

経営者JP総研 エグゼクティブ・ウォッチ

2020年エグゼクティブの「情報収集」についての調査

**情報収集のための1カ月間のサブスク料金は「1万円以上」が20.4%！**

**コロナ禍で利用頻度が増加した情報メディアは「YouTube」**

**40代・50代のエグゼクティブ 84.0%は「対面」での情報収集を重視**

エグゼクティブ向けの転職・キャリア支援サービスを展開する株式会社 経営者JP（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長・CEO 井上和幸）は、日ごろお付き合いのあるエグゼクティブ男女約2,000名(有効回答数 103名)を対象に、エグゼクティブが普段どんな情報収集をしているのか、使用しているツールやメディアについて調査いたしました。

<主な調査結果>

- ▶どの世代でも情報収集では「対面」を重視。特に40代・50代は「対面」が84.0%で1位
- ▶情報ツールはスマートフォンが95.1%
- ▶情報収集の1カ月のサブスク料金は「1万円以上」が20.4%！1カ月に5万円という人も。
- ▶エグゼクティブが普段利用しているニュースメディアは「日本経済新聞電子版」
- ▶コロナ禍でどの世代でも利用頻度が増加した情報メディアは「YouTube」

普段、情報に敏感な経営者・幹部クラスのエグゼクティブは、どのようにアンテナを張って情報収集をしているのか、また、コロナ禍で情報収集方法に変化はあったのかを、このたびリサーチいたしました。

- ▶情報収集方法については、全世代1位は「WEBサイト」77.7%という結果だったものの、「リアルコミュニケーション（対面）」が73.8%と僅差になりました。さらに40代、50代にターゲットを絞ると「リアルコミュニケーション（対面）」が84.0%で1位という結果に。WEBやスマホ、音声メディアなどさまざまな情報収集ツールがあるなかでも「対面」でのコミュニケーションが重視されているということです。
- ▶普段情報収集に利用しているツールは、「スマートフォン」が95.1%で1位。次いで87.4%が「PC」を使用しているという回答になりました。「ガラケー」を使っているという人も1.6%という数字が出ました。
- ▶近年月額使用料のかかる新聞系メディアや有料ニュースレターなど、情報収集においてもサブスクリプションサービスが増加しています。最も多い回答は「無料」が24.3%でしたが、次に多い回答は「1万円以上」20.4%でした。回答のあったなかで最高額は「5万円」でした。
- ▶エグゼクティブが普段使用しているニュースメディアは「日本経済新聞電子版」63.1%と最も多い回答となりました。次いで、「Yahoo! ニュース」「ダイヤモンド・オンライン」、「東洋経済オンライン」、という結果になりました。
- ▶エグゼクティブが情報収集を行う時間は、「帰宅後」という回答が69.9%で1位となりました。「テレワークなので随時行う」というコロナ禍ならではの回答も寄せられました。
- ▶コロナ禍での情報収集方法の変化についての回答は、どの世代でも「YouTube」が1位となりました。コロナ禍で自宅のPCと向き合う時間が増えたからかもしれません。

**経営者JP総研所長（経営者JP 代表取締役）井上和幸のコメント**

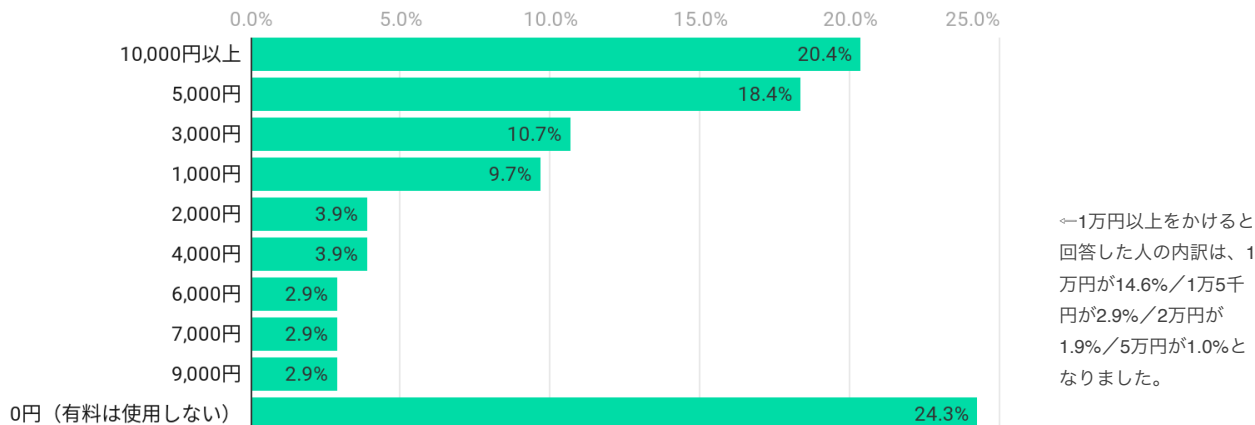
ウィズコロナ下の状況も含めて、経営者・エグゼクティブの皆さんの情報収集のし方はどのようになっているのか、興味深く結果を拝見しました。まず、4分の3はなにがしかの有料課金型（サブスク型）媒体を使っているという事実が分かりました。かつての紙の新聞定期購読に変わって、エグゼクティブのベースの情報源にサブスク型メディアが浸透していることを確認しました。

