

2016年2月18日

朝日新聞社、産経新聞社、毎日新聞社、読売新聞社、北海道新聞社  
河北新報社、新潟日報社、信濃毎日新聞社、静岡新聞社、中日新聞社  
京都新聞、神戸新聞社、山陽新聞社、中国新聞社、西日本新聞社  
日刊スポーツ新聞社、報知新聞社

**元日の新聞は読みごたえがある、読むのは楽しいなど高い評価  
—正月紙面について18新聞共同調査—**

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR (ジェイ・モニター)」に参加する18新聞(朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、河北新報、東京新聞、新潟日報、信濃毎日新聞、静岡新聞、中日新聞、京都新聞、神戸新聞、山陽新聞、中国新聞、西日本新聞、スポーツ報知、日刊スポーツ)は、1月に各社の読者モニターを対象にし、正月の新聞の読まれ方について共同調査を行いました。

**■元日の新聞は普段より長く読む**

元日発行の新聞は、各紙とも正月ならではの企画記事や分冊(別刷り)にして各種テーマを展開するなど、紙幅が厚くなっています。読者がどう接しているのかを調べました。

元日の新聞の読み方としては、①普段より読む時間が長い(66.3%)②2日以降も読む(57.0%)③普段より長い時間取り置きする(53.4%)など、接する時間が長くなるだけでなく、翌日、翌々日まで閲読される傾向も見られました。

**■元日の新聞は「華やか」「読みごたえがある」「のんびりした気分で読む」「読むのは楽しい」**

元日の新聞の感想としては、①華やかだ(86.4%)②読みごたえがある(72.5%)③普段よりのんびりした気分で読む(70.7%)④読むのは楽しい(69.9%)などが評価されました。

**■別刷りは「出来るだけ目を通す」「テレビ番組特集の別刷りは便利」**

分冊になったテーマ別刷りについての感想は、①テレビ番組特集の別刷りは便利だ(77.3%)②出来るだけ目を通す(70.7%)③読みごたえがある(67.7%)④読むのは楽しい(64.7%)⑤別刷り特集は、広告も注目する(57.2%)などが評価されました。ふだんより元日の新聞が読まれる中で、別刷りも読者が楽しんでおり、広告も注目されている様子が伺えます。

### ■元日の新聞広告は「これまで知らなかった企業を知るきっかけ」「企業の思いが伝わる」

元日の新聞広告には、企業からの改まったメッセージが込められるなど新年にふさわしいものが多く掲載されます。読者の感想は①これまで知らなかった企業を知るきっかけとなる（69.8%）②企業の理念や取り組みを知るきっかけとなる（63.1%）③既知の企業にあらためて注目するきっかけとなる（62.4%）などが挙げられ、企業への注目度が高まっていることがわかります。また企業に対する印象は、①企業の思いが伝わる（33.3%）②信頼できる（30.9%）③一流の（26.3%）などが上位に挙げられました。

### ■元日を含む正月の新聞広告について「テレビ番組」「初売り」

元日に限らず正月に掲載される新聞広告に関して聞いたところ、①テレビ番組の広告を見て、番組を見たいと思った（見た）（74.5%）②初売り広告は新年に欠かせない情報だ（65.0%）③初売りの広告を見て、お店に行きたいと思った（行った）（57.3%）などが上位に挙げられました。さらに「初売り広告」については約半数が「新聞に掲載された複数の初売り広告を見比べた」（49.5%）と答えるなど注目度の高さが見受けられます。

### ■選挙意識、オリンピック・パラリンピック

今回の調査では、今年予定されている参議院選挙とブラジル・リオデジャネイロで開催されるオリンピック・パラリンピックの意識調査も行いました。

7月に予定されている参議院選挙について、投票する政党や候補者を決める際にどのような政策や課題を重視するか聞いたところ、①年金制度（53.0%）②医療・介護制度（48.6%）③消費税の見直し（44.8%）などが上位に挙げられました。

ブラジル・リオデジャネイロで開催されるオリンピック・パラリンピックで注目する競技については、①体操（49.0%）②陸上競技（46.8%）③水泳（45.7%）などの競技に関心が高いことがわかりました。

