

# DATA FILE 2023

朝日新聞 媒体資料

## ミドルファンネルに効く

## 「コンテンツマーケティング」と「SNSによるトータルリーチ」が朝日の強み

### コンテンツマーケティング

- 興味関心～比較検討などのミドルファンネルにおいて、ストーリーに没入させ、商品の魅力や生活者の暮らしの中でどのように役立つか、商品の作り手や企業の意図・意思をじっくり伝えるコンテンツマーケティングが有効です。
- 商品購入の検討を始めている生活者に対しても、優位性や差別化ポイントをじっくりと訴求できるコンテンツマーケティングは効果を発揮します。

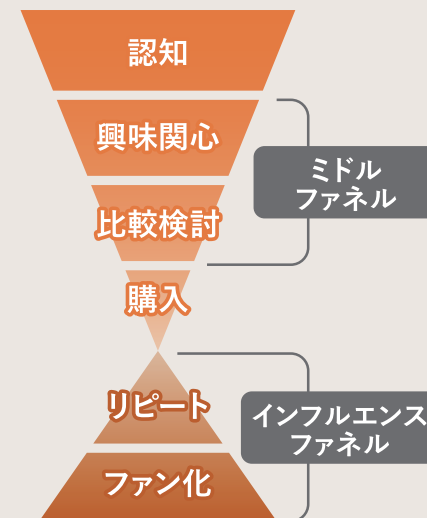
事例は3ページへ▶



パナソニック  
『未来空想新聞』



サントリー ザ・プレミアム・モルツ  
『コトブキ・ジローと五人のお客さま 半沢直樹編』



### SNSによるトータルリーチ

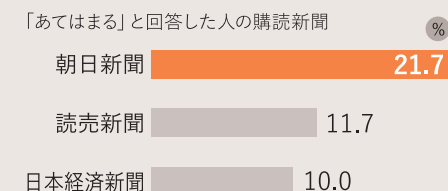
- 新聞広告は、信頼される情報源としてSNSに拡散されることで、デジタル空間にも広く伝わります。
- SNSへのトータルリーチにより、新聞読者以外のユーザーの興味関心をより促進します。

事例は5ページへ▶



ブログ・SNSで情報を発信している、  
他人のブログ・SNSによく書き込みをする  
(n=618)

「生活者市場予測システム (mif)」調査データをもとに朝日新聞社とめ



## 1stPartyデータを活用

### 「A-TANKによるデータソリューション」が朝日の強み



- 3rdPartyのデータ利用やcookie依存の接点維持が難しくなるなか、朝日新聞の1stPartyデータを活用した「A-TANK」の提供を開始しました。
- WEB行動情報、朝日ID会員の属性、購買履歴・応募履歴などを蓄積する「A-TANK DMP」を中心に様々な打ち手に対応します。
- 生活者の課題・インサイトと企業が提供する価値のSYNCポイントを見つけ、生み出します。

詳しい説明は7ページへ▶

行動情報

- ・朝日新聞デジタル
- ・30超の特化型媒体
- ・各サービス利用情報

会員属性

- ・朝日ID会員
- ・新聞購読者

購買・応募履歴

- ・購買情報
- ・イベント参加
- ・キャンペーン応募

## A-TANK

Asahi Data Solution SYNC TANK

**580万 ID 5,000万 UB/月**

分析・仮説設計

- ・セグメンテーション
- ・事前分析
- ・ダッシュボード

広告配信

- ・媒体内での配信
- ・各種DSP連携
- ・メールマガジン

レポート

- ・効果検証
- ・分析

## 新しいソリューションを生み出すために

### ビジネス関連部門を統合した「メディア事業本部」2023年4月に発足

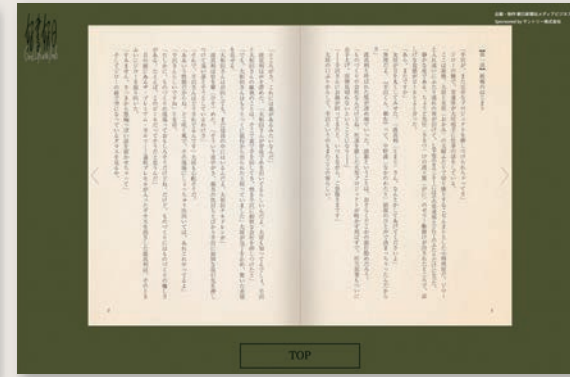
- メディア事業本部は、朝日新聞社が提供するメディア、コンテンツ、イベント、サービスなどの商品を一元的に扱い、お客様に最適なソリューションを提供することを目的としています。
- ビジネス関連部門が持つ提供価値を集約した「アカウントソリューション」「プランニング」「プロダクト」「ビジネスIT」「業務推進」の各機能を「戦略」機能が統括し、一体的に運用していく体制となります。クライアントのニーズがより多様化・高度化している中、朝日新聞社はじめグループ会社の持つ課題解決策・最適ナリソースを組み合わせさせたサービスや商品をワンストップで提供し、最大限活用していただける体制を目指します。



# コンテンツマーケティングがミドルファンネルに効く

文化や暮らしに関する情報も掲載する新聞は、著名な小説家や文化人にも幅広くつながりがあります。

作家の池井戸潤氏が執筆した『半沢直樹』に登場するキャラクターが「ザ・プレミアム・モルツ」について語るタイアップ広告を紙面とデジタルとで展開しました。



好書好日 特設ウェブサイト

2022年7月1日から6週間にわたり、サントリー「ザ・プレミアム・モルツ」と、『半沢直樹』シリーズの著者・池井戸潤氏のタイアップ広告特集、『コトブキ・ジローと五人のお客さま 半沢直樹編』全六話の連載を朝日新聞紙上で掲載。朝日新聞が運営する好書好日には特設ウェブサイト <https://book.asahi.com/book/extra/suntory/> を設置。



サントリー ザ・プレミアム・モルツ  
『コトブキ・ジローと五人のお客さま 半沢直樹編』  
2022年7月1日・8日・15日・22日・29日・8月5日 朝日新聞朝刊



池井戸潤氏が執筆した「ザ・プレミアム・モルツ」のものづくりストーリー。  
『半沢直樹』の名物キャラクターをゲストに迎え、サントリーの営業マンが熱く語る！  
<https://adv.asahi.com/series/campaign/14681802>





# CASES

様々なジャンルで未来を見すえた報道を行ってきた朝日新聞。パナソニックの協賛で2022年5月5日のこどもの日に発行した広告特集『未来空想新聞』では、「生き方」「家族」「ジェンダー」「教育」「身体」「AI」など、多彩なジャンルの「未来」をテーマに著名人からメッセージを集めました。



未来空想新聞 特設ページ



withnewsカテゴリースポンサードでの各記事

「こどもの日は未来を考える日」というコンセプトのもと、40を超える著名人・企業・団体が賛同し、多彩なジャンルの「未来」を考える新聞を企画・制作。広告特集『未来空想新聞』（ブランケット判12Pフルカラー、東京・神奈川と関西2府4県226万部）の発行に加え、特設サイトを用意し、紙面に掲載した各記事はwithnewsのカテゴリースポンサードに展開しました。

パナソニック  
『未来空想新聞』  
2022年5月5日 朝日新聞朝刊



より良い未来をともにつくろう！  
こどもの日に『未来空想新聞』を特別発行  
<https://adv.asahi.com/series/campaign/14670969>

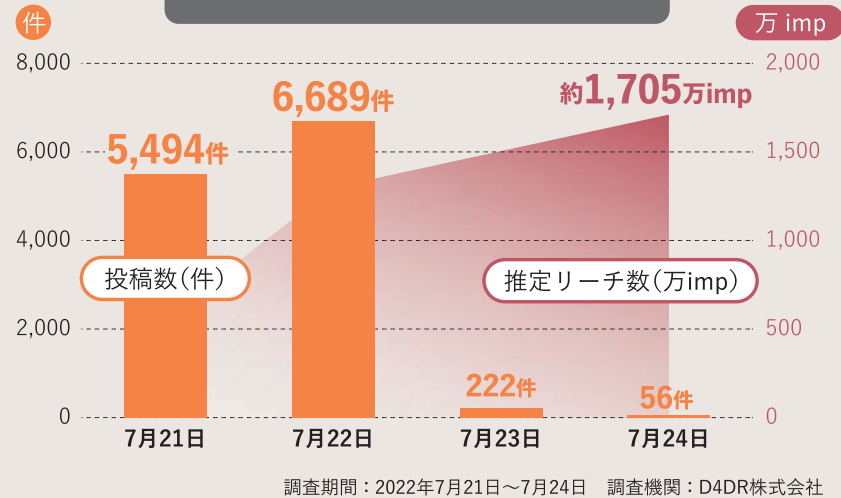


## 新聞×SNSによるトータルリーチ

新聞広告はSNSでの拡散が起ること、媒体を超えた新聞読者以外のユーザーへリーチすることができます。紙面をコレクションする様子や関連ツイートが全国で発生し、投稿を見た人が購入してさらに投稿するというスパイラルが起こります。



