

2014年1月 29 日

朝日新聞社、産経新聞社、毎日新聞社、読売新聞社
 北海道新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社
 報知新聞社、日刊スポーツ新聞社

元日の新聞は読みごたえがある、読むのは楽しいなど高い評価。広告では「テレビ番組」「初売り」「書籍」などにも高い注目が集まる **—正月紙面についての14新聞共同調査—**

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)」に参加する14新聞(朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、静岡新聞、東京新聞、中日新聞、神戸新聞、中国新聞、西日本新聞、サンケイスポーツ、スポーツ報知、日刊スポーツ)は、各紙の読者モニターを対象にした共同調査として、1月に正月の新聞の読まれ方についての調査を行いました。

■ 元日の新聞は普段より長く読む

元日発行の新聞は各紙とも、正月ならではの企画記事や分冊(別刷り)にして各種テーマを展開するなど読み応えのあるものとなります。読者がどう接しているかを調べました。

元日の新聞の読み方としては、①普段より読む時間が長い(64.9%)②2日以降も読む(60.6%)③普段より長い時間取り置きする(53.8%)など、普段より接する時間が長くなるだけでなく、翌日、翌々日まで賞味期限が延びる傾向が表れました。

■ 元日の新聞は「華やか」「のんびりした気分で読む」「読みごたえがある」「読むのは楽しい」

元日の新聞の感想としては、①華やかだ(85.3%)②普段よりのんびりした気分で読む(71.9%)③読みごたえがある(70.0%)などが上位に挙げられ、さらに④読むのは楽しい(68.8%)と評価されました。

■ 別刷りは「できるだけ目を通す」「テレビ番組特集の別刷りは便利」

分冊になったテーマ別刷りについての感想は、①テレビ番組特集の別刷りは便利だ(78.3%)②できるだけ目を通す(71.2%)③読みごたえがある(66.7%)④読むのは楽しい(64.5%)⑤別刷り特集は、広告も注目する(56.5%)などで、ふだんより元日の新聞が読まれる中で、別刷りも読者が楽しんでおり、広告も注目されている様子が伺えます。

■ 元日の新聞広告は「これまで知らなかった企業を知るきっかけ」「企業の思いが伝わる」

元日の新聞広告には、企業からの改まったメッセージが込められるなど新年にふさわしいものが多く掲載されます。読者の感想は①これまで知らなかった企業を知るきっかけとなる(69.5%)②既知の企業にあらためて注目するきっかけとなる(61.0%)などが挙げられ、企業への注目度が高まっていることがわかります。また企業に対する印象は、①企業の思いが伝わる(33.9%)②信頼できる(30.4%)③一流の(27.6%)などが上位に挙げられました。

■ 元日を含む正月の新聞広告について「テレビ番組」「初売り」「書籍」に注目

元日に限らず正月に掲載される新聞広告に関して聞いたところ、①テレビ番組の広告を見て番組を見たい(75.5%)②初売り広告は新年に欠かせない(64.1%)③初売りの広告を見てお店に行きたい(58.2%)④書籍の広告を見て興味を持った(51.3%)が上位に挙げられました。さらに「初売り広告」については半数が「新聞に掲載された複数の初売り広告を見比べた」と答えるなど注目度の高さが見受けられました。

【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)
中京圏(愛知・岐阜・三重)
北海道、静岡県、広島県、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。

調査機関・レターヘッド： 株式会社ビデオリサーチ

標本サイズ： 7,048人(一般紙=1パネル約300名×22パネル、スポーツ紙=1パネル約150名×3パネル)

首都圏:朝日、産経、毎日、読売、東京、サンケイスポーツ、スポーツ報知、日刊スポーツ

近畿圏:朝日、産経、毎日、読売、神戸 ※神戸新聞は兵庫県のみのみ

中京圏:朝日、読売、中日

北海道:朝日、読売、北海道

静岡県:静岡

広島県:中国

福岡県:朝日、毎日、読売、西日本

回収数(率)： 4,616人(65.5%)

実査日： 2014年1月2日(木)～7日(火)

【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。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。

