

MEDIA BOOK

読売新聞 と 出版広告

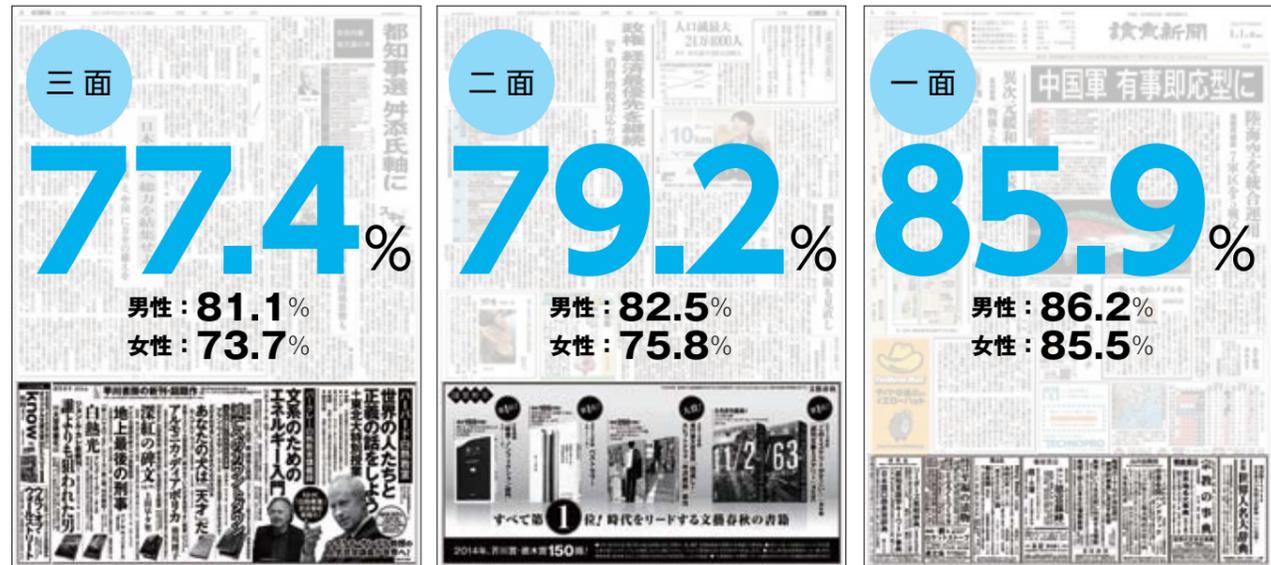
書物のない部屋は
魂のない肉体のようなものだ。

キケロ（ローマの政治家、哲学者 / B.C.106 ~ B.C.43）

新聞は出版広告の展開に欠かせない媒体です

出版広告のある記事面は読まれています

一、二、三面の面別接触率は他面と比べ高く、最重要ニュースの近くに出版広告があります。



2011年10月1日～2014年9月30日
J-MONITOR定期面別接触率調査
(読売新聞・首都圏)

出版広告は読まれています

出版広告に関心がある人の約半数が、新聞広告から情報を入手しています。



2013年 J-READ(全国)

読売新聞に掲載された出版広告は、読売新聞の他業種の広告よりも注目されています。



この場合の「出版広告」とは、2011年4～12月は「書籍」、「週刊誌(隔週含む)」、「月刊誌(季刊・隔月含む)」、2012年1月からは「書籍」、「週刊誌」、「その他雑誌」の業種に該当する広告。

この場合の「その他広告」とは、上記業種を除く全ての広告。

2011年4月1日～2014年11月30日
J-MONITOR定型調査平均値
(読売新聞・首都圏)

読売新聞の広告接触率の比較
(5段モノクロ)

だから、本が動きます!

