

新聞社を 分析力×技術力×取材力

グループリソースの効果的提案

超える SNS拡散の数値化 Y×S

新聞社

読売新聞

MEDIA
GUIDE

2026 / 2027

読売新聞ならではの
圧倒的
リーチ力

マスメディアと
デジタルの
統合リーチ

マス施策を活かす
デジタル商品

“高級”で“上質”な
雑誌の世界観

“潜在層”を開拓する
オンオフ統合のプランニング

YOMIURI BRAND STUDIO

新聞社を 新聞

銀座通りと晴海通りの

冬のイルミネーションを企画・運営



50万人以上を動員する

かつてない食フェスイベント

大阪城公園で185日間、完走!



PR号外のデジタル版を制作し

東京駅のデジタルサイネージに掲出

わたしたちがご提案させていただくの

クライアントの課

多種多様なコミュニケーションやアイ

わたしたちは、新聞社を超え



を超越る 聞社

はいまや新聞広告ではありません。
題や要望に即した
デアのご提案をさせていただきます。
る新聞社を目指しています。



地方のテレビ局と連携し、
国際イベントの機運を盛り上げる
プロモーションを全国3箇所で実施



雑誌のトンマナそのままに、

広告主のブランドの世界観を体現するTV番組を制作

万博会場で全長130mある

巨大プロジェクションマッピングを投影



国内外のスタートアップや、

イノベーション創出を目指す

多様なプレイヤーが集まる

テックイベントの企画運營業務を受注

CONTENTS

- P03-04 読売グループリソース
- P05-06 グループリソースの活用事例
- P07-08 YOMIURI BRAND STUDIO
- P09 エリアビジネス
- P10-12 Y×S
- P13-14 声から読み解く読者像

P15-16 J-MONITORによる広告効果測定

P17-26 販売部数と読者データ

- P17-18 全国版
- P19 東京本社版
- P20 首都圏の購読者データ
- P21 大阪本社版・大阪セット版
- P22 西部本社版・北海道支社版・北陸支社版・中部支社版
- P23-24 都道府県別上位3紙 朝刊販売部数・世帯普及率
- P25-26 都道府県別全国紙上位3紙朝刊販売部数・全国紙シェア率



marie claire TV

読売新聞を購読する高所得世帯に折り込まれてデリバリーするプレミアムマガジンmarie claireの世界観を体現した番組を制作。ラグジュアリー企業のブランディングに貢献するため、BS日テレ、marie claire 誌、デジタルの3媒体で展開しています。

FYCS HOLDINGS (読売中京FSホールディングス)

読売テレビ、中京テレビ、福岡放送、札幌テレビがそれぞれの地域で持つ、番組制作やイベント開催、情報発信における強みを集結。これらと効果的に連携したプランをご提案します。



Action!伝統文化

日本人が守り伝えてきた伝統芸能や工芸の知恵と技術に触れ、鑑賞・体験・学ぶ機会を数多く作り出しながら、継承者の支援、ファンづくり、協賛企業のブランド価値向上というサイクルで様々な取り組みを実施しています。

写真：「2024年2月 春爛漫プレミアム文楽 (伊豆長岡温泉 三養荘)」より

大手小町 発言小町 防災ニッポン

marie claire digital yomiDr. 美術展ナビ YXS Ad Platform

ごびごびー 婦人公論.jp よみぽらんど

デジタル

0テレ BS0テレ CS0テレ

FYCS HOLDINGS ytv

テレビ

YOMIURI ARS MMS MARKETING YC 読売IS

マーケティング・プロモーション

よみうり大手町ホール YOMIURI OTEMACHI HALL

よみうりカルチャー

カルチャー・教育

読売教育ネットワーク YOMIURI EDUCATION NETWORK

CampusScope

職業活動に「情報力」 bunnabi.jp

読売

YOMIURI BR. YOMIURI X-S

読売新聞

YOL 読売新聞 オンライン

平均月間ページビュー 2億451万PV

平均月間UU 約2,344万UU

日本最大級のニュースメディア

● 朝の通勤や仕事の合間に速報ニュースを情報収集

● ビジネスパーソンをはじめ、幅広い世代をカバー

PC、モバイルともに、幅広い年齢層のユーザーからアクセスされるニュースサイトです。

PC+タブレット：23.0%

デバイス比率 (UU)

mobile 77, desktop 21, tablet 2

モバイル：77.0%

年齢 (UU)

18-24 13, 25-34 9, 35-44 20, 45-54 22, 55-64 26, 65+ 19

性別 (UU)

女性 43, 男性 57

居住地 (UU)

北海道 2, 東北 5, 関東 8, 中部 5, 近畿 18, 中国 13, 四国 5, 九州 5, 44

THE JAPAN NEWS

BY THE YOMIURI SHIMBUN

日本最大級の
日刊英字紙のデジタル版

大手小町

自分らしく生きる女性を
応援するサイト

美術展ナビ

Art Exhibition JAPAN

日本各地の美術展を
紹介する情報サイト

発言小町

月間5000万PV規模
日本最大級の掲示板サイト

※2025年6月～8月 (Google Analyticsによる)

新聞

AND STUDIO SOLUTIONS

新聞オンライン

新聞・雑誌

スポーツ・エンタメ

プロジェクト・イベント

読売KODOMO新聞

読売中高生新聞

THE JAPAN NEWS
BY THE YOMURI SHIMBUN

スポーツ報知
SPORTS HOCHI

marie claire

中央公論 婦人公論

婦人公論
女性の
生き方
研究所

日本美を守り伝える
TSUMUGU
紡ぐプロジェクト

目覚めよ
JAPAN

伝統文化

人生
適ハ!

marie claire
TV

IDOMU
読む未来

Carbon
2050
Neutral
Project

未来の
マネーフェス

2025
AGELESS
DAY

世界らん展 - 花と緑の祭典 -
JGP International Orchid and Flower Show

竜王戦

棋聖戦

©Pokémon. ©Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc.

※日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7月～12月平均

読売新聞のターゲティングメディア

marie claire

パリ生まれの
インターナショナル誌
『marie claire』の日本版



読売KODOMO新聞

「学び」の小学生向け
定期刊行物で
発行部数No.1*



読売中高生新聞

国内で
最も読まれている*
10代のための総合紙



yomiDr.
ヨミドクター

医療・健康・介護情報の
総合サイト



marie claire digital

ファッション&
ライフスタイルメディア



idea market
読売新聞クラウドファンディング

読売新聞が運営する
購入型クラウドファンディング



びびっぴー
福岡ふかぼりメディア

福岡愛に満ちた
福岡ふかぼりサイト



くらしのなかに
防災ニッポン

「くらしの中にある防災」を
キーワードにした防災情報サイト



婦人公論.jp

1916年創刊女性総合誌
『婦人公論』の公式ウェブメディア



よみぽうんど

読売新聞が運営する
ポイント・プレゼントサイト



CASE STUDY
1

取材・撮影・編集力、新聞社のリソースを注ぎ込んだ音声コンテンツ

(株式会社みずほフィナンシャルグループ協賛)

「ピッチサイド」はブランDEDポッドキャスト(1社提供)として、企画・制作・配信まで一気通貫でご提供しています。中澤佑二さん、中川絵美里さん、読売新聞の川島健司編集委員をナビゲーターに、プロサッカー選手や代表監督などをゲストにお招きし、サッカーを通じた人生観やテクニカル論、日本代表のこれからについてお聞きします。イベント形式での公開収録も実施しています。また、読売新聞や読売新聞オンラインの記事でも配信内容を掲載しています。リスナーとのエンゲージメントを強化し、ファン化を促進できるコンテンツです。



読売新聞ポッドキャスト
「ピッチサイド
日本サッカーここだけの話」



毎週火曜日に配信
企画制作：読売新聞社
協力：日本サッカー協会
協賛：みずほフィナンシャルグループ



中澤佑二さん
(サッカー元日本代表)



中川絵美里さん
(フリーアナウンサー)



▲特集紙面

ゲストの
実績



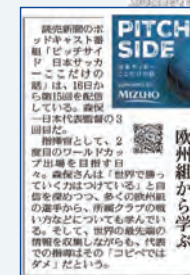
宮本恒靖さん
(日本サッカー協会会長)



森保一さん
(サッカー日本代表監督)



▲公開収録イベントの様子



▲告知記事

▼読売新聞オンラインでの採録記事



番組配信までの流れ



CASE STUDY
2

GROUP RESOURCE :

読売・日本テレビ文化センター よみうりカルチャー よみぽうランド YOL 読売新聞 オンライン

公開講座で学び、フォーラムで広げる コアなファンが支持するコンテンツ

読売新聞オンラインの人気コンテンツ「猫学（ニャンコロジー）」が、読売・日本テレビ文化センターで公開講座を開催する際にいなばペットフード株式会社にご協賛いただきました。よみぽうランドでもプレゼント企画を実施、さらに、スペシャルフォーラム「小泉今日子×ニャンコロジー 猫学フォーラムSpecial」にもご協賛いただき、読売新聞オンライン上でタイアップページを掲出していただきました。

▼読売新聞オンラインの人気コーナー「猫学」



▲広告主によるPRコンテンツ

▼よみカルでの公開講座



▼よみうりホールで開催されたフォーラム



▼よみぽうランド (PRページ) でのプレゼント



▼読売新聞オンラインでのイベント収録



CASE STUDY
3

GROUP RESOURCE :

よみうりランド ytv 読売新聞 YOL 読売新聞 オンライン
遊びを、まん中に。

お米の文化に触れて、食べて、 喜びを再発見してもらおうプロジェクト

コメの価格高騰が家計を圧迫する中、お米を育て、おいしく食べる文化を大切にしていこうと、「お米のよこび再発見」プロジェクトを始動。丸美屋食品、桃屋、象印マホービン、滋賀県、福島県伊達市、新潟県、福井県坂井市をプロジェクトパートナーとして、よみうりランドでお米の食べ比べやクイズラリー、ステージイベントを実施したほか、大阪でも読売テレビ食フェス内で「さわって学べるお米の食育ブース」を展開しました。

▼新聞本紙での開催告知



▼よみうりランドでのイベントの様子



▲特設サイト



▲読売テレビでのイベントの様子

YOMIURI BRAND STUDIO

各分野で強みをもつ企業と連携し、 企業のブランドコミュニケーション・コンテンツ制作を支援

YOMIURI BRAND STUDIOは、読売新聞の信頼性を基盤に、読売グループの機能と知見、コンソーシアム各社の技術を融合し、企業や社会の課題を解決する組織です。

めまぐるしく変化する時代のあらゆるニーズに応えるため、プロジェクトごとに最適なチームを結成。「戦略をつくる」「体験をつくる」「感動をつくる」の3つの柱を巧みに組み合わせ、新たな価値を創造します。



読売新聞の確かな分析力と信頼性、コンソーシアム各社のノウハウと新たな視点で、課題の抽出からコンセプト/戦略設計、効果検証や分析レポートまでワンストップで行います。

読売グループのメディアをはじめ、蓄積されたデータ、各種施設やイベントなど幅広いネットワークを活用し、最適なユーザー体験の創出とその共有・拡散まで、共感を生み出すコミュニケーションを実現します。

