

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

7紙共同「正月の新聞に関する調査」結果

2013年1月実施

J-MONITOR連絡協議会

朝日新聞 産経新聞 日本経済新聞 毎日新聞 読売新聞
中日新聞 神戸新聞
電通 博報堂DYメディアパートナーズ

調査概要

調査概要

調査地域	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) 中京圏(愛知・三重・岐阜) 福岡県
調査対象者	調査対象地域に居住し、当該新聞を定期購読する 15～69歳の男女個人
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	3,584人(1パネル約300名×12パネル)
回収数(率)	2,253人(62.9%) [※]
調査実施日	2013年1月2日～10日
調査実施機関・レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

※J-READ(全国新聞総合調査)：(株)ビデオリサーチが年1回全国47都道府県で主要新聞(約110紙)の閲読状況などを測定する調査

J-MONITORとは

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)」は、株式会社ビデオリサーチが、各新聞社の読者モニターパネルを定められた共通の手続き・手順で募集・管理し、同じ調査システム上で各紙の実査を行いデータ提供を行う一連の調査システムの総称です。

エリア別調査実施新聞

首都圏：朝日、産経、日本経済、毎日、読売

近畿圏：朝日、産経、毎日、神戸

中京圏：朝日、中日

福岡県：朝日

元日紙面の読み方

Q.元日の新聞の読みかたについて、それぞれ「あてはまる」「あてはまらない」をお答えください。(各SA)

- ・6割以上が元日の新聞を「普段より長く読む」「2日以降も読む」。
- ・元日の新聞の読者が普段よりも増える家庭は3割。

		元日の新聞は普段より長い時間読む	元日の新聞は普段より読む回数が増える	元日の新聞は普段より長い時間取り置きする	元日の新聞は2日以降も読む	普段新聞を読まない家族も元日の新聞は読む
全体 (n=2,253)		65.3	46.3	56.0	62.1	32.5
性別	男性 (n=1,116)	67.8	47.6	52.7	59.6	32.4
	女性 (n=1,137)	62.8	45.0	59.3	64.6	32.6
年代別	29歳以下 (n=382)	59.4	41.6	53.1	56.3	37.7
	30代 (n=312)	70.5	44.6	51.6	56.4	33.3
	40代 (n=408)	67.6	41.9	51.2	61.5	33.6
	50代 (n=495)	65.9	50.3	58.4	67.1	31.9
	60代 (n=656)	64.3	49.5	61.0	64.8	29.0

元日紙面の感想

Q.元日の新聞について、あなたはどのように感じますか。(各「そう思う」～「そう思わない」の4択、SA)

- ・7割が元日の新聞は「読みごたえがある」「楽しい」。
- ・2人に1人が「仕事や暮らしの参考になる」。

		元日の新聞は読みごたえがある	元日の新聞を読むのは楽しい	元日の新聞は華やかだ	元日の新聞は普段より読みやすい	元日の新聞は今年の仕事や暮らしの参考になる	元日の新聞は暇があつてると感じる
全体 (n=2,253)		71.8	70.1	85.7	72.4	49.5	58.7
性別	男性 (n=1,116)	71.0	67.7	83.1	73.4	50.4	56.0
	女性 (n=1,137)	72.6	72.4	88.3	71.4	48.6	61.3
年代別	29歳以下 (n=382)	73.3	71.2	81.7	70.2	45.5	60.5
	30代 (n=312)	80.4	78.5	87.8	74.4	52.6	59.6
	40代 (n=408)	75.2	72.1	89.7	72.8	50.0	61.5
	50代 (n=495)	70.1	68.9	87.1	75.4	49.9	60.4
	60代 (n=656)	65.9	65.1	83.5	70.3	49.8	54.1

※4択で「そう思う」「ややそう思う」計

別刷り特集の評価

Q.あなたは元日の新聞の別刷り特集についてどのように感じますか。(各「そう思う」～「そう思わない」の4択、SA)