そして、「そうなの？」とも「そうだね」とも思ったのが、情報ソースとして最も多く使っているのが「対面」であること。オンラインワークとなり、情報源もネット経由のものが根付いている中、経営者・エグゼクティブにとってはやはり、価値ある情報は「個別対面で得られるもの」ということではないでしょうか。恐らく今後益々、対面情報の価値は上がってくるものと思われま。面白いのは、コロナ後に利用頻度が急上昇したものはYouTube！若者だけでなくミドルシニアもいまや本よりYouTubeアクセスなのですね（笑）。当面、職業ランキング上位のユーチューバーは安泰でしょうか。

## ▶情報収集のための1カ月のサブスクリプション料金は「1万円以上」が20.4% 1カ月に5万円をかけるというエグゼクティブも。

近年月額使用料のかかる新聞系メディアや有料ニュースレターなど、情報収集においてもサブスクリプションサービスが増加。今回の調査で最も多い回答は「無料」が24.3%でしたが、次に多い回答は「1万円以上」が20.4%でした。回答のあったなかで最も高い金額は月に「5万円」。月にお金をかけない派と、複数サービスを利用する派で分かれているようです。

### 情報収集にひと月あたりいくら使っていますか？



調査期間：2020年9月8日～17日

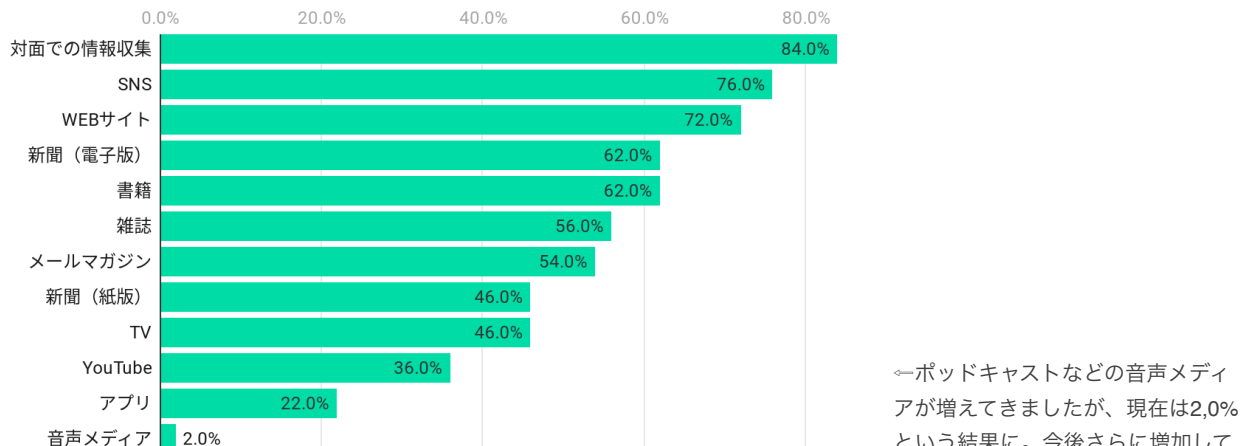
データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

