伝わる。

APPROACH 中日新聞グループ媒体ガイド2022

INDEX

第1章 中日新聞の基本データ

■中日新聞グループ 基本データ …… 1
■〈インタビュー〉"嫌われない広告"視点での新聞メディアの有効性 …… 2
■中日新聞 基本データ …… 4
■中日新聞 読者プロフィール …… 5
■中日新聞 エリア別データ〈愛知〉 …… 7
■中日新聞 エリア別データ〈岐阜・三重〉 …… 8
■中日新聞 エリア別データ〈静岡・滋賀・長野・福井〉 …… 9
■東京新聞 基本データ …… 10
■東京新聞 読者プロフィール …… 11
■北陸中日新聞・日刊県民福井 基本データ …… 12
■北陸中日新聞・日刊県民福井 読者プロフィール …… 13
■中日スポーツ／東京中日スポーツ …… 14
■中日新聞グループ主要Webサイト …… 16
■中日こどもウイークリー／サブメディア／地域広告版／特殊印刷 …… 18
■中日新聞社広告大賞 …… 19
■広告効果測定 J-MONITOR …… 20
■入稿ガイド …… 21

第2章 東海エリア／グループリソース

■東海エリアマーケット …… 23
■中日グループの情報到達エリア …… 24
■東海エリアの新聞 …… 25
■東海地方とSDGs …… 26
■2030年に向けた中日新聞社の取り組み …… 27
■注目のエリアトピックス …… 28
■企画広告掲載事例 …… 29
■主な主催事業、グループのリソース …… 31
■中日新聞グループの歴史 …… 表3

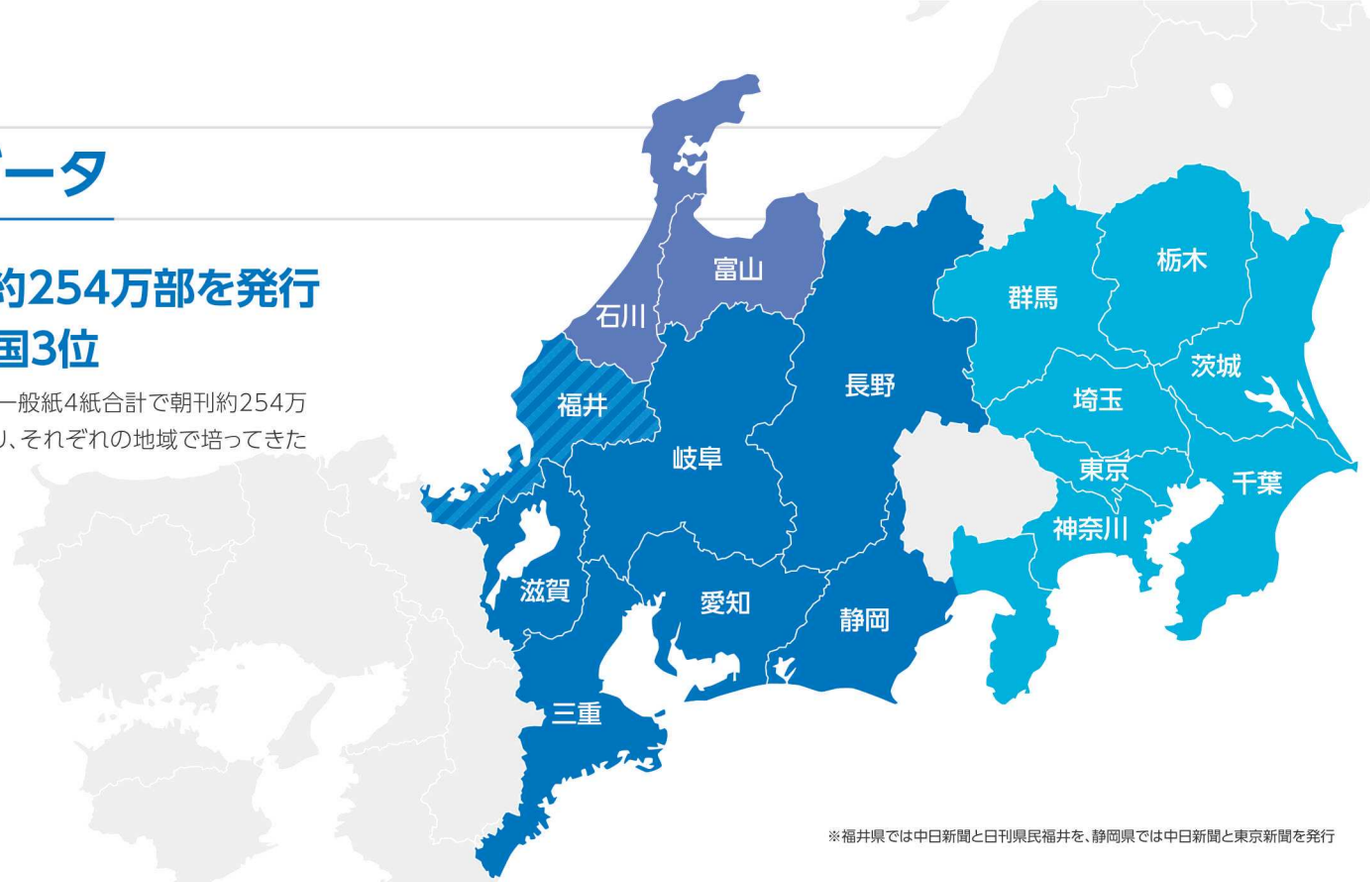
第1章

中日新聞の基本データ

中日新聞グループ 基本データ

首都圏・中部圏などの1都15県で約254万部を発行
全国購読者率、推定読者人数は全国3位

中日新聞をはじめ、東京新聞・北陸中日新聞・日刊県民福井と一般紙4紙合計で朝刊約254万部を発行する中日新聞グループ。販売エリアは1都15県にわたり、それぞれの地域で培ってきた高い信頼度を背景に、読者と確かな関係を築いています。



※福井県では中日新聞と日刊県民福井を、静岡県では中日新聞と東京新聞を発行

販売部数

朝刊 **2,541,248部**

夕刊 **421,185部**

全国紙比較（朝刊）

購読者率（n=81,081）

購読者率=「新聞を宅配購読している」個人の割合

中日新聞グループ	6.6%
読売新聞	14.7%
朝日新聞	12.9%
日本経済新聞	4.7%
毎日新聞	3.2%
産経新聞	2.2%

推定読者人数

推定読者人数=販売部数×回読人数で算出

中日新聞グループ	5,844千人/2.3人
読売新聞	15,049千人/2.1人
朝日新聞	9,978千人/2.1人
日本経済新聞	3,208千人/1.7人
毎日新聞	4,224千人/2.1人
産経新聞	2,291千人/1.9人

※回読人数：宅配新聞の平均閲読人数（J-READより）
※中日新聞グループは中日新聞、東京新聞、北陸中日新聞、日刊県民福井の合計

中日新聞グループ 日刊4紙部数

中日新聞
朝刊 **2,020,387部**
夕刊 281,904部



東京新聞
朝刊 **407,777部**
夕刊 133,708部



日刊県民福井
朝刊 **30,588部**



北陸中日新聞
朝刊 **82,496部**
夕刊 5,573部



出典｜日本ABC協会「新聞発行社レポート 2021年1月～6月」　出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020年）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

Interview インタビュー

“嫌われない広告”視点での新聞メディアの有効性

吉田 正寛(よしだ まさのぶ)

吉田 正寛氏 プロフィール

株式会社ビデオリサーチ　ソリューション室
マーケティングソリューション部

2008年ビデオリサーチ入社。調査実務やメーカー営業担当、商品企画担当を経て現職。ビデオリサーチ保有のデータやノウハウを用いたコンサルティング業務に従事。主な専門は広告出稿配分分析や広告効果検証の分析。



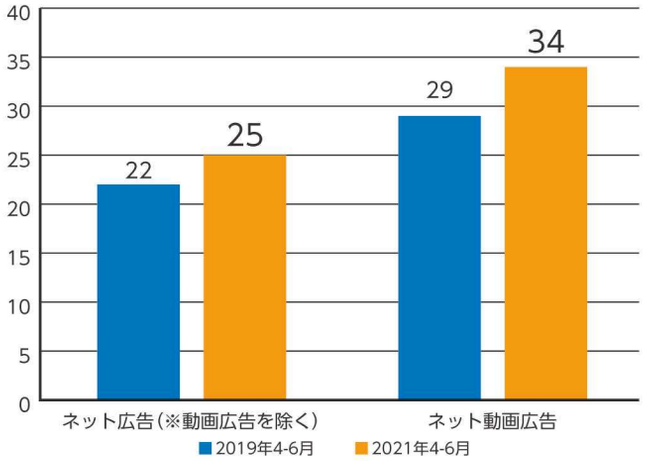
“嫌われない広告”実現を目指すトレンド

広告の態度変容役割や効果への関心が高まりつつある昨今ですが、ここ最近になって急速に関心が集まっているのが「“嫌われない広告”を実現する」という観点です。ここに関心が集まる背景には、生活者のメディア接点の多様化・増大があると考えています。

増大した接点で、常に自分に最適化されたと思われる広告にさらされることで、一種の違和感・気持ち悪さを感じるのではないでしょうか。実際、当社のデータでみる広告の印象項目では、「ストレスを感じる」という項目はオンライン広告で高くなっており、広告が嫌われてしまう状況が生まれていることは明確でしょう(図表1)。さらに、コロナ禍による巣ごもり生活でメディア接点が増えたことで、一気にこの傾向は加速したといえます。

別の観点でも“嫌われない広告”に視線が向けられています。それは、昨今関心が高まるSDGsです。各企業にとってSDGsは必須の訴求点となりつつあり、企業活動におけるサスティナビリティを問われる時代になりました。“嫌われる広告”で出稿を続けるとそれに影響するのではないかとの懸念も、関心の背景だと考えられます。

図表1　オンライン広告の印象「ストレスを感じる」のコロナ禍前後変化(%)



ACR/ex7地区計　インターネット利用者ベース

また広告業界としても、“生活者に受け入れられやすい広告”を意識することで、広告自体のサスティナビリティに繋がり、より効果が発揮できます。

このように“嫌われない広告”を実現することは、生活者、広告主、広告業界のそれぞれの側面から重要さを増しているといえるのです。

“嫌われない広告”のためのアプローチ

オンライン上で“嫌われない広告”を目指すアプローチとして今注目されているのが、コンテンツメディアでしょう。コンテンツメディアはターゲットメディアやバーティカルメディアとも表現され、多くは雑誌社や新聞社等由来の情報発信メディアです。発信する情報は何らかのテーマに特化しており、その情報(コンテンツ)を支持するオーディエンスを持つことが特徴です。

オーディエンスは一般に、そのコンテンツメディアや情報に対して高いロイヤルティを持っています。そのため、自社商品・サービスを押し売りせず広告訴求を「コンテンツ」としてうまく昇華し提示することで、“嫌われない広告”を実現するだけでなく“受け入れられやすい広告”として高い広告効果も期待できます。

図表2は、当社生活者データベースACR/exにおいて、各メディアで見た情報や広告の印象を、コンテンツメディアとマスメディアで比較してみました。コンテンツメディアの態度変容は、「ほしくなる・利用したくなる」「買う・利用するきっかけとなる」といった、興味関心以降のミッドファネル(※P25参照)でマスメディアよりも高いスコアとなります。

この結果の違いと利用者のメディア自体の印象の違いを重ねると、興味深い結果がみられました。図表3を見ると、マスメディアは、「みんな見ている」「情報が幅広い」「いつもの」という印象が強い一方、コンテンツメディアは「好みに合う」「役立つ」「詳しい」情報を提供し、さらにはオーディエンスとの「共感」や「信頼」が形成されていることがわかります。オーディエンスにとって、自分に合ったコンテンツメディアで得た情報の重要度は相対的に高いため、結果として態度変容度合も高くなると考えられます。

図表2　各メディアで取り上げられた場合の商品・サービスにもつイメージ(%)

	コンテンツメディア					マスメディア			
	某美容系コンテンツメディア	某スポーツ系コンテンツメディア	某料理系コンテンツメディア	某ラジオコンテンツメディア	某ニュース系コンテンツメディア	某テレビ番組	某ポータルサイト	某動画サービス	某SNS
n=	88	49	167	89	520	1,439	3,099	4,050	2,299
いつも見聞きする	1	2	3	21	10	20	18	18	16
イメージが浮かぶ	16	14	16	16	16	18	16	22	18
興味をもつ	47	55	37	25	34	24	24	33	28
調べたくなる	30	25	25	11	31	13	34	24	24
自分好みの	15	16	17	17	3	7	6	16	13
役に立つ	28	10	43	12	32	19	23	20	15
信頼できる	13	25	17	7	45	12	9	5	4
ほしくなる・利用したくなる	36	12	14	7	8	10	9	13	13
買う・利用するきっかけになる	42	12	25	9	12	15	16	16	16
話題にしたい	10	18	10	16	14	15	8	15	14
人にオススメしたい	7	2	7	3	6	3	3	7	6

ACR/ex関東地区追加調査枠　2021年2月　各メディア利用者ベース

図表3　各メディアユーザーがもつコンテンツの印象(%)

	コンテンツメディア					マスメディア			
	某美容系コンテンツメディア	某スポーツ系コンテンツメディア	某料理系コンテンツメディア	某ラジオコンテンツメディア	某ニュース系コンテンツメディア	某テレビ番組	某ポータルサイト	某動画サービス	某SNS
n=	88	49	167	89	520	1,439	3,099	4,050	2,299
みんな見ている	3	2	16	7	21	43	55	65	61
情報が幅広い	16	27	10	19	47	30	46	32	35
いつもの	5	10	19	27	11	40	31	23	22
好みに合う	49	65	38	46	11	20	13	39	29
役立つ	47	20	61	17	62	23	41	32	27
詳しい	28	57	11	9	40	6	12	13	11
共感できる	18	20	16	38	5	9	5	14	17
信頼できる	13	22	17	15	61	13	14	5	5

ACR/ex関東地区追加調査枠　2021年2月　各メディア利用者ベース

新聞社の保有する電子版メディアも同様です。図表2と3には、ニュース系コンテンツメディアの結果も掲載しています。図表3をみると、情報の幅広さというマスメディア的側面だけでなく、「役立つ」「詳しい」「信頼できる」というコンテンツメディア的側面も持ち合わせていることがわかります。これは、オーディエンスとのロイヤルティが形成されていることを示しており、結果、情報や広告の印象(図表2)でも「調べたくなる」「役立つ」「信頼できる」というようなミッドファネルの期待効果も高くなっています。

このように、コンテンツメディアで“嫌われない広告”の実現が期待される背景には、オーディエンスとの絆に立脚した高い態度変容効果があるのです。

“嫌われない広告”の中の新聞メディア

“嫌われない広告”を実現する視点では、新聞メディアも有効であると考えます。それは、新聞が従来から広告の受容性や好意の高いメディアであるからです。その根拠として、新聞社が共同で実施しているJ-MONITOR(※P20参照)の自由回答のコメントの多さが挙げられます。

これまで数多くのインターネット調査を実施してきましたが、自由回答では「特になし」が多く、回答がある場合でも一言のコメントが散見されました。しかしJ-MONITORの自由回答では意見や感想コメントのボリュームが非常に多く、叱咤激励も含む、次回出稿に役立つ建設的な意見が含まれていることも多いのです。このことからも、新聞と読者との絆がしっかり形成されていることがわかります。従来マスメディアである新聞そのものが、またコンテンツメディアとしての側面も備えているといえるでしょう。

新聞が従来から得意とする態度変容の役割として、ミッドファネルの効果が挙げられます。この点も、新聞がコンテンツメディア的な性格を持っていることを表しています。昨今のコロナ禍では、これに加えて「家庭内での拡散」という別の役割があることも見えてきました(※1)。マスとコンテンツメディア、両方の性格を合わせもつ新聞は、より多くのオーディエンスの態度変容を促すことが可能です。“嫌われない広告”を実現する上でも有用性が期待できるでしょう。

