

平成 28 年 12 月 15 日  
株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント

# “ドラマよりもアニメ” 若者のテレビの好みが変わった！

～若者のテレビ番組の好み 過去と現在を比較して～

－ 『R&D 若者ハンドブック 2017』より（第2弾リリース）－

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント（所在地：東京都新宿区、代表取締役：五十嵐幹）は、各種公開データに加え、生活者総合ライフスタイル調査「CORE」や「U26 平成男子コミュニティ」など、R&D が持つ独自の若者データを盛り込んだ、『R&D 若者ハンドブック 2017』を発行いたしました。

今回はその中から、若者のテレビ番組の好みの変化を過去データとの比較でご紹介いたします。

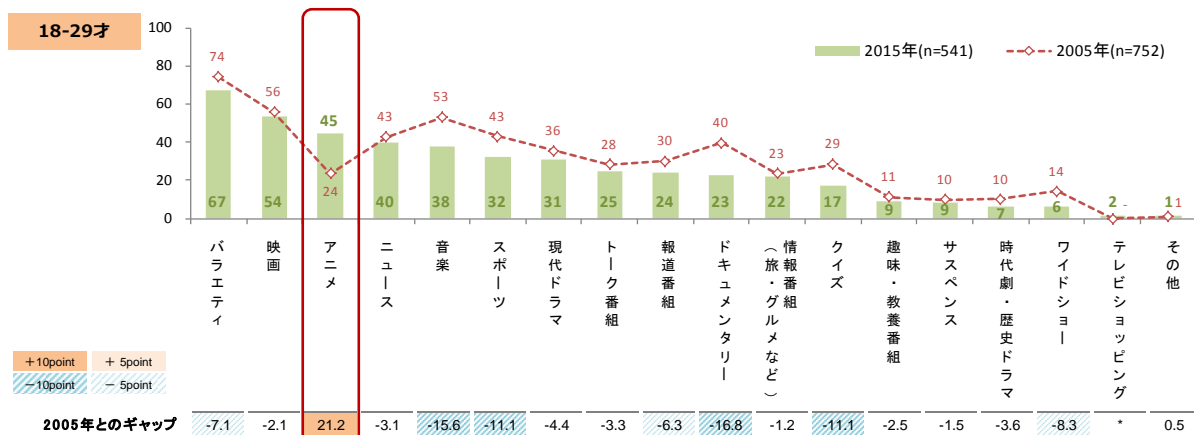
## “若者層では、好きなテレビ番組「アニメ」が 10 年前から大幅に増加”

- 18-29才の好きなテレビ番組を10年前と比較すると、10年前よりも低下している項目が多い。（図1）
- 10年前から大きく伸びているジャンルは「アニメ」で、20pt以上増加している。一方、上位番組では「音楽」「スポーツ」が10pt以上低下。

（図1）好きなテレビ番組

<好きなテレビ番組> ※降順でソート

(MA回答) (%)



