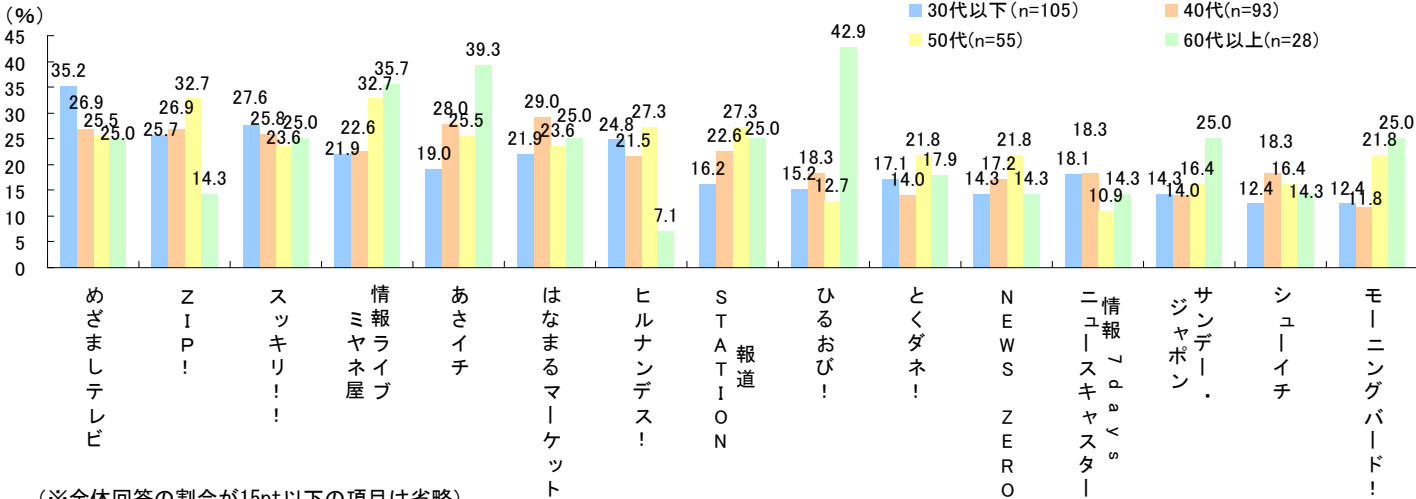


01 Woman's Voice

主婦が良く見る情報番組調査から～

団塊ジュニアはちょっと知的でまったりした情報番組がお好き？

Q. よく見ているワイドショー・情報番組は？（複数回答）



(※全体回答の割合が15pt以下の項目は省略)

好きなキャスターベスト5

1位	安住紳一郎
2位	関根麻里
3位	岡江久美子
4位	井の原快彦
5位	有働由美子

嫌いなキャスターワースト5

1位	小倉智昭
2位	みのもんた
3位	宮根誠司
4位	古館伊知郎
5位	テリー伊藤

好きなコメンテーターベスト5

1位	尾木直樹
2位	いとうあさこ
3位	ミッツ・マングローブ
4位	おおたわ史絵
5位	柴田理恵

嫌いなコメンテーターワースト5

1位	テリー伊藤
2位	大沢あかね
3位	梅沢富美男
4位	おかわりよう
5位	杉浦太陽

信頼できるコメンテーターベスト5

1位	尾木直樹
2位	北野大
3位	おおたわ史絵
4位	ロバート・キャンベル
5位	香山リカ

話を聞いてみたいコメンテーターベスト5

1位	尾木直樹
2位	ロバート・キャンベル
3位	森永卓郎
4位	おおたわ史絵
5位	東国原英夫

外交問題や政局がセンセーショナルになってきているため、ニュース番組やワイドショーの視聴率が高まっている。全国のミセスが支持するのはどんな番組か探してみたところ、年代によってかなり分かれた。30代以下を中心に、比較的全年代に支持されているのは「めざましテレビ」と「スッキリ!!」。いずれもクセのないバラエティに富んだ内容。他には30代以下で「ZIP!」と「ヒルナンデス!」といったちょっと面白系に、40代は「はなまるマーケット」と「あさイチ」といった知的な特集でまったりした雰囲気のもの、50代は「情報ラ

イブ ミヤネ屋」「ZIP!」「ヒルナンデス!」「報道ステーション」といったバラエティに富み、少し下世話でテンポのいい番組を見ている人が多い。60代以上はn数が少ないので参考程度にとどめるが、「ひるおび!」と「あさイチ」の人気の高いようだ。キャスターやコメンテーターの好き嫌い、コメンテーターの信頼度や関心度を聞いてみたら、キャスターの好き嫌いは見事に分かれた。やはり爽やかで嫌味のない人が好かれるが、より誠実で人間味のある人が見分けられている。嫌いの上位にはアクの強い人が

並ぶが、高圧的な上から目線を感じるというのが主な理由。コメンテーターでは尾木ママが大人気。温和な人柄と筋の通ったコメントが支持される所以。おおたわ史絵も裏表のないハッキリとした物言いが好かれている。コメンテーターで嫌われるのは、コメントが的確でない人、エラそうで暑苦しい人など。話を聞いてみたい上位は専門性の高い人が並んだ。いじめなど教育問題、世界の中の日本の見られ方、これからの経済、女性の健康のこと、今気になる問題が聞けそうな人が見分けられている。

