

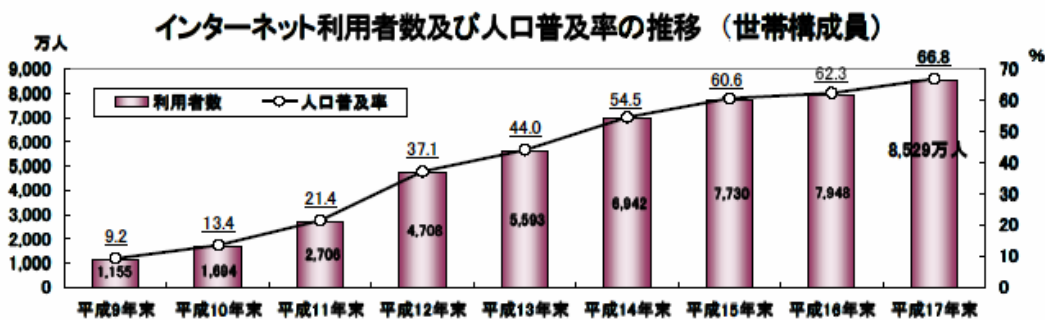
ネット人口の増大と新聞購読者数の減少を数字で裏付ける

取締役プロデューサー 寺島淳一

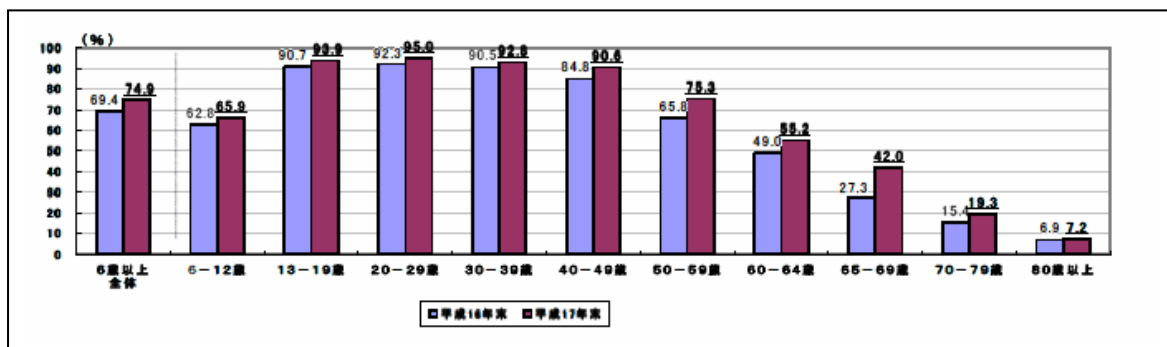
ネット人口が増え、情報をネットで入手するために新聞購読者数が減っているのではないかとすることは体感として良く言われています。実際、筆者の身の回りの知人・友人においては、インターネットでニュースを見れば十分ということで、自宅では取っていないという人が多いように思います。特に出版業界の方でも、取っていないという人が増えているようです。

そのような変化を裏付けるデータを2つご紹介します。

一つ目は、ネット人口の増大についてです。下記の2つのグラフは総務省が今年5月に発表した『平成17年「通信利用動向調査」』から引用しています。ここでいうインターネット利用者はパソコンだけでなく、携帯などのアクセスも含まれますが、平成17年末で8529万人、人口普及率で66.8%に達しています。



世代別インターネット利用率



また、上記の世代別のインターネット利用率を見ると、13歳～49歳では利用率が90%を超えています。それから、余談にはなりますが、50歳以上においては、利用率が90%を下回っていますが、平成16年末から17年末にかけての伸び率が極めて高くなっており、今後、高年齢層の利用増に注目すべきと思われます。

