

選挙広告は 朝日新聞



第27回参議院議員選挙に向けて

朝日新聞社政治部長 松田 京平

3年に一度の参院選が近づいてきました。衆議院と参議院の二院制を取る日本では、時の政権の中間評価として位置づけられています。定数248のうち半数改選を迎える124議席（都道府県単位の選挙区74議席、比例区50議席）と欠員1の東京選挙区を補充する計125議席を争う選挙戦は、早くも激戦が予想されます。

デジタル社会の浸透で、SNSなどネットを利用した選挙が定着してきました。候補者や政党が有権者と直接つながる意味は大きなものがあります。一方、ネットで拡散される情報には、ウソや真偽不明の情報、誹謗中傷が含まれることも少なくありません。

朝日新聞社は紙の新聞とデジタル版を通じて、読者のみなさまが選挙に臨むうえで確かな判断材料をお届けし、選挙結果についても速く正確にお伝えするため、取材力を強化してきました。今回の選挙では、これまで以上にニュースをわかりやすく伝えようと、投票する際に参考にしていただけるためのさまざまな工夫を凝らします。

その代表例がファクトチェックです。各政党や候補者が訴える言葉、発信している情報、そして政治家以外の人々がネット上で拡散している選挙に関連する情報の中で、真偽を確かめるべきものについて、きちんと取材を尽くしたうえで積極的に報じていきます。

また、2003年衆院選から朝日新聞社が東京大学と国政選挙のたびに共同で調査し研究を続けている「朝日・東大調査」（候補者アンケート）では、候補者や政党の考え方、政策をわかりやすく分析し、紙面とデジタル版で詳しく報じます。デジタル版では、読者のみなさまの考えに、どの政党や候補者が近いかを探る「ポートマッチ」のページを今回もつくり、投票するうえでの参考にさせていただく予定です。

昨年の衆院選で国会は与党が少数の議席構成となり、政

治は大きく変わってきています。今回の選挙結果次第では、自民、公明両党が続けてきた連立政権の枠組み、与野党の構図全体にも変化が生じる可能性があります。物価高、少子化や人口減少、防災対策、財政、ジェンダーなど日本が抱える政治課題は数多く、また政治を足元から改革し、政治家自身が襟を正す姿勢も問われ続けています。

米国のトランプ大統領による関税や外交政策によって、世界は経済・社会ともに激動の時代に突入しています。地球のあちこちで戦争の惨禍が続く、災害や温暖化など地球規模での取り組みが必要なテーマもあります。2020年代後半に入った日本政治を見通し、世界の中で日本がどのような方向に進んでいくのかを考えながら、わたしたちの代表を選び、かじ取りを託す極めて重要な選挙となります。

これからの政治がどのように展開していくのか。選挙戦の前後を通じ、内外の政治状況や現在地をわかりやすく示していきます。わたしたち国民の選択が政治にどのように反映していくのか。わたしたちの生活にどのような影響が起こりうるのか。そのつながりをわかりやすく示すことで、選挙を「自分ごと」と感じていただけるような多角的な報道にもチャレンジしていきたいと考えています。

選挙は民主主義を支える根幹です。期間中の報道は、公正さを確保する必要があることは言うまでもありません。その前提を踏まえ、公職選挙法などの法律や各種ルールは広く報道の自由を認めています。朝日新聞はこうした基本原則に沿って、正確な事実を伝え続けることで、読者のみなさまの信頼とご期待に応えていきたいと考えています。朝日新聞の選挙報道に関わる一人ひとりが事実と丹念に向き合い、総力を結集することで、どのメディアにも勝る充実した選挙報道を展開していく決意です。

2025年5月20日

目次

P.1 朝日新聞読者の3つのポイント
DATA MEMO[調査概要]

P.2 無党派層が多く、
投票行動に積極的な朝日新聞読者

P.3 選挙の情報源 新聞が中心

P.4 多くの政策課題や社会問題に
関心が高い朝日新聞読者

P.7 全国で約702万人に到達
都市圏を中心に確実にリーチする朝日新聞

P.8 A-TANK
朝日新聞社のデジタルソリューションを
データドリブンにつなぐマーケティング支援サービス

P.10 コンテンツが充実した国内最大級のニュースサイト
朝日新聞デジタル版
おすすめの広告メニュー

P.12 参議院議員選挙における広告の種類

P.14 掲載手続きとご注意

朝日新聞読者の 3つのポイント



無党派層が多く
投票行動に積極的
詳しくは②ページ



選挙の情報は
新聞から
詳しくは③ページ



選挙の争点となる
政策課題への関心が高い
詳しくは④ページ

DATA MEMO 〈調査概要〉

全国メディアプロフィールサーベイ2024 (全国MPS 2024)	
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	30,800
規正標本サイズ	98,034(推計人口に対応:千人) 満15～79歳の人口構成比他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	2024年8月19日～9月30日
調査主体	全国MPS協議会
調査機関	株式会社ビデオリサーチ
2024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

J-MONITOR「第50回衆議院議員総選挙に関する9紙共同調査」	
調査地域	首都圏(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)／近畿圏(大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・和歌山県)／ 中京圏(愛知県・岐阜県・三重県)、北海道／宮城県／福岡県
抽出方法	新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。 応募者各紙ごとに全国新聞総合調査 ACR/ex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・スマートフォンを利用したウェブ調査
回答者数	3,484人
調査実施日	2024年10月28日～11月4日
調査実施機関・レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

新聞広告共通調査プラットフォーム (J-MONITOR)	
調査地域	北海道・首都圏(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)・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ACR/ex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	株式会社ビデオリサーチ

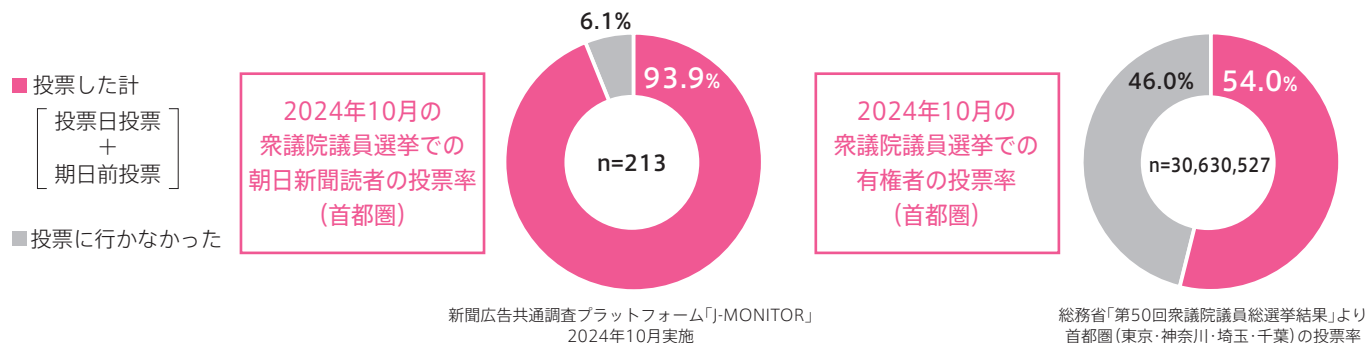
※各ページのグラフは四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。



