

SEIKYO MEDIA GUIDE

2026 — 2027



SEIKYO SHIMBUN

AUDIENCE

[読者プロフィール]



1ページあたりの
平均閲読時間

中央3紙の

> 約**2倍**

20年以上の
長期購読者

> 約**65%**

中央3紙
比較でトップ!

詳しくは
P2へ

読者のロイヤルティの高さが魅力です!

聖教新聞3つの強み

強み!

1

他媒体では
届かない
「リーチ」



- 聖教新聞が主読紙である **96.1%**
- 49歳以下(若者中堅)
聖教新聞のみ購読 **73.6%**
- 聖教新聞は自分の
生活に欠かせないメディア **77.0%**

だからこそ、
広告が読者に届く!

詳しくは
P3へ

強み!

2

信頼から
行動につながる
「口コミ・拡散力」



- 掲載されている
広告が信頼できる **71.1%**
- 記事を話題にしたり
シェアしたりします **90.6%**

聖教新聞への信頼が、
広告の信頼に直結します!

詳しくは
P4へ

強み!

3

確かな
「購買・レスポンス力」



- 新聞広告を見て、
商品を買ったことがある
- 掲載広告の商品・サービスを
購入(利用)してもいいと思う

シニア・女性読者は
他紙の1.7倍

若者中堅読者は
他紙の1.7倍

あらゆる世代で際立つ
購買・レスポンス力!

詳しくは
P5へ

● 事例 > P6 - P8

● 聖教電子版
デジタル広告ほか > P9 - P10

● 小枠・出版広告
広告メニューほか > P11

● 入稿ガイド
発行形態・調査概要 > P12

● 補足資料 > P13 - P14

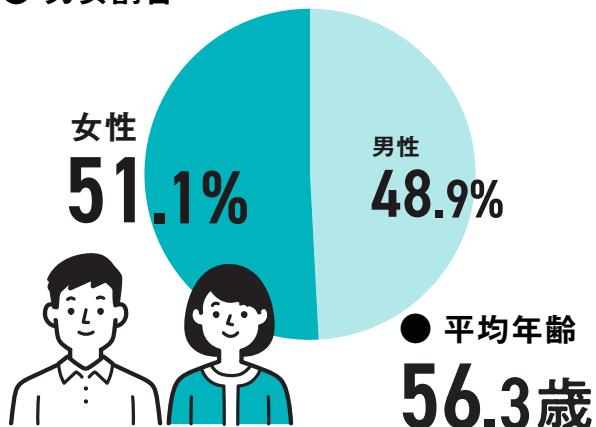
AUDIENCE

[読者プロフィール]

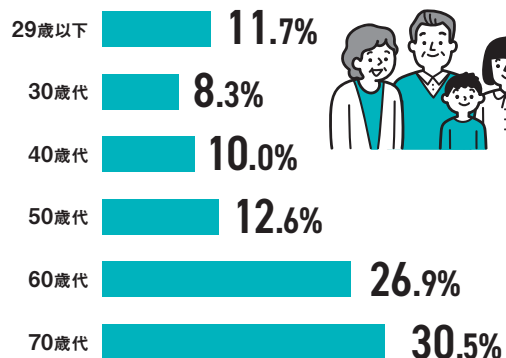
聖教新聞の読者の特徴は？

シニア、女性読者が多いのが特徴！
読者のロイヤルティの高さが魅力です！

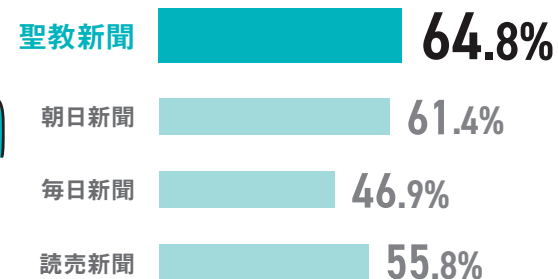
● 男女割合



● 世代別(割合)

