

各位

公益社団法人 日本アドバイザーズ協会
J-MONITOR 連絡協議会

新聞広告セミナー

『蓄積データ分析と広告主事例から見る、新聞広告エンゲージメント』

日本アドバイザーズ協会と J-MONITOR 連絡協議会は共催で、新聞広告セミナーを開催する運びとなりました。Zoom 録画配信による当オンラインセミナーでは「蓄積データ分析と広告主事例から見る、新聞広告エンゲージメント」をメインテーマに、日本アドバイザーズ協会からは株式会社ロッテより「共感を生み、エンゲージメントを高めるための新聞メディア活用」と題し、取り組み事例をご紹介します。また、J-MONITOR 連絡協議会側からは、2011 年の J-MONITOR 開始時から蓄積された約 13 万件の定期広告効果調査の分析を通じ、広告接触などとの関係を分析した結果をご紹介します。

本セミナーを通じ、広告主、広告会社、新聞社など広く関連業界の皆様にご理解を深め、各社のマーケティングにご活用いただきたく、ここにご案内申し上げます。

オンラインセミナー概要	
実施方法	Zoom 録画配信（約 60 分間）
ウェビナー開催日と公開期間	・ウェビナー開催日 : 2023 年 3 月 13 日（月）12:00~13:00（約 60 分間） ・公開期間(アーカイブ) : 2023 年 3 月 14 日（火）~3 月 26 日（日）
プログラム	【オープニング】 ・J-MONITOR 連絡協議会議長あいさつ J-MONITOR 連絡協議会 議長 新山 将記氏（産経新聞東京本社） 【報告・事例紹介】 ・「J-MONITOR 10 年の蓄積データから見えてきたもの」 J-MONITOR 連絡協議会 広報・企画タスク 那須 謙介氏（日本経済新聞社） J-MONITOR 連絡協議会 広報・企画タスク 柴本 弥生氏（中日新聞東京本社） 【講演】 ・「共感を生み、エンゲージメントを高めるための新聞メディア活用」 株式会社ロッテ マーケティング本部 情報クリエイティブ部 宣伝企画課 課長 古野小百合 氏 ※プログラムおよび講演者は変更になる場合があります。
お申し込み方法	以下の応募フォームよりお申し込みください（株式会社ビデオリサーチが運営するサイトでのお申し込みとなります）。アーカイブ配信をご覧になる場合も下記 URL からの申し込みが必要です。 ▶お申し込み先 URL ⇒ https://us06web.zoom.us/webinar/register/WN_NxssD2i3T4yUKsrt4rkiQg お申し込み完了後、ご入力いただいたメールアドレスに「お申し込み完了メール」が送信されます。
参加方法	ご登録いただいたメールアドレスにご登録確認メールを送信致します。開始時間になりましたらメール内にあります「ウェビナー参加用 URL」よりご参加ください。当日リマインドメールもお送り致します。
お問い合わせ先	ビデオリサーチ 新聞広告セミナー受付担当 jmonitor-seminar@videor.co.jp

●個人情報の取り扱いについて

- 1, セミナー主催者：J-MONITOR 連絡協議会
- 2, セミナー参加者 個人情報収集責任社：株式会社ビデオリサーチ
- 3, 個人情報保護管理者：株式会社ビデオリサーチ 執行役員 橋本 和彦
- 4, 個人情報の利用目的：①J-MONITOR 主催のセミナー、講演等のご案内のため。
②J-MONITOR へのご意見、ご要望、お問い合わせ対応のため。
③J-MONITOR に関する各種資料、アンケート等のご案内のため。
- 5, 個人情報のお問い合わせ：ご本人からの求めにより、ご提供いただいた個人情報の利用目的の
通知、開示、訂正、追加、削除に応じます。
個人情報の確認・追加等は下記のお問い合わせ先にご連絡ください。
(確認・開示等につきましては、ご本人確認が必要です。)
- 6, 個人情報を与えることの任意性：上記利用目的のため任意でのご登録となりますが、正しくご記入いただけない場合、
セミナーのご案内等がお届けできない場合があることをご了承ください。
- 7, お問い合わせ先：上記「お問い合わせ」を参照ください。

●禁止事項

今回の WEB セミナーは申込者様限の限定公開ですので、URL の共有・転送、また動画ファイルのダウンロードやスクリーンショット等はお控え頂きますようお願い申し上げます。

【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。

現在の参加紙は 15 社 16 紙※です（※東京新聞と中日新聞は中日新聞社発行）。

詳しくはウェブサイトをご覧ください。▶ <https://www.j-monitor.net/>