

なるほど！

そうなんだ！

デー タ で



わ か っ た



読 売 読 者

2019



読売新聞

販売部数、読者人数、シェア、到達率、 いずれも全国トップの読売新聞

POINT

1 読者人数は1,800万人超です

●朝刊(全国)の販売部数と推定読者人数

朝刊・全国	販売部数	回読人数	推定読者人数
読売新聞	8,341,796部	× 2.2人	＝ 約1,835万人
朝日新聞	5,766,551部	× 2.2人	＝ 約1,269万人
日本経済新聞	2,386,273部	× 1.8人	＝ 約430万人

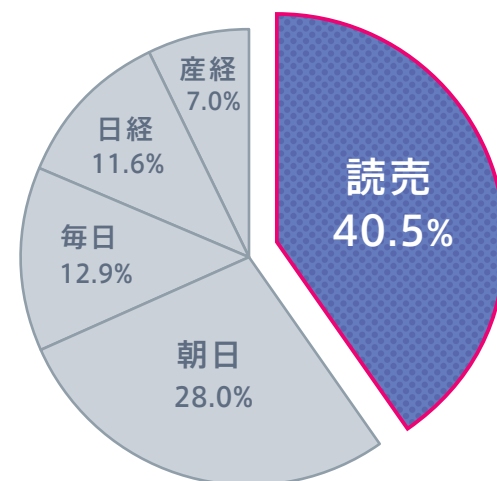
販売部数：日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2018年7月-12月平均
回読人数：1部の新聞を回し読みする人数 J-READ2018(全国)

POINT

2 全国紙の4割を占めるシェアです

●全国紙5紙の朝刊部数シェア(全国版)

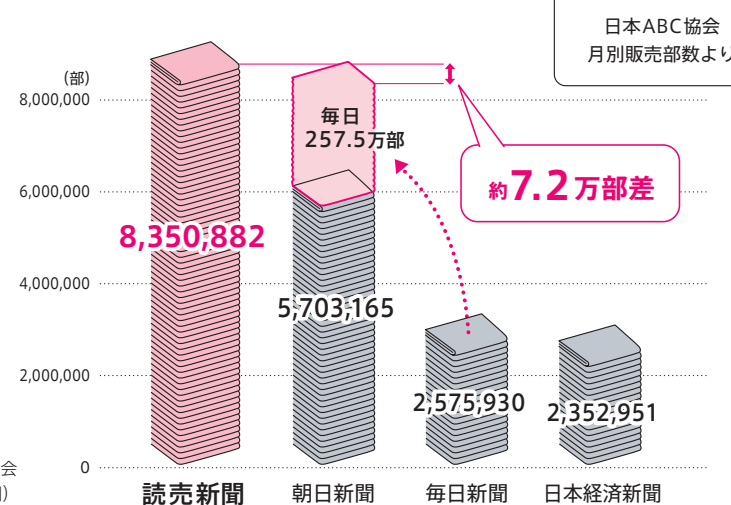
日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」
2018年7月-12月平均から算出



TOPICS!

2018年11月、
読売新聞の部数が
「朝日+毎日」を
逆転しました!

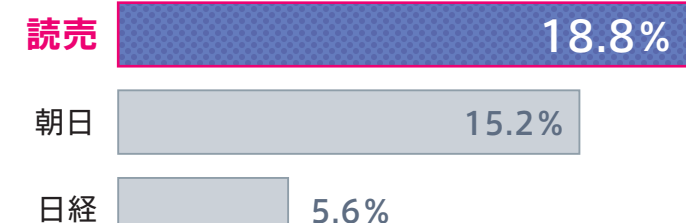
2018年11月 日本ABC協会
月別販売部数(朝刊・全国)



POINT

3 全国の18.8%の人に届きます

●全国紙3紙の個人への新聞到達率 (n=80,178)



J-READ2018(全国)



読売読者ってどんな人たち?