## ▶20代～60代のどの世代においても、情報収集では「対面」を重視。 特に40代・50代は「対面」が84.0%で1位！

40代、50代での情報収集は、「リアルコミュニケーション（対面）」が84.0%で1位という結果に。WEBやスマホ、音声メディアなどの情報収集ツールがあるなかでも「対面」でのコミュニケーションが重視されていることがわかります。

### 普段の情報収集で利用している方法を教えてください

対象：40～50代のエグゼクティブ



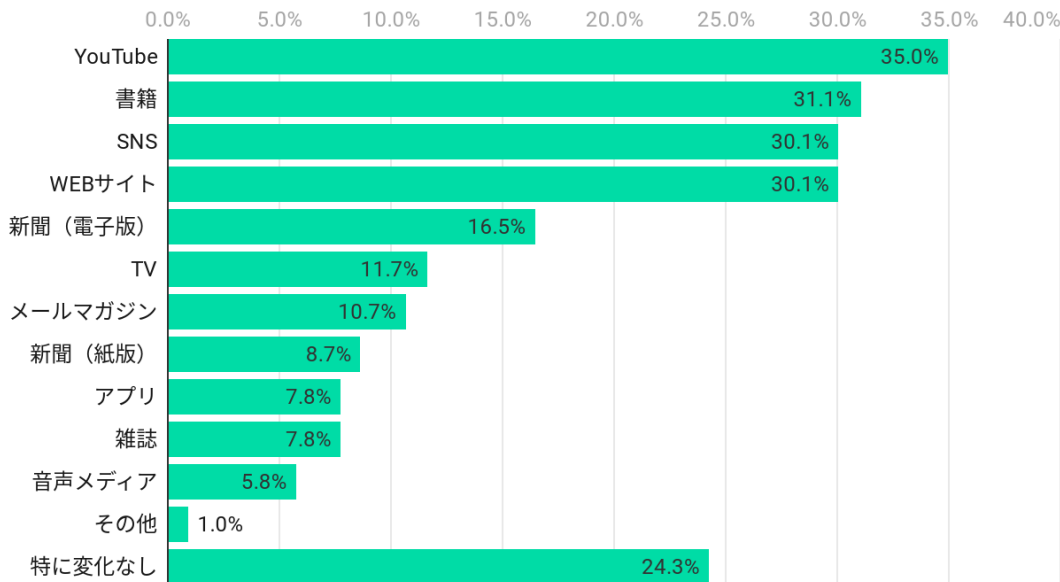
調査期間：2020年9月8日～17日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

## ▶コロナ後に利用増加メディア1位は「YouTube」、2位は「読書」

コロナで利用頻度が増加したメディアは、全世代において「YouTube」が1位でした。次いで増えたのは「書籍」、「SNS」という結果に。コロナ禍により、家に居る時間が増加したことで、これまでよりも、ゆっくりと時間を過ごしているのかもしれない。

### コロナ以後、利用頻度が増えたメディアはありますか？



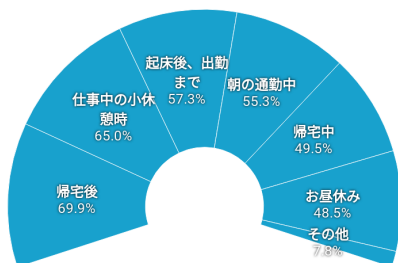
調査期間：2020年9月8日～17日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

## ▶情報収集時間は「帰宅後」/ジャンルは、「ビジネス」が98%

エグゼクティブが情報収集を行う時間は、「帰宅後」という回答が69.9%で1位となりました。「テレワークなので随時行う」というコロナ禍ならではの回答も寄せられました。ジャンルは98.1%が「ビジネス・企業情報」と回答。次いで、50%以上は「経済」「政治」「グローバル情勢」と続きました。

