

2012年8月27日

朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社
中日新聞社、神戸新聞社

新聞ではロンドン五輪の結果の詳細情報を知り、6割が普段よりじっくり読んだ 五輪協賛企業に好感 85% —7新聞社共同調査—

朝日新聞社(東京都中央区築地 5-3-2)、産経新聞社(東京都千代田区大手町 1-7-2)、日本経済新聞社(東京都千代田区大手町 1-3-7)、毎日新聞社(東京都千代田区一ツ橋 1-1-1)、読売新聞社(東京都中央区銀座 6-17-1)、中日新聞社(愛知県名古屋市中区三の丸 1-6-1)、神戸新聞社(兵庫県神戸市中央区東川崎町 1-5-7)の7新聞社は、ロンドンオリンピックと節電意識についての共同調査を8月初旬に行いました。

調査は、各紙の購読者パネルで構成された新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR(ジェイ・モニター)」を使って行い、首都圏、近畿圏、中京圏、福岡県の4エリア合わせて3,473人が回答しました。前回調査をロンドンオリンピック開幕前の7月初めに金メダル獲得個数予想などについて行っており、今回は開幕後に新聞がどのように読まれているかなどに焦点を当てました。

ロンドンオリンピックに関する結果

■ 普段よりスポーツ面をじっくり読む6割。特に女性。

オリンピック開催期間中の普段と比べた新聞の読み方は、朝刊全体では「普段よりじっくり読む」が27.1%で、3割近くが熱心に読むことがわかりました。スポーツ面に限ると59.4%と約6割に増加します。一方、「普段より読まない」という人はほとんどいませんでした。じっくり読む人は、男性より女性の方が多く、スポーツ面を「普段よりじっくり読む」人は、男性が55.3%に対し女性が63.4%で8.1ポイント上回りました。

■ テレビで競技結果速報、新聞で詳しい内容を知る

ロンドンオリンピックに関する情報種類別にどのメディアから得ているか聞いたところ、「競技結果の速報を知る」のは①テレビ(80.4%)②新聞(24.6%)、「競技結果の詳しい内容を知る」では逆転して①新聞(65.1%)②テレビ(61.5%)となっており、速報と詳報の情報源を使い分けていることがわかりました。

■ 6割がロンドンオリンピックの関連広告に注目。協賛企業には好感や一流感を持つ。

ロンドンオリンピック関連広告に対しては、「注目している」(19.3%)、「やや注目している」(40.6%)合わせて約6割が注目しているという意識を持っており、協賛企業へは、「好感が持てる」(84.7%)、「一流な印象がする」(71.3%)、「世界中で活躍している」(70.5%)などの評価をしています。

■ 東京オリンピック開催に賛成は5割強

2020年のオリンピック開催地に東京が立候補していることについて、「賛成」が28.0%、「どちらかといえば賛成」が25.0%、合わせて52.9%が賛成です。「賛成」は前回7月初旬の調査での同設問の結果とほとんど同じですが、「どちらかといえば賛成」はやや増えており(+2.2ポイント)、意見があいまいだった人の中にはオリンピックを目の当たりにしてやや気持ちを転じた人もあったと推察されます。

■ 前回調査での日本の金メダル獲得予想「7個」が的中

ロンドンオリンピックでの日本選手の獲得金メダル数は7個でしたが、オリンピック開幕前の本調査での個数予想は平均7.1個で見事的中。新聞読者の鑑識眼を証明した形となりました。

節電意識に関する結果**■ 新聞から得ているのは、政府や官公庁・自治体の情報**

節電に関する情報種類別にどのメディアから得ているか聞いたところ、10種類の情報の情報源1位はすべて新聞かテレビでした。新聞が1位だったのは「節電に関する政府や官公庁・自治体の情報」(70.7%)や「節電に対応する企業の情報」(53.6%)、テレビが1位だったのは「最高気温など気象情報」(78.0%)や「節電に役立つ商品の情報」(68.2%)などです。

■ 4人に3人が節電に関する新聞広告に注目

新聞での節電に関する記事への注目は、「注目する」(39.1%)、「まあ注目する」(49.0%)合わせて88.1%。節電関連広告への注目も「注目する」(22.7%)、「まあ注目する」(52.3%)合わせて75.0%と、広告も記事同様に注目されていることがわかりました。

■ 節電に関する情報発信が望まれている

節電に関する意見・行動では、「節電やエネルギー問題について関心がある」の91.2%(あてはまる+ややあてはまる計、以下同)に続き、「節電に関する情報を政府や自治体は積極的に発信すべきだ」(90.0%)、「節電に関する情報を企業は積極的に発信すべきだ」(89.4%)など情報発信を望む意見への賛同が高率となりました。一方、「昨年の夏の節電生活にはストレスを感じた」(37.7%)、「節電をさせられることに理不尽を感じる」(28.3%)などはスコアが低く、現在の事態を受け入れ協力的な市民生活を送る様子が伺えます。

【調査概要】

調査対象者： 当該新聞を購読している15歳～69歳の男女個人

調査エリア： 首都圏(東京・神奈川・埼玉・千葉)

