

## 参考資料

### 4 パブリシティ効果

#### (1) 調査依頼先

株式会社ジュンプロモーション

#### (2) 推計方法

大臣会合等について報道された量（記事面積、放送時間等）に対して、そのメディアごとの広告掲載単価を乗じることにより算出した。

※パブリシティ効果の推計は、広告掲載単価を把握できる国内メディアのみを対象

〔調査媒体〕

- ①新聞 新聞全国紙・地方紙のほか専門誌、雑誌等 2,000 以上
- ②Webメディア 大手ポータルサイト、専門系メディア等 3,400 以上
- ③テレビ 在京キー局及び NHK

〔抽出条件〕

G7、サミット、閣僚会合、栃木県、日光、男女共同参画等のワードから記事等を抽出

〔調査期間〕

- ①新聞 令和5（2023）年3月～6月
- ②Webメディア 令和5（2023）年3月～6月
- ③テレビ 令和5（2023）年6月22日～27日

#### (3) 推計結果

### パブリシティ効果 8億3,121万円

〔内 訳〕

##### ①新聞

掲載件数 254 件

金額 3億6,540万円

記事等掲載した主なメディア 下野新聞、毎日新聞、読売新聞、朝日新聞等

##### ②Webメディア

掲載件数 1,292 件

金額 1億8,714万円

記事等掲載した主なメディア dメニューニュース、goo ニュース、Yahoo! ニュース等

##### ③テレビ

掲載件数 16 件

金額 2億7,867万円

記事等掲載した主なメディア NHK（総合）、TBSテレビ、テレビ東京等

(参考) 掲載された記事等

【新聞（地方紙）】

下野新聞

令和5（2023）年6月24日

【新聞（全国紙）】

産経新聞

令和5（2023）年6月27日

【Webメディア】

NHK NEWS WEB

令和5（2023）年6月26日

【テレビ】

TBS テレビ

令和5（2023）年6月26日