読売新聞に出版広告を掲載すると本が売れます。掲載後の紀伊國屋書店での本の売れ行きをみると、掲載前日に比べてグンと数字が上がっています。

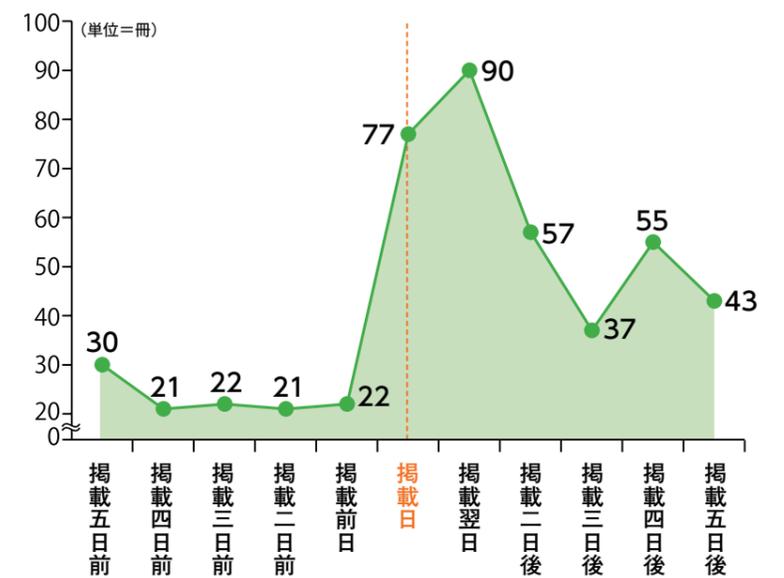
A社 本のジャンル: 政治、外交

出稿による反響

掲載日当日の販売冊数増
(前日比+55冊、350%)

KINOKUNIYA PubLine より

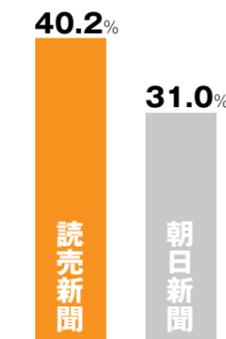
※期間内に朝日新聞、毎日新聞、日経新聞への当該広告掲載なし



読売新聞読者は読書に積極的です

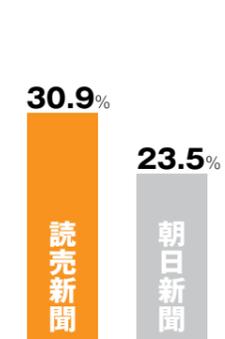
読売新聞読者は新聞広告を見て本を買い、日頃本を読み、周りの人に情報を広めます。

新聞広告を見て、本・雑誌を
買いに行った人への到達率
(n=9,960)



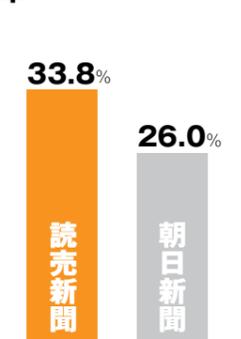
2013年 J-READ(関東1都6県)

日頃の趣味が読書(本や雑誌)と
答えた人への到達率
(n=793)



2014年4～6月
ACR/ex東京50km圏

話題を広めたり、物事を他人に
薦めるほうと答えた人への
到達率 (n=9,799)



2013年 J-READ(関東1都6県)

読売新聞社の取り組み

21世紀活字文化プロジェクト



読売新聞社は、劇作家の山崎正和さんを推進委員長とする「活字文化推進会議」を立ち上げ、出版業界をはじめ各地の教育機関のご協力により「21世紀活字文化プロジェクト」を展開しています。その活動も10年以上が経過し、内容は、絵本の読み聞かせや大学での公開講座から被災地の学校図書館支援活動まで幅広いものとなっています。また、2014年度からは、全国高等学校ビブリオバトルを開催し、次代を担う若者が活字と出会う機会づくりに取り組んでいます。

新 成毛眞の 読書スタイル

30回実施した「新!読書生活」に代わり新たにスタートした対談企画。読書ナビゲーターにノンフィクション紹介サイト「HONZ」代表の成毛眞氏を迎え、話題の作家と読書の楽しさやこれまでの読書体験などについて語り合います。全国の有力書店のご協力のもと、書店応援団として企画をサポートする精鋭書店員の情報も絡めて、これまでにない良書との出会いをお届けします。



