

SOLUTIONS

&

朝日新聞 媒体資料

DATA 2024

ミッドファネルに効く新聞 高いコンテンツ制作力

強みを生かした制作力

新聞や動画、デジタルコンテンツの制作力を強みにしています。新聞社のアセットを生かし、コンテンツマーケティング課題に対応したコンテンツを提供します。



コンテンツ

デジタル

動画

新聞

企画力

取材力

編集力

アサイン力

写真や動画の
撮影技術社内の
スタジオ設備・ヘリ、
ドローン活用

情報発信

ミッドファネル（興味関心・比較検討）に効く



新聞広告の強みは
「興味・関心」「内容理解」の
ミッドファネル

新聞広告は**商品の品質や性能説明、サービス内容**がしっかり読まれる傾向にあり、生活者に企業の意図・意思をしっかりと伝えられます。

メディア役割を加味した組み合わせで、広告効果を最大化できます



信頼性
600~700%
アップ



新聞広告をクロスさせることで、インターネット動画やSNS広告における「信頼できる」の評価は600~700%アップ

解
説

「広告の受容性を高めるために
必要なプランニング視点」

ビデオリサーチ フェロー
吉田正寛氏



日本タイポグラフィ年鑑 2024
2部門でベストワーク受賞
本社報道がデザインで評価

●インフォグラフィック部門 ベストワーク賞
「侵攻1年 耐えるウクライナ ロシアの『戦争』ぶれる大義」

●オンスクリーン部門 ベストワーク賞 こつぜん「忽然 吉川友梨さんを探しています」

●オンスクリーン部門審査委員賞も受賞しました 「坂本龍一が残した言葉」



CASES

朝日新聞社の強み

魅力的な読者に届く

購買力をもつ

平均世帯金融資産額

■朝日新聞購読者

2,610万円

(n=6,357)

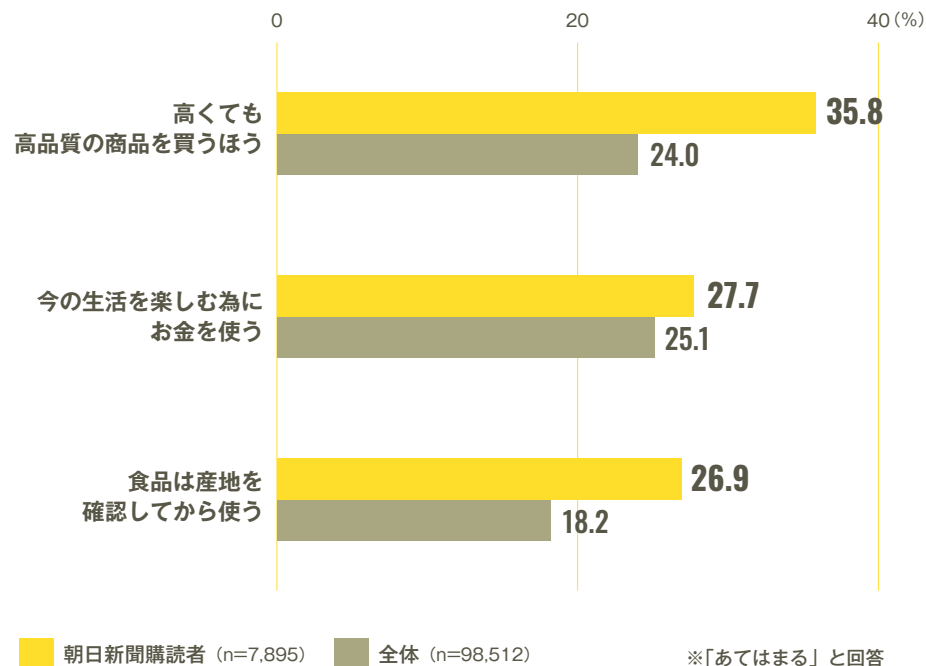
■全体

1,759万円

(n=71,345)

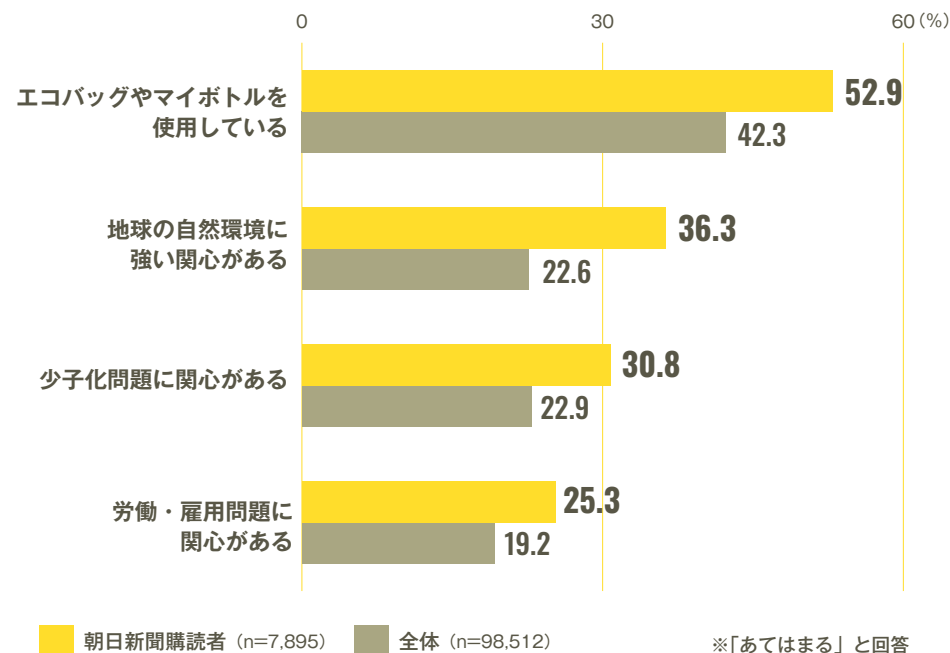
こだわりを持った購買行動で生活を充実させる

朝日新聞の読者は商品の品質や産地にこだわりを持ち、
心豊かな生活を好む傾向があります。



社会への意識が高い

社会課題に関心が高い読者が多く、
企業の意見表明や課題提起に賛同・共感を得ることが期待できます。



パーパスコミュニケーションを ワンストップで実現

王子ホールディングス 創立150周年企画

創立150周年を迎えた王子ホールディングスは、ブランド認知拡大を目的に創立記念日に合わせて広告を展開しました。メッセージに最適なキャスティングと、自社やグループの媒体を活用して企業のパーパスを継続的に訴求しました。



▲
取り組みの詳細は
広告朝日で。



読み応えのある記事で
事業理解UP



2023年2月12日 朝日新聞朝刊(全国版)



特設サイト
「&Morinnov.」



1面コラム横 小型広告
朝日新聞朝刊



テレビCM
TVer
WEB動画広告



継続発信で
企業認知度が向上



2024年1月1日 朝日新聞朝刊(全国版)

CASES

アセットを生かした実績

IPを活用 モーメントをとらえた展開

関東大震災100年 特別企画

2023年9月1日、関東大震災100年を機に「防災・減災」を考える広告特集を新聞とWebで展開し、大きな話題を生みました。Webコンテンツは朝日新聞社の「ASAHI CREATIVE LAB」が制作を担い、「朝日新聞フォトアーカイブ」から震災当時の写真を活用して報道特集とともに広く発信しました。



取り組みの詳細は
広告朝日で。

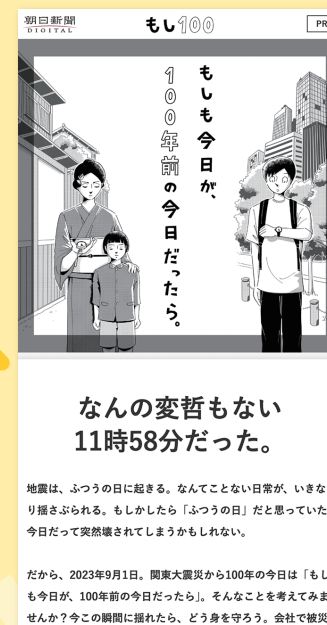
2023年
9月1日



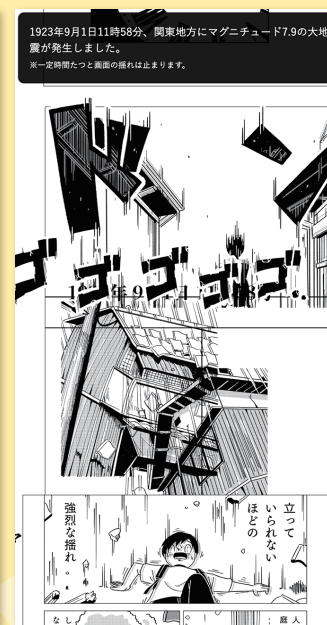
2023年9月1日 朝日新聞朝刊(全国版)



朝日新聞デジタル報道特集



震災特設ページでは漫画家うえはらけいたさんのオリジナル作品を掲載。震災を疑似体験する演出が話題になり、SNS上の関連投稿は5000件以上に。



新聞×SNSでリーチを拡大

新聞×SNSでトータルリーチを拡張

新聞広告はSNSで拡散されると、新聞読者以外の人にも届けることができます。
多くのファンを抱えるコンテンツや、共感を呼ぶ内容はSNSにアップされやすく、
拡散を視野に入れたプランニングも行われています。



ユニバーサルミュージック「Ado」
2023年10月25日 朝日新聞朝刊(東京本社版)

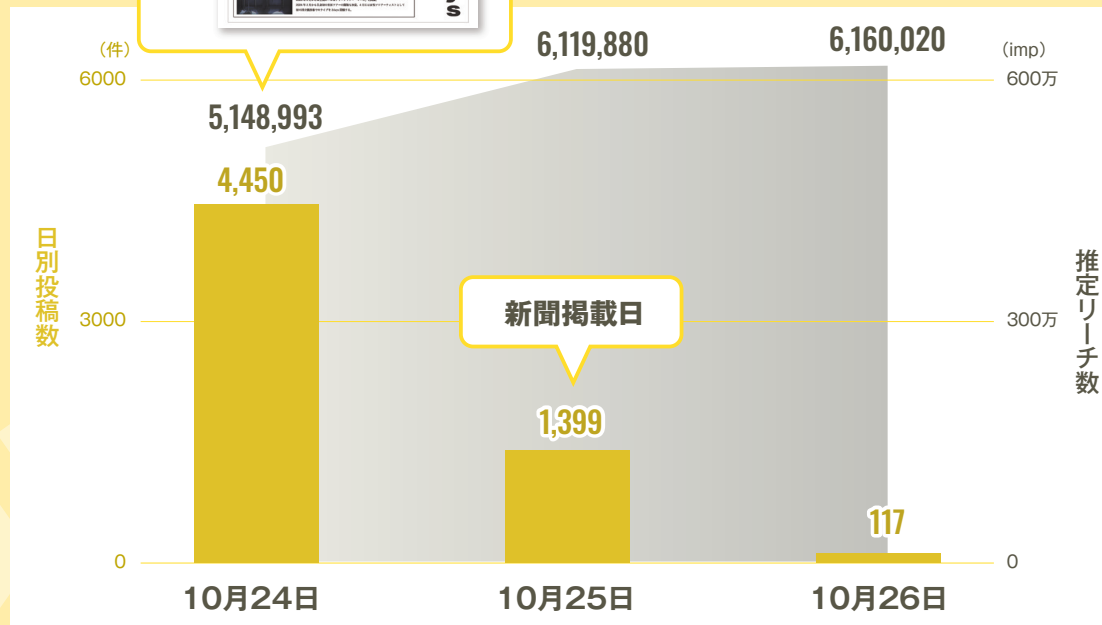
広告号外配布



広告号外+新聞広告の発行で
620万7,687impを達成

投稿総数:**6,023**件

アーティスト「Ado」の世界ツアー開催決定日に、東京都内2カ所で配布した広告号外がSNSで大きな話題となりました。
翌日には新聞に広告が掲載され、再び話題化。新聞広告の写真がデジタルメディアとして拡散しました。



