



MEDIA DATA 2017
業種別データ編

聖教新聞
SEIKYOSHIMBUN

INDEX

エネルギー	P. 3・4
環境	P. 5
教育	P. 6・7
介護	P. 8・9
健康・美容	P.10~12
ファッション	P.13・14
通販	P.15~17
金融・保険	P.18・19
自動車	P. 20・21
飲料	P. 22~24
通信	P. 25
百貨店	P. 26・27
出版	P. 28~30
エンタメ・レジャー	P. 31~34
旅行	P. 35・36
アウトドア	P. 37
BtoBコミュニケーション	P. 38
方面版・県版	P. 39
グラフSGIのご案内	P. 40

【調査概要】

【J-READ 第15回全国新聞総合調査】

- 調査エリア 全国47都道府県全域
- 調査対象 満15~69歳の男女個人
- 有効サンプル数 全国計：28,990人
※最少：鳥取県(430人)～最多：東京都(1,372人)
- 対象者抽出 各都道府県ごとにRDD法により調査対象者を抽出し、調査協力を依頼
- 調査方法 調査協力を応諾した対象者に自記入式調査票を郵送記入後、調査票を返送
- 調査期間 2016年1月31日(日)～2月6日(土)
(2001年度より年1回実施)
- 調査ビークル 全国の主要紙(約110紙)
- 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

【第8回聖教新聞読者調査】

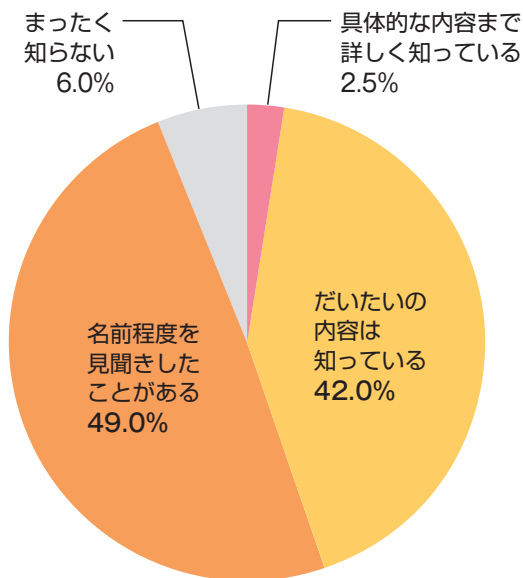
- 調査エリア 全国47都道府県全域
- 調査対象 聖教新聞購読世帯及びその世帯内個人
- 有効サンプル数 全国計：332人(200世帯)
- 対象者抽出 聖教新聞社保有の購読世帯リストよりランダムに抽出
- 調査方法 調査協力を応諾した対象者に自記入式調査票を郵送記入後、調査票を返送
- 調査期間 2016年9月15日(木)～30日(金)
- 調査主体 聖教新聞社広告局
- 調査実施機関 株式会社ビデオリサーチ

エネルギー

聖教読者は「電力自由化」に関心を持っており、「ガス自由化」の認知度は半数を超えています。環境にやさしい機器や最新設備の導入意欲も他紙読者より高いです。

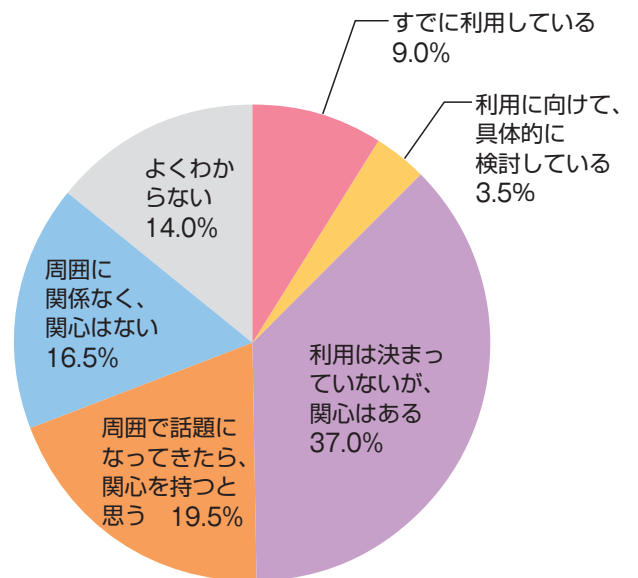
電力自由化

●「電力自由化」に対する認知度



(第8回聖教新聞読者調査)

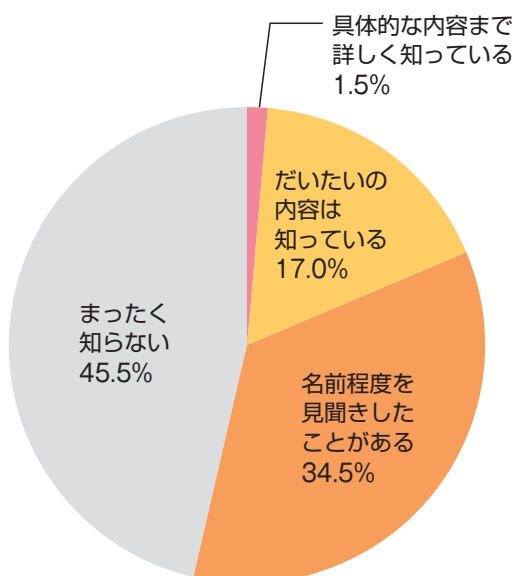
●「電力自由化」の利用意向



(第8回聖教新聞読者調査)

ガス自由化

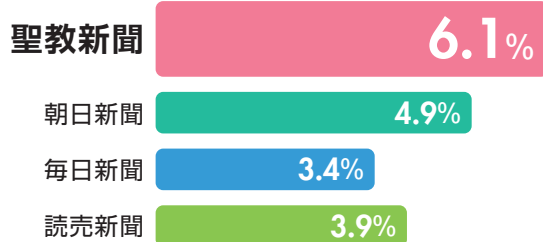
●「ガス自由化」に対する認知度



(第8回聖教新聞読者調査)

耐久財
欲求

● 太陽熱温水器



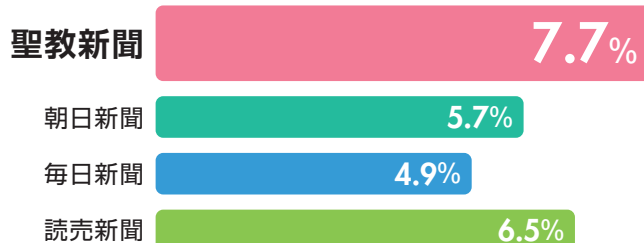
(J-READ)

● 太陽光発電システム



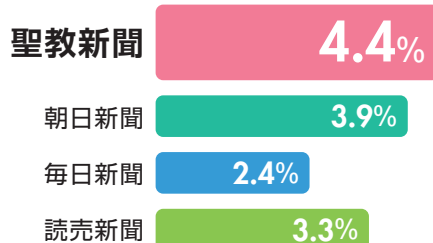
(J-READ)

● オール電化住宅



(J-READ)

● ホームエネルギーマネジメントシステム (HEMS)



(J-READ)



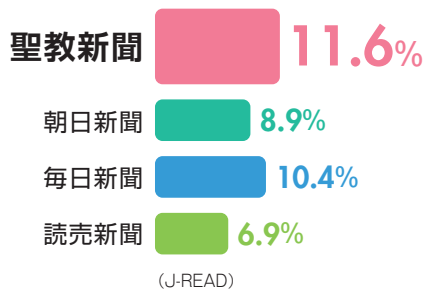
聖教読者は環境問題に高い関心があり、ボランティア活動などにも取り組んでいます。



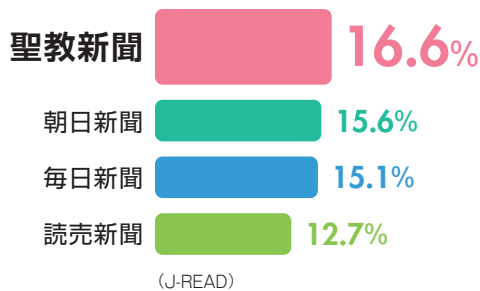
● 自然環境に強い関心がある



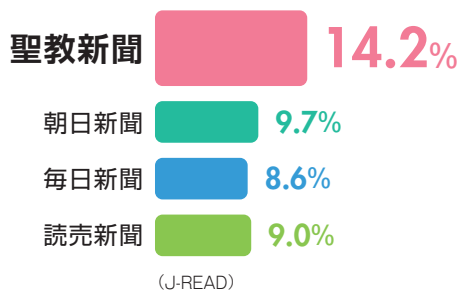
● 環境保護やボランティア活動のグループに入っている



● 環境問題・リサイクルについて詳しい情報を知りたい



● 環境問題・リサイクルについて友人・知人との話題に上る





教育

聖教読者は学習意欲が旺盛な人が多く、
新聞広告を通じて施設やサービスの情報を得ています。

レスポンス

● 通信教育の新聞広告を見て、申し込みをした [1年間]



(J-READ)

関心のある広告

● 通信教育



(J-READ)

● 語学・カルチャースクール・習い事



(J-READ)

認知経路 (学習塾・予備校)

● 新聞 (チラシは除く)



(J-READ)

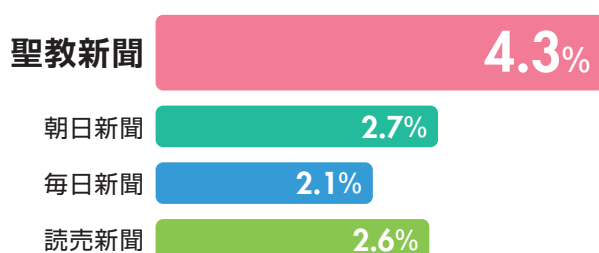
利用・
加入意向

●通信教育（資格試験等）



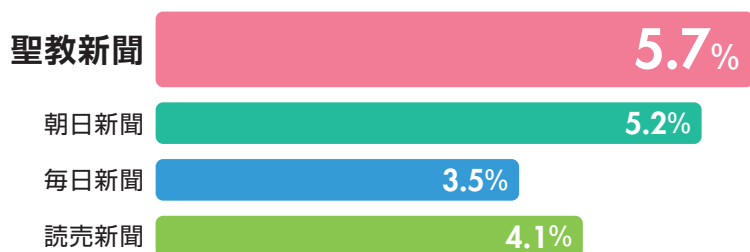
(J-READ)

●通信教育（受験・学校の予習・補習等）



(J-READ)

●学習塾・予備校



(J-READ)



聖教読者は高齢社会や介護に広く目を向けており、
介護用品や高齢者向けサービスにも高い関心があります。

関心
(福祉・介護)

●友人・知人との話題に上る



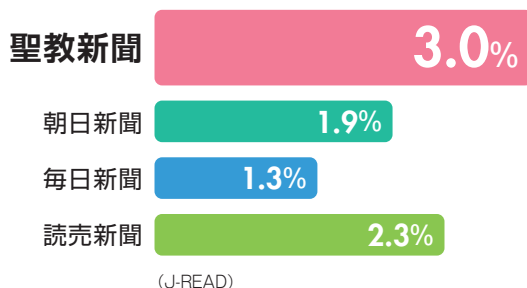
関心の
ある広告

●介護サービス・介護用品

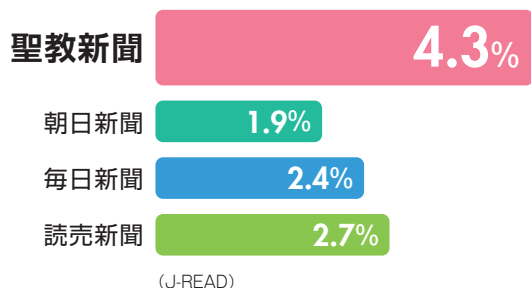


利用状況

●介護用品 [3ヶ月間の利用経験]

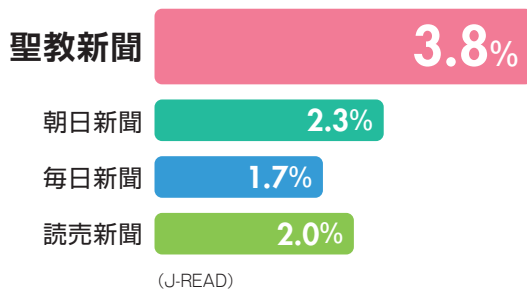


●大人用紙おむつ [3ヶ月間の利用経験]

