



The Mainichi Newspaper Media Data Report

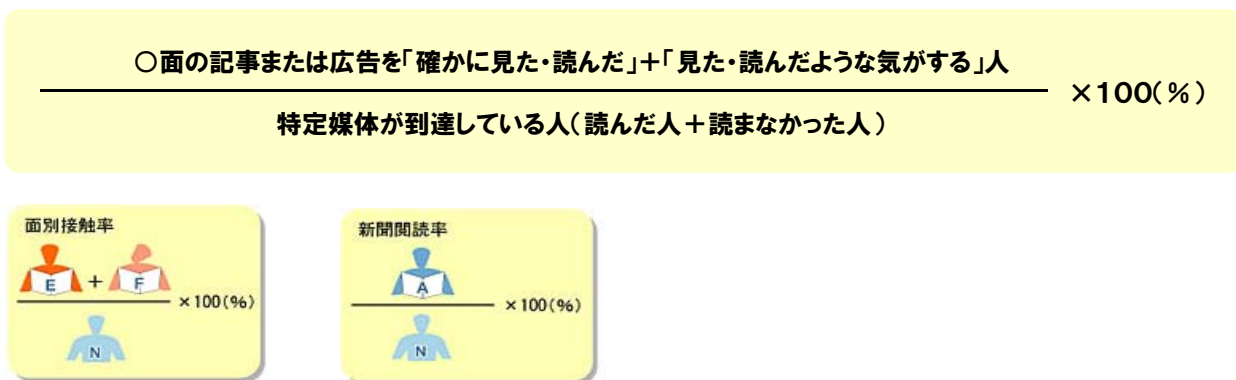
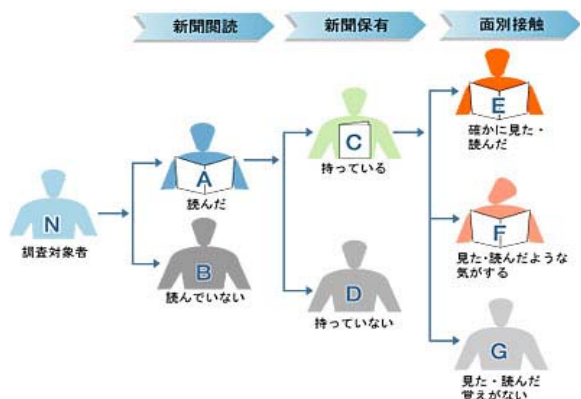
毎日新聞 一面雑報広告ご活用のご提案

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」概要 記事面の接触状況を「面別接触率」で表します

■面別接触率とは

特定の面に対して、読者が記事・広告を問わずどの程度接触しているかを示すデータです。特定新聞の購読者を対象に、それぞれのページの記事や広告を「確かに見た・読んだ」「見た・読んだような気がする」「見た・読んだ覚えがない」の3択で「確かに見た・読んだ」もしくは「見た・読んだような気がする」と答えた人の割合です。

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」では、1カ月に2回の面別接触率調査が行われます。調査日・対象面は、運営会社であるビデオリサーチにより、新聞社への事前告知なしで設定されるので、より客観的なデータが提供されます。



■ J-MONITOR(新聞広告共通調査プラットフォーム)

