

— AERA × Yahoo!リサーチ「AERA読者」に関する共同調査 —

## 活字・雑誌関与が高く、【情報】に敏感、知識欲・向上心も高いAERA読者。 広分野からスピーディに効率よく収集したいニーズを満たし、読者を魅了

[http://www.yahoo-vi.co.jp/research/aera\\_090807.html](http://www.yahoo-vi.co.jp/research/aera_090807.html)

インターネット定量調査にて、首都圏・近畿圏の20～69歳300人を対象に実施（調査期間：2009年7月14日～7月15日）

2009年8月7日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長/田部 信)は、『AERA』編集部(編集長/尾木 和晴)と共同で、「AERA読者に関する調査」を2009年7月14日～7月15日、自社調査専用パネルを対象に実施しました。

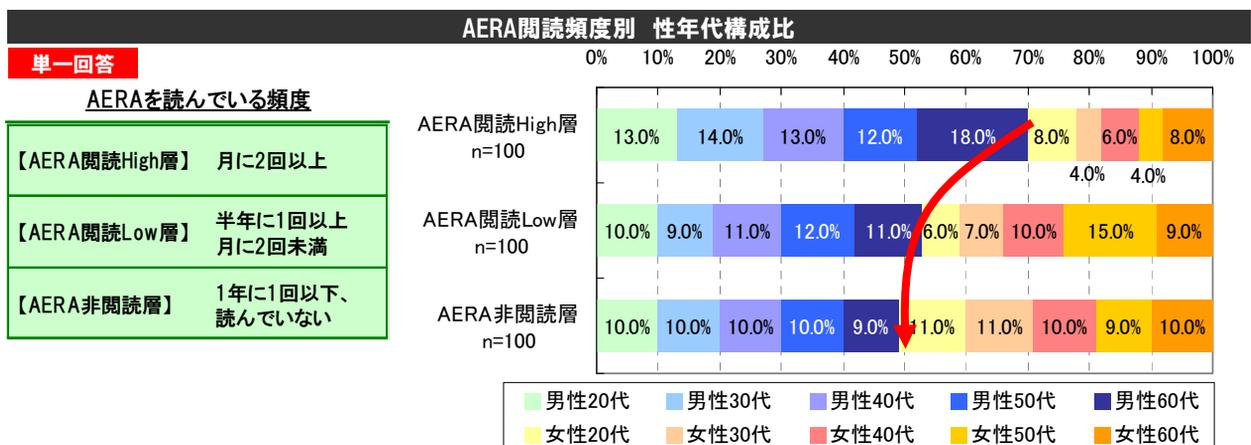
AERAを読む人と読まない人、また、AERAを読む頻度が高い人と低い人の関心・興味や意識・考え方の違いなどから、AERAを読む理由・読まない理由、頻度が異なる理由を探り、AERAファンのさらなるロイヤリティ向上や新規読者開拓など、今後の改善施策に役立ててもらうことを目的に調査を行いました。また、減少傾向にあると言われている雑誌閱讀・購読者数や、活字そのものへの関心などの増加・改善にも繋がることを期待し、AERAを事例に調査を行い、『AERA』編集部の了承のもと本調査結果を公表することにいたしました。

### AERA読者の特徴

- 構成比：男性がマジョリティ。年代は20代から60代まで幅広い支持
- 雑誌閲読状況：「情報誌」「ビジネス誌」などの併読率が圧倒的に高い
- 興味・関心カテゴリ：「社会現象」「雇用・労働・キャリア」「人権」「住宅」などの高さが際立つ
- 意識・価値観：AERAを読む頻度が高い人ほど、活字関与、情報感度、向上心などが高い
- AERAを読む理由：情報収集時の有用性や記事の信頼度・共感度、知識欲への刺激など

### 【1】構成比：男性がマジョリティ。年代は20代から60代まで幅広い支持

性年代ごとにAERA閲読頻度の出現率を確認し、これに基づいて性年代割付を行い、調査を実施しました(10歳刻みの各性年代の人口数を均等と想定)。AERAを月2回以上読む【AERA閲読High層】(以下【AERAHIGH層】)は男性が7割を占め、20代から60代まで幅広い年齢層で構成されています。これに対し、閲読頻度が半年に1回～2回未満の【AERA閲読Low層】(以下【AERALow層】)および、1年に1回以下読む、もしくは読んでいない【AERA非閲読層】では、男女比はほぼ半々という構成比になっています。

