

# 選挙広告は 朝日新聞

第45回  
衆議院議員選挙  
DATA FILE  
選挙広告

発行—朝日新聞社  
広告局ウェブサイト [ADV] <http://adv.asahi.com>

東京本社広告局  
〒104-8011 東京都中央区築地5-3-2  
電話03-3545-0131 (大代表)

大阪本社広告局  
〒530-8211 大阪市北区中之島3-2-4  
電話06-6231-0131 (大代表)

西部本社広告部  
【小倉】  
〒803-8586 北九州市小倉北区室町1-1-1  
電話093-563-1131 (大代表)

【福岡本部】  
〒812-8511 福岡市博多区博多駅前2-1-1 福岡朝日ビル4階  
電話092-411-1131 (代表)

名古屋本社広告部  
〒460-8488 名古屋市中区栄1-3-3  
電話052-231-8131 (大代表)

北海道支社営業センター 広告チーム  
〒060-8602 札幌市中央区北2条西1-1-1  
電話011-281-2131 (大代表)

選挙に行く無党派層をつかむ!

第45回  
衆議院議員選挙  
DATA FILE  
選挙広告

**01 第45回 衆議院議員選挙に向けて****02 朝日読者3つのポイント**

選挙戦の焦点となる政策課題への関心

**06 選挙広告は朝日新聞**

無党派層が7割占める

選挙に行く無党派層が過半数

**08 政党の情報は、新聞・TVから**

候補者の情報も、新聞・TVから

**10 投票行動は公示後に決定**

読者の8割が選挙広告を閲覧

**12 データから見る朝日新聞**

全国で2,000万人以上に到達

**14 選挙広告の掲載について**

衆議院議員選挙における公費広告の種類

候補者広告や政党広告などのドッキング

**16 掲載手続きとご注意**[asahi.com](https://www.asahi.com)について

DATA MEMO

# 第45回 衆議院議員選挙に 向けて

朝日新聞社 政治エディター

**根本 清樹**

いよいよ総選挙が迫ってきました。あの劇的な郵政総選挙から、はやくも4年。有権者が待ちに待った「選択のとき」です。

今回の総選挙が持つ意味を考えてみます。

5月、自民党総裁である麻生太郎首相と、民主党の鳩山由紀夫代表が向き合い、初めての党首討論をしました。冒頭、首相はこう切り出しました。

「（麻生氏と鳩山氏の）どちらが内閣総理大臣としてふさわしいか、もしくは、（自民党と民主党の）どちらの政党が政権を担う力があるか」

この問いかけは、今回の総選挙の核心を言い当てています。

自民、民主の二大政党が、「政権交代」の是非をかけて正面からぶつかりあうたかいかです。私たち有権者からみれば、そのどちらに今後の日本のかじ取りを任せるのかを選ぶチャンスです。

まさに「政権選択」。それが、これほどクローズアップされた総選挙は過去にありません。

戦後の日本政治では、例外的な一時期を除き、自民党が政権を担う時代が続きました。自民党に対抗して政権をうかがうような政党は、なかなか育ちませんでした。

しかし、20年におよぶ「政治改革」の積み重ねは、日本の政治を変えつつあります。曲折はありましたが、民主党が自民党に肉薄するところまで成長してきました。

その意味で、今回の総選挙こそ、実質上初めての「政権選択」選挙とっていいと思います。

もちろん、先の党首討論でも語られたように、政権交代は手段であって、目的ではありません。政権にあって、いったい何を実行するのか。それが問われなければなりません。

自民、民主両党以外にも、さまざまな理念や主張を持つ政党があります。

それぞれの政党、それぞれの候補者は、どんな日本をつくろうとしているのか。私たち有権者が知りたいのは、そうしたビジョンであり、そのための具体的な政策です。

世界的な経済危機を、どう乗り切るのか。傷んだ社会保障をどう再構築し、広がる格差をどう改めるのか。膨れあがった国の借金を減らすことはできるのか。

暮らしに直結する重要な課題をめぐって、有権者にどんなメッセージを届けるのか。総選挙の結果を左右するのは「言葉」です。

# 朝日読者 3つのポイント

**1** 選挙戦の焦点となる  
政策課題への関心が高い

**2** 8割以上が選挙に行く

**3** 無党派層が7割と多い

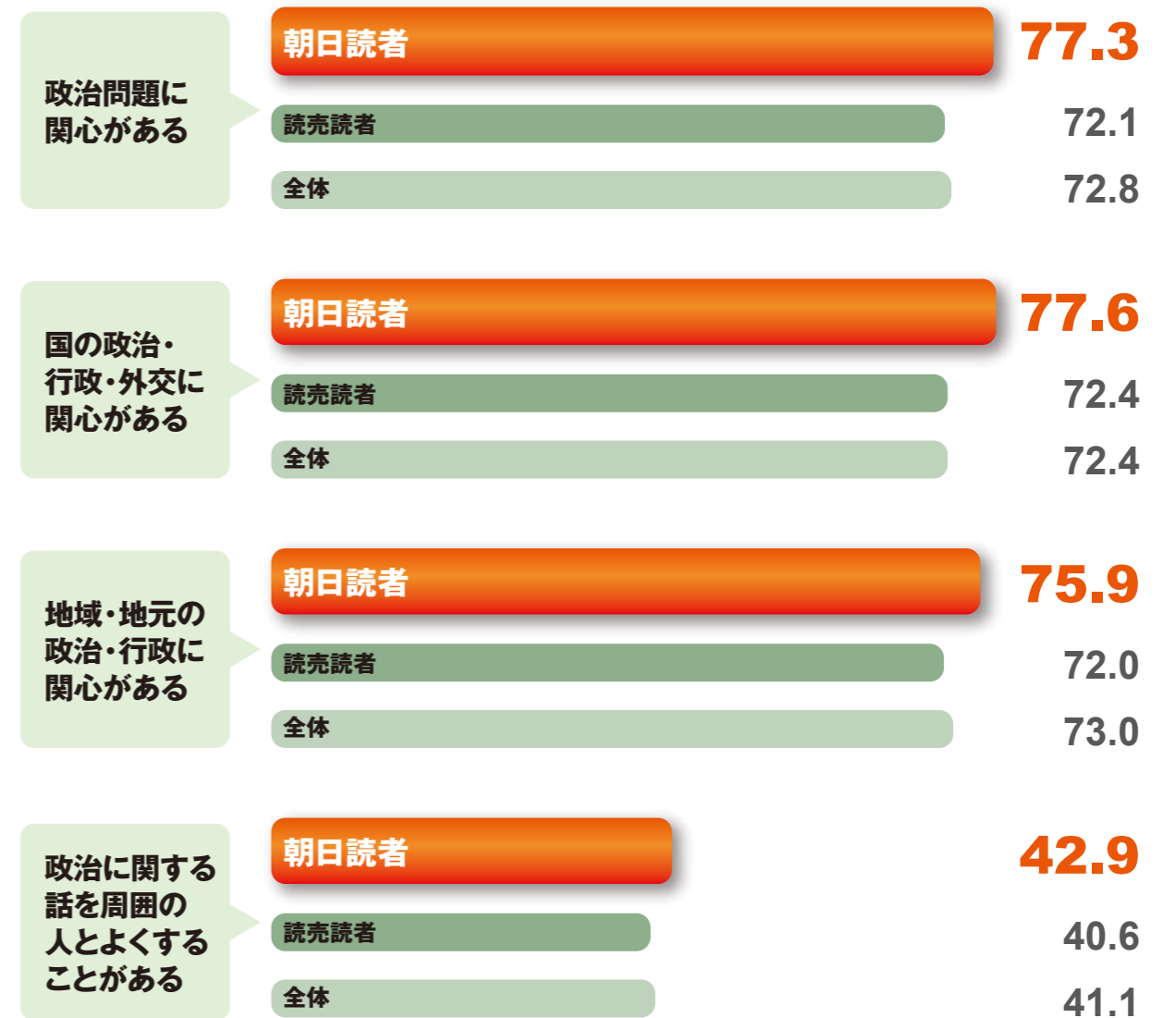
## 朝日読者の4人に3人が 政治問題への「関心あり」

朝日読者で「政治問題に関心がある」人は約77%にのぼります。「国の政治・行政・外交に関心がある」人は約77%、「地域・地元の政治・行政に関心がある」も75%を超えており、朝日読者は普段から政治に高い関心を寄せています。

