

「新型コロナウイルス」感染拡大における 読売新聞読者の行動・意識調査

2020年4月

読売新聞東京本社 広告局

< 調査概要 >

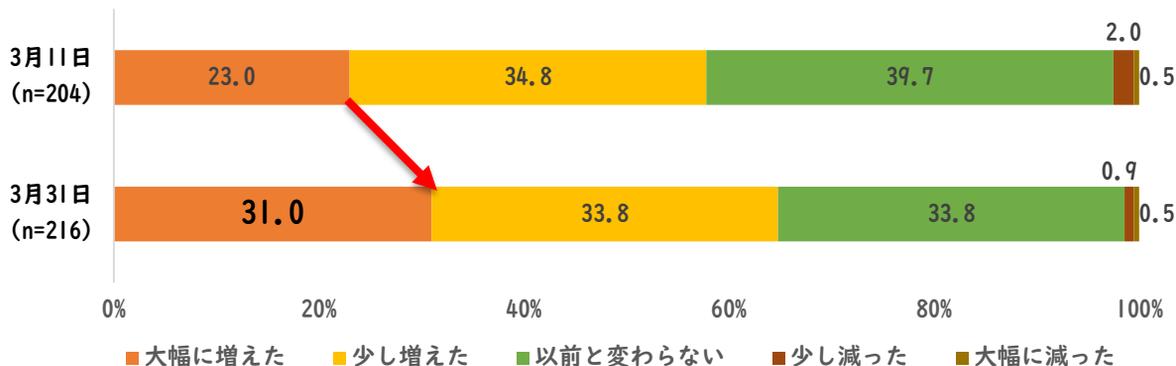
- ▶ 調査対象者：読売新聞を購読している15歳～69歳の男女個人
- ▶ 調査エリア：首都圏（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）
- ▶ 調査実施日：2020年3月11日（水）・3月31日（火）
- ▶ 抽出方法：新聞広告による公募を中心とし、インターネット調査モニターパネルからの公募で補完。応募者をJ-READの当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付
- ▶ 調査方法：パソコン・タブレット・スマートフォンを利用したウェブ調査。新聞紙面に関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意して回答する再認法
- ▶ 標本サイズ：1パネルあたり原則約300名。回収数は70～80%程度を想定
- ▶ 有効回答者数：204人（3月11日）・216人（3月31日）
- ▶ 調査機関・レターヘッド：株式会社ビデオリサーチ

< 調査結果サマリー >

- 3月31日以前の1週間で、6割以上の人の在宅時間が増えている
- 在宅時間が増えた大きな要因は、新聞・テレビ等の報道における在宅の推奨
- 新型コロナウイルスの感染が拡大する中で、読者の新聞を読む時間が更に増えている
- 9割以上の方が、新型コロナウイルスに関連する記事に注目している
- 新型コロナウイルス関連の情報を取得する上で、最も信頼している情報源は「新聞」
- 感染が拡大する中で、新聞記事の内容を周りの人に共有する読者が増えている
- 6割近くの方が、免疫力向上を意識した食生活や生活習慣をするようになっている

