

## 4K・8K 放送／テレビ放送 市場調査結果のまとめ (2023年9月調査)

**4K8K 衛星放送視聴者の「画質・臨場感」への満足度は約 9 割の高水準を維持**

### 【4K8K 衛星放送】

- 「現在、衛星放送で 4K 放送が見られる」ことは 38%の人が認知
- 4K8K 衛星放送（※調査画面上では「4K または 8K 放送」と表示）視聴者の「画質・臨場感」への満足度は約 9 割と高水準

### 【テレビ放送のポジショニング】

テレビ放送への評価は動画サービスと比べてポジティブに捉えられているが、性年代による傾向の違いが見られ、若年層を中心に、「テレビを持っていない／テレビで何もしていない」人が増加するなど、テレビ離れの様子があがえる  
などが、今回の調査でわかりました。

### 【A-PAB「4K・8K 放送／テレビ放送 市場調査」とは】

一般社団法人放送サービス高度化推進協会（東京都港区：理事長 相子宏之、以下 A-PAB）は、4K8K 衛星放送ならびにテレビ放送のポジショニングについて、人々の意識、認知・理解度などを測る調査を実施しましたので、結果をご紹介します。4K8K 衛星放送については 2016 年より調査を実施していますが、今回から、一部の質問文や選択肢を変更しましたので、前回までとの比較を記載していない項目があります。

### 【結果概要】

#### 【4K8K 衛星放送について】

4K8K 衛星放送について、「現在、衛星放送で 4K 放送が見られる」ことを知っていた人は 38%であることがわかりました。4K8K 衛星放送の視聴経験者は約 1 割、この視聴経験者における「画質・臨場感」への満足度は約 9 割と、非常に高い評価を得られています。

#### 【テレビ放送のポジショニングについて】

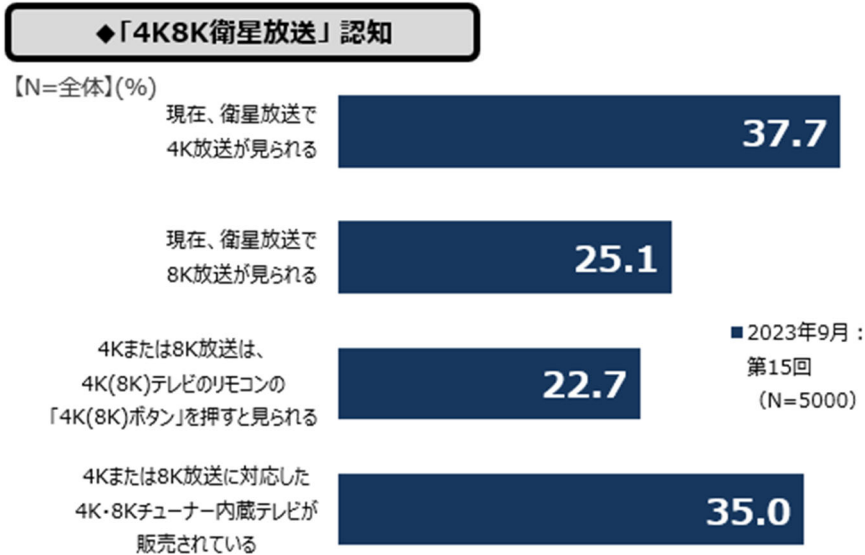
テレビ放送を「なくてはならない」と捉えている人は約 4 割、「あった方がよい」との合計は約 7 割と、前回よりもやや低下しているものの、大半がテレビ放送をポジティブに評価しています。動画サービスと比べても、テレビ放送をポジティブに捉えている人の方が多く、テレビ放送が必要とされている様子が確認できます。テレビ受像機で行っていることは、前回と同様に「テレビ番組の視聴」が突出しています。ただし「テレビを持っていない／何もしていない」人が前回と比べてやや増加傾向にあり、若年層を中心にテレビ受像機の利用自体が減っていると推察されます。各映像サービス・メディアの評価では、「テレビ（地上波放送）」が多くの目的で他メディアと比べて評価されています。特に、「最新情報を得る」「信頼性」という面で評価されている様子が確認できます。

(次ページより詳細)

