

■職業の設問例-2

【「就業形態」「職種」をあわせて1回で尋ねる場合】

Q.あなたのご職業はどれにあたりますか。(○は1つ)

- 1 農林漁業
農林漁業従事者および家族従業者
- 2 商工自営業
店主(小売・卸売・飲食店・サービス店の経営者)および家族従業員、小規模工場の経営者、自営職人
- 3 自由業
開業医、弁護士、司法書士、公認会計士、税理士、茶・花・舞踊などの教授、芸術家、俳優・タレント、モデル、個人事務所の建築家・デザイナー、プロスポーツ選手、作家、評論家、漫画家、フリーライター など
- 4 管理職
公務員の課長相当以上などの役職者、国会・地方議会議員、佐官、警視、消防司令、駅長、大使・公使、会社・団体の経営者・課長以上などの役職者、学校の教頭(副校長)以上、機長、船長 など
- 5 専門・技術職
病院勤務医師、看護師、薬剤師、歯科技工士、社会福祉士、栄養士、介護士、大学・高校・中学校・小学校・幼稚園・専修学校・各種学校などの教員、予備校・塾の講師、裁判官、検察官、プログラマー・SEなどの情報処理専門職、建築・設計・デザイン専門職、化(科)学・食品などの研究所研究員、電気・機械・建築・造船などの技術者、社会保険労務士、証券アナリスト、ファンドマネジャー、不動産鑑定士、編集者、新聞記者、学芸員、司書 など
- 6 事務職
国・地方公共団体の一般事務職、国公立学校の事務職員、会社・団体の一般事務・営業職、受付、秘書、私立学校の事務職員、タイピスト、キーパンチャー、オペレーター など

- 7 労務・サービス職
採鉱・採掘・食品・鉄鋼・機械・化学関連の製造その他の作業従事者、建設・土木・組立・整備・修理・塗装作業従事者、発電所・ガス製造・上下水道関連の整備・修理・保安その他の作業従事者、運転手、配達員、船員、倉庫管理人、勤めている職人(大工、左官、とび職、表具師、細工師、家具師など)、清掃・運搬・産業廃棄物処理関連の従事者、店員・販売員(小売店・卸売店・飲食店・サービス店)、旅館・ホテルの従業員、管理人、警備員、外勤巡查、下士官以下の自衛官、消防士、駅員、集金人、家政婦(夫)、理容師・美容師(自営を除く)、ツアー添乗員、客室乗務員 など

8 専業主婦(夫)

9 学生

10 無職

11 その他(具体的に:)

(注)「自由業」とは、医療分野、教育関連、情報処理関連、法務関連、会計・経営関連、建設関連、芸術・芸能・スポーツ・宗教・デザイン関連、編集・著述関連などの仕事に従事する自営者を指します。

読者特性の調査票例(フェースシート)

この質問票は、本分類基準(読者特性関連)を分かりやすくするために作られたモデルです。

【18歳以上69歳以下の男女個人を対象とする調査の場合】

最後にあなた自身のことについておうかがいします。

F1 ※あなたの性別は。

1. 男性
2. 女性

F2 あなたの満年齢をお知らせください。(分類基準・小分類)

- | | | |
|-----------|-----------|------------|
| 1. 18～19歳 | 5. 35～39歳 | 9. 55～59歳 |
| 2. 20～24歳 | 6. 40～44歳 | 10. 60～64歳 |
| 3. 25～29歳 | 7. 45～49歳 | 11. 65～69歳 |
| 4. 30～34歳 | 8. 50～54歳 | |

F3 ※あなたは結婚されていますか。

1. 既婚(離婚・死別を含む)
2. 未婚

F4-1 あなたのご職業は次のどれにあたりますか。

1. 勤めている(a=正社員・正職員 b=嘱託・契約・派遣等 c=パート・アルバイト いずれかを選んでください)
 2. 自分で経営している
 3. 専業主婦(夫)
 4. 学生
 5. 無職
 6. その他
- F4-2へ
- F5へ

(F4-1で「1～2」とお答えの方に)

F4-2 あなたの職業を、職種リストを参考に具体的にお知らせください。(分類基準・大分類)