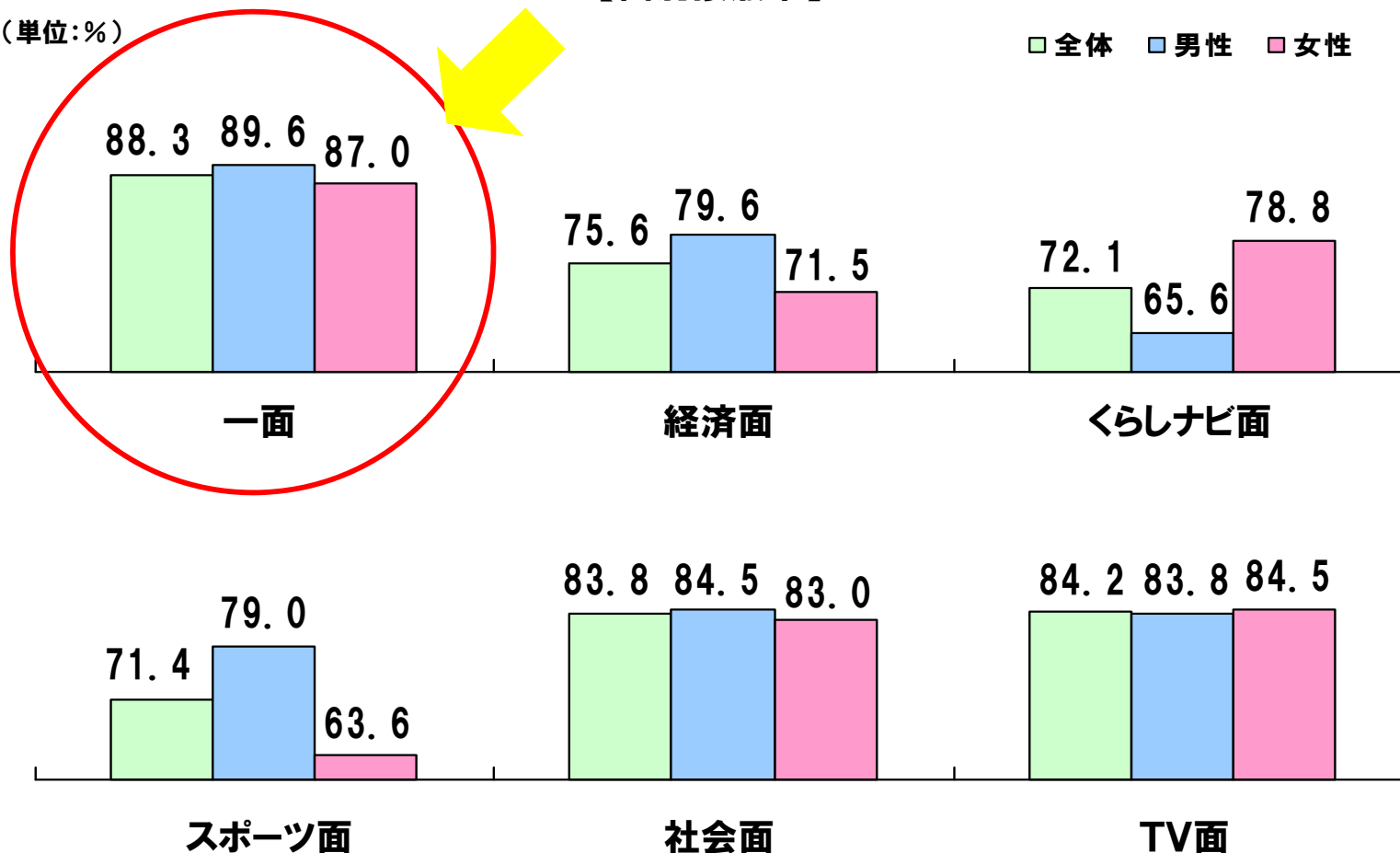
新聞社が共通に使える新聞広告の効果指標を標準化・第三者化するためのプラットフォームとして、2011年4月にスタートしました。第三者機関であるビデオリサーチが、参加各新聞社の読者モニターパネルを一元的に構築・管理し、共通のシステム上で調査・データ提供を行うことで、新聞広告の客観的なデータの整備が行うとともに、新聞社が関与しない中立的な面別接触率調査・広告接触率調査が実施されることで、各紙毎の特徴や広告の見られ方等の把握が可能となります。

- 名称 : J-MONITOR
- 調査対象者 : 当該新聞を朝夕刊セット購読している15歳～69歳の男女個人
- 調査エリア : 朝夕刊セット購読可能なエリア(原則として都道府県単位)
- 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
- 標本サイズ : 1パネルあたり約300名。回収数は70～80%程度を想定。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系列数を設定し、複数パネルを交互に運用する
- 実査日・時間 : 新聞掲載翌日0:00～24:00の24時間
- 調査機関・レターヘッド : 株式会社ビデオリサーチ

【面別接触率】

(単位:%)

□全体 □男性 □女性



朝刊一面は「新聞の顔」。
その日のトップニュースや重要な話題など、情報が命の新聞の中で最も欠かすことのできない面です。
面別の接触率を見ても、一日の新聞の中でもっともよく見られている面であることがわかります。

◆J-MONITOR 首都圏 毎日新聞朝刊面別接触率 性×年代別平均値(2011年4月～2014年3月)

(%)

