

「電子雑誌読者プロファイリング調査」結果

利用者は 30-40 代がボリューム・ゾーン、PV は平日が土日の 2 倍以上

一般社団法人 日本雑誌広告協会(理事長 片桐 隆雄)は、株式会社 NTTドコモ(代表取締役社長 井伊 基之)、株式会社 D2C(代表取締役社長 高橋 英行)および株式会社ビデオリサーチ(社長 望月 渡)の協力のもと、雑誌広告業界共同による「電子雑誌読者プロファイリング調査」を2020年9月に実施し、このたびその結果がまとまりましたので、お知らせいたします。

この調査は、電子雑誌および出版社由来デジタルの施策に関して業界共通で利用できる客観的な基準値を整備すること、また得られた結果を雑誌広告の効果検証やプランニングに活用していくことを目的とし、日本雑誌広告協会、各協力出版社、そして、広告会社3社(電通、博報堂DYメディアパートナーズ、ADK マーケティング・ソリューションズ)による共同調査として、「d マガジン」上の電子雑誌(9社22誌)を対象に実施いたしました。

本リリースは調査結果を抜粋したものです。協会会員の皆様のセールス活動や知見向上にお役立ていただければ幸いです。尚、調査結果の詳細については日本雑誌広告協会より要約を調査レポート等で公開するほか、詳細データは様々なメディア研究の場で活用していく予定です。

【結果トピックス】

- ✓ **電子雑誌(読み放題)利用者は男女 30-40 代を中心に未婚率・有職率・可処分所得が高めの層**
- ✓ **PV は平日(月～金)が高く、土日平均の 2-3 倍以上**
- ✓ **スマホやタブレットで複数誌を回遊、1号当たりのページ接触率も高い**
- ✓ **週刊誌・女性誌利用者の 4 割以上が「情報・広告」に前向きな姿勢**

※当プレスリリース、報告書内の一部に、本調査を客観的に理解するための参考値として、株式会社ビデオリサーチ調査の「MAGASCENE/ex」より対象 22 誌の紙の雑誌読者データ(以下、「本誌読者平均」)、「ACR/ex」より一般的なネット利用者データ(以下「ネット利用者平均」)、ならびに JIAA「2019 年インターネット広告に関するユーザー意識調査」よりネット利用者における一般的なネット広告に対する意識のデータを比較対象として掲載しています。調査目的・調査設計・調査時期が異なりますので、参考値としてご理解ください。

●「電子雑誌」利用者は未婚・有職の 30-40 代がボリューム・ゾーン

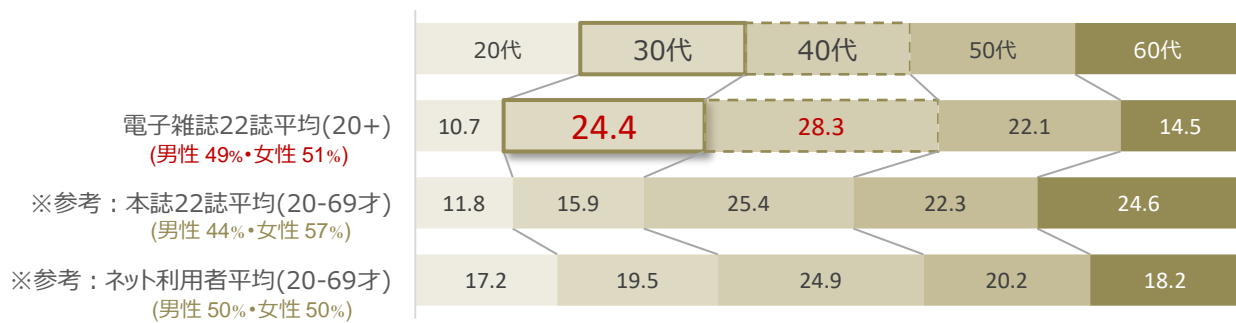
・年齢層では 30-40 代(53%)で 5 割以上を占めており、さらに 30 代(24%)は本誌読者平均より 8.5pt およびネット利用者平均より 5pt 程度高くなっている。(図表 1)