## 【調査概要】

調査対象者：調査対象地域に居住し、当該新聞を定期購読する 15 ～ 69 歳の男女個人

調査エリア： 首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）

近畿圏（大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山）

中京圏（愛知・三重・岐阜）

北海道／宮城県／新潟県／長野県／静岡県／岡山県／広島県／福岡県

抽出方法： 新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。応募者を各紙ごとに全国新聞総合調査（J-READ※の当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付

調査方法： パソコンを利用したウェブ調査

調査実施機関・レターヘッド：株式会社ビデオリサーチ

標本サイズ：7,890 人

（一般紙 1 パネル約 300 人×25 パネル、スポーツ報知 183 人、日刊スポーツ 250 人）

首都圏：朝日、産経、毎日、読売、東京、スポーツ報知、日刊スポーツ

近畿圏：朝日、産経、毎日、読売、京都、神戸

※京都新聞は滋賀県、京都府のみ、神戸新聞は兵庫県のみ

中京圏：読売、中日

北海道：読売、北海道

宮城県：河北／新潟県：新潟／長野県：信濃毎日／静岡県：静岡／広島県：中国

福岡県：朝日、読売、西日本

回収数(率)：5,290 人（67.0%）

調査実施日：2016 年 1 月 1 日～6 日

※J-READ（全国新聞総合調査）：(株) ビデオリサーチが年 1 回、全国 47 都道府県で主要新聞（約 110 紙）の閲読状況などを測定する調査。

## 【J-MONITORとは】

J-MONITORは、新聞広告の広告効果測定を主目的とした新聞社共通の調査プラットフォームです。広告効果の測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的に2011年4月にスタートしました。調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチが行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。

<本件に関するお問い合わせ先：J-MONITOR連絡協議会広報幹事>

北海道新聞社東京支社 広告局管理部 末木（03-6229-0340）

問い合わせメールアドレス [press@j-monitor.net](mailto:press@j-monitor.net)

J-MONITORオフィシャルサイト <http://www.j-monitor.net/>

## 〈参考資料〉

## ◆元日新聞の読み方

		全 体	元 日 の 新 聞 は 普 段 よ り 読 む 時 間 が 長 い	元 日 の 新 聞 は 普 段 よ り 読 む 回 数 が 増 え る	元 日 の 新 聞 は 普 段 よ り 長 い 時 間 取 り 置 き す る	元 日 の 新 聞 は 2 日 以 降 も 読 む	普 段 新 聞 を 読 ま な い 家 族 も 元 日 の 新 聞 は 読 む
全 体		5290	66.3	44.2	53.4	57.0	34.4
性別	男性	2703	68.2	46.4	52.2	57.3	34.8
	女性	2587	64.4	41.9	54.7	56.7	34.1
年代別	29歳以下	645	60.8	42.3	41.9	46.7	41.6
	30代	828	62.8	43.2	53.1	56.6	43.0
	40代	1069	70.5	44.0	51.2	55.0	35.5
	50代	1226	66.9	42.5	54.3	59.9	29.2
	60代	1522	67.2	47.2	59.3	60.7	30.2

## ◆元日新聞の感想

		全 体	元 日 の 新 聞 は 読 み ご た え が あ る	元 日 の 新 聞 を 読 む の は 楽 し い	元 日 の 新 聞 は 華 や か だ	元 日 の 新 聞 は 普 段 よ り の ん び り し た 気 分 で 読 む	元 日 の 新 聞 は 今 年 の 仕 事 や 暮 ら し の 参 考 に な る	元 日 の 新 聞 は 暇 が あ る と ま な ん と な く 手 に あ る と し て
全 体		5290	72.5	69.9	86.4	70.7	50.1	57.8
性別	男性	2703	72.6	68.8	84.7	71.9	49.4	56.9
	女性	2587	72.4	71.0	88.2	69.4	50.8	58.7
年代別	29歳以下	645	72.9	69.6	81.9	67.3	47.6	57.5
	30代	828	73.2	73.1	86.2	71.6	49.4	62.2
	40代	1069	77.1	74.9	89.0	74.5	53.6	60.3
	50代	1226	73.5	69.1	87.9	72.8	49.3	56.4
	60代	1522	67.9	65.4	85.5	67.2	49.6	54.9