今回の分析により、“嫌われない広告”を実現する上で、新聞社コンテンツの強みが、オンオフ両面から浮き彫りになりました。これらの強みは、新聞メディアが従来から持つ読者との絆、つまりロイヤルティに起因するといえるでしょう。従来のミッドファネル効果に加え、様々な役割が適していることが多様なデータで示されますが、新聞社メディアを活用することで、“嫌われない広告”を“受け入れられやすい広告”に変換することが期待できそうです。

<参考文献>
※1:「コロナ禍の読者の意識」　AD FiLE No.380
発行日 2021年6月10日　発行元 中日新聞社広告局

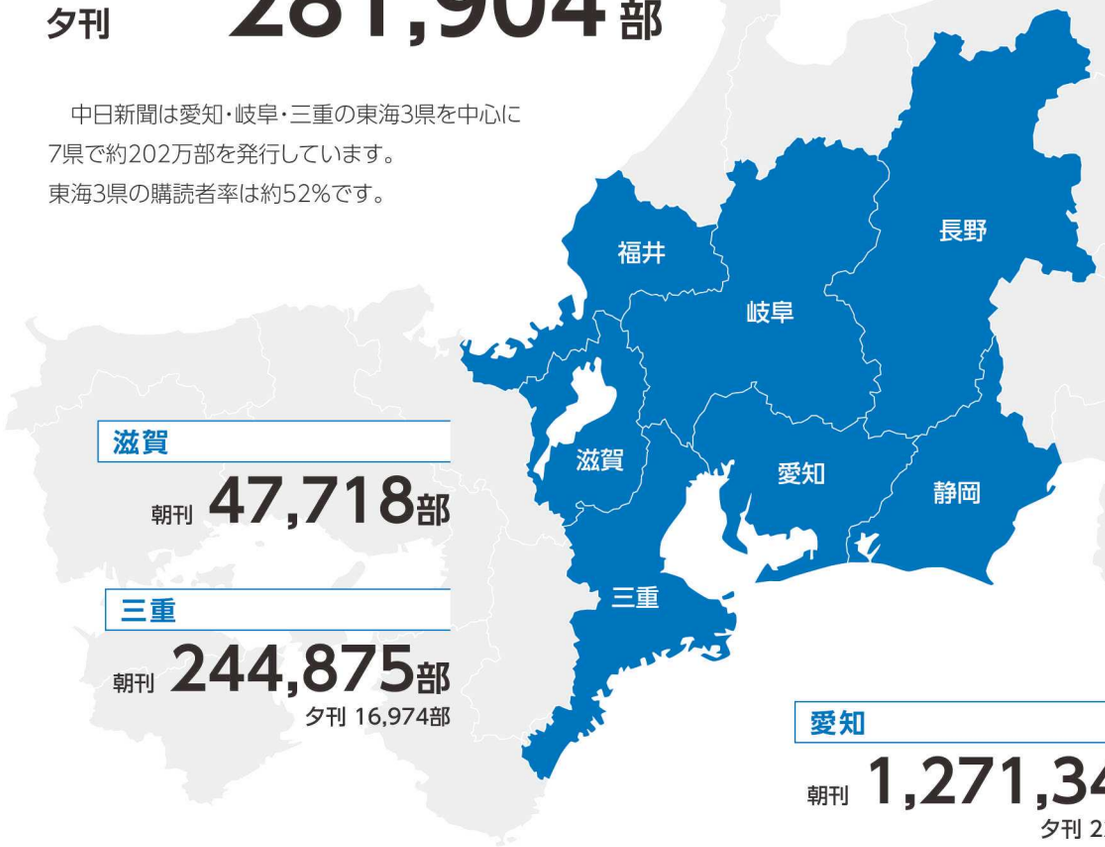
中日新聞 基本データ

販売部数・エリア・購読者率

販売部数

朝刊 **2,020,387**部
夕刊 **281,904**部

中日新聞は愛知・岐阜・三重の東海3県を中心に
7県で約202万部を発行しています。
東海3県の購読者率は約52%です。



福井
朝刊 4,211部

長野
朝刊 30,655部

岐阜
朝刊 305,834部
夕刊 20,879部

滋賀
朝刊 47,718部

静岡
朝刊 114,683部
夕刊 18,791部

三重
朝刊 244,875部
夕刊 16,974部

愛知
朝刊 1,271,340部
夕刊 224,559部

購読者率

愛知・岐阜・三重（n=7,650）

中日新聞・朝刊	52.3%
中日新聞・夕刊	6.1%
朝日新聞・朝刊	7.1%
日本経済新聞・朝刊	3.6%
読売新聞・朝刊	2.5%
毎日新聞・朝刊	1.6%

回読人数（平均閲読人数）

中日新聞・朝刊	2.3人
中日新聞・夕刊	2.5人
読売新聞・朝刊	2.1人
朝日新聞・朝刊	2.1人
日本経済新聞・朝刊	1.7人
毎日新聞・朝刊	2.1人

出典｜日本ABC協会「新聞発行社レポート　2021年1月～6月」　※県別部数は各月15日付部数の6ヵ月平均のため、合計が販売部数と一致しません。
出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020年）　※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

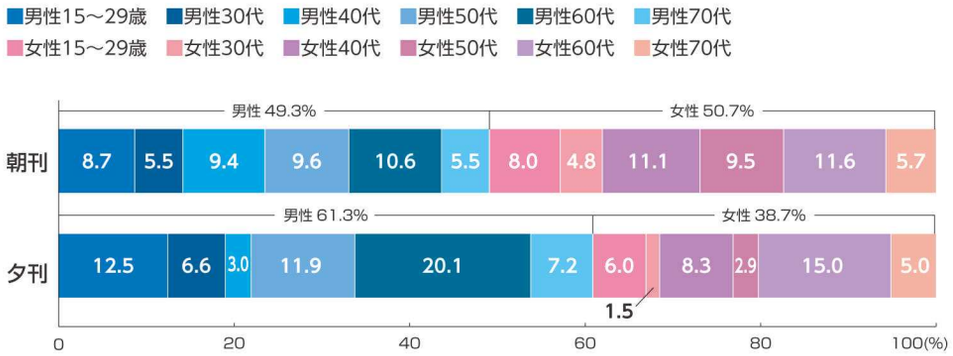
中日新聞 読者プロフィール

基本プロフィール

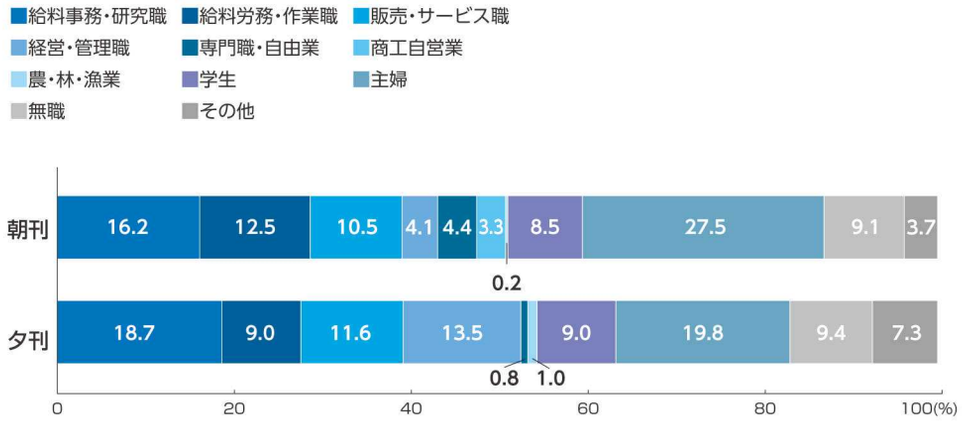
※朝刊購読者（n=4,347）
夕刊購読者（n=510）

性別×年代

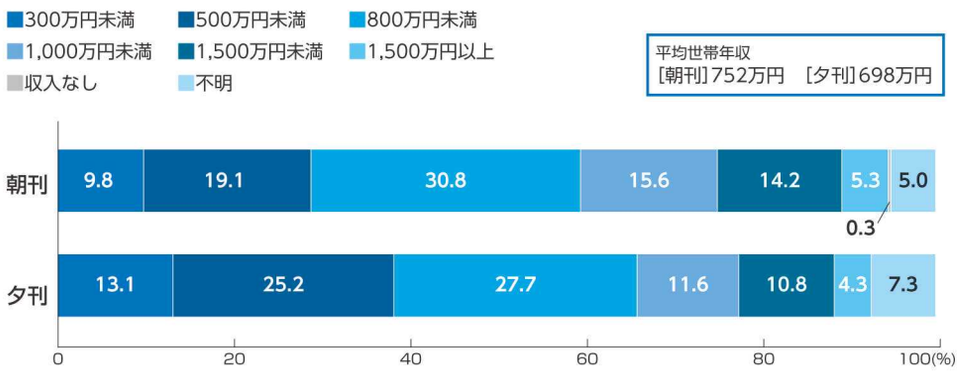
［朝刊］ 平均年齢 **49.0歳**　　［夕刊］ 平均年齢 **50.6歳**



職業

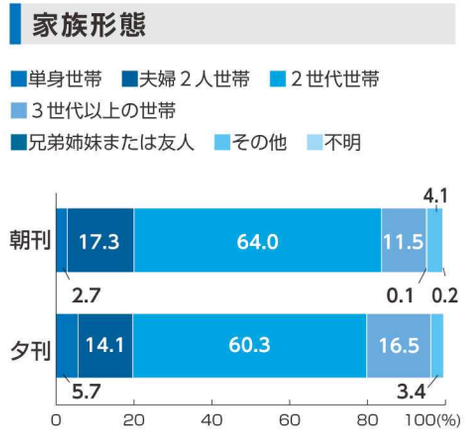


世帯年収

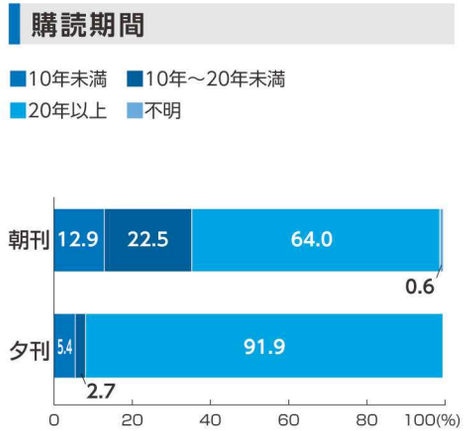


平均世帯年収
［朝刊］752万円　［夕刊］698万円

家族形態



購読期間



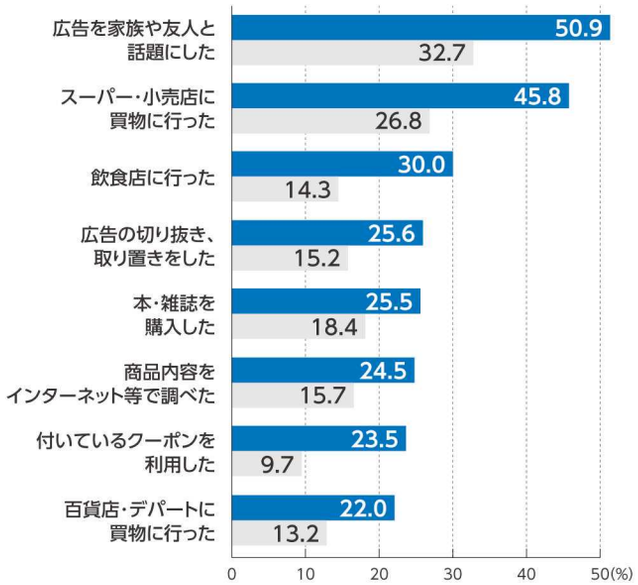
出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020年）
※標本サイズは各県の15～74歳（J-READ Basic）人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

中日新聞 読者プロフィール

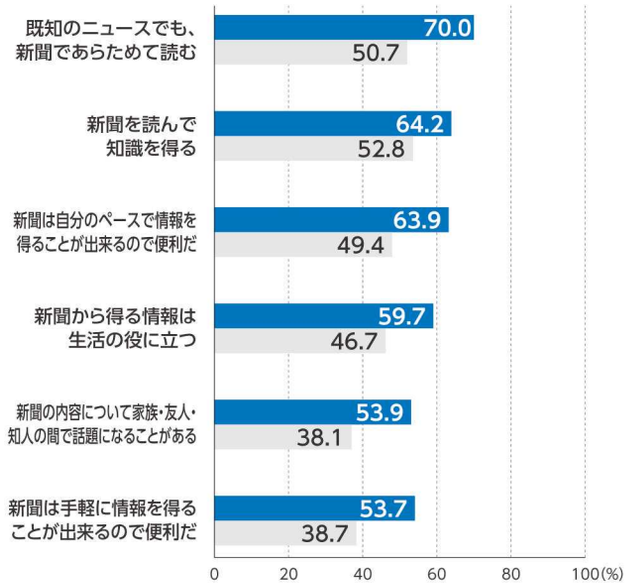
新聞・広告に関する意識

※中日新聞朝刊・閲読者（n=4,257）　全国平均（n=81,081）
■中日新聞・朝刊　全国平均

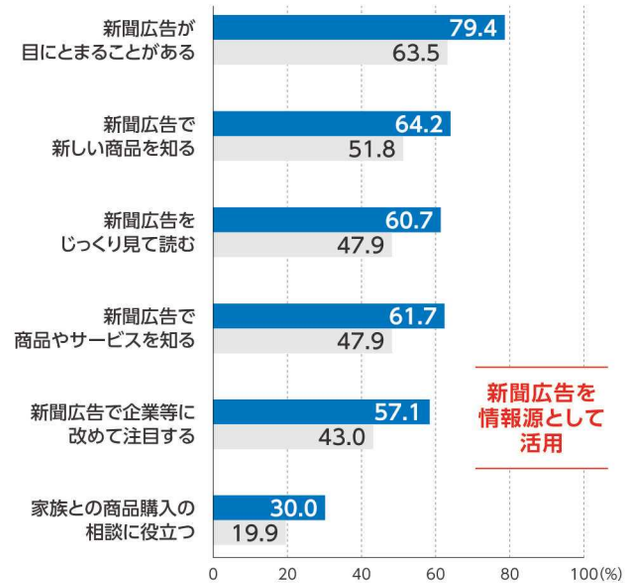
新聞広告を見ての行動・レスポンス



新聞に関する意識



新聞広告に関する意識



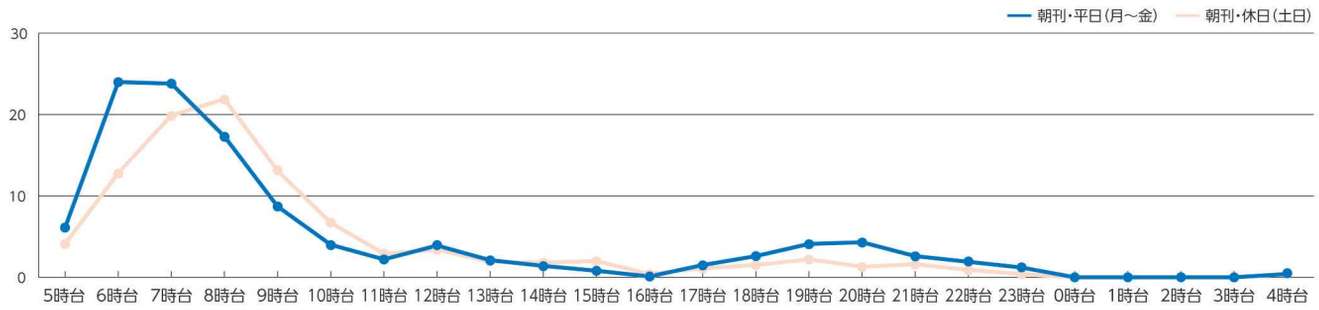
中日新聞の読まれ方

※中日新聞朝刊・閲読者（n=4,257）　全国平均（n=81,081）

接触時間量

		[中日朝刊]	[全国]
週平均時間量	前年+2分	平均 26.1分	平均 15.4分
平日平均時間量	前年+2分	平均 25.3分	平均 14.9分
土日平均時間量	前年+1分	平均 28.1分	平均 16.7分

