

★本資料は東京商工会議所記者クラブ、情報通信記者会、総務省記者クラブに配布しています。

報道関係各位

2011年10月31日

博報堂DYメディアパートナーズ

震災の影響による生活者のメディア接触状況変化に関する調査

～震災半年後、生活者のメディア接触はほぼ平時に回復。活字メディアとソーシャルメディアの接触は増加。～

株式会社博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所(本社:東京都港区、所長:吉田弘)は、東日本大震災前後、また、その半年後に首都圏に居た生活者を対象に、震災を経験したことによる生活者のメディア接触状況の変化を分析するための調査を行いました。この調査は、東日本大震災という未曾有の危機に直面し、震災直後と半年後の生活者のメディア接触状況を比較する形で、広告メディア市場形成の「兆し」となるメディア接触の変化を捕捉するために実施したものです。

今回の調査で、東日本大震災という非常時において生活者のメディア接触は影響を受けたものの、その後回復し全体的には震災前の平時に戻りつつあるということが確認されました。

それぞれの媒体の接触状況については、電波メディア(テレビ、ラジオ)の接触は平常に戻り、活字メディア(新聞、雑誌)の接触は、震災後に接触している人の割合が伸びています。ソーシャルメディアについては、震災後に接触している人の割合は伸び続けてはいますが、震災の影響と同時に、経年による増加も要因の一つと考えられます。

また生活者は、真偽の分からない情報に関しては雑誌やインターネットで調べるなど、自ら積極的に情報収集している様子が見えられます。

博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所は、今後も生活者のメディア接触状況の変化を調査、分析することによって、メディア・コンテンツの価値を高め、広告主のマーケティングコミュニケーションの課題に対して効果的なソリューションの提供を目指します。

