

信頼と共感が広がる「Only One」メディア

SEIKYO MEDIA DATA 2024-2025

SEIKYO SHIMBUN

1 聖教新聞の 読者の特徴は？

[読者プロフィール]

- アクティブなシニア、女性読者が多いのが特徴です！
- **20年以上**の長期購読者が全体の約**65%**

中央3紙と
比較して
トップ！



詳しくは
P2・P6へ

2 他メディアと比べて 聖教新聞の特徴は？

[他メディアとの比較]

- **77%**の読者が生活に欠かせないメディアと回答！
- 聖教新聞の広告への信頼度は他紙^{*}の**3倍！**テレビCMの**2倍！**



(通販広告)

※他紙：聖教新聞以外の全ての新聞

詳しくは
P3へ

3 聖教新聞の 読まれ方は？

[読者との距離感]

- 1ページあたりの**閲読時間**は他紙^{*}の**2倍以上！**
- コロナ禍を経て**9割以上**の読者が**聖教への接触増**



※他紙：中央3紙

詳しくは
P4へ

4 SEIKYO広告の 特徴は？

[読者とSEIKYO広告]

- **通販、物販**の**レスポンス**なら聖教新聞！
- 口コミやシェアが**反響に直結！**
- **カラー広告**や**地域特集広告**も**高い広告効果が！**



詳しくは
P5へ

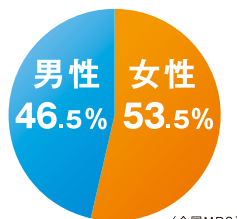
1 聖教新聞の読者の特徴は？ アクティブなシニア、女性読者が多いのが特徴です！

[読者プロフィール]

ここでは読者がどんな商品に関心を持っているのか見ていきましょう。



男女割合

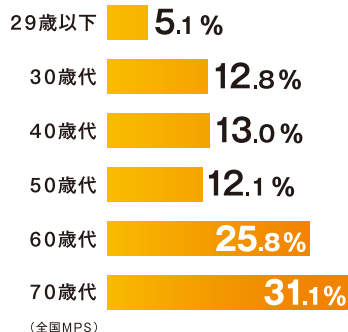


平均年齢

57.7歳

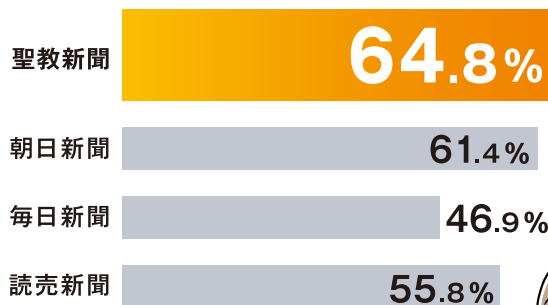
(全国MPS)