◆別刷り特集の評価

	全体	別刷り特集は読みごたえがある	別刷り特集には出来るだけ目を通す	別刷り特集を読むのは楽しい	入っている別刷り特集がたっさんの別刷り特集が分になる	別刷り特集の内容は、家族や人との話題にし、やさしい	別刷り特集は、広告も注目する	テレビ番組特集の別刷りは便利だ	別刷り特集は普段より読む回数が増える
全体	5290	67.7	70.7	64.7	47.9	42.3	57.2	77.3	48.4
性別	男性	2703	66.5	69.6	61.6	46.5	40.3	54.3	46.9
	女性	2587	68.9	71.8	67.9	49.4	44.4	60.3	49.8
年代別	29歳以下	645	71.9	66.2	66.8	57.5	48.4	57.8	54.7
	30代	828	71.9	70.8	70.0	55.4	48.3	59.1	54.6
	40代	1069	70.6	75.6	69.4	53.1	44.2	63.2	51.0
	50代	1226	67.3	71.9	63.9	44.6	39.5	58.2	45.0
	60代	1522	61.8	68.0	58.2	38.7	37.5	50.9	43.1

◆元日の新聞広告の感想

	全体	企業の理念や取り組みを知るきっかけとなる	企業への興味・関心が高まる	企業に対する好感が高まる	企業に対する信頼が高まる	商品購入を考えるきっかけとなる	これまで知らなかった企業を知るきっかけとなる	既知の企業にあらためて注目する	ふだんより目がいきり	家族や周りの人との話題になる
全体	5290	63.1	60.2	55.2	49.6	52.3	69.8	62.4	55.6	37.2
性別	男性	2703	61.3	58.2	52.9	48.2	49.5	67.4	60.8	35.4
	女性	2587	65.0	62.4	57.6	51.1	55.3	72.3	64.1	39.1
年代別	29歳以下	645	63.4	64.0	57.4	51.8	58.3	68.7	63.3	46.4
	30代	828	64.5	64.0	56.6	50.8	59.9	68.5	64.5	46.5
	40代	1069	65.9	65.2	60.2	54.2	56.4	73.5	66.8	40.2
	50代	1226	62.2	58.8	53.8	47.7	50.2	69.6	61.1	32.4
	60代	1522	60.9	54.3	51.0	46.4	44.4	68.5	58.8	30.1

◆元日の新聞に広告を掲載する企業のイメージ

	全 体	信 頼 で き る	一 流 の	企 業 の 思 い が 伝 わ る	勢 い の あ る	今 年 期 待 で き そ う な	企 業 の 社 会 的 責 任 が 伝 わ る	地 域 に 根 ざ し て い る	日 本 を 代 表 す る	誠 実 な	余 裕 を 感 じ る	話 題 性 が あ る	伝 統 を 感 じ る	こ の 中 に は な い	
全 体	5290	30.9	26.3	33.3	21.6	19.9	18.4	19.9	14.4	11.2	14.1	15.7	12.7	16.3	
性別	男性	2703	31.8	25.5	31.2	19.1	19.0	19.2	19.6	15.0	11.7	13.9	13.0	13.4	19.1
	女性	2587	30.0	27.2	35.5	24.2	21.0	17.6	20.1	13.8	10.8	14.3	18.6	11.9	13.3
年代別	29歳以下	645	29.8	25.6	23.9	24.2	18.9	11.2	14.4	9.1	9.6	10.4	15.8	7.9	17.1
	30代	828	27.3	26.7	29.5	22.5	19.3	13.0	17.9	10.9	12.0	14.1	12.0	11.0	17.3
	40代	1069	30.2	25.3	30.9	21.0	20.8	16.9	18.3	13.2	10.9	13.6	15.3	12.9	16.7
	50代	1226	31.1	25.7	32.5	20.1	18.1	17.9	20.4	14.4	10.6	13.8	15.3	11.8	15.1
	60代	1522	33.8	27.7	41.7	21.7	21.6	26.0	23.9	19.4	12.2	16.4	18.5	16.1	16.1