### Q 政治に対する意識は？

●政治に対する意識

朝日新聞購読者 (n=18,570)  
読売新聞購読者 (n=20,290)  
全体 (n=91,128)



ビデオリサーチ「第7回全国新聞総合調査(J-READ)」より

# 選挙戦の焦点となる政策課題への 関心が高い朝日読者

朝日読者は「景気の動向」や「日本の財政赤字」、「医療・年金問題」など、多くの社会問題に高い関心を寄せています。

## Q 政策課題に対する意識は？

朝日新聞購読者 (n=18,570)  
読売新聞購読者 (n=20,290)  
全体 (n=91,128)

### ●景気・経済に対する意識



### ●環境問題に対する意識



### ●福祉・年金に対する意識



### ●医療制度に対する意識



### ●食糧問題に対する意識

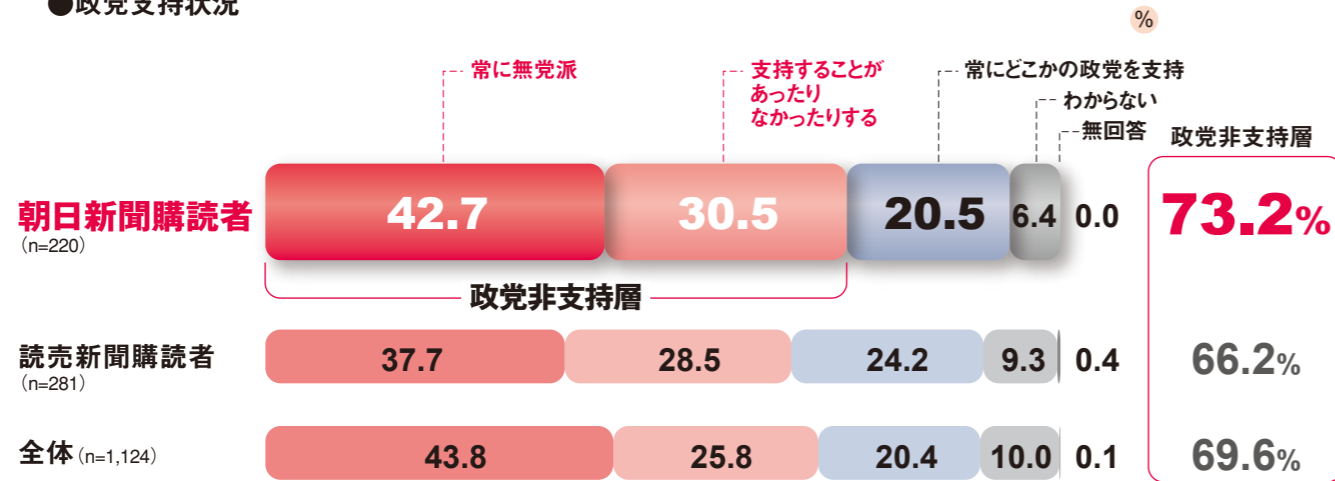


# 無党派層が7割占める

朝日読者の政党支持状況は、「常に無党派」が42.7%、「支持することがあったりなかったりする」が30.5%。合わせて73.2%の朝日読者は支持政党が固まっていません。また、普段の国政選挙への投票行動は、「必ず行く」と「行くことが多い」を合わせた8割以上の朝日読者が、選挙に参加すると回答しています。

