

ネットリサーチDIMSDRIVE 第186回公開調査
『新聞の購読』に関するアンケート

2008年12月3日
インターワイヤード株式会社

インターワイヤード株式会社が運営するネットリサーチのDIMSDRIVEでは、「新聞」についてアンケートを行い、よく読む新聞や紙面に重視する点などについてまとめました。

調査は2008年9月17日～10月2日にかけて実施し、DIMSDRIVEモニター10,231人から回答を得ています。

調査結果の詳細 <http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2008/081203/>

調査概要

調査方法	インターネットを利用したアンケート調査				
調査期間	2008年9月17日～10月2日				
調査対象者	DIMSDRIVEモニター 10,231人				
回収方法	DIMSDRIVEのモニターサイトにURL記載（配信なし）				

性別	N	%
男性	4830	47.2
女性	5401	52.8

年代	N	%
10代	123	1.2
20代	1374	13.4
30代	3505	34.2
40代	3089	30.2
50代	1510	14.8
60代以上	630	6.2

職業	N	%
会社役員・経営者	218	2.1
会社員	4125	40.4
自営業	646	6.3
パート・アルバイト	1267	12.4
公務員	375	3.7
自由業	287	2.8
専業主婦(主夫)	2118	20.7
学生	298	2.9
定年退職	158	1.5
無職	533	5.2
その他	206	2.0

世帯年収	N	%
～200万円	680	6.6
～400万円	2029	19.8
～600万円	2491	24.4
～800万円	1562	15.3
～1,000万円	982	9.6
1,000万円より多い	1052	10.3
わからない・答えたくない	1435	14.0

目次

- 若い年代ほどインターネットを利用。新聞でニュースを読む20代は半数
- 20代の37.2%が「新聞を購読していない」
- 購読している新聞は、「朝日」28.3%、「読売」27.7%、「日経」13.2%
- よく読む面は男女に違い・・・男性「経済面、政治面、スポーツ欄」、女性「テレビ欄、生活面、地域面」
- 紙面に重視するポイントは、情報の「正確さ」と「わかりやすさ」
- 「特典や景品」で定期購読を決めた人は11.6%
- 新聞を読まない人の7割が、「テレビ・インターネットでニュースを得るから」

調査項目

- ・ふだんニュースを得る媒体
- ・購読している新聞
- ・新聞を読む理由、読まない理由
- ・新聞を選ぶ際の“紙面における”ポイント
- ・家庭での新聞購読状況
- ・よく読む新聞、最もよく読む新聞
- ・よく読む面・欄
- ・定期購読を決めたポイント

若い年代ほどインターネットでニュースを読む・・・「新聞」で読む20代は半数

■ニュースを読む・見る媒体

ふだんニュースを読んだり見たりする媒体は、「テレビ」88.8%、「パソコンのインターネット」82.7%が8割以上であった。「新聞」はテレビ・インターネットよりも少なく、69.5%と7割弱となっている。「携帯電話のインターネット」は22.5%だった。

＜テレビ・パソコン・新聞・携帯電話の年代別の回答＞

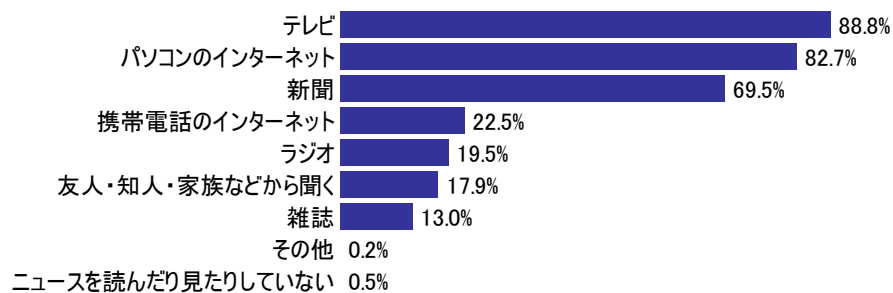
年代別にみると、「テレビ」と「新聞」は年代が上がるにつれて値が大きくなり、「パソコンのインターネット」、「携帯電話のインターネット」は年代が若いほど多くなる傾向にある。20代は「新聞」の回答がどの年代よりも少なく、52.7%と半数程度であった。

「テレビ」はすべての年代で8割を超え、年代による差は15ポイント程度であるが、「新聞」では最も少ない20代(52.7%)と最も多い60代以上(91.0%)の差は38.3ポイントに上っており、年代による差が大きい。