	件数(n)	全体	男性	女性	29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代
一面	72	88.3	89.6	87.0	72.3	84.5	85.8	92.3	95.7	64.7	82.1	90.1	91.1	93.4
総合	257	77.8	82.0	73.4	65.2	76.1	79.5	82.4	89.6	54.0	68.4	75.4	77.6	79.3
国際	87	70.9	74.5	67.3	59.6	70.4	72.5	73.1	81.8	48.7	63.9	68.9	71.6	72.5
経済	60	75.6	79.6	71.5	61.4	73.7	78.0	80.7	86.6	53.3	66.2	74.5	76.3	76.0
商況	58	41.5	46.7	36.1	37.8	49.6	49.8	42.5	49.1	30.6	35.2	41.8	36.8	34.5
生活	120	72.1	65.6	78.8	53.3	63.6	64.7	63.9	71.6	53.6	73.5	81.9	84.2	85.6
教育	45	66.2	61.0	71.9	53.2	59.0	62.5	59.5	63.8	51.6	67.5	77.4	76.1	75.9
科学・環境	16	66.5	64.8	68.2	49.4	66.3	64.0	62.4	70.4	49.6	67.2	71.3	70.4	73.3
文化・芸能	42	48.9	49.2	48.4	42.2	53.4	49.8	43.2	53.3	36.9	44.0	52.4	52.4	49.4
読書	30	58.7	55.8	61.8	48.7	52.3	57.4	53.7	59.5	44.6	59.6	63.4	66.4	64.8
スポーツ	186	71.4	79.0	63.6	59.7	71.0	78.3	79.6	86.6	43.1	60.7	66.5	68.8	67.8
ラジオ・テレビ解説	102	58.5	56.6	60.5	49.8	61.2	60.6	53.4	56.7	43.8	60.3	65.3	64.9	60.9
オピニオン・解説	101	67.4	66.4	68.5	55.0	64.4	63.6	65.0	72.6	49.0	63.3	70.4	73.2	74.2
地域	159	72.4	71.6	73.3	55.1	70.5	72.8	71.0	75.7	50.1	68.5	77.7	78.5	78.0
社会	193	83.8	84.5	83.0	67.1	80.2	82.1	86.4	90.4	58.4	77.7	87.0	88.6	88.8
テレビ	72	84.2	83.8	84.5	68.0	80.6	79.8	85.3	90.0	62.0	81.0	88.0	89.8	89.2
その他	188	64.0	61.3	66.8	52.0	61.7	62.6	57.8	65.5	48.7	61.7	71.4	72.5	69.4

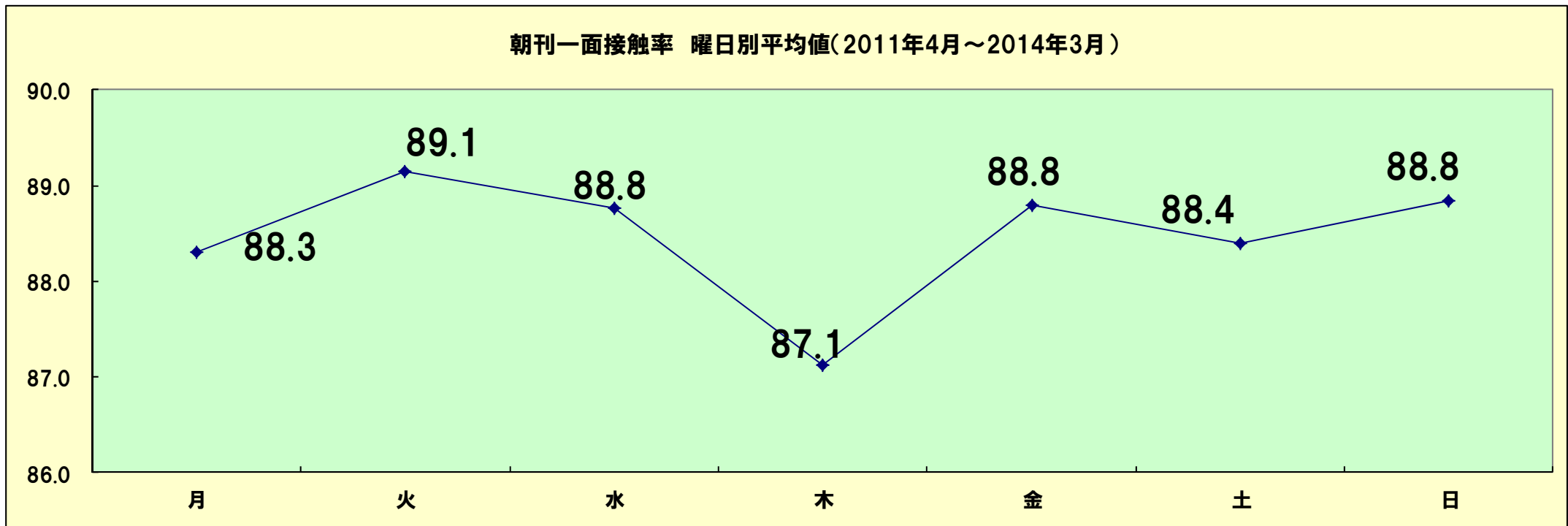
■ 曜日別朝刊一面接触率

毎日新聞読者のうちのほとんどが読む朝刊一面。
その接触率を曜日別で見ると、安定して90%前後で推移しています。



(単位:%)