投票行動に積極的で無党派層が多く、 政党・候補者の主張で 投票先を決める朝日新聞読者

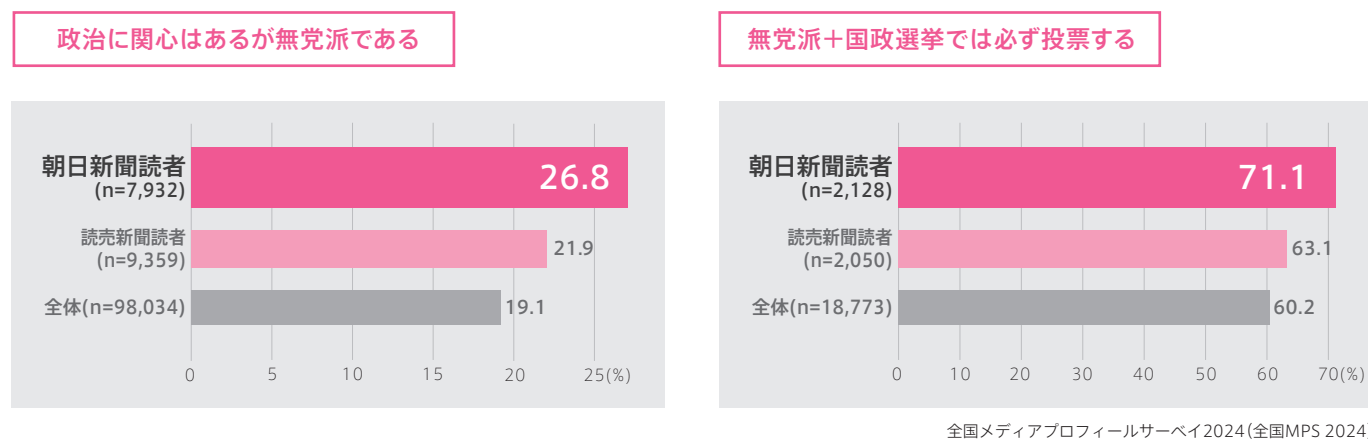
● 朝日新聞読者の衆院選投票率は93.9%

2024年10月「第50回 衆議院議員選挙」で投票した人の割合は、朝日新聞読者（首都圏）で93.9%を占め、首都圏の有権者の投票率54%を大きく上回っています。



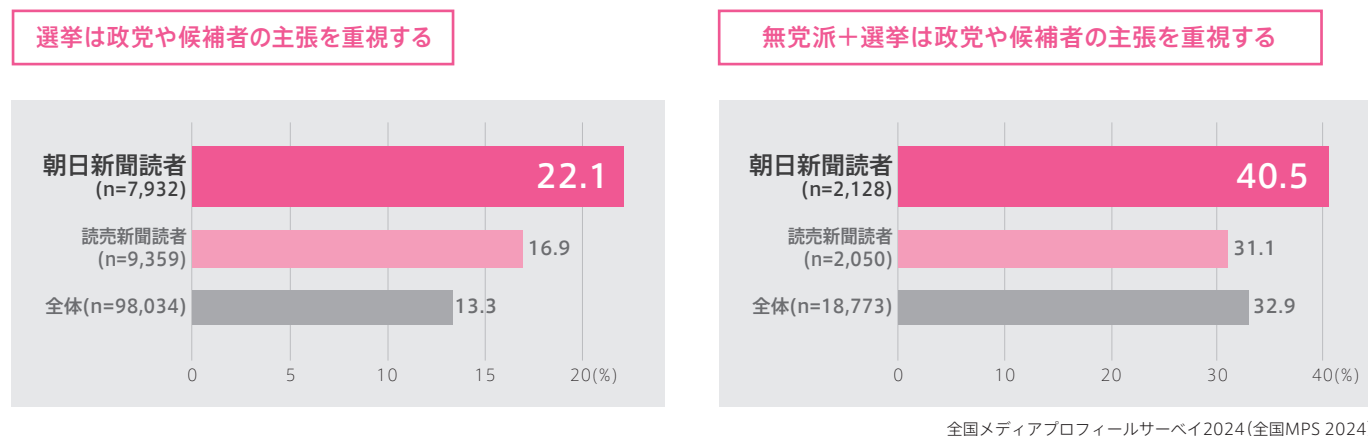
● 無党派層が多い朝日新聞読者

朝日新聞読者の26.8%が「政治に関心を持つ無党派層」です。投票行動にも積極的で約7割が「国政選挙では必ず投票する」と回答しています。



● 政党・候補者の主張を重視して投票先を決める朝日新聞読者

朝日新聞読者は投票先について、候補者や政党の主張を重視して選ぶという層が多いため、投票日までの広告活動が大きな影響を与えるといえます。





選挙の情報は新聞から 信頼される新聞の情報

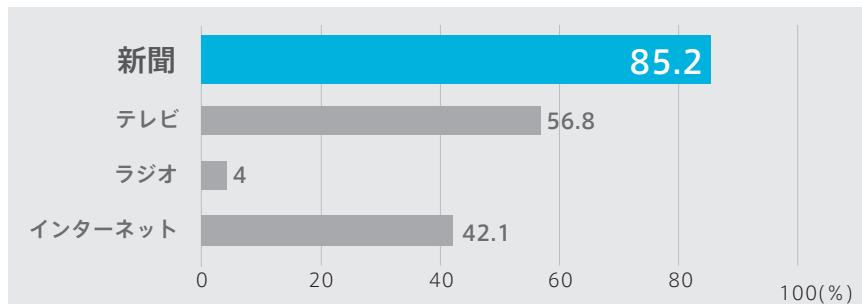
● 選挙で新聞の情報を参考にする朝日新聞読者

2024年10月「第50回 衆議院議員選挙」の際、参考にした情報源について尋ねたところ、新聞と答えた朝日新聞読者は85.2%。選挙の際、新聞の情報を参考にしていることが分かります。