## 【4K8K 衛星放送について】

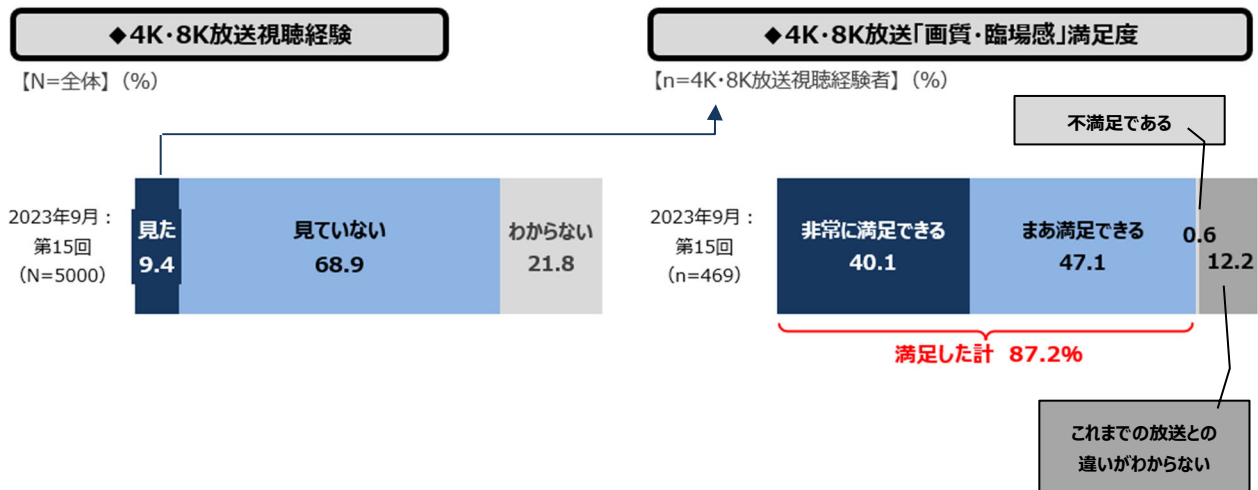
### 1. 4K8K 衛星放送 認知度

4K8K 衛星放送に関する認知度は、「現在、衛星放送で 4K 放送が見られる」ことは 38%、「現在、衛星放送で 8K 放送が見られる」ことは 25%でした。また、「4K または 8K 放送は、4K(8K)テレビのリモコンの「4K(8K)ボタン」を押すと見られる」ことは 23%、「4K または 8K 放送に対応した 4K・8K チューナー内蔵テレビが販売されている」ことは 35%が認知しています。



