

## 第 8 回 ( 2006 年度調査 ) 『MAGASCENE (雑誌メディア調査)』のご紹介

### はじめに

さまざまな“雑誌力”が見えるデータとして皆様にご提供しております『MAGASCENE (雑誌メディア調査)』は 2006 年度調査で第 8 回をむかえ、去る 2007 年 2 月にレポートを、3 月に PC 版「DIGITAL MAGASCENE」をリリースいたしました。

今回は、2006 年度のデータ概況と調査結果をもとに『雑誌と人々のかわり』についての分析事例をご紹介します。

### ・ 2006 年度読読率概況

2006 年度の個人全体(男女 12~69 才)の読読率は平均で 0.7% となりました。(522 誌の単純平均) 当調査が始まった 1999 年からの時系列で見ると、平均読読率は漸減傾向にあります。[表 1] 一方、雑誌接触者(調査対象誌いずれかの 6 号中 1 号以上を 1 誌でも読読した人)の割合は 8 割以上という高い水準を保っています。

[表 1] 【平均読読率と雑誌接触者の推移】

調査年度		1999年度	2001年度	2003年度	2005年度	2006年度
調査対象誌数(誌)		445	529	539	530	522
平均読読率(%)		1.1	0.9	0.8	0.8	0.7
雑誌 接触者 (%)	個人 12~69 才	84.2	84.9	82.3	84.0	82.7
	男性 12~69 才	82.9	83.8	83.5	81.8	80.8
	女性 12~69 才	85.5	86.0	82.1	86.3	84.6

雑誌接触者 = 調査対象誌いずれかの 6 号中 1 号以上読読経験者

また、雑誌ジャンル別の読読率の上位は下記の通りです。[表 2] 個人全体では「女性週刊誌」、男性では「少年向けコミック誌」、女性では「女性週刊誌」がトップとなりました。特に女性における「女性週刊誌」の読読率は対象誌が 3 誌ながら平均で 10.3% と 2 位以下を大きく引き離し、圧倒的な到達力を感じさせる結果です。

[表 2] 【雑誌ジャンル別 読読率ベスト 10】

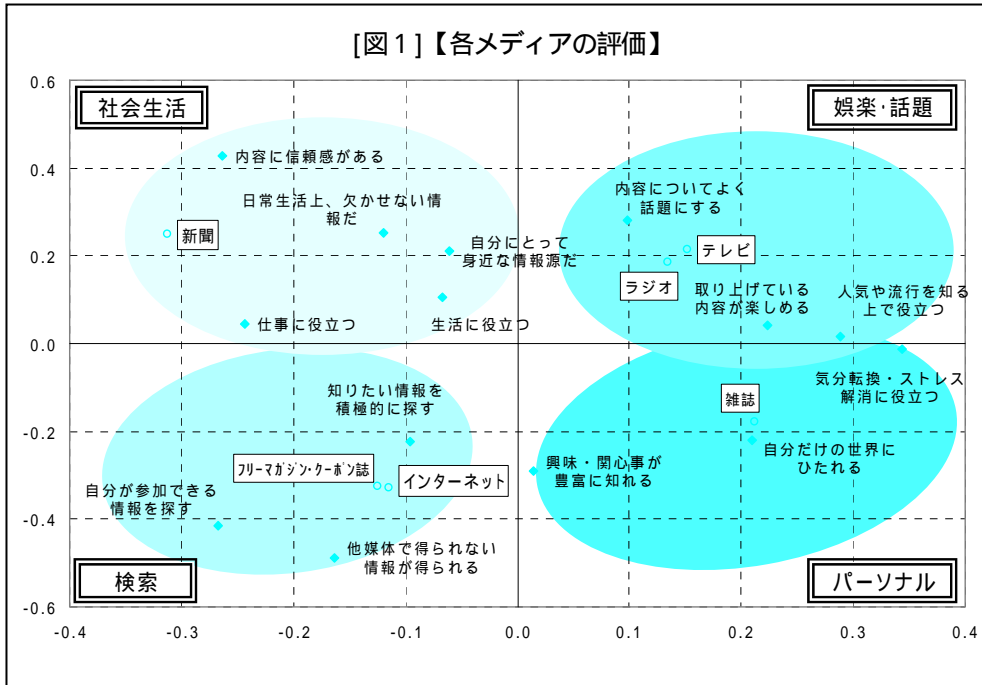
男女 12~69 才		男性 12~69 才		女性 12~69 才	
平均 読読率 (%)		平均 読読率 (%)		平均 読読率 (%)	
5.6	1 女性週刊誌(3)	7.2	1 少年向けコミック誌(7)	10.3	1 女性週刊誌(3)
4.3	2 少年向けコミック誌(7)	3.4	2 週刊誌(16)	2.5	2 生活実用情報誌(17)
2.3	3 週刊誌(16)	2.9	3 男性向けコミック誌(16)	2.1	3 女性ヤング誌(20)
1.7	4 男性向けコミック誌(16)	1.6	4 車内・機内・会員誌(12)	1.8	4 女性ミドルエイジ誌(15)
1.4	5 車内・機内・会員誌(12)	1.2	5 総合月刊誌(6)	1.4	5 少年向けコミック誌(7)
1.1	7 生活実用情報誌(17)	1.1	8 男性スポーツ誌(8)	1.3	6 車内・機内・会員誌(12)
1.0	9 総合月刊誌(6)	1.0	9 業界・技術専門誌(2)	1.0	6 週刊誌(16)
	7 女性ヤング誌(20)		8 男性ヤング誌(10)		8 女性ティーンズ誌(18)
	9 女性ミドルエイジ誌(15)		9 ゲーム・アニメ情報誌(8)		8 女性ヤングアダルト誌(33)
	9 男女エリア情報誌(18)		9 モノ・トレンド情報誌(9)		10 健康誌(8)
			9 男女スポーツ誌(17)		10 女性シニア誌(3)
			9 ビジネス・マネー誌(17)		10 総合月刊誌(6)
					10 少年向けコミック誌(10)

