

動画視聴の実態把握と情報行動調査の精度向上に向けた
グループインタビュー調査
—東京大学情報学環橋元研究室と NHK 放送文化研究所の共同研究

Group Interview Survey for Improvement of Time Budget Surveys and the
Search for New Styles of Viewing Videos

橋元 良明	HASHIMOTO, Yoshiaki	北村 智	KITAMURA, Satoshi
河井 大介	KAWAI, Daisuke	渡辺 洋子	WATANABE, Yoko
林田 将来	HAYASHIDA, Masayuki	吉藤 昌代	YOSHIFUJI, Masayo

目次

0. 調査の概要

0.1	調査の目的.....	橋元	良明
0.2	調査方法.....	河井	大介
0.3	対象者.....	河井	大介
1. 動画に関する情報行動の実態			
1.1	リアルタイムのテレビ視聴.....	林田	将来
1.2	テレビ番組の時差視聴.....	林田	将来
1.3	テレビ放送局運営以外の VOD の視聴.....	北村	智
1.4	テレビ番組以外のネット系動画視聴（YouTube、ニコニコ動画など）.....	河井	大介
1.5	ライブ配信型ネット動画の視聴（AbemaTV など）.....	橋元	良明
1.6	「テレビ」概念のゆらぎ.....	林田	将来
2.	NHK 国民生活時間調査の調査票の問題点と修正の方向性.....	渡辺	洋子
3.	「日本人の情報行動調査」形式の日記式調査の問題点と修正の方向性	北村	智

橋元 良明	東京大学大学院情報学環
北村 智	東京経済大学コミュニケーション学部
河井 大介	東京大学大学院情報学環
渡辺 洋子	NHK 放送文化研究所
林田 将来	NHK 放送文化研究所
吉藤 昌代	NHK 放送文化研究所

本報告は、東京大学橋元研究室、NHK 放送文化研究所との共同研究の一環として実施された。

0. 調査の概要

0.1 調査の目的

東京大学橋元研究室では 1995 年から 5 年に一度「日本人の情報行動調査」を実施している。この調査は日記式調査を中心として、主に時間量的に日本人のメディア利用行動やコミュニケーション行動の実態とその変遷を明らかにするためのものであり、2015 年にはその第 5 回調査を完了した。

「日本人の情報行動」は、NHK 放送文化研究所による「国民生活時間調査」を範として、その調査のうち、メディア利用に特化して詳細に分析することを目的とした。国民生活時間調査の第 1 回は 1960 年という、長い伝統を誇る調査である（さらにこの調査の前身は戦時中の 1941 年（昭和 16 年）に実施された「国民生活時間調査」にまでさかのぼる）。

「日本人の情報行動」の 1995 年調査では日記式調査票にインターネット関連の項目は含まれていない。既にインターネットの商用利用サービスは開始されていたとはいえ（93 年 11 月）、95 年の調査時点で一般住民の契約者は微々たるものであった。我々は 2000 年調査になって初めて日記式調査にインターネットの項目（「電子メール」「ウェブ」「その他」の 3 項目）を加えた。

その後、情報行動が多様化するにつれ日記式の項目も追加していき、2015 年調査では情報行動は 36 項目、うちネット利用だけで 14 項目（「パソコン・タブレット」と「携帯電話・スマートフォン」、それぞれ 7 項目ずつ）に及ぶ。

しかし、現実の情報行動は 2015 年調査の質問形式ではカバーしきれないほど多様化しつつある。とくに新しい形態の動画視聴やネットサービスの登場である。放送と通信が融合し、ネットによるコミュニケーションツールやアプリも次々と新しいものが世に送り出されてくる。これまでの 36 項目では対応できず、そもそも基本的に従来の日記式調査という形式で情報行動が十全に記録できるのかという大問題も生じている。

この間の事情は NHK が実施している国民生活時間調査でも同様である。いやむしろ、我々の調査より遙かに長い歴史をもち、継続性や経年比較という大きな重圧を背負った調査だからこそ、新しい事態への対処は困難を極めると推察される。

国民生活時間調査でメディア利用行動はそのごく一部である。しかし、生活時間の中に占めるメディア利用行動の重要性が増す中、我々の「日本人の情報行動調査」の課題と問題点はかなりの部分、共通する。

そのような状況にあって、2016 年、NHK 放送文化研究所で調査を担当する研究員と我々とで時間量調査のあり方をめぐる研究会を発足させた。検討の結果、共同研究として主に以下の目的のためのグループインタビュー調査を実施した。

- (1) とくに動画視聴をめぐって新しい情報行動形態の実態をさぐる
- (2) スマートフォンの利用を中心に新しいコミュニケーション様式の実態を明らかにすること
- (3) NHK 国民生活時間調査と東京大学「日本人の情報行動」調査のそれぞれの調査票を元にした 2 種類の調査フォーマットに実際の情報行動を記入してもらい、調査票記入における問題点・改善点を明らかにすること

この報告ではとくに(1)(3)を中心として、インタビュー調査の結果をまとめた。

0.2 調査方法

上記の目的のために、メディア利用先端層に対してグループインタビューを行った。その方法は以下のとおりである。

調査方法：フォーカス・グループ・インタビュー（事前に日記式調査票を 2 日間自記入）

調査地域：一都三県

調査対象者：ビデオリサーチ社および協力関係会社のモニター

抽出方法：ウェブによる調査協力を依頼

対象者選定条件：20～50 代男女で下記の条件に当てはまる人

メディア利用先端層

- ・「VOD をテレビで週 2 日以上視聴している」かつ「動画（有料・無料問わず）をテレビで週 2 日以上視聴している」
- ・PC またはタブレットが家にあり、使用している
- ・スマートフォンで動画かつ SNS を週 2 日以上使用している

加えて

- ・土日（日記式調査票記入日）に旅行など予定がなく在宅している

グループ構成と人数：4 グループ合計 20 名

G1	先端層 20～30 代男性	5 名
G2	先端層 20～30 代女性	5 名
G3	先端層 40～50 代男性	4 名
G4	先端層 40～50 代女性	6 名

調査実施時期：2017 年 10 月 21 日（土）～22 日（日）

調査実施場所：(株)ビデオリサーチインタビュールーム（東京都千代田区三番町）

主な聞き取り項目等

- ・ 事前課題：日記式調査票２種類、事前アンケート（メールもしくはFAXで事前回収）、
当日アンケート
- ・ 聞き取り項目
 - ① 新しい行動（テレビ・動画視聴、インターネット関連）の実態
テレビや動画、その他の映像コンテンツの視聴方法の変化、ネット利用の変化等
 - ② 調査票記入の振り返り、実際の記入の仕方
２種類の日記式調査票についての記入しづらかった点、新しい行動の記入、細切れ行動、同時行動等
 - ③ 具体的な行動事例およびワーディングへの反応
テレビ、ラジオ、SNS、新聞、書籍、漫画、音楽等について
 - ④ ディスカッションのまとめ他

0.3 対象者

調査対象者の基本属性等を表 0.3.1～表 0.3.4 に記す。

表 0.3.1 グループ：G 1（20・30 代男性）の基本属性等

ID		1－2	1－3	1－4	1－5	1－6
年齢		29	25	31	35	39
未婚		未婚	未婚	既婚	既婚	未婚
職業		会社員	会社員	会社員	会社員	会社員
同居家族		一人暮らし	恋人	妻、 2 歳, 0 歳	妻、 3 歳	両親
使用 デバイ ス	パソコン（家族と共用可）	○	○	○	○	○
	タブレット端末（家族と共用可）		○		○	○
スマートフォン		○	○	○	○	○
利用メディア／ 利用頻度	VOD サービス	TVer	○			
		Hulu			○	
		Netflix			○	
		GYAO!	○	○		○
		Amazon プライム	○			○
		NHK オンデマンド				
		その他				
		利用頻度※1	1	1	3	1
	ライブ 配信型 動画サ ービス	AbemaTV	○	○		○
		DAZN	○		○	
		LINELIVE	○			○
		エムキャス				
		ニコニコ生放送				○
		利用頻度※1	1	3	4	1
	インタ ーネッ ト動画	YouTube	○	○	○	○
		ニコニコ動画	○			○
		利用頻度※1	3	1	1	1
視聴 頻度※1	VOD サービス	テレビ	2	1	3	1
		パソコン	2	1	8	1
		タブレット	8	1	8	1
		スマートフォン	1	1	8	1
	動画サ ービス	テレビ	2	1	3	1
		パソコン	2	1	3	1
		タブレット	8	1	8	1
		スマートフォン	1	1	2	3
一日利 用平均 時間	テレビ視聴		1～2 時間	1～2 時間	2～4 時間	30 分～1 時間
	テレビ録画再生		10～30 分	見ない	2～4 時間	10～30 分
	動画視聴		30～1 時間	2～4 時間	30 分～1 時間	10～30 分
	新聞閲覧		10～30 分	読まない	10～30 分	10～30 分
平日一 日ネッ ト利用 時間	パソコン		10～30 分	10～30 分	1～2 時間	10～30 分
	タブレット端末		持っていない	利用しない	10 分未満	持っていない
	スマートフォン		1～2 時間	2～4 時間	4～6 時間	1～2 時間
	携帯電話		持っていない	持っていない	持っていない	持っていない
メディア アごと の先端 行動 ※2	インターネット配信のラジオ		1	3	4	3
	YouTube で音楽		3	1	2	1
	ダウンロードした音楽		1	2	3	3
	新聞社のサイトやアプリで新聞記事		1	3	3	2
	電子コミックや電子書籍		3	1	1	3

※1 1：ほぼ毎日、2：週 4～5 日、3：週 2～3 日、4：週 1 日、5：月 2～3 日、6：月 1 日、
7：月 1 日未満、8. 利用しない/視聴しない

※2 1：ふだんよくする、2：たまにする、3：したことがある程度、4：したことがない

表 0.3.2 グループ：G 2（20・30 代女性）の基本属性等

ID		2－1	2－2	2－3	2－4	2－6	
年齢		23	28	31	33	27	
未婚		未婚	未婚	既婚	既婚	未婚	
職業		学生	会社員	会社員	専業主婦	会社員	
同居家族		両親、兄	一人暮らし	夫	夫	一人暮らし	
使用デバイス	パソコン（家族と共用可）		○	○	○	○	
	タブレット端末（家族と共用可）		○			○	
	スマートフォン		○	○	○	○	
利用メディア／利用頻度	VOD サービス	TVer	○	○			
		Hulu	○		○		
		Netflix	○	○	○	○	
		GYAO!	○				
		Amazon プライム	○		○	○	
		NHK オンデマンド					
		その他					
		利用頻度※1	2	1	1	1	3
	ライブ配信型動画サービス	AbemaTV			○		
		DAZN					
		LINELIVE			○		
		エムキャス					
		ニコニコ生放送			○		
	利用頻度※1			3			
	インターネット動画	YouTube	○	○	○	○	○
		ニコニコ動画	○	○			
		利用頻度※1	1	2	1	2	1
視聴頻度※1	VOD サービス	テレビ	4	1	1	1	3
		パソコン	4	2	2	7	3
		タブレット	3	8	8	8	3
		スマートフォン	3	2	1	7	3
	動画サービス	テレビ	3	3	1	3	2
		パソコン	2	3	2	2	1
		タブレット	3	8	8	8	1
		スマートフォン	1	3	2	2	1
一日利用平均時間	テレビ視聴		4～6 時間	2～4 時間	2～4 時間	1～2 時間	10～30 分
	テレビ録画再生		1～2 時間	見ない	1～2 時間	1～2 時間	1～2 時間
	動画視聴		30 分～1 時間	2～4 時間	2～4 時間	30 分～1 時間	1～2 時間
	新聞閲読		読まない	読まない	読まない	読まない	読まない
平日一日ネット利用時間	パソコン		30 分～1 時間	4～6 時間	1～2 時間	2～4 時間	1～2 時間
	タブレット端末		10～30 分	持っていない	利用しない	利用しない	1～2 時間
	スマートフォン		4～6 時間	2～4 時間	1～2 時間	1～2 時間	10～30 分
	携帯電話		持っていない	持っていない	持っていない	持っていない	持っていない
メディアごとの先端行動※2	インターネット配信のラジオ		2	3	2	3	4
	YouTube で音楽		1	2	1	1	1
	ダウンロードした音楽		2	1	2	2	3
	新聞社のサイトやアプリで新聞記事		3	3	4	2	4
	電子コミックや電子書籍		3	3	1	3	3

※1 1：ほぼ毎日、2：週4～5日、3：週2～3日、4：週1日、5：月2～3日、6：月1日、7：月1日未満、8：利用しない/視聴しない

※2 1：ふだんよくする、2：たまにする、3：したことがある程度、4：したことがない

表 0.3.3 グループ：G 3（40・50 代男性）の基本属性等

ID			3－1	3－3	3－4	3－5
年齢			43	49	53	54
未婚			既婚	未婚	既婚	既婚
職業			会社員	会社員	会社員	会社員
同居家族			妻	母親 恋人	妻、 大 3、予備校	妻、 中 2
使用 デバ イス	パソコン（家族と共用可）		○	○	○	○
	タブレット端末（家族と共用可）		○	○	○	○
	スマートフォン		○	○	○	○
利用メディア／ 利用頻度	VOD サービス	TVer		○		○
		Hulu		○	○	○
		Netflix		○		
		GYAO!		○		
		Amazon プライム	○	○	○	○
		NHK オンデマンド				
		その他		○		
	利用頻度※ 1		1	1	1	1
	ライブ 配信型 動画サ ービス	AbemaTV		○		○
		DAZN				
		LINELIVE		○		
		エムキャス				
		ニコニコ生放送		○		
	利用頻度※ 1			1		4
	インタ ーネッ ト動画	YouTube	○	○	○	○
		ニコニコ動画	○	○	○	○
		利用頻度※ 1	1	1	1	1
視聴 頻度※ 1	VOD サービス	テレビ	1	1	1	1
		パソコン	1	2	1	1
		タブレット	1	2	1	1
		スマートフォン	1	2	1	1
	動画サ ービス	テレビ	1	1	1	1
		パソコン	1	3	1	1
		タブレット	1	2	1	1
		スマートフォン	1	1	1	1
一日利用平 均時間	テレビ視聴		2～4 時間	30 分～1 時間	1～2 時間	1～2 時間
	テレビ録画再生		2～4 時間	30 分～1 時間	30 分～1 時間	1～2 時間
	動画視聴		30 分～1 時間	1～2 時間	30 分～1 時間	1～2 時間
	新聞閲読		読まない	1～2 時間	10～30 分	30 分～1 時間
平日一日ネ ット利用時 間	パソコン		1～2 時間	2～4 時間	1～2 時間	6 時間以上
	タブレット端末		1～2 時間	10～30 分	10～30 分	1～2 時間
	スマートフォン		1～2 時間	10～30 分	30 分～1 時間	2～4 時間
	携帯電話		持っていない	利用しない	持っていない	持っていない
メディアご との先端行 動※ 2	インターネット配信のラジオ		1	2	1	2
	YouTube で音楽		1	2	1	2
	ダウンロードした音楽		1	1	3	1
	新聞社のサイトやアプリで新聞記事		2	1	3	2
	電子コミックや電子書籍		4	1	3	2

※ 1 1: ほぼ毎日、2: 週 4～5 日、3: 週 2～3 日、4: 週 1 日、5: 月 2～3 日、6: 月 1 日、
7: 月 1 日未満、8: 利用しない/視聴しない