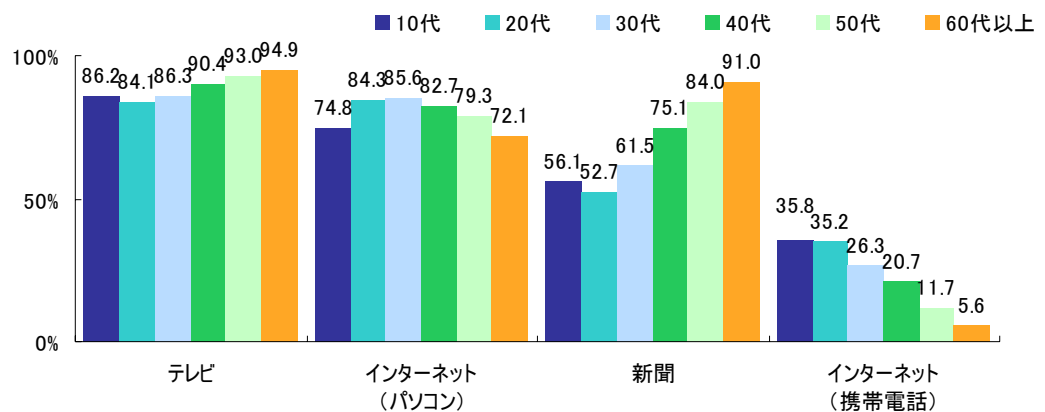
全員に伺います。

N=10231

ふだん、どの媒体でニュースを読んだり・見たりしていますか。(複数回答)



◆テレビ・パソコン・新聞・携帯電話の、年代別回答



20代の37.2%が「新聞を購読していない」

■新聞の購読について

新聞の購読状況については、「朝刊のみ定期購読している」は40.1%、「朝夕刊セットで定期購読をしている」は32.7%、となり、セットでの購読をしている人よりも朝刊のみを購読している人の方が多い。「新聞は購読していない」は24.4%で、購読率は75.6%となっている。

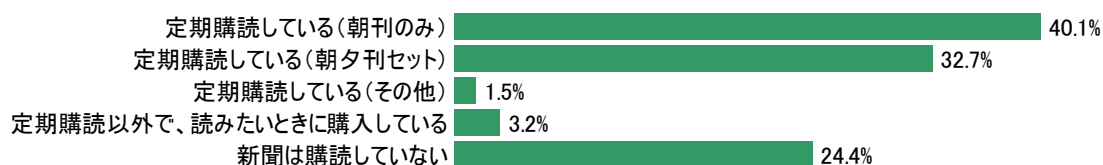
<年代別>

年代別にみると、「朝夕刊セットの定期購読」は、20代・30代は低く、40代以上は年代が上がるにつれて増えている。最も少ない30代では23.1%、最も多い60代以上では56.7%と33.6ポイントもの差が出ている。「朝刊のみの定期購読」は40代が最も多く42.6%、20代が最も少なく35.0%であった。一方、「購読していない」については年代が若いほど多く、20代は37.2%が「購読していない」と回答している。

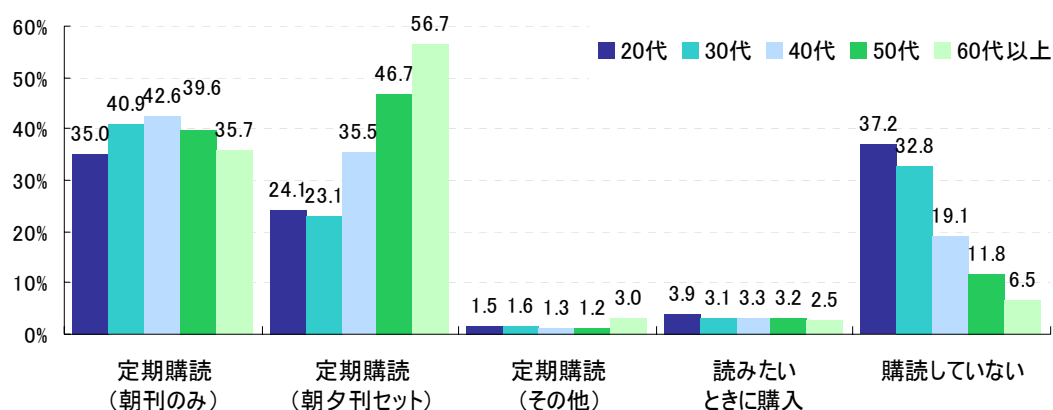
全員に伺います。

N=10231

あなたのご家庭では新聞を購読していますか。（複数回答）



◆年代別（20代以上）



購読している新聞は、「朝日」28.3%、「読売」27.7%、「日経」13.2%

■購読している新聞は？

自宅・個人で購読している新聞は、「朝日新聞」が最も多く28.3%、次いで「読売新聞」27.7%、「日本経済新聞」13.2%と続いた。

＜職業別＞

上位4紙について職業別に見ると、【公務員】の人は「県紙」を購読している割合が高く、19.6%と2割である。【会社役員・経営者】の人は「日本経済新聞」と回答した割合が他の職業の倍以上となっており、26.1%である。