資産1億円以上といったエグゼクティブ・富裕層や生活にゆとりのあるアッパーミドル層をはじめ、野球好き、クルマ好きといったターゲットまで、読売新聞の読者像をJ-READの最新データをもとにご紹介します。読売新聞が多くの魅力ある層に最も届いていることがわかります。

エグゼクティブ 富裕層に

- ・世帯の金融資産額1億円以上
- ・勤務先での役職が役員クラス
- ・世帯年収2,000万円以上の高所得者層
- ・金融情報・資産運用に関心が高い

アッパーミドル 生活ゆとり層に

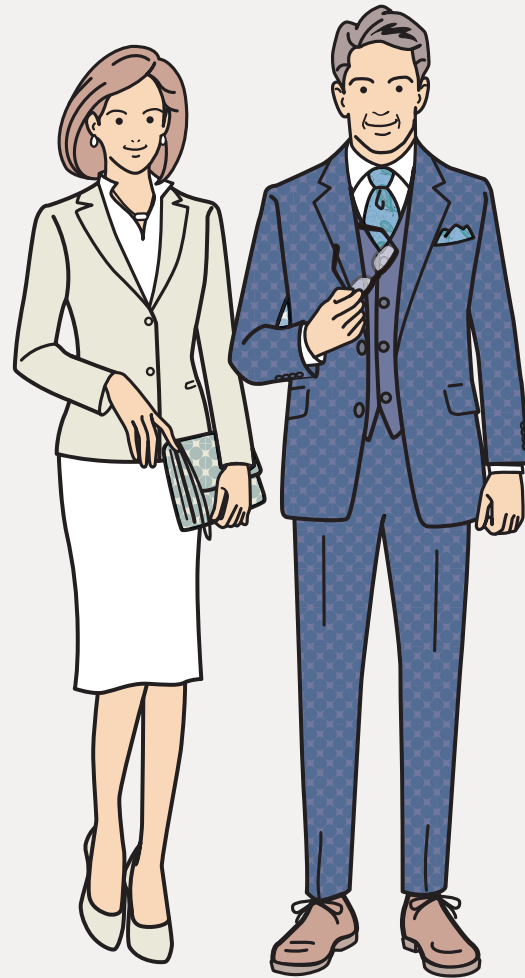
- ・個人年収1,000万円以上
- ・1部上場企業に勤務
- ・消費意欲が旺盛
- ・子どもや孫に投資を惜しまない

さらに、こんな特徴も!

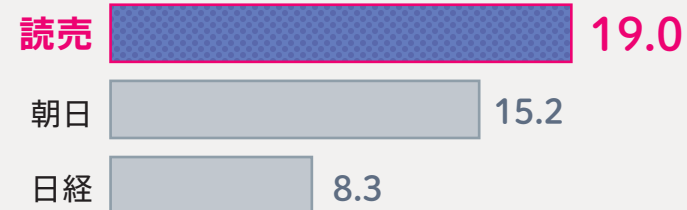
- ・野球が好き!
- ・住まいにこだわりあり
- ・ジャイアンツが好き!
- ・高いITリテラシー
- ・地域愛が深い
- ・クルマが好き ほか