- | | |
|----------|-------------|
| 1. 農林漁業 | 5. 専門・技術職 |
| 2. 商工自営業 | 6. 事務職 |
| 3. 自由業 | 7. 労務・サービス職 |
| 4. 管理職 | |
- 『分類基準』19ページ-SQの職業分類を示す

(すべての方に)

F5 あなたが最終卒業(中退を含む)された、あるいは現在在学されている学校は次のどちらですか。

(分類基準・大分類)

1. 小学校・中学校
2. 高等学校(旧制中学校)
3. 短大・高専・各種学校・専修学校
4. 大学(旧制高等学校)・大学院

次ページへ続く ▶

第2部

新聞接触関連

第2部では、新聞広告のコミュニケーションレベル(媒体到達→新聞閲読→面別接触→広告注目・消費行動)のうち、新聞閲読から広告注目・接触に関するデータについて示します。

こうしたデータは調査方法、質問文や選択肢の設け方などによってスコアが大きく変化してしまいます。その意味で、各新聞社がそれぞれ実施・発表する調査スコアを比較することはできませんが、データの持つ意味を同じくするため、ここでは、設問時の選択肢、計算式を定めています(質問文は代表的な質問例を示しました)。

新聞接触に関するデータ

日付を指定しない新聞接触調査

- ・新聞閲読時間

日付を指定した新聞接触調査

- ・新聞閲読率
- ・新聞広告注目率
- ・新聞広告精読率
- ・新聞記事閲読率
- ・新聞記事精読率
- ・面別接触率
- ・広告接触率

広告反響、広告接触後の行動などに関する調査

F6 あなたの年収(税込み)はどのくらいですか。(年金などを受けている場合やアルバイト、パート、その他の収入がある場合は、その額も含んだ合計額でお答えください。)

(→世帯年収を調べる場合は、以下の質問を使う)

お宅の年収(税込み)はどのくらいですか。ご家族全員の収入(税込み)の合計をお知らせください。(年金、アルバイト、パートなど、その他の副収入も含めてお答えください。)

(分類基準・中分類)

- | | | |
|------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1. 100万円未満 | 7. 600万円～700万円未満 | 13. 1,500万円～2,000万円未満 |
| 2. 100万円～200万円未満 | 8. 700万円～800万円未満 | 14. 2,000万円～3,000万円未満 |
| 3. 200万円～300万円未満 | 9. 800万円～900万円未満 | 15. 3,000万円以上 |
| 4. 300万円～400万円未満 | 10. 900万円～1,000万円未満 | 16. 収入なし |
| 5. 400万円～500万円未満 | 11. 1,000万円～1,200万円未満 | |
| 6. 500万円～600万円未満 | 12. 1,200万円～1,500万円未満 | |

F7 あなたの現在のお住まいをお聞かせ下さい。(同居の場合は住居保有者あるいは賃貸名義人の住居形態でお答えください。)

(分類基準・中分類)

[持ち家]

1. 一戸建て(持ち家)
2. 集合住宅(公社・公営等)
3. 集合住宅(民間)
4. その他の持ち家(テラスハウス・連棟式など)

[賃貸]

5. 一戸建て(賃貸)
6. 集合住宅(公社・公営等)
7. 集合住宅(民間)
8. 社宅・寮・官公舎
9. 間借り・下宿

F8-1 ※現在、あなたのお宅と一緒に住んでおられる方はあなたを含めて何人ですか。

- | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|
| 1. 1人 | 2. 2人 | 3. 3人 | 4. 4人 | 5. 5人 | 6. 6人 | 7. 7人以上 |
| ↓ | | | | | | |
| 調査終了 | F8-2へ | | | | | |

(F8-1で「2～7」とお答えの方に)

F8-2 ※同居形態は次のどれにあたりますか。

1. 夫婦だけの世帯
2. 親子2世代世帯
3. 親子孫の3世代世帯
4. その他()

ご協力ありがとうございました。

(※印は本分類基準の対象外質問)

2-1 日付を指定しない新聞接触調査

新聞閲読時間

■質問文 (代表的な質問例)

