

ニュース媒体の選択と情報ジャンルに関する
マーケティングデータ
～帰宅後のニュース番組視聴編～

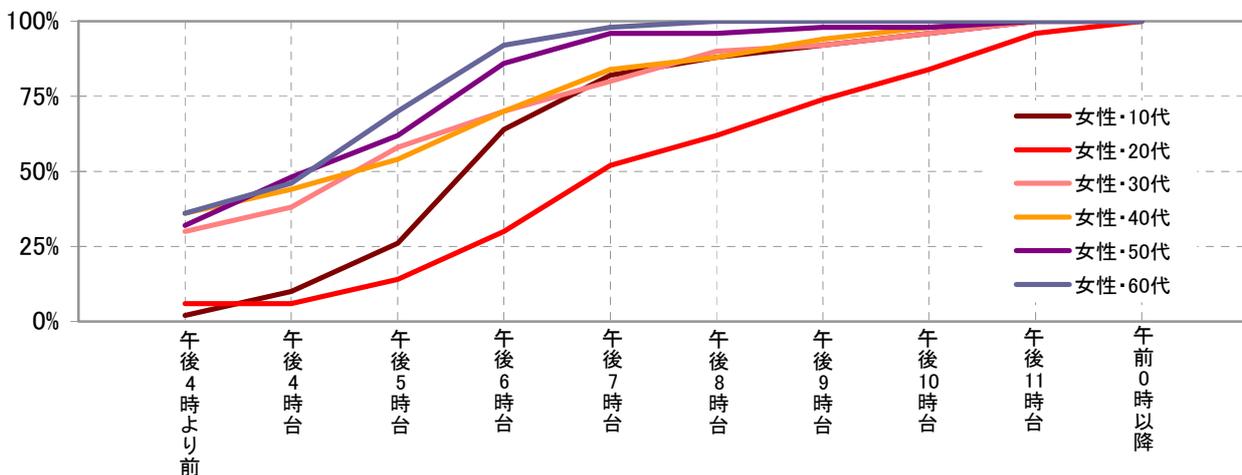
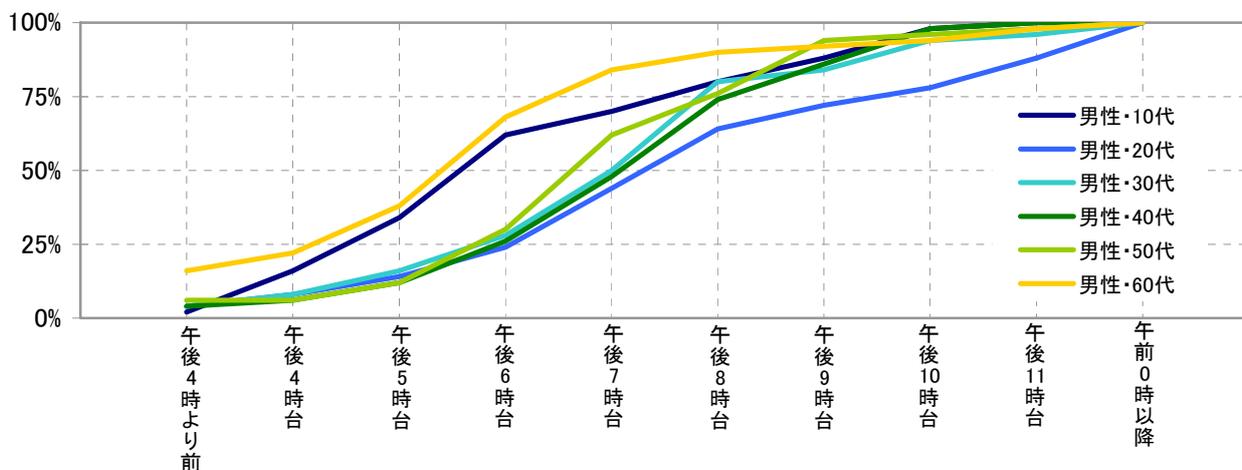
朝日大学マーケティング研究所

