

**ニュース番組に関するマーケティングデータ
～平日・朝のニュース篇～**

朝日大学マーケティング研究所

調査概要

- 調査方法 Webアンケート
- 調査期間 2019年6月5日(水)～6月10日(月)
- 調査対象 首都圏在住の13歳～69歳男女
- 有効回答 合計457名

年代	男性	女性
13～19歳	52名	53名
20～34歳	53名	59名
35～49歳	60名	64名
50～69歳	57名	59名
合計	222名	235名

※本レポートでは以下の通り、略称を用いている

男性・13～19歳 … T男 女性・13～19歳 … T女
男性・20～34歳 … M1 女性・20～34歳 … F1
男性・35～49歳 … M2 女性・35～49歳 … F2
男性・50～69歳 … M3 女性・50～69歳 … F3

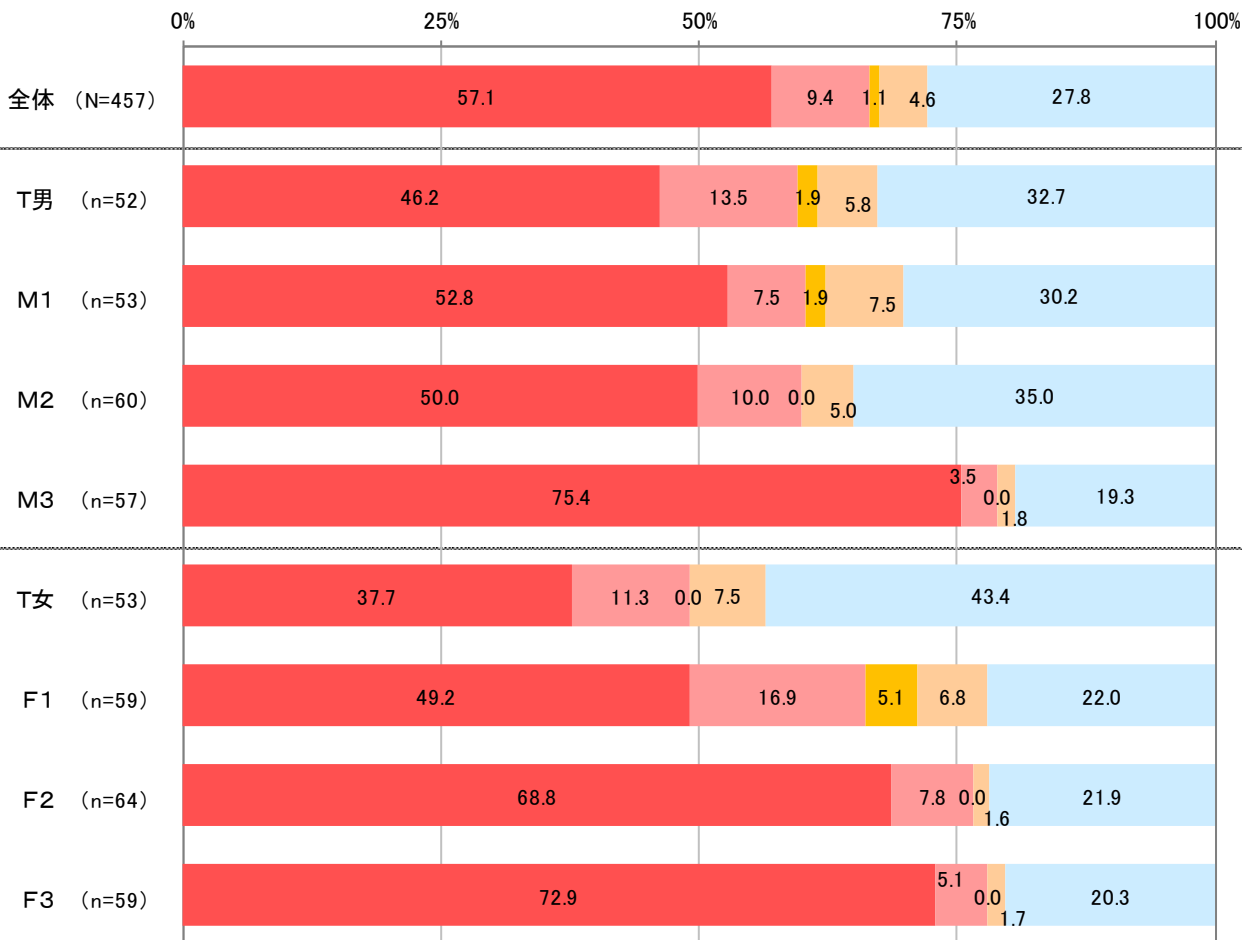
1. 平日・朝にニュース番組を見る頻度

「ほぼ毎日」は57.1%、「朝はテレビでニュース・報道番組を視ない」人も27.8%いる。

- 平日の朝にテレビでニュース・報道番組を見る頻度を聞くと、全体の57.1%が「ほぼ毎日」と回答した。一方で、「朝はテレビでニュース・報道番組を視ない」は27.8%だった。
- M3層・F3層は視聴頻度が高く、両者ともに「ほぼ毎日」が7割を超えている。
- 女性ではT女層の「朝はテレビでニュース・報道番組を視ない」が43.4%と高い。

平日・朝にニュース番組を見る頻度

■ ほぼ毎日 ■ 週2～3日程度 ■ 週1日程度 ■ それ以下 ■ 朝はテレビでニュース・報道番組を視ない



2. 平日・朝のニュース番組で注目するニュースのジャンル

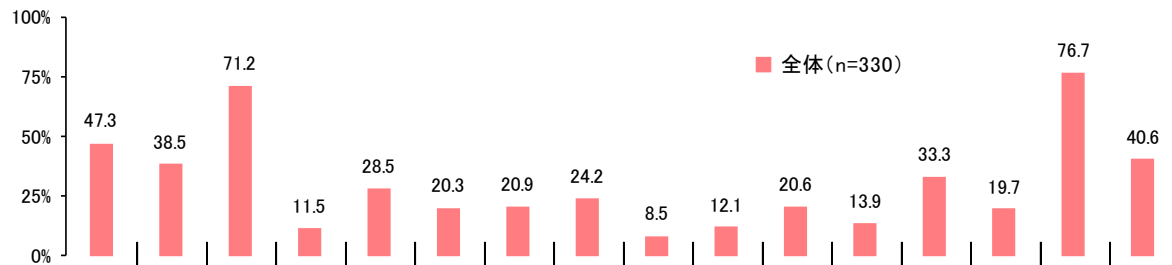
「天気・気象」(76.7%)、「事件・社会」(71.2%)が特に高い。ジャンルには性年代差が目立つ。

■平日の朝にテレビでニュース・報道番組を見る人(n=330)に、注目するニュースのジャンルを聞くと、「天気・気象」(76.7%)、「事件・社会」(71.2%)が7割を超えて抜けて高い。

■M2層・M3層が注目する「政治」「経済・株価」はT女層～F2層にかけては注目度が低い。一方、「グルメ」「芸能・タレント」のようにT女層～F1層が高く、M2層・M3層が低いジャンルもある。「天気・気象」「事件・社会」以外のニュースは個人の嗜好の影響が大きいため、ニュース番組の全体の雰囲気(おじさん寄り、女子寄り)を決めるものとなる。

