

2020 年 8 月 28 日

担当者: 椎野

## 新聞展望

株式会社 新聞展望社  
編集発行人 船津 敏 秋  
〒160-0005 新宿区愛住町18-7  
電話 03(3355)6240  
FAX 03(3355)2850  
E-mail pen@shinbuntenbo.co.jp  
振替口座 00190-1-82424  
購読料 1.1ヶ月2750円(税込み)

週刊 つりニュース  
海、川、湖の つり総合誌  
tsurinews.co.jp/

### 紙の新聞、信頼度がトップ

#### 新型コロナウイルス拡大下でのメディア接触調査

日本新聞協会広告委員 確かな情報の蔓延など、不安が高まる状況で、人々がどのようメディアに接し、得た情報をどう評価しているかを探る目的で実施された。

調査対象は全国の15〜79歳の男女で、1,243人が協力した。このうち紙とデジタル・電子版の両方を活用する人が50.3%、紙の新聞が50.0%だった。紙の新聞に次いで信頼度が高かったのはテレビの68.8%となった。

ウェブメディアでは、ニュースサイトが51.4%と比較的高かったが、ツイッターやフェイスブックは27.6%と低かった。

ネットを通じて行った。信頼度については「新聞(紙)」を「信頼できる」「やや信頼できる」と答えた人が計69.5%に上った。新聞関係では、有料のデジタル・電子版が51.2%、無料のデジタル・電子版が50.3%、新聞のニュースサイトが50.0%だった。紙の新聞に次いで信頼度が高かったのはテレビの68.8%となった。

ウェブメディアでは、ニュースサイトが51.4%と比較的高かったが、ツイッターやフェイスブックは27.6%と低かった。

なつて以降メディアに接触する時間や回数が増えたかを尋ねたところ、増えた「やや増えた」との回答は、新聞のニュースサイトが66.3%、新聞のデジタル・電子版(有料)が58.1%、無料(34.0%)が上位に挙げられた。

デジタル・電子版が48.9%、紙の新聞が40.4%となった。テレビやニュースサイト、SNS、動画サイトも80%を超えており、日常的に接するメディアは全般的に接触頻度が高まっている傾向がうかがえる。

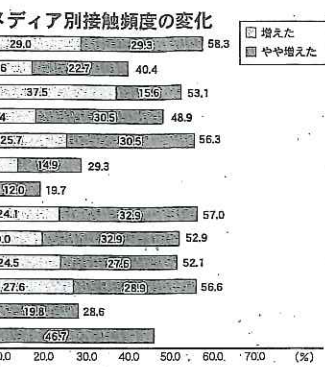
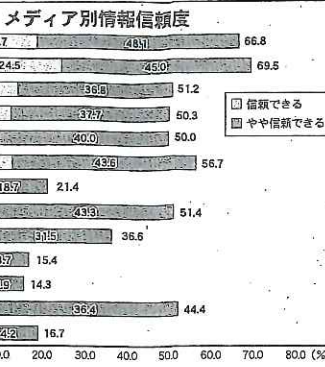
新聞社発の信頼への接点が理由として「紙の新聞は「情報の要点がまとめられている」(48.1%)、「信頼度が高い」(42.4%)、「情報が幅広い」(34.0%)が上位に挙げられた。デジタル・電子版や新聞のニュースサイトは「情報が早く更新される」(41.2%)、「回答が最も多い」(38.9%)と回答した人は48.9%だった。特に10代から30代にかけては割合が高く、若い世代がニュースの出るのを重視

「提供元を確認して信頼する」という項目では、「ニュースにも如実に反映されている」と分かる。提供元がテレビの場合は48.9%、ウェブ媒体の場合は18.6%にとどまった。

「提供元を確認して信頼する」という項目では、「ニュースにも如実に反映されている」と分かる。提供元がテレビの場合は48.9%、ウェブ媒体の場合は18.6%にとどまった。

「提供元を確認して信頼する」という項目では、「ニュースにも如実に反映されている」と分かる。提供元がテレビの場合は48.9%、ウェブ媒体の場合は18.6%にとどまった。