モーメントをとらえた
プランニングで
SNSへリーチを
拡大できます。

※調査機関：D4DR ※調査期間：2023/10/24～2023/11/6のうち一部をグラフ化

※調査キーワード："Ado" "世界ツアー" "ワールドツアー" "号外" "広告" "朝日" "新聞" "朝刊" "全面" "チラシ" "ピラ"と配布場所を掛け合わせて取得した上で、無関係な投稿は除外

CASES

新聞広告の効果

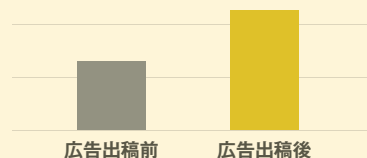
統合的データ分析により 新聞広告の効果を 「可視化」する新たな取り組み

朝日新聞社は、30万サンプル規模の新聞閲読データと行動データの紐づけによる新聞広告効果検証を進めています。

キャンペーンの前後で、数値変動が確認できるデータ、PDCAが回せるデータの開発によって、
「次のプランニング」につなげることを目的とするものです。

ソリューションの一例

購買リフト分析



広告出稿前と出稿後を比較することで
広告による購買（サイト来訪）効果を確認

属性分析

項目	含有率
ビジネスパーソン	20%
主婦・主夫	15%
ゲーム好き	10%
社会課題関心層	10%

広告出稿後の購買者の中で特定の属性を
持つユーザーがどれくらいいるかを計測

クロスリーチ分析



新聞広告と他メディアの掛け合わせ施策
の実施によるユーザーのインクリメンタ
ルリーチや重複リーチを可視化



CASE

アサヒビール「アサヒ生ビール マルエフ」

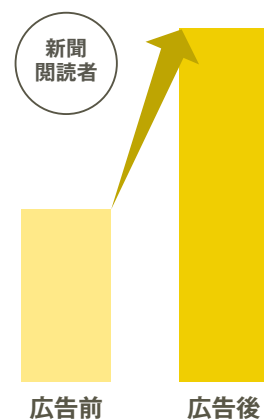
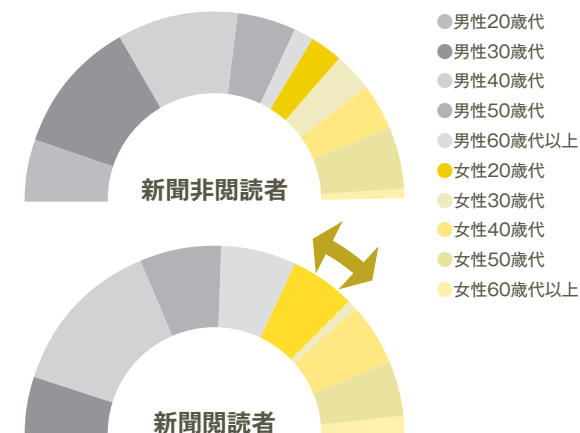
分析目的 新聞広告接触後の購買率による広告効果の可視化



2023年12月31日 朝日新聞朝刊（全国版）全30段

※全国紙5紙、地方紙48紙に出稿

※掲載した新聞閲読者全体の調査結果になります

マルエフ購買平均額
(購買有の平均金額)マルエフ購買シェア
(マルエフ購買有÷ビール購買有)マルエフ購買デモグラ
(マルエフ購買有の性年代別)

データドリブンにつなぐ マーケティング支援

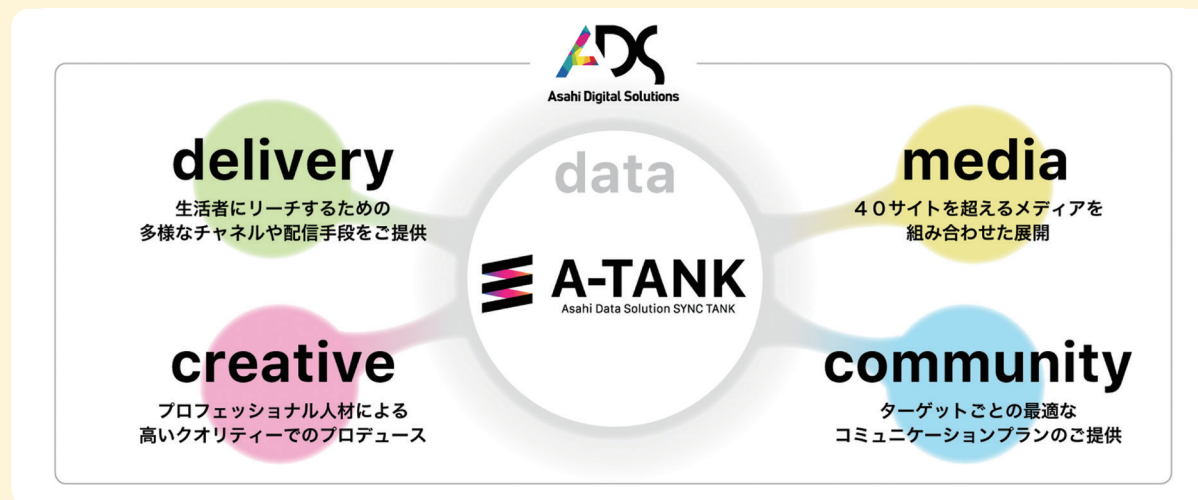
細やかでユニークなセグメント抽出も

600万IDを超える朝日ID会員の属性と、40以上の媒体・サービスを通じたWEB行動情報、購買履歴・応募履歴などをA-TANK DMPに蓄積。多様な1stPartyデータと、ユーザーとの高いエンゲージメントを土台に朝日新聞社の強み・アセットを組み合わせたプロモーションが可能です。

グローバルIT企業資料ダウンロードと タイアップコンテンツをブリッジ

600万超の1stPartyデータで分析から
コンテンツ開発・広告配信・効果検証が可能

メディアやコミュニティなど多様なソリューションをデータでつなぎ
最適なプランニングや効果の可視化・分析を提供します。



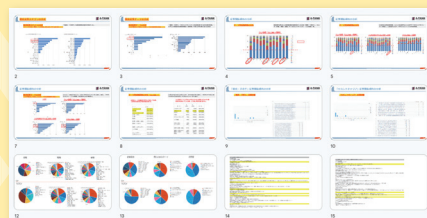
リード獲得

ホワイトペーパーダウンロード施策を実施し
リードを獲得



分析

応募者の回答内容や行動履歴から傾向を分析
特徴的なキーワードやテーマを抽出



コンテンツ開発

分析をもとに仮説をたて
タイアップ制作シリーズ展開



配信・集客

回答者のデータを機械学習で拡張し、
類似度の高いリストを作成し集客



新聞社アセットから 生まれたプロダクト

新聞社の報道やメディア運営から生み出したソリューションを提供しています。

メディアプラットフォームCMS「ポトフ」

直感的で柔軟なデザイン・レイアウトや、既存システムとの柔軟な連携、万全のセキュリティなど
メディア運営に最適なCMSです。テレビ局、新聞社などで多数のメディアでの導入実績があります。



サイトの構築・運営をサポートします！



CMS「ポトフ」の
サイト事例



フジテレビ めざましmedia

※CMS=Contents Management System

文章構成AI「Typoless」

「ことばのプロ」である新聞社のノウハウの活用を
最先端のAIが実現しました。

- ✓ 朝日新聞社の膨大な記事校正履歴を学ばせた「AI校正」
- ✓ 約10万個の朝日新聞社の校正ルールを反映
- ✓ カスタム辞書機能で社内の表記を統一
- ✓ 不適切表現を指摘 「炎上リスクチェック」機能搭載

校正DXにより、
業務効率改善、
リスクマネジメントに
貢献します。



コミュニティ活用の マーケティング ソリューション

シニアコミュニティ

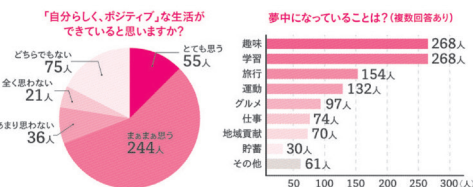
メディア、イベント、コミュニティ（読者会議メンバー約2万7千人）の活動を通じて
企業の活動とコラボレーションすることができます。



アクティブシニアの多い朝日新聞

Reライフ広告特集で魅力あるコンテンツを
制作します。

朝日新聞Reライフ読者会議メンバーに聞きました



朝日新聞Reライフ読者
会議メンバーの調査
結果を活用し、読者の
理解度を高めました。



1日で約3,000人もアクティブシニアが集
まる、“大人の文化祭”。豪華出演者による多
彩なテーマでのセミナー、協賛各社出展の
ブースを通じて、シニアターゲットのマーケ
ティング施策が可能です。

来場者数 約3,000人

年齢層 50代~70代中心

男女比 女性6割

2023年3月31日 朝日新聞朝刊(全国版)

Z世代・ミレニアル世代コミュニティ

音声メディアや若年層向けメディアを活用して
若年層とのタッチポイントをつくります。



<https://www.asahi.com/special/podcasts/>



カンライオンズ 2023：銅賞 受賞

「Journa-Rhythm」
(ENTERTAINMENT LIONS FOR MUSIC - A.
Branded Content for Music部門)

広告効果の高いメディア

【聴いた情報の検索／購入経験】

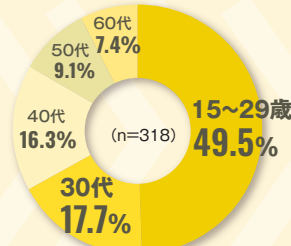
ポッドキャストを聴いて

度々orたまに検索する **79.8%**

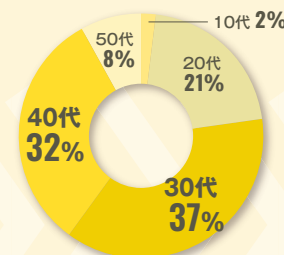
度々orたまに購入・訪問する **73.8%**

※いずれも2023年12月オナール・朝日新聞社調べ

リスナー：Z世代ヘリーチ



telling.
<https://telling.asahi.com/>



「広告主が伝えたいこと」×「読者がよみたいもの」を形に
したスポンサード広告で深い情報を分かりやすく伝えます。

現場視点、生活者視点が 人を動かす 「生きたソリューション」

報道やメディア運営の中で培った現場視点、コミュニティの運営やアンケートから得られる生活者の当事者視点が、現実根差した「機能する課題解決」を実現します。



CASE

パナソニック株式会社

次亜塩素酸 空間除菌脱臭機「ジアイノ」

支援の内容

課題ヒアリングとシニア領域における取材経験や先行研究等の分析による仮説を構築し、効果的な調査手法を設計。アクティブシニアコミュニティ「Reライフプロジェクト」を活用した生活者インサイトリサーチを通じて、ユーザーの深層的なインサイトを発掘。これらの調査結果を基に、アクションプランを提示しました。