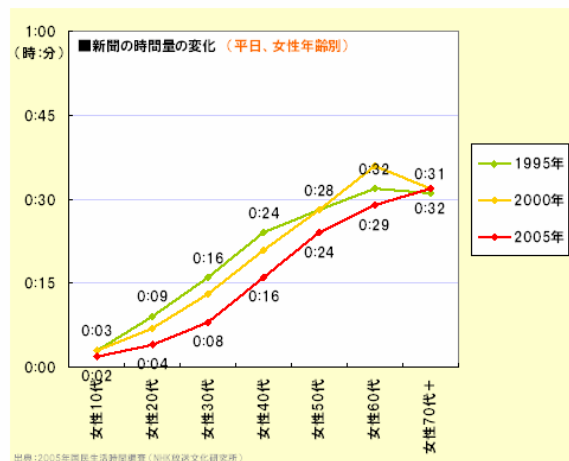
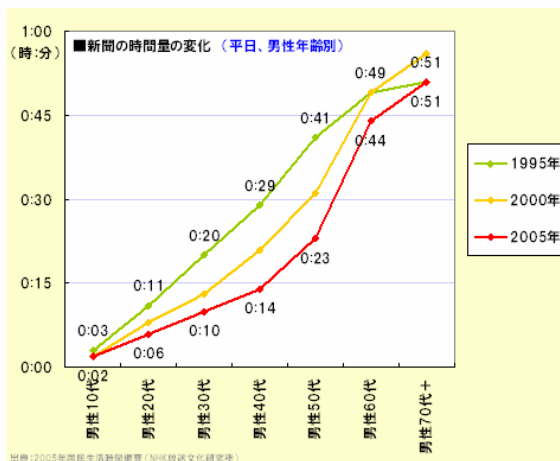
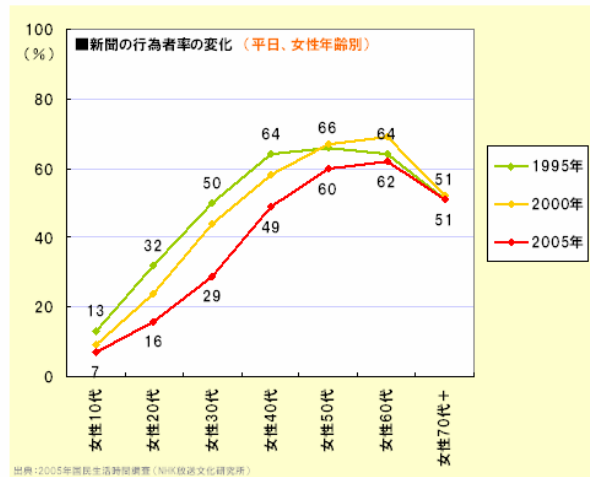
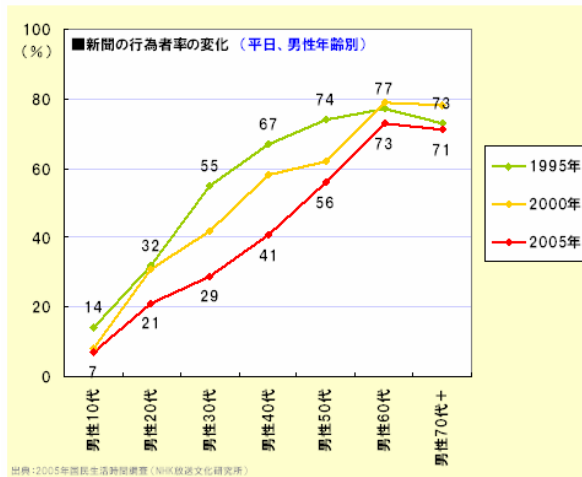
そして、新聞が読まれなくなっている傾向がうかがえるデータをご紹介します。

次頁のグラフは、NHK放送文化研究所が今年2月に発表した「2005年国民生活時間調査報告書」にあったデ

(c)2006 All Rights Reserved Dcube Co. Ltd. www.dcube.co.jp blog.dcube.co.jp  
 ご意見・ご感想・ご質問を歓迎します。下記の連絡先までお願いいたします。  
 tel:03-3811-4203 fax:03-3811-4622 担当:寺島 email:terashima@dcube.co.jp

ータで、平日に新聞を読んでいる人（行為者）の比率と読んだ時間の平均です。

男性、女性とも、同じ年代で比較して読んでいる人が少なくなっている上に読んでいる時間も短くなっていることが分かります。さらに、例えば、1995年に40代だった人は2005年には50代になっているわけですが、その比較で見るときにも、一部の例外を除き、軒並み低くなっていることが分かります。



そこで、行為者率×時間量の全年齢層の総和を計算しますと、1995年には22,107%・分だったのに対し2005年には15,089%・分と、1995年の68.2%へ減少をしています。この数字は新聞広告が見られる度合いを示すと思われます。この減少率を参考に新聞広告への投入金額を減らすことも考えられるのではないのでしょうか？

ただし、2つの点を注意する必要があります。一点目は新聞を読む時間が減少したとしても三ハツ広告が掲載される第一面だけは見る、という人は多いと思われる点です。そのため第一面の閲読率は読む時間の減少に比例しにくいという点は割り引く必要があるでしょう。また、二点目として行為者が実数ではないため年齢層の人口変動を捉えられていない、という点もありますが、新聞広告のターゲットとなる20代以上では少子化の影響を受けていないので大きな人口変動は想定する必要がなく、重要視しなくてもよいと思われます。

(c)2006 All Rights Reserved Dcube Co. Ltd. www.dcube.co.jp blog.dcube.co.jp  
 ご意見・ご感想・ご質問を歓迎します。下記の連絡先までお願いいたします。  
 tel:03-3811-4203 fax:03-3811-4622 担当：寺島 email:terashima@dcube.co.jp