平均読読率は、各ジャンルに属する雑誌の読読率の単純平均です。

( )内は、その雑誌ジャンル(中分類)に属する対象誌数です。なお、調査対象誌が 1 誌しかないジャンルはランキングから除いています。

## ・雑誌メディアの特徴

ここで、人々にとって『雑誌がどのような存在であるか』を他メディアとの比較を通じ確認してみます。[図1]は、男女12~69才における各メディアの評価をコレスポネンズ分析したものです。雑誌は「自分だけの世界にひたれる」「気分転換・ストレス解消になる」といった、より個人の楽しみに近い点で評価されていることがわかります。人々にとってそれぞれの誌面で繰り広げられる世界観や独自性こそが雑誌の魅力であるようです。



コレスポネンズ分析とは

クロス集計結果などをもとに複数の質問項目間の関係を把握するための分析手法の1つで、関連の強い項目ほど近距離にプロットされます。(各カテゴリの絶対的なスコアの大小は反映されません)

## ・雑誌と人々との関わり

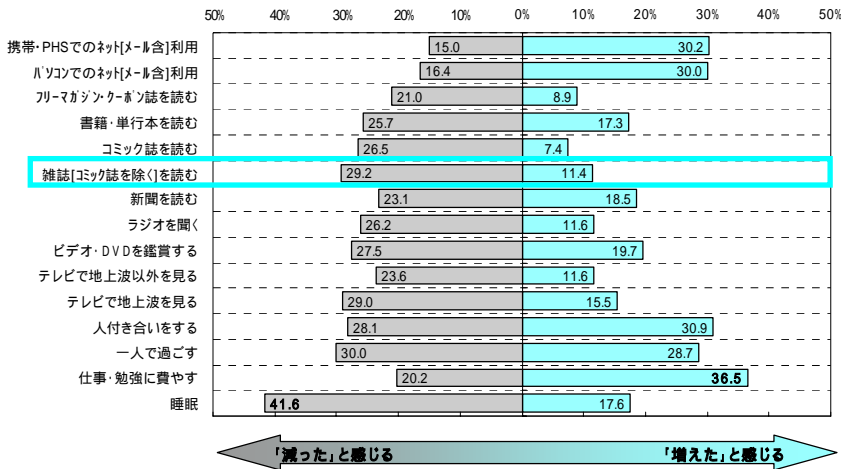
MAGASCENE では、雑誌読者のプロフィールを、性・年齢などの基本属性のほか、趣味・レジャー活動、日常生活パターンなどの様々な切り口で分析することが可能です。今回は2006年度の調査結果から『雑誌の閲読時間量の変化』をキーワードに、人々の雑誌との関わり方について考察してみたいと思います。