4日間で12,461件の話題  
1,705万423impを達成

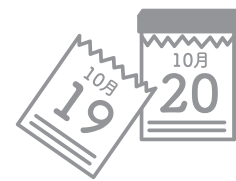


フィルタワード:「朝日」「広告」「新聞」「朝刊」で取得したデータを対象に、「ワンピース」「ONE PIECE」のワードを用いてフィルタリング

### バズポイント

【モーメント性】  
をつかむ

毎日発行される新聞には日付が印字されています。話題が盛り上がる「〇〇の日」を活用した企画は、大きなバズを生み出しトレンドに入りやすいのも特徴です。



【物質性】  
を生かす

新聞は手で触れることができる媒体。手元で感じた驚きや喜びの感情とともにSNSで拡散されます。ファンをもつコンテンツは大きな話題が期待できます。



集英社  
『ONE PIECE』連載25周年記念広告  
2022年7月22日 朝日新聞朝刊

集英社『ONE PIECE』連載25周年と連載再開を伝える広告展開。掲載日前日の公式アカウントからの告知ツイートをきっかけに、喜びや期待のツイートが数多く発生しました。多くのファンを持つコンテンツは、手元に残したいという動機が強くSNSで拡散されやすいです。

# CASES

新聞は「信頼性」が高いメディアとして受け入れられ、企業姿勢やパーパスブランディングに最適です。社会課題やジェンダー、SDGsにスポットを当てたブランディング広告も、新聞を起点にSNSへと広がります。



## バズポイント

### 【信頼性】 を活用する

新聞は「信頼性」が高いメディアと評価されています。企業姿勢やパーパスが伝わりやすく、共感とともにシェアされやすいことが分かっています。



### 受け手と 【対話の場】をつくる

新聞はSNSでの議論の起点へと変化します。読者に問かけるメッセージは受け手の関心を集め、SNSで意見を発信しやすくなります。



背景

## コンテキスト

### #モーメント

#社会問題

#ビッグサイズ

#エクスペリエンス

#ギミック

### #物質性

#拡張起点

#コレクト

#保存性

## コンテンツ

内容

#アジェンダセッティング  
#意思表示

### #対話の場

#ダイアログ

### #信頼性

#オーセンティシティ

#本気モード

#マジ顔

#ギャップ映え

#集大成

紙の物質性

ハード

ジャーナリズム

ソフト

バズポイントをまとめると、新聞広告がTwitterで広がるためのキーワードが見えてきます。それぞれのポイントを選び、組み合わせるとバズを生み出します。

### 千葉工業大学

『すべての科学者に告ぐ。』

2022年5月15日 朝日新聞朝刊

創立80周年を迎えた千葉工業大学の広告。

「すべての科学者に告ぐ。」から始まる同大学のメッセージには、SNSで様々な意見が広がりました。

新聞広告は社会的インパクトを与えることができ、広告を起点にしたユーザー同士の「対話の場」にもなります。

# データソリューション商品

A-TANKの具体的な商品プログラムとして、ぴあ朝日ネクストスコープ（通称PANX）と連携した広告配信、ワンストップでのタイアップ広告プランニングが提供できます。

遊びと情熱に寄り添う「ぴあ」と、ひとびとの暮らしと価値観に寄り添う「朝日新聞」がコラボレーション

### 朝日新聞 1stPartyデータ

**会員ID数** 約**580万人**  
朝デジ、朝日ID会員の属性(年齢・性別・居住地など)

**WEB訪問者** 約**5,000万UB**/月  
行動(閲読)データなどの1stPartyデータ

**運営メディア数** 約**30媒体以上**  
多様な価値観や属性に応じたメディア群



### ぴあ 1stPartyデータ

**会員ID数** 約**1,750万人**  
娯楽に消費意欲の高い会員(年齢・性別・購買など)

**チケット販売数** 約**7,500万枚**/年  
コト消費に高い対価を払う購買層(音楽・スポーツ・演劇・フェスなど)

**データ蓄積規模** 約**1.4億UB**  
独自性の高い趣味・嗜好傾向をデータ蓄積

- 国内最大級のチケット購買&会員データを保有するぴあと、国内最大級のニュースパブリッシャーである朝日新聞。両社あわせて約2,330万の会員IDを保持し、多様なメディア群やサービスを運営。
- 遊び、カルチャーから生活者の価値観やライフスタイルまでの多様な側面をカバーし、適切なメッセージを適切なターゲットに届けることが可能。

## 広告配信

ぴあのデータを活用した配信セグメントと朝日新聞のデータを活用した配信セグメントをワンストップで利用可能!

購買データ
会員デモグラ
記事閲読データ

対応フォーマット

- バナー
- 動画
- インフィード

広告在庫  
広告在庫数8,500億imp/月  
国内最大級のモバイル広告在庫を  
買付け可能です。

## タイアップ広告

- ぴあのエンターテインメント性の高いメディア媒体である「ウレぴあ総研」と、朝日新聞運営のメディア、合わせて40媒体以上をワンストップでプランニング可能。
- 適切なメディアで、適切なターゲットに、質の高いコンテンツを届けることが可能です。





## デジタルでのコンテンツマーケティング

JA共済 × &Human



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



ライフスタイルマガジン「&」のコンテンツ制作力で、「&」の世界観に乗せて広告主のメッセージを伝える。

動画コンテンツを核に、地域の人々との「助け合い」や「絆」の大切さを語ることで共済の魅力を訴求。東日本大震災などの災害に見舞われた地域を小山薫堂さんが訪ね、地元の人々に丁寧に話を聞き、助け合いや復興の様子を発信するコンテンツとして構成しています。

三菱UFJ銀行 大谷翔平スペシャルコンテンツタイアップ



大谷翔平選手を起用したコミュニケーション  
 新聞社とタイアップしたコンテンツで挑戦の姿勢を示す  
 パーパスを社内外に発信  
<https://adv.asahi.com/series/campaign/14527215>

▲報道としてのイマーシブコンテンツ



▲タイアップコンテンツ

朝日新聞デジタルの大谷翔平スペシャルコンテンツとタイアップ。連動した形で広告コンテンツを公開。

大谷翔平選手を徹底分析し、2021年シーズンを象徴する五つのシーンを現地取材した記者が振り返るイマーシブコンテンツと、三菱UFJ銀行がタイアップ。大谷選手の活躍や挑戦を描く読み物と重ねるかたちで、「世界が進むチカラになる。」との同社のパーパスを社内外に訴求しました。



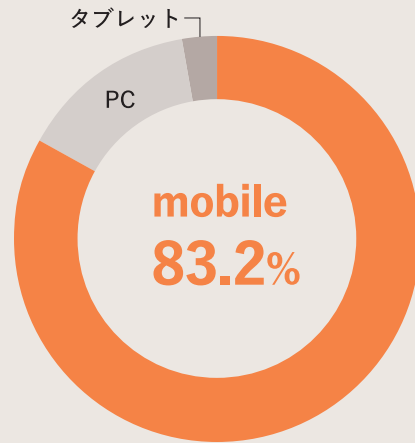
20~40代を中心にした  
スマホファーストのニュースサイト

## 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



### 月間PV/UU数

**PV: 1.8億/月**

**UU: 5,533万/月**

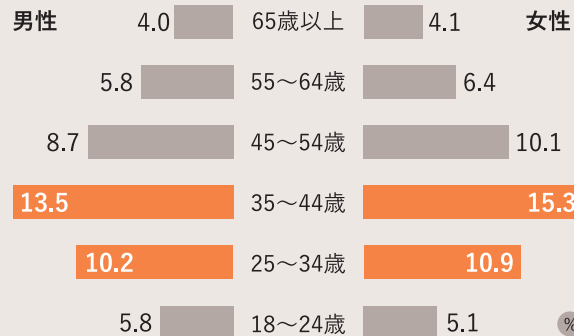
2021年4月~2022年3月平均

### ID数

**朝日ID: 580万**

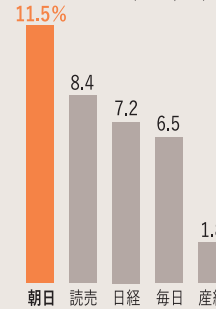
2022年12月時点

### モバイルのユーザー属性 (性・年齢別)



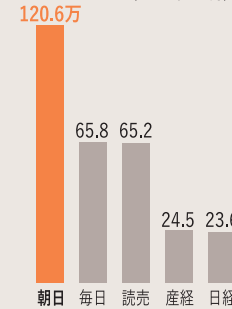
利用率  
**No.1**

過去1カ月の利用サイト  
(n=80,763)