・また、本誌読者やネット利用者の平均に比べ、未婚率(40%)および有職者(82%)の割合が高くなっている。それにより、平均個人年収(413 万円)、可処分所得平均(1 か月あたり約 3.5 万円)においても高めの傾向である。(図表 2・3)

◆性年齢構成 (図表 1)

【年齢構成※電子雑誌22誌平均(20才以上)】

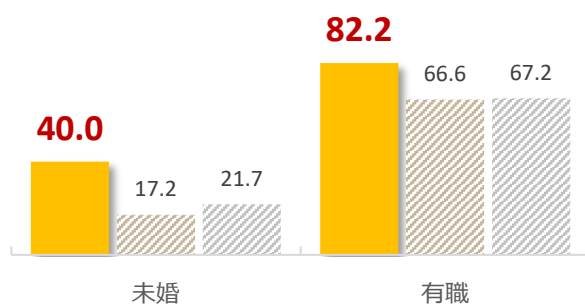
(%)



◆未婚率・有職率(図表 2)

(%)

■ 電子雑誌22誌平均(20才+)
 ▨ ※本誌22誌平均(20-69才)
 ▩ ※ネット利用者平均(20-69才)



◆平均収入・可処分所得(図表 3)

【平均収入・1か月のお小遣い】	世帯年収 (万円)	個人年収 (万円)	お小遣い (1か月：円)
電子雑誌22誌平均 (20才以上)	710	413	34,812
※本誌雑誌22誌平均 (20-69才)	751	324	27,303
※ネット利用者平均 (20-69才)	701	321	23,829

※参考：本誌 22 誌平均・ネット利用者平均

●「電子雑誌」利用者は平日にスマホ・タブレットで複数ジャンルを回遊している

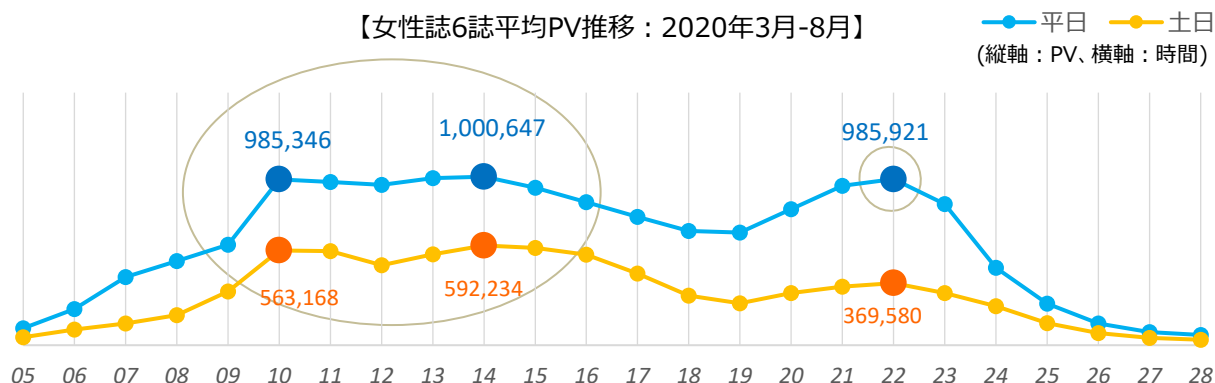
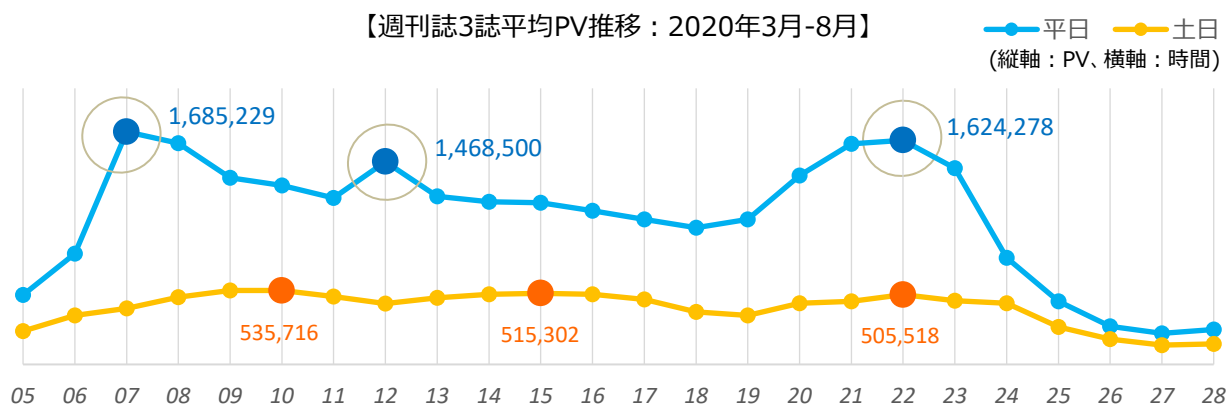
・週刊誌(3 誌平均)、女性誌(6 誌平均)を対象に、電子雑誌の接触タイミングについて PV 推移を見ると、「曜日」については週刊誌、女性誌ともに平日の PV が土日より多い。「時間帯」においては、週刊誌は平日の午前 7 時、午後 12 時、夜 10 時、女性誌は平日・土日とも午前 10 時から午後 2 時の PV が多いなど、雑誌ジャンルで異なる接触習慣が読み取れる。