新聞閲読時間帯



出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

中日新聞 エリア別データ〈愛知〉

市民版
383,804部
名古屋市

全尾張版
497,286部

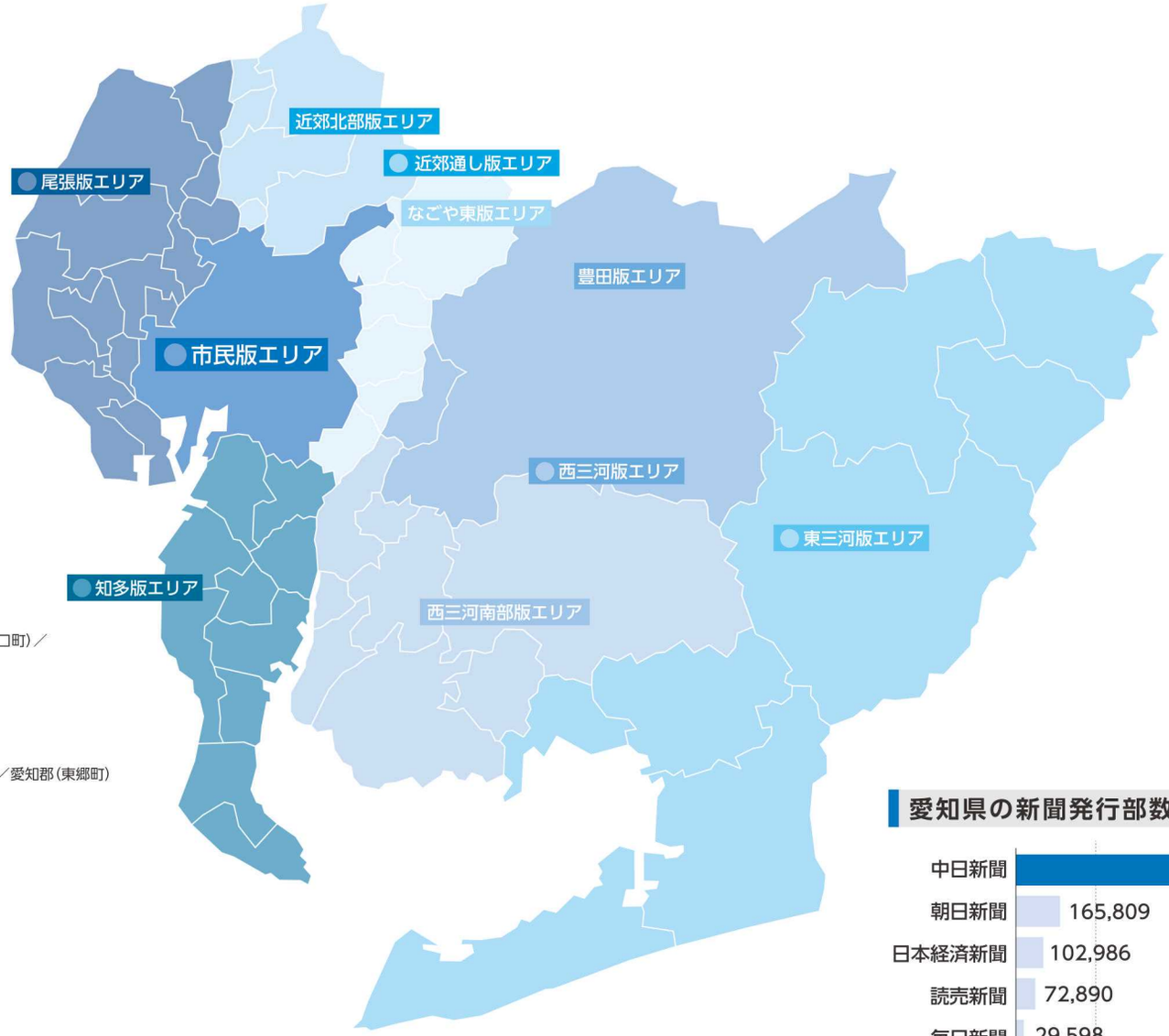
●尾張版
205,563部
一宮市／稲沢市／あま市／江南市／津島市／
愛西市／岩倉市／清須市／北名古屋市／弥富市／
海部郡（大治町・蟹江町・飛島村）

●近郊通し版
183,666部

近郊北部版
106,981部
春日井市／小牧市／犬山市／丹羽郡（扶桑町・大口町）／
西春日井郡（豊山町）

なごや東版
76,685部
瀬戸市／尾張旭市／長久手市／日進市／豊明市／愛知郡（東郷町）

●知多版
108,057部
半田市／東海市／知多市／大府市／常滑市／
知多郡（東浦町・阿久比町・武豊町・美浜町・南知多町）



全三河版
390,891部

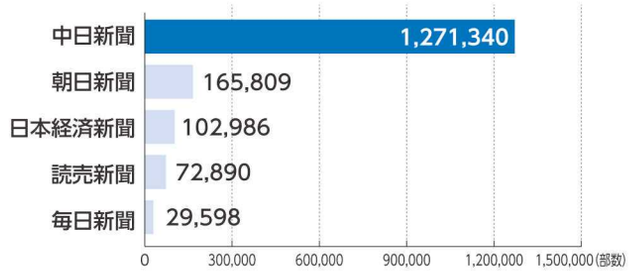
●東三河版
134,609部
豊橋市／豊川市／蒲郡市／新城市／
田原市／
北設楽郡（設楽町・東栄町・豊根村）

●西三河版
256,282部

豊田版
78,329部
豊田市／みよし市

西三河南部版
177,953部
岡崎市／安城市／知立市／
刈谷市／高浜市／碧南市／
西尾市／額田郡（幸田町）

愛知県の新聞発行部数



出典｜自社公表2021年1月～6月 刊版別部数（月平均）　出典｜ABCレポート「新聞発行社レポート」2021年1月～6月

中日新聞 エリア別データ〈岐阜・三重〉

岐阜県版

305,337部

●岐阜近郊版
100,563部

岐阜市／各務原市／羽島市／山県市／瑞穂市／
本巣市／本巣郡（北方町）／羽島郡（岐南町・笠松町）

●東濃版
85,958部

多治見市／可児市／土岐市／
中津川市／瑞浪市／恵那市／
可児郡（御嵩町）

●西濃版
51,164部

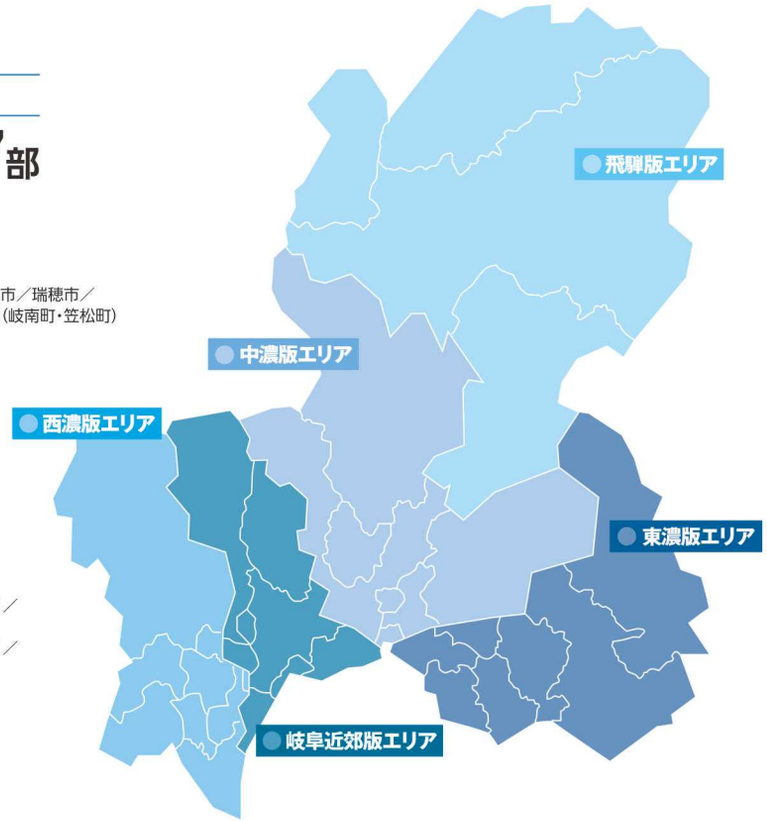
大垣市／海津市／
揖斐郡（揖斐川町・大野町・池田町）／
不破郡（垂井町・関ヶ原町）／
安八郡（神戸町・安八町・輪之内町）／
養老郡（養老町）

●中濃版
40,063部

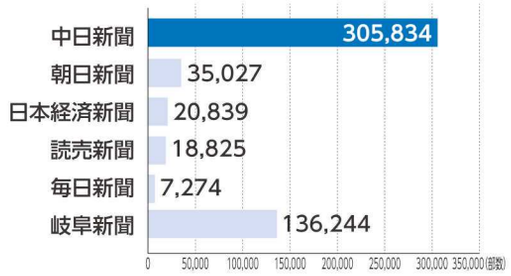
関市／美濃加茂市／美濃市／
郡上市／加茂郡（白川町・七宗町・
川辺町・八百津町・富加町・
坂祝町・東白川村）

●飛騨版
27,589部

高山市／飛騨市／下呂市／
大野郡（白川村）



岐阜県の新聞発行部数



三重県版

244,898部

●北勢版
127,771部

四日市市／鈴鹿市／亀山市／桑名市／いなべ市／
桑名郡（木曽岬町）／三重郡（菰野町・朝日町・川越町）／
員弁郡（東員町）

●中南勢版
108,331部

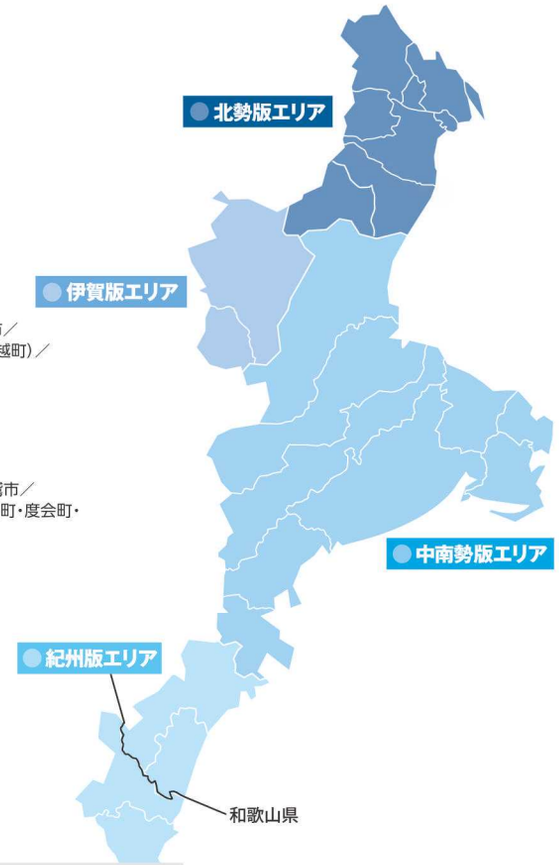
津市／松阪市／伊勢市／鳥羽市／志摩市／尾鷲市／
多気郡（明和町・多気町・大台町）／度会郡（玉城町・度会町・
大紀町・南伊勢町）／北牟婁郡（紀北町）

