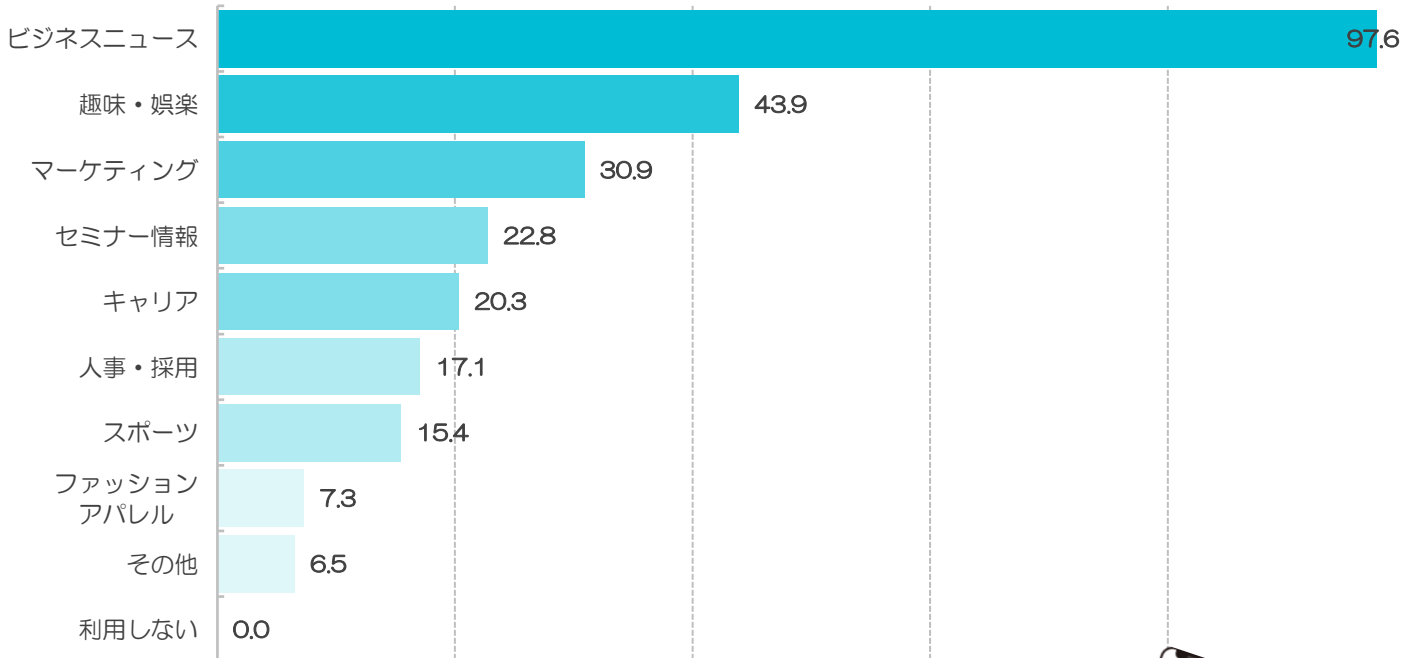


エグゼクティブがよく見る ビジネス系Webメディアは？

経営者JP エグゼクティブウォッチ・ライト

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123名)を対象に、日常的にWebメディアでどのような情報を収集しているのか、ビジネスにおいてよく使うWebメディアについてリアルな声を伺いました。

<日常的な情報収集でWebメディアを利用する場合、その利用目的はなんですか？>



**エグゼクティブのWebメディア利用率は100%、
ビジネスの情報収集源は「日経電子版」！**



日常的な情報収集でWebメディアを利用する場合、その利用目的はなんですか？と質問したところ、「ビジネスニュース」が最も多く97.6%とほとんどのエグゼクティブがビジネスに関する情報をWebメディアから収集していることがわかりました。続いて「趣味・娯楽」が43.9%、マーケティングが30.9%という結果になりました。

役職別に見てみると「人事・採用」に関する情報を経営者が25.0%、幹部・役員クラスが24.1%と平均よりも多く、「キャリア」に関する情報を部長クラスが24.3%、課長クラスが31.0%と平均に比べて多い結果となりました。役職によって、自社に焦点を当てているのか、個人に焦点を当てているのか、違いが見られました。

エグゼクティブがよく見る ビジネス系Webメディアランキング



総合TOP10

NO.1 日経電子版 59.3%

NO.2 ダイヤモンドオンライン
東洋経済オンライン 39.8%

NO.3 日経ビジネスオンライン
39.0%

4位	プレジデントオンライン	30.9%
5位	NewsPicks	24.4%
6位	KEIEISHA TERRACE	22.8%
7位	Itmedia	14.6%
8位	Bloomberg	11.4%
9位	Forbes Japan	10.6%
10位	朝日新聞デジタル	8.9%

よく見るビジネス系Webメディアについて何うと、最も多かったのが「日経電子版」で59.3%、続いて「ダイヤモンド・オンライン」と「東洋経済オンライン」が39.8%、

「日経ビジネスオンライン」が39.0%という結果になりました。上位10位までのランキングも出しています。

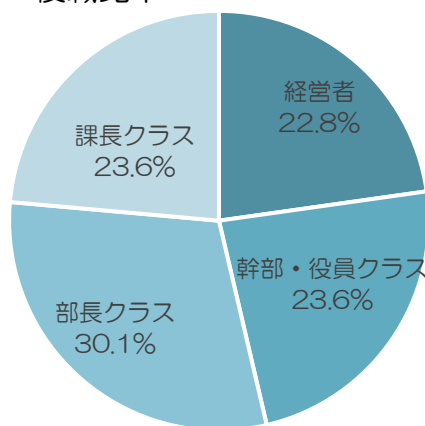
日経は電子版とビジネスオンラインで上位に2つランクインしており、エグゼクティブからの支持が高いことがわかりました。

その他のよく見るWebメディアについて何うと、

「Youtube」と回答する声が目立ちました。Youtubeに関して、「以前に比べるとニュース性が高い話題も多いため、政治・経済的な対談ものを見ることが増えてきた」、「Youtubeで各テレビ局のニュースを見ている」などの声があがりました。

今回は特に変化の激しいビジネスに関連する情報についてエグゼクティブのビジネス感度がとても高いことがよくわかる結果となりました。

役職比率



■調査概要

- ・実施期間: 2022年6月23日～2022年7月5日
- ・調査対象: 経営者及び管理職にかかわる男女
- ・調査機関: 経営者JPメルマガ会員: 約2,000名 (有効回答数123名)
- ・調査手法: インターネット調査

■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。http://www.keieisha.jp/

■本件に関する問い合わせ先

株式会社経営者JP 経営者JP総研 エグゼクティブウォッチライト担当 藤田、来代
E-mail: info@keieisha.jp