	月	火	水	木	金	土	日
朝刊一面接触率	88.3	89.1	88.8	87.1	88.8	88.4	88.8

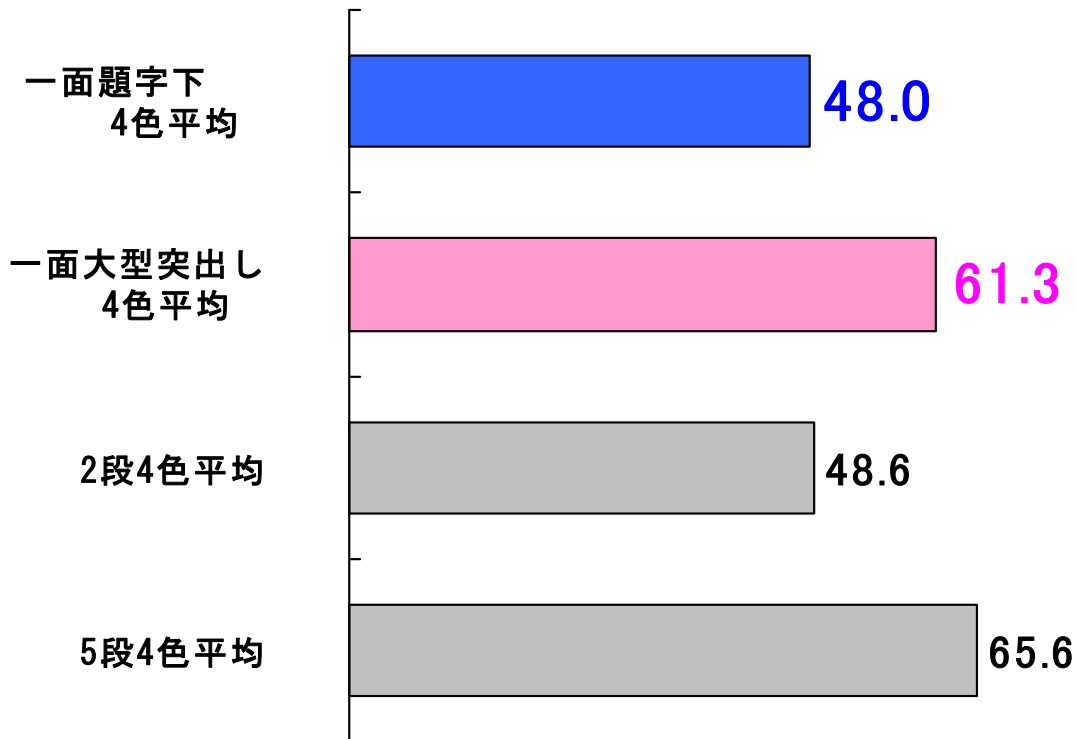


小さいスペースでも高い注目率を実現する、一面雑報スペース。

最も見られている朝刊一面の中で、人気のある「余録」コーナー横にある突出し雑報スペースは、単位面積当たりのアテンション獲得率では抜群のスコアを誇ります。限られたスペースの中での訴求のため、盛り込める情報量に限りはあるものの、確実に「気づかれる」広告スペースとして、中面の記事下広告に匹敵する注目率を実現しています。中面掲載の全面広告への誘導広告等に効果的にご利用いただけます。

各種広告接触率平均

(※2011年4月～2014年3月平均)



広告接触率は、
 広告を「確かに見た」+「見たような気がする」と答えた人の割合です。

日本新聞協会の広告調査分類基準で定める、新聞広告の注目状況を示す新聞業界で標準化されたスコアです。当該広告が掲載されている新聞の読者でかつ当該広告が掲載されている新聞の保有者のうち「確かに見た」「見たような気がする」「見た覚えがない」の3択で「確かに見た」もしくは「見たような気がする」と回答した人の割合です。

