

参院選巡る報道に高い関心

「新聞オーディエンス調査365」25年7月度調査結果を発表

2025年8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8月28日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2025年7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。



◇投票の参考に新聞をチェック

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。

①7月21日（参院選開票結果）

前日20日に投開票が行われた参議院選挙の結果に多くの関心が寄せられました。与党の議席数が過半数を割ったことと一部野党の躍進を受け、今後に注目が集まりました。

②7月20日（参院選投開票日）

選挙戦最終日となった19日の各地の様子に注目が集まりました。投票を前に各政党の公約や立候補者を新聞で網羅的に把握したほか、開票後はデジタル版やアプリで速報を確認した人もいました。

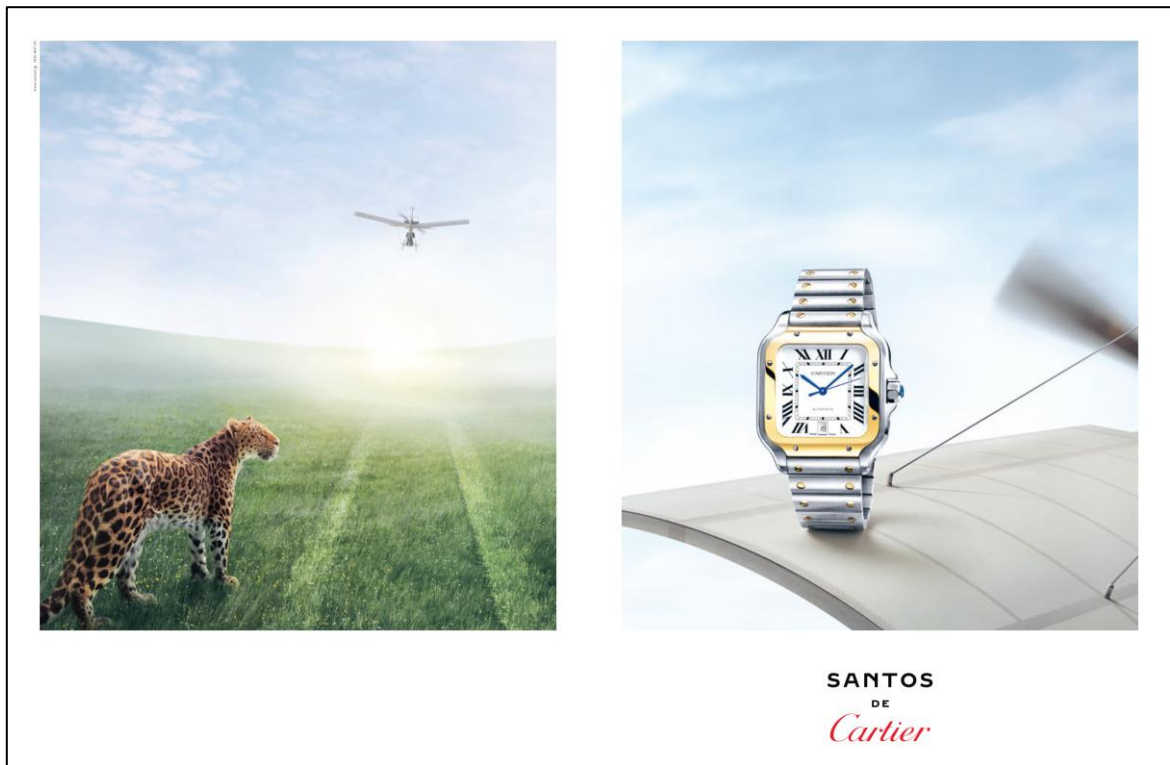
③7月3日（参院選公示）

参議院選挙が公示され、各地の候補者や情勢の報道への接触が高まりました。鹿児島県・トカラ列島で連続して発生していた地震の報道に関心を示す読者もありました。

◇掲載スペース生かした迫力あるデザインに注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。今月は新聞ならではの大きな掲載スペースを生かした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。

- ・「サントス ドゥ カルティエ」（リシュモンジャパン合同会社 カルティエ／5日）
- ・「冷凍室の容量、実は増やせます。」（株式会社ニトリ／5日）
- ・「サマージャンボ本日発売！」（全国都道府県／11日）



サントス ドゥ カルティエ
(リシュモンジャパン合同会社 カルティエ)

5年保証付き

冷凍室の容量、実は増やせます。

冷凍 135L

冷凍 136L

冷凍室36L

冷凍室100L

温度が変えられる家庭用冷凍室として使うと...

半分以上が冷凍室に!

こんな時に便利

冷凍庫を買い足さなかった

急な冷凍室がほしい

15℃から5℃まで温度が変えられる家庭用冷凍庫!