世代別の割合



女性の割合が多く、働き盛りの世代からシニア世代まで幅広く読まれています。

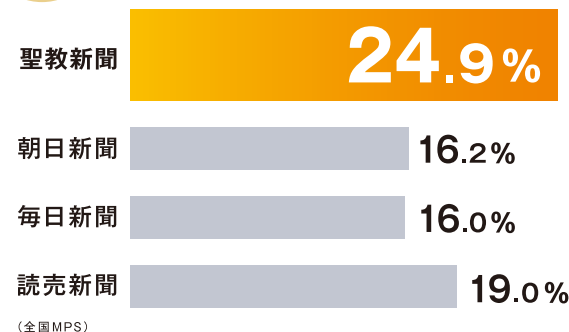
20年以上購読している読者の割合



約65%が20年以上の長期購読者です。

シニア世代

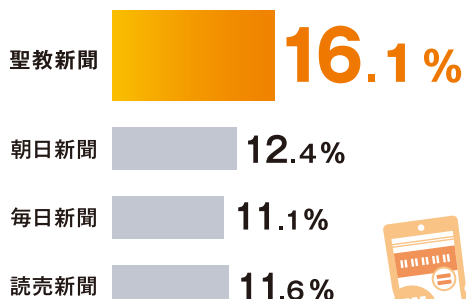
新聞広告を見て、商品を買に行ったことがある



広告接触後の行動経験はトップ！アクティブなシニア層が多数！

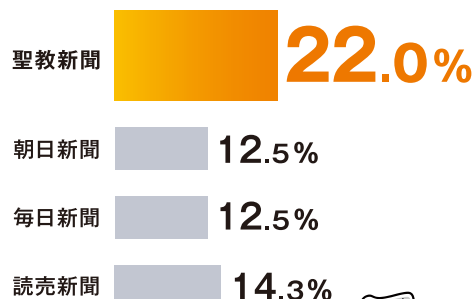
シニア世代

定期的に健康食品を利用している



シニア世代

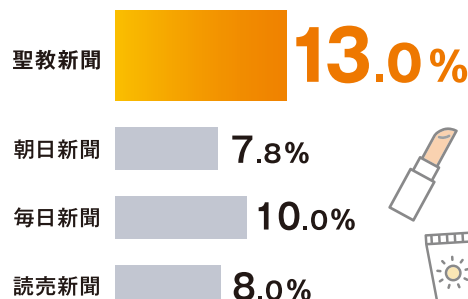
栄養補助食品(サプリメント)をよく利用している



健康への関心が高く、特にシニア世代は定期的に健康食品を利用しています。

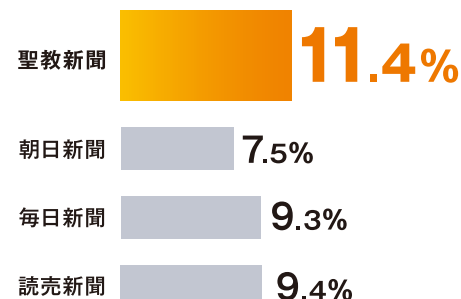
女性

美容関連にはお金をかけるほうである



女性

着るものにはお金をかけるほうである



美容意識や身だしなみ意識が高いのが特徴です。

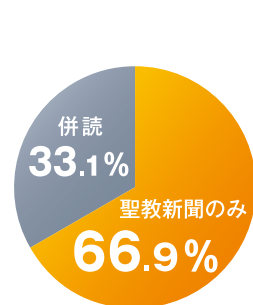
2 他メディアと比べて聖教新聞の特徴は？ SEIKYOの媒体評価は「No.1」

ナンバークワン

〔他メディアとの比較〕

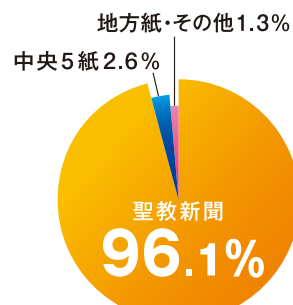
媒体への評価が高く、読者との距離感が近いことがわかります。

他紙と併読の割合



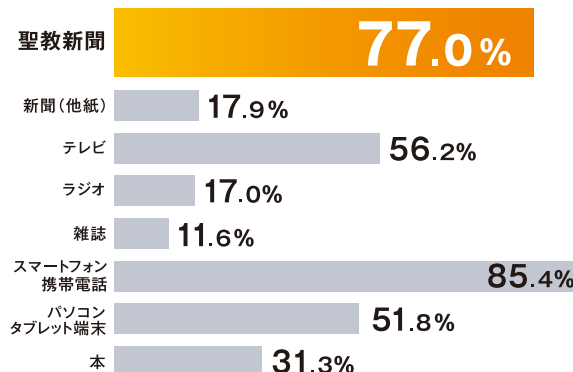
(2024年聖教新聞読者調査)

主読紙は？



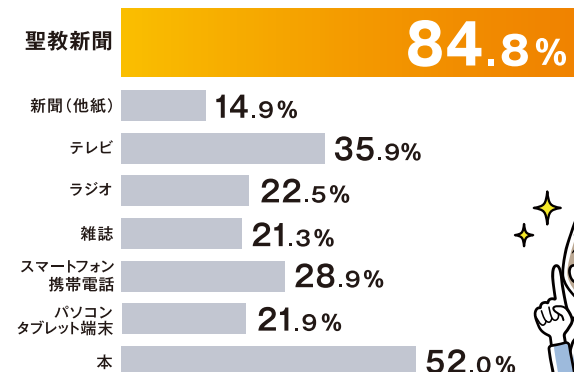
(2024年聖教新聞読者調査)

