

## 新聞折込に関するアンケート

### ～withコロナ 生活者の情報接触・意識に変化は？～

おさまりつつあった感染者数は11月に入り再度拡大基調。「Go toキャンペーン」をはじめ、徐々に経済活動が戻りつつある中、感染予防しながらも日常生活を送る生活者の情報接触・意識について継続調査を実施。

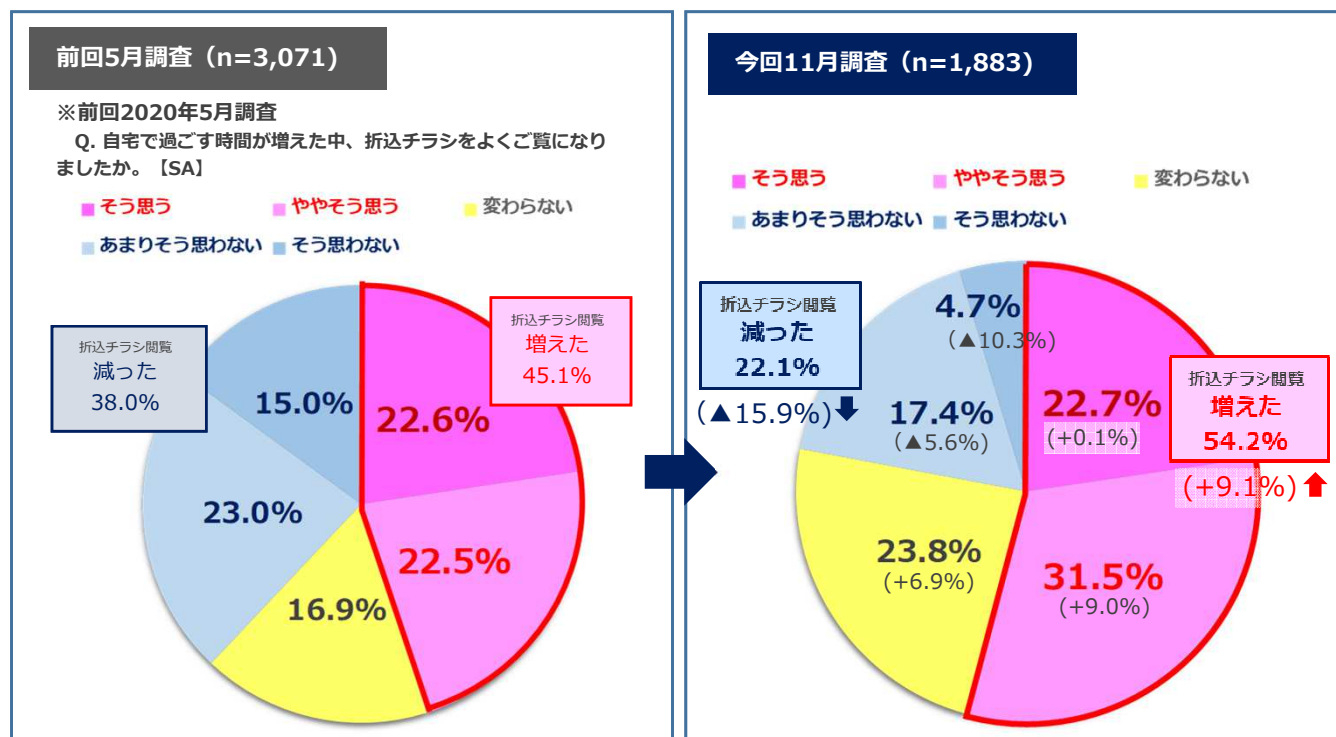
「折込チラシ」が来店誘引の近道となっていることが改めて実証されたほか、折込チラシとネット広告は、それぞれ得意とする行動きっかけに差があり、広告の目的に応じたメディアの使い分けがポイントとなるとの示唆が得られた。

株式会社朝日オリコミ(代表取締役社長：増井一実)は、朝日新聞社と合同でwithコロナの中、感染者数が増大するなど感染状況が日々変わる中、生活者の情報接触・意識がどのようになっているかを検証し、今後、折込広告を通じて新聞購読者に有益な情報を提供するため、朝日新聞購読者を対象としたWebアンケート調査を実施しました。調査レポートより、主な調査結果を公表します。