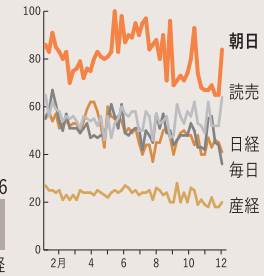
ツイート数  
**No.1**

「〇〇新聞」のツイート数  
(2022年4-6月)



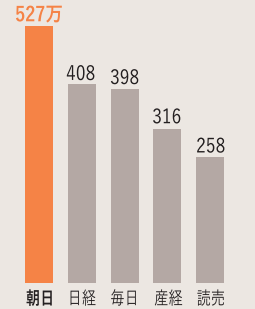
検索数  
**No.1**

「〇〇新聞」の検索指数  
(2021年1-12月)



LINE  
友達数  
**No.1**

LINE友達数 (2022年3月)



### SDGsに関心がある



**+12.6point**

全体: 21.4%  
朝デジ利用者: 34.0%  
J-READ 2021

### 環境保護を考えた商品を買う



**+10.5point**

全体: 36.3%  
朝デジ利用者: 46.8%  
ACR/ex 2022

### 夫婦別姓でかまわない



**+14.2point**

全体: 36.1%  
朝デジ利用者: 50.3%  
J-READ 2021

### 健康に強い関心を持っている



**+9.6point**

全体: 60.5%  
朝デジ利用者: 70.1%  
ACR/ex 2022

### 教育にお金がかかっても仕方がない



**+11.7point**

全体: 63.0%  
朝デジ利用者: 74.7%  
ACR/ex 2022

### IT(情報技術)は生活を豊かにする



**+17.3point**

全体: 31.2%  
朝デジ利用者: 48.5%  
J-READ 2021

## 朝日新聞の販売部数と購読者特性

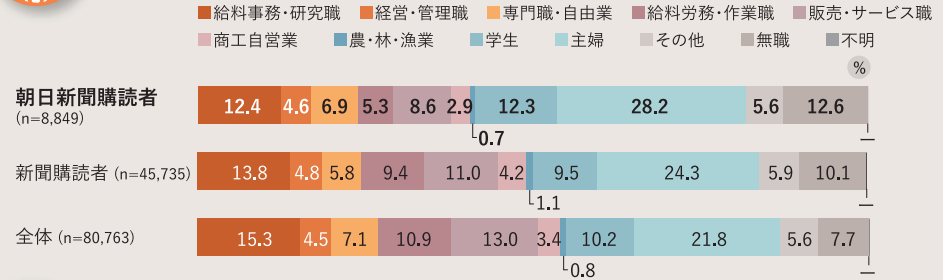
日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期 2022年7～12月平均」  
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

※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。

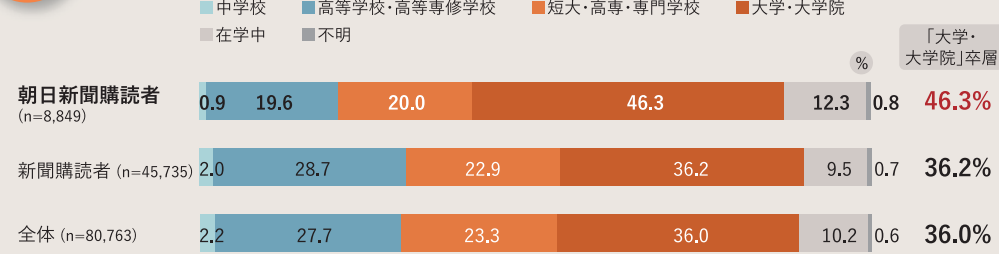
### 朝日新聞本紙 本支社別販売部数

総販売部数	朝刊	夕刊
5本支社合計	<b>3,974,942部</b>	<b>1,194,148部</b>
東京本社版	<b>2,289,378部</b>	<b>712,640部</b>
大阪本社版	<b>1,065,325部</b>	<b>437,868部</b>
西部本社版	<b>323,992部</b>	<b>26,181部</b>
名古屋本社版	<b>217,903部</b>	—
北海道支社版	<b>78,344部</b>	<b>17,459部</b>

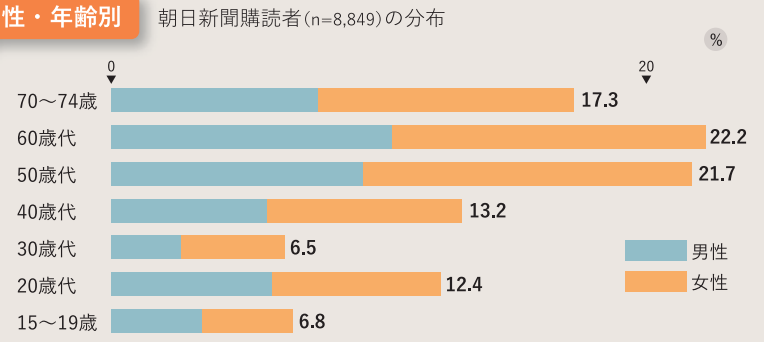
### 職業



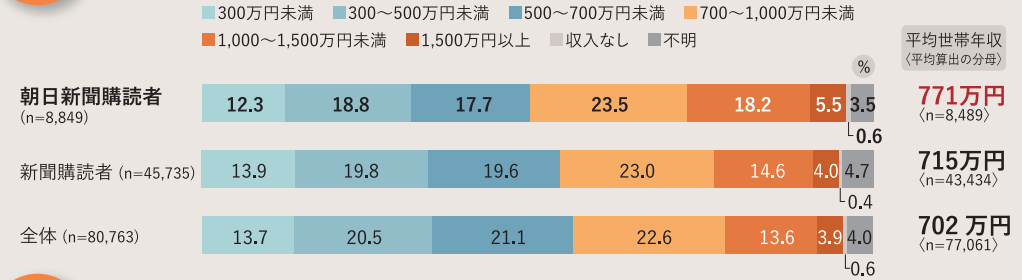
### 学歴



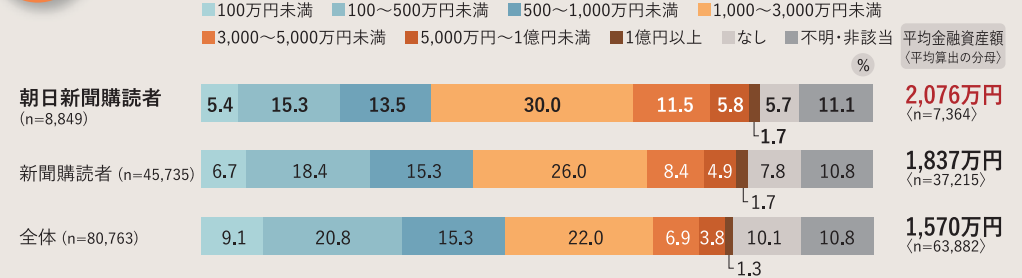
### 性・年齢別



### 世帯年収



### 金融資産額



※標本サイズ (n数) は、各都道府県の満15～74歳までの人口に合わせたウエイト集計後の規正標本サイズを表しています。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

