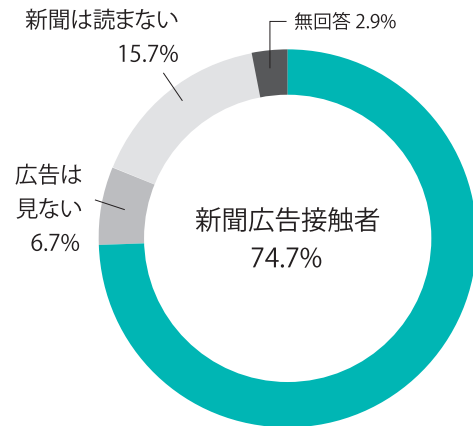
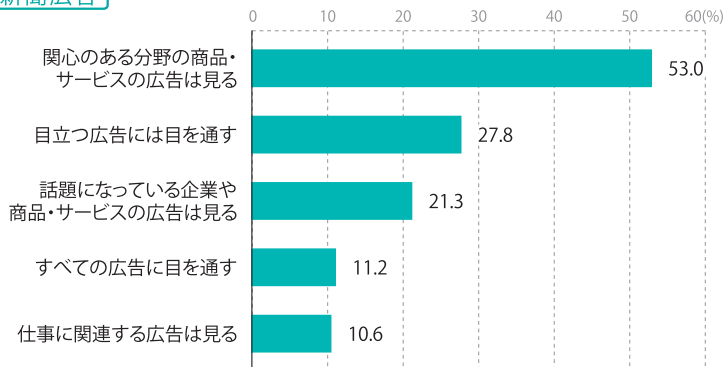


読者の興味・関心に応える新聞広告

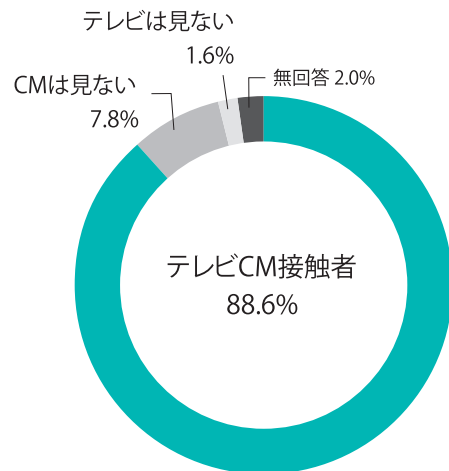
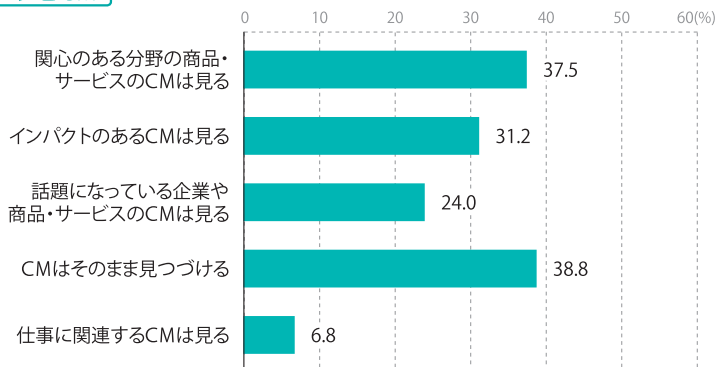
この調査では、広告への接触態度をメディア別に尋ねています。接触態度に関する5つの選択肢の中から1つ以上、「あてはまる」と回答した人を、広告接触者として集計しています。新聞広告を見ている人は、全体の74.7%でした。新聞広告は「関心のある分野の商品・サービスの広告は見る（CMは見る／聞く）」と回答した人の割合が全メディアの中で最も高く、53.0%に上っています。

図37 各メディアの広告接触状況 (複数回答、n=3,801)

