

## 自民党総裁選巡る動きに高い関心

### 「新聞オーディエンス調査365」25年10月度調査結果を発表

2025年11月27日  
日本新聞協会広告委員会

日本新聞協会広告委員会は11月27日、ウェブ調査「新聞オーディエンス調査365」の2025年10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粋想起で毎日尋ね、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。



#### ◇政治に寄せられた期待と不安

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。

##### ①10月5日（自民党新総裁に高市氏）

前日4日に投開票が行われた自民党総裁選挙で、高市早苗氏が決選投票で小泉進次郎氏を破り当選した報道に、多くの読者の関心が集まりました。憲政史上初となる女性首相の誕生に期待する読者もいました。

##### ②10月11日（公明党が連立離脱）

公明党の斎藤鉄夫代表が前日10日、自民党の高市早苗総裁との党首対談で連立政権からの離脱を伝えたことが報じられ、関連記事への接触が高まりました。読者からは政局の先行きに不安感を示す声も上りました。

##### ③10月7日（ノーベル生理学・医学賞に坂口氏）

大阪大学の坂口志文教授が前日6日、「免疫が制御される仕組みの発見」でノーベル生理学・医学賞を授与した報道に注目が高まりました。

#### ◇大きなスペースを生かした広告に注目

この調査では、「印象に残った新聞広告」を尋ねています。新聞ならではの大きな掲載スペースを生かし、情報量が豊富なメッセージや実寸大のビジュアルを掲載した広告に読者の注目が集まりました。

特に、以下の広告を純粋想起で挙げる読者が多くいました。

- ・「2025年大阪・関西万博 閉幕御礼広告」  
(公益社団法人2025年日本国際博覧会協会／14日)
- ・「ほぼじっすん、しんぶん。」(一般社団法人日本新聞協会／15日～18日)
- ※新聞広告統一PRキャンペーンの企画広告
- ・「『乳酸菌 シロタ株（エビデンス広告）』篇」(株式会社ヤクルト本社／28日)
- ・「ヒートテックグローバルキャンペーン」(株式会社ユニクロ／30日)



2025年大阪・関西万博 閉幕御礼広告  
(公益社団法人2025年日本国際博覧会協会)



ほほじっしん、しんぶん。  
(一般社団法人日本新聞協会)  
※新聞広告統一PRキャンペーンの企画広告



15段



5段

「乳酸菌 シロタ株 (エビデンス広告)」篇  
(株式会社ヤクルト本社)

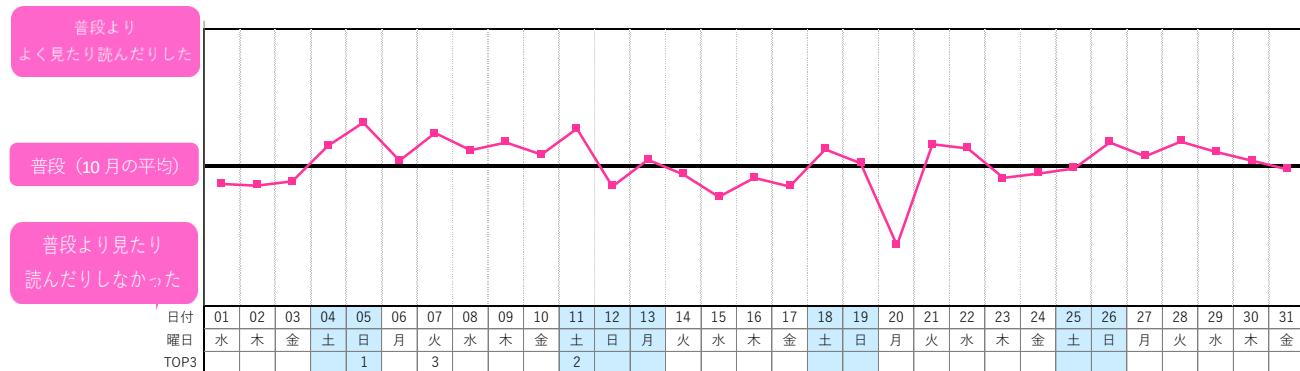
ヒートテックグローバルキャンペーン  
(株式会社ユニクロ)



※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10月のメディア別接触傾向

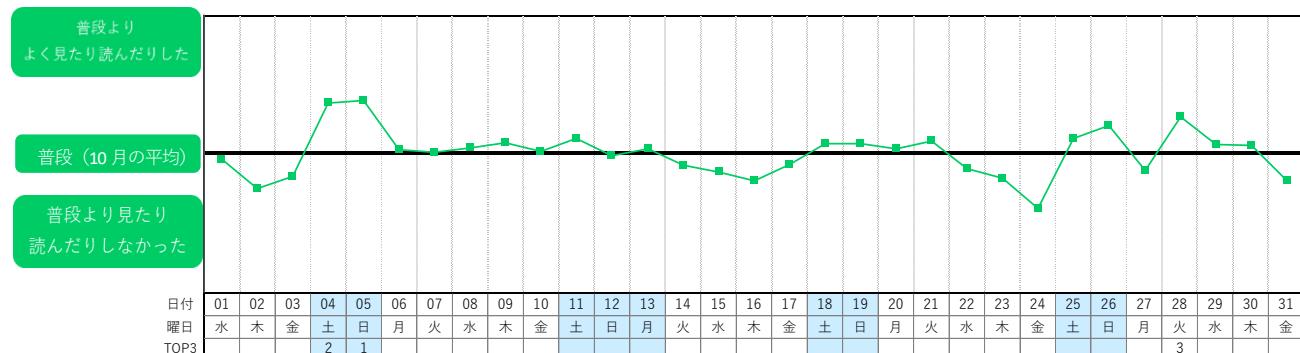
### <新聞>



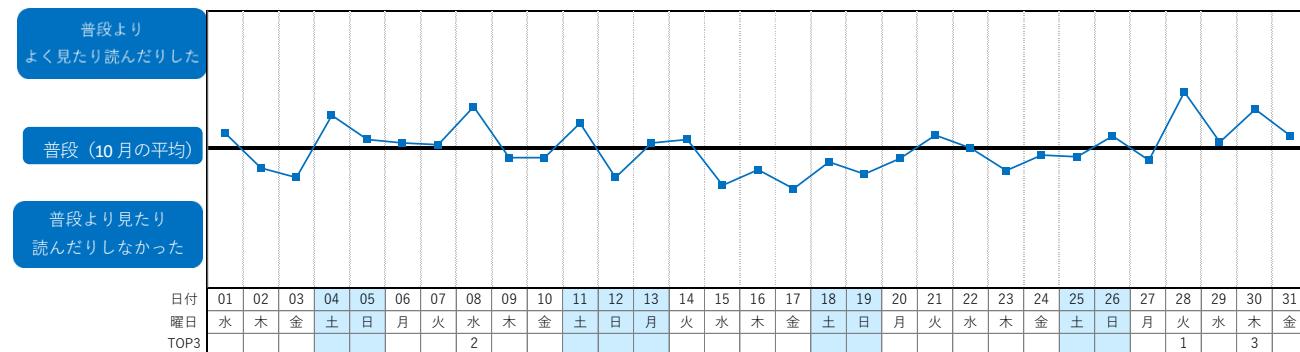
(注) 10月20日は休刊日とした新聞社が多かった

- ① 10月5日 (自民党新総裁に高市氏)
- ② 10月11日 (公明党が連立離脱)
- ③ 10月7日 (ノーベル生理学・医学賞に坂口氏)

### <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、新型コロナウィ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タ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](mailto:koukoku@pressnet.or.jp)

以上