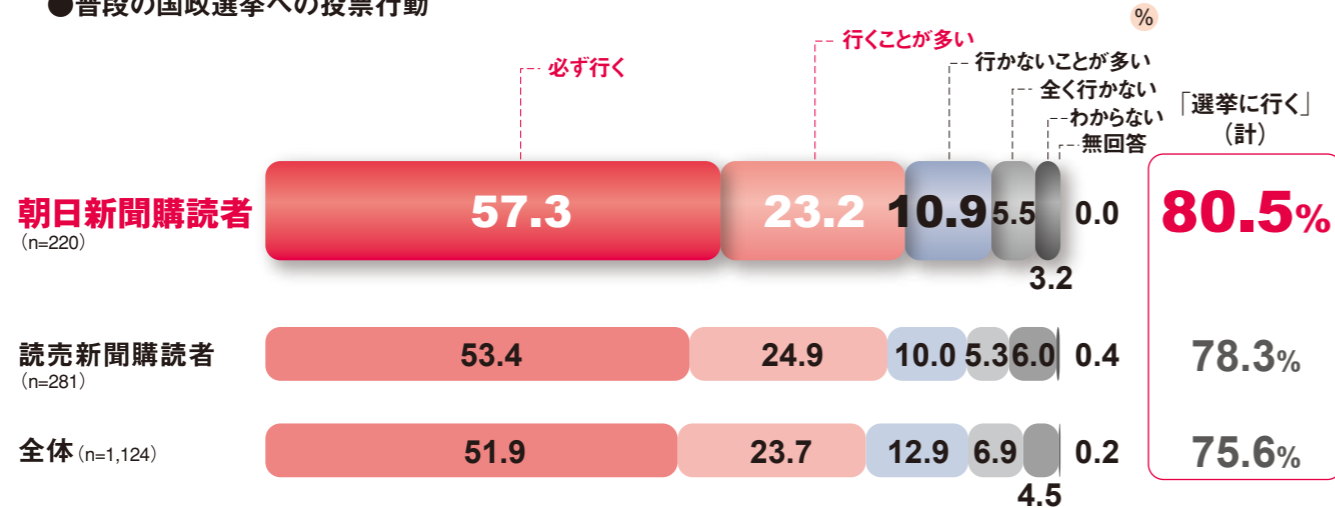
## Q 普段、政党を支持していますか？

●政党支持状況



## Q 国政選挙の際、投票に行きますか？

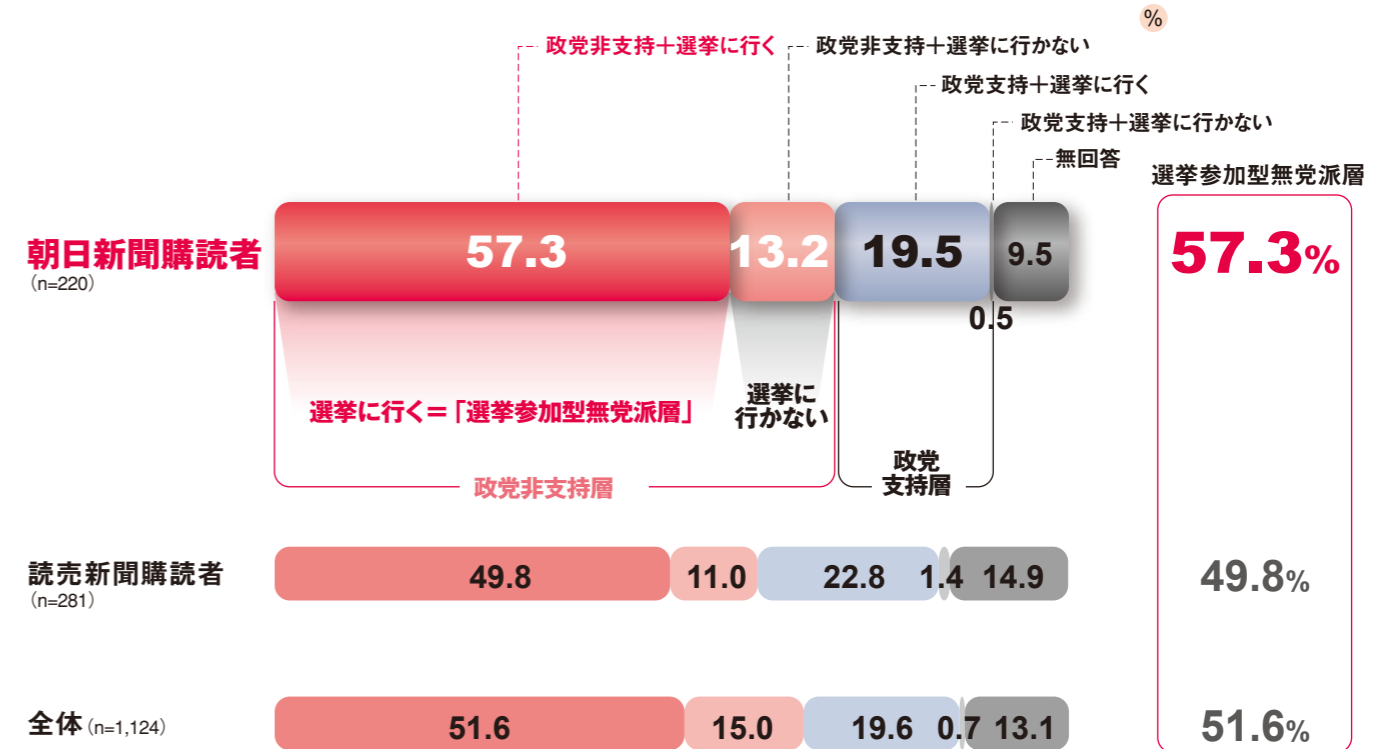
●普段の国政選挙への投票行動



# 選挙に行く無党派層が過半数

「無党派層」と一口に言っても、選挙に参加する人とならない人がいます。本当に重要なカギになる人は、**選挙に行く無党派層**です。朝日読者は、他紙に比べて選挙に行く無党派層＝「**選挙参加型無党派層**」の割合が高くなっています。

●選挙参加型無党派層の占める割合

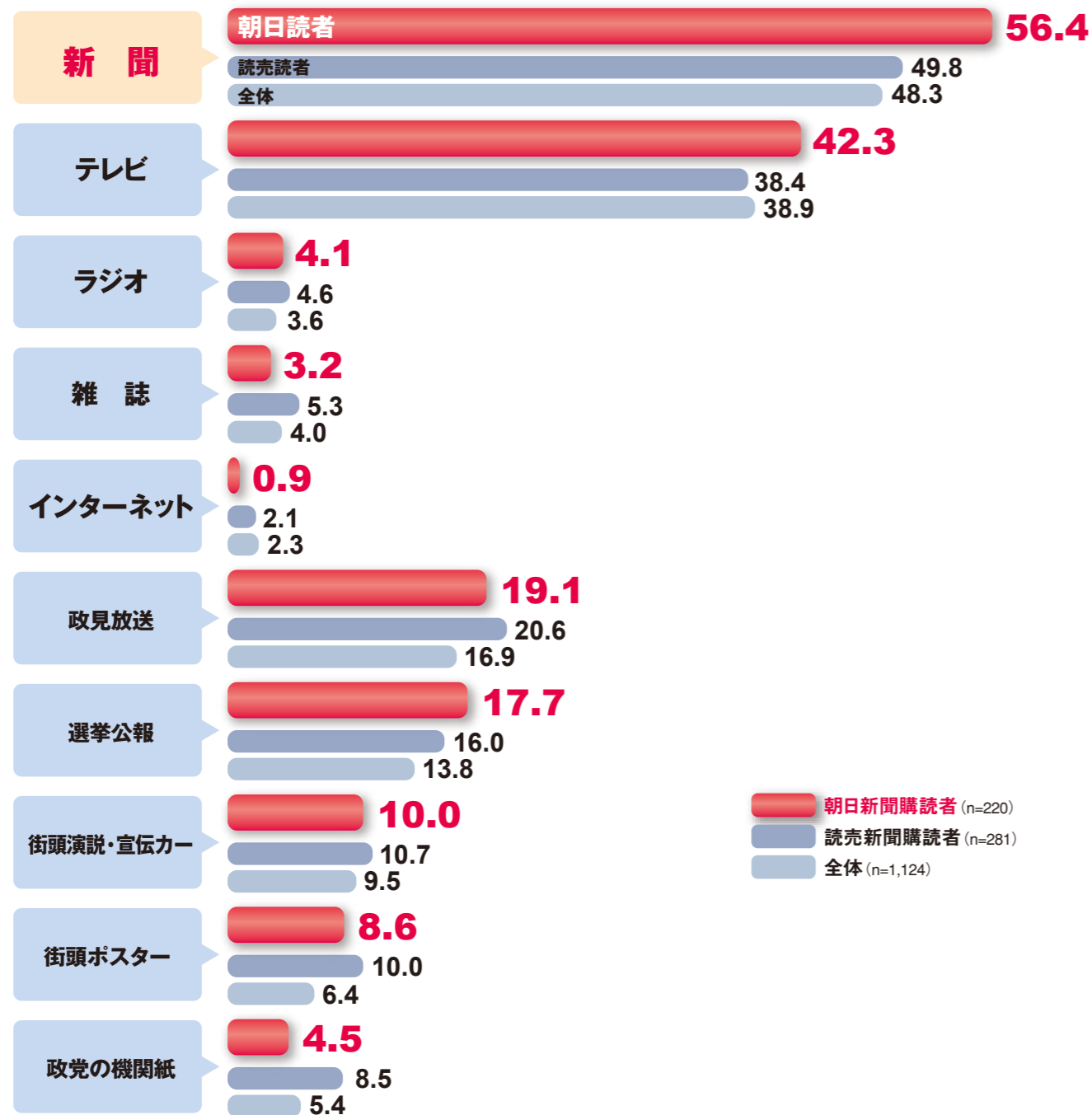


# 政党の情報は、新聞・TVから

政党を選ぶ際の情報源は、「新聞」と「テレビ」を多くの人が挙げています。  
特に朝日読者では、「新聞」を参考にしている人が半数を超えています。

## Q 投票する政党を検討するとき、どのような情報を参考にしますか？

●投票する**政党**を決める際に参考にする情報源（複数回答）



■ 朝日新聞購読者 (n=220)  
■ 読売新聞購読者 (n=281)  
■ 全体 (n=1,124)