平日・朝のニュース番組で注目するニュースのジャンル(複数回答)

※母数: 平日・朝にテレビでニュース・報道番組を見る人



	調査数	注目するニュースのジャンル (%)																	
		1 政治	2 経済・株価	3 事件・社会	4 企業・人事	5 話題のサービス・新商品	6 海外ニュース	7 ローカルニュース(地域のニュース)	8 スポーツ	9 科学	10 ファッション	11 グルメ	12 美容・健康	13 芸能・タレント	14 テレビ番組・映画・音楽	15 天気・気象	16 交通情報	17 その他	
全体	330	47.3	38.5	71.2	11.5	28.5	20.3	20.9	24.2	8.5	12.1	20.6	13.9	33.3	19.7	76.7	40.6	1.2	
性年代別	T男	35	34.3	14.3	62.9	5.7	22.9	8.6	14.3	40.0	5.7	8.6	22.9	5.7	37.1	20.0	71.4	34.3	0.0
	M1	37	45.9	43.2	70.3	10.8	18.9	18.9	24.3	13.5	5.4	13.5	10.8	27.0	18.9	67.6	43.2	0.0	
	M2	39	69.2	64.1	74.4	23.1	20.5	23.1	17.9	30.8	15.4	10.3	12.8	10.3	15.4	76.9	46.2	2.6	
	M3	46	87.0	65.2	84.8	13.0	26.1	34.8	32.6	39.1	17.4	4.3	8.7	6.5	13.0	2.2	73.9	39.1	0.0
	T女	30	20.0	16.7	36.7	3.3	26.7	6.7	3.3	13.3	3.3	20.0	20.0	26.7	56.7	26.7	73.3	23.3	0.0
	F1	46	28.3	23.9	67.4	10.9	39.1	21.7	26.1	15.2	0.0	19.6	39.1	19.6	45.7	30.4	73.9	45.7	0.0
	F2	50	32.0	26.0	78.0	10.0	34.0	16.0	18.0	16.0	8.0	18.0	28.0	14.0	42.0	24.0	86.0	40.0	0.0
F3	47	53.2	46.8	80.9	12.8	34.0	25.5	23.4	17.0	4.3	10.6	17.0	19.1	36.2	21.3	85.1	46.8	6.4	