記事/写真	IPタイアップ	WEB制作	CM・映像制作
xR / CG	システム開発	グラフィック/冊子制作	

質の高い執筆力と編集力、コンソーシアム各社の豊富な制作実績と最新技術で、記事、映像、xRコンテンツなど、想像を超えるクリエイティブを生み出し、心を動かします。

社会と企業の課題解決を目指す
YOMIURI BRAND STUDIOの
コンソーシアム企業



CASE STUDY 1

PROJECT : 令和の家族に団らんを贈ろう。味の素「おかえり新聞」をプロデュース クライアントの課題に寄り添い、 紙とデジタルで温もりのある企画を提案

ライフスタイルの多様化に伴い、様々な理由で「家族と一緒に食事したくてもできない」方に向けて、新しい形の“団らん”を提案できないか検討。“共食”がもたらす「家族との心の繋がり」「家族とのコミュニケーション」を体験できる施策「おかえり新聞」をYBSでプロデュースしました。

見開きの新聞広告は、メッセージを書いて折りたたむとオリジナルの「おかえり新聞 食卓カバー」になり、遅れて帰ってくる家族に気持ちを伝えたり、温かいひと言を添えたりできる新しい形のコミュニケーションツールとなります。また写真とメッセージを入力することで、簡単にオリジナルのデジタル新聞を制作できる「おかえり新聞 ジェネレーター」を開発。食事中に家族で話したかった「その日の出来事」をデジタル新聞を通して伝えることができます。(広告主：味の素株式会社)



▲ おかえり新聞ジェネレーター



▲ メッセージを書いて箱形に折ると食卓カバーになる新聞広告



Web ページを見る

味の素
「おかえり新聞」

CASE STUDY
2

PROJECT :
marie claireの世界をTV、サロン、LINE公式アカウントとしてプロデュース
“高級”で“上質”な marie claire の
世界観を多様な形態でご提案

「marie claire」本紙の世界観をそのままに体现したTV番組「marie claire TV」をはじめ、会員組織「le salon de marie claire」、そして最新情報を届けるLINE公式アカウントがスタート。多彩なチャンネルを通じてブランドの新たな価値を創出し、読者と広告主をつなぐさまざまな出会いの場を提供していきます。

marie claire TV



marie claireの名を冠した1社提供番組を制作し、BS日テレで放送いたします。番組では提供社として、社名を表示・読み上げるほか、CM枠を1社で使用することができます。

TV番組に加え、雑誌「marie claire」、WEBサイト「marie claire digital」では、編集デザイン・テイストを生かしたタイアップページを制作・掲載いたします。TV、雑誌、新聞、デジタルなど様々な媒体を活用して、広告主のブランディングに寄与します。

le salon de marie claire



コンセプトは“知的で洗練された女性のための、特別な体験と出会いの場”。女性限定ゴルフコンペ「marie claire open golf」や、文化人や専門家を招いたトークショー、体験型講座など、ブランドの世界観を体现する多彩なイベントを展開します。協賛社様のニーズに合わせ、独自のカスタマイズイベントや戦略的なサンプリング施策の場としても幅広くご活用いただけます。

marie claire LINE公式アカウント



最新ニュースやトレンド情報、高い開封率を誇る「占い」や、会員向けプレゼント情報を定期的に配信するLINE公式アカウント。プッシュ通知でユーザーのリアクションを促し、「marie claire」の裾野を広げていきます。



CASE STUDY
3

PROJECT :
東京都環境公社「建築物環境報告書制度」の普及啓発に係る広報PR業務
法令や制度など難解な内容もかみ砕き、
伝わりやすい手段で伝える

東京都で新たに施行された「建築物環境報告書制度」の普及啓発の一環として、断熱性能や省エネ性能に優れ、太陽光パネルなどを備えた住宅のメリットをわかりやすく伝えるため、特設サイトや紹介動画をYOMIURI BRAND STUDIOで制作・展開しました。特設サイトではハローキティとタイアップ、TVCMではハローキティと日本テレビのお天気キャラクター そらジローが共演し、紹介動画ではFP1級の資格を持つサバンナ八木さんの出演で、目的にかなった媒体で目を引くキャラクターを設定し、面白くて分かりやすいプロモーション展開を実施しています。



◀特設サイト
「HELLO! 燃費のいい家 ここちよい暮らし」

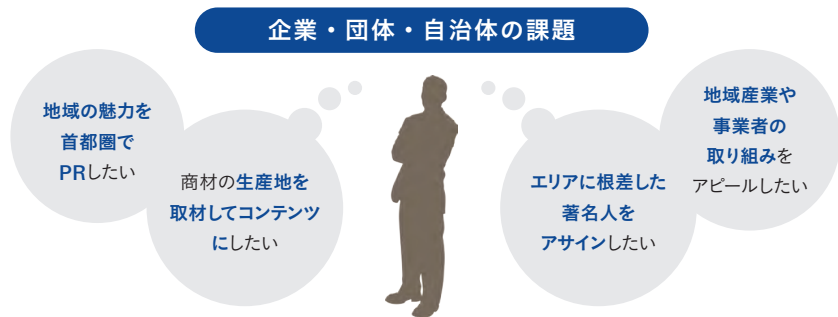


▲ 著名なキャラクターを起用した学び・解説動画



全国にあるリソースで エリアビジネスや地方自治体を支援

読売グループのリソースは、日本テレビ系列の地方局をはじめ、関連会社や施設など全国に広がっています。リソースを活用した「地域と全国」をつなぐプロモーションなど、エリア連携の手法を多く備えています。



CASE STUDY 1

地域に精通したクルーが制作した番組をBSで全国放送する



白河市のPRのため、「地元出身でラーメン愛溢れる芸人あばれる君が、市内の生産者をめぐって食材を集め、特製ラーメンを作る」というストーリーのTV特番を提案。番組制作は地元の産品や取材先に精通した福島中央テレビが担うことでクオリティの高いコンテンツ制作を実現し、BS日テレで全国放送、読売新聞では番組宣伝を兼ねた記事広告を掲載しました。 ※本事業は震災復興の加速、風評払拭を目的とした企画です



CASE STUDY 2

万博の機運醸成のため、複数の地方放送局とタッグを組み広域に訴求

子どもを対象にした万博機運醸成業務の施策の一つとして、YOMIURI BRAND STUDIOと複数の地方放送局（福岡放送、広島テレビ、中京テレビ）とでタッグを組み、イベントの開催及び広報・PRを実施しました。

イベント展開 「謎解き」+抽選会+記念撮影会



地上波展開 事前告知/当日取材/生中継など





YOMIURI X-SOLUTIONS (通称：ワイバイエス) は、新聞広告を含め、様々なメディアを組み合わせた提案に、豊富なデータを活かしたデジタルマーケティングを新たな軸として加えることで、広告主の課題を解決するために生まれたユニットです。

Web ページを見る

YxS Ad Platform
メディアガイド PDF はこちら
https://adv.yomiuri.co.jp/media/files/9138_YxSAdPlatform.pdf

ターゲティングに利用できるデータ

新聞購読・閲読データ



データ量 2026年2月現在

属性データ：約**790万ID**

データ連携メディア

- 読売新聞オンライン
- 読売巨人軍サイト

データ例

- 興味関心カテゴリデータ
- 読売グループ各種サイト来訪データ

TV視聴データ



データ量 2025年6月現在

TV台数：約**1,400万台**

データ連携メーカー

- ソニー
- パナソニック
- シャープ
- TVS REGZA

データ例

- 地上波 / BS / CS の番組データ
- テレビ CM データ

その他活用データ

出版物 データ 	アンケート データ 	企業IP データ 	チラシ データ 	就活・大学生 データ
名刺データ 	購買データ 	位置情報 データ 	ビジネスチャット 登録データ 	キャリア データ

活用例

目的

自社で販売している健康食品の認知を広げつつ、購買促進したい



活用データ

健康関心層を複数のデータから捕捉し、広告配信でアプローチすることが可能



<読売データ>
ヨミドクター来訪者



<テレビデータ>
健康番組

NEW!

AEON : WAON POINTデータを基にした広告配信・購買分析

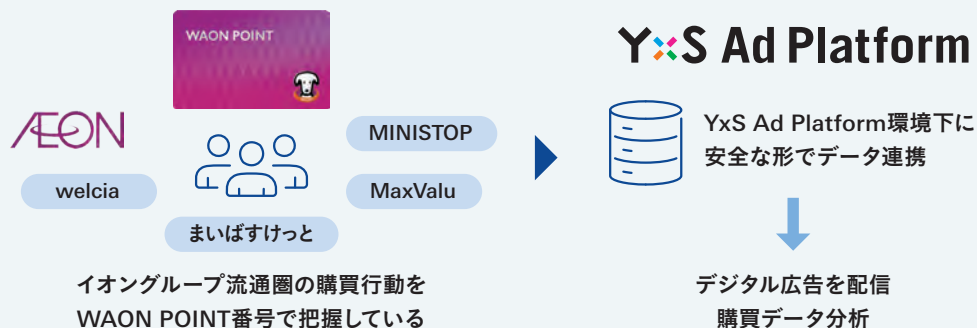


- ✓ イオンマーケティング（株）－読売新聞社の提携のもと、広告配信・購買データ分析ができる。
- ✓ WAON POINT番号に紐づいた、イオングループでの購買データが利用可能。



読売新聞

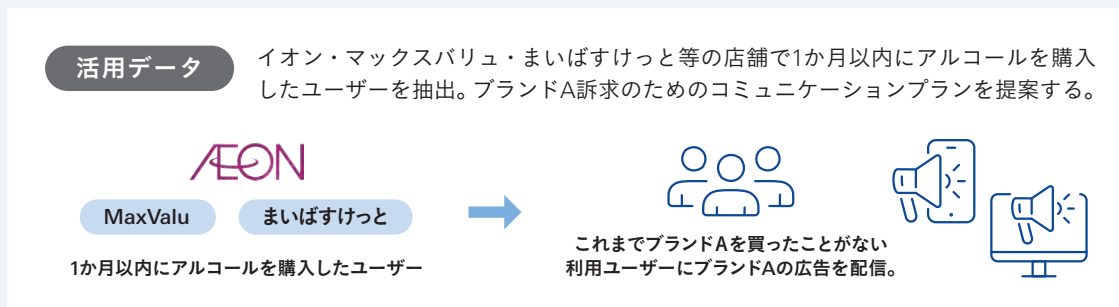
データ規模 2025年11月末時点



WAON POINT 会員数 1億350万人

導入店舗数 4万4,214店舗・グループ企業

活用例



YxS Ad Platform 配信事例

CASE STUDY

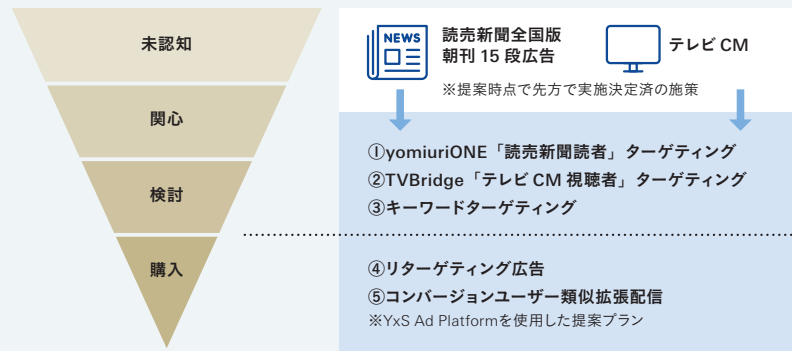
1

広告主ECサイトでの商品購入を成果地点として、マス媒体施策の接触データを用いた配信と、獲得施策を組み合わせることで効率的に運用。

プラン概要

広告主：D2C企業
商材：フィットネス器具ほか

実施済み施策：首都圏でのテレビCM、読売新聞全国版広告
ディスプレイ/リスティング広告



施策ポイント

マス媒体施策と連動したデジタル広告の配信



テレビCM視聴者・新聞購読者ターゲティングを実施したほか、テレビCM・新聞広告実施の直後に配信量を増やし運用を強化した。

CASE STUDY

2

リアルな場に設けたタッチポイントと、YxSを絡めたオンオフ統合施策。

プラン概要

広告主：エンターテインメント企業
商材：新作商品の発売プロモーション
施策：イベント会場にて、新聞号外を模したチラシを来場者に配布
(オフラインでのタッチポイント創出)