選挙で参考にした情報源

※朝日新聞読者(n=953)

※「新聞」＝「新聞記事」＋「新聞広告」
※「テレビ」＝「テレビ番組」＋「テレビの政見放送」＋「テレビCM」
※「ラジオ」＝「ラジオ番組」＋「ラジオの政見放送」＋「ラジオCM」
※「インターネット」＝「新聞社のニュースサイト」＋
「政党や候補者のサイト」＋「ソーシャルメディア・SNS」＋
「動画投稿サイト」＋「その他のインターネットサイト」

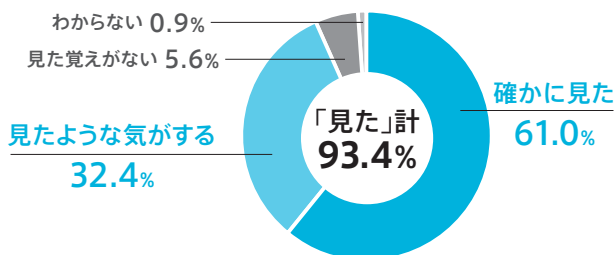


第50回 衆議院議員選挙に関する9紙共同調査(J-MONITOR)

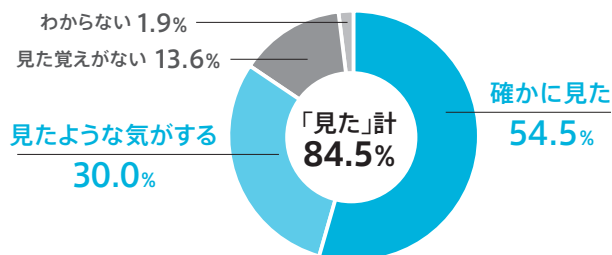
● 朝日新聞読者の選挙広告接触率は80%超

選挙期間中、「政党広告」には93.4%が、「選挙区の候補者広告」には84.5%が接触。

「政党広告」接触状況



「自分の選挙区の候補者広告」接触状況

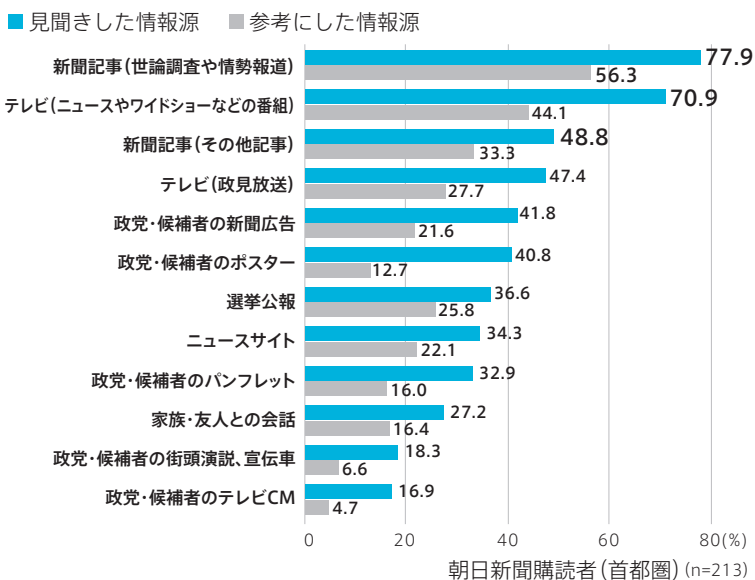


朝日新聞購読者(首都圏)(n=213 選挙権保有者ベース) J-MONITOR調査(2024年10月・朝日新聞購読者・首都圏)

● 有権者に接触され、投票行動に影響を与える「新聞」「新聞広告」

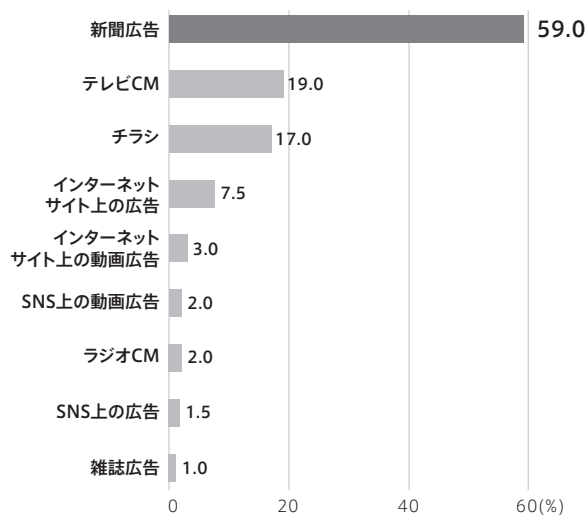
「見聞きした」「参考にした」情報源は新聞がトップ。「投票先決定時に参考にした広告」は、新聞広告が群を抜くスコアに。

「見聞きした」「参考にした」情報源(複数回答)



朝日新聞購読者(首都圏)(n=213)

投票先決定時に参考にした広告(複数回答)



朝日新聞購読者(首都圏)(n=200)