※ ■ 全体より+10ポイント以上高い ■ 全体より-10ポイント以上低い

3. 平日・朝のニュース番組についてあてはまるもの

78.5%が「いつも見るニュース・報道番組が決まっている」と回答。

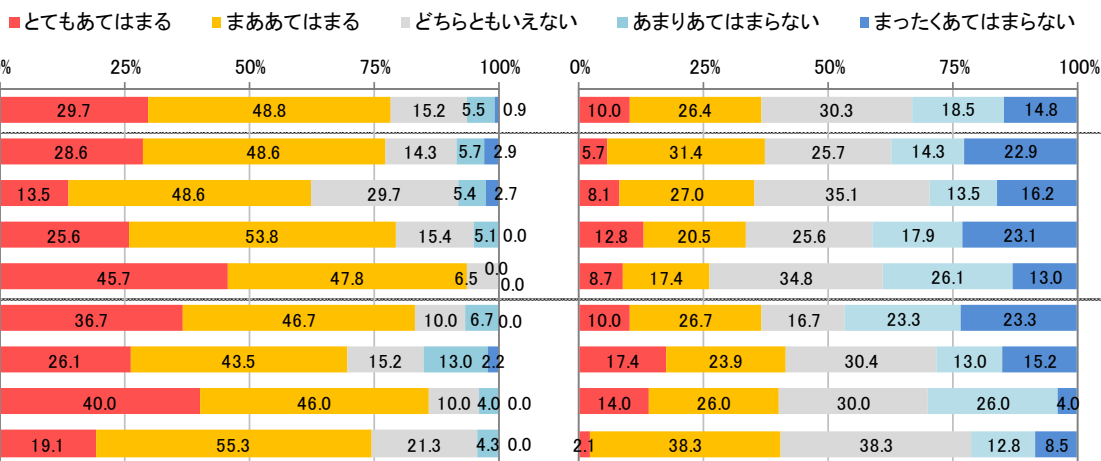
■平日の朝にテレビでニュース・報道番組を見る人(n=330)に、ニュース・報道番組の見方について質問したところ、全体の78.5%が「いつも見るニュース・報道番組が決まっている」と回答した。「とてもあてはまる」「まああてはまる」の合計) 大多数は見る番組が決まっている。

■「コーナーごとに見るニュース・報道番組を変える」は「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の合計が全体の41.2%であることも考えると、習慣視聴が大きいことが窺える。