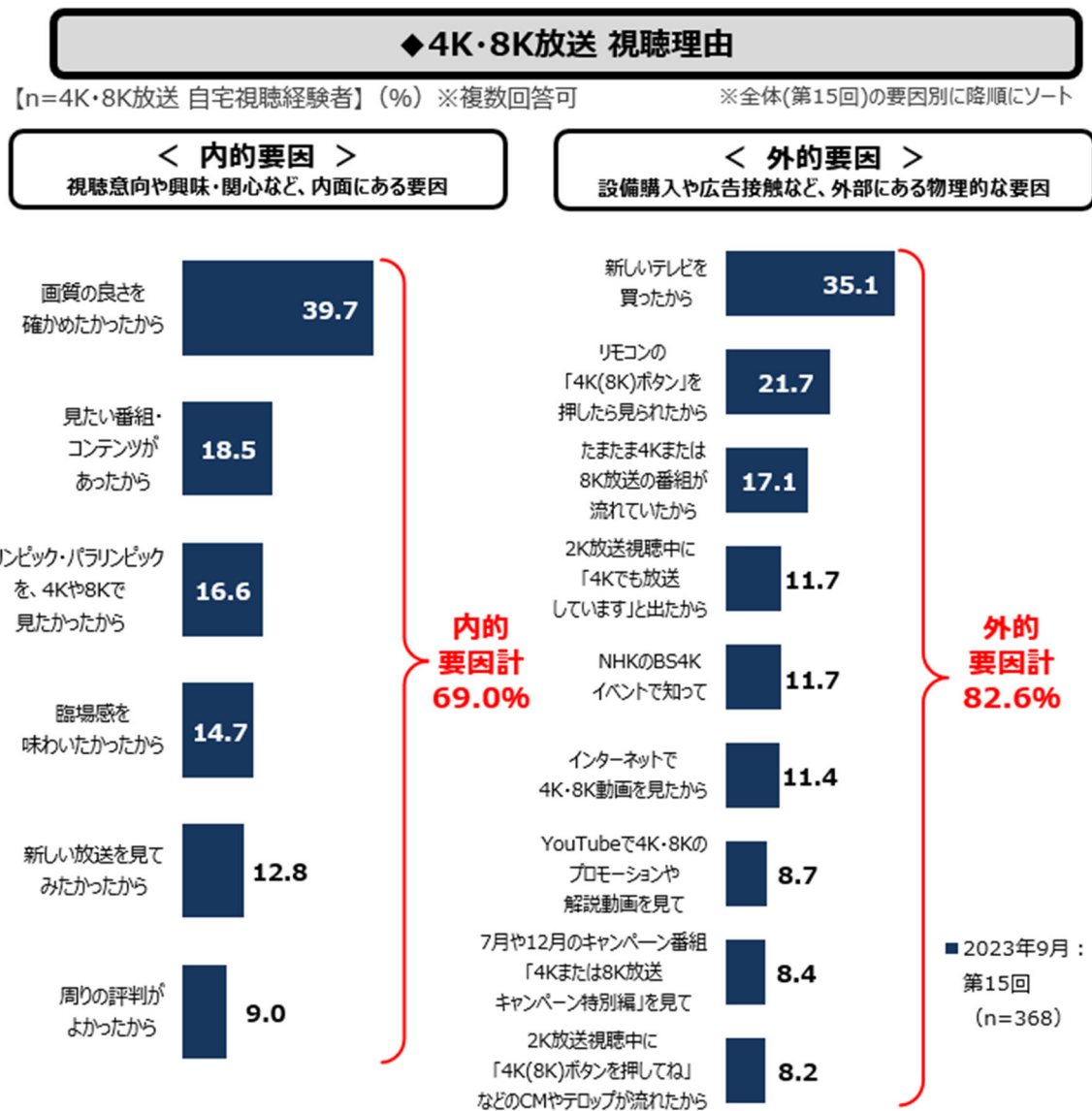
### 2. 4K8K 衛星放送 視聴経験・満足度

4K8K 衛星放送（※調査画面上では「4K または 8K 放送」と表示）を視聴したことがある人は、約 1 割です。また、視聴経験者の「画質・臨場感」への満足度は約 9 割と、非常に高い評価を得られています。



### 3. 4K8K 衛星放送 視聴理由

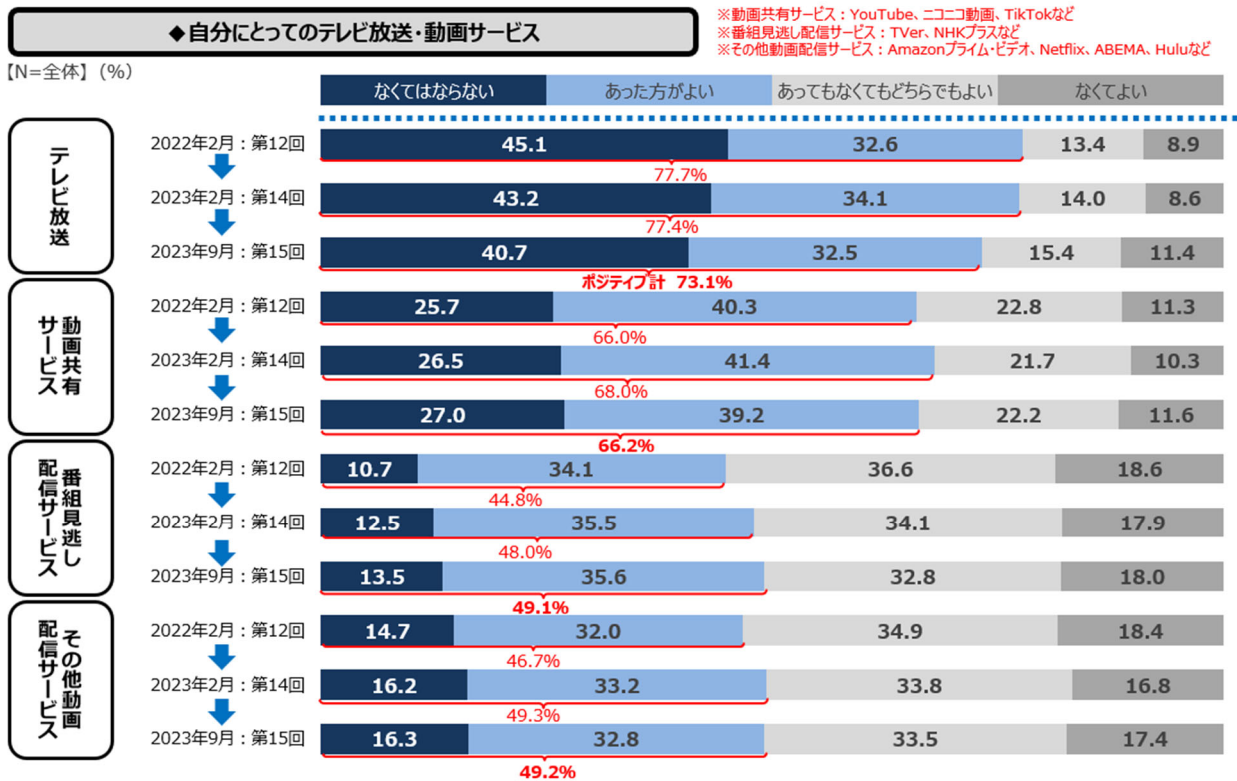
4K8K 衛星放送を「自宅で見た人」に、視聴した理由を尋ねると、視聴意向や興味・関心などの『内的要因』では「画質の良さを確かめたかったから」、設備購入や広告接触などの物理的な要因である『外的要因』では、「新しいテレビを買ったから」「リモコンの「4K(8K)ボタン」を押したら見られたから」がそれぞれ上位にあがっています。また、「YouTube で 4K・8K のプロモーションや解説動画を見て」「『4K・8K 放送キャンペーン特別編』を見て」「『4K(8K) ボタンを押してね』などの CM やテロップが流れたから」についても、それぞれ約 1 割の人が選んでおり、広報も一定の効果が出ている様子です。