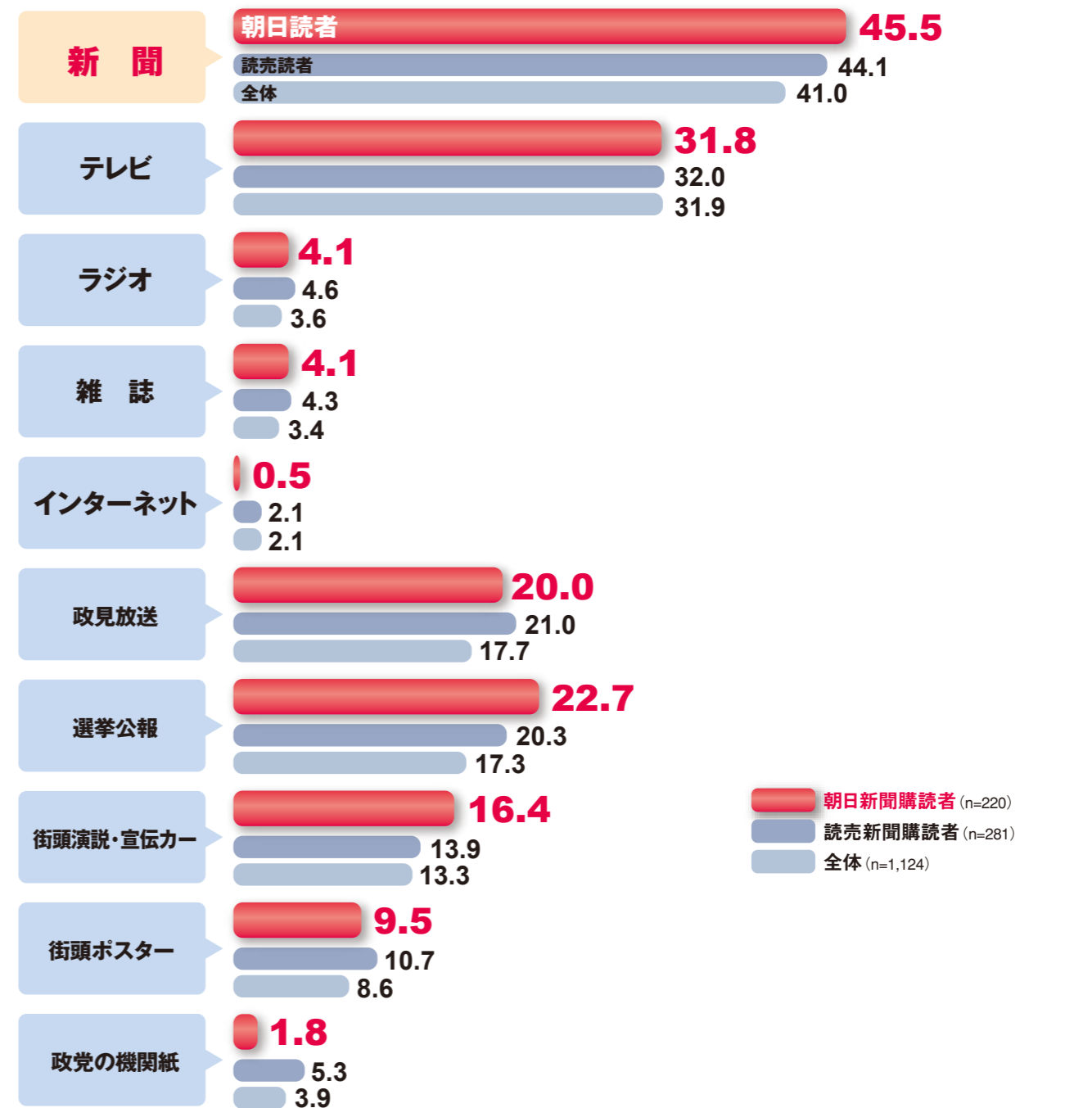
朝日新聞社「2007年選挙に関する意識調査」より

# 候補者の情報も、新聞・TVから

候補者を選ぶ際の情報源も「新聞」と「テレビ」が中心です。  
全体の傾向は、政党選びの場合と似ています。

## Q 投票する候補者を検討するとき、どのような情報を参考にしますか？

●投票する**候補者**を決める際に参考にする情報源（複数回答）



■ 朝日新聞購読者 (n=220)  
■ 読売新聞購読者 (n=281)  
■ 全体 (n=1,124)

朝日新聞社「2007年選挙に関する意識調査」より

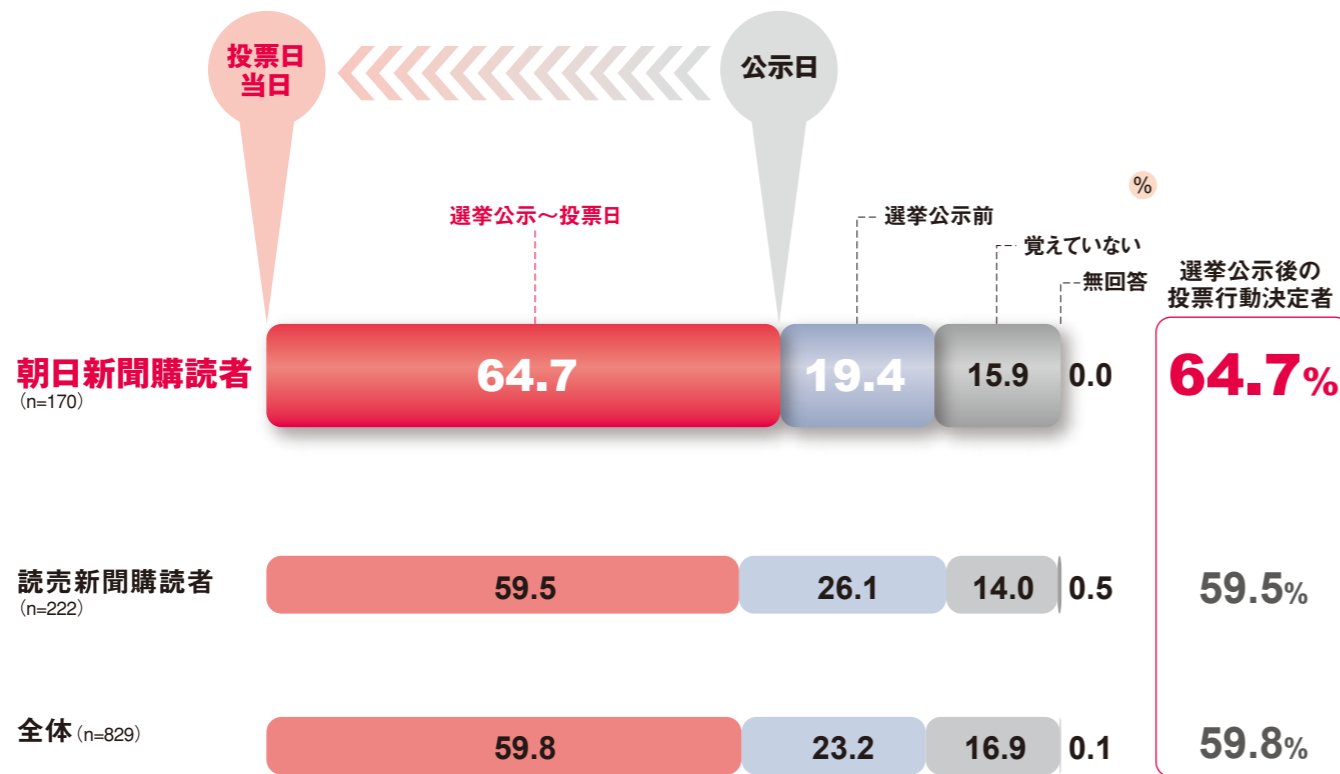
# 投票行動は公示後に決定

選挙公示～投票日の間に投票行動を決定する人は、全体の6割強。  
朝日読者ではさらに高い数値を示しています。  
この期間の広告活動が、有権者の投票行動の決定に大きな影響を与えといえます。