自分の生活に欠かせないメディアは？



(2024年聖教新聞読者調査)

心を動かされるメディアは？



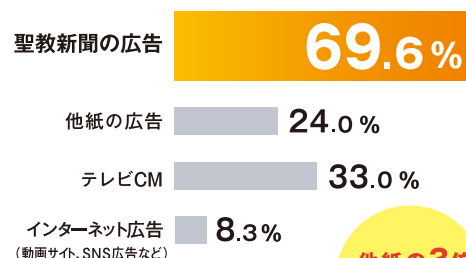
(2024年聖教新聞読者調査)



主読紙は聖教新聞です！

読者の約8割から高い支持。生活の一部であり、メディアの中でも聖教新聞がNO.1の存在となっています！

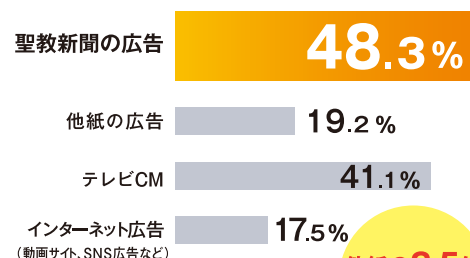
通販広告の信頼度



(2024年聖教新聞読者調査)

他紙の3倍
テレビの2倍

通販広告の興味度



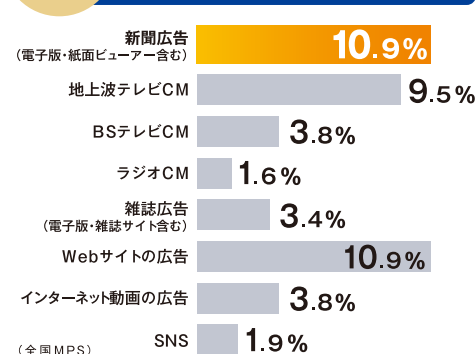
(2024年聖教新聞読者調査)

他紙の2.5倍
インターネット広告の2.8倍

媒体への評価が高く、読者との距離が近いからこそ、
聖教新聞の通販広告への信頼は抜群です！



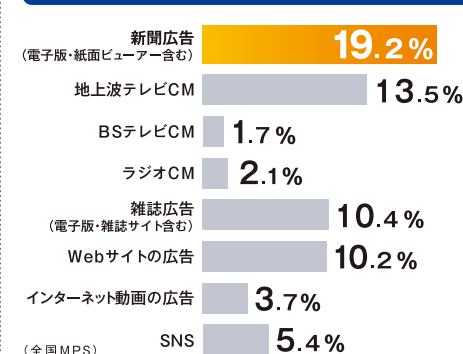
シニア世代 老人ホーム・高齢者住宅の情報入手の経路



(全国MPS)

シニア層は、他メディアよりも
SEIKYO広告から情報を取得しています。

本・書籍の情報入手経路



(全国MPS)

新しい本との出会いは、
他メディアよりもSEIKYO広告！

※55~79歳の聖教新聞読者

3 聖教新聞の読まれ方は？

たっぷり、しっかり、
ずっと読まれる

—— SEIKYOは「Only One」

ここでは読者がどのように聖教新聞を読んでいるのか見ていきましょう。
読者との距離感が見えてきます。

オンリーワン



1 ページあたりの平均閲読時間

聖教新聞
(12ページ建て)

2.01分

朝日新聞
(32ページ建て)

0.85分

毎日新聞
(26ページ建て)

0.98分

読売新聞
(32ページ建て)

0.68分

(全国MPS)



他紙の
2倍以上

コロナ禍以降、接触が増えた

聖教新聞
(紙・電子版)

91.6%

他紙
(紙・電子版)

