



このレポートは米国で 2011 年 6 月 15 日に発行されたものです。

## クロス・プラットフォーム・レポート

### アメリカ人のテレビ、モバイル、ウェブ・ビデオの視聴が増加

今日の平均的なアメリカ人にとって、ビデオ視聴の方法はタイミング、手法、場所を含め多岐に渡っている。ニールセンの「[クロス・プラットフォーム・レポート](#)」によると、今日のアメリカ人の TV、モバイル端末、パソコンからのインターネットを通じたビデオ視聴時間はかつてない程増加していることが浮き彫りになった。

#### 従来型テレビ

アメリカ全体での月単位テレビ視聴時間は昨年に比べ、視聴者1人当たり22分増加した。テレビは引き続き、全世代にとって最も顕著なビデオ・コンテンツ源となっている。さらにニールセンのデータによると、視聴者は高品質なテレビ・コンテンツの有料化を前向きに受け止めており、従来型テレビ放送のみを受信する世帯はアメリカでテレビを保有している全世帯の 10 分の 1 となっている。

#### モバイル・ビデオ

月単位の視聴時間は数時間程度にとどまっているものの、モバイル・ビデオ視聴時間は増加傾向にあり、昨年比 41%増、さらには 2009 年に対して 100%増を記録している。

#### TV のタイムシフト視聴

タイムシフト視聴も増加傾向で、デジタル・ビデオ・レコーダーの普及と視聴時間の両方が増えている。

#### インターネット・ビデオ

インターネットでのビデオ・ストリーミングも視聴時間が増加、特に若い世代を中心に幅広い年代層で顕著な伸びを示している。

#### 最新トレンド： 家庭における旧来型 TV とネット・ストリーミングの混在

2010 年秋までのニールセン・データを見ると、最もメディアに接触している層は全プラットフォームを通じてメディアに接触していることが分かる。この通念をくつがえすのは TV とインターネットを保有する世帯の消費者で、TV 接触時間が最も少ない層はネット・ストリーミングが極めて多く、旧来型 TV 視聴は指標を下回っている。

このトレンドの中心となるのは 18-34 才の視聴者で、影響は大きいが数としてはまだ少ないレベルにとどまっている。実際、TV・ネット人口の1/3以上がストリーミングを行なっておらず、TVを視聴しないのは全体の1%未満。

視聴態度の詳細(民族・性別・年齢別、最新トレンド・デバイスや普及など)については、[「クロス・プラットフォーム・レポート」](#)完全版をダウンロードの上、ご覧ください。

<http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports-downloads/2011/cross-platform-report-q1-2011.html>