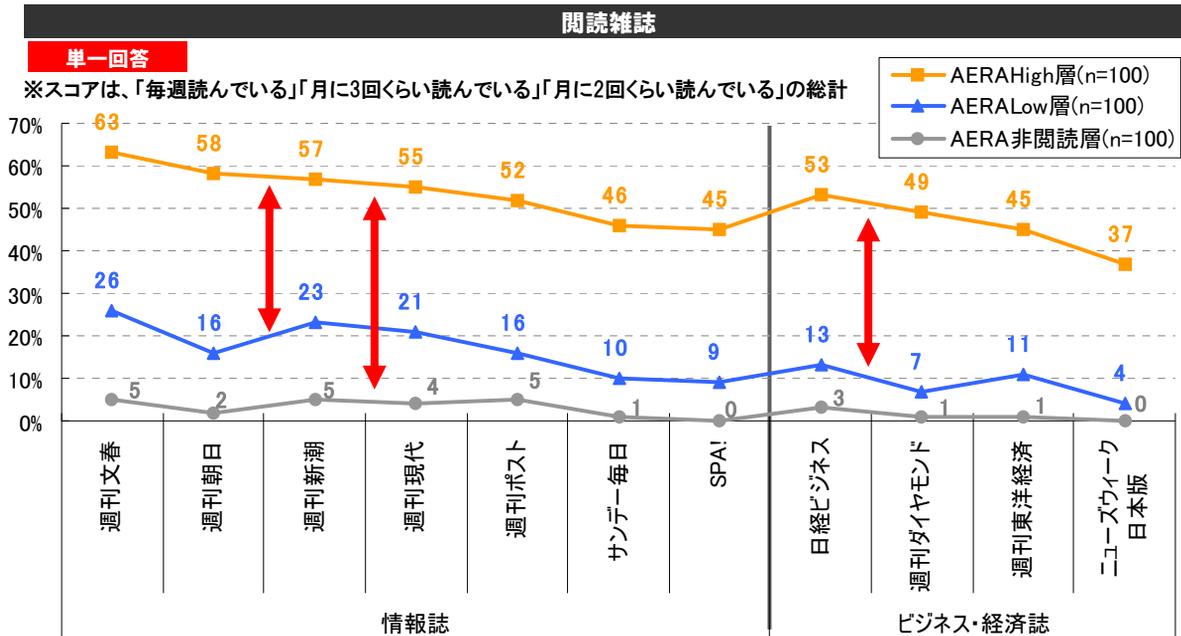


【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報  
TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

## 【2】雑誌閲読状況:「情報誌」「ビジネス誌」などの併読率が圧倒的に高い

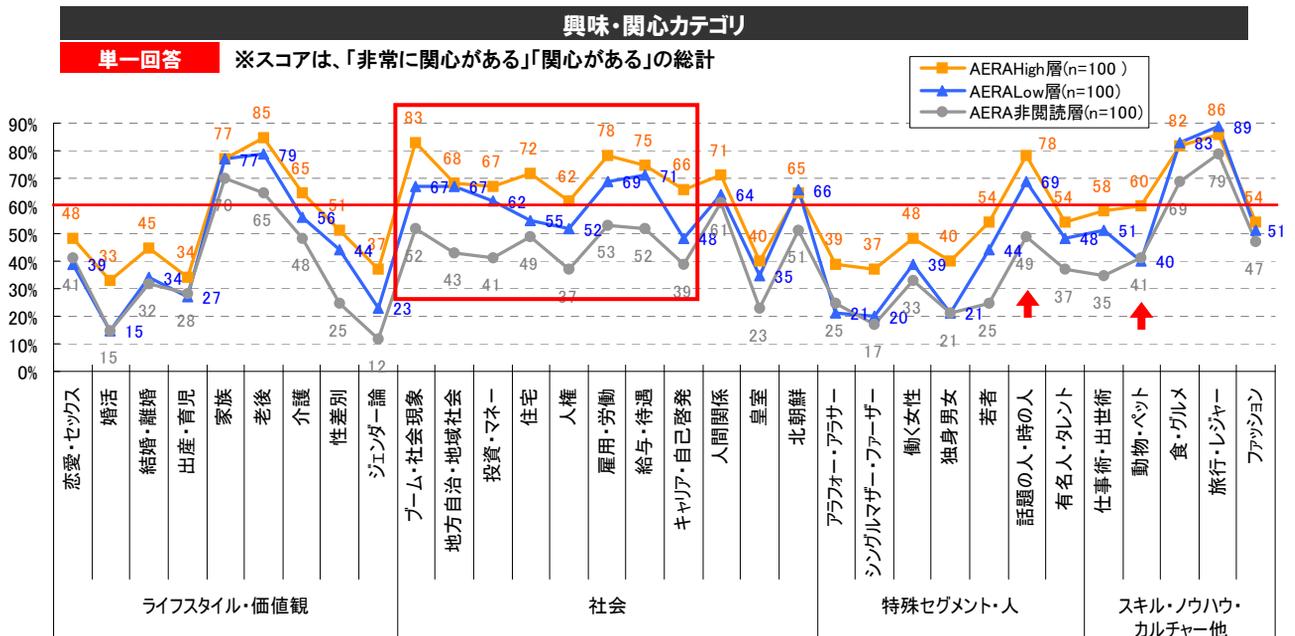
【AERAHigh層】は情報誌やビジネス誌の閲読率が他層と比較して圧倒的に高い結果でした。特に「週刊文春」(63%)、「週刊朝日」(58%)、「週刊新潮」(57%)、「週刊現代」(55%)、「週刊ポスト」(52%)、ビジネス誌では「日経ビジネス」(53%)が5割を超えています。【AERA非閲読者】との差のみならず、【AERALow層】との差も4~5割に至るものが多く、まずは「雑誌」そのものへの関与に著しい差が見られました。



