

SNSと 新聞広告

誰もがSNSで情報を発信・取得できるようになり、新聞広告は読者以外にも届けられるようになりました。SNSに新聞広告に関する投稿をした経験がある人、新聞広告に関する投稿に「いいね」などの反応やシェアしたことがある人を対象に調査を実施し、拡散されやすい新聞広告の傾向を紹介します。

調査概要

- 調査名= SDGs・SNSの視点から見た新聞メディア・新聞広告
—— 社会課題と情報発信をめぐる意識調査 (SNS編)
- 地域= 全国
- 対象= 15歳から79歳までの男女
- 方法= インターネットリサーチ
- 期間= 2023年1月20日から22日
- 回答者数= 200人 (性別・年代を問わず、SNSで新聞広告について投稿したり、「いいね」などの反応やシェアしたりした経験がある人を抽出)
- 調査会社= 株式会社クロス・マーケティング



幅広い層で 新聞広告をシェア

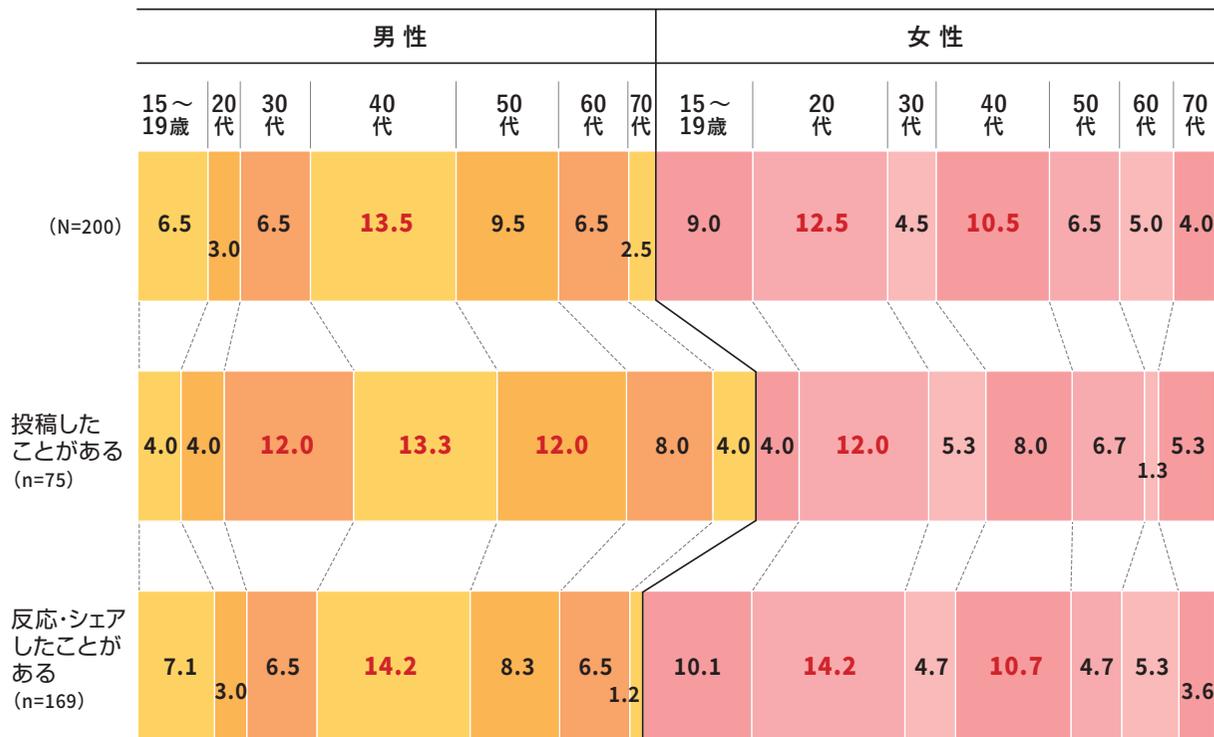
SNSで新聞広告に関する投稿、「いいね」などの反応・シェアした経験のある200人のうち、最も多かったのは40代男性で、20代・40代女性が続きました。

