

読売新聞の広告効果測定

J-MONITORはプランニングから効果検証までご活用いただける新聞広告共通調査プラットフォームです。読者モニターは新聞社ごとに募集し、参加新聞社共通のシステムで管理・調査を行います。記事の読まれ方、広告の見られ方について、参加新聞社共通の指標としてご利用いただけます。

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

J-MONITOR参加紙 (2022年4月現在16紙)

- 首都圏 …… 読売新聞、朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、東京新聞、日刊スポーツ
- 近畿圏 …… 読売新聞、朝日新聞、産経新聞、毎日新聞
- 中京圏 …… 読売新聞、朝日新聞、中日新聞
- 北海道 …… 読売新聞、朝日新聞、北海道新聞
- 福岡県 …… 読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、西日本新聞
- 宮城県 …… 河北新報 新潟県 …… 新潟日報
- 静岡県 …… 静岡新聞 長野県 …… 信濃毎日新聞
- 岡山県 …… 山陽新聞 広島県 …… 中国新聞

読売新聞は5地区で調査実施が可能です。

J-MONITOR オフィシャルWEBサイト

定期調査の面別接触率や広告接触率、個別定型調査の平均値など、様々なデータをご覧いただけます。

<https://www.j-monitor.net/>

調査設計	
調査対象者	読売新聞を購読している 15歳～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・スマートフォン等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パネルあたり原則 約300名 。回収率は70～80%程度を想定。 1人あたりの調査回数上限は13週で15回
実査日時	新聞掲載翌日 0:00～24:00 の24時間
調査機関	株式会社ビデオリサーチ

調査可能エリア	パネル数	購読条件
首都圏	東京都 神奈川県 千葉県 埼玉県	12 朝夕刊購読者
近畿圏	大阪府 京都府 兵庫県 滋賀県 奈良県 和歌山県	6 朝夕刊購読者
中京圏	愛知県 岐阜県 三重県	1 朝刊購読者
北海道	北海道	1 朝刊購読者
福岡県	福岡県	1 朝刊購読者

定型調査

- ポイント1 読売新聞では「無料」です。
- ポイント2 「広告掲載2営業日後」に報告書を発行します。
- ポイント3 自由回答で「200人超のリアルな意見」がわかります。

定型調査設問

広告接触状況 <調査対象日の読売新聞を読んでいて、手元に紙面を用意できたモニターを対象>

- Q1. あなたは ○面の下記的位置にある広告をご覧になりましたか。(ひとつ回答)
- 確かに見た
 - 見たような気がする
 - 見た覚えがない

<以降の設問は、手元に紙面を用意できたモニターを対象(読売新聞購読者かつ当該刊保有者)>

広告評価(理解度・興味度・好感度・信頼度)

- 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。(それぞれひとつ回答)

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

広告の印象

- 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。(いくつでも回答)

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

調査前企業(ブランド)認知

- 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。(ひとつ回答)

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

広告による態度変容

- 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。(いくつでも回答)

- 初めて『●●●●』を知った
- あらためて『●●●●』に注目した
- 『●●●●』のホームページを見たいと思った
- 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
- 店頭で確認しようと思った
- 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)
- この中にあてはまるものはない

自由回答

- Q8. この広告についての感想や意見を自由に記入ください。

自由回答設問変更例

- ▶ 「○○○」と聞いて、あなたが思い浮かべることを教えてください。あわせて、この広告についての感想や意見を自由に記入ください。
- ▶ 広告内で紹介されている企業メッセージ動画をご覧になった方は、見た感想などもあわせてお書きください。

*調査票表示名の指定、自由回答設問の変更がある場合は、営業担当者もしくは各本支社のJ-MONITOR担当者にご連絡ください。

定型調査スケジュール



Q1～Q3のみの調査が、定型調査ライト版です。読売広告大賞にエントリーするためには、Q1～Q3の調査結果のスコアが必要になります。

『●●●●』には“広告主名や商品ブランド名”などの**調査票表示名(Q2～Q6共通)**を30文字以内で設定します。**調査票表示名『●●●●』の設定は重要です!**特にQ4やQ5の設問は、企業名か商品ブランド名かでスコアは大きく違ってきます。“何について調査したいのか”という観点で判断してください。