## 【3】興味・関心カテゴリ:「社会現象」「雇用・労働・キャリア」「人権」「住宅」などの高さが際立つ

【AERAHigh層】は、広いジャンルへの興味・関心が高く、全般的に他層を大きく上回っています。特に、「ブーム・社会現象」「雇用・労働」「給与・待遇」「住宅」「地方自治・地方社会」「投資・マネー」「キャリア・自己啓発」「人権」、さらに「話題の人・時の人」「動物・ペット」などでは他層との興味・関心の高さの差が顕著となっています。

全般的には【AERAHigh層】のスコアが高いものの、ジャンルによっては差のないものも多く、こういったテーマの選定により、閲読頻度を高める施策のヒントが隠れているようです。



### 【4】意識・価値観：AERAを読む頻度が高い人ほど、活字や雑誌への関与、情報感度、向上心などが高い

全般的に、AERAを読む人ほど、そしてAERAを読む頻度が高いほど、情報感度や活字・雑誌に対する関心、向上心やスキルアップ意向が高く、よりリベラルで柔軟で、新しい思想を持っているといった傾向が見られます。

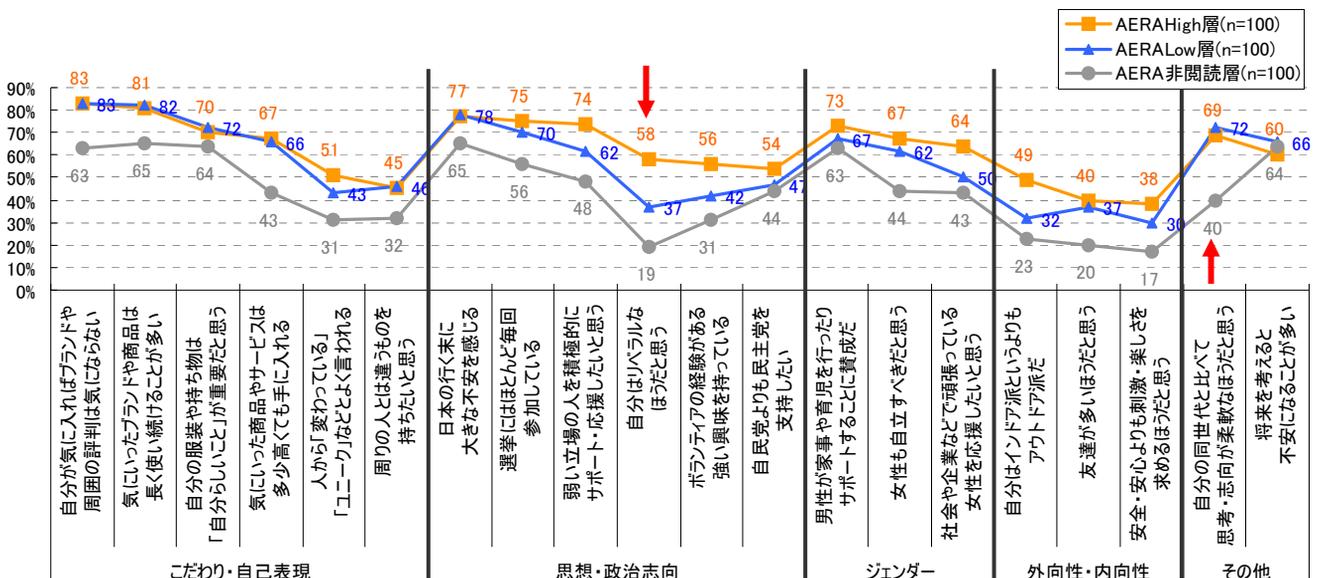
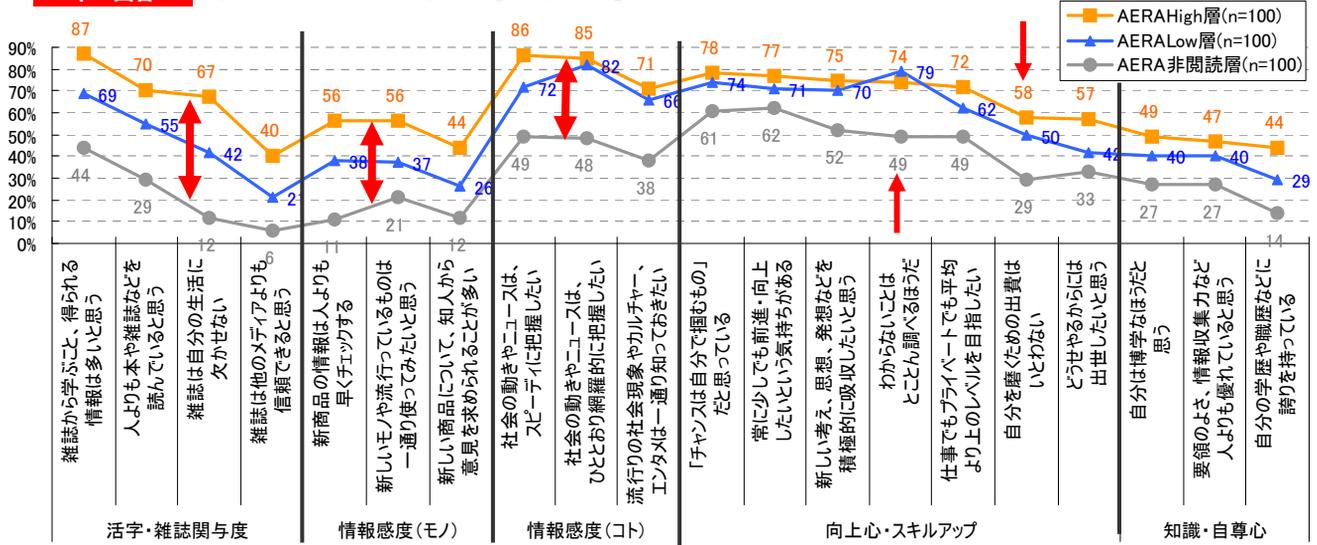
『情報感度(コト)』では、【AERA朗読者(HighとLow)】と【AERA非朗読者】のスコアが20~30ポイントと大きく離れており、まずAERAを読む人の情報収集に対する関心の高さや、網羅的にスピーディに効率よく収集したい意欲の高さが顕著に現れています。「わからないことはとことん調べるほう」「自分を磨くための出費はいとわない」などをはじめとした『向上心・スキルアップ』の一部でもAERAを読む人と読まない人のスコアの差が大きくなっています。

また、『活字・雑誌関与度』では、AERAを読む人・読まない人との差に加え、AERA朗読頻度間の差も大きく、やはり活字や雑誌に対する関心・関与の高さが、AERAを読むことや読む頻度に大きな違いをもたらしていることがわかります。また、スコアは若干下がるものの、『情報感度(モノ)』でも、AERA朗読頻度間でスコアの差が開いており、【AERA High層】は新しいモノ・流行っているモノなども含め、感度や意欲が高いようです。

さらに、「リベラルなほうだと思う」「同年代と比べて思考・志向が柔軟なほうだと思う」などでも他層との差が大きく、考え方の柔軟さ、自由さといった点への意識が高いようです。

