

2019年8月19日

ご関係各位

一般社団法人 日本雑誌協会
一般社団法人 日本雑誌広告協会
株式会社 ビデオリサーチ

第6回 M-VALUE(雑誌広告効果測定調査)

結果リリース

一般社団法人日本雑誌協会(理事長 鹿谷史明)及び一般社団法人日本雑誌広告協会(理事長 片桐隆雄)は、株式会社ビデオリサーチ(社長 望月渡)の協力のもと、2019年2月～4月に「雑誌広告効果測定調査」を実施し、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、雑誌広告に関して業界共通で利用できる客観的な基準値を整備・蓄積すること、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、各出版社からの雑誌エントリーと、広告会社、およびビデオリサーチの出資による共同調査として実施されたものです。

6回目となる今回は、前回に引き続き春発売号にて、21社33誌、計12ジャンル、合計622素材の広告を対象に調査が行われました。

2013年度の第1回目からのデータは計3,990素材となりました。また、雑誌ジャンルについても女性ヤングアダルト誌や女性ミドルエイジ誌、男性ヤングアダルト誌など累計19ジャンルの雑誌のデータが蓄積されています。

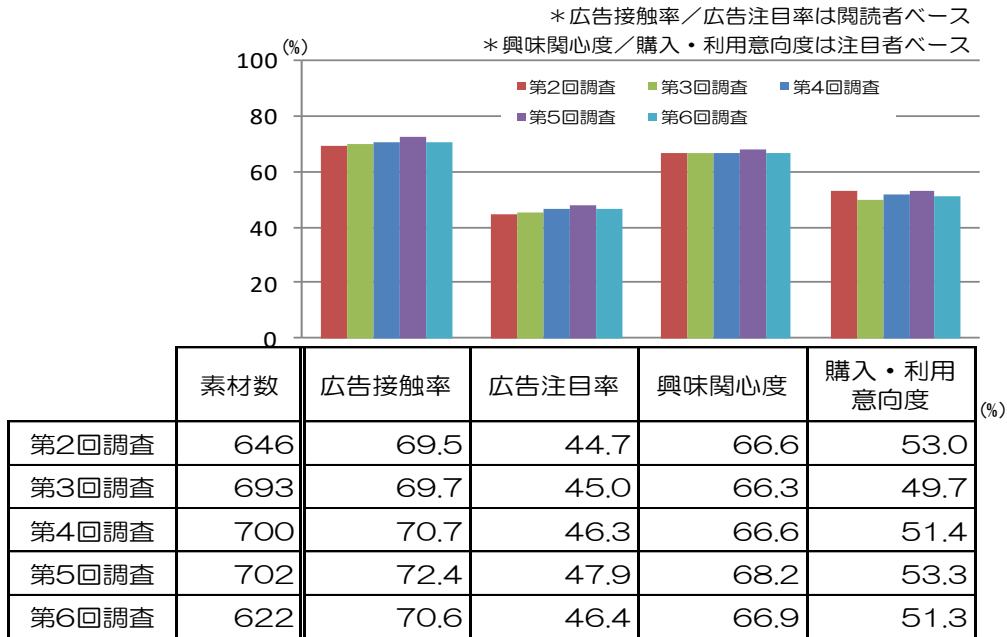
また、今回調査でも素材選定の方法において出版社による自社選定を実施しております。それに伴う結果の傾向については、第5回調査までとほぼ同レベルで推移し、安定したデータを獲得できていることを確認しております。

【第6回 M-VALUE の平均値による結果トピックス】

◆ 雑誌広告の注目率の平均は、46.4%

雑誌読者のうち、掲載された広告に「注目」した(確かに見た)人の割合を示す「広告注目率」は、33誌622素材平均で46.4%となっています。【図①】
また、読者のうち、広告を「確かに見」て「内容まで読んだ/じっくり見た」人の割合を示す「広告精読率」の平均は31.6%でした。

