

自主調査結果のご案内
ミャンマー TV視聴に関する調査

合同会社 サーベイマイ
2014年4月

調査概要

対象国:ミャンマー

調査手法:オンライン調査

対象者条件:16歳以上のミャンマーに住んでいる一般男女

Facebook上の自社運営コミュニティ「Smaphone」で募集

質問数:20問（今回はその一部を開示）

回収数:N=256

調査期間:2014年3月27日-4月1日

調査実施主体:合同会社サーベイマイ

回収数の内訳

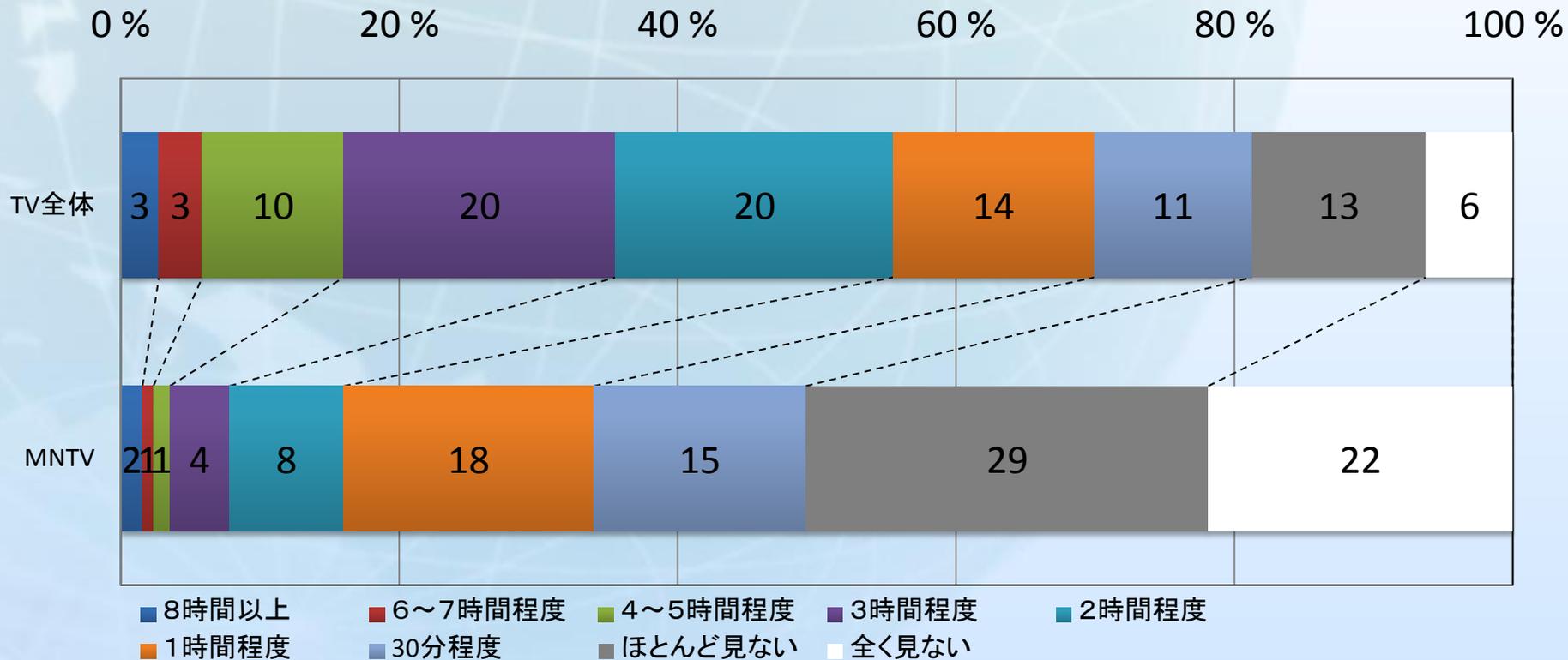
年代	男性	女性	合計
10代	17	6	23
20代	73	62	135
30代	46	28	74
40代以上	19	5	24
合計	155	101	256