- ・7割近くが別刷り特集には「出来るだけ目を通す」。
- ・特に30代、40代に高い別刷り特集の評価。

		別刷り 目を通す	別刷り 特集は読み ごたえ	別刷り 特集を 読むのは 楽	別刷り 特集を 読むのは 楽	別刷り 特集を 読むのは 楽	別刷り 特集を 読むのは 楽	別刷り 特集を 読むのは 楽	別刷り 特集を 読むのは 楽
全 体 (n=2, 253)		66.7	69.9	63.8	45.7	38.8	51.8	78.0	
性別	男性 (n=1, 116)	64.0	67.2	58.4	43.2	35.5	47.3	74.2	
	女性 (n=1, 137)	69.4	72.6	69.1	48.2	42.1	56.1	81.8	
年代別	29歳以下 (n=382)	69.9	64.9	69.1	51.8	46.9	51.6	76.4	
	30代 (n=312)	72.4	74.4	72.1	52.6	41.7	61.5	77.9	
	40代 (n=408)	71.6	75.7	68.6	51.7	40.0	61.0	79.7	
	50代 (n=495)	66.7	71.9	63.8	46.3	35.8	50.7	80.0	
	60代 (n=656)	59.1	65.5	53.8	34.8	34.5	42.2	76.5	

※4択で「そう思う」「ややそう思う」計

元日の新聞広告への感想

Q.あなたは元日の新聞に掲載されている広告全般に対し、どのように感じますか。(各「あてはまる」～「あてはまらない」の4択、SA)

- ・6割が元日朝刊の企業広告は「理念や取り組みを知るきっかけとなる」。
- ・若い世代ほど「周りの人との話題の材料になる」。

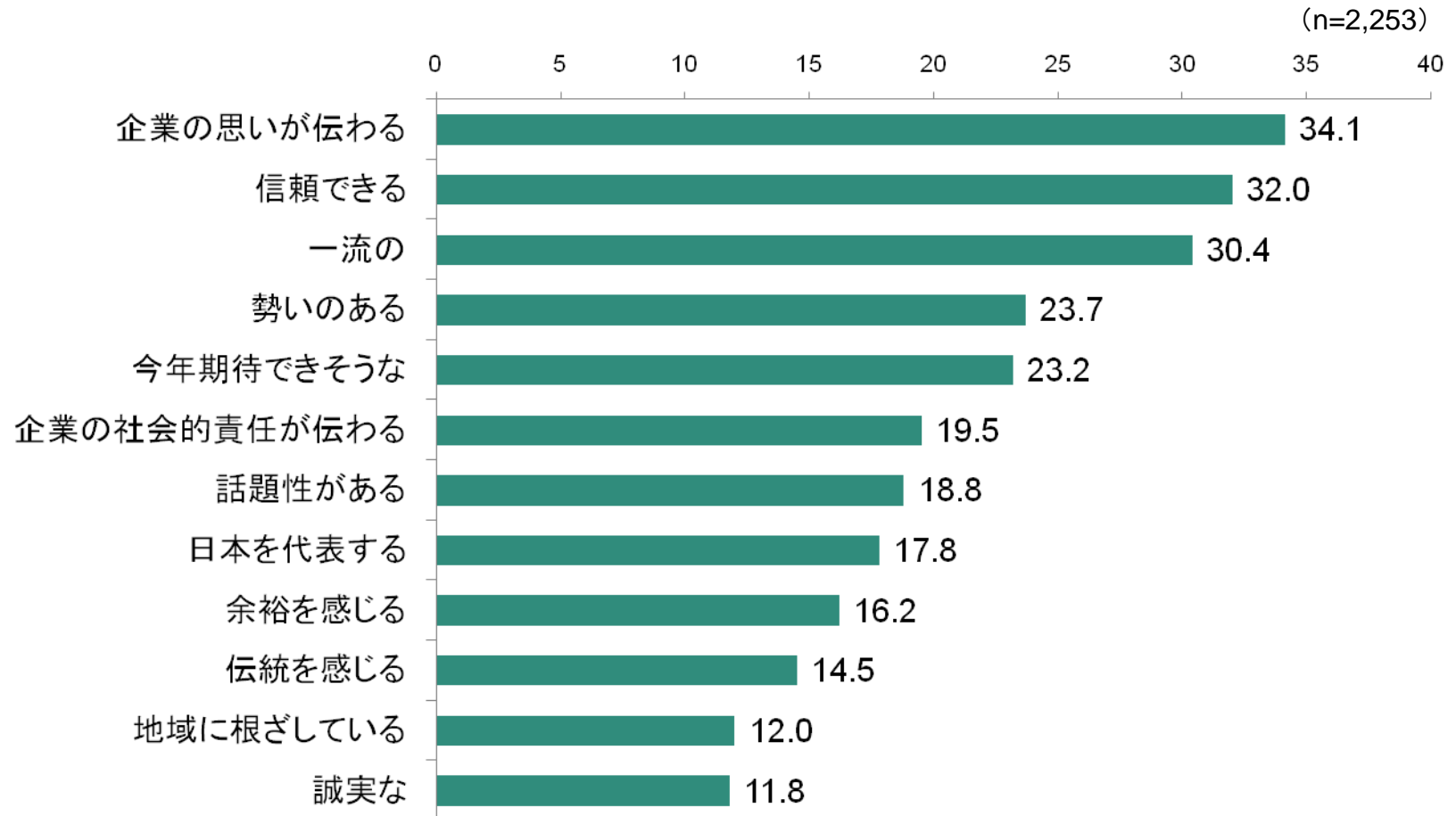
		企業 の理 念や 取 組 み を 知 る き つ か け と な る	企 業 へ の 興 味 ・ 関 心 が 高 ま る き つ か け と な る	企 業 に 対 す る 好 感 が 高 ま る き つ か け と な る	企 業 に 対 す る 信 頼 が 高 ま る き つ か け と な る	商 品 購 入 を 考 え る き つ か け と な る	こ れ ま で 知 ら な か つ た 企 業 を 知 る き つ か け と な る	既 知 の 企 業 に あ ら た め て 注 目 す る き つ か け と な る	ふ だ ん よ り じ つ く り と 目 を 通 す こ と が 多 い	家 族 や 周 り の 人 と の 話 題 の 材 料 に な る
	全 体 (n=2,253)	60.3	58.5	52.7	46.1	49.2	68.9	62.0	57.1	36.3
性別	男性 (n=1,116)	58.5	56.8	50.9	44.5	45.5	65.9	59.2	55.5	32.3
	女性 (n=1,137)	62.1	60.1	54.5	47.7	52.8	71.9	64.6	58.8	40.1
年代別	29歳以下 (n=382)	53.4	61.3	53.4	47.1	57.3	66.0	61.8	53.9	40.1
	30代 (n=312)	64.7	67.9	62.5	54.5	58.0	72.4	69.6	68.9	41.0
	40代 (n=408)	64.5	60.0	55.4	46.8	53.2	71.6	63.7	57.6	40.7
	50代 (n=495)	59.8	54.5	51.3	44.0	46.5	67.5	58.8	57.4	33.1
	60代 (n=656)	60.1	54.3	47.1	42.7	39.8	68.4	59.8	52.9	31.4