「提供元を確認して信頼する」という項目では、「ニュースにも如実に反映されている」と分かる。提供元がテレビの場合は48.9%、ウェブ媒体の場合は18.6%にとどまった。

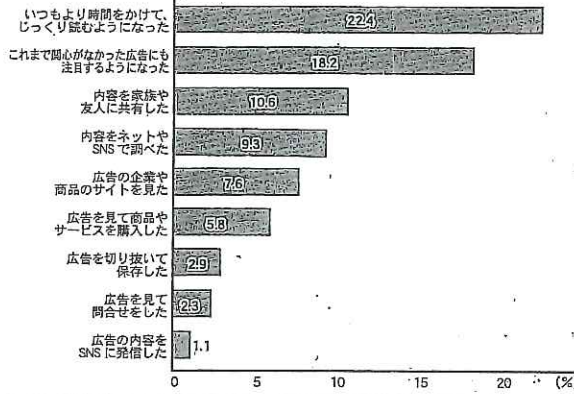




2020 年 8 月 28 日

担当者: 椎野

コロナ報道以降の新聞広告に対する行動



「このほか、「より役に立つ」と思った「より説得力がある」と思った「より信頼感が高まった」「より好感度が上がった」の項目も上昇した。

■広告の受容も積極的に新聞広告に対する見方や行動の変化に関しては、「報道以前と特に変わりはない」が57・6%と最も高かった。

一方で、「いつもより時間をかけてじっくり新聞広告を読むようになった」が22・4%、「これまでに関心がなかった新聞広告にも注目するようになった」が18・2%、「新聞広告の内容を家族や友人に共有した」が10・6%、「一部に新聞広告をより積極的に受容し

## 新聞広告への意識も高まる

### 「より注目」「より関心」多く

広告委の調査では、新をもって見るようになった新聞広告に対する意識の変わったとの回答が10%以上も高まった。

「より注目するようになった」としたのは、1〜3月が32・2%、4月以降が46・4%だった。

「より関心をもって見るようになった」は34・8%から46・1%に伸びた。

「このほか、「より役に立つ」と思った「より説得力がある」と思った「より信頼感が高まった」「より好感度が上がった」の項目も上昇した。

た。

年代別では10、20代の回答に特徴があり、「新聞広告の内容をインターネットやSNSで調べた」が10代で25・0%、20代で26・2%となった。

ほか、「新聞広告を出している企業や商品のホームページを見た」は10代が20・0%、20代が19・0%と全体の平均よりも10%以上高かった。若い世代は、新聞広告を見たことを契機にネットやSNSにアクセスする傾向があった。

■女性の意識、強い傾向性別では、「いつもより時間をかけてじっくり読むようになった」と答えたのは女性が25・7%、男性は19・5%となるなど、女性の数字が全般的に高く、女性の新聞広告に対する意識の高さがうかがえた。

2020 年 8 月 29 日

担当者: 榎野

## NY商品、原油が続落 ハリケーン後の生産回復観測で、金は反発

2020/8/29 5:14 | 691文字

[保存](#)
[共有](#)
[印刷](#)
[📄](#)
[🐦](#)
[📘](#)
[その他](#)

【NQXニューヨーク=戸部実華】28日のニューヨーク・マーカンタイル取引所（NYMEX）で原油先物相場は小幅に続落した。WTI（ウエスト・テキサス・インターミディエート）で期近の10月物は前日比0.07ドル（0.2%）安の1バレル42.97ドルで取引を終えた。ハリケーンの影響で操業を停止した石油施設が早期に再開するとの見方から売りが優勢だった。ただ、ドル安などを受けて下値は限られた。

米メキシコ湾周辺の石油施設では、大型ハリケーンとして27日に米ルイジアナ州に上陸した「ローラ」による広範囲に及ぶ被害は出なかったと伝わった。市場では想定よりも早く稼働再開が広がるとの観測が強まった。稼働停止で需給が引き締まるとの見方から、今週は一時5カ月半ぶりの高値を付けていた。週末を控えて目先の利益を確定する売りも出やすかった。