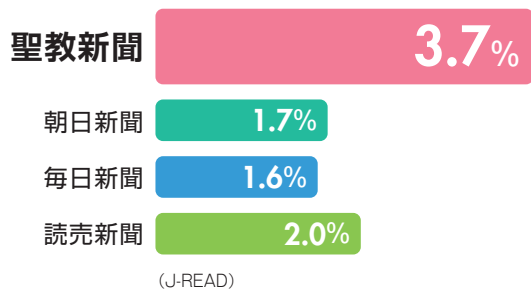


利用意向

●介護用品



●大人用紙おむつ



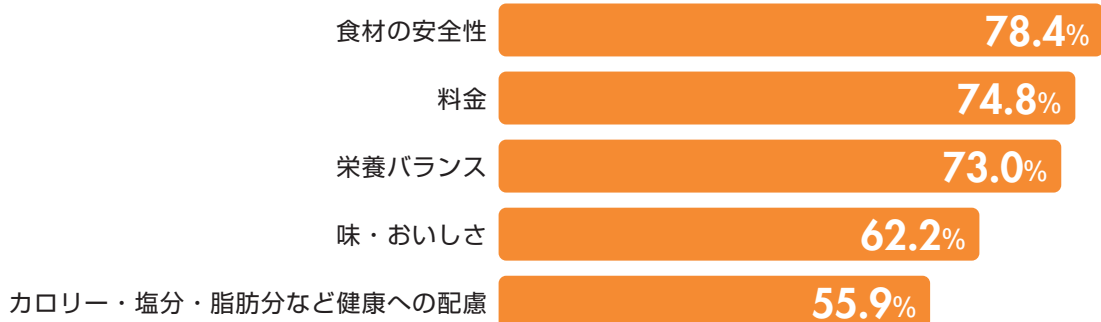
高齢者向け
宅配食事
サービス

● 認知・利用状況



(第8回聖教新聞読者調査)

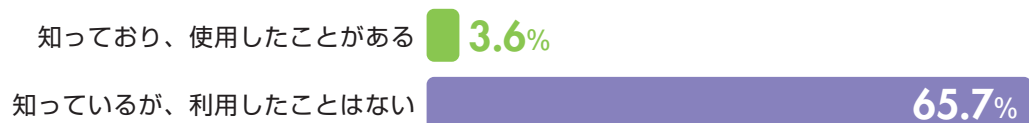
● 選択時に重視する点



(第8回聖教新聞読者調査)

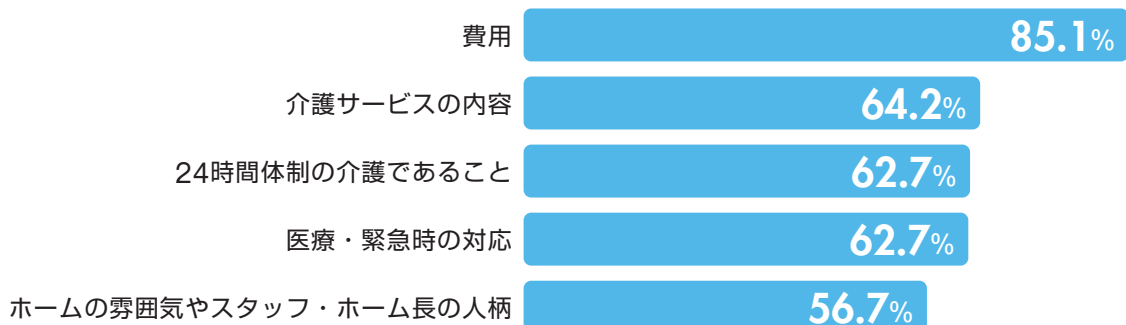
サービス
付き高齢者
向け住宅

● 認知・利用状況



(第8回聖教新聞読者調査)

● 選択時に重視する点



(第8回聖教新聞読者調査)

面別
閲覧頻度

● 水曜日付12面「幸齢社会、介護」ページ



〔「ほぼ毎回読んでいる」と「時々読んでいる」の合計〕

(第8回聖教新聞読者調査)

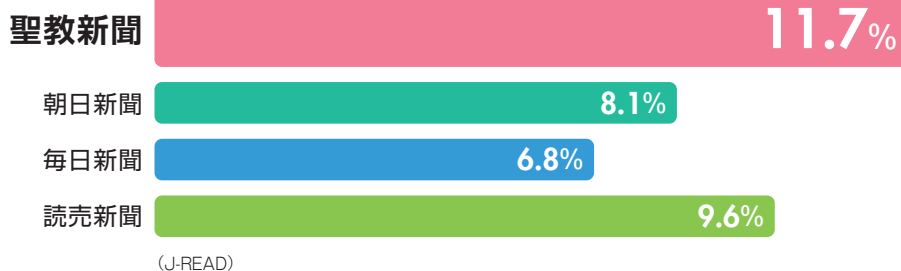


健康・美容

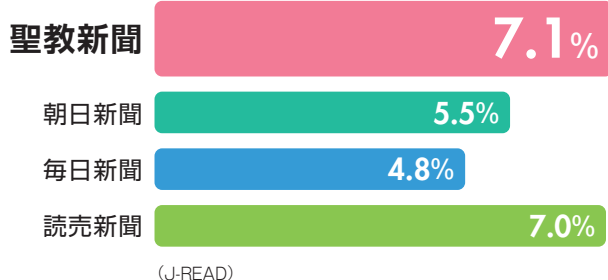
聖教読者は健康や美容に対する意識が高く、健康食品や美容用品を積極的に利用しています。

レスポンス

- 健康食品の通信販売の新聞広告を見て、申し込みをした



- 化粧品の通信販売の新聞広告を見て、申し込みをした



関心 (美容)

- 新しい情報を知りたい

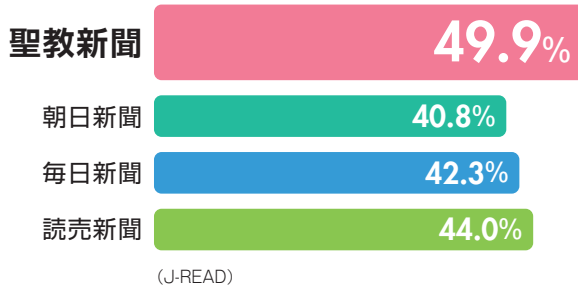


- 友人・知人との話題に上る

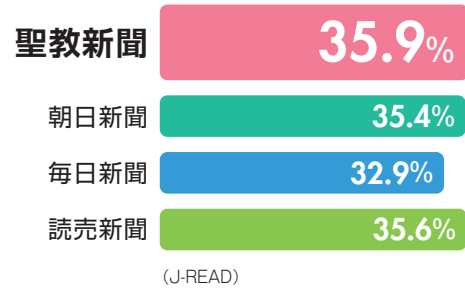


関心の
ある広告

● 健康食品・健康飲料

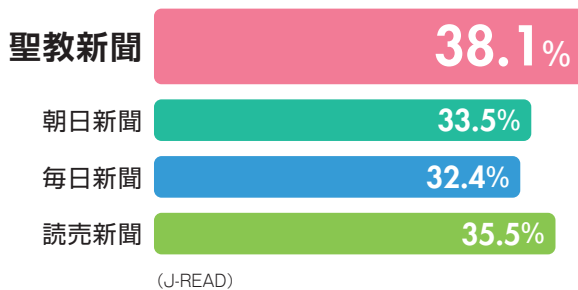


● 医薬品

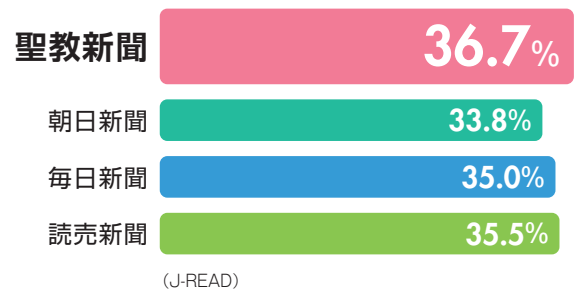


利用状況

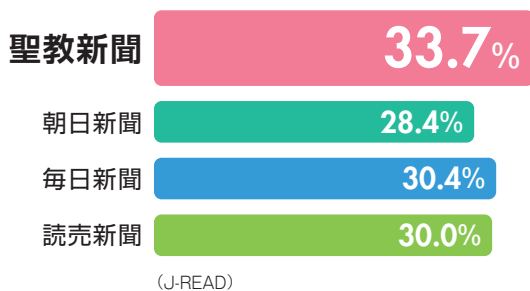
● 栄養補助食品 [3ヶ月間の利用経験]



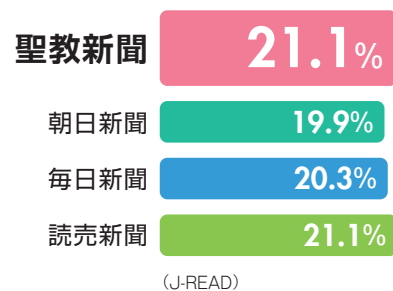
● 健康茶・健康飲料 [3ヶ月間の利用経験]



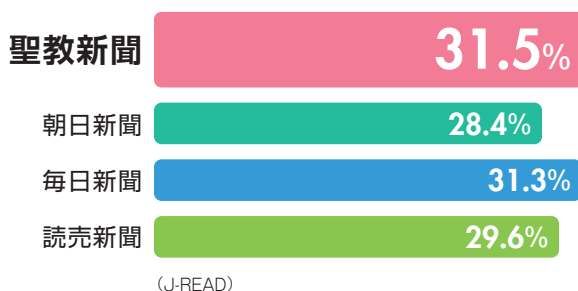
● 染毛料（ヘアカラー） [3ヶ月間の利用経験]



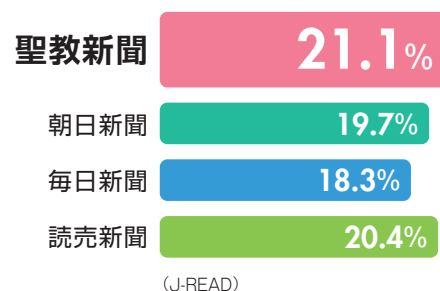
● トクホ（特定保健用食品） [3ヶ月間の利用経験]



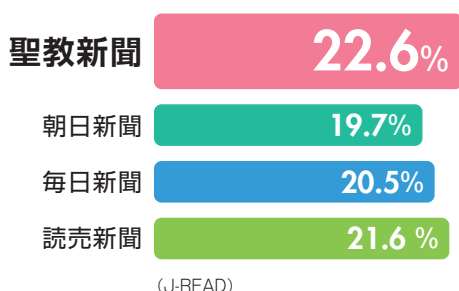
● 定期的に健康食品を利用している



● ゼロカロリー飲料（無糖飲料を除く）をよく利用する



● 栄養補助食品（サプリメント）をよく利用する



健康・
美容に対する
意識

●糖分を取り過ぎないようにしている



(J-READ)

●スキンケア・ヘアケアなどの手入れには気をつかう



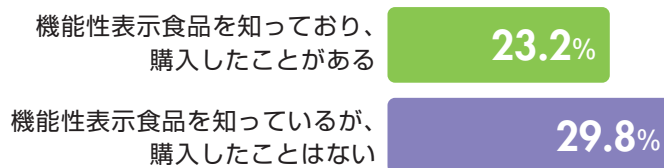
(第8回聖教新聞読者調査)

●体調管理や健康促進は積極的に行っている



(第8回聖教新聞読者調査)

●機能性表示食品の認知・購入経験



(第8回聖教新聞読者調査)

ファッション

聖教読者は流行のファッションに敏感で、特に女性はおしゃれに高い関心があります。

関心
(ファッション)