調查結果

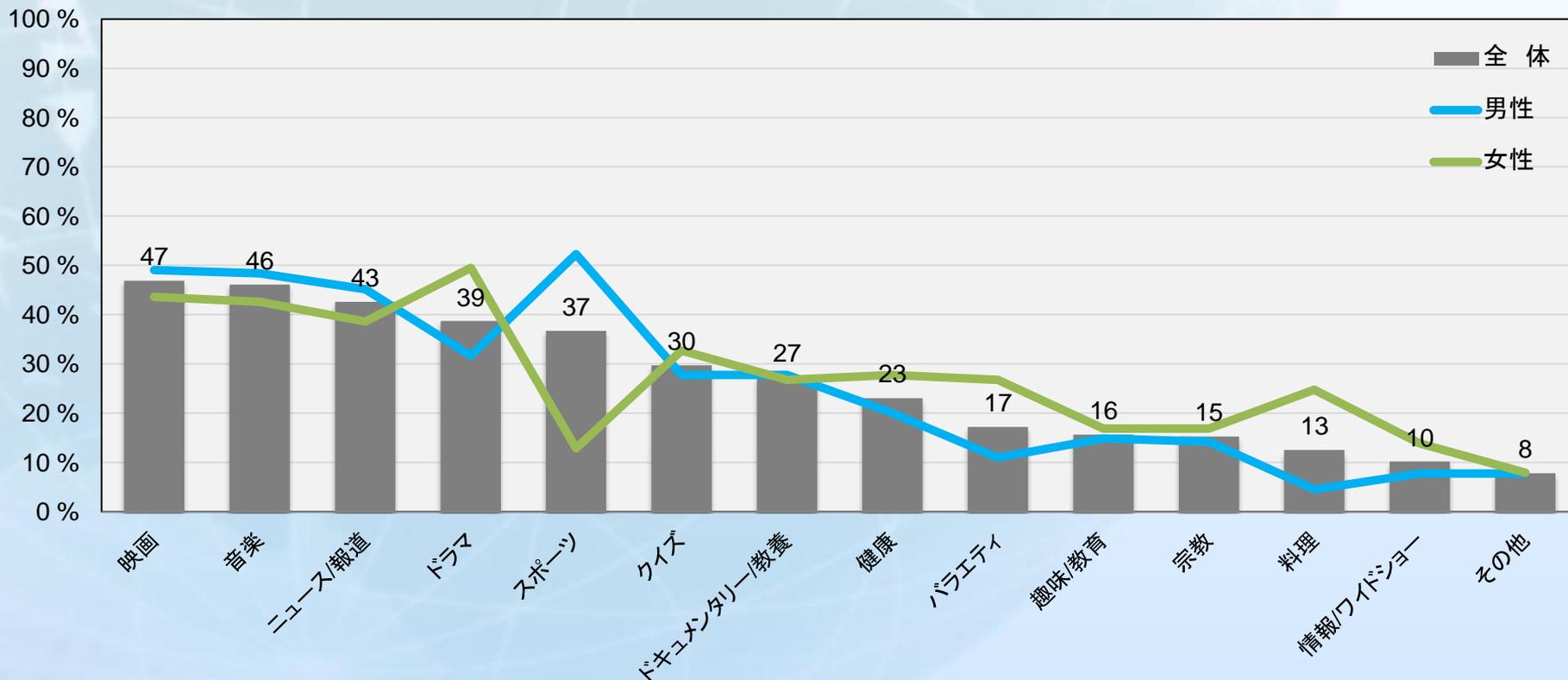
テレビは全体で一日平均で2-3時間が多い。
日本のドラマが放送されているMNTV (ミャンマー・ナショナル・テレビジョン) を見る人は少ない。

Q 一日にどの程度視聴していますか。(SA)



