

イー・ウーマン調査

雑誌購読と行動データ

毎日、書店やコンビニエンスストアで数え切れないほどの雑誌を目にする。その中でスマートコンシューマは雑誌からどのような情報を得て行動に移しているのだろうか。今回は、スマートコンシューマの雑誌への接し方を探ってみた。

● 情報収集源としての雑誌の位置付け

「1ヶ月で自分のお金を支払って何冊雑誌を購入しますか?」という質問に「月に1冊以上購入する」と答えたのは全体の78%を占めた【グラフ1】。情報収集源として雑誌の位置付けは、雑誌を「よく利用する」31%で、インターネット(84.4%)・新聞(52.5%)・テレビ(50.9%)に次ぐ4番目であった【グラフ2】。また「テレビ・雑誌等で気になったことをインターネットで調べる」(37歳 女性)という意見からも、雑誌等他媒体で見聞きしたことをインターネットで調べていることがわかる。

● 雑誌と接する場所

「雑誌を購入して読みますか?」においては、雑誌を読むけれども必ずしも購入に至っていないというデータが顕著に表れた。特に大きな差が表れたのは週刊誌Aの21.3ポイントだった【グラフ3】。では、どこで雑誌を読んでいるかというと、「自宅」「書店」「美容院」が「よく利用する」「時々利用する」の合計で軒並み70%以上を占めた。その他「病院の待合室」という意見も多く寄せられた【グラフ4】。

● 読みたい記事

「どのような雑誌記事であれば読みたいですか?」という質問に関しては、「今まで知らない新情報記事(78.2%)」「気になる商品が出ている記事(77.9%)」「気になる著名人が出ている記事(65.2%)」が上位3位に並んだ【グラフ5】。「私のまわりで女性の先輩達は、女性誌よりもビジネス雑誌をよく読んでいます。男性だけがターゲットかなと感じるものもあり、残念に思います(29歳 女性)」という意見もあった。

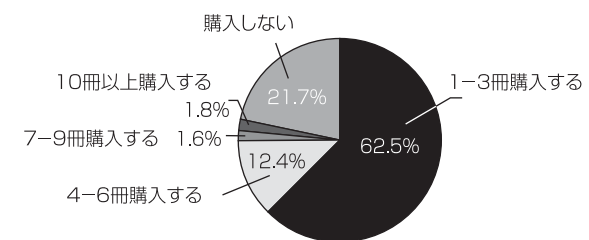
● 広告への関心

雑誌広告に関して探ってみた。広告ページを「読む」人は70%を占めた【グラフ6】。「明らかに広告というのがひと目でわかると読み飛ばすケースが多い。ただデザインやコピーが好きなのはじっと読んでみる」(38歳 女性)との意見が主流であった。また、その後商品購入やお店に行ったり、問い合わせをした人は全体の91%を占めた。

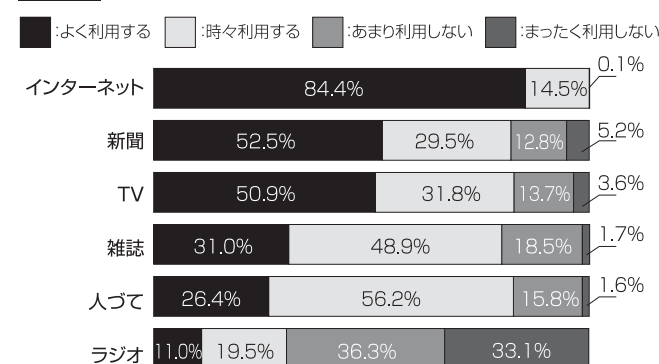
【グラフ2】の結果を合わせて考えると、雑誌の記事・広告をきっかけとして、必要な情報、不必要な情報を区分し、自ら情報を探しにいく姿勢がうかがえる。

イー・ウーマン調査「雑誌購読について」
http://www.ewoman.co.jp/

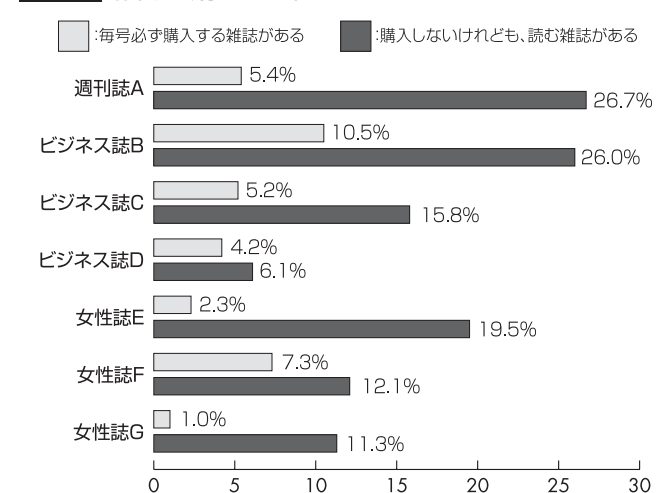
グラフ1 1ヶ月で自分のお金を支払って何冊雑誌を購入しますか?