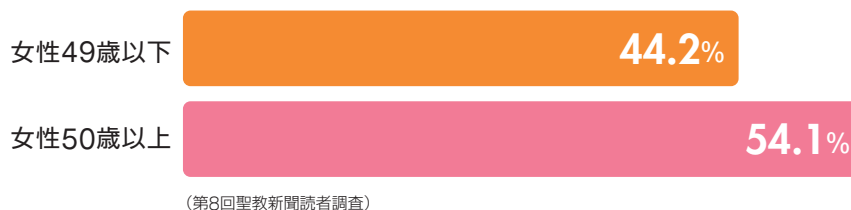
●新しい情報を知りたい



●友人・知人との話題に上る

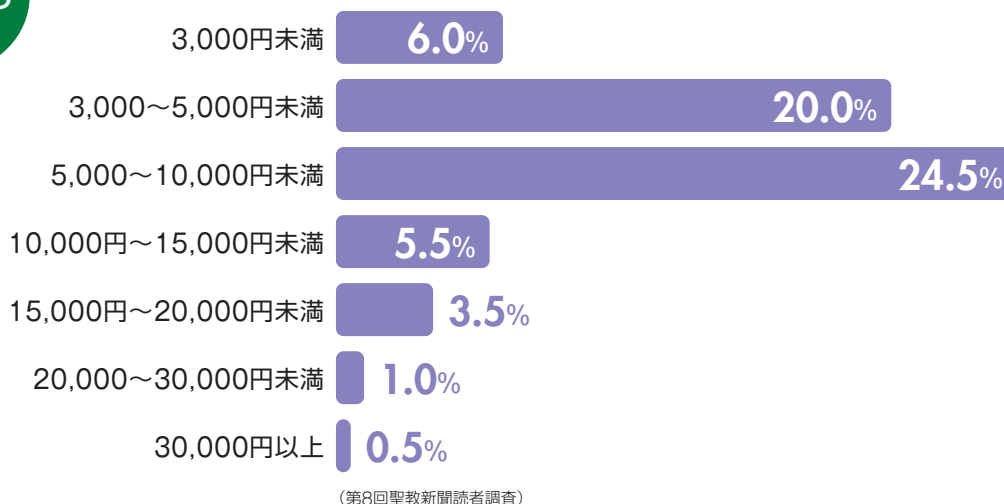


●服装・小物など身に着けるものには気をつかう



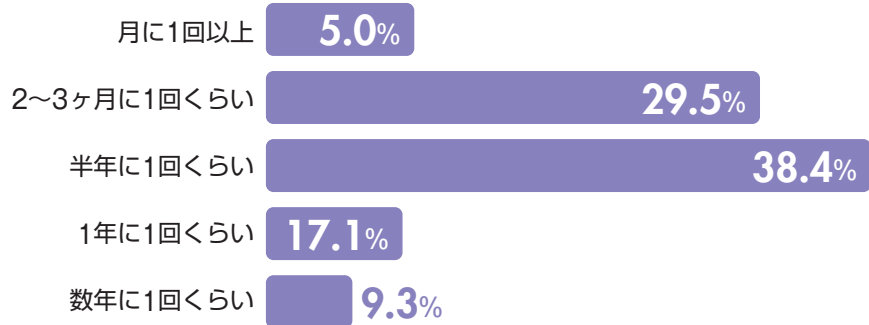
通販での
1回あたり
購入額

●衣料品



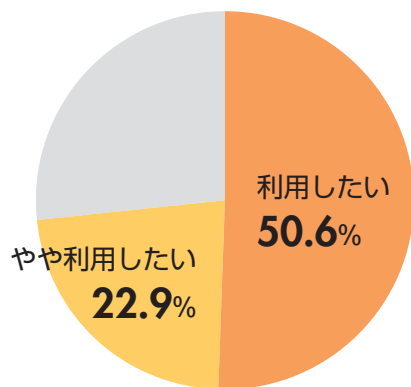
ファスト
ファッション

● 利用頻度



(第8回聖教新聞読者調査)

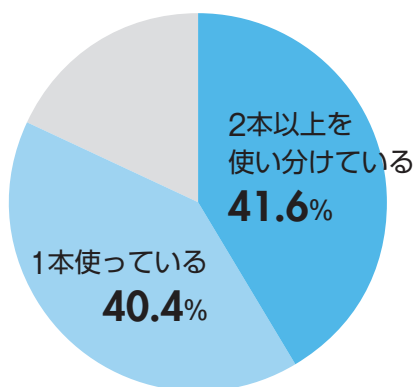
● 利用意向



(第8回聖教新聞読者調査)

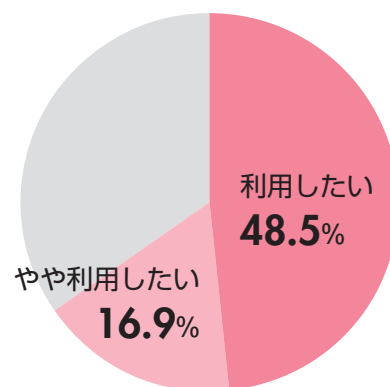
メガネ

● 所有状況



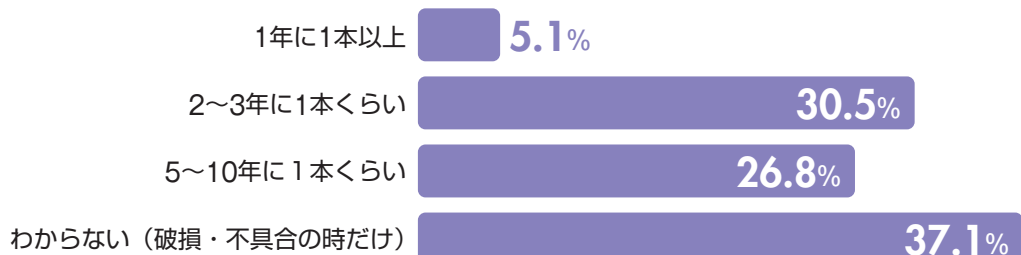
(第8回聖教新聞読者調査)

● 低価格メガネ店の利用意向



(第8回聖教新聞読者調査)

● 購入頻度



(第8回聖教新聞読者調査)

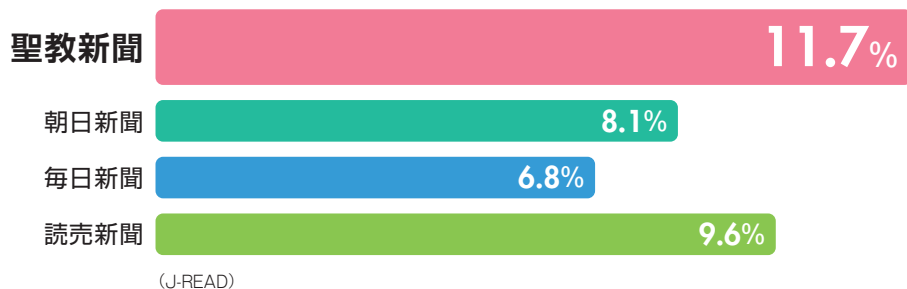


通販

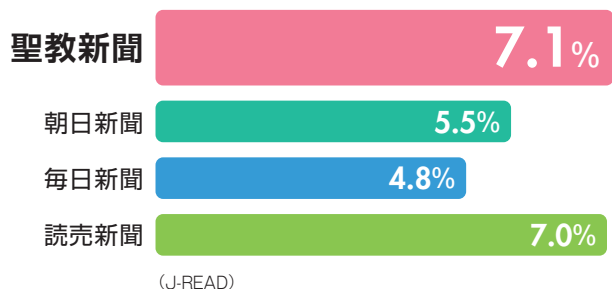
聖教読者は通販の新聞広告を見てのレスポンスが他紙読者より高く、通販に対する関心や購入意欲も旺盛です。