●伊賀版
7,221部

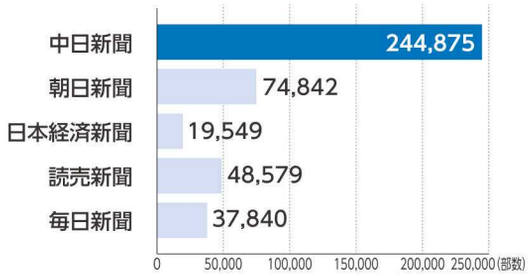
名張市／伊賀市

●紀州版
1,575部

熊野市／南牟婁郡（御浜町・紀宝町）／
新宮市／東牟婁郡（那智勝浦町）
紀州版には和歌山県の一部が含まれます。



三重県の新聞発行部数

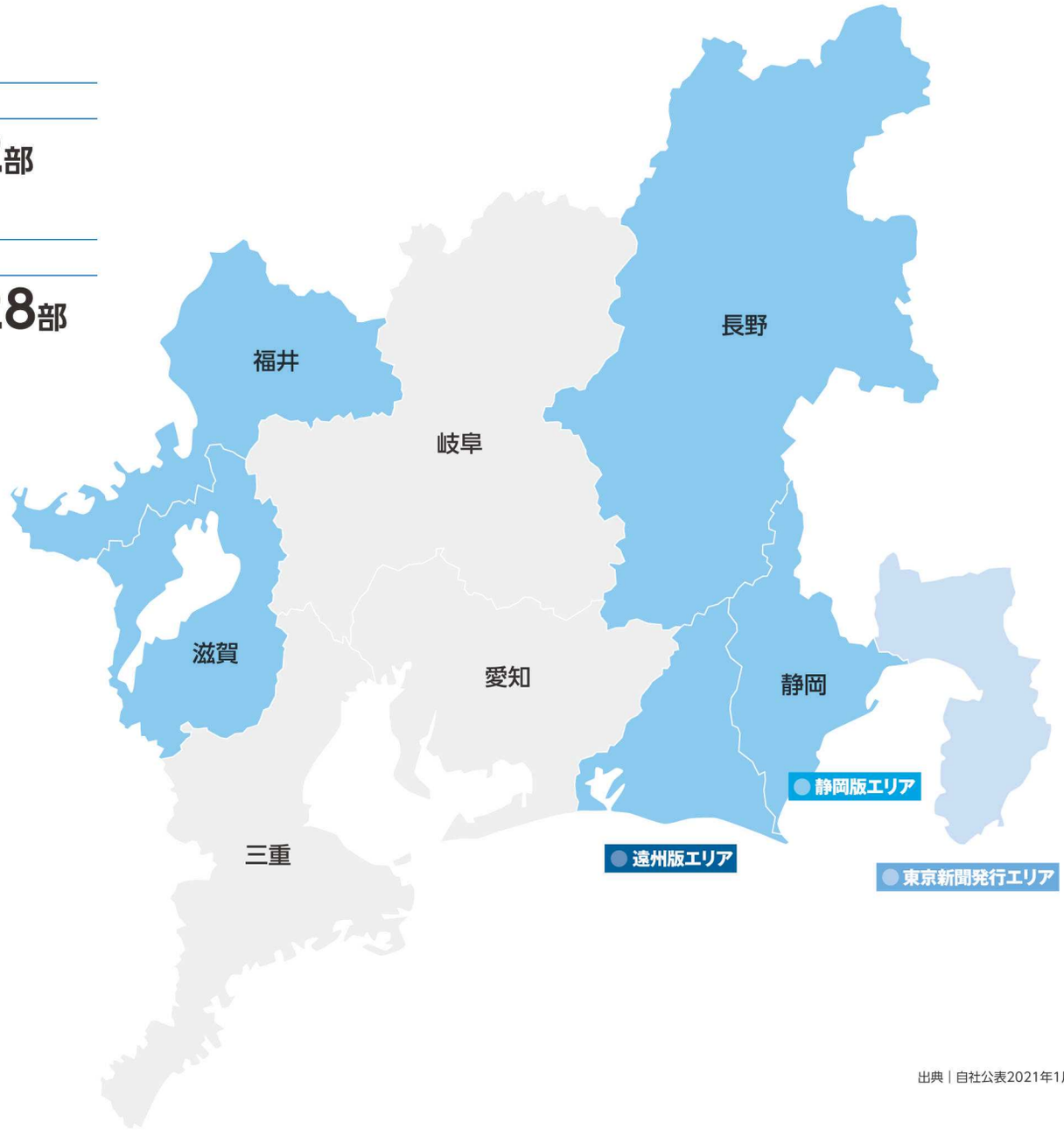


出典｜自社公表2021年1月～6月 刊版別部数（月平均）　出典｜ABCレポート「新聞発行社レポート」2021年1月～6月

中日新聞 エリア別データ〈静岡・滋賀・長野・福井〉

福井県版
4,212部

滋賀県版
47,728部



長野県版
30,881部

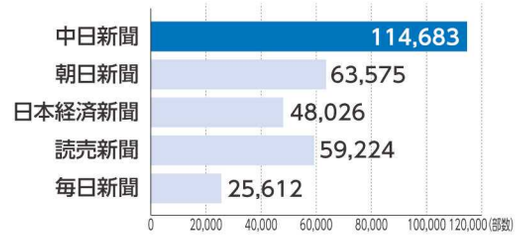
東海本社版（静岡県西部）
114,604部

●遠州版
110,842部
浜松市／湖西市／磐田市／袋井市／
掛川市／御前崎市／菊川市／周智郡（森町）

●静岡版
3,762部
静岡市／島田市／藤枝市／焼津市／牧之原市／
榛原郡（川根本町・吉田町）

●東京新聞発行エリア
御殿場市／裾野市／沼津市／三島市／
熱海市／伊豆の国市／伊豆市／伊東市／
下田市／富士宮市／富士市／賀茂郡／
駿東郡／田方郡

静岡県の新聞発行部数



出典｜自社公表2021年1月～6月 刊版別部数（月平均）　出典｜ABCレポート「新聞発行社レポート」2021年1月～6月

東京新聞 基本データ

販売部数・エリア

販売部数

朝刊 **407,777**部

夕刊 **133,708**部

東京新聞は長い歴史を持つ首都圏・東京の地元紙です。
地域に密着したニュースはもちろんのこと、生活や文化情報も豊富で東京で暮らす人にとって親しみやすい新聞です。



群馬
朝刊 9,780部

栃木
朝刊 3,666部

茨城
朝刊 14,248部

埼玉
朝刊 56,760部
夕刊 10,221部

東京
朝刊 193,558部
夕刊 87,982部

千葉
朝刊 50,873部
夕刊 9,874部

静岡
朝刊 3,371部

神奈川
朝刊 64,765部
夕刊 24,945部

出典｜日本ABC協会「新聞発行社レポート 2021年1月～6月」 ※県別部数は各月15日付部数の6ヵ月平均のため、合計が販売部数と一致しません。

東京新聞 読者プロフィール

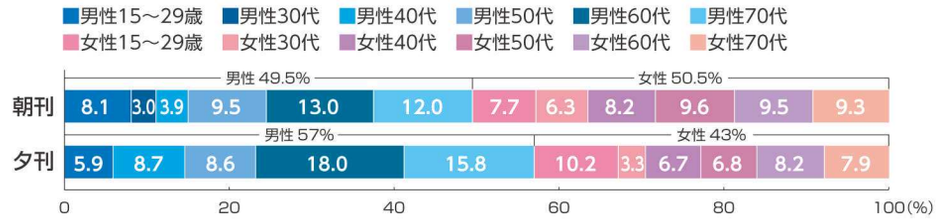
基本プロフィール

※東京新聞朝刊・購読者（n=781）
東京新聞夕刊・購読者（n=318）

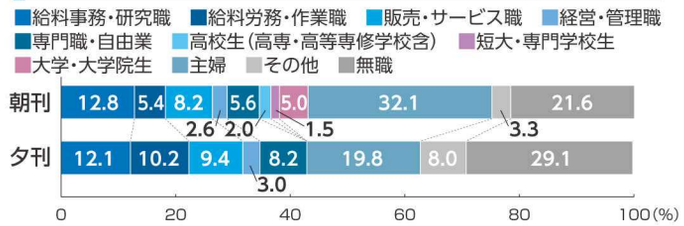
性別×年代

[朝刊]
平均年齢 **51.7歳**

[夕刊]
平均年齢 **53.6歳**

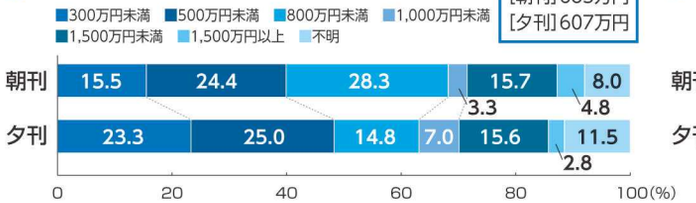


職業

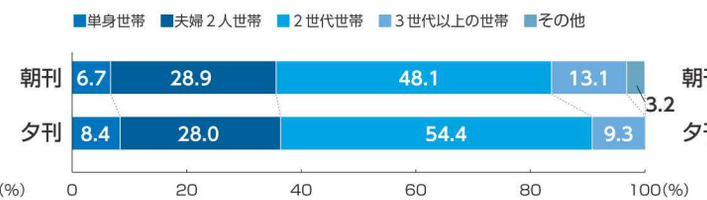


世帯年収

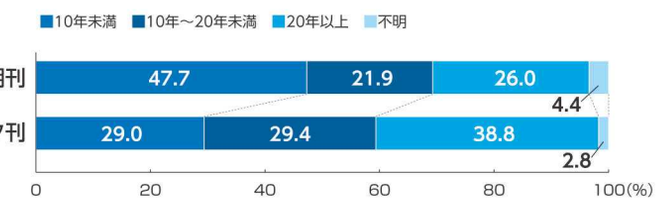
平均世帯年収
[朝刊]685万円
[夕刊]607万円



家族形態



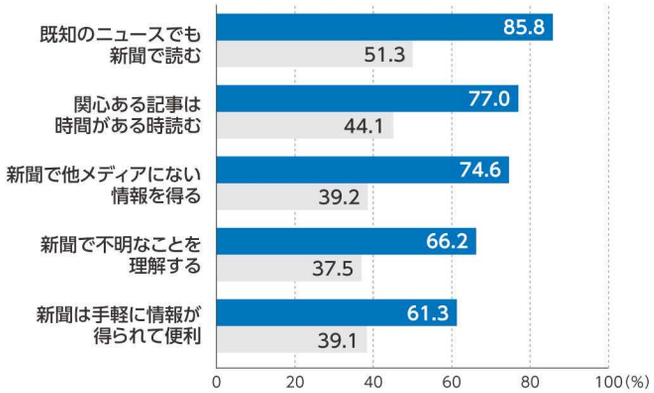
購読期間



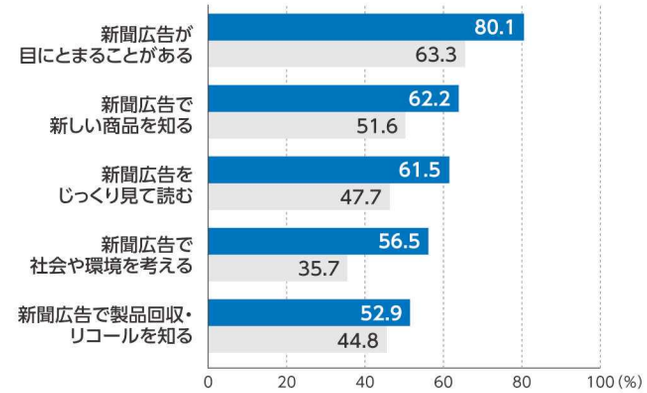
新聞・広告に関する意識

※東京新聞朝刊・閲読者（n=842）全国平均（n=80,472）
■東京新聞・朝刊 ■全国平均

新聞に関する意識



新聞広告に関する意識



接触時間量

	[東京新聞朝刊]	[全　国]
週平均時間量	平均 **35.8分**	平均 **15.5分**
平日平均時間量	平均 **35.8分**	平均 **15.0分**
土日平均時間量	平均 **35.8分**	平均 **16.7分**

接触時間量は全国トップクラス

出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ+）」（2019ー2020合算）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

北陸中日新聞・日刊県民福井　基本データ

販売部数・エリア

北陸中日新聞 販売部数

朝刊 **82,496**部

夕刊 **5,573**部

日刊県民福井 販売部数

朝刊 **30,588**部

中日新聞 販売部数（福井県）

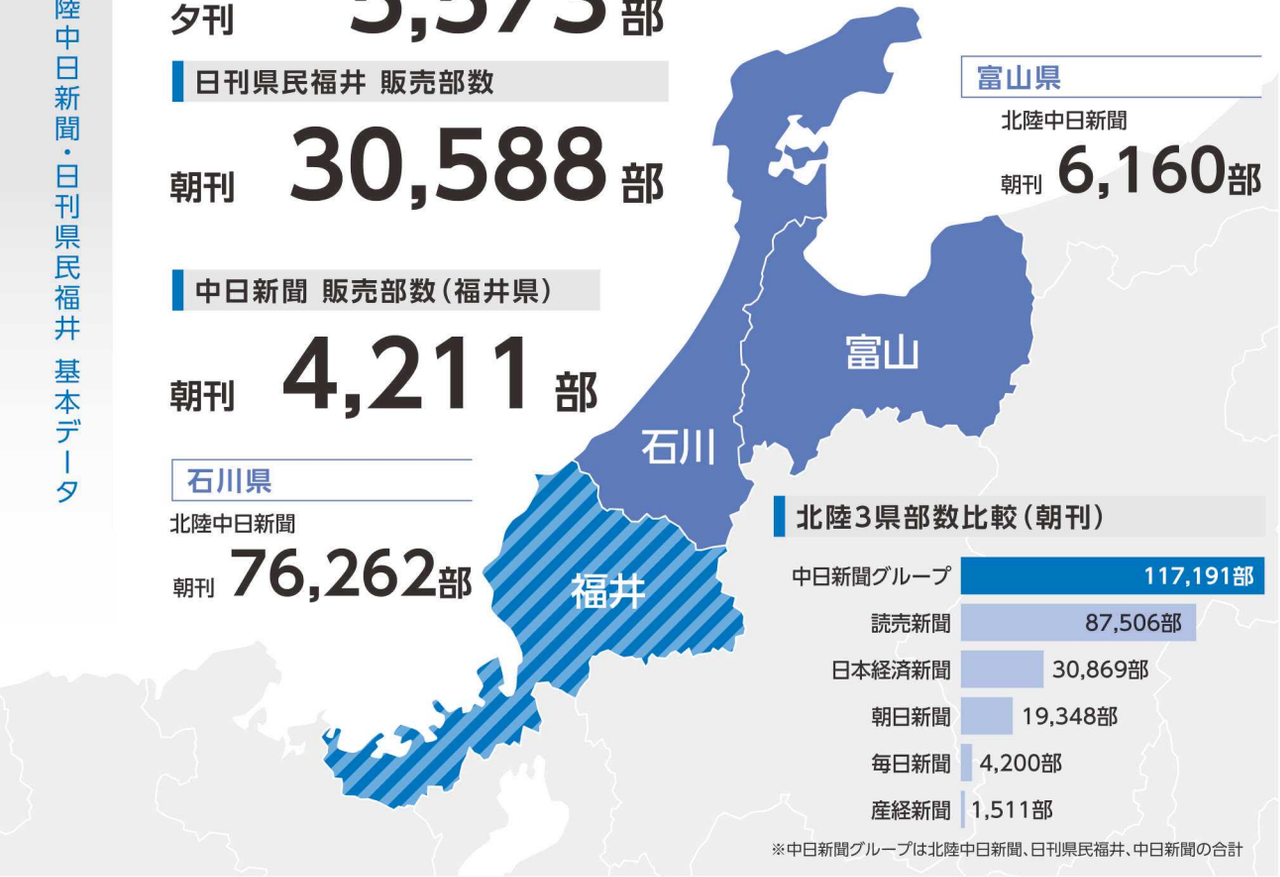
朝刊 **4,211**部

石川県

北陸中日新聞

朝刊 **76,262**部

石川県、富山県で北陸中日新聞を、福井県では、日刊県民福井と中日新聞を発行しています。
北陸3県の中日新聞グループ発行部数は全国紙を超えています。



北陸3県部数比較（朝刊）

※中日新聞グループは北陸中日新聞、日刊県民福井、中日新聞の合計

「社会生活統計指標2021」で見るゆたかな北陸3県の暮らしぶり

1人あたり県民所得 2018年度

全　国	331.7万円	（順位）
富山県	339.8万円	5位
石川県	302.3万円	19位
福井県	328.0万円	9位

全国上位の県民所得

実収入（1世帯あたり1ヵ月間） ［勤労者世帯］2019年度

全　国	58.6万円	（順位）
富山県	59.3万円	17位
石川県	66.7万円	3位
福井県	61.1万円	12位

全国平均を上回る実収入

消費支出（1世帯あたり1ヵ月間） ［二人以上の世帯］2019年度

全　国	29.3万円	（順位）
富山県	30.7万円	12位
石川県	35.5万円	1位
福井県	28.6万円	28位

消費にも積極的

平均貯蓄率 2019年度

全　国	31.4%	（順位）
富山県	36.5%	8位
石川県	31.3%	28位
福井県	45.4%	2位

堅実な暮らしぶり

持ち家比率（対居住世帯あり住宅数） 2018年度

全　国	61.2%	（順位）
富山県	76.8%	2位
石川県	69.3%	18位
福井県	74.9%	4位

高い持ち家率

持ち家住宅の延べ面積（1住宅あたり） 2018年度

全　国	119.9㎡	（順位）
富山県	171.8㎡	1位
石川県	158.2㎡	4位
福井県	164.7㎡	2位

余裕ある居住空間

出典｜日本ABC協会「新聞発行社レポート　2021年1月～6月」　※県別部数は各月15日付部数の6ヵ月平均のため、合計が販売部数と一致しません。
出典｜総務省統計局「社会生活統計指標2021」　出典｜内閣府「県民経済計算」（平成18年度ー平成30年度）

北陸中日新聞・日刊県民福井　読者プロフィール

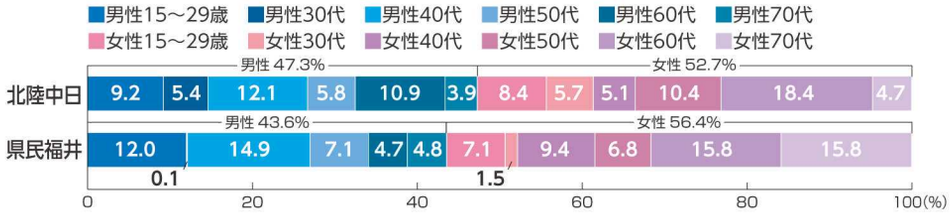
基本プロフィール

※北陸中日新聞朝刊・購読者（n=137）
日刊県民福井・購読者（n=67）

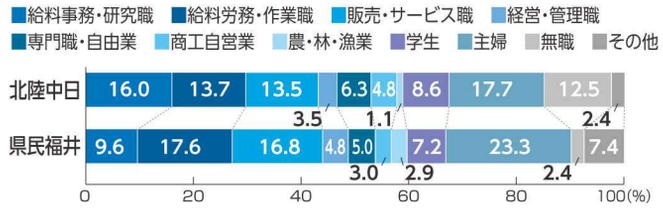
性別×年代

北陸中日新聞
[朝刊] 平均年齢 49.3歳

日刊県民福井
[朝刊] 平均年齢 51.4歳

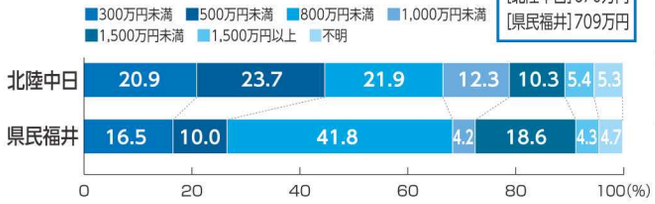


職業

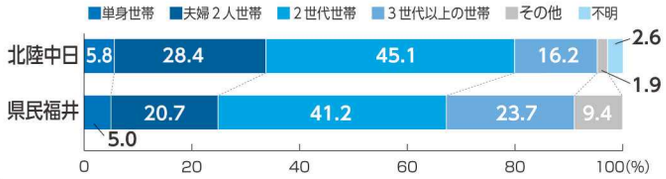


世帯年収

平均世帯年収
[北陸中日]670万円
[県民福井]709万円



家族形態



北陸中日新聞では、2021年10月にご愛読者アンケートを実施、3,500名を超える読者の方に回答頂きました。

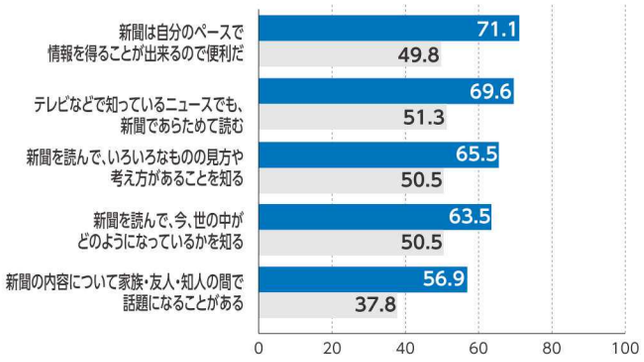
10年以上ご愛読頂いている方がおよそ8割、新しい情報の入手先として、新聞広告・新聞記事を挙げる人が約半数と、テレビ（3割）、インターネット（2割）を上回りました。情報インフラとして読者の生活に溶け込んでいる様子が窺えました。