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2012年9月3日(月)～9月12日(水)
- 調査対象 首都圏在住の13歳～69歳男女
- 有効回答 合計600名(均等割付)

年代	男性	女性
13～19歳	50名	50名
20～29歳	50名	50名
30～39歳	50名	50名
40～49歳	50名	50名
50～59歳	50名	50名
60～69歳	50名	50名
合計	300名	300名

参考: 平日の平均的な累積帰宅率

各性年代とも n = 50

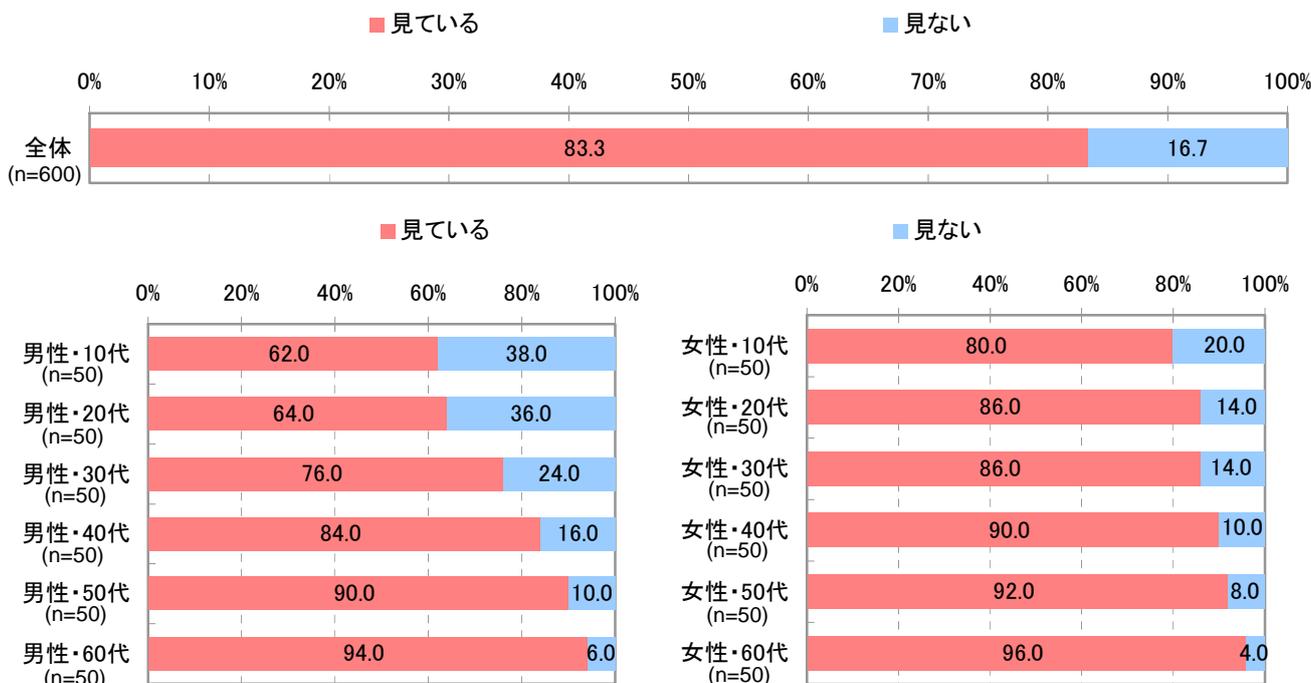


1. 平日の帰宅後のニュース番組視聴(タイミング)