あなたはふだん新聞をどのくらいの時間お読みになりますか(または、「あなたは昨日、新聞をどのくらいの時間お読みになりましたか」)。

通勤時間・通学の行き帰りや職場・学校などで読む時間も合計した1日当たりの時間でお答えください(または、「『自宅』+『通勤・通学の行き帰り』+『職場・学校など』の1日当たりの合計時間でお答えください」)。

■選択肢

- | | |
|--------------|-----------------|
| 1. 10分未満 | 6. 50分～1時間未満 |
| 2. 10分～20分未満 | 7. 1時間～1時間30分未満 |
| 3. 20分～30分未満 | 8. 1時間30分以上 |
| 4. 30分～40分未満 | 9. 新聞は読まない |
| 5. 40分～50分未満 | |

■解説と運用

- (1) 分類はこの1種類だけとする。
- (2) 最小時間のスタートは10分未満から、最高時間は1時間30分以上とする。
- (3) 『新聞は読まない』の選択肢は、閲読程度など他の質問で聞いていない場合には必ず入れること。
- (4) 「平日」と「休日」、または「朝刊」と「夕刊」に分けて聞くことも可。特定の日付を指定して聞くことも可能。
- (5) 特定の新聞を対象にして新聞閲読時間を調べることも可。その場合は、質問文中に新聞名を明記すること。
- (6) 「調査対象者(全員)」または「閲読者」のどちらをベースに集計してもよい(「調査対象者」は報告時には「一般生活者」という言葉で表すことができる)。ただし(平均)閲読時間を示す際には、何をベースにしたかを必ず明記すること。また、いずれのベースを採用する場合も、指標の名称は「新聞閲読時間」で統一する。
- (7) 平均時間の算出方法は以下の数値を中位数とする。

- | | | | |
|--------------|---------|-----------------|----------|
| 1. 10分未満 | (5.0分) | 6. 50分～1時間未満 | (55.0分) |
| 2. 10分～20分未満 | (15.0分) | 7. 1時間～1時間30分未満 | (75.0分) |
| 3. 20分～30分未満 | (25.0分) | 8. 1時間30分以上 | (105.0分) |
| 4. 30分～40分未満 | (35.0分) | 9. 新聞は読まない | (0分) |
| 5. 40分～50分未満 | (45.0分) | | |

『新聞は読まない』(0分)を含めるのは、「調査対象者(全員)」ベースで集計する場合のみ。
「閲読者」ベースで集計する場合は『10分未満』～『1時間30分以上』と回答した人の合計が分母となる。

●日付を指定しないで新聞の閲読頻度や閲読程度を聞く指標には、以下のようなものがあります。

参考

—— 例1 ——

質問文

あなたは日ごろ、新聞(〇〇新聞)をどの程度お読みになっていますか。

選択肢

1. 毎日必ず読んでいる
2. ほとんど毎日読んでいる
3. たまに読んでいる
4. ほとんど読んでいない
5. まったく読んでいない

—— 例2 ——

質問文

あなたはふだん、新聞(〇〇新聞)をどの程度お読みになっていますか。

選択肢

1. 毎日読んでいる
2. 週に5～6日読んでいる
3. 週に3～4日読んでいる
4. 週に1～2日読んでいる
5. それ以下
6. 読んでいない

これらの指標は新聞の日付を指定せずに聞くので、分母はいずれも有効サンプル総数になり、新聞閲読率、面別接触率、広告注目率などの日付を指定して聞く場合の指標とは分母が異なります。