広告商品の購入・利用意向や経験

- 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。(ひとつ回答)

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

他媒体での同一広告内容接触経験

- Q7. あなたはこの広告の内容を今回の広告以外で見聞きしましたか。(いくつでも回答)

- この広告以外の新聞記事・広告で見た
- 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た
- 新聞の折り込みチラシで見た
- インターネット(パソコンや携帯など)で見た
- テレビ番組・CMで見た
- ラジオ番組・CMで聞いた
- 雑誌記事・広告で見た
- その他のもので見聞きした
- 見聞きしていない

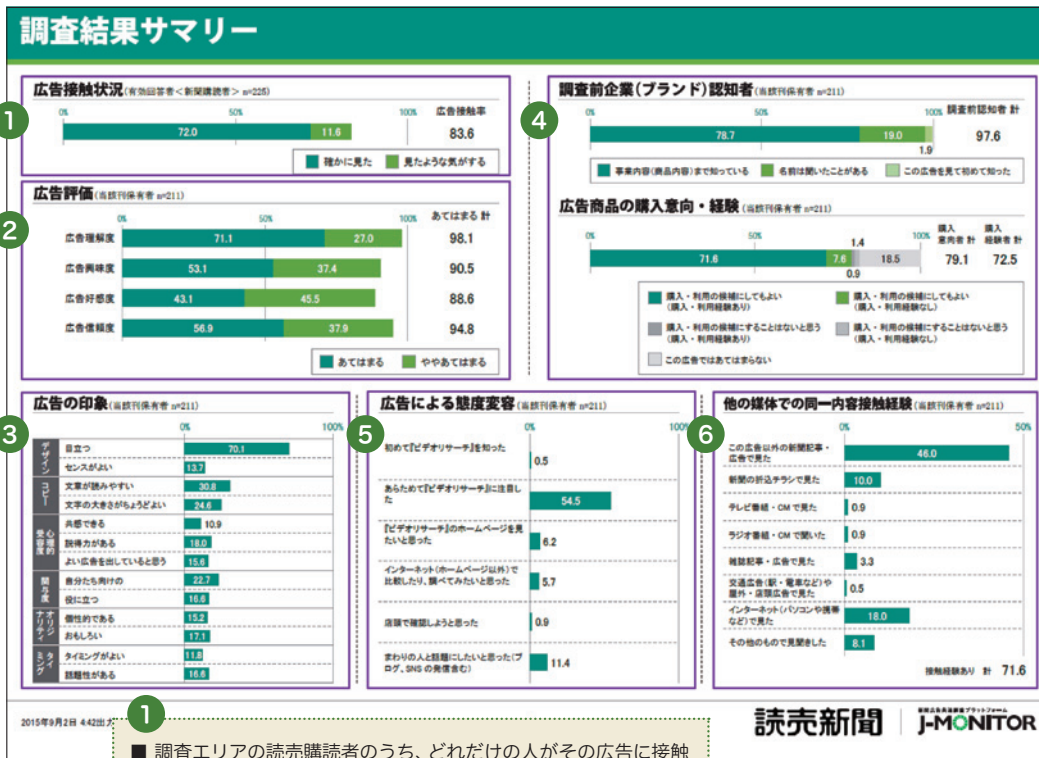
自由回答の設問文は、自由に変更できます(200文字以内)。設問を工夫すれば、商品自体のマーケティング活動全体の参考となる情報を得ることもできます。

定型調査

結果報告書の読み解き方

1. 各項目の全体スコアを一覧できる調査結果サマリーと、性別・年代別のスコア、その項目ごとの効果を確認できます。
2. 継続的な出稿やシリーズ広告は、項目ごとにスコア推移を見ていくことで、蓄積効果が出ている項目などを把握できます。
3. 到達状況確認シートで、広告が世の中全体に対してどの程度リーチしたかを知ることができます。