＜世帯年収別＞

世帯年収別では、「読売新聞」は世帯年収による差はあまり見られなかったが、「朝日新聞」と「日本経済新聞」は年収が上がるにつれて購読している人の割合が増えている。

■よく読んでいる新聞は？

購読している人・していない人を含めた全員に“よく読んでいる新聞”を尋ねたところ、「新聞は読んでいない」という人は20.8%であった。

新聞を読んでいる人(N=8106)の“よく読んでいる新聞”と“最もよく読んでいる新聞”については・・・

【よく読んでいる新聞】

「朝日新聞」30.9%が最も多く、以下、「読売新聞」29.6%、「日本経済新聞」19.1%、「県紙」13.5%、「スポーツ紙」8.8%と続いた。

【最もよく読む新聞】

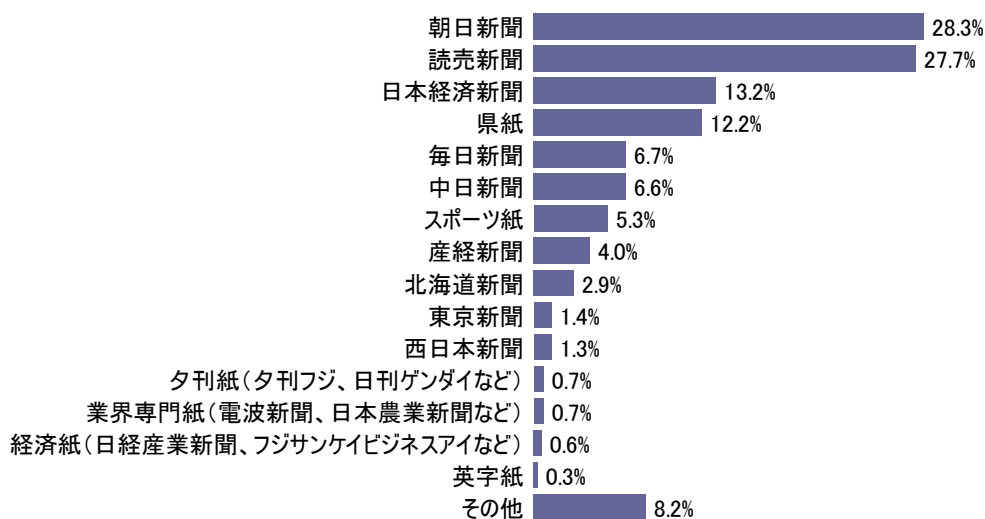
「朝日新聞」と「読売新聞」が24.2%で最も多くなっている。次いで「県紙」11.1%、「日本経済新聞」10.3%と続いた。「日本経済新聞」は“よく読む”と“最もよく読む”の値の差が8.8%と、他紙に比べて多い。

新聞を購読している人に伺います。

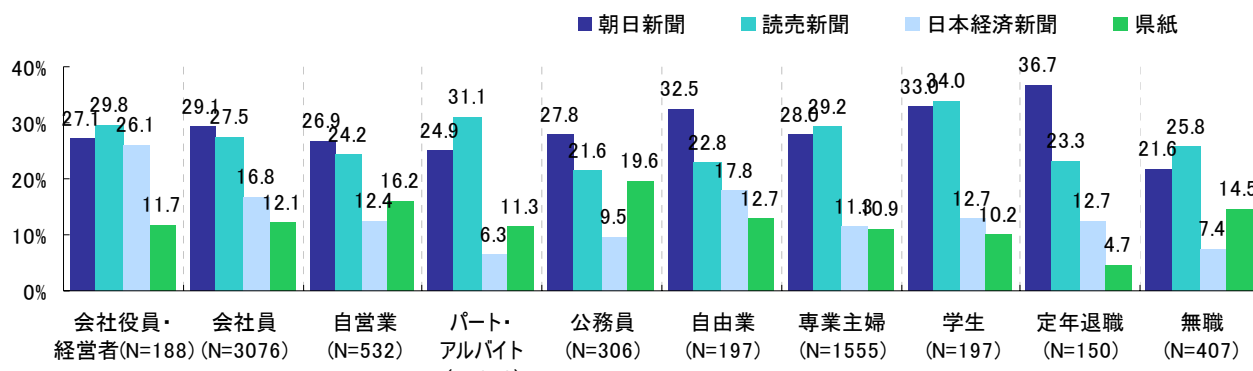
N=7734

あなたのご家庭・個人で購読している新聞はどれですか。(複数回答)

