

政治資金規正法改正をめぐる記事に高い関心

「新聞オーディエンス調査365」24年5月度調査結果を発表

2024年6月27日

日本新聞協会広告委員会

日本新聞協会広告委員会は6月27日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2024年5月度調査結果を発表しました。

この調査は、新聞などメディアへの毎日の接触状況の変化と関心を集めたニュースについて分析しています。あわせて印象に残った新聞広告を毎日尋ね、上位に挙げられた広告を紙面ビジュアルとともに紹介しています。全国の18歳以上69歳以下の計300人を対象に、新聞、テレビ、インターネットのメディア別に調べ、月ごとにデーリーの接触傾向を発表しています。

この調査では、紙の新聞だけでなく、電子版、オンライン版、ニュースサイトなど新聞社が発信する情報を含めて「新聞」と集計しています。なお、テレビ、インターネットについても同様の集計です。

調査結果は、新聞広告総合ウェブサイト「新聞広告データアーカイブ」
(<https://www.pressnet.or.jp/adarc/>)でも公開しています。



◇政策活動費使途公開への動きに注目集まる

5月に新聞や新聞社が発信する情報への接触が最も高まったのは7日でした。政治資金規正法改正をめぐり、政党から所属議員に支給する政策活動費の使途を公開する方向となった記事が注目されました。岸田首相が自民党の政治刷新本部メンバーと面会し、公明党との調整を加速するよう指示したことなどが伝えられました。

2番目に接触が高まったのは20日で、前日(19日)にイラン北西部の東アゼルバイジャン州で起きたヘリコプター不時着事故のニュースに関心が寄せられました。このヘリには、同国のエブラヒム・ライシ大統領やホセイン・アブドラヒアン外相らが乗っており、安否情報や搜索活動、イラン国内の動向などが報じられました。

3番目に接触が高まった30日は、自民党が提示した政治資金規正法の修正案に関する記事が注目されました。社説や解説記事で修正案の論点を整理し詳報するとともに、各党の受け止め方が伝えられました。

◇周年広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。5月は「イオン株式上場50周年 ～経営も豊かな未来も、ともに皆さまと。～」(イオン株式会社/4日)、「イオン株式上場50周年 ～お客さまの声に、こたえがある。～」(同社/31日)、「いつの日も、僕のそばには お茶がある。」(株式会社伊藤園/20日)、「あの日がなければユニクロはなかった。」(株式会社ユニクロ/23日)などが上位に挙がりました。

周年記念など、節目に合わせた広告への注目が高まったほか、旅行や競馬、映画などレジャーに関する広告にも関心が集まりました。



伊藤園

いつの日も、
僕のそばには
お茶がある。

いろいろなことが起こる、この時代。
お茶で一息つく時間が、
心と身体、ささえてくれる。
その体験を、
この星すべての人に伝えたい。
「世界でいちばん飲まれた緑茶」を目指す、
次の一歩です。

おいしいお茶グローバルアンバサダー
大谷翔平



(日本経済新聞版)



伊藤園

いろいろなことが起こる、この時代。
お茶で一息つく時間が、
心と身体、ささえてくれる。
その体験を、
この星すべての人に伝えたい。
「世界でいちばん飲まれた緑茶」を目指す、
次の一歩です。

おいしいお茶グローバルアンバサダー
大谷翔平

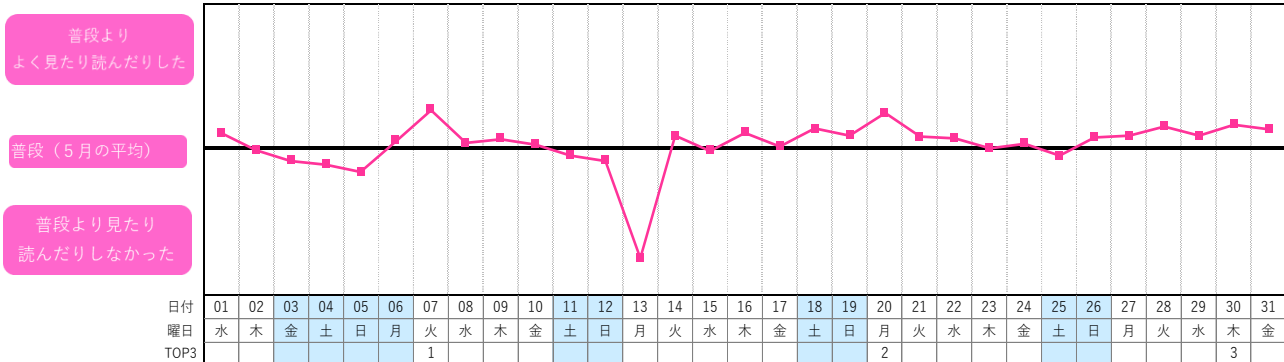
いつの日も、
僕のそばには
お茶がある。

いつの日も、僕のそばには お茶がある。
(株式会社伊藤園)