※ 2 1: ふだんよくする、2: たまにする、3: したことがある程度、4: したことがない

表 0.3.4 グループ：G 4（40・50 代女性）の基本属性等

ID	4－1	4－2	4－3	4－4	4－5	4－6
年齢	42	43	46	48	51	56
未婚	既婚	未婚	既婚	既婚	既婚	既婚
職業	専業主婦	会社員	会社員	専業主婦	会社員	専業主婦
同居家族	夫	一人暮らし	夫、小 5	夫、中 3	夫、高 2、中 2	夫
使用デバイス	パソコン（家族と共用可）	○	○	○	○	○
	タブレット端末（家族と共用可）		○		○	
	スマートフォン	○	○	○	○	○
利用メディア／利用頻度	VOD サービス	TVer			○	
		Hulu	○			
		Netflix				
		GYAO!	○			○
		Amazon プライム	○	○		
		NHK オンデマンド		○		
		その他				○
		利用頻度※1	3	1	1	1
	ライブ配信型動画サービス	AbemaTV		○		○
		DAZN				
		LINELIVE				
		エムキャス				
		ニコニコ生放送				
		利用頻度※1		1		4
	インターネット動画	YouTube	○	○	○	○
		ニコニコ動画		○		
		利用頻度※1	2	1	1	3
視聴頻度※1	VOD サービス	テレビ	3	1	1	1
		パソコン	3	2	1	3
		タブレット	8	2	8	8
		スマートフォン	4	4	1	4
	動画サービス	テレビ	3	1	1	4
		パソコン	3	2	1	4
		タブレット	8	3	8	8
		スマートフォン	3	3	1	3
一日利用平均時間	テレビ視聴	6 時間以上	2～4 時間	2～4 時間	4～6 時間	4～6 時間
		2～4 時間	30 分～1 時間	1～2 時間	10～30 分	1～2 時間
		30 分～1 時間	2～4 時間	10～30 分	1～2 時間	30 分～1 時間
		読まない	10～30 分	10～30 分	読まない	10～30 分
平日一日ネット利用時間	パソコン	2～4 時間	6 時間以上	30 分～1 時間	1～2 時間	2～4 時間
		持っていない	1～2 時間	持っていない	1～2 時間	10～30 分
		1～2 時間	1～2 時間	10～30 分	2～4 時間	2～4 時間
		持っていない	持っていない	持っていない	持っていない	持っていない
メディアごとの先端行動※2	インターネット配信のラジオ	4	2	3	2	4
		YouTube で音楽	1	1	2	2
		ダウンロードした音楽	1	1	2	3
		新聞社のサイトやアプリで新聞記事	4	1	2	2
		電子コミックや電子書籍	3	2	2	3

※1 1：ほぼ毎日、2：週 4～5 日、3：週 2～3 日、4：週 1 日、5：月 2～3 日、6：月 1 日、7：月 1 日未満、8. 利用しない/視聴しない

※2 1：ふだんよくする、2：たまにする、3：したことがある程度、4：したことがない

1. 動画に関する情報行動の実態

1.1 リアルタイムのテレビ視聴

本節では、今回のグループインタビューでのリアルタイム視聴の実態について述べる。調査対象者には事前アンケートで、1日あたりのテレビ視聴時間の平均をたずねている。それぞれのグループ内で視聴時間に長短があるものの、概して若年層が中年層よりも短めである¹。

表 1.1.1 1日あたりのテレビ視聴時間の平均（事前アンケート）

グループ	G1(20・30代男性)					G2(20・30代女性)				
ID	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	2-1	2-2	2-3	2-4	2-6
年齢	29	25	31	35	39	23	28	31	33	27
テレビ視聴時間	1～2時間	1～2時間	2～4時間	30分～1時間	2～4時間	4～6時間	2～4時間	2～4時間	1～2時間	10～30分

グループ	G3(40・50代男性)				G4(40・50代女性)					
ID	3-1	3-3	3-4	3-5	4-1	4-2	4-3	4-4	4-5	4-6
年齢	43	49	53	54	42	43	46	48	51	56
テレビ視聴時間	2～4時間	30分～1時間	1～2時間	1～2時間	6時間以上	2～4時間	2～4時間	4～6時間	4～6時間	4～6時間

今回のグループインタビューで、テレビや動画、その他映像コンテンツの視聴における数年前からの行動の変化を質問したところ、従来のリアルタイム視聴に影響を与えていると考えられる発言が複数あがった。

- 以前からYouTubeはよく見ていた。テレビをつけながらパソコンを開いてYouTubeを見ながらテレビを見てという感じだったが、最近YouTubeはテレビでしか見ていない。テレビ画面の2分割はできないので、テレビ放送を見る機会が減った。[ID: 1-3 男・25歳]
- YouTubeをテレビの大画面で見えるようになったので、夜のゴールデンタイムにご飯を食べながら主人と一緒にYouTubeを見ることが多くなった。[ID: 4-1 女・42歳]

¹ 世論調査のデータでテレビ視聴状況を概観すると、NHK放送文化研究所が実施した「2017年11月全国個人視聴率調査」では、国民全体のテレビの1日あたりの視聴時間(週平均)は3時間42分である。若年層で短く、中高年層が長くなる傾向である。長期的にみると、テレビ視聴時間は10年前(2007年)の3時間53分からやや短くなっている。年層別でみると、50代以下は減少傾向だが、60代以上は横ばいである。

- 半年前にソニーの新しいテレビを買った。検索ボタンに向かってしゃべると、YouTube で勝手に検索してくれてそれがテレビに映し出される機能がついている。子ども(3 歳)がその機能が好きで、大好きな新幹線や飛行機と言って自分で操作してテレビで YouTube を見ている。[ID : 1-5 男・35 歳]

このように、先端層のテレビのリアルタイム視聴は、YouTube などのネット動画をテレビで視聴するといった“新しい情報行動”から影響を受け変化しており、中にはテレビ放送の視聴減少につながる調査対象者もいた。次節から、今回のグループインタビューで確認できた“新しい情報行動”を具体的にみていきたい。

1.2 テレビ番組の時差視聴

まずはテレビ番組の時差視聴である。時差視聴も、自宅に設置している録画機器からの視聴、あるいはTVerやNHKオンデマンドなどのVOD視聴やYouTubeなどにアップされている違法動画を見るなど、幅広い視聴スタイルがある。

1.2.1 録画機器からの時差視聴

本項では、自宅に設置している録画機器からの時差視聴について述べたい。まず光ディスクプレーヤー・レコーダーを普及の面からみると、2人以上の世帯での普及率は、73.4%(内閣府「消費動向調査」・平成29年3月末)である。また、録画再生の実態をみると、NHK放送文化研究所が実施した「2017年6月全国放送サービス接触動向調査」では、録画したテレビ番組を毎日のように視聴する人の割合は国民全体の19%であり、日常的な利用が約2割に上がることがわかる。

そして今回、グループインタビューを行った先端層では、テレビ番組をチャンネルごと録画する“全録”機器の利用や、複数台のレコーダーを使い分けることで録画の容量を増やし、様々な番組を時差視聴している様子がわかる。

- この数年は全録を使っているので、いちいち押す必要もないし見逃すこともなくなった。最初から見てないが時代の流れで見ておかなければいけないドラマが会話の中である。[ID：3-3 男・49歳]
- テレビが4台、ブルーレイが2台、DVDが2台ある。今DVDは使っていないが、ブルーレイ2台で4本同時録画できる。子供もすぐ録画するので、私専用が1台あり全部ドラマを録画している。[ID：4-5 男・51歳]
- 2台駆使。JCOMではCSと地上波とWOWOWを契約していて、それが2番組重なっても録れる。もう1つはシャープのブルーレイとハードディスクが1つになっているので、前は同時に録れなかったが、今はかなり網羅していて時間がないくらい録っている。[ID：4-6 男・56歳]

1.2.2 VODによる時差視聴

つづいて、VODによる時差視聴である。2015年に民放局による見逃し配信サービス「TVer」が開始され、スマートフォンやタブレット、パソコンを通して見逃したテレビ番組を容易に時差視聴できる環境が整ってきた。そのため先端層の“新しい情報行動”においても場所や時間を問わず視聴する姿が浮かび上がった。

- 最近 TVer から見逃しをスマートフォンかテレビで見ている。最新話しか見られないので、今日見ないと見れなくなるけどどうしても家で見る時間がない時は外出先で見る。[ID：2-2 女・28 歳]
- 日本のドラマはネットの見逃し配信で見られるので、日曜日出掛けていて見られなかった時は見逃し配信も利用。[ID：4-2 女・43 歳]
- Hulu や Amazon Prime には入っていないが、GYAO! で見逃したドラマの無料配信期間に、パソコンで見ている。[ID：4-1 女・42 歳]
- 2～3 カ月前から GYAO! に加入してインストールしてから見逃し配信を見るようになった。[ID：4-4 女・48 歳]
- 休日の昼間家族がリビングで他のテレビを見ている時に息子のタブレットや自分のスマホにヘッドフォンをして TVer でドラマを見ている。TVer になかったら YouTube で探す。[ID：4-5 女・51 歳]

ネット上の動画を視聴できる環境が整う一方で、合法、違法を問わず様々なテレビ番組がアップされており、それらを視聴する先端層の姿も浮かぶ。

- Fire TV Stick で YouTube を見た。誰かがアップロードしたバラエティ「ガキの使い」を見た。YouTube をパソコンを開いて見るのがなくなって、家に帰ってからテレビで YouTube を見たり、テレビに拘束される時間が長くなった。[ID：1-3 男・25 歳]

1.2.3 デバイス環境の変化

これら、ネット経由のテレビ番組視聴は、テレビに接続するデバイスの低廉化、接続が容易になったこと、操作性の向上などにより、テレビ受像機から手軽に動画にアクセスできる環境になったことが大きい。先端層はそれらの環境変化を十分に享受していることが、発言からみてもわかる。

- Amazon でファイヤースティックが安く売っていたので買って、テレビの大画面で野球を見るようになった。[ID：1-2 男・29 歳]
- Chromecast やインターネット接続テレビは HDMI より楽なので、テレビで見るが増えた。[ID：2-1 女・23 歳]
- 半年前にインターネットとつながるテレビを買って、リモコンに Netflix があったので契約して、良かったので今も続けている。昔は映画とかを見る時は Blu-ray とか DVD をセットして再生していたが、今はボタンひとつでできちゃうのでパッケージを開けてディスクをセットして再生ボタンを押して、終わるたびにディスクを替えるのが手間だと思う。[ID：2-4 女・33 歳]

- テレビで Hulu とかを見るようになった。昔はブレステにつないでそのアプリを入れて見ていたが、今はテレビ自体にアプリが入っているので、タブレットやスマホだけで見ていたのをインターネットにつないでテレビ画面で大きく見られるようになった。[ID : 3-4 男・53 歳]
- Amazon Prime video はテレビで見て続きをスマホで見ることができるので、ダウンロードして通勤中の電車で続きを見て楽しむことがある。[ID : 1-3 男・25 歳]

1.3 テレビ放送局運営以外の VOD の視聴

本節では「テレビ放送局運営以外の VOD（Video On Demand）の視聴」に関するインタビュー対象者の発言を整理する。ここでいう「テレビ放送局運営以外の VOD」とは VOD サービスのうち、「NHK オンデマンド」や「日テレオンデマンド」や在京民放 5 社が連携した「TVer」のようなテレビ放送局が運営するオンライン VOD サービスを除くものである。すなわち、代表的な該当サービスとしては、「Hulu」「Netflix」「GYAO!」「Amazon プライム・ビデオ」などが挙げられる。

インタビュー対象者に対する事前アンケート調査における「テレビ放送局運営以外の VOD サービス」の利用状況についての回答をまとめたものが表 1.3.1 である。利用頻度に関しては、テレビ放送局運営のオンライン VOD サービスとまとめて問うたため、ここではまとめていない。

表 1.3.1 テレビ放送局運営以外の VOD サービスの利用状況（事前アンケート）

ID	20～30代男性					20～30代女性					40～50代男性					40～50代女性					
	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	2-1	2-2	2-3	2-4	2-6	3-1	3-3	3-4	3-5		4-1	4-2	4-3	4-4	4-5	4-6
Hulu				○		○		○				○	○	○			○				
Netflix				○		○	○	○	○			○									
GYAO!	○	○	○		○	○						○				○	○		○		○
Amazon*1	○	○	○		○	○		○		○	○	○	○	○		○			○		
その他*2												○									○

*1 Amazonプライム・ビデオ

*2 「その他」は、3-3がTSUTAYA DISCAS、4-6がWOWOWメンバーズオンデマンド、J:COMオンデマンド

表 1.3.1 に示したとおり、「テレビ放送局運営以外の VOD サービス」を利用していないインタビュー対象者は 40～50 代女性のうちの 2 名（4-3 および 4-5）であった。その他のインタビュー対象者は何らかの「テレビ放送局運営以外の VOD サービス」を利用していた。今回のグループインタビュー対象者のなかでもっとも多く利用されていたサービスは「Amazon プライム・ビデオ」であり、ついで「GYAO!」であった。

1.3.1 テレビ放送局運営以外の VOD サービス利用のメリット

こうしたテレビ放送局運営以外の VOD サービスについてグループインタビュー中でさまざまな観点からの発言がみられた。ここではまず、VOD サービス利用のメリットに関する発言について整理する。

第一に挙げられる VOD サービス利用のメリットは、「個人のニーズを満たせる選択可能性の高さ」であった。例えば、以下のような発言である。

- Amazon プライムに入っているのだからちゃんとした番組が多い。…（中略）…アニメは「ガンダム」とか、子どもの頃見ていたような昔のアニメを見ている。「ガンダム」は小学生くらいから見ていた。懐かしいアニメの方が見たくなるので動画の方が都合が良い。 [ID：1-6 男性・39 歳]

- 今はテレビをつけて Netflix を選んで、見たいものや続きから見られるのでいい。[ID：2-2 女性・28 歳]

VOD サービスは、利用者が視聴したいときに視聴したい映像コンテンツを選択して視聴することのできるものであるから、こうした「個人のニーズを満たせる選択可能性の高さ」というメリットはテレビ局運営の VOD サービスにもあてはまるメリットである。その一方で、例えばテレビ局運営の VOD サービスでは「見逃し配信」のように無料で提供するコンテンツも多くあるのに対し、ここで扱っている VOD サービスは定額契約をとまなうサブスクリプション型であることが多い。そのため、ニーズを満足させるコンテンツがなければ利用されなくなるだけでなく、契約も解除されうる。例えば次の発言である。

- 「いっぱい見れていいよ」と海外に住む友だちが言っていたので、Hulu が日本で始まった時にすぐ入った。見放題で 1,000 円ぐらいで安い。あまりコンテンツがなかったので見たいものは見ちゃった感じで止めた。[ID：2-2 女性・28 歳]

この発言にみられるように「個人のニーズを満たせる選択可能性の高さ」がメリットとして言及されることの裏返しとして、ニーズを満たすことができれば使われなくなる。そして、この発言にあるように「安い」ことに加えて、特別な設備を必要とせずに参加できるサービスであるがゆえに、サービス加入への敷居が低い一方でサービス離脱への敷居もまた低いことがうかがえる。

こうした定額 VOD サービスは加入者を集めるために、既存コンテンツの配信のみならず独自コンテンツの配信も始まっている。そうした「独自コンテンツの存在」が定額 VOD サービスの利用目的として言及された発言もあった。例えば以下のような発言である。

- Amazon で見た「戦闘車」はダウタウンの浜田さんと千原ジュニアが出ている車の動画。今 Amazon でしかやっていないもので、毎週金曜配信だが 13 日（金）に見られなかったので移動中にスマホで見た。[ID：1-2 男性・29 歳]
- しばらくして Netflix が日本でもサービスをやるとなると、Netflix でしか見れないドラマが結構あって面白いというのを見ていたので入った。[ID：2-2 女性・28 歳]

ID1-2 の発言にある「Amazon」とは「Amazon プライム・ビデオ」のことであり、ここで言及された『戦闘車』¹は 2017 年 10 月から Amazon プライム・ビデオの独自コンテンツとして配信開始されたものである。また Netflix でも、2015 年に第 153 回芥川龍之介賞を受賞した小説『火花』の映像化作品を Netflix オリジナルドラマとして 2016 年に配信したこ