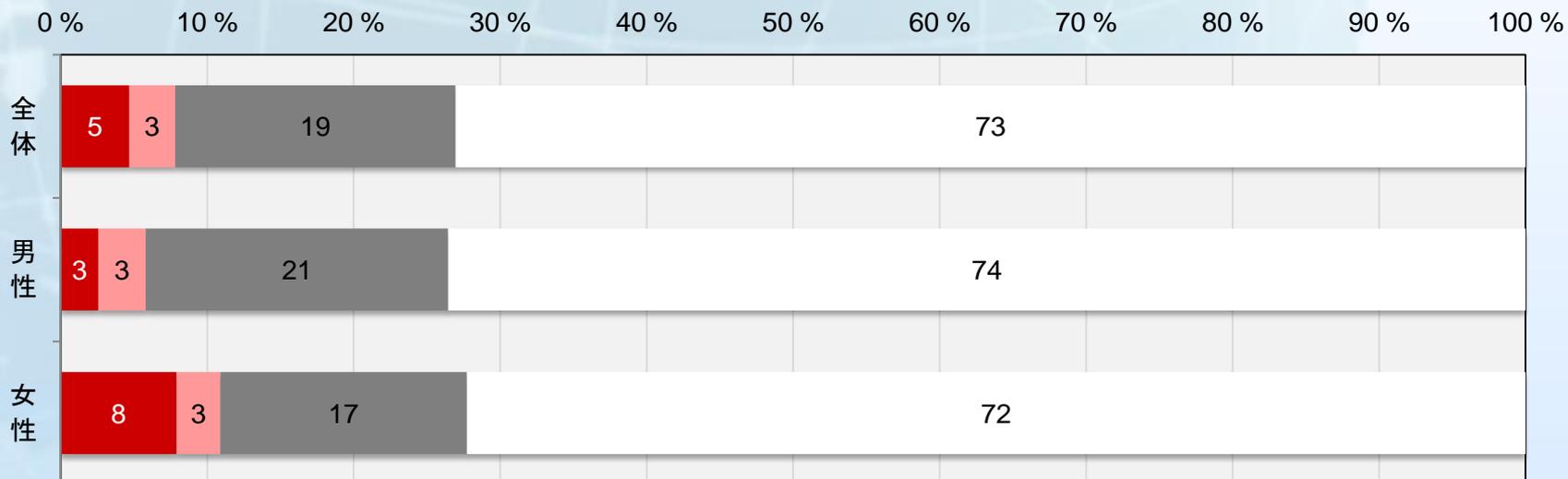
普段見ているTV番組は、男性では「スポーツ」、「映画」、「音楽」、「ニュース」、女性では「ドラマ」、「映画」、「音楽」、「ニュース」の順。「バラエティ」、「料理」などが女性で高い。

Q どのようなテレビを普段見ていますか。(MA)



ミャンマーで放映中のドラマ「カーネーション」については、
男女とも7割以上が「放送自体知らない」。
女性で視聴している人が多く、8%が「見ている」。

Q ミャンマー・ナショナル・テレビジョン(MNTV)で3月3日から日本のテレビドラマ「カーネーション」を放送していますが知っていますか。
(SA)



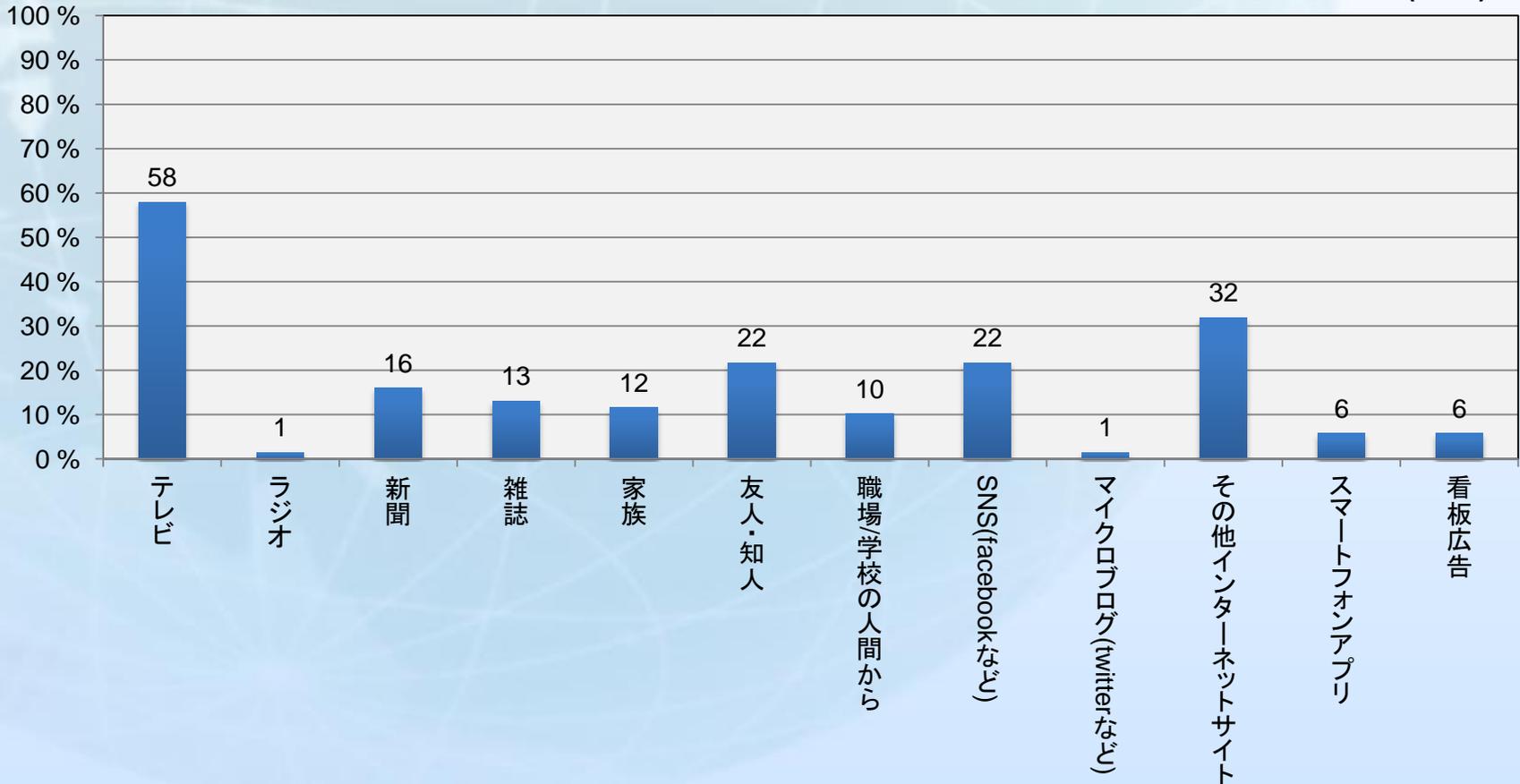
- 放送は知っているし見ている
- 放送は知っているし見たことがある
- 放送は知っているが見ていない
- 放送自体知らない