実際のデータとともに見てみましょう ➡

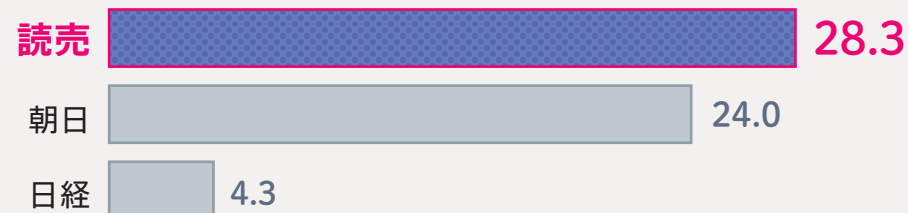
地位も資産も 「持てる層」に 読まれています



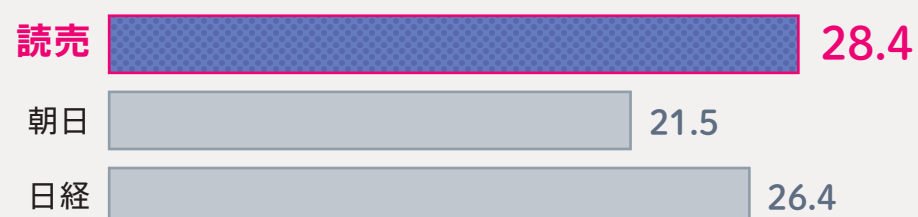
●勤務先での役職 役員クラスの人への到達率
(n=2,677 単位: %)



●金融資産1億円以上の人への到達率
(n=1,030 単位: %)



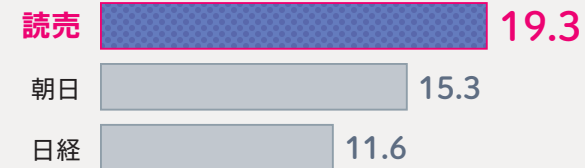
●世帯年収2000万円以上の人への到達率
(n=1,017 単位: %)



役

職は役員クラス、
資産も年収も大きな余裕

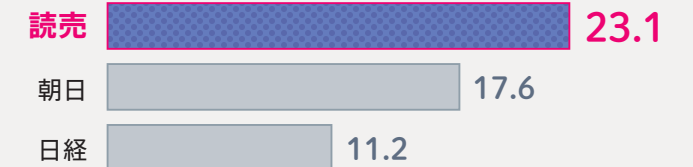
●「資産運用に関心がある」人への到達率
(n=17,025 単位: %)



行動・意識別到達率 (単位: %)	読売	朝日	日経
企業の財務情報に関心がある (n=8,430)	22.1	14.8	15.0
ふだん読む新聞記事ジャンル「国内経済」(n=24,354)	23.0	18.8	11.4

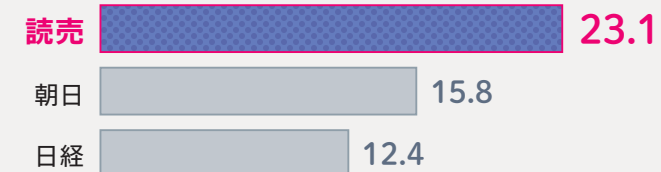
金融情報、 資産運用に関心

●1年間に投資信託を購入した人への到達率
(n=8,711 単位: %)

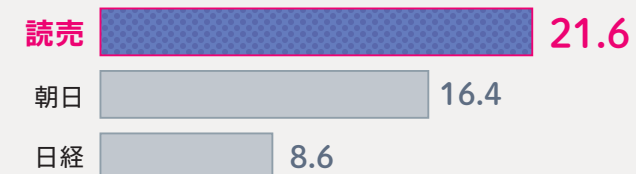


リ
ッ
チ
な
消
費
行
動
と
意
識

●「年2回以上海外に行く」人への到達率
(n=2,412 単位: %)



●高級腕時計を所有している人への到達率
(n=15,524 単位: %)



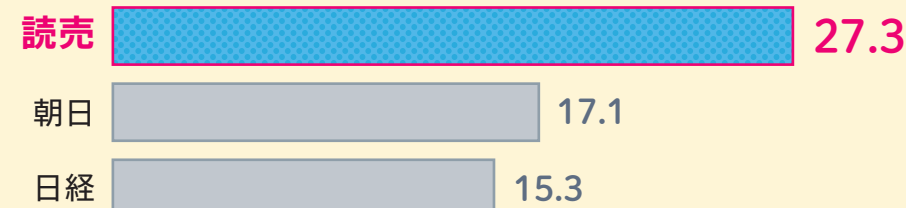
行動・意識別到達率 (単位: %)	読売	朝日	日経
自分のステージに見合う車がいい (n=18,708)	18.9	14.3	7.0
仕事や生活に英語が必要である (n=16,763)	19.4	13.3	6.3
ゴルフクラブセットを所有している (n=15,724)	21.0	14.5	9.2
高級ブランドのバッグ等を持っている (n=13,592)	22.2	15.9	7.9