2-2 日付を指定した新聞接触調査

日付を指定した新聞接触調査には、次の2種類があります。
それぞれの調査の流れは以下のとおりです。

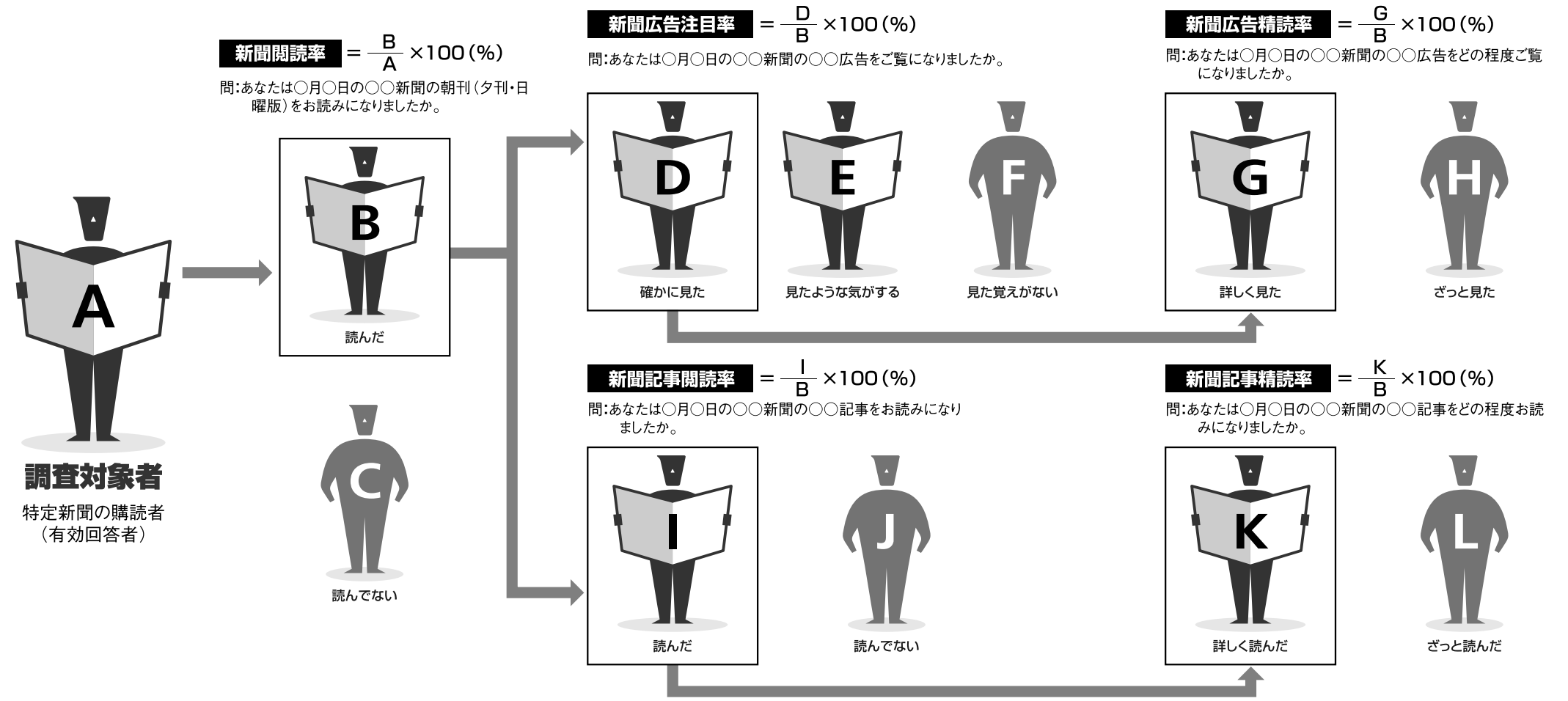
新聞読、広告・記事の注目、精読の調査手順

[調査の条件]

- ・どこかのタイミングで調査対象とする紙面の保有を尋ね、該当紙面が手元にない場合は調査を終了すること。とくに新聞広告注目率、広告精読率、記事精読率は該当紙面を見ながら回答する再認法で行うこと。
- ・調査は、掲載日当日から翌日までに終了すること。

[調査の特徴]

- ・新聞広告注目率は長らく業界の標準として使われ、定着している指標です。
- ・新聞を読んだ人のうち、どのくらいの人が特定の広告を見たのがこれでわかります。
- ・新聞広告注目率については、「確かに見た」人だけが分子となります。「確かに見た」に加えて「見たような気がする」と答えた人も「広告を見た人」とする際は $(\frac{D+E}{B} \times 100\%)$ 、広告注目率と異なるものである旨を明記したうえでデータを示すことも可能です。ただし、その場合でも内訳は明らかにしておく必要があります。
- ・広告と同様の基準で記事についても調べることができるのが特徴です。