成毛眞さん

学校図書館 げんきプロジェクト

全国学校図書館協議会などと協力して、東日本大震災で大きな被害を受けた岩手、宮城、福島3県の小中高校の図書館に、地元の書店を通じて本を贈るための募金活動「学校図書館げんきプロジェクト」を2011年12月に発足させ、これまでに2億2千万円を超える募金が集まり、のべ1315校に本が寄贈されました。



講演する辻村深月さん

お父さんとお母さんの 読みきかせ教室

宮西達也さんや長谷川義史さんなどの人気絵本作家を講師に迎えた読み聞かせ会。毎回多くの親子が参加しています。地域の施設だけでなく、保育所を持つ企業や団体などに出向いて開催します。また科学の本を読もうという新しい読書の提案にも取り組んでいます。



絵本作家による読み聞かせ

活字文化 公開講座

読書や活字文化などをテーマに大学と共催で行う公開講座です。作家や評論家などの基調講演のほか、出演者・教授と現役学生を交えたトークセッションも行います。



盛り上がるトークセッション

読書 教養講座

本好きの学生を増やすため、2005年から大学と共同で始めた単位を修得できる正規の授業。関西大、西南学院大で開講。講師は学内教師陣のほか、活字文化推進会議が依頼した作家や学者、評論家など。一部授業を市民に公開しているのも特色の一つです。



講演する又吉直樹さん

書評合戦 ビブリオバトル

京都大学の研究室が発祥のビブリオバトルは、お気に入りの本を持ち寄り、その魅力などを紹介し合い、一番読みたくなった本（チャンプ本）を決める知的書評ゲーム。「人を通して本を知る。本を通して人を知る」というキャッチコピーとともに、若年層の読書推進イベントとして注目されています。

ビブリオバトル公式ルール

- ① 発表者（バトルー）が読んで面白かった本を持って集まる
- ② 順番に一人5分間で本を紹介する
- ③ それぞれの発表のあとに参加者全員でその発表に関するディスカッションを2〜3分行う
- ④ 全員の発表が終了した後に「どの本が一番読みたくなったか?」を基準とした投票に参加者全員で行い、最多票を集めたものを「チャンプ本」とする

◆高校日本一のチャンプ本を決める! 全国高等学校ビブリオバトル

9つの地区予選を勝ち抜いた代表16名による決勝大会を行います。

地区予選:北海道、東北、関東・甲信越、東海、北陸、関西、四国、中国、九州・山口



全国高校ビブリオバトル2014関東・甲信越大会のBブロックで優勝した平田祐さん(11月23日、よみうり大手町ホールで)

決勝大会(全国大会) 東京・よみうり大手町ホール

全国の主要書店にて、決勝大会に登場した16冊でのフェアを開催

◆発祥の地 京都での決戦! 全国大学ビブリオバトル

大学生の全国大会を主催し、若者が活字と出会う機会を創っています。



全国大学ビブリオバトル2014京都決戦で優勝した半田鈴音さん(12月14日、京都大学で)



2014年6月8日(朝刊)



2014年9月11日(朝刊)

大学出版部と連携した イベントを行っています

2014年6月、専門外の本にふれる意義を考える読書イベント「将来リーダーになる君へ」が京都大学で行われました。自然科学、人文社会学それぞれの分野で世界的な業績を上げた佐藤文隆・京都大学名誉教授、山内昌之・東京大学名誉教授が自らの学生時代を振り返りながら、本の選び方のコツや読書から幅広い素養を身につける大切さを訴えました。その採録特集を8月29日朝刊に掲載しました。



2014年8月29日(朝刊)

読売新聞の書評面

「本よみうり堂」(日曜朝刊)

毎週日曜日の朝刊に書評面「本よみうり堂」を掲載しています。週ごわりコラムや「著者来店」のコーナーなど多彩な角度で本の紹介を行っています。



2014年11月23日(朝刊)

「本よみうり堂」(月曜夕刊)

第1・3月曜には人気作家のインタビューやベストセラーランキングを掲載。第2月曜は文庫の情報を、最終月曜にはコミックの情報を掲載しています。



2014年12月8日(夕刊)