### 【注目される調査結果】

#### ◆ 1. 折込チラシの閲覧状況

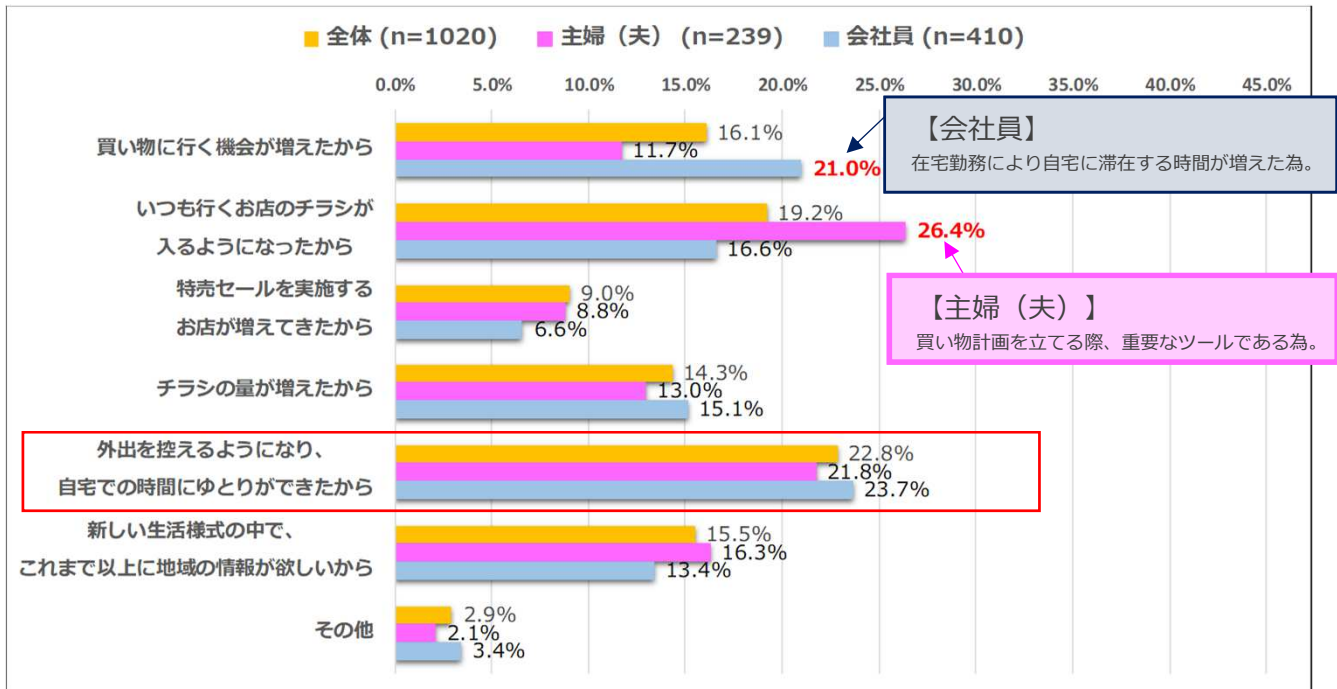
折込チラシを閲覧する機会が増えた読者は回答者全体の半数強にあたる54.2%を占めている。前回調査(5月時点)と比較すると閲覧が増えている読者が多くっており、折込チラシに触れる時間がより増えていることが伺えます。



## ◆ 2. 折込チラシ閲覧の増減理由

「外出を控えるようになり、自宅での時間にゆとりができたから」という理由で、折込チラシ閲覧が増えている読者が最多。「いつも行くお店のチラシが入るようになったから」は、主婦（夫）の回答の中で最多となっています。一方で、主婦層を中心に「依然としていつも行くお店のチラシが入らないから」という理由で、折込チラシ閲覧が減っている傾向も見られ、折込チラシが**買い物計画を立てる際の参考**として重要な役割を果たしていることがわかりました。