課題 シニア市場の受容性



- ①シニア市場に商機があるか検証したい
- ②効果が望めるターゲットと訴求内容の組み合わせを探索したい
- ③シニア領域における仮説構築とインサイト発掘を中心に伴走支援してほしい

課題整理

- 1
 - 課題ヒアリング
 - 要件定義
 - データ分析・リサーチ
 - 課題整理・構造化

仮説立案

- 2
 - 専門コンサルタントによる仮説構築
 - 調査設計

生活者インサイトリサーチ

3 ■Reライフ読者会議での定量調査実施

- ・調査方法:Reライフアンケート(メルマガ)
- ・回収サンプル数: 967サンプル
- ・調査質問数: 54問

■定性調査(デプスインタビュー)実施

- ・Reライフ会員6名に対し、60分の取材を実施

- ・インタビュー調査対象者抽出・選考
- ・インタビューフロー設計
- ・発言録作成・報告書作成



分析とアクションプラン提示

- 4
 - 「悩み」別のセグメント分類と優先ターゲットの提示
 - 「ジアイノ」訴求における課題と潜在的なポテンシャルの提示
 - ユーザーのライフシーンなどプロセスを意識した訴求施策の提示
 - アクションプラン提示

知見・ネットワークを生かした伴走的支援

ジャンル・ターゲットに 特化したメディアを展開



デジタルメディアガイドは
こちら

新聞メディア

朝日新聞

全国版朝刊部数約357万部



毎週土曜日朝刊別刷り
暮らしに役立つ便利な情報

Asahi Weekly

発行部数約2万2千部
(24年1月現在)

GLOBE

月2回日曜朝刊
独自の視点で世界を読む

ニュースメディア

**朝日新聞
DIGITAL**

20~40代に届く
国内最大級のニュースサイト



朝日新聞ポッドキャスト
大都市圏在住の30代以下の
リスナーが多い音声メディア

社会課題

GLOBE+

世界各地の現場取材
20代後半~40代前半の
男女に読まれる

SDGs ACTION!

SDGs関心層に向けた
全国紙初のSDGs専門
ウェブメディア

朝日新聞 DIALOG
日本の未来を語ろう

社会課題に関心の高い若者との
コミュニティを運営

sippo

30~40代のペットオーナーへ
質の高いペット情報を提供

教育

EduA

教育関心の高い保護者に向けた
学習・教育関連メディア

寺子屋朝日
TERA-ASA

教育に関する
あらゆる情報を発信する
教育情報キュレーションサイト

Thinkキャンパス

大学受験について保護者と
学生の親子ギャップを埋める
教育ニュースメディア

ライフスタイル



30代後半~50代男性向けの
ライフスタイルメディア



30代後半~40代女性向けの
ライフスタイルメディア



30~60代の男女向けの
旅マガジン

telling.

女性特有の課題に寄り添う
20代後半~40代前半向け
メディア

Aging Gracefully
40代から90代まで
女性の輝く生き方を応援

40~50代女性に寄り添い、
生き方を応援するメディア

Bon Marché

30~60代女性を中心とした
ファン読者を抱える
創刊15年目の特集

AERA STYLE MAGAZINE

30~40代男性向けの
ファッションメディア

withnews

ニュースを深掘る
スマホ世代の30代男女向け
メディア

好書好日 **じふん堂**
Good books, warm days

20~40代のビジネスパーソンを
中心に読まれる、
本好きのためのメディア

シニア

朝日新聞 Reライフ.net

50代以降の
アクティブシニア向けの
お役立ち情報を発信

なかまある

40~50代女性を中心に
支持される
認知症・介護支援サイト

相続会議

専門家監修・執筆の
相続徹底解説サイト

スポーツ

4years.

20代後半~40代前半の
男性と大学アスリートに支持
される学生スポーツメディア



中学生~高校生に支持される
部活に焦点を当てた
YouTubeチャンネル

バチナル高校野球

30~40代の男性に支持される
夏の高校野球公式WEBサイト

医療

**医療サイト
朝日新聞 アピタル**

医療・健康関心層に読まれる
信頼性の高い医療情報を発信

朝日グループの強みと ノウハウを組み合わせた サポート

ASAHI 朝日新聞出版

AERA

毎週月曜日発売 約5万部

政治、経済、事件、文化、芸能、スポーツから生き方、働き方までさまざまなテーマでほかのメディアにはない独自視点の記事を掲載



 朝日学生新聞社

朝日小学生新聞

約10万部

毎日発行の子ども新聞。
教育熱心な意識の高い家庭で読まれる。



朝日中高生新聞

約5万部

日曜日発行。学習意欲を伸ばす
日本で唯一の中高生向け新聞



 tv asahi

テレビ朝日

国内24局ネットワーク

2024年2月に開局65周年を迎え、業界トップ
グループの視聴率を誇る

朝日インタラクティブ

CNET Japan

国内外の最新テクノロジービジネスニュースを
配信。ZDNET Japanも運営。

ツイジダイ

中小企業経営者や後継を考えている人の悩みに
寄り添うメディア

朝日デジタルラボ

bouncy

テクノロジー・ライフスタイル領域で
日本最大級のSNS

BS朝日

BS朝日

視聴可能世帯：約4,500万世帯

知的好奇心を満たす情報番組で支持を拡大

BuzzFeed Japan

BuzzFeed

独自の切り口が人気の
ミレニアル・Z世代向けメディア

HUFFPOST
IN ASSOCIATION WITH The Asahi Shimbun

社会課題に関心のある20～50代に
支持されるメディア

**BuzzFeed
KAWAII**

女性若年層を中心とした
約60万フォロワーのスクショメディア

**TASTY
JAPAN**

日本で最もフォローされている
料理エンターテインメントメディア

Newton
GRAPHIC SCIENCE MAGAZINE ニュートン

ニュートンプレス

約8万部

日本で最も多く読まれているビジュアル科学
雑誌、2023年より朝日新聞グループに加入

デジタル支援

 **SOMEWRITE**

オウンドメディアやインフルエンサー施策など
コンテンツマーケティングの総合支援

イベント・コミュニティ

Dec
Management Office

ブランドの価値を高めるイベント&
クリエイティブ

 朝日カルチャーセンター

全国10万人が受講する教室・オンライン講座、
イベント運営

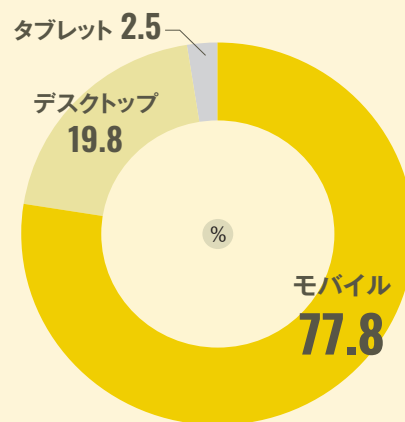
DATA

国内最大級のニュースサイト 朝日新聞デジタル



<https://www.asahi.com/>

デバイスごとのユーザー割合



Google Analyticsより 2023年1~12月期間

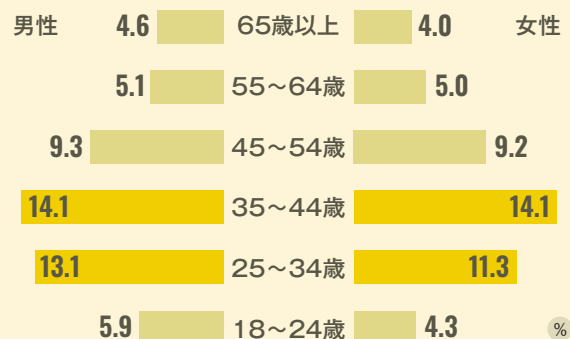
月間PV / UU数

PV数: 1.4億/月

UU数: 3,455万/月

※Google Analyticsより
※2023年1~12月期間平均

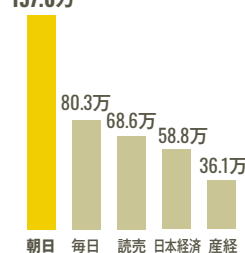
モバイルのユーザー属性 (性・年齢別)



Google Analyticsより 2023年1~12月期間



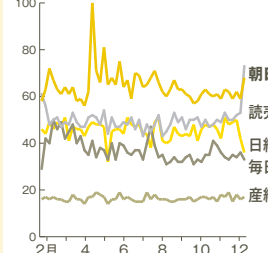
「〇〇新聞」のX投稿数
(2023年4-6月)



Social Insight



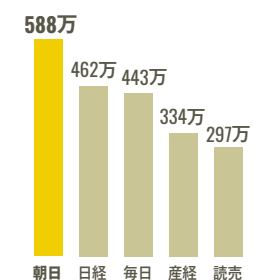
「〇〇新聞」の検索指数
(2023年1-12月)



Google Trends



LINE友達数 (2024年3月)



LINE

SDGsに関心がある



+17.9point

朝デジ利用者: 28.2%
全体: 10.3%
(全国MPS 2023)

環境保護を考えた商品を買う



+13.5point

朝デジ利用者: 46.1%
全体: 32.6%
(ACR/ex 2023)

夫婦別姓の制度に関心がある



+13.9point

朝デジ利用者: 21.2%
全体: 7.3%
(全国MPS 2023)

健康に強い関心を持っている



+13.2point

朝デジ利用者: 71.6%
全体: 58.4%
(ACR/ex 2023)

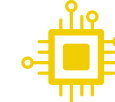
教育にお金がかかっても仕方ない



+8.2point

朝デジ利用者: 70.2%
全体: 62.0%
(ACR/ex 2023)

IT(情報技術)は生活を豊かにする



+20.3point

朝デジ利用者: 36.6%
全体: 16.3%
(全国MPS 2023)

朝日新聞の販売部数と購読者プロフィール

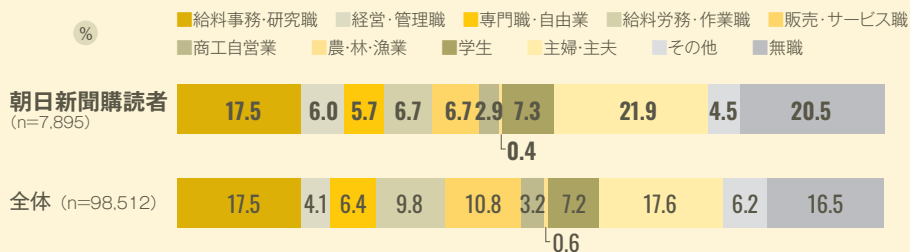
日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

朝日新聞本紙 本支社別販売部数

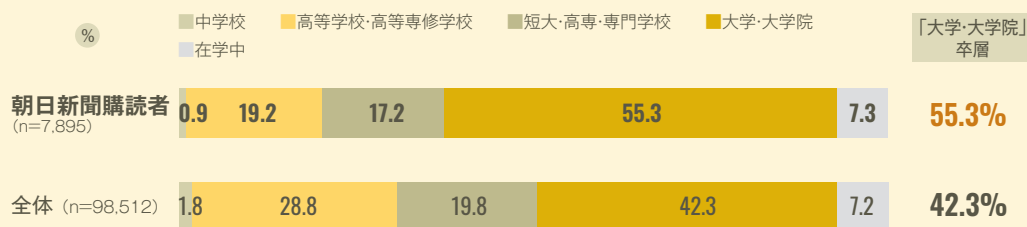
	朝刊	夕刊
5本支社合計	3,568,481部	1,051,541部
東京本社版	2,072,036部	616,429部
大阪本社版	963,419部	397,780部
西部本社版	275,915部	24,100部
名古屋本社版	191,547部	—
北海道支社版	65,564部	—