ただ、下値は堅かった。外国為替市場で主要通貨に対してドル安が進み、ドル建てで取引される原油の割安感が意識された。27日に米連邦準備理事会（FRB）が低金利政策の長期化に向けた新たな政策指針を発表し、米景気の回復を後押しするとの見方も原油相場を下支えた。

ニューヨーク金先物相場は反発した。ニューヨーク商品取引所（COMEX）で取引の中心である12月物は前日比42.3ドル（2.2%）高の1トロイオンス1974.9ドルで取引を終えた。FRBの新指針を受け、金利が付かない資産である金の投資妙味が増すとの見方が改めて意識された。28日はドルが主要通貨に対して売られたのも、ドルの代替投資先とされる金先物の買いにつながった。米長期金利の低下も金先物への資金流入を誘った。



引用記事

日本経済新聞

燃料油脂新聞

化学工業日報

## 樹脂事業の一部譲渡 DIC化工、三井化学系に

2020/8/29付 | 326文字 [有料会員限定]

📄 保存 📧 共有 🖨️ 印刷 📱 🐦 📘 その他

DICは子会社のDIC化工（千葉県富里市）が手掛ける樹脂の成形・加工関連事業の一部を三井化学子会社のジャパンコンポジット（東京・中央）に譲渡すると発表した。12月1日に譲渡予定。

DIC化工は樹脂製造に注力。三井化学グループは樹脂の製造から加工までを手掛けることで、自動車部材の提供などを強化できると見込む。

譲渡対象となるのはDIC化工の成田製造部（富里市）で手掛ける事業。同工場はSMCと呼ばれる製品の生産・加工をする。SMCは不飽和ポリエステル樹脂をガラス繊維などで強化したシート状の材料。強度が高く、浴室の設備や自動車部材などに使われる。生産能力は年1万3千トンで、従業員は75人。

ジャパンコンポジットは三井化学が65%、日本触媒が35%出資する。



ウメモト  
インフラオメーション



2020  
年  
8  
月  
29  
日

担当者  
榎野

2020 年 8 月 31 日

担当者: 岩崎

## スペインで缶インキ製造

### サカタ インクス EU 離脱の英から移管

サカタインクスはスペインにメタルインキの製造設備を新設する。英国のEU離脱による関税の発生といったリスクを踏まえ、英国で現在行っているEU向けメタルインキの製造を将来的に置き換える予定。フィリピンには新工場を建設する。新型コロナウイルス感染症拡大により一部事業に遅れが出たため、今期の設

備投資額は当初予定額より減少する。スペイン・バルセロナにある「SAKATA INX ESPANA」の工場には現在、主に欧州向けで溶剤性のグラビインキとフレキシオンキ、オフセットインキの2工場が敷地にある。このうちオフセットインキの工場をメタルインキ製工場として、一部設備

を流用しながら年内に設備増強し来年からEU向けの生産を開始する。将来的にはEU向けのすべてのメタルインキを同工場で生産することを目指すとともに、今後需要の伸びが予想される中東やアフリカ地域への出荷も視野に入れる。欧州向けオフセットインキは販売数量が減るとも、コスト競争が厳しく、

同社は現在、多くをインドで生産している。英国・マンチェスターにある「INX INT ERNATIONAL UK」の工場がアルミ缶向けメタルインキを中心に製造し、約4割をEU市場に輸出している。原材料のある程度の割合をEUから輸入しており、英国のEU離脱後、英国とEUの交渉による関税発生などのリスク回避の意味もある。

また、フィリピンにパッケージ用インキの新工場を建設する。22年完工予定。このほか米オハイオ州のパッケージ用インキ設備を増強する。21年1月完工予定。スペインではパッケージ用インキ設備の増強を進め、11月に完工予定。今期の設備投資額は60億円で、年初の72億円から減少した。地域別には日本16億円、アジア24億円、米州15億円、欧州5億円。中国・広東省茂名市のオフセットインキ第2工場建設が21年6月完工、バングラデシュのパッケージ用インキ新工場建設が21年1月完工と、当初予定から数カ月程度遅れる見込みとなったことなどが影響した。