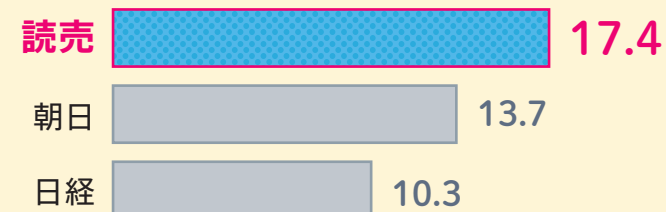
消費が活発な 生活ゆとり層も読者です

年
収1000万円以上、
1部上場企業勤務が多い

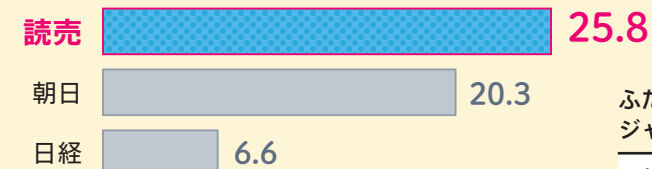
●個人年収1000万円以上の人への到達率 (n=1,518 単位: %)



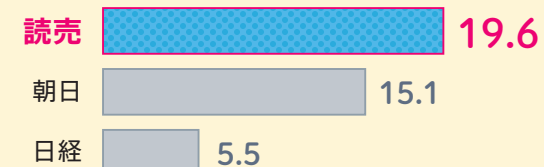
●1部上場企業に勤めている人への到達率 (n=8,073 単位: %)



●ふだん読む新聞記事ジャンル「ファッション・美容」の人への到達率 (n=9,732 単位: %)



●「TVや新聞雑誌を参考に料理を作ることがある」人への到達率 (n=44,718 単位: %)



生 活の充実に
関心が高い

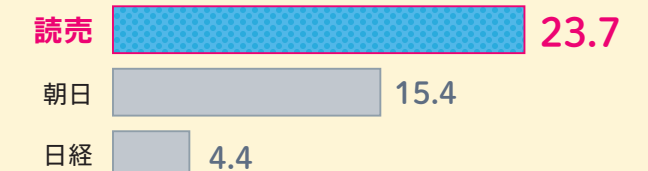
ふだん読む新聞記事
ジャンル別到達率 (単位: %)

	読売	朝日	日経
食生活・料理 (n=20,536)	24.7	19.8	5.3
ショッピング・催し (n=8,792)	23.4	16.9	3.8
家事(掃除・洗濯・家計 管理など) (n=13,281)	25.6	20.7	6.5
子ども向け記事 (n=5,891)	22.4	16.7	3.9

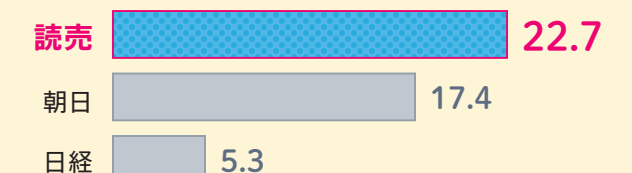


シ
ョ
ッ
ピ
ン
グ、
レ
ジ
ャーなど
消費意欲が旺盛

●「新聞広告を見て、観光地・レジャー施設に行った」人への到達率 (n=11,207 単位: %)



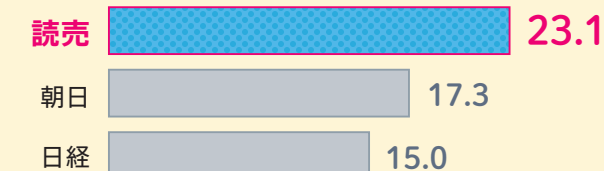
●「新聞広告を見て、百貨店・デパートに買物に行った」人への到達率 (n=15,289 単位: %)