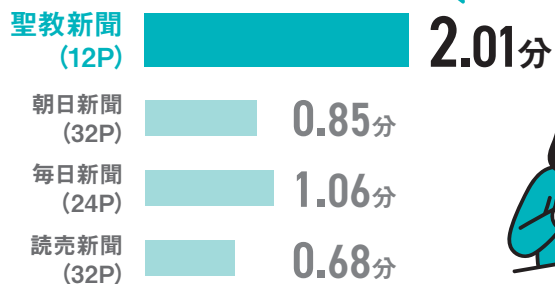


● 20年以上講読している読者の割合



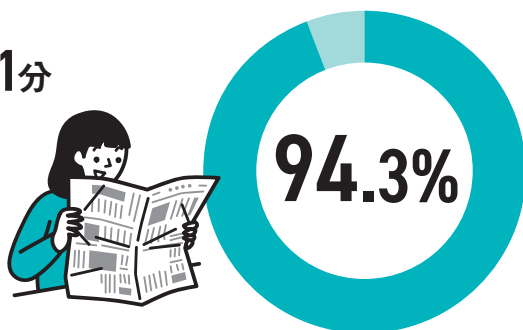
世代を超えて読み継がれる信頼が、
広告への安心に直結しています！

● 1ページあたりの平均閲読時間



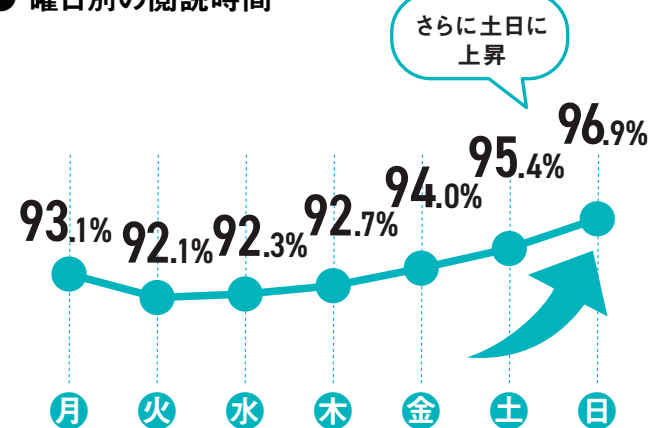
中央3紙の約2倍

● 聖教新聞のほぼすべてのページに目を通す



たっぷり、しっかり読んでいます！

● 曜日別の閲読時間

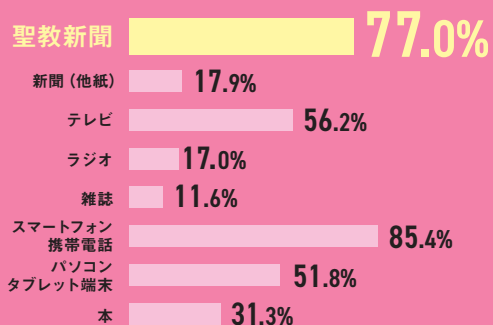


聖教新聞 3つの強み **1**

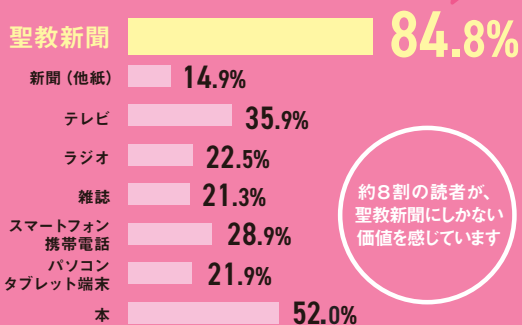
他媒体では届かない「リーチ」

生活に欠かせないメディアだからこそ、広告も届きます！

●自分の生活に 欠かせないメディアは？



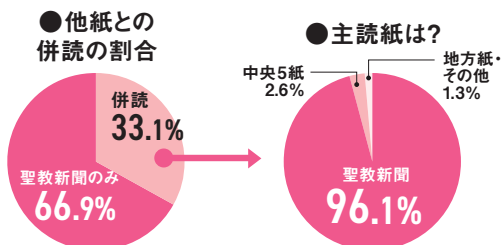
●心を動かされる メディアは？



他紙の約5.7倍、
テレビの2倍以上

約8割の読者が、
聖教新聞にしかない
価値を感じています

ACTION 01 主読紙は 聖教新聞です



●49歳以下(若者中堅)の 聖教新聞のみの購読率



●新聞の月々の購読料金は妥当だ



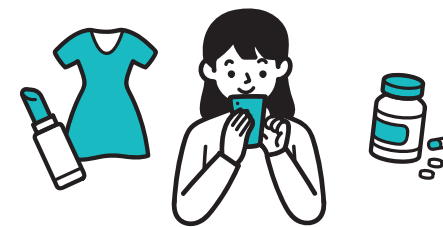
中央3紙を押さえ、購読料金の妥当性で1位!

中央3紙：朝日新聞、毎日新聞、読売新聞の平均 次ページ以降も同様

ACTION 02 新聞での接触から、 WEBやSNSで 検索します

●聖教新聞を見て商品や企業を WEBやSNSで検索する

64.4%



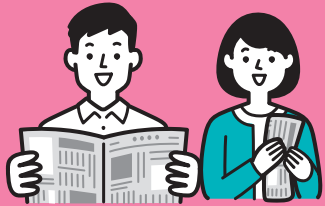
WEBやSNS検索の
起点となる聖教新聞。
高いクロスメディア効果!

聖教新聞 3つの強み

2

信頼から行動につながる「ロコミ・拡散力」

聖教新聞への信頼が、広告の信頼に直結します！



● 情報の内容が信頼できる

他紙の約3.8倍

90.9%

● 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%

ACTION
01 切り抜く
Clippings



● 切り抜きやクリップをする
(電子版)

91.2%

