

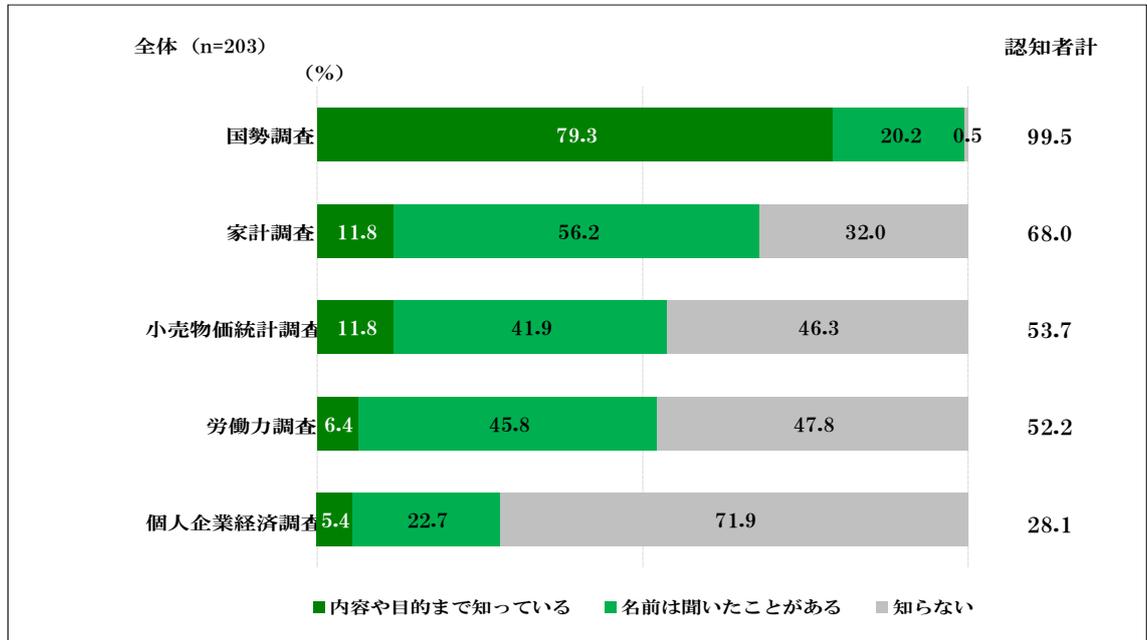
統計調査の認知度（平成 22 年度新聞広報より）

調査概要

- 【調査対象】 朝日新聞購読世帯から選ばれたモニター15～69歳の男女
- 【調査地域】 首都半径30KM圏内
- 【抽出方法】 モニターの選出方法
- ① 国勢調査より調査地点を抽出し、表札付き住宅地図により世帯抽出。
 - ② 該当世帯を訪問し、対象者をスクリーニングし、モニター依頼をする。
 - ③ モニターになることを承諾してくれた人に購読紙調査を行い、朝日新聞購読者であることが確認されたモニターを調査パネルとして設定する。（2年間で交替）
- 【対象人数】 ①朝日新聞を購読するモニター300人を1グループとする複数のグループを編成。（1回あたり1グループを使用）
- ② パネルの構成にあたっては、(株)ビデオリサーチ社が実施している「全国新聞総合調査（J-READ）」の結果をもとに、性×年齢構成比が実際の朝日新聞購読者の構成に近くなるように割り当てている。
- 【実施方法】 パソコンを利用したインターネット経由のウェブ調査。
- 【調査実施日】 掲載日翌日。調査実施日は事前に知らせていない。
- 【回収数（率）】 203（67.7%）
- 【調査機関】 (株)マーケティングセンター