¹ <https://www.amazon.co.jp/b?node=5359659051> (2018 年 1 月 23 日確認)

とが知られている²。Amazon プライム・ビデオも Netflix も米国企業によって運営されるサービスであるが、日本でのサービス利用者に合わせた独自映像コンテンツの製作・配信が始められている。田村（2017）によれば、Netflix は利用者ごとに最適化（パーソナライズ）されたトップページの画面構成に力を入れているだけでなく、そうしたパーソナライゼーションの元になる利用者の視聴行動データは映像製作にもいかされているという。これらのサービスにおける独自コンテンツの製作は利用者のニーズを満たすべくデータドリブンな形で進められていく可能性があり、それが「個人のニーズを満たせる選択可能性」をより高めていく可能性があるだろう。

1.3.2 テレビ受像機での VOD 視聴

次に、テレビ受像機での VOD 視聴に関する発言について整理する。オンライン VOD サービスはスマートフォンやタブレット端末、PC でも視聴可能であるが、それをテレビ受像機で視聴するメリットについて、いくつかの発言がみられた。第一に挙げられるのが、目の疲れなどの「身体的メリット」への言及である。

- Chromecast を使ってネット動画を大画面で見る。今までタブレットを使っていて、画面が小さく目が疲れるのであまり見なかった。今はテレビでアニメ、バラエティ、ドキュメンタリーだったり、暇だったら流しておこうという感じの流し見的な感じだが動画に触れる機会が増えた。Amazon プライムに入っているのだからちゃんとした番組が多い。 [ID : 1-6 男性・39 歳]
- Hulu が始まった時はスマートフォンやタブレットを手で持っていて見えていたのでつらかった。その時は Chromecast もなく有線をつなぐか AppleTV しかなかったので、その時は AppleTV を買って見ていた。今はテレビを買い替えたので、そのままネットにつないでいるので機器をつながなくても見れたり、スマホとテレビがつながっているのでスマホで見ているものをポチッと押すとテレビに映るので、テレビで見る頻度が増えた。もともと寝る前にベッドで手に持っていて見たが、目が悪くなりそうだなと思っていたし、その時はテレビがある部屋とベッドのある部屋が別だった。ご飯を食べる時とかに動画を見る時はテーブルにタブレットを置いて見ていたので、間抜けだと思うがそういうことをするのが面倒だとずっと思っていた。 [ID : 2-2 女性・28 歳]

これらの発言で言及されているように、スマートフォンやタブレット端末は相対的に画面サイズが小さい。ID1-6 のような「目の疲れ」や、ID2-2 のような「視力の悪化」への懸念が、相対的に画面サイズの大きなテレビ受像機での VOD 視聴のメリットとして挙げられる。また、ID2-2 が言及するように、スマートフォンやタブレット端末で経験される「手持ちによる疲れ」も、固定されたテレビ受像機での視聴にメリットを感じさせることになる。

² <http://www.hibana-netflix.jp/>（2018 年 1 月 23 日確認）

また、画面サイズの大きさは映像に臨場感を与えることで「視聴経験のリッチさ」をもたらす。それを示すのが発言である。

- テレビで Hulu とかを見るようになった。昔はプレステにつないでそのアプリを入れて見ていたが、今はテレビ自体にアプリが入っているので、タブレットやスマホだけで見ていたのをインターネットにつないで テレビ画面で大きく見られるようになった。タブレットもスマホもわりかし大きい画面で見ていたのでそんなに気づくはなかったが、アメリカのドラマが好きでよく見るが 58 インチのテレビで見ると臨場感がより伝わるのが実感できる。「ウォーキング・デッド」や「ブレイキング・バッド」や「デクスター」など、日本のドラマでは絶対出てこないような死体がゴロゴロするもので、そういうのは趣味じゃないが向こうは見せ方が違うなと。暇つぶしに見るが、スマホやタブレットとは臨場感が違う。[ID：3-4 男性・53]

また、テレビ受像機は共有デバイスとして使用される。そのような共有性は、視聴している映像を家族と共有できるというメリットを感じさせることもある。それを示すのが次の発言である。

- ここ1年ぐらい、Google の Chromecast という、テレビに刺してスマホと Wi-Fi でつないで映す、ミラーリングのものを使い始めて、YouTube とかをテレビで見ている。あとは Netflix・Hulu・Dailymotion とかいろいろ動画系のサイトを映せるので、それをやっている。Chromecast はたぶん1〜2年ぐらい前に YouTube を見始めて Netflix とかも出てきたので、入って見始めた。テレビに映して、親や兄に自己満で私の好きなものを見て!と。自分が好きなものを家族に見せびらかして、好きになってもらいたい。[ID：2-1 女性・23 歳]

1.3.3 テレビ受像機以外での VOD 視聴

最後に、テレビ受像機以外での VOD 視聴についての発言をまとめる。前述のとおり、オンライン VOD サービスはスマートフォンやタブレット端末、PC でも視聴可能である。そうしたデバイスを利用した VOD 視聴は、これまでになかった映像視聴経験をうみだしうる。

映像視聴端末として、テレビ受像機と大きな違いをもつのはスマートフォンやタブレット端末のようなモバイルデバイスである。モバイルデバイスでの映像視聴の典型的な特徴は、移動中の映像視聴を可能にするというものである。グループインタビューの中でも、次のような発言がみられた。

- Hulu で海外ドラマを見るのが大好き。Hulu はマルチデバイスなので、家で見ていて途中外出しなきゃいけない時は移動中にスマホで続きが見られるし、どこにいてもメディアにつながるのが今までと大きく違う。昔は考えられなかった。「ウォーキング・デッド」や検視官の「ボーンズ」とか「リベンジ」とか「フラッシュ」とか、いろんなものを見ている。[ID：3-5 男性・54 歳]

- たまたまこの日は土曜日だが仕事だったので、移動中に Amazon プライム・ビデオやスマートニュースや料理動画を見た。もし休日ならたぶんテレビの大画面を使って動画を見ていたと思う。[ID : 1-2 男性・29 歳]

- Amazon から落として外で見ている。すぐ制限がかかっちゃうが。通信制限がかかると嫁に怒られる。通勤の間にタブレットかスマホで落としたものを見ることが多い。[ID : 3-1 男性・43 歳]

しかし、ID3-1 の発言に見られるように移動中のモバイルデバイスによる映像視聴において、オンライン VOD サービスをストリーミングで利用するとデータ通信量の増大という問題が生じる。こうした問題に対処するためか、端末に映像データをダウンロード保存し、移動中に視聴するというやり方をとる発言は他にもみられた。

- Amazon プライム・ビデオはテレビで見て続きをスマホで見ることができるので、ダウンロードして通勤中の電車で続きを見て楽しむことがある。例えばアメリカの TV ドラマの「ウォーキング・デッド」。今シーズン 7 だが最初からしっかり見たいので移動時間に見られるのはいい。[ID : 1-3 男性・31 歳]

また、こうしたやり方は通信環境が悪い場合でも、モバイルデバイスでの映像視聴を満足できるものにしうる。Wi-Fi が使えたとしても飛行機内のような通信環境が映像視聴に十分でない場所では、ストリーミング視聴ではなくダウンロード視聴を行っているという発言もあった。

- Amazon のタブレットは直接ダウンロードができて端末の中に保存できるので、電車の移動中に見たりしている。飛行機でも Wi-Fi が使えるようになったけどスピードがすごく遅くてとてもできないので、録画しておいたものを見ている。[ID : 3-3 男性・49 歳]

上記までに示した発言は、モバイルデバイスで移動中に映像視聴をしていることを示すものであった。つまり、モバイルデバイスの「ポータブルな利用」である。それに対し、モバイルデバイスであったとしても「パーソナルな利用」を強調する発言もみられた。例えば次のようなものである。

- 他に見るのはホラー映画。それも Amazon で無料で見られる。「リング」とか「らせん」とか日本のホラー映画の方が面白い。ゾクッとスリルを感じられる。同棲している彼女は見てくれないので 1 人で見て楽しんでいる。[ID : 1-3 男性・25 歳]
- テレビ画面で見るメーンは Amazon プライム。家族がどうしてもリアルタイムでテレビを見たいという時にはパソコンにいたり、腰が痛い時には寝転がってタブレットにしたり流動的に使っている。「ハリー・ポッター」が見たい時にテレビで絶対に見たいねと家族みんなで映画を見るが、のん

びりしたほのぼの映画はタブレットで十分。ただ最近老眼が始まりスマホで見るのがきつくなってきたので、長い映画を見る時はタブレットが増えてきた。 [ID：4-4 女性・48歳]

ID1-3 の発言はスマートフォンでの Amazon プライム・ビデオの視聴について語る文脈で生じたものである。ID4-4 はモバイルデバイスでの視聴に限った発言ではないが、パソコンだけでなくタブレット端末も含めて、パーソナルな映像視聴の手段として活用していることがうかがえる発言である。これらの発言にみられるように、同じ空間にいる人と映像視聴経験を共有しないように映像視聴に用いるデバイスが選択される場合もある。

参考文献

田村和人（2017）「インターネットで変わる映像ビジネス」情報通信学会コンテンツビジネス研究会（編）『コンテンツビジネスの経営戦略』，pp.25-48. 中央経済社

1.4 テレビ番組以外のネット系動画の視聴(YouTube、ニコニコ動画など)

本節では、YouTube、ニコニコ動画などのテレビ番組以外のネット系動画視聴についての発言を確認する。まず、事前アンケートでのネット系動画の利用状況を確認した(表 1.4.1)ところ、全員が YouTube を視聴しており、半数がニコニコ動画を視聴していた。また、ネット系動画の視聴頻度では、多くの人がほぼ毎日、少なくとも週に 2～3 日は視聴している。

表 1.4.1 ネット系動画の利用状況(事前アンケート)

グループ	G1					G2					G3				G4					
ID	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	2-1	2-2	2-3	2-4	2-6	3-1	3-3	3-4	3-5	4-1	4-2	4-3	4-4	4-5	4-6
年齢	29	25	31	35	39	23	28	31	33	27	43	49	53	54	42	43	46	48	51	56
YouTube	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
ニコニコ動画	○				○	○	○				○	○	○	○		○	○			○
利用頻度※1	3	1	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3

※1 1: ほぼ毎日、2: 週 4～5 日、3: 週 2～3 日、4: 週 1 日、5: 月 2～3 日、6: 月 1 日、7: 月 1 日未満、8: 利用しない/視聴しない

1.4.1 何でネット系動画を見ているのか？

(1) テレビ受像機でのネット系動画視聴

- 半年前にソニー製の新しいテレビを買った。検索ボタンに向かってしゃべると、YouTube で勝手に検索してくれてそれがテレビに映し出される機能がついている。[ID: 1-5 男性・35 歳]
- Fire TV Stick で YouTube を見た。…(中略)…YouTube をパソコンを開いて見るのがなくなって、家に帰ってからテレビで YouTube を見たり、テレビに拘束される時間が長くなった。[ID: 1-3 男性・25 歳]
- ここ 1 年ぐらい、Google の Chromecast という、テレビに刺してスマホと Wi-Fi でつないで映す、ミラーリングのものを使い始めて、YouTube とかをテレビで見ている。…(中略)…あとは楽になった。前はノートパソコンに HDMI 端子を刺してテレビとつなぐことはできたけど、それが手間で面倒くさかった。ブスッと刺すのがテレビの後ろなので、頑張らなきゃいけないのが大変だった。[ID: 2-1 女性・23 歳]

ネット系動画をテレビ受像機で視聴している人が先端層では一定の割合で存在し、Fire TV Stick や Chromecast といったストリーミングデバイスや、テレビ受像機に搭載されている機能を用いて視聴している。特に、音声での検索機能のあるテレビ受像機での YouTube の視聴は、先端層ならではと言える。

また、ストリーミングデバイスの利用について以下のような発言がみられた。

- (Chromecast で)あとは楽になった。前はノートパソコンに HDMI 端子を刺してテレビとつなぐことはできたけど、それが手間で面倒くさかった。プスッと刺すのがテレビの後ろなので、頑張らなきゃいけないのが大変だった。[ID : 2-1 女性・23 歳]

- Chromecast やインターネット接続テレビは HDMI より楽なので、テレビで見るが増えた。[ID : 2-1 女性・23 歳]

元々はパソコンなどを用いてネット系動画をテレビ受像機で視聴していたが、ストリーミングデバイスの簡便性からテレビ受像機でネット系動画を視聴することが増えたという意見もある。

また、視聴デバイスの変化について以下のような発言がみられた。

- テレビをつけながらパソコンを開いて YouTube を見ながらテレビを見てという感じだったが、最近 YouTube はテレビでしか見ていない。テレビ画面の 2 分割はできないので、テレビ放送を見る機会が減った。[ID : 1-3 男性・25 歳]

ネット系動画をパソコンで見ていたが、テレビ受像機でみるようになり、テレビ放送を見る機会が減ったといった影響がみられた。

以上のように、ネット系動画をストリーミングデバイスやテレビ受像機の機能を用いてテレビ受像機で視聴されている。ネット系動画をパソコンの画面からテレビ受像機に映すという意見は見られなかった。また、テレビ受像機でネット系動画を見ることによって、テレビ放送を見る機会が減ったという意見もみられた。

(2) テレビ受像機でのネット系動画の視聴の理由

また、テレビ受像機でネット系動画を視聴する理由としては以下のような発言がみられた。

- Chromecast を使ってネット動画を大画面で見る。今までタブレットを使っていて、画面が小さく目が疲れるのであまり見なかった。[ID : 1-6 男性・39 歳]
- うちのテレビは大きいのでテレビとネットをつないで YouTube を見ている。[ID : 4-3 女性・46 歳]
- YouTube をテレビの大画面で見るようになったので、夜のゴールデンタイムにご飯を食べながら主人と一緒に YouTube を見るが多くなった。[ID : 4-1 女性・42 歳]
- YouTube とかをテレビで見ている。…(中略)…テレビに映して、親や兄に自己満で私の好きなものを「見て！」と。自分が好きなものを家族に見せびらかして、好きになってもらいたい。…(中略)…

YouTube は両親は見たことがなく、そういうものをテレビに映して共有できるようになった。[ID：2-1 女性・23 歳]

画面の大きさが強調されており、スマートフォンやタブレット端末といった画面の小さな機器でネット系動画の視聴は目が疲れるといったことが、テレビ受像機でネット系動画を視聴する大きな要因であろう。また、ネット系動画を、家族に見せたいもしくは結果的に家族とみているといったことも行われているようだ。

(3) テレビ受像機以外でのネット系動画の視聴

- 仕事では iPad を持ち歩く。たまにそれで YouTube を見たりすることはある。[ID：1-3 男性・25 歳]
※テレビ受像機でもネット系動画を視聴している。
- 移動中もスマホをずっと見ているが、7 G B しか使えず制限がかかるので、何を見るか移動中にチェックして家に帰ってからそれをタブレットで見る。最近そういう使い方をするようになった。家や外出先でも Wi-Fi が飛んでいるところでは自由にスマホで動画を見ているが、電車の中とか制限がかかる時には YouTube を見るとしても動物動画とか短時間のもの。[ID：4-4 女性・48 歳]
- YouTube は探している時間も長い…(中略)…パソコンやスマホでも見るし、旦那がテレビを使ってないとテレビで検索したりもする。[ID：2-4 女性・33 歳]
- パソコンにも LINE を入れているので、通知が来ると YouTube を中断して LINE の通知をしてまた YouTube に戻って、テレビもチラチラ見ている感じ。[ID：2-1 女性・23 歳]※テレビ受像機でもネット系動画を視聴している。
- パソコン画面を半分にして、ゲームをしながらよく見る P V を YouTube で聞いている [ID：2-6 女性・27 歳]