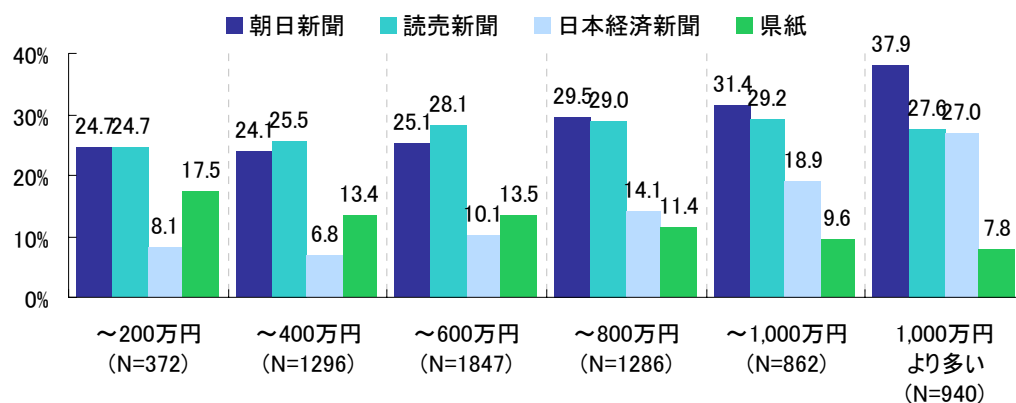
※会社が購入している新聞などは除きます。



◆上位4紙の職業別回答



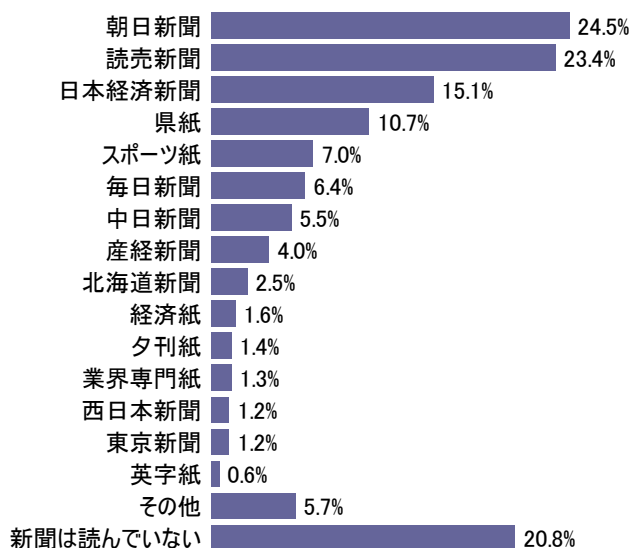
◆上位4紙の、世帯年収別回答



全員に伺います。

N=10231

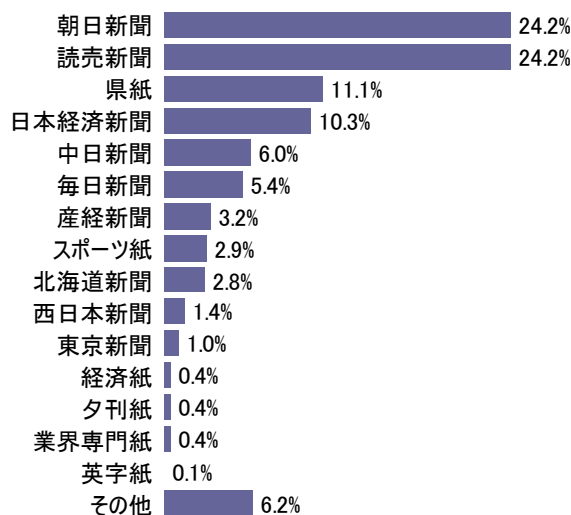
あなたがよく読んでいる新聞はどれですか。(複数回答)