近畿圏(大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山)※神戸新聞は兵庫県ののみ

中京圏(愛知・岐阜・三重)

福岡県

標本抽出方法： 新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。応募者を各紙ごとに全国新聞総合調査(J-READ)の当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付

調査方法： パソコンを利用したウェブ調査。

標本サイズ： 4,894人(1パネル約300名×16パネル)

首都圏：朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京

近畿圏：朝日、産経、毎日、読売、神戸

中京圏：朝日、読売、中日

福岡県：朝日、読売

回収数(率)： 3,473人(71.0%)

実査日： 8月4日(土)～9日(木)

調査機関・レターヘッド： 株式会社ビデオリサーチ

【J-MONITORとは】

今回の調査を行ったJ-MONITORは、新聞広告の広告効果測定を主目的とした新聞社共通の調査プラットフォームです。広告効果の測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的として2011年4月にスタートしました。現在、朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、中日新聞社、神戸新聞社の7社が参加しています。

調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチ(東京都千代田区三番町 6-17)が行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。

＜本件に関するお問い合わせ先：J-MONITOR連絡協議会広報幹事＞
読売新聞東京本社 広告局マーケティング戦略部 国友(03-3216-8788)
問い合わせメールアドレス press@j-monitor.net

J-MONITORオフィシャルサイト <http://www.j-monitor.net/>

< 参考資料 >

【オリンピックについて】

オリンピック時の普段と比較した新聞の読み方 (単位:%)

		普段より じっくり読 む	普段と 読み方は 変わらない	普段より 読まない
朝刊 n=3,473	全体	27.1	70.7	2.2
	スポーツ面	59.4	36.7	3.9
夕刊 n=2,387	全体	24.5	73.0	2.5
	スポーツ面	56.5	39.6	3.9

< 男女別 > (単位:%)

		普段より じっくり読 む	普段と 読み方は 変わらない	普段より 読まない
朝刊 全体	男性(n=1,729)	24.2	73.3	2.5
	女性(n=1,744)	29.9	68.1	1.9
朝刊 スポーツ面	男性(n=1,729)	55.3	40.0	4.7
	女性(n=1,744)	63.4	33.5	3.0
夕刊 全体	男性(n=1,194)	22.9	74.0	3.2
	女性(n=1,193)	26.2	72.0	1.8
夕刊 スポーツ面	男性(n=1,194)	53.5	41.7	4.8
	女性(n=1,193)	59.4	37.5	3.1

ロンドンオリンピックについての情報源(n=3,473)

(単位:%)

	新聞	テレビ	ラジオ	雑誌	新聞社の ニュース サイト	ポータル サイト	ソーシャル メディア ・SNS	まわりの 人の クチコミ	この中 には ない
競技結果の速報を知る	24.6	80.4	10.2	0.1	14.0	21.0	9.0	5.1	1.9
競技結果の詳しい内容を知る	65.1	61.5	3.2	0.8	8.9	11.9	4.1	2.1	2.7
競技の予想に関する専門家の意見を知る	35.4	59.0	3.3	1.9	4.2	5.2	1.7	0.8	17.0
競技の予想に関する一般の人の意見を知る	21.2	44.3	2.8	0.7	2.4	5.8	7.3	11.0	25.8
競技結果に関する専門家の感想を知る	43.8	63.1	3.7	1.8	4.9	5.8	2.3	0.8	13.2
競技結果に関する一般の人の感想を知る	25.7	50.0	3.0	0.8	2.5	5.8	8.5	10.7	20.4
全体的な競技日程や放送スケジュールを知る	65.9	46.1	2.0	1.8	5.6	13.8	3.3	1.4	7.1
当日の競技日程や放送スケジュールを知る	66.7	49.3	2.1	0.8	4.4	11.8	2.8	1.5	6.3
競技前に、出場する選手の情報を知る	44.1	55.2	2.8	1.6	5.5	13.7	3.8	1.8	12.8
競技後に、出場した選手の情報を知る	52.8	59.5	3.3	1.3	6.2	14.4	3.7	1.6	10.1
日本人選手の情報を知る	57.4	65.8	4.3	1.7	7.2	15.6	4.8	2.3	6.8
海外選手の情報を知る	40.9	53.5	2.5	1.0	5.5	12.7	3.8	1.5	16.6
選手を応援している企業の情報を知る	27.4	34.1	1.6	1.7	3.8	10.1	2.8	1.1	37.5
選手に関する裏話・サイドストーリーを知る	48.4	56.5	3.5	3.7	4.5	11.0	4.5	2.4	14.8
競技に関する裏話・サイドストーリーを知る	46.0	53.8	3.3	3.5	4.2	10.5	4.2	2.3	17.4
運営に関する裏話・サイドストーリーを知る	41.9	47.2	2.9	3.5	4.1	9.5	4.0	2.2	23.4

は各項目の1位メディア

新聞で行うこと(n=3,473)

(単位:%)