「週刊KODOMO新聞」(土曜夕刊)

子ども向けの特集「週刊KODOMO新聞」内で、児童書の新刊案内や図書館の情報、ジュニアプレス記者による書評が掲載されています。



2014年12月6日(夕刊)

「本よみうり堂」の作り方

編集委員 鵜飼 哲夫



新聞というと、政治面や社会面などを思い浮かべる人が多いでしょう。事件、事故、政局、選挙……。日々の出来事を迅速かつ正確に報道するニュースは新聞の基本です。これに対して書評面は、本の紹介、批評で、いわゆるニュースとはちょっと違うようにみえます。でも、書評もまたニュースです。小説は、英語で言うと novel。この言葉には斬新な、見たこともない、という意味もあり、小説とは、これまでに読んだことのないニュースな話なんですね。事件や事故の真相を探り、「黒い霧」に迫るノンフィクションはニュースの発掘です。そして、政治学や経済学、自然科学などの専門書は、常識とされたものの見方を疑い、新しい実験道具や斬新な視点から、世界の新しい見方、考え方を私たちに教えてくれるニュースです。

「本よみうり堂」は、人間が知恵によって生み出した言葉の世界のニュースを、読者に届ける紙面です。1日200冊以上の新刊が出版される情報化社会。その中でどれがニュースな本なのか、それを見極めるのは容易ではありません。記者の能力には限りがあり、読む時間にも限りがあります。しかし、記者は足で稼ぎます。文芸、論壇、歴史……。様々な分野の専門記者は、出版社の編集者や書店員や評論家など、本

の目利きに取材し、鵜飼の目、どの本がニュースなのかを探し出す、目利きを見極める目利きたらん、と日々、歩き回り、読み込んでいます。

同時に、「本よみうり堂」では、同志社大学学長で国際政治学者の村田晃嗣さん、直木賞作家の唯川恵さん、宮部みゆきさんら19人の読書委員に2週間に1度、読売新聞東京本社に集まっていたが、新刊をチェックしたうえで、どの本を書評するか、活発な討議をしています。会合は毎回4時間近くに及び、「これは出汁の利いてないうどんみたいな小説」など、辛辣な意見が出ることもあります。様々な分野の専門家による斬新な発言が、他の委員の驚きを呼び、それがきっかけで議論が発展することもあります。

かつて異業種交流ということがよく言われました。委員会は、まさにさまざまな分野の専門家が交流し、新しい知とニュースを発見する場なのです。

ニュースは、いい情報の提供があって成立します。本をつくる現場の出版社の編集者、広告や営業担当の社員、そして本屋さんがあっての書評面です。これからも「本よみうり堂」は、足で情報を稼ぎます。いい本を読者に伝えたい。それは本に携わる人たちの共通の思いだからです。

2015年読書委員リスト(50音順)

- | | | |
|------------------------|-------------------------|---------------------|
| 青木淳 (建築家) | 牧原出 (政治学者・東大教授) | 唯川恵 (作家) |
| 岡ノ谷一夫 (生物心理学者・東大教授) | 松井彰彦 (経済学者・東大教授) | 若松英輔 (批評家) |
| 月本昭男 (旧約聖書学者・上智大特任教授) | 松木武彦 (考古学者・国立歴史民俗博物館教授) | 渡辺一史 (ノンフィクションライター) |
| 出口治明 (ライフネット生命 CEO) | 松山巖 (評論家・作家) | 橋本五郎 (本社特別編集委員) |
| 濱田武士 (漁業経済学者・東京海洋大准教授) | 宮部みゆき (作家) | 尾崎真理子 (本社編集委員) |
| 平松洋子 (エッセイスト) | 村田晃嗣 (国際政治学者・同志社大学学長) | |
| 前田英樹 (批評家・立教大教授) | 本谷有希子 (作家・劇作家) | |

読売出版広告賞

「言葉」や「活字」に特にこだわった出版広告の特性を重視して、1996年に出版広告に限定した広告賞を創設しました。出版界の発展に貢献することを目的とし、毎年実施しています。