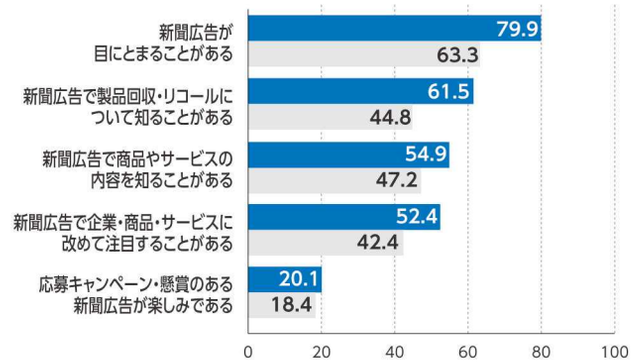
新聞・広告に関する意識

※北陸中日新聞朝刊・閲読者（n=139）全国平均（n=81,081）
■北陸中日新聞・朝刊　■全国平均

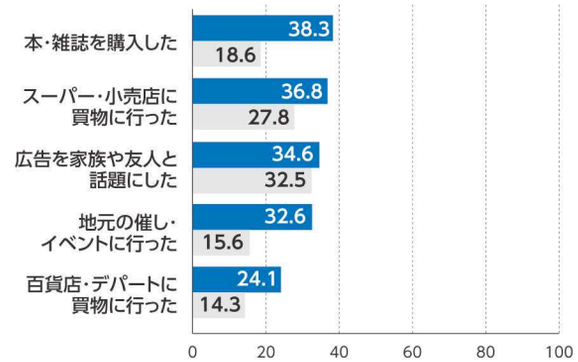
新聞に関する意識



新聞広告に関する意識



新聞広告を見ての行動（1年間）



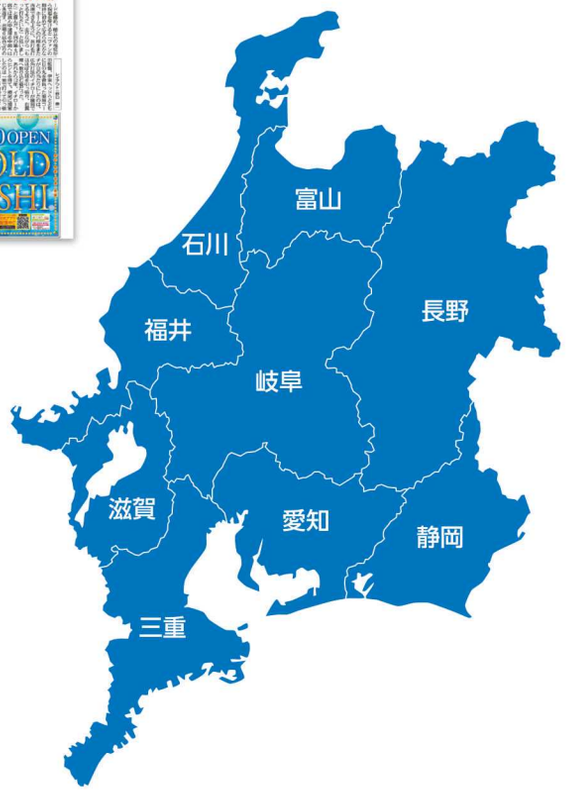
出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ+）」（2019ー2020合算）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

中日スポーツ



スポーツ紙として東海エリアで高いシェアを占める中日スポーツ。中日ドラゴンズや名古屋グランパスをはじめとした地元チームの手厚い報道はもちろん、地域スポーツやレジャー情報まで幅広くカバーしており、東海地方で高い宅配率を誇る、家庭でも安心して読めるスポーツ紙です。変形広告や記事体広告、リアルタイムアドなど多彩な展開が可能です。

エリア



発行部数

284,277部

※2021年4月自社公表部数

中日スポーツ LINEアカウントメディア

中日スポーツではLINEアカウントメディアを開設し、ドラゴンズ情報を中心に記事をプッシュ配信しています。それに伴い、2019年度より、LINEアカウントメディアを活用した記事体広告の配信を開始しました。新聞広告と共に是非ご活用ください。

広告枠｜DIGEST Spot for アカウントメディア（記事体広告）

ダイジェストニュース枠を活用した記事体広告を提供することが可能です。配信画面からの誘導枠は①画像付き、もしくは②テキストのみのどちらか。アカウントメディアの記事広告から広告主様のWebサイトへ誘導することが可能です。
【1配信1枠限定】



アカウントメディア内
定時配信画面イメージ

アカウントメディア内
記事広告イメージ

［配　信］
原則毎日16:30頃

［友だち数］
79万人
（2021年11月1日現在）

中日スポーツ LINEアカウントメディア
友だち登録はこちらから

東京中日スポーツ



東京中日スポーツ 2021年8月26日付

関東で堂々と「中日」を冠したスポーツ紙。ドラゴンズ報道はもちろん、F1、スーパーGTを中心としたモータースポーツ情報は日本のリーディングペーパーとして他を圧倒。サッカーJリーグ・FC東京にフォーカスしたコンテンツや、芸能情報も好評です。また週末は、関東で唯一、競馬面のセクション折り（個別紙面）、不定期でジャニーズ事務所所属タレント等を取り上げたラッピング紙面を実施しています。



東京中日スポーツ 2021年8月23日付

■発行部数／88,541部

■発行エリア／1都6県

（東京・神奈川・千葉・埼玉・
茨城・栃木・群馬）
※2021年4月自社公表部数

トーチュウ 東京中日スポーツ電子版

スマートフォンやタブレット、パソコンで東京中日スポーツが読める「東京中日スポーツ電子版」。質量ともに豊富なドラゴンズ情報をはじめ、徹底した独自取材で毎日充実のモータースポーツコーナーが全国どこでも※ 読めるようになりました。記事を簡単にスクラップ、保存した記事は時間がある時にゆっくり読むこともできます。

※中日スポーツの発行エリア（愛知県、岐阜県、三重県、静岡県中部・西部、長野県、石川県、富山県、福井県、滋賀県）ではサービスを提供していません。
注：電子版のみの広告掲載はしておりません。



モータースポーツ×リアルタイムアド

2021年スーパーGT第4戦の結果を伝える記事に合わせたリアルタイムアド。話題のニュースとともにタイムリーに情報を伝えます。モータースポーツのトーチュウならではのインパクトのある紙面展開が可能です。



東京中日スポーツ 2021年9月13日付

大相撲メッセージ企画

当企画は大相撲7月場所初日に掲載。応援団長には本紙コラム「はやわざ御免」の執筆者 第52代横綱北の富士勝昭さんを起用。照ノ富士関やご当地力士への熱いメッセージが寄せられました。



東京中日スポーツ 2021年7月4日付

中日新聞グループ主要Webサイト

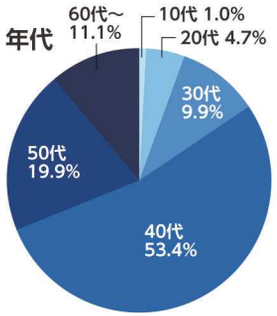
中日新聞 Web

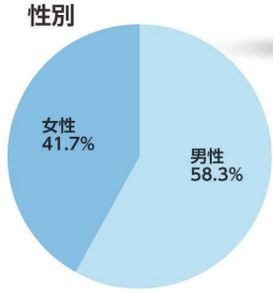
https://www.chunichi.co.jp/

PC　スマホ　開設日：1995年10月

東海地方のニュースが充実した中日新聞のWebサイト。ここでしか読めない地域の詳細なニュース、生活情報を提供しています。







月間
PV：約1,380万
UU：　約400万

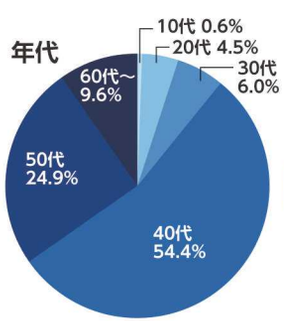
中スポ 東京中日スポーツ

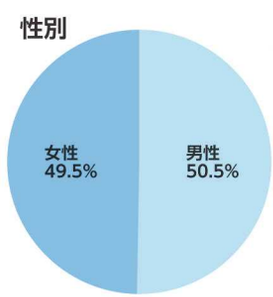
https://www.chunichi.co.jp/chuspo/

PC　スマホ　開設日：2008年10月

中日ドラゴンズ・名古屋グランパスはもちろん、大リーグ、芸能など幅広くニュースを掲載。東京中日スポーツが注目するモータースポーツ、FC東京のニュースも充実しています。







月間
PV：約4,200万
UU：約1,460万

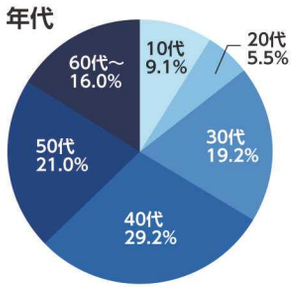
LINE 中日スポーツ アカウント

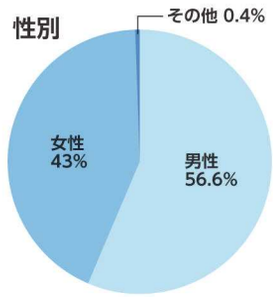
中日新聞プラス

PC　スマホ　開設日：2012年6月

中日新聞プラスは、中日新聞、北陸中日新聞、日刊県民福井の定期購読者向け会員サービス。会員なら、中日新聞Web内の全てのサービスを利用できます。読者の意見を紙面に反映する「中日ボイス」など、新聞社と読者のコミュニケーションが活発になっています。

会員数 約42万人
※プレミアム会員・一般会員の合計
※2021年9月1日時点





出典｜Google Analytics（2021年1月1日～6月30日の月間平均値）※PV数、UU数
出典｜Audience One（2021年8月1日～8月31日）※プロフィール

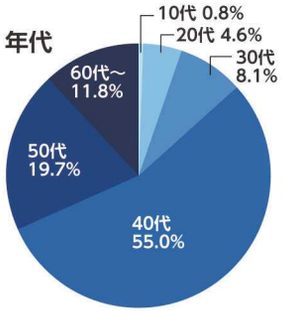
東京新聞 TOKYO Web

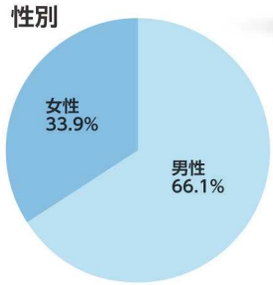
https://www.tokyo-np.co.jp/

PC　スマホ　開設日：1995年10月

独自の鋭い視点で日本、東京の「いま」を伝え、多くの読者の支持を集めている東京新聞のWebサイトです。







月間
PV：約2,700万
UU：約1,170万

LINE 東京新聞アカウント

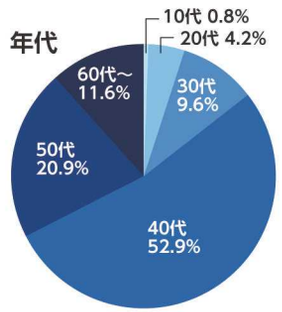
子育て世代がつながる 東京すくすく

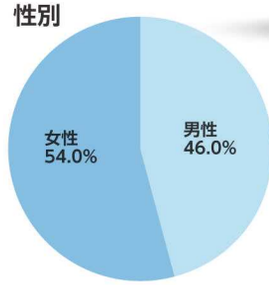
https://sukusuku.tokyo-np.co.jp/

PC　スマホ　開設日：2018年9月

東京新聞が運営する「子育て」「育児」に関するWebサイト。
家族と地域の課題をともに考えるメディアです。







月間
PV：約90万
UU：約60万

タイアップ記事広告事例

中日新聞、東京新聞、中日スポーツ・東京中日スポーツが作成するタイアップ記事広告。各Webサイトの体裁に合わせたページに編集し、ユーザーへ違和感なく、スポンサー様の情報を訴求します。信頼性の高い新聞社サイトをご活用ください。

中日新聞
「auじぶん銀行」様



中スポ・東中
「J SPORTS」様



中日こどもウイークリー



中部9県の小・中学生を持つ家庭をターゲットとした「中日こどもウイークリー」。文字が大きく、ほぼ全ての漢字に振り仮名付き。ニュースを分かりやすく解説するほか、イラストや写真を豊富に使ってさまざまな話題を紹介します。

体裁：タブロイド判12Pオールカラー
発行エリア：中部9県（愛知・岐阜・三重・静岡・石川・福井・富山・滋賀・長野）
発行日：毎週土曜日

サブメディア　フリーペーパー・フリーマガジン・雑誌

各エリアに密着したフリーペーパーのほか、2種類の雑誌を発行。中日新聞社発行という信用力に加え、明確なターゲット設定による広告コミュニケーションに最適です。

フリーペーパー

≪静岡県西部≫

中日ショッパー



発行エリア：
浜松市を中心に
県西部地区

部数：
195,000部
発行日：毎週金曜日
体裁：タブロイド判

≪神奈川≫

東京新聞TODAY



発行エリア：
川崎市全域・
横浜市鶴見区

部数：
160,000部
発行日：月3回金曜日
体裁：タブロイド判

雑誌

月刊ドラゴンズ



80,000部
発行日：毎月22日
体裁：A4判

選手のプライベートやオフタイム情報などドラファン必読の月刊誌。

月刊Grun（グラン）



40,000部
発行日：毎月12日
体裁：A4判

活躍し続ける名古屋グランパスとサポーターを結ぶ月刊誌。

地域広告版　手軽さプラス新聞の信頼性。予算や内容に応じて、サイズやページ数、配布部数、エリアを選択可能。

●新聞の信頼性の高さを手軽に活用
中日新聞や東京新聞のノンブルが刷り込まれます。手軽さに加えて、中日新聞に寄せられる信頼性を活用して頂けます。
●ページ数・サイズ・紙質ともご希望に応じて選べます
●DM、手配りなどセールスツールとして他用途向きの増刷もOK!

ミシン目入り印刷

資料請求のレスポンスを受けられる便利なハガキ付印刷。
対応できる会社が希少になりつつあります。



特殊印刷

発信できる情報は最大タタミ1畳分（新聞8ページ）!!

