

WHAT ARE CONSUMERS READING DURING THE COVID-19 OUTBREAK?

Teads

新型コロナウイルス発生下、消費者はどんなコンテンツを読んでいるのか。
日本のユーザーに最も多く読まれたコンテンツのPVランキング・成長指数(Growth Index)データ

JAPAN

| | | | | | | | | |
|----|---|-----------------------------------|----|---|------------|----|---|------------|
| 1 | 健康、病気、ウェルネス、病院 | 30M ^{PV} +13P 成長指数 | 15 | 教育 | 8M -4P | 23 | 移民、抗議 | 4M -6P |
| 2 | ソーシャル、ソーシャルメディア、ソーシャルアプリ | 18M +6P | 16 | 男性ファッション | 7M -7P | 24 | ホームインテリア | 4M +15P |
| 3 | フードレシピ、食材 | 14M +10P | 17 | 日本政府  | 7M +62P | 25 | トラベル、ホテル | 4M -9P |
| 4 | ファミリー、子ども | 12M -19P | 18 | 音楽 | 6M +4P | 26 | 趣味、絵画 | 4M -25P |
| 5 | オンラインショッピング、ディスカウント、クーポン | 11M -4P | 19 | ファッション、ビューティー | 6M -10P | 27 | 健康、ダイエット  | 4M +40P |
| 6 | エンターテインメント、芸能情報 | 10M -2P | 20 | テック、コンピューター | 5M +15P | 28 | 自動車 | 3M +10P |
| 7 | エンターテインメント、TV | 9M +8P | 21 | 法律 | 5M -23P | 29 | 携帯 | 3M +7P |
| 8 | 映画 | 9M +7P | 22 | 健康、エクササイズ | 4M +27P | 30 | 食品、料理 | 3M +6P |
| 9 | 政策、官公庁機関 | 9M +22P | | | | | | |
| 10 | ビジネス、キャリア | 9M +15P | | | | | | |
| 11 | 女性ファッション | 9M -7P | | | | | | |
| 12 | ビデオ・オンラインゲーム  | 9M +60P | | | | | | |
| 13 | 本、雑誌 | 9M +7P | | | | | | |
| 14 | 企業情報、エンタープライズ | 8M +27P | | | | | | |

HOW DO THE TRENDS REFLECT ACROSS MASLOW'S PYRAMID?

マズローの6つの欲求階層ピラミッド
各カテゴリは、データ抽出期間*における、日本のニーズの種類ごとの成長指標を振り分けています。

SELF ACTUALISATION 自己実現欲 +16P

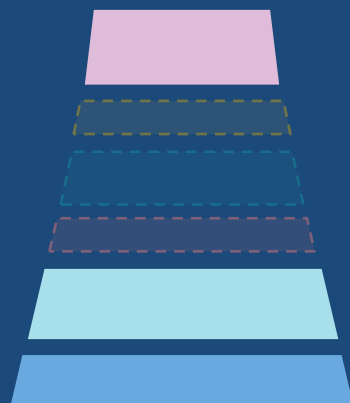
COGNITIVE 知識の欲求 -5P

ESTEEM 承認欲求 -7P

SOCIAL 社会的欲求 -4P

SAFETY 安全欲求 +16P

PHYSIOLOGICAL 生理的欲求 +6P



Source: Teads Media Barometer / 4月13日からの1週間のページビューランキング、および3月2日の週から4月13日の週の成長指数