## Q 2005年の衆議院選挙で投票する政党・候補者を、いつごろ決めましたか？

### ●2005年衆院選時の投票態度決定時期

※2005年衆院選に「行った」と回答した人

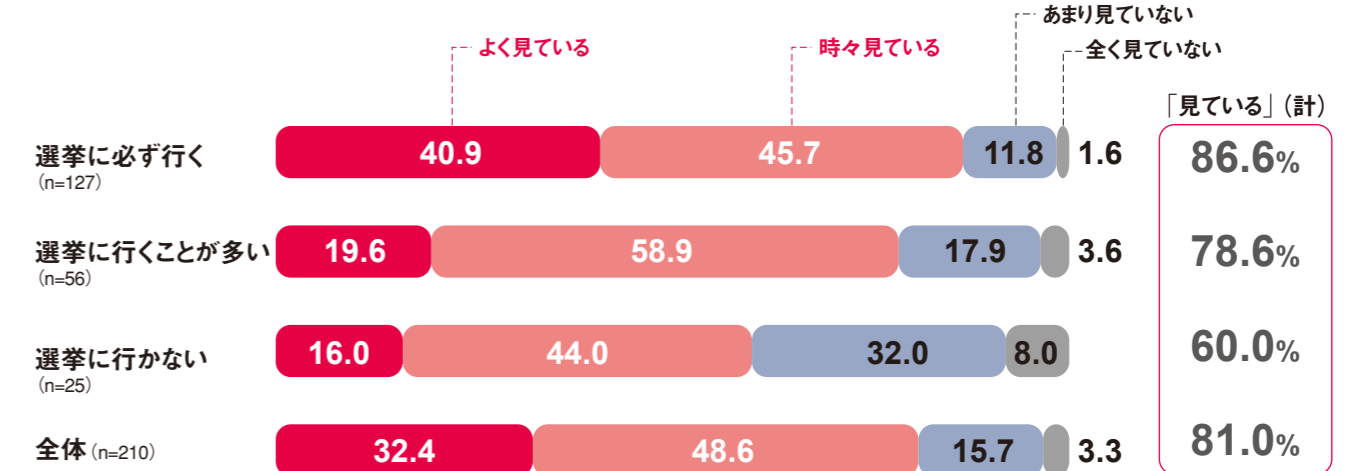


# 読者の8割が選挙広告を閲覧

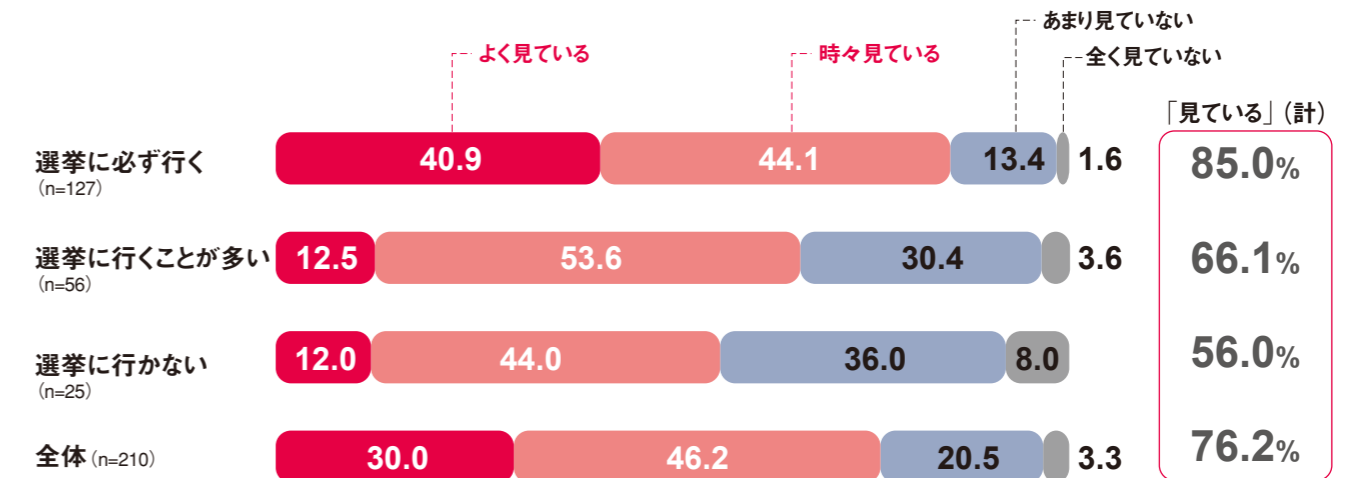
2005年の衆院選の投票日直前に、選挙広告の閲覧状況をたずねると、政党広告、候補者広告ともに、全体で8割前後の人が「見ている」と回答しました。選挙広告に対する有権者の関心が高いことがわかります。特に、選挙に行く意向が高い人ほど広告に注目していることがわかります。

## Q 選挙公示日以降、新聞に掲載されている政党・候補者の広告を見えていますか？

### ●選挙期間中の政党広告閲覧状況



### ●選挙期間中の候補者広告(自選挙区)閲覧状況



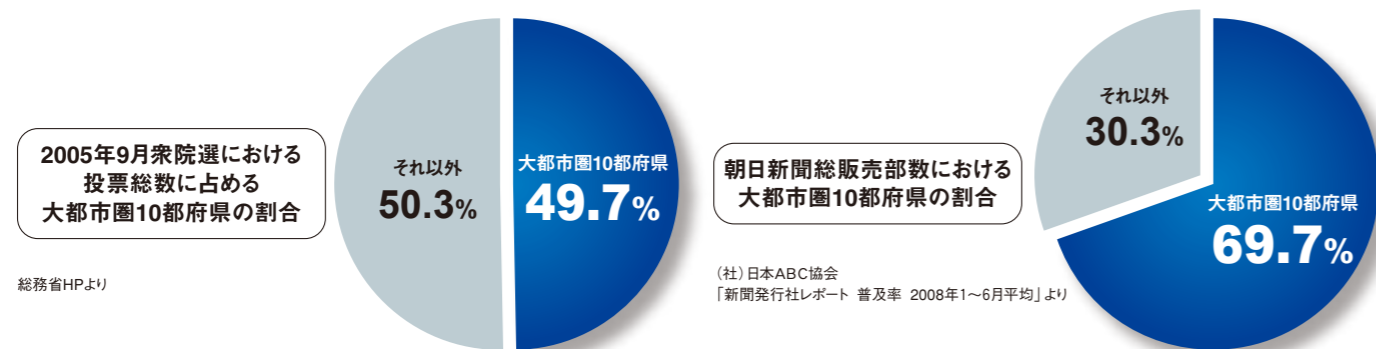
# 全国で2000万人以上に到達

朝日新聞は全国で約804万部を発行し、幅広い層の人たちに到達するメディアです。  
全国で毎日約2,000万人以上が朝日新聞を読んでいます(平均回読人数2.54人)。

※大都市圏10都府県……東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、福岡県



国政選挙における大都市圏10都府県の投票数は、全国の投票総数の約半数を占めています。  
大都市圏での朝日新聞の部数は、全国の総販売部数の約7割を占めています。  
大都市圏に広く到達する朝日新聞を活用することで、党の施策を多くの人に効率的にアピールすることができます。