(図表 4)

・アクセス機器は、週刊誌・女性誌のいずれもスマートフォンとタブレットが 5 割程度と高い。(図表 5)

・意識ベースのアンケート調査の回答によると、1 ユーザー当たりの平均閲読誌数は 11~13 誌、加えて接触ログ測定による UU ベースでの 1 号当たりの接触ページ割合では、週刊誌 3 誌平均が 77%、女性誌 6 誌平均ではほぼ 100%の接触率となっており、複数の雑誌に対して満遍なく楽しんでいる様子がうかがえる。(図表 5)

◆電子雑誌利用(PV)時間帯(図表4)



◆閲読(接触)状況(図表5)

(PV)

(測定期間)2020年3月-8月	週刊誌3誌平均	女性誌6誌平均
平均閲読誌数※	11誌	13誌
アクセス機器(タブレット・スマホ)	タブレット43% < スマホ51%	タブレット51% > スマホ47%
UU数(測定期間中の号平均)	245,936UU	153,257UU
PV数(測定期間中の号平均)	25,417,144PV	26,131,139PV
同誌での2号以上接触率	72%	49%
接触ページ数(号平均)	103ページ(約77%※1号あたり) ※1号あたりの総ページ数を 133ページとした場合の割合	171ページ(ほぼ100%※1号あたり) ※1号あたりの総ページを 162ページとした場合の割合

