

緊迫増す中東情勢に関心高まる

「新聞オーディエンス調査365」25年6月度調査結果を発表

2025年7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7月29日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2025年6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。



◇休日に高まる新聞への接触

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。

①6月7日（休日、東電旧経営陣への賠償請求棄却）

土曜日のため、多くの人々がじっくり新聞に触れたと回答しました。中でも、前日6日に東京電力福島第一原発事故を巡る同社株主らによる訴訟の控訴審で、旧経営陣に約13兆円の賠償を命じた一審判決を取り消し、原告の請求が棄却された判決の報道に注目が集まりました。

②6月21日（米が対イラン攻撃を検討）

トランプ米大統領が19日、イスラエルと交戦を続けるイランに対する攻撃の実施について2週間以内に決断すると表明。読者から、危険を増す中東情勢が懸念されました。

③6月23日（米、イラン核施設を空爆）

米軍が22日、イランの核施設を空爆したことが報じられ、読者の関心を引きました。7月の参院選を前に、前日投開票の東京都議選の結果も注目されました。

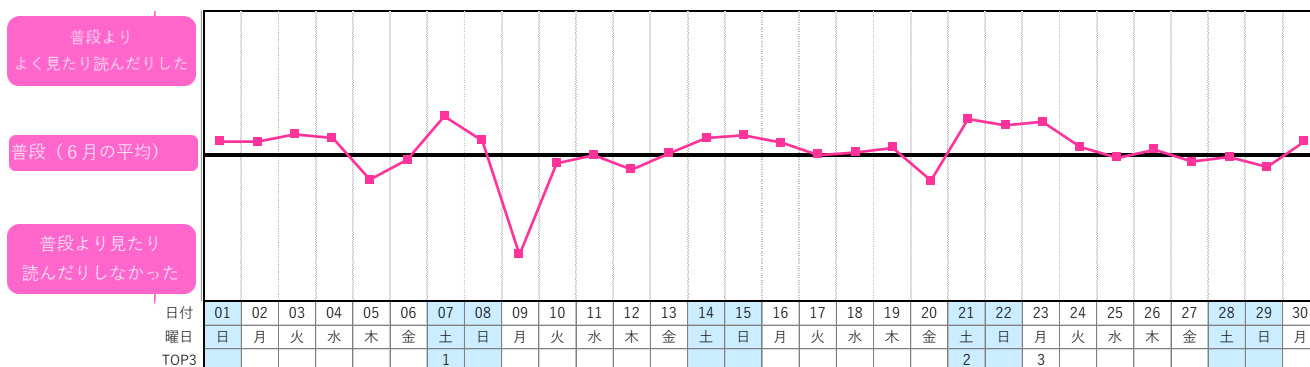
◇さまざまな目的で活用された新聞広告

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。今月は商品広告や企業ブランドのPR、社名変更の告知など、さまざまな種類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。

- ・「省エネで家計にやさしいエアコン」（株式会社ニトリ／21日）
- ・「かぐや姫に届けたい、水素があります。」（高砂熱学工業株式会社／23日）
- ・「人生をまもる会社から、人生をひろげる会社へ。」（第一生命ホールディングス株式会社／24日）

◇ 2025年6月のメディア別接触傾向

<新聞>



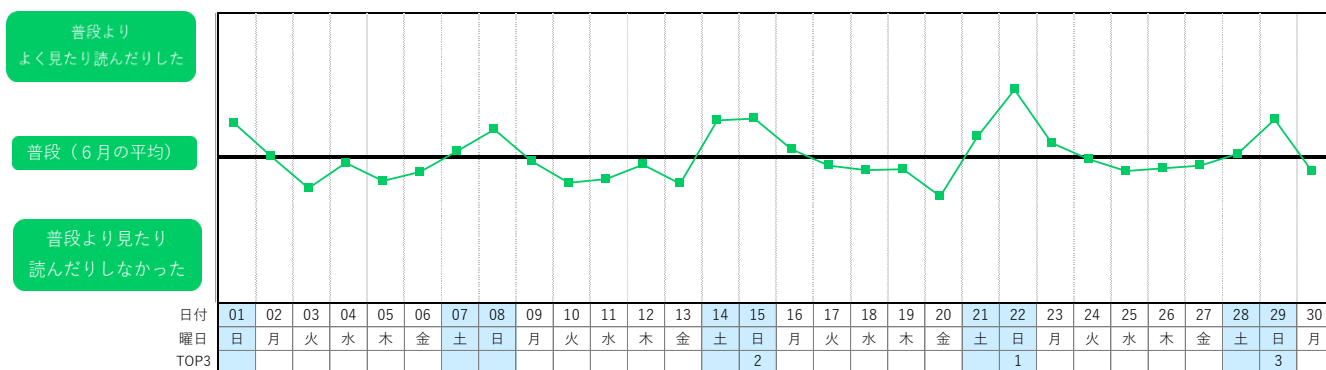
① 6月7日（休日、東電旧経営陣の賠償取り消し）

② 6月21日（米が対イラン攻撃を検討）

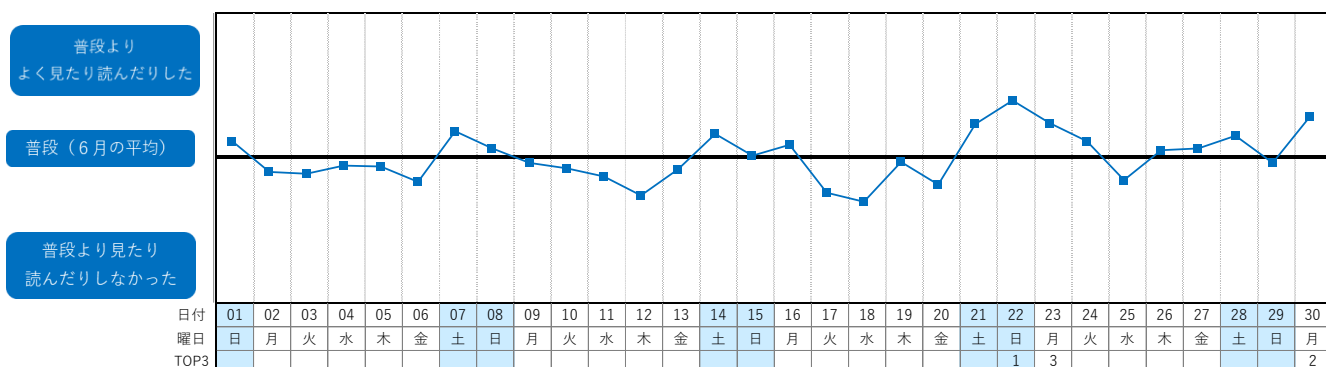
③ 6月23日（米、イラン核施設を空爆）

（注）6月9日は休刊日とした新聞社が多かった

<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