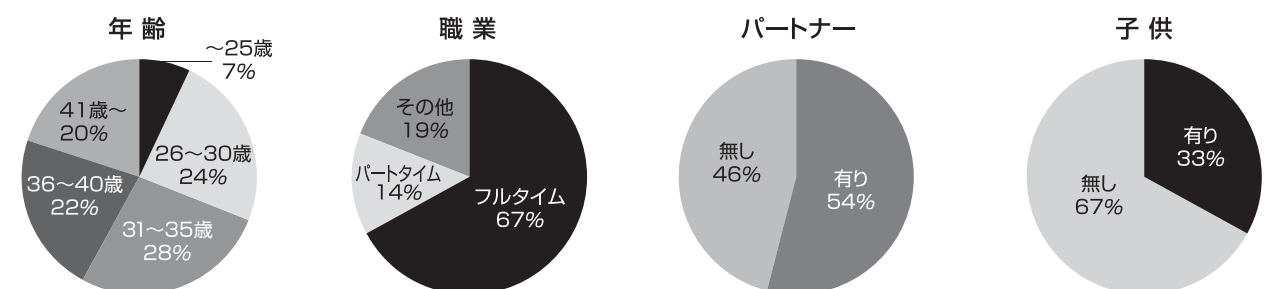
グラフ2 情報収集源



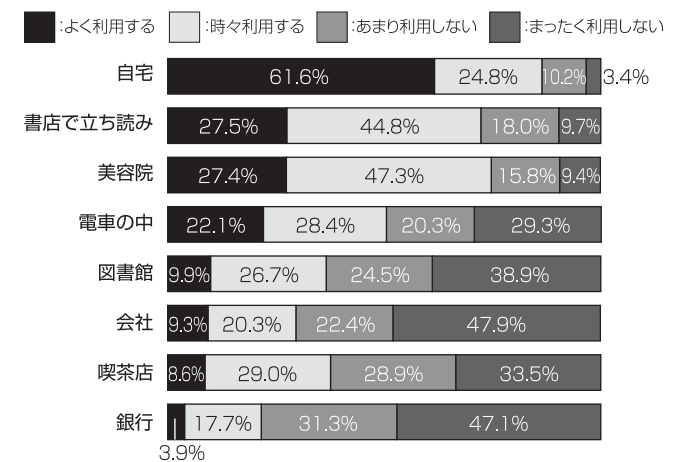
グラフ3 雑誌を購入して読みますか?



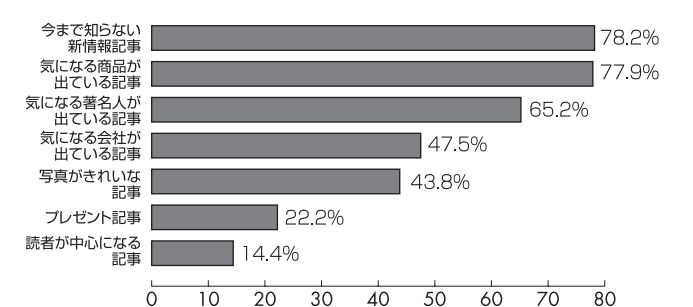
LEADERS DATA



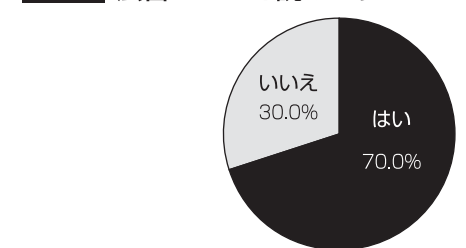
グラフ4 雑誌を読む場所



グラフ5 どの様な雑誌記事であれば読みたいですか?



グラフ6 広告ページを読みますか?



<調査概要>
調査実施:2004年6月17日~6月22日
調査方法:インターネットによる自記入式アンケート
対象:イー・ウーマン リーダーズ
有効回答者数:1,029名