男性の40代以降は、6割超が帰宅後に一番最初に視聴するニュース番組を、番組冒頭から見始める。

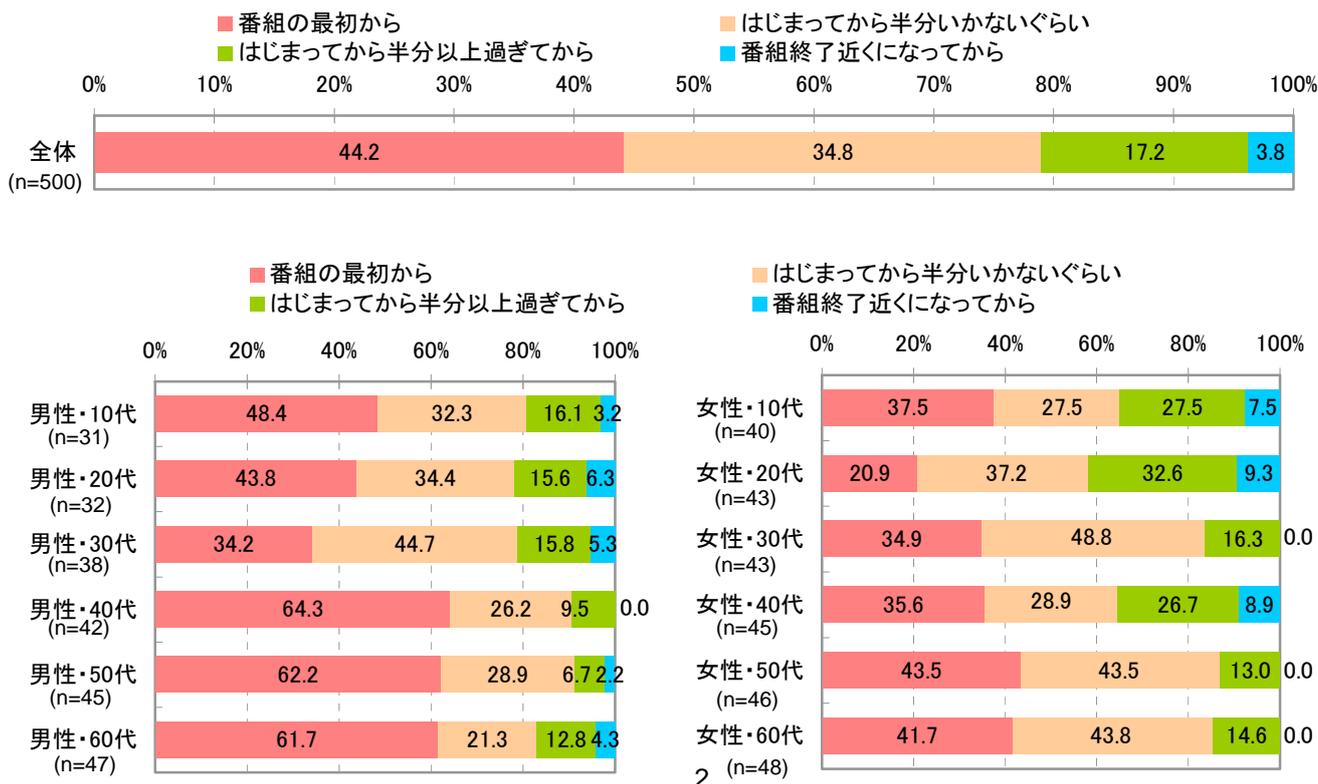
- 平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見るのは、全体の83.3%。若い年代ほどその割合は低く、特に男性はその傾向が強い。帰宅時間だけでなく、ニュース番組に対する興味度の違いも影響している。
- 帰宅後にニュース番組を視聴する人の4割程度は、帰宅後に最初に視聴するニュース番組を、番組冒頭から見ている。全体として、男性のほうが、番組の最初から見始める傾向がある。特に男性40代以降では番組冒頭から見始める人が6割に達している。