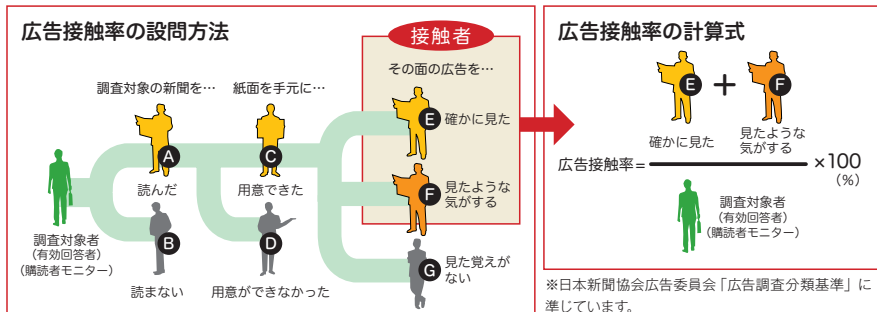
■各スコアのポイント



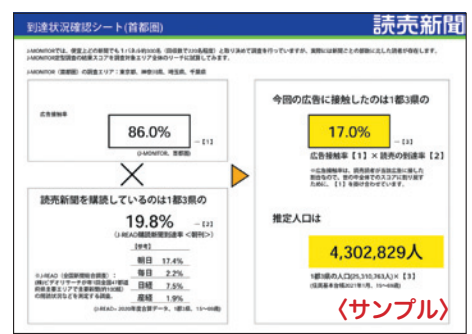
2015年9月2日 4:42 出社

1 ■ 調査エリアの読売購読者のうち、どれだけの人がその広告に接触したのかがわかります。

■ 「広告接触状況」は下記の設問方法・計算式で算出しています。



■到達状況確認シート (読売新聞オリジナル)



■ 広告接触率と購読新聞到達率から、実際にどの程度の人に到達したかを試算しています。

■ 各エリアの人口に掛け合わせることで、掲載広告に接触した人数を推定できます。

各調査エリアの人口と読売新聞の購読新聞到達率

	人口	朝刊	夕刊
首都圏	25,173,527人	18.4%	6.6%
近畿圏	13,399,937人	13.6%	9.7%
中京圏	7,480,418人	2.3%	—
北海道	3,334,030人	5.7%	—
福岡県	3,333,552人	7.3%	—

※住民基本台帳2022年1月1日(15歳~69歳)・J-READ Basic2021 ※北海道・福岡県の夕刊は調査対象に含まれません。

広告接触率は、参考値と比較できます。

読売新聞広告局ポータルサイト「adv.yomiuri」内の自動計算ツールで算出いただけます。

- 2 ■ 当該日の新聞を読んでいた人も含め、当該刊を手元を持っている人の広告への評価です。
- 評価基準4項目のスコアの高低を探っていくことで、広告内容に留まらない課題が見えてくる場合もあります。
- 3 ■ 広告のクリエイティブに関連する読者の反応を13の指標で確認できます。
- 「共感できる」「自分たち向けの」のスコアは、広告内容がターゲットに対してうまく訴求できたのかというポイントで見ることができます。
- 4 ■ 企業・掲載商品サービスの認知度や、購入意向・経験を把握できます。
- シリーズ展開や複数回掲載の場合は、このスコアの推移に注目してください。
- 5 ■ 認知、注目から店頭確認まで段階を追って把握できます。
- 購入前にWebで調べるタイプ、すぐに店頭に行くタイプなど、商品の特徴によって出方が異なります。
- 6 ■ 新聞広告以外での接触を把握することで、他メディアとの相乗効果があったのかが判断できます。

定型調査

■ 読売新聞の平均値との比較

〈読売新聞 J-MONITOR 定型調査検証ツール〉

- ▶ 調査結果を広告原稿や掲載データとともに時系列で閲覧できます。
- ▶ 段数、業種、色、広告内容など、条件ごとの平均値が算出できます。
- ▶ 平均値よりも高スコアの項目に着色し、見やすい表でご提供します。

※比較表イメージ



〈商品内容による購入意向のスコアレベル〉

- ▶ 消費財など、身近で幅広いターゲットを対象とする商品・サービスは高め傾向。

「購入・利用の候補にしてもよい」
 (「購入・利用経験あり」+「購入・利用経験なし」)