※4択で「あてはまる」「ややあてはまる」計

元日新聞広告掲載企業のイメージ

Q.あなたは元日の新聞に広告が掲載されている企業について、どのような印象を持ちましたか。(MA)

・「企業の思いが伝わる」「信頼できる」「一流の」という項目で高いスコア。



元日新聞広告を見ての行動

Q.正月の新聞に掲載されている広告に関し、下記のそれぞれについて「あてはまる」「あてはまらない」でお答えください。(各「あてはまる」～「あてはまらない」の4択、SA)

- ・6割が「初売りの広告は新年に欠かせない」と思っている。
- ・74.2%が「テレビ番組の広告を見て、番組を見たいと思った」。

	(店初 行に売 ったり きたの たい広 告を見 て、お お)	初新 売聞 り掲 に告 載さ れ複 比た べた 数の の	に新 欠聞 か初 せ売 ない 情告 報は だ新 年	いと 売初 り思 つた の(保 告存 をし た)	広初 告と に売 もの 注他 目聞 したメ たデ イア の見た	話族 題や に知 し人 たな ど周 りい のて 人、 と家	思映 つ画 たを (見(見 に行 行きた つた)いと その	とそ 思の つベ たト (行の つ)告 た)を見 たい	書書 籍籍 にの 興広 味告 を持を見て つた、 その	思て つ、 たそ (の 見)番 組の 見告 たい見 と	
全 体 (n=2,253)	53.4	45.5	60.5	20.4	27.3	44.7	34.9	36.6	51.8	74.2	
性別	男性 (n=1,116)	48.9	44.6	56.6	18.1	26.4	40.1	29.4	34.1	48.1	69.9
	女性 (n=1,137)	57.7	46.3	64.4	22.6	28.2	49.2	40.4	39.1	55.4	78.5
年代別	29歳以下 (n=382)	59.9	45.0	56.5	21.5	31.9	45.3	36.9	35.3	48.7	69.9
	30代 (n=312)	64.1	50.6	66.7	24.4	29.2	50.6	34.0	41.7	47.8	73.7
	40代 (n=408)	61.0	53.7	66.7	24.5	29.7	53.2	34.6	43.4	52.0	76.0
	50代 (n=495)	58.0	47.9	64.0	21.2	25.7	43.4	38.8	38.4	53.5	75.8
	60代 (n=656)	36.1	36.3	53.5	14.6	23.6	37.0	31.6	29.4	54.1	74.7