(朝日新聞、読売新聞版)

◇ 2024年5月のメディア別接触傾向

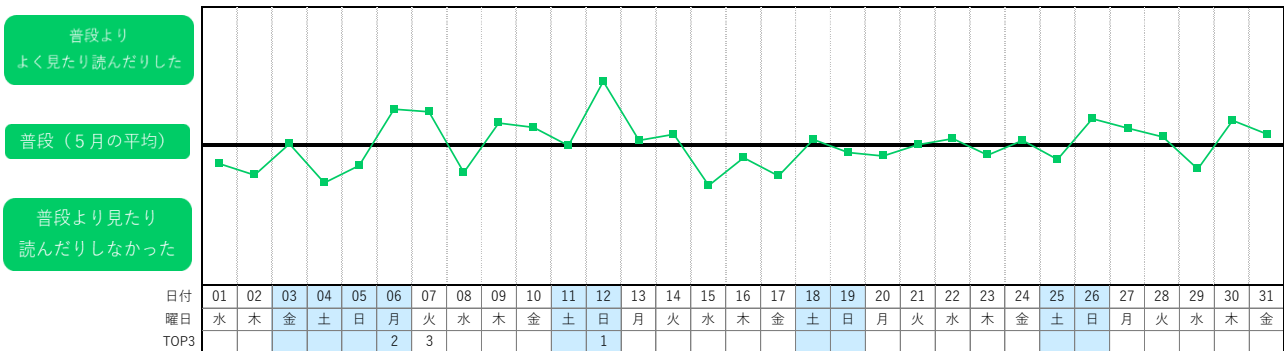
<新聞>



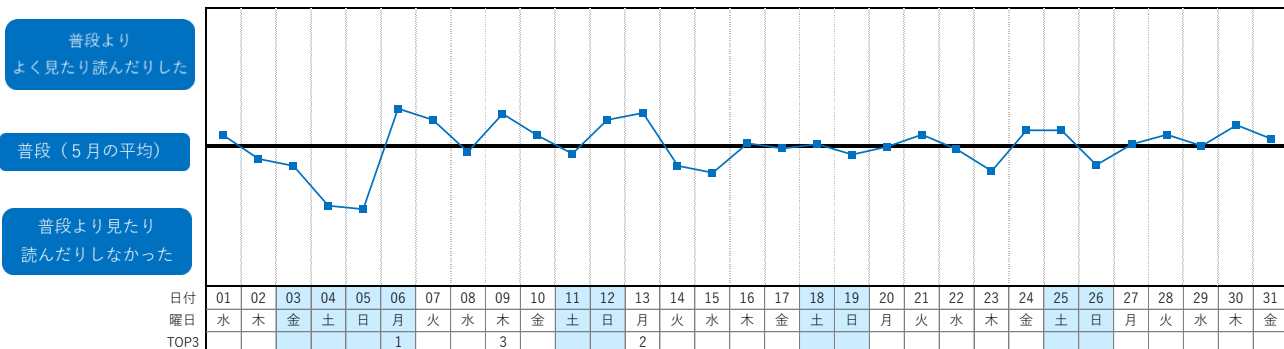
(注) 5月13日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 5月7日（政治資金規正法改正をめぐり、政策活動費の用途公開へ）
- ② 5月20日（イラン大統領らの搭乗ヘリコプターが不時着）
- ③ 5月30日（規正法改正の自民党修正案を提示）

<テレビ>



<インターネット>



◆日本新聞協会について

新聞・通信・放送122社で構成する一般社団法人。会長は中村史郎（なかむら・しろう／朝日新聞社代表取締役会長）。

◆日本新聞協会広告委員会について

日本新聞協会会員新聞社の広告・営業局長63社63人で構成。委員長は渡部秀一（わたなべ・しゅういち／朝日新聞社メディア事業本部アカウントソリューション担当本部長）。

◆新聞オーディエンス調査365について

月1回以上新聞を読んでいる18歳以上69歳以下の計300人を対象に、普段と比べてメディアによく接したかどうかを毎日尋ねるウェブ調査です。毎月のトピックスを翌月下旬に発表しています。2017年10月1日から19年9月30日まで実施し、新型コロナウイルスの感染拡大に伴うメディア接触状況の変化を調べるため、20年6月より調査を再開しました。新聞、テレビ、インターネットのメディア別に、当該月平均と比較したデーリーの接触状況を公表します。事件や事故、政治・経済の状況に加え、大きなイベントや正月など消費行動にもつながる各種タイミングでのメディア接触、季節変動などを観測します。

〈この件に関する問い合わせ先〉

日本新聞協会 広告部広告担当

メール：koukoku@pressnet.or.jp

以 上