商品・サービス	スコア	商品・サービス	スコア
航空・運輸	62.0	通信・ICT	37.8
百貨店・量販店・専門店	60.9	映画・興行	36.1
食品	59.1	その他雑誌	35.6
旅行	52.9	ファッション・貴金属	34.1
宿泊・レジャー施設・式場	51.4	官公庁・団体	33.9
家電・精密・事務機器	50.6	エネルギー・機械・素材	28.6
飲料・嗜好品	50.5	金融	27.8
家庭用品・サービス	45.7	建物・住宅機器	26.7
薬品・医療機器	45.0	音響映像ソフト	25.8
書籍	43.5	車両	25.7
週刊誌	41.3	不動産・物件	19.5
化粧品・トイレタリー	40.7	求人・案内	18.6
放送	38.7	学校・教育	14.2
通信販売	38.1		

2019年4月1日～2022年3月31日 J-MONITOR定型調査(読売新聞調査5地区計・単位：%)

〈純広告の強み、新聞社企画の強み〉

- ▶ デザインが評価されやすい純広告に対して、新聞社企画は「説得力がある」「役に立つ」など心理的受容や関与度に強みを発揮。

広告評価	項目	純広告	新聞社企画
		10,107件	999件
広告評価	広告理解度(あてはまる+やや)	81.8	82.0
	広告興味度(あてはまる+やや)	58.4	62.4
	広告好感度(あてはまる+やや)	64.9	69.2
	広告信頼度(あてはまる+やや)	71.4	75.1
広告の印象	目立つ	34.3	31.6
	センスがよい	13.6	11.1
	文章が読みやすい	13.1	13.0
	文字の大きさがちょうどよい	11.3	9.5
	共感できる	8.7	12.1
	説得力がある	11.2	16.2
	よい広告を出していると思う	13.7	18.9
	自分たち向けの	9.5	10.0
	役に立つ	13.8	19.6
	個性的である	11.2	9.6
	おもしろい	7.8	7.5
	タイミングがよい	11.5	10.7
話題性がある	13.4	14.9	

■ ターゲティングレポートのご紹介(首都圏エリアで実施可能)

ターゲティングレポートは J-MONITOR 調査の枠組みを活用し、特定のターゲットに対して150サンプルを目安に配信(回収想定：100程度)、調査・レポートするものです。

ターゲットは、①プリセットターゲット(性年代別、企業等勤務者・主婦)、②アドバンスターゲット(個人年収・勤務先の企業規模・子の有無などを想定)で設定し、広告計画時に狙ったターゲットに、実際に広告がどのように届いたのかを可視化します。

プリセットターゲット一覧

◆ 性年代別	性別		
	男性	女性	男女
15～34歳	MT+M1	FT+F1	Teen+MF1
35～49歳	M2	F2	MF2
50歳以上	M3	F3	MF3
15～49歳	MT+M1+M2	FT+F1+F2	Teen+MF1+MF2
35歳以上	M2+M3	F2+F3	MF2+MF3
15～69歳	男性	女性	

◆ 職業別	企業等勤務者	主婦
-------	--------	----

※料金など詳細は弊社営業担当にお問い合わせください。

カスタム調査

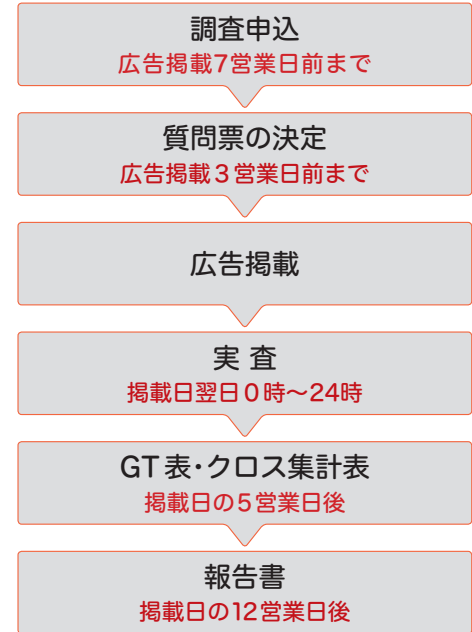
ポイント1

自由な設問ができます。基本15問(うち、自由回答1問含む)まで設定が可能です。料金は25万円(税別)です。

ポイント2

広告掲載後の反響調査だけでなく、マーケティングに関わる調査など多岐にわたる使い方ができます。

カスタム調査スケジュール



J-MONITOR について詳しくは、
J-MONITOR オフィシャルサイト
 (https://www.j-monitor.net/) でお紹介しています。

面別接触率

読売新聞の各ページがどれだけの人の目に触れているか調査したデータを「面別接触率」としてご紹介します。新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」で、2019年4月から2022年3月までの3年間に集計した平均値です。原則として2022年3月現在の定型面について掲載しています。