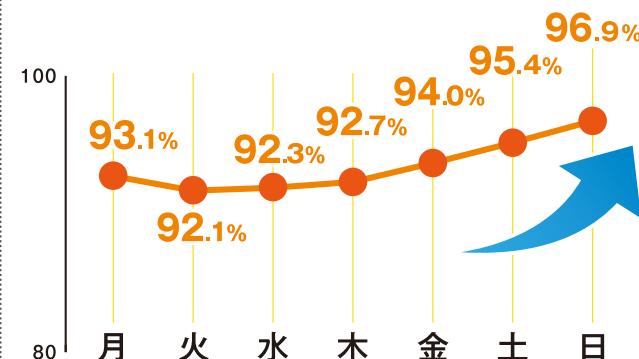
12.7%

他紙の
7倍

人と人の接触が制限される中
「コミュニケーションツール」として
「生活に欠かせない」と感じる人が増えました。

(2024年聖教新聞読者調査)

曜日別の閲読割合



(2024年聖教新聞読者調査)

閲読時間が全国紙の2倍以上! コロナ禍を経て、聖教新聞へ接触が増えています。

閲読割合が9割を超え、週末さらに上昇!

聖教新聞のほぼすべてのページに目を通す



91.3%

(2024年聖教新聞読者調査)

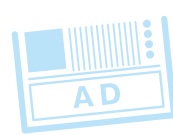
地方版の記事も読んでいる



95.3%

(2024年聖教新聞読者調査)

広告にも目を通す



87.0%

(2024年聖教新聞読者調査)

+a file

読者から投稿された「声」



+a file

聖教新聞の活用事例



家庭用ではなく自家用に聖教新聞を購読している



95.7%

(2024年聖教新聞読者調査)

1週間以上前の聖教新聞を読み返す



85.7%

(2024年聖教新聞読者調査)

聖教新聞を切り抜き(クリップ)する



85.1%

(2024年聖教新聞読者調査)

各種会合などで聖教新聞の読み合わせ(学習)をする



91.7%

(2024年聖教新聞読者調査)

聖教新聞ならではの「Only One」の活用事例が高いスコアにつながっています!

4 SEIKYO広告の特徴は？

信頼と共感が
広告レスポンス・ブランディングに直結 — SEIKYOは「Best One」

ここでは読者の広告への意識や、関心度を見ていきましょう。

ベストワン

情報の内容が信頼できる

91.4%

掲載されている広告が信頼できる

71.1%

掲載されている企業が信頼できる

74.1%

(2024年聖教新聞読者調査)

媒体への高い評価が広告や企業への信頼に！

定期的に健康食品を利用している

聖教新聞

16.4%

朝日新聞

12.6%

毎日新聞

11.9%

読売新聞

11.7%

(全国MPS)

栄養補助食品(サプリメント)をよく利用している

聖教新聞

20.6%

朝日新聞

12.9%

毎日新聞

14.7%

読売新聞

13.8%

(全国MPS)

健康意識の高さからサプリメントを利用する読者が多いのが特徴です。



シェアする

記事を家族や知り合いと
話題にしたり、
シェアしたりする

90.6%

掲載される広告について、
家族や友人と
話題にする

40.0%

(2024年聖教新聞読者調査)

購入検討

広告を見て書籍の購入を
検討することがある

76.3%

広告を見て通販の購入を
検討することがある

36.6%

(2024年聖教新聞読者調査)

カラー広告・プレゼント

カラー広告は印象に残る

76.6%

広告を見てプレゼントの
応募をすることがある

33.7%

(2024年聖教新聞読者調査)

地域特集広告

都道府県の広告特集を
見て、その地域に
興味や関心を持つ

63.7%

都道府県の広告特集を
見て、その地域に
行ってみたくなる

46.8%

(2024年聖教新聞読者調査)

+a file

地域広告特集の
詳細はこちら



高い口コミ効果が、購買行動に直結！ 地域特集やカラー広告も注目度が高い！

[読者プロフィール]