### -1 この1年間での生活時間の変化

雑誌の平均閲読率が漸減傾向にあることは先に述べたとおりですが、では一体人々の生活時間はどのように変化したのでしょうか。

[図2]は、男女12~69才において「この1年間、自分の生活時間の中で増えたと感じること/減ったと感じること」を回答してもらった結果です。

[図2]【1年間の生活時間の変化】



「増えた」「減った」のいずれも回答しなかった人(「変わらない人」)の割合は省略してあります。

この中で「雑誌[コミック誌を除く]を読む時間/以下[ ]内を省略」に注目してみると、「1年前に比べて増えたと感じる」が約11%、反対に「減ったと感じる」が約30%という結果になりました。

他の項目を見ると、ネットの利用はPC経由・携帯電話経由を問わず「減ったと感じる」率の2倍近く「増えたと感じる」が高くなっています。また、最も増えたのは「仕事や勉強に費やす時間」、最も減ったのは「睡眠」となっており、全般的にゆとりのある時間が減っているといえそうです。

この「増えた」「減った」はあくまで個人の意識の問題で、実際に費された時間の実態ではありません。しかし「雑誌を読む時間」に関していえば、少なくとも約4割が「変化があった」と感じており、そのうち3/4は「減った」と認識していることはやや気になる点です。

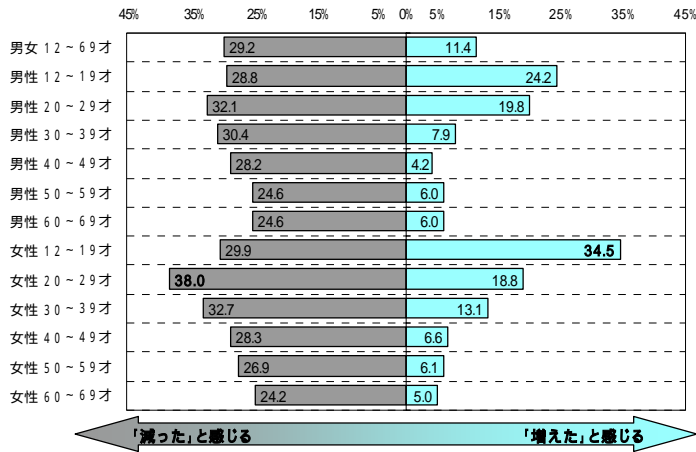
### -2 世代ごとにみた雑誌を読む時間の増減

次に「雑誌を読む時間が増えた/減った」について世代ごとに詳しく見てみましょう。

[図3]は、雑誌閲読時間の増減に対する意識を男女別10代ごとに比べたものです。

「雑誌を読む時間が減った」はどの世代でも3割ほど存在する一方、「増えた」は世代間で大きなばらつきがでました。男女とも「増えた」は12~19才が最も多く、10代は「雑誌デビュー」する世代と言えるのかもしれない。

[図3] 【世代別：雑誌を読む時間の増減】

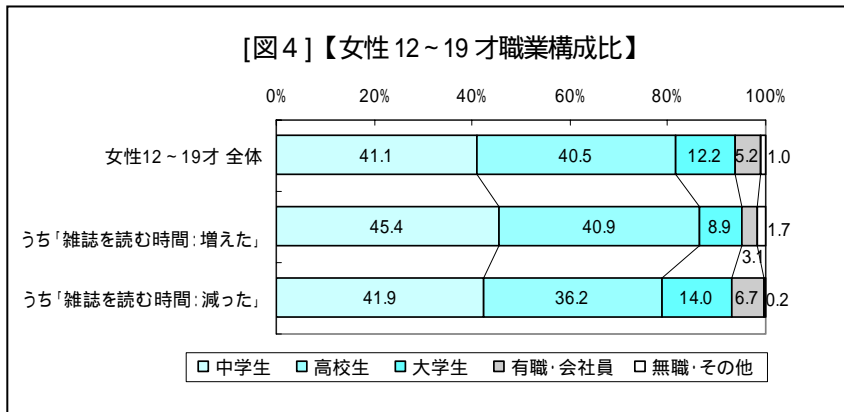


-3 同じ世代での「増えた人」「減った人」の違い

では、同じ世代において「雑誌を読む時間が増えた人」と「減った人」の間には、どのような違いがあるのでしょうか。今回は、最も「増えた」率が高かった女性12～19才に焦点をあてて両者の特性についていくつかご紹介します。