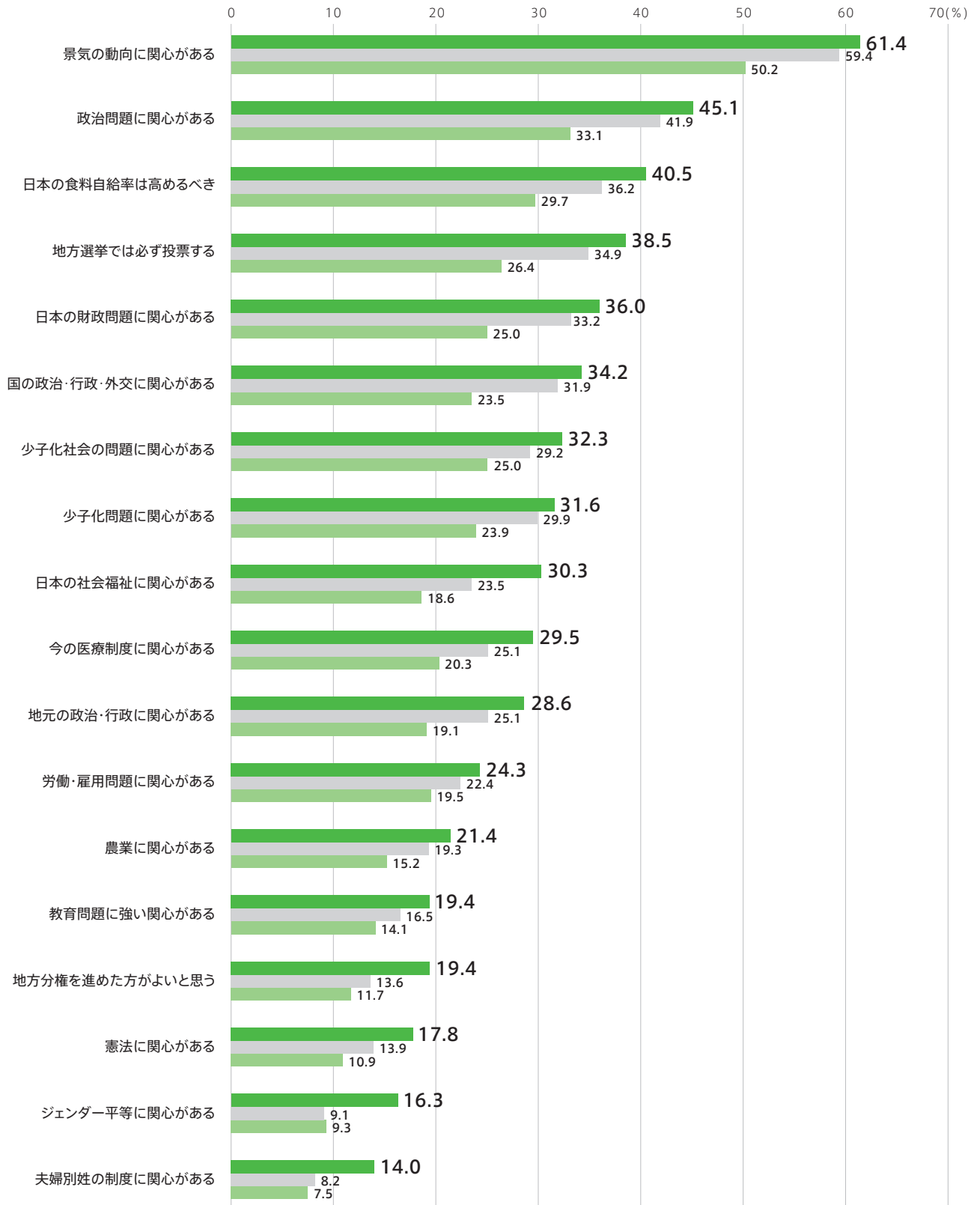
J-MONITOR調査(2024年10月・朝日新聞購読者・首都圏)



多くの政策課題や社会問題に関心が高い朝日新聞読者

政治・経済・社会についての意識

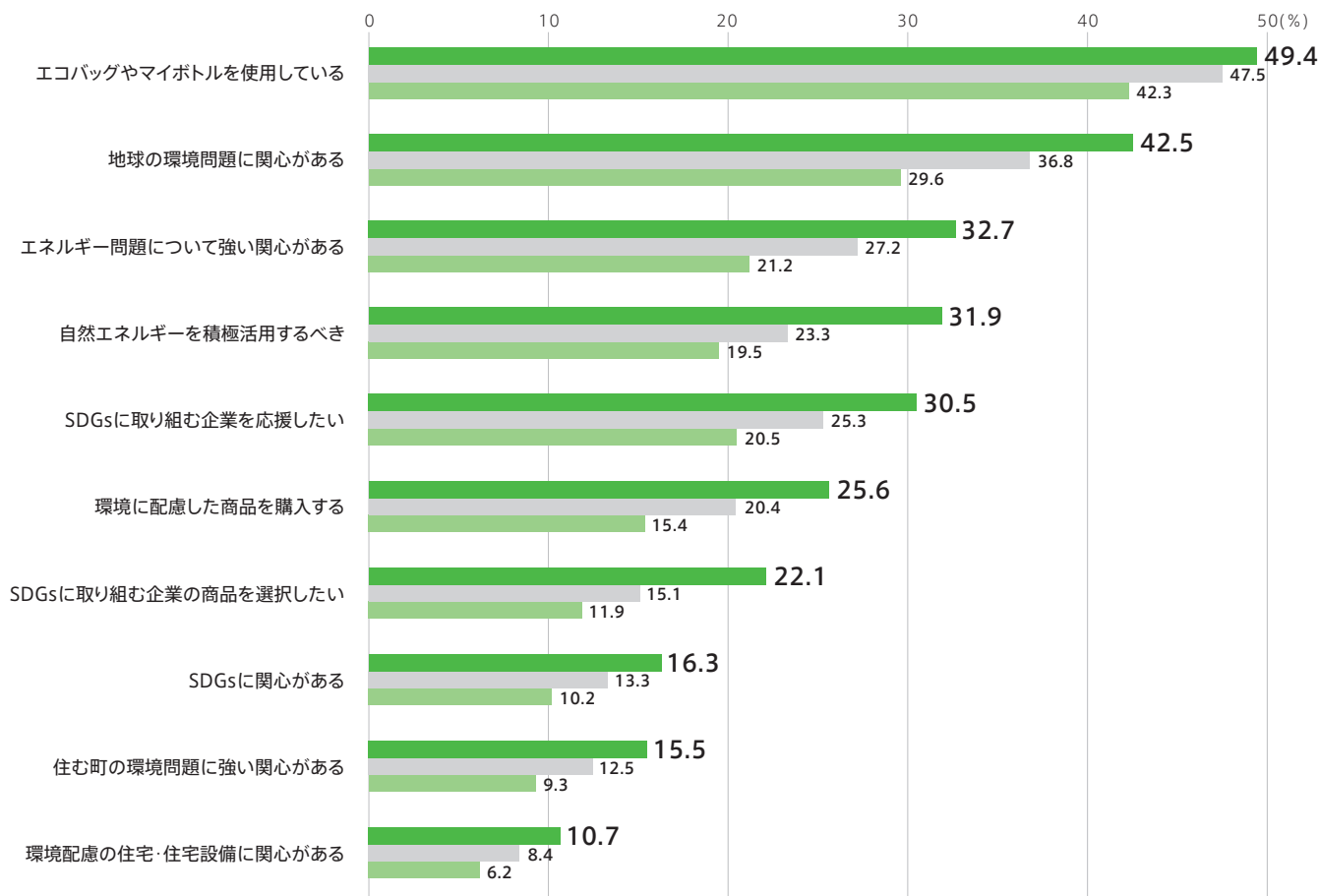
■ 朝日新聞購読 (n=7,932) ■ 読売新聞購読 (n=9,359) ■ 全体 (n=98,034)