#### 意識・価値観

単一回答 ※スコアは、「非常にあてはまる」「あてはまる」の総計



## 【5】AERAを読む理由：情報収集時の有用性や記事の信頼度・共感度、知識欲への刺激など

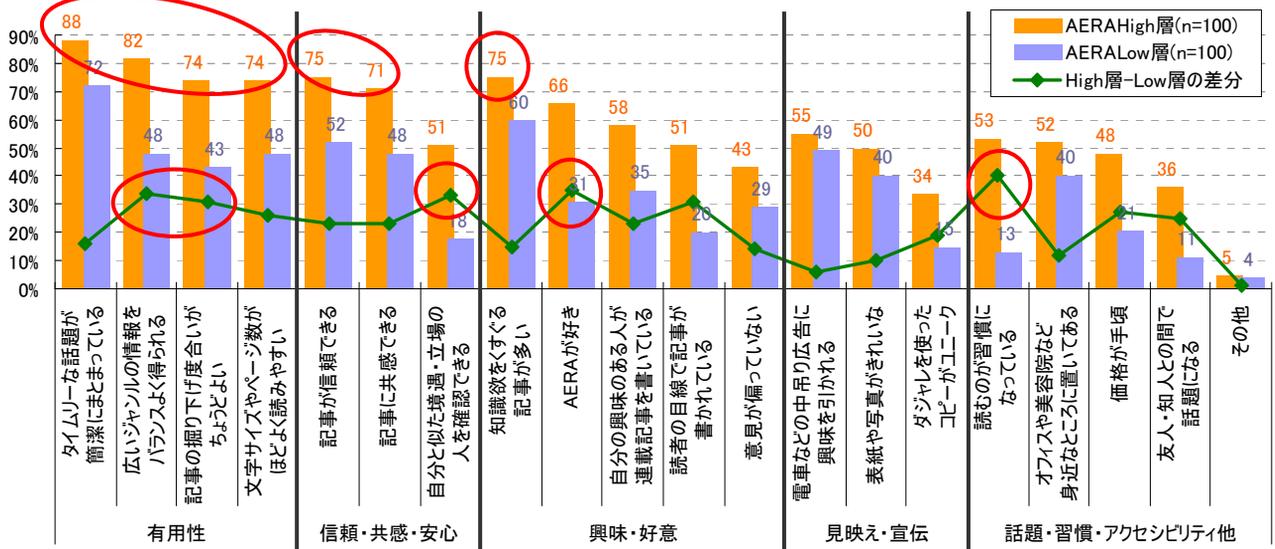
閲読頻度が高い【AERAHigh層】にとって、「タイムリーな話題が簡潔にまとまっている」(88%)、「広いジャンルの情報をバランスよく得られる」(82%)、「記事の掘り下げ度合いがちょうどよい」(74%)、「文字サイズやページ数がほどよく読みやすい」(74%)などの情報収集における【有用性】や「記事が信頼できる」(75%)、「記事に共感できる」(71%)などの【信頼・共感】、「知識欲をくすぐる記事が多い」(75%)などが、彼らを惹きつける魅力となっているようです。

そして、「読むのが習慣になっている」「AERAが好き」「広いジャンルの情報をバランスよく得られる」「記事の掘り下げ度合いがちょうどよい」「自分と似たような境遇・立場の人がいることを確認できる」などの項目は、【AERAHigh層】と【AERALow層】とのスコアの差が他よりも大きく、閲読頻度の違いをもたらす要因・背景の一部と言えます。