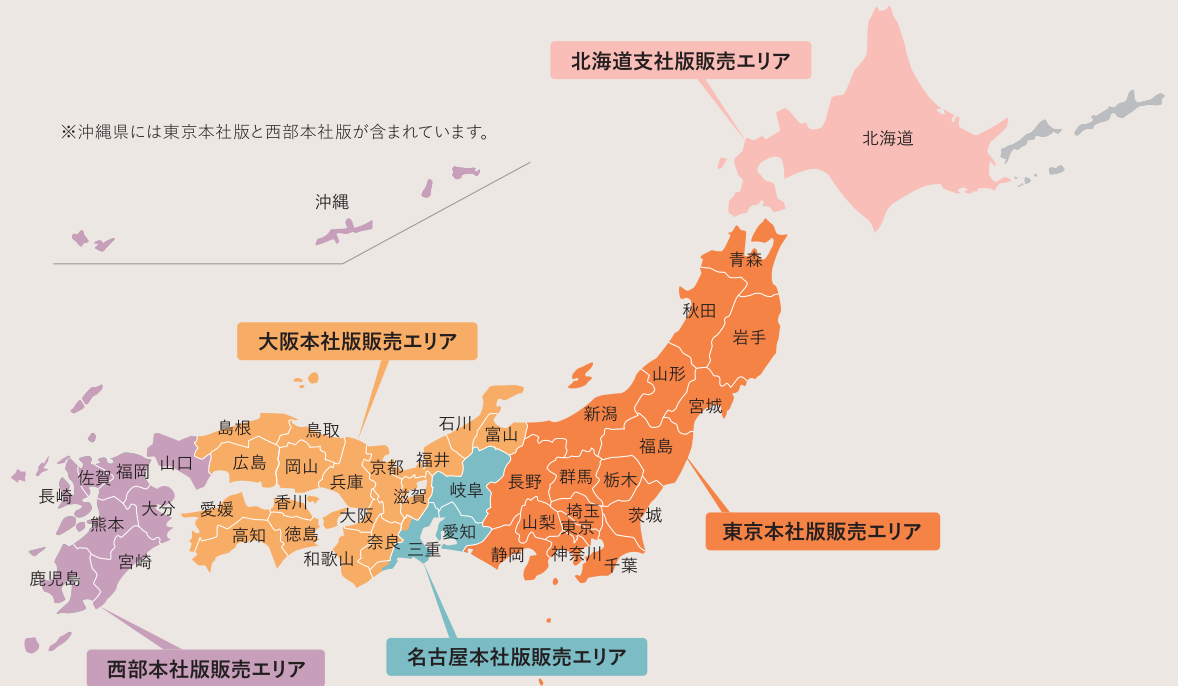
# 朝日新聞販売エリア

## 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	2,796,536	H 77,275	17,442	2.76%
青森県	594,018	T 12,100	1	2.04%
岩手県	532,269	T 18,012	1	3.38%
宮城県	1,023,972	T 40,064	6	3.91%
秋田県	425,716	T 17,450	0	4.10%
山形県	420,046	T 32,723	0	7.79%
福島県	794,140	T 37,306	0	4.70%
茨城県	1,281,935	T 113,925	5,837	8.89%
栃木県	853,634	T 45,568	697	5.34%
群馬県	866,229	T 50,320	539	5.81%
埼玉県	3,431,677	T 338,812	72,800	9.87%
千葉県	2,986,528	T 296,444	89,059	9.93%
東京都	7,354,402	計 625,253	308,736	8.50%
		T 625,050	308,698	
		O 128	25	
		S 50	13	
		N 25	—	
神奈川県	4,468,179	T 514,705	211,161	11.52%
新潟県	910,832	T 34,214	4	3.76%
山梨県	367,594	T 17,262	166	4.70%
長野県	884,246	T 31,016	9	3.51%
静岡県	1,619,334	計 55,800	21,992	3.45%
		T 55,784	21,992	
		N 16	—	
岐阜県	838,840	計 29,797	—	3.55%
		N 29,791	—	
		T 6	—	
愛知県	3,386,297	N 137,298	—	4.05%
三重県	807,206	計 62,041	—	7.69%
		N 50,589	—	
		O 11,452	—	

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

※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「新聞発行社レポート 普及率 2022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
富山県	428,304	O 4,771	0	1.11%
石川県	493,950	O 5,555	2	1.12%
福井県	300,337	O 5,839	0	1.94%
滋賀県	601,688	O 56,191	7,352	9.34%
京都府	1,233,229	O 88,206	41,130	7.15%
大阪府	4,433,664	計 358,597	232,830	8.09%
		O 358,579	232,813	
		T 17	16	
		S 1	1	
兵庫県	2,583,222	O 215,131	111,367	8.33%
奈良県	603,937	O 66,718	35,972	11.05%
和歌山県	442,544	O 45,226	8,810	10.22%
鳥取県	239,626	O 9,219	1	3.85%
島根県	293,449	O 11,193	0	3.81%
岡山県	861,452	O 40,998	4	4.76%
広島県	1,328,418	O 61,542	3	4.63%

※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。

都道府県	世帯数	朝刊部数	夕刊部数	朝刊普及率
徳島県	337,343	O 8,878	0	2.63%
香川県	445,500	O 27,701	0	6.22%
愛媛県	655,708	O 41,799	0	6.37%
高知県	350,680	O 4,289	3	1.22%
山口県	658,993	計 80,669	990	12.24%
		S 80,663	990	
		O 6	0	
福岡県	2,488,624	S 142,367	24,923	5.72%
佐賀県	340,660	S 9,941	0	2.92%
長崎県	632,206	S 20,779	0	3.29%
熊本県	796,476	S 17,429	0	2.19%
大分県	542,048	S 23,575	0	4.35%
宮崎県	530,291	S 18,433	0	3.48%
鹿児島県	810,877	S 10,072	3	1.24%
沖縄県	684,209	計 696	693	0.10%
		T 441	439	
		S 255	254	



## 東京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 2022年7~12月平均」  
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

### 東京本社版の販売エリア

朝刊発行部数 **2,289,378部** 夕刊発行部数 **712,640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)

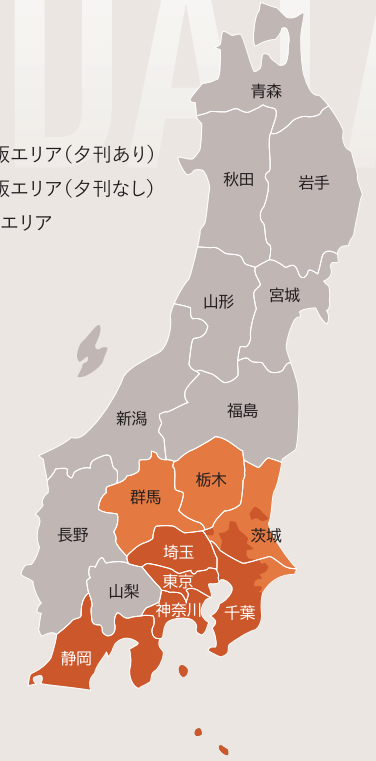
#### セット版エリア (夕刊なし)

栃木県、群馬県、茨城県 (左記以外)、千葉県 (左記以外)

#### 総合版エリア

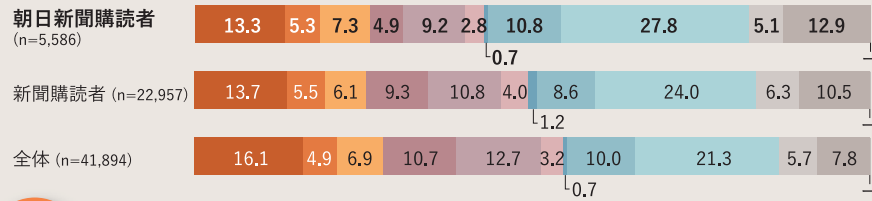
青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、山梨県、長野県

- 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



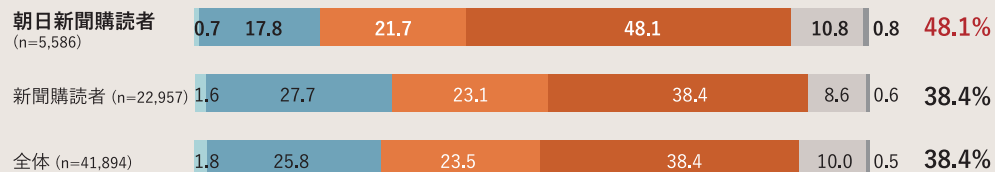
### 職業

- 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
- その他
- 無職
- 不明



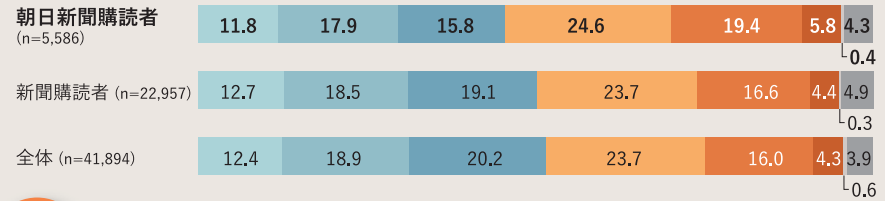
### 学歴

- 中学校
- 高等学校・高等専修学校
- 短大・高専・専門学校
- 大学・大学院
- 在学中
- 不明



### 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  
(平均算出の母母)

**791万円**  
(n=5,324)

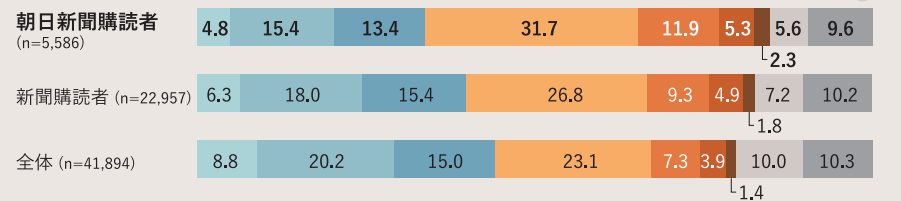
**745万円**  
(n=21,783)