【面別接触率の定義】 調査対象者（有効回答者）の中で、その面（記事や広告）を「確かに見た・読んだ」「見た・読んだ気がする」と答えた人を合わせた割合を「面別接触率」としています。

読売新聞 [首都圏] (東京本社版) (単位:%)

■ 東京朝刊	件数	全体	男性	女性
一面	36	90.8	92.0	89.5
総合	36	87.1	89.7	84.3
総合・社説	36	85.3	88.6	81.8
政治	25	81.1	85.1	77.0
国際	42	79.3	83.9	74.7
経済	48	81.6	85.1	77.9
政治経済	11	81.0	86.5	75.0
国際経済	5	77.3	79.6	74.9
家計の知恵	3	79.3	80.0	78.4
商況	48	54.3	59.8	48.7
投書	25	77.5	74.8	80.2
解説	30	74.6	75.8	73.3
本よみうり堂	18	72.6	70.5	74.6
くらし家庭	47	82.6	79.0	86.2
くらし教育	26	74.0	72.0	76.0
くらしマネー	4	78.5	77.3	79.6
くらしサイエンス	6	75.7	75.4	75.9
くらしIT	4	74.5	75.8	73.3
見る	2	72.1	72.0	71.9
エンタメ	5	75.8	74.4	77.1
社会保障	13	74.5	71.8	77.3
文化	16	70.5	69.8	71.0
えいご工房	2	66.6	70.3	63.0
コラム	3	77.7	77.2	78.1
スポーツ	102	75.8	81.5	69.9
番組	36	75.0	73.6	76.4
歌壇・俳壇	5	53.6	55.7	51.3
編集特集 (その他)	53	73.7	74.9	72.5
編集特集 (紡ぐプロジェクト)	12	76.9	73.5	80.5
編集特集 (読売新聞オンライン)	5	76.7	74.1	79.3
地域版	76	81.7	82.0	81.3
第3社会	24	85.1	85.6	84.6
第2社会	36	88.7	89.7	87.6
第1社会	36	89.3	90.1	88.5
テレビ	36	87.5	87.9	87.1

■ 東京よみほっと (日曜版)	件数	全体	男性	女性
一面	6	75.1	73.5	76.8
猫ピッチャー、クイズ	6	70.9	69.5	72.4
週間テレビ番組表	18	61.6	60.3	62.9
よみほっとTV (インタビュー&ドラマ)	6	72.4	68.5	76.5
よみほっと その他面	6	71.9	69.6	74.2

■ 東京夕刊	件数	全体	男性	女性
一面	28	80.1	79.4	80.7
総合	8	74.5	75.5	73.4
総合・スポーツ	17	75.3	76.8	73.7
スポーツ	3	68.4	69.6	67.5
いま風 (やくだつ)	5	70.5	68.7	72.4
いま風 (きれい)	3	71.5	64.7	78.0
いま風 (たしなみ)	4	67.4	63.3	71.4
いま風 (でかける)	4	70.2	69.4	70.8
いま風 (にほんご)	5	73.4	71.9	74.8
いま風 (おいしい)	5	75.1	71.0	79.1
商況	29	48.0	50.9	45.0
芸能	17	68.1	65.4	71.0
culture	9	66.2	61.2	71.0
番組	11	67.8	65.7	70.1
本よみうり堂	5	68.3	66.5	70.2
ズームアップ	4	70.3	68.8	72.0
ベツらいふ	2	71.8	73.2	70.3
なるほど囲碁・将棋	4	55.5	54.6	56.1
popstyle	8	67.2	62.9	71.3
科学	5	67.6	68.5	66.5
旅	5	72.9	69.5	76.2
モード UPDATE	6	67.2	62.7	71.7
KODOMO	3	68.2	65.0	71.4
映画	4	71.6	70.3	73.0
からだ Café	5	76.7	73.2	80.0
遊	5	67.6	62.7	72.3
県版王	2	70.6	64.5	76.7
編集特集 (その他)	9	71.5	69.3	73.8
よみうり文化センター	2	61.4	54.1	69.4
第2社会	27	78.2	78.0	78.4
第1社会	28	79.5	78.9	80.1
テレビ	28	76.0	75.0	77.0