プロフィール項目

まず基本的なプロフィールである職業構成をみてみましょう。[図4]今回は参考として女性12～19才全体のスコアを表示しています。



12～19才という年齢設定のため中学生・高校生が約8割と大多数を占めますが、「減った人」では大学生や社会人の割合が若干高くなっています。

また、こづかいと雑誌の購入金額は次ページのとおりです。[表3] 「雑誌を読む時間が増えた人」が「減った人」を、1ヶ月のこづかいの平均額において1,000円強、雑誌の購入金額の平均において300円強上回っており、こづかいの中で雑誌に費やす割合も高めとなりました。こづかいの多寡と雑誌の購入状況にはある程度の相関がありそうです。

[表3] 【女性12～19才のこづかいと雑誌購入金額(平均)】

	1ヶ月の こづかい (平均) [a]	1ヶ月の雑誌 購入金額 (平均) [b]	こづかいに 占める雑誌購入 金額の割合 [b/a]
女性12～19才 全体	8,824円	771円	8.7%
うち「雑誌を読む時間：増えた」	9,389円	1,017円	10.8%
うち「雑誌を読む時間：減った」	8,152円	663円	8.1%

### 読雑誌ジャンル・興味関心事

では実際に女性12～19才において「雑誌を読む時間が増えた人/減った人」はそれぞれどのような雑誌を読んでいるのでしょうか。下記は雑誌ジャンル別の読率ベスト10です。

[表4]

[表4] 【女性12～19才の雑誌ジャンル別読率ベスト10】

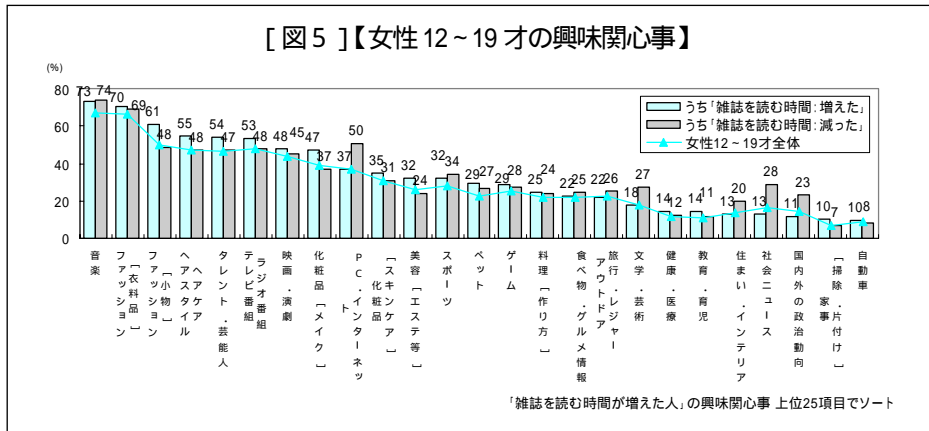
女性12～19才 全体		平均 読率 <sup>(n)</sup>	うち「雑誌を読む時間：増えた」		平均 読率 <sup>(n)</sup>	うち「雑誌を読む時間：減った」		平均 読率 <sup>(n)</sup>
1	女性ティーンズ誌(18)	7.8	1	女性ティーンズ誌(18)	11.1	1	女性ティーンズ誌(18)	5.7
2	女性ヤング誌(20)	5.7	2	女性ヤング誌(20)	6.2	2	少年向けコミック誌(7)	5.0
3	少女向けコミック誌(10)	4.4	3	少女向けコミック誌(10)	5.1	3	女性ヤング誌(20)	4.7
4	少年向けコミック誌(7)	4.0	4	女性週刊誌(3)	4.0	4	少女向けコミック誌(10)	4.0
5	女性週刊誌(3)	2.7	5	少年向けコミック誌(7)	3.5	5	エンターテインメント情報誌(14)	2.0
6	ゲーム・アニメ情報誌(8)	1.6	6	ゲーム・アニメ情報誌(8)	1.6	6	ゲーム・アニメ情報誌(8)	1.3
7	エンターテインメント情報誌(14)	1.3	7	エンターテインメント情報誌(14)	1.3	7	女性週刊誌(3)	1.1
8	女性ヤングアダルト誌(33)	0.6	8	テレビ情報誌(70)	0.8	8	男性ヤング誌(10)	0.6
	テレビ情報誌(70)		9	ビューティ・コスメ誌(7)	0.6		その他趣味・専門誌(25)	
10	ビューティ・コスメ誌(7)	0.5	10	女性向けコミック誌(4)	0.5	10	男性向けコミック誌(16)	0.4
	男性ヤング誌(10)			女性ヤングアダルト誌(33)			女性ヤングアダルト誌(33)	
							テレビ情報誌(70)	
							男性ティーンズ誌(7)	