◆元日の新聞広告を見ての行動

	全 体	（店初 行に売 ったり 行った きたの 広告を 見たと 思った ）	初新 売聞 りに 広掲 告載 をさ れた 見比 れた 複数 の	に新 欠聞 かの せ初 ない 情報 だは 新年	いと 売の 思の った の廣 告を 保存 した ）	広初 告と にも 、他 注の 目新 した聞 メ廣 ア告 のを見 た	話初 族や 題売 に知 し人 した な 周 り の 人 と 家	思映 つ画 ったの （見 ）に 行 行 き た い と そ の	とそ 思イ った たベ ン の 廣 告 を 見 て 、 そ の	書書 籍籍 のの 興廣 味告 を持 った 、 そ の	思て ったレ （ビ ）見番 組 の 廣 告 を 見 たい 見 と
全 体	5290	57.3	49.5	65.0	22.0	29.8	46.3	34.6	39.9	47.5	74.5
性別	男性	2703	53.7	49.0	61.6	20.2	30.3	32.8	37.9	44.7	70.2
	女性	2587	61.1	50.1	68.7	23.9	29.3	36.5	41.9	50.4	79.0
年代別	29歳以下	645	64.5	50.5	64.5	25.3	35.2	51.9	40.9	40.9	66.8
	30代	828	66.5	53.3	69.0	26.6	33.6	54.3	46.3	43.6	74.0
	40代	1069	65.4	54.7	70.8	26.3	34.0	53.4	44.2	47.8	77.2
	50代	1226	54.7	50.3	65.9	20.3	27.8	43.6	39.0	48.8	76.0
	60代	1522	45.7	42.8	58.4	16.5	24.1	36.8	31.2	51.2	75.0

◆2016年参議院選挙で重視すること

	全 体	年 金 制 度	医 療 ・ 介 護 制 度	教 育 制 度 改 革	子 育 て 支 援	雇 用 ・ 労 働 政 策	原 発 ・ エ ネ ル ギ ー 政 策	等 税 制 ・ 財 政 再 建 ・ 各 省 庁 予 算 見 直 し 以 外 の 見 直 し	消 費 税 の 見 直 し	経 済 政 策 ・ 景 気 対 策	T P P 交 渉 へ の 対 応	領 海 問 題 ・ 外 交 ・ 安 全 保 障 ・ 領 土 ・ 安 全 保 障 ・ 沖 縄 米 軍 基 地 問 題	外 交 ・ 安 全 保 障 ・ 沖 縄 米 軍 基 地 問 題
全 体	5290	53.0	48.6	19.7	29.3	37.1	40.9	33.6	44.8	40.5	21.8	30.1	24.8
性別	男性	2703	51.6	42.8	17.6	24.6	34.4	41.7	36.1	42.2	24.3	35.4	28.3
	女性	2587	54.5	54.7	21.8	34.3	39.8	40.1	31.0	47.5	19.3	24.5	21.2
年代別	29歳以下	645	34.1	34.3	20.3	26.7	36.7	26.5	25.0	40.0	31.2	20.2	15.5
	30代	828	38.9	41.1	22.2	44.4	34.8	30.7	27.8	41.2	34.5	16.5	16.4
	40代	1069	48.1	46.7	21.6	32.3	39.9	34.8	32.4	44.4	41.4	18.0	20.0
	50代	1226	59.6	50.2	16.2	20.1	39.4	42.3	34.4	43.7	42.1	18.5	22.4
	60代	1522	67.0	58.8	19.4	27.6	34.5	55.9	40.6	50.0	45.9	30.7	38.6

地 領 土 外 の 領 海 交 ・ 沖 縄 米 軍 基 地 保 障	格 差 是 正	地 方 分 権	憲 法 改 正	選 挙 制 度 改 革	公 務 員 制 度 改 革	震 災 復 興 ・ 被 災 地 ・ 被 災 者 支 援	防 災 対 策 ・ 道 路 ・ 橋 脚 朽 化 対 策 を 含 む	ト ン ネ ル ・ 港 湾 な ど 老 朽 ・ 地 方 創 生 ・ 地 域 活 性 化 ・ 人 口 減 少 対 策	特 定 秘 密 保 護 法 へ の 対 応	女 性 の 活 躍 推 進	安 保 法 案 へ の 対 応	そ の 他	特 に 重 視 す る も の は な い
20.1	26.2	10.7	31.1	18.4	18.7	25.0	22.2	22.7	18.1	13.7	34.7	2.0	5.1
22.9	27.0	13.1	34.8	22.3	20.1	22.8	21.8	24.1	17.8	8.9	35.7	2.4	4.9
17.1	25.4	8.1	27.2	14.3	17.3	27.3	22.7	21.2	18.5	18.7	33.5	1.7	5.2
13.2	20.2	7.1	21.4	9.9	13.2	17.7	17.8	15.8	12.1	18.4	25.9	2.0	11.9
17.1	23.2	8.9	22.9	12.3	14.4	19.7	17.6	21.1	13.2	13.8	27.4	2.7	6.8
17.9	24.7	8.0	25.1	12.4	16.7	23.9	20.8	19.6	13.8	12.0	29.3	0.9	5.4
19.0	25.8	8.2	29.6	16.2	18.5	25.1	20.6	22.1	17.0	11.3	34.1	1.5	3.9
27.0	31.9	16.9	45.0	31.3	25.0	31.5	29.0	29.1	27.4	14.7	46.5	2.9	1.9

