

朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社  
中日新聞社、神戸新聞社

**2012年4月、全国紙5紙に加え中日新聞社と神戸新聞社が参加  
新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」が拡大します**

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR(ジェイ・モニター)」は、スタートから1年となる2012年4月、参加新聞と調査エリアが拡大します。

参加新聞は、これまでの朝日新聞社(東京都中央区築地 5-3-2)、産経新聞社(東京都千代田区大手町 1-7-2)、日本経済新聞社(東京都千代田区大手町 1-3-7)、毎日新聞社(東京都千代田区一ツ橋 1-1-1)、読売新聞社(東京都中央区銀座6-17-1)の全国紙5社に、中日新聞社(愛知県名古屋市中区三の丸 1-6-1)と神戸新聞社(兵庫県神戸市中央区東川崎町 1-5-7)が加わり計7社になります。

調査エリアは、これまでの首都圏、近畿圏に新たに中京圏と福岡県が加わり全国4エリアに広がります。

### 【J-MONITORとは】

J-MONITORは新聞広告の読者への到達や評価などの広告効果を調査する測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的として2011年4月にスタートしました。

調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチ(東京都千代田区三番町 6-17)が行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。

J-MONITORで行われる調査は2種類あり、一つは新聞に掲載された個々の広告についての掲載後の反響・効果調査で、広告主へフィードバックされます。もう一つは、広告計画立案のための指標データを蓄積する調査です。面や広告がどのくらい見られたかを示す面別接触率・広告接触率を調べており、2011年度分のデータ販売(販売代理:ビデオリサーチ)は2012年4月から、主に広告会社を対象として始まります。

### 【J-MONITOR連絡協議会が発足】

J-MONITOR全体の運営には、2009年の準備段階より「新聞広告効果指標研究会」(全国紙5紙、株式会社電通(東京都港区東新橋 1-8-1)、株式会社博報堂DYメディアパートナーズ(東京都港区赤坂 5-3-1))が当たってきましたが、同研究会は発展的に解消し、「J-MONITOR連絡協議会」を2012年4月に発足させます。参加新聞社、電通、博報堂DYメディアパートナーズで構成されます。

## 【2012 年度からの調査実施一覧】

	首都圏	近畿圏	中京圏	福岡県
朝日新聞	○	○	○	○
産経新聞	○	○		
日本経済新聞	○			
毎日新聞	○	○		○
読売新聞	○	○	○	○
中日新聞・東京新聞	○		○	
神戸新聞		○(兵庫県)		

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

## 【調査設計】

調査対象者: 当該新聞を購読している15歳～69歳の男女個人

調査エリア: 当該新聞購読可能なエリア(原則として都道府県単位)

標本抽出方法: 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。応募者を各紙ごとに全国新聞総合調査(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

標本サイズ: 1パネルあたり約300名(200名の場合あり)。回収率は70～80%を想定。1人あたりの調査回数上限は13週で13回。各社が年間の調査予定回数に応じてパネル数を設定。

実査日(時間): 広告掲載翌日 0:00～24:00

調査方法: パソコンを利用したウェブ調査。

調査機関・レターヘッド: 株式会社ビデオリサーチ

＜本件に関するお問い合わせ先＞

問い合わせ代表: 読売新聞東京本社 広告局マーケティング部 国友(03-3216-8788)

問い合わせメールアドレス [press@j-monitor.net](mailto:press@j-monitor.net)

J-MONITORでは、広報窓口を参加新聞社の持ち回りで務めます。

第1期(2011年度)幹事社: 読売新聞社

**J-MONITORオフィシャルサイト** <http://www.j-monitor.net/>