投稿した経験がある人のうち、最も多かったのは40代男性で、30代・50代男性、20代女性が続きました。反応・シェアした経験がある人では20代女性と40代男性が最も多く、40代・10代女性が続きました。新聞広告について投稿する人と反応・シェアする人は、性・年代により傾向が異なりました。

利用しているSNSサービスはLINE、ツイッターの順でした。年代別に見ると、15～19歳はインスタグラム、20代から40代まではツイッターの利用が多いことが分かりました。

新聞広告についてSNSに投稿、「いいね」の経験

(単位：%)



投稿、「いいね」経験者の利用SNS

各年代のトップ (単位：%)

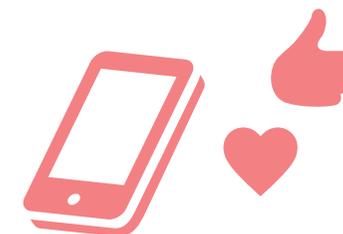
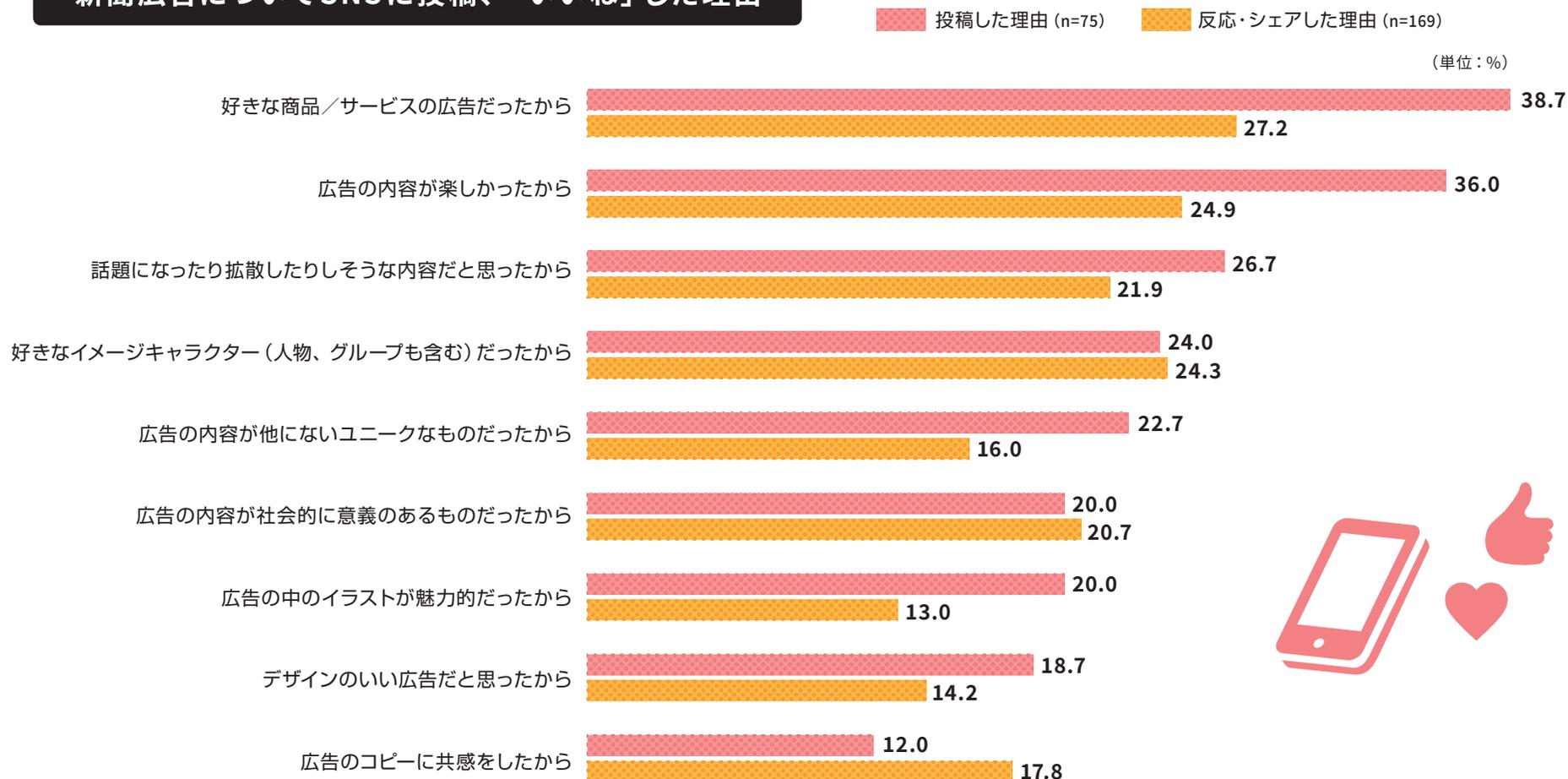
	全体	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代
LINE	36.5	19.4	29.0	22.7	33.3	53.1	47.8	69.2
ツイッター	35.0	25.8	41.9	50.0	45.8	21.9	30.4	15.4
インスタグラム	19.0	45.2	25.8	9.1	6.3	25.0	13.0	0.0
フェイスブック	5.0	0.0	0.0	18.2	6.3	0.0	8.7	7.7
TikTok	3.0	9.7	3.2	0.0	2.1	0.0	0.0	7.7
その他	0.5	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0