+
YxS Ad Platform
でディスプレイ広告を配信
(オンラインでのアプローチ)

施策ポイント

新商品発売に合わせて、イベント会場での告知物を配布したことに加えて、リアルとデジタルを横断するプロモーションを展開



読売新聞のある生活と活用の実態

500万を超える世帯に届いている読売新聞。定量的なデータで属性を知ることではできても、一人ひとりの読者がどのような思いで新聞を読んでいるのか、生活の中で新聞がどんな役割を果たしているのかといった実態は、イメージしにくい部分もあるのではないのでしょうか。よりリアルな読者像やタッチポイントを思い描くための一助として、J-MONITORの自由回答から、読者の声を集めました。

※自由回答は、誤字脱字の修正のほか、趣旨が変わらない範囲で一部要約している場合があります。

読売新聞のここが好き

お気に入りの記事や特集のほか、紙面ビューアーを推す声も

他の新聞を手にとった時に、読売新聞の紙面と広告が充実していることに気が付きました (女性40代)

朝刊ではくらし面や地域面、夕刊ではしあわせ小箱など、目立たなくても丁寧に紹介している記事が好き。「紡ぐプロジェクト」も気に入っている (女性50代)

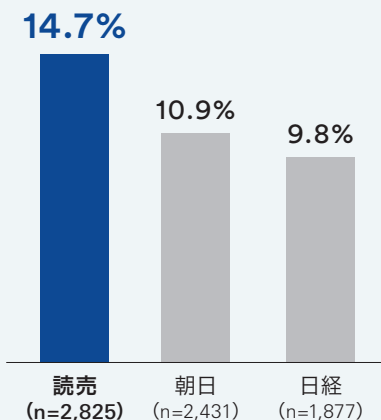
紙面ビューアーが追加料金ナシで利用できること。また「よみぼランド」でポイントが貯められること (男性60代)

紙面が読みやすい。毎月楽しみにしているクーポン券がある。「よみほっと」も癒される (女性60代)

「人生案内」が好きで必ず読んでいます。回答も参考になりますし、こんな考えの人もいるんだと、とても勉強になります (女性29歳以下)

「新聞」が家族団らんに欠かせない

(構成比)



私が好きな新聞広告

知識やアイデア、お得な情報。「知らなかったことを知れる」のが新聞広告の魅力です

企業広告が好きです。企業が社会貢献のために「こんなことをしている」というのを知りたい (女性60代)

自分には思いつかないものが掲載されているのが広告の魅力だと思う (男性40代)

勤めている会社の広告が載っていて、うれしかった (女性30代)

「なんで知ってるの?」「新聞に書いてあった」という親子での会話になることがある (女性30代)

小さい頃から読売新聞に親しみ、朝食の新聞タイムは日常生活の中で欠かせない時間となっています (女性50代)

新聞のある生活

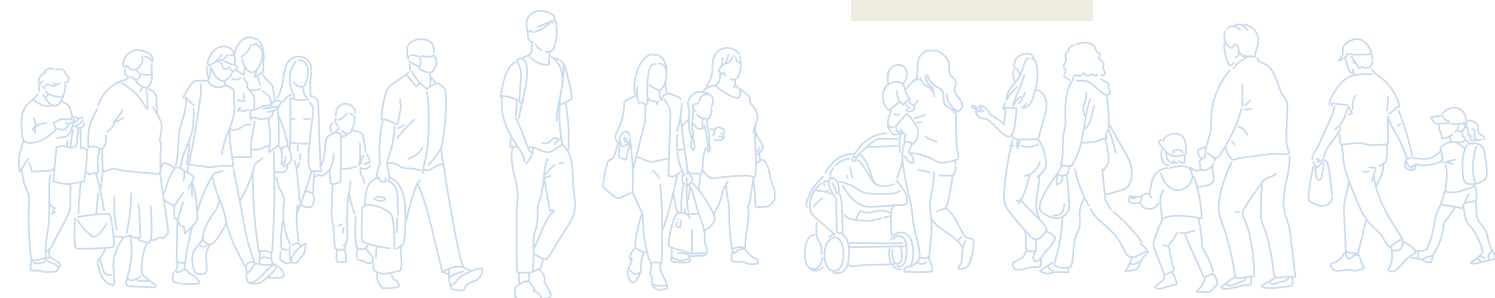
情報源としてだけでなく、コミュニケーションツールとしても機能

ネットでは自分の関心だけに集中してしまうので、新聞もあると助かる (男性29歳以下)

3世代で読売新聞。新聞を読むことで同じ話題ができ、家族でのコミュニケーションツールにもなっています (女性40代)

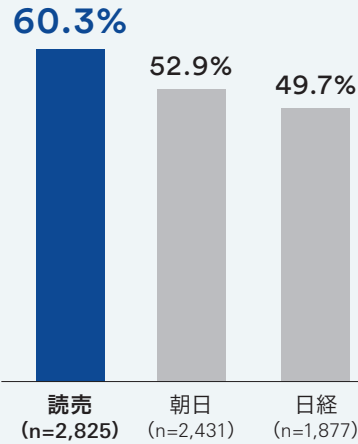
クーポン付きなど、お得な広告が好きです (男性29歳以下)

その日その日にまつわる内容の広告だと、楽しく周りとの話題にできて、いいなと思う (女性29歳以下)



広告はよく見るほう

(構成比)



イベント情報が目にとり、応募したら当たった。とても楽しかった (女性29歳以下)

新聞広告で買いました

モノだけでなく経験も。新聞広告がきっかけで、さまざまなものを手にしています

好きな歌手のコンサートの広告が載っていたので申し込んでみたら、当選して行くことができた (女性50代)

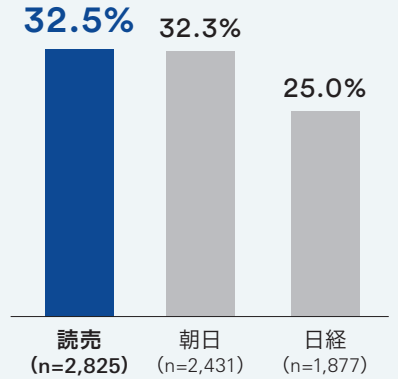
地方のイベントを紹介する広告がきっかけで、旅行へ行った (女性30代)

新聞広告がきっかけで**買う本も多い** (女性30代)

ウォーキングシューズを新聞広告で知り、購入したことがある。品質もすばらしく、**最高の一足**だった (男性40代)

「新聞広告」は商品やサービスの内容が理解しやすい

(構成比)



今はアプリなどで簡単にクーポンを手に入れることができるが、**新聞にしかない特典**があると使おうという気持ちになる (女性29歳以下)

広告含めネットの情報より紙面の情報を信頼しているので、新聞が**今後も正確な情報**を伝える媒体であってほしいです (男性40代)

あまり世間では知られていないがなくてはならない**日本のBtoB企業の広告**を、もっと拝見したい (男性30代)

もっと見たいこんな広告

新聞らしさを生かしたり、新しい知識を得られたり。そんな広告が求められています

新聞のスペースを生かしたいろいろな企業やブランドの**お洒落な広告**をたくさん見たいです (女性50代)

将来への不安を解消するためのヒントを与えてくれる広告を見たい (女性50代)

広告をきっかけに**企業を知る**ことが多いので、分野にかかわらず**幅広く**広告を見たいなと思います (男性50代)

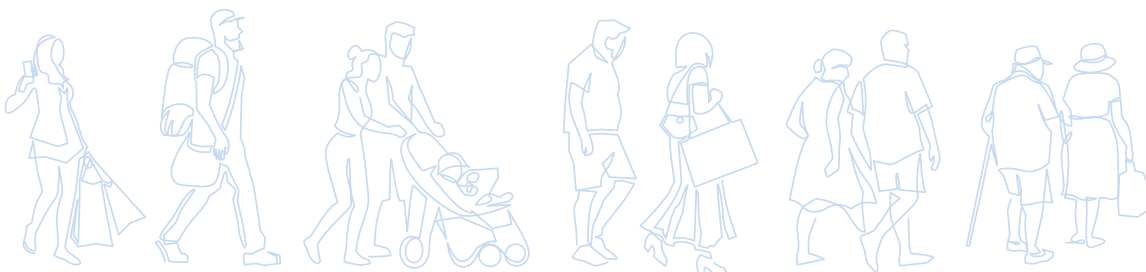
これからも期待

信頼感に基づいた**明るい話題や新しい話題**が、今後も求められています

人々に**希望や可能性**を感じさせてくれる広告や情報に期待しています (女性60代)

新聞にはテレビコマーシャルにはない**啓発広告**に期待している (男性40代)

自分が知らない世界を知るきっかけになる新聞広告に、大いに期待しています (女性30代)



データは、ACR/ex 2025年4-6月(東京50km圏・関西・名古屋・北部九州・札幌・仙台・広島)
注：標本サイズは各エリアの12歳～69歳人口に合わせたウエイト集計後の規正標本サイズを表しています(単位：千人)。回収数とは異なることにご注意ください。

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利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

こんな時は J-MONITOR をご利用ください

- 掲載広告が読者にどれくらい触れたのかを確認したい。
- 広告内容がどう評価されたのかを知りたい。
- 商品がどの程度購入意向に結び付いたのかを知りたい。
- サービスに対する読者の感想や意見を聞きたい。
- 複数回の広告出稿による企業認知の増加を知りたい。
- クリエイティブの違いによる広告効果の差異を確認したい。

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ACR/ex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	
調査エリア		
調査エリア	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

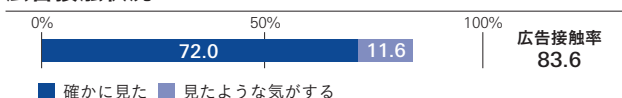
- ポイント1 読売新聞では「無料」です。
- ポイント2 「広告掲載2営業日後」に報告書を発行します。
- ポイント3 自由回答で「200人程度のリアルな意見」がわかります。

定型調査スケジュール



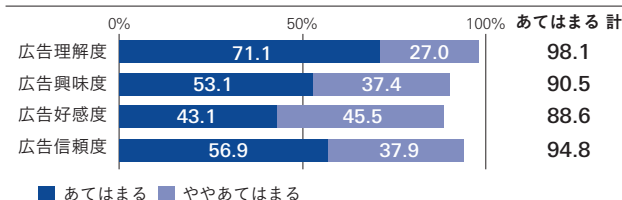
定型調査でわかること・報告書イメージ

広告接触状況 (有効回答者<新聞購読者>n=225)



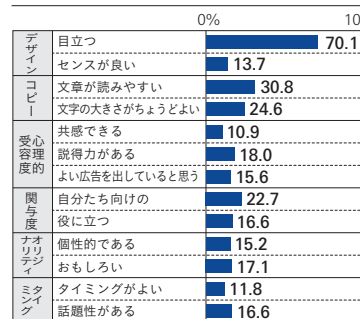
調査エリアの読売購読者のうち、どれだけの人がその広告に接触したのかがわかります。

広告評価 (当該刊保有者 n=211)