● シニア ● 女性 ● 若者

シニア・女性・若者の特徴を見ていきましょう。



シニア

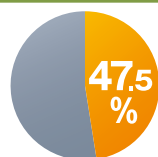
冷凍・加工食品の情報は新聞から知る

聖教新聞 **14.2%**

中央3紙平均 **12.3%**

※ 55歳～79歳の読者 ※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均（全国MPS）

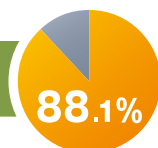
広告をみて通信販売の購入を検討する



※ 60～70代の読者
（2024年聖教新聞読者調査）

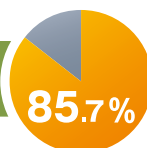
シニア層の**情報入手・購買行動はSEIKYO広告からです！**

介護について
関心がある



※ 60～70代の読者
（2024年聖教新聞読者調査）

老人ホームや介護施設に
関心がある



※ 60～70代の読者
（2024年聖教新聞読者調査）

自身や家族の介護にも関心が高いシニア読者が多いです！

女性

生命保険に1年以内に加入した

聖教新聞 **23.4%**

中央3紙平均 **20.3%**

※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均（全国MPS）

睡眠の質に関心がある

聖教新聞 **36.7%**

中央3紙平均 **30.3%**

食材宅配サービスを利用したことがある

聖教新聞 **18.7%**

中央3紙平均 **16.9%**

※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均（全国MPS）

ダイエットに関心がある

聖教新聞 **23.9%**

中央3紙平均 **18.1%**

女性読者は、保険・健康への関心が他紙より高くなっています！

若者

掲載広告の商品・サービスを
購入（利用）してもいいと思う

聖教新聞 **41.2%**

中央3紙平均 **24.7%**

※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均
※ 15歳～44歳の読者（全国MPS）

30代以下の読者が多い

聖教新聞 **17.9%**

中央3紙平均 **15.2%**

※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均
（全国MPS）

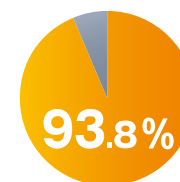
書店を1年以内に利用した

聖教新聞 **54.4%**

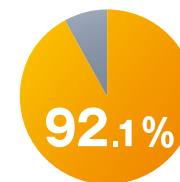
中央3紙平均 **42.9%**

※ 中央3紙平均：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均
※ 15歳～44歳の読者（全国MPS）

いい影響を受けた書籍、
絵本を自分の子どもにも勧める



子どもの教育に関心がある



※ 10～40代の読者
（2024年聖教新聞読者調査）

絵本・書籍を通じて子どもの教育に関わる意識があります。

他紙よりも若者読者が多いです！ SEIKYO広告から積極的な行動に移っています。

聖教電子版（デジタル広告）

- アプリ広告
- WEBサイト広告

SEIKYOSHIMBUN

聖教電子版



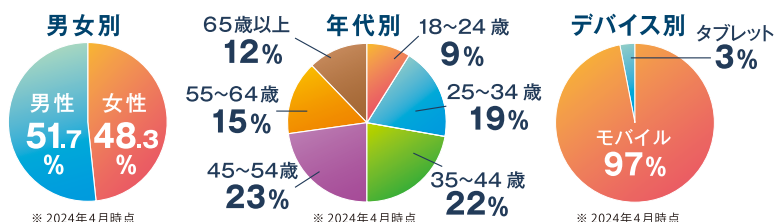
アプリ広告 レクタングル・テキストのご案内



【サイトプロフィール】 ※ 2023年10月～2024年3月の平均

● スクリーンビュー数 約 **23,345,000** / 月

【ユーザープロフィール】



- ページをスクロール後に広告枠を掲載
- レクタングルはローテーションで表示
- テキストは常に表示されており、最大3社掲載可能

● 商品概要

広告種類	レクタングル	テキスト
掲載方法	ローテーション	貼り付け（3社まで）
掲載料金	100万円（税抜）/ 月間	100万円（税抜）/ 月間
掲載単位	1カ月間	1カ月間
imp 数	想定100万imp / 月間	想定300万imp / 月間