ドラマ「カーネーション」の認知媒体

「カーネーション」の認知媒体としては、「テレビ」が6割と番宣や報道を通して伝わっている模様。次いで「友人・知人」や「SNS」といったオン・オフでの口コミ。

Q そのテレビドラマはどの媒体から知りましたか。(MA)

※認知者ベース(N=69)



ドラマ自体もさることながら日本を知るといった感想が多い。

Q そのテレビドラマの感想等を記述してください。(OA)

※視聴者ベース

私を幸せにさせます。
(10代男性、学生)

実話であり、ドラマの制作も
良かったからです。
(30代女性、専門職)

一つの国の文化、自然を手軽に
勉強でき、見習う箇所がたくさんあり、
とても良かったです。
(30代女性、会社員(上級管理職))

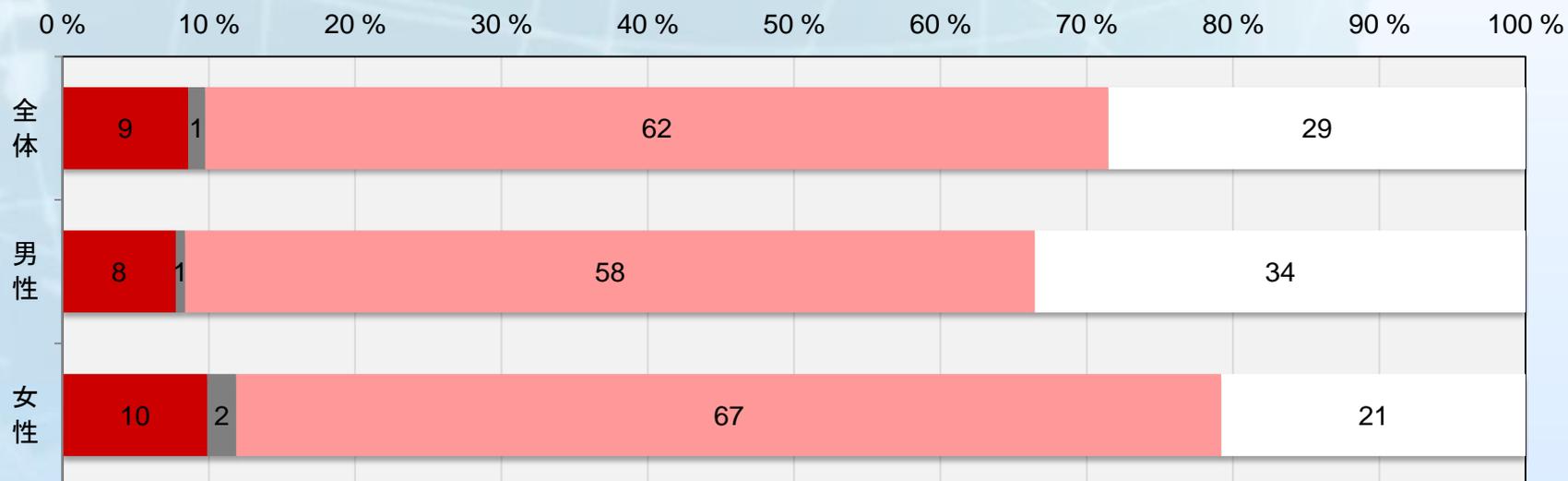
日本人の性格を十分に表現できるから
(20代男性、会社員(上級管理職))