2014年1月現在の参加新聞は、15紙です。(社数では朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、北海道新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社、日刊スポーツ新聞社、報知新聞社の13社。東京新聞は中日新聞社発行、サンケイスポーツは産経新聞社発行)。

＜本件に関するお問い合わせ先：J-MONITOR連絡協議会広報幹事＞

中日新聞東京本社 広告局営業推進部 橋本(03-6910-2483)

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>

●元日紙面の読み方

		いより元日読む新聞時間は普段	えより元日読む新聞回数社が普段	置きより元日長い新聞時間は取り	以降も元日の新聞は2日	間は家族新聞も元日読のま
全体 (n=4,616)		64.9	44.5	53.8	60.6	33.8
性別	男性(n=2,370)	66.1	45.4	51.3	59.2	32.8
	女性(n=2,246)	63.6	43.5	56.5	62.1	34.8
年代別	29歳以下(n=681)	54.9	41.1	45.7	52.0	40.1
	30代(n=727)	66.7	44.4	50.9	58.9	38.0
	40代(n=951)	69.9	43.8	53.1	62.0	34.2
	50代(n=988)	63.5	43.4	53.5	62.8	30.0
	60代(n=1,269)	66.5	47.6	60.7	63.4	30.6

●元日紙面の感想

		ご元日の新聞は読み	の元日は楽しい新聞を読む	か元日の新聞は華やか	気より元日の新聞は普通	参の元日の新聞は今年	手あ元日の新聞は暇
全体 (n=4,616)		70.0	68.8	85.3	71.9	49.8	57.9
性別	男性(n=2,370)	68.9	66.0	82.3	72.4	48.0	55.2
	女性(n=2,246)	71.2	71.8	88.6	71.3	51.7	60.7
年代別	29歳以下(n=681)	71.1	67.4	79.0	66.1	46.1	56.7
	30代(n=727)	75.4	73.7	84.5	73.5	52.3	64.6
	40代(n=951)	73.6	72.7	87.2	77.6	50.5	57.7
	50代(n=988)	67.8	64.9	86.7	69.5	47.8	54.7
	60代(n=1,269)	65.5	67.0	86.8	71.6	51.5	57.3

