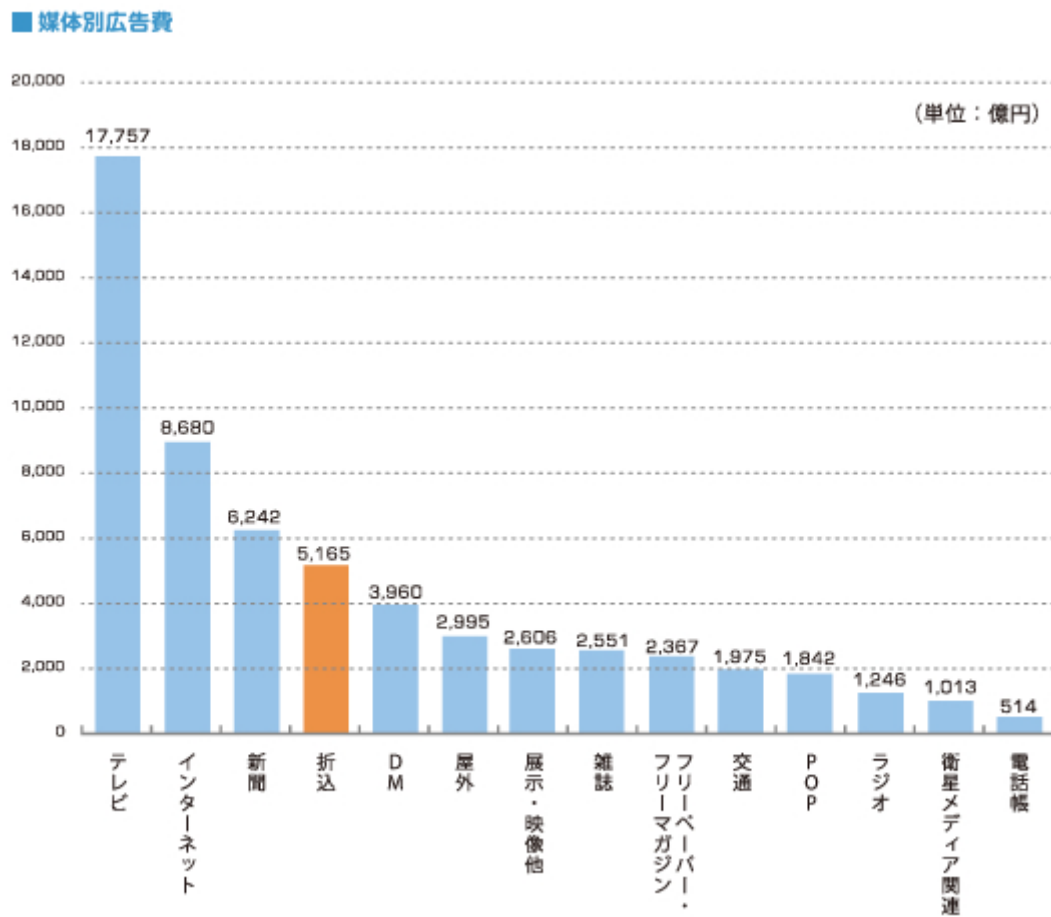


折込広告 Media Data

1. 折込チラシはプロモーションメディアで最も利用されているメディアです

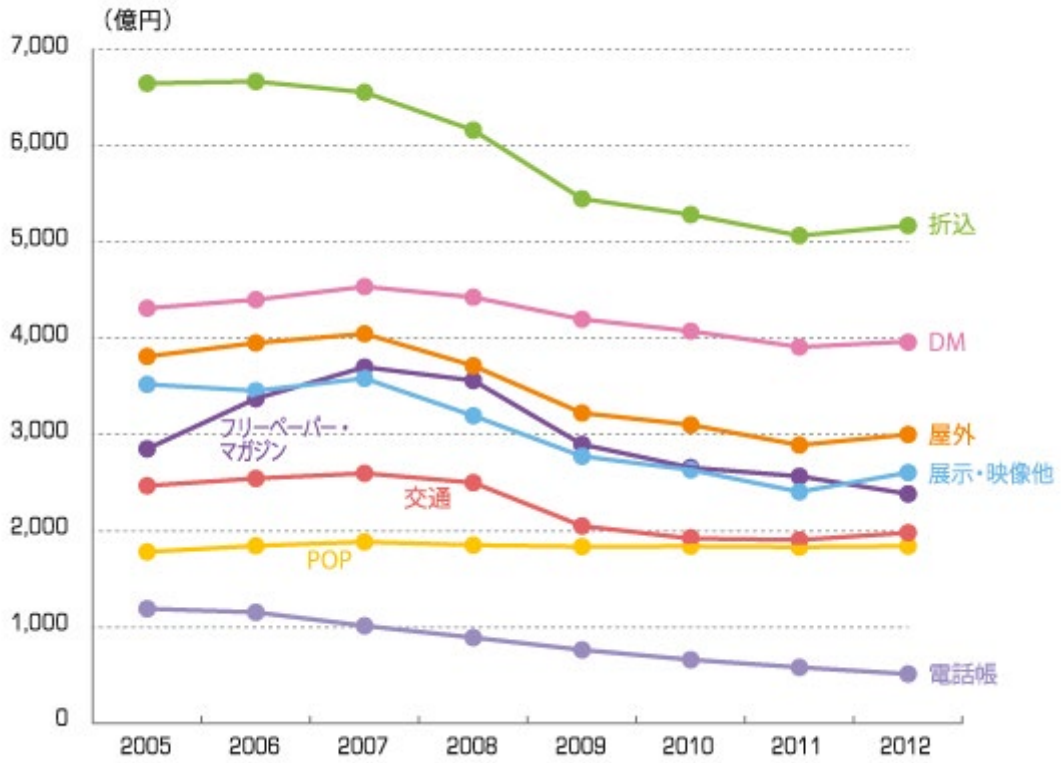
媒体別広告費



出典：電通「日本の広告費 2012年」

プロモーションメディア広告費の推移

■ プロモーションメディア広告費の推移



出典：電通「日本の広告費 2012年」

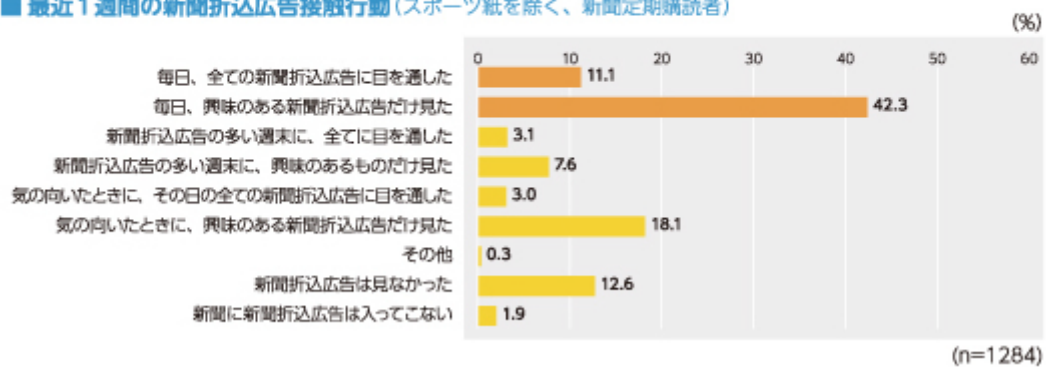
2. 折込チラシは身近で注目率の高いメディアです

1 週間の新聞折込広告接触行動

※新聞定期購読者が1週間のうち、何らかの形で新聞折込広告を閲覧したのは85.2%。さらに、新聞定期購読者の53.4%が、新聞折込広告を毎日閲覧する。

●最近1週間の新聞折込広告接触行動を見ると、「毎日、全ての新聞折込広告に目を通した」が11.1%、「毎日、興味のある新聞折込広告だけ見た」が42.3%と、毎日閲覧している人は53.4%である。

■ 最近1週間の新聞折込広告接触行動（スポーツ紙を除く、新聞定期購読者）



出典：一般社団法人 日本新聞折込広告業協会（J-NOA）
「新聞折込広告調査 REPORT 2012」

3. 「女性の注目率が高い！」これが折込チラシ最大の特徴です

属性別クロス集計

■ 属性別クロス集計

■ : 全体に比べて10ポイント以上高い ■ : 全体に比べて5ポイント以上高い (%)

	n	毎日閲覧		週末閲覧		気の向いたとき		毎日閲覧	週末閲覧	気の向いたとき	
		毎日、全ての新聞折込広告に目を通した	毎日、興味のある新聞折込広告だけを見た	新聞折込広告の多い週末に、全ての新聞折込広告に目を通した	新聞折込広告の多い週末に、興味のあるものだけを見た	気の向いたときに、その日の全ての新聞折込広告に目を通した	気の向いたときに、興味のある新聞折込広告だけを見た				
