

回答者プロフィール

性別 (%)

	男性 (n=1,811)	女性 (n=1,990)
全体 (n=3,801)	47.6	52.4

年代 (%)

	15-19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代
全体 (n=3,801)	6.3	9.1	15.0	17.8	15.7	20.4	15.8
男性 (n=1,811)	6.7	9.0	14.9	17.3	15.5	20.1	16.5
女性 (n=1,990)	6.0	9.1	15.1	18.1	15.9	20.6	15.1

職業 (%)

	農林 漁業	商工 サービス 自営業	自由業	管理職	専門・ 技術職	事務職	労務・ サービス職	職種不明	専業 主婦 (夫)	学生	無職	その他	無回答
全体 (n=3,801)	1.6	5.3	2.9	3.2	14.0	12.6	20.2	0.8	14.0	6.5	17.5	0.8	0.6
男性 (n=1,811)	2.5	7.3	3.6	6.4	14.3	12.3	24.0	0.5	0.1	6.9	20.5	0.9	0.7
女性 (n=1,990)	0.9	3.4	2.3	0.2	13.7	12.9	16.7	1.1	26.7	6.1	14.8	0.8	0.5

世帯構成 (%)

	一世代家族 (夫婦のみ)	二世世代家族 (親と子)	三世代以上	単身	その他	無回答
全体 (n=3,801)	20.3	52.1	19.8	6.2	1.2	0.4
男性 (n=1,811)	20.5	53.2	17.8	6.8	1.2	0.4
女性 (n=1,990)	20.1	51.1	21.6	5.7	1.3	0.4

同居家族 (回答者含む) (%)

	1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人以上	無回答
全体 (n=3,801)	6.2	25.2	23.5	22.6	12.5	5.6	2.8	0.9	0.6
男性 (n=1,811)	6.8	25.1	23.4	22.5	12.4	5.4	3.1	0.7	0.6
女性 (n=1,990)	5.7	25.3	23.6	22.8	12.6	5.8	2.6	1.2	0.6

現在の住まい (%)

	持家				賃貸						無回答
	一戸建て	ワンルーム・ マンション (1DK、1K)	マンション (2部屋以上)	その他 (テラスハウス・ 連棟式など)	一戸建て	ワンルーム・ マンション・ アパート (1DK、1K)	マンション・ アパート (2部屋以上)	社宅・寮・ 官公舎	間借り・ 下宿	その他の 賃貸	
全体 (n=3,801)	77.7	0.0	2.2	0.8	5.6	1.5	8.1	1.2	0.2	1.8	0.8
男性 (n=1,811)	77.0	0.1	2.2	0.9	5.1	2.1	8.4	1.5	0.3	1.5	0.9
女性 (n=1,990)	78.4	—	2.3	0.7	6.0	1.0	7.8	1.0	0.1	2.0	0.8

各メディアの接触者

本報告書では、「各メディアに実際に接している人」を次のように定義した。

新聞購読者	具体的に紙名を挙げて新聞を購読していると答えた人	購読者全体 (朝・夕刊の別なし)	n=3,018
		朝刊購読者	n=2,969
		夕刊購読者	n=969
新聞閲読者	新聞を読んでいると答えた人 (閲読頻度を尋ねる質問から集計)	閲読者全体 (朝・夕刊の別なし)	n=3,177
		朝刊閲読者	n=3,163
		夕刊閲読者	n=1,001
テレビ視聴者	テレビを視聴していると答えた人 (視聴頻度を尋ねる質問から集計)		n=3,724
ラジオ聴取者	ラジオを聴取していると答えた人 (聴取頻度を尋ねる質問から集計)		n=1,991
雑誌閲読者	雑誌を読んでいると答えた人 (閲読頻度を尋ねる質問から集計)		n=2,592
インターネット利用者	インターネットを利用していると答えた人 (利用頻度を尋ねる質問から集計)		n=2,538

広告メディアの接触者

「各広告メディアに接触している人」の定義は以下のとおり。

広告接触者	広告への接触態度に関する5つの選択肢 (26、27、38、39ページ参照) の中から1つ以上、「あてはまる」と答えた人
-------	---