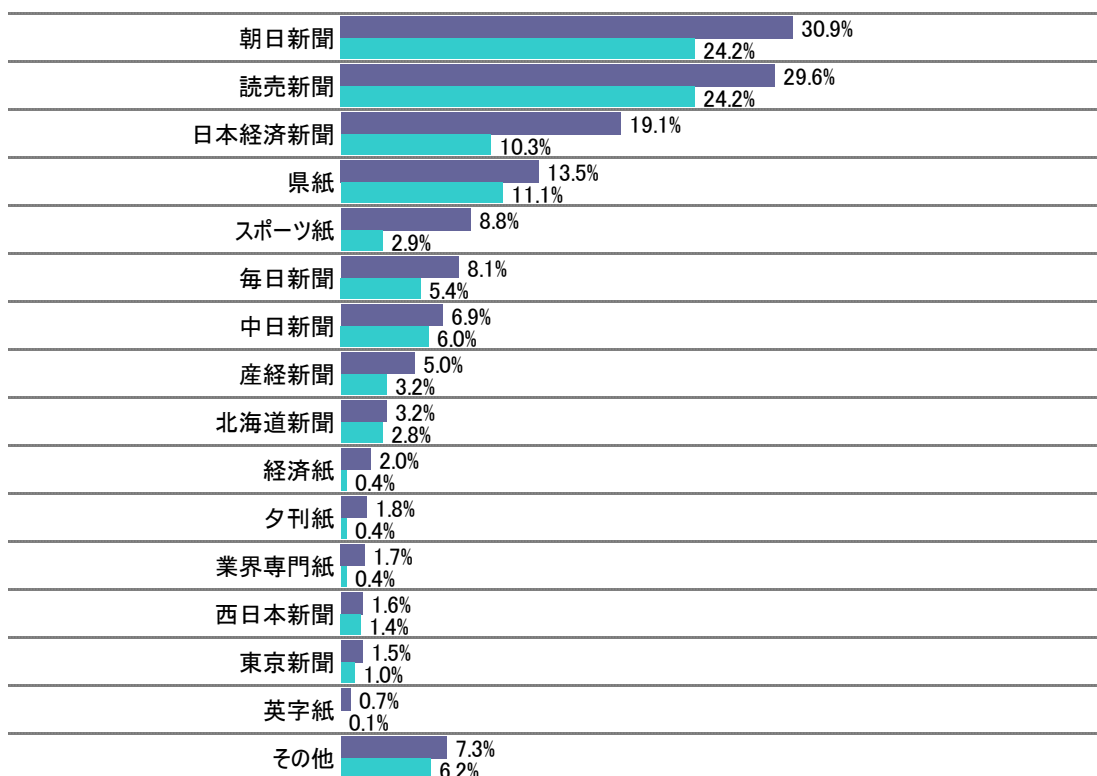
新聞を読んでいる人に伺います。

N=8106

そのうち、最もよく読んでいる新聞はどれですか。(単一回答)



◆新聞を読んでいる人の、よく読む新聞・最もよく読む新聞



よく読む面は男女に違い・・・男性「経済面、政治面、スポーツ欄」、女性「テレビ欄、生活面、地域面」

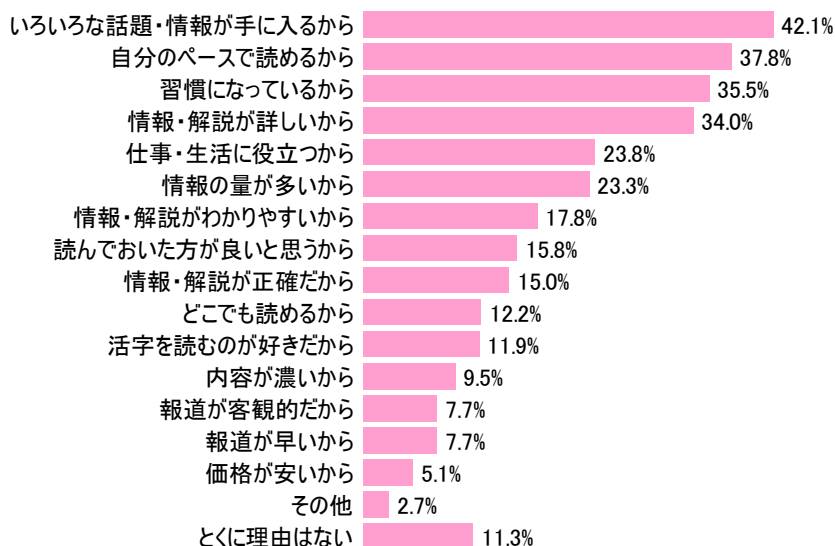
■新聞を読む理由

新聞を読んでいる人に、「新聞を読む理由」を尋ねたところ、「いろいろな話題・情報が手に入るから」が最も多く42.1%であった。次いで「自分のペースで読めるから」37.8%、「習慣になっているから」35.5%、「情報解説が詳しいから」34.0%と続いた。「報道が早いから」は7.7%と1割に満たなかった。

