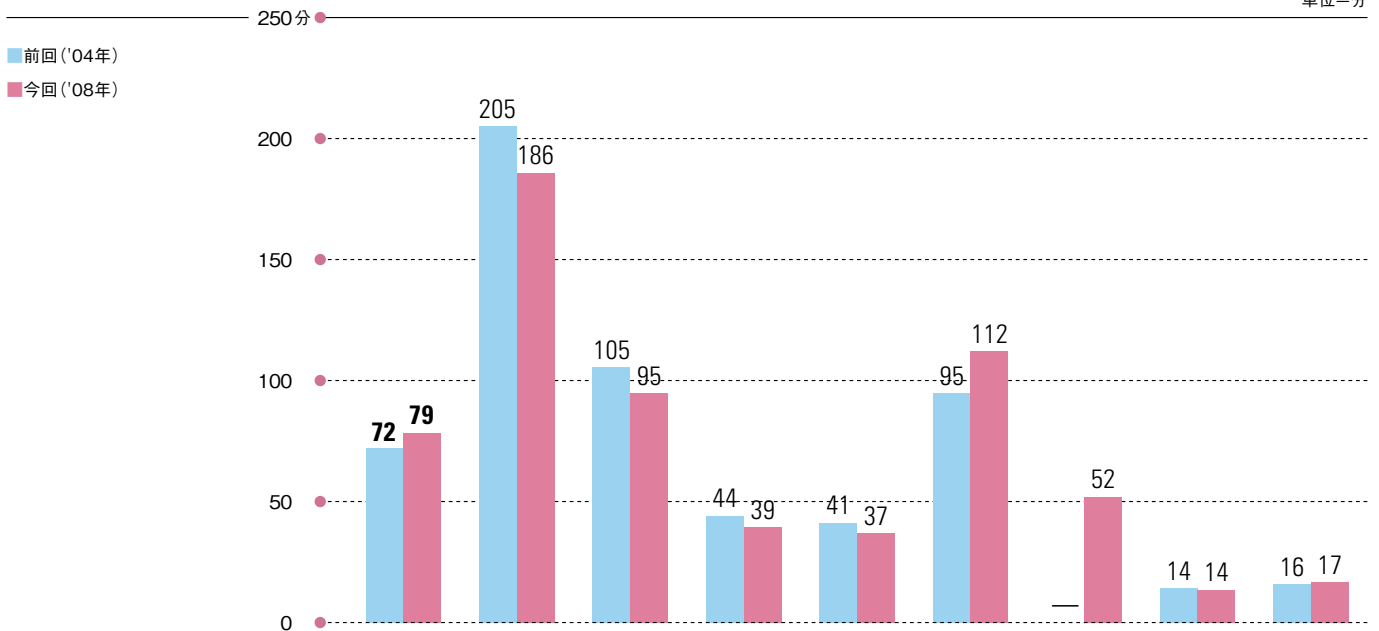


## 各媒体接触者での平均接触時間量は、テレビを筆頭にマス媒体が減っている中、「電車」の利用時間量は増加しています。

平日の電車利用時間量は**全体平均79分**で、テレビ(186分)、インターネット・メール(パソコン)(112分)、ラジオ(95分)に次ぐ時間量です。インターネット・メール(パソコン)を除く他の媒体が減少する中、**前回調査よりも増加**しています。性・年代別に見ると、**電車利用時間量は男性層やF1層で多く、特にM1層やF1層ではラジオを上回ります**。インターネット・メール(携帯電話)は若年層ほど時間量が多い傾向が顕著に表れており、年代が上がると時間量が多くなるのはテレビや新聞となっています。鉄道利用別では、**鉄道利用頻度が多いほどテレビ接触時間量が少なくなっています**。

平日1日あたりの媒体接触時間量(各媒体接触者)

単位=分



(各媒体接触者)		電車	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット・メール(パソコン)	インターネット・メール(携帯電話)	折込チラシ	フリーペーパーフリーマガジン
全体('08年)		78.5	185.9	94.9	39.4	36.9	112.0	52.0	13.5	16.6
性別	男性	89.8	161.7	96.2	40.6	38.1	123.7	49.1	12.4	15.7
	女性	64.0	211.0	93.2	38.0	35.8	96.6	54.9	14.3	17.3
性・年代別	男女 15~19歳	68.1	157.6	77.2	14.5	31.4	107.8	122.0	7.6	13.2
	M1(男性20~34歳)	90.0	145.8	78.9	31.3	37.9	152.8	68.1	11.8	16.4
	M2(男性35~49歳)	96.0	148.4	110.1	33.3	36.1	122.6	32.4	10.9	15.9
	M3(男性50~69歳)	86.0	190.4	99.3	54.5	41.2	91.2	19.5	13.8	14.8
	F1(女性20~34歳)	80.5	184.0	80.3	24.8	32.7	119.3	72.2	11.9	18.4
	F2(女性35~49歳)	44.8	213.9	68.7	32.2	33.5	92.1	37.0	14.3	13.5
	F3(女性50~69歳)	61.2	237.5	113.4	51.5	41.2	62.0	22.9	16.0	21.0
鉄道利用別	鉄道デイリーユーザー	87.9	149.8	86.4	35.7	33.2	121.5	59.5	11.3	18.2
	鉄道ミドルユーザー	57.2	208.0	88.4	41.6	37.8	104.6	47.5	13.9	15.5
	鉄道ライトユーザー	50.4	217.1	108.3	42.1	42.2	101.2	43.3	15.2	15.2
前回('04年)		72.1	205.0	105.4	44.2	41.3	94.7	—	14.2	15.8

■は全体と比べて+30分、■は+15分のスコア

◎「インターネット・メール(携帯電話)」は'04年データなし