**737万円**  
(n=40,028)

### 金融資産額

※世帯・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  
(平均算出の母母)

**2,093万円**  
(n=4,738)

**1,880万円**  
(n=18,963)

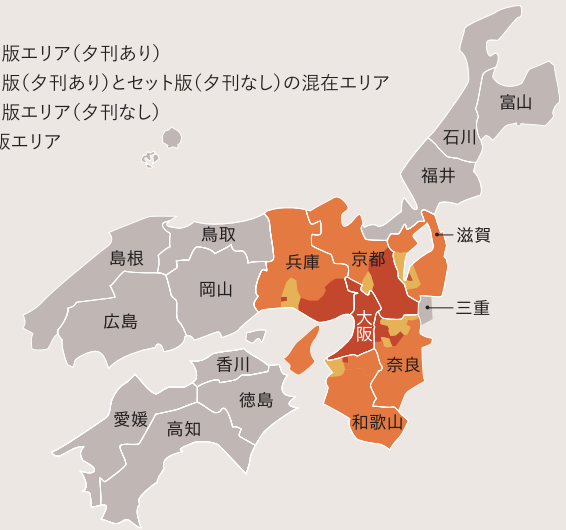
**1,625万円**  
(n=33,385)

※標本サイズ (n数) は、各都道府県の満15~74歳までの人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズを表しています。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「新聞発行者レポート 半期 2022年7～12月平均」  
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

- 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)
- 統合版エリア



## 大阪本社版の販売エリア

朝刊発行部数 **1,065,325部** 夕刊発行部数 **437,868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**
- 兵庫県** 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、粟粟市
- 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

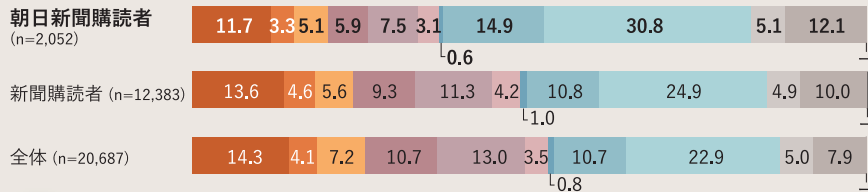
### 統合版エリア

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。

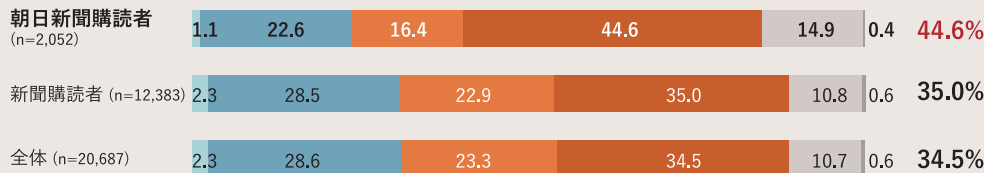
## 職業

- 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
- その他
- 無職
- 不明



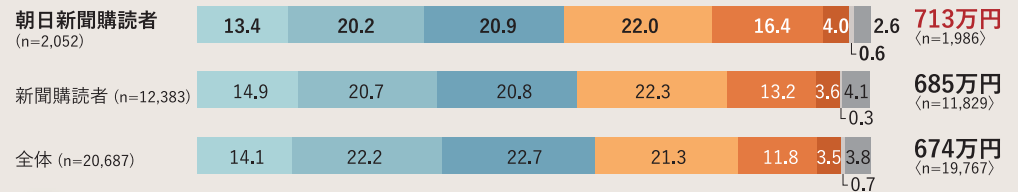
## 学歴

- 中学校
- 高等学校・高等専修学校
- 短大・高専・専門学校
- 大学・大学院
- 在学中
- 不明



## 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)

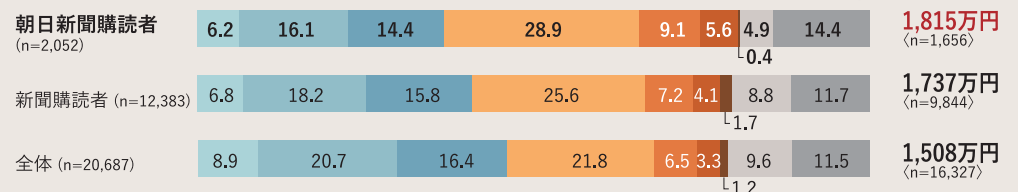
713万円 (n=1,986)

685万円 (n=11,829)

674万円 (n=19,767)

## 金融資産額

- 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)

1,815万円 (n=1,656)

1,737万円 (n=9,844)

1,508万円 (n=16,327)

## 西部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 2022年7～12月平均」  
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

西部本社版の販売エリア

朝刊発行部数 **323,992部** 夕刊発行部数 **26,181部**

夕刊ありのエリア

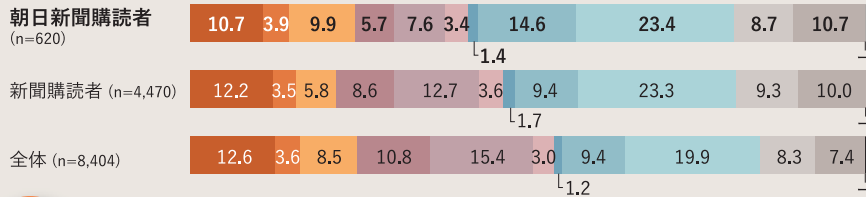
福岡県 (福岡市、北九州市、宗像市、古賀市、中間市、福津市、太宰府市、筑紫野市、春日市、大野城市、糸島市、小郡市、那珂川市、筑紫郡、遠賀郡、糟屋郡)  
山口県 (下関市)  
沖縄県



※下線の地域は夕刊があるエリアとなし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。

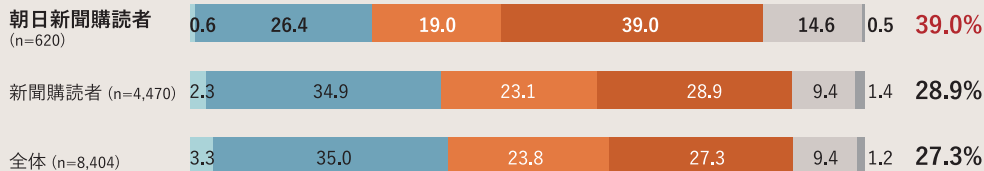
## 職業

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 その他 無職 不明



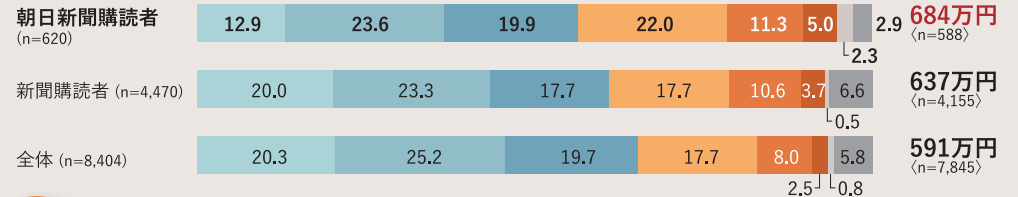
## 学歴

中学校 高等学校・高等専修学校 短大・高専・専門学校 大学・大学院  
在学中 不明 「大学・大学院」卒層



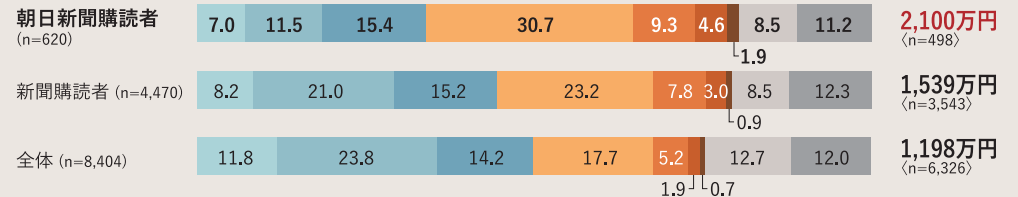
## 世帯年収

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



## 金融資産額

※世帯・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



※標本サイズ (n数) は、各都道府県の満15～74歳までの人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズを表しています。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 2022年7～12月平均」  
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

