

東日本大震災から 14 年の記事に高い関心

「新聞オーディエンス調査 365」25 年 3 月度調査結果を発表

2025 年 4 月 28 日
日本新聞協会広告委員会

日本新聞協会広告委員会は 4 月 28 日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査 365」の 2025 年 3 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。



◇紙面で被災地に思い寄せる

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。

① 3 月 11 日（東日本大震災 14 年）

東日本大震災の発生から 14 年を迎え、被災地の現状や行方不明者・避難者数、インタビューで当時を振り返る記事などを読んだという声が多く寄せられました。原子力発電所のあり方を考え、被災地へ思いを寄せる読者もいました。

② 3 月 16 日（大リーグ東京ラウンド）

前日 15 日に大谷翔平選手が所属する米大リーグ・ドジャースが巨人と対戦。大谷選手の凱旋本塁打が読者の目を引きました。

③ 3 月 1 日（米ウ両大統領が会談で口論）

前日 28 日に起きた米トランプ大統領とウクライナ・ゼレンスキー大統領の会談での口論に驚く読者が多くいました。

◇企業姿勢や節目の広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。年度の節目に、生活を振り返るきっかけとなる企業メッセージに高い関心が寄せられました。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。

- ・「みんなで災害に備える日本へ。ーもし、大地震が来たら・・・」（公益社団法人日本財団／11 日）
- ・「おいしい記憶をつくりたい。」（キッコーマン株式会社／16 日）
- ・「親子で解こう。フードロスドリル」（味の素株式会社／24 日）
- ・「TAKANAWA GATEWAY CITY まちびらき篇（2025.3 月）／グラフィック」（東日本旅客鉄道株式会社／27 日）

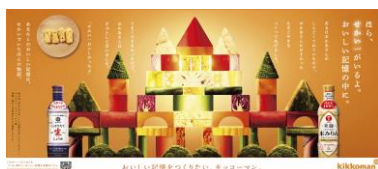
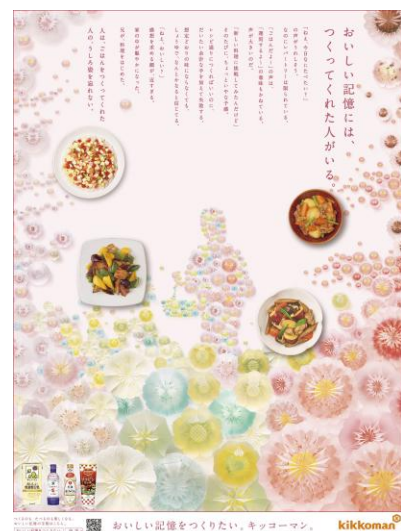


30 段



おいしい記憶をつくりたい。
(キッコーマン株式会社)

15 段



5 段

2



みんなで災害に備える日本へ。 —もし、大地震が来たら・・・
(公益財団法人日本財団)

[illegible]

答え合わせは、100年後。

JR東日本グループが、画をつくる。これまで鉄道でさまざまな人の交流をつくり、Suicaでピチと次のライフスタイルをつくらせてきたように、こんどは100年後を見据えた、新しい「暮らし」を生みだす画をつくる。私たちが心算から仕掛けるための環境、セビザ・ヘルスケアといった事業領域から、アートや文化の創造なんでもござれ、日本全国、そして世界中の人たちともともに考え、實際のものからの中実しながら、とんだん画の中に広げていく画、どうしてワタタツクような未来の移住や発見を招きし、あなたもちょっと画の中に入らせてあげ。

3.27 (thu) 1st GATE OPEN [まちびらき]

ここは、いよいよ未来への玄関口。

 TAKANAWA GATEWAY CITY

TAKANAWA GATEWAY CITY まちびらき篇 (2025.3月) / グラフィック
(東日本旅客鉄道株式会社)

人類の大問題に立ち向かえ。

フードロスドラドル

日本の子どもたちに、食糧の危機を教える。
子どもとフードロスを結びつけて、フードロス問題を解決して欲しい。
フードロスは、日本全体の食料が生まれる巨大損失だ。その量は、なんと236万トン。
1年間の豪雨によるフードロスに匹敵する。すぐに減らすことは不可能なうえ、
最悪の場合は、食料不足を招くことだ。フードロスドラドルを倒すと、巨大食糧を消費してきよう。
地球の食糧生産能力すらもろくなるかもしれない。フードロスドラドルを倒そう。
地獄の量(傷)はそう償って、共にフードロス問題を戦い続けよう。