平日・朝のニュース番組についてあてはまるもの

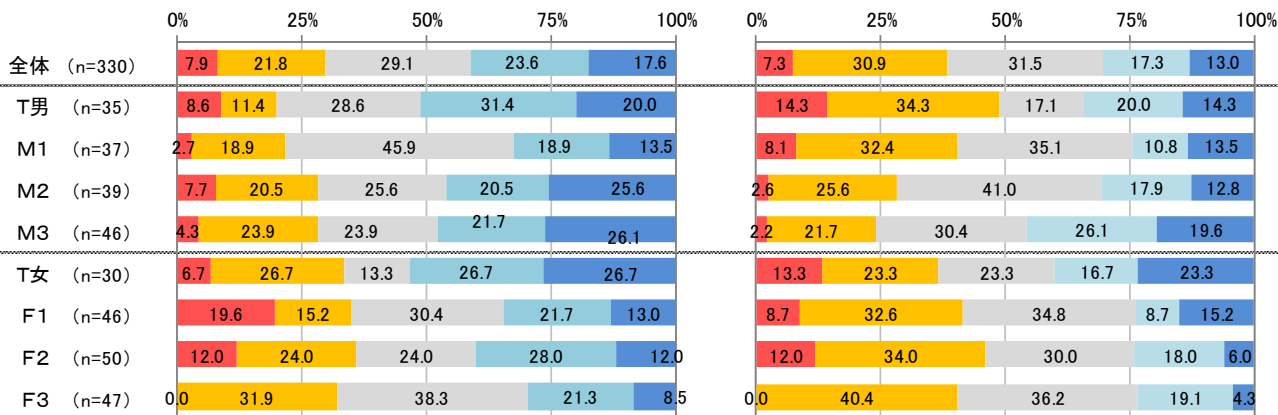
いつも見るニュース・報道番組が決まっている

内容より出演者でニュース・報道番組を選んでいる

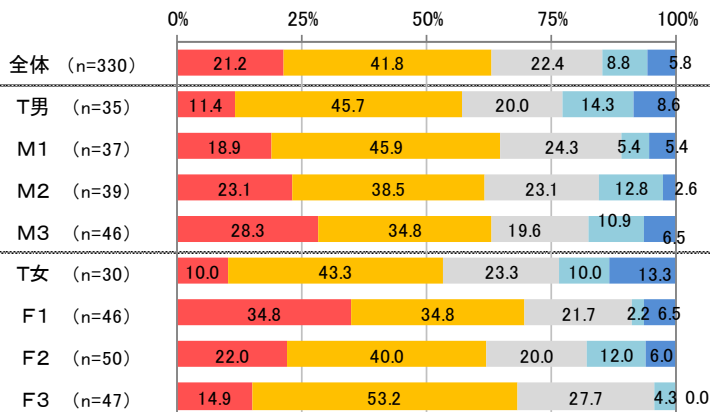


コーナーごとに見るニュース・報道番組を変える

他に見たい番組がないから
ニュース・報道番組を見ている



新聞代わりにニュース・報道番組を見ている



4. 朝のニュース番組を見るときに重視するもの

朝は「天気予報が充実している」がトップ。「解説や内容がわかりやすい」が2番目。

■「朝のニュース番組を見るときに重視するもの」を質問すると、「天気予報が充実していること」(28.9%)、「解説や内容がわかりやすい」(24.7%)、「番組の内容に信頼が持てる」(21.9%)が高い。

■ 選択肢のカテゴリーで俯瞰した場合、「信頼性」と「解説」にあたる選択肢はいずれも比較的高いことがわかる。とくにM3層・F3層の高齢層では顕著である。

■ T男層ではトップが「笑える楽しい内容のニュースが多い」、T女層では「タイムリーな企画・特集が多い」「芸能・エンタメ情報が充実している」「テンポが速く情報の量が多い」が同率でトップとなっている。

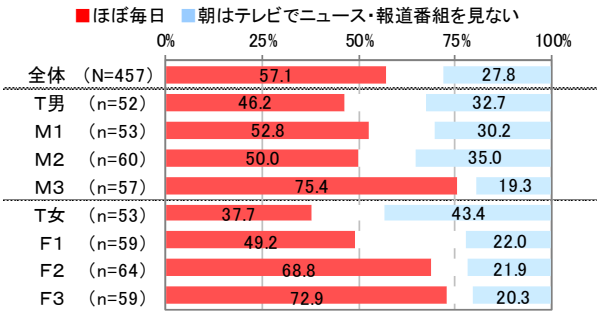
朝のニュース番組を見るときに重視するもの(複数選択)