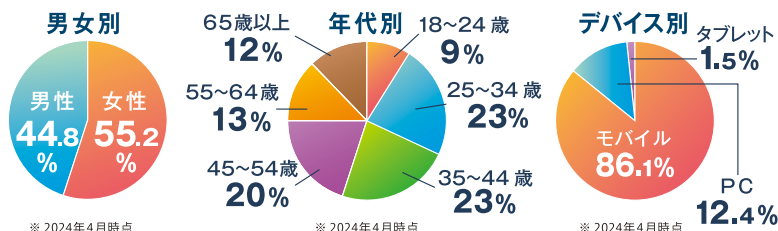
WEBサイト広告 レクタングル・テキストのご案内

【サイトプロフィール】 ※ 2023年10月～2024年3月の平均

● 全体PV数 約 **6,000,000** / 月

● 全体UU 約 **640,000** / 月

【ユーザープロフィール】



● WEBサイト広告概要

広告種類	レクタングル	テキスト
掲載方法	ローテーション ※トップページ・中面共通	貼り付け（3社まで） ※トップページ・中面共通
掲載料金	10万円（税抜）/ 月間	10万円（税抜）/ 月間
掲載単位	1カ月間	1カ月間
imp 数	想定10万imp / 月間	想定30万imp / 月間

※料金については随時、見直しをしていますので、変更する場合がございます。 ※imp数の保証は致しません。

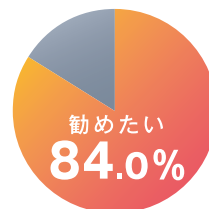
9割以上が好感をもつ聖教電子版！新聞広告の拡散にも積極的な読者が約5割！

聖教新聞(電子版)にどの程度
好感をもっていますか？



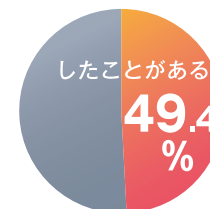
(2024年聖教新聞読者調査)

聖教新聞(電子版)を
知人や友人にどの程度
勧めたいですか？



(2024年聖教新聞読者調査)

広告の内容をSNS上で
「いいね」・シェア等、
投稿したことがありますか？



(2024年聖教新聞読者調査)

SEIKYO グルメリサーチ Gourmet Research

聖教グルメリサーチとは？

聖教新聞社広告局がオススメする全国の飲食店
お取り寄せ情報を紹介するサイトです。



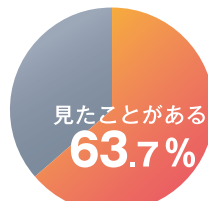
聖教グルメリサーチ

本サイトは、「聖教電子版(WEB)」の広告枠に常に表示
されるため**6割以上の読者から認知されています。**



WEBサイト トップページ

聖教グルメリサーチの
サイトや新聞広告を
見たことがありますか？



(2024年聖教新聞読者調査)

ポイント1 年間契約で**年1回全国版広告を本紙に掲載！**

全国の本紙読者へ注目度アップ！



※掲載日は、弊社で決定

参考紙面(3段)

掲載料金 (1枠)

1ヵ月:10,000円(税抜)

12ヵ月:120,000円(税抜)

※3ヵ月:30,000円(税抜)契約から掲載可能

- お申し込み・お問い合わせは
聖教新聞社 広告局 聖教グルメリサーチ 係まで
受付時間:平日9時~17時

TEL:03-5360-9463



お申し込みページ

ポイント2

本紙BSテレビ面に
グルメリサーチの紹介を
毎日掲載！



ポイント3

聖教電子版(WEB)でも
グルメリサーチが
常に表示！



※レクタングルはローテーション

ポイント4

自社ホームページが
なくても大丈夫です！



OK!

入稿ガイド

● 記事下原稿サイズ

記事下 (タテ)	
1 段	31 mm
2 段	66 mm
3 段	100 mm
5 段	168 mm
7 段	236 mm
10 段	339 mm
15 段	509 mm
(ヨコ)	
全 幅	378 mm
半 幅	188 mm

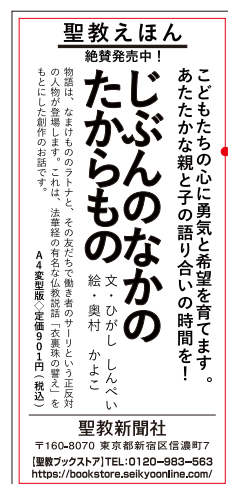
● 雑報・出版原稿サイズ

雑 報 (タテ×ヨコ)	
題字横	31×67 mm
記事中	31×67 mm
突出し	80×47 mm

出 版 (タテ×ヨコ)	
3 段 8 割	97×43 mm
3 段 6 割	97×58 mm

※寸法は囲み罫なしの寸法です。

15段	全幅
10段	
7段	
5段	半幅
3段	
2段	
1段	



3段 8割・6割の注意点

- ※囲み罫(黒罫)は当社にてお入れしますので不要です。
- ※赤罫が広告寸法です。制作の際に必ず透明罫で囲んでください。

● 入稿締め切り

モノクロ 掲載日の2営業日前の17時
(土・日・祝日は含みません)