名古屋本社版の販売エリア

朝刊発行部数 **217,903部**

岐阜県、愛知県、三重県（伊賀市、名張市を除く）

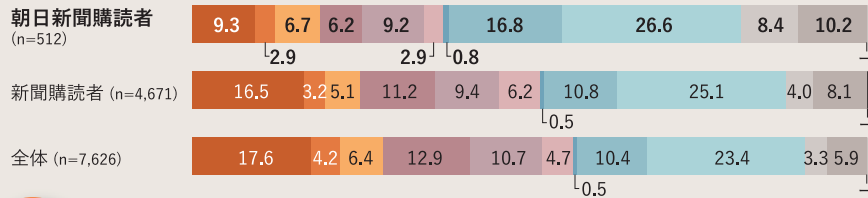
※全て朝刊のみのエリア

※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。



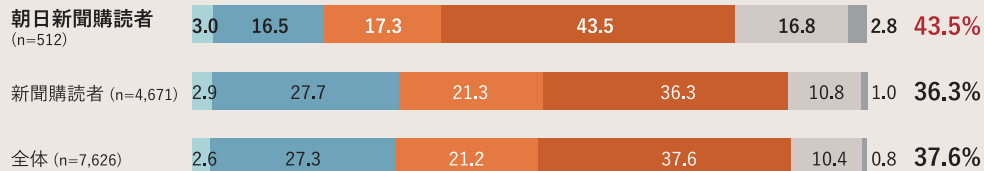
## 職業

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 その他 無職 不明



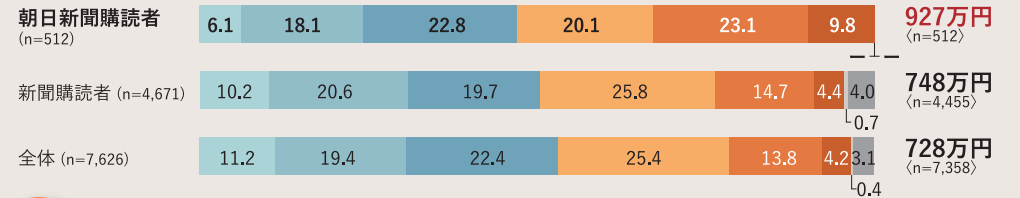
## 学歴

中学校 高等学校・高等専修学校 短大・高専・専門学校 大学・大学院  
在学中 不明 「大学・大学院」卒業



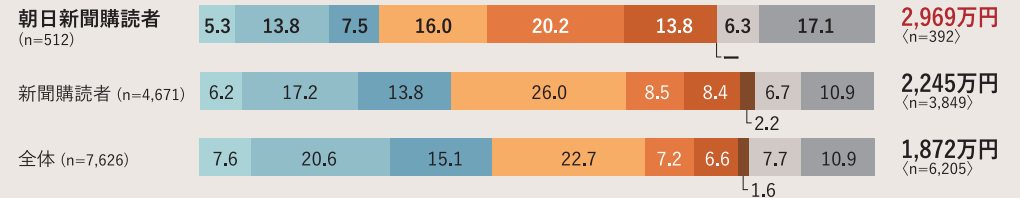
## 世帯年収

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



## 金融資産額

※世帯・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







# エリア別到達率 / 2紙による到達率と併読率

ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

## 各本支社版別到達率

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	80,763	<b>11.0</b>	3.0	13.2	2.1	3.5	1.1	4.6	0.9
東京本社版	41,894	<b>13.3</b>	2.0	17.3	1.6	3.9	—	0.4	—
大阪本社版	20,687	<b>9.9</b>	5.6	11.9	4.9	3.6	—	0.4	—
西部本社版	8,404	<b>7.4</b>	3.6	7.4	0.4	2.3	—	—	8.8
名古屋本社版	7,626	<b>6.7</b>	0.9	2.6	0.1	3.3	—	46.0	—
北海道支社版	2,153	<b>3.7</b>	0.7	6.3	—	1.9	40.4	—	—

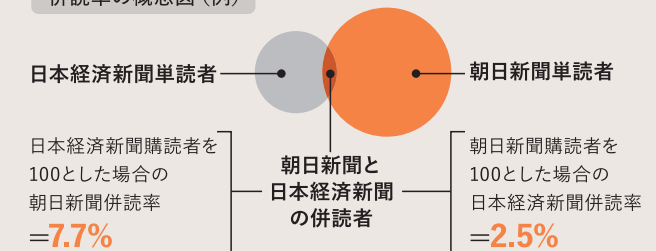
## 2紙による到達率

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	80,763	13.8	23.9	13.0	14.2	12.0	15.5	11.8
東京本社版	41,894	15.3	30.3	14.9	17.0	13.3	13.7	13.3
大阪本社版	20,687	15.4	21.6	14.8	13.2	9.9	10.3	9.9
西部本社版	8,404	10.7	14.5	7.7	9.4	7.4	7.4	15.9
名古屋本社版	7,626	7.6	9.3	6.8	9.8	6.7	52.2	6.7
北海道支社版	2,153	4.4	10.0	3.7	5.6	43.7	3.7	3.7

## 併読率

	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	8,849	—	1.0	2.7	0.5	2.5
毎日新聞	2,388	<b>3.7</b>	—	3.0	1.3	2.7
読売新聞	10,657	<b>2.2</b>	0.7	—	0.5	2.2
産経新聞	1,713	<b>2.3</b>	1.8	3.0	—	2.6
日本経済新聞	2,849	<b>7.7</b>	2.3	8.3	1.6	—

### 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15~74歳) への到達率

※標本サイズ (n数) は、各都道府県の満15~74歳までの人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズを表しています。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

## 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	80,763	11.0	3.0	13.2	2.1	3.5	1.1	4.6	0.9
北海道	2,153	3.7	0.7	6.3	—	1.9	40.4	—	—
青森県	671	3.6	—	6.0	—	0.5	—	—	—
岩手県	632	9.5	1.0	8.9	0.5	1.2	—	—	—
宮城県	1,099	6.8	0.6	7.6	0.7	2.0	—	—	—
秋田県	498	6.1	0.5	7.2	—	—	—	—	—
山形県	545	9.7	1.6	17.5	0.5	1.0	—	—	—
福島県	1,093	6.7	2.0	6.3	0.4	1.9	—	—	—
茨城県	2,159	12.8	4.0	29.8	2.1	2.3	—	—	—
栃木県	1,459	7.1	1.3	22.3	1.7	3.3	—	—	—
群馬県	1,443	6.0	1.0	24.8	1.4	2.0	—	—	—
埼玉県	5,536	15.7	3.8	21.5	1.6	2.9	—	—	—
千葉県	4,711	18.2	3.2	21.0	2.2	4.8	—	—	—
東京都	10,576	15.4	1.1	16.1	1.9	6.2	—	—	—
神奈川県	6,909	18.1	2.4	20.9	2.1	3.6	—	—	—
新潟県	1,145	3.5	0.3	8.8	0.6	4.1	—	—	—
山梨県	439	5.9	0.5	5.6	0.9	2.7	—	—	—
長野県	1,073	4.2	0.4	6.2	0.4	1.2	—	0.7	—
静岡県	1,905	4.4	1.1	1.3	—	3.4	—	8.5	—
岐阜県	1,135	5.9	—	3.5	—	2.6	—	46.3	—
愛知県	5,505	6.6	0.5	2.2	—	3.4	—	47.1	—
三重県	986	8.2	4.3	4.0	0.8	3.5	—	39.3	—
富山県	546	1.2	0.6	14.9	—	4.3	—	—	—
石川県	625	2.7	—	2.2	—	4.4	—	—	—

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	428	0.8	0.5	2.2	—	0.6	—	1.8	—
滋賀県	784	14.6	4.7	12.4	2.2	3.0	—	8.3	—
京都府	1,625	9.4	3.8	14.5	1.2	4.0	—	—	—
大阪府	6,550	11.9	7.9	15.7	9.8	4.3	—	—	—
兵庫県	3,452	12.7	7.6	13.8	4.1	4.1	—	—	—
奈良県	899	14.2	17.5	16.3	13.2	5.8	—	—	—
和歌山県	421	12.5	13.8	18.0	9.9	1.1	—	—	—
鳥取県	319	3.6	1.4	5.6	0.5	1.1	—	—	—
島根県	316	4.2	1.6	6.4	1.0	2.6	—	—	—
岡山県	968	12.4	0.7	5.3	1.5	1.9	—	—	—
広島県	1,785	4.8	0.8	4.4	—	3.0	—	—	—
山口県	760	15.6	6.1	17.5	0.9	0.5	—	—	—
徳島県	397	3.2	—	2.0	0.4	1.9	—	—	—
香川県	462	9.2	1.0	10.9	0.5	3.1	—	—	—
愛媛県	736	8.9	2.7	8.1	—	2.0	—	—	—
高知県	375	1.8	—	0.5	0.5	0.9	—	—	—
福岡県	3,169	10.3	6.3	8.0	0.5	3.5	—	—	19.1
佐賀県	425	4.4	0.5	5.8	—	1.4	—	—	10.3
長崎県	722	6.6	1.4	7.6	0.5	0.5	—	—	9.6
熊本県	773	4.6	1.6	6.9	—	2.5	—	—	2.4
大分県	578	6.3	2.8	7.9	0.9	4.2	—	—	—
宮崎県	554	2.9	2.6	5.1	1.0	2.0	—	—	—
鹿児島県	715	2.1	0.3	3.6	—	1.4	—	—	—
沖縄県	710	1.1	—	—	—	1.3	—	—	—