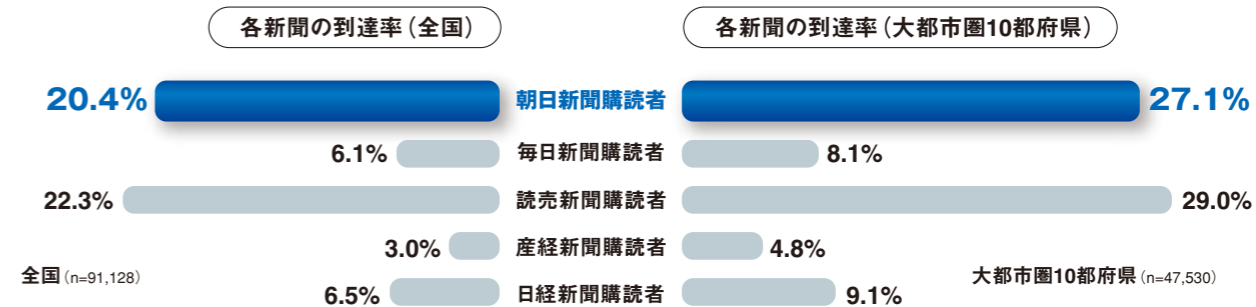


2005.9衆議院議員選挙 (比例代表) 投票人数						2005.9衆議院議員選挙 (比例代表) 投票人数							
都道府県名	投票者数 (人)	世帯数	朝日新聞朝刊部数	朝刊普及率 (%)	読売新聞朝刊部数	朝刊普及率 (%)	都道府県名	投票者数 (人)	世帯数	朝日新聞朝刊部数	朝刊普及率 (%)	読売新聞朝刊部数	朝刊普及率 (%)
北海道	3,296,546	2,618,005	152,295	5.82	231,948	8.86	滋賀県	746,066	496,305	114,859	23.14	141,129	28.44
青森県	773,388	565,347	25,166	4.45	28,985	5.13	京都府	1,390,225	1,096,291	198,969	18.15	198,055	18.07
岩手県	800,265	499,351	38,129	7.64	58,875	11.79	大阪府	4,595,290	3,821,714	789,511	20.66	930,111	24.34
宮城県	1,224,257	891,573	87,931	9.86	73,426	8.24	兵庫県	2,997,336	2,293,683	506,140	22.07	544,780	23.75
秋田県	677,627	416,787	38,056	9.13	37,616	9.03	奈良県	814,312	545,391	152,080	27.88	130,713	23.97
山形県	727,104	395,308	66,941	16.93	65,328	16.53	和歌山県	597,828	423,263	99,712	23.56	124,391	29.39
福島県	1,199,878	740,993	75,016	10.12	72,467	9.78	鳥取県	359,202	224,026	17,647	7.88	28,196	12.59
茨城県	1,547,182	1,093,512	201,961	18.47	441,919	40.41	島根県	458,984	273,450	27,034	9.89	40,491	14.81
栃木県	1,059,159	740,354	82,112	11.09	201,057	27.16	岡山県	1,036,339	766,961	81,177	10.58	85,911	11.20
群馬県	1,077,119	752,614	100,625	13.37	251,137	33.37	広島県	1,586,534	1,209,084	132,194	10.93	146,582	12.12
埼玉県	3,675,150	2,827,608	619,382	21.90	1,076,509	38.07	山口県	849,981	637,020	169,106	26.55	186,754	29.32
千葉県	3,167,770	2,498,476	548,458	21.95	877,537	35.12	徳島県	452,078	316,542	15,422	4.87	10,139	3.20
東京都	6,722,033	6,160,440	1,190,694	19.33	1,429,098	23.20	香川県	559,527	404,585	60,244	14.89	60,164	14.87
神奈川県	4,750,122	3,832,776	962,156	25.10	1,076,453	28.09	愛媛県	797,641	622,441	70,030	11.25	80,162	12.88
新潟県	1,420,033	837,457	70,394	8.41	113,932	13.60	高知県	422,519	347,102	10,679	3.08	10,820	3.12
富山県	648,627	382,789	10,370	2.71	87,832	22.95	福岡県	2,695,368	2,129,522	347,152	16.30	405,798	19.06
山梨県	503,043	330,911	33,509	10.13	42,149	12.74	佐賀県	498,933	305,260	22,801	7.47	32,590	10.68
長野県	1,268,121	804,784	60,858	7.56	67,429	8.38	長崎県	819,833	606,559	65,471	10.79	71,786	11.83
静岡県	2,096,997	1,413,428	106,104	7.51	92,172	6.52	熊本県	1,034,407	718,259	44,507	6.20	56,820	7.91
石川県	673,247	435,912	12,868	2.95	18,692	4.29	大分県	720,442	500,649	55,324	11.05	61,980	12.38
福井県	470,362	269,072	12,309	4.57	13,402	4.98	宮崎県	645,267	493,192	49,982	10.13	36,001	7.30
岐阜県	1,221,668	732,298	61,390	8.38	21,198	2.89	鹿児島県	987,528	778,579	26,412	3.39	33,337	4.28
愛知県	3,762,027	2,822,885	261,746	9.27	90,306	3.20	沖縄県	640,841	541,444	1,483	0.27	525	0.10
三重県	1,063,980	710,875	123,196	17.33	60,742	8.54							

※世帯数は、2008年3月31日現在(市町村自治研究会編「住民基本台帳人口要覧」(平成20年版)より) ※販売部数は、(社)日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期 2008年1~6月平均」より(国際版の部数を含む)  
※普及率は、(社)日本ABC協会「新聞発行社レポート 普及率 2008年1~6月平均」より