● 1週間以上前の聖教新聞を読み返す

84.9%

ACTION
02 話題にする
Topics



● 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%

ACTION
03 拡散する
Spread

● 広告の内容をSNS上でシェア等、投稿したことがある

49.4%

データで読み解く

「聖教新聞ならではの」の読み方・読まれ方

家庭用ではなく自家用に聖教新聞を購読している **95.7%**

各種会合などで聖教新聞を読み合ったり学習をする **91.7%**

聖教新聞ならではの「OnlyOne」の活用事例があります ● **補足資料1 P13へ**

聖教新聞 3つの強み **3**

確かな「購買・レスポンス力」

広告を見て、商品を買ったことのあるシニア・女性読者は、**中央3紙の1.7倍!**

中央3紙の

1.7倍!



シニア

健康意識が高い
アクティブ・シニア!

- 広告を見て、商品を買ったことがある

聖教新聞 **28.1%**

中央3紙 16.3%

1.7倍

- 定期的に健康食品を利用している

聖教新聞 **14.1%**

中央3紙 10.6%

- 着るものに気を使いお金をかけるほう

聖教新聞 **10.6%**

中央3紙 6.6%

- 食材宅配サービス ※1年間の利用経験

聖教新聞 **17.6%**

中央3紙 13.9%



女性

女性読者の高い精読率が、
購買へとつながります!

- 広告を見て、商品を買ったことがある

聖教新聞 **30.4%**

中央3紙 17.3%

1.7倍

- 栄養補助食品をよく利用する

聖教新聞 **22.4%**

中央3紙 13.9%

- 着るものに気を使いお金をかけるほう

聖教新聞 **15.1%**

中央3紙 12.0%

- 食材宅配サービス ※1年間の利用経験

聖教新聞 **21.1%**

中央3紙 17.6%



若者
中堅

若者中堅世代は前向きな
購買意欲を持っています!

- 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 24.7%

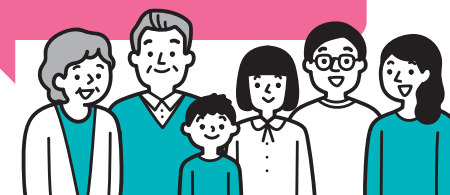
1.7倍

- 美容関係にはお金をかけるほう

聖教新聞 **16.3%**

中央3紙 9.6%

あらゆる世代で際立つ、
確かな購買・レスポンス力!