※2024年4月1日から、北海道の夕刊発行を休止しています。

職 業

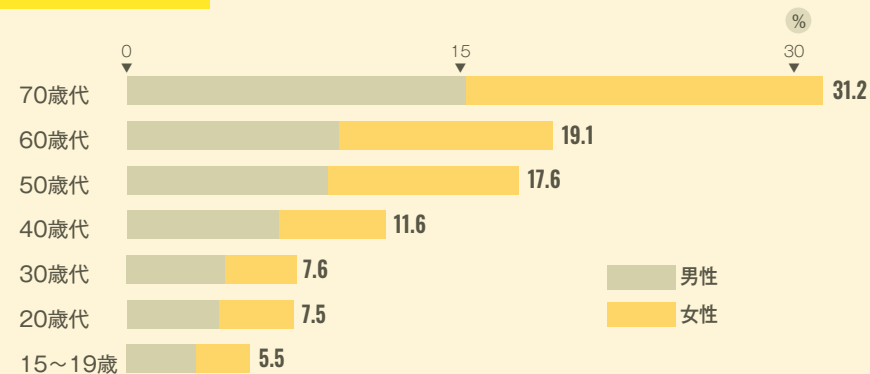


学 歴

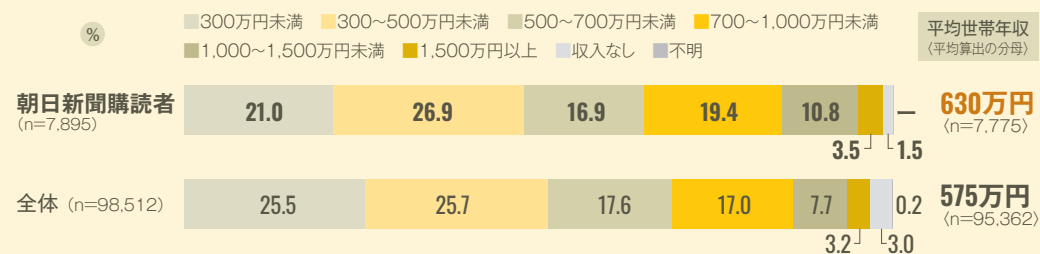


性・年代別

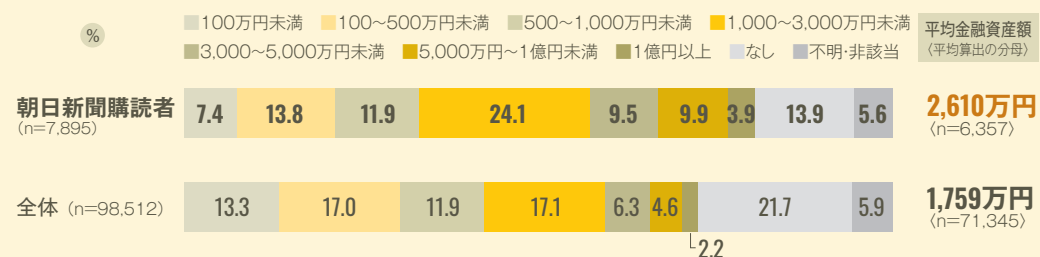
朝日新聞購読者 (n=7,895) の分布



世帯年収



世帯での金融資産額 (20歳以上)



※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正しています(単位:千人)。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

朝日新聞の都道府県別部数

都道府県	世帯数		朝刊部数	夕刊部数	朝刊普及率
北海道	2,804,281	H	64,695	—	2.31%
青森県	594,597	T	10,755	1	1.81%
岩手県	533,908	T	16,044	1	3.01%
宮城県	1,035,949	T	36,771	6	3.55%
秋田県	425,607	T	15,487	0	3.64%
山形県	421,275	T	29,020	0	6.89%
福島県	796,575	T	33,212	0	4.17%
茨城県	1,298,834	T	97,794	5,047	7.53%
栃木県	860,314	T	40,907	635	4.75%
群馬県	872,782	T	42,961	504	4.92%
埼玉県	3,470,089	T	311,043	61,847	8.96%
千葉県	3,023,394	T	269,432	76,765	8.91%
東京都	7,451,051	計	569,017	269,348	7.64%
		T	568,833	269,315	
		O	116	21	
		S	46	12	
		N	22	—	
神奈川県	4,512,592	T	469,115	181,480	10.40%
新潟県	914,487	T	30,057	2	3.29%
山梨県	371,974	T	15,947	164	4.29%
長野県	891,350	T	28,024	6	3.14%
静岡県	1,632,671	計	49,131	19,193	3.01%
		T	49,121	19,193	
		N	10	—	
岐阜県	846,707	計	25,776	0	3.04%
		N	25,770	—	
		T	6	0	
愛知県	3,421,030	N	122,555	—	3.58%
三重県	812,795	計	52,693	0	6.48%
		N	43,050	—	
		O	9,643	0	
富山県	431,110	O	4,271	0	0.99%

※2024年4月1日から、北海道の夕刊発行を休止しています。

沖縄県には東京本社版と西部本社版が含まれています



日本ABC協会「新聞発行人レポート 普及率 2023年7～12月平均」

都道府県	世帯数		朝刊部数	夕刊部数	朝刊普及率
石川県	497,350	O	4,951	2	1.00%
福井県	301,715	O	4,898	0	1.62%
滋賀県	610,361	O	51,092	6,601	8.37%
京都府	1,246,024	O	81,122	37,339	6.51%
大阪府	4,462,498	計	322,335	211,032	7.22%
		O	322,318	211,016	
		T	16	15	
		S	1	1	
兵庫県	2,601,174	O	198,030	101,764	7.61%
奈良県	607,397	O	61,097	32,902	10.06%
和歌山県	443,470	計	41,124	7,536	9.27%
		O	41,067	7,536	
		N	57	—	
徳島県	338,467	O	7,898	0	2.33%
香川県	447,775	O	24,333	0	5.43%
愛媛県	656,678	O	35,409	0	5.39%
高知県	350,142	O	3,687	2	1.05%

都道府県	世帯数		朝刊部数	夕刊部数	朝刊普及率
鳥取県	240,643	O	8,548	1	3.55%
島根県	293,719	O	9,678	0	3.29%
岡山県	866,346	O	37,113	4	4.28%
広島県	1,334,658	O	56,125	3	4.21%
山口県	659,439	計	68,786	859	10.43%
		S	68,782	859	
		O	4	0	
福岡県	2,519,442	S	123,479	22,962	4.90%
佐賀県	343,375	S	8,170	0	2.38%
長崎県	632,920	S	17,386	0	2.75%
熊本県	803,966	S	15,793	0	1.96%
大分県	546,685	S	19,998	0	3.66%
宮崎県	532,172	S	13,067	0	2.46%
鹿児島県	812,740	S	8,560	3	1.05%
沖縄県	693,790	計	646	641	0.09%
		T	392	390	
		S	254	251	

T：東京本社版 O：大阪本社版 S：西部本社版 N：名古屋本社版 H：北海道支社版

東京本社版部数と購読者プロフィール

東京本社版の
販売エリア

朝刊販売部数

2,072,036部

夕刊販売部数

616,429部

セット版エリア（夕刊あり）

東京都、神奈川県、埼玉県、静岡県

千葉県（船橋市、成田市、佐倉市、東金市、四街道市、八街市、印西市、白井市、富里市、印旛郡、いすみ市、安房郡、夷隅郡、浦安市、我孫子市、鎌ヶ谷市、鴨川市、館山市、君津市、市原市、市川市、習志野市、勝浦市、松戸市、千葉市、袖ヶ浦市、大網白里市、長生郡、南房総市、柏市、八千代市、富津市、茂原市、木更津市、野田市、流山市）
茨城県（水戸市、土浦市、古河市、龍ヶ崎市、常総市、取手市、牛久市、つくば市、守谷市、つくばみらい市、稲敷郡）

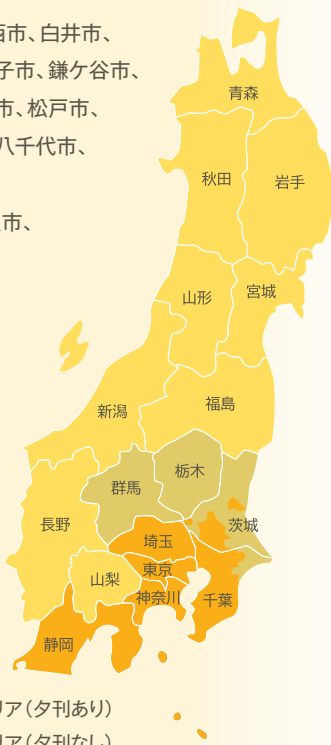
セット版エリア（夕刊なし）

栃木県、群馬県、茨城県（上記以外）、千葉県（上記以外）

総合版エリア

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、山梨県、長野県

- セット版エリア（夕刊あり）
- セット版エリア（夕刊なし）
- 総合版エリア



日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

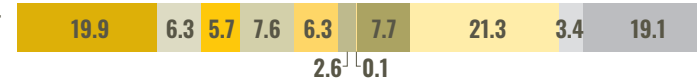
SOLUTIONS
&
DATA 2024

職業

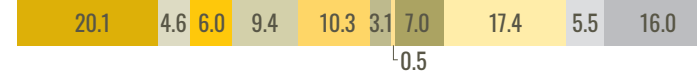
%

給料事務・研究職 経営・管理職 専門職・自由業 給料労務・作業職 販売・サービス職
商工自営業 農・林・漁業 学生 主婦・主夫 その他 無職

朝日新聞購読者
(n=4,611)



全体 (n=48,103)



学歴

%

中学校 高等学校・高等専門学校 短大・高専・専門学校 大学・大学院
在学中 卒業

朝日新聞購読者
(n=4,611)



全体 (n=48,103)



世帯年収

%

300万円未満 300～500万円未満 500～700万円未満 700～1,000万円未満
1,000～1,500万円未満 1,500万円以上 収入なし 不明

平均世帯年収
(平均算出の分母)

朝日新聞購読者
(n=4,611)



666万円
(n=4,535)

全体 (n=48,103)



612万円
(n=46,627)

世帯での金融資産額（20歳以上）

%

100万円未満 100～500万円未満 500～1,000万円未満 1,000～3,000万円未満
3,000～5,000万円未満 5,000万円～1億円未満 1億円以上 なし 不明・非該当

平均金融資産額
(平均算出の分母)

朝日新聞購読者
(n=4,611)



2,679万円
(n=3,790)

全体 (n=48,103)



1,861万円
(n=35,653)

※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正しています（単位：千人）。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

大阪本社版部数と購読者プロフィール

日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

大阪本社版の 販売エリア

朝刊販売部数

963,419部

夕刊販売部数

397,780部

セット版エリア（夕刊あり）

滋賀県 大津市、草津市、守山市、栗東市
京都府 京都市、宇治市、亀岡市、城陽市、向日市、長岡京市、八幡市、京田辺市、木津川市、乙訓郡、久世郡、相楽郡、綴喜郡
大阪府 神戸市、尼崎市、西宮市、芦屋市、伊丹市、宝塚市、川西市、三田市、明石市、加古川市、姫路市、三木市、高砂市、川辺郡、加古郡、揖保郡
奈良県 奈良市、大和高田市、大和郡山市、天理市、橿原市、生駒市、桜井市、香芝市、葛城市、高市郡、生駒郡、北葛城郡、磯城郡
和歌山県 和歌山市、岩出市、海南市