行動・意識別到達率 (単位: %)	読売	朝日	日経
新聞広告を見て、飲食店に行った (n=14,585)	23.9	15.2	3.9
新聞広告を見て、複合商業施設・アウト レットモールに行った (n=11,983)	23.5	16.8	4.7
余暇の活動にはお金をかけるほう (n=18,350)	20.8	15.8	7.7
中元や歳暮を贈るようにしている (n=17,868)	24.0	16.5	6.1

子 どもや孫に
投資を惜しまない

●「子・孫に受験(中・小・幼)させたい」人への到達率 (n=4,757 単位: %)

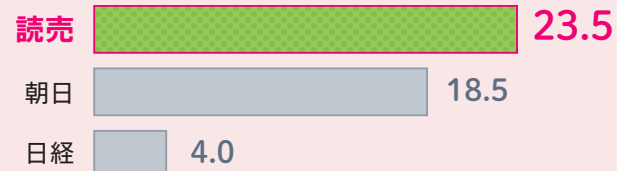


行動・意識別到達率 (単位: %)	読売	朝日	日経
子・孫の教育にお金を 惜しまない (n=15,421)	20.8	15.2	7.0
学校以外の教育(塾など) に関心がある (n=15,356)	21.0	14.6	8.1
子・孫におけいこ事を 習わせたい (n=23,242)	18.3	13.5	6.4
子・孫の教育に本や新聞 は大切だ (n=41,909)	21.3	15.5	6.2
子・孫に資産を残したい (n=14,122)	18.5	13.1	5.6

こんな特徴も！

地域愛が深い

- ふだん読む新聞記事ジャンル「地方版」
の人への到達率 (n=16,196 単位：%)



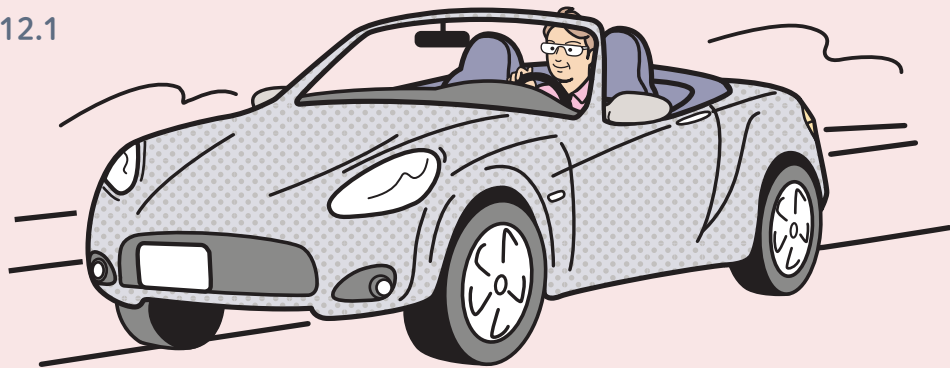
行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
ふだん読む新聞記事ジャンル「地域・地元のスポーツ」(n=11,799)	18.7	12.7	3.1
地元の有名人の新聞広告は目にとまる (n=26,858)	20.5	14.2	5.2
地域限定商品には関心がある (n=14,512)	20.9	15.5	6.2

クルマが好き

- 「新聞広告を見て、車のディーラー・販売店に行った」人への到達率 (n=2,970 単位：%)

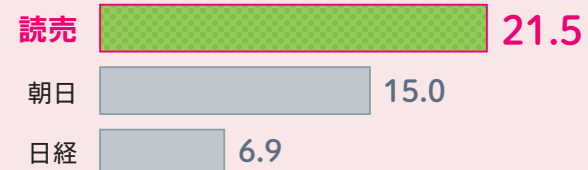


行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
車にはこだわりがある (n=13,185)	19.8	14.2	6.0
普段から新車の情報に関心がある (n=8,708)	20.0	14.0	5.6
自分専用の車を持っている (n=33,939)	17.3	11.9	4.3