当該日の新聞を読んでいなかった人も含め、当該刊を手元に持っている人の広告への評価です。

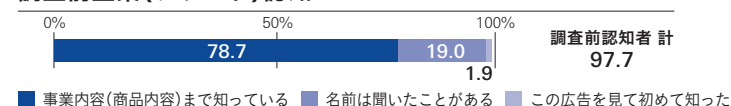
広告の印象 (当該刊保有者 n=211)



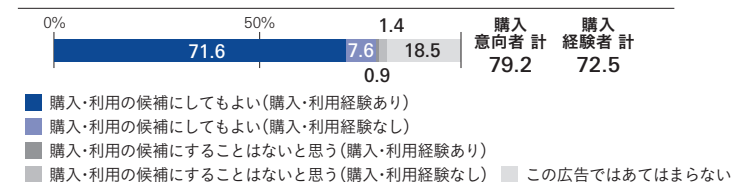
広告のクリエイティブに関連する読者の反応を13の指標で確認できます。「共感できる」「自分たち向けの」のスコアは、広告内容がターゲットに対してうまく訴求できたのかというポイントで見ることができます。

※定型調査では必ず広告主名や商品名などを調査票表示名として30文字以内で設定します。モニターに対して「何に対する評価や認知、購入意向を聴きたいのか」という視点で文言を決定してください。

調査前企業(ブランド)認知 (当該刊保有者 n=211)



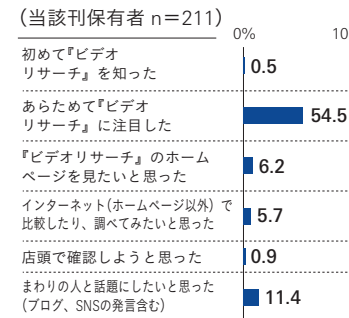
広告商品の購入意向・経験 (当該刊保有者 n=211)



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。

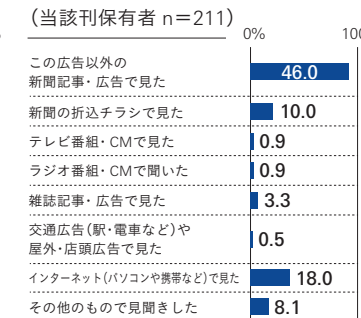
シリーズ展開や複数回掲載の場合は、このスコアの推移に注目してください。

広告による態度変容 (当該刊保有者 n=211)



認知、注目から店頭確認まで段階を追って把握できます。

他の媒体での同一内容接触経験 (当該刊保有者 n=211)



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。

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

■ 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・サービスは高めの傾向。

「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」)

食品	58.9	ファッション・貴金属	37.7
飲料・嗜好品	54.8	映画・興行	37.2
百貨店・量販店・専門店	53.1	化粧品・トイレタリー	35.9
航空・運輸	53.1	通信販売	35.3
宿泊・レジャー施設・式場	51.8	官公庁・団体	34.1
旅行	47.3	音響映像ソフト	34.0
家電・精密・事務機器	46.1	車両	29.6
薬品・医療機器	43.6	求人・案内	28.9
週刊誌	43.5	建物・住宅機器	27.6
家庭用品・サービス	41.1	金融	26.6
書籍	40.6	不動産・物件	23.9
その他雑誌	39.9	エネルギー・機械・素材	23.7
通信・ICT	39.6	学校・教育	14.2
放送	38.2		

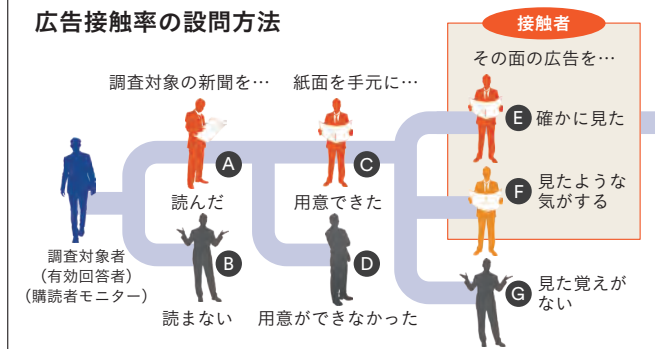
2023年1月1日～2025年12月31日 J-MONITOR定型調査(読売新聞調査5地区計・単位：%)

〈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」など心理的需要や関与度に強みを発揮。

		純広告	新聞社企画
広告評価	広告理解度(あてはまる+やや)	97.31件	1110件
	広告興味度(あてはまる+やや)	82.5	81.7
	広告好感度(あてはまる+やや)	67.5	69.1
	広告信頼度(あてはまる+やや)	72.8	75.2
	目立つ	35.9	32.1
広告の印象	センスがよい	13.3	10.0
	文章が読みやすい	13.5	12.9
	文字の大きさがちょうどよい	12.1	10.0
	共感できる	8.8	11.5
	説得力がある	11.3	15.2
	よい広告を出していると思う	15.3	19.8
	自分たち向けの役に立つ	9.6	9.2
	役に立つ	13.4	17.5
	個性的である	12.8	10.8
	おもしろい	8.4	7.3
タイミングがよい	10.7	10.4	
話題性がある	13.6	16.1	

広告接触率の設問方法



広告接触率の計算式

$$\text{広告接触率} = \frac{\text{E} + \text{F}}{\text{調査対象者 (有効回答者) (購読者モニター)}} \times 100 (\%)$$

確かに見た (E) + 見たような気がする (F)

※日本新聞協会広告委員会「広告調査分類基準」に準じています。

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

調査申込

広告掲載7営業日前まで

質問票の決定

広告掲載3営業日前まで

広告掲載

実査

掲載日翌日0時～24時

GT表・クロス集計表

掲載日の5営業日後

報告書

掲載日の12営業日後

J-MONITOR公式サイト
(<https://www.j-monitor.net/>)



販売部数と読者データ



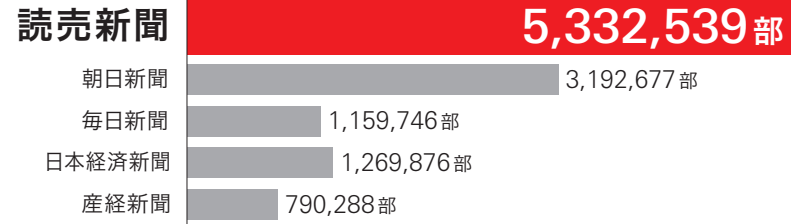
■日本ABC協会
「新聞発行社レポート 半期」 「同 普及率」 *調査方法 / 新聞発行社社員が提出する新聞部数報告(販売部数)と総務省発表の住民基本台帳人口要覧(世帯数)に基づく *調査主体 / 一般社団法人 日本ABC協会

■2025年度ACR / ex 調査概要(4~6月調査回)
*調査エリア及び4~6月オフショール有効標本数 / 東京50km圏:4,972s・関西地区:1,724s・名古屋地区:1,097s・北部九州地区:789s・札幌地区:863s・仙台地区:882s・広島地区:335s・7地区計11,162s *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誘得、電子調査票による調査※回答者全員に通信機能付きの回答専用端末(タブレット端末)を貸与 *調査対象者 / 12~69歳の男女個人 *2025年4~6月調査回 調査期間:3月1日(土)~31日(月)、4月4日(金)~20日(日)、5月9日(金)~25日(日)、6月2日(月)~22日(日) *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

全国版

販売部数

▶ 全国版 朝刊



世帯普及率

8.56%

5.20%

1.86%

2.03%

1.23%

朝刊セット版 **4,370,370部** 夕刊 **1,156,251部**

日本ABC協会
「新聞発行社レポート 半期」
2025年7月~12月平均
※朝刊セット版部数は、日本ABC協会
「新聞発行社レポート 半期」(2025
年7~12月平均)と社内資料から算出

● 本支社別朝刊販売部数

(単位:部)

	読売新聞	朝日新聞	毎日新聞	日本経済新聞	産経新聞
総販売部数	5,332,539	3,192,677	1,159,746	1,269,876	790,288
東京本社版 ^{*1}	3,629,999	2,085,782	530,932	883,869	351,308
北海道支社版	129,993	57,732	11,285	23,194	-
北陸支社版	59,838	-	-	-	-
中部支社版	112,476	172,069	41,130	91,600	-
大阪本社版	1,304,214	864,183	440,022	318,255	438,980
西部本社版 ^{*2}	398,326	250,522	189,777	82,746	-
全国版 夕刊	1,156,251	843,130	356,759	420,005	184,843

日本ABC協会
「新聞発行社レポート 半期」
2025年7月~12月平均

※1 読売新聞の東京本社版には北海道、北陸、中部支社版の部数を含みます。他の全国紙の東京本社版には北海道支社版(日本経済新聞は北海道版)の部数を含みます。他の全国紙の中部支社版は、朝日新聞は名古屋本社版、毎日新聞は中部本社版、日本経済新聞は名古屋支社版で、東京本社版の部数を含みます。
※2 日本経済新聞は西部支社版です。

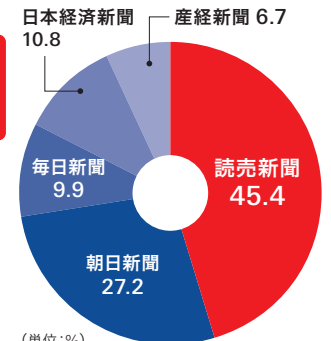
▶ 全国紙のシェア(朝刊・全国)

読売と他紙との部数比較(朝刊・全国)(単位:部)

読売新聞	5,332,539
朝日+毎日+産経	5,142,711
朝日+日経	4,462,553
読売 - (朝日+毎日+産経)	189,828
読売 - (朝日+日経)	869,986

読売新聞は全国紙で5割近くのシェアを持っています!

読売新聞の部数は「朝日+毎日+産経」3紙を合わせた部数を20万部程度上回ります!

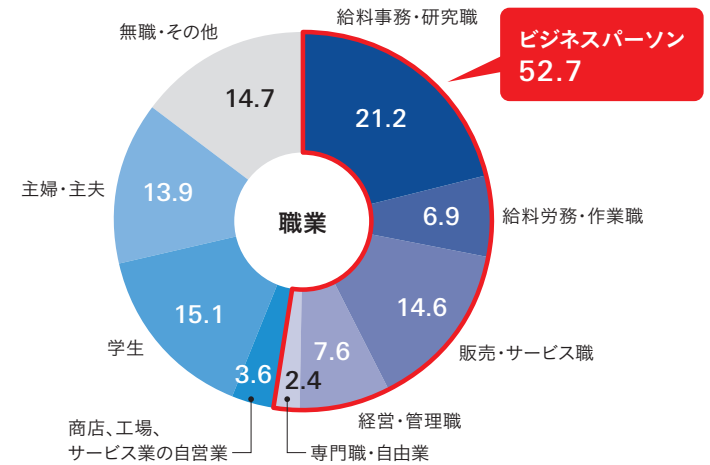
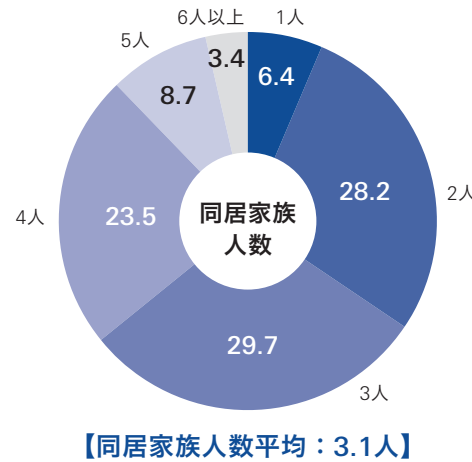
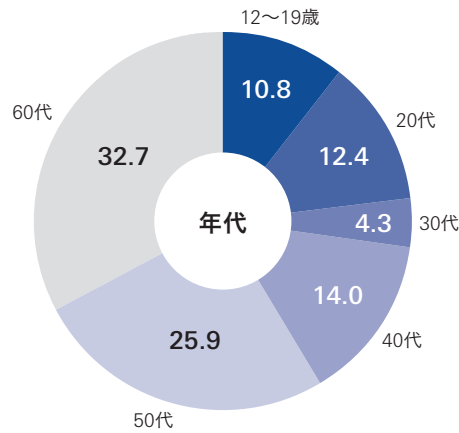