新聞を読んでいる人に伺います。

N=8106

あなたが新聞を読む理由を教えてください。（複数回答）



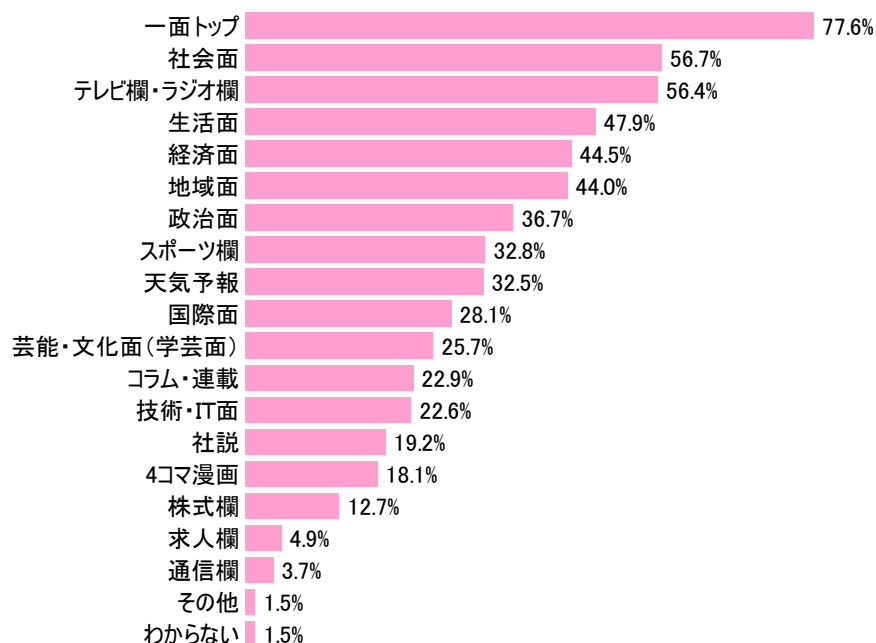
■よく読む面・欄

良く読む面・欄については、「一面トップ」が77.6%であった。その他の面では「社会面」56.7%が最も多く、「テレビ欄・ラジオ欄」56.4%、「生活面」47.9%、「経済面」44.5%、「地域面」44.0%と続いた。「社説」は19.2%と2割ほどである。

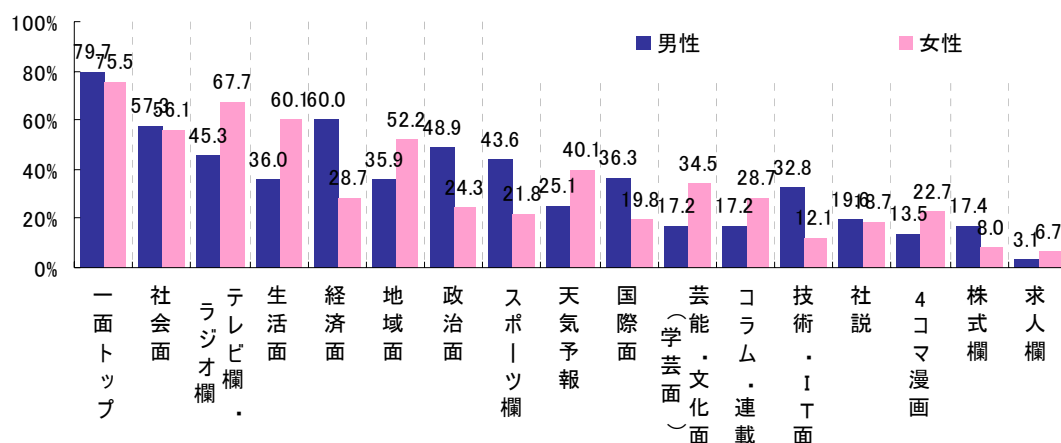
＜男女別＞

男女別に見ると、「テレビ欄・ラジオ欄」、「生活面」、「地域面」、「天気予報」、「芸能・文化面」、「コラム・連載」、「4コマ漫画」、「求人欄」は女性の方が多く回答し、「一面トップ」、「経済面」、「政治面」、「スポーツ欄」、「国際面」、「技術・IT面」、「株式欄」は男性の方が多く回答している。「社会面」については、男女の差はあまり見られなかった。

新聞は、どの欄・面をよく読んでいますか。（複数回答）



◆男女別



紙面に重視するポイントは、情報の「正確さ」と「わかりやすさ」

■紙面における新聞選びのポイント

読む新聞を選ぶ際の、“紙面におけるポイント”を尋ねたところ、「情報の正確さ」が最も多く35.6%、次いで「情報・解説のわかりやすさ」32.6%、「欲しい情報がある」26.2%、「情報・解説の詳しさ」25.5%、「情報の量」23.5%と続いた。「スタンスや考察が支持できるかどうか」は9.3%と1割ほどであった。

＜新聞別：全国紙＞

全国紙5紙を、いくつかの項目について比較したところ、5紙ともに「情報の正確さ」、「情報・解説のわかりやすさ」、「情報・解説の詳しさ」の順になっている。「情報・解説のわかりやすさ」については5紙間であまり差は見られなかったが、「情報の正確さ」については最も高い【日本経済新聞】48.5%と、最も低い【読売新聞】36.0%の間では12.5ポイントの差があった。【日本経済新聞】は「文字の読みやすさ」、「スタンスや考察が支持できるかどうか」以外の項目で、他の4紙よりも高い値となっている。【読売新聞】は「文字の読みやすさ」25.1%が5紙の中で最も多い。【産経新聞】の「スタンスや考察が支持できるかどうか」15.8%は、5紙の中で最も高い。