第19回大賞

小学館
「連載20周年名探偵コナン」

第18回大賞



第17回大賞



第16回大賞



読売出版広告賞

大賞受賞作品(第1回~第18回の大賞受賞一覧)

- 1回 岩波書店「広辞苑」
- 2回 小学館「ビッグ作家6人の究極の短編集」
- 3回 講談社「五体不満足」
- 4回 童話屋「葉っぱのフレディ」
- 5回 小学館「日本国語大辞典 第二版」
- 6回 草思社「声に出して読みたい日本語」
- 7回 数研出版「チャート式シリーズ」
- 8回 コンデナスト・ジャパン「GGJ ジャパン」
- 9回 宝島社「四日間の奇蹟」
- 10回 大修館書店「日本語が、大問題。」
- 11回 小学館「小学館の学習雑誌」
- 12回 講談社・集英社「リアル×バガボンド」
- 13回 新潮社「蟹工船」
- 14回 新潮社「1Q84」
- 15回 集英社「リアル」
- 16回 白泉社「つなぐれ!! 想い。がんばろう。日本!!」
- 17回 国書刊行会「知の蒐集 国書刊行会 40th Anniversary」
- 18回 小学館「日本美術全集」

未来の世代に向けて

小学生に習慣として新聞に親んでもらうことを目指し、2011年3月「読売KODOMO新聞」を創刊、順調に発行部数を伸ばし、小学生新聞でトップを独走しています。2014年11月には読者の成長に合わせ、中学生・高校生をターゲットにした「読売中高生新聞」を創刊しました。

小学生
対象

読売KODOMO新聞
よみうりこども新聞

毎週木曜日発行・タブロイド20ページ

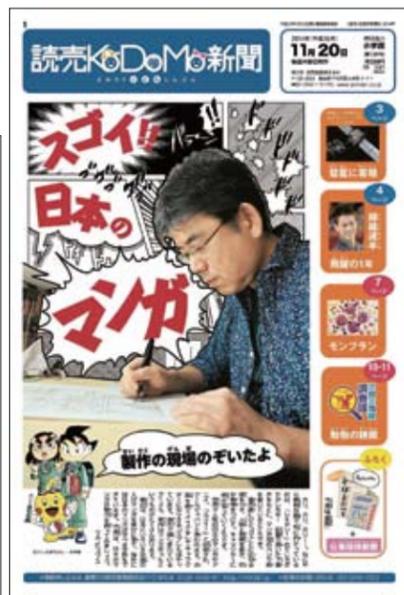
主な内容

1週間のニュースを社会部記者が小学生向けに分かりやすく解説。さらに小学館が特別協力に入り、「名探偵コナン」の人気キャラクターが時事ワードを教えてくれるコーナーも。日常で使える英会話や国語・算数などの学習ページも充実し、楽しみながら学べる内容になっています。

また、「本屋さんイチオシ」コーナーでは、書店員さんが本気で選んだオススメ絵本を紹介。世代を超えて読まれているロングセラーから、いま話題の本まで幅広く紹介しており、子どもたちが素敵な本と出会える機会をつくっています。



2014年10月30日



2014年11月20日

ティーン
対象

読売中高生新聞

毎週金曜日発行・タブロイド24ページ

2014年11月創刊

主な内容

中学生・高校生が知っておくべきニュースをカラー図表などを用いて分かりやすく解説。

様々な仕事を紹介するコーナーやThe Japan Newsの記事を題材にした英語の学習ページもあり、ためになる情報が満載。

また、投稿面などと連動した投稿系スマホアプリ[Yteen]を独自開発し、10代の若者との双方向コミュニケーションを可能にしました。

「ほんのレストラン」「本屋さんぼ」などのコーナーでは中高生向けの本や話題性に富んだ書店を紹介しています。小学館の特別協力で若者向けの小説やコミックも連載。活字離れが危惧される世代へ、活字が持つ魅力を伝えられるような紙面作りを目指しています。



2014年11月7日



2014年12月5日

若年層向け企画・イベント

次世代を担う子どもたちに本に親んでもらうべく、広告企画や各種イベントを通じて児童書の魅力を伝えるなど、さまざまな取り組みを行っています。

児童書一面サンヤツ企画(春・夏・冬)

