全国18社19紙で実施中！

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

実施エリア（21都道府県）

・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・宮城県・新潟県・長野県・静岡県
・岡山県・広島県・福岡県

J-MONITOR参加新聞（19紙）

・朝日新聞（首都圏、近畿圏、中京圏、北海道、福岡県）
・産経新聞（首都圏、近畿圏）
・日本経済新聞（日本経済新聞）
・毎日新聞（首都圏、近畿圏、福岡県）
・読売新聞（首都圏、近畿圏、中京圏、北海道、福岡県）
・北海道新聞（北海道）・河北新報（宮城県）・東京新聞（首都圏）
・新潟日報（新潟県）・信濃毎日新聞（長野県）
・静岡新聞（静岡県）・中日新聞（中京圏）・京都新聞（京都府、滋賀県）
・神戸新聞（兵庫県）・山陽新聞（岡山県）・中国新聞（広島県）
・西日本新聞（福岡県）
・スポーツ報知（首都圏）・日刊スポーツ（首都圏）

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」とは

第三者機関（ビデオリサーチ）が、各新聞社の読者モニターパネルを
定められた共通の手続き・手順で募集・管理し、
同じ調査システム上で各紙の調査を行い、データ提供を行います。
２０１１年４月にスタートしました。

J-MONITOR参加新聞ならば

✓ 参加新聞の中の
「掲載面の見られ方」「広告の見られ方」の
共通指標を提供できます
⇒①定期調査（面別接触率調査／広告接触率調査）

✓ 貴社広告の
広告出稿後の反響・効果をお伝えできます
⇒②個別調査（定型調査／カスタム調査）

✓ 貴社広告の反響・効果を確認するため、
業種や地域ごとに平均値との比較をお見せできます
⇒J-MONITOR定型調査比較ツール

広告計画立案のための指標データを公表していきます（①定期調査）

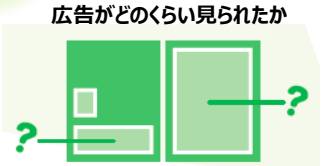
面別接触率調査
年間１回～
最大12回実施

定期調査

広告接触率調査
年間1回～
最大24回実施

その面がどのくらい見られたか

広告がどのくらい見られたか



朝夕刊・定期別刷り対象。調査日、対象面・広告はビデオリサーチが無作為に決定し、新聞社を含む外部には事前通告されません。
また、社によって調査実施種類・回数は異なります。

定期調査実施新聞

（首都圏）朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞
読売新聞、東京新聞
（近畿圏）朝日新聞、産経新聞、毎日新聞、読売新聞
（中京圏）中日新聞、読売新聞※
（北海道）北海道新聞、読売新聞※
（福岡県）西日本新聞、読売新聞※
（静岡県）静岡新聞※／（兵庫県）神戸新聞／（広島県）中国新聞

※は広告接触率調査のみ実施

●面別接触率

（首都圏・近畿圏・北海道・中京圏・兵庫県・広島県・福岡県15ビークル合算）

朝刊　集計対象期間：2013年10月～2016年9月

	件数	全体(%)	男性(%)	女性(%)
総合	1915	79.3	82.6	76.0
政治	338	70.9	76.0	65.7
国際	760	70.0	74.4	65.5
経済	915	73.7	78.2	69.1
商況	881	42.3	47.9	36.4
生活	1404	70.4	66.2	74.6
文化・芸能	781	60.3	58.8	62.0
スポーツ	1596	70.1	75.8	64.4
ラジオ・テレビ解説	664	60.5	58.9	62.1
オピニオン・解説	830	67.3	67.1	67.4
地域	1160	74.4	74.4	74.4
社会	1492	82.1	83.0	81.2
テレビ	545	80.2	80.2	80.2
その他	1232	63.9	63.7	63.9

上記他、面別接触率、広告接触率の最新公開データはウェブサイトにて
http://www.j-monitor.net/

広告出稿後の反響調査・効果測定を行うことができます（②個別調査）

個別広告の調査種類	定型調査	カスタム調査
設問内容	8問の固定設問 1 広告接触状況 2 広告評価（理解度・興味度・好意度・信頼度） 3 広告の印象 4 広告接触前企業（ブランド）認知 5 広告商品の購入意向・経験 6 広告による態度変容 7 他媒体での同一内容広告接触経験 8 自由回答	<定型調査報告書イメージ> 定型調査の報告書は広告掲載の2営業日後に出ます。	設問は自由設定です。 個別の広告目的に 応じて設定可能です。
実施参考価格※	15万円（税別）～		45万円（税別）～【15問程度】

※新聞社ごとに実施エリア・回数や費用を含む実施条件が異なります。
※上記の１，２，３のみ調査する簡易定型調査（ライト版）もあります。ご利用の際は各紙にご相談ください。

J-MONITORの調査の特長

①調査実施・レターヘッドは第三者機関
モニターの募集・調査実施はすべて第三者機関であるビデオリサーチが行います。

②各紙の読者構成に基づいたモニター構成
モニターの構成を、各新聞読者の性×年齢・職業・家族人数などの属性に合わせて割り付けています。

③調査方法はウェブ調査
広告掲載後の調査実施、結果集計を速やかに行います。

④新聞の手元保有による再認法
手元に用意した新聞で広告を確認しながらの回答ですので、実態に近い接触状況が確認できます。

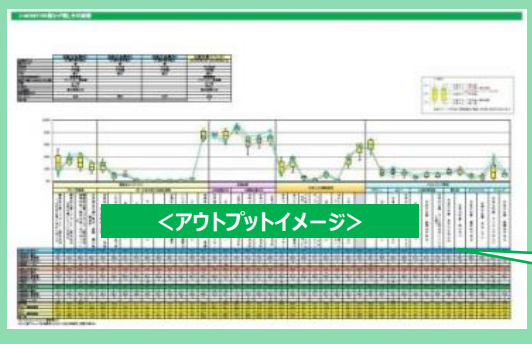
⑤調査実施は掲載日翌日
モニターには事前に調査実施を予告しません。掲載日の翌日０：００～２４：００で回答してもらいます。

調査設計

調査対象者	当該新聞を購読している15歳～６９歳の男女個人
調査エリア	当該新聞を購読可能なエリア（原則として都道府県単位）
抽出方法	新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。 応募者をJ-READ※の当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付。
調査方法	パソコン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	原則、1パネルあたり約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。各社が年間の調査予定回数に応じてパネルを設定し、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
実施機関・レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

※J-READ（全国新聞総合調査）……（株）ビデオリサーチが年1回全国47都道府県で主要新聞（約110紙）の購読状況などを推定する定期調査

反響・効果をご確認ください（J-MONITOR定型調査比較ツール）



Ｊ－ＭＯＮＩＴＯＲ連絡協議会は、
個別定型調査の共通報告書ツール「J-MONITOR定型調査比較ツール」を
2016年10月に加盟新聞社向けにリリースしました。
当該広告のデータについて、比較グループ（全ビークル平均、自紙平均、
当該広告と同じ業種・段数・広告種類での平均値など）のグラフと、
視覚的に比較することが可能になりました。
詳細およびご利用の際は、各紙にご相談ください。

グラフのほか、当該広告の比較グループの中での
順位、偏差値、有意差判定などの
分析も可能になりました。

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

●参加新聞（２０１６年４月現在）
朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、河北新報、東京新聞、新潟日報、信濃毎日新聞
静岡新聞、中日新聞、京都新聞、神戸新聞、山陽新聞、中国新聞、西日本新聞、スポーツ報知、日刊スポーツ

問い合わせ：各新聞社の担当営業にお問い合わせください。