平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見る割合



平日の帰宅後に一番最初に視聴するニュース番組の視聴タイミング

※平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見ている人のみ



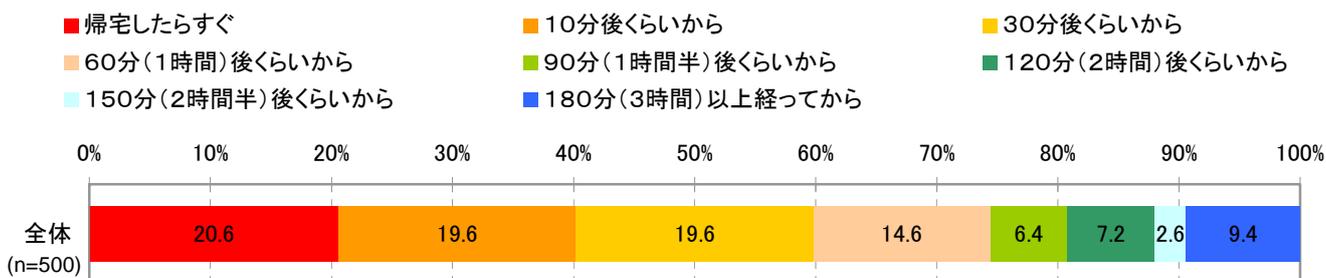
2. 平日の帰宅後のニュース番組視聴(見始めるまでの時間、番組数)

帰宅後に見るニュース番組は2~3番組程度が多い。また年配者であるほど番組数は多い。

■帰宅後にニュース番組を視聴する人のうち、30分以内にニュース番組を見始める人は59.8%いる。
 ■帰宅後にニュース番組を視聴する人のニュース番組接触数は年齢とともに増加する。男性10代では「1番組くらい」が51.6%で最も多いが、男性60代では「3番組くらい」が44.7%で最も多くなる。全体としては2~3番組を視聴している人がボリュームゾーンである。なお、帰宅後に接触する番組数は、帰宅時間の早さよりも年齢との相関が高かった。

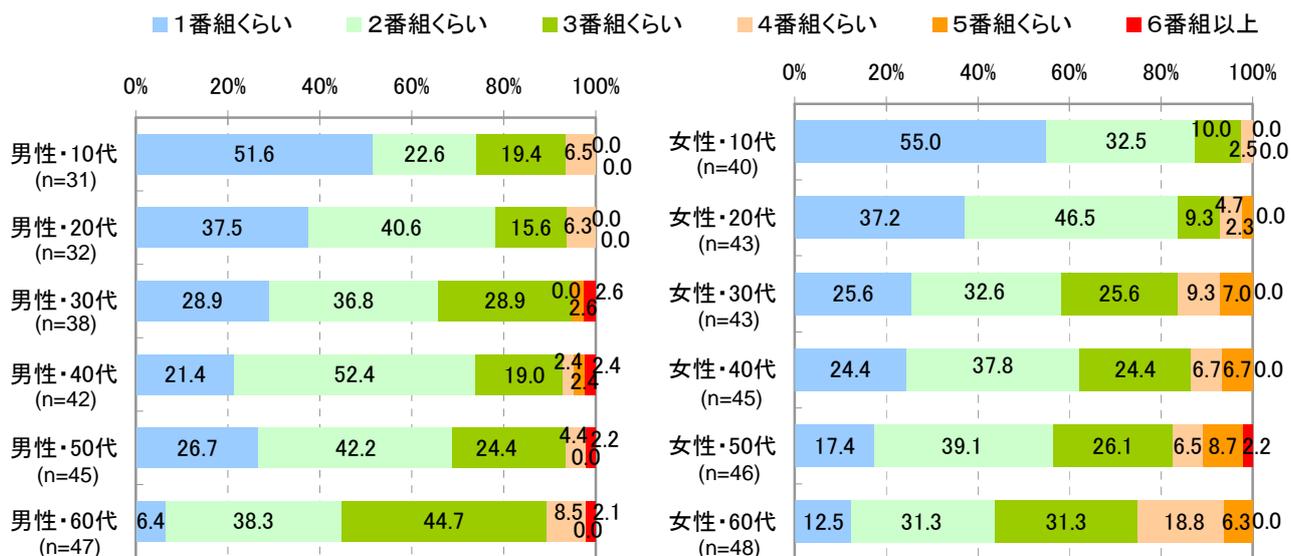
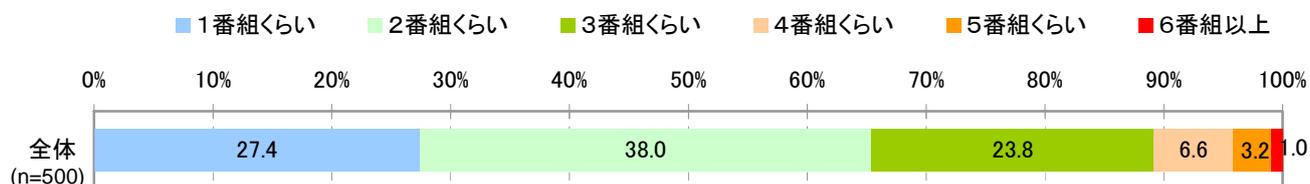
平日の帰宅後してから何分後ぐらいにニュース番組を見始めるか