冷凍庫の温度が下がると、食材の水分が凍りついて、より美味しく冷凍保存できます。

まんなか切替冷凍庫271L
幅57×奥行60×高さ178cm

各色 **69,900円(税込)**

まんなか切替冷凍庫について詳しくはこちら

ニトリの新規広告についてご意見を聞かせてください

0120-775-990 0570-064-775

ニトリ

冷凍室の容量、実は増やせます。
(株式会社ニトリ)

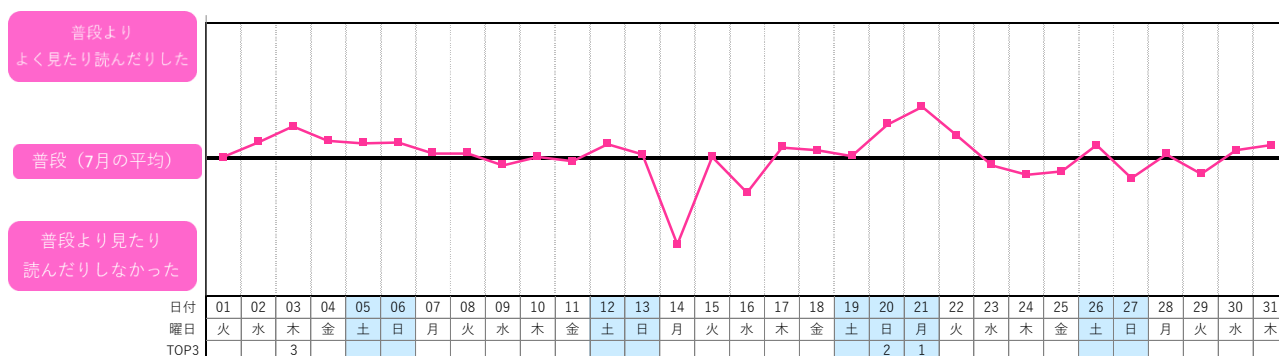


サマージャンボ本日発売!
(全国都道府県)

※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7月のメディア別接触傾向

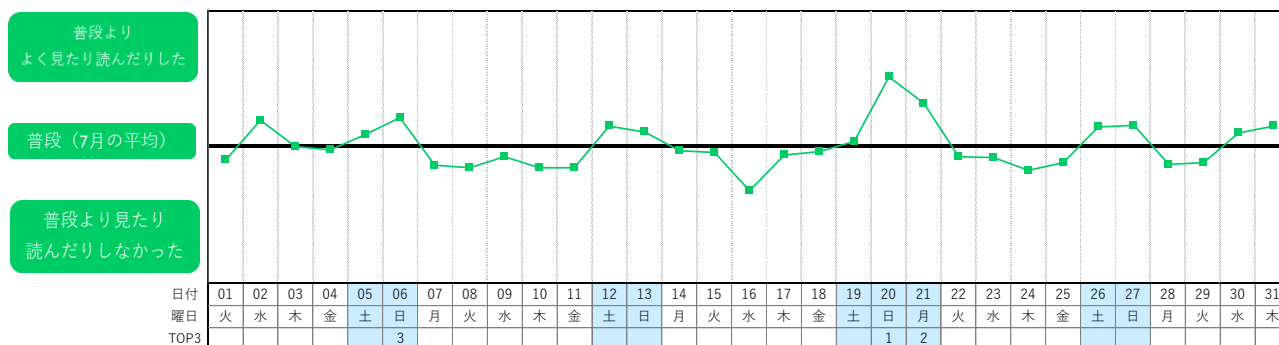
<新聞>



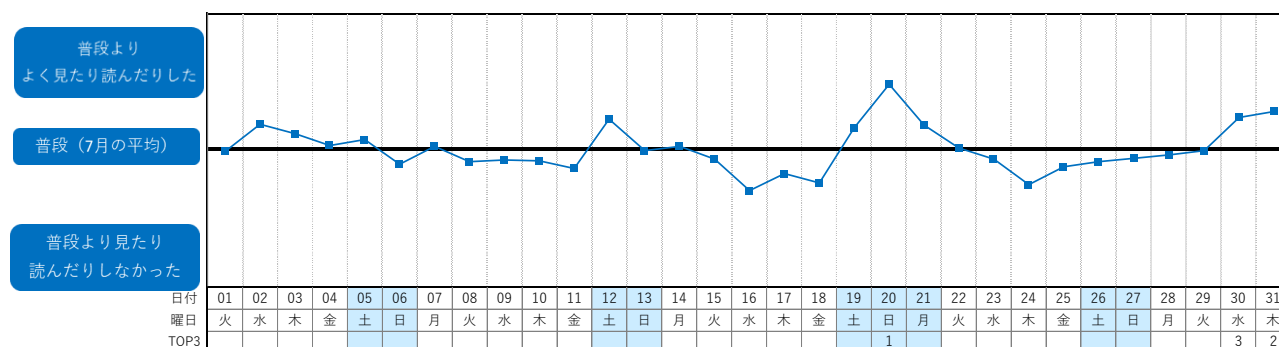
（注）7月14日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 7月21日（参院選開票結果）
- ② 7月20日（参院選投票開票日）
- ③ 7月3日（参院選公示）

<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