他のメディアなどで競技の結果を知っていても新聞を読む	75.6
テレビ番組欄で放送予定を確認する	63.9
競技の結果だけではわからない背景を新聞で知る	56.3
競技日程や選手の情報を知る	45.8
選手を応援している人や地域の情報を新聞で知る	39.2
新聞で知った情報をまわりの人と話題にする	34.4
新聞社が号外を発行したら入手したい(した)	28.5
新聞を読んで競技の結果をはじめて知る	27.9
号外が発行されたらまわりの人と話題にしたい(した)	18.7
企業が協賛するスポーツイベントの記事と広告が近くにあると、普通の広告より目にとまる	15.1
スポーツイベントに協賛しているスポンサー企業の情報を新聞で知る	13.9
日本を応援している企業の情報を新聞で知る	13.3
ソーシャルメディアで知った情報を新聞で確認する	10.2
新聞で知った情報をソーシャルメディアで話題にする	3.9
この中にはない	4.0

ロンドンオリンピック関連広告の注目度
(n=3,473) (単位:%)

注目している	19.3
やや注目している	40.6
あまり注目していない	31.9
注目していない	8.1

ロンドンオリンピック協賛企業への評価 (単位:%)

(n=3,473)	そう思う	そう 思わない
好感が持てる	84.7	15.3
一流な印象がする	71.3	28.7
世界中で活躍している	70.5	29.5
ありがたいと思う	62.6	37.4
その企業を応援したいと思う	57.6	42.4
頼りになる	54.2	45.8
先進的である	54.0	46.0
伝統がある	47.7	52.3
業界他社よりも抜きん出ている	46.4	53.6
世界平和に貢献している	44.9	55.1

2020年の東京オリンピック開催について

(単位:%)

	賛成	どちらか といえば 賛成	賛成でも 反対でも どちらで もない	どちらか といえば 反対	反対	わから ない	賛成計	反対計
今回調査(8月初旬、n=3,473)	28.0	25.0	20.7	12.0	12.4	1.9	52.9	24.5
前回調査(7月初旬、n=3,603)	28.8	22.8	21.3	13.2	12.5	1.5	51.6	25.7

<前回調査結果より>2012年7月6日~11日調査

日本選手獲得金メダル個数予想

(単位:%)

	平均(個)	0個	~5個	~10個	11個以上
全体(n=3,603)	7.1	1.2	37.2	54.0	7.5

【節電意識について】

節電に関する情報源 (n=3,473)

(単位:%)

	新聞	テレビ	ラジオ	雑誌	新聞社の ニュース サイト	ポータル サイト	ソーシャル メディア・SNS	まわりの 人の クチコミ	この中に はない
節電に関する政府や官公庁・自治体の情報	70.7	63.1	7.7	2.9	6.6	12.1	3.7	3.3	6.7
節電に役立つ商品の情報	54.1	68.2	6.4	12.6	3.7	13.4	5.5	6.2	6.5
節電に役立つ生活の情報	58.9	67.1	7.2	11.5	3.7	12.6	4.8	6.9	5.8
家計の節約など経済的で身近な情報	54.9	60.1	5.6	10.8	3.6	11.6	4.4	7.2	8.1
節電に対応する企業の情報	53.6	48.1	3.9	4.0	4.1	10.6	2.5	1.6	15.8
使用電力量や予測	41.8	56.8	3.6	1.0	4.6	17.4	3.7	0.8	11.5
計画停電など、電力使用制限に関する情報	52.1	58.3	5.2	0.9	5.5	17.0	4.1	1.8	9.9
電力会社の情報	52.9	49.3	3.4	1.4	4.7	16.0	3.9	1.2	14.1
最高気温など気象情報	48.4	78.0	9.1	0.6	5.2	19.1	4.1	1.7	3.8
太陽光発電・コージェネレーションなど新技術の情報	52.7	47.0	2.8	7.4	4.3	13.2	3.3	2.3	18.5

は各項目の1位メディア

節電に関する新聞での注目度 (n=3,473) (単位:%)

	注目する	まあ注目 する	あまり注 目しない	注目しな い	注目計
新聞記事	39.1	49.0	9.4	2.5	88.1
新聞広告	22.7	52.3	20.0	4.9	75.0

節電についての意見・行動 (n=3,473)

(単位:%)

	あてはま る	ややあて はまる	あまり あてはま らない	あてはま らない	あてはま る計
節電やエネルギー問題について関心がある	45.1	46.1	6.4	2.4	91.2
節電に関する情報を政府や自治体は積極的に発信すべきだ	48.5	41.5	7.5	2.6	90.0
節電に関する情報を企業は積極的に発信すべきだ	47.1	42.2	7.9	2.8	89.4
節電はエネルギーの大切さを知るきっかけになる	44.4	44.4	7.9	3.3	88.8
節電に関する企業からの情報は足りていないと思う	33.3	44.3	18.0	4.4	77.6
節電に関する政府や自治体からの情報は足りていないと思う	33.8	43.4	17.8	5.0	77.3
節電を意識した商品を購入しようと思う(購入した)	30.6	44.1	17.9	7.3	74.7
今年の夏の節電が不安だ	9.6	31.6	43.6	15.1	41.3
昨年の夏の節電生活にはストレスを感じた	12.7	25.0	45.1	17.2	37.7
節電をさせられることに理不尽を感じる	9.9	18.4	42.6	29.1	28.3