### AERAを読む理由

※スコアは、「非常にあてはまる」「あてはまる」の総計

単一回答



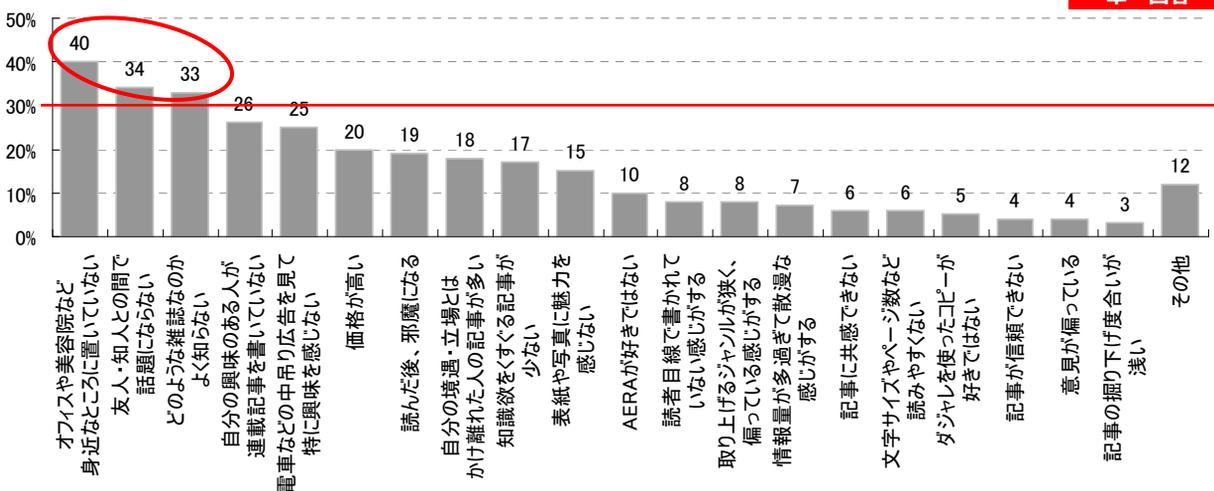
## 【6】AERAを読まない理由：AERAとの「物理的距離」や「活字・情報関与の低さ」が要因に

「身近なところに置いていない」「友人・知人との間で話題にならない」「どのような雑誌なのかよく知らない」といった、AERAとの【物理的距離の遠さ】に関する理由が3割以上で上位を占めました。以降、「自分の興味のある人が連載記事を書いている」「記事などの中吊り広告を見て、特に興味を感じない」「価格が高い」などの内容や作り方、販促方法、価格などに対する評価を理由とするものが並びますが、いずれも3割以下と回答が分散しています。顕在化している決定的な『AERAを読まない理由』とは言いがたく、物理的な距離や他結果にも表れている情報や活字そのものへの関心・収集意欲の影響のほうが大きいと言えます。

### AERAを読まない理由(非閲読者のみ) n=100

※スコアは、「非常にあてはまる」「あてはまる」の総計

単一回答



### <調査項目一覧>

- ・雑誌閲読頻度
- ・AERA閲読理由・非閲読理由
- ・関心度(政治・経済などの各ジャンルおよびライフスタイル・価値観などの各事柄)
- ・生活意識・価値観項目
- ・「アエラー」について・AERAへの要望(自由記述) など

### <調査概要>

- ・調査目的 : AERAを読む人・読まない人の意識と実態を探る
- ・調査方法 : インターネットウェブ定量調査
- ・対象条件 : 首都圏1都3県(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)および2府1県(京都府・大阪府・兵庫県)  
在住の20~69歳男女300人
- ・対象割付 : AERA閲読頻度別(予備調査における各性年代ごとのAERA閲読頻度別(※)の出現率を元に割付)  
※ AERAHIGH層(月に2回以上)・AERALOW層(半年に1回以上)・AERA非閲読層(それ以下)各100サンプル
- ・実査時期 : 2009年7月14日(火)~7月15日(水)

### <『AERA』について>

AERAは、1988年創刊の朝日新聞出版が発行する週刊誌です。AERA(アエラ)はラテン語で「時代」の意味で、国内外の重大ニュースから身の周りの小さな出来事まで、独自の視点で掘り下げた記事が特徴です。政治、経済、事件、スポーツ、文化、人物など、追いかけるジャンルは硬軟を問わず、創刊以来、「人にこだわる」ことを編集方針としています。これからもAERAは人にこだわって、「時代」を一歩先取りしていきます。

### <ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なリサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名: ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>  
所在地: 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F  
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961  
新会社発足日: 2007年7月1日  
資本金: 7億円  
代表者: 代表取締役社長 田部 信(たなべしん)  
事業内容: ・マーケティングリサーチ事業  
・データ解析事業  
・マーケティングコンサルティング事業  
・生活者情報データ・コンテンツ事業 [C-NEWS] <http://c-news.jp/>

#### 【本件についてのお問い合わせ先】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報  
TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969  
お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>

#### 引用・転載時のクレジット表記について

本リリースの調査結果を引用される際は、必ずクレジットを明記いただけますようお願いいたします。  
例)「Yahoo!リサーチ調べ」「Yahoo!リサーチの調査によると・・・」