**ARで
大きさを体験せよ。**

写真撮影
位置情報
音声認識
など様々な機能
を活用し、
身近な環境に
映り込んでくる
巨大な怪物を
倒すゲーム

スマートフォン・タブレット端末から起動可能

EAT WALK RUN AIZU
Aizu
AJINOMOTO

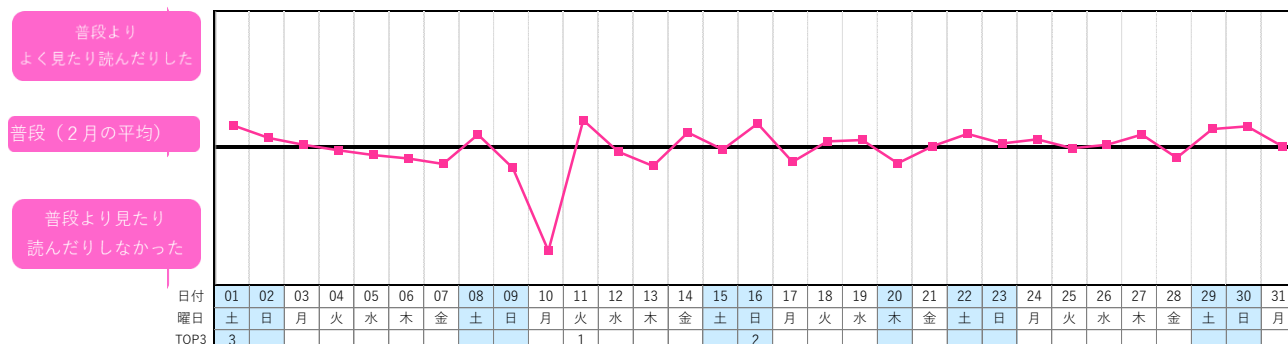
「Aizu」は味の素株式会社の登録商標です。

[illegible]

親子で解こう。フードロスラドリル（味の素株式会社）

◇ 2025年3月のメディア別接触傾向

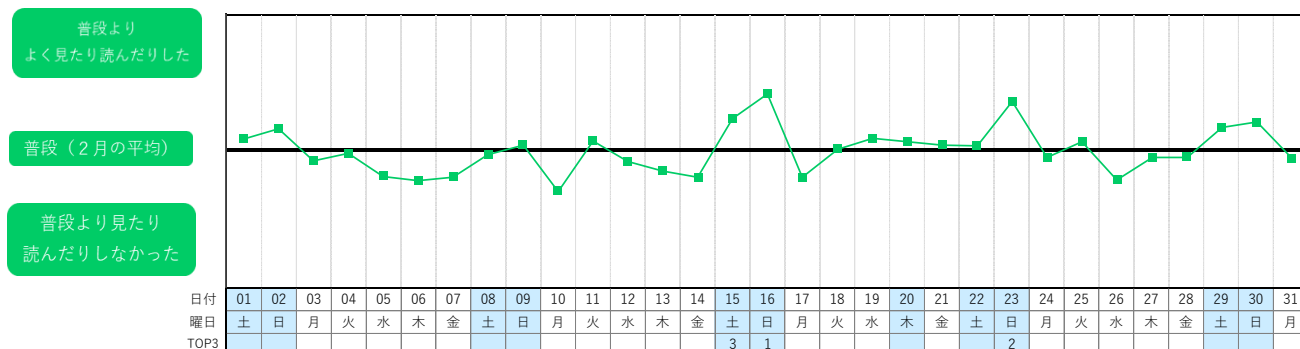
<新聞>



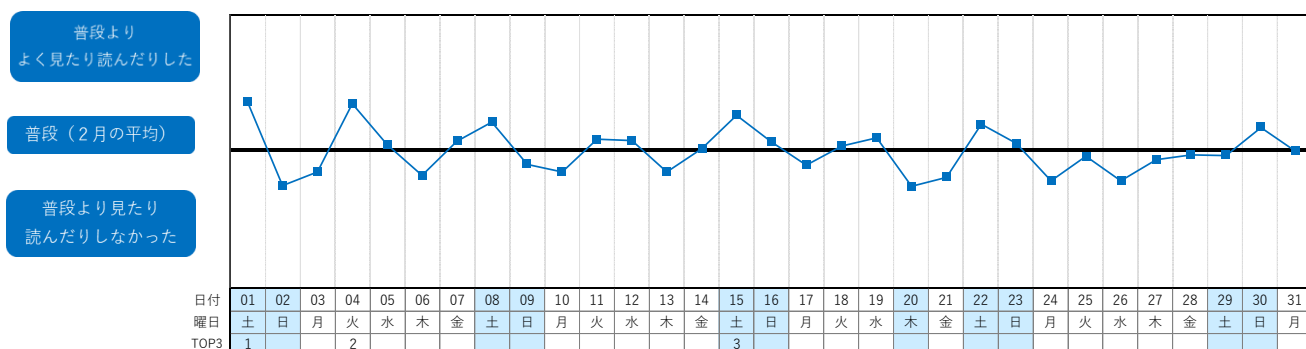
(注) 3月10日は休刊日とした新聞社が多かった

- ①3月11日（東日本大震災14年）
- ②3月16日（大リーグ東京ラウンド）
- ③3月1日（米ウ両大統領が会談で口論）

<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119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。委員長は隅浩一郎（すみ・こういちろう／日本経済新聞社常務執行役員メディアビジネス担当）。

◆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