テレビ受像機以外にも、タブレット端末やスマートフォン、パソコンなど、ネット系動画を視聴するデバイスは多様である。

(4) テレビ受像機でのネット系動画を視聴しない理由

一方で、ネット系動画をテレビ受像機では全く見ない人も存在する。

- YouTube は…(中略)…ほとんどスマホで見ている [ID：3-3 男性・49 歳]
- (ネット系動画は)テレビでは見ない。パソコンやタブレットで見られるから、あえてテレビで見なくてもいい。テレビで見られるのかどうかも知らない。見られたとしてもテレビ画面で見るメリットが

分からない。…(中略)…そういうのは自分のペースで見たいし、そんなものを大画面では見たくない。

[ID : 4-4 女性・48 歳]

そもそもテレビ受像機でネット系動画を視聴できるということを知らなかったということに加え、自分のペースで見たいため、ネット系動画をテレビ受像機でみていない人がいた。

以上のように、テレビ受像機でもネット系動画を視聴する人が確認できた。しかし、タブレット端末やスマートフォン、パソコンでの視聴も根強く、またあえてテレビ受像機で見たいと思わない人も確認できた。ネット系動画をテレビ受像機で視聴する人は大画面であるという理由が強く、副次的に家族と一緒に見るというお茶の間のネット動画視聴がみられた。以上から、テレビ受像機のインターネット接続機能やストリーミングデバイスが普及すれば、ネット系動画の視聴がより増加する可能性も考えられる。

1.4.2 ネット系動画で何を見ているのか？

ネット系動画で視聴しているコンテンツについてまとめると、スポーツ、お笑い、動物、音楽であった。

(1) スポーツ

- YouTube ではバスケットボールの試合を見るが、あまりリアルタイムでやっていない。あとはアメフトや Youtuber の動画。[ID : 1-3 男性・25 歳]

リアルタイムではないがスポーツ中継がみられている。

(2) お笑い

- 東海オンエアというグループが面白い。以前から YouTube はよく見ていた。[ID : 1-3 男性・25 歳]
- テレビで見る YouTube はサンドウィッチマンのコントや動物のおもしろ動画。[ID : 4-1 女性・42 歳]
- はじめしゃちょーとか面白いことをしている Youtuber で、海外だと絶対知らないと思うが H3H3 という「何やってるんだこいつ」と他の Youtuber を批判する人を見ていて、英語なので分からないくせに字幕をつけて見ている。[ID : 2-1 女性・23 歳]

いわゆる Youtuber を中心にお笑いはよく見られているようだ。また、英語が分からなくても、海外の Youtuber の動画を視聴している人も確認できた。

(3) 動物

- テレビで見る YouTube はサンドウィッチマンのコントや動物のおもしろ動画。[ID：4-1 女性・42歳]
- 動物を飼うことができないので生まれたばかりのパンダとかかわいい動物系を YouTube やニコニコ動画をテレビの画面で見ている。そこには家族がいたりいなかったり。YouTube もニコニコ動画も動物系が多い。あとは面白い行動をしている子どもとか赤ちゃんの動画。[ID：4-3 女性・46歳]
- 私は動物動画が基本的に好きだが、たまに耳垢がごっそり取れる動画なども見る。右横にチラッと見えるおすすめ動画が気になる。[ID：4-4 女性・48歳]
- 電車の中とか制限がかかる時には YouTube を見るとしても動物動画とか短時間のもの。[ID：4-4 女性・48歳]

動物のネット系動画もよく見られており、家族とともに見ている人も確認できた。

(4) 音楽

- YouTube はいろいろある中で音楽しか聞かない [ID：2-3 女性・31歳]
- YouTube は思い出したい曲や昔の曲を検索して音楽を聞いている [ID：3-5 男性・54歳]
- 昔、音楽だけ聞いてミュージックビデオを見てないものを見ている。[ID：3-1 男性・43歳]
- この音楽を買うほどではないけれど今聞きたいという時に手軽な YouTube を使うことがある。コンサートやライブや動いている人の姿を見るのではなく、音楽を聞くために YouTube を使う。[ID：4-6 女性・56歳]
- ミュージックビデオが好きなので、YouTube で見る…(中略)…ミュージックビデオ中心で見る。[ID：4-1 女性・42歳]

ネット系動画ではあるが、昔の楽曲やそのミュージックビデオの視聴も確認できた。

1.4.3 ネット系動画をどのように見ているのか？

(1) 移動中のネット系動画視聴

- 移動中もスマホをずっと見ているが、7GBしか使えず制限がかかるので、何を見るか移動中にチェックして家に帰ってからそれをタブレットで見る。最近そういう使い方をするようになった。家や外出先でも Wi-Fi が飛んでいるところでは自由にスマホで動画を見ているが、電車の中とか制限がかかる時には YouTube を見るとしても動物動画とか短時間のもの。[ID：4-4 女性・48歳]

- 電車の中で動画を見ながら音楽を聞いている時と、バッグの中に入れて音だけ聞いている時があって、[ID：2-3 女性・31歳]

Wi-fi 環境が整っている場所だけでなくネット系動画の視聴は移動中にも行われている。

(2) ネット系動画のながら視聴

- パソコンにも LINE を入れているので、通知が来ると YouTube を中断して LINE の通知をしてまた YouTube に戻って、テレビもチラチラ見ている感じ。[ID：2-1 女性・23歳]
- パソコン画面を半分にして、ゲームをしながらよく見る PV を YouTube で聞いている [ID：2-6 女性・27歳]

主にパソコンではあるが、ゲームをしたりテレビを見たり他の作業をしたりしながらネット系動画をながら視聴している人が確認できた。

(3) ネット系動画の連続視聴

- (Youtube で) 1 つ再生すると永遠に出てくるので次々出てくるものを永遠と見ている。[ID：4-1 女性・42歳]
- YouTube は 3 ～ 4 分の動画を見る…(中略)… 1 ～ 2 時間ものじゃなく、1 本見たら関連動画やチャンネル登録している人のリストから新しいのを上からポチポチ見る。[ID：2-1 女性・23歳]

ネット系動画は比較的短時間のものを見ている人が確認でき、またレコメンドされた動画を連続して視聴するといった視聴形態も確認できた。

1.4.4 家族とネット系動画視聴

(1) 家族との共有

- YouTube とかをテレビで見ている。…(中略)…テレビに映して、親や兄に自己満で私の好きなものを「見て！」と。自分が好きなものを家族に見せびらかして、好きになってもらいたい。…(中略)…YouTube は両親は見たことがなく、そういうものをテレビに映して共有できるようになった。[ID：2-1 女性・23歳]
- (2-1 の言う動画を共有したいというのは)分かる。猫の動画とかも「これかわいいよ、見て見て」となる。[ID：2-4 女性・33歳]※ 1 つ上の発言を受けた発言
- (YouTube で)探すのは娘が「こういう歌がある」と教えてくれたもので、新しい系で流行の J-POP とかで、「この歌が好き」と言われて「調べてみよう」となる。[ID：3-5 男性・54歳]

- 家族の誰かとインターネット動画を見ることはない。それぞれで見ている。…(中略)…みんなは好きじゃないが、私は見てみたい動画を見たくなり見るとスッキリする。そういうのは自分のペースで見たいし、そんなものを大画面では見たくない。それぞれが好きな動画を見る。動物動画は好きなので、猫ちゃんのかawaii動画が良かったよと LINE してリンクを貼っておくことはあるが、みんな同時で見ることはない。[ID: 4-4 女性・48 歳]

ネット系動画と家族については、家族に気に入ったネット系動画をテレビ受像機で共に視聴するといった行動がみられた。また、子どもや他の家族と一緒に見るというわけではないが、気に入った動画を共有するといった行動も見られた。

(2) お茶の間のネット系動画視聴

- 動物を飼うことができないので生まれたばかりのパンダとかかわいい動物系を YouTube やニコニコ動画をテレビの画面で見ている。そこには家族がいたりいなかったり。[ID: 4-3 女性・46 歳]
- YouTube をテレビの大画面で見えるようになったので、夜のゴールデンタイムにご飯を食べながら主人と一緒に YouTube を見るようになった。[ID: 4-1 女性・42 歳]

食事をともにしながらネット系動画を視聴するといったテレビ放送と同様の視聴形態も見られた。

(3) 子ども

- 検索ボタンに向かってしゃべると、YouTube で勝手に検索してくれてそれがテレビに映し出される機能がついている。子ども(3 歳)がその機能が好きで、大好きな新幹線や飛行機と言って自分で操作してテレビで YouTube を見ている。しゃべったことが検索ワードとして出てくる。それまで YouTube はプレステ 3 からテレビで見たり、iPad で親が検索して見せていた。子どもが受動的に見ていたものが能動的に見るようになった。今はほとんど子どもに iPad は使わせていない。[ID: 1-5 男性・35 歳]
- 中学生の娘はタブレットオンリー。スマホももちろん使うが、トラブルにならないようにスマホにはいろいろ制限をかけている。でもタブレットは履歴でチェックできるので制限をかけていない。だから娘は家にいる時にタブレットで YouTube をよく見ている。アットコスメとか芸能人やモデルのブログを 1 日中見ている。[ID: 4-4 女性・48 歳]
- 子どもたちの方が詳しい。(高 2 の)お姉ちゃんもタブレットは持っていないが iPhone を持っているので詳しいし、iPhone で動画も見ている。[ID: 4-5 女性・51 歳]

子どももネット系動画をよく視聴しており、またそれを親がある程度把握しているようである。

1.5 ライブ配信型ネット動画の視聴（AbemaTV など）

本節では「ライブ配信型ネット動画の視聴」に関するインタビュー対象者の発言を取り上げ、それについて若干の考察を加える。

「ライブ配信型ネット動画」とは、(1)PC やスマートフォン、タブレット端末等のデジタル端末で受信できるネット経由の動画であり、(2)ストリーミング技術を使ったリアルタイム（ライブストリーミング）の放送である。

この用語によるネット検索で上位にヒットするのは、AbemaTV、ニコニコ生放送、TwitCasting(ツイットキャスティング)、USTREAM、DAZN(ダゾーン)などである。

インタビュー調査の実施にあたって事前に実施した簡易アンケート調査においてインタビュー対象者に「ライブ配信型動画サービス」の利用状況について質問した回答結果が表 1.5.1 である。

表 1.5.1 ライブ配信型動画サービスの視聴(事前アンケート)

	男性20～30代					女性20～30代					男性40～50代					女性40～50代				
ID	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	2-1	2-2	2-3	2-4	2-6	3-1	3-3	3-4	3-5	4-1	4-2	4-3	4-4	4-5	4-6
年齢	29	25	31	35	39	23	28	31	33	27	43	49	53	54	42	43	46	48	51	56
AbemaTV	○	○			○			○				○		○		○				○
DAZN	○			○																
LINE LIVE	○							○				○								
エムキャスト																				
ニコニコ生放送								○				○								
利用頻度	1	3		4	1			1				1		4		1				4
	1.ほぼ毎日		3.週2～3回			4.週1日														

事前アンケートで質問したサービスは表中の 5 つであり、その中では AbemaTV の利用者が最も多かった。インタビューの中でも上記のサービス中、調査対象者から言及のあったのは AbemaTV などごく一部に限られた。もっとも、「調査票記入に際する具体的な行動事例」の資料として「AbemaTV を見る」が事前に準備され、モデレーターがそれについて質問したことにより、ライブ配信型動画サービスとして最低限 AbemaTV への言及が確保されたという側面はある。

まず、「新しい行動の実態」について質問がなされた中では次の発言の中で AbemaTV と LINE LIVE への言及があった。

- Chromecast を使ってネット動画を画面で見ると。今までタブレットを使っていて、画面が小さく目が疲れるのであまり見なかった。今はテレビでアニメ、バラエティ、ドキュメンタリーだったり、暇だったら流しておこうという感じの流し見的な感じだが動画に触れる機会が増えた。Amazon Prime に入っているのでちゃんとした番組が多い。あとは AbemaTV や LINE LIVE とか最近リアルタイム系も面白いので見る機会が増えた。アニメは「ガンダム」とか、子どもの頃見ていたような昔のアニメを見ている。「ガンダム」は小学生くらいから見ていた。懐かしいアニメの方が見たくなるので動画の方が都合が良い。[ID: 1-6 男性・39 歳]

つまり Chromecast の利用に伴い、ネット動画も見er機会が増え、その一つとして AbemaTV も見るという。

質問が調査票の記入に関する「具体的行動事例」の処理方法に移って、「テレビで Hulu、Netflix などの VOD を見る」場合の質問に入った際、次のような AbemaTV への言及があった。

- オンデマンド見るなら「DVD」で、インターネットテレビを AbemaTV や Chromecast とかのたぐいで見るなら、ビデオ配信もあるけど「テレビを見る」に入れちゃうかな。[ID：3-3 男性・49 歳]

この男性は事前アンケートによれば AbemaTV の他、LINE LIVE やニコニコ生放送も見ているのだが、AbemaTV を見る場合は調査票上で「テレビを見る」に記入するという。

また、「タイムシフト、追っかけ再生など」などの際の記入をめぐって同じ男性から下記のような AbemaTV への言及があった。

- 地上波がつまらなくなつて、日本のドラマもつまらないしバラエティばかりで2時間3時間枠で単調で同じ出演者ばかりなので、テレビは全部録画して必要なものだけを抜いて見る形。アイキャッチを使ってCMの前に次のを少し流してCM後にまた戻って流すので、30分番組だと正味15分ぐらいしかないのにやたら時間ばかり食ってしまうので、必要なところだけ見ている。いろんなジャンルのものが AbemaTV で見られるので、これが大きな違いになっている。[ID：3-3 男性・49 歳]

AbemaTV は色々なジャンルのコンテンツが見られ、時間的にも効率的だと言う。

「具体的行動の調査票への記入」について、ずばり「AbemaTV を見る」場合どうするかについても質問している。そこでの AbemaTV への言及を下記に列挙する。

- (AbemaTV を見るときの) デバイスはスマホとテレビ。調査票 A (NHK 調査票) に記入する場合、デバイスがテレビなら「テレビを見る」。スマホで見るときは「その他」にする。[ID：1-2 男性・29 歳]
- パソコンかアプリからしか見てないので、調査票 B (東大調査票) は「動画を見る」で、A は分からない。聞かれると分からなくなるので難しい。普段意識してなくて「AbemaTV を見ている」(という感覚)になる。見たい番組があっただけで AbemaTV を見たかったわけではないので、その番組を見ている感じ。テレビを通して見ていたわけではないのでテレビを見ていたではなくて、その番組を見ていた感じ。[ID：2-3 女性・31 歳]

この人は AbemaTV を見ているときには、「番組」を見るのであって、AbemaTV を見るとい

う意識がないから調査票の記入は難しく、東大の調査票なら「ネット動画を見る」の欄に記入するようだ。

- いろんなジャンルのものが AbemaTV で見られる。スマートフォン・タブレット・テレビ・パソコンで見ています。書き方が何で何を見ているかによって変わる。……(中略)……AbemaTV は番組に対してリアルタイムで自分の意見が出せる。そこがデバイスの制約があることで、「みのもんたのよるバズ！」は見ても投稿している。「お願いランキング」なんか、結構投票している。[ID：3-3 男性・49歳]

ネット動画をよく見ている ID3-3 の発言であるが、AbemaTV について、多ジャンルのものが見られるということ以外にコメントが投稿できることを評価している（AbemaTV では視聴中 Twitter マークを押すと Twitter と連動して入力したコメントが画面上に表示される）。

AbemaTV は 2016 年開局（設立は 2015 年 4 月）した「インターネットテレビ局」であり、VOD ではなく、番組表にしたがって約 20 チャンネルの放送がある。視聴は無料。2017 年 7 月 2 日の藤井聡太が挑戦した竜王戦を放送したところアクセスが殺到しサーバーがダウンした。2017 年 11 月 2 日から 5 日の『72 時間ホンネテレビ』では SMAP が解散後、香取慎吾・草彅剛・稲垣吾郎が顔をそろえたことで話題になり 7200 万人以上が視聴したという (<https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20171105-00000121-dal-ent>)。