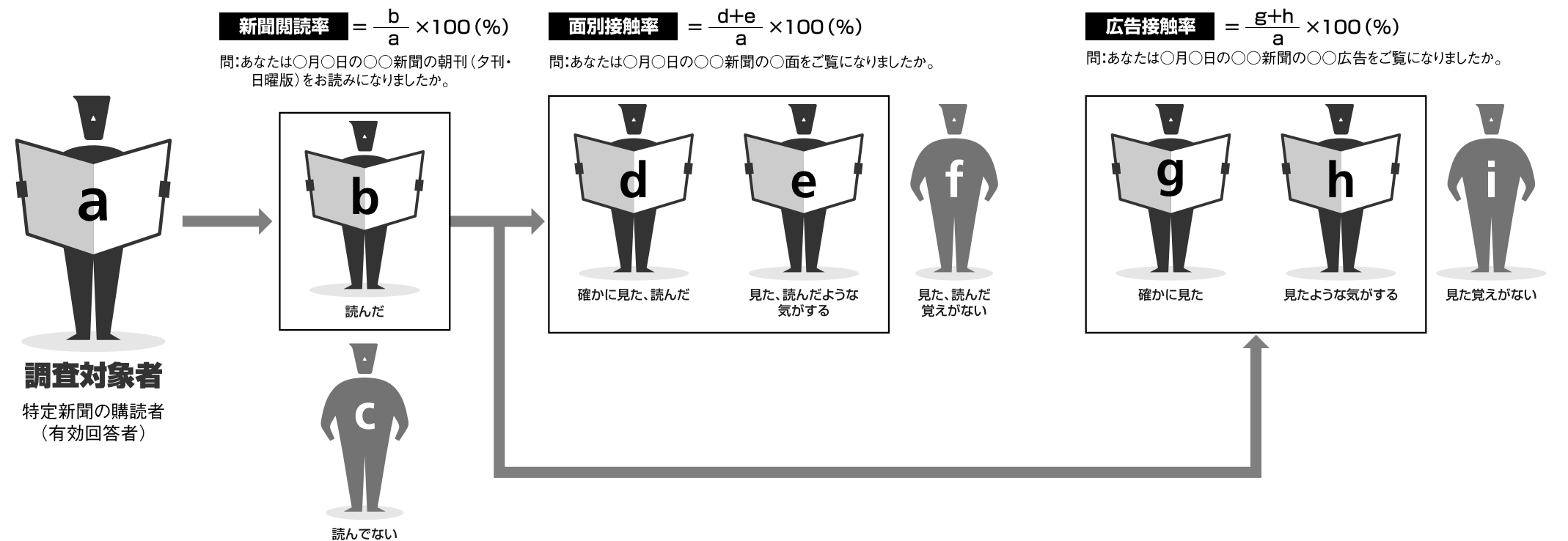
新聞読、面別接触、広告接触の調査手順

[調査の条件]

- ・どこかのタイミングで調査対象とする紙面の保有を尋ね、該当紙面が手元にない場合は調査を終了すること。とくに面別接触率、広告接触率は該当紙面を見ながら回答する再認法で行うこと。
- ・調査は、掲載日当日から翌日までに終了すること。

[調査の特徴]

- ・新聞読率と広告注目率の間の指標である面別接触率を含んだパターンです。
- ・購読者のうち、どのくらいの人が特定の面および広告に接したのがこれでわかります。
- ・3つの指標がいずれも同じ分母になっていて、比較できるのが特徴です。
- ・広告と同様の基準で記事についても調べることができるのが特徴です。



日付を指定した新聞接触調査項目の定義と算出方法

【調査の条件】

- ・どこかのタイミングで調査対象とする紙面の保有を尋ね、該当紙面が手元にない場合は調査を終了すること。とくに新聞広告注目率、広告精読率、記事閲読率、記事精読率、面別接触率、広告接触率は該当紙面を見ながら回答する再認法で行うこと。
- ・調査は、掲載日当日から翌日までに終了すること。A~K、a~hは p26~27の図中の記号と対応しています。