住まいにこだわりあり

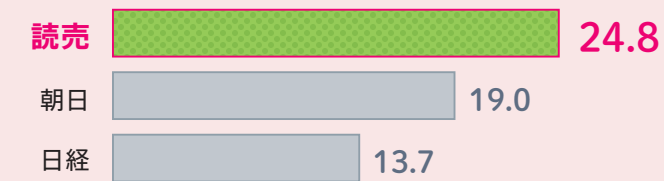
- 「住宅にお金をかけるのは当然だ」という人への到達率 (n=11,597 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
ふだん読む新聞記事ジャンル「住まい・インテリア」(n=10,267)	26.3	20.8	7.2
家の住み替えや新築を考えている (n=8,290)	18.1	12.4	5.7
土地(住まい)を有効活用したい (n=12,928)	20.0	15.1	5.4

高いITリテラシー

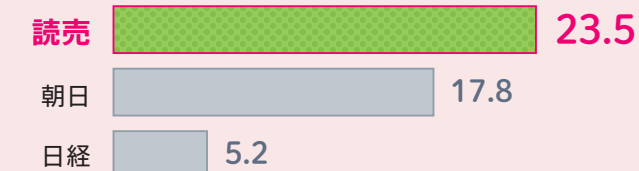
- ふだん読む新聞記事ジャンル「デジタルメディア関係」の人への到達率 (n=4,709 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
必要な情報を収集するのが得意 (n=22,208)	20.5	15.4	6.8
IT関連の知識は豊富な方だ (n=7,698)	19.4	14.1	10.0
1年間にプログラミング講座を受講した (n=262)	25.6	2.8	6.7

野球が好き！
ジャイアンツが好き！

- ふだん読む新聞記事ジャンル「プロ野球」
の人への到達率 (n=22,612 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
好きなプロ野球球団「読売ジャイアンツ」(n=18,305)	30.3	12.3	5.6
1年間に日本のプロ野球観戦(テレビ含む)をした (n=30,751)	20.5	15.8	6.3
ふだん読む新聞記事ジャンル「大リーグ」(n=8,876)	24.7	18.9	5.0

読売読者の
エリア別好きな球団

TOP 3

全国どのエリアでもジャイアンツファンがいっぱい！

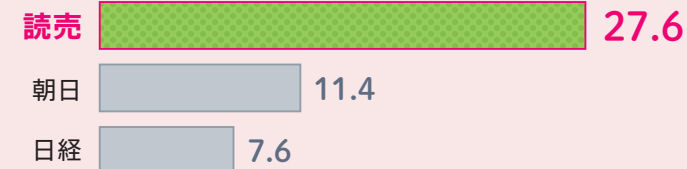
	1 位	2 位	3 位
全国計 (n=15,113)	読売ジャイアンツ 36.6	阪神タイガース 13.7	広島東洋カープ 9.1
北海道 (n=185)	北海道日本ハムファイターズ 79.8	読売ジャイアンツ 9.0	東京ヤクルトスワローズ 6.0
東京本社版セット地域 (n=9,875)	読売ジャイアンツ 42.2	横浜DeNAベイスターズ 12.4	北海道日本ハムファイターズ 9.5
東京本社版統合地域 (n=473)	読売ジャイアンツ 40.4	東北楽天ゴールデンイーグルス 37.0	北海道日本ハムファイターズ 17.1
中部支社版 (n=309)	中日ドラゴンズ 35.8	読売ジャイアンツ 17.5	広島東洋カープ 11.7
北陸支社版 (n=145)	読売ジャイアンツ 41.4	広島東洋カープ 13.1	阪神タイガース 10.9
大阪本社版 (n=3,220)	阪神タイガース 43.6	読売ジャイアンツ 23.4	広島東洋カープ 10.6
西部本社版 (n=905)	福岡ソフトバンクホークス 58.5	読売ジャイアンツ 32.5	広島東洋カープ 19.5