ニールセンによれば 2017 年 4-7 月の月別平均利用者数は約 500 万人である

(http://www.netratings.co.jp/news_release/2017/08/Newsrelease20170829.html)。

ただ、今回、動画視聴の先端層をターゲットとしたインタビュー調査対象者 20 人中 AbemaTV を利用したことのある人は 8 人であり、一般的にはよく知られたサービスとはいえない。

AbemaTV 以外のライブ配信型動画サービスは、今回の調査対象者においてはさらに利用頻度や知名度が低く、まだまだ普及が一般化するには道のりが遠い。一部の調査対象者が言うように、様々なジャンルのコンテンツが様々なデバイスから見られるのが大きな特徴であり、Chromecast や Amazon Fire TV stickなどを介することで大画面テレビでも接続でき、今後、一部の動画ファンにはさらに受け入れられていく可能性はある。

1.6 「テレビ」概念のゆらぎ

従来からテレビは「テレビ放送を見る装置」と考えられてきた。VOD や動画をテレビで利用する先端層はいずれもその概念を理解している。しかし、その後の大きなメディア環境の変化、すなわちテレビが、「テレビ放送に加えて、録画番組やネット動画を見る装置」になったことが、テレビの概念に大きなゆらぎを与えている。

かつては「テレビ＝テレビ(放送)を見る」という図式だったが、今回の先端層は「テレビ＝テレビで見る」と考える人も多い。テレビという装置を画面的に利用し、様々なコンテンツを見ればそれをテレビの概念と捉える人も出始めている。これらを整理すると図 1.6.1 のようになると考えられる。

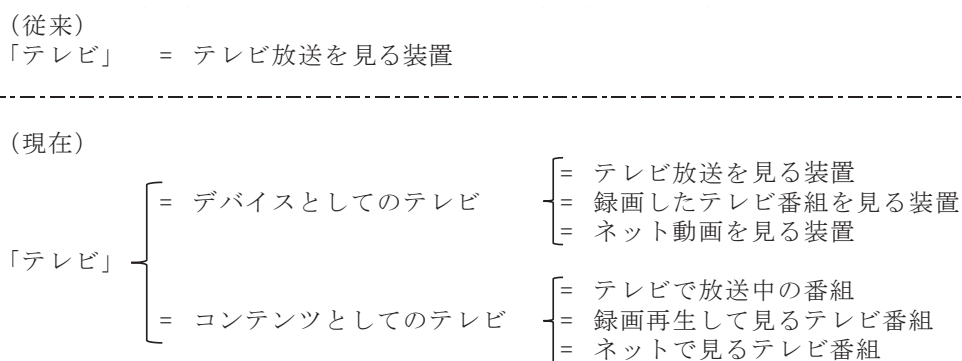


図 1.6.1 「テレビ」概念のゆらぎ

以下、今回のグループインタビューの発言より、テレビ概念のゆらぎを具体的に探っていきたい。インタビューでは、“新しい情報行動”に当てはまると考えられる項目について、それが対象者にとってテレビを見るという行動として捉えられるかどうかをたずねている。

1.6.1 VOD の側面から見た「テレビ」概念のゆらぎ

まず、「テレビで Hulu や Netflix などの VOD」を見た場合、テレビ視聴に当てはまるかをたずねている。この場合、テレビを「画面」として利用していればそれはテレビに当てはまるという考え方である。

- ファイヤースティックを使ってテレビに映し出したものを見ている時は、何が映し出されていても「テレビを見る」。[ID: 1-3 男・25 歳]
- Amazon prime のドラマをテレビで見えていたが、「テレビを見る」感じ。[ID: 2-3 女・31 歳]

- Amazon とか Hulu をテレビで見る場合は、テレビで動画を見るので「テレビを見る」になる。[ID : 2-4 女・33 歳]
- テレビで見たら「テレビを見る」に書く。パソコンで見たらきっと「その他」に書くだろう。[ID : 3-5 男・54 歳]

一方で、下記のような従来のテレビの概念に基づいた意見もあり、先端層においては「テレビを見る」という行動にはさまざまな解釈があることがわかる。

- 「テレビ(を見る)」ではない。「テレビ(を見る)」は地上波のことで、ネットを介して見る映画などは「その他」だと思う。外国人の友達と英語でテレビの会話をしていたとしても、VOD を使う時に「TV を見た」とは言わないと思う。何と言うのだろうか、でもテレビとは言わない。私の感覚でテレビというと地上波や BS や有料の WOWOW のこと。オンデマンドはネットを介しているからテレビじゃない。NHK というテレビ放送のオンデマンドでテレビ放送を見たとしても、契約してやるのは違うかなと思ってしまう。[ID : 4-2 男・43 歳]

1.6.2 インターネット動画の側面から見た「テレビ」概念のゆらぎ

また、「テレビで YouTube やニコニコ動画などのインターネット動画」を見た場合については、前項と同様にテレビを画面的に利用していることから、テレビの概念に当てはまるという考え方をしていることがわかる。

- (LINE ライブなども)テレビで見る限りは「テレビ」の分類に入る。(テレビ放送をパソコンで見えたら)「パソコン」になる[ID : 1-2 男・29 歳]
- (上記の ID : 1-2 と同じ。)何で見ているのかが大きい。もしテレビで新聞や雑誌、マンガ、本を読めたら「テレビを見る」に入れる。静止画でもページをめくることができれば「テレビ」になる。[ID : 1-3 男・25 歳]
- テレビの画面上で見ているので「テレビを見る」。[ID : 1-4 男・31 歳]
- 「テレビを見る」で全然いいと思う。リアルタイム放送ではないがテレビで見えているから、それ以外にない。外部メディアなのか、それ以外なのかだけで「テレビで見る」という行為的なものが意味していると思った。テレビに映していれば「テレビ」になる。外部メディアを入れて見るかどうか、物理的に接続するかどうか強い。TSUTAYA で DVD を借りてきたら「DVD を見る」になる。[ID : 1-5 男・35 歳]

一方で、インターネット上の動画は、前項の VOD に比べるとコンテンツの種類や質も様々であることから、「テレビ」の概念に含まれないと考える人もいる。

- 「ビデオ(を見る)」になる。私はコンテンツなので、スポーツ中継とかニュースや、バラエティも局から発信しているので「テレビを見る」に入るが、ライブ的なものを「テレビで見る」に記録していた。サッカーとかDAZNで見たものは「その他」で、YouTube みたいなのはテレビで見えていても全部「ビデオを見る」になる。[ID：3-4 男・53歳]

今回のグループインタビューでは「テレビ」という1つの概念が多様な捉え方をされていることがわかった。先端層は様々な意味でテレビという言葉进行解釈しており、各々のメディアにまつわる環境がそれに影響を与えていると考えられる。

そもそもテレビジョンは、「電波を利用して、静止し、又は移動する事物の瞬間的影像を送り、又は受けるための通信設備をいう。」(電波法施行規則)と規定されている。また、一般的に考えれば、テレビの概念は既述したように、「テレビ放送を見る装置」であるといえる。

確かに、従来のテレビは、「テレビは、テレビ放送を見る装置」という単純な概念しかなかった。その後、録画機器が普及し「テレビは、テレビ放送や録画番組を見る装置」という実体に変化していったものの、テレビと録画番組はリアルタイムかタイムシフトか、あるいは録画媒体が有るか無しで決定的に異なることから、人々は録画番組とテレビ番組は明確に区別できた。そのため従来のテレビの概念自体はそのまま維持されてきたと考えられる。

しかしその後、録画媒体はVHSからDVD・ブルーレイへと小型軽量化し、HDDにおいては持ち運びの媒体そのものが無くなることとなった。さらに“全録”機器では、全ての番組を自動的に録画し、テレビと同じ操作性の元に再生できることから、リアルタイムという時間的な秩序は薄れている。テレビ放送と録画番組の垣根は低くなり、テレビはその画面的機能がさらに進み、従来からの概念は徐々にゆらいでいったのである。

さらに近年、テレビがネットとつながり、ネット経由で様々な動画を見られることで、「テレビは、テレビ放送や録画番組やネット動画を見る装置」という様々なコンテンツを視聴できる機器に変化し、テレビ概念のゆらぎは一層拡大している。

今回のグループインタビューはメディア利用の先端層であり、様々な新しいコンテンツを日常的にテレビで利用する層である。そのため、「テレビ」概念のゆらぎが鮮明に表出されたと思われる。今後このようなメディア利用が一般的になれば、「テレビは、テレビ放送を見る装置」という従来の概念は完全に変容していくであろう。

2. NHK 国民生活時間調査の調査票の問題点と修正の方向性

2.1 NHK 国民生活時間調査票の特徴と調査票 A の狙い

NHK 国民生活時間調査は、人々の 1 日の生活を時間の面からとらえ、生活実態にそった放送を行うのに役立てるため、NHK が 1960 年から 5 年おきに実施している。1995 年にそれまでのアフターコード方式からプリコード方式に調査方法を切り替え、現在の調査票は、睡眠や仕事といった生活行動とテレビやラジオといったメディア利用行動を合わせて 28 に分類し(表 2.1.1)、それらの行動と在宅状況について 15 分単位で記入してもらう方式となっている。時系列で変化を捉えるため、基本的に調査票を変更することはしないが、時代の変化に応じて、調査の都度、文言などを検討している(関根・渡辺・林田, 2016)。しかし 2015 年の調査でも、インターネットを介した従来メディアの利用の分類、私的な SNS 利用の実態、細切れあるいは無意識的なインターネット利用を捉えることの困難など、インターネットにまつわる課題が浮かび上がった(渡辺・林田, 2017)。

そこで今回のグループインタビューでは、特にインターネット利用について詳細に聞き出すことを目的とした調査票を、調査票 A として事前課題に用いることとした。具体的には、まず上段で 1 日の行動を矢印で記入した後、下段にインターネットを使った行動を説明付きで記入するという方式である(図 2.1.1)。上段にはあえてインターネットという文言の入った行動項目は入れず、インターネットを手段として使った場合は、目的の行動の欄に矢印を引くこととし、当てはまるものがない場合に「その他」に矢印を引いてもらうことを意図した。なお、メディア関連の項目に関して、NHK 国民生活時間調査では「新聞を読む」と「雑誌・マンガ・本を読む」は別の項目だが、今回は「新聞・雑誌・マンガ・本を読む」とまとめ、「CD・テープを聞く」は「音楽を聞く」としている。

参考文献

- 関根智江・渡辺洋子・林田将来(2016) 「日本人の生活時間・2015～睡眠の減少が止まり、必需時間が増加～」『放送研究と調査』2016 年 5 月号, pp. 2-27.
- 渡辺洋子・林田将来(2017) 「国民生活時間から読み解く③ 調査でとらえたインターネットの現状と今後の調査へ向けて」『放送研究と調査』2017 年 8 月号, pp. 78-88.

表 2.1.1 NHK 国民生活時間調査の行動分類

(1) 必需行動

個体を維持向上させるために行う必要不可欠性の高い行動。

睡眠、食事、身のまわりの用事、療養・静養、からなる。

(2) 拘束行動

家庭や社会を維持向上させるために行う義務性・拘束性の高い行動。

仕事、学業、家事、通勤・通学、社会参加、からなる。

(3) 自由行動

人間性を維持向上させるために行う自由裁量性の高い行動。

マスメディア接触、積極的活動であるレジャー活動、人と会うこと・話すことが中心の会話・交際、心身を休めることが中心の休息、からなる。

大分類	中分類	小分類	具 体 例
必需行動	睡眠	睡眠	30分以上連続した睡眠、仮眠、昼寝
	食事	食事	朝食、昼食、夕食、夜食、給食
	身のまわりの用事	身のまわりの用事	洗顔、トイレ、入浴、着替え、化粧、散髪
	療養・静養	療養・静養	医者に行く、治療を受ける、入院、療養中
拘束行動	仕事関連	仕事	何らかの収入を得る行動、準備・片付け・移動なども含む
		仕事のつきあい	上司・同僚・部下との仕事上のつきあい、送別会
	学 業	授業・学内の活動	授業、朝礼、掃除、学校行事、部活動、クラブ活動
		学校外の学習	自宅や学習塾での学習、宿題
	家 事	炊事・掃除・洗濯	食事の支度・後片付け、掃除、洗濯・アイロンかけ
		買 い 物	食料品・衣料品・生活用品などの買い物
		子どもの世話	子どもの相手、勉強をみる、送り迎え
	通 勤 通 学 社会参加	家庭雑事	整理・片付け、銀行・役所に行く、子ども以外の家族の世話・介護・看病
		通 勤	自宅と職場（田畑などを含む）の往復
		通 学	自宅と学校の往復
自由行動	社会参加	社会参加	P T A、地域の行事・会合への参加、冠婚葬祭、ボランティア活動
	会話・交際	会話・交際	家族・友人・知人・親戚とのつきあい、おしゃべり、電話、電子メール、家族・友人・知人とのインターネットでのやりとり
	レジャー活動	スポーツ	体操、運動、各種スポーツ、ボール遊び
		行楽・散策	行楽地・繁華街へ行く、街をぶらぶら歩く、散歩、釣り
		趣味・娯楽・教養	趣味・けいごごと・習いごと、観賞、観戦、遊び、ゲーム
	マスメディア接触	趣味・娯楽・教養のインターネット	趣味・娯楽・あそびとしてインターネットを使う*
		テ レ ビ	B S、C S、C A T V、ワンセグの視聴も含む
		ラ ジ オ	らじる★らじる、radiko（ラジオ）からの聴取も含む
		新 聞	朝刊・夕刊・業界紙・広報紙を読む（チラシ・電子版も含む）
		雑誌・マンガ・本	週刊誌・月刊誌・マンガ・本を読む（カタログ・電子版も含む）
		C D ・ テ ー プ	C D ・ デジタルオーディオプレイヤー・テープ・パソコンなどラジオ以外で音楽を聞く
		ビデオ・HDD・DVD	ビデオ・HDD・DVDを見る（録画したテレビ番組の再生視聴・ネットで配信されたテレビ番組の視聴も含む）
	休 息	休 息	休憩、おやつ、お茶、特に何もしていない状態
その他	その他・不明	そ の 他	上記のどれにもあてはまらない行動
		不 明	無記入

* 仕事や学業上の利用は、それぞれ「仕事」「学業」に分類。メールは「会話・交際」に分類。

記入例

①上段の記入欄に1日の行動をすべて矢印で記入してください。文字で説明する必要はありません。

自宅にいた時間	5	4	3	2	1	正	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	正	11	10	9	8	7	6	5
すいみんをとる(30分以上)																									
洗面、入浴・着替など身のまわりの用事、病院へ行く																									
食事をする																									
通勤、通学、その他の移動(往復とも)																									
家事など																									
社会																									
家族																									
遊び																									
休息																									
テレビ																									
ラジオを聞く																									
新聞、雑誌、マンガ、本を読む																									
音楽を聞く																									
ビデオ・HDD・DVDを見る																									
その他																									

すべてここに具体的に記入してください

同時に2つ以上の行動をしたときは両方に矢印を引いてください

テレビを見ながら食事をする

分類が分らない行動は「その他」に矢印を引いて内容を具体的に書いてください

テレビをしながらおぼあんの皿を読む

②その中でインターネットを使った場合、下段の記入欄に動画とそれ以外に分けて矢印をひき、内容を具体的に記入してください。

動画	5	4	3	2	1	正	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	正	11	10	9	8	7	6	5
（下記の例のように矢印ととも																									
（例）																									
リビングのテレビで「山田」の「ウォー																									
を見る、																									
その後食事のために外出し、道の駅																									
で「ウォーキング・デッド」の映像を見る。																									
（例）																									
昼寝前、スマホをチェック。友達																									
のLINEメッセージに返信し、																									
しばらくやりとり、眠れいのでLINE																									
ニュースをチェック後、																									
「おはよう」で終了しては、																									