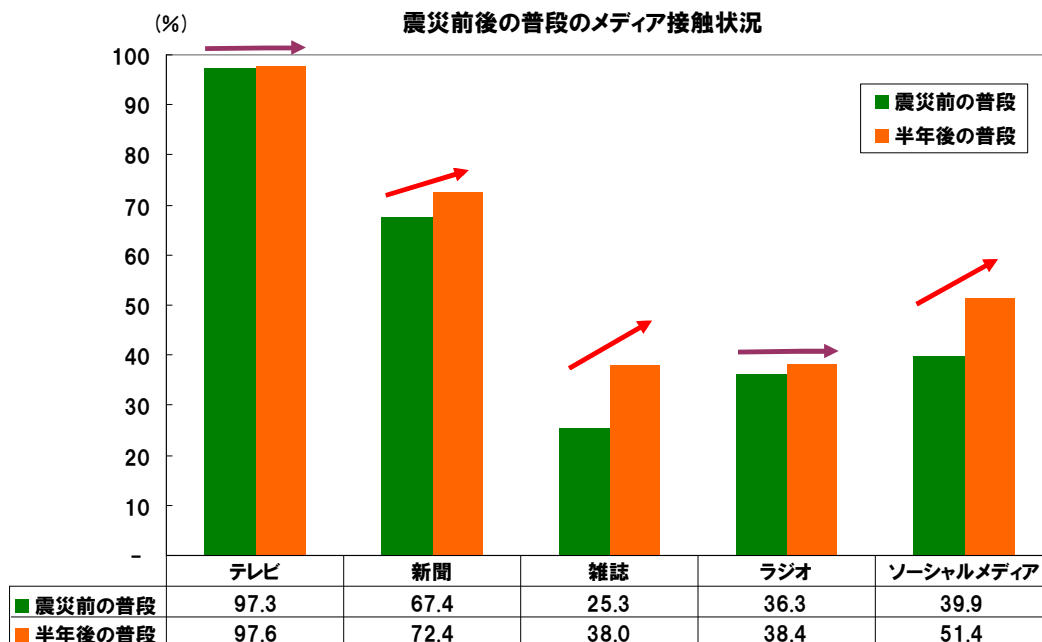
■主な調査結果

1) 震災前と震災半年後の「普段接しているメディア」について

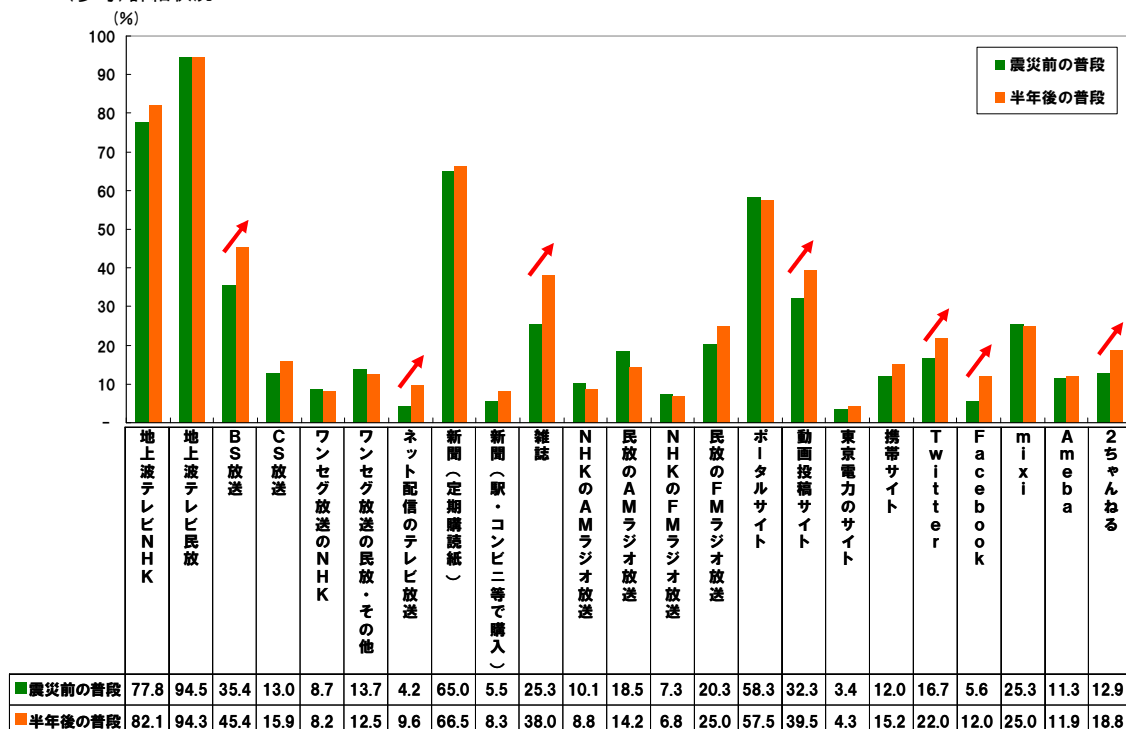
震災から半年経って、新聞、雑誌、ソーシャルメディアの接触が震災前と比べ増加しています。

とくに、雑誌は、震災前は25.3%であったものが震災半年後38.0%と大きく接触が増えました。震災関連の情報を得ることがきっかけで雑誌の閲読が増えたものと推測できます。

また、ソーシャルメディア接触の増加については、震災の際にコミュニケーションツールとして活用され、その後は、震災関連の情報収集をするために利用されることが多くなったことが大きな要因として考えられますが、ソーシャルメディアの昨今の利用増加傾向を考慮すると経年増加も一つの要因とらえる必要もあります。