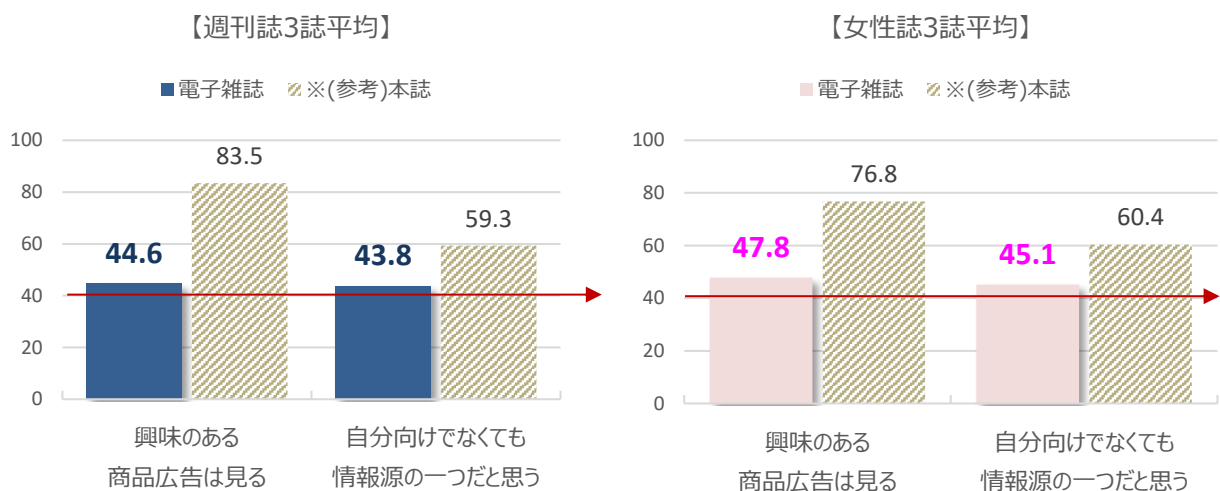
※平均閲読ビークル数：アンケート(意識)データ

●「電子雑誌」利用者は出版社デジタル広告に前向きな意識

- ・「興味のある商品広告を見る」「自分向けでなくても情報源の一つだと思う」について、本誌読者を下回っているものの、週刊誌3誌平均および女性誌6誌平均ともに4割以上となっており、広告に対して前向きな意識になっている。(図表6)
- ・出版社由来デジタル広告に対しては、「ストレスを感じない」「面白い・楽しい」印象が参考値(ネット広告全体評価)の2倍以上高くなっているが、同時に「同じ広告・繰り返し」などのリターゲティング広告については参考値と同じくらいネガティブな評価となっている。(図表7)
- ・出版社由来デジタル広告に対する意識においては全体的にポジティブな印象が高くなっており、特に「女性誌6誌(接触者)平均」は参考値の2倍以上の評価が多くなっている。(図表8)

◆「情報・広告」に対する意識(図表6)

(%)

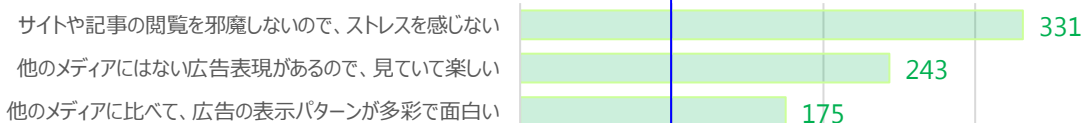


◆「出版社由来デジタル広告」に対する意識 (図表7)

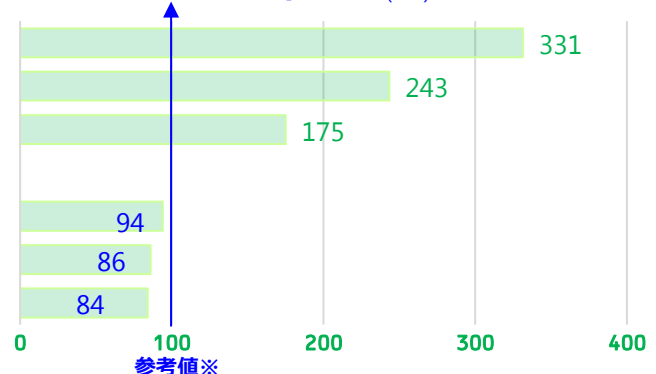
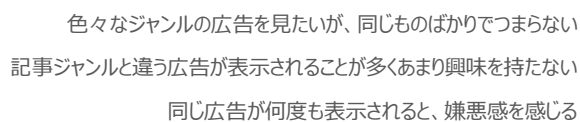
【出版社デジタル広告の特徴評価：電子雑誌22誌平均】