動画を具体的に記入してください

インターネットを使った場合は、黄色枠の中にも矢印を引いて内容も書いてください

15分未満の行動も矢印を引いてください

電車移動中に0分くらいC CHANNELの動画を見る

1週間の食料をネットスーパーで注文する

Spotifyで音楽を聴きながら雑談をする

カフェで友達とおしゃべりしながらInstagramに写真を投稿する

図 2.1.1 調査票 A の記入例

2.2 NHK 国民生活時間調査の調査票の問題点

今回のグループインタビューの発言から見出された調査票についての問題点は、3 つに分けられる。(1)細切れ・同時行動を想起・記入すること、(2)インターネット上のコミュニケーションの分類、(3)メディア利用行動の分類とワーディングである。以下、それぞれについて発言をまとめていく。

2.2.1 細切れ・同時行動を想起・記入すること

(1)細切れ行動

メールや LINE のやりとり、アプリのチェックなどを中心に短時間の細切れの行動の経験が多数あがった。そのような短時間の行動は記憶していない人が多いと同時に、短時間の利用は記入しなくてもよいものと認識している人もいた。また、特に LINE のコミュニケーションは断続的なことが多く、それらの記入の仕方に迷いがみられた。

<短時間の利用>

- メールチェックや Facebook を見るとかゲームをやるとか、ほとんど細切れ行動。[ID : 1-5 男性・35 歳]
- 明日の天気やこの電車に乗ったら何分に着くかなとか、チャチャッと見たものは全然書いていない。[ID : 4-5 女性・51 歳]
- 何秒とか、時間が短い LINE のチェックなどは書いてないと思う。記入するときに覚えてかけるものは 15 分～30 分くらいかかったものになる。[ID : 2-4 女性・33 歳]
- 土曜(の調査票 A)は意識して 15 分とかまとまった時間にならないと矢印は引かなかった。[ID : 3-4 男性・53 歳] ※調査票 A : NHK 調査票
- 短いのは入れなくてもいいと思ったので、結構書いていない。例えばテレビを見ていてデータ放送のアンケートはどうなのかとなる。・・・(中略)・・・テレビを見ている時にやった作業は色のボタンを押すだけなので 1 分もかからないので書かない。[ID : 3-3 男性・49 歳]

<断続的な利用>

- 友達としょっちゅう LINE をしているので、そうすると永遠に 1 日中 LINE をしていることになってしまう。[ID : 4-1 女性・42 歳]
- LINE とかをやっている時にずっとその画面を出したままだが、でも相手からの返事が 15 分後になった場合などに迷う。[ID : 4-6 女性・56 歳]

(2) 同時行動

調査では、複数の行動を同時に行った場合、すべての行動を調査票に記入することとしているが、同時行動の認識やその記入の仕方にばらつきがみられた。従来から指摘されていたことではあるが、テレビをつけたままにしている状態について、意識的に見た時間だけを記入するという人、つけている時間をすべて記入するという人に分かれた。また、パソコンやスマートフォン上で様々な行動を同時に行う状況があるが、そのような状況では書いていない行動があったり、最初の目的から逸れて別の行動をしている場合に分類に迷うという発言があったりした。さらに、何かをしている最中に電話や SNS の通知など突発的に相手側から一方的な連絡があったような状況は記憶に残りにくいという発言があったが、スマートフォンを常に身近に所持することにより、そうした状況が生まれやすくなっていると考えられる。

<テレビのつけっ放し>

- 土曜は朝 8 時から夜中 0 時までほぼテレビがついていたので、ほぼ「テレビを見る」に線を引いた。[ID：1-4 男性・31 歳]
- 平日はテレビをつけてもお風呂に入ったりご飯を食べたりして見ていないことがあるので、平日は見ていた時間だけ「テレビを見る」に線を引くと思う。[ID：2-2 女性・28 歳]

<PC やスマートフォン利用における同時行動>

- パソコン画面を半分にして、ゲームをしながらよく見る PV を YouTube で聞いているが、ゲームに関しては入れていない。YouTube とゲームを開くのが当たり前になっているので、そこまで気づいていない。書いた時に YouTube を開けているのは意識しているけど、ゲームは当たり前に行っているので無意識の行動。[ID：2-6 女性・27 歳]
- Facebook をチェックしている時にこの音楽がお勧めというのでそれを聞きにいった時に、土曜日（NHK 調査票）だと音楽を聞くという行動になっている。友達とおしゃべりをするために Facebook でつながっていたが結果、音楽を聞いたのはどっちにチェックするのかわからず、・・・（中略）・・・調査票 A（NHK 調査票）だと目的が流れた場合どこにチェックするのかわからず迷った。[ID：3-4 男性・53 歳]

<突発的な通知>

- ルーティンで移動中の動画視聴やメールチェックは覚えているが、プッシュで電話がかかってきたりメールが来たりするのは、動画を見ている時だったか食事をしている時だったか、曖昧になることが多い。[ID：3-4 男性・53 歳]

2.2.2 インターネット上のコミュニケーションの分類

インターネット上のコミュニケーションについて、「家族や友人との会話・おしゃべり」とする人と、「その他」とする人に分かれた。リアルタイム性、音声か否かを判断の基準にしている人が多く見受けられた。同じ SNS のプラットフォームでも、やり取りをしているか、閲覧だけか、といった使い方によって分類が異なるという意見もあった。また LINE ニュースなど SNS のサービスの中には、コミュニケーションではないものも含まれており、そうしたサービスの利用は、たとえ SNS 利用の一部ではあってもコミュニケーションとは捉えられていない。

<チャットは会話>

- チャットはリアルタイムなので、「会話」という感じ。[ID：3-5 男性・54 歳]

<文字でのやり取りは会話ではない>

- 切り分け方は多分音声。LINE 通話なら「家族や友人との会話・おしゃべり」に書くが、文字のやりとりならメールで分ける。[ID：4-4 女性・48 歳]
- 友だちとの LINE は、「家族や友人との会話・おしゃべり」に入らない。「家族や友人との会話・おしゃべり」はリアルライブで、ネットの世界ではなく現実で起こっていることで、その場で対面して話していることを書くと思った。[ID：2-1 女性・23 歳]
- LINE は声を出してしゃべっていないから「家族や友人との会話・おしゃべり」に入らない。[ID：2-3 女性・31 歳]

<SNS という独自の感覚>

- Twitter でフォローをしている人を見る時は「Twitter を見る」という感覚。[ID：2-4 女性・33 歳]
- LINE は個人間でやっているものと公式アカウントとかで送られてくるものでも違ってくる。友達関係は「メール」だけど、ただ単にキャリアから情報が送られてくるのは「ソーシャルメディアを見る」感覚になる。[ID：3-3 男性・49 歳]

2.2.3 メディア利用行動の分類とワーディング

今回のグループインタビューの事前課題では、あえて行動項目の内容を説明する用紙を同封せず、調査票の文言のみから行動の内容を解釈してもらうこととした。その結果、「テレビを見る」「雑誌・マンガ・本を読む」については、インターネット上のコンテンツの解

釈にばらつきがみられた。一方「ラジオを聞く」に関しては、放送でもインターネットでもラジオであると、概ね解釈が一致していた。「ビデオ・HDD・DVDを見る」「CD・テープを聞く」については、使用している単語に違和感を持つ人が多かった。以下、それぞれの項目ごとに発言をまとめる。

(1)「テレビを見る」

NHK 国民生活時間調査では「記入のしかた」という行動分類を説明する用紙を同封し、「テレビを見る」にはBS、CS、CATV、ワンセグの視聴を含めること、録画したテレビ番組の再生視聴・ネットで配信されたテレビ番組の視聴は「ビデオ・HDD・DVDを見る」に含めることを指示している。しかし、今回の調査のようにそうした説明がなく、単に「テレビを見る」という文言だけを提示された場合、映像を視聴した機器を判断の基準とし、利用している機器がテレビであれば内容にかかわらず「テレビを見る」ととらえている人が多かった。一方で、リアルタイム性や放送局が発信しているかどうかで判断している人もいた。

<機器で判断>

- テレビに映していれば「テレビ」になる。[ID：1-5 男性・25歳] ([ID：1-4 男性・31歳]、[ID：3-5 男性・51歳]ほか多数)
- (LINE ライブなども)テレビで見る限りは「テレビ」の分類に入る。[ID：1-2 男性・29歳]
- ファイヤースティックを使ってテレビに映し出したものを見ている時は、何が映し出されていても「テレビを見る」。[ID：1-3 男性・25歳]
- Amazon とか Hulu をテレビで見る場合は、テレビで動画を見るので「テレビを見る」になる。[ID：2-4 女性・33歳]

<リアルタイム性や放送局が発信しているかどうかで判断>

- リアルタイム性があるかどうかで判断しているので、「テレビ」は生放送とかとめて見られないものだけ。Chromecast を使ってテレビに映し出すとしても、止めてみるのであれば「ビデオ」と考えている。[ID：1-6 男性・39歳]
- 「テレビを見る」はニュースとかバラエティとか地上波で見ているものだと思った。テレビで見ているとしても Hulu で見たらサービスを使っているから違うのかなと思った。[ID：4-2 女性・43歳]
- ドラマならオンデマンドでも感覚的に「テレビ」になる。…(中略)…元々どういう放送形態かによる。[ID：3-3 男性・49歳]

(2)「ラジオを聞く」

テレビとは異なり、ラジオは機器に依存せず、内容で判断されていた。ほとんどの人が、radiko、らじる★らじるといったインターネットラジオもラジオと認識している。

- タブレットに radiko を入れて聞いている。調査票 A (NHK 調査票) に書くとしたら「ラジオを聞く」。本当のラジオではないが、中身は一緒なので。[ID : 1-6 男性・39 歳]
- 画面とか何も見ずに携帯から音を流しているからラジオの感覚で、インターネットではない。[ID : 2-4 女性・33 歳]

(3)「新聞を読む」「雑誌・マンガ・本を読む」

新聞、雑誌、マンガ、本については、紙かどうかにこだわる人と、内容が同じであれば、電子媒体でも紙と同様であると認識している人に分かれた。電子書籍は、特にマンガについて、紙の媒体を読むのと同等の行動であるとみなしている人が多かった。これは、現在流通している電子書籍のマンガでは、紙媒体での配置を維持したまま、文字や絵を見ることができるようではないかと考えられる。新聞の場合も、紙面の形式を維持しているかどうか重要であり、インターネット上にニュース記事だけ切り分けられた場合は新聞とはみなされていなかった。

＜紙媒体かどうか重要＞

- 紙面を広げないと「新聞を見る」にならない。[ID : 3-3 男性・49 歳]
- 紙なら「本や雑誌を読む」と思うが、サイトで見れるものはマンガを読んでいる感覚ではないので。[ID : 2-2 女性・28 歳]

＜内容が同じなら電子版やインターネットでも紙媒体と同じ＞

- 月 2 回出される市の広報は、PDF で落としてみることもある。PDF で落としたものになると新聞形式で広げて読めるので「新聞を読む」感覚で、ブラウザで見たら新聞ではなく「記事」という感覚。[ID : 3-3 男性・49 歳]
- いろんなところからダウンロードするのでサイト名は覚えていないが、携帯を通してだけ「マンガを読む」と言っちゃっている。[ID : 2-3 女性・31 歳]
- 新聞にしてもマンガにしても本にしても紙と一緒に細かく区切る必要はない。インターネットといってもダウンロードしているのでネットにつながなくても読めるし、ただ紙で読んでいるのか、タブレットで読んでいるのかの違いしかない。[ID : 1-6 男性・39 歳]

< ネットニュースは新聞とは異なる >

- Yahoo! ニュースとかは完全に新聞の意識はない。[ID: 3-3 男性・49 歳]
- 新聞と新聞のニュースだけ切り取るのはちょっと違う。新聞とまるっきり一緒の電子版ならまだ「新聞」に入れてもいいと思うが、記事だけ切り取ると違う。 [ID: 1-6 男性・39 歳]

(4) 「CD・デジタルオーディオプレイヤー・テープを聞く」

「CD を聞く」を「音楽を聞く」と同義で使用している人もいたが、大半は実際に CD を用いる場合に限って「CD を聞く」を使っている。「テープ」は、今回の調査対象者においては、日常使われている単語ではなかった。

< 実際に CD を使っている時だけ >

- (「CD を聞く」は)自分でも使う。でもそれが(実際に)CD じゃなかったら使わない。「テープを聞く」とは言わない。 [ID: 1-3 男性・25 歳]

< CD を聞く = 音楽を聞く >

- CD 自体を使っている。「CD を聞く」という。音楽を聞く時に「CD を聞く」という言い方をすることはある。でも iPhone に入っていると音楽と言うかもしれない。[ID: 4-1 女性・42 歳]

< CD を聞く ≠ 音楽を聞く >

- 音楽を聞くことを「CD を聞く」とは言わない。[ID: 4-2 女性・43 歳]

< テープという言葉は使わない >

- (「テープを聞く」とは)言わない。古いと思う。[ID: 4-5 女性・51 歳]

(5) 「ビデオ・HDD・DVD を見る」

NHK 国民生活時間調査の調査票では、「ビデオ・HDD・DVD を見る」はテレビ放送のタイムシフト視聴に加え、レンタルビデオやセルビデオの視聴も想定している。しかしその解釈以前に、ビデオや HDD、DVD という言葉自体が使われておらず、違和感を持たれていることがわかった。タイムシフト視聴については、多様な手段が使われており、特定の機器や媒体で行動をイメージさせることは難しく、「録画」という言葉の方が分かりやすいようである。また追いかけ再生についてはリアルタイムと受け止め、「テレビを見る」に記入する人が多かった。

< 文言に対する違和感 >

- 「ビデオ・HDD・DVD」は昔の人という感じで、どこからか借りて1回1回セットして見る感じ。
[ID: 1-4 男性・31歳]
- 「ビデオを見る」は昔の人、50～60代の人が使う言葉。「ディスクを見る」も(自分は)言った記憶がない。[ID: 1-6 男性・39歳]

< 時差再生、ビデオソフトとして認識していない >

- 「録画を見る」(という項目)はないので、「その他」に書くか「テレビ(を見る)」にしちゃう。「HDDやDVD」は自分でディスクを入れて再生する感じに捉える。[ID: 2-3 女性・31歳]
- 録画を見る＝HDDを見るという意識はない。[ID: 1-5 男性・35歳]

< 追いかけて再生 >

- (追いかけて再生は)「テレビ」に入る。30分遅れても「テレビ」。次の日だったら「HDD」に入る。
[ID: 2-1 女性・23歳]
- 番組がやっている時に追いかけて見たら「テレビを見る」になる。その番組が終わった違う時間や翌日とかなら「録画」になる。[ID: 2-2 女性・28歳]

2.3 修正の方向性

NHK 国民生活時間調査の大きな特徴として、時系列でデータを比較できることがあげられる。そのため、これまでは行動分類の変更を最小限に留めてきたが、メディア利用が多様化することによって、前述したように現在の調査票では対応できない部分が生じていることがわかった。今後の修正の方向としては 2 通り考えられる。1 つは、時系列比較を維持するため、定例の調査はこれまでと同様にできるだけ変更せず、別途メディア利用に特化した機動調査を行う方向、もう 1 つは、現在のメディア利用の実態を把握することを優先して、これまでの行動分類の枠組みを見直したり、記入方法を変更したりと大幅なりリニューアルを行う方向である。どちらの方向にするかは今後の検討となるが、前節で明らかになった問題点について、現段階での方針を示したい。