所長の目

20年ほど前、ワイドショーの見られ方を調べたときに、ゴシップや事件に興味を持つ自分の浅ましさを浄化できるから、みのもんたさんや小倉智昭さんといった硬派の大人の男性がキャスターにすることが重要だと分析したことがある。時代は変わって、今はどうやら自分と同じ目線で親しみやすいほうがいいようだ。SNSなどで、情報の受け手だった人も簡単に送り手になれるようになり、人は「根拠のない上から目線」を極端に嫌うようになったと思う。エラそうに言う資格がきちんとないと受け入れられない。人気の高いコメンテーターが、みな専門の知識を持っているように、裏付けがないと反感を買う時代になった。(植田奈保子)

※2012年09月13日～18日実施。全国の既婚女性288人回答。詳細はくらしHOWへ問い合わせを

Real Voice 良く見ているコーナー

- ◆ZIP!の'MOCO' Sキッチンがマンネリ化している我が家のメニューに新風を吹き込む(44歳/東京)
- ◆はなまるマーケットのとくまると、料理や健康など役立つ情報が多い(48歳/神奈川)
- ◆ヒルナンデス!の3色ショッピングは安いブランドで全身コーディネートが楽しくて参考になる(37歳/大阪)
- ◆朝ズバ!の8時たまご、解説が分かりやすい(48歳/宮城)
- ◆めざましのここの調子は意外な調査があって面白い(39歳/東京)
- ◆WBSのトレたま、流行先取りの面白さ(58歳/千葉)
- ◆知っとこ!の世界の朝ごはん、各国の文化や生活スタイルが知ることができて旅行気分(28歳/兵庫)
- ◆あさイチのキラキラ40は同世代の悩みを取り上げて興味深い(43歳/岡山)

02 HOW's View

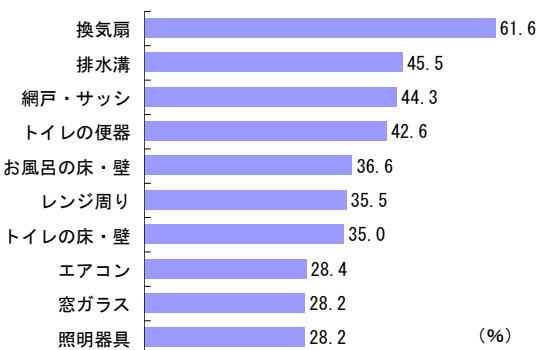
主婦の約半数52.2%は掃除が苦手 面倒だけど「こまめに」、「汚れたらすぐ」

年末の大掃除商戦を前に、全国の主婦に掃除に関するアンケートを実施した。掃除が得意な人は10.1%、どちらともいえない37.7%で、苦手な人は52.2%と約半数を占める。

苦手な理由は面倒66.7%、やってもやってもきれいにならない47.8%、片づけが下手42.0%が上位。フリーコメントでは、「すぐに汚れてしまう、ホコリがたまる」と多数の声があがる。せっかくキレイにしても、それが長持ちしないことが面倒に感じる大きな理由となっているようだ。

また掃除で嫌いな場所を聞いたところ、換気扇61.6%、排水溝45.5%、網戸・サッシ44.3%の順に。換気扇と網戸・サッシは掃除が難しいところでもトップになっており、その手間から苦手意識が。排水溝はその臭いや汚れ方が主婦にとって嫌な場所なのだろう。そんな主婦の掃除テクニックは汚れ

【掃除で嫌いな場所(上位10件)】



2012.9.6～9.12全国の既婚女性を対象にWEB調査を実施(n=457)。詳細レポートはくらしHOWサイトへ

を落とすコツよりも、「こまめに」と「汚れたらすぐ」がキーワード。日々の生活で汚れを放っておかないことがキレイの極意となっている。「やってもやってもきれいにならなくて面倒だけど、こまめにしなきゃ!」主婦はそんな気持ちで掃除に励んでいるのだ。(くらしHOW研究室/大田司)

03 Group Eyes

ミセス、OL、子連れ、地域参加 etc... 人と企業を結ぶリビングイベントのチカラ

7月から9月にかけてリビング新聞、シティリビング、あんふあんでは様々な読者参加型イベントを実施した。

「あんふあん夏フェス」へは1498人の親子連れが来場。シティリビングの夏のイベントも東京1969人、横浜1408人、大阪1315人と各エリアでたくさんのOLが集まった。また、リビング新聞吉祥寺エリアの「アート&ライフマーケット」には70の手作り作品の教室や個人のブース出展と1786人の主婦の来場が。各媒体・エリアの読者イベントは大きな賑わいをみせている。

サンケイリビング新聞社では首都圏だけでも大小合わせて年間約130件以上の読者イベントを実施し、合計で約40,000人も来場がある。リビングのイベントの強みは、紙面同様に読者と出展社(者)へ2WAYの提案による最適化だ。出展社へは読者に響くコンテンツ作りを、読者へは他にはない読者の



写真は左上より「東京シティOL夏祭り」「吉祥寺アート&ライフマーケット」「シティサマーナイト横浜」「あんふあん夏フェス」の様子。

ためのイベントを提案することが集客のポイント。さらにそれをエリアごとに最適化できるのが特徴である。

10月22日(月)にはリビング新聞の一大イベント「ハッピーシュフフェスティバル」を東京で開催する。読者と出展社を「結ぶ」架け橋となるリビングのイベントに、今後も注目だ。(サンケイリビング新聞社 CC室)