入学シーズン、夏休み前、クリスマス前などの児童書の需要期に実施しています。表紙の写真をカラーで掲載、読者の目を引く企画です。



2014年3月24日(朝刊)

MOE 絵本屋さん大賞

MOE 絵本屋さん大賞とランキング入り作品への注目度を高める企画です。



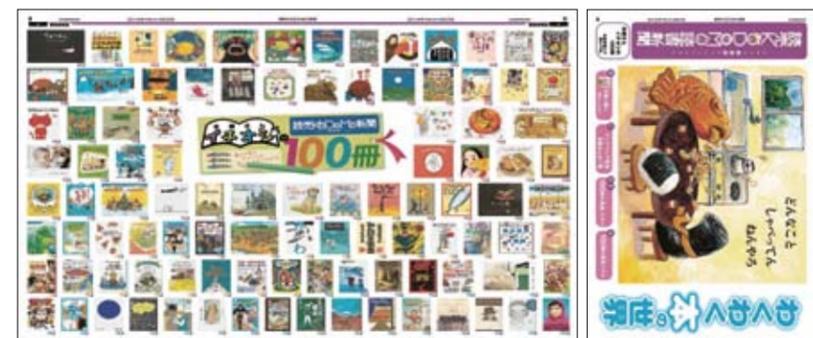
2014年12月29日(朝刊)

本屋さんイチオシの100冊フェア



2014年6月2日(朝刊)

読売KODOMO新聞「本屋さんイチオシ」コーナーで紹介した絵本・児童書の書店フェアを全国169書店で行いました。選ばれた100冊は読売新聞朝刊と、読売KODOMO新聞で紹介しました。



2014年5月29日(KODOMO新聞)

上野の森 親子フェスタ [主催: 子どもの読書推進会議、一般財団法人出版文化産業振興財団(JPIC)]

2000年の子ども読書年から、毎年ゴールデンウィークに上野公園一帯で開催される、親子イベントです。絵本や児童書が特別価格で販売される「チャリティ・ブック・フェスティバル」をはじめ、読み聞かせ会や講演会など盛りだくさんの催しがあり、例年大きなにぎわいを見せています。



2014年4月6日(朝刊)



2014年5月2日(朝刊)

広告掲載事例

多彩な企画 広告

ニュース性や話題性の高いテーマを扱ったさまざまな広告企画を実施しています。

教養新書企画

岩波書店、中央公論新社、講談社の3社による、書店フェア連動企画を実施しました。「日本の針路」をテーマに厳選した30冊を紹介しました。



2014年2月11日(朝刊)

動物関連書企画

動物写真家として著名な岩合光昭さんに、ネコや自然との付き合い方について伺いました。



2014年4月17日(朝刊)

警察小説企画

警察小説でお馴染みの堂場瞬一さんと、警察監修チーム・倉科孝靖さんによる対談を採録し、警察小説の楽しみ方を紹介しました。



2014年4月28日(朝刊)

紀伊國屋ビル 竣工50周年対談企画

紀伊國屋書店・高井昌史社長と、作家・門田隆将さんによる記念対談を採録し、読書や書店の魅力を伝えました。



2014年11月21日(朝刊)

池井戸新聞

いま注目の作家・池井戸潤さんの作品の魅力を伝える4ページの企画を実施しました。池井戸作品の読みどころや名言などを、読売新聞独自の記事コンテンツを模した形で紹介するという斬新さにより、多方面からの反響がありました。

2014年9月3日(朝刊)



読者の声

なぜ新聞の中ほどに1面があるのかとびっくりしました。(男性40代)

後からじっくり読みたいと思ったところ、抜き取り易くなってとても良かった。(女性50代)

全て丁寧にじっくり読みました。広告を熟読したのは初めてです。まだ読んでいない作品を買求め、読もうと思っています。本当にいい広告です!(男性60代)