レスポンス

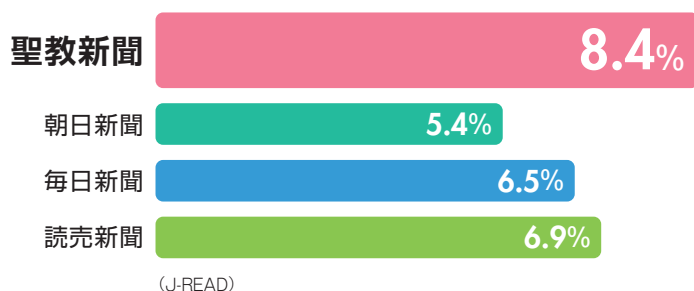
● 健康食品の通販の新聞広告を見て、申し込みをした



● 化粧品の通販の新聞広告を見て、申し込みをした



● 健康食品・化粧品以外の通販の新聞広告を見て、申し込みをした



関心のある広告

● 通販



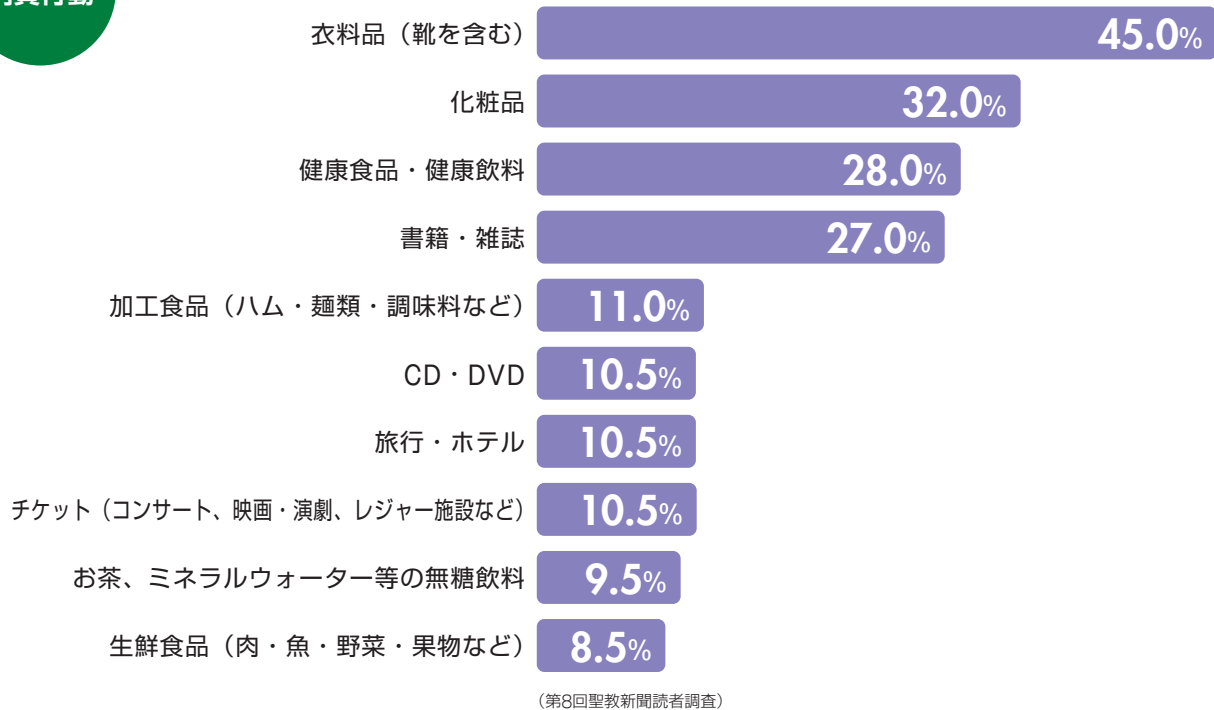
認知経路

●新聞（チラシは除く）

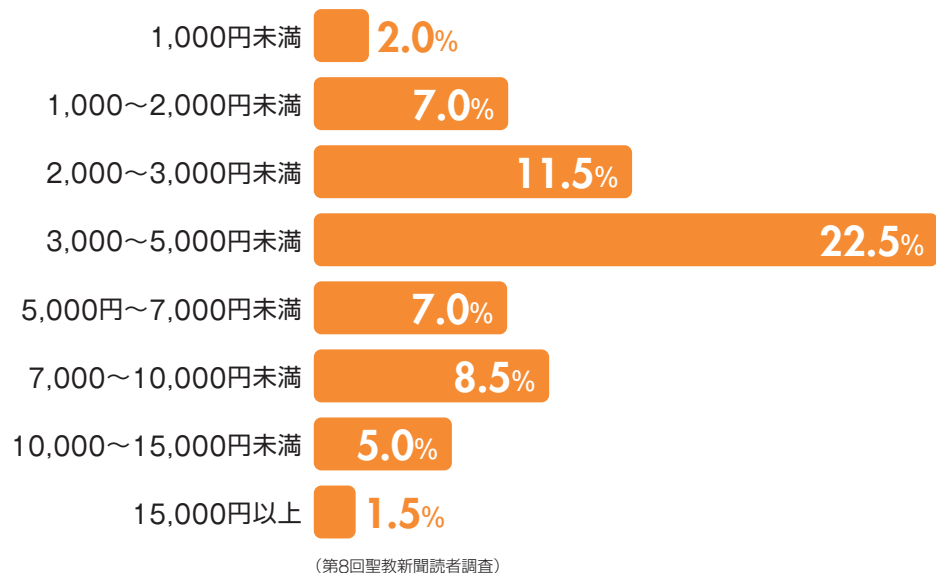


消費行動

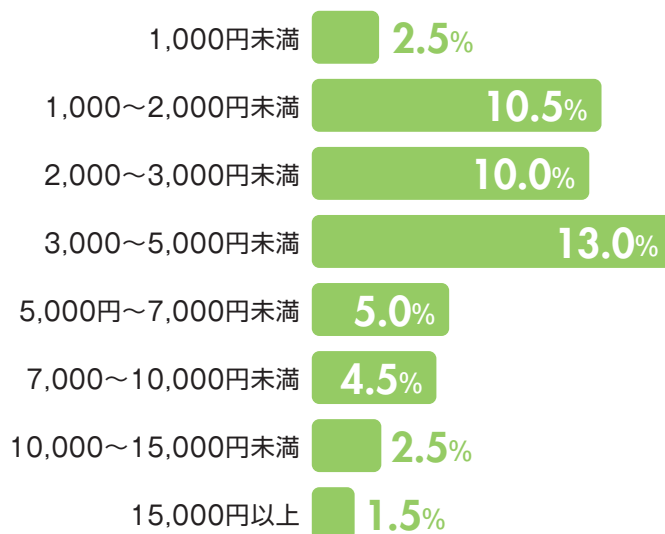
●最近1年間に通販で購入した商品

1回あたり
購入額

●食品・飲料

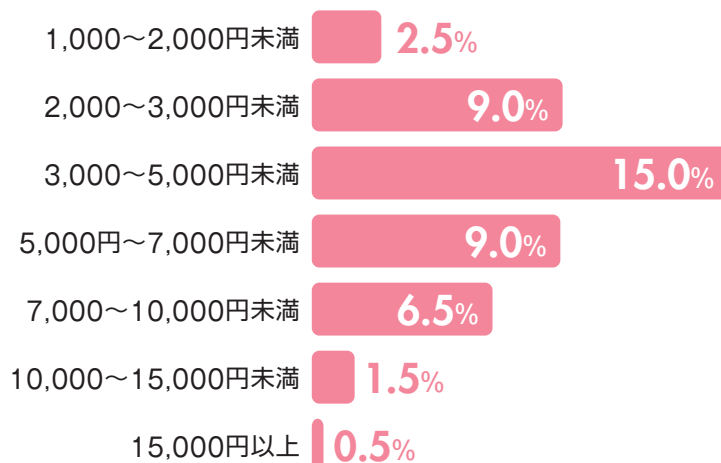


●健康食品



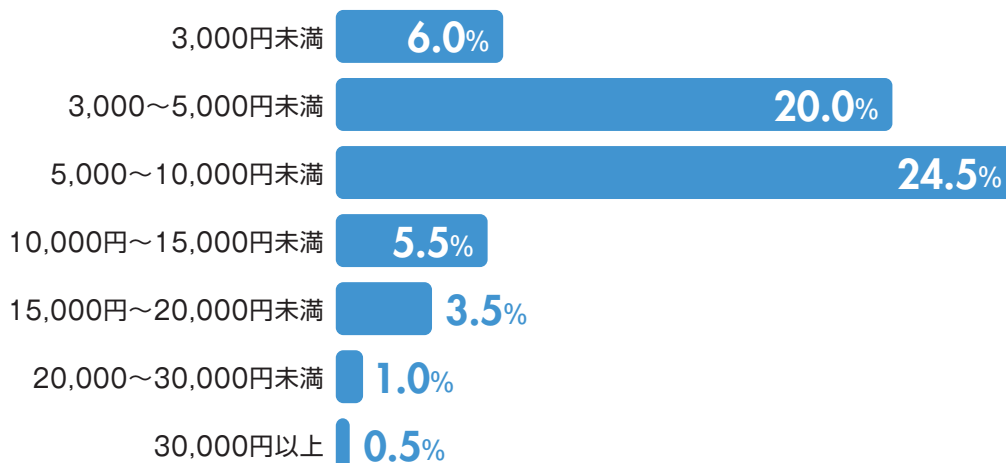
(第8回聖教新聞読者調査)

●化粧品



(第8回聖教新聞読者調査)

●衣料品



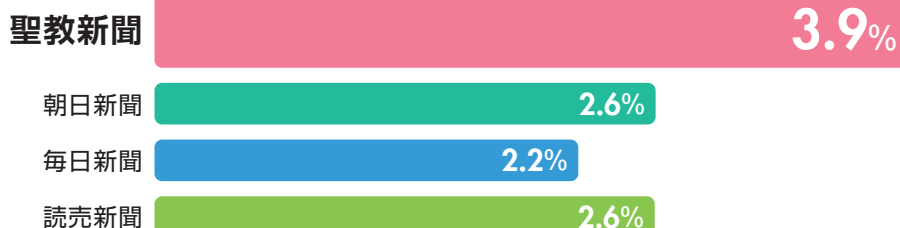
(第8回聖教新聞読者調査)

金融・保険

聖教読者は金融・保険の新聞広告を見てのレスポンスが他紙読者より高く、金融・保険の新聞広告に高い関心があります。

レスポンス

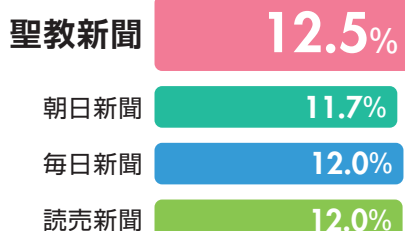
● 保険・金融商品の新聞広告を見て、問い合わせをした



(J-READ)

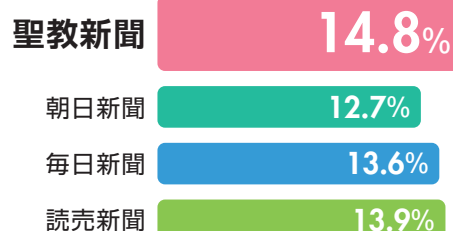
関心のある広告

● 銀行



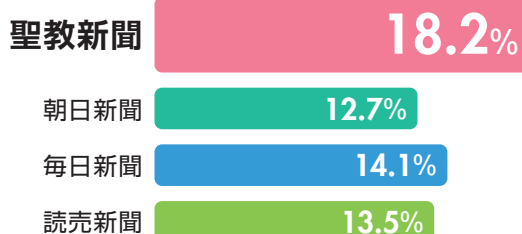
(J-READ)

● 自動車保険



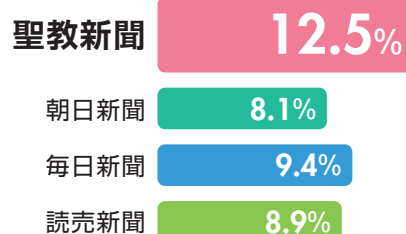
(J-READ)

● 生命保険



(J-READ)

● 損害保険



(J-READ)

認知経路
(銀行)

●新聞 (チラシは除く)



(J-READ)

認知経路
(生命保険)

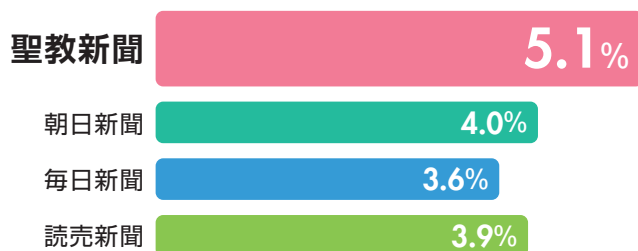
●新聞 (チラシは除く)



(J-READ)

認知経路
(損害保険)

●新聞 (チラシは除く)



(J-READ)



自動車

聖教読者は自動車を毎日運転する人の割合が他紙読者より高く、購入意欲も旺盛です。環境に配慮した自動車にも高い関心があります。

運転頻度

● 毎日運転する



(J-READ)

増えた行動

● 自家用車に乗っている時間 [1年前と比べて]



(J-READ)

関心 (自動車)

● 友人・知人との話題に上る



(J-READ)

関心の ある広告

● 軽乗用車 (国産)



(J-READ)

耐久財
欲求

● プラグインハイブリッドカー

聖教新聞 8.0%

朝日新聞 6.2%

毎日新聞 4.8%

読売新聞 6.3%

(J-READ)

● 電気自動車 (EV)

聖教新聞 12.5%

朝日新聞 9.7%

毎日新聞 7.2%

読売新聞 10.0%

(J-READ)

● 他紙よりも耐久財欲求が高い車種

ワンボックスワゴン (国産車)

ミニバン (国産車)

ステーションワゴン (国産車)

セダン型乗用車 (3ナンバー・国産車)

セダン型乗用車 (5ナンバー・国産車)

軽乗用車 (国産車)

輸入乗用車 (3ナンバー)

輸入乗用車 (5ナンバー)

社会・
生活意識

● ふだんから中古車の情報に関心がある

聖教新聞 16.2%

朝日新聞 11.9%

毎日新聞 12.3%

読売新聞 12.7%

(J-READ)

利用・
加入経験

● 自動車買取専門店 [1年間]

聖教新聞 3.2%

朝日新聞 2.2%

毎日新聞 2.7%

読売新聞 3.2%

(J-READ)

利用・
加入意向

● 自動車買取専門店

聖教新聞 4.6%

朝日新聞 2.6%

毎日新聞 2.3%

読売新聞 2.7%

(J-READ)

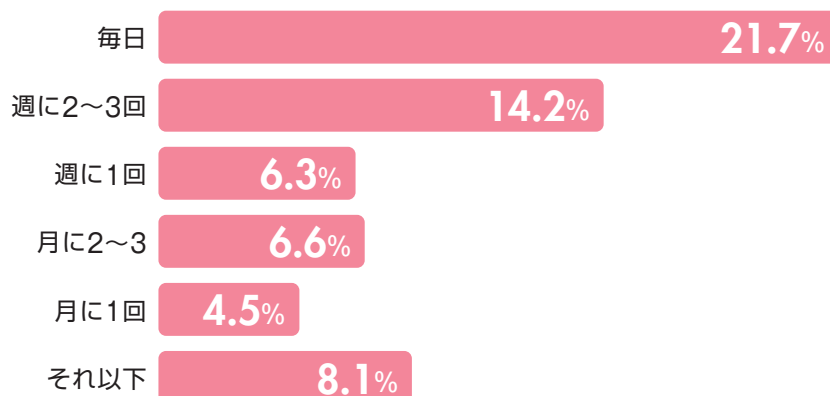


飲料

聖教読者が自宅で飲むアルコール飲料はビールが圧倒的な人気。
他の飲料全般も他紙読者より飲んでいきます。

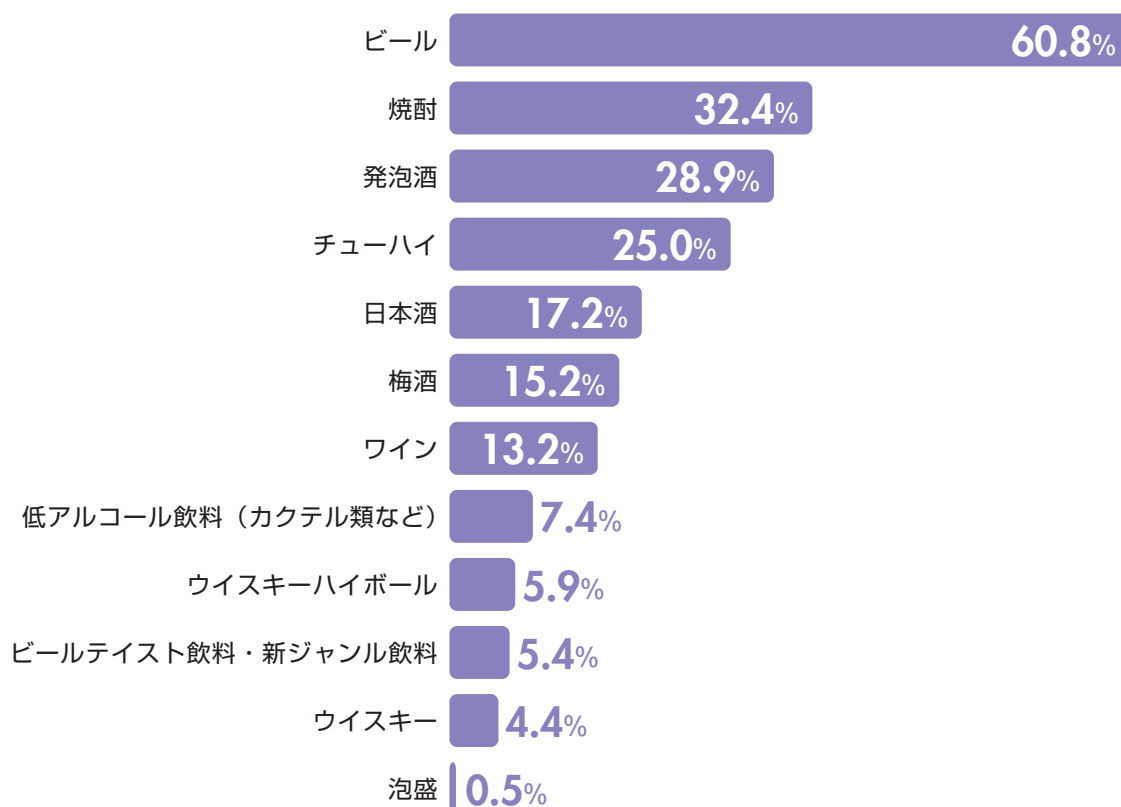
アルコール飲料

● 自宅でのアルコール飲料の飲用頻度



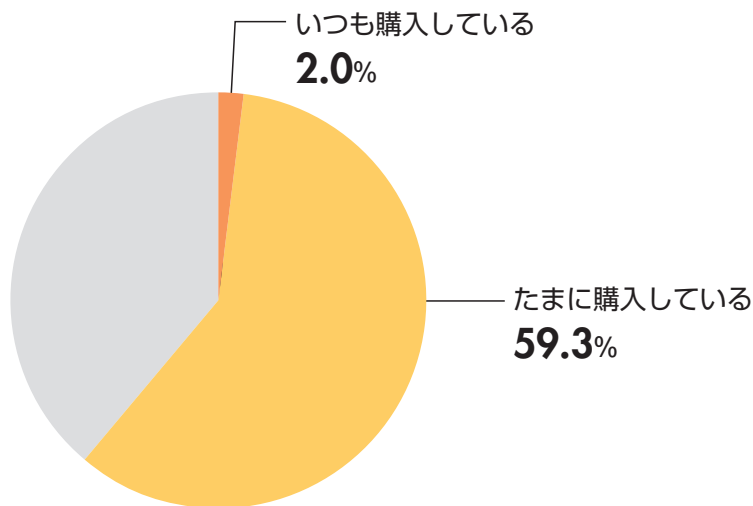
(第8回聖教新聞読者調査)

