

◇^{NEW}

「eMarketer」の調査によると、昨年（2010年）、アメリカの成人のメディア接触時間で、モバイルメディアがプリントメディアと同じになった。

以下は、プリントメディアの新聞と雑誌、それにモバイルメディアの接触時間のシェア推移

。

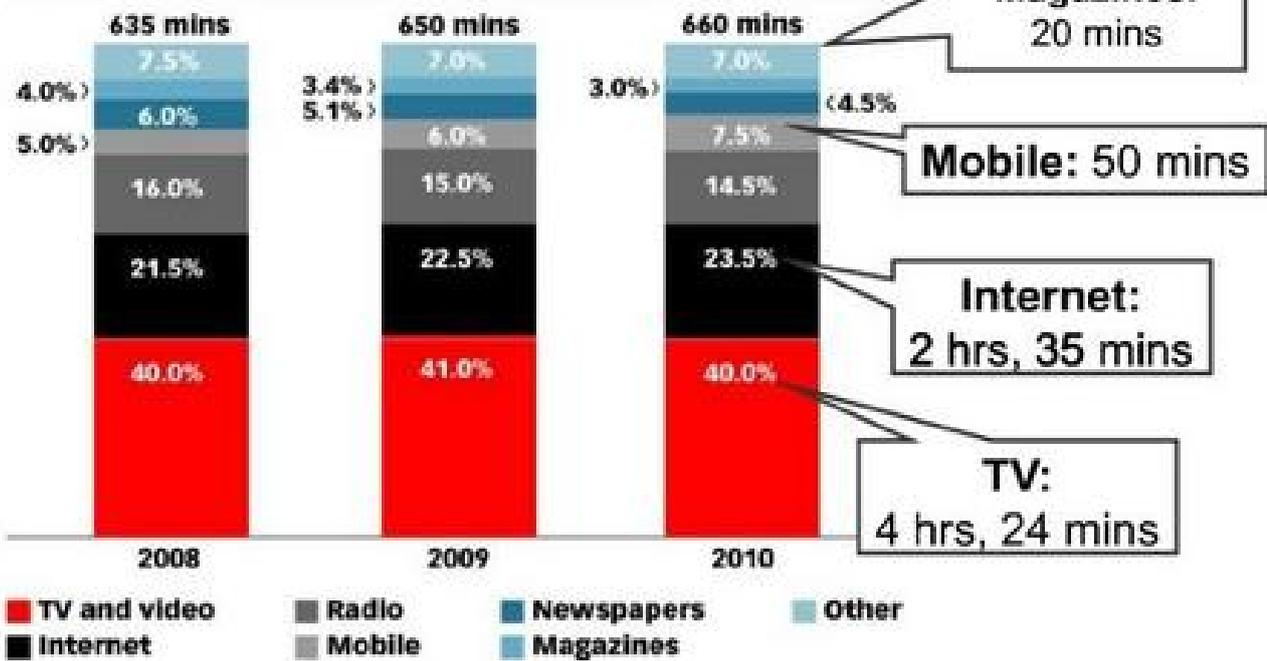
- ・ Newspapers(新聞) 4.0%(2008年)→3.4%(09年) →3.0%(10年)
- ・ Magazines (雑誌) 6.0%(2008年)→5.1%(09年) →4.5%(10年)
- ・ Mobile(モバイル) 5.0% (2008年)→6.0%(09年) →7.5%(10年)

新聞と雑誌を加えたプリントメディアの接触時間シェアは、2008年は10%でモバイルメディアの2倍もあった。それが2010年には7.5%に減り、モバイルメディアと同じシェアになった。ということは、今年もモバイルメディアがプリントメディアを追い抜くのは間違いない。

なお、この調査では、テレビを視聴しながらインターネットを利用した場合、その時間をTV接触時間にもインターネット接触時間にも加算している。

Share of Time Spent per Day with Major Media by US Adults, 2008-2010

% of total



Note: time spent with each medium includes all time spent with that medium, regardless of multitasking; for example, 1 hour of multitasking on the internet and watching TV was counted as 1 hour for TV and 1 hour for internet
 Source: eMarketer, Dec. 2010

- [Quick Stat: Time Spent on Mobile Equals That of Print](#)