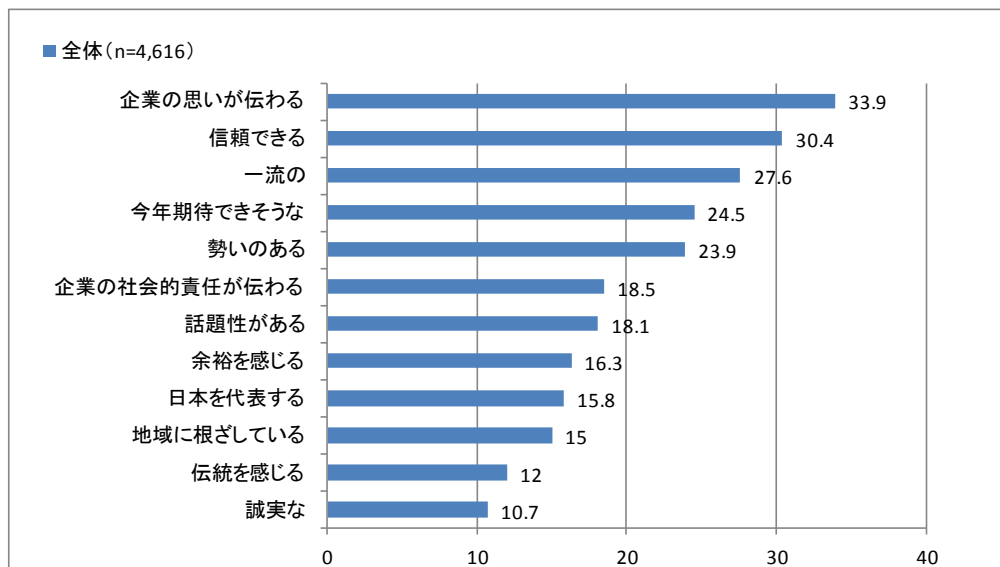
●別刷り特集の評価

		ご別刷り特集は読み	来る別刷りだけ特集を通す	の別刷り楽しい特集を読む	なると特集をがさんした気分	のは別刷り特集のしや知す	告別刷り特集は、広	別刷り番組の特集
全体 (n=4,616)		66.7	71.2	64.5	47.2	41.6	56.5	78.3
性別	男性(n=2,370)	63.1	68.7	61.0	44.8	37.2	52.3	74.5
	女性(n=2,246)	70.5	73.7	68.3	49.7	46.2	61.0	82.3
年代別	29歳以下(n=681)	70.8	64.9	67.8	53.3	49.3	56.8	74.6
	30代(n=727)	72.9	72.2	70.4	56.9	46.8	62.2	77.3
	40代(n=951)	69.8	77.0	68.6	54.2	44.7	62.3	80.4
	50代(n=988)	63.7	69.9	60.5	41.7	36.9	54.1	77.5
	60代(n=1,269)	61.0	70.5	59.4	37.4	35.7	50.7	79.8

●元日の新聞広告への感想

		とみ企業 なるを知る る理念や きつか取 け組	心企業 が高まる る興味・ きつ関	とが企業 が高まる るきつ好 か感	とが企業 が高まる るきつ信 か類	き商 っ品購 か入を けと考 えらる	きかこ ったま で企業 を知ら なる	きため て注目 するに あら	がりと ふだん よりじ つとく	るの家 族や周 りの材 料にと
全体 (n=4,616)		59.4	59.0	52.7	46.0	50.9	69.5	61.0	58.0	38.0
性別	男性(n=2,370)	57.8	56.5	50.7	44.5	47.6	67.0	59.1	55.3	34.4
	女性(n=2,246)	61.1	61.7	54.9	47.6	54.4	72.2	63.0	60.8	41.7
年代別	29歳以下(n=681)	53.9	62.7	50.7	44.2	54.2	65.6	60.1	56.4	47.7
	30代(n=727)	61.1	60.9	55.7	48.7	57.9	71.3	63.1	62.6	43.1
	40代(n=951)	61.3	62.1	57.0	48.5	54.9	71.2	64.2	61.9	40.6
	50代(n=988)	56.4	54.4	49.1	42.9	47.6	67.2	56.5	55.9	33.3
	60代(n=1,269)	62.3	57.2	51.8	45.9	44.7	71.2	61.5	54.8	31.5

●元日の新聞に広告を掲載する企業のイメージ



●元日の新聞広告を見ての行動

		（店初 行に売 りた い告 を思 って お	初新 売聞 りに 掲載 をさ れた 複数 の	に新 欠聞 か初 せな いり 情 報だ は新 年	と初 売 り （保 存し た ）	広こ 告と でも の注 目し たメ ディ ア	話族 や初 売に 知り な どに 周 り の 人 と	思映 画の 見 に行 き た い と そ の	とそ の イ ン ト の 行 き た い と そ の	書書 籍の 興 味 を 持 つ た 、 そ の	思て 、レ ビ の 番 組 の 見 た い と
全体 (n=4,616)		58.2	49.5	64.1	23.0	30.4	47.7	35.3	40.4	51.3	75.5
性別	男性(n=2,370)	53.6	48.2	59.8	20.3	29.4	42.5	31.6	38.6	47.8	70.8
	女性(n=2,246)	63.0	50.8	68.7	25.8	31.5	53.2	39.3	42.3	55.1	80.5
年代別	29歳以下(n=681)	65.2	52.0	62.7	26.1	32.7	51.0	37.6	41.1	43.2	69.9
	30代(n=727)	67.7	55.3	69.1	28.3	35.5	54.6	33.6	46.5	47.2	72.9
	40代(n=951)	64.0	54.7	69.4	26.2	31.0	51.3	37.3	46.0	51.3	79.5
	50代(n=988)	55.8	45.3	62.4	19.7	29.4	45.7	33.8	36.4	51.6	76.5
	60代(n=1,269)	46.4	44.1	59.3	18.4	26.7	40.7	34.8	35.6	57.8	76.1