【図①：第2回～第6回における主要指標平均値】



※調査項目が同一の第2回調査より掲載

興味関心度：広告を「確かに見」て、広告対象に「とても／やや興味を持った」

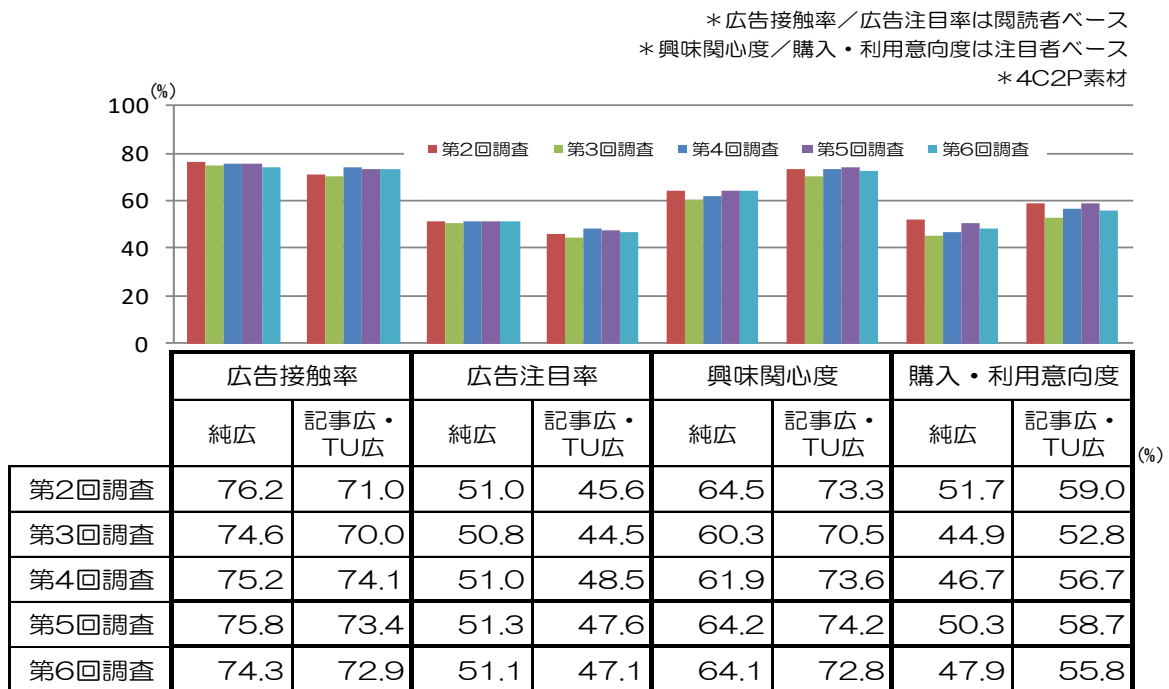
購入・利用意向度：広告を「確かに見」て、広告対象を「とても／やや購入・利用してみたい」

◆ 広告接触では純広告、興味関心・購入意向では記事広告・タイアップ広告

また、広告種類別に主要指標のスコアをみると、「広告接触率」「広告注目率」では純広告が記事広告・タイアップ広告と比べて高い一方、「興味関心度」「購入・利用意向度」では記事広告・タイアップ広告が純広告を上回る結果となっています。

【図②】

【図②：広告種類別 主要指標平均値】



※調査項目が同一の第2回調査より掲載

興味関心度：広告を「確かに見」て、広告対象に「とても／やや興味を持った」

購入・利用意向度：広告を「確かに見」て、広告対象を「とても／やや購入・利用してみたい」

今後も雑誌広告効果測定調査を継続して行ない、「効果検証」を支援することで雑誌広告の信頼性や価値の向上を図り、データに基づくプランニングや取引の活性化に貢献することを目指してまいります。

より効果的な雑誌広告出稿の一助として、是非ともデータをご活用ください。なお調査結果の概要につきましては、日本雑誌協会および日本雑誌広告協会のWEBサイトにて、2019年10月に公開いたします。また、詳細データはビデオリサーチより有償提供いたします。

第6回調査のトピックスの詳細につきましては、日本雑誌協会および日本雑誌広告協会の事務局、またはビデオリサーチ社までお問い合わせいただきますようお願いいたします。

【本件に関するお問い合わせ先】

日本雑誌協会 事務局 (〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-32
出版クラブビル 5F)

TEL : 03-3291-0775 FAX : 03-3293-6239

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
出版クラブビル 6F)

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

ビデオリサーチ コーポレートコミュニケーション室

(〒102-0075 東京都千代田区三番町 6-17)

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

【第6回 M-VALUE 調査概要】

| | |
|---------|---|
| 調査目的 | 業界共通で利用できる雑誌の広告効果の客観的な基準値を整備、蓄積する |
| 調査対象誌 | 21社33誌（2019年2月～4月売り号） *詳細別紙 |
| 調査エリア | ビデオリサーチ『MAGASCENE/ex』に準ずる 全国主要7地区（17都道府県） |
| 調査対象者 | 調査エリアに居住する15歳～69歳の男女個人に対し、 インターネット調査にて対象誌の閲読経験を確認し、調査を依頼 |
| 目標有効標本数 | 1誌あたり150サンプル（33誌有効5,466サンプル） 『MAGASCENE/ex』データにおける対象誌閲読者の性年齢構成で割付 |
| 調査方法 | 調査対象号の発売日に雑誌を郵送し、一定の閲読期間後に インターネット調査を実施 広告素材は、雑誌を手元に用意して再認させる |
| 調査広告素材 | 1誌につき最大20素材 表2・目次対向・センター・表3・表4は必須選定 その他は、出版社による自社選定、もしくは、掲載ポジション・掲載ページ数・広告種類・広告商品ジャンルについてその雑誌の実態を加味してビデオリサーチが選定 |
| 調査項目 | <ul style="list-style-type: none"> ・広告接触率／広告注目率／広告精読率／広告精読者比率 ・広告内容事前認知 ・広告商品・サービスへの興味関心度／購入・利用意向度 ・広告商品・サービスへの理解度／信頼度／好感度 ・心理変容・レスポンス行動 ・広告感想／クリエイティブへの好意度 |
| 実査機関 | 株式会社ビデオリサーチ |