<集計対象データ>2019年4月1日～2022年3月31日
J-MONITOR定期面別接触率調査 (読売新聞首都圏)

読売新聞 [近畿圏] (大阪本社版) (単位:%)

■ 大阪朝刊	件数	全体	男性	女性
一面	36	91.2	93.1	89.6
総合	36	86.8	90.6	83.5
総合・社説	36	85.9	90.1	82.3
政治	25	81.1	86.7	76.2
国際	46	78.5	84.5	73.3
経済	47	80.8	85.7	76.4
政治経済	11	81.3	85.6	77.7
国際経済	5	76.3	81.6	71.7
関西経済	13	77.6	79.4	76.0
商況	42	57.1	63.8	51.2
家計の知恵	4	82.5	81.1	83.7
投書	22	76.7	75.9	77.4
解説	23	74.1	75.7	72.7
本よみうり堂	18	73.1	73.2	73.0
くらし家庭	51	83.7	81.7	85.4
くらし教育	20	75.9	74.3	77.3
くらしIT	3	73.6	78.4	69.8
くらしマネー	5	80.6	79.9	81.3
Style プラス	2	78.5	73.7	82.2
見る	2	79.4	80.6	78.3
えいご工房	4	70.5	74.6	67.2
エンタメ	5	78.0	74.9	80.7
科学	11	79.7	82.4	77.4
社会保障	11	77.7	76.3	78.9
文化	17	72.7	72.7	72.7
スポーツ	104	77.6	84.1	72.0
番組	37	73.6	74.4	72.9
歌壇・俳壇	5	56.9	57.1	56.9
わいず倶楽部	5	72.3	73.2	71.5
編集特集 (その他)	83	76.3	77.5	75.4
地域版	69	82.4	82.9	81.9
第3社会	30	86.7	88.3	85.2
第2社会	36	89.8	91.2	88.5
第1社会	36	90.4	91.9	89.2
テレビ	37	88.5	89.7	87.5

■ 大阪夕刊	件数	全体	男性	女性
一面	27	80.5	80.5	80.6
いま風	8	70.7	70.1	71.3
ええやん!かんさい	49	72.8	71.5	73.9
県版王	3	71.4	70.4	72.2
総合	5	75.4	77.5	73.5
総合・スポーツ	23	74.9	76.2	73.7
スポーツ	5	71.7	72.9	70.6
ズームアップ	2	72.9	70.6	74.8
なるほど囲碁・将棋	4	55.6	58.5	53.2
モード UPDATE	4	71.4	67.1	75.3
@CARS	2	67.6	73.3	62.8
商況	27	50.2	53.2	47.6
発言小町	4	72.0	68.5	75.3
本よみうり堂	4	68.4	66.3	70.2
popstyle	8	69.4	65.3	73.0
遊	5	68.2	65.1	70.8
KODOMO	3	66.5	62.6	69.8
よみうり文化センター	3	65.5	65.4	65.9
追悼抄	2	74.4	74.7	74.1
編集特集 (その他)	9	68.7	69.2	68.2
第2社会	18	78.6	78.1	79.0
第1社会	27	79.9	79.5	80.2
テレビ	27	76.6	75.7	77.4

■ 大阪よみほっと (日曜版)	件数	全体	男性	女性
一面	6	74.8	73.1	76.2
猫ピッチャー、クイズ	6	72.5	69.7	75.1
週間テレビ番組表	18	61.6	59.7	63.3
よみほっとTV (インタビュー&ドラマ)	5	76.3	74.2	78.1
よみほっと その他面	7	73.2	70.5	75.4

<集計対象データ>2019年4月1日～2022年3月31日 J-MONITOR定期面別接触率調査 (読売新聞近畿圏)