でらワイド

最大で新聞4ページ分の紙面（横幅1600mm）をつなげることにより注目率を飛躍的に高め、ワイドな紙面がインパクト抜群です。



1600mm　（8ページ観音開きタイプ）

可変印刷

フレキシブルな多品種印刷やバリアブル印刷など、一部一部違う印刷物の発行が可能。イベントの話題づくりやイベント参加者へのサービスなど、様々な用法で利用しています。

F1日本グランプリ特別版
20種類の特別版が好評

F1日本グランプリでは、中日スポーツ・東京中日スポーツ内で特集を掲載した他、8ページのタブロイドサイズの特別版を発行。フロント面においてF1ドライバー20人で切り替えを行い、F1日本グランプリ当日に約5万部を鈴鹿サーキット周辺などで配布しました。

発行部数：約5万部
ページ数：タブロイド8ページ

●フロント紙面



中日新聞社広告大賞

中日新聞社が発行する中日新聞、東京新聞、中日スポーツ、東京中日スポーツにご出稿いただいた広告を対象とし、部門ごとに審査を実施、選ばれた新聞広告の中から最優秀賞・優秀賞を決定します。読者自身が日常の視点で新聞広告を評価し選出されたものを専門家が審査するのが特徴です。





2020年6月27日、7月26日、8月29日、9月26日、10月31日、11月28日付 中日新聞・東京新聞朝刊／15段×6回（シリーズ）





2020年7月29日、10月1日付中日スポーツ・東京中日スポーツ／15段×2回（シリーズ）

第12回中日新聞社広告大賞

一般紙の部　最優秀賞　トヨタ自動車株式会社　　スポーツ紙の部　最優秀賞　宝酒造株式会社

第12回中日新聞社広告大賞受賞作品はhttps://adv.chunichi.co.jp/awards/chunichi-awards/awards-12/list/

第13回中日新聞社広告大賞　実施要項

対象期間	2021年4月1日付から2022年3月31日付
対象広告／一般紙の部	中日新聞・東京新聞のいずれかに掲載された記事下広告及び小枠広告（連合広告をのぞく）。シリーズ広告は全体で一点とする。
スポーツ紙の部	中日スポーツ・東京中日スポーツのいずれかに掲載された記事下広告及び小枠広告（連合広告をのぞく）。シリーズ広告は全体で一点とする。
お問い合わせ先	「中日新聞社広告大賞」事務局　中日新聞名古屋本社広告局ビジネス開発部 TEL　052−221−0692　東京新聞（中日新聞東京本社）広告局ビジネス開発部 TEL　03−6910−2483

中日新聞社
広告大賞

広告効果測定

新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR www.j-monitor.net

中日新聞社は新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」を中日新聞、東京新聞で採用しています。読者モニターパネルを参加紙共通の手続き、手順で募集・運用し、同じ条件、同じ方法で紙面調査を行うものです。新聞広告調査の「標準」ともいえる客観的調査手法と多くの蓄積データにより、様々な比較、分析、効果検証が可能です。

J-MONITORの詳細はWEB APPROACHをご参照ください

●J-MONITOR参加紙（2021年12月現在16紙）
首都圏ー東京新聞、読売新聞、朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、日刊スポーツ
近畿圏ー読売新聞、朝日新聞、産経新聞、毎日新聞
中京圏ー中日新聞、読売新聞、朝日新聞
北海道ー読売新聞、朝日新聞、北海道新聞
福岡県ー読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、西日本新聞
宮城県ー河北新報　新潟県ー新潟日報　静岡県ー静岡新聞
長野県ー信濃毎日新聞　岡山県ー山陽新聞　広島県ー中国新聞

調査設計

	調査対象者	調査エリア	抽出方法	調査方法	標本サイズ	調査時間	調査機関
中日新聞 東京新聞	朝刊購読者 15歳～69歳の男女個人	中京圏（愛知・岐阜・三重） 首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）	新聞広告による紙面公募（※）	インターネット	900（1系列300） 600（1系列300）	広告掲載翌日0:00～24:00	ビデオリサーチ

※応募者は「J-READ」の当該地域・対象者における性×年齢等の属性に従い割付。紙面公募の不足分は、インターネット調査モニターパネルへの公募で補充

2種類の調査手法

J-MONITORでは、個別の広告の反響や効果測定が可能で、質問項目を固定した［定型調査］と、設問を自由に設定できる［カスタム調査］があります。

●定型調査　8問の固定質問による調査（自由回答１問を含む）
報告書はA4横20枚+自由回答（各社共通）
15万円（税別）
調査スケジュール
調査お申し込み（広告掲載日4営業日前）→ 広告掲載 → 実査（掲載翌日0時から24時）→ 報告書（掲載日の2営業日後）

●カスタム調査　調査票を自由に設定できる調査（原則20問まで）
報告書はA3横3枚
程度45万円～（税別）
※定型調査8問＋カスタム調査最大12問も可能です
調査スケジュール
調査お申し込み（広告掲載日7営業日前まで）→ 質問票確定（広告掲載3営業日前）→ 広告掲載 → 実査（掲載翌日0時から24時）→ GT表・クロス集計・FA（掲載日の3営業日後）、報告書（掲載日の7営業日後）

定型調査の質問項目

『●●●●』に調査対象広告の『広告主名または商品ブランド名』を入れて行います。

●広告接触状況
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。
① 確かに見た
② 見たような気がする
③ 見た覚えがない

●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。
①広告が理解できた
②広告に興味を持った
③広告に好感を持った
④広告が信頼できる
※それぞれ「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」の4段階

●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。（複数回答）
①目立つ
②センスがよい
③文章が読みやすい
④文字の大きさがちょうどよい
⑤共感できる
⑥説得力がある
⑦よい広告を出していると思う
⑧自分たち向けの
⑨役に立つ
⑩個性的である
⑪おもしろい
⑫タイミングがよい
⑬話題性がある
⑭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。
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

●商品・サービスに対する購入・利用の経験や意向
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。
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

●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。（複数回答）
①初めて「●●●●」を知った
②あらためて「●●●●」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この中にあてはまるものはない

●他媒体での同一内容広告接触経験
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。（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した
⑨見聞きしていない

●自由回答
Q8 ｜ この広告についての感想や意見を自由にご記入ください。
※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。

※質問項目は今後変更になる場合があります

定型調査の定量値は、「Q1、広告接触状況」と「Q2、広告評価」以降で対象となる分母が異なりますのでご注意ください。

Q1、広告接触状況（広告接触率）

対象は有効回答者（読まなかった人、用意できなかった人も含みます）

（参考）広告注目率

対象は閲読かつ保有者（読まなかった人、用意できなかった人を含みません）

Q2以降

対象は新聞保有者（当日読まなかった人も、**新聞を見ながら回答します**）

■当日の新聞を読んだ人　■当日の新聞を読まなかった人
←――― 調査日の新聞閲読状況 ―――→
■当日の新聞を用意できた人　■当日の新聞を用意できなかった人
←――― 回答時の新聞保有状況 ―――→

●広告接触状況の見かた

広告接触状況　※有効回答者＜新聞購読者＞


広告接触率の分母と分子は、
A B
A B C D E

広告注目率の分母と分子は、
A
A B C
※広告注目率は報告書とは別のクロス集計表に記載しています

つまり、広告接触率は、その日の閲読の有無によっても変動します。「前回と比べて、広告が見られたか」を確かめるときは、広告接触率はもちろん、「確かに見た」割合の変動やそれを分子にした「広告注目率」での比較もおすすめします。

入稿ガイド

▶広告掲載システム

ご出稿を早めにお申し込みいただくことで、ご希望に沿った掲載日、掲載面を早期に確定できます。
受付は次の3段階に分けて実施いたします。

●第一次／掲載日のみを確定してお返事します。
●第二次および第三次／掲載日と面を確定してお返事します。(一部保留させていただくこともあります)
●第三次以降／従来通り受け付けお返事します。

	第一次	第二次	第三次
締め切り	前々月20日	前月10日 (特定面については前月の5日)	前月20日

※特定面とは、一面、社会面、第2社会面、ラジオ面特枠(中日新聞朝刊)、TV面です。
※上記の日程は、当日が土・日・祝日の場合、申込日は繰り上げとなります。
※場合によっては一部保留させていただくこともあります。
※小枠広告は前月15日が締切になります。当日が土・日・祝日の場合は繰り上げになります。

▶原稿サイズ

■記事下広告サイズ

縦のサイズ						
全15段	10段	7段	5段	3段	2段	1段
514㎜	342㎜	239㎜	170㎜	101㎜	66㎜	32㎜

横のサイズ			
見開き	全幅	半幅 (1/2割)	1/4割
788㎜	382㎜	190㎜	94㎜

■小枠広告

小枠サイズ(左右×天地)							
題字下	5L突出	6L突出	5H突出	記事中	まんが下	テレビ面 左特枠※	テレビ面 右特枠※
32㎜×62.5㎜	50㎜×83㎜	60㎜×83㎜	50㎜×125㎜	60㎜×39㎜	53㎜×39㎜	128㎜×170㎜	79㎜×170㎜

※テレビ面左特枠、テレビ面右特枠は中日新聞朝刊のみです。

▶提稿方法 N-PDF(新聞PDF規格)で原稿データを作成してください。

1) メディアでの入稿

●モノクロ
・原稿データを記録したCD-Rなどのメディア及び出力見本とプリフライトレポート
・締切時間…朝刊は組日夕方5時まで(当該日が土日祝の場合はその前日)
夕刊は前日まで(当該日が土日祝の場合はその前日)

●カラー
・原稿データを記録したCD-Rなどのメディア及び色ゲラ(必要枚数は右記)とプリフライトレポート
・締切時間…朝夕刊とも組日3日前まで(当該日が土日祝の場合はその前日)

2) オンラインでの入稿(モノクロ、カラーとも)

・中日グループでは現在、デジタルセンドWeb(㈱デジタルセンド社提供)を利用したオンライン入稿に対応しています。
・締切時間、カラー広告の色ゲラ枚数はメディアでの入稿と同様です。

詳しい情報は、ホームページ(https://adv.chunichi.co.jp/)内のデジタル入稿ガイドをご覧ください。

※変形広告の場合は早めの提稿をお願いいたします。なお、事前にダミー版によるサイズ確認等を行うことがありますので、詳しい提稿スケジュールは広告局整理部までお問い合わせください。
※2022年春に中日グループ独自のオンライン入稿システムの運用開始を予定しております。これに伴い提稿方法を大きく変更いたします。

●必要色ゲラ枚数

中日新聞朝刊…… 22枚
中日新聞夕刊……11枚
中日スポーツ……15枚
東京新聞朝刊……8枚
東京新聞夕刊……8枚
東京中日スポーツ……3枚
北陸中日新聞朝刊……3枚
北陸中日新聞夕刊……3枚
日刊県民福井……3枚

お問い合わせは 中日新聞名古屋本社 広告局整理部…… 052(221)0716 中日新聞東京本社 広告局整理部…… 03(6910)2507

INDEX

第1章 中日新聞の基本データ

■中日新聞グループ 基本データ …… 1
■〈インタビュー〉"嫌われない広告"視点での新聞メディアの有効性 …… 2
■中日新聞 基本データ …… 4
■中日新聞 読者プロフィール …… 5
■中日新聞 エリア別データ〈愛知〉 …… 7
■中日新聞 エリア別データ〈岐阜・三重〉 …… 8
■中日新聞 エリア別データ〈静岡・滋賀・長野・福井〉 …… 9
■東京新聞 基本データ …… 10
■東京新聞 読者プロフィール …… 11
■北陸中日新聞・日刊県民福井 基本データ …… 12
■北陸中日新聞・日刊県民福井 読者プロフィール …… 13
■中日スポーツ／東京中日スポーツ …… 14
■中日新聞グループ主要Webサイト …… 16
■中日こどもウイークリー／サブメディア／地域広告版／特殊印刷 …… 18
■中日新聞社広告大賞 …… 19
■広告効果測定 J-MONITOR …… 20
■入稿ガイド …… 21

第2章 東海エリア／グループリソース

■東海エリアマーケット …… 23
■中日グループの情報到達エリア …… 24
■東海エリアの新聞 …… 25
■東海地方とSDGs …… 26
■2030年に向けた中日新聞社の取り組み …… 27
■注目のエリアトピックス …… 28
■企画広告掲載事例 …… 29
■主な主催事業、グループのリソース …… 31
■中日新聞グループの歴史 …… 表3

第2章

東海エリア／グループリソース

東海エリアマーケット

1 ものづくりの技術と人材が集う

東海は全国でも有数のものづくりエリア。自動車やオートバイなどの輸送用機械器具をはじめ、私たちの生活に無くてはならない数々のプロダクトを生み出したメーカーが集っています。

東海発のプロダクト


コンタクトレンズ

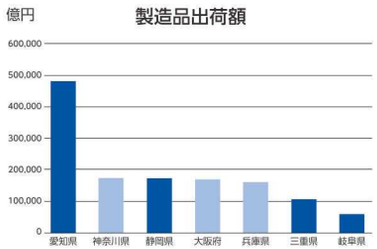


温水洗浄便器


自動車関連品


パチンコ

製造品出荷額



製造品出荷額では、愛知・岐阜・三重・静岡で全国の**25.3%**を占めます。
愛知県は2位の神奈川県を大きく引き離して

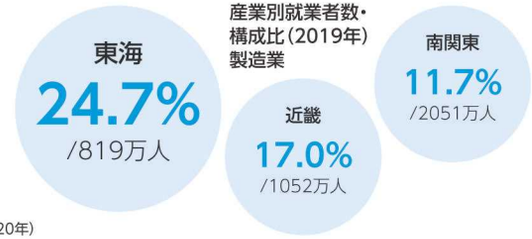
43年連続全国1位!

出典｜経済産業省「2020年工業統計表」(産業別)

産業別就業者構成比

東海エリアは就業者全体の**約4分の1**が製造業に就いています。

注:「東海」は岐阜、静岡、愛知、三重の4県、
「南関東」は埼玉、千葉、東京、神奈川の1都3県、
「近畿」は滋賀、京都、大阪、兵庫、奈良、
和歌山の2府4県



出典｜中部経済産業局「東海経済のポイント」(2020年)

2 健康への意識は高め、でも外食も楽しむ!