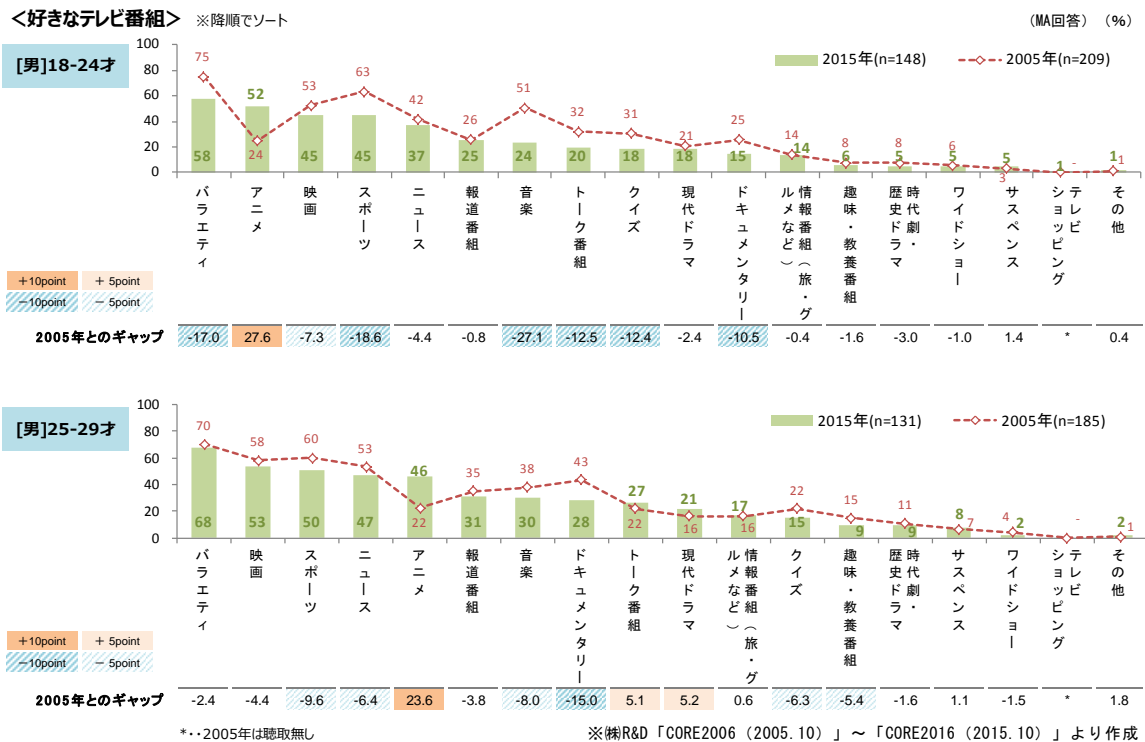
\*..2005年は聴取無し

※総R&D「CORE2006（2005.10）」～「CORE2016（2015.10）」より作成

“24才以下男性では、好きなテレビ番組「バラエティ」の次に「アニメ」がランクイン”

- 年代・性別でみると、10年前の24才以下の男性では、「バラエティ」に次いで、「スポーツ」「映画」「音楽」などが続いていたが、現在では「アニメ」が2位。「バラエティ」「スポーツ」「音楽」が15pt以上ダウンしている。(図2)
- 25-29才においても、「アニメ」が20pt以上上昇している。

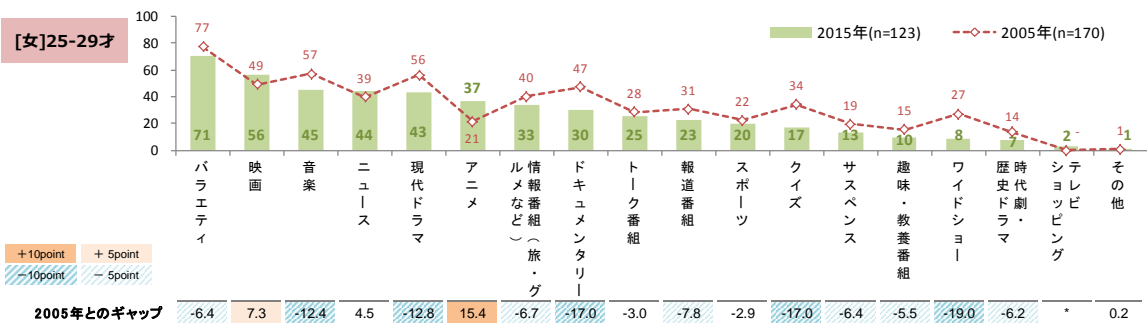
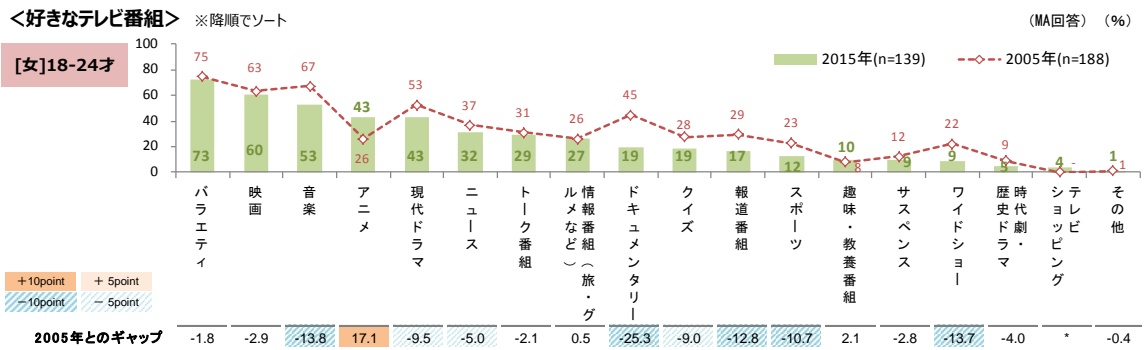
(図2) 好きなテレビ番組(男性)



“若者女性でも 10 年前から伸びているのは「アニメ」”

- 若者女性も男性同様に、大きく伸びているのは「アニメ」。上位番組では「音楽」「現代ドラマ」が約10ptダウン。(図3)

(図3) 好きなテレビ番組(女性)



\*..2005年は聴取無し

※株R&D「CORE2006(2005.10)」～「CORE2016(2015.10)」より作成

## R&D 発 生活者インサイト

### ◇若者の中でアニメの視聴は一般化

若者の好きなテレビ番組を 10 年前と比較すると、男女ともに「アニメ」が大きく上昇した一方で、「バラエティ」「音楽」「スポーツ」が低下するなど、テレビ番組に対する好みは 10 年間で変化していることがわかります。