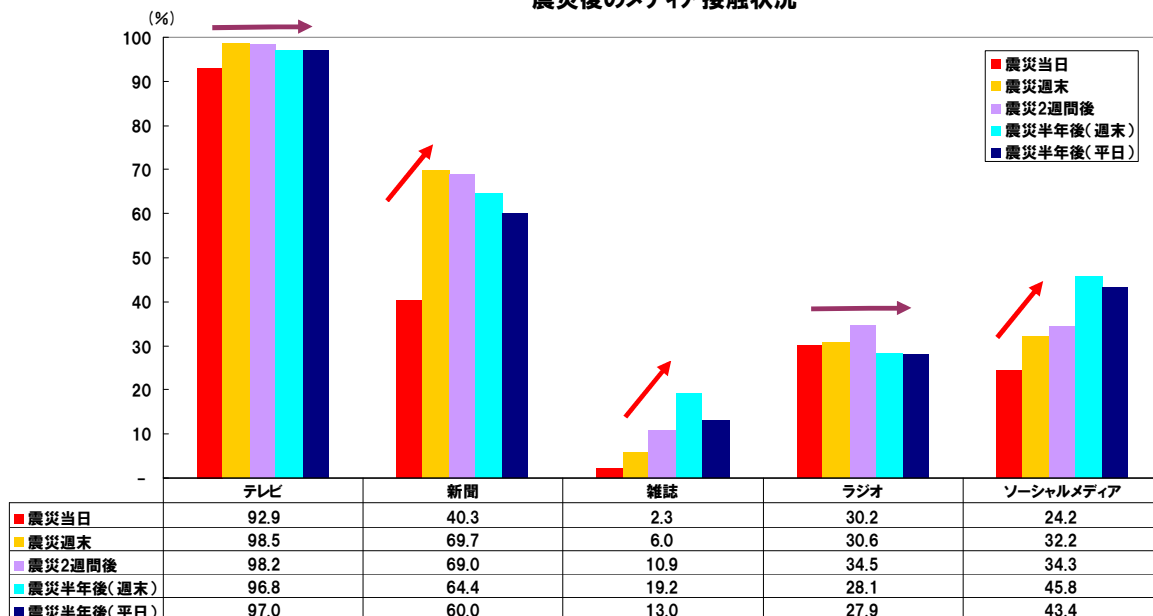
(参考) 詳細状況



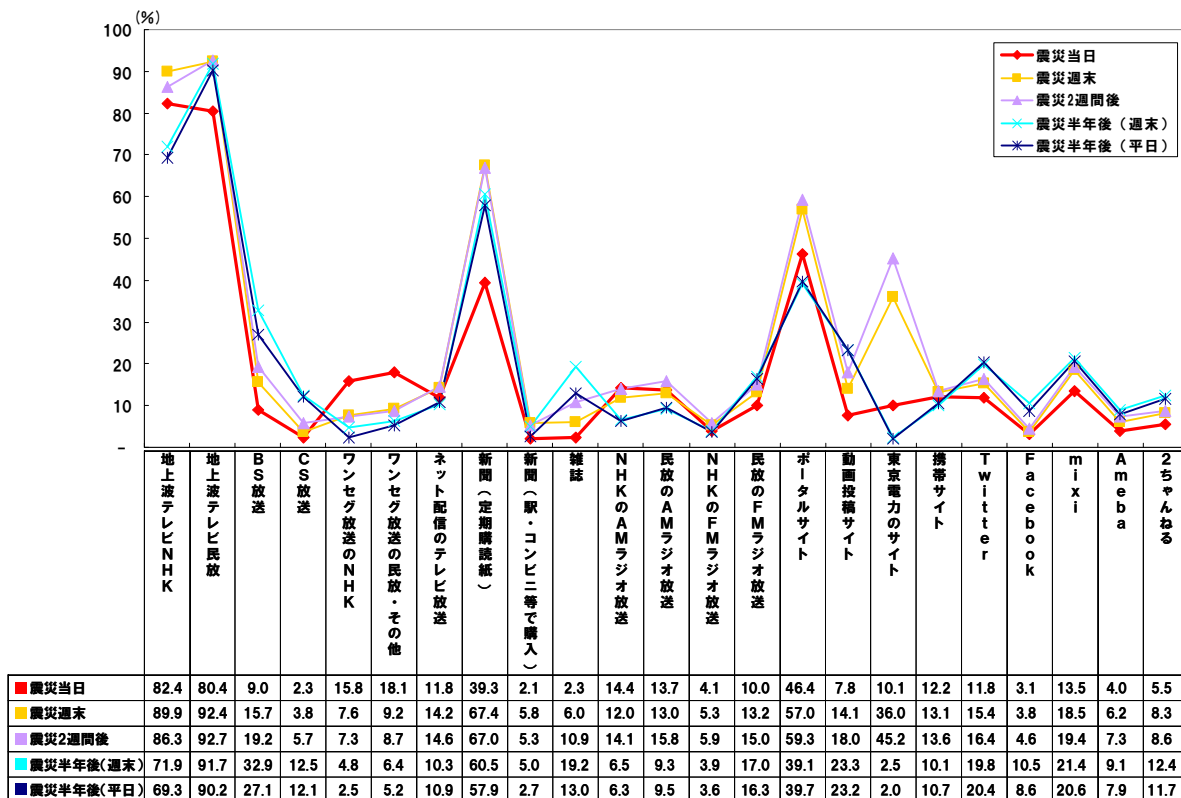
2) 震災当日から半年後までのメディア接触の推移

震災当日、震災のあった週末、震災から2週間後、震災から半年後の週末と平日におけるメディア接触率を比較しても、新聞、雑誌、ソーシャルメディアの利用が変化していることがわかります。雑誌とソーシャルメディアの利用が、震災後に徐々に伸びています。