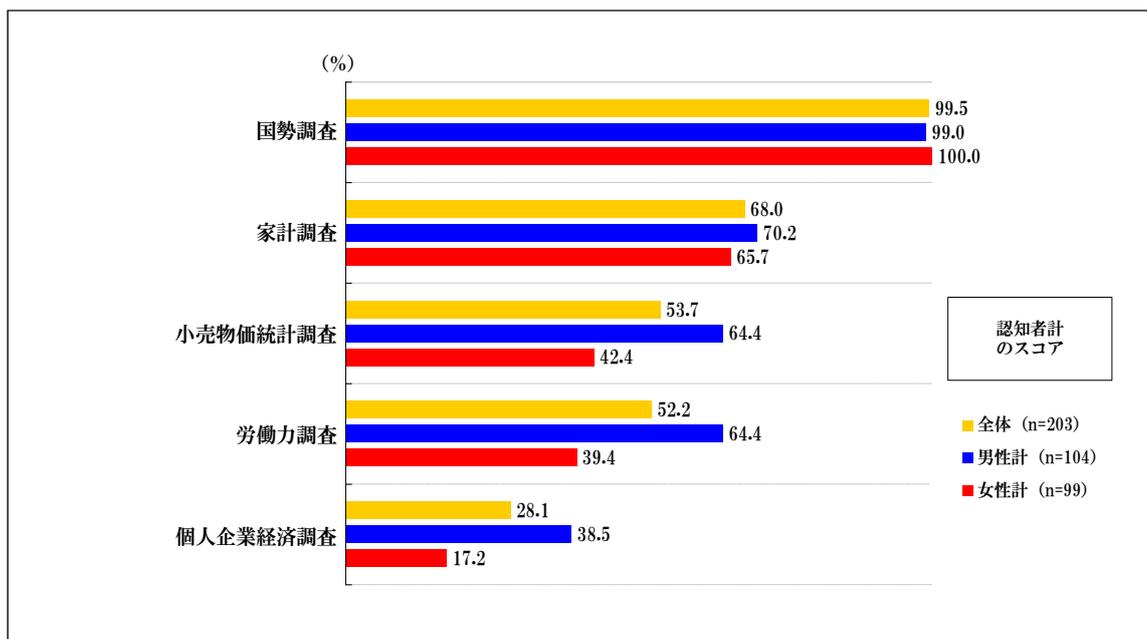
統計調査認知状況

Qあなたは、総務省統計局が行っている下記の統計調査をそれぞれご存じですか。



統計調査認知状況(性別)