(単位:%)

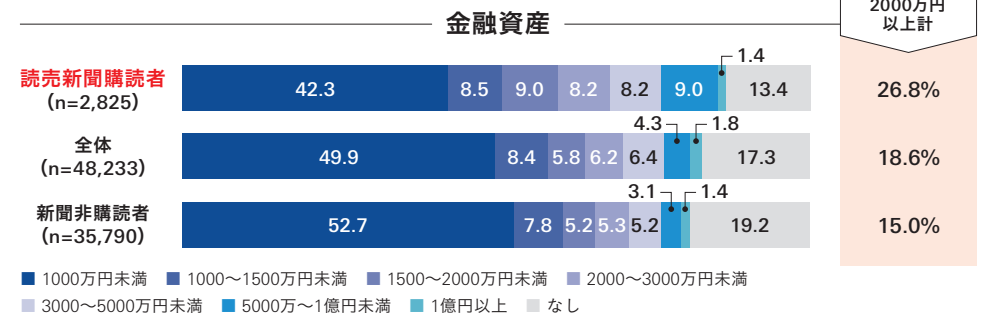
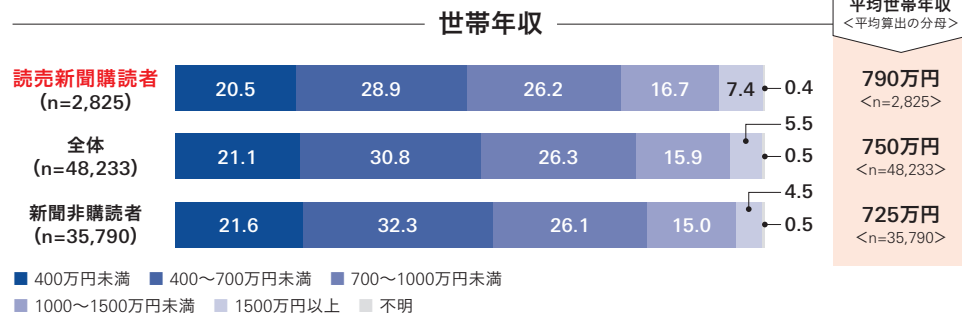
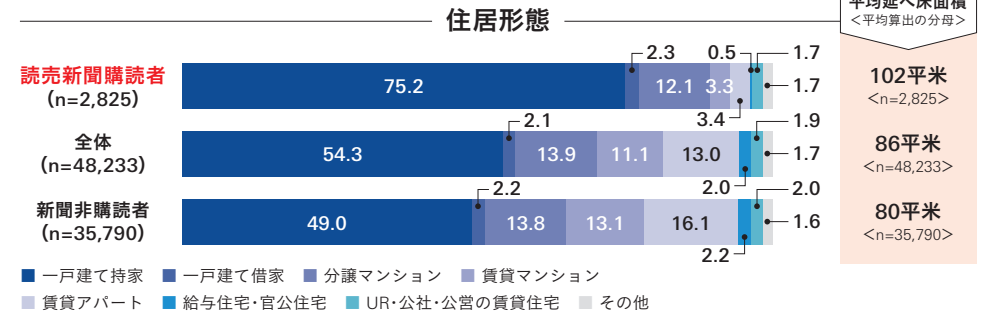
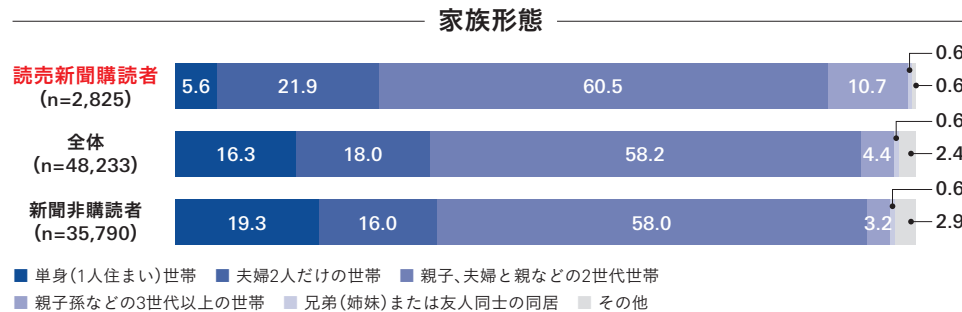
日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月~12月平均

全国の購読者データ

購読者プロフィール (n=2,825・単位:%)



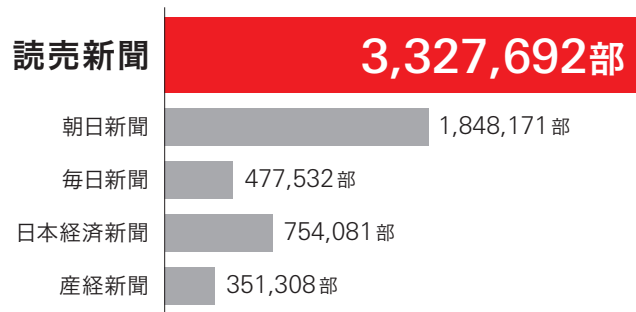
主な属性別構成比の比較 (単位:%)



ACR/ex 2025年4-6月(東京50km圏・関西・名古屋・北部九州・札幌・仙台・広島)注:標本サイズは各エリアの12歳~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズを表しています(単位:千人)。回収数とは異なることにご注意ください。

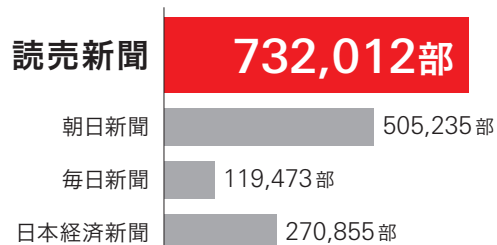
販売部数

▶ 東京本社版 朝刊 (支社版を除く)



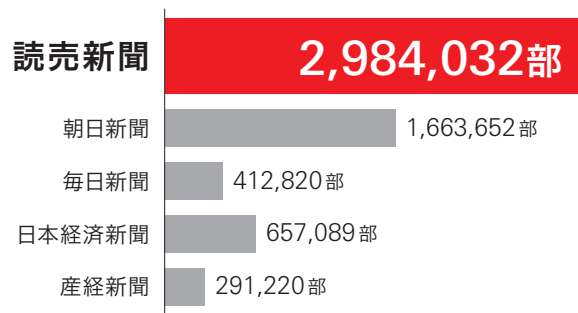
日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均

▶ 東京本社版 夕刊 (支社版を除く)



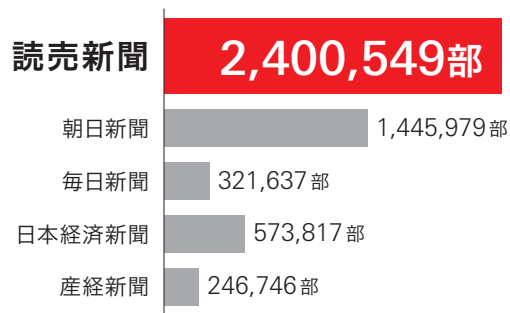
日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均

▶ 東京本社セット版 朝刊 (1都8県)



日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均

▶ 1都3県エリア 朝刊 (東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県)



日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均

広告掲載エリア

〈朝刊〉

セット地域 (1都8県)

茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、静岡県

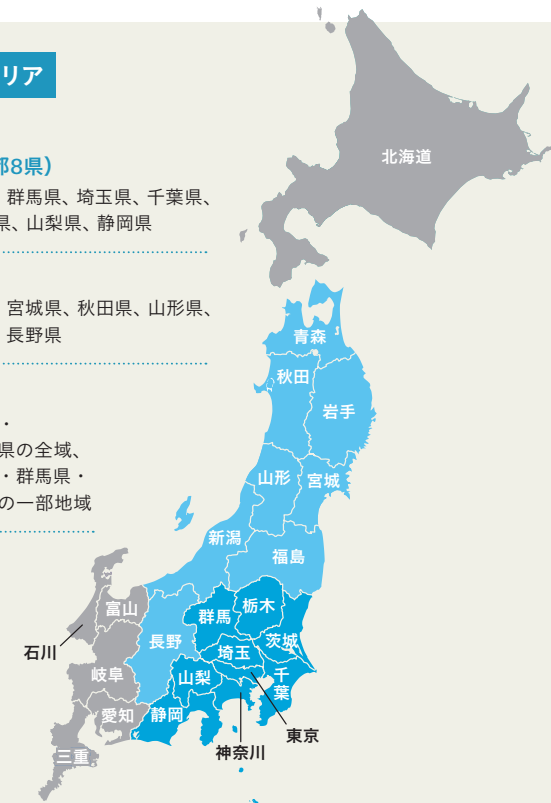
統合地域

青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、長野県

〈夕刊〉

埼玉県・東京都・神奈川県・静岡県の全域、茨城県・栃木県・群馬県・千葉県・山梨県の一部地域

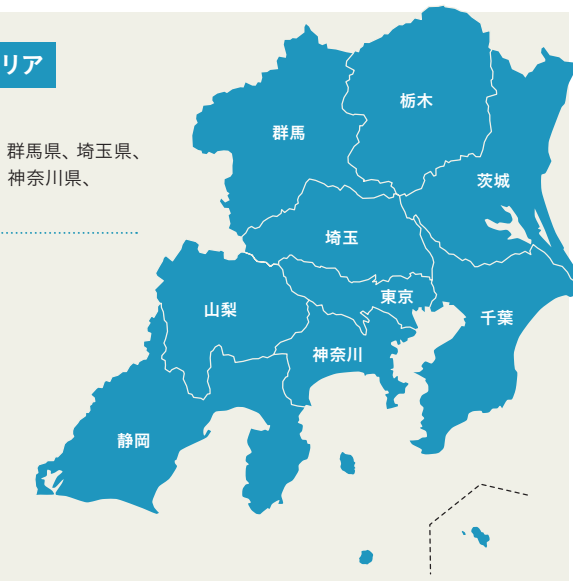
■ セット地域
■ 統合地域



広告掲載エリア

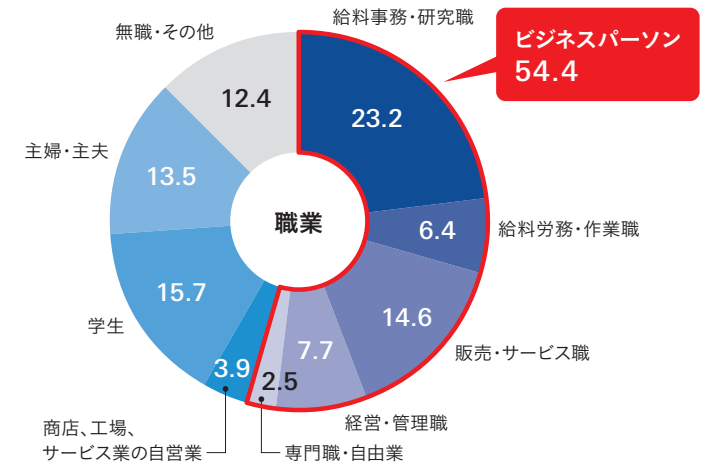
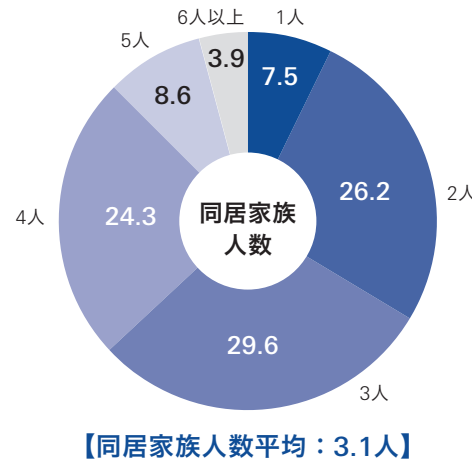
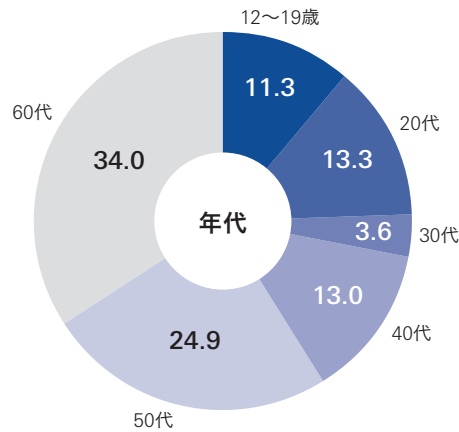
〈朝刊〉

茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、静岡県

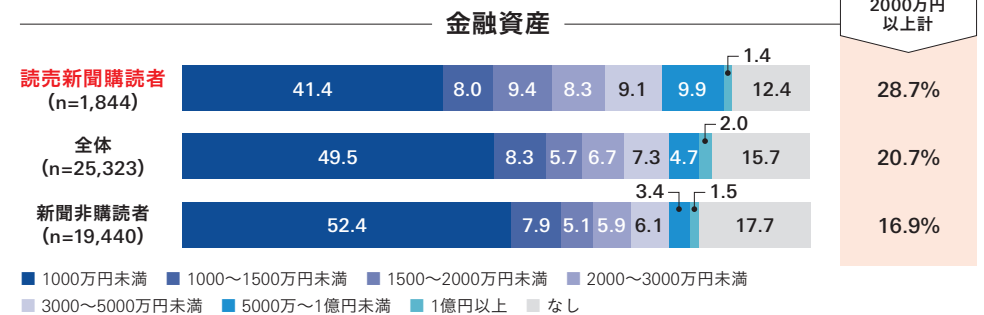
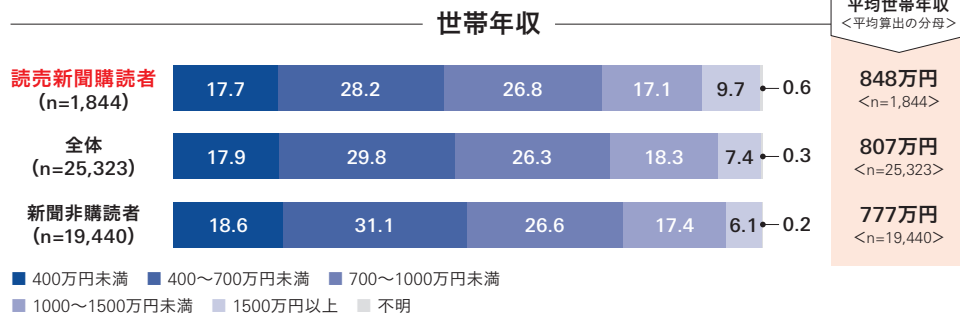
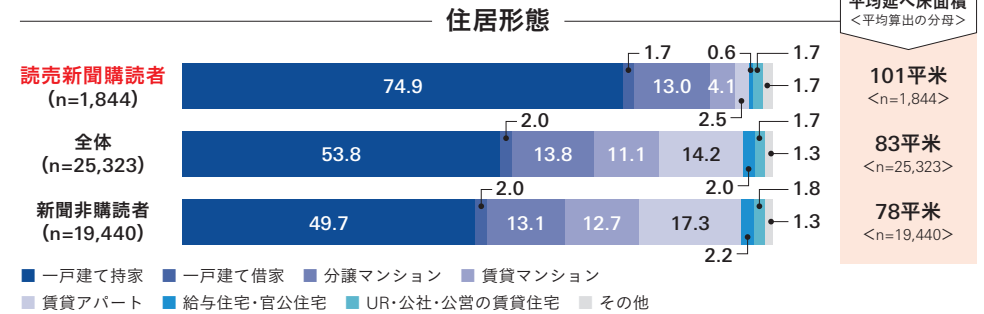
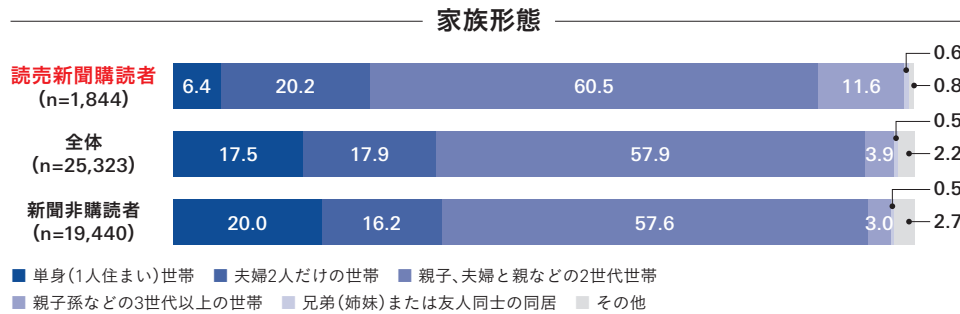


首都圏の購読者データ

購読者プロフィール (n=1,844・単位:%)



主な属性別構成比の比較 (単位:%)

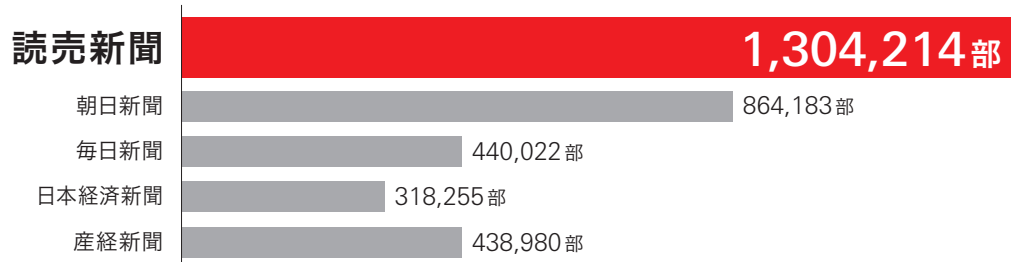


ACR/ex 2025年4-6月(東京50km圏)注:標本サイズは各エリアの12歳～69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズを表しています(単位:千人)。回収数とは異なることにご注意ください。

大阪本社版

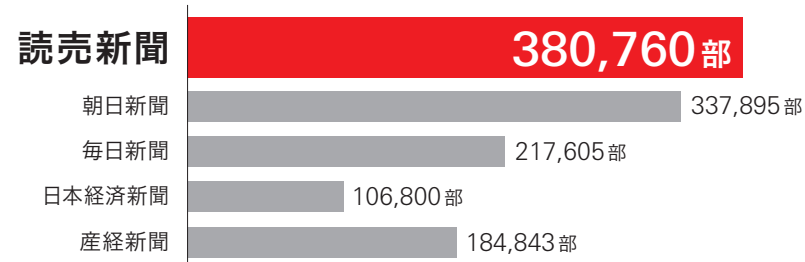
販売部数

▶ 大阪本社版 朝刊



日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7月～12月平均

▶ 大阪本社版 夕刊



日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7月～12月平均

▶ 大阪本社セット版

朝刊セット版 **921,375部**

日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7月～12月平均
 ※朝刊セット版部数は、日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」
 (2025年7～12月平均)と社内資料から算出



広告掲載エリア

- 〈朝刊〉
 セット地域 大阪府
 混配地域 滋賀県、京都府、兵庫県、
 奈良県、和歌山県

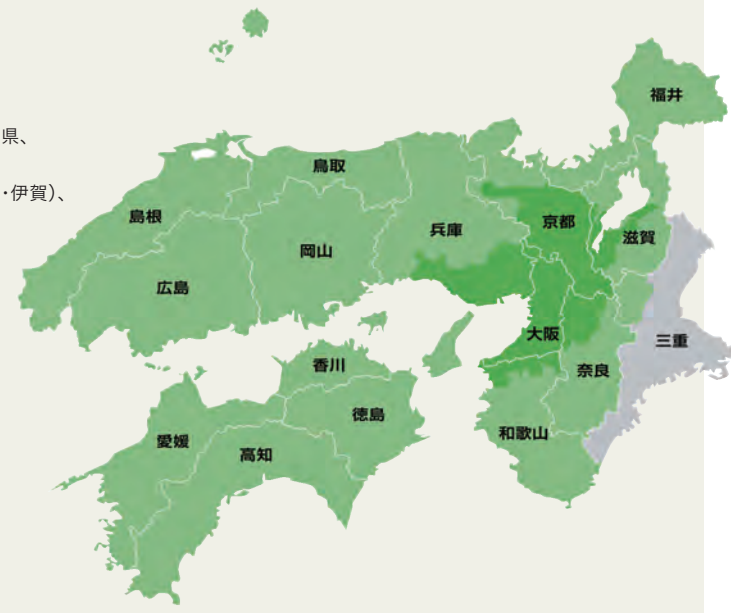
■ セット地域
 ■ 統合地域

広告掲載エリア

- 〈朝刊〉
 セット地域 大阪府
 混配地域 滋賀県、京都府、兵庫県、
 奈良県、和歌山県
 統合地域 福井県、三重県(名張・伊賀)、
 鳥取県、島根県、
 岡山県、広島県、
 徳島県、香川県、
 愛媛県、高知県

- 〈夕刊〉
 大阪府全域
 滋賀県・京都府・兵庫県・
 奈良県・和歌山県の一部

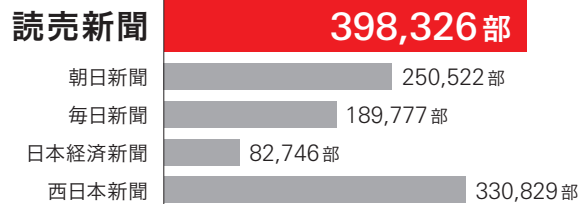
■ セット地域
 ■ 統合地域



西部本社版

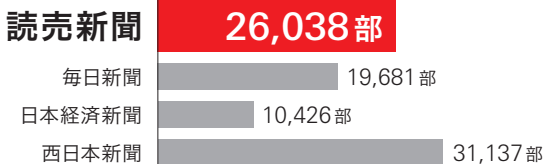
販売部数

▶ 西部本社版 朝刊



▶ 朝刊セット版 200,177部

▶ 夕刊



日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均
 ※朝刊セット版部数は、日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」(2025年7～12月平均)と社内資料から算出

広告掲載エリア

〈朝刊〉
 セット地域 福岡県
 混配地域 山口県
 統合地域 佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