J-MONITORより

広告掲載事例

SNSでも話題となりました。



「新聞の中に新聞」という斬新さが目を集めました。さらに、3万部増し刷りし、出版社、取次会社、書店で活用されました。

池井戸さんの作品を出版している全出版社8社のサンヤツを掲載しました。

広告掲載事例

書店とのコラボレーション

ミステリーブックフェア

日本推理作家協会、日本出版販売とともに、ミステリー作品を紹介する紙面企画を掲載しました。書店フェアとも連動しており、フェアスタート当日には4名の人気作家による座談会を掲載。さらに個々の作家に焦点を当てたインタビュー特集を週がわりで展開し、フェアを盛り上げました。また雑誌「ダ・ヴィンチ」との連携やSNSの活用でフェアの認知度アップを図りました。



2014年2月23日 (朝刊)



2014年3月2日 (朝刊)



2014年3月9日 (朝刊)



2014年3月16日 (朝刊)



2014年3月23日 (朝刊)

書店フェア

ポスター、POPなどの販促ツールも制作し、全国約550書店でフェアを実施しました。



八重洲ブックセンター日比谷チャンテ店



POP



ポスター

雑誌「ダ・ヴィンチ」

新聞紙面とは異なる、座談会の別バージョンを掲載。またWEBサイト「ダ・ヴィンチNEWS」でも展開しました。



facebook

ミステリー作品やフェアを実施している書店を紹介しフェアを盛り上げました。



書店フェアと連動した立体的な取り組みは、広告の反響を高め、販売促進に効果があります。

本屋さんへ行こう!

読者に書店に足を運んでもらう取り組みとして、日本書店商業組合連合会の協力を得て、夕刊マルチ広告特集「本屋さんへ行こう!」年に2回実施しています。



2014年9月10日 (夕刊)

期間中、書店で本、雑誌を買ったレシートをはがきに貼って送ると図書カードが当たるプレゼントキャンペーンを行っており、2014年は約3万通の応募がありました。



店頭ポスター

トーハン協力

「元気に食べて長生きできる本」

トーハンの「ほんをうえるプロジェクト」と連携し、シニア向けを中心とした体にやさしい料理レシピ本を集めました。

全国500書店でフェアを実施しました。紙面とデザインを合わせたフェアパネルを配布することでフェアを盛り上げ、販促効果を高めました。



書店フェアパネル



2014年4月20日 (朝刊)

キノベス!

紀伊國屋書店のスタッフが全力でおすすめする本を集めた特集を掲載しました。

ランクインした本を紹介するとともに、1位「想像ラジオ」の著者・いとうせいこうさんの特別寄稿を掲載しました。



2014年2月9日 (朝刊)