在宅時間の变化

- ◆ 3週間の経過で、在宅時間が大幅に増えた人の割合が8.0ポイント上昇
- ◆ 年代別で見ると、29歳以下、60代の「増えた計」の割合が増加



< 年代別 >

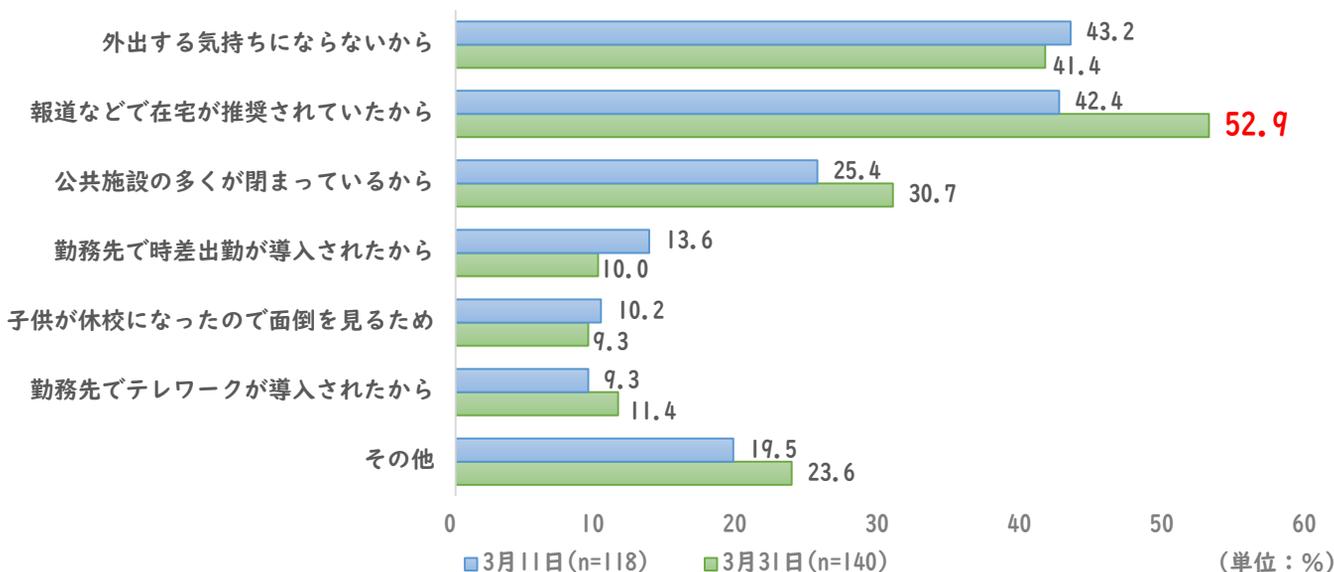
	3月11日				3月31日			
	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計
29歳以下	23	21.7	21.7	43.4	34	44.1	17.6	61.7
30代	47	23.4	42.6	66.0	37	18.9	43.2	62.1
40代	29	20.7	48.3	69.0	35	25.7	42.6	68.3
50代	37	24.3	32.4	56.7	43	25.6	34.3	59.9
60代	68	23.5	29.4	52.9	67	37.3	32.6	69.9

(単位：%)

在宅時間が増えた理由

- ◆ 3週間の経過で、「報道における在宅の推奨」を理由とする人の割合が大幅に増加

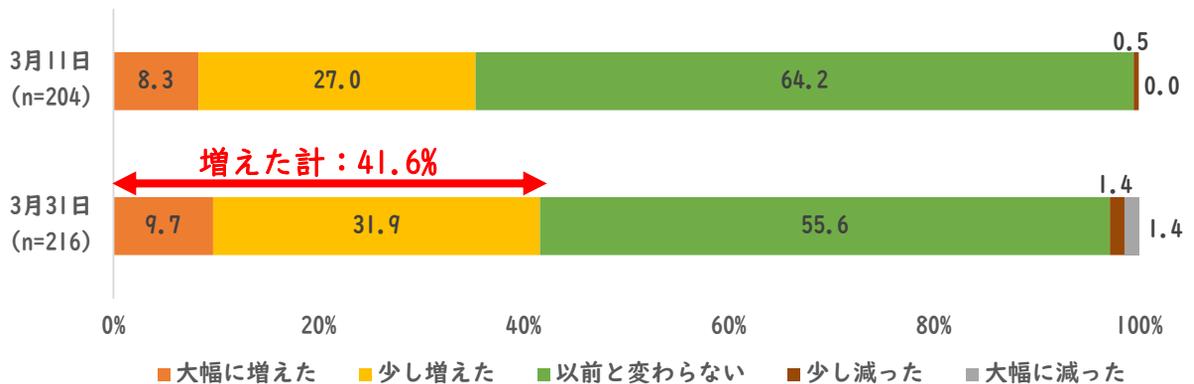
(複数回答)