平均読率は、各ジャンルに属する雑誌の読率の単純平均です。

( )内は、その雑誌ジャンル(中分類)に属する対象誌数です。なお、調査対象誌が1誌しかないジャンルはランキングから除いています。

それぞれを比較すると、「雑誌を読む時間が増えた人」において、女性ティーンズ誌の読率が一段と高くなっていることがわかります。先にも述べたとおりこの項目は「増えたと感じること」「減ったと感じること」といった意識面について聞いた質問なのですが、実際の読読実態で比較しても「増えた人」は「減った人」より全般的に読率が高い結果となりました。

そもそもこの世代において「興味関心のあること」はどのようなことなのでしょう。[図5] 興味関心事は雑誌の選択にも影響があることが想像できます。

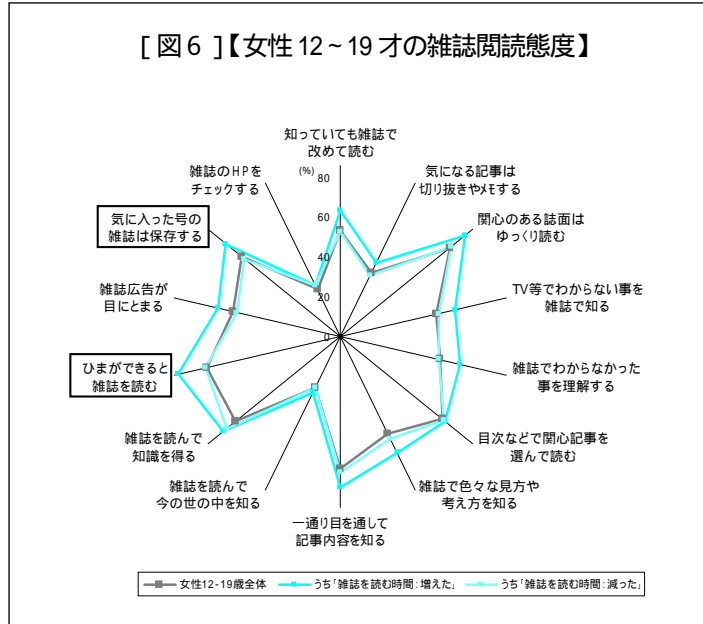


『音楽』や『ファッション (衣料品)』は、「増えた人」「減った人」の両層で興味関心度合いが高く、大きな違いはみられません。一方、靴やカバン、アクセサリといった小物類への興味や、髪型やメイクといったファッション情報の中でもより細かい事柄への関心に相違がみられ、これらの関心事を多く取り上げた「女性ティーンズ誌」の読読率が高いこと[前述の表4]を裏付けるような結果となりました。また、『タレント・芸能人』、『テレビ番組・ラジオ番組』への関心にも違いがあり、このあたりは女性週刊誌やテレビ情報誌の読読率の違いに反映されていると思われます。また『PC・インターネット』の他、『社会ニュース』や『政治・経済』などの比較的堅い項目については、「減った人」のスコアが高い結果となりました。