〈夕刊〉
 福岡県全域
 山口県の一部地域

注:沖縄県には東京本社版と西部本社版が含まれています。

■ セット地域
 ■ 統合地域



北海道支社版

販売部数



他紙販売部数 (朝刊)



広告掲載エリア

■ セット地域
 ■ 統合地域

〈朝刊〉 北海道全域

〈セット・夕刊〉

札幌市・旭川市・室蘭市・岩見沢市・江別市・千歳市・
 深川市・登別市・恵庭市・北広島市・石狩市の全域 ※一部を除きます。
 小樽市・夕張市・苫小牧市・美瑛市・芦別市・赤平市・三笠市・滝川市・
 砂川市・伊達市・石狩振興局・空知総合振興局・
 胆振総合振興局の一部地域

日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均
 ※朝刊セット版部数は、日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」(2025年7～12月平均)と社内資料から算出

北陸支社版

販売部数



他紙販売部数 (朝刊)



広告掲載エリア

〈朝刊〉 富山県、石川県

※全国通しおよび東京本社版の朝刊(セット地域)に広告掲載をお申し込みの場合は、北陸支社版では朝刊(全地域)に掲載されます。

〈夕刊〉

富山県: 富山市・高岡市・射水市・魚津市・滑川市・黒部市・砺波市・
 小矢部市・中新川郡の全域、下新川郡の一部地域
 石川県: 金沢市・白山市・野々市市・津幡町の全域、
 小松市・能美市の一部地域

日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均

中部支社版

販売部数



他紙販売部数 (朝刊)



※朝日新聞は名古屋本社版、毎日新聞は中部本社版、日本経済新聞は名古屋支社版です。

広告掲載エリア

〈朝刊〉

愛知県、三重県(名張・伊賀を除く)、岐阜県

※全国通しおよび東京本社版の朝刊(セット地域)に広告掲載をお申し込みの場合は、中部支社版では朝刊(全地域)に掲載されます。

日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2025年7月～12月平均
 ※大阪本社版の三重県(名張・伊賀)の部数は含まれていません。

都道府県別上位3紙朝刊販売部数・世帯普及率

読売新聞は、ほとんどの都道府県で上位に入っています。

1位	2位	3位
10都府県	26道府県	7県
茨城県 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県 滋賀県 大阪府 奈良県 和歌山県 山口県	北海道 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 栃木県 群馬県 新潟県 富山県 山梨県 長野県 京都府 兵庫県 鳥取県 島根県 岡山県 広島県 香川県 愛媛県 高知県 福岡県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県	青森県 石川県 福井県 静岡県 三重県 徳島県 佐賀県

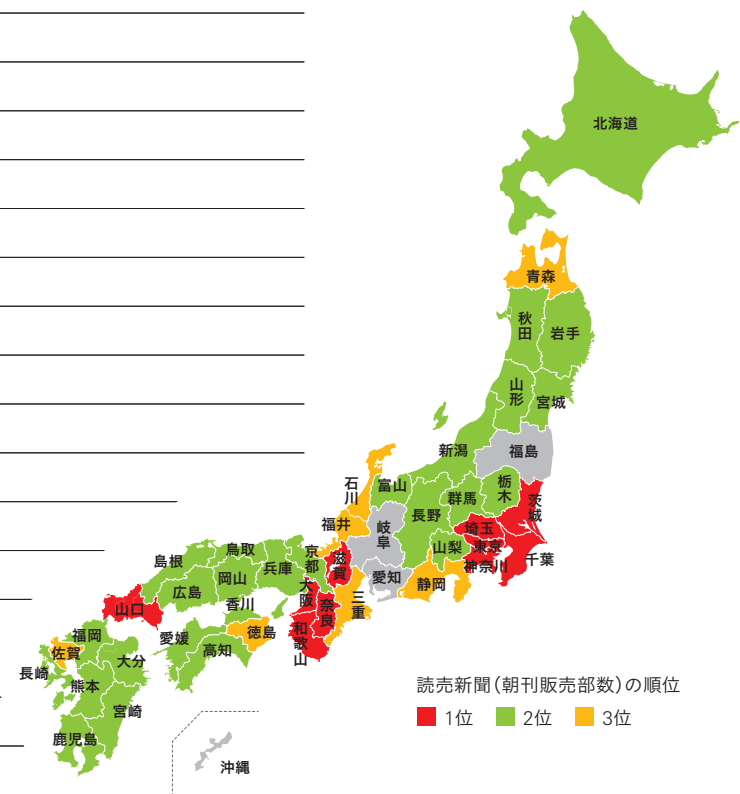
各紙の1位(都道府県数)

読売	朝日	毎日	日経	産経
10	0	0	0	0

都道府県名	世帯数	1位			2位			3位			参考		
		新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)
全国	61,287,994	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)
北海道	2,812,839	北海道	712,836	25.34	読売	124,270	4.42	朝日	56,876	2.02			
青森県	592,182	東奥日報	177,139	29.91	デーリー東北	77,162	13.03	読売	17,062	2.88			
岩手県	534,966	岩手日報	153,762	28.74	読売	27,663	5.17	朝日	14,229	2.66			
宮城県	1,052,122	河北新報	331,357	31.49	読売	39,700	3.77	朝日	33,974	3.23			
秋田県	423,081	秋田魁新報	175,249	41.42	読売	16,866	3.99	朝日	14,115	3.34			
山形県	422,458	山形	169,906	40.22	読売	39,493	9.35	朝日	26,591	6.29			
福島県	800,927	福島民報	192,370	24.02	福島民友	132,465	16.54	朝日	29,558	3.69	読売	28,667	3.58
茨城県	1,327,389	読売	264,567	19.93	茨城	114,165	8.60	朝日	89,035	6.71			
栃木県	875,685	下野	243,516	27.81	読売	112,586	12.86	朝日	34,814	3.98			
群馬県	890,162	上毛	218,581	24.56	読売	141,600	15.91	朝日	37,374	4.20			
埼玉県	3,555,029	読売	616,274	17.34	朝日	279,293	7.86	毎日	108,401	3.05			
千葉県	3,102,148	読売	505,451	16.29	朝日	241,282	7.78	日本経済	75,262	2.43			
東京都	7,682,155	読売	695,233	9.05	朝日	509,649	6.63	日本経済	304,744	3.97			
神奈川県	4,604,332	読売	583,591	12.67	朝日	415,755	9.03	日本経済	124,639	2.71			
新潟県	920,725	新潟日報	315,621	34.28	読売	67,212	7.30	朝日	26,350	2.86			
富山県	436,122	北日本	188,908	43.32	読売	50,038	11.47	北國(富山)	39,708	9.10			
石川県	501,139	北國(富山)	228,272	45.55	北陸中日	60,678	12.11	読売	9,615	1.92			
福井県	306,635	福井	141,479	46.14	日刊県民福井	31,674	10.33	読売	5,921	1.93			
山梨県	377,101	山梨日日	155,156	41.14	読売	21,366	5.67	朝日	13,305	3.53			
長野県	903,498	信濃毎日	365,313	40.43	読売	44,169	4.89	中日	24,069	2.66			
岐阜県	860,512	中日	244,703	28.44	岐阜	109,965	12.78	朝日	22,630	2.63	読売	14,109	1.64
静岡県	1,655,220	静岡	449,101	27.13	中日	97,106	5.87	読売	43,364	2.62			
愛知県	3,499,090	中日	1,012,538	28.94	朝日	112,213	3.21	日本経済	66,880	1.91	読売	58,387	1.67
三重県	821,382	中日	193,816	23.60	朝日	44,624	5.43	読売	39,295	4.78			

※販売部数、世帯普及率は、日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7～12月平均
 ※沖縄県の「沖縄タイムス」、「琉球新報」は日本ABC協会の部数データがないため、記載せず。

都道府県名	世帯数	1 位			2 位			3 位			参考		
		新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)	新聞名	販売部数	普及率(%)
全国	61,287,994												
滋賀県	623,703	読売	75,938	12.18	京都	50,397	8.08	朝日	46,477	7.45			
京都府	1,262,791	京都	232,452	18.41	読売	117,122	9.27	朝日	74,847	5.93			
大阪府	4,565,594	読売	442,068	9.68	朝日	292,257	6.40	産経	276,381	6.05			
兵庫県	2,630,792	神戸	319,668	12.15	読売	280,761	10.67	朝日	178,475	6.78			
奈良県	613,342	読売	78,070	12.73	毎日	68,780	11.21	朝日	55,442	9.04			
和歌山県	443,306	読売	62,170	14.02	朝日	36,039	8.13	毎日	29,847	6.73			
鳥取県	241,254	日本海	120,064	49.77	読売	12,590	5.22	朝日	7,079	2.93			
島根県	293,821	山陰中央新報	138,878	47.27	読売	18,773	6.39	朝日	9,086	3.09			
岡山県	873,733	山陽	241,207	27.61	読売	45,688	5.23	朝日	32,929	3.77			
広島県	1,345,070	中国	396,035	29.44	読売	70,966	5.28	朝日	47,857	3.56			
山口県	657,945	読売	93,078	14.15	朝日	64,755	9.84	毎日	40,905	6.22			
徳島県	338,987	徳島	152,189	44.90	朝日	6,923	2.04	読売	6,627	1.95			
香川県	452,423	四国	140,361	31.02	読売	34,313	7.58	朝日	21,980	4.86			
愛媛県	657,422	愛媛	158,055	24.04	読売	37,128	5.65	朝日	31,081	4.73			
高知県	347,128	高知	121,087	34.88	読売	5,592	1.61	朝日	3,305	0.95			
福岡県	2,571,378	西日本	275,943	10.73	読売	161,130	6.27	朝日	114,564	4.46			
佐賀県	348,764	佐賀	114,133	32.72	西日本	17,912	5.14	読売	15,552	4.46			
長崎県	634,937	長崎	156,744	24.69	読売	31,084	4.90	西日本	23,242	3.66			
熊本県	817,122	熊本日日	191,604	23.45	読売	28,396	3.48	朝日	13,901	1.70			
大分県	550,807	大分合同	122,087	22.17	読売	34,629	6.29	朝日	17,164	3.12			
宮崎県	534,102	宮崎日日	132,558	24.82	読売	16,281	3.05	朝日	10,843	2.03			
鹿児島県	813,191	南日本	196,925	24.22	読売	13,782	1.69	朝日	7,669	0.94			
沖縄県	713,483	-	-	-	-	-	-	-	-	-	読売	383	0.05



都道府県別全国紙上位3紙朝刊販売部数・全国紙シェア率

読売新聞は、ほとんどの都道府県で1位になっています。

1位		2位		3位	
41都道府県		4県		2県	
北海道	滋賀県	福島県	愛知県		
青森県	京都府	岐阜県	沖縄県		
岩手県	大阪府	三重県			
宮城県	兵庫県	徳島県			
秋田県	奈良県				
山形県	和歌山県				
茨城県	鳥取県				
栃木県	島根県				
群馬県	岡山県				
埼玉県	広島県				
千葉県	山口県				
東京都	香川県				
神奈川県	愛媛県				
新潟県	高知県				
富山県	福岡県				
石川県	佐賀県				
福井県	長崎県				
山梨県	熊本県				
長野県	大分県				
静岡県	宮崎県				
	鹿児島県				

各紙の1位(都道府県数)