● 自宅で飲むアルコール飲料の種類



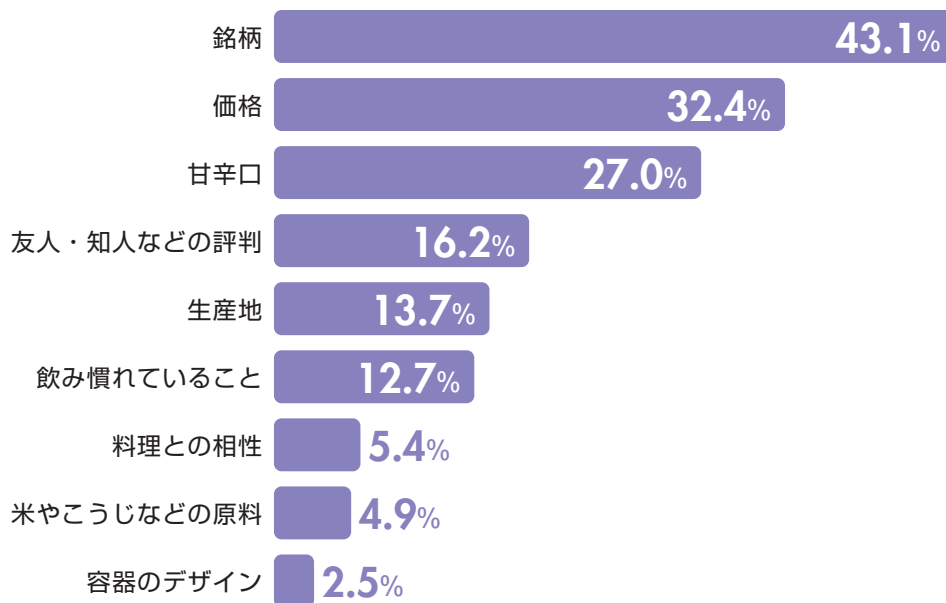
(第8回聖教新聞読者調査)

●プレミアムビール購入経験



(第8回聖教新聞読者調査)

●日本酒購入時の選択ポイント



(第8回聖教新聞読者調査)

関心の
ある広告

●お茶・ミネラルウォーター等の無糖飲料



(J-READ)

社会・
生活意識

● ゼロカロリー飲料(無糖飲料を除く)をよく利用する



(J-READ)

利用状況

● 果汁飲料(100%天然果汁は除く) [3ヶ月間の利用経験]



(J-READ)

● コーヒー飲料(缶コーヒーなど) [3ヶ月間の利用経験]



(J-READ)

● 健康茶・健康飲料 [3ヶ月間の利用経験]



(J-READ)



通信

聖教読者がスマートフォンなどで通信サービスを利用する時間は増えており、通信サービスの広告に高い関心があります。

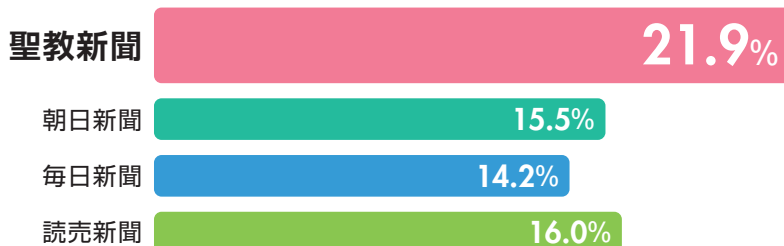
増えた行動

- 携帯電話・PHS・スマートフォンでインターネット（メール除く）を利用する時間 [1年前と比べて]



(J-READ)

- 携帯電話・PHS・スマートフォンでメールをする時間 [1年前と比べて]



(J-READ)

関心のある広告

- 通信サービス（電話）



(J-READ)

- 通信サービス（インターネット）



(J-READ)

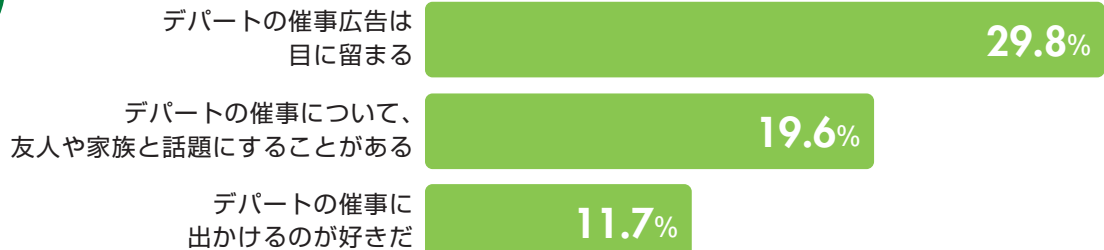


百貨店

聖教読者の約3割がデパートの催事広告に目を留めており、お中元やお歳暮を贈る人も約4割います。

意識・行動

● デパートの催事に関する意識・行動



(第8回聖教新聞読者調査)

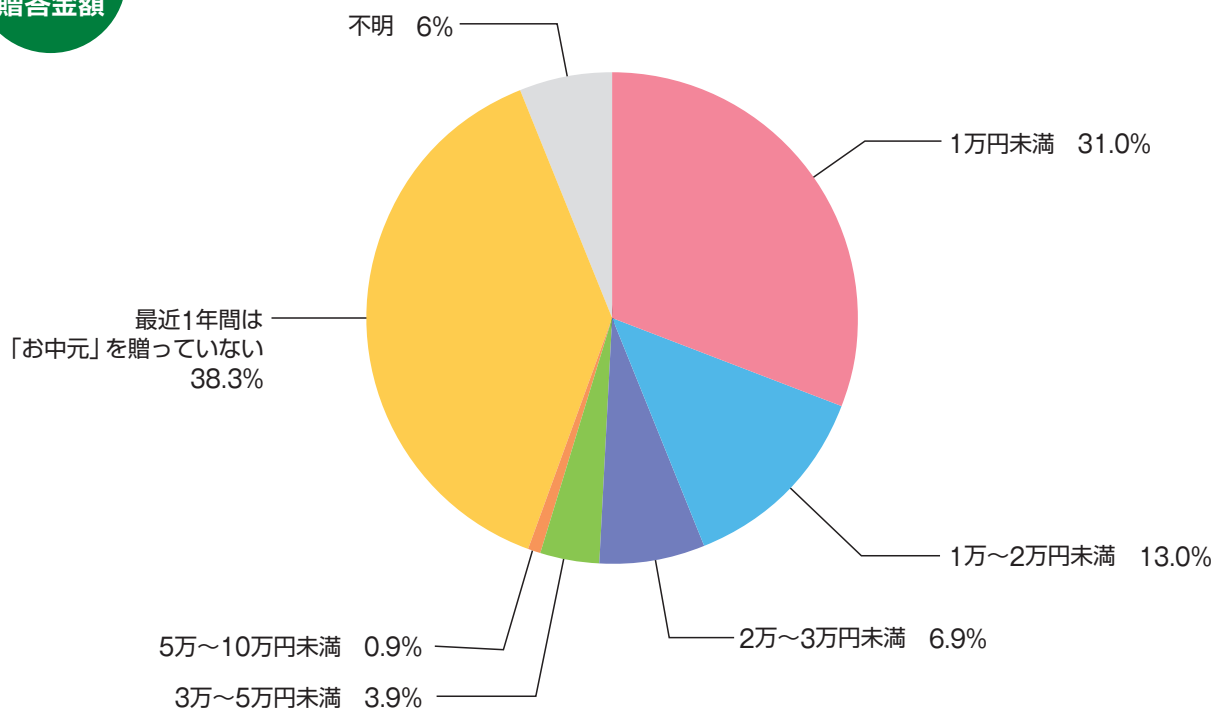
● お中元・お歳暮についての意識



(第8回聖教新聞読者調査)

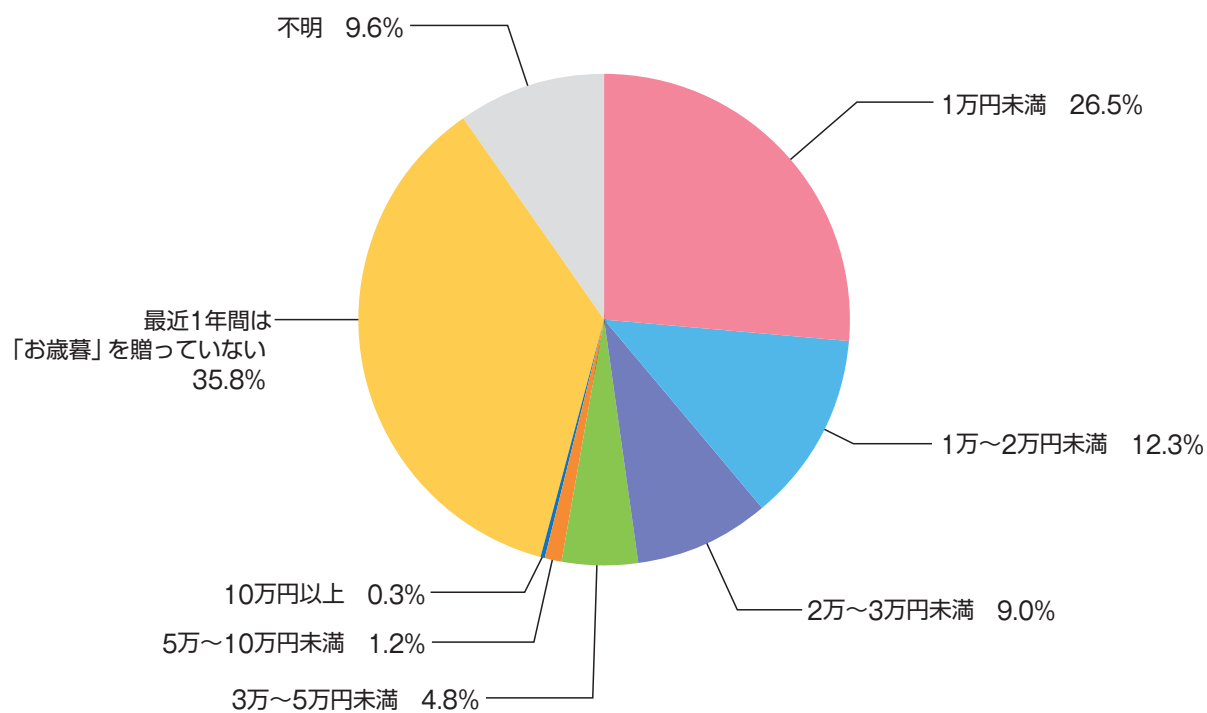
最近1年間の贈答金額

● お中元（総額）



(第8回聖教新聞読者調査)

●お歳暮（総額）



(第8回聖教新聞読者調査)