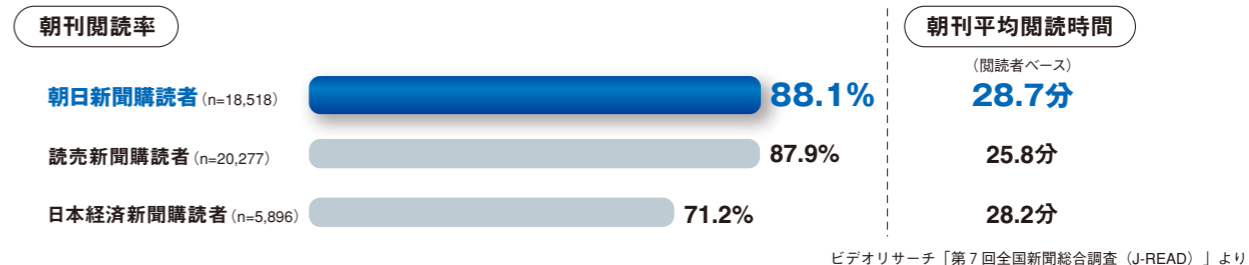
## 大都市圏に広く到達

朝日新聞は全国で20.4%、大都市圏10都府県で27.1%の人に到達します。  
大都市圏で効率よくリーチする広告を考える際には、朝日新聞は欠かせない媒体です。



ビデオリサーチ「第7回全国新聞総合調査(J-READ)」より

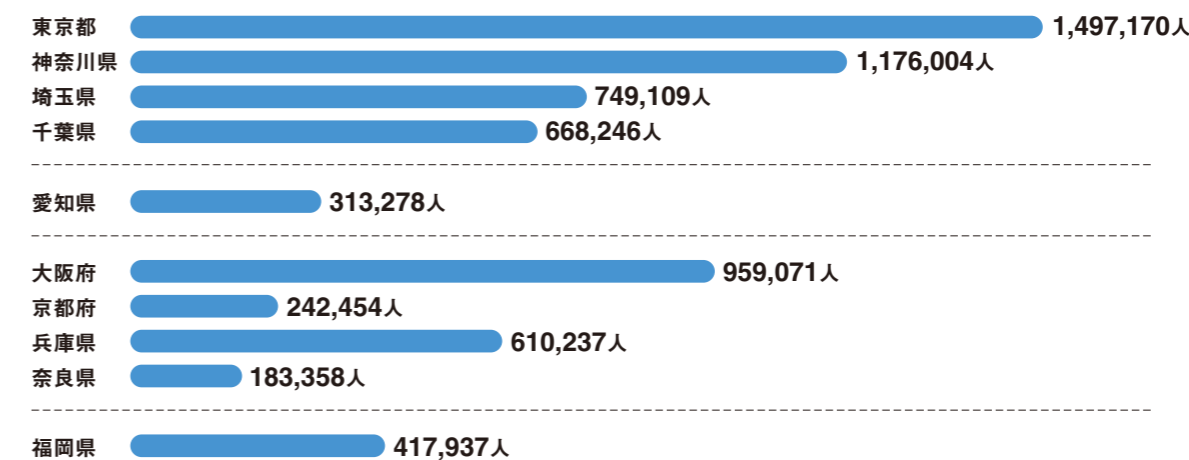
朝日新聞を購読している人のうちの約9割が紙面を読んでいます。  
また、読売新聞に比べ閲覧する時間が長いのが特徴です。



## 選挙参加型無党派層への推定到達人数

大都市圏10都府県で、選挙戦での重要な訴求ターゲットである「選挙参加型無党派層」への到達人数を見ると、朝日新聞が多くの人にリーチするメディアであることがわかります。  
特に東京・神奈川といった大票田では、朝日新聞は100万人以上の「選挙参加型無党派層」に到達していると推測されます。

大都市圏での朝日新聞の「選挙参加型無党派層」への推定到達人数



※「選挙参加型無党派層」への推定到達人数  
=朝刊部数×回読人数(朝日新聞2.54人)×選挙参加型無党派層率(大都市圏10都府県)×各県別の20歳以上の有権者含有率  
大都市圏10都府県の選挙参加型無党派層率は、朝日新聞59.0%、読売新聞52.4%

DATA MEMO 販売部数……日本ABC協会「新聞発行社レポート 普及率 2008年1~6月平均」 回読人数……ビデオリサーチ「第7回全国新聞総合調査(J-READ)」  
選挙参加型無党派層率……朝日新聞社「選挙に関する意識調査 2007年3月」 有権者含有率……総務省統計局「平成17年 国勢調査」



# 衆議院議員選挙における公費広告の種類

## 小選挙区選出議員候補者広告（候補者広告）

- 定義**-----立候補者が選挙運動期間中（立候補届出日から投票日前日まで）、選挙に関して行う広告です。
- スペース・回数**---横9.4cm×縦2段以内。5回以内。
- 掲載エリア**-----東京、愛知、福岡は当該本社のセット版エリア、他は都道府県版エリア（分版はできません）。  
原稿の切り替えはできません。
- 掲載日**-----選挙運動期間中（投票日の前日まで）
- 料金**-----選挙広告料金表をご覧ください。
- 体裁**-----（1）独立した広告として通用するものでなければなりません。  
（2）他の選挙広告等との併載は可能ですが、  
直線のケイ囲みでそれぞれが独立した体裁でなければなりません。→15ページドッキング例参照  
（3）広告の囲みケイは直線で、長方形になるように囲んでください。  
（4）記事下広告に限ります。色刷り、切り替え、小型広告での掲載はできません。

## 小選挙区候補者届出政党広告（届出政党広告）

- 定義**-----候補者届出政党（注1）が選挙運動期間中、選挙に関して行う広告です。
- スペース・回数**---（1）各都道府県における当該候補者届出政党の届出候補者の数に応じて、  
候補者届出政党に一括して与えられます。（下表を参照）  
（2）1回あたりの広告スペースは、横9.4cm×縦1段組の寸法の整数倍（2倍以上）のスペース  
（形態は長方形）とし、横38.2cm×縦15段組の大きさを超えられません。
- 掲載エリア**-----東京、愛知、福岡は当該本社のセット版エリア、  
他は都道府県版エリア。原稿の切り替えはできません。
- 掲載日**-----選挙運動期間中（投票日の前日まで）
- 料金**-----選挙広告料金表をご覧ください。
- 表示**-----当該都道府県における衆議院選挙区選出議員の選挙に関する広告である旨の表示が必要です。  
※記事下広告に限ります。色刷り、切り替え、小型広告での掲載はできません

各都道府県の届出候補者数	総段数	回数
1～5人	4段以内	8回以内
6～10人	8段以内	16回以内
11～15人	12段以内	24回以内
16人以上	16段以内	32回以内

（注1）小選挙区の候補者届出政党  
小選挙区の立候補届出は、政党等による場合と個人による場合があります。次のいずれかにあてはまる政党その他の政治団体は、候補者の届出ができます。1.国会議員を5人以上有すること。2.直近の衆議院議員総選挙または参議院議員通常選挙のいずれかの全国を通じた得票率が2%以上であること。

（注2）比例代表選挙の名簿届出政党等  
比例代表選挙は、政党等が候補者の名簿を届け出ます。次のいずれかにあてはまる政党その他の政治団体は、名簿の届出ができます。1.国会議員を5人以上有すること。2.直近の衆議院議員総選挙または参議院議員通常選挙のいずれかの全国を通じた得票率が2%以上であること。3.名簿登載者数とその選挙区（ブロック）における定数の2割以上であること。名簿には、当選人となるべき順位をつけて届け出ることになっています。重複立候補者は同順位も可能です。

## 衆議院比例代表選挙広告（比例代表広告）

- 定義**-----衆議院名簿届出政党等（注2）が選挙運動期間中、選挙に関して行う広告です。
- スペース・回数**---（1）各選挙区における当該衆議院名簿届出政党等の衆議院名簿登載者の数に応じて、  
名簿届出政党等に一括して与えられます。（下表を参照）  
（2）1回あたりの広告スペースは、横9.4cm×縦1段組の寸法の整数倍（2倍以上）のスペース  
（形態は長方形）とし、横38.2cm×縦15段組の大きさを超えられません。
- 掲載エリア**-----当該選挙区（ブロック）の各都道府県版。原稿の切り替えはできません。  
東京ブロックは東京本社版のセット版エリア。
- 掲載日**-----選挙運動期間中（投票日の前日まで）
- 料金**-----選挙広告料金表をご覧ください。
- 表示**-----当該選挙区における衆議院比例代表選出議員の選挙に関する広告である旨の表示が必要です。  
※記事下広告に限ります。色刷り、切り替え、小型広告での掲載はできません

当該選挙区の届出候補者数	総段数	回数
1～9人	8段以内	16回以内
10～18人	16段以内	32回以内
19～27人	24段以内	48回以内
28人以上	32段以内	64回以内

名簿届出政党等の当該選挙区における得票数が、当該選挙区の有効得票の総数の2%未満である場合には、  
広告掲載料金は国庫負担ではなく、名簿届出政党等の私費負担となります。

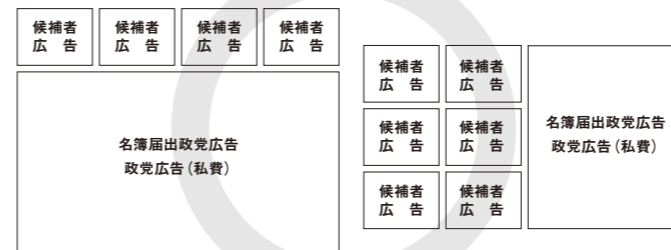
## 私費負担の政党広告

- 定義**-----政党その他の政治団体が私費で行う広告です。
- スペース・回数**---特に制限はありません。
- 掲載日**-----投票日当日の掲載は本社が妥当と判断したものに限り掲載できます。
- 料金**-----朝日新聞広告料金表をご参照ください。
- 表示**-----広告内容が選挙運動にわたることはできません。色刷りが可能です。