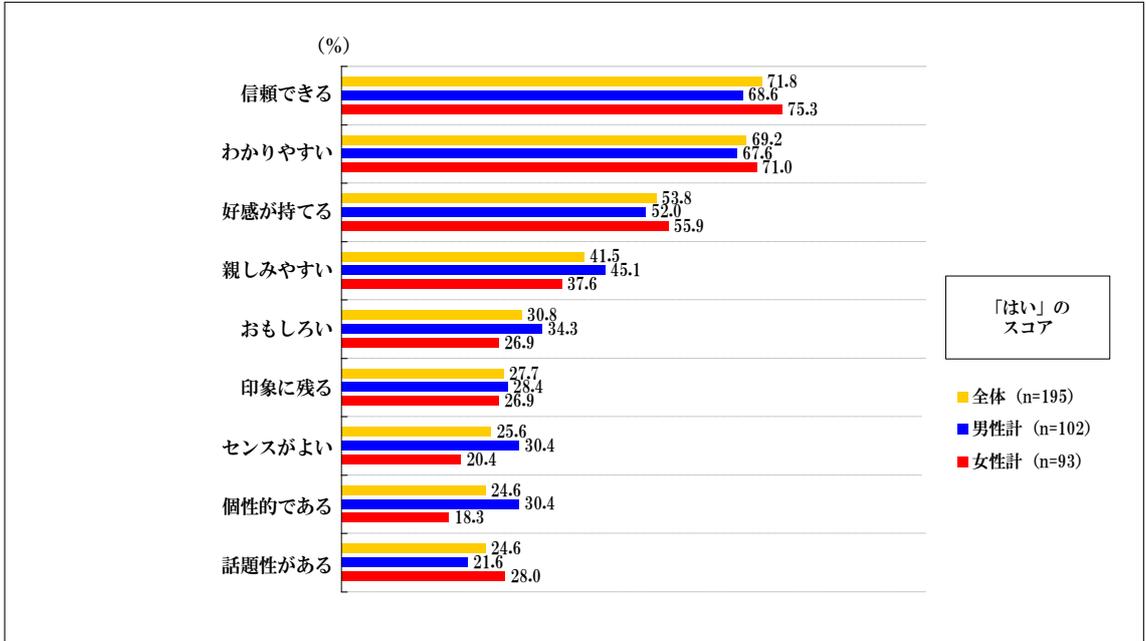
Qあなたは、総務省統計局が行っている下記の統計調査をそれぞれご存じですか。



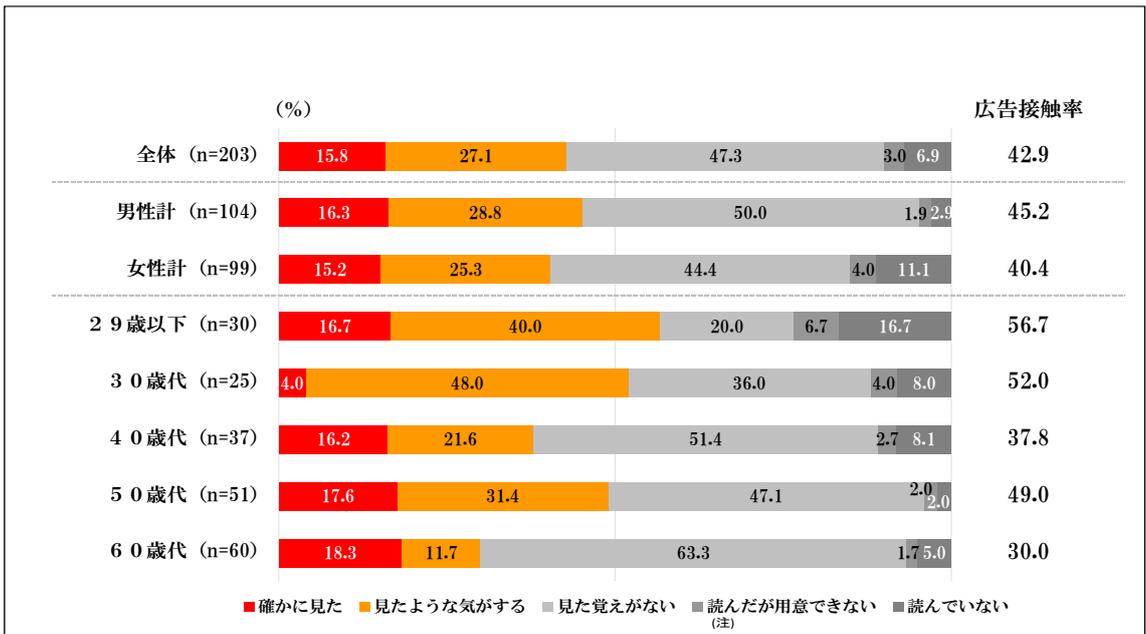
広告の印象(性別)

※朝刊が手元にある人

Qあなたがこの広告をご覧になったときの印象を、以下にあげる各項目についてお答えください。



広告接触率

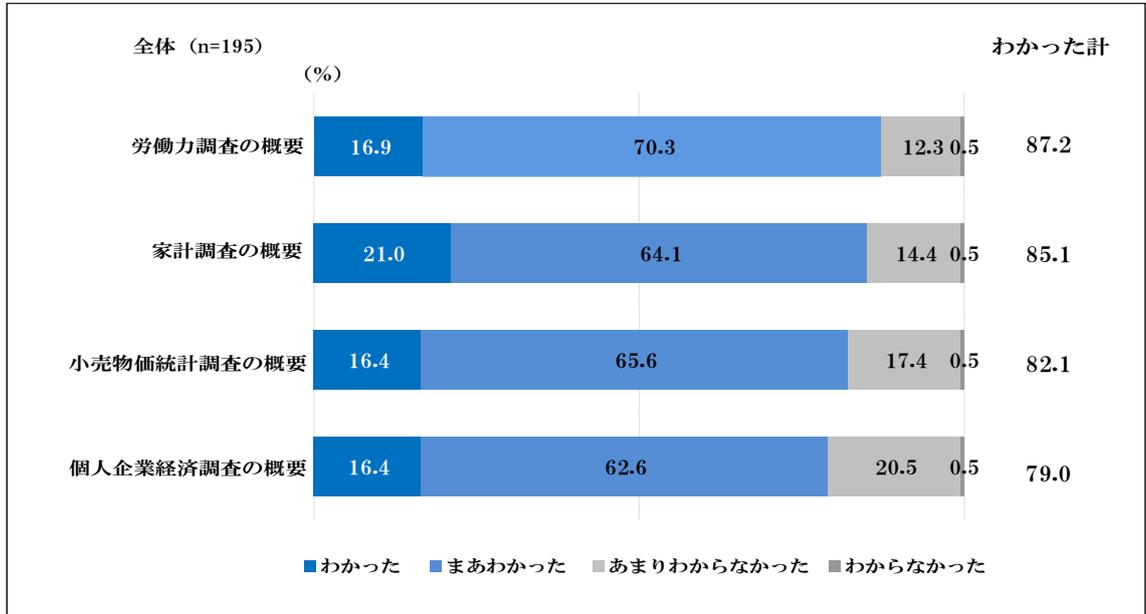


注) 読んではいれるが、手元に掲載紙が準備できない

広告内容理解度

※朝刊が手元にある人

Qあなたはこの広告をご覧になって、次にあげることがどの程度わかりましたか。



広告の感想

※朝刊が手元にある人

Qあなたはこの広告をご覧になって、どのような感想をお持ちになりましたか。