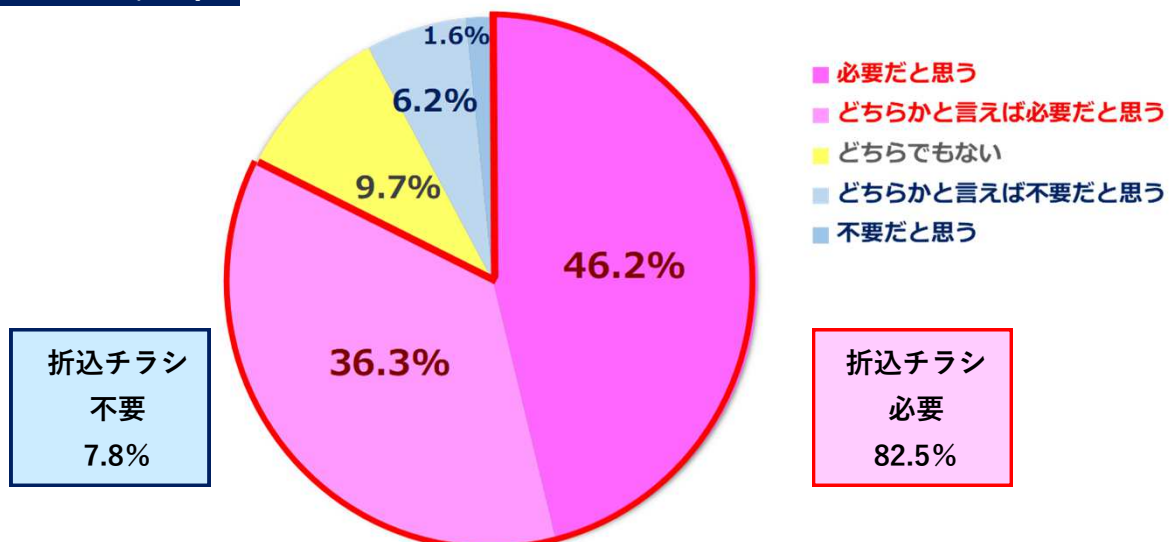
### ↑ 折込チラシの閲覧が増えた理由



## ◆ 3. 折込チラシの必要性

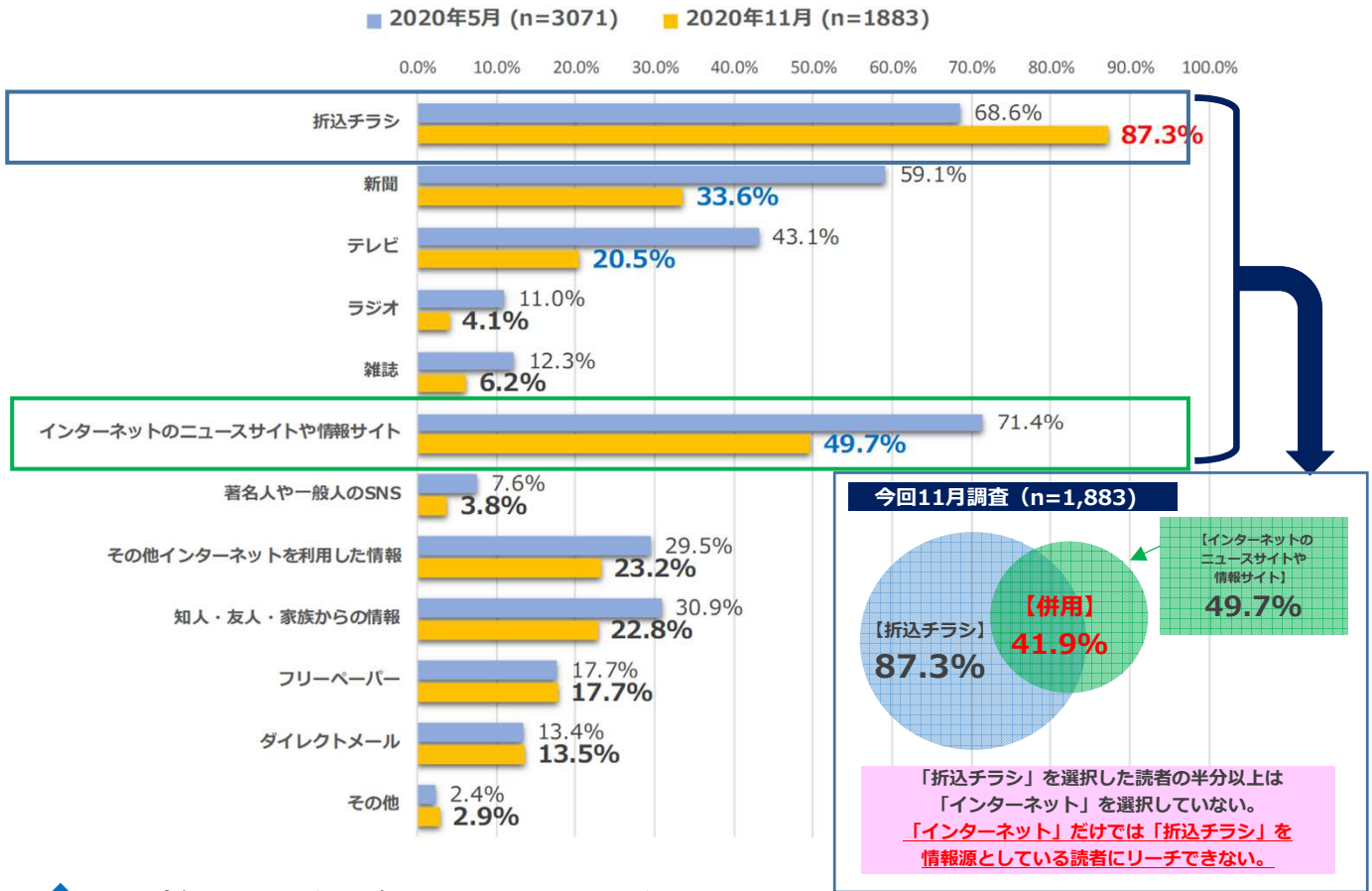
緊急事態宣言下での広告自粛を経てもなお、**折込チラシが必要**と感じている読者は**82.5%**。コロナ禍の日常生活の中で多くの読者が折込チラシの必要性を感じていることがわかりました。自由回答では「生活に密着した情報源として大事な存在だと思います」「緊急事態宣言を経験して、日常生活に必要な情報である折込チラシを手にとれることのありがたみを知りました」といった回答も寄せられました。