カラー 掲載日の7営業日前の17時
色見本(NSAC準拠)なしの場合は、
掲載日の5営業日前の17時
(土・日・祝日は含みません)

※カラー広告の色見本は、NSAC準拠のものを、掲載エリアの印刷所数プラス5枚をご用意ください。

※上記の色見本をご用意いただけない場合は、色味等に関するご要望に添えないケースが生じますので、ご了承ください。

※交通事情や天候状況、災害などの発生、その他さまざまな条件により、印刷所に届かない場合があります。

● 原稿審査

入稿日の5日前まで

必ず原稿内容の事前審査をクリアしてください。
審査結果によっては、掲載できない場合もあります。

● お問い合わせ先

広告局 整理部

tel. 03(5360)9473

デジタル入稿ガイドはこちらから



聖教新聞社本社（世界聖教会館）



聖教新聞社 広告局

本 社	〒160-8070 東京都新宿区信濃町 7	TEL: 03-3353-6111 (代表)
神奈川支局	〒231-0023 横浜市中区山下町 7-1	TEL: 045-640-4520
北海道支社	〒004-8567 札幌市厚別区上野幌 1 条 1-1-1	TEL: 011-601-2520
東北支社	〒983-0036 仙台市宮城野区苦竹 3-2-1	TEL: 022-783-9408
中部支社	〒451-0033 名古屋市西区堀端町 4-11	TEL: 052-521-6125
関西支社	〒543-0028 大阪市天王寺区小橋町 10-17	TEL: 06-6766-3112
京都支局	〒604-0074 京都市中京区東堀川通竹屋町下る八町目 532	TEL: 075-253-1908
兵庫支局	〒651-0083 神戸市中央区浜辺通 6-3-16	TEL: 078-265-0723
中国支社	〒732-8508 広島市東区光町 1-15-39	TEL: 082-506-4101
四国支局	〒761-8058 高松市勅使町 76-1	TEL: 087-869-9108
愛媛支局	〒791-2101 伊予郡砥部町高尾田 275-1	TEL: 089-960-0665
九州支社	〒812-8604 福岡市東区松田 3-4-11	TEL: 092-624-5234
沖縄支局	〒900-0012 那覇市泊 3-7-1	TEL: 098-860-3333

調査概要

[全国メディアプロフィールサーベイ 2023] (全国 MPS)

【調査地域】	日本全国47都道府県
【調査対象】	男女15～79歳(中学生を除く)
【抽出方法】	インターネット調査/パネル
【集計定義】	調査エリア内推定人口
【調査方法】	インターネット調査
【有効サンプル数】	約30,000s
【調査時期】	2023年7月～8月末
【調査主体】	全国MPS協議会
【調査実施機関】	(株)ビデオリサーチ
【2023年度 全国 MPS 協議会参加社】 株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ、株式会社朝日新聞社、 株式会社中日新聞社、株式会社電通、株式会社日本経済新聞社、株式会社毎日新聞社 6社	

[第11回 聖教新聞読者調査 (2024年)]

【調査エリア】	全国47都道府県全域
【調査対象】	聖教電子版メールマガジン登録者かつ聖教新聞購読者 (紙版・電子版・無料電子版問わず)
【有効サンプル】	935s(聖教新聞購読者の構成比に合わせ1000sにウェイトバック集計)
【対象者抽出】	聖教新聞購読者の性年代構成比に合わせて対象サンプル数を決定し、 メールマガジンで告知したURLより回答
【調査方法】	インターネット調査
【調査期間】	2024年1月19日(金)～1月29日(月)
【調査主体】	聖教新聞社広告局
【調査実施機関】	(株)ビデオリサーチ



広告のご案内



聖教電子版



公式 YouTube



公式 X
(旧Twitter)

SEIKYOSHIMBUN

2024年5月発行