

南海トラフの被害想定見直しに関心

「新聞オーディエンス調査365」25年4月度調査結果を発表

2025年5月29日

日本新聞協会広告委員会

日本新聞協会広告委員会は5月29日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2025年4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。



◇万博開幕にも高い注目

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。

①4月1日（南海トラフの被害想定見直し）

近い将来発生するとされる南海トラフ地震を巡り、約10年ぶりに見直された被害想定についての記事に接触が高まりました。また、元タレントの性加害問題に関して、フジテレビが報告書を公表したことも注目が集まりました。

②4月14日（大阪・関西万博開幕）

前日13日に大阪・関西万博が開幕し、盛況な会場の様子などが報じられました。通信障害や行列などに戸惑う読者もいました。

③4月19日（日米関税交渉の詳細明らかに）

16日に行われた赤沢亮正経済再生相と米トランプ大統領の会談で、米国関税措置見直しを巡る話し合いの内容が明らかになり、読者の関心を集めました。

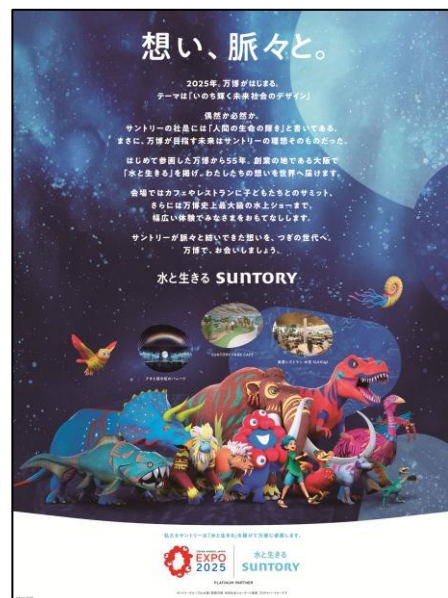
◇タイムリーな新聞広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。イベントや発売に合わせたタイムリーな広告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。

- ・「すこやかな毎日には、かなわない。」（江崎グリコ株式会社／3日）
- ・「想い、脈々と。」（サントリーホールディングス株式会社／13日）
- ・「誕生！大谷翔平選手共同開発！シンクロンコーワ」（興和株式会社／28日）



すこやかな毎日には、かなわない。
(江崎グリコ株式会社)



想い、脈々と。
(サントリーホールディングス株式会社)



誕生！大谷翔平選手共同開発！シンクロンコーワ
(興和株式会社)

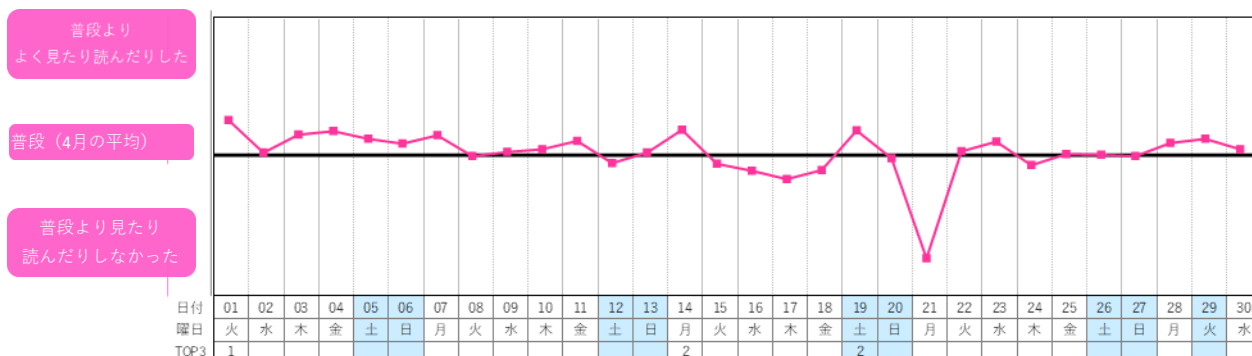
15 段

30 段



◇ 2025年4月のメディア別接触傾向

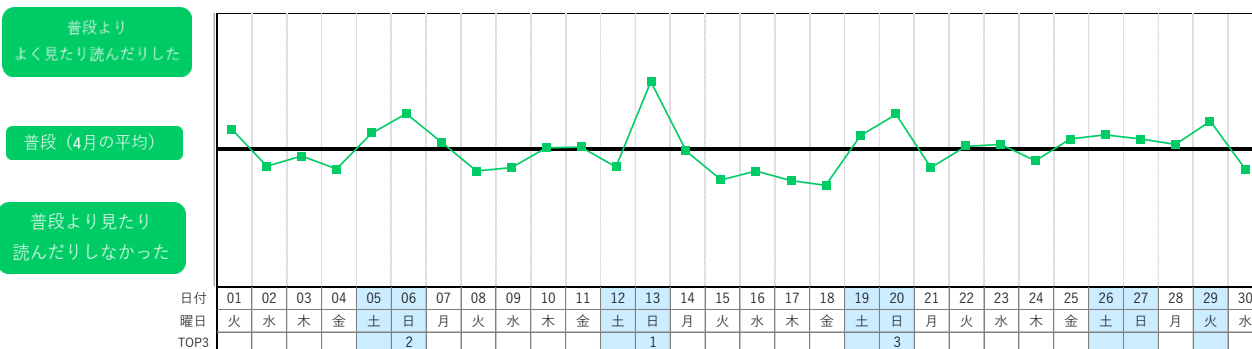
<新聞>



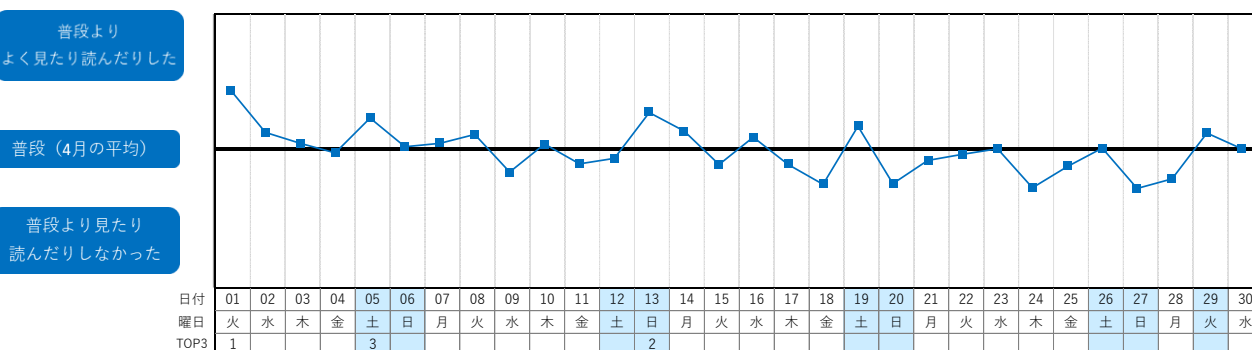
（注）4月21日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 4月1日（南海トラフの被害想定見直し）
- ② 4月14日（大阪・関西万博開幕）
- ③ 4月19日（日米関税交渉の詳細明らかに）

<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