全体 (n=1,883)



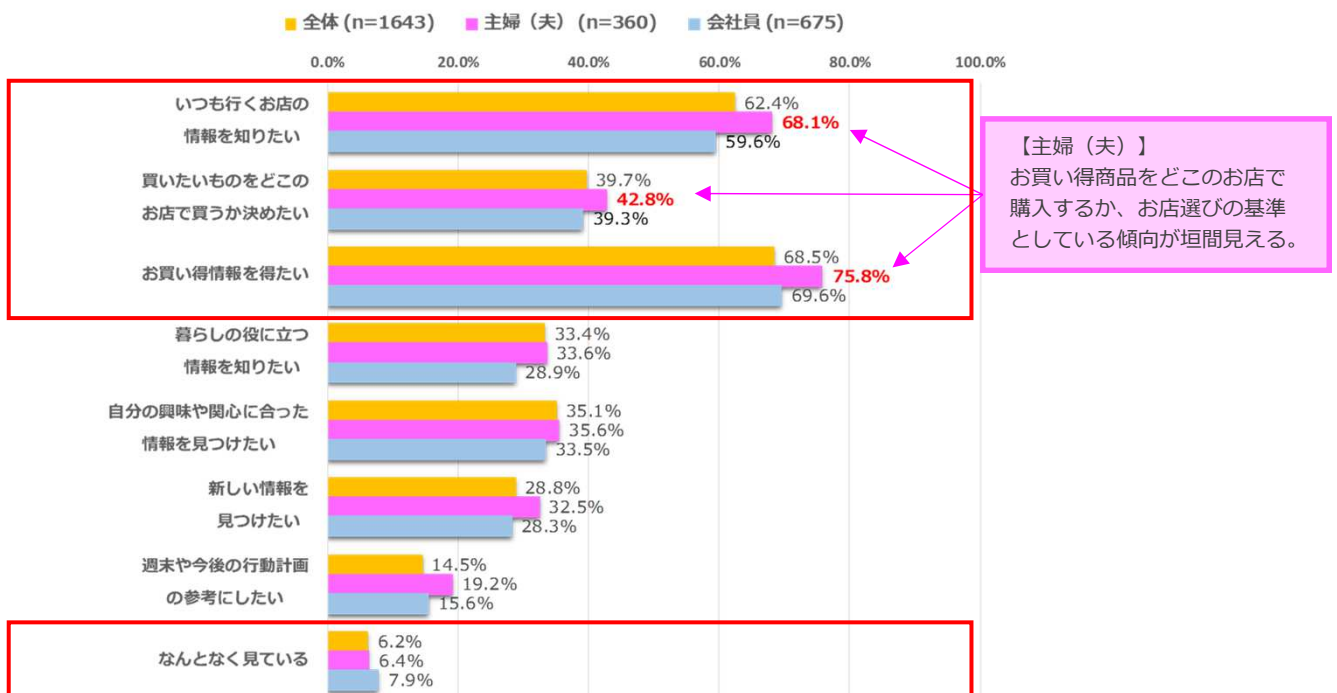
#### ◆ 4. 参考にしているメディア

「折込チラシ」が前回調査から増え、**全体の8割強**を占める。また、「インターネット」を選択した読者の8割以上が「折込チラシ」も選択していることが分かりました。一方「折込チラシ」を情報源としている読者の多くには「インターネット」だけではリーチできないことも明らかとなりました。