共感した新聞広告をSNSで発信

新聞広告に関する投稿、反応・シェアした理由については、ともに「好きな商品／サービスの広告だったから」「広告の内容が楽しかったから」「話題になったり拡散したりしそうな内容だと思ったから」「好きなイメージキャラクター（人物、グループも含む）だったから」が上位に挙げられました。また、新聞広告のイラストやデザインは「投稿」、コピーは「反応・シェア」を促す傾向があることがうかがえます。

新聞広告についてSNSに投稿、「いいね」した理由





SNSで幅広く共有される 新聞社発の情報

SNSで新聞広告について投稿、反応・シェアした経験がある人は、新聞社が発信する「芸能・映画・演劇・音楽」「旅行」「ファッション・美容」「スポーツの結果・成績・記録・解説」に関する情報をSNSで発信したい・発信してもいいと回答しました。15～19歳と20代は「アニメ・漫画」「流行もの」、30代は「仕事・労働・就職関係」「目を引いた新聞広告」、40代は「新商品・新サービス」「防災・災害・復興関連」などが多く挙げられました。年齢によって興味・関心を持つ分野が異なり、新聞社が発信するさまざまな情報がSNS上で幅広く投稿・共有されていることがうかがえます。

共有したい新聞社発の情報ジャンル

各年代の上位5項目 (単位：%)

	全体	15～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代
芸能・映画・演劇・音楽	30.5	35.5	54.8	31.8	18.8	25.0	30.4	15.4
旅行	24.5	22.6	25.8	18.2	22.9	15.6	30.4	53.8
ファッション・美容	20.0	35.5	38.7	22.7	8.3	12.5	13.0	7.7
流行もの	20.0	22.6	35.5	22.7	16.7	12.5	13.0	15.4
スポーツの結果・成績・記録・解説	20.0	9.7	12.9	18.2	31.3	31.3	8.7	15.4
アニメ・漫画	18.5	32.3	35.5	22.7	16.7	6.3	4.3	0.0
新商品・新サービス	18.0	12.9	12.9	4.5	18.8	18.8	34.8	30.8
医療・健康・福祉	17.5	6.5	19.4	9.1	12.5	28.1	30.4	23.1
地域・地元の情報	17.5	6.5	9.7	18.2	10.4	18.8	34.8	53.8
政治・経済	16.0	12.9	12.9	18.2	10.4	21.9	17.4	30.8
目を引いた新聞広告	14.0	6.5	12.9	27.3	10.4	21.9	17.4	0.0
防災・災害・復興関連	14.0	6.5	9.7	13.6	16.7	12.5	17.4	30.8
書籍・雑誌	13.5	9.7	16.1	27.3	12.5	12.5	13.0	0.0
環境問題	13.5	6.5	12.9	13.6	6.3	15.6	26.1	30.8
資産運用(株・投資・貯蓄)	11.5	6.5	16.1	13.6	8.3	12.5	21.7	0.0
ビジネス・企業情報	11.5	6.5	6.5	13.6	10.4	15.6	21.7	7.7
有識者・著名人の解説・見解	11.0	3.2	9.7	9.1	8.3	18.8	21.7	7.7
テレビ・ラジオの番組	10.5	6.5	9.7	27.3	6.3	12.5	13.0	0.0
仕事・労働・就職関連	10.5	3.2	6.5	27.3	8.3	15.6	13.0	0.0
若年層カルチャー	9.0	12.9	16.1	13.6	2.1	9.4	4.3	7.7
教育(学校、受験)	6.0	6.5	9.7	4.5	2.1	3.1	8.7	15.4
お悔やみ情報	5.5	0.0	6.5	9.1	0.0	18.8	4.3	0.0

