

企業サイトをチェックする人は、 実は新聞を読んでいる

ご存知のとおり、インターネットの利用者の増加は一時期に比べれば鈍化したとはいえ、まだまだ伸びています。そして、いまや検索サイト、ブログ、SNS、動画共有サイト、クチコミ・比較サイト、ツイッター、電子書籍など多種多様なサイトやツールが普及してきました。そのため、ひと口にインターネットと言っても、活用方法やとらえ方は人によってかなり異なります。

今回の調査で「インターネットを利用している」と回答した2,538人の利用状況を見ると、「検索サイトのニュースを読む」(81.2%)が最も多く、「動画共有サイトを見る」(63.2%)、「クチコミサイト、比較サイトを見る」(59.3%)と続いています(42ページ参照)。

インターネットで読んだニュースを「他の情報源で確認することがある」と答えた1,010人が挙げた確認先を見ると、「検索サイトのニュース」(72.8%)を除けば、「新聞記事」が35.0%で最多でした(42ページ参照)。これまでの調査でも

新聞の信頼性は高く評価されていますが、わざわざ別の媒体を参照する煩わしさも考慮すると、なお新聞に対する信頼感が見て取れます。

次に、インターネットを日常的に使っている人が、新聞にどう接しているのかを探るため、「インターネットを週3日以上利用している」と回答した2,242人の新聞との関わりに着目しました。週3日以上インターネットを利用する人のうち、「ネット上で金融商品を取引する」、「新聞社のニュースサイトを見る」、「企業のホームページを見る」と答えた人は、新聞も読んでいるケースが目立ちます(図43)。さらに詳しく見ると、たとえば「企業のホームページを見る」と答えた人は、新聞広告への評価が回答者全体のスコア(41ページ参照)と比べ高い傾向があります(図44)。新聞広告で得た情報を参考にしながら、企業のホームページを訪れたり、金融商品取引をしたりしているのかもしれない。

(河北新報社 浦田 大輔)

図43 インターネットの利用動向別に見た新聞読者の割合 (週3日以上インターネットを使う2,242人の回答から集計)

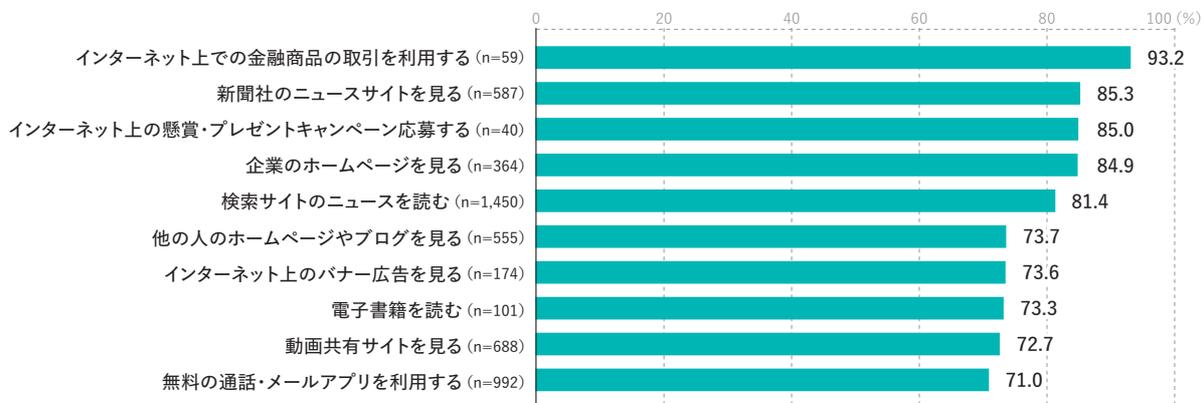


図44 「企業のホームページを見る」人の新聞広告評価 (n=364、週3日以上インターネットを使う人で、企業のホームページを見る人)