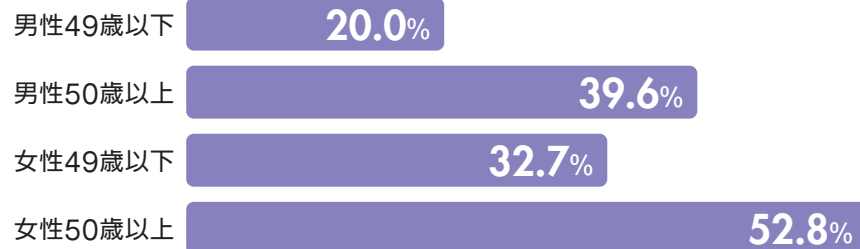


出版

聖教読者は読書好き。新聞広告が貴重な情報源になっています。
若い世代を中心に、電子書籍に対する興味も高まっています。

出版広告

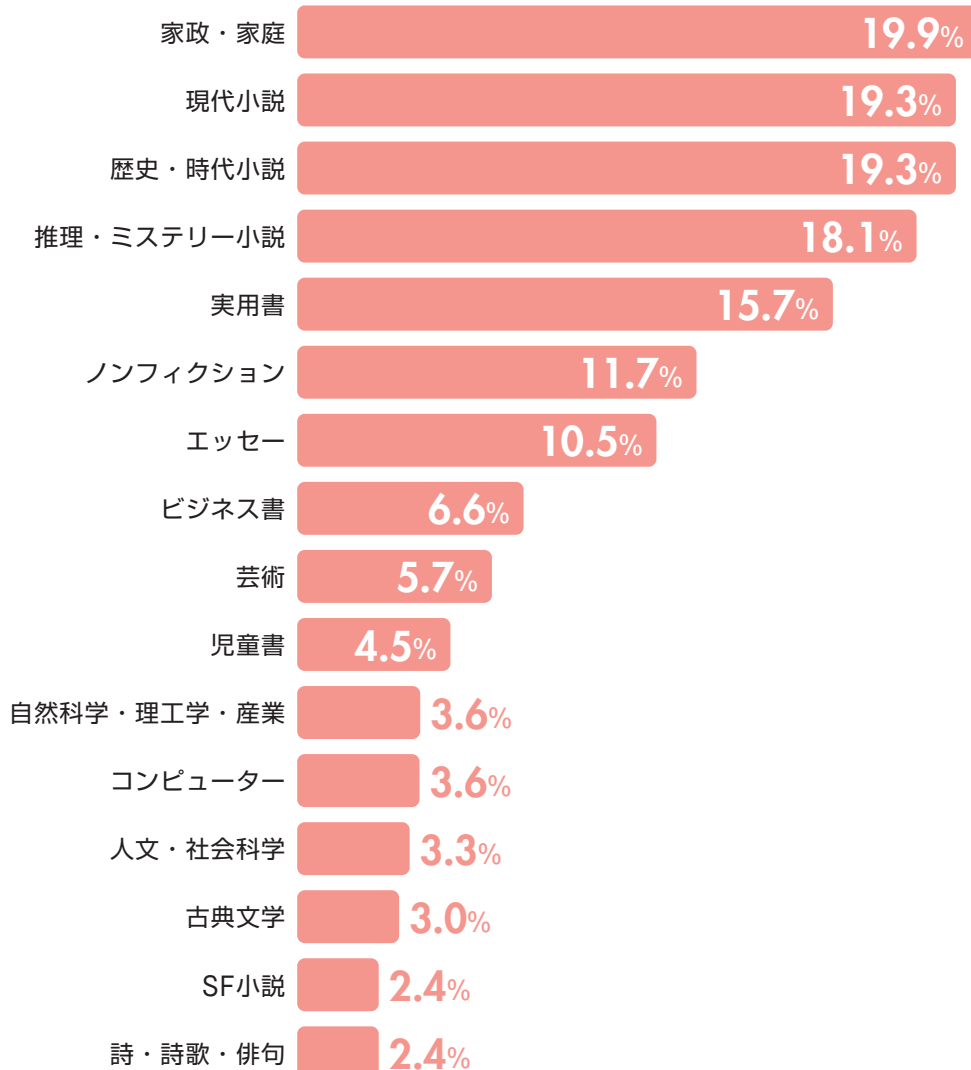
●新聞広告がきっかけの、書籍・雑誌の購入経験



(第8回聖教新聞読者調査)

書籍

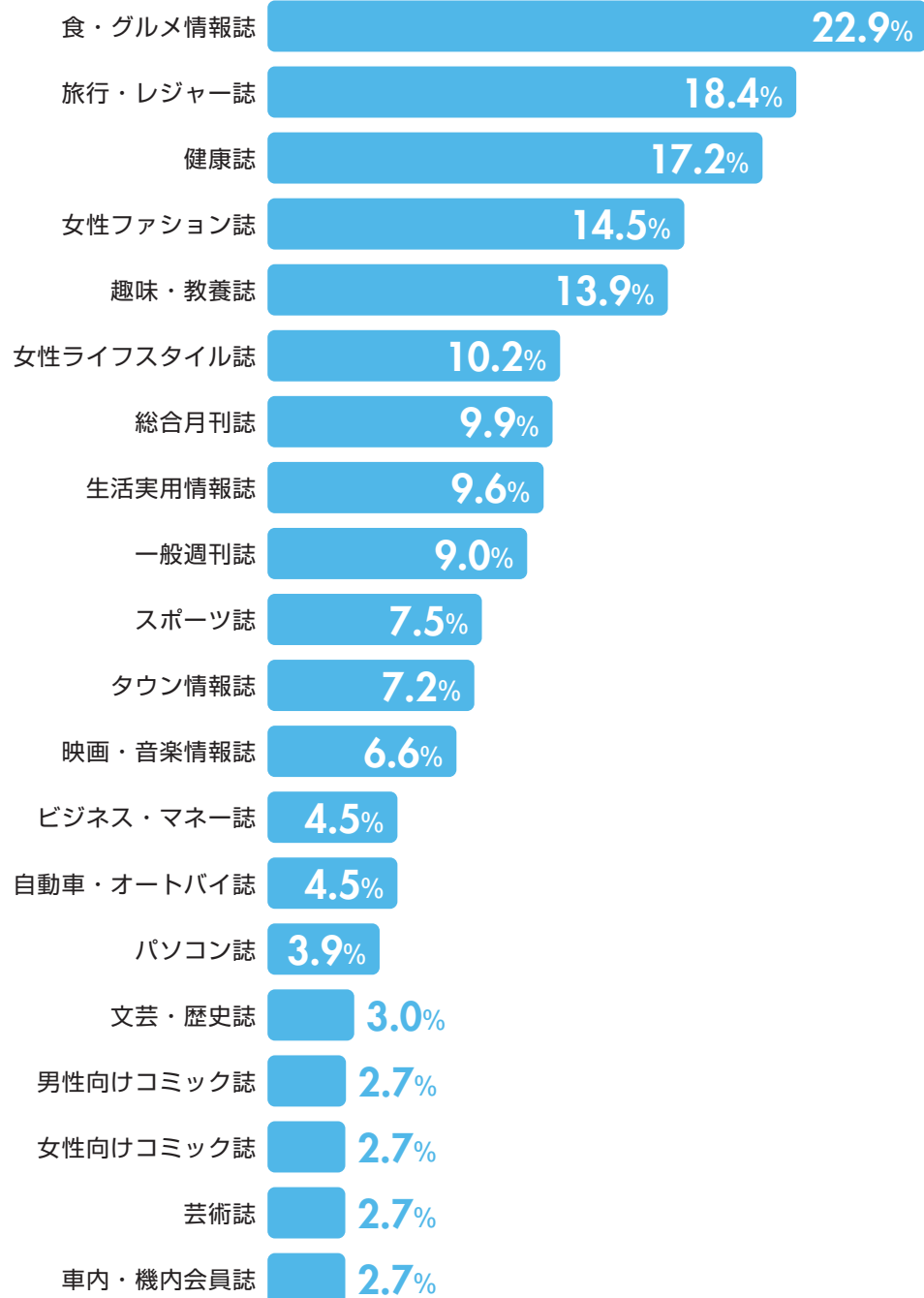
●よく読むジャンル



(第8回聖教新聞読者調査)

雑誌

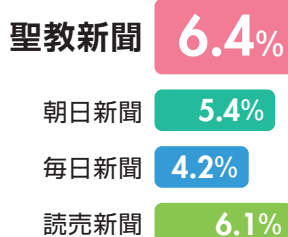
●よく読むジャンル



(第8回聖教新聞読者調査)

1年前と比べて増えた行動

●雑誌を読む時間



(J-READ)

●読書をする時間



(J-READ)

電子書籍

● 電子書籍に対する興味がある



(第8回聖教新聞読者調査)



(第8回聖教新聞読者調査)

一面書籍企画広告事例

● 優良新刊企画 (八割)



● ふるさと企画 (八割)



● 学術書企画 (六割)



エンタメ・レジャー

聖教読者は旅行やレジャーに高い関心があり、コンサートなどにも積極的に足を運んでいます。

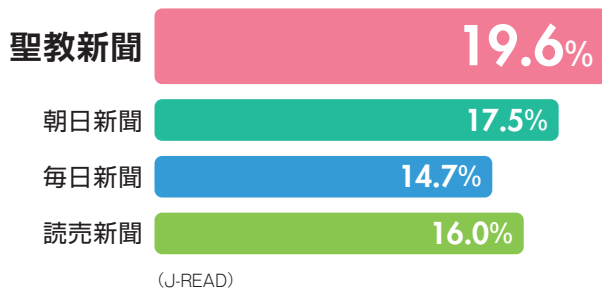
関心
(旅行・レジャー)

● 友人・知人との話題に上る

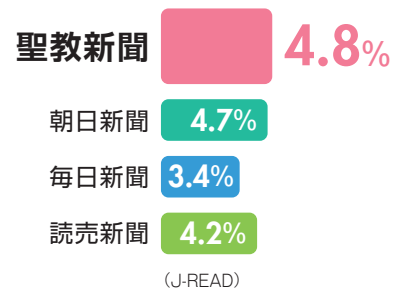


1年間にした
趣味・レジャー
活動

● コンサート (国内のポピュラー・歌謡曲など)

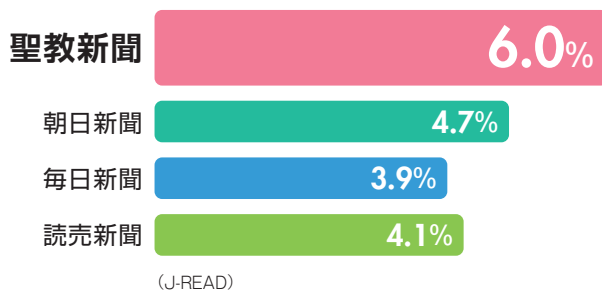


● コンサート (外国人アーティスト)

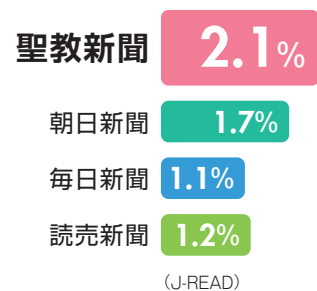


日頃よくする
趣味・レジャー

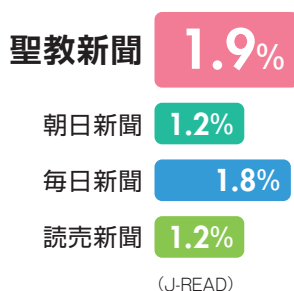
● コンサート (国内のポピュラー・歌謡曲など)



● コンサート (外国人アーティスト)