セット版エリア（夕刊なし）

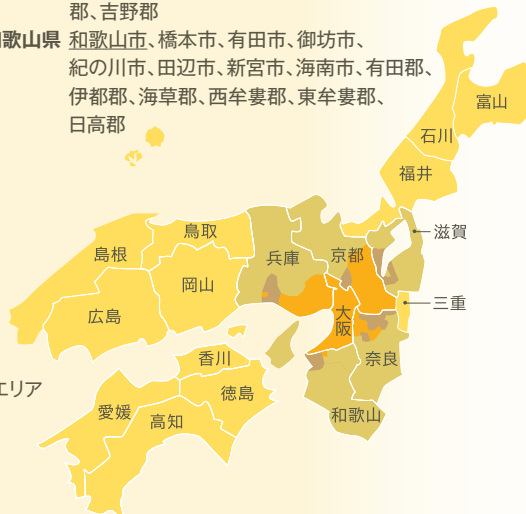
滋賀県 大津市、長浜市、彦根市、近江八幡市、野洲市、東近江市、犬上郡、愛知郡、蒲生郡、甲賀市、高島市、米原市、湖南市、守山市、栗東市
京都府 福知山市、京丹後市、舞鶴市、宮津市、綾部市、亀岡市、南丹市、与謝郡、船井郡
兵庫県 姫路市、小野市、洲本市、西脇市、相生市、豊岡市、たつの市、赤穂市、加西市、丹波篠山市、朝来市、赤穂郡、加東市、神崎郡、佐用郡、多可郡、丹波市、美方郡、南あわじ市、養父市、淡路市、宍粟市
奈良県 奈良市、大和高田市、天理市、橿原市、五條市、御所市、宇陀市、高市郡、宇陀郡、山辺郡、吉野郡
和歌山県 和歌山市、橋本市、有田市、御坊市、紀の川市、田辺市、新宮市、海南市、有田郡、伊都郡、海草郡、西牟婁郡、東牟婁郡、日高郡

総合版エリア

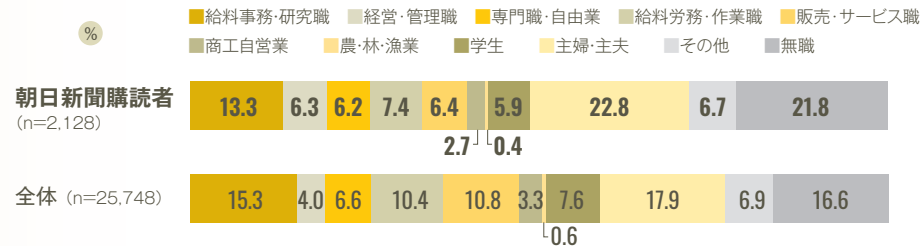
富山県、石川県、福井県、三重県（伊賀市、名張市）、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県

※下線の地域は夕刊があるエリアとないエリアが混在しています。
それ以外の地域でも境界のエリアで、混在している場合があります。

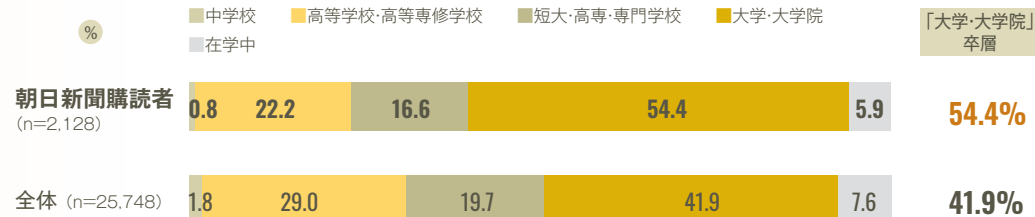
- セット版エリア（夕刊あり）
- セット版（夕刊あり）とセット版（夕刊なし）の混在エリア
- セット版エリア（夕刊なし）
- 総合版エリア



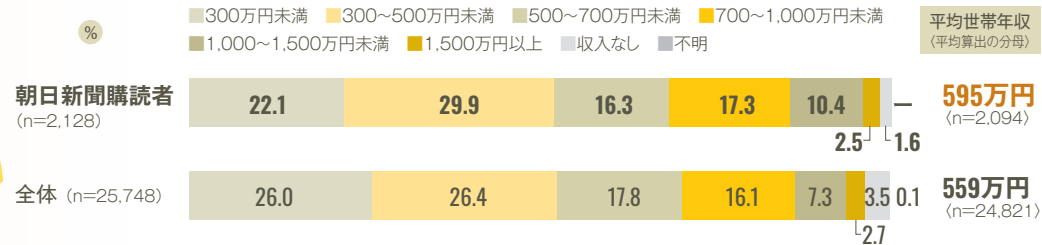
職業



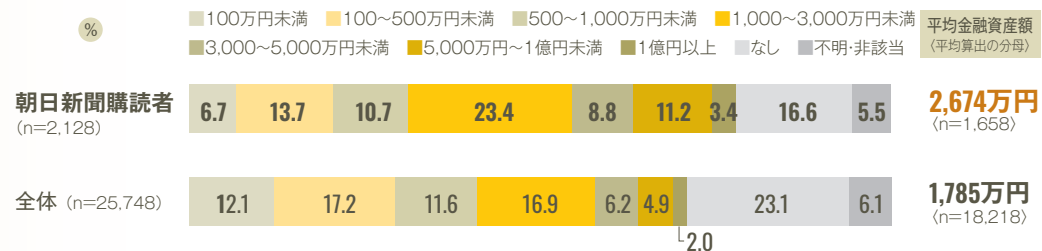
学歴



世帯年収



世帯での金融資産額（20歳以上）



西部本社版部数と購読者プロフィール

西部本社版の
販売エリア

朝刊販売部数

275,915部

夕刊販売部数

24,100部

夕刊ありのエリア

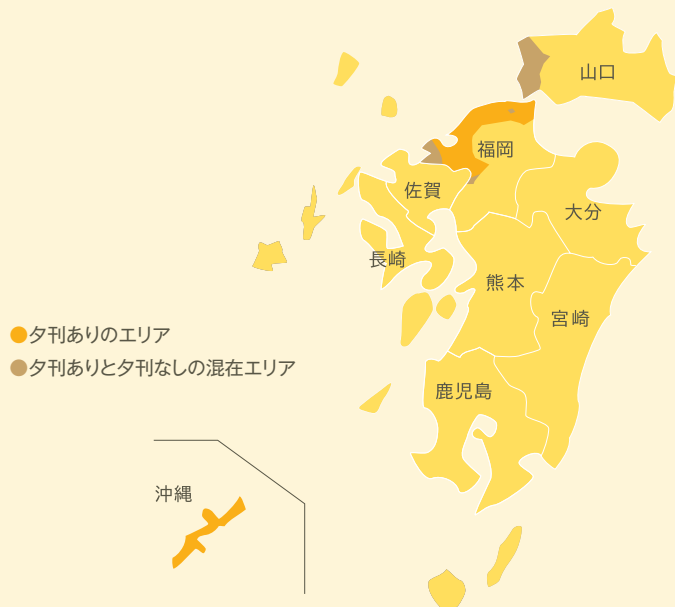
福岡県（福岡市、北九州市、宗像市、古賀市、中間市、福津市、太宰府市、筑紫野市、春日市、大野城市、糸島市、小郡市、那珂川市、筑紫郡、遠賀郡、糟屋郡）

山口県（下関市）

沖縄県

※下線の地域は夕刊があるエリアとないエリアが混在しています。
それ以外の地域でも境界のエリアで、混在している場合があります。

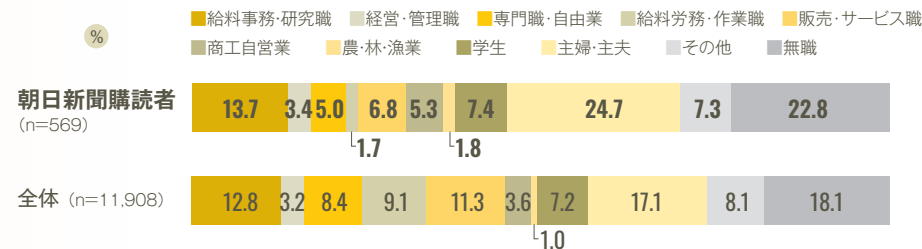
※上記以外の地域は朝刊のみのエリア ※沖縄県には東京本社版と西部本社版が含まれています。



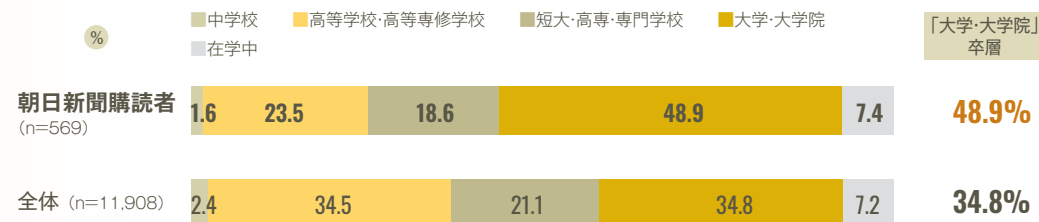
日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

SOLUTIONS
&
DATA 2024

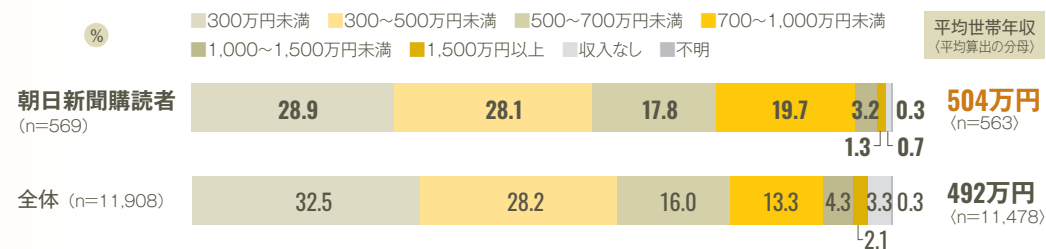
職業



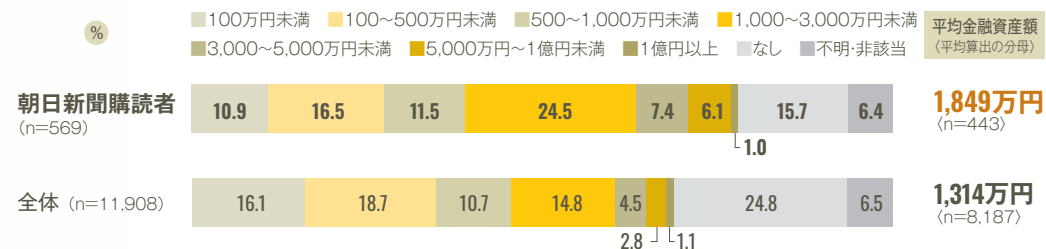
学歴



世帯年収



世帯での金融資産額 (20歳以上)



※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを修正しています（単位：千人）。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