	全体	T男	M1	M2	M3	T女	F1	F2	F3	
調査数	457	52	53	60	57	53	59	64	59	
出演者	メインキャスターが女性である	3.5	3.8	7.5	3.3	3.5	1.9	3.4	1.6	3.4
	メインキャスターが男性である	1.8	1.9	5.7	0.0	0.0	1.9	0.0	1.6	3.4
	好きな出演者がいる	7.7	7.7	1.9	8.3	8.8	13.2	1.7	9.4	10.2
	タレントのゲスト出演が多い	3.3	5.8	0.0	3.3	1.8	5.7	8.5	1.6	0.0
	専門家のゲスト出演が多い	1.8	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	3.1	5.1
信頼性	番組の内容に信頼が持てる	21.9	13.5	15.1	15.0	26.3	9.4	25.4	32.8	33.9
	出演者に信頼が持てる	13.8	9.6	9.4	11.7	10.5	13.2	10.2	18.8	25.4
	そのテレビ局に信頼が持てる	11.4	9.6	13.2	11.7	15.8	11.3	6.8	9.4	13.6
企画	タイムリーな企画・特集が多い	19.5	13.5	17.0	21.7	14.0	15.1	28.8	14.1	30.5
	深掘りした企画・特集が多い	8.1	9.6	5.7	3.3	8.8	7.5	8.5	9.4	11.9
	取材が充実している・取材力がある	10.9	7.7	15.1	6.7	12.3	0.0	15.3	9.4	20.3
内容	笑える楽しい内容のニュースが多い	7.7	17.3	3.8	5.0	3.5	13.2	8.5	3.1	8.5
	ほっこりする明るい内容のニュースが多い	9.2	7.7	5.7	5.0	5.3	9.4	20.3	9.4	10.2
	考えさせられる内容のニュースが多い	7.0	1.9	9.4	10.0	1.8	5.7	5.1	7.8	13.6
	仕事や勉強に使える内容が多い	6.8	9.6	9.4	10.0	5.3	3.8	3.4	7.8	5.1
	友人・学校・職場で話題にできる内容が多い	7.2	13.5	5.7	3.3	3.5	9.4	10.2	7.8	5.1
ジャンル	政治情報が充実している	8.1	1.9	15.1	8.3	17.5	1.9	3.4	10.9	5.1
	経済・金融情報が充実している	11.2	3.8	9.4	13.3	29.8	3.8	5.1	9.4	13.6
	生活情報(グルメ・話題の商品など)が充実している	11.4	9.6	13.2	1.7	7.0	7.5	18.6	20.3	11.9
	スポーツ情報が充実している	7.7	9.6	7.5	5.0	14.0	7.5	1.7	7.8	8.5
	芸能・エンタメ情報が充実している	11.2	7.7	7.5	1.7	5.3	15.1	20.3	20.3	10.2
天気予報が充実している	28.9	17.3	22.6	18.3	43.9	13.2	39.0	35.9	37.3	
地域	海外の話題が多い	2.2	1.9	1.9	3.3	3.5	1.9	0.0	4.7	0.0
	ローカル(地元)の話題が多い	3.9	3.8	1.9	3.3	8.8	0.0	3.4	4.7	5.1
解説	解説や内容がわかりやすい	24.7	15.4	18.9	25.0	29.8	13.2	27.1	26.6	39.0
	内容やコメントが偏っていない(中立である)	16.0	11.5	11.3	20.0	19.3	7.5	16.9	12.5	27.1
	テンポが速く情報の量が多い	17.3	9.6	17.0	16.7	28.1	15.1	15.3	14.1	22.0
	解説が豊富で情報の質が高い	14.4	13.5	17.0	13.3	15.8	3.8	11.9	10.9	28.8
雰囲気・構成	番組の雰囲気が明るい	14.7	13.5	7.5	5.0	21.1	11.3	18.6	21.9	16.9
	番組の雰囲気が落ち着いた	11.2	1.9	3.8	10.0	24.6	3.8	6.8	17.2	18.6
	BGM・音楽のインパクトがある	2.0	1.9	0.0	1.7	1.8	0.0	3.4	6.3	0.0
	BGM・音楽が控え目である	2.8	1.9	1.9	6.7	5.3	0.0	1.7	3.1	1.7
	現場VTR・ロケ映像が多い	3.1	0.0	3.8	3.3	3.5	1.9	3.4	4.7	3.4
スタジオでのトーク・解説が多い	8.5	9.6	3.8	3.3	10.5	13.2	10.2	9.4	8.5	
とくにあてはまるものはない	22.5	26.9	34.0	31.7	8.8	34.0	16.9	17.2	13.6	

