

朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社、読売新聞社
北海道新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社
日刊スポーツ新聞社、報知新聞社

**2014年10月から河北新報と京都新聞の参加決定。計17紙に
新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」がさらに拡大します**

2014年10月から、新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR(ジェイ・モニター)」に、新たに河北新報、京都新聞の2紙の参加が決定しました。これにより参加新聞と調査エリアがより拡大します。

J-MONITORは2011年4月に中央紙5紙によりスタートし、4年目を迎えた今年4月現在、参加新聞は朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、東京新聞、静岡新聞、中日新聞、神戸新聞、中国新聞、西日本新聞、サンケイスポーツ、スポーツ報知、日刊スポーツまで拡大しています。10月からこれに河北新報と京都新聞が加わり15社17紙になります(産経新聞とサンケイスポーツは産経新聞社発行、東京新聞と中日新聞は中日新聞社発行)。

調査エリアは、現在の首都圏、近畿圏、中京圏、北海道、静岡県、広島県、福岡県に、新たに宮城県が加わり、さらに広がります。

【J-MONITORとは】

J-MONITORは新聞広告の広告効果測定を主目的とした新聞社共通の調査プラットフォームです。広告効果の測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的として2011年4月にスタートしました。調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチが行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。

J-MONITORで行われる調査は2種類あり、一つは新聞に掲載された個々の広告についての掲載後の反響・効果測定で、広告主にフィードバックされます。もう一つは、広告計画立案のための指標データを蓄積する調査です。面や広告がどのくらい見られたかを示す面別接触率・広告接触率を調べており、主に広告会社を対象にデータを販売(販売代理:ビデオリサーチ)しています。

【2014 年度の調査実施一覧】

	首都圏	近畿圏	中京圏	北海道	静岡県	広島県	福岡県	宮城県
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				○				
東京新聞・中日新聞	○		○					
静岡新聞					○			
神戸新聞		○(兵庫県)						
中国新聞						○		
西日本新聞							○	
サンケイスポーツ	○							
スポーツ報知	○							
日刊スポーツ	○							
河北新報※								○
京都新聞※		○(京都府、滋賀県)						

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

※河北新報、京都新聞は10月から参加

【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: 当該新聞購読可能なエリア(原則として都道府県単位)
- 標本抽出方法: 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。応募者を各紙ごとに全国新聞総合調査(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
- 標本サイズ: 1パネルあたり原則300名。回収率は70～80%を想定。1人あたりの調査回数上限は13週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。
- 実査日(時間): 広告掲載翌日0:00～24:00
- 調査方法: パソコンを利用したウェブ調査
- 調査機関・レターヘッド: 株式会社ビデオリサーチ

＜本件に関するお問い合わせ先: J-MONITOR連絡協議会広報幹事＞

毎日新聞東京本社 広告局計画管理部 佐々木(03-3212-3283)

問い合わせメールアドレス press@j-monitor.net

J-MONITORでは広報窓口を参加新聞社の持ち回りで務めます。2014年度幹事社は毎日新聞社です。

J-MONITORオフィシャルサイト <http://www.j-monitor.net/>