名古屋本社版部数と購読者プロフィール

日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

名古屋本社版の
販売エリア

朝刊販売部数

191,547部

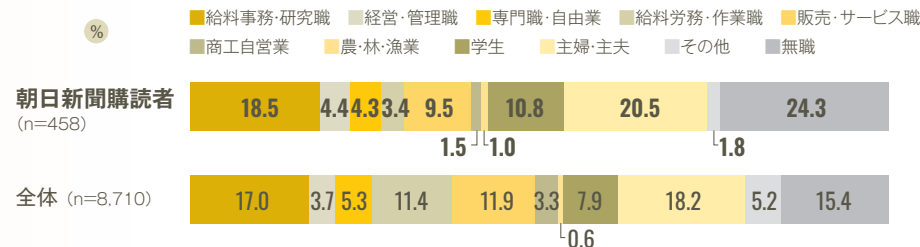
岐阜県、愛知県、三重県（伊賀市、名張市を除く）

※全て朝刊のみのエリア

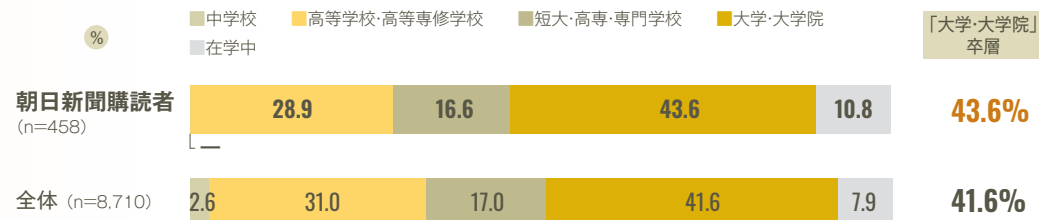
※2023年5月1日から、愛知、岐阜、三重の3県で夕刊を休止しています。



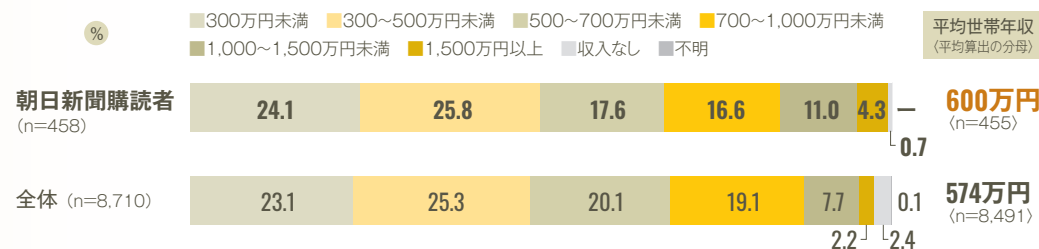
職業



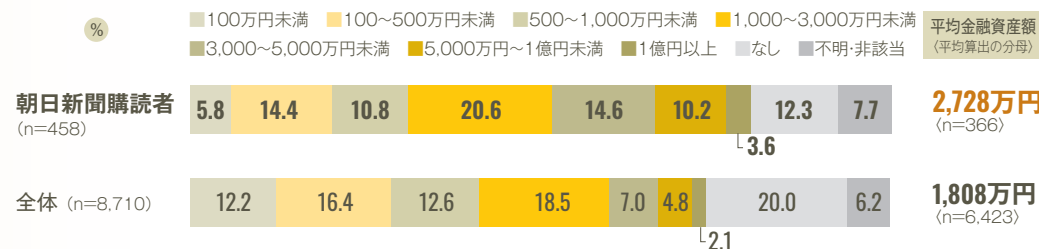
学歴



世帯年収



世帯での金融資産額 (20歳以上)



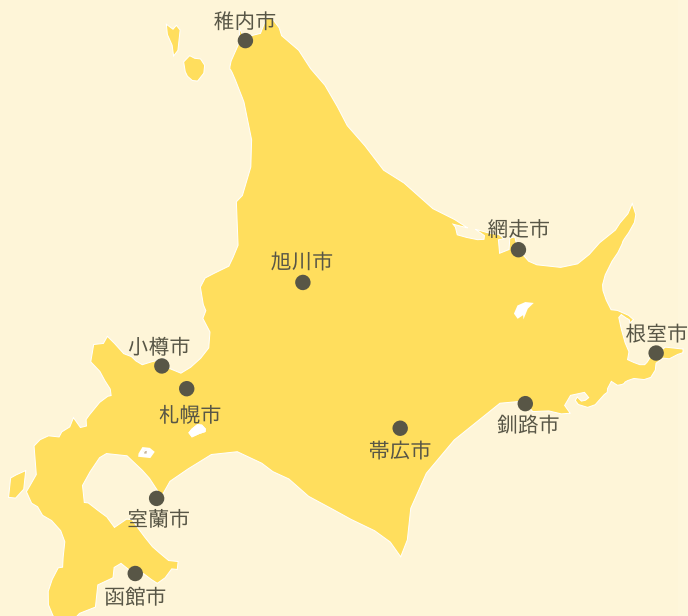
北海道支社版部数と購読者プロフィール

北海道支社の
販売エリア

朝刊販売部数 **65,564部**

全て朝刊のみのエリア

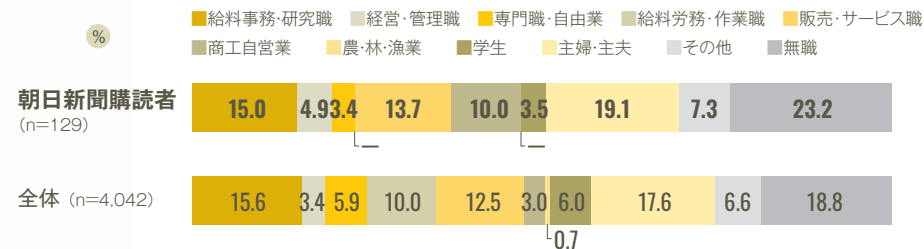
※2024年4月1日から、北海道の夕刊を休止しています。



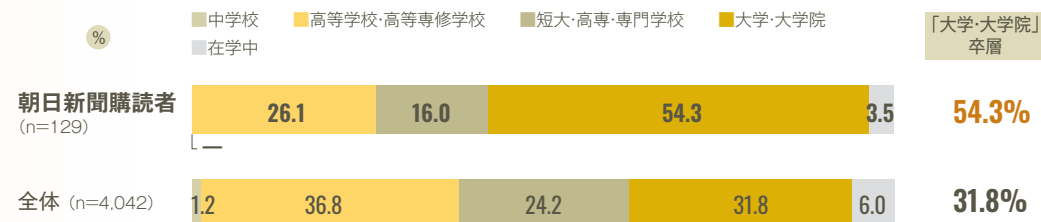
日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2023年7～12月平均」
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

SOLUTIONS
&
DATA 2024

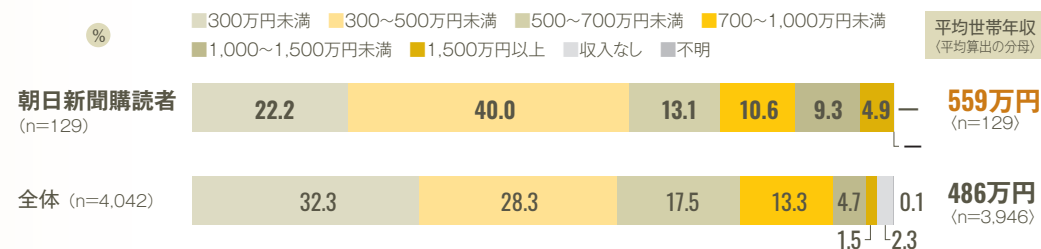
職業



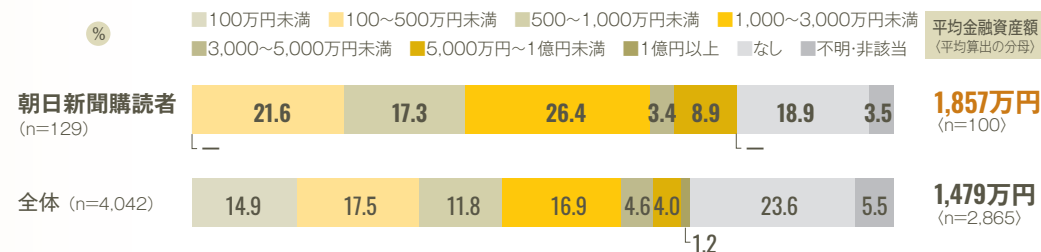
学歴



世帯年収



世帯での金融資産額 (20歳以上)



※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正しています(単位:千人)。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

エリア別到達率 2紙による到達率と併読率

各本支社版エリア別到達率

全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

エリア	標本サイズ	朝日新聞	毎日新聞	読売新聞	産経新聞	日本経済新聞	北海道新聞	中日新聞	西日本新聞
全国	98,512	8.0	2.3	10.3	1.4	4.0	1.7	3.8	0.7
東京本社版	48,103	9.6	2.0	13.3	1.3	5.1	—	0.5	—
大阪本社版	25,748	8.3	3.7	10.2	2.8	3.5	—	0.3	—
西部本社版	11,908	4.8	2.4	6.6	0.4	2.3	—	—	6.0
名古屋本社版	8,710	5.3	0.8	1.6	0.2	3.1	—	39.1	—
北海道支社版	4,042	3.2	0.9	5.1	—	1.6	41.7	—	—

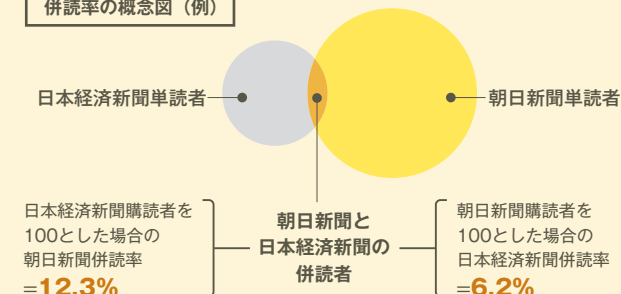
2紙による到達率

エリア	標本サイズ	朝日新聞 + 毎日新聞	朝日新聞 + 読売新聞	朝日新聞 + 産経新聞	朝日新聞 + 日本経済新聞	朝日新聞 + 北海道新聞	朝日新聞 + 中日新聞	朝日新聞 + 西日本新聞
全国	98,512	10.1	18.0	9.3	11.6	9.7	11.7	8.7
東京本社版	48,103	11.2	22.5	10.8	14.0	9.6	10.1	9.6
大阪本社版	25,748	11.6	18.2	11.0	11.4	8.3	8.5	8.3
西部本社版	11,908	7.0	11.3	5.1	6.9	4.8	4.8	10.7
名古屋本社版	8,710	6.0	6.8	5.4	8.0	5.3	44.0	5.3
北海道支社版	4,042	4.1	8.2	3.2	4.7	44.5	3.2	3.2

併読率（全国）

	標本サイズ	朝日新聞	毎日新聞	読売新聞	産経新聞	日本経済新聞
朝日新聞	7,895	—	3.2	3.6	1.2	6.2
毎日新聞	2,278	11.0	—	7.5	3.1	9.1
読売新聞	10,166	2.8	1.7	—	0.9	5.5
産経新聞	1,401	6.5	5.0	6.7	—	8.7
日本経済新聞	3,972	12.3	5.2	14.1	3.1	—

併読率の概念図（例）



※各本支社エリア別到達率は宅配購読レベルの個人（満15～79歳）への到達率

※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを正規しています（単位：千人）。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