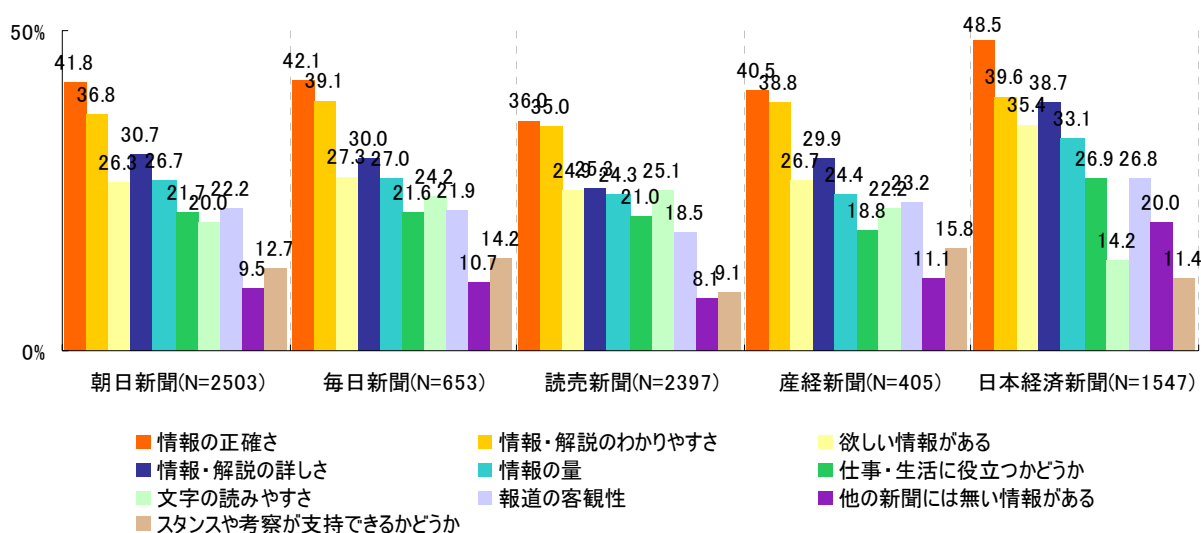
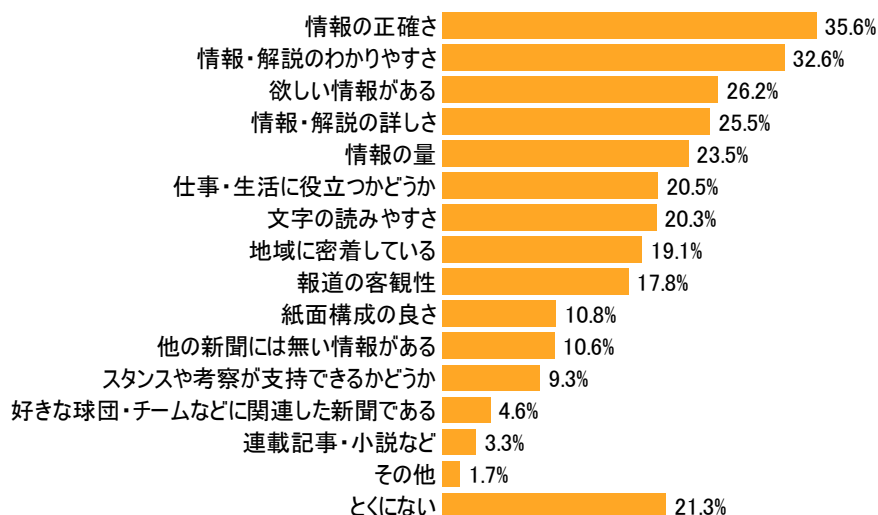
■具体的には・・・

具体的なポイントを自由回答で尋ねた。最もよく読む新聞ごとの回答を分けてみると、重視するポイントに違いが出ていることがうかがえた。

新聞を読んでいる人に伺います。

N=8106

読む新聞を選ぶ際の、紙面におけるポイントは何ですか。（複数回答）



具体的なポイントがあれば、教えてください。(自由回答)

【最もよく読む新聞】

↓

- | | |
|-------------|---|
| 朝日新聞 | 政治面の中立性は ある程度必要。但し、新聞社としての主義主張はあって然るべきと思う。
紙面構成の見やすさ、慣れていること。
他社新聞より情報の裏側まで書いてあるように感じる。
社説をはじめ自分の言いたい事が書かれている事が多い
その日のピックアップ項目がすぐにわかること |
| 毎日新聞 | 評価に偏りが無いこと
自らを反省したり律したり、記者自身が名前を公表している点
左右偏らず、読者に考えさせる。
インデックスの豊富さ。浅く広くの情報が欲しいので。
活字が大きく、見出しが的確。 |
| 読売新聞 | 生活面の情報量が多く、また詳しい解説があること。
医療関係の記事が詳しい紙面が好きです。
読んでいてわかり易く理解できる新聞
他紙に比べ公平に取材しているし何よりも情報量が充実している
巨人情報の多さ。 |
| 産経新聞 | 折込ちらしの少ないもの、朝刊のみで安いもの
記事を書く人の主義・主張を優先した記事の書き方
報道の中立性
社説などの客観性
客観性は一番必要だと思う |
| 日経新聞 | 一定の視点がある。
経済に関しては日経新聞が一番だから
一定レベルの情報の量と情報の解説の深さ
グローバル化の進展著しい現在、生きた経済を学ぶのに最適かどうか
客観的で正確な情報を求めている |