東京本社版セット地域 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 東京本社版統合地域 青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県、長野県
中部支社版 愛知県、三重県、岐阜県 北陸支社版 富山県、石川県 大阪本社版 大阪府、滋賀県、京都府、兵庫県、奈良県、和歌山県、福井県、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県 西部本社版 福岡県、山口県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県

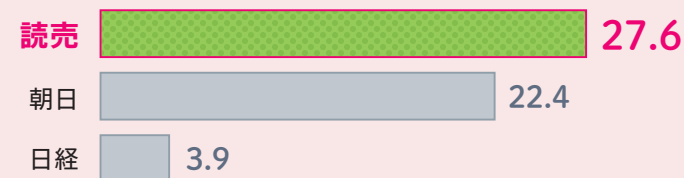
こんな特徴も！

身近なところから
環境に配慮

- 電気自動車 (EV) を所有している人への到達率
(n=487 単位：%)



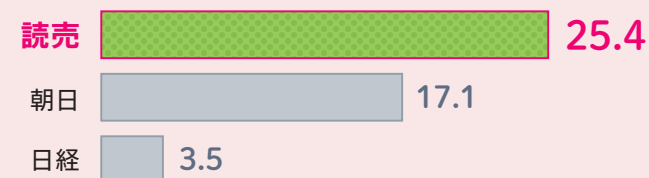
- ふだん読む新聞記事ジャンル「囲碁・将棋」の人への到達率 (n=2,081 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
1年間に囲碁・将棋をした (n=5,586)	21.5	14.8	7.9
ふだん読む新聞記事ジャンル「大相撲」 (n=11,350)	26.3	18.3	4.4
1年間に大相撲観戦 (テレビを含む) をした (n=23,422)	22.9	17.1	5.5
1年間に茶道・華道・書道をした (n=4,593)	25.2	15.4	8.4

芸能・マンガ・
ゲームが好き

- ふだん読む新聞記事ジャンル「芸能関係」の人への到達率 (n=16,126 単位：%)



所有する物・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
オール電化住宅 (n=11,944)	18.1	12.6	3.1
CO ₂ 冷媒ヒートポンプ給湯器 (エコキュート) (n=8,512)	19.3	12.8	4.2
太陽光発電システム (n=8,246)	17.8	13.0	4.5
省エネ・節電に気を付けている (n=34,948)	20.4	15.9	5.0

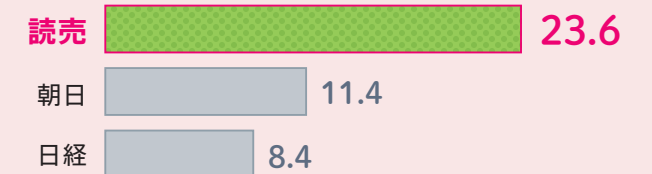
伝統文化に
造詣が深い

行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
ふだん読む新聞記事ジャンル「マンガ」 (n=11,228)	31.6	15.3	2.9
有名人・芸能人情報に関心がある (n=24,905)	19.6	13.8	4.6
1年間にテレビゲーム (携帯型含む) をした (n=30,894)	18.1	12.9	4.8
1年間にオンラインゲーム・ソーシャルゲームをした (n=22,838)	18.8	13.1	5.4



健康意識が高い

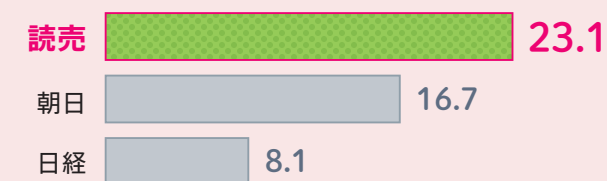
- 「定期的に特定保健用食品を利用」する人への到達率
(n=6,667 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
1年間にジョギング・マラソンをした (n=11,382)	19.3	12.7	8.7
ダイエットに関心がある (n=27,662)	20.3	13.0	5.3
普段、除菌や殺菌に気を配る (n=12,413)	21.2	15.0	6.4
ゼロカロリー飲料をよく利用する (n=10,179)	22.7	14.0	5.9

