

卓 話

澤田 淳 会員

① 新聞の愛読者は

・1975年当時は、20代～50代の多くが新聞を読んでいたのに対して、今は、新聞をよく読むのが60代以上という高齢者が読むメディアに大きく変化した。
・1975年に30代だった者は30年後の2005年には60代であり、男女とも、この団塊世代が一番新聞を読んでいる状況である。
・男30代は1975年に80%が新聞を読んでいたのに対して、2005年には29%しか読んでいない。新聞購読者の減少は近年の日本人の活字離れ、テレビ・インターネットの影響が背景にあるといわれているが、新聞離れはインターネットの普及した最近だけでなく、1970年代・80年代から進行してきていたものである。

② 新聞ビジネスとは

日本の新聞産業の構造図

アメリカでは広告収入の比率が85%以上ですが、日本では広告収入対販売収入の比率はだいたい30対54となっています。

販売店でも約30～40%が折込の収入です。

③ 広告収入の減少

新聞広告費の推移(左軸の単位は億円)(出典:日本新聞協会)

マスコミ主要4媒体の広告費とインターネットの広告費の推移

④ 新聞は信頼できる?

信用できるメディアが不在

既存メディアに匹敵するユーザー数を持つ新しいメディアは、日本ではいまのところ出てきていないのが現状。選挙の情報源としての重要度(8月31日～9月1日に実施した有権者の意識調査)

選挙の情報源としての各メディアの信頼度(8月31日～9月1日に実施した有権者の意識調査)

2010年1月21日(共同)

公益財団法人の新聞通信調査会は21日、メディアに関する全国世論調査の結果を発表した。各メディアの情報の信頼度に関する質問で「全面的に信頼している」を100点とした場合、NHKテレビが73・5点、新聞が70・9点となった。

民放テレビは63・6点、インターネットは58・2点だった。

⑤ 新聞社の危機

【決算】朝日新聞社、営業赤字40億…3月期連結決算[2010/05/24]

「毎日新聞社、3年連続の14億の赤字で経営危機に」2010/12/25

日本経済新聞社、初の最終赤字 広告収入落ち込みで売上高4期連続の減収2010/03/12

読売新聞グループ本社決算、営業損益2億5100万円の赤字2009/05/27

新聞社部門別従業員数の推移

「編集部門」がさほど変わらず、その上の「製作・印刷・発送部門」が大きく数を減らしているのが分かる。後者は提携によって他社と共有化したり、技術やシステムの進歩向上で投入すべき人員数を減らすことができるようになったため、と見てよい。最近全国的にフリーペーパー誌の会社が破綻している。テレビ局も広告収入減に喘いでいるが、フリーペーパーの最大の顧客は料飲店、公には2ページカラーで70万円が今では半額以下というフリーペーパーもザラという。それでもなかなか広告主が集まらず、今までに出た広告を無料で掲載して体裁を整えているという。元々フリーペーパーは読むところが殆どなく、掲載されている飲食店の広告を見るだけであるが、女性が対象であり、エステ・整形クリニックなどの広告が目立つ。

⑥ 新聞販売店の今後

2009年前期における主要全国紙の朝刊販売数(万部)



⑧ 折込広告の効果

折込広告のメリット

5つのポイント

即効性・・・消費行動に直結しやすい即効性の高い広告メディアです。

経済性・・・自社の商圏に合わせて、地域を限定して告知が出来る経済性の優れた広告メディアです。

自在性・・・実施日や新聞銘柄、サイズや紙質などを選ぶことが可能な自在性の優れた広告メディアです。

習慣性・・・多くの生活者が日頃から接している習慣性の高い広告メディアです。

信頼性・・・古くから歴史のある信頼性の高い広告メディアです。

これら5つのポイントにより以下の効果を発揮!

買物行動との結びつきが強い

下のグラフは「デパート・スーパーで買物をするとき参考にする広告は何か」を示すグラフです。折込広告は新聞と一緒に配達され、常に手元に置かれるために、いざ買い物というときに取り出しやすい広告です。また新聞と一緒に扱われるために信頼感があるのです。

地域に密着した宣伝が可能

小規模な小売店などが宣伝活動を行なう場合、テレビや新聞・雑誌のような広域向けの広告を出すことは、商圏(見込み客が住んでいる一定範囲の地域)を考えると無駄が多く、手間もコストもかかりすぎます。折込広告なら、各新聞販売店の配達地区単位で配布地域を設定できるので、商圏だけを狙った地域に密着した宣伝が可能です。さらに大売出しなどのイベントに合わせたタイムリーな宣伝活動も簡単にできます。

抜群のコストパフォーマンス 地域を絞って効果的な配布ができ、購買行動との結びつきが強い折込広告は、少ない広告費で大きな効果を期待できる、きわめてコストパフォーマンスの高い広告メディアです。さらに紙面デザインの工夫や綿密なマーケティングの活用によって、宣伝効果をより高めることが出来ます。

幹事報告

幹事 大角道雄

1. 本日の例会は徳島りつ子会員の卓話です。

2. 地区職業奉仕・社会奉仕合同講演会 1月22日(土曜日)

長谷川会長・伊地智良雄会員・石原久歳会員 出席ご苦労様でした。

3. 次回2月3日の例会は上西 保 会員の卓話です。

4. 当クラブ第15期会長 宮島正義さんが1月22日逝去されました。

心よりご冥福をお祈り申し上げます。



クラブリーダー研修



辻孝範パスト会長が2010年7月25日(日) 2010年8月5日(日)2010年12月12日(日)と3回にわたり京都リサーチパークで開催されましたRLI研修会に参加され研修を終了されました。辻PGご苦労様でした。4/16(土)福井商工会議所にてRLI研修会卒業コースが開催されます。よろしくお願ひ致します。

RYLA研修

2010～2011年度RYLA募集研修生及び参加ロータリーアンを募集いたします。詳細は下記の通りです。

開催日程 2011年5月20日・21日・22日(金・土・日)

開催場所 天理教第38母屋9F大広間

- 参加資格
1. 第2650地区に在住又は勤務する18才～30才迄の青年職業人でリーダー候補となるもの。
 2. 健康で団体生活に耐え得るもの。
 3. 各ロータリークラブの会長の推薦のあるもの。

講演 第1日目 14:10～ロータリーアンセミナー(講師未定) 16:30～東馬場郁生氏(天理大学教授)

第2日目 13:00～金 美鈴氏(評論家) 19:00～田母神 俊雄氏(元航空幕僚長)

第3日目 11:00～森 善朗氏(元内閣総理大臣、衆議院議員)

☆お申し込みされる方は新世代委員長(星委員長)または事務局までお問い合わせ下さい。

