

戦後 80 年迎え平和報道に高い関心

「新聞オーディエンス調査 365」25 年 8 月度調査結果を発表

2025 年 9 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 9 月 29 日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査 365」の 2025 年 8 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 歳以下の男女 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。



◇新聞記事から考える平和の価値

新聞や新聞社が発信する情報への接触が高まった上位 3 日は、以下の通りです。

① 8 月 16 日（終戦記念日の翌日、米ロ首脳会談）

前日 15 日の終戦記念日に、全国各地で行われた戦没者追悼式の様子などが多く報じられ、関連する平和報道に注目が集まりました。アラスカで行われた米ロ首脳会談に関する記事を読んだという声もありました。

② 8 月 15 日（終戦記念日）

戦後 80 年を迎えたこの日、戦争経験者や識者へのインタビューなど、記事を通して戦争の悲惨さ、そして平和の大切さを多くの読者が認識しました。

③ 8 月 8 日（米相互関税発動）

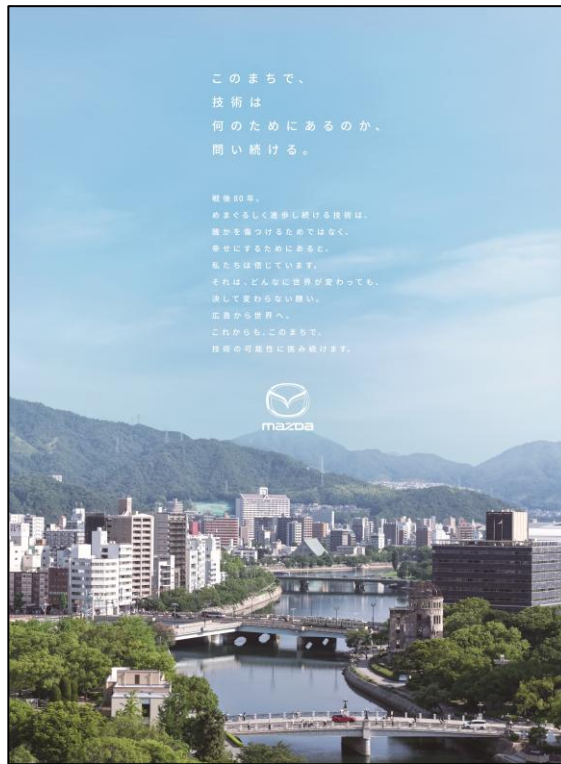
トランプ米大統領が前日の 7 日、相互関税を発動させた報道に関心が集まりました。大川原化工機のえん罪事件を巡る報道も注目されました。

◇時機を捉えた広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。終戦記念日やお盆の時期に合わせ、平和や郷土愛といった普遍的なテーマをもとに、印象的なビジュアルで企業の理念を伝えた新聞広告のほか、迫力あるデザインの新聞広告に読者の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。

- ・「このまちで、技術は何のためにあるのか、問い続ける。」（マツダ株式会社／6 日）
- ・「企業広告『あの頃に帰る夏』篇」（積水ハウス株式会社／14 日）
- ・「冷凍食品は、あたためても中が冷たい？ その問題、解決します。」（株式会社ニトリ／30 日）



このまちで、技術は何のためにあるのか、問い続ける。
(マツダ株式会社)

冷凍食品は、 あたたためても 中が冷たい？

その問題、解決します。

いつでも冷凍食品を簡単に急速加熱！

冷凍食品を急速にあたためる
「冷凍食品加熱機能」を搭載
出力を変化させる
加熱コントロールと
室外温度センサーが
急速加熱で仕上げます。

1. 解凍
2. 急速加熱

冷凍シェフレンジ 22L
幅549mm 奥行454mm 高さ316mm
(ドア開いた状態)

各色 19,900円(税込)

0120-775-990 0570-064-775

ニトリ

冷凍食品は、あたたためても中が冷たい？
その問題、解決します。
(株式会社ニトリ)

あゝ頃の帰る夏

夏の光のまぶしさに、あの頃を思い出す
プールの畔り道、アイスキャンディー、セミの声
盆踊りで、浴衣を纏った、あの子に会って
ドキドキして、なぜか、貼ずかしくなつて
射的も、スーパーボールすくいも、しないで
走つて帰った、あの日のことも
思い出が、いっぱい詰まった、故郷の夏
懐かしい、帰り道が、いまもある
ただいま、いつでも、いつでも
わがころの、帰る場所が、そこにある
こんな場所は、世界にふたつとない
こんなに不思議な、幸福な場所は
ほかにない