※各本支社エリア別到達率は宅配購読レベルの個人（満15～74歳）への到達率  
 ※標本サイズ（n数）は、各都道府県の満15～74歳までの人口に合わせたウエイト集計後の規正標本サイズを表しています。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

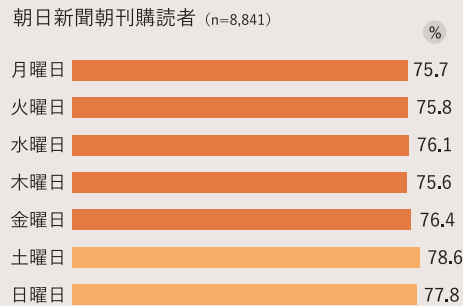
朝日新聞購読者の平均閲読時間は **25.6分**、朝刊の平均閲読人数は **2.1人**

## 朝日新聞の閲読率・閲読人数

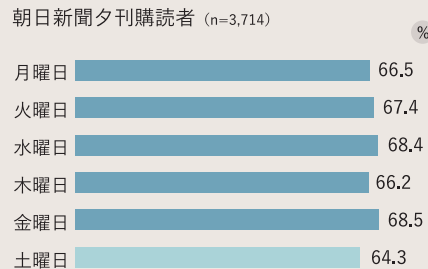
ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 (J-READ2021)」

### 閲読率

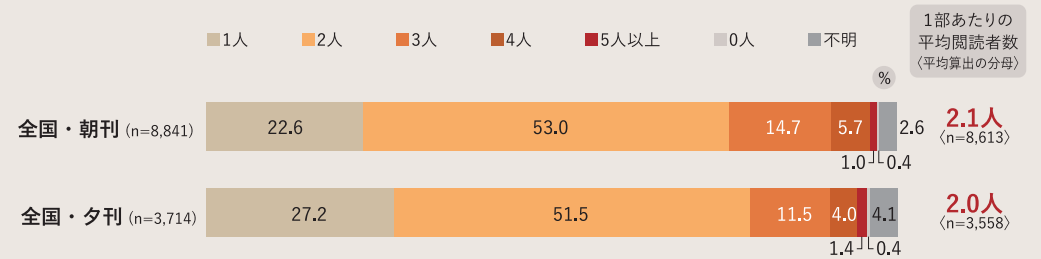
朝刊閲読率 平均 **76.6%**



夕刊閲読率 平均 **66.9%**



### 購読世帯内閲読人数



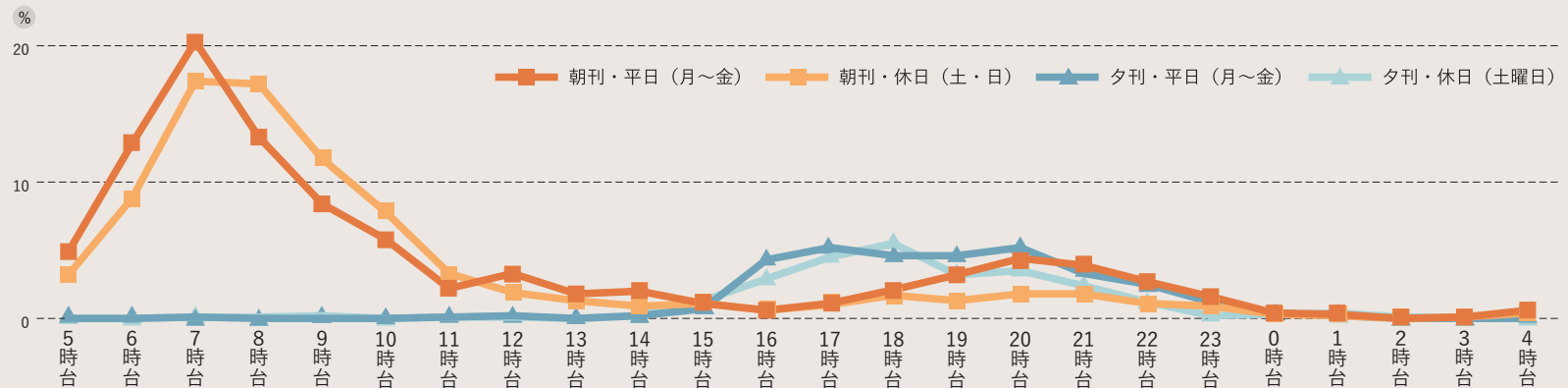
## 新聞閲読時間・時間帯

(複数回答) 朝日新聞購読者 (n=8,849) ※夕刊を購読していない人も含む全体での集計

【全体】平均閲読時間 **25.6分**

【平日】平均閲読時間 **24.6分**

【休日】平均閲読時間 **28.3分**





# 面別接触率

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。

ビデオリサーチ「J-MONITOR定期面別接触率調査」

## 平均面別接触率

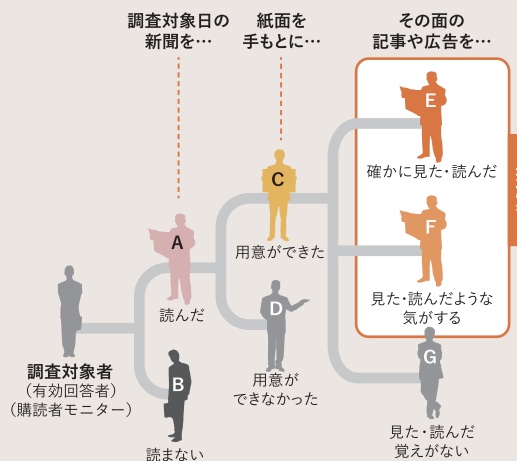
集計対象：朝日新聞東京本社版（首都圏）※集計対象期間：2020年1月～2022年12月

	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	36	90.4	90.9	89.9	75.9	82.5	92.8	94.4	96.5
第2総合	36	86.3	88.3	84.5	72.2	78.6	88.7	90.7	92.0
第3総合	36	85.0	87.7	82.4	70.5	77.9	87.3	88.5	91.1
第4総合	25	79.6	84.8	74.7	66.1	74.4	80.5	83.9	85.0
経済	49	81.6	84.4	79.0	66.3	73.6	85.6	86.5	86.8
国際	36	78.1	82.0	74.5	64.3	73.3	80.1	81.4	83.4
商況	43	51.9	56.9	47.2	49.8	57.6	57.0	52.0	48.1
オピニオン	34	74.6	74.0	75.2	64.4	69.1	76.4	79.3	77.5
オピニオン（声）	36	78.7	77.2	80.3	64.2	70.9	82.0	83.1	84.1
読書	18	71.6	72.1	71.1	63.4	71.6	75.5	72.4	73.1
歌壇・俳壇	6	53.3	56.3	50.4	51.1	62.4	59.8	51.8	49.0
スポーツ	79	72.3	79.0	65.9	59.6	65.5	75.3	75.9	77.1
高校野球	12	68.1	72.9	63.3	52.9	63.6	72.9	75.3	70.7
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	6	57.8	60.7	55.1	52.7	64.5	67.0	57.9	53.1
TV解説	36	75.3	74.5	76.0	60.4	68.8	79.6	80.0	79.4
生活	35	78.2	73.5	82.8	63.2	70.5	83.3	85.1	81.4
教育	45	67.8	66.5	69.0	63.0	65.6	76.7	70.4	64.5
科学・環境	12	72.6	72.5	72.8	61.5	73.5	77.2	78.6	72.3
健康・医療	11	79.0	76.0	82.1	63.7	72.6	84.3	85.3	82.3
文化	27	74.8	73.6	76.0	63.4	68.7	79.0	79.6	77.0
リラライフ	6	75.0	71.7	78.2	63.0	72.3	79.9	79.1	77.5
地方版	53	81.7	81.9	81.6	65.2	72.8	85.2	87.8	87.7
特集	26	70.8	70.7	71.1	61.5	67.9	76.2	74.4	71.8
社会・総合	6	82.0	82.7	81.5	62.7	71.4	85.0	89.9	86.7
第2社会	36	87.6	88.3	87.1	71.7	77.5	90.7	92.9	94.4
第1社会	35	87.8	88.3	87.3	71.6	77.9	90.7	93.3	94.6
テレビ	36	86.3	86.7	86.0	70.7	77.6	89.0	90.2	93.1
別刷り									
別刷り1面	11	66.7	66.3	67.1	55.0	62.4	71.0	69.5	70.4
別刷り中面	84	61.3	61.4	61.3	53.6	60.5	67.1	63.8	61.5