全国メディアプロフィールサーベイ2024 (全国MPS2024)

環境・SDGsについての意識

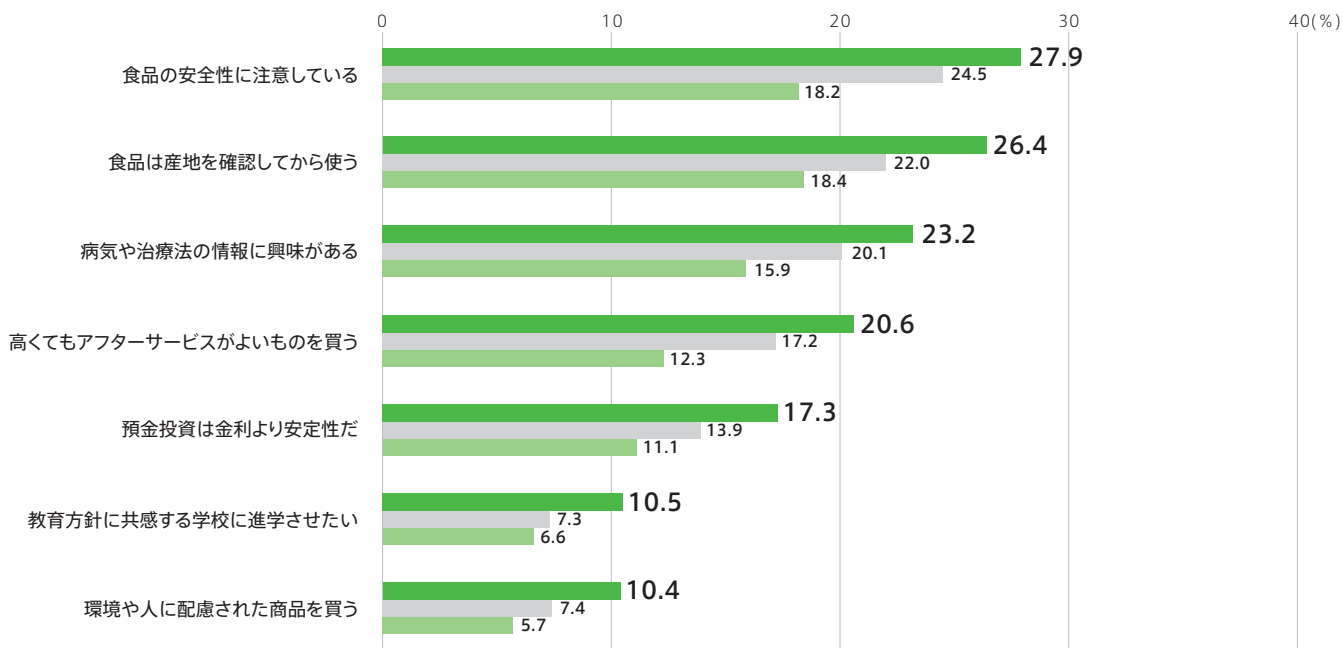
■ 朝日新聞購読 (n=7,932) ■ 読売新聞購読 (n=9,359) ■ 全体 (n=98,034)



全国メディアプロフィールサーベイ2024 (全国MPS2024)

購買・生活についての意識

■ 朝日新聞購読 (n=7,932) ■ 読売新聞購読 (n=9,359) ■ 全体 (n=98,034)



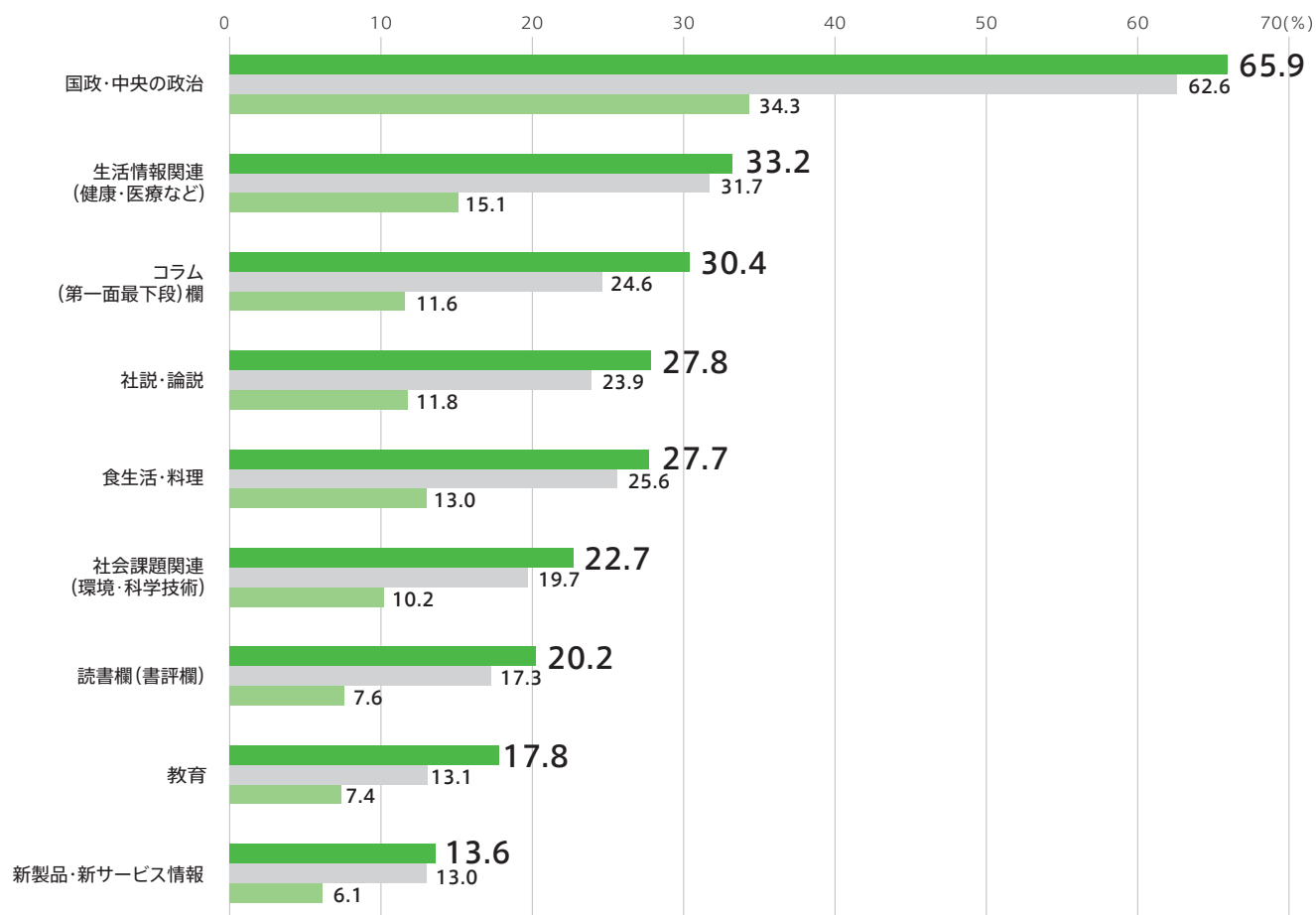
全国メディアプロフィールサーベイ2024 (全国MPS2024)