新聞への高い関心・信頼

- 「広告出稿の企業は信頼がおける」という人への到達率 (n=12,034 単位：%)



行動・意識別到達率 (単位：%)	読売	朝日	日経
新聞を読んで世の中の動きを知る (n=43,681)	22.6	17.8	7.6
新聞は朝一番に情報を得ることが出来て便利だ (n=32,299)	22.3	16.4	6.8
他で見た情報を新聞広告で見ると信頼感が増す (n=24,615)	21.9	15.6	7.5
新聞広告に掲載の検索キーワードでネット検索した (n=8,107)	24.5	16.5	8.3

〔調査概要〕全国新聞総合調査 (J-READ2018)

調査期間：2018年10月21日 (日) ～ 10月27日 (土) 調査地域：全国47都道府県主要エリア 調査対象：調査時に満15歳～74歳の男女個人

サンプリング：1. ビデオリサーチ社過去調査対象者のリストから抽出
2. 上記抽出で目標有効標本数に不足している標本を「地点・個人」の多段抽出し、調査員訪問による説得

調査方法：調査協力の応諾が得られた対象者に対し、調査票を郵送。対象者は調査票への記入完了後、調査票を返送。

有効標本数：全国計 12,242人 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

※ nの数値は各都道府県の15～74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。回収数とは異なることにご注意ください。

読売新聞広告局の最新情報はこちら

読売新聞広告局 ポータルサイト

adv.yomiuri

<https://adv.yomiuri.co.jp/>

読売新聞 広告 Q 検索

読売新聞社広告局アカウント @yomiojo

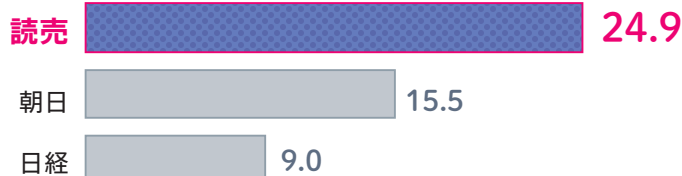


よみバズ

SNS上で拡散された読売新聞掲載の広告への書き込み・投稿を「よみバズ」と呼んでいます。

読売読者はSNSへの発信力があります。

- 新聞掲載内容を見てSNSなどに自分で発信(シェア)したことがある人※(n=3,756 単位: %)

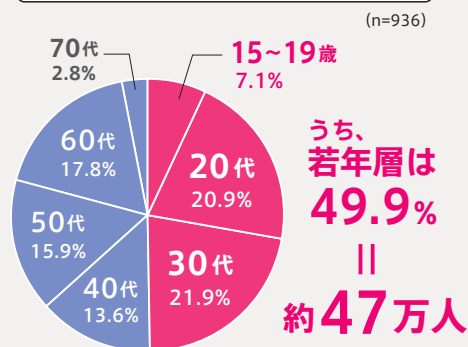


※J-READ2018「新聞で読んだことをブログ・SNSで紹介(シェア)する」または「新聞広告を見て自分のHPやブログ、SNSなどに関連する内容を書いた(シェアした)」

読売新聞は、SNS拡散を数値化、分析(レポート)しています。

- ① 推定リーチ人数 (ツイートしたアカウントのフォロワーの合計)
- ② ツイート数 (リツイートを含む)

SNS発信源となる読売読者数



約94万人

ツイッター等SNSへ発信

リツイートでさらに拡散!

よみバズ ツイッター分析レポート事例

宝島社「敵は、嘘。」

2019年1月7日 朝刊 全30段二連版

〔集計条件〕 ①のいずれか かつ ② かつ ③のいずれか
 ①「読売」「読者」②「広告」③「宝島」「嘘」

株式会社ホットリンクのSNS解析ツール「クチコミ@係長」による集計

2日間で
約556万人にリーチ

推定リーチ人数(累計) 5,558,612人

ツイート数(リツイート含む) 4,018件