都道府県別到達率

%

エリア	標本サイズ	朝日新聞	毎日新聞	読売新聞	産経新聞	日本経済新聞	北海道新聞	中日新聞	西日本新聞
全国	98,512	8.0	2.3	10.3	1.4	4.0	1.7	3.8	0.7
北海道	4,042	3.2	0.9	5.1	—	1.6	41.7	—	—
青森県	960	3.6	1.5	4.9	—	1.2	—	—	—
岩手県	918	3.1	0.6	7.1	0.9	1.7	—	—	—
宮城県	1,784	5.1	0.3	7.0	0.8	1.7	—	—	—
秋田県	723	6.2	0.7	6.9	0.5	1.9	—	—	—
山形県	799	7.0	2.7	15.0	0.2	1.6	—	—	—
福島県	1,419	6.2	2.1	8.1	0.1	2.4	—	—	—
茨城県	2,280	9.2	3.6	23.6	1.5	3.2	—	—	—
栃木県	1,532	5.5	2.2	19.7	0.2	2.8	—	—	—
群馬県	1,520	7.3	2.0	21.2	0.7	2.1	—	—	—
埼玉県	5,893	10.9	2.8	18.7	2.3	5.4	—	—	—
千葉県	5,019	12.1	2.0	17.9	1.9	5.0	—	—	—
東京都	11,187	11.8	2.2	12.9	1.5	8.5	—	—	—
神奈川県	7,353	13.3	1.4	13.8	1.6	7.2	—	—	—
新潟県	1,676	5.6	1.1	6.0	0.5	2.9	—	—	—
山梨県	634	5.2	3.4	7.5	0.7	2.4	—	—	—
長野県	1,567	4.5	1.8	4.1	0.5	1.8	—	1.9	—
静岡県	2,840	4.1	1.3	2.4	0.8	2.0	—	7.4	—
岐阜県	1,542	4.0	0.5	1.7	0.3	2.8	—	42.1	—
愛知県	5,925	4.7	0.5	1.0	0.2	3.1	—	40.2	—
三重県	1,382	10.3	3.2	5.0	—	3.1	—	27.4	—
富山県	800	1.5	0.3	15.7	0.3	1.4	—	—	—
石川県	872	2.8	0.6	3.9	—	2.7	—	—	—

全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

%

エリア	標本サイズ	朝日新聞	毎日新聞	読売新聞	産経新聞	日本経済新聞	北海道新聞	中日新聞	西日本新聞
福井県	586	2.9	1.4	1.7	—	1.7	—	1.0	—
滋賀県	1,103	9.9	4.3	12.7	2.5	2.4	—	4.2	—
京都府	1,959	9.0	2.6	10.2	1.3	3.8	—	—	—
大阪府	6,948	9.3	5.4	13.2	5.5	5.1	—	—	—
兵庫県	4,266	10.9	4.3	12.0	2.5	4.2	—	—	—
奈良県	1,031	12.9	12.5	14.6	7.7	3.5	—	—	—
和歌山県	712	10.5	7.3	16.5	5.9	1.1	—	0.3	—
徳島県	555	4.5	1.3	3.0	1.0	3.0	—	—	—
香川県	739	9.1	1.2	8.9	0.5	2.6	—	—	—
愛媛県	1,021	8.4	1.6	5.8	0.6	2.7	—	—	—
高知県	523	0.4	1.4	0.9	0.3	2.2	—	—	—
鳥取県	417	5.2	1.6	7.4	0.5	1.7	—	—	—
島根県	495	3.4	0.8	3.5	—	1.3	—	—	—
岡山県	1,436	7.4	0.8	5.2	1.0	2.3	—	—	—
広島県	2,146	5.2	0.6	5.7	0.5	2.7	—	—	—
山口県	1,013	12.3	4.9	16.4	0.4	3.7	—	—	—
福岡県	3,970	6.1	3.7	8.2	0.7	2.3	—	—	14.0
佐賀県	616	4.3	0.4	6.9	—	1.9	—	—	9.0
長崎県	994	2.9	2.4	5.9	—	1.9	—	—	7.4
熊本県	1,316	2.0	0.2	4.3	0.4	2.4	—	—	0.8
大分県	858	5.7	2.6	7.4	0.2	4.1	—	—	2.0
宮崎県	809	4.0	2.1	5.0	—	1.5	—	—	—
鹿児島県	1,200	2.3	0.7	2.2	0.2	1.8	—	—	—
沖縄県	1,132	1.1	0.9	0.6	0.3	1.5	—	—	—

※各本支社エリア別到達率は宅配購読レベルの個人（満15～79歳）への到達率

※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正しています（単位：千人）。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

新聞閲読率、世帯内閲読人数 閲読時間・時間帯

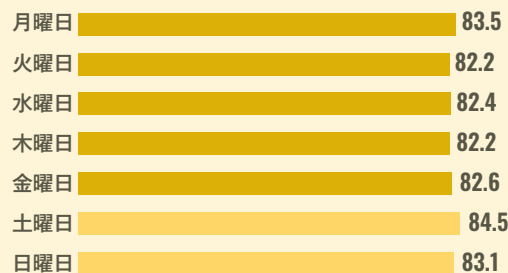
全国MPS協議会「全国メディアプロフィールサーベイ2023」

朝日新聞の閲読率・世帯内閲読人数（全日平均・新聞購読者）

閲読率

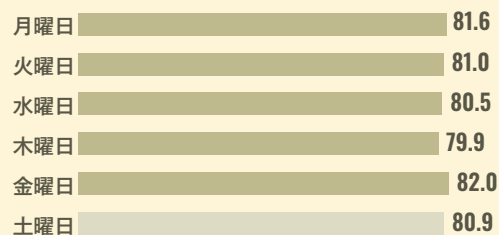
朝刊閲読率 平均 **82.9%**

朝日新聞朝刊購読者 (n=7,788)



夕刊閲読率 平均 **81.0%**

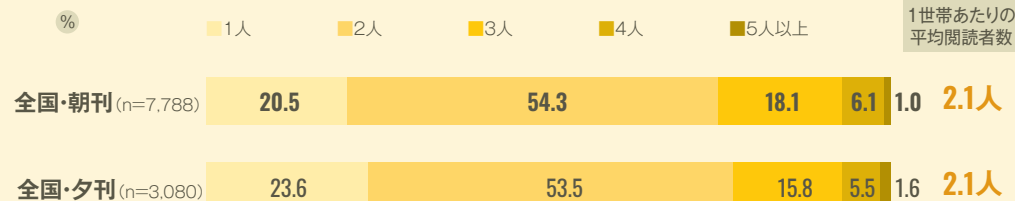
朝日新聞夕刊購読者 (n=3,080)



朝日新聞購読者の平均閲読時間は **24.8分**

朝刊の平均閲読人数は **2.1人**

購読世帯内閲読人数



新聞閲読時間・時間帯（複数回答）

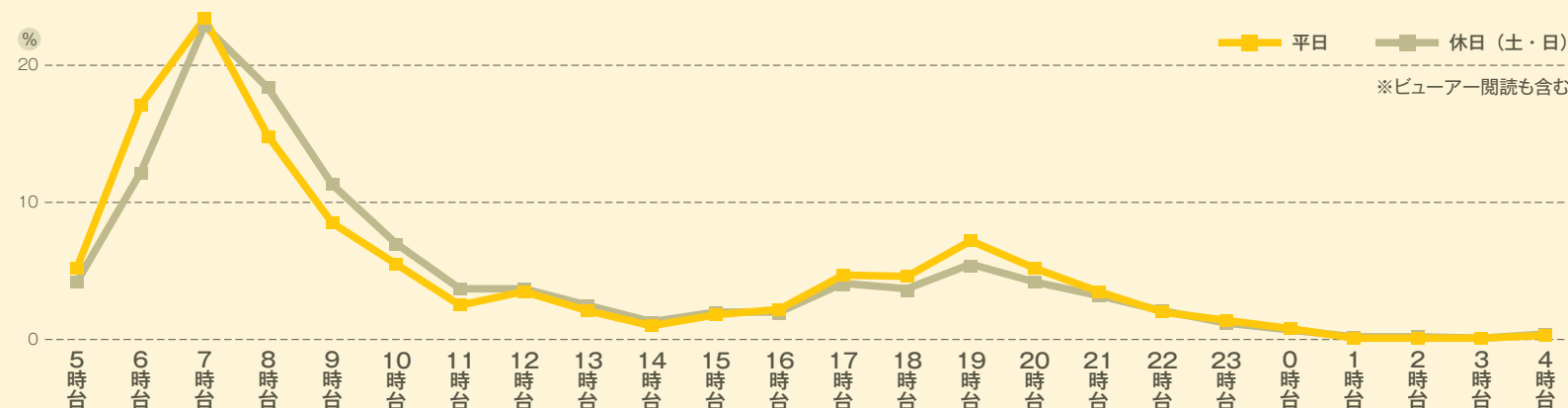
全体 平均閲読時間 **24.8分**

平日 平均閲読時間 **24.4分**

休日 平均閲読時間 **25.9分**

※ビューアー閲読も含む

朝日新聞購読者 (n=10,447) ※夕刊を購読していない人も含む全体の集計



※満15歳～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正しています（単位：千人）。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

13社14紙が参加する新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」は
個々の面がどのくらい見られたかを測定し、平均値を公表しています。

平均面別接触率

集計対象：朝日新聞東京本社（首都圏）※集計対象期間：2020年1月～2023年12月

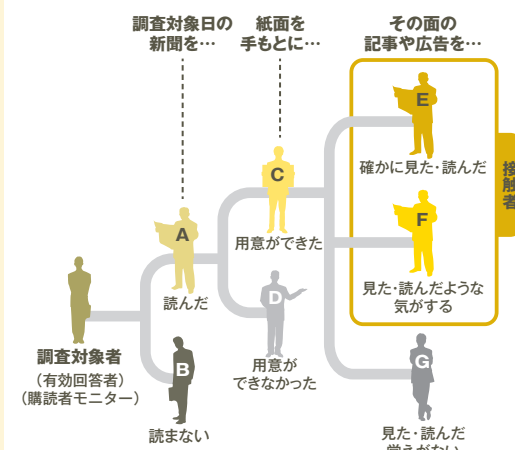
ビデオリサーチ「J-MONITOR 定期面別接触率調査」

	件数	全体	男性	女性	15-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳
第1総合	48	90.7	91.4	90.0	75.8	82.9	92.8	94.4	96.4
第2総合	48	86.4	88.4	84.5	71.7	78.8	88.6	90.6	91.5
第3総合	48	85.1	87.9	82.4	70.4	78.5	86.8	88.4	90.8
第4総合	36	79.7	85.1	74.8	66.1	73.5	81.2	83.7	84.4
政治	4	74.7	76.3	73.4	61.4	69.2	74.7	80.1	78.8
経済	67	81.3	84.6	78.3	65.9	73.7	84.3	86.4	85.9
国際	49	78.4	82.3	74.6	64.5	72.7	81.1	81.4	83.0
商況	57	51.9	57.2	46.8	50.2	57.1	56.6	53.4	47.4
オピニオン	46	75.5	75.0	76.0	64.0	69.7	78.5	80.2	77.9
オピニオン（声）	48	79.1	77.5	80.7	64.1	70.4	82.2	83.8	84.0
読書	24	72.2	71.9	72.4	60.4	73.2	76.4	74.0	73.8
歌壇・俳壇	8	54.3	56.9	51.8	52.8	63.4	59.2	52.2	50.8
スポーツ	136	72.4	78.4	66.7	59.3	66.3	75.4	76.4	76.4
高校野球	14	68.9	73.5	64.5	54.0	64.4	73.4	75.6	71.6
五輪	5	69.0	71.6	66.4	57.3	67.2	69.4	69.4	74.0
パラリンピック	5	68.5	68.5	68.5	61.2	64.0	75.9	70.7	68.8
ラジオ・テレビ	10	60.8	63.5	58.3	55.5	63.1	67.8	63.0	57.0
TV解説	47	75.7	74.9	76.5	60.8	69.0	79.8	80.3	79.6
生活	38	78.4	73.7	83.1	63.4	71.1	83.5	85.1	81.5
教育	56	69.5	68.3	70.7	63.6	66.9	77.6	72.5	66.7
科学・環境	16	73.6	73.3	73.9	61.7	72.0	77.1	79.7	73.9
健康・医療	11	79.0	76.0	82.1	63.7	72.6	84.3	85.3	82.3
文化	36	76.2	75.2	77.1	63.9	68.7	79.9	80.6	78.8
リライフ	7	76.1	73.1	78.9	64.0	74.0	80.3	80.3	78.3
地域	80	81.5	82.0	81.0	64.5	72.4	85.0	87.5	86.4
特集	37	71.6	70.9	72.4	60.0	70.2	76.8	75.5	72.5
社会・総合	15	84.6	85.3	83.9	64.2	72.7	87.3	90.7	89.6
第2社会	48	88.0	88.6	87.4	71.1	77.5	90.8	93.0	94.4
第1社会	47	88.0	88.5	87.5	71.3	77.6	90.5	93.2	94.3
テレビ	48	86.6	87.0	86.2	70.3	76.9	89.5	90.3	92.9
別刷り									
別刷り1面	15	68.2	67.4	69.0	51.8	64.8	71.0	72.2	72.6
別刷り中面	106	62.9	62.6	63.2	50.9	62.5	67.9	66.1	64.2