事例 1 新聞広告を起点にダイレクトな購買行動へつなげる

CASE STUDY

掲載事例

養命酒製造株式会社

「感じて、知って、試して。」とのコピーのもと14種類の生薬の解説と7つの改善症状をイラスト付きで分かりやすく可視化。深い商品理解から生まれる納得が、多様で利便性の高いレスポンス導線へとダイレクトに結びついている。

2025年8月5日(火)付

2025年8月5日(火)付

株式会社ユーグレナ

「多くが知らない。75歳の壁 乗り越え方。」という大きな見出しで課題を提起。漫画や図解を用いて「なぜその栄養が必要なのか」を丁寧に説明。課題への気づき・商品の理解・納得・行動というダイレクトレスポンスへつなげている。

2024年6月23日(日)付

2024年6月23日(日)付

「刺す」美容のメカニズムを図解で可視化。自宅で手軽にヒアルロン酸注入ができるという革新的な機能を視覚的に分かりやすく伝え、読者の納得をレスポンスへつなげている。

2026年1月29日(木)付

2026年1月29日(木)付

事例 ② 新聞広告を起点とした観光プロモーション

CASE STUDY

● 都道府県の広告特集を見て、

意識が変わった **86.5%**

興味関心をもつ	63.9%
行ってみたくなる	39.5%
商品・サービスに興味をもつ	38.6%
プレゼントに応募したくなる	29.1%

行動した **30.6%**

商品・サービスについて調べた	17.4%
特集の地域に行った	3.5%
商品・サービスを購入・利用した	8.5%
プレゼントに応募した	13.2%

● 国内旅行に関心がある

84.1%

日帰り旅行	63.8%
1～3泊の旅行	60.1%
4～7泊の旅行	24.6%
8泊以上の旅行	19.8%

● 国内旅行に行った（1年間）

77.4%

日帰り旅行	52.6%
1～3泊の旅行	56.3%
4～7泊の旅行	8.4%
8泊以上の旅行	2.6%

2025年4月27日(日)付 全15段モノクロ全国版 「兵庫の魅力 全国発信シリーズ」



〔地域特集〕 神戸 観光企画

読者プレゼントに
対する反響

応募総数は **8,438件**

ハガキ応募

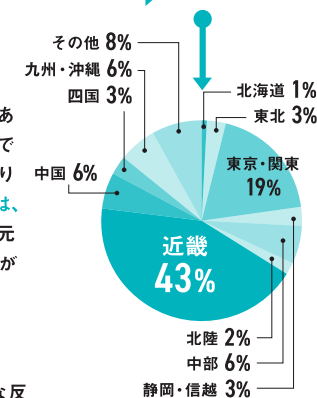
3,596件

WEB応募

4,842件

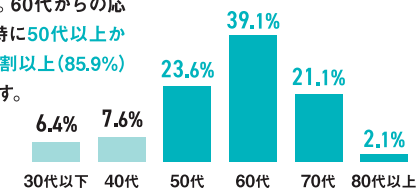
エリア別応募割合

全47都道府県より応募がありました。特定の地域だけでなく、全国からの反響があります。「近畿」からの応募は、全体の約43%を占め、地元からの大きな反響がうかがえます。



年代別応募割合

「シニア」層から圧倒的な反響があります。60代からの応募がトップ。特に50代以上の応募が8割以上(85.9%)を占めています。



聖教新聞読者調査（第12回）

事例 ③ 新聞広告を起点とした観光プロモーション

CASE STUDY

〔地域特集〕

大阪 観光企画

聖教新聞社に届いた応募ハガキ

読者プレゼントに対する反響



応募総数は **10,355件**

ハガキ応募

4,538件

WEB応募

5,817件

2022年7月17日(日)付 全15段モノクロ全国版
「～笑顔あふれる庶民の都～ええやん大阪!」

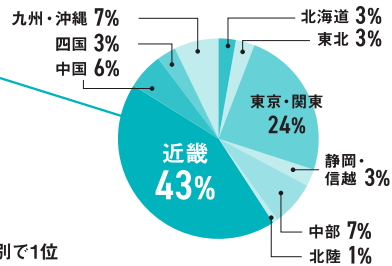


- 全47都道府県より応募がありました

特定の地域だけでなく、全国からの反響があります。

「近畿」からの応募は、全体の43%
地元読者からも大きな反響が期待できます!