※平日の午後5時台~午前0時台にテレビのニュース番組を見ている人のみ



平日の帰宅後のニュース番組接触数

※平日の午後5時台~午前0時台にテレビのニュース番組を見ている人のみ



3. 帰宅時間の影響(普段の生活での変化)

普段より早く帰宅したときも、9割近くの人はずっと見ているニュースを見る。

- 普段より早く帰宅して、いつもより早い時間帯のニュース番組を、(1)最初から見られる場合、(2)途中から見られる場合、の条件の違いでニュース番組の視聴行動の差は見られなかった。「いつもより早い時間帯のニュースを見て、普段見ているニュース番組も見ると」人(選択肢A)は50%程度、「普段見ているニュース番組が始まるまで待つ」人(選択肢C)は35%程度いる。合わせて9割近くの人々が、早く帰宅したときも、普段見ているニュース番組を見ており、ニュース番組視聴の習慣性の高さがうかがえる。
- 普段見ているニュース番組が終わった後に帰宅した場合、約半数が遅い時間帯のニュース番組を見る。

普段見ているニュース番組が始まる時間よりも早く帰宅し、いつもより早い時間帯のニュース番組を最初から見られる場合の視聴行動

※平日の午後5時台～午前0時にテレビのニュース番組を見ている人のみ

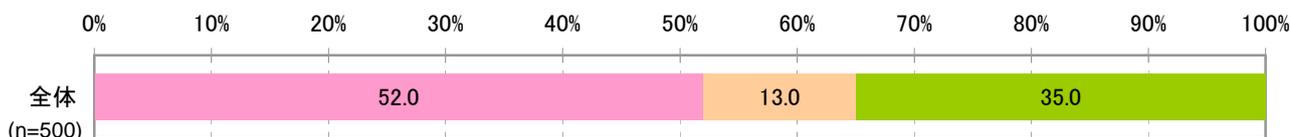
- A. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組も見ると
- B. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組は見ないと
- C. 普段見ているニュース番組が始まるまで待つ



普段見ているニュース番組が始まる時間よりも早く帰宅し、いつもより早い時間帯のニュース番組を途中から見られる場合の視聴行動

※平日の午後5時台～午前0時にテレビのニュース番組を見ている人のみ

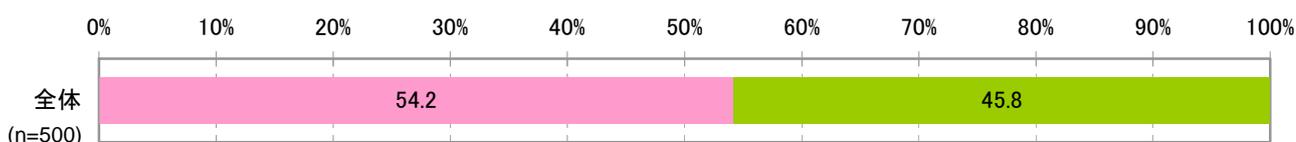
- A. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組も見ると
- B. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組は見ないと
- C. 普段見ているニュース番組が始まるまで待つ