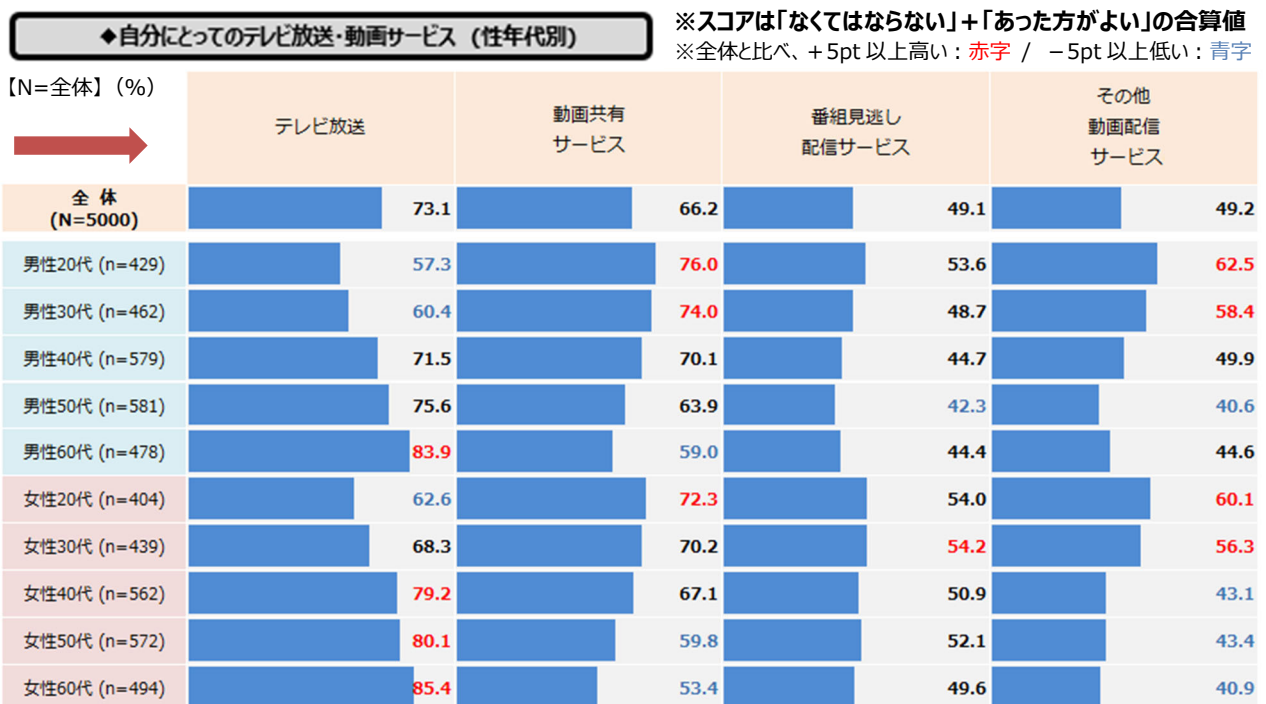
# 【テレビ放送のポジショニング】

## 4. テレビ放送、動画サービスの位置づけ

テレビ放送がどのような存在であるかを尋ねたところ、「なくてはならない」と捉えている人は約4割で、「あった方がよい」と回答した人と合計すると約7割でした。過去調査同様、動画サービスと比べると、テレビ放送の方がポジティブに捉えられている様子が確認できます。ただし、過去調査のスコアと比べると、テレビ放送の「ポジティブ計（「なくてはならない」+「あった方がよい」）は、緩やかに低下傾向です。