「特典や景品」で定期購読を決めた人は11.6%

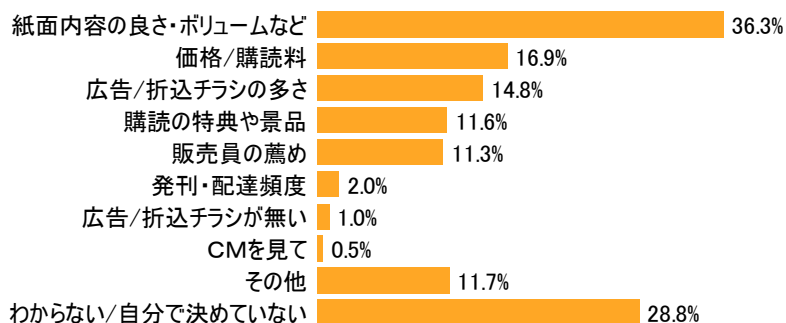
■定期購読を決めたポイント

定期購読する新聞を決めたポイントについては、「紙面内容のよさ・ボリュームなど」が36.3%で圧倒的だった。次いで「価格/購読料」16.9%、「広告/折込チラシの多さ」14.8%と続いた。「購読の特典や景品」と回答した人は11.6%であった。

新聞を定期購読している人に伺います。

N=7482

定期購読している新聞を決めた際のポイントは何ですか。(複数回答)



新聞を読まない人の7割が、「テレビ・インターネットでニュースを得るから」

■新聞を読まない理由

新聞を読んでいない人に、「読まない理由」を尋ねたところ、「テレビやインターネットでニュースを得ているから」が圧倒的で、72.0%と7割以上に上った。

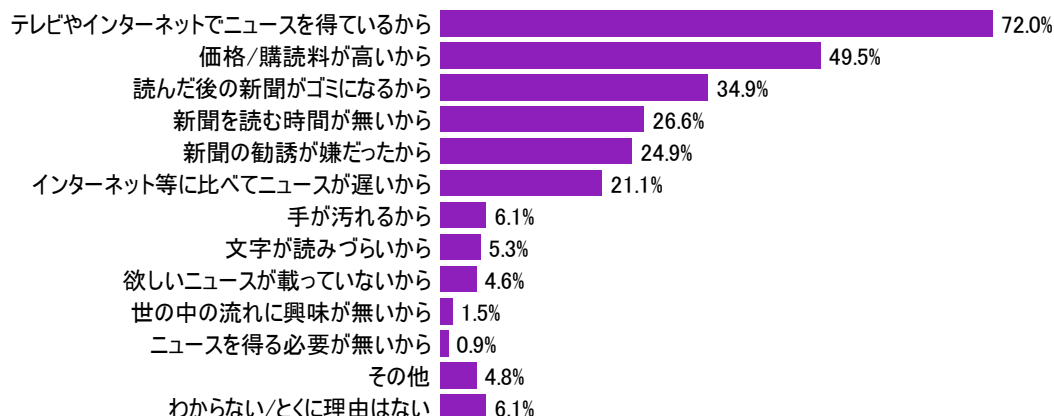
次いで「価格/購読料が高いから」49.5%、「読んだ後の新聞がゴミにあるから」34.9%と続いた。

「インターネット等に比べてニュースが遅いから」は21.1%と2割、「欲しいニュースが載っていないから」は4.6%であった。

新聞を読んでいない人に伺います。

N=2125

新聞を読んでいないのはなぜですか。(複数回答)



■ネットリサーチのDIMSDRIVEについて■

インターワイヤード株式会社が運営する『DIMSDRIVE』は、全国に17万人のモニターを擁し、インターネットリサーチを通じて調査企画・設計から分析・提案までを提供する、マーケティングのトータルソリューションサービスです。

広告効果測定や新製品需要調査など、目的に応じた調査でお客様の戦略立案をサポートしています。

◆DIMSDRIVEホームページ <http://www.dims.ne.jp/>

■インターワイヤード株式会社について■

＜所在地＞ 東京都品川区東品川2-2-25 サンウッド品川天王洲タワー3F
 ＜TEL＞ 03-5463-8255
 ＜代表者＞ 斉藤 義弘
 ＜事業内容＞ ネットマーケティングリサーチサービス「DIMSDRIVE」運営

●調査結果に関するお問い合わせ先●

インターワイヤード株式会社
 DIMSDRIVE事務局(ディムスドライブ事務局)

TEL: 03-5463-8256

Email: timely@dims.ne.jp