2.3.1 細切れ・同時行動を想起・記入すること

15 分単位のプリコード式の調査票において「15 分より短い行動の記入はしづらい」という問題点は、1993 年に NHK 国民生活時間調査の調査票をプリコード方式に切り替える際に行った実験調査ですでに明らかになっている。この時は、調査相手が実態に応じた長さで記入した矢印を、データパンチの段階で 15 分単位に補正するやり方ではデータの精度に問題が生じると考え、調査相手の段階で 15 分単位に記入してもらうよう指示することとした(三矢、1995)。具体的には、調査票に「その行動が始まった時刻から終わった時刻までを、15 分単位であてはまる欄に矢印で記入してください」と記載すると共に、調査相手から「5 分、10 分など 15 分に満たない短い行動はどう書けばよいのか？」という質問があった際に、「すべて 15 分行動したものとして記入する」と答えるよう調査員に指示することとしている。

今回のグループインタビューでも、短時間の行動が記入しにくいという発言が多数あがっていた。また何かをしている時にもたらされた突発的な通知による行動は覚えていないとの発言もみられた。さらに 15 分単位という調査票の形式は、15 分未満の短時間の行動は記入しなくてもよいという解釈を与えていることも明らかになった。今回発言の多かった短時間のメディア利用や突発的なアプリの通知などはスマートフォンに顕著な行動であり、スマートフォンの利用が増えることにより、以前よりも記入しにくい細切れ行動が増えていると考えられる。

これらの解決策として、まず短時間の行動を想起しやすくするために、現在も実施しているようにメモ帳などを支給してできるだけこまめな記録を促すといった方法が考えられる。また、短い行動でも記録してほしいという意図を明確に示すことや、記入の仕方自体を変更することも考えられる。例えば「日本人の情報行動調査」のように、短時間の行動は×印を記入するといったやり方を導入することなどである。この場合は、どれくらいの

時間をかけた行動を捕捉するのか、時間量として捕捉するのにふさわしい行動なのか、など十分な議論が必要である。一方で短時間のメディア利用については、時刻ごとに正確な記入を求めるのは困難であると判断し、付帯質問として1日単位での利用を記録してもらい、最低限1日の利用率を計測するという方法も考えられる。

2.3.2 インターネット上のコミュニケーションの分類

NHK 国民生活時間調査では、家族・友人・知人とインターネットでやりとりする行動を「家族や友人と会話・おしゃべりをする」に分類している。近年LINEやTwitter、Facebook、Instagram などインターネット上でのやりとりの手段が急速に増えたが、今回のグループインタビューでは、それらを「家族や友人と会話・おしゃべりをする」に分類する人としていない人に分かれた。今後の調査票の1つの方向としては、これまでと同様「家族や友人との会話・おしゃべり」にインターネット上のやりとりも入ることがわかるように説明を付記したり、項目名をより分かりやすく変更したりすることが考えられる。もう1つの方向としては、インターネット上のコミュニケーションを独立した行動として設定することが考えられる。しかし調査相手の記入のしやすさの点から行動数はむやみに増やすべきではないこと、そもそも生活時間調査の形式ではコミュニケーションを定量的にとらえることが難しいことを十分に考慮する必要がある。

2.3.3 メディア利用行動の分類とワーディング

(1) メディア利用行動の分類

NHK 国民生活時間調査の行動分類には、理論的に(生活行動部分の)「目的・機能」的分类区分と(メディア利用行動部分の)「形態・手段」的分类区分が混在しているという指摘がある。しかし、NHK という放送局が調査を実施する主体である限り、(たとえ両者が混在し、行動分類のレベルが統一されないことになってしまっても、)「テレビ視聴」や「ラジオ聴取」を独立させなければならないという事情があった。また(NHK 国民生活時間調査の初期である1970年代当時は、)「テレビを見る」ということに関して行動実態やイメージや名称が確立しており、一般人を対象とする調査において、(調査の実施上は)「テレビを見る」を独立した1つの行動として扱うのは不自然ではなかった(田村, 1974)(()内筆者補足)。ところが1980年代以降、テレビに録画機能が付属し、さらにインターネットにも接続するようになって、テレビという機器が多機能化した。それにつれて1章6節に詳しくあるように、テレビという機器を使った行動が多様化し、人によって「テレビを見る」という言葉からイメージする行動に幅が出てくるという状況になったのである。

- テレビで何々を見るの何々の部分が増えたと思うので、そこをもっとうまく書けるようになればいい。機器としてテレビを利用しているだけで、テレビを見ている感覚じゃないこともある。[ID：2-3 女性・31歳]

今後の行動分類の考え方として、1 つはメディアについてもそれぞれを「目的・機能」的分类区分とみなす方向が考えられる。例えば「テレビを見る」という行動を“機器を問わず、リアルタイムで放送局が放送するコンテンツを視聴する”などと定義を厳密にする方法である。現在は、基本的にこちらの考え方を踏襲している。もう1 つは、メディア行動部分は「形態・手段」的 classification 区分に徹し、デバイス利用行動としてとらえる方向である。

- 「テレビを見る」、「ラジオを聞く」にプラスして、スマホを使う、パソコンを使うとか機器が出てくると良い。[ID：4-5 女性・51歳]
- (AbemaTV を見るときの) デバイスはスマホとテレビ。調査票 A (NHK 調査) に記入する場合、デバイスがテレビなら「テレビを見る」。スマホで見る時は「その他」にする。[ID：1-2 男性・29歳]
- 見逃し配信で経済やビジネスを TVer で見る。デバイスはスマホが多いので「その他」になると思う。[ID：2-3 女性・31歳]
- 何で見ているかが大きい。もしテレビで新聞や雑誌、マンガ、本を読めたら「テレビを見る」に入れる。[ID：1-3 男性・25歳]
- テレビで見たら「テレビを見る」に書く。パソコンで見たらきつと「その他」に書くだろう。[ID：3-5 男性・51歳]

今回のグループインタビューの調査相手はメディア利用先端層であり、上記の発言にみられるように行動の認識の仕方がデバイスに寄っている可能性があるが、今後、コンテンツ流通がデバイスフリーになっていく流れや調査相手の記入のしやすさを考慮すると、メディアについて「形態・手段」的 classification 区分とすることも視野に入れる必要があるだろう。

(2) ワーディング

今回の調査から、CD、テープ、ビデオ、HDD という単語について、特に違和感が持たれていたことがわかった。これらについては、利用率などを鑑み、多くの人に誤解なく伝わる文言に変更する必要がある。ただし、その際には NHK 国民生活時間調査の調査対象者の年齢は 10 歳以上で上限がないことに留意する必要がある。例えばテープという文言が 2015 年の調査票で使われていたが、これは若年層にはなじみがなくとも、高年層には伝わりやすいという理由があったからである。次々と新しいメディアが生まれ、若年層を中心に普

及していく一方で、従来から存在するメディアの方により親和性を持つような高齢者も存在している。メディア利用が多様化し、年代ごとに利用の様相が異なることを十分に考慮しながら多くの人に理解される文言を検討していきたい。

参考文献

- 田村穰生(1974)「生活行動の分類について」『文研月報』1974年7月号, pp. 17-23
三矢恵子(1995)「新しい方式による NHK 国民生活時間調査について」『放送研究と調査』1995年10月号, pp. 32-37

3 「日本人の情報行動調査」形式の日記式調査の問題点と修正の方向性

「日本人の情報行動調査」は日記式調査と質問票調査から構成される。今回のグループインタビューでは「日本人の情報行動調査」の2015年調査（橋元，2016）で用いた日記式調査票をもとに作成した調査票を事前課題（調査票B）として用いた。

この調査票は情報行動について33カテゴリーのコードをあらかじめ設定して提示するものであった。通常の「日本人の情報行動調査」とは異なり、「あなたのいた場所」「主な生活行動」は含まれなかった。記録は15分単位のセルで記入を求め、10分以上続いた行動は矢印、10分未満の行動は×印で記入するよう教示した。提示した33項目については、表3.0.1に示し、調査票とその記入方法の具体例を図3.0.1に示す。

表 3.0.1 「日本人の情報行動調査」形式の日記式調査票の33カテゴリー

テレビで	ネット以外	テレビ放送を見る
		録画したテレビ番組を見る
		DVD・ブルーレイなどを見る
		テレビゲームをする
	ネットで	動画投稿・共有サイトを見る(ユーチューブ・ニコニコ動画など)
		オンデマンド型の動画配信サービスを見る(GYAO!, Hulu, NHKオンデマンドなど)
		その他のインターネット利用(クラウドの利用も含む)
スマートフォン・ 従来型携帯電話・ PHSで	ネット利用	メールを読む・書く
		ソーシャルメディアを見る・書く(フェイスブック、LINEなど)
		ソーシャルメディア以外のサイトを見る・書く
		動画投稿・共有サイトを見る(ユーチューブ、ニコニコ動画など)
		オンデマンド型の動画配信サービスを見る(GYAO!, Hulu, NHKオンデマンドなど)
		LINEやスカイプなどネットで音声通話をする
		ゲームをする(ネット経由・オンラインで)
		録画したテレビ番組を見る
		ラジオを聴く(radikoなどネット経由のラジオ)
		電子書籍(小説・漫画など)を見る(ダウンロード含む)
	ネット以外	通話をする(LINEやスカイプは除く)
		テレビ放送を見る
		ゲームをする(オフラインのゲーム)
パソコン・ タブレット端末で	ネット利用	メールを読む・書く
		ソーシャルメディアを見る・書く(フェイスブック、LINEなど)
		ソーシャルメディア以外のサイトを見る・書く
		動画投稿・共有サイトを見る(ユーチューブ、ニコニコ動画など)
		オンデマンド型の動画配信サービスを見る(GYAO!, Hulu, NHKオンデマンドなど)
		LINEやスカイプなどネットで音声通話をする
		ゲームをする(ネット経由・オンラインで)
		録画したテレビ番組を見る
		ラジオを聴く(radikoなどネット経由のラジオ)
		電子書籍(小説・漫画など)を見る(ダウンロード含む)
	ネット以外	テレビ放送を見る
		DVD・ブルーレイなどを見る
		ゲームをする(オフラインのゲーム)

ここではグループインタビューの中で述べられた「日本人の情報行動調査」形式の日記式調査票の回答にともなう問題点を整理し、そこから修正の方向性について検討する。

3.1 調査票の分類形式に関する問題点

「日本人の情報行動調査」における日記式調査票では、表 3.0.1 および図 3.0.1 に示したように、デバイスでの分類が最初であり、その中でインターネット利用とインターネット以外の利用に分けた上で、具体的な情報行動に分けられる形式となっている。つまりデバイスの利用を念頭においた上で情報行動の内容に合わせて記録していく形式をとっている。この調査票の分類形式に対して、グループインタビューの中で先に情報行動の内容を念頭においた上でその際に利用したデバイスを記録してく形式のほうが望ましいという発言がみられた。具体的には次のような発言である。

- 端末ありきで分けるのではなく、行動で分けた方がいい。行動にデバイスを当てはめるほうがスッキリする。[ID：1-6 男性・39 歳]
- 最近「これを見た、それはスマホで」という考え方になってきている。[ID：1-4 男性・31 歳]
- もっと単純に目的だけで分けて、その中でタブレットとはTとかパソコンはPとかの記号で書いたほうが書きやすかった。[ID：3-3 男性・39 歳]

上記のような発言があった一方で、現状の調査票のようにデバイスの利用を念頭においた上で情報行動の内容に合わせて記録していく形式のほうがよいという発言も複数見られた。例えば次のようなものである。

- 頭が「テレビで」となっていたほうが思い出しやすい。たぶん書く時に上から見ていくので、この項目はいつやったかなと落としていけると書きやすい。当日か翌日にやるので、どのデバイスを使ったのか覚えていないことはないと思う。[ID：1-5 男性・35 歳]
- 項目が確かに多いので、簡単に書くならこのままでいい。[ID：2-6 女性・27 歳]
- テレビ、パソコン、スマホと機器別に分かれているし、その中でも細かく別れているのでどこに入るのかすぐに分かったしやりやすかった。[ID：4-1 女性・42 歳]
- すごく分かりやすい。「テレビで」からテレビの前にいた自分を思い出して「今日はテレビの前で何と何をしたな」とスムーズに思い出した。ぱっと見すごく細かくてうわっと思ったが、左に分けてある「テレビ」、「スマートフォン」、「パソコン」ここだけで考えて次へ次へと進めていけたのでやりやすかった。[ID：4-4 女性・48 歳]

- Facebook のメッセージで電話がかかってきても、普通に電話で出るので会話した後で、「何であいつ電話番号知っているんだろう？」と思って、よく見るとメッセージだったんだというのがある。[ID : 3-5 男性・54 歳]

3.2 断続的に、またはごく短時間で行われる情報行動の記入に関する問題点

「日本人の情報行動調査」の日記式調査票では、15 分単位のセルに 10 分以上の情報行動は矢印、10 分未満の情報行動は×で記入を求めている。現在の情報行動には非常に短い時間で行われているものがあり、北村・河井（2014）は情報行動の時間的断続性の問題として議論している。今回のグループインタビューではそうした断続的に、またはごく短時間で行われる情報行動の記録の難しさについて多くの発言があった。

まず、複数のインタビュー対象者から LINE のやり取りの記録に関して、その難しさに言及する発言がでた。例えば以下のような発言である。

- LINE を書いていることもあるが、基本、通知が来たらその場で返信するようにしているが、書くほどじゃないと思っているので書いてない。LINE は来て返信まで 1 5 秒ぐらいが多い。[ID : 2-1 女性・23 歳]
- LINE は意識してなくて、来る時間帯が結構何時ぐらいと決まっているのでその時にまとめて返したり、朝起きて夜中に来たのを返す。日中は意識してる感覚がなく返信しているので、1 分未満のものは書いてない。[ID : 2-2 女性・28 歳]
- 何秒とか、時間が短い LINE のチェックなどは（記入には）入れてない。わざわざ LINE を開いてチェックすることはなく、通知が来たらスマホの画面に出るので内容を見て返信するぐらいなので、チェックし忘れている。LINE の返信は 1 分かからない。記入する時に覚えて書けるものは 1 5 分～3 0 分ぐらいかかったものになる。[ID : 2-4 女性・33 歳]
- 友達としょっちゅう LINE をしているので、そうすると永遠に 1 日中 LINE をしていることになってしまう。[ID : 4-1 女性・42 歳]

ID2-1 や ID2-4 の発言にあるように、LINE での発信は 1 分未満の時間で行われるものも少なくない。このような短さの行動でも「10 分未満の情報行動」に該当すると考えることはできるが、上記の発言をしたインタビュー対象者らは ID2-1 の発言にあるように「書くほどじゃない」と判断している。また LINE に代表されるように、他者からのメッセージの着信がプッシュ型で通知されることに応じて生じる閲覧・発信（返信）といった情報行動は自発的行動ではないため、ID2-2 の「意識してる感覚がなく返信している」という発言に表されるように、記憶にも残りにくいために日記式調査票への記録も困難なものとなっていることがうかがえる。こうした問題は LINE に限ったことではなく、メールの利用にお

いても生じうる。例えば次の ID3-4 の 2 つの発言である。

- メールもやっていたが、1 分満たないものは矢印までは書かなかった。×印のほうが書きやすかった。[ID : 3-4 男性・53 歳]
- 記録できているのとできていないものがある。ルーティンで移動中の動画視聴やメールチェックは覚えているが、プッシュで電話がかかってきたりメールが来たりするのは、動画を見ている時だったか歩いている時だったか食事している時だったか、曖昧になることが多い。自分が意識していない行動の時は、曖昧になる。[ID : 3-4 男性・53 歳]

また、メッセージのやり取りのような対人コミュニケーションの情報行動以外にも非常にごく短時間で行われる行動もある。例えば以下のような発言である。

- 明日の天気やこの電車に乗ったら何分に着くかなとか、チャチャッと見たものは全然書いていない。[ID : 4-5 女性・51 歳]
- メールや LINE を全然する気はないけれど、チェックをするためだけにポチッとすることは細切れである。それは今回書いていない。[ID : 4-5 女性・51 歳]
- 渋滞情報を見るとか。[ID : 4-6 女性・56 歳]