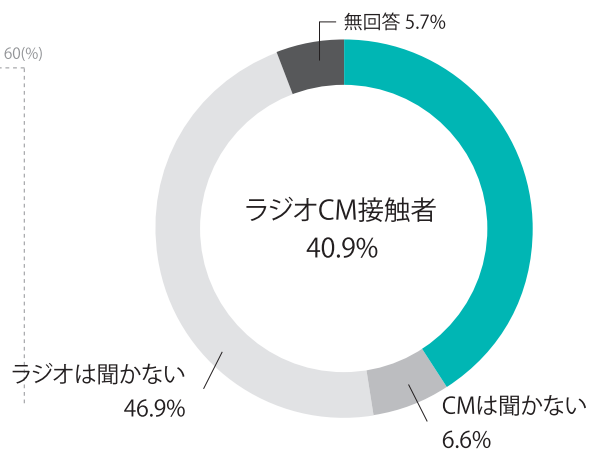
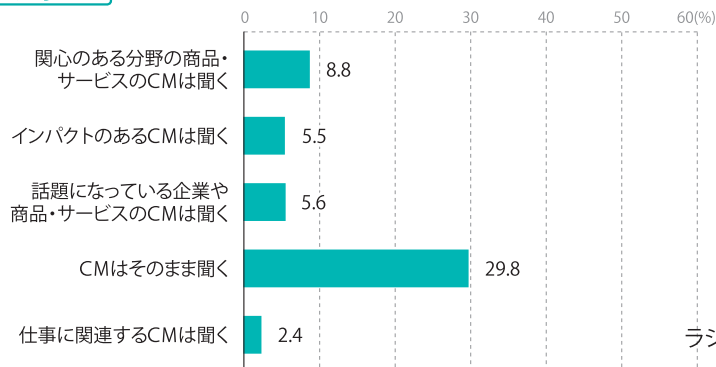
新聞広告



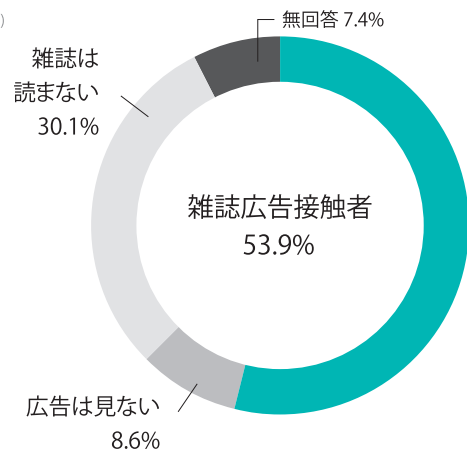
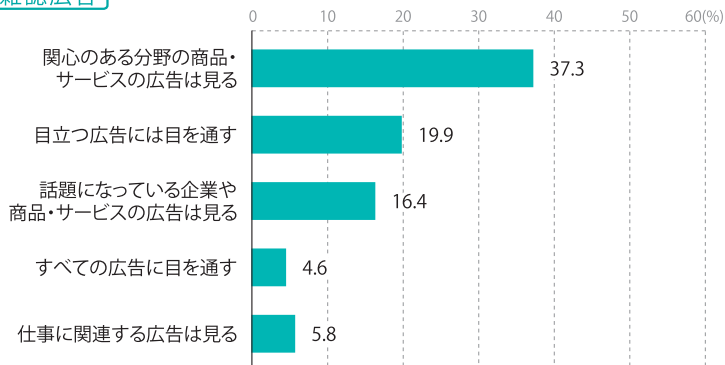
テレビCM



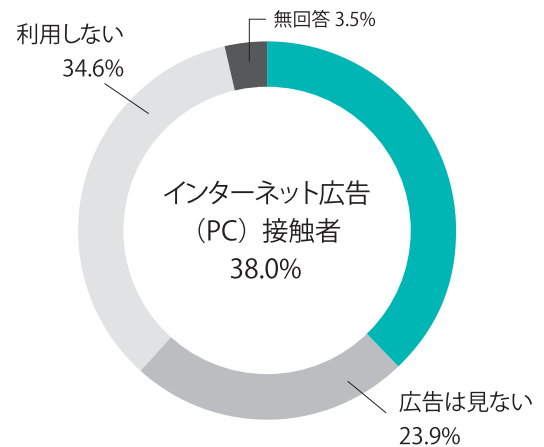
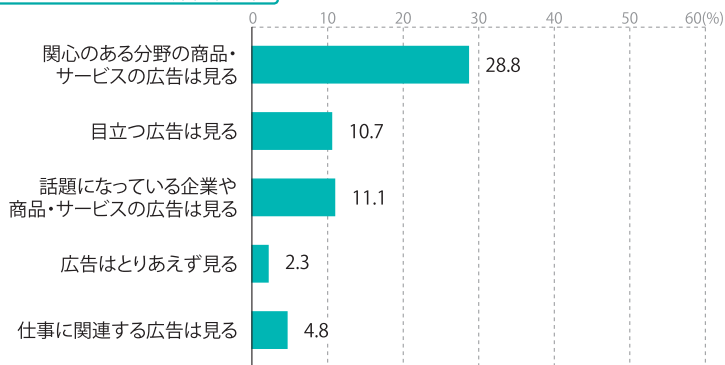
ラジオCM



雑誌広告



インターネット広告 (PC)



インターネット広告 (携帯電話・スマートフォン・PHS)