読売	朝日	毎日	日経	産経
41	5	0	1	0

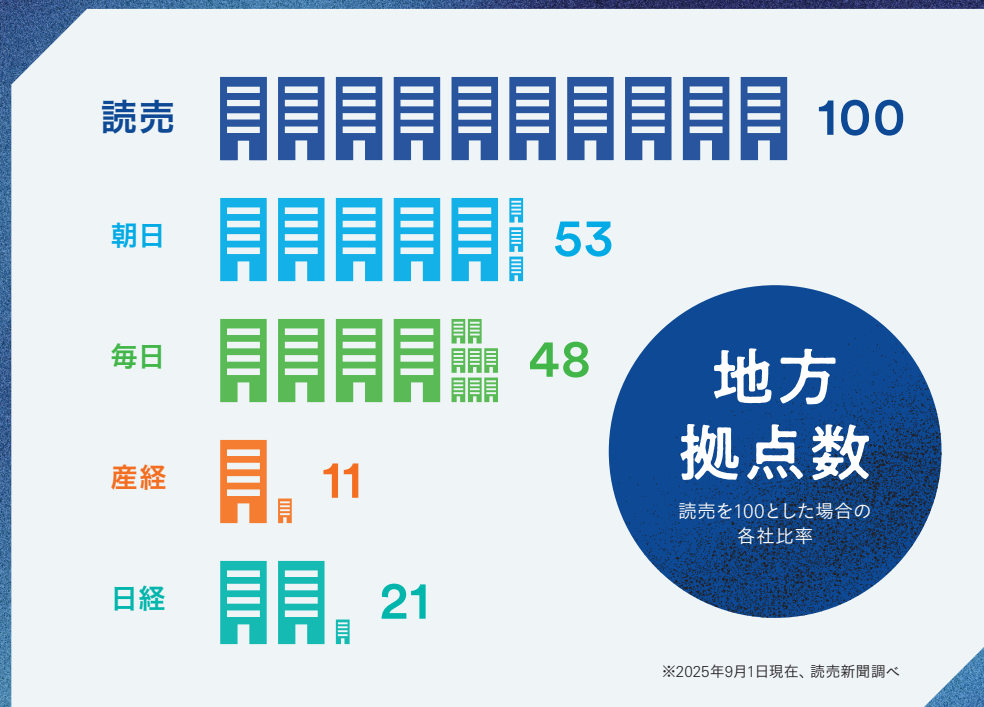
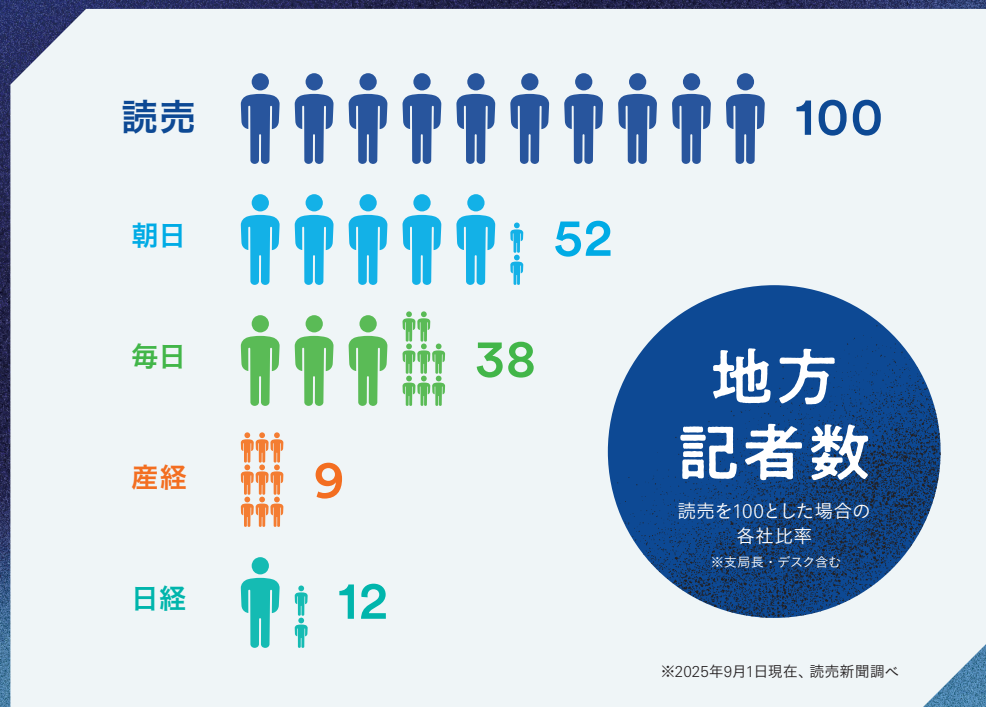
都道府県名	世帯数	1位			2位			3位		
		新聞名	販売部数	シェア率(%)	新聞名	販売部数	シェア率(%)	新聞名	販売部数	シェア率(%)
全国	61,287,994									
北海道	2,812,839	読売	124,270	57.65	朝日	56,876	26.38	日本経済	23,102	10.72
青森県	592,182	読売	17,062	49.98	朝日	9,118	26.71	日本経済	4,392	12.86
岩手県	534,966	読売	27,663	52.22	朝日	14,229	26.86	日本経済	4,894	9.24
宮城県	1,052,122	読売	39,700	41.14	朝日	33,974	35.21	日本経済	14,456	14.98
秋田県	423,081	読売	16,866	42.98	朝日	14,115	35.97	日本経済	3,538	9.02
山形県	422,458	読売	39,493	49.98	朝日	26,591	33.65	毎日	6,377	8.07
福島県	800,927	朝日	29,558	36.90	読売	28,667	35.79	日本経済	9,633	12.03
茨城県	1,327,389	読売	264,567	60.19	朝日	89,035	20.26	毎日	49,910	11.36
栃木県	875,685	読売	112,586	63.77	朝日	34,814	19.72	日本経済	13,439	7.61
群馬県	890,162	読売	141,600	66.69	朝日	37,374	17.60	毎日	13,425	6.32
埼玉県	3,555,029	読売	616,274	55.63	朝日	279,293	25.21	毎日	108,401	9.79
千葉県	3,102,148	読売	505,451	54.45	朝日	241,282	25.99	日本経済	75,262	8.11
東京都	7,682,155	読売	695,233	40.59	朝日	509,649	29.75	日本経済	304,744	17.79
神奈川県	4,604,332	読売	583,591	47.08	朝日	415,755	33.54	日本経済	124,639	10.05
新潟県	920,725	読売	67,212	53.33	朝日	26,350	20.91	日本経済	17,278	13.71
富山県	436,122	読売	50,038	82.15	日本経済	7,128	11.70	朝日	3,744	6.15
石川県	501,139	読売	9,615	42.19	日本経済	7,866	34.52	朝日	4,066	17.84
福井県	306,635	読売	5,921	35.70	日本経済	5,132	30.94	朝日	4,192	25.27
山梨県	377,101	読売	21,366	46.97	朝日	13,305	29.25	日本経済	5,284	11.62
長野県	903,498	読売	44,169	47.29	朝日	23,805	25.49	日本経済	16,910	18.10
岐阜県	860,512	朝日	22,630	41.02	読売	14,109	25.57	日本経済	13,460	24.40
静岡県	1,655,220	読売	43,364	29.66	朝日	43,145	29.51	日本経済	33,531	22.93
愛知県	3,499,090	朝日	112,213	43.32	日本経済	66,880	25.82	読売	58,387	22.54
三重県	821,382	朝日	44,624	36.88	読売	39,295	32.48	毎日	22,083	18.25

都道府県名	世帯数	1 位			2 位			3 位		
		新聞名	販売部数	シェア率(%)	新聞名	販売部数	シェア率(%)	新聞名	販売部数	シェア率(%)
全国	61,287,994									
滋賀県	623,703	読売	75,938	46.74	朝日	46,477	28.61	毎日	18,212	11.21
京都府	1,262,791	読売	117,122	44.98	朝日	74,847	28.74	毎日	29,013	11.14
大阪府	4,565,594	読売	442,068	33.63	朝日	292,257	22.24	産経	276,381	21.03
兵庫県	2,630,792	読売	280,761	45.78	朝日	178,475	29.10	日本経済	57,556	9.38
奈良県	613,342	読売	78,070	29.62	毎日	68,780	26.09	朝日	55,442	21.03
和歌山県	443,306	読売	62,170	40.84	朝日	36,039	23.67	毎日	29,847	19.61
鳥取県	241,254	読売	12,590	50.15	朝日	7,079	28.20	日本経済	2,761	11.00
島根県	293,821	読売	18,773	56.10	朝日	9,086	27.15	日本経済	3,415	10.21
岡山県	873,733	読売	45,688	44.12	朝日	32,929	31.80	日本経済	13,731	13.26
広島県	1,345,070	読売	70,966	44.93	朝日	47,857	30.30	日本経済	24,711	15.64
山口県	657,945	読売	93,078	44.62	朝日	64,755	31.04	毎日	40,905	19.61
徳島県	338,987	朝日	6,923	31.81	読売	6,627	30.45	日本経済	5,904	27.12
香川県	452,423	読売	34,313	48.48	朝日	21,980	31.06	日本経済	7,281	10.29
愛媛県	657,422	読売	37,128	42.58	朝日	31,081	35.64	日本経済	9,376	10.75
高知県	347,128	読売	5,592	41.19	朝日	3,305	24.35	日本経済	3,160	23.28
福岡県	2,571,378	読売	161,130	37.44	朝日	114,564	26.62	毎日	113,748	26.43
佐賀県	348,764	読売	15,552	54.52	朝日	6,531	22.89	日本経済	3,126	10.96
長崎県	634,937	読売	31,084	48.33	朝日	14,480	22.52	毎日	12,769	19.86
熊本県	817,122	読売	28,396	52.78	朝日	13,901	25.84	日本経済	7,718	14.35
大分県	550,807	読売	34,629	51.11	朝日	17,164	25.33	毎日	9,236	13.63
宮崎県	534,102	読売	16,281	42.87	朝日	10,843	28.55	毎日	5,761	15.17
鹿児島県	813,191	読売	13,782	45.37	朝日	7,669	25.24	日本経済	6,746	22.21
沖縄県	713,483	日本経済	3,847	75.56	朝日	563	11.06	読売	383	7.52

■ 全国紙シェア率50%以上の都道府県
 ※販売部数は、日本ABC協会「新聞発行人レポート 半期」2025年7～12月平均

地方にも根ざしたネットワーク

読売新聞は全国津々浦々に展開する取材拠点と記者数で、取材網においても他紙を圧倒しています。



東京本社
ビジネス局・イノベーション本部
〒100-8055
東京都千代田区大手町1-7-1
TEL. 03-3242-1111 (大代表)

中部支社
ビジネスプロデュース部
〒460-8470
名古屋市中区栄1-2-1
TEL. 052-211-0056

大阪本社
ビジネス局・イノベーション本部
〒530-8551
大阪市北区野崎町5-9
TEL. 06-6361-1111 (大代表)

ビジネス局パリ駐在事務所
25 rue du 4 Septembre, 75002 Paris, France
Tel: +33-1-83-75-65-60
E-mail: int@yomiuri.com

ビジネス4部 北海道駐在
〒060-8656
札幌市中央区北4西4-1-8
TEL. 011-222-5825

北陸支社
総務部広告グループ
〒933-8543
高岡市下関町4-5
TEL. 0766-26-6861

西部本社
ビジネス局・企画共創部
〒810-8581
福岡市中央区赤坂1-16-5
TEL. 092-715-4311 (大代表)

最新の広告事例、
マーケティングデータは

読売 ビジネス 🔍

読売新聞メディアガイド 2026-27

発行：読売新聞社
発行日：2026年3月
企画・制作：
読売新聞東京本社 ビジネス戦略センター