多くの政策課題や社会問題に関心が高い朝日新聞読者

普段読む記事ジャンル

■ 朝日新聞購読 (n=7,932) ■ 読売新聞購読 (n=9,359) ■ 全体 (n=98,034)



全国メディアプロフィールサーベイ2024(全国MPS 2024)



全国で約702万人に到達 都市圏を中心に 確実にリーチする朝日新聞

都道府県別朝刊部数・世帯数・朝刊普及率

	朝刊部数	世帯数	朝刊普及率
北海道	59,903	2,809,828	2.13%
青森県	9,654	593,591	1.63%
岩手県	14,843	534,717	2.78%
宮城県	34,989	1,044,637	3.35%
秋田県	14,548	424,568	3.43%
山形県	27,783	422,118	6.58%
福島県	30,781	798,738	3.85%
茨城県	93,190	1,314,563	7.09%
栃木県	37,163	868,242	4.28%
群馬県	39,908	881,107	4.53%
埼玉県	292,517	3,511,768	8.33%
千葉県	252,047	3,061,704	8.23%
東京都	534,212	7,563,383	7.06%
神奈川県	434,620	4,557,670	9.54%
新潟県	27,864	917,654	3.04%
富山県	3,923	433,664	0.90%
石川県	4,306	500,194	0.86%
福井県	4,513	303,705	1.49%
山梨県	14,121	374,238	3.77%
長野県	25,711	897,360	2.87%
岐阜県	24,103	853,904	2.82%
静岡県	45,720	1,644,355	2.78%
愛知県	115,259	3,461,470	3.33%
三重県	47,442	817,486	5.80%

朝刊販売部数 **3,343,666部**

朝刊平均閲読人数 **2.1人**

	朝刊部数	世帯数	朝刊普及率
滋賀県	48,485	617,522	7.85%
京都府	77,571	1,255,136	6.18%
大阪府	305,312	4,512,354	6.77%
兵庫県	186,765	2,615,161	7.14%
奈良県	58,222	610,533	9.54%
和歌山県	38,202	443,513	8.61%
鳥取県	8,006	241,006	3.32%
島根県	9,281	293,776	3.16%
岡山県	34,837	870,444	4.00%
広島県	52,214	1,340,297	3.90%
山口県	66,232	658,901	10.05%
徳島県	7,121	338,837	2.10%
香川県	23,210	450,133	5.16%
愛媛県	32,869	657,416	5.00%
高知県	3,419	349,119	0.98%
福岡県	118,561	2,544,108	4.66%
佐賀県	6,958	346,110	2.01%
長崎県	15,704	634,183	2.48%
熊本県	14,412	810,872	1.78%
大分県	18,319	548,601	3.34%
宮崎県	11,907	533,052	2.23%
鹿児島県	8,037	813,110	0.99%
沖縄県	620	704,293	0.09%

※販売部数は、日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期 2024年7～12月平均」

※世帯数は、国土地理協会「住民基本台帳 人口・世帯数表(令和6年版)」

※普及率は、日本ABC協会「新聞発行社レポート 普及率 2024年7～12月平均」

※平均閲読人数は、全国メディアプロフィールサーベイ2024(全国MPS 2024)

朝日新聞メディアの特徴

朝日新聞デジタル版などのメディア会員やサービス利用・イベント参加などを通じて、20～70代まで幅広いオーディエンスリーチを獲得

朝日ID会員

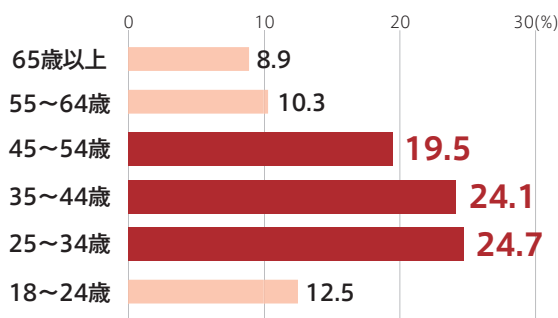
約**635万**ID

PV/UU (月間)

1億 PV
3,058万 UU

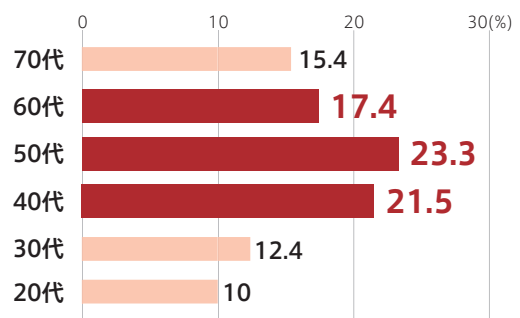
※Google Analyticsより
※2024年10～12月期間平均。グループメディア含まず、朝日新聞デジタル版のみ

閲覧ユーザー属性



Google Analyticsより 2023年1月

会員ユーザー属性



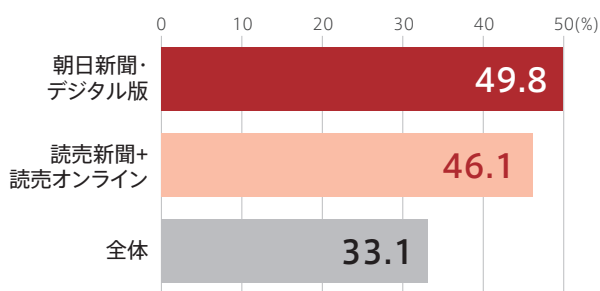
朝日ID会員 2024年4月

● 選挙広告のターゲットを確実にとらえる「朝日新聞紙面・デジタル版」

政治問題に関心が高い

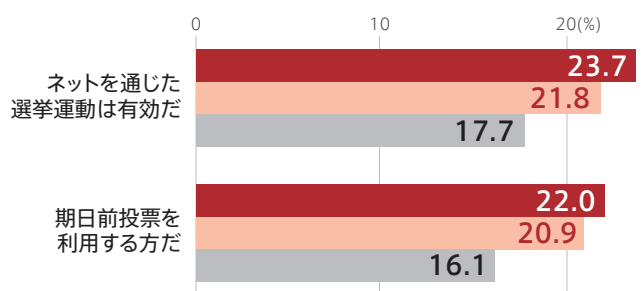
朝日新聞紙面・デジタル版の活用で、政治問題に関心のあるユーザーに効率よくリーチします。