家に帰れば、積水ハウス。

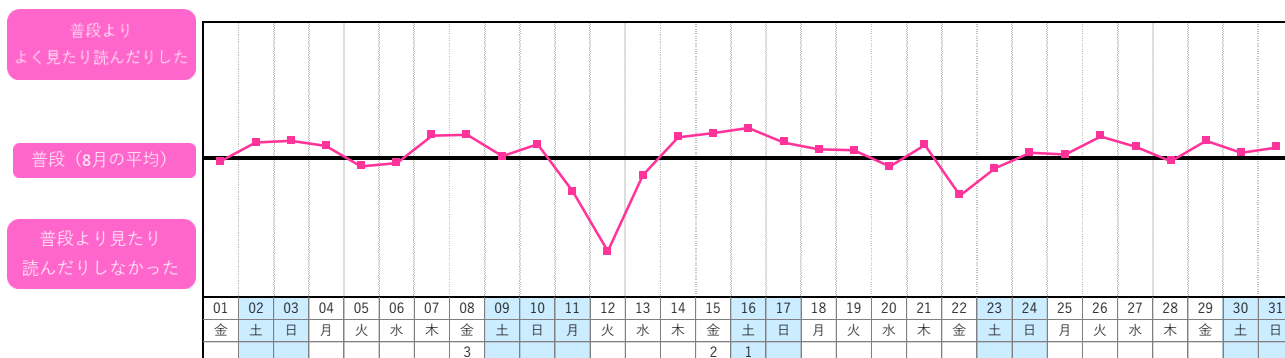
積水ハウス株式会社

企業広告「あの頃に帰る夏」篇
(積水ハウス株式会社)

※広告ビジュアルの2次使用等に伴う画像提供については当協会へお問い合わせください

◇ 2025年8月のメディア別接触傾向

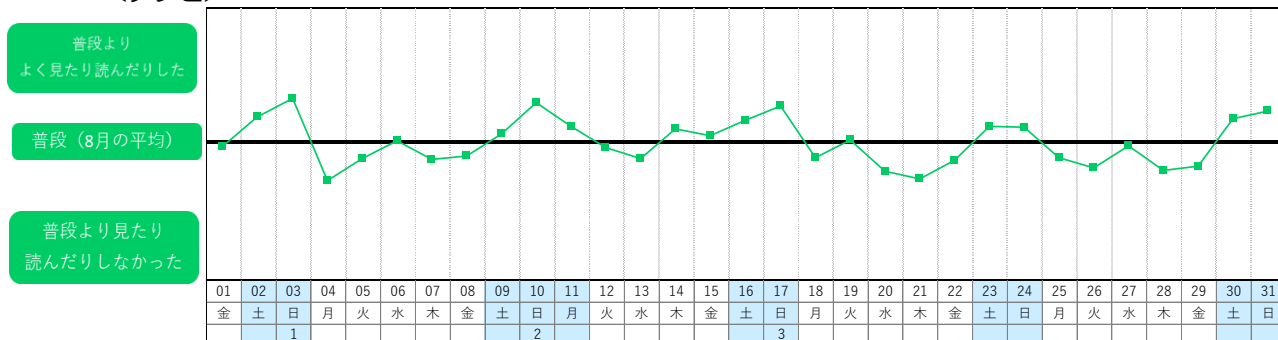
<新聞>



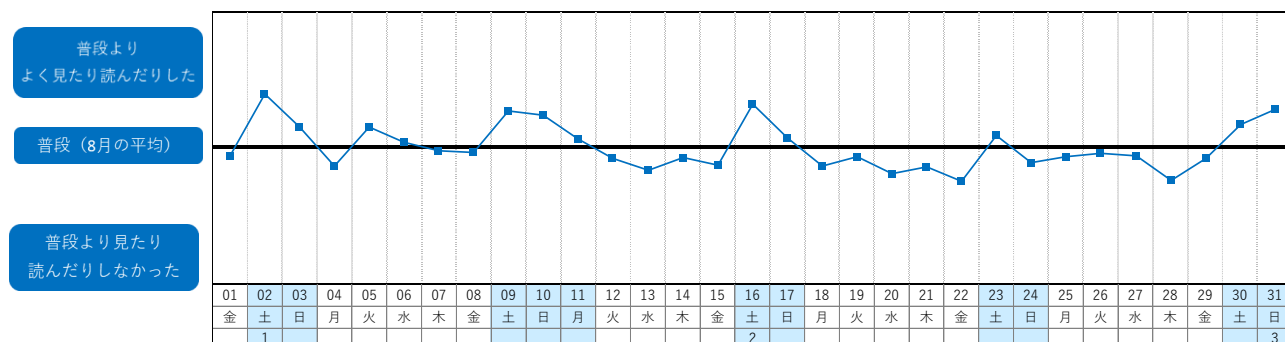
（注）8月12日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 8月16日（終戦記念日の翌日、米口首脳会談）
- ② 8月15日（終戦記念日）
- ③ 8月8日（米相互関税発動）

<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歳以下の男女計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