

## 元日に新聞接触が高まる

「新聞オーディエンス調査365」25年1月度調査結果を発表

2025年2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2月27日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2025年1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、選択式ではなく自由に回答してもらう純粹想起で毎日尋ね、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。



### ◇能登半島地震から1年を伝える記事に関心集まる

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、以下の3日でした。

#### ①1月1日（元日、能登半島地震から1年）

例年同様、元日発行の新聞への接触は高く、「じっくり読んだ」との回答が多く見られたほか、広告や別刷りを含むボリュームのある紙面を楽しむ声が寄せられました。また、能登半島地震の発生から1年となり、被災地の様子や復興に向けた動きに関心が集まりました。

#### ②1月18日（阪神・淡路大震災から30年）

前日17日に発生から30年となった阪神・淡路大震災に関する特集が各紙に掲載され、追悼式典の様子などが伝えられました。節目の年に防災意識を高めた読者もいました。

#### ③1月22日（トランプ米政権が再始動）

20日にドナルド・トランプ氏が第47代米国大統領に就任したことを伝える記事に関心が寄せられました。日本をはじめ世界への影響を危惧する声もありました。

### ◇企業姿勢を伝える広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。1月は昨今の出来事を意識して企業姿勢を伝える広告などに注目が集まりました。特に、以下の広告を純粹想起で挙げる読者が多くいました。

- ・「コンビニで服を選ぶ時代。」(株式会社ファミリーマート／1日)
- ・「アドベンチャースピリット。」(三菱商事株式会社／9日)
- ・『「イチローさん、次いつ出社しますか？」豊田章男より」(トヨタ自動車株式会社／23日)



コンビニで服を選ぶ時代。  
 (株式会社ファミリーマート)

# アドベンチャー スピリット。

冒険ということばを、  
 遠くに感じるのはいつからだろう。  
 それはファンタジーではない。  
 未来を変える、いちばんの力だと思う。

世界とひとりのために。  
 三菱商事

アドベンチャースピリット。  
 (三菱商事株式会社)

## イチローさん、 次いつ出社しますか？

「イチローさん、次いつ出社しますか？」と聞かれたのは、2013年10月のことだ。イチローさんは、その時、トヨタ自動車株式会社に転職して、トヨタの社員として働くことになった。イチローさんは、トヨタ自動車株式会社に転職して、トヨタの社員として働くことになった。イチローさんは、トヨタ自動車株式会社に転職して、トヨタの社員として働くことになった。

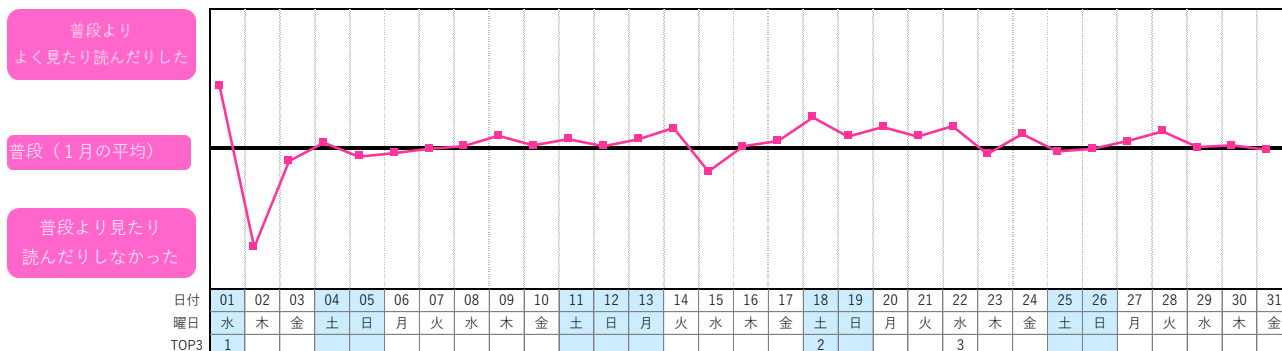
トヨタ自動車株式会社 豊田章男

**TOYOTA**

「イチローさん、次いつ出社しますか？」 豊田章男より  
 (トヨタ自動車株式会社)

## ◇ 2025年1月のメディア別接触傾向

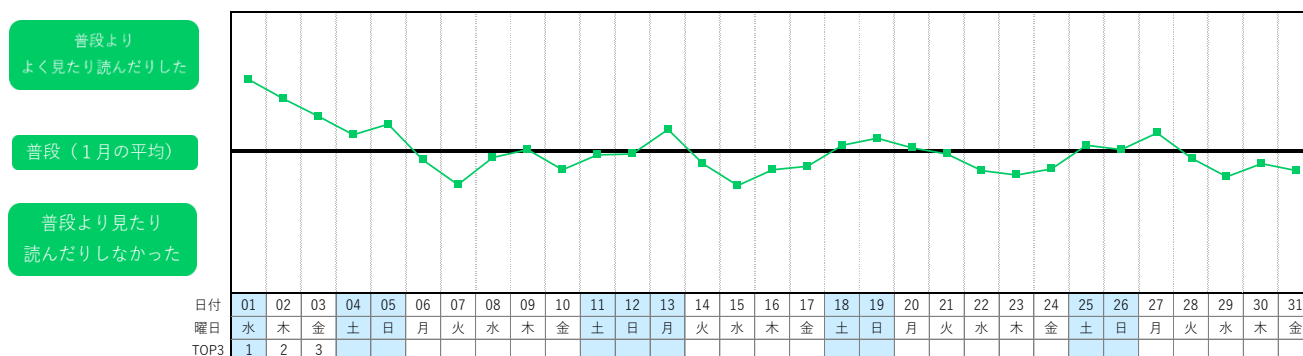
### <新聞>



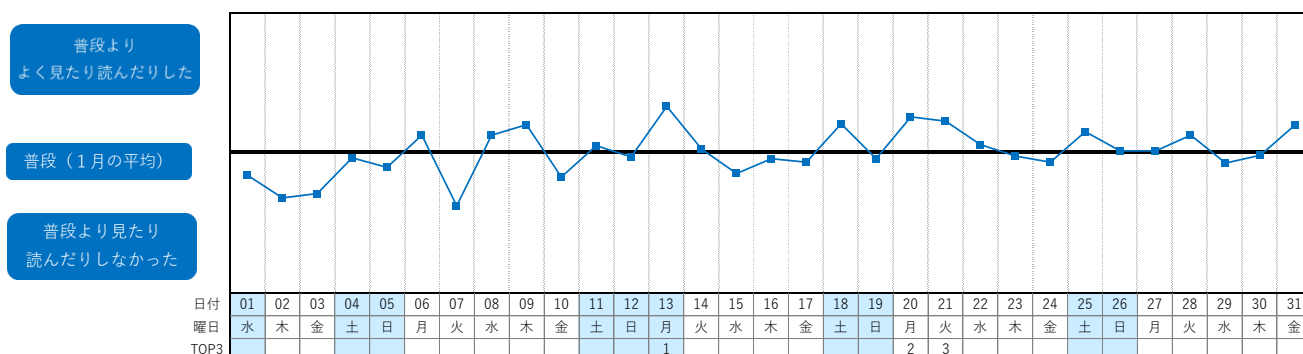
(注) 1月2日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 1月1日 (元日、能登半島地震から1年)
- ② 1月18日 (阪神・淡路大震災から30年)
- ③ 1月22日 (トランプ米政権が再始動)

### <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120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](mailto:koukoku@pressnet.or.jp)

以 上