10 年前と比較して、深夜帯を中心とした大人向けのアニメ作品も増加しています。動画サイトの普及も重なり、気軽にアニメを観られる環境が整ってきました。これらの要因により、以前はオタクカルチャーとして扱われてきたアニメを視聴することが若者の間ではより一般化していることが分かってきました。

### ◇基本欲求構造から生活者をパターン化「ポテンシャル・ニーズクラスター」で分析すると…

今回、年代・性別だけでなく、12 の基本欲求の反応から生活者を 9 つのパターンに分類した、R&D 独自の価値観セグメント「ポテンシャル・ニーズクラスター」を用いて、価値観セグメント別での分析を行いました。

その結果、トレンドの先端にいるクラスターである「トレンドキャッチャー」において、好きなテレビ番組で「バラエティ」と回答する割合が 2010 年から 2015 年にかけて大きく低下していることが明らかになりました。ネット動画で旬を追いかける環境に加えて、テレビ業界の自主規制の風潮もあり、現在のバラエティ番組は若者の先端層の心をつかむことが出来ていないようです。

(年代・性別のほか価値観セグメント別など、詳細の分析結果については、**無料ダウンロードレポート**をご覧ください)

ひとくくりに「若者」といっても、その中身はそれぞれです。意識や実態など切り口は多々あると思いますが、若者ハンドブックでは本質的な欲求構造から生まれた価値観セグメント(=ポテンシャル・ニーズクラスター)でも若者を見ました。

このように若者×ポテンシャル・ニーズクラスターの視点からマーケティングを見ることで、これからの消費のヒントが見つかるかもしれません。

調査結果の詳細につきましては、**無料ダウンロードレポート『価値観セグメントから「若者」と「テレビ」を見る テレビ離れが進む若者、過去と現在の比較』**をご覧ください。

(弊社ホームページよりダウンロードいただけます)

今回、発表しましたデータを含む「R&D 若者ハンドブック 2017」は標準価格 185,000 円(税別)にて販売しております。詳細につきましては弊社ホームページ <http://www.rad.co.jp/> をご覧ください。

### ■R&D 若者ハンドブック 2017 概要■

- 価格： 185,000 円(税別)
- 納品物： 冊子 一冊(全 128 ページ) + デジタルデータ版(PDF ファイル)

各種公開データに加え、生活者総合ライフスタイル調査「CORE」や「U26 平成男子コミュニティ」など、R&D が持つ独自の若者データを盛り込んだ、R&D オリジナルハンドブック

### ■生活者総合ライフスタイル調査システム『CORE』■

- 調査エリア 首都圏 40km圏
- 調査手法 訪問留置調査(一部郵送調査併用)
- 調査対象 18~79 歳男女個人
- サンプル設計 3000 サンプル(回収ベース)
- 調査時期 毎年1回 10 月実施

※『CORE』は、株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメントの登録商標です。

### ■U26 平成男子コミュニティ■



首都圏在住の 20~26 歳独身・平成生まれ男性のコミュニティを 2014 年 1 月にスタートしました。毎月 1 回のオフラインコミュニティとして数名ずつリアルで様々なテーマで座談会を実施しています。(現在は 18 名のコミュニティメンバーで形成されています)

U26 平成男子コミュニティの特徴として、コミュニティメンバーは SNS のグループ LINE で毎日何らかのつながりを継続しています。時には一緒にお酒を飲みながら語り合っています。U26 平成男子コミュニティは日常のつながりの中で彼らのホンネと対話しています。

- 調査手法 月 1 回の継続的な座談会 / SNS での継続的なコミュニケーション
- 調査対象 首都圏在住 20 歳以上の平成生まれの男性 18 名
- 調査時期 2014 年 1 月～

**■会社概要■**

会社名： 株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント  
所在地： 〒163-1424 東京都新宿区西新宿3-20-2  
代表者： 代表取締役社長 五十嵐 幹  
資本金： 30,000千円  
設立： 1968年1月17日  
URL： <http://www.rad.co.jp>  
事業内容： マーケティング・リサーチの企画設計、実施及びコンサルテーション  
経営・マーケティング活動の評価及びコンサルテーション

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

〈例〉「(株)リサーチ・アンド・ディベロプメントが実施した調査によると・・・」

**■お問い合わせ先■****●本分析担当：**

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント マーケティングソリューション部（水野）

**●本資料に関するお問い合わせ：**

株式会社リサーチ・アンド・ディベロプメント セールスプランニング部（小林）

TEL：03-6859-2281 e-mail：radnews@rad.co.jp