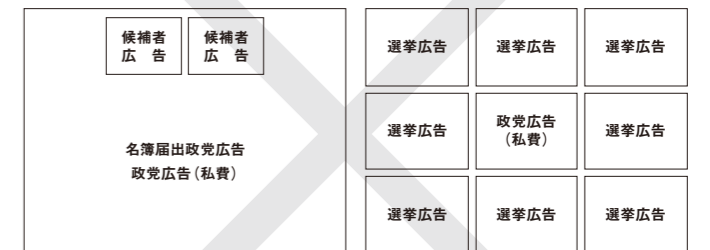
## 候補者広告や政党広告などのドッキング

候補者広告、名簿届出政党広告、政党広告（私費）をドッキングして併載することができます。  
ただし、その場合には、それぞれ独立した広告として明確に区分してください。

### 候補者広告とのドッキングの例



### ドッキングが許されない例



# 掲載手続きとご注意

候補者広告、名簿届出政党広告の場合には、以下のような掲載手続きとなります。

**お申し込み**  
広告会社を通じてお申し込み願います。

**原稿制作**  
広告会社がお手伝いします。

**事前審査**  
掲載予定日の7日前までに、朝日新聞社の審査担当セクションの原稿チェックをお受け願います。

**原稿入稿**  
掲載予定日の3日前(3営業日前)の午後3時必着とさせていただきます。

**掲載**  
掲載は投票日の前日までです。

- ご注意**
- (1) 掲載日はお申し込みのご希望にそえない場合があります。
  - (2) いずれの場合も、原稿の切り替えはできません。
  - (3) 同一の候補者広告を同一日付紙面に複数掲載することもできますが、スペースを倍にしたり、2つ以上の広告が一体として効果を発揮していると認められる場合(候補者の姓と名を別の枠に入れるなど)は掲載できません。

**ご注意** 広告内容について、朝日新聞広告掲載基準に基づき判断し、掲載できない場合もあります。

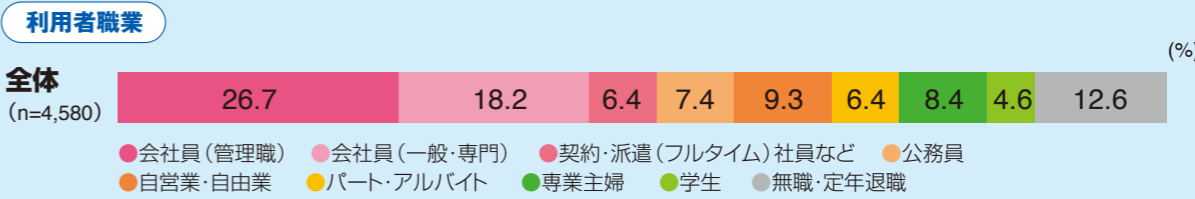
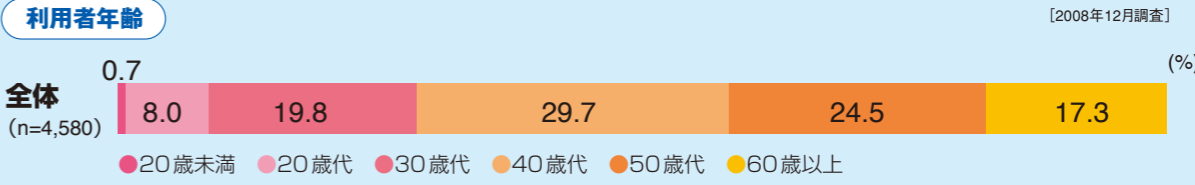
- 原稿入稿時にご用意いただくもの
1. 広告掲載申込書(本社発行の所定様式のもの)
  2. 原稿
  3. 念校ゲラ
  4. 新聞広告掲載証明書(いわゆる「チケット」)
  5. 新聞広告掲載承諾通知書

- ご注意**
- (1) 念校ゲラには、候補者広告の場合には候補者または選挙事務責任者と取り扱い広告会社の、名簿届出政党広告の場合には出稿責任者と取り扱い広告会社のそれぞれサインまたは捺印が必要です。
  - (2) 原稿の在版は使用できません。
  - (3) 原稿の訂正は弊社では行いません。訂正がある場合には、広告主による訂正済みの完全原稿で再入稿してください。
  - (4) 新聞広告掲載証明書に記載してある候補者名と新聞広告の候補者名は同一でなければなりません(漢字名の一部を仮名書きにした場合なども同一と見なされない)ので、事前に必ずチェックしてください。ただし、「通称認定書」の添付(コピー可)がある場合には、その通称を候補者名として表示することができます。
  - (5) 広告中に推薦者(団体)名の表示がある場合には、推薦者(団体)の同意書または選挙事務責任者の確認書等が必要です。
  - (6) 比例代表選挙広告(比例代表広告)の場合、新聞広告掲載承諾通知書は必要ありません。

※私費負担の政党広告は、通常の広告掲載の手続きと同様です

# asahi.comについて

月間約900万のユニークユーザーが訪れる「総合情報」サイト。  
ローカルニュースや特集面にも力を入れ、老若男女に支持されています。



**トップページ**  
アサヒ・コム顔であるトップページ。日本を代表するニュースサイトとして、最新ニュースをいち早くお伝えします。

●トップページデータ 2008年8月  
月刊ページビュー数→88,405,694PV  
1週間あたりの平均→19,962,576PV



**速報ページ**  
新聞社の根幹である速報ニュースを24時間体制で掲載している速報ページ。「社会」「政治」「ビジネス」「サイエンス」といった各ページに掲載されます。

●速報ページデータ 2008年8月  
月刊ページビュー数→62,429,405PV  
1週間あたりの平均→14,096,962PV

## DATA MEMO

■2007年選挙に関する意識調査  
調査地域:全国  
調査対象者:20~79歳男女個人  
抽出方法:住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て  
調査方法:訪問留置法  
回収数:1,124  
調査期間:2007年3月7日~19日  
調査企画・設計:朝日新聞社マーケティングセンター  
実査機関:レターヘッド:日本リサーチセンター

■第7回全国新聞総合調査(J-READ)  
調査地域:全国  
調査対象者:満15~69歳の男女個人  
抽出方法:RDD(ランダム・デジタル・ダイヤリング)法  
調査方法:調査の依頼に応じた対象者に対し、後日郵送で調査票を送付し記入完了後、調査票を返送  
標本サイズ:33,800  
規正標本サイズ:91,128(規正前回収数:28,578)  
調査機関:2007年10月21日~27日  
調査主体:ビデオリサーチ  
※満15~69歳の人口構成比にあわせてウェイトをかけ、都道府県ごとの違いを規正している

■広告モニター調査  
調査地域:東京30km圏および横浜市  
調査対象者:15~69歳の男女個人  
抽出方法:住民基本台帳からの2段無作為抽出法(エリアサンプリングを併用)  
調査方法:インターネット調査  
標本サイズ:300  
回収数(率):210(70.0%)  
調査日:2005年9月8日  
調査企画・設計:朝日新聞東京本社広告局  
実査機関:東京サーベイリサーチ  
モニター管理・レターヘッド:ハイバリーサーチ