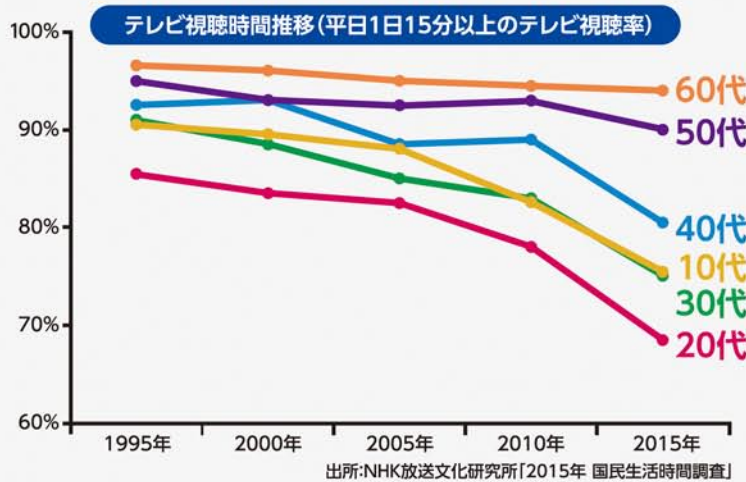


壊れゆく“若者たち”

『File.39 若者のテレビ離れに見る実態』

文 石井 通明 text by Michiaki Ishii



「若者のテレビ離れが深刻」という言葉がはじめてから、もう10年以上が経過しました。その原因は「テレビの内容がつまらなくなった」「苦情が多いから（または、番組制作予算が取れないから）思い切った演出が出来ない」などという話題が多いですが、実際は違うと感じています。

私の3歳になる息子の例です。私の息子も少なからずテレビのお世話になっておりますが、テレビはT社のタイムシフト機器を利用しています。こ



Profile
 東京都大田区生まれ。
 英国ウエールズ大学MBA（経営管理修士）。
 日本交渉学会会員。ハーバード流交渉学・消費者行動心理学・コンフリクトマネジメントを研究。日本コールセンター協会情報調査委員。
 株式会社クロス取締役COO。
 長年コールセンター運営に携わり、人とのコミュニケーションについての研究を進めている。思いやりのコールセンターを展開。
 beccall1031642012088
<http://www.beall.jp>

のタイムシフト機器というのは、テレビ局7局分の番組を過去約3日分全て録画しており、好きな時に振り返って見られることで見逃しが無い便利なものです。息子にとっての映像媒体は、このタイムシフト機器とDVDと、スマホで見るYouTubeが主たるものとなります。

息子は言葉を覚えたての3歳です。目の前にあるものを見て直感でしか判断できないことから、息子は「自分の好きなタイミングで好きなものを見る」という感覚しか持っていません。テレビ番組に入るCMを飛ばせない理由も、途中から目にした番組を「最初から見ろ！」と言い出し、頭出しをして最初から見たりします。これはつまり、世代が違えば感覚そのものが違うことになり、番組を見終わった後「もう

一回見たい！」と平気で口にしませんが、本来テレビ番組はもう一回見られませんか。当たり前のことを当たり前と捉えられないのです。

媒体は今、完全に手元のスマホに移っています。家の居間に家族で腰掛けて、みんなでテレビを見るような時代では無くなってきました。食卓を囲んで、それぞれがスマホ片手にテレビを見るような家庭も存在していますし、今後増えてくる可能性もあります。

一方でメディアは多様化の一途です。YouTube、ニコニコ動画、Hulu、Amazonプライムビデオなど、海外のメディアも含めると、多彩であり、若い層ほど理解しています。大人たちが古い価値観のまま、こうした時代の変化を捉えずにいると、今後の日本は判断を誤ると言えます。