普段見ているニュース番組が終わった後に帰宅した場合の視聴行動

※平日の午後5時台～午前0時にテレビのニュース番組を見ている人のみ

- いつもより遅い時間帯のニュース番組を見る
- いつもより遅い時間帯のニュース番組は見ないと



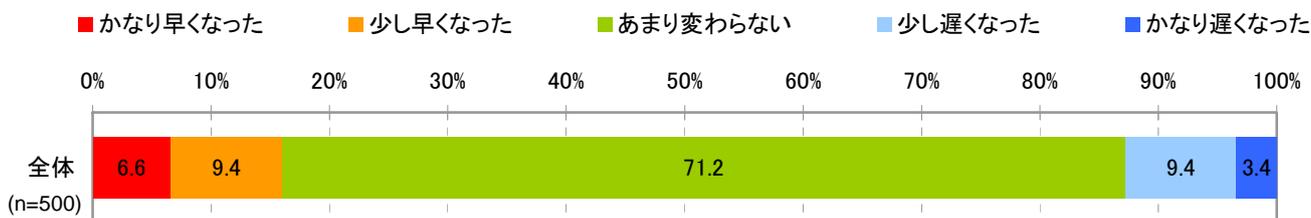
4. 帰宅時間の影響(1年前との比較)

帰宅時間は全体としてほぼ変化なし。帰宅時間が早くなったことで、これまで見ていたニュース番組を見なくなった人は少ない。

- 1年前と比較した帰宅時間は「あまり変わらない」が71.2%で多数であり、全体としてはほぼ変化していないといえる。
- 帰宅時間が早くなった人の普段のニュース番組の見方の変化をみると、「早い時間のニュース番組を観るようになり、それまで見ていたニュース番組を変わず見ている」人(選択肢B)が40.0%で最も多い。「とくに変わらず、これまで通り同じニュース番組を見ている」人も31.3%と多い。一方で帰宅時間が早くなった人で早い時間帯のニュース番組にスイッチした人(選択肢C)は1割に満たない。帰宅時間が早くなることで、早い時間のニュース番組が+αで視聴されるようになっている。

一年前と比較したときの帰宅時間

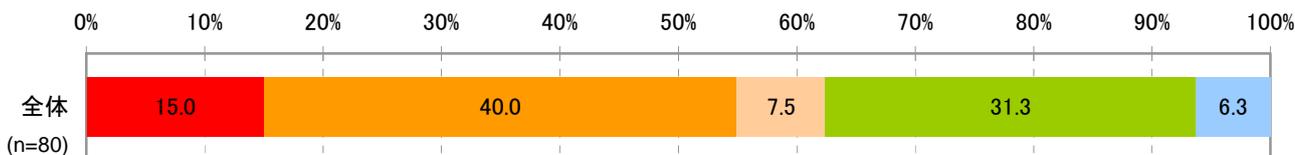
※平日の午後5時台～午前0時にテレビのニュース番組を見ている人のみ



帰宅時間が早くなった人の普段のニュース番組の見方の変化

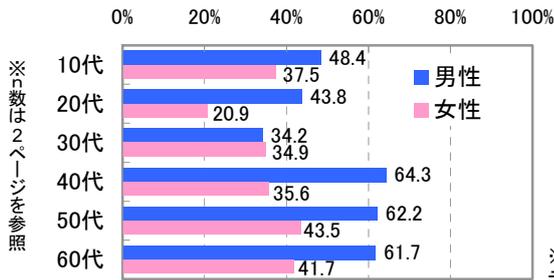
※平日の午後5時台～午前0時にテレビのニュース番組を見ていて、1年前より帰宅時感が早くなった人のみ

- A. それまでは帰宅後にニュース番組を見ていなかったが、見るようになった
- B. 早い時間のニュース番組を見るようになり、それまで見ていたニュース番組も変わらず見ている
- C. 早い時間のニュース番組を見るようになり、それまで見ていたニュース番組は見なくなった
- D. とくに変わらず、これまで通り同じニュース番組を見ている
- E. その他／あてはまるものがない