全 体	1284	11.1	42.3	3.1	7.6	3.0	18.1	53.4	10.7	21.1	
性 別	男性	675	9.0	34.8	5.0	10.8	3.4	20.0	43.8	15.8	23.4
	女性	609	13.5	50.6	1.0	3.9	2.6	15.9	64.1	4.9	18.5
年 代	20代	198	6.6	27.3	3.5	9.1	2.0	25.3	33.9	12.6	27.3
	30代	197	13.7	40.1	4.1	8.6	4.6	16.8	53.8	12.7	21.4
	40代	245	14.7	41.6	4.5	9.0	2.4	18.8	56.3	13.5	21.2
	50代	314	10.2	49.4	2.9	6.7	3.2	13.4	59.6	9.6	16.6
	60代	330	10.6	46.4	1.5	5.8	3.0	18.5	57.0	7.3	21.5
未 婚 婚	未婚	402	6.0	32.6	2.7	8.7	2.7	24.1	38.6	11.4	26.8
	既婚	882	13.5	46.7	3.3	7.0	3.2	15.3	60.2	10.3	18.5
職 業	勤め人	427	9.8	36.3	5.9	13.1	2.3	18.3	46.1	19.0	20.6
	経営者・管理職	108	5.6	39.8	4.6	14.8	4.6	17.6	45.4	19.4	22.2
	自営業・専門職	136	9.6	34.6	1.5	6.6	5.1	22.1	44.2	8.1	27.2
	アルバイト・学生	195	10.3	39.5	2.1	4.6	4.6	20.0	49.8	6.7	24.6
	専業主婦	300	17.3	57.7	0.7	1.0	1.7	12.7	75.0	1.7	14.4
	無職・その他	118	8.5	40.7	1.7	3.4	2.5	23.7	49.2	5.1	26.2

出典：一般社団法人 日本新聞折込広告業協会 (J-NOA)
「新聞折込広告調査 REPORT 2012」