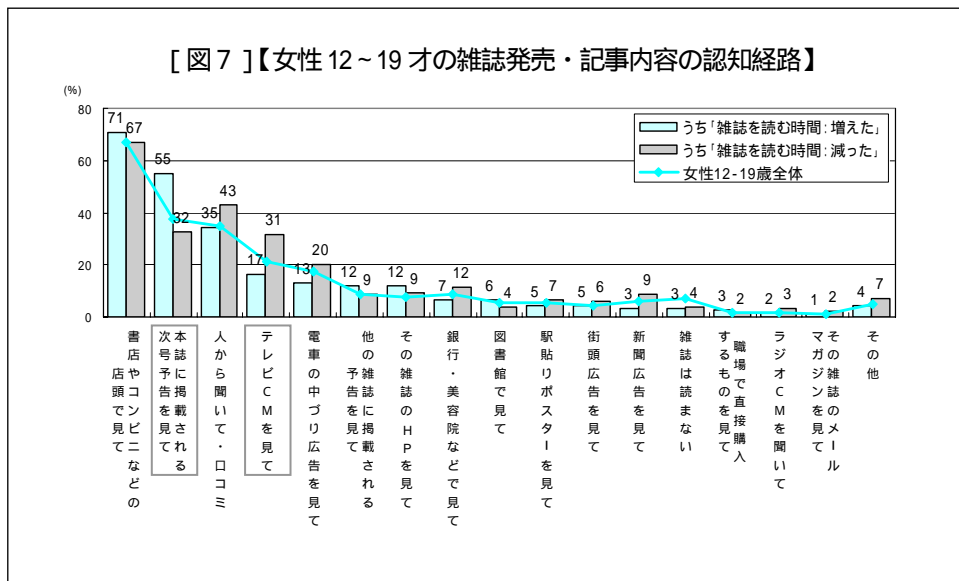
#### 雑誌へ関わり方

最後に雑誌への関わり方についてみましょう。

両者の雑誌読読態度[図6]にそれほど大きな違いはありませんが、『気に入った号の雑誌は保存する』『ひまができると雑誌を読む』などの項目で、「雑誌を読む時間が増えた人」のスコアが高くなっており、「増えた人」は雑誌を読む行為が習慣化されている様子が伺えます。



また、雑誌の発売や記事内容を知るキッカケ[図7]をみると、両層とも書店やコンビニなどで直接雑誌をみて雑誌発売や記事内容を知ることが多いようですが、「増えた人」は本誌の次号予告にも注目する傾向が強いことがわかります。一方、「減った人」は口コミやテレビCM、中ぶり広告など無意識に入ってくる情報の影響が強いことがわかります。各層にアプローチする場合には、これらの違いについても意識すべきでしょう。



以上のとおり、今回は雑誌と人々の関わりについて、女性 12～19 才を例に「雑誌を読む時間の増えた人/減った人」の違いについてご紹介しました。両者を隔てるものや両者のバックボーンを知る一助となれば幸いです。

おわりに

MAGASCENE では、この他にも雑誌読者ごとの分析や時系列でのデータ比較などが可能です。また、PC 版の新機能として「ピークル別管理シート」の Excel 出力や、雑誌分析メニューでのピークル平均値の算出が可能となりました。雑誌読者の特徴把握や、媒体特性の理解の一環として是非ご活用ください。

## 『MAGASCENE (雑誌メディア調査)』調査概要

2006 年度調査対象誌:	週刊誌 64 誌、隔週刊・月 2 回刊誌 91 誌、月刊誌 367 誌 の計 522 誌
調査期間:	2006 年 10 月 5 日(木)～10 月 25 日(水)
調査地域:	全国主要 7 地区(東京 30km 圏、関西、名古屋、北部九州、札幌、仙台、広島)
調査対象者:	調査時に満 12 才～69 才の男女個人
有効標本数:	8,146 人
標本抽出法:	住民基本台帳をフレームとした二段無作為抽出 [住民基本台帳が閲覧できない地点に関しては、住宅地図を利用し、対象者を抽出するための マスターサンプル調査(名簿作成)を実施]
調査方法:	訪問による質問紙留置法