	件数	全体	男性	女性	15-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	60-69歳
第1総合	37	78.2	78.9	77.6	58.8	63.6	79.0	83.5	87.9
フィーチャー	92	69.2	68.0	70.4	51.2	58.3	72.6	74.9	75.5
囲碁将棋	6	55.6	59.5	51.9	47.0	45.0	63.8	56.7	58.4
惜別	6	66.8	67.3	66.2	43.7	62.2	68.7	70.3	74.7
ファッション	5	62.9	56.3	69.0	41.8	61.1	67.1	69.0	67.3
スポーツ	7	63.6	67.7	59.8	48.4	49.7	67.7	66.1	70.3
商況	8	44.9	49.1	40.8	35.4	53.9	46.5	44.6	45.3
B S・ラジオ	7	54.1	57.3	51.0	43.6	49.2	59.3	58.6	54.7
NEWS+α	30	66.5	66.0	67.1	49.7	53.4	70.1	72.2	72.7
社会・総合	37	75.9	76.1	75.7	55.3	60.3	77.0	81.9	85.6
第1社会	37	76.3	76.3	76.2	56.4	61.3	77.2	81.8	85.8
テレビ	37	71.6	72.0	71.3	54.6	60.0	73.1	76.4	79.0

※調査件数が4件以上の面のデータを掲載しています。

面別接触率の設問方法



面別接触率の計算式

$$\text{面別接触率} = \frac{\text{確かに見た・読んだ} + \text{見た・読んだような気がする}}{\text{調査対象者（有効回答者）（購読者モニター）}} \times 100\%$$

掲載後の効果検証に 応える個別広告調査

J-MONITOR個別広告調査

新聞広告の到達フェーズとデータ

媒体到達 閲読 面別・広告接触 認知 行動

ABC部数

全国MPS

ACR/ex

出稿後

●広告効果検証

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

面別接触率・広告接触率調査

個別広告調査

出稿前

●メディアプランニング

●ピークル選定

広告掲載日の2営業日後に報告書が出力される定型調査と、調査ニーズに応じて原則15問の質問項目を設定できるカスタム調査が可能です。

個別広告調査

	①定型調査	②カスタム調査
実施エリア (2024年4月現在)	・首都圏(東京・神奈川・埼玉・千葉) ・近畿圏(大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山) ・中京圏(愛知・岐阜・三重) ・福岡県・北海道	
設問内容	8問の固定設問	15問程度の自由設定
報告書納品時期	掲載日の2営業日後	掲載日の6営業日後※
特徴	結果が早く得られる 平均値との比較が可能	ニーズに応じた調査が可能

※調査の申し込み状況により、変更になる場合があります。

定型調査の質問項目

Q1 (○面をご覧ください) あなたは○面の下記の位置にある広告をご覧になりましたか。(単数回答)

1. 確かに見た 2. 見たような気がする 3. 見た覚えがない

Q2 あなたは『○○○○○』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。(各単数回答)

	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
広告が理解できた	○	○	○	○
広告に興味を持った	○	○	○	○
広告に好感を持った	○	○	○	○
広告が信頼できる	○	○	○	○

Q3 あなたは『○○○○○』の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

- | | |
|------------------|--------------|
| 1. 目立つ | 8. 自分たち向けの |
| 2. センスがよい | 9. 役に立つ |
| 3. 文章が読みやすい | 10. 個性的である |
| 4. 文字の大きさがちょうどよい | 11. おもしろい |
| 5. 共感できる | 12. タイミングがよい |
| 6. 説得力がある | 13. 話題性がある |
| 7. よい広告を出していると思う | 14. この中にはない |

Q4 あなたはこの広告をご覧になる前から『○○○○○』をご存じでしたか。(単数回答)

1. 事業内容(商品内容)まで知っている
2. 名前は聞いたことがある
3. この広告を見て初めて知った
4. わからない

Q5 あなたはこの広告をご覧になって『○○○○○』の商品・サービスを今後機会があれば購入・利用の候補にしようと思いますか。(単数回答)

1. 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験あり)
2. 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験なし)
3. 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験あり)
4. 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験なし)
5. この広告ではあてはまらない

※『○○○○○』には、調査ごとに実際の広告に合わせた文言を入れることになります。(30文字以内)
※質問項目は変更になることがあります。

「J-MONITOR」では広告出稿計画に役立つ定期面別接触率調査・広告接触率調査に加え、広告掲載後の効果や反響を測定する個別広告調査を実施しています。

Q6 この広告をご覧になって、あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

1. 初めて『○○○○○』を知った
2. あらためて『○○○○○』に注目した
3. 『○○○○○』のホームページを見たいと思った
4. インターネット(ホームページ以外)で比較したり、調べてみたいと思った
5. 店頭で確認しようと思った
6. まわりの人と話題にしたいと思った(ブログ、SNSの発信含む)
7. この中にあてはまるものはない

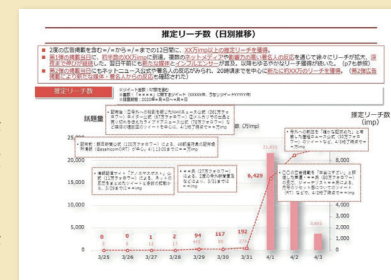
Q7 あなたはこの広告の内容を今回の広告以外で見聞きましたか。(複数回答)

1. この広告以外の新聞記事・広告で見た
2. 新聞の折込チラシで見た
3. テレビ番組・CMで見た
4. ラジオ番組・CMで聞いた
5. 雑誌記事・広告で見た
6. 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た
7. インターネット(パソコンや携帯など)で見た
8. その他のもので見聞きたした
9. 見聞きていない

Q8 この広告についての感想や意見を自由にご記入ください。
※Q8の自由回答は200文字以内で自由に変更が可能です。

SNSでの反響も レポートング

新聞に掲載された広告がSNS上でどのように拡散されたのかを分析、レポートが可能です。新聞広告を起点としたSNSでの拡がりを可視化します。



費用や申し込み期限など、詳しくは営業担当者にご確認ください。

広告朝日

<https://adv.asahi.com/>



広告朝日は「広告は、ニュースだ。」をコンセプトに
良質なコンテンツマーケティング情報を提供するメディアです。
メソッドや具体的なノウハウを提供しマーケターの
ビジネスをサポートします。

広告朝日のウェブサイトには、インタビュー、SNS、マーケティングキーワード、レポート＆データ、デジタルメディアガイド、A-TANK、ASAHI CREATIVE LABなどのコンテンツが掲載されています。



広告主インタビュー

広告掲載の背景や狙いをインタビュー



マーケティング基礎知識

マーケター必見の基礎知識を徹底解説



メディア紹介

各メディアの紹介や編集長インタビュー



クリエイターインタビュー

有名クリエイターのインタビュー

朝日広告賞とのコラボ企画も

朝日広告賞は1952年に創設され、数多くのクリエイターを輩出している広告賞です。2022年度から「デジタル連携の部」が新設され歴史とともに進化を続けています。



▲受賞者 スペシャルコンテンツ

朝日広告賞 <https://www.asahi-aaa.com/>



@adv_asahi

朝日新聞や朝日新聞デジタルなどの広告事例、
最新トピックス、おすすめコンテンツを発信します。



調査概要 DATA MEMO

本支社別発行部数

日本ABC協会「新聞発行社レポート半期 2023年7～12月平均」

全国・都道府県別普及率

日本ABC協会「新聞発行社レポート普及率 2023年7～12月平均」

全国メディアプロフィールサーベイ2023（全国MPS 2023）

調査地域 全国

調査対象 満15～79歳の男女個人(中学生を除く)

抽出方法 インターネット調査パネル

調査方法 インターネット調査

有効回収数 30,154

規正標本サイズ 98,512（推計人口に対応。単位：千人）※満15～79歳の人口構成比に合わせてウェートをかけ、都道府県ごとの抽出率の違いを規正している

調査時期 2023年7月3日～8月16日

調査主体 全国MPS協議会

調査実施機関 ビデオリサーチ

2023年度 全国MPS協議会参加社

ADKマーケティング・ソリューションズ、朝日新聞社、中日新聞社、電通、
日本経済新聞社、毎日新聞社 6社

J-MONITOR

調査地域 北海道・首都圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）
・中京圏（愛知県、岐阜県、三重県）・近畿圏（大阪府、京都府、
兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）・福岡県

調査対象 当該新聞を購読している 15～69 歳の男女個人

抽出方法 新聞広告による公募を中心とし、インターネット調査モニターパネルからの公募で補完。応募者を J-READ の当該地域・対象者の性 × 年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付

調査方法 パソコン・タブレット・スマートフォンを利用したウェブ調査（新聞紙面に
関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意して回答する再認法）

調査機関・レターヘッド ビデオリサーチ

ACR/ex

調査地域 東京50km圏

調査対象 満12～69歳の男女個人

抽出方法 ARS（エリア・ランダム・サンプリング）

※調査対象者の無作為抽出、インターネット非利用者も含む市場全体を母集団とする設計

調査方法 訪問による調査対象者説得、電子調査票による調査

有効回収数 4,805

調査時期 2023年3月1日～31日、4月7日～23日、5月5日～21日、6月2日～18日

調査主体 ビデオリサーチ

【発行】朝日新聞社

朝日新聞社メディア事業本部（総合お問い合わせ）〒104-8011 東京都中央区築地5-3-2 TEL 03-3545-0131 (大代表)

アカウントソリューション1～5部
ソーシャルプラットフォーム部
ビジネスソリューション部

〒104-8011 東京都中央区築地5-3-2
TEL 03-3545-0131 (大代表)

大阪アカウントソリューション部
〒530-8211 大阪市北区中之島2-3-18
TEL 06-6231-0131 (大代表)

ロンドンオフィス The Asahi Shimbun Company London Office
6th Floor, Viaro House, 20-23 Holborn, London EC1 N 2JD, U.K. TEL: +44-20-7831-0033

西部アカウントソリューション部
〒812-8511 福岡市博多区博多駅前2-1-1
TEL 092-411-1131 (大代表)

名古屋アカウントソリューションチーム
〒460-8488 名古屋市中区栄1-3-3
TEL 052-231-8131 (大代表)