トピック別の掲載事例

各賞

書籍が最も脚光を浴びる各賞の受賞。作品と受賞をニュースのまま広告で読者に伝え、購入意欲をかき立てます。

「第151回芥川賞」 文藝春秋



2014年8月9日(朝刊) 全3段

「2014年本屋大賞」 新潮社



2014年4月16日(朝刊) 全5段

「第67回日本推理作家協会賞」企画



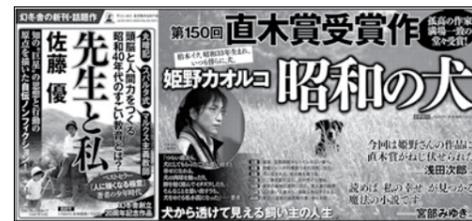
2014年5月21日(朝刊) 全7段

「第65回読売文学賞」 受賞作品企画



2014年2月24日(朝刊) 全5段

「第150回直木賞」 幻冬舎



2014年1月25日(朝刊) 全5段

「第151回直木賞」 KADOKAWA



2014年7月30日(朝刊) 全5段

「第50回谷崎潤一郎賞」ほか 集英社



2014年11月4日(朝刊) 全5段

「料理レシピ本大賞 in Japan 2014」 受賞本企画



2014年9月20日(朝刊) 全15段

映像化作品

映画公開やテレビ放送の前後は原作本の一大需要期。映画とのタイアップ企画、原作者インタビュー、テレビ面での出版広告など、読者の注目を集めて相乗効果を狙います。

映画「思い出のマーニー」企画 徳間書店・白泉社



2014年8月8日(朝刊) 全60段

映画「蝸ノ記」企画 祥伝社



2014年9月10日(朝刊) 全15段

テレビドラマ「Nのために」 双葉社



2014年11月21日(朝刊) 全3段

テレビドラマ「信長協奏曲」 小学館



2014年10月13日(朝刊) 全3段

各種キャンペーン

キャンペーンに込めるイメージや詳しい内容を、一覧性を保ちつつ伝えられる新聞広告。広告サイズ、面、多色の工夫でキャンペーンが際立ちます。

「ナツイチ 2014」 集英社



2014年7月4日（朝刊）一面3段+テレビ面3段

「レタスクラブ通巻800号」 角川マガジンス



2014年5月24日（朝刊）全15段

「酒のほそ道連載 1000回」 日本文芸社



2014年6月22日（朝刊）5段1/2

「『だるまさんが』ミリオンフェア」 プロンズ新社



2014年3月18日（朝刊）5段1/2

出版広告スペース

一面・サンヤツ（三段八割）

半世紀を超える歴史を持つ、朝刊一面の書籍広告スペースです。全体に統一感のある美しい連合広告で、まさに新聞の「顔」となる新聞広告の原点です。2011年よりデータ入稿を始めております。



2014年1月1日（朝刊）

一面・サンムツ（三段六割）

定期刊行物(主として雑誌・ムック)の広告スペースです。ロゴの使用が可能ですので、デザイン面でも読者への強い訴求が期待できます。



2014年7月22日（朝刊）

「ぱっ!!とカラー」

モノクロで入稿した原稿に、部分的に色をつけて強調できる「ぱっ!!とカラー」を、サンムツではご利用いただけます。

「ぱっ!!とカラー」利用条件

- 指定色(24色)から1色選択
- 色かけ範囲は雑誌名のみ
- 面積は全体の30%まで(面積は文字の矩形で換算)
- 別途付加料金がかかります

書評面・五段十二割

毎月最終日曜日の書評面に掲載。書籍とムックの広告スペースとしてご利用いただけます。



2014年1月26日（朝刊）

調査概要

2013年全国新聞総合調査（J-READ）

調査期間	2013年10月20日(日)～10月26日(土)
調査地域	全国47都道府県の全域
調査対象	満15～69歳の男女個人
サンプリング	RDD(ランダム・デジタル・ダイヤリング)により調査対象者を抽出し、調査への協力を依頼
調査方法	調査の依頼に応諾した対象者へ日記式調査票と付帯調査票を郵送で配布し、郵送で回収
有効回収数	全国計28,826
調査企画・設計／レターヘッド・実査	株式会社ビデオリサーチ

注：標本サイズは各都道府県の15～69歳人口に合わせたウエート集計後の規正標本サイズを表しています。回収数とは異なることにご注意ください。

2014年度 ACR/ex 調査概要（4～6月調査回）

調査エリア	東京50km圏
4～6月オフィシャル有効標本数	4,584
標本抽出方法	ARS(エリア・ランダム・サンプリング)
調査方法	訪問による調査対象者説得、電子調査票による調査
調査対象者	12～69歳の男女個人
調査依頼期間	1年間のパネル化(6か月ごとに半数ずつ入替)
2014年4～6月調査回調査期間	3月1日(土)～30日(日)
	4月4日(金)～20日(日)
	5月2日(金)～25日(日)
	6月2日(月)～22日(日)

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」

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
調査エリア	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、福岡県
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人。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し、複数パネルを交互に運用する
実査日（時間）	広告掲載翌日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

読売新聞社

東京本社 広告局

〒100-8055 東京都千代田区大手町 1-7-1
TEL：03-3242-1111（大代表）

特に出版広告のお問い合わせは

TEL：03-3216-7794（広告第三部）

大阪本社 広告局

〒530-8551 大阪市北区野崎町 5-9
TEL：06-6361-1111（大代表）

特に出版広告のお問い合わせは

TEL：06-6366-1723（広告第一部）

西部本社 広告局

〒810-8581 福岡市中央区赤坂 1-16-5
TEL：092-715-5847