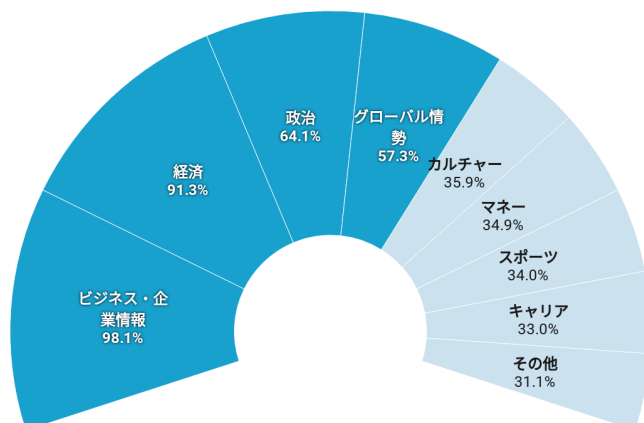
### どんな時間に情報収集を行いますか？



調査期間：2020年9月8日～17日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

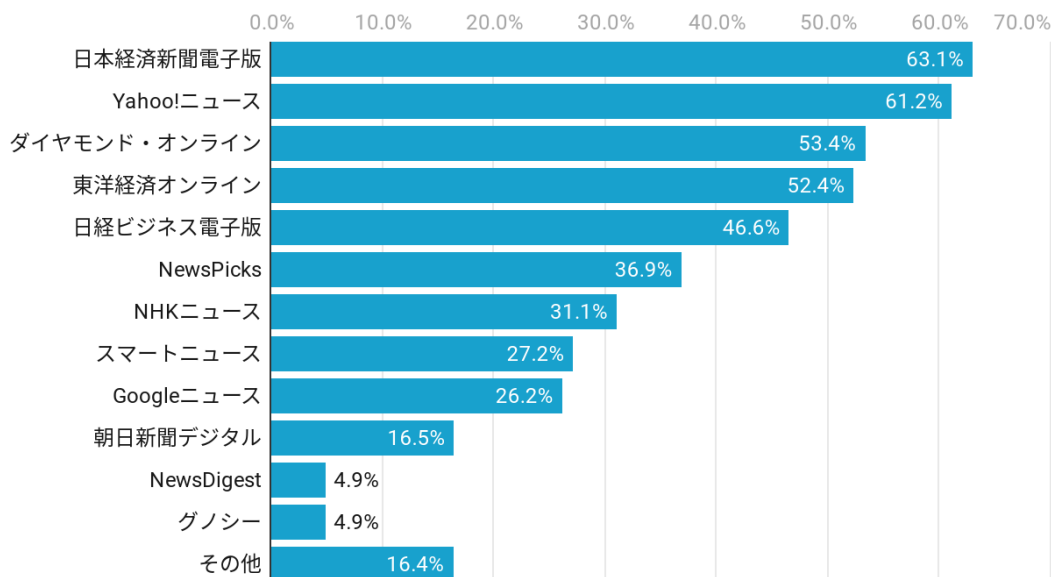
### どのようなジャンルの情報収集をしていますか



## ▶ 普段利用しているニュースメディアは「日本経済新聞電子版」！

エグゼクティブが普段使用しているニュースメディアは「日本経済新聞電子版」63.1%と最も多い回答となりました。次いで、「Yahoo! ニュース」「ダイヤモンド・オンライン」、「東洋経済オンライン」、という結果となりました。

### 普段利用しているニュースメディアを教えてください



調査期間：2020年9月8日～17日

データソース：経営者JP調べ・Created with Datawrapper

#### ■調査概要

- ・実施期間：2020年9月8日～2020年9月17日
- ・調査対象：経営者及び人事にかかわる男女
- ・調査機関：経営者JPメルマガ会員：約2,000名（有効回答数103名）
- ・調査手法：インターネット調査

※データ利用の際は「経営者JP総研事務局・野口」までご連絡いただければ幸いです。

本調査の著作権は「株式会社経営者JP」に帰属します。

#### ■株式会社 経営者JPについて

弊社は、明日の日本を担う志高き経営者・リーダーを育成・輩出するための「集い、学び、執行する最高の場」を提供すべく4事業を展開しております。

エグゼクティブサーチ事業（経営層特化の人材紹介）／コンサルティング事業（組織・人材・経営コンサルティング、講師・顧問派遣、EQコンサルティングサービス）／セミナー事業（経営者・リーダー対象セミナーの主催）／会員事業（志高きリーダーの会員組織の主催運営、コンテンツ提供・物販）

#### ■本件に関する問い合わせ先

株式会社経営者JP 広報担当 野口・鈴木 <http://www.keieisha.jp/> E-mail: info@keieisha.jp