(単位：%)

新聞を読む時間の変化

- ◆ 3週間の経過で、新聞を読む時間が増えた人の割合が6.3ポイント上昇
- ◆ 年代別で見ると、60代、30代の「増えた計」の割合が増加



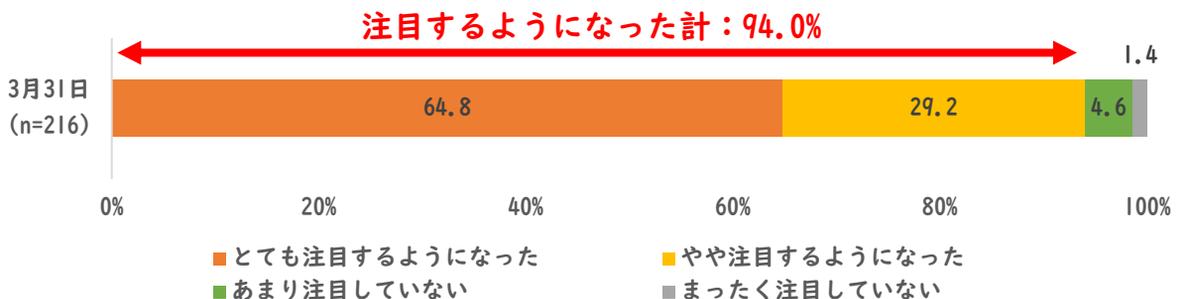
< 年代別 >

	3月11日				3月31日			
	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計	n	大幅に増えた	少し増えた	増えた計
29歳以下	23	0.0	26.1	26.1	34	5.9	23.5	29.4
30代	47	2.1	21.3	23.4	37	5.4	32.4	37.8
40代	29	10.3	27.6	37.9	35	11.4	28.6	40.0
50代	37	10.8	35.1	45.9	43	7.0	30.2	37.2
60代	68	13.2	26.5	39.7	67	14.9	38.8	53.7

(単位：%)

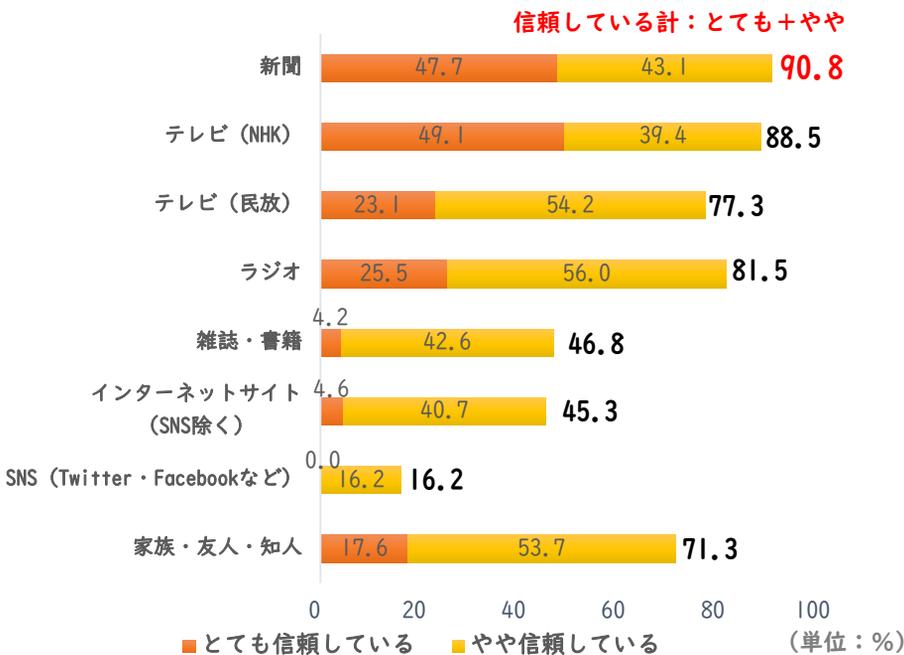
コロナ関連記事への注目

- ◆ 多くの人が、新型コロナウイルス感染拡大に関連する記事に注目している



コロナ関連の情報取得で信頼する情報源

- ◆ 信頼している計は「新聞」がトップで、NHKと新聞は「とても信頼している」のみの割合も高い
- ◆ 年代別で見ると、「新聞」は30代、50代、60代で単独でトップ