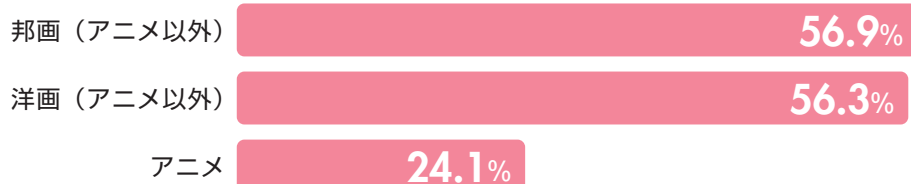


● 寄席・演芸の鑑賞



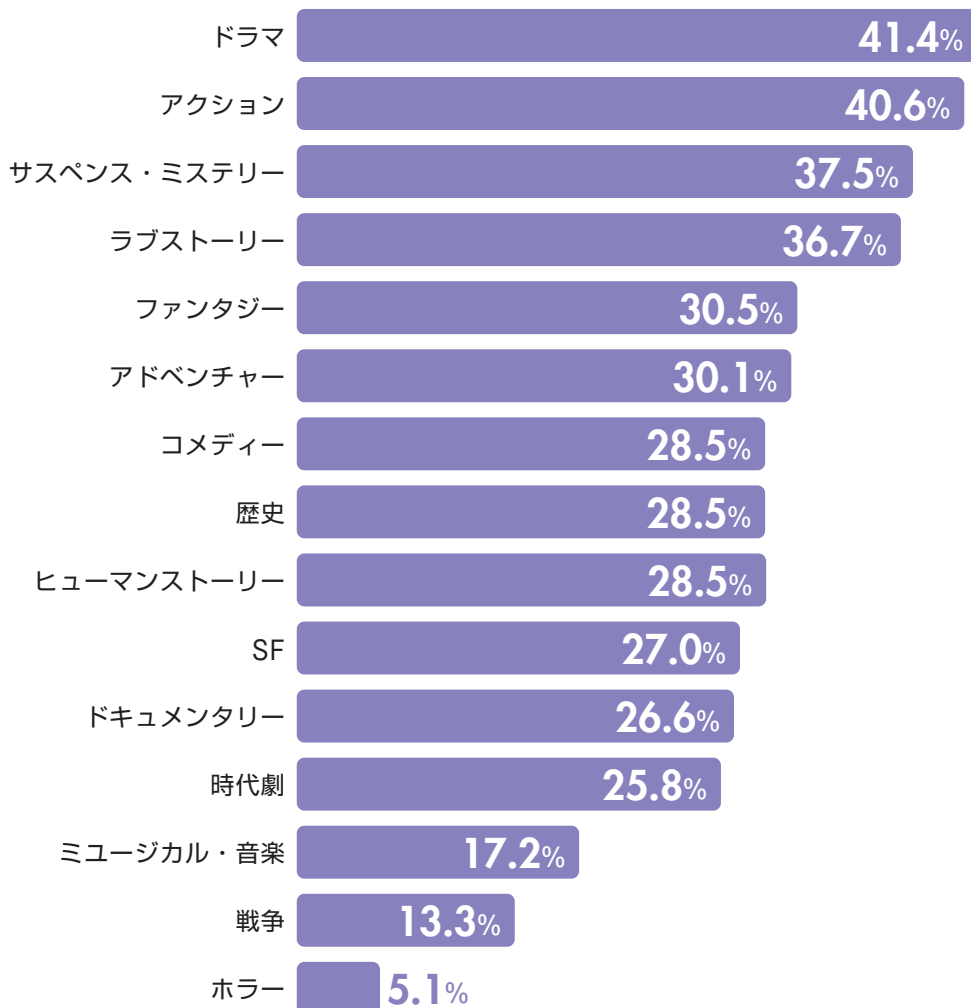
映画

●ふだん見る映画



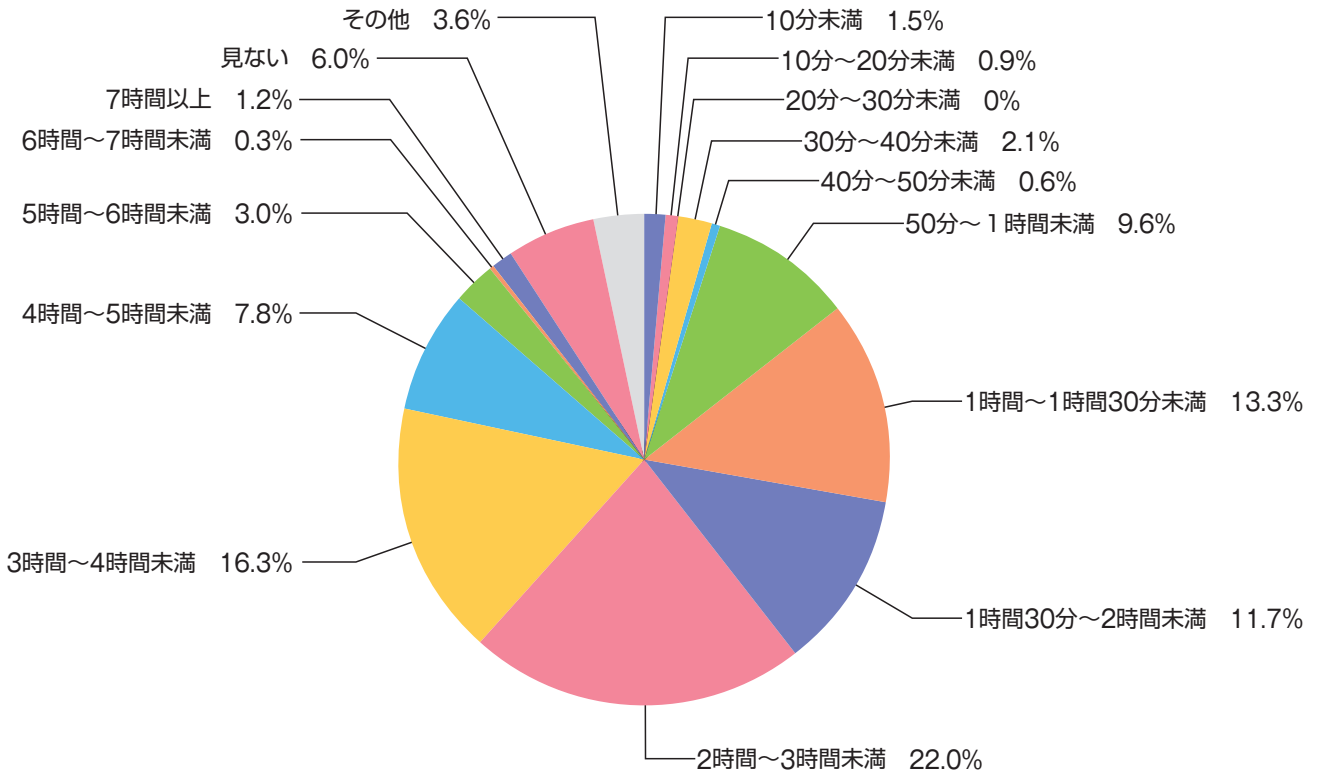
(第8回聖教新聞読者調査)

●ふだん見るジャンル



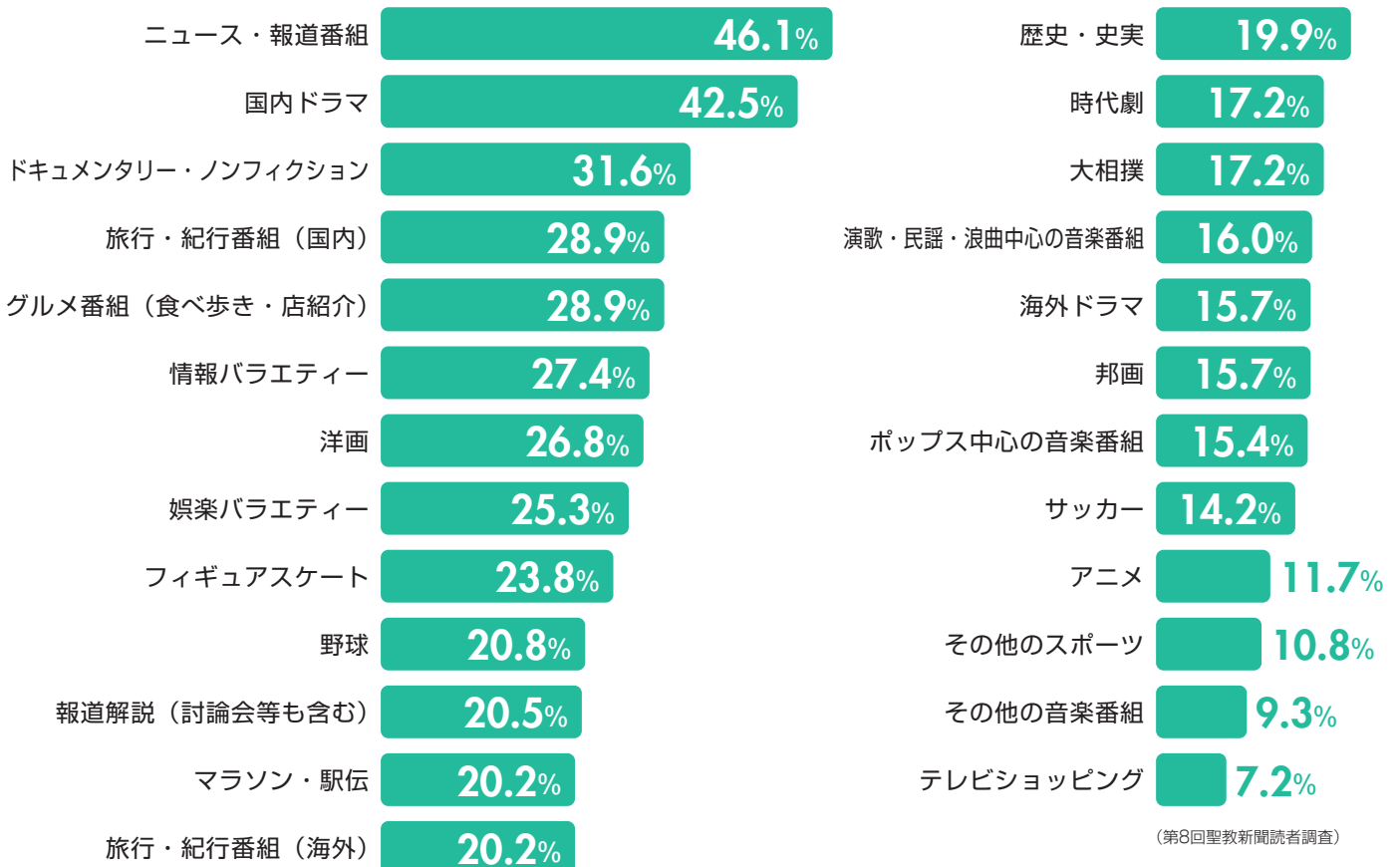
(第8回聖教新聞読者調査)

●テレビの1日あたり視聴時間 [地上波]



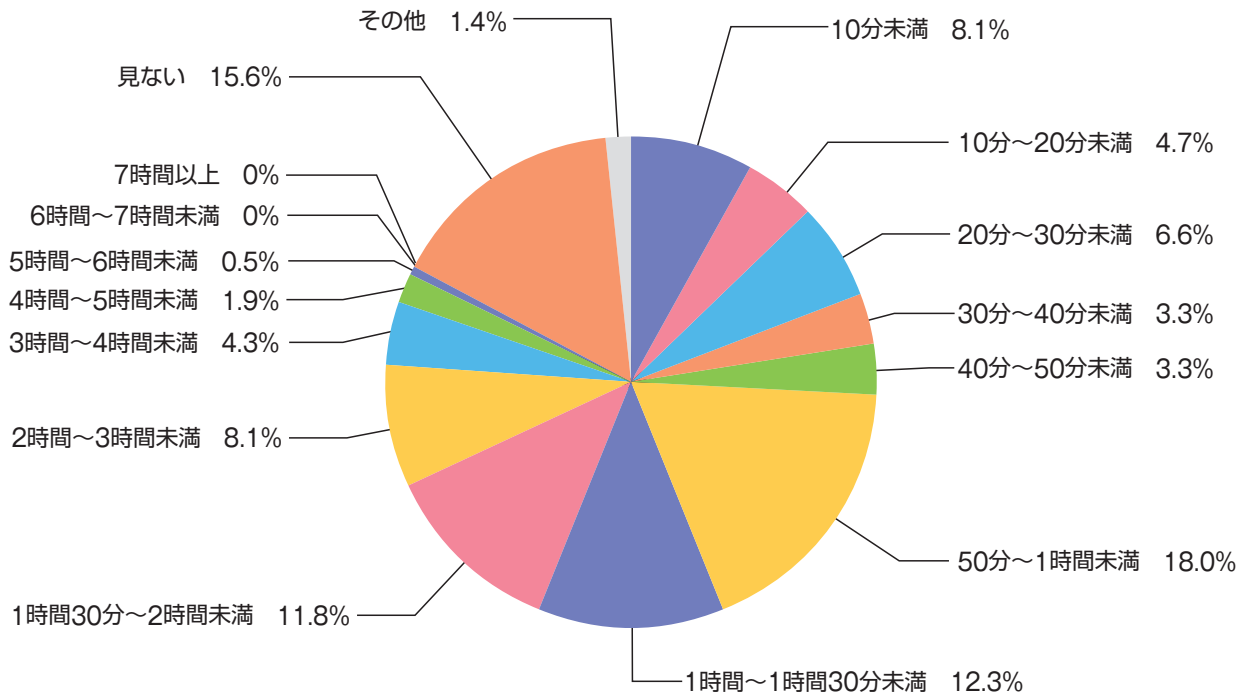
(第8回聖教新聞読者調査)

●好きなテレビ番組のジャンル [地上波]