※ ■ 全体より+10ポイント以上高い ■ 全体より-10ポイント以上低い

結果① 「ほぼ毎日」は57.1%、「朝はテレビでニュース・報道番組を見ない」人も27.8%いる。

平日・朝にニュース番組を見る頻度



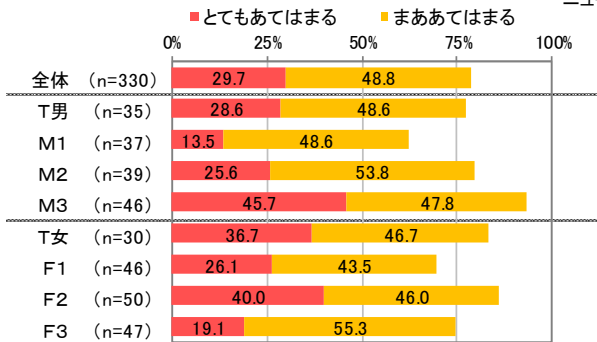
平日・朝にテレビでニュース・報道番組を見る頻度を聞くと、全体の57.1%が「ほぼ毎日」と回答した。半数以上が「ほぼ毎日」視ている一方で、3割弱が「朝はテレビでニュース・報道番組を見ない」とも回答している。

また、50～69歳以上のM3層・F3層は「ほぼ毎日」が7割を超えている。

結果② 78.5%が「いつも見るニュース・報道番組が決まっている」と回答。

いつも見るニュース・報道番組が決まっている

※母数：平日・朝にテレビでニュース・報道番組を見る人



平日・朝にテレビでニュース・報道番組を見る人(n=330)に、ニュース・報道番組の見方について質問したところ、全体の78.5%が「いつも見るニュース・報道番組が決まっている」と回答した。大多数は見る番組が決まっている。

また「コーナーごとに見るニュース・報道番組を変える」は「あまりあてはまらない」「まったくあてはまらない」の合計が全体の41.2%であり、ニュース・報道番組の視聴は習慣性が大きいことが窺える。

結果③ 朝は「天気予報が充実している」がトップ。「解説や内容がわかりやすい」が2番目。

朝のニュース番組を見るときに重視するもの(複数選択・上位5項目を抜粋)

	全体	T男	M1	M2	M3	T女	F1	F2	F3
調査数	457	52	53	60	57	53	59	64	59
天気予報が充実している	28.9	17.3	22.6	18.3	43.9	13.2	39.0	35.9	37.3
解説や内容がわかりやすい	24.7	15.4	18.9	25.0	29.8	13.2	27.1	26.6	39.0
番組の内容に信頼が持てる	21.9	13.5	15.1	15.0	26.3	9.4	25.4	32.8	33.9
タイムリーな企画・特集が多い	19.5	13.5	17.0	21.7	14.0	15.1	28.8	14.1	30.5
テンポが速く情報の量が多い	17.3	9.6	17.0	16.7	28.1	15.1	15.3	14.1	22.0

「朝のニュース番組を見るときに重視するもの」を質問すると、「天気予報が充実していること」、「解説や内容がわかりやすい」、「番組の内容に信頼が持てる」が2割を超えている。

忙しい朝であっても「解説や内容がわかりやすい」ことを重視している人が多いのは注目である。

また全体でみると、「信頼性」と「解説」を重視する傾向が見られる。

結果から推測される仮説

■ 平日・朝のニュース・報道番組が放送されている時間帯は、夜のゴールデン帯並みによく視聴されている時間帯であり、視聴の習慣性が高い。テレビの影響力の低下が言われて久しいが、全体でも半数以上が「ほぼ毎日」朝のニュース・報道番組を視聴している。「天気・気象」「社会・事件」以外のカテゴリーのニュースは個人の嗜好が大きく、これらの扱いがそのニュース・報道番組の視聴層の特徴を決めていることがわかる。

■ 忙しい朝のニュース・報道番組であっても「解説」が重視されている点が注目である。また、「現場VTRやロケ映像」よりも「スタジオでのトーク・解説が多い」ことを重視する人も多く、ありのままに伝えるよりも、何が起きているのかをわかりやすく伝える「まとめ」の発想が求められている。

トピックスリサーチ

ニュースに関するマーケティングデータ
～平日・朝のニュース篇～

発行日 2019年 7月 31日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒501-0296
岐阜県瑞穂市穂積1851
TEL : 058-326-1173

お問い合わせ marketing@alice.asahi-u.ac.jp
