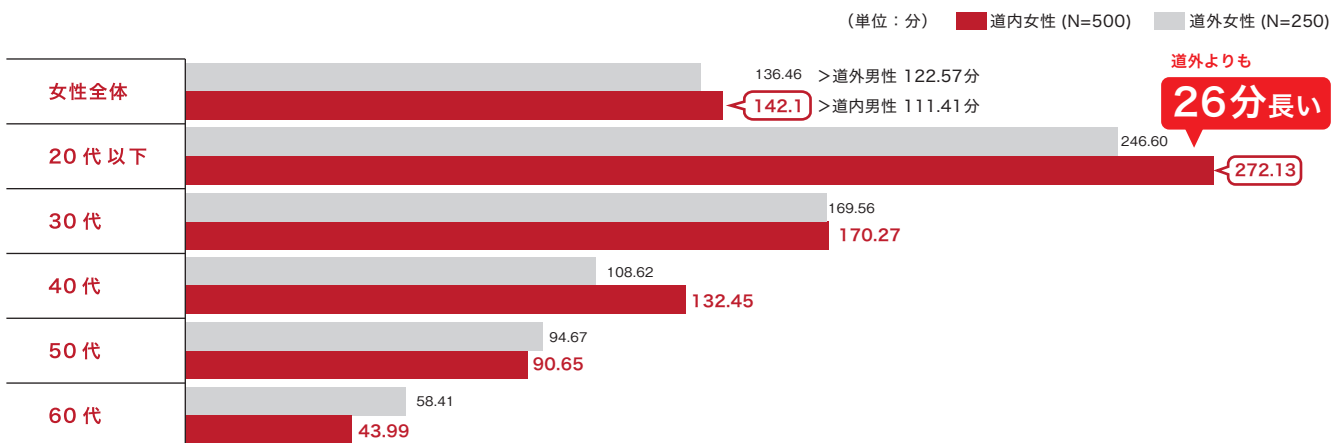
テレビ接触時間【週平均時間】



道内外の差がもっとも大きいのは40代で、道内女性の方が41.19分長くなっています。

Q. あなたは、携帯電話・スマートフォンに週どれくらい見たり触れたりしていますか。平日・休日含めた1週間でおおよその時間を教えてください。

携帯電話・スマートフォン接触時間【週平均時間】



女性40代以下で、平均接触時間は道外よりも長い傾向。20代以下がもっとも長く、道外よりも25.53分長くなっています。

POINT

今回の発見の
ポイント

新どさんこは、 情報欲求高めでメディア好き？

日本最北に位置し、47都道府県中最も面積が大きく、
最も人口密度が低いのが北海道です。(※)

そのような環境で暮らしている北海道民が情報を得るために
どれくらいメディアへ接触しているのかは関心のあるテーマでした。

結果をご覧頂いたように、道民のメディア接触の時間合計は454.33分と、
道外に比べて20分程度長く、メディア好きな道民性を表しているのでは
ないでしょうか。

とくにテレビ・ラジオの接触時間が長く、地域の情報を積極的に
収集していました。北海道民が北海道が好きなのは第一回でも
レポートしましたが、地元はもちろん広い北海道の各地の出来事を知りたい
という気持ちからではないかと思えます。

冬が長くて厳しい北海道、在宅時間も長いはずとメディア依存度も
高まっているのではと思います。また、自家用車で移動する距離や時間も
長いので、ラジオも欠かせない情報源。

今回の調査では、男性40代が特に長い傾向でしたが、昔から習慣的に
ラジオに親しんできた世代なのかもしれません。

また、道民男性のタブレット端末や道民女性のスマホ接触時間が
幅広い年代で長いこともポイントではないでしょうか。マスメディアと
デジタルメディア双方を駆使しながら情報収集している姿が伺えます。

どうやら北海道では、マスメディアからデジタルへシフトしているのではなく、
双方が相乗的に高まっている環境なのではないかと考えられます。
新ど研では、今後どう変化していくか注目していきたいと思えます。

新どさんこ リサーチ 2016

調査目的：北海道の生活者意識を定量的に把握し、道内外や道内地域で比較することで、「新どさんこ」の潮流を見つけることを目的とした、新どさんこ研究所のオリジナル調査。

調査概要：ウェブ調査

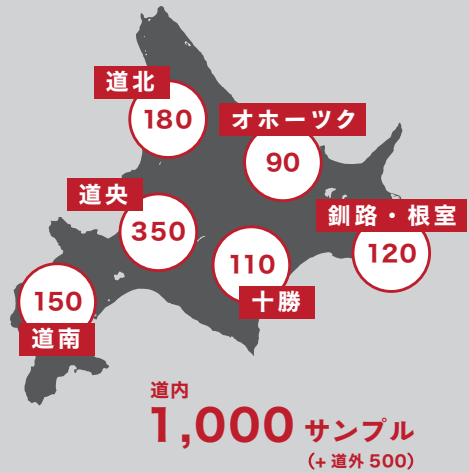
調査期間：2016年11月

調査対象：道内外在住の男女18～69才

サンプル数：1,500（道内エリアは人口構成比で割付）

道内1,000S / 道外500S（割付は下表の通り。）

調査会社：東京サーベイ・リサーチ



道外		道内※	
男性 20 代以下	50	男性 20 代以下	97
男性 30 代	50	男性 30 代	103
男性 40 代	50	男性 40 代	100
男性 50 代	50	男性 50 代	100
男性 60 代	50	男性 60 代	100
男性計	250	男性計	500
女性 20 代以下	50	女性 20 代以下	100
女性 30 代	50	女性 30 代	100
女性 40 代	50	女性 40 代	100
女性 50 代	50	女性 50 代	105
女性 60 代	50	女性 60 代	95
女性計	250	女性計	500
道外計	500	道内計	1,000

※道内割付

道央	350
道南	150
道北	180
道東	320
道内計	1,000

新ど研

北海道博報堂「新どさんこ研究所」（新ど研）とは？

生活者を取り巻く環境変化が加速していく中、北海道民も変わっていくという仮説のもと

「一歩先の道民＝新どさんこ」を生活者データ分析や未来予測から見出す専門組織です。



所長

山岸 浩之 Hiroyuki Yamagishi

2014年北海道博報堂入社。

コミュニケーション戦略局長兼マーケティング部長として、北海道の様々なクライアントの戦略立案やリサーチを担当。

お問い合わせ先

株式会社北海道博報堂
コミュニケーション戦略局マーケティング部
新どさんこ研究所 広報担当：吉川
☎011-251-0178

公式 HP

<http://shindoken.com/>

過去のレポートはこちら！