健康への意識

愛知県の健康寿命は男女ともに**全国トップクラス。**
また東海エリア4県も上位にランクインしています。

単位(歳)

男性			女性		
順位	都道府県	健康寿命	順位	都道府県	健康寿命
1	山梨	73.21	1	愛知	76.32
2	埼玉	73.10	2	三重	76.30
3	愛知	73.06	3	山梨	76.22
4	岐阜	72.89	4	富山	75.77
5	石川	72.67	5	島根	75.74
6	静岡	72.63	6	栃木	75.73
7	山形	72.61	7	岐阜	75.65

出典｜厚生労働省　第11回健康日本21(第2次)2016推進専門委員会 資料1-2
「健康寿命の延伸と健康格差の縮小」(熊本地震により熊本県のデータはなし)

外食消費が多い

コロナ禍前の2017年～2019年では、東海エリア各県の県庁所在地の年間外食消費額はいずれも全国平均を上回りました。

名古屋市	210,347円 ↑
岐阜市	207,934円 ↑
静岡市	182,090円 ↑
津市	175,738円 ↑



出典｜総務省　家計調査(二人以上の世帯:2017年～2019年平均)

3 生活圏がぐぐっと広がる車社会

東海エリアの生活の中心である自動車は、人びとの行動範囲や街の広がり方にも影響を与えています。

自動車

愛知県は保有台数
全国1位!
東海エリア4県で全国の**13%**を占めます。



ショッピングセンター数

愛知県は大阪府、神奈川県をおさえ**全国2位!**
東京23区だけをみると、愛知県が上回ります。
多くの人が日常的に郊外まで車で買い物に出かけます。

1 東京都 338／東京23区 229
2 愛知県 **232**
3 大阪府 226



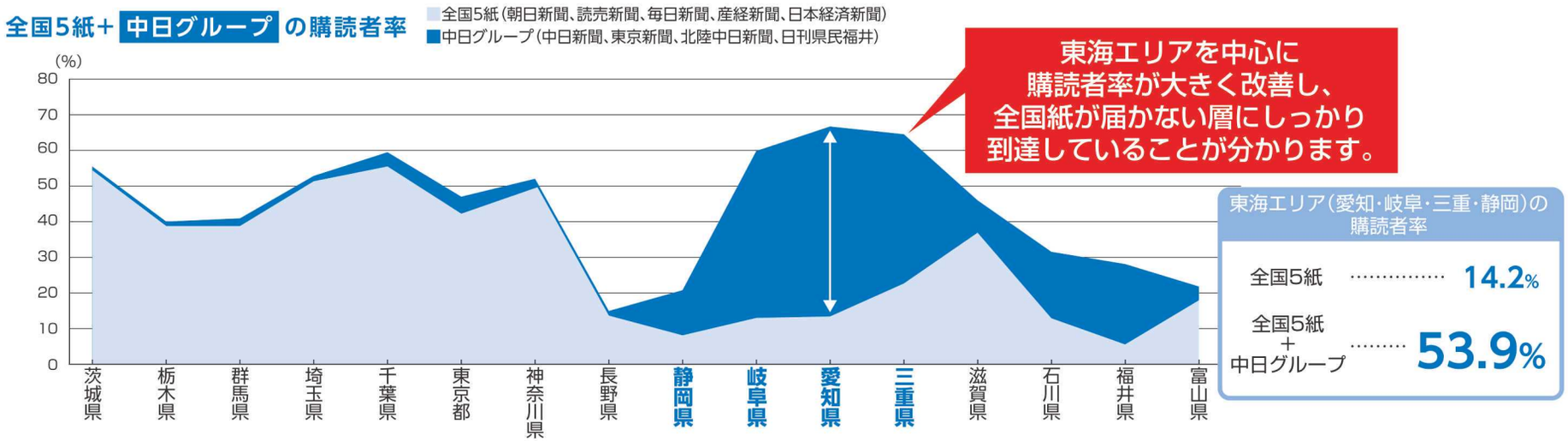
出典｜(一財)自動車検査登録情報協会 都道府県別・車種別保有台数表(2021年)　出典｜(一社)日本ショッピングセンター協会「我が国SCの現況」2020年末時点

中日グループの情報到達エリア

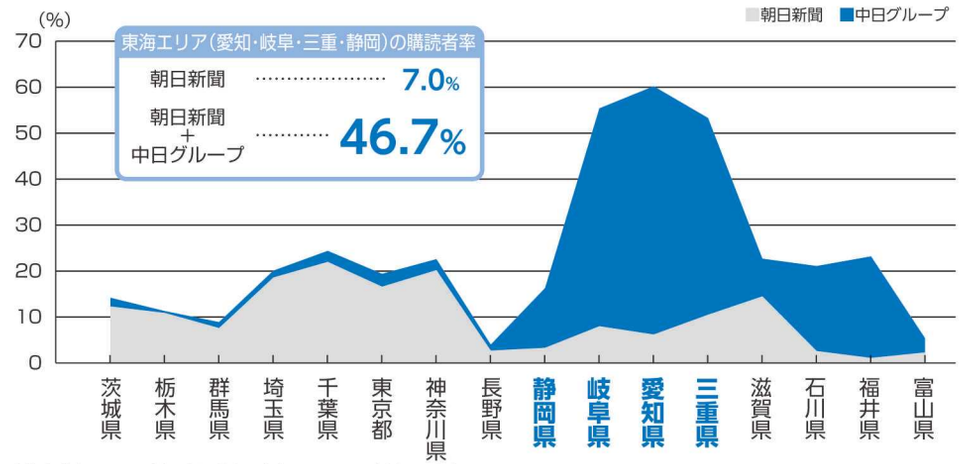
全国紙だけでは東海エリアに届かない!

新聞広告で日本全国に偏りなく情報発信するためには、東海エリアがポイントです。
人口規模の大きな東海エリアへ情報を届けるためには、全国紙だけではなく、圧倒的なシェアをもつ中日グループへの出稿が不可欠です。
図はそれぞれ、中日グループ紙発行エリア内の新聞の購読者率を、都道府県別に示したものです。中日グループ紙を全国紙に組み合わせた場合の、購読者率の改善イメージを表しています。

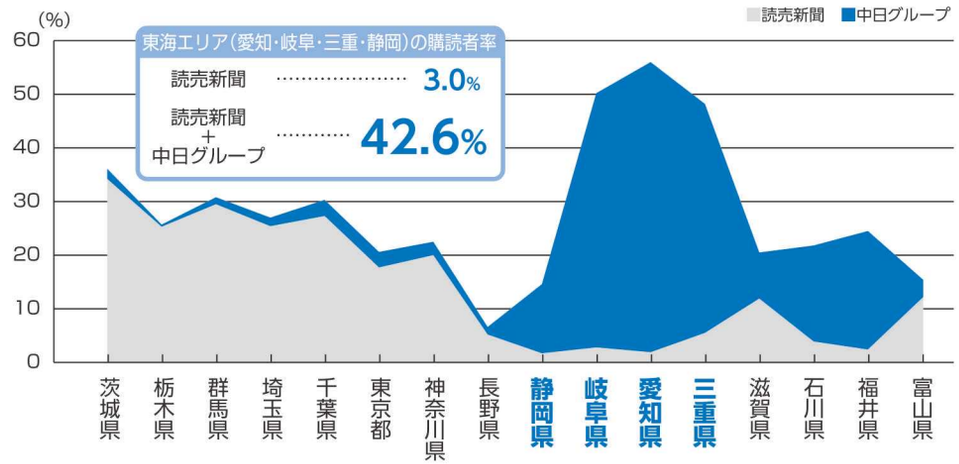
全国5紙＋中日グループの購読者率



朝日新聞＋中日グループ



読売新聞＋中日グループ

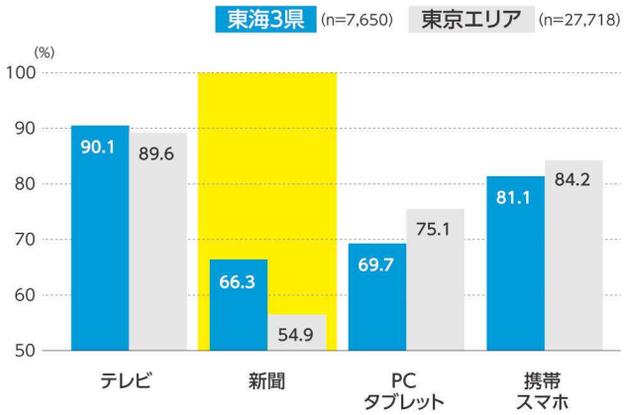


出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020年）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

東海エリアの新聞

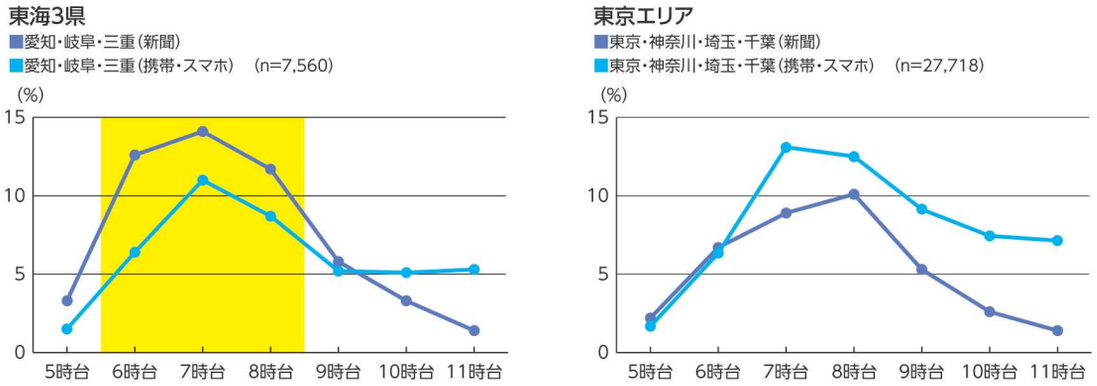
東京とはちがうメディア接触

媒体別接触状況（月1日以上の接触頻度）



東海3県（愛知・岐阜・三重）と東京エリア（東京・神奈川・埼玉・千葉）でメディア接触状況を比較した場合、テレビやPC、スマホでは同等、または東京の方が高くなっています。一方で新聞をみると、東海3県では**新聞に触れる時間が東京エリアに比べて長い**ことが示されています。

新聞（朝刊）と携帯・スマホの接触時間帯



新聞と携帯・スマホの接触率を朝の時間帯で比較すると、東京エリアでは6時を過ぎるとスマホの割合が高くなるのに対し、東海3県では9時台まで新聞がスマホを上回っています。**東海エリアの朝の生活時間に、新聞がしっかりと入り込んでいることが分かります。**

出典｜ビデオリサーチ「全国新聞総合調査（J-READ Basic）」（2020年）
※標本サイズは各県の15～74歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズ（単位：千人）で表現しており、回収数とは異なります。

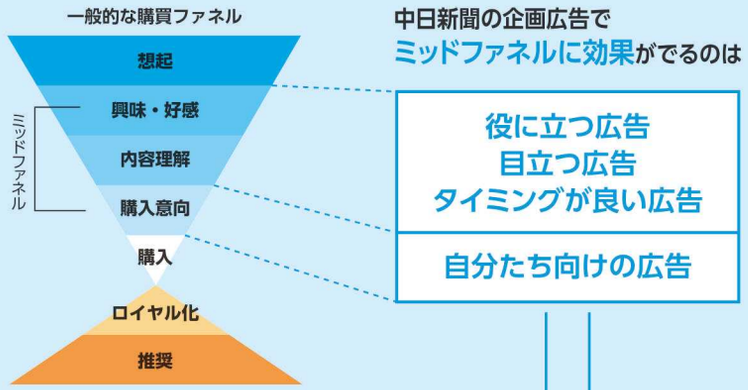
東海エリアで効果のある企画広告の要素とは?

東海エリアの読者に刺さる中日新聞の広告とは何か、
独自に分析を行いました。

<分析プロセス>

顧客が商品を想起してから購入に至るまでのプロセス「購買ファネル」において、新聞広告は信頼できる・内容をしっかり読むことに効果があると確認されています。

つまり新聞広告は「ミッドファネル」で強みを発揮すると言えます。



2016年4月～2019年3月に掲載された「企画広告（15段カラー）」（n=129件）のJ-MONITOR調査結果データを分析

これらの広告実績に共通する要素は
＝中日新聞の広告で効果的なテーマ **地元**

地域の暮らしに寄り添う中日新聞だからこそ、地元にこだわった企画広告が、読者の興味やニーズに応えます。

詳しくはAPPROACH+中日新聞媒体ガイド新聞社企画広告編へ

東海地方とSDGs

はじまりは、前世紀末の英断から

2002年、ごみ処分場計画が撤回された藤前干潟がラムサール条約に登録された後、自然の叡智をテーマとした愛・地球博を経て、東海エリアの環境への取り組みは着実に実を結んできました。

2010年名古屋市開催のCOP10で制定された「愛知目標」は、一部未達成に終わったものの各項目で進展があり、東海エリアでは市民・企業間、教育の場で機運の高まりをみせました。SDGs達成に向けた取組を先導的に進めていく自治体「SDGs未来都市」には、岐阜県や三重県、名古屋市など多くの自治体が選定されています。

2000
国連で2015年までの
ミレニアム開発目標（MDGs）が採択

2002
藤前干潟、
ラムサール条約登録



2005
愛・地球博開催

2010
生物多様性条約第10回締約国会議
（CBD-COP10）開催



※2020年までに達成すべき20のターゲット「愛知目標」を制定

2014
ESDユネスコ世界会議開催



※ESD= Education for Sustainable Development
（持続可能な開発のための教育）

2015
MDGsの後継として国連で2030年までの
持続可能な開発目標（SDGs）が採択
※途上国を支援する構図から、気候変動や過剰な消費文化からの転換など、
世界全体で地球を守るという姿勢へ

2020
「愛知目標」最終年
※14項目が未達成、6項目が一部達成

2022
「ポスト愛知目標」策定

2030

SDGsとは…

「Sustainable Development Goals（持続可能な開発目標）」の略。2015年9月の国連サミットで採択されました。「貧困をなくす」などの17の目標と、それぞれから細分化した169のターゲットがあり、2030年までに達成することを目標にしています。日本ではSDGsアクションプラン2020が策定され、目標達成に向けた「行動の10年」のはじまりとなる取り組みを盛り込んでいます。

2030年に向けた中日新聞社の取り組み

中日新聞社もSDGsを意識した行動や普及啓発を実践中です。「だれひとり取り残さない」という理念と、持続可能な社会に即した市民や企業・団体、大学の活動が根付くよう、紙面やウェブサイトに限らず商品開発や主催事業でも意識を高めています。

みんなではじめるSDGs

2020年は、国際連合地域開発センター（UNCRD）の監修で17の目標をかみ砕いて解説する特集「みんなではじめるSDGs」を連載。2021年は企業・団体、大学などの協賛により、SDGsが「小さなことから、誰でも参加できるもの」であることを地域ぐるみで紹介しています。地方版では岐阜県版でも、県内の取り組みを伝えています。



2021年10月29日付 中日新聞朝刊



2021年7月26日付 中日新聞朝刊

SDGsフェアを開催

「みんなではじめるSDGs」企画をスタートさせて2年目、紙面+αの新たな取り組みにチャレンジしました。子供から大人までがSDGsについて学び、アクションを起こすきっかけを作るイベント「中日SDGsフェア」を夏休みの8月末に開催しました。

「SDGsってなんだろうがわかる1日」をテーマに、ブース出展やパネル展示で企業・団体のSDGsへの取り組みを紹介。想定を上回る280人が参加しました。メイン催事「SDGs学生アンバサダーによる企業・団体の取り組み発表会」では200組以上の応募の中から学生アンバサダーに選ばれた大学生チーム6組が事前に各企業・団体を取材し発表。昨今、学生が就職先を選ぶ理由に社会貢献への取り組みが上位に来ており、学生と企業・団体との接点を創出することができました。今後も読者をはじめ、多くの人への裾野を広げるべく、SDGsをテーマにした企画に取り組んでいきます。



会場の様子



SDGsの取り組みを宣言するツリー



SDGsに関するクイズラリー



学生アンバサダーによる発表会

注目のエリアトピックス

リニア新時代に向け動き始めた東海エリア

三菱UFJリサーチ&コンサルティング 上席主任研究員
田中 三文(たなか みつふみ)



主に中部地方各地の観光計画・観光事業などに携わるほか、中日新聞社発行の「東海エリアデータブック」の編集に2003年版から18年間携わった。観光に限らず、都市開発からイベントなどに至るまで東海エリアのプロジェクト動向に詳しい。

2027年まであと5年。都市や地域の変貌においては、5年の時はあっという間に刻まれるだろう。2027年以降に予定されるリニア中央新幹線の開通は東海エリアの生活、社会、都市の姿を大きく変えていく。品川と40分で結ばれる名古屋都心部においては、リニア新時代に向けた本格的なまちのリノベーションが進む。特に、栄地区においては、新中日ビルをはじめとする再開発プロジェクトが目白押しで、2027年にはまちの様相が一変しているだろう。コロナによって生活様式が変わった。そして、デジタル化やSDGs推進など、今、未来都市に向けた本格的な動きも起こっている。トヨタ自動車が進める「ウーブン・シティ」をはじめ、スマートシティ、SDGs都市などを標榜する東海各地の動きからも目が離せない。集客施設では、昨年、三重県に「VISON」が誕生したほか、今年秋には、愛知県に「ジブリパーク」が誕生する。2026年の「第20回アジア競技大会」に向けた大規模競技施設等の動きもある。都市も地域もさらなる活気を持ちながら東海エリアは2027年に向けて動き続ける。