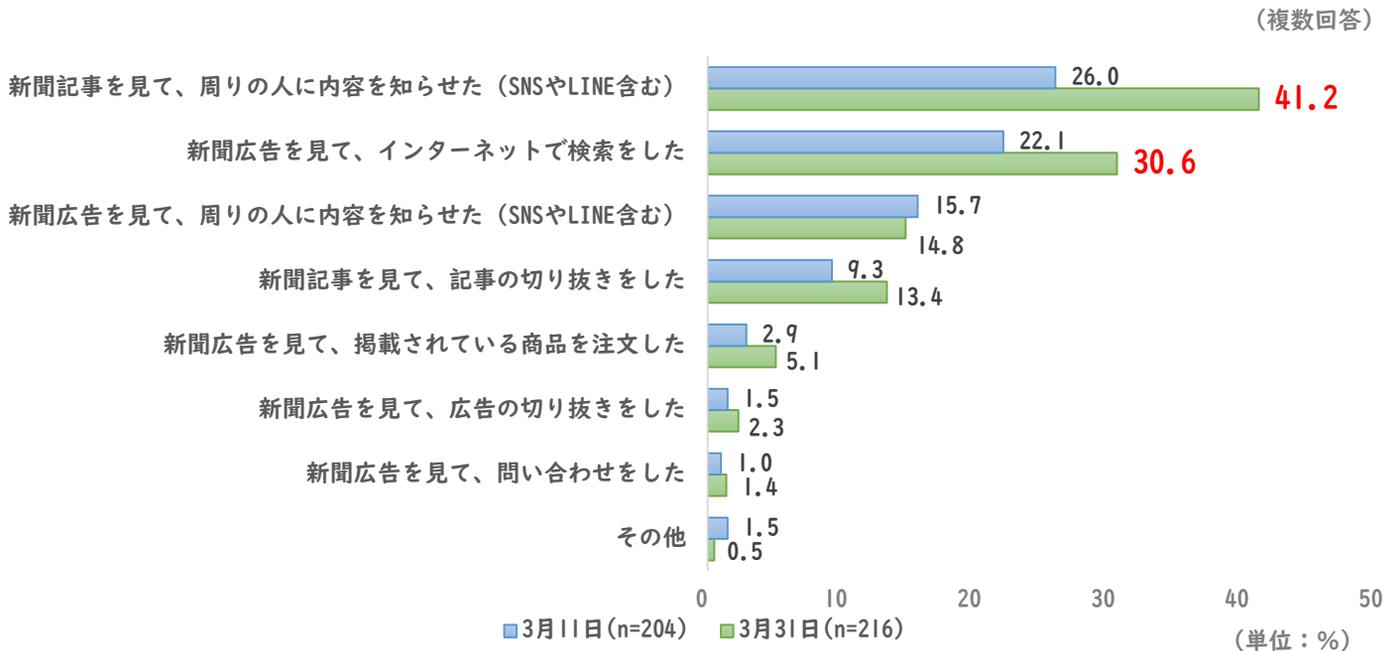


< 年代別上位項目 >

	1位	2位	3位
29歳以下	テレビ (NHK)	新聞	ラジオ
30代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
40代	新聞	テレビ (NHK)	ラジオ
50代	新聞	テレビ (NHK)	テレビ (民放)
60代	新聞	テレビ (NHK)	テレビ (民放)