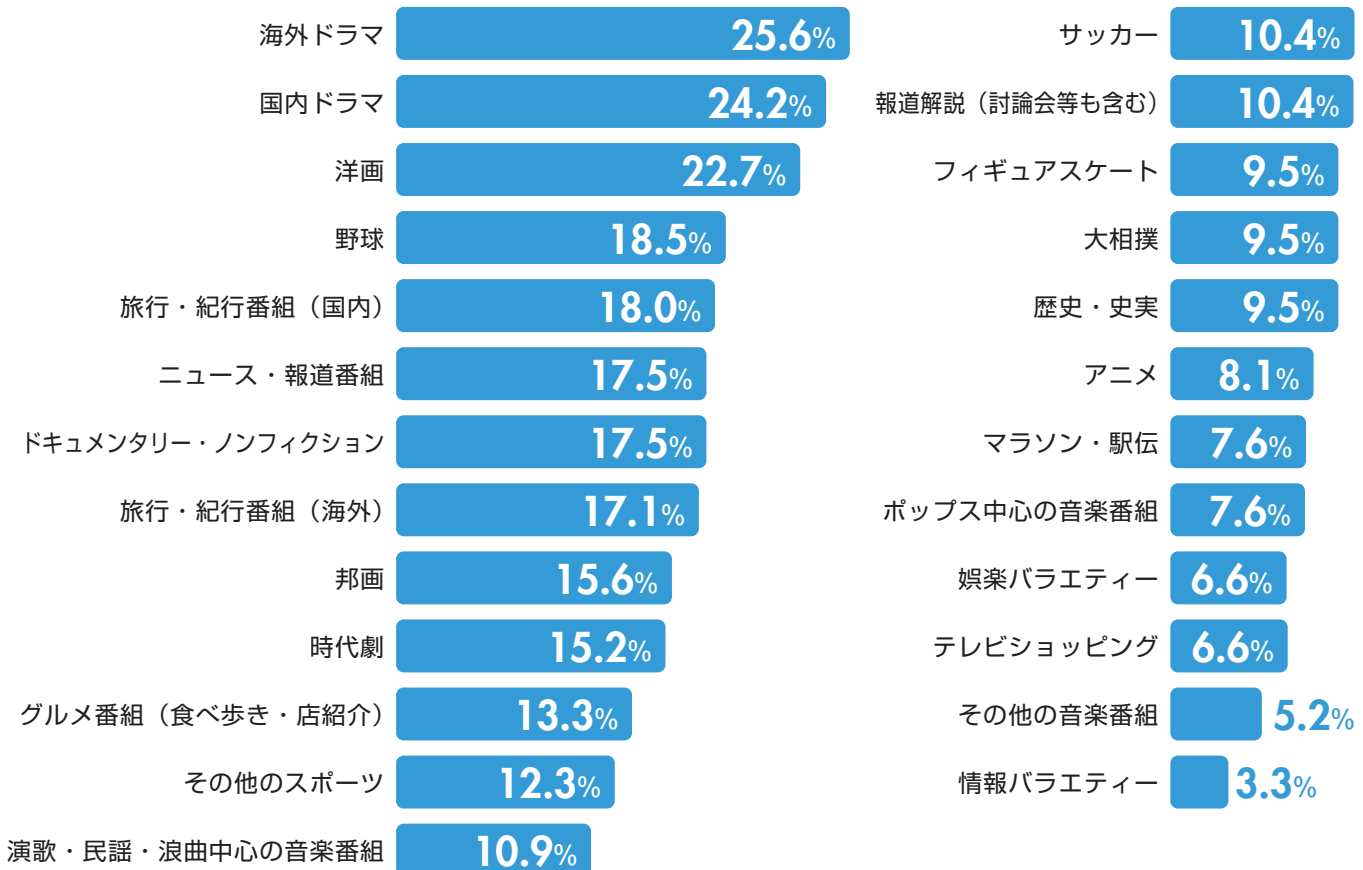
(第8回聖教新聞読者調査)

●テレビの1日あたり視聴時間 [BS、CS、ケーブルテレビ]



(第8回聖教新聞読者調査)

●好きなテレビ番組のジャンル [BS、CS、ケーブルテレビ]



(第8回聖教新聞読者調査)

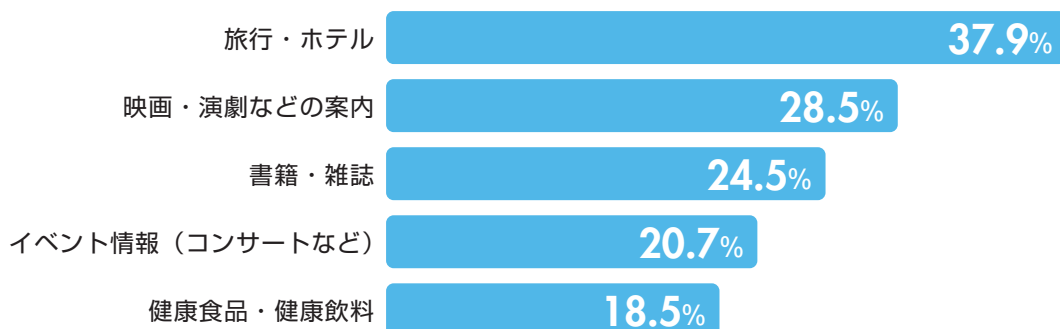


旅行

聖教読者が希望する広告掲載の商品・サービスのトップは「旅行・ホテル」。
行ってみたい旅行先は北海道と沖縄が人気です。

広告の希望

● 広告掲載を希望する商品・サービス



(第8回聖教新聞読者調査)

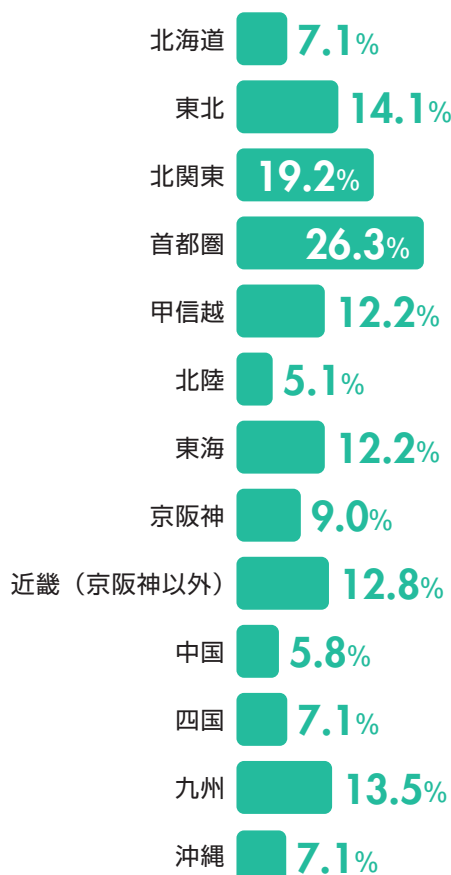
関心 (旅行・レジャー)

● 友人・知人との話題にのぼる



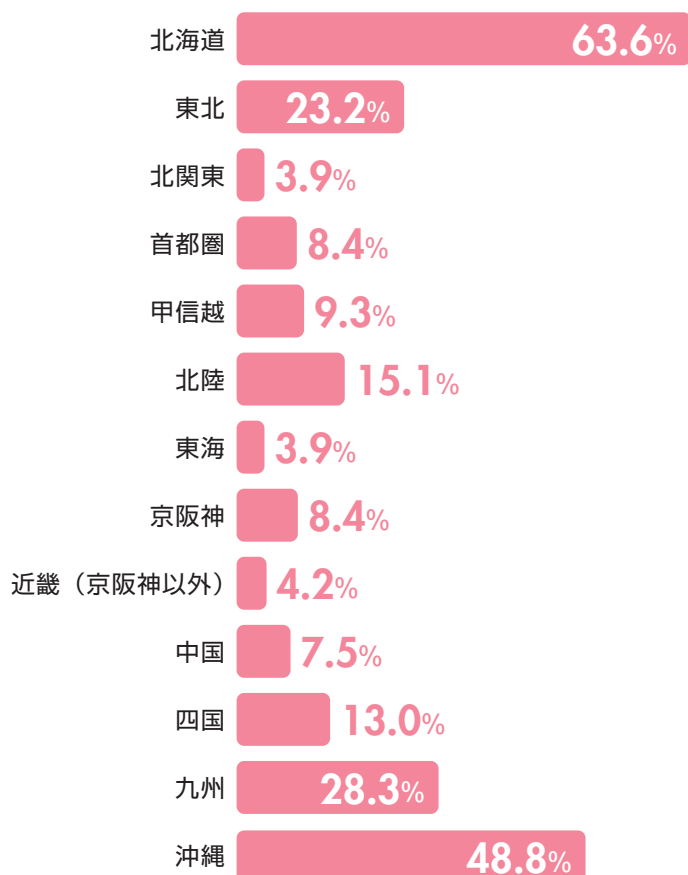
(J-READ)

国内旅行

● 最近1年間の私用での
「国内旅行」行き先

(第8回聖教新聞読者調査)

● 今後行ってみたい行き先



(第8回聖教新聞読者調査)



聖教読者は趣味やレジャーでもアクティブに行動しています。

今後して
みたい趣味・
レジャー

● ドライブ・ツーリング



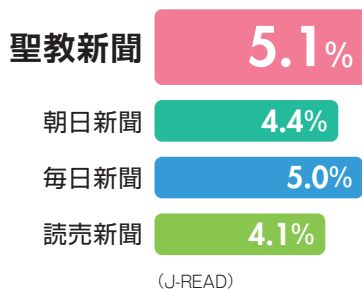
● バーベキュー



● 会場でのスポーツ観戦



● モータースポーツ観戦（テレビを含む）





BtoBコミュニケーション

聖教読者は他紙読者より企業広告に関心を持つ人が多く、
新聞広告が掲載された企業への親しみや注目度も高いです。

関心の ある広告

●企業広告



(J-READ)

媒体別 広告評価

●企業に対する親しみがわくのは、新聞広告（チラシは除く）



(J-READ)

認知経路 (企業広告)

●新聞広告（チラシは除く）



(J-READ)

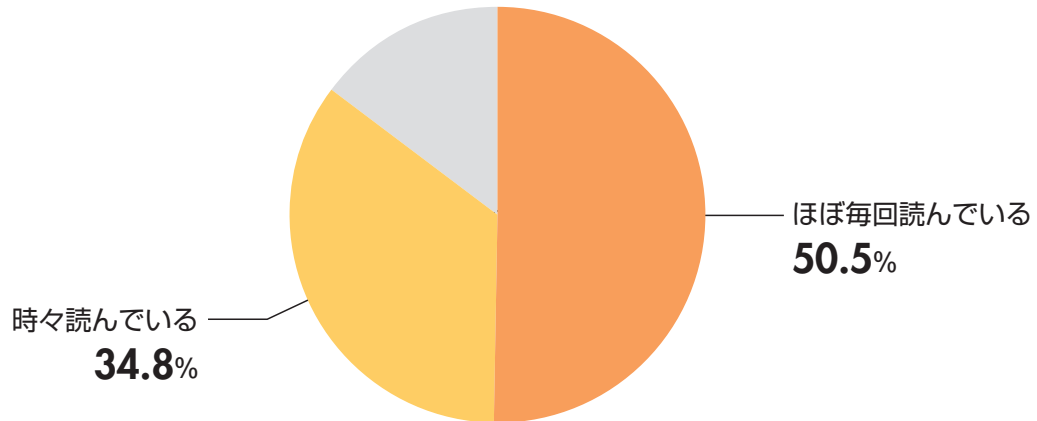


方面版・県版

聖教読者は方面版・県版によく目を通しており、地域の行事やコミュニティにも積極的に参加しています。

面別 閲覧頻度

● 金曜日付7面 方面版・県版



(第8回聖教新聞読者調査)

社会・ 生活意識

● 地域の行事や祭りにはよく参加する

聖教新聞 **44.6%**

朝日新聞 **36.4%**

毎日新聞 **40.2%**

読売新聞 **39.7%**

(J-READ)

● 町内会やこども会など地域のコミュニティには積極的に参加する

聖教新聞 **39.2%**

朝日新聞 **32.3%**

毎日新聞 **32.4%**

読売新聞 **33.2%**

(J-READ)

● 地域の情報は中央の情報より重要なものが多い

聖教新聞 **54.1%**

朝日新聞 **47.5%**

毎日新聞 **50.8%**

読売新聞 **49.5%**

(J-READ)

● 今住んでいる地域に愛着がある

聖教新聞 **82.3%**

朝日新聞 **78.8%**

毎日新聞 **78.9%**

読売新聞 **76.7%**

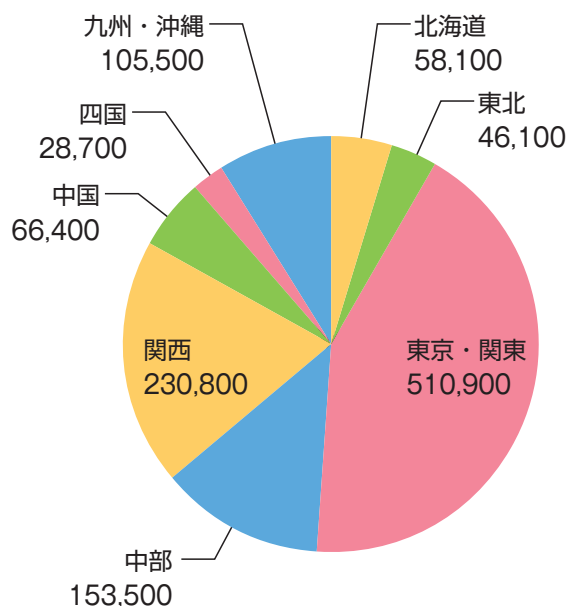
(J-READ)



グラフSGIのご案内

発行部数

1,200,000部（宅配率99.83%） ※定期購読者が圧倒的に多い



定価・発行形態

- 定価 1部398円（本体価格369円 消費税29円）
- 発売日 毎月15日
- サイズ B4変形
- 頁建て 52頁 オールカラー（表紙4頁、中面48頁）

広告サイズ・料金

広告スペース	広告サイズ（タテ×ヨコ）	料金（税抜き）
表4（多色カラー）	317ミリ×247ミリ	2,200,000円
表2（多色カラー）	333ミリ×257ミリ	1,900,000円
表3（多色カラー）	333ミリ×257ミリ	1,800,000円
中頁（多色カラー）	333ミリ×257ミリ	1,500,000円

※カラー料金を含む