

**接触時間はネットがトップ****ジーコム調べ**

マーケティングリサーチ専門会社(株)ジーコム(福岡市博多区古門戸町、村上隆英社長)の生活行動研究所が調査した県内居住者の1日のメディア接触平均時間は、新聞、雑誌、ラジオ、テレビなど「従来型メディア」の総計が3時間29分、「イン

ターネット」が2時間53分となった。特に20代については、「従来型メディア」が2時間52分、「インターネット」が3時間26分で、他の調査対象世代と異なる結果となった。

調査期間は5月21日から27日の1週間。同社の調査モニター「コムネット」を対象に行ったアンケート調査で、9月26日に調査結果を公開した。県内在住で20歳以上の男女を調査対象とし、調査規模は男性350件、女性350件の計700件。年代は20代から60代を対象に各世代140件を調査した。

同社の調査によると、1日のメディア接触時間の平均は「インターネット(パソコン、モバイルでの利用合計)」が2時間53分と最も長い。次いで「テレビ」が2時間22分、「ラジオ」が34分となった。年代別に見ると、年齢層が高くなるにつれ「ラジオ」「新聞」の接触時間が長く、若年層ほど「モバイルでのインターネット」の接触時間が長くなっている。

インターネットでよく見る情報については、「経済・ニュー

ス」の割合が63%と最も高い。次いで、「旅行・レジャー」が45%、「食品・料理・グルメ」が44%、「趣味関連」が42%、「エンターテイメント」が35%となった。いずれの年代も「経済・ニュース」が第1位と高い割合を占めているが、第2位においては、20代が「エンターテイメント」で42%、30・40代が「食品・料理・グルメ」で平均50%、50・60代が「旅行・レジャー」で58%と各世代でばらつきのある結果となった。