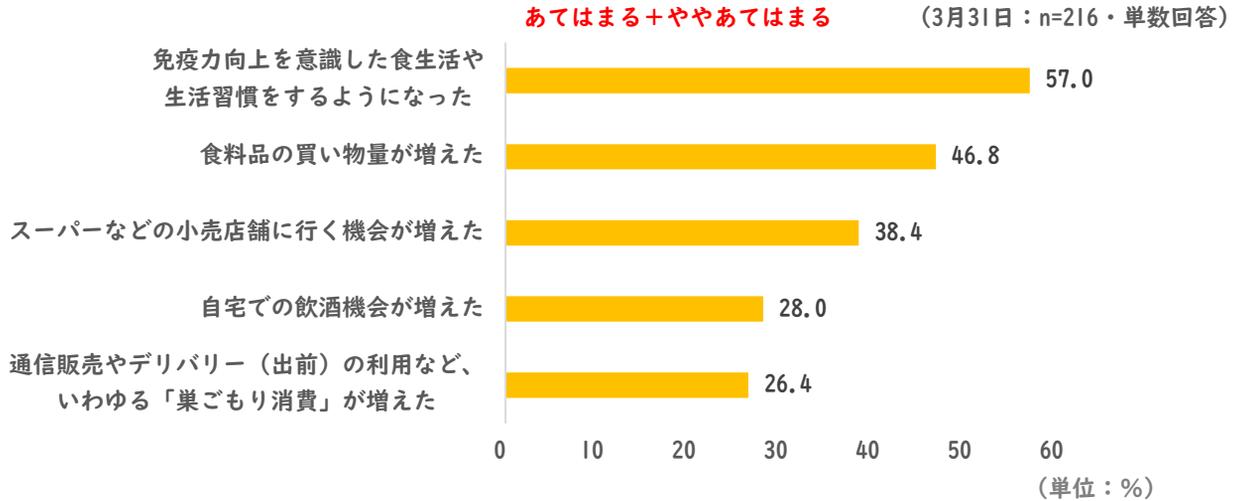
新聞を見ての行動

- ◆ 3週間の経過で、「新聞記事を見て、周りの人に内容を知らせた」人の割合が約15ポイントも上昇
- ◆ 「新聞広告を見て、インターネットで検索をした」人の割合も増加



消費行動や意識の変化

- ◆ 感染予防の観点から、6割近くの人が免疫力の向上を意識した生活をしている
- ◆ 報道等で見られる様に、スーパーなどで食料品を買い溜めしていることが伺える



新聞記事・新聞広告で知りたい情報

< 自由回答より抜粋 >

- ▶ 各国の勤務体系(テレワーク導入率など)。海外の顧客とのやり取りが多く、この情報によって自分達の仕事の必要性が変わってくるため (男性29歳以下)
- ▶ 自分の住む自治体の正確な情報をもっと欲しい。休業施設・イベント一覧など (男性30代・40代)
- ▶ 医薬品関係などや体調に良い食事などの広告を見たい (男性50代)
- ▶ ワイドショーなどあおるようなこととは一線をひいて、全国の病院の実情などあまりマスコミが取り上げないようなことを載せてほしい (男性50代)
- ▶ 風邪などの際の医療機関へのかかり方 (男性60代)
- ▶ 在宅したくなるような広告。航空会社など最前線で勤めてらっしゃる方々の声 (女性29歳以下)
- ▶ ロックダウンについて、特に生命維持に関係ない企業の社員が出社命令を受けたときとか、企業の就労命令に対して自分の生命を守る方法 (女性30代)
- ▶ 少しでも安心できるような内容・ほっこりできるような内容の物が読みたい。広告は楽しく、明るいもの。綺麗な写真、イラストもあると良いと思う (女性40代・50代)
- ▶ 面白い小説を読みたいと思うので読書欄を充実させてほしいです (女性50代)
- ▶ 出掛けられないので、観光地の見ごろの桜を見たい、読みたい、知りたい (女性60代)