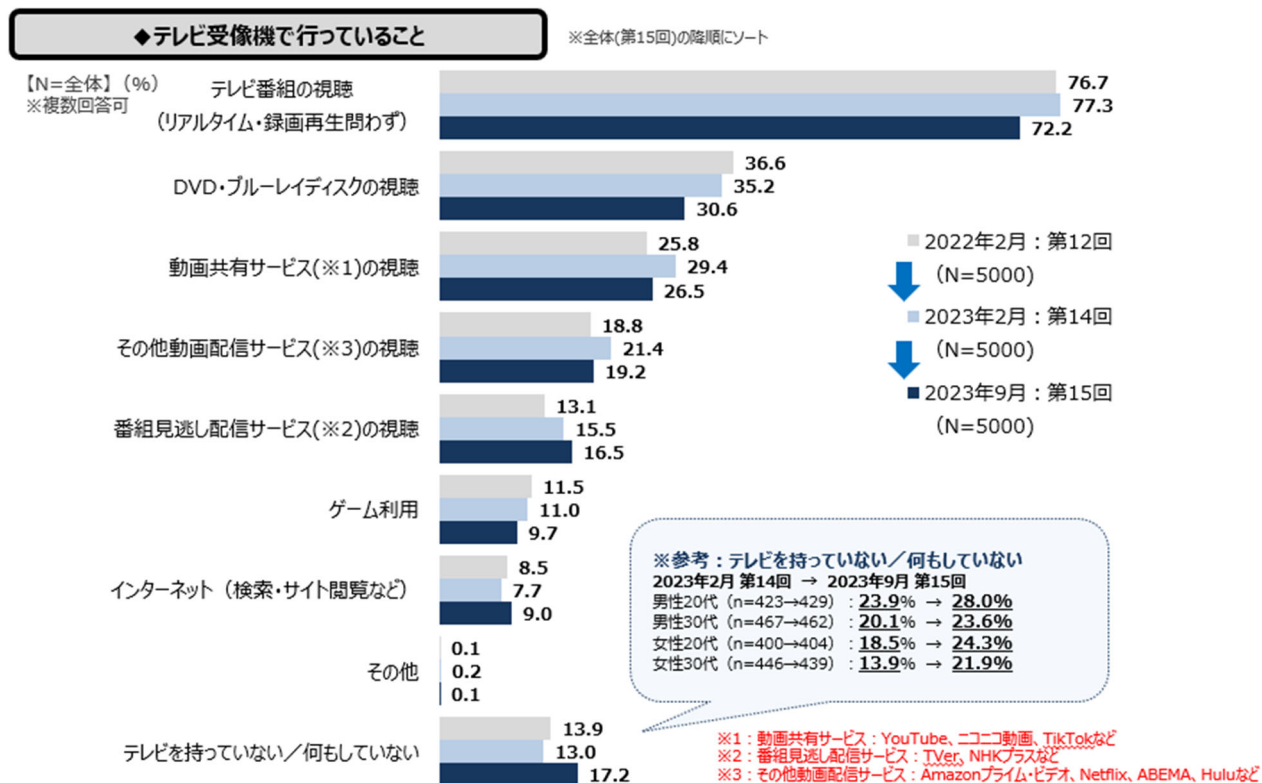
今回の結果を性年代別で見ると、「テレビ放送」は高齢層、「動画共有サービス」は若年層ほど、自分にとって必要と感じている割合が高く、30代以下は男女ともに「動画共有サービス」が「テレビ放送」を上回っています。



※データバー：MAX値100%で設定

## 5. テレビ受像機で行っていること

テレビ受像機で行っていることを、以下の選択肢を提示して聞いたところ、「テレビ番組の視聴」が7割超えで突出しています。ただし、前回と比べると低下しています。一方、「テレビを持っていない／何もしていない」は前回と比べてやや上昇しており（特に20代・30代）、若年層を中心にテレビ受像機の利用自体が減っていると推察されます。