<ポジティブ上位3項目>

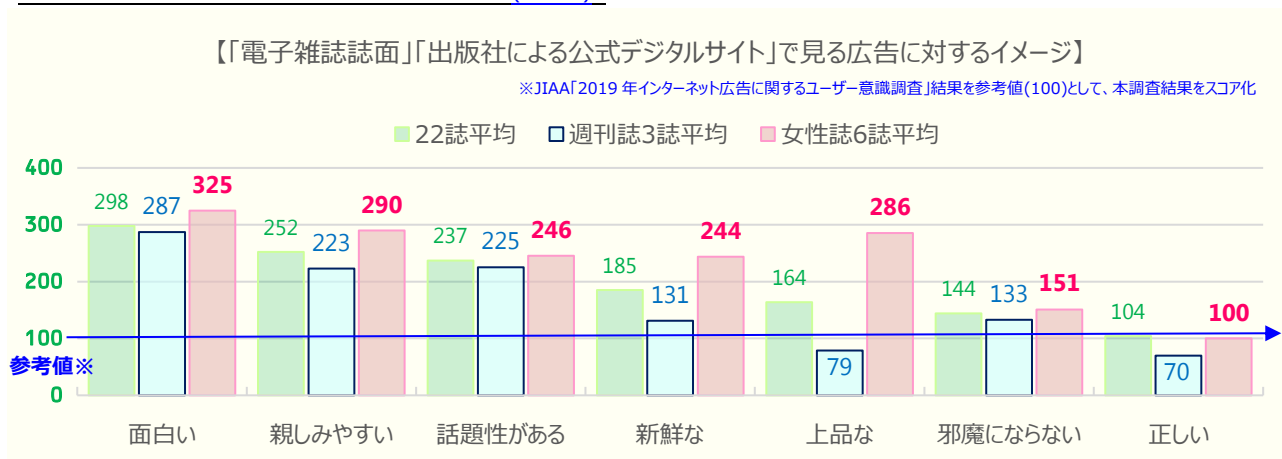
※JIAA「2019年インターネット広告に関するユーザー意識調査」結果を参考値(100)として、本調査結果をスコア化



<ネガティブ下位3項目>



◆「出版社由来デジタル広告」に対する意識 (図表 8)



【調査概要】

調査目的	『電子雑誌利用者』の“特性”と“ネット広告への意識”を解明し、今後の効果的な出版社デジタルへの広告出稿を促進するための一助とする。
対象誌	9社22誌 ※詳細別表
調査時期	ログ測定 :2020年3月15日(日)–8月14日(金) アンケート:2020年9月7日(月)–10日(木)
アンケート調査対象者※調査エリア	dマガジンにおける対象誌読者※調査エリア:全国
アンケート調査方法(内容)	インターネット調査(基本属性/インターネット意識/生活価値観、など)
アンケート有効数※集計方法	Total 4,041s ※UU 性年齢構成比にてWB集計を実施
調査設計・全体管理	株式会社 ビデオリサーチ
ログ測定・集計・アンケート実査	株式会社 NTTドコモ・株式会社 D2C
参考:	インターネット利用者(20-69才):ACR/ex2020年4-6月調査
本調査を客観的に理解するために、引用しています。	本誌読者(20-69才):MAGASCENE/ex2020年4-6月調査
調査目的・調査設計・調査時期が異なるため、参考値となります。	インターネット広告に対する意識: JIAA「2019年インターネット広告に関するユーザー意識調査」 https://www.jiaa.org/news/release/20191211_user_chosa/

【本件に関するお問い合わせ先】

■日本雑誌広告協会 事務局

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町 1-32

TEL:03-3291-6202 FAX:03-3291-6240

担当:堀埜

■ビデオリサーチ コーポレートコミュニケーション部

〒102-0075 東京都千代田区三番町 6-17

TEL:03-5860-1723 FAX:03-3556-8914

【調査対象誌一覧】

ジャンル	ビークル名	出版社
週刊誌(3誌)	週刊現代	講談社
	週刊文春	文藝春秋
	FLASH	光文社
男性ファッション誌(4誌)	Fine	日之出出版
	FINEBOYS	日之出出版
	MEN'S NON-NO	集英社
	Safari	日之出出版
男性ヤングアダルト誌(2誌)	Sports Graphic Number	文藝春秋
	Tarzan	マガジンハウス
女性ミドルエイジ誌(6誌)	BAILA	集英社
	Oggi	小学館
	LEE	集英社
	STORY	光文社
	VERY	光文社
	with	講談社
ビューティ・コスメ誌(3誌)	MAQUIA	集英社
	VoCE	講談社
	美的	小学館
生活実用情報誌(3誌)	オレンジページ	オレンジページ
	レタスクラブ	KADOKAWA
	クロワッサン	マガジンハウス
モノ・トレンド情報誌(1誌)	DIME	小学館
計 7ジャンル	計 22誌	計 9社

以上