◆ブラジル・リオデジャネイロオリンピック・パラリンピックで注目する競技

	全 体	陸 上 競 技	水 泳	サ ッ カ ー	テ ニ ス	ボ ー ト	ホ ッ ケ ー	ボ ク シ ン グ	バ レ ー ボ ー ル	体 操	バ ス ケ ッ ト ボ ー ル	レ ス リ ン グ	セ ー リ ン グ	ウ エ ィ ト リ フ テ ィ ン グ	ハ ン ド ボ ー ル	自 転 車	
全体	5290	46.8	45.7	36.2	24.7	1.0	1.2	3.8	22.9	49.0	5.5	21.3	1.0	4.2	2.2	3.3	
性別	男性	2703	47.5	41.3	41.4	21.6	1.2	1.6	5.0	22.0	44.7	5.8	22.6	1.1	5.3	2.5	4.7
	女性	2587	46.0	50.2	30.8	28.0	0.8	0.9	2.4	23.9	5.35	5.1	19.9	1.0	3.1	1.8	1.8
年代別	29歳以下	645	28.1	32.6	27.3	19.5	1.7	2.2	2.8	18.4	29.0	5.9	11.5	1.7	2.2	2.0	4.0
	30代	828	37.7	32.7	33.1	19.0	0.7	1.1	3.0	15.8	32.6	3.9	15.0	0.2	2.4	1.3	2.8
	40代	1069	47.9	41.6	37.3	27.1	0.9	1.3	3.9	23.0	41.7	6.6	19.6	1.3	3.6	2.9	4.1
	50代	1226	48.2	47.6	35.2	25.5	0.6	1.4	3.0	24.2	53.5	5.9	23.7	0.7	3.8	2.5	2.9
	60代	1522	57.8	59.5	41.8	27.8	1.2	0.8	5.1	27.7	67.9	5.0	28.2	1.2	6.7	1.8	3.0

卓 球	馬 術	フ ェ ン シ ン グ	柔 道	バ ド ミ ン ト ン	射 撃	近 代 五 種	カ ス ー	ア ー チ ェ リ ー	ト ラ イ ア ス ロ ン	テ コ ン ド ー	ゴ ル フ	7 人 制 ラ グ ビ ー	開 会 式 ・ 閉 会 式	そ の 他	注 目 し て い る 競 技 は な い
22.9	2.5	10.0	34.6	15.0	2.2	1.6	1.0	4.8	3.5	1.5	9.0	21.0	23.9	1.0	16.5
21.8	1.9	8.5	40.0	16.0	2.5	1.6	1.1	4.8	4.3	1.7	12.2	26.1	20.3	0.9	16.1
24.1	3.1	11.6	29.0	14.0	1.9	1.5	1.0	4.9	2.7	1.3	5.7	15.7	27.6	1.2	16.9
14.0	2.8	8.1	16.0	9.9	3.1	2.3	2.2	5.6	3.1	1.2	4.0	11.0	14.4	0.6	26.5
13.4	2.9	6.5	25.2	8.7	1.8	0.6	0.7	4.8	2.4	1.7	4.2	14.6	12.8	1.1	23.2
23.0	3.3	8.2	30.6	16.1	2.7	1.6	1.6	5.9	2.9	2.0	7.3	21.6	20.3	1.4	15.0
24.1	1.7	10.9	36.2	15.3	1.8	1.3	0.6	3.5	3.1	1.1	8.7	24.1	23.8	1.2	15.4
30.8	2.2	13.3	49.1	19.6	2.0	2.0	0.7	4.8	5.0	1.6	15.1	25.8	36.5	0.8	10.5