震災後のメディア接触状況



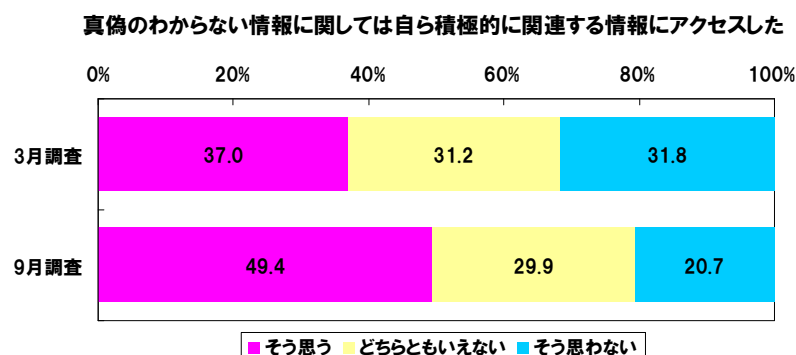
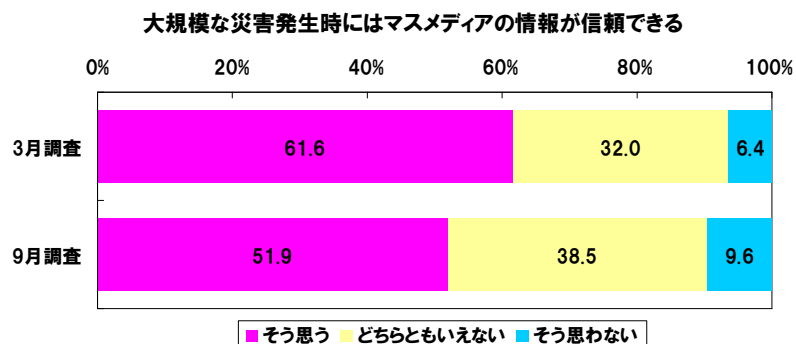
(参考) 詳細状況



3)メディアに関する意識

震災直後の3月調査では、6割が「大規模な災害時にはマスメディアの情報が信頼できる」と回答。半年たった時点では、多少下がったものの、半数以上が、「マスメディアの情報が信頼できる」と回答。

一方で、「真偽のわからない情報に関しては自ら積極的に関連する情報にアクセスした」が、3月調査では4割弱から半年後には5割に。震災以降、自ら積極的に情報を取捨選択している姿がうかがえます。



■調査概要

<3月調査>

- 調査対象者 : 15～69 歳男女
- ※博報堂 Hi-panel 会員 (2011 年 3 月 11 日の東日本大震災時前後に首都圏に居た者)
- サンプル数 : N=913
- ※住民基本台帳人口 2010 年 3 月 31 日時点の上記エリア内の人口構成比に基づき、ウェイトバックを行った
- 調査手法 : インターネット調査
- 調査時期 : 2011 年 3 月 25 日(金)～29 日(火)
- 調査企画実施 : 博報堂DYメディアパートナーズ
- 調査機関 : 東京サーベイ・リサーチ

<9月調査>

- 調査対象者 : 15～69 歳男女
- ※博報堂 Hi-panel 会員 (2011 年 3 月 11 日の東日本大震災時前後と、半年後の 9 月 10 日～調査日に首都圏に居た者)
- サンプル数 : N=400
- ※住民基本台帳人口 2010 年 3 月 31 日時点の上記エリア内の人口構成比に基づき、ウェイトバックを行った
- 調査手法 : インターネット調査
- 調査時期 : 2011 年 9 月 13 日(火)～16 日(金)
- 調査企画実施 : 博報堂DYメディアパートナーズ
- 調査機関 : 東京サーベイ・リサーチ

■この件に関するお問い合わせ先

博報堂DYメディアパートナーズ	広報グループ	山崎・加藤	03-6441-9347
	メディア環境研究所	吉田・馬場	03-6441-9713