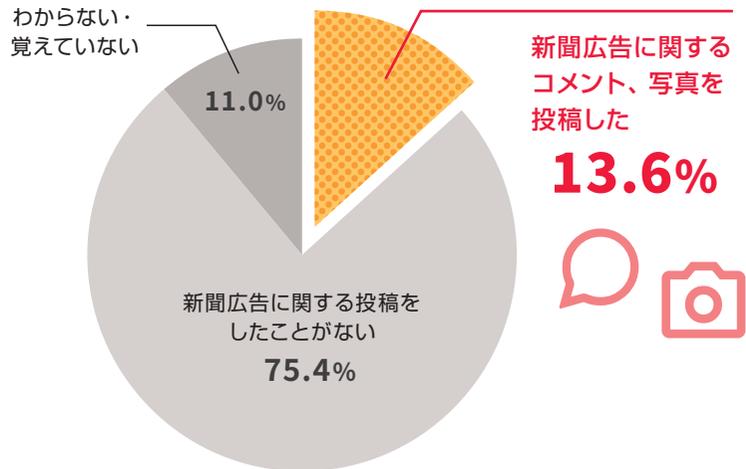


SNSで 話題になりやすい 新聞広告

SDGsやカーボンニュートラル・脱炭素に関する意識を尋ねた1000人のうち、SNSに投稿したことのある人の13.6%が、印象に残った新聞広告に関するコメントや写真・画像をSNSで発信した経験がありました。また、SNSで他者の投稿を閲覧している人のうち、16.6%が新聞広告に関する投稿に「いいね」などの反応やシェアをした経験がありました。新聞広告が発信する情報は、SNSでも話題になりやすいことがうかがえます。

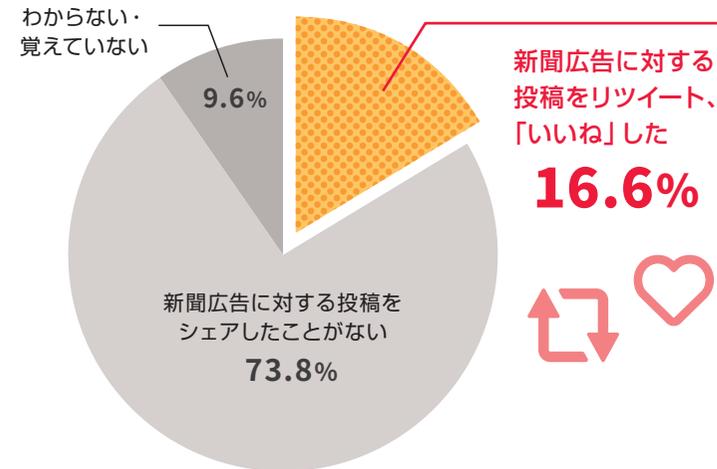
SNSに投稿したことのある人の中で

(n=374)



SNSを閲覧したことがある人の中で

(n=439)



※調査概要：SDGs・SNSの視点から見た新聞メディア・新聞広告 ―― 社会課題と情報発信をめぐる意識調査(SDGs編)参照

新聞広告

データアーカイブ

日本新聞協会では新聞広告総合サイト「新聞広告データアーカイブ」で話題になった新聞広告や新聞に関する各種データなどを紹介しています。ぜひご活用ください。