主人公の糸子は人生の目標を達成し
た上、国の評判も上げられて凄く
いいドラマだと思います。
(20代男性、学生)

日本の伝統的な服装、生活が好きなの
で見ました。内容も好きです。
(30代女性、自営業)

ミャンマーで4月から放送を開始したドラマ「篤姫」については、
男女とも9割前後が「放送することを知らない」。
一方で、視聴意向は女性で8割、男性でも7割弱と高い。

Q ミャンマー・ナショナル・テレビジョン(MNTV)で4月1日から日本の時代劇ドラマ「篤姫」を放送する予定ですが知っていますか、
また見てみたいですか。(SA)



- 放送は知っているし見てみたい
- 放送は知っているが見たいと思わない
- 放送は知らなかったが見てみたい
- 放送は知らないし、見てみたいとは思わない

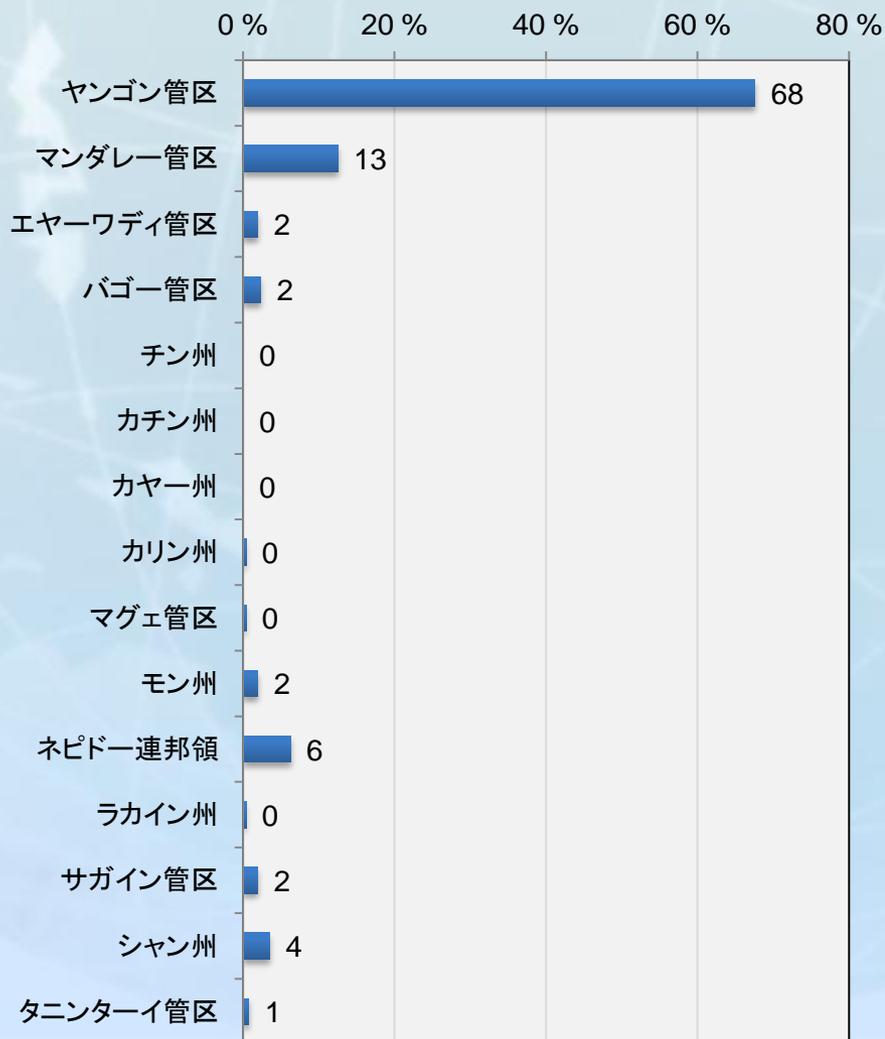
日本のTV番組では、「ドキュメンタリー/教養」を見たい人が男女とも最も多い。
このほか男性では「ニュース」、「スポーツ」、女性では「バラエティ」、「料理」を見たい人が多い。

Q 日本のどんな番組を見てみたいですか。(MA)



属性データ

S 居住地域(SA)



参考:ミャンマーの行政区分地図



F 職業(SA)



F 世帯月収(SA)

※1MMK(チャット)=0.1円