結果① 40代以降の男性の6割超は帰宅後のニュース番組を番組冒頭から見ている

平日の帰宅後に一番最初に視聴するニュース番組を番組冒頭から視聴する人の割合



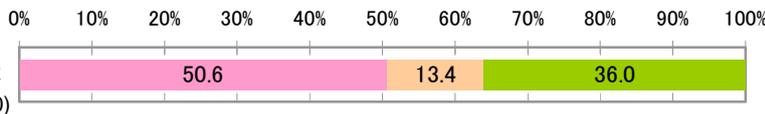
帰宅後にニュース番組を見る人は、男性より女性に多く、年配者ほど多い。帰宅時間の違いによる影響もあるが、夜9時台までに約9割の人が帰宅していることを考えれば、ニュース番組に対する視聴意欲の違いも大きい。特に、40代以降の男性では、帰宅後に最初に視聴するニュース番組を番組冒頭から見ている人が6割を超えている。属性によるニュースへの関心度合いや当該時間帯の視聴態度の違いが影響しているものと思われる。

※平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見ている人のみ

結果② 普段より早く帰宅したときも、9割近くの方は普段見ているニュースを見る

普段見ているニュース番組が始まる時間よりも早く帰宅し、いつもより早い時間帯のニュース番組を最初から見られる場合の視聴行動

- A. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組も見る
- B. いつもより早い時間帯のニュース番組を見て、普段見ているニュース番組は見ない
- C. 普段見ているニュース番組が始まるまで待つ



早く帰宅して、いつもより早い時間帯のニュース番組を見たからといって、普段見ているニュース番組を見なくなる人は少ない。普段より早く帰宅した場合でも、9割近くの方は普段見ているニュース番組を見ている。

※平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見ている人のみ

結果③ 1年前より帰宅時間が早くなっても、それまで見ていたニュース番組を見続ける人が多数

1年前と比較して帰宅時間が早くなった人の普段のニュース番組の見方の変化

- A. それまでは帰宅後にニュース番組を見ていなかったが、見るようになった
- B. 早い時間のニュース番組を見るようになり、それまで見ていたニュース番組も変わらず見ている
- C. 早い時間のニュース番組を見るようになり、それまで見ていたニュース番組は見なくなった
- D. とくに変わらず、これまで通り同じニュース番組を見ている
- E. その他／あてはまるものがない



※平日の午後5時台～午前0時台にテレビのニュース番組を見ていて、1年前より帰宅時感が早くなった人のみ

1年前より帰宅時間が早くなった人の40.0%は「早い時間のニュース番組を見るようになったが、それまで見ていたニュース番組も変わらず見ている」。

一方で早い時間帯のニュース番組にスイッチした人は1割に満たない。

結果②と③を合わせて考えると、短期的であれ長期的であれ、帰宅時間が早くなることによって、それまで見ていたニュース番組に加え、早い時間帯のニュース番組の視聴が+αされている。

結果から推測される仮説

■ 帰宅時間が早くなって、いつもより早い時間帯のニュース番組を見たとしても、普段見ている時間帯のニュース番組は習慣的に見ている。したがって、一度、視聴習慣がついた視聴者が他の番組にスイッチすることは比較的少ないと推測される。

しかしながら、長期的には、メインキャスターや出演者、コーナーを入れ替える必要が出てくるが、こうした時期に視聴習慣が崩れるというリスクがある。視聴習慣を形成するためには、特番期やオリンピック期間中など番組編成が変わりやすい時期も、夕方・夜のニュース番組は極力放送時間を動かさないことが重要である。一方、番組内容については新しいコーナーを設けるなど、目先を変えていくことが大切である。「単に習慣になっている」ということだけが視聴理由になってしまうことは、これもまたリスクである。

■ 40代以降の男性は、帰宅後に最初に見るニュース番組を、番組の冒頭から視聴する傾向がある。これは、単に最新のニュース情報を得たいというだけでなく、番組の最初から最後までひと通り視聴する、ひとつのニュースショーとして番組を楽しんでいるからではないだろうか。そうしたショーとしての演出を考える上では、どのような層がどの時間帯に帰宅してテレビの前にいるのかを詳細に把握することが重要である。

トピックスリサーチ

ニュース媒体の選択と情報ジャンルに関する
マーケティングデータ
～帰宅後のニュース番組視聴編～

発行日 2012年 10月 26日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ apost@dance.ocn.ne.jp