## 6. 各映像サービス・メディアの評価

以下（次ページ）の左側に提示している目的・項目について、最も役に立っているメディアを尋ねると、多くの項目で「テレビ（地上波放送）」がトップでした。特に、他のメディアよりも「世の中の最新情報を知る」「番組やコンテンツの内容が信頼できる」という点で評価されています。

（表グラフは次ページに記載）

◆各映像サービス・メディアの評価

【N=全体】(%) 2023年9月：(第15回) N=5000

それぞれの目的・項目において、  
スコアが高い順に、1位のメディア：■ / 2位のメディア：■ / 3位のメディア：■  
で色付けしています

それぞれの目的・項目に対して  
最も役に立っているメディアは…  
という形で表しています

	テレビ (地上波 放送)	テレビ (衛星放送 (CS・BS 放送))	ラジオ放送	新聞 (電子版 サービスも 含む)	雑誌・書籍 (電子版サービ スも含む)	動画 共有サービス (※1)	番組 見逃し 配信サービス (※2)	その他 動画配信 サービス (※3)	SNS (LINE・ X(Twitter)・ Facebook・ Instagram など)	インターネットサ イト・アプリ (動 画サービス・ SNS以外)
番組やコンテンツが面白い	29.7	4.7	5.0	3.6	3.9	23.4	4.3	9.1	6.8	9.5
世の中の最新情報を知る	32.2	3.8	5.4	7.9	3.8	11.3	3.5	3.5	13.6	15.0
番組やコンテンツの内容が 信頼できる	33.7	5.4	5.8	11.9	5.2	10.0	4.8	7.2	6.6	9.4
新しい知見を得られる	26.6	5.1	4.7	7.9	6.5	14.5	3.3	6.0	11.5	13.9
作りこまれた番組や コンテンツが楽しめる	30.9	8.2	4.4	4.1	4.2	15.9	5.5	12.3	6.3	8.1
番組やコンテンツの 選択肢が多い	26.1	6.3	4.4	4.0	3.6	19.4	6.0	13.5	6.7	10.1
新しいつながりが得られる	21.2	4.0	5.0	4.4	3.9	14.8	3.9	6.6	23.2	12.9

※1：動画共有サービス：YouTube、ニコニコ動画、TikTokなど ※2：番組見逃し配信サービス：TVer、NHKプラスなど  
※3：その他動画配信サービス：Amazonプライム・ビデオ、Netflix、ABEMA、Huluなど

※データバー：MAX値50%で設定

【調査概要】

- ◆調査手法 WEB 調査
- ◆調査対象エリア 全国 47 都道府県
- ◆調査対象者 上記エリアに居住する男女 20 歳～69 歳
- ◆サンプル数 計 5,000 サンプル (2017 年 7 月調査は 6,000 サンプル)  
※住民基本台帳の性年代構成に基づいて割付
- ◆調査期間
  - 2016 年 9 月調査 : 2016/9/17 (土) ~ 9/19 (月)
  - 2017 年 7 月調査 : 2017/7/29 (土) ~ 7/30 (日)
  - 2018 年 2 月調査 : 2018/2/3 (土) ~ 2/4 (日)
  - 2018 年 9 月調査 : 2018/9/29 (土) ~ 9/30 (日)
  - 2018 年 11 月調査 : 2018/11/10 (土) ~ 11/11 (日)
  - 2019 年 3 月調査 : 2019/3/2 (土) ~ 3/3 (日)
  - 2019 年 7 月調査 : 2019/7/20 (土) ~ 7/21 (日)
  - 2020 年 5 月調査 : 2020/5/22 (金) ~ 5/24 (日)
  - 2021 年 2 月調査 : 2021/2/19 (金) ~ 2/21 (日)
  - 2021 年 9 月調査 : 2021/9/10 (金) ~ 9/13 (月)
  - 2022 年 2 月調査 : 2022/2/25 (金) ~ 2/28 (月)
  - 2022 年 9 月調査 : 2022/9/9 (金) ~ 9/11 (日)
  - 2023 年 2 月調査 : 2023/2/17 (金) ~ 2/21 (火)
  - 2023 年 9 月調査 : 2023/9/22 (金) ~ 9/24 (日)

◀本件に関するお問合せ▶

一般社団法人 放送サービス高度化推進協会 (A-P A B)  
広報・企画部 南里、重森 TEL 03 (6426) 5423