政治問題に関心がある



インターネット広告の有効性

朝日新聞紙面・デジタル版のユーザーはネットを通じた選挙運動の有効性に肯定的です。また5人に1人以上が期日前投票を利用するため、公示期間中に継続して実施可能なインターネット広告が有効と考えられます。



■ 朝日新聞・デジタル版 (n=12,580) ■ 読売新聞+読売新聞オンライン (n=12,933) ■ 全体 (n=98,034)

全国メディアプロフィールサーベイ2024 (全国MPS 2024)

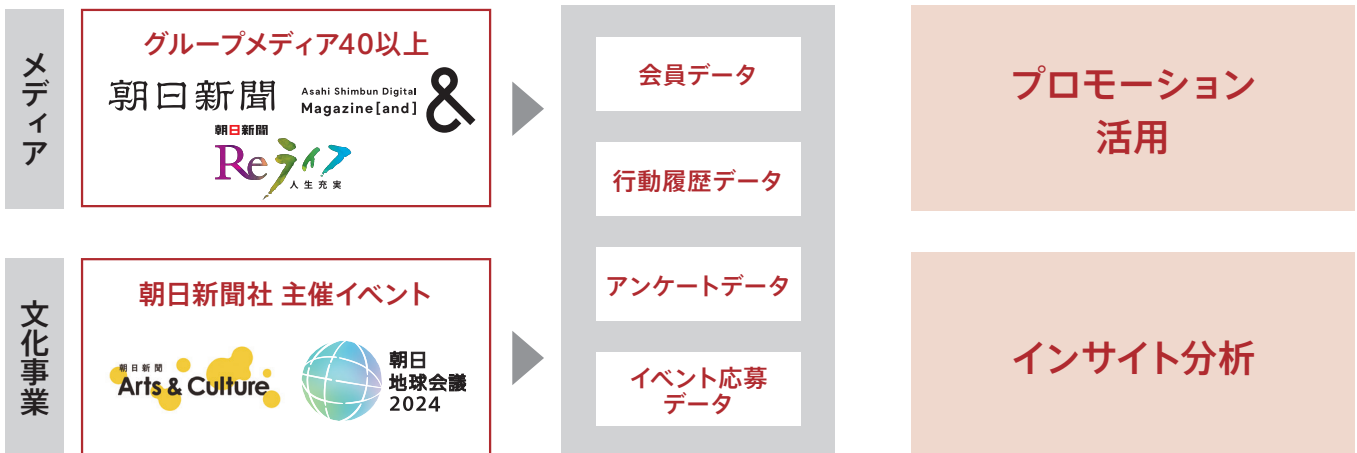
https://www.asahi.com/ads/guide/assets/doc/asahi_digital_a-tank.pdf A-TANKとは



約635万IDを誇る朝日ID会員の属性と、各種媒体・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。広告プロモーションやインサイト分析などに活用することができます。

データ収集

データ活用



プロモーション活用イメージ

選挙等に関連するキーワードを指定し、弊社が保有する大量の読者データから記事閲覧行動を分析、該当キーワードを含む記事を読んだユーザーや、そのユーザーと似た記事閲覧行動をしているユーザーを対象に広告を配信します。



配信デバイス: パソコン／スマートフォン

※キーワードの設定は配信開始前の2週間前までにお願いします。



キーワード例
・選挙
・manifesto
・政策関連用語等

キーワードを含む記事を読読



キーワードを含む記事を読読したユーザー等が朝日新聞デジタル版を読む際に広告を配信



朝日新聞 デジタル版

おすすめの広告メニュー

1 高い完全再生率 「SP.フローティング 動画」

スマホ最適化サイトにて、ヘッダー直下に掲出される動画広告枠です。
スクロールに追従する
フローティング仕様となっており、
高い完全再生率を期待できます。

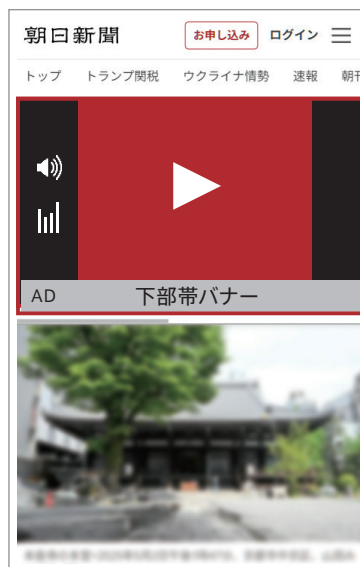


配信デバイス:スマートフォン

※全枠購入はできません。

※配信面の指定はできません。
オールジャンルでの配信になります。

再生中

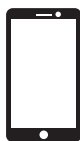


終了後



2 クリック率断トツ ニュース速報の技術を生かした 「SP.プッシュVIDEO」

トップページや記事ページにアクセスすると、右下に小枠が出現。
動画とテロップの再生を自動的に開始します。
動画広告としては異例の高クリック率を誇る看板メニューです。



配信デバイス:スマートフォン

※全枠購入はできません。

※配信面の指定はできません。
オールジャンルでの配信になります。



実際の掲載イメージを
スマートフォンでご覧ください



コンテンツが充実した国内最大級のニュースサイト

デジタル広告メニューの詳細は弊社営業担当者にお問い合わせください。

<https://www.asahi.com/> 朝日新聞デジタル版

3 費用対効果に優れた広告メニュー 圧倒的なインパクトを誇る PC、ビルボード(動画)

朝日新聞デジタル版の顔ともいえるトップページ
最上部で動画広告を展開できます。
視認性が高い一方、再生単価は安く、
費用対効果に優れた
広告メニューと評価されています。