2022年から5年間の東海エリアの主なプロジェクト(いずれも予定)

出典:公式ホームページ、公式発表資料などを基に
三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

2022



●ジブリパーク(愛知県)
●国際芸術祭あいち2022(愛知県)
●ポートメッセなごや
新第1展示館(愛知県)
●柳ケ瀬グラッスル35(岐阜県)

2023



●ステーションAi(愛知県)

2024





●新中日ビル(愛知県)
●東海環状自動車道西回り開通
(岐阜県～三重県)
※2024年度

2025

2026

●第20回
アジア競技大会
(愛知県・名古屋市)



●愛知県新体育館(愛知県)

2027
以降



●リニア中央新幹線(愛知県、岐阜県)

※2021年11月現在

企画広告掲載事例

中日新聞社広告局ホームページから、過去に掲載した広告事例を閲覧することができます。
中日新聞グループを活用したマーケティングの参考にご利用ください。

AD FiLE

中日新聞グループ各紙の最新ニュースをはじめ各種の業界情報や地域の話題、掲載事例や反響データなどの情報発信を目的としています。

編集発行　中日新聞社広告局
発行形態　A4版16頁フルカラー（隔月発行）予定
印刷部数　約1,700部
送 付 先　広告主（宣伝担当者宛）、取引広告会社、関連会社、制作会社などへ郵送



AD FiLEバックナンバー
https://adv.chunichi.co.jp/adfile/

企画反響レポート ACTION

中日新聞グループの広告事例をメールで配信し、新聞広告などを活用した具体的なマーケティング手法を紹介しています。
バックナンバーは掲載紙別、テーマ別に検索することができます。

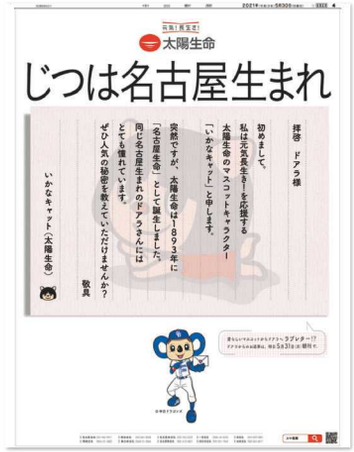


編集発行
中日新聞社広告局
配信形式　メール配信
配信頻度　随時
配 信 先　広告会社、制作会社など広告業界の方を中心とした希望者
（2021年11月時点では約2,000名に配信）

ACTIONバックナンバー
https://adv.chunichi.co.jp/action/

▶中日ドラゴンズの活用

球団マスコット「ドアラ」とのやりとりを紙面に
太陽生命「じつは名古屋生まれ」



「ドアラへのお手紙」
中日新聞朝刊・中日スポーツ2021年5月30日



「ドアラからの返事」
中日新聞朝刊・中日スポーツ2021年5月31日

元々は名古屋生命として名古屋で誕生した太陽生命（現在の本社は東京）が「じつは名古屋が発祥の地」であることをアピールするため、地元で人気のある「ドアラ」を起用したプロモーションを展開。
紙面でキャラクター同士の手紙のやりとりを表現。動画も作成し、SNSでも多くの反響を呼びました。



中日新聞朝刊・中日スポーツ2021年6月22日

その他企画事例はコチラ

▶読者の「生きた歴史」を次世代に伝える

読者の持つ知られざる「エピソード」や年代を感じる「写真」は魅力的なコンテンツとなります。
同世代の読者が当時の様子を懐かしむだけでなく、新たな世代への継承となり、家族とのコミュニケーションでも話題にしやすいという特徴があります。
暗い話題のニュースが多い中、心あたたまる話題を提供し、掲載後も多くの反響をいただきました。

愛知用水にまつわる読者のエピソードを募集!
通水60周年企画「愛知用水Memory」





中日新聞朝刊(市民版・全尾張版)　朝刊2021年9月17日他
※一部抜粋

木曽川の水を、水不足で苦しむ愛知県の知多半島にまで運ぶ“世紀の大事業”といわれた約112kmの幹線水路“愛知用水”。通水60周年の節目となる企画で、読者エピソードを募集しました。高齢者を中心に多くの応募があり、計7件のエピソードを掲載。そのどれもがリアルタイムで愛知用水の恩恵を実感してきた世代による“生きた言葉”でした。

読者から昭和30～40年代の写真を募集!
東京新聞えがおプロジェクト「笑和写真館」



東京新聞朝刊2021年8月31日他

東京新聞が取り組んでいる『えがおプロジェクト』の一環として、昭和30～40年代の懐かしい、ほっこり笑うことができる写真を読者から募集して掲載しました。時代を感じるモノクロやセピア色の写真の応募が多く昭和感の漂う懐かしい紙面となり、掲載後に読者からは続編を望む声が多く寄せられました。

主な主催事業、グループのリソース

主催事業

▶名古屋ウィメンズマラソン



ワールドアスレティックス（WA）によるマラソン・ロードレースの格付けで最高位の「プラチナラベル」に認定されている世界最大の女子マラソン大会です。

▶大相撲名古屋場所



1958年から毎年7月に日本相撲協会と共催で開催し、名古屋の夏の風物詩となっています。年6回の本場所のうち、日本相撲協会以外が主催に名を連ねる唯一の場所です。

東海地方の主なマラソン大会

名古屋シティマラソン
穂の国豊橋ハーフマラソン（以上3月）
奥三河パワートレイル
高橋尚子杯ぎふ清流ハーフマラソン（以上4月）
6時間ドームリレーマラソン（9月）
いびがわマラソン（11月）
みえ松阪マラソン（12月）

その他の大型イベント

名古屋フィギュアスケートフェスティバル（1月）
中日クラウンズ（4月）
第63期王位戦七番勝負第1局 前夜祭・大盤解説会（6月下旬）
やっとかめ文化祭（10月）
将棋日本シリーズ JTプロ公式戦（秋頃）
あいち花マルシェ
やきものワールド（以上11月）

子ども向け

中日少年野球大会・ポッカサッポロ杯（6～8月）
名古屋城こども王位戦（決勝）（8～10月）
将棋日本シリーズ テーブルマークこども大会（秋頃）
JAバンクあいち ドームドッジ2022inナゴヤ（11月）
名古屋少年サッカー大会（10月～2023年3月）

東京新聞の主な主催事業

ミロ展―日本を夢見て（2～4月）
東京マラソン2021（3月）
全国舞踊コンクール（3～4月）
日本トライアスロン選手権2022（10月）
ベルクグリューン・コレクション展（仮称）（10月～2023年1月）
兵馬俑と古代中国～秦漢文明の遺産展（11月～2023年2月）

展覧会など主催事業の最新情報はコチラ

〈中日新聞〉 〈東京新聞〉

グループのリソース

バンテリンドーム ナゴヤ



バンテリンドーム ナゴヤは、中日ドラゴンズが本拠地球場とするドーム型野球場です。中日ドラゴンズ公式戦の約200万人を含む年間約400万人が来場します。野球開催時の最大収容人数は36,370人です。短時間で効率的なプロモーションが可能です。

社会福祉法人　中日新聞社会事業団

中日新聞社会事業団は、年間約230件の福祉事業、災害発生時の義援金募集、児童養護施設・児童心理治療施設の「中日青葉学園」（愛知県日進市）の運営を行っています。東日本大震災では90億円を超える義援金を被災地に届けました。

ミツコシマエ　ヒロバス

旧中日ビル前の久屋大通公園では、イベント広場「ミツコシマエ　ヒロバス」の運営を行っています。パブリックビューイングやマルシェなど多彩な催しで、都心に新たな賑わいを生み出しています。



イベント広場「ミツコシマエ　ヒロバス」

グループのリソース

中日新聞販売店

中日新聞社が発行する中日新聞、中日スポーツなどを迅速に、確実に、丁寧に読者のもとへ毎日戸別配達しています。地域の情報に精通しており、地域事業の支援、防災士が厳選した防災グッズの販売、配達した新聞が残っていたら事前に登録された連絡先に連絡する見守り活動「み・まも～る」など、数多くの地域貢献活動を行っています。

販売店の数 ⇒ **約1,300店**（愛知県・岐阜県・三重県・滋賀県・長野県・福井県・静岡県）
従業員数 ⇒ **約30,000人**（2021年10月1日現在）

●中日新聞販売店の顕著な地域貢献例

一宮がっこうおうえん隊

中日新聞販売店も参加する愛知県一宮市内のNPO法人「一宮がっこうおうえん隊」は、市教育委員会からの要請に応える形で、市内の小学5・6年と中学校、合計61校の約660教室に、主要な新聞を届けています。行政と連携した教育支援の取り組みは、2021年日本新聞協会「地域貢献賞」を受賞しました。





中日新聞の人材研修ビジネストレーニング「ビズトレ」

2018年から行っている企業・団体向けプログラムで、これまで東海地方で約180回開き、5,800人余が受講しました。キャリアコンサルタントの資格を持つ元新聞記者ら経験豊富な社員が講師を務めます。「新聞の読み方」「伝わる文章の書き方」「時事問題解説」など新聞社ならではのものに「ハラスメント対策」「メンタルヘルス対策」「メディアリテラシー」といった講座を加えた12の多彩なプログラムを自由に組み合わせられます。



NIE（教育に新聞を）活動

NIE（Newspaper in Education）は新聞を教材として学校教育に役立てようという取り組みです。児童・生徒の社会への関心を高め、「情報を読み解く力」、「考える力」、「問題を解決する力」を身に付けてもらうことを目的としています。中日新聞社では、記者や教員OBが指導する「わくわく新聞講座」や新聞切り抜きコンクールを開いています。



中日新聞グループの歴史

明治

17. 9.25　東京・銀座「新聞町」にて『今日新聞』創刊
19. 3　大島宇吉ら自由民権運動の同志が、名古屋市宮町で『無題号』を、また竹内善七ら文化人が『金城たより』創刊
20. 7.31　無題号を発展、日刊『愛知絵入新聞』を創刊
21. 7. 5　愛知絵入新聞を『新愛知』と改題
21.11.16　今日新聞を『みやこ新聞』と改題
22. 2. 1　みやこ新聞を『都新聞』と改題
23. 2. 1　『国民新聞』創刊
27. 4.21　金城たよりを『真金城』と改題
29. 7. 7　真金城を『中京新報』と改題
39.11. 3　中京新報を譲り受けて『名古屋新聞』を創刊、真金城からの紙齢を引き継ぐ

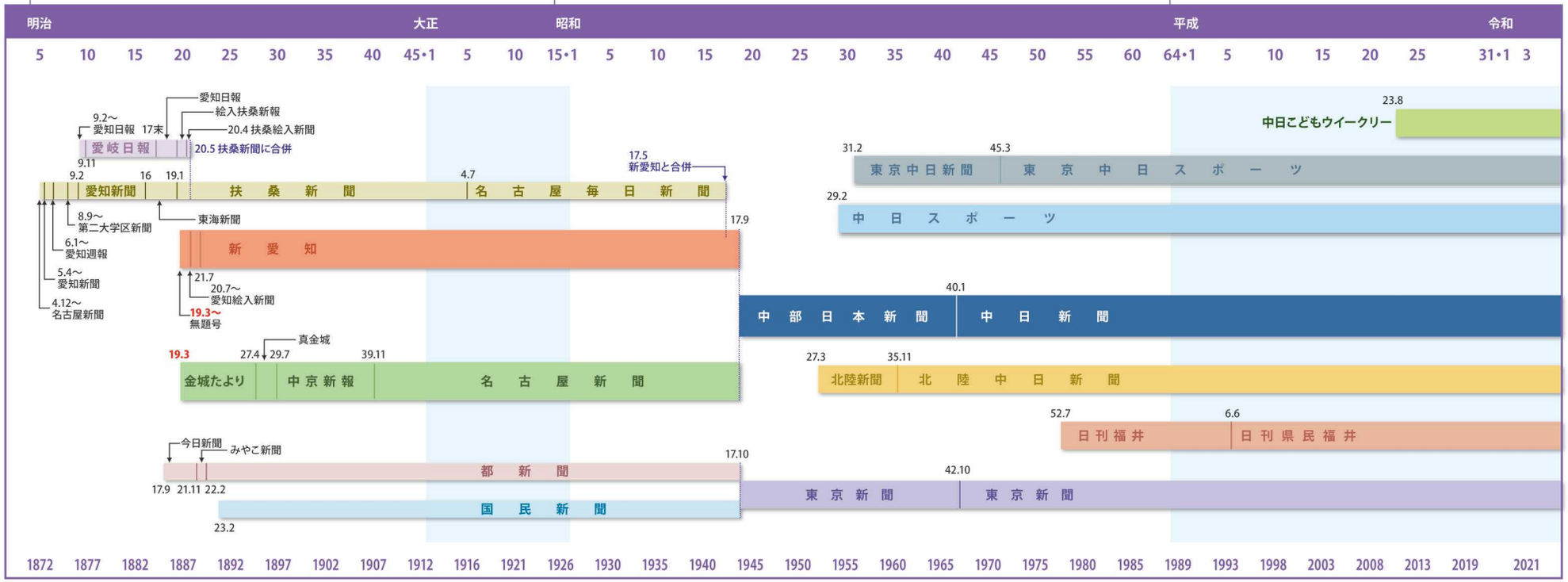
昭和

8. 5. 1　新愛知が『国民新聞』の経営権を譲り受け、東京に進出
17. 9. 1　新愛知と名古屋新聞社が合併、株式会社中部日本新聞社を設立。『中部日本新聞』を創刊
17.10. 1　都新聞と国民新聞が合併、『東京新聞』を創刊
27. 3　『北陸新聞』創刊
29. 2.25　『中日スポーツ』創刊
31. 2.23　『東京中日新聞』創刊
35.11. 1　『北陸中日新聞』創刊。北陸新聞から紙齢を引き継ぐ
38.11. 1　中部日本新聞社と東京新聞社が業務提携
40. 1. 1　中部日本新聞を『中日新聞』と改題
42.10. 1　東京新聞社の営業権譲り受け、『東京新聞』を発行。品川の新社屋に中日新聞東京本社を置く
45. 3. 1　東京中日新聞を『東京中日スポーツ』と改題
52. 7. 1　『日刊福井』創刊
56. 4.25　東海本社開設　4本社体制となる

平成・令和

5. 1　中日新聞社と日刊福井業務提携
6. 6.15　日刊福井を『日刊県民福井』と改題
18.10. 1　中日新聞東京本社を品川から日比谷へ移転
22.10.12　中日新聞北陸本社を移転
22.12. 1　品川フロントビル完成
23. 8. 6　『中日こどもウイークリー』創刊
24. 6.12　会員制インターネットサービス『中日新聞プラス』サービス開始
26. 8. 1　『東京新聞電子版』サービス開始
28. 9. 1　中日新聞社創業130周年
31. 3.29　『東京中日スポーツ電子版』サービス開始

3. 9. 1　中日新聞社創業135周年
4.10. 1　東京新聞創刊80周年



中日新聞社

名古屋本社
〒460-8511　名古屋市中区三の丸1-6-1
☎052(221)0686

岐阜支社
〒500-8875　岐阜市柳ヶ瀬通1-12
☎058(266)4791

東京本社
〒100-8505　東京都千代田区内幸町2-1-4
☎03(6910)2483

北陸本社
〒920-8573　金沢市駅西本町2-12-30
☎076(233)4640

東海本社
〒435-8555　浜松市東区薬新町45
☎053(421)9118

大阪営業支社
〒530-0003　大阪市北区堂島2-1-43
☎06(6346)1115

福井支社
〒910-0005　福井市大手3-1-8
☎0776(28)8606

ホームページのご案内

中日新聞社広告局 ホームページ
https://adv.chunichi.co.jp/

メディアデータ、各種媒体資料、広告事例など
中日新聞グループの広告に関する最新情報が満載。