■調査対象誌一覧（雑誌ジャンル別）※ジャンル内雑誌名 50 音順

| | | |
|------------|-------------------------|-----------|
| 総合月刊誌 | 文藝春秋 | 文藝春秋 |
| 週刊誌 | 週刊現代 | 講談社 |
| | 週刊新潮 | 新潮社 |
| | 週刊文春 | 文藝春秋 |
| 男性ヤングアダルト誌 | Casa BRUTUS | マガジンハウス |
| | BRUTUS | マガジンハウス |
| ビジネス・マネー誌 | 週刊ダイヤモンド | ダイヤモンド社 |
| モノ・トレンド情報誌 | GoodsPress | 徳間書店 |
| | GetNavi | 学研プラス |
| | MonoMax | 宝島社 |
| 女性ヤング誌 | CanCam | 小学館 |
| | ViVi | 講談社 |
| | Ray | 主婦の友社 |
| 女性ヤングアダルト誌 | ar | 主婦と生活社 |
| | &Premium | マガジンハウス |
| | Oggi | 小学館 |
| | CLASSY. | 光文社 |
| | 日経WOMAN | 日経BP |
| | PRESIDENT WOMAN Premier | プレジデント社 |
| 女性ミドルエイジ誌 | otonaMUSE | 宝島社 |
| | STORY | 光文社 |
| | VERY | 光文社 |
| | Marisol | 集英社 |
| | LEE | 集英社 |
| 女性シニア誌 | ハルメク | ハルメク |
| 生活実用情報誌 | ESSE | 扶桑社 |
| | オレンジページ | オレンジページ |
| | きょうの料理 | NHK出版 |
| | レタスクラブ | KADOKAWA |
| ビューティ・コスメ誌 | 美的 | 小学館 |
| | VOCE | 講談社 |
| | MAQUIA | 集英社 |
| テレビ情報誌 | TVガイド | 東京ニュース通信社 |
| 計 12ジャンル | 計 33誌 | 計 21社 |

■調査対象誌一覧（出版社別）

| | | |
|-----------|-------------------------|------------|
| NHK出版 | きょうの料理 | 生活実用情報誌 |
| オレンジページ | オレンジページ | 生活実用情報誌 |
| 学研プラス | GetNavi | モノ・トレンド情報誌 |
| KADOKAWA | レタスクラブ | 生活実用情報誌 |
| 講談社 | 週刊現代 | 週刊誌 |
| | ViVi | 女性ヤング誌 |
| | VOCE | ビューティ・コスメ誌 |
| 光文社 | CLASSY. | 女性ヤングアダルト誌 |
| | STORY | 女性ミドルエイジ誌 |
| | VERY | 女性ミドルエイジ誌 |
| 集英社 | MAQUIA | ビューティ・コスメ誌 |
| | Marisol | 女性ミドルエイジ誌 |
| | LEE | 女性ミドルエイジ誌 |
| 主婦と生活社 | ar | 女性ヤングアダルト誌 |
| 主婦の友社 | Ray | 女性ヤング誌 |
| 小学館 | Oggi | 女性ヤングアダルト誌 |
| | CanCam | 女性ヤング誌 |
| | 美的 | ビューティ・コスメ誌 |
| 新潮社 | 週刊新潮 | 週刊誌 |
| ダイヤモンド社 | 週刊ダイヤモンド | ビジネス・マネー誌 |
| 宝島社 | otonaMUSE | 女性ミドルエイジ誌 |
| | MonoMax | モノ・トレンド情報誌 |
| 東京ニュース通信社 | TVガイド | テレビ情報誌 |
| 徳間書店 | GoodsPress | モノ・トレンド情報誌 |
| 日経BP | 日経WOMAN | 女性ヤングアダルト誌 |
| ハルメク | ハルメク | 女性シニア誌 |
| 扶桑社 | ESSE | 生活実用情報誌 |
| プレジデント社 | PRESIDENT WOMAN Premier | 女性ヤングアダルト誌 |
| 文藝春秋 | 週刊文春 | 週刊誌 |
| | 文藝春秋 | 総合月刊誌 |
| マガジンハウス | &Premium | 女性ヤングアダルト誌 |
| | Casa BRUTUS | 男性ヤングアダルト誌 |
| | BRUTUS | 男性ヤングアダルト誌 |
| 計 21社 | 計 33誌 | 計 12ジャンル |