新聞閲読率 特定新聞の購読者に対してその新聞を読んだ人の比率

$$\text{新聞閲読率} = \frac{\text{その新聞を読んだ人}}{\text{特定新聞が到達している人}} \times 100(\%) = \frac{B}{A} \times 100(\%) = \frac{b}{a} \times 100(\%)$$

新聞広告注目率 新聞閲読者の中で、当該広告を「確かに見た」と答えた人の比率

$$\text{新聞広告注目率} = \frac{\text{当該広告を「確かに見た」人}}{\text{特定新聞を読んだ人}} \times 100(\%) = \frac{D}{B} \times 100(\%)$$

新聞広告精読率 当該広告を「確かに見た」人に、さらに「詳しく見た」「ざっと見た」の別を質問し、新聞閲読者に対して「詳しく見た」と答えた人の比率

$$\text{新聞広告精読率} = \frac{\text{当該広告を「詳しく見た」人}}{\text{特定新聞を読んだ人}} \times 100(\%) = \frac{G}{B} \times 100(\%)$$

新聞記事閲読率 新聞閲読者の中で、当該記事を「読んだ」と答えた人の比率

$$\text{新聞記事閲読率} = \frac{\text{当該記事を「読んだ」人}}{\text{特定新聞を読んだ人}} \times 100(\%) = \frac{I}{B} \times 100(\%)$$

新聞記事精読率 当該記事を「読んだ」人に、さらに「詳しく読んだ」「ざっと読んだ」の別の質問をし、新聞閲読者に対して「詳しく読んだ」と答えた人の比率

$$\text{新聞記事精読率} = \frac{\text{当該記事を「詳しく読んだ」人}}{\text{特定新聞を読んだ人}} \times 100(\%) = \frac{K}{B} \times 100(\%)$$

面別接触率 特定新聞の購読者に対して当該面を「確かに見た、読んだ」「見た、読んだような気がする」と答えた人の比率

$$\text{面別接触率} = \frac{\text{当該面を「確かに見た、読んだ」+「見た、読んだような気がする」人}}{\text{特定新聞が到達している人}} \times 100(\%) = \frac{d+e}{a} \times 100(\%)$$

広告接触率 特定新聞の購読者に対して当該広告を「確かに見た」「見たような気がする」と答えた人の比率

$$\text{広告接触率} = \frac{\text{当該広告を「確かに見た」+「見たような気がする」人}}{\text{特定新聞が到達している人}} \times 100(\%) = \frac{g+h}{a} \times 100(\%)$$