	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	27	78.2	78.6	77.7	58.9	63.0	79.9	84.0	88.4
フィーチャー	66	69.0	67.3	70.7	51.6	57.4	73.0	74.9	76.2
囲碁将棋	5	54.5	58.2	51.0	47.7	44.0	59.8	57.3	56.9
Hi sista（ハイ・シスタ）	4	69.6	66.8	72.5	58.0	57.8	75.1	75.0	71.1
惜別	4	65.2	64.3	65.8	46.2	57.6	68.5	69.1	72.6
ファッション	4	63.1	55.3	70.2	42.1	58.4	66.2	69.1	69.2
スポーツ	5	63.8	67.5	60.4	52.0	49.0	68.8	67.2	69.7
商況	6	42.7	47.2	38.2	34.4	50.8	44.4	41.4	43.2
BS・ラジオ	7	54.1	57.3	51.0	43.6	49.2	59.3	58.6	54.7
NEWS+α	22	66.6	65.7	67.5	50.2	52.9	71.0	72.6	73.6
社会・総合	27	75.9	75.9	75.9	56.2	59.6	78.0	82.3	86.2
第1社会	27	76.4	76.3	76.5	57.2	60.2	78.4	82.3	86.7
テレビ	27	71.3	71.6	71.1	55.6	59.3	73.8	75.9	79.1

※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

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

※標本サイズ（n数）は、各都道府県の満15～74歳までの人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズを表しています。回収数とは異なりますので、ご注意ください。

# 掲載後の効果検証にこだわる個別広告調査

「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。

## J-MONITOR個別広告調査

### 新聞広告の到達のフェーズとデータ

媒体到達 → 閲読 → 面別・広告接触 → 認知 → 行動

ABC部数

J-READ

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 (2023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。

※中京圏、福岡県、北海道は朝刊のみ

### 定型調査の質問項目

(自由回答を含む8問)

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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告に興味を持った	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告に好感を持った	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
広告が信頼できる	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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・利用の候補にしてもよいと思いますか。(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。

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. あらかじめ『○○○○○』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. この中で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)

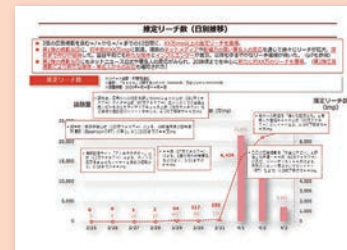
1. この広告以外の新聞記事・広告で見た  
2. 新聞の折込チラシで見た  
3. テレビ番組・CMで見た  
4. ラジオ番組・CMで聞いた  
5. 雑誌記事・広告で見た  
6. 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た  
7. インターネット(パソコンや携帯など)で見た  
8. その他のもので見聞きた  
9. 見聞きしていない

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の自由回答の質問文は200文字以内で自由に変更が可能です。

### SNSでの反響も レポートも

新聞に掲載された広告がツイッター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。

**SOLUTION**

新聞、出版、テレビ、デジタル、イベントプロモーションなど、グループメディアの強みとノウハウを立体的に組み合わせることで、多くの広告主企業の販促・宣伝戦略に、より高い相乗効果をもたらします。

デジタルメディアガイドはこちら



<p>● 新聞</p> <p><b>朝日新聞</b> 全国版朝刊部数約397万部</p> <p><b>be</b> 毎週土曜日朝刊別刷り暮らしに役立つ便利な情報</p> <p><b>朝日小学生新聞</b> 発行部数10万部</p> <p><b>朝日中高生新聞</b> 発行部数4万部</p> <p><b>AsahiWeekly</b> 発行部数約2万3千部</p> <p><b>The Asahi Shimbun GLOBE</b> 月2回日曜日朝刊独自の視点で世界を読む</p>	<p>● イベント・コミュニティ</p> <p><b>朝日地球会館</b></p> <p><b>朝日新聞 Re:JIA FESTIVAL</b> 人生充実</p> <p><b>DEC Management Office</b> ブランド価値を高めるイベント体験の企画・運営</p> <p><b>朝日カルチャーセンター</b> 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</p>	<p>● デジタル支援</p> <p><b>SOMEWRITE</b> オウンドメディアなどコンテンツマーケティングの総合支援</p> <p><b>ASAHI INTERACTIVE</b> CNN.co.jpなど多メディア展開</p> <p><b>CNET Japan</b></p>	<p>● ライフスタイル</p> <p><b>&amp;M</b> <b>&amp;W</b></p> <p><b>&amp;Travel</b></p> <p><b>AERA STYLE MAGAZINE</b></p> <p><b>かがみよかがみ</b></p> <p><b>telling,</b></p> <p><b>Bon Marché</b></p> <p><b>Aging Gracefully</b></p>	<p>● シニア</p> <p><b>なかまある</b></p> <p><b>朝日新聞 Re:JIA.net</b></p> <p><b>相続会議</b></p>	<p>● 医療</p> <p><b>医療サイト 朝日新聞アピタル</b></p> <p><b>MedPeer</b></p>
<p>● ニュースメディア</p> <p><b>朝日新聞 DIGITAL</b></p> <p><b>朝日新聞ポッドキャスト</b> The Asahi Shimbun Podcasts</p>	<p>● 雑誌・テレビ</p> <p><b>ASAHI</b> 朝日新聞出版 「AERA」5万7千部発行</p> <p><b>tv asahi</b> 全国24局ネットワーク</p> <p><b>ABS朝日</b> 視聴可能世帯 約4,512万世帯</p>	<p>● 社会課題</p> <p><b>The Asahi Shimbun GLOBE+</b></p> <p><b>The Asahi Shimbun SDGs ACTION!</b></p> <p><b>朝日新聞 DIALOG</b> 日本の未来を語ろう</p> <p><b>Sippo</b></p> <p><b>ツギ/コソイ</b></p>	<p>● 教育</p> <p><b>EduA</b></p> <p><b>寺子屋朝日 TERA-ASA</b></p> <p><b>朝日新聞 Thinkキャンパス</b></p> <p>● スポーツ</p> <p><b>4years.</b></p> <p><b>WORKO!</b> 「働く」と「子育て」のこれからを考える</p> <p><b>好書好日</b> <b>しふh堂</b></p>	<p>● 朝日デジタルラボ</p> <p><b>MOOVO</b></p> <p><b>bouncy</b></p> <p>● BuzzFeed Japan</p> <p><b>BuzzFeed</b></p> <p><b>HUFFPOST!</b> IN ASSOCIATION WITH The Asahi Shimbun</p> <p><b>BuzzFeed KAWAII</b></p> <p><b>TASTY JAPAN</b></p>	

メインターゲット M 男性 F 女性 Y 若者

# DATA FILE 2023

## 朝日新聞 媒体資料

### 【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

〒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)

#### 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)

#### ロンドンオフィス The Asahi Shimbun Company London Office

6th Floor, Halton House, 20-23 Holborn, London EC1 N 2JD, U.K. TEL: +44-20-7831-0033

広告朝日 <https://adv.asahi.com/>

 @adv\_asahi

2305-T1-2000-A1-S4

## 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 2022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 2022年7～12月平均」

### 2021年度全国新聞総合調査(J-READ2021)

調査地域 全国47都道府県主要エリア  
調査対象 満15歳～74歳の男女個人  
抽出方法 ①ビデオリサーチ社の過去調査対象者リストから抽出  
②目標有効標本数に満たなかった人数を多段抽出し、訪問による説得  
調査方法 調査依頼への応諾者に後日郵送で調査票を送り、記入完了後、調査票を返送  
有効回収数 12,574  
規正標本サイズ 80,763(推計人口に対応。単位:千人)  
※満15歳～74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 2021年10月24日(日)～10月30日(土)  
調査主体 ビデオリサーチ

### 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充。  
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歳～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 4,820  
調査時期 2022年3月1日～31日、4月1日～17日、5月6日～22日、6月3日～19日  
調査主体 ビデオリサーチ

### 生活者市場予測システム(mif)ベーシック調査(2022年度)

調査地域 全国  
調査対象 20～69歳の男女インターネット利用者  
※性・年代別・地域別インターネット利用人口の構成比に合わせて割付  
調査方法 ウェブ調査  
有効サンプル数 30,000  
調査時期 2022年6月  
調査主体 三菱総合研究所、エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