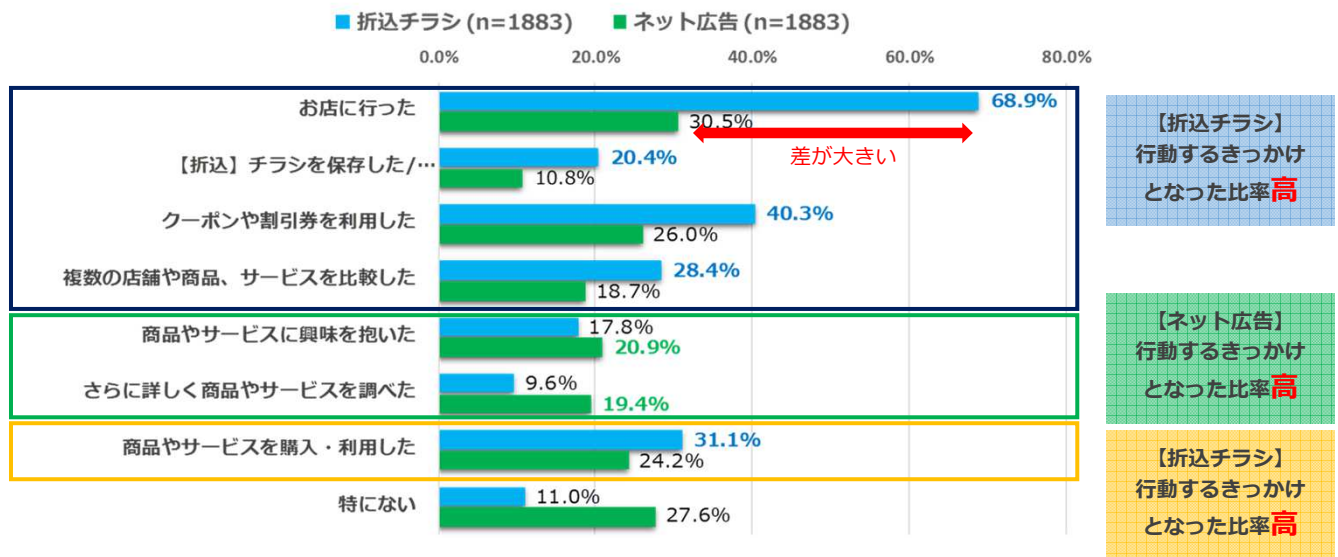
#### ◆ 5. 折込チラシを閲覧するときのマインド

「なんとなく見ている」を選択した読者はごく少数に留まり、「お買い得情報を得たい」を選択した人が**全体の7割強**を占めています。折込チラシを見る時点ですでに**買い物スイッチがON**になっており、買い物行動に繋がる要因となっていることが分かります。



## ◆ 5. きっかけにした行動【折込チラシ・ネット広告】

【興味を抱いた】【詳しく調べた】以外は、「折込チラシ」が「ネット広告」を上回る結果に。特に【お店に行った】はネット広告との差が大きく、「折込チラシ」が来店促進に貢献していることが分かりました。



## ◆ 6. 折込チラシへの期待

「安売り情報」が最も多く、全体の約6割。5月の読者アンケートと比較すると、**地域のお買い得情報を求める読者の比率が引き続き多い傾向**になっていることが示されました。チラシをインターネットへの入り口として活用したいという意見のほか、文字を大きくしてほしいといった読者特性を反映した要望も寄せられました。

### 【調査概要】

- ◆調査手法：インターネット定量調査
- ◆調査対象エリア：首都圏（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県）
- ◆調査対象：朝日新聞購読者
- ◆有効回答票数：1,883サンプル
- ◆実査時期：2020年11月18日（水）～11月19日（木）
- ◆調査機関：株式会社 朝日新聞社

### 【転載・引用に関する注意事項】

以下の行為はご遠慮ください。

- ・本レポートの一部または全部を改変すること
- ・出所を明記せずに転載・引用を行うこと
- ・※転載・引用されたことにより、利用者または第三者に損害その他トラブルが発生した場合、当社は一切その責任を負いません。

※この利用ルールは、著作権法上認められている引用などの利用について、制限するものではありません

### 【株式会社朝日オリコミ 会社概要】

会社名:株式会社朝日オリコミ

本社所在地: 〒104-8011 東京都中央区築地5-3-2 朝日新聞社新館11F

設立: 1959年11月

代表者: 代表取締役社長 増井 一実

事業内容:

「エリアの理解力」を基礎としたエリアマーケティングやメディアプランニング

折込広告をはじめ新聞・雑誌広告、テレビ・ラジオCM、ポスティング、デジタルメディアなど効果的なメディアのご提案

本件に関するお問い合わせ先 社長室 望月、大谷、松本 Mail: info@asaori.co.jp