改訂履歴

| | |
|----------|--|
| 1995年 5月 | 『広告調査分類基準——日本新聞協会方式』Ver1.0(A4判、56ページ)発行。 |
| 同 8月 | 外部向けに『新聞広告の調査分類基準(日本新聞協会方式) 共通言語で語る新聞広告データ』(A4判、20ページ)発行。「第3章(新聞<新聞広告> 閲読時間、閲読程度、注目率、精読率関連)」の文言を一部改めた。 |
| 1996年 3月 | 「分類基準」に寄せられた疑問点等の代表的なものに解説を加えて、『「広告調査分類基準」Q&A集』を発行。 選択肢の変更:第2章のうち「年齢」 日本においては新聞が世帯商品であるという特性から、世帯調査についてのみ、70歳以上の世帯主が出現した際に、小分類、大分類にそれぞれ「70歳以上」の κατηγοリーを追加して表現することを可とした。一般個人調査については、現在のまま「69歳まで」とする。 |
| 1999年 4月 | 再発行版として『広告調査分類基準——日本新聞協会方式』Ver1.1を発行。 (個々の改訂箇所は、以下のとおり) 全体の構成に関して ・冒頭に、使用規約を記し、『広告調査分類基準』の位置づけを明確にした。 ・それぞれの項目の構成を、「質問」「選択肢」「解説と運用」とし、「解説と運用」では、96年発行の『Q&A集』の一部を反映した内容に改めた。 ・旧「第2章(読者特性関連)」を第1部に、同じく「第3章(新聞<新聞広告> 閲読時間、閲読程度、注目率、精読率関連)」を第2部に改めた。 ・旧「第4章(指標、用語の統一解釈と調査関係用語解説)」は、調査用語辞典等が複数市販されていることもあり、割愛した。 選択肢の変更:第1部のうち「職業」 1999年4月1日より男女雇用機会均等法が改正・施行されたこともあり、本「分類基準」では、使用規約の付則に照らし性差を含む差別的表現を改めた。 例 看護婦→看護婦(士)、保母・保父→保育士、専業主婦→専業主婦(夫) |
| 2003年10月 | 改訂版として『広告調査分類基準——日本新聞協会方式』Ver2.0を発行 (個々の改訂箇所は、以下のとおり) 全体に関して 総則に「各社は本分類基準の順守に努めなければならないが、これは各社個別の指標開発を妨げるものではない。分類基準に類似する指標を新たに検討する際には、当該社は、新聞協会広告委員会に報告する。広告委員会は総則1をふまえこれを検討する」を追加。 第1部 「年齢」 ・調査対象年齢の範囲を「12~69歳」から「20~69歳」に変更、範囲外の年齢層の調査については各社の自由とすることとした(「『70歳以上』の選択肢は、世帯調査についてのみ可。」を削除)。 ・調査対象者に実年齢を尋ね、後から該当するカテゴリーに分類することも可とし、その場合の平均年齢の算出方法についても記した。 「学歴」 ・改訂時の年齢の上限や現在の学校制度と照らし、各選択肢を見直した。 ・「小・中分類の様々な組み合わせは可」→「小・中・大分類の様々な組み合わせは可」 「年収」 ・大分類「3,000万円以上」の平均を算出する際の中位数を3,500万円→3,750万円に変更。 ・「質問文」などにあった「仕送り」についての記述は削除し、特に言及しないこととした。 |

- 2003年10月 「住居形態」
- ・建物の形態について尋ねた設問であることを明確にするため、集合住宅関連の選択肢から「分譲」「賃貸」の字句を削除。
例「公団・公社の集合住宅」→「集合住宅(公団・公社)」 「民間の賃貸マンション」→「マンション(民間)」
 - ・「小・中分類の様々な組み合わせは可」→「小・中・大分類の様々な組み合わせは可」
- 「職業」
- ・就業形態の選択肢の一部(「専業主婦」「学生」「無職」「その他」と、職種を選択肢をあわせて1回で聞くことも可とした。
 - ・「就業形態」の質問から「職種」の質問に進む際の案内を削除。
 - ・就業形態の選択肢から「自由業」を削除。
 - ・職種の大分類を内閣府・世論調査の職業分類に準拠。ただし「専門・技術職」の範囲についてはこれまでの「分類基準」を経過措置として継続。

第2部

最終ページに広告反響、広告接触後の行動などに関する調査の質問例を追加。

新聞閲読時間

- ・集計のベースを明記すれば“調査対象者(全員)” “閲読者”のどちらをベースに集計してもよいこととした。
日付を指定しない新聞接触調査
- ・「新聞の閲読程度」「新聞広告の注目程度」は、本分類基準で規定する指標としては削除。閲読の頻度や程度を調査する場合の「設問例」を示した。

日付を指定した新聞接触調査

- ・これまでの「新聞閲読率→新聞記事閲読率あるいは新聞広告注目率」という考え方に加え、「新聞閲読率→面別接触率→広告接触率」という考え方を取り入れ、両者を「異なる二つの考え方」として並列に扱う。
- ・調査方法の例示を追加。
- ・「紙面保有」を尋ねる場面を一連の調査手続きからはずし、「条件」とした。

2008年 4月 改訂版として『広告調査分類基準——日本新聞協会方式』Ver.2.1を発行(個々の改訂箇所は、以下のとおり)

使用規約

1 総則

- ・2005年4月の個人情報保護法全面施行に伴い、付則を「調査にあたっては、個人情報保護法にのっとり、調査対象者の権利を守るとともに、特にプライバシーや人権に十分配慮した調査票の作成および実査、データの保護を行わなければならない」とした。(下線部分が加筆箇所)