スマートフォンを利用する情報行動のなかには、ごく短時間で済むものが少なくない。そして上記の発言にみられるように、そうしたごく短時間で行われる情報行動については「日本人の情報行動調査」の日記式調査票での記録から抜け落ちやすいと考えられる。それには、回答者が「覚えておらず記録しない」場合と「覚えていても記録しない」場合とが含まれている。

また、断続的情報行動は YouTube のようなオンライン動画の視聴においても生じうる。動画共有サービスでみることでできる動画には数分のものが少なくないためである。

- YouTube は 3～4 分の動画を見るが、「×」か、ずっと見ていたので線を引いていいのか分からず、「×」がいっぱいになった。[ID : 2-1 女性・23 歳]
- YouTube は探している時間も長いので、それも YouTube 利用時間に入れている。パソコンやスマホでも見るし、旦那がテレビを使っていないとテレビで検索したりもする。[ID : 2-4 女性・33 歳]

ID2-1 の発言にみられるように「3～4 分の動画を見る」行動を繰り返す行の場合に、記録の仕方で迷うケースが生じうる。それは ID2-4 の発言にみられるように、必ずしも動画が連続して再生されるわけではなく、「（動画を）探している時間」が動画視聴の間に生じるためだと考えられる。

3.3 同時（ながら）行動の記入に関する問題点

「日本人の情報行動調査」の日記式調査票では、同じセルの時間帯に複数の情報行動を行った場合、調査票のカテゴリーにあてはまる行動はそれぞれすべてを記録することを求めている。「日本人の情報行動調査」の分析では、こうした同じセルの時間帯に複数の情報行動が生じることを並行行動または同時（ながら）行動と呼び、日記式調査データの特徴的な分析視点として用いてきた。しかし、前節で整理したように現在のメディア環境における情報行動は断続的にまたはごく短時間でられるものが増えてきている。そのため、同時（ながら）行動の記入にも難しさが生じている。

まず、実態として同時（ながら）行動が非常に多く行われていることを示す発言がグループインタビューの中で多くみられた。例えば、以下の発言である。

- ご飯の用意をしながらテレビを見るとか。テレビ単体で地上波を見ることはない。YouTube もものによる。自分がとても見たい映画やバラエティ放送ではない場合流し見する。そこは記録していないかもしれない。[ID：1-3 男性・25 歳]
- 家事をやりながらテレビで録画を見ることが多い。[ID：1-5 男性・35 歳]
- 動画（視聴）はほとんどながら。自分の部屋のテレビは取りあえず流しておいて、本を読んだり掃除をしたり食事をしている。よほど好きな番組でなければ、テレビを見るためにだけに準備することはほとんどない。[ID：1-6 男性・39 歳]
- 例えば YouTube をパソコンで見ながら家族が見ているテレビを見たり、通知が来て LINE を開くとか、何かやっている時にプラスして他のことをやることが多く、どう書けばいいか分からなかった。[ID：2-1 女性・23 歳]
- テレビや動画を見ながら、LINE が来たら数秒で返す、とかはたまにやる。あまりしないようにはしているけど。[ID：2-3 女性・31 歳]
- （土曜日は）「王様のブランチ」（の放送）をずっとテレビで映していて、携帯をいじったり YouTube を見ていた。[ID：2-1 女性・23 歳]
- タブレットで動画を見ながらメールが来てそれに返してそのまま見入ってしまったこともあった。1 日の中でも同時進行があるので、それを書くのに細かくて面倒だった。テレビを見ながらタブレットをチェックしつつメールが来たとか重複していることが多い。[ID：4-4 女性・48 歳]

これらの発言にみられる同時（ながら）行動には 2 種類のものが含まれている。第一に、情報行動と生活行動の同時（ながら）行動である。例えば、ID1-3 や ID1-5 の発言にみられるように「ご飯の用意をしながらテレビを見る」「家事をやりながらテレビで録画を見る」

などの行動である。そしてもう一つが複数の情報行動が並行して生じる場合である。ID1-6 の発言にあるように、「自分の部屋のテレビはとりあえず流しておいて、本を読んだり」や、ID2-3 の発言にあるように「テレビや動画を見ながら、LINE が来たら数秒で返す」といった場合である。「日本人の情報行動調査」の分析において扱われてきた同時（ながら）行動は後者の場合であるが、日記式調査票への記入においてはこの両者が問題となりうる。

まず問題となるのは、テレビ受像機に映像が映っている状況の扱いである。グループインタビューの中では以下のような発言がみられた。

- 14 日 15 日は雨が降っていてほとんど家にいた。子どもとテレビを見ていて、その間に別の行動をしたり遊んだりしたが、テレビはずっとついてた。[ID：1-4 男性・31 歳]
- よくあるのは、家族はリビングでテレビのニュースを見ているが、私は見ないでパソコンでゲームをしながら暇な時に携帯で LINE を見ている。…（中略）…ずっとテレビがついているので、それを入れていいのかが微妙だ。[ID：2-1 女性・23 歳]
- たまにテレビのつけっぱなしがある。最初見ていたけど途中他のことをしていることがあるので、見ていた時間だけ「テレビを見る」に線をつけて、違う行動の時は他に線をつける。今回は休日なのでつけっぱなしはしなかったが、平日はテレビをつけてもお風呂に入ったりご飯を食べたりして見ていないことがあるので、平日は見ていた時間だけ「テレビを見る」に線を引くと思う。[ID：2-2 女性・28 歳]
- 旦那さんがテレビを見ていても、私は見てなくて別のことをしているとしたら「テレビを見る」にはつけない。[ID：2-3 女性・31 歳]

これらの発言にみられるように、自分のいる空間の中でテレビ受像機がついているが、自分はそれほど注意を向けていないという状況はしばしば起こりうる。そして、ID2-1 が「ずっとテレビがついているので、それを入れていいのかが微妙だ」と発言するように、情報行動として記録すべきか否かという問題が生じうる。この問題について ID2-2 や ID2-3 が発言するように、記録しないという判断もありうるが、ID2-1 が迷っているように記録するケースもありうると考えられる。

また、同時（ながら）行動の中には記憶に残らないものがあることも複数の発言から示されている。例えば以下のような発言である。

- 記録できているのとできていないものがある。ルーティンで移動中の動画視聴やメールチェックは覚えているが、プッシュで電話がかかってきたりメールが来たりするのは、動画を見ている時だったか歩いている時だったか食事している時だったか、曖昧になることが多い。自分が意識していない行動の時は、曖昧になる。[ID：3-4 男性・53 歳]

- テレビを見ながら内容を調べたり、メールが来たらメールを見る感じなので「テレビを見る」と「メールを読む」の両方つけているが、30秒～1分ぐらいの短いものはつけていない。[ID: 3-3 男性・49歳]
- ながらでやったことは結構忘れちゃう。メールが来てメールにリンクがあって飛んだとしても、メールしか覚えてない。[ID: 3-5 男性・54歳]

これらの発言は、3.2 で取り上げた断続的に、またはごく短時間で行われる情報行動が同時（ながら）行動として行われる場合によるものである。ID3-4 や ID3-3 の発言にみられる行動はプッシュ型の通知によって生起するという点で、発言から示唆される明確な記憶に残らない原因は共通している。また、ID3-5 の発言にみられるように一つのパソコンやスマートフォンの画面上で「日本人の情報行動調査」で設定されている複数のカテゴリー間を行き来する情報行動が生起する機会は珍しくなく、そういった情報行動の一部は記憶に残りにくい可能性がある。

3.4 修正の方向性の検討

本節では、前節までにまとめた「日本人の情報行動調査」における日記式調査票の問題点について、修正の方向性について検討する。当然ながら、前章でまとめられた NHK 国民生活時間調査と重複する論点も存在しているが、ここではこれまでの「日本人の情報行動調査」を前提として検討を行う。

3.4.1 調査票の分類形式について

「日本人の情報行動調査」の日記式調査票はデバイスでの分類が最初にあり、その中でインターネット利用とインターネット以外の利用に分けた上で、具体的な情報行動に分けられる形式となっている。だが、3.1 でまとめたように、これを逆にしたほうがわかりやすいという発言が複数みられた。その一方で、現状の分類形式のほうがわかりやすいという意見もみられた。

日記式調査票の回答にともなう問題は大きく「記入のしやすさ」「記憶の不確かさ」「分類の難しさ」に分けられる。このうち、「記入のしやすさ」に関しては現状の形式と逆の形式に優劣をつけることは難しい。だが、今回のグループインタビューでの発言からは、デバイスに関する記録の困難は主として「記憶の不確かさ」に起因すると考えられる一方で、具体的な情報行動の内容に関しては「記憶の不確かさ」と「分類の難しさ」の両方によって記録の困難が生じていると考えられる。ID2-2 の「この時間は動画を見ていたけど、パソコンだったかテレビだったか分からなくなる」という発言に見られるように、記憶の不確かさによって情報行動の記録が困難になる場合はあるけれども、相対的には現状の「日本人の情報行動調査」における日記式調査票の分類形式、つまりデバイスでの分類を先に

置く形式を継続するほうがよいのではないかと考えられる。

一方で、現状の形式にともなう問題点も存在している。一つ目の問題は調査票の中で提示されるデバイスの不足である。今回のグループインタビューで用いた調査票は簡略版であったため、いくつかのデバイスを除外した。3.1 にまとめたように、回答者は自分の行った「情報行動」で用いたデバイスが調査票で示されていない場合に迷うことがある。現状でもスマートウォッチやスマートスピーカー（AI スピーカー）など、新しい情報機器が世の中で使われ始めているが、「日本人の情報行動調査」でそれらの情報機器を日記式調査票の分類項目で独立させたことはない。利用率の低いデバイスを用いた情報行動は当然、行為者率も低くなるため、日記式調査票の紙幅を考えれば、新しい情報機器の普及率に合わせて項目提示の有無を検討していく必要があるだろう。

こうした問題について、新しいデバイスを「その他」として提示する可能性もありうる。だが、例えばスマートウォッチとスマートスピーカーでは行うことのできる情報行動が大きく異なってくる。回答の難しさのみならず、調査結果としての妥当性・信頼性の観点からも、この問題をよく検討する必要があるだろう。

二つ目の問題は、情報行動の分類の難しさである。この中には「インターネット利用」と「インターネット以外の利用」の難しさも含まれる。今回のグループインタビューでみられた問題でいえば、スマートフォンにおける音声通話の区別の問題である。その他にアリうるものとして、例えば PC におけるオフィス系アプリケーションでの作業はかつてはオフライン作業（インターネット以外の利用）として分類することができたが、現状ではクラウドサービスとの連携により必ずしもオフライン作業とは言えなくなりつつある。また、今回のグループインタビューではテレビ受像機での VOD サービス利用者を対象者としたため、テレビ受像機での VOD 視聴を区別して認識できていたようだが、インターネット接続されたテレビ受像機が普及し、テレビ受像機での VOD 視聴などが一般化していけば、そういった区別のできない利用者が増加する可能性も十分にある。

こうした問題に対して、区別した記録を求めないという修正の方向性がありうる。情報通信技術の発展に合わせて生じる新しい情報行動を既存の行動から区別することは、新しい情報行動の広まりなどを把握できるメリットはあるが、当然、細分化されるほど調査票が複雑化してしまうデメリットもともなう。ただし、抽象的な情報行動を提示してしまうことで分類が困難になる場合もあると考えられる。具体的な項目であるほど分類は明確になる場合もありうる。これらの問題をふまえて今後も「日本人の情報行動調査」における項目内容については継続的に検討していく必要があるだろう。

3.4.2 断続的に、またはごく短時間で行われる情報行動の記入について

「日本人の情報行動調査」における日記式調査票においては、10 分未満の行動に関しては「×」によって記録を求めている。今回のグループインタビューにおいて、「書くほどじ

やない」(ID2-1)という発言がみられたが、こうした問題を回避するためには「×」を必ず記入するよう求める教示を強調する対応がありうるだろう。しかし、それだけでは解決できない問題も多く存在している。

第一の問題は、「×」の記録にともなう測定誤差である。日記式調査票によって主として測定されているのは、行為者率と行動時間である。行動時間の測定のために、「日本人の情報行動調査」においては「×」を5分として換算している。だが、ごく短時間で行われる情報行動が増加していくなかで、「×」を5分として計算した場合には過剰な推計値になる可能性もある。

第二の問題は、記憶の不確かさである。つまり、今回のグループインタビューでも多くみられた「覚えておらず記録しない(できない)」という場合である。日記式調査票において記憶していない行動の記入は当然生じうる。第一の問題との関係でいえば、この記憶の不確かさによって情報行動が記録されないことによって行為者率および行動時間の過小推計が起きうる。だが、この問題について調査票の改善によって解決することは困難であり、これは自己記入式の調査票という方法がもつ限界である。

こうした自己記入式の調査票という測定方法に対して、機械記録による測定方法が対案としてありうる。機械記録による測定は現状ですべての情報行動の測定に用いることができるわけではない。そのため、汎用性の観点では自己記入式の調査票に劣る。その一方で、測定の客観性においては極めて優れているといえる。今後の日記式調査票の検討にあたっては、こうした機械記録による測定データとの照合を行うなど、計量的妥当性・信頼性の検討を重ねていく必要があるだろう。

3.4.3 同時(ながら)行動の記入について

同時(ながら)行動の記入における問題のうち、記憶の不確かさによる問題は前項で述べた検討の方向性と大きく違わない。もう一つの問題は例えば、自分のいる空間の中でテレビ受像機がついているが、自分はそれほど注意を向けていないというような状況の記録の仕方である。こうした問題への対応の一つの方向性として、情報行動の記録と情報への接触の記録を分ける対応がありうるだろう。

「日本人の情報行動調査」の1995年調査、2000年調査では主行動と副行動の区別を用いていた(東京大学社会情報研究所, 1997, 2001)。主行動と副行動の区別は回答者にとっての重要性であり、同時に2つの情報行動を行っていた場合に本人にとって重要だと思われる方を主行動、重要性の低い方を副行動とするものであった。この重要性をもとにした主行動と副行動の区別のように、行動の主体性を基準として情報行動の記録と情報への接触の記録を分ける考え方はありうるかもしれない。

「日本人の情報行動調査」の2005年調査ではこの主行動と副行動の区別は取り除かれた。その理由は「複数の情報行動を同時に並行的に選択している場合、いずれを主とする

か判断が容易でなく、近年のメディア環境では3以上の情報行動を並行的に行うこともまれではない」（東京大学大学院情報学環，2006）というものであった。ここで問題としている情報行動の記録と情報への接触の記録の区別の判断も、主行動と副行動の区別の判断が容易ではなくなったように、容易ではないかもしれない。また、主体的ではない情報への接触に関しては、これまで指摘してきたように記憶の不確かさをともなう可能性が高い。したがって記録の妥当性、信頼性の問題が生じるという問題があるが、様々な形で生じる主体的ではない形での情報への接触を情報行動調査のなかでどのように扱うのかについて、メディア環境の変化もふまえながら検討していく必要があるだろう。

参考文献

- 橋元良明（編）（2016）『日本人の情報行動 2015』東京大学出版会
- 北村 智・河井大介（2014）「日記式調査法による情報行動の時間的連続性・断続性の検討 -携帯インターネット利用と PC インターネット利用の比較分析-」『情報通信政策レビュー』，9，pp.114-143
- 東京大学大学院情報学環（編）（2006）『日本人の情報行動 2005』東京大学出版会
- 東京大学社会情報研究所（編）（1997）『日本人の情報行動 1995』東京大学出版会
- 東京大学社会情報研究所（編）（2001）『日本人の情報行動 2000』東京大学出版会