配信デバイス: パソコン

※全枠購入はできません。



4 人気メニュー 高クリック率を誇る 「SP.プレミアムインフィード」

スマホサイトのトップページおよび
記事ページに掲出されるインフィード
広告です。
記事直下を中心に掲出されるため
CTRが非常に高いメニューです。



配信デバイス: スマートフォン

※全枠購入はできません。

画像

全角26文字以内
※自動改行のため、
改行指定不可



選挙区選出議員候補者広告

定 義

立候補者が選挙運動期間中(投票日前日まで)、選挙に関して行う広告です。

原稿サイズ・回数

横おおむね9.6cm×縦2段 ※1 以内。5回以内。合同選挙区 ※2は10回以内。

掲載エリア

東京は東京本社版セット版、愛知は名古屋本社版通し、福岡は福岡全県+山口全県となります。他は道府県版エリア(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。(13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。カラー、切り替え、小型広告での掲載はできません。

※1、縦の長さは本社紙面の15段制のものです。

※2、合同選挙区は「鳥取・島根」、「徳島・高知」の2選挙区です。

名簿届出政党等広告(比例代表選挙広告)

定 義

名簿届出政党等が選挙運動期間中、選挙に関して行う広告です。

原稿サイズ・回数

1回あたりの広告スペースは、横おおむね9.6cm×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、全15段の大きさを超えられません。回数は下表参照。

掲載エリア

全国版。原稿の切り替えはできません。

掲 載 日

選挙運動期間中(投票日前日まで)。

料 金

選挙広告料金表をご覧ください。

体 裁

記事下広告に限ります。カラー、切り替え、小型広告での掲載はできません。

名簿登録者数

総段数

回数

1～8人

20段以内

40回以内

9～16人

28段以内

56回以内

17～24人

36段以内

72回以内

25人以上

44段以内

88回以内

おける広告の種類

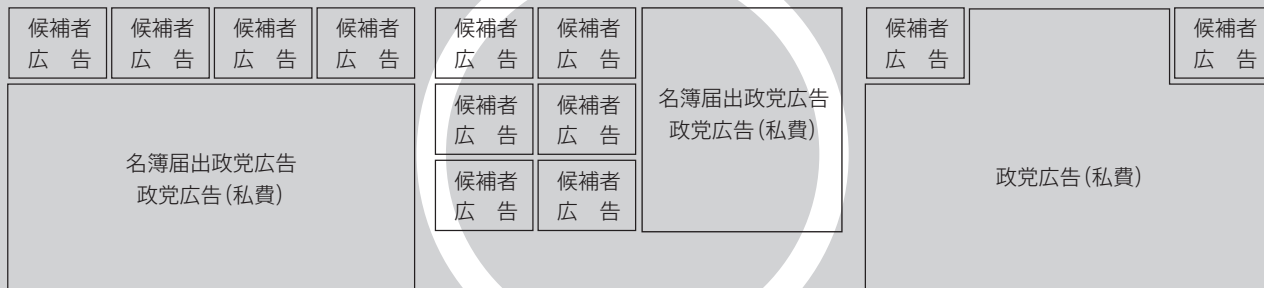
私費負担の政党広告

定 義	政党その他の政治団体が私費で行う広告です。
原稿サイズ・回数・掲載エリア	特に制限はありません。
掲 載 日	投票日当日の掲載は弊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。
体 裁	広告内容が選挙運動にわたることはできません。カラーは可能です。

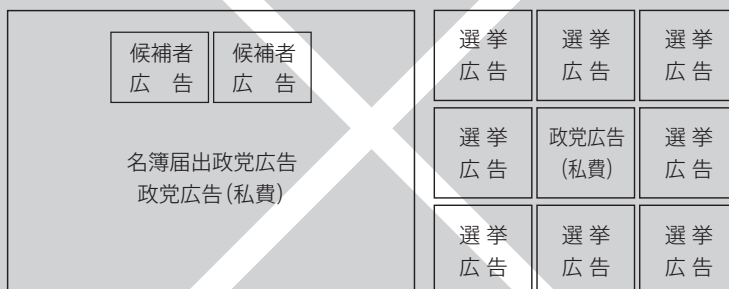
候補者広告や政党広告などのドッキング(衆参共通)

候補者広告、届出政党広告、比例代表広告、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。
その場合は、それぞれ独立した広告として明確に区分してください。
2つ以上の広告が、一体となって効果を発揮していると判断される場合は認められません。

候補者広告とのドッキングの例



ドッキングが認められない例



掲載手続きとご注意

1 お申し込み

広告会社を通じてお申し込みください。

- 1 掲載日はご希望に沿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、原稿サイズを倍にしたり、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。
- 4 掲載面や同一紙面内での掲載順は弊社に一任となります。

2 原稿制作

お困りの場合は広告会社にお問い合わせください。

3 事前審査

掲載予定日の7日前（7営業日前）までに、朝日新聞社のコンテンツ審査部に審査用原稿（ゲラ）をお送りください。

広告内容について、朝日新聞広告掲載基準に基づき掲載可否、修正の要否を判断します。

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。

原稿入稿時に
ご用意いただくもの

- 1 選挙広告申込確認書（本社発行の所定様式のもの）
- 2 原稿データ（CD-R）
- 3 念校ゲラ + 念校ゲラのコピー1枚
- 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

- 1 念校ゲラ（コピー含む）には、掲載日等の掲載概要に加え以下が必要です。
 - ・候補者広告の場合：候補者または出稿責任者のサインまたは押印。
取り扱い広告会社のサインまたは押印。
 - ・名簿届出政党広告の場合：出稿責任者のサインまたは押印。
取り扱い広告会社のサインまたは押印。
- 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）。ただし、通称の使用が認定されている場合は、その通称を候補者名として表示することができます。「通称認定書」（コピー可）を添付してください。
- 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）の同意書または出稿責任者の確認書等が必要です。
- 6 名簿届出政党広告の場合、新聞広告掲載承諾通知書は弊社で用意します。

4 原稿入稿

掲載は投票日の前日までです。

- ※朝日新聞本支社版の最終版に掲載された広告は、
全て朝日新聞デジタル版の「朝刊紙面ビューアー」にも掲載されます。
- ※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。

5 掲載

※オンライン入稿に関してはご相談ください。

● アカウントソリューション5部

〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2
TEL. 080-2354-7817（担当：小高）

● 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. 080-2479-7599（担当：戸田）

● アカウントソリューション5部 [北海道担当]

〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2
TEL. 080-2589-1189（担当：佐藤）

● アカウントソリューション5部 [西部ASチーム]

〒812-8511 福岡市博多区博多駅前 2-1-1
TEL. 080-8365-4540（担当：鳴川）

● アカウントソリューション5部 [名古屋ASチーム]

〒460-8488 名古屋市中区栄 1-3-3
TEL. 080-1575-8446（担当：江崎）

朝日新聞