2 調査概要の明記

- 1.自社で企画・設計・実施した標本調査の公表
 - ・(3)サンプリング方法(対象者抽出法)の例に「エリアサンプリング」を追加した。
 - ・(4)調査方法の例に「インターネット調査」を追加した。
- 2.応募ハガキの集計結果の公表
 - ・「カギ付き広告」を分かりやすく説明するため、「懸賞・クイズ・アンケート等の付いた広告」とした。
 - ・第7項として「集計したデータを公表することについて了解をとっている旨」を追加した。

第1部 読者特性関連

1-1 年齢(年代)

- ・「**■**選択肢」の20～69歳に記載されていた「必ず調査対象にする年齢層」との文言を削除した。これに伴い、「**■**解説と運用」の「(1)『20～69歳』は必ず調査の対象とすること。その上下の年齢層を対象とするかどうかについては実施社の自由とする」は、「(1)どの年齢層を対象とするかは実施社の自由とする」とした。

- 2008年 4月 1-2 学歴
- ・「**■**選択肢」の小分類「29.大学院」に、「法科大学院など、専門職大学院を含む」との文言をかつて書きで加えた。また、「**■**解説と運用」に注釈として「最近の調査結果では、学歴間で大きな差が見られなくなっているという。内閣府の調査では現在、学歴に関する質問はほとんどしていない」を追加した。

1-4 住居形態

- ・「公団」という名称が「UR都市機構」に改称されたため、「**■**選択肢」の小分類のうち「集合住宅(公団・公社)」を「集合住宅(公社等)」に、中分類のうち「集合住宅(公団・公社・公営)」を「集合住宅(公社・公営等)」にそれぞれ改めた。

1-5 職業

- ・「**■**選択肢」の①就業形態について、就業形態の多様化に伴い、「1.勤めている」を「a=常勤、b=パート・アルバイト」の二つだけに分類することが難しくなってきたことから、aの「常勤」を「正社員・正職員」に改めるとともに、新たにbとして「嘱託・契約・派遣等」を加え、「パート・アルバイト」をcとした。
- ・「**■**選択肢」の②職種について、大分類2を「商工サービス業」から「商工自営業」に、大分類7を「労務職」から「労務・サービス職」に、それぞれ現状に即して改めた。また、小分類44「その他サービス関連従業員」に分類していた「モデル」を小分類16「芸術・芸能・スポーツ・宗教・デザイン関連自営者」に含めたほか、小分類18「その他の自由業」に「個人投資家」を、小分類34「その他の事務職」に「NGO職員・NPO職員」を、小分類41「商業関連従業員」に「新聞販売所の従業員」をそれぞれ加えた。さらに、法改正などに伴い、「助教授」は「准教授」に、「教頭」は「教頭(副校長)」に改めた。
- ・以上の加筆・修正に伴い、「**■**解説と運用」「**■**職業の設問例—1」「**■**職業の設問例—2」の当該箇所を改めた。

読者特性の調査票例(フェースシート)

- ・上記の「1-4 住居形態」「1-5 職業」の加筆・修正に伴い、当該箇所を改めた。

第2部 新聞接触関連

2-2 日付を指定した新聞接触調査

- ・「新聞広告精読率」と「新聞記事精読率」にかつて書きで記載していた「任意」との表現を削除した。
- ・時代にそぐわない部分があることなどから、参考として記載していた「日付を指定した新聞接触調査の方法(「1.モニター調査の場合」「2.モニターを持たない電話調査の場合)」を削除した。

2-3 広告反響、広告接触後の行動などに関する調査

- ・時代にそぐわない部分があることなどから削除した。

広告委員会 広告調査部会

日本新聞協会『広告調査分類基準』Ver 2.1

2008年4月

社団法人日本新聞協会 広告委員会

〒100-8543 東京都千代田区千代田2-2-1 日本プレスセンタービル7F
TEL 03-3591-4407(広告担当)

「新聞広告データアーカイブ」(<http://www.pressnet.or.jp/adarc/>)

*調査結果を掲載した媒体資料などは、今後の広告調査部会の活動の参考とさせていただきますので、新聞協会広告担当あてに1部お送りくださるようお願いいたします。