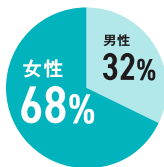
エリア別応募割合



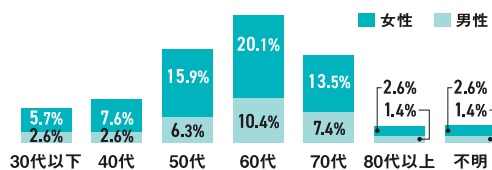
- 「女性」「シニア」から、圧倒的な反響があります。

全体の68%が女性。男女ともに60代からの応募が世代別で1位
特に50代以上(シニア)の女性からの応募が半数(52.1%)

男女別応募割合



男女別世代ごとの応募割合



〔地域特集〕

広島カープ 応援企画

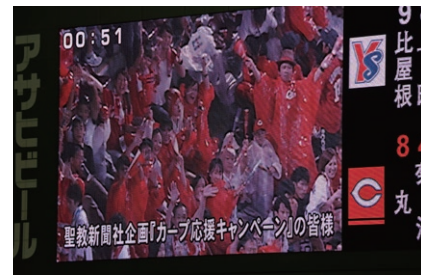
2025年3月20日(木)付 全15段モノクロ中国版

観戦チケットプレゼントに対する反響



応募総数は **約700件**

毎年夏に聖教新聞社企画「カープ応援キャンペーン」を実施!



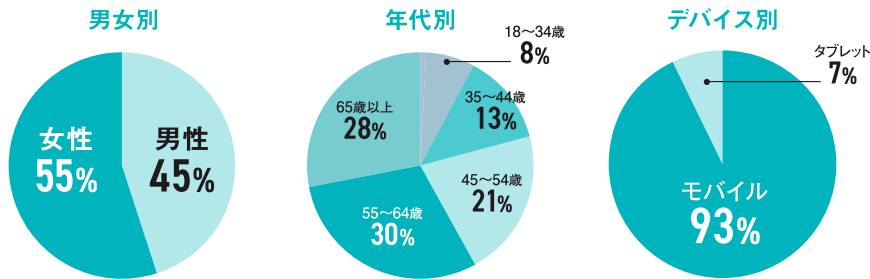
聖教電子版（デジタル広告）

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] ※2025年9月～2026年2月の平均

●スクリーンビュー数 **約25,540,000 / 月**

[ユーザープロフィール] ※2026年1月時点



- 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

● アプリ広告概要

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	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



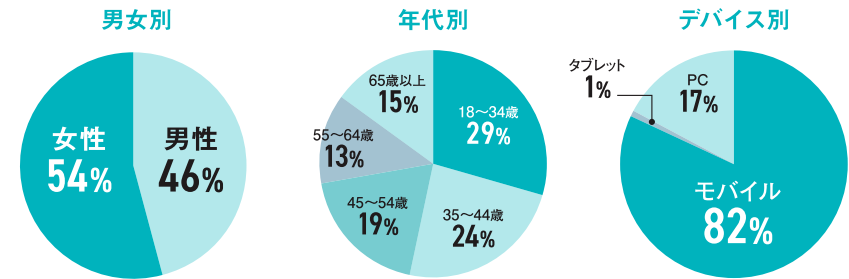
WEBサイト広告 レクタングル・テキストのご案内

[サイトプロフィール] ※2025年9月～2026年2月の平均

●全体PV数 **約5,825,000 / 月**

●全体UU **約700,000 / 月**

[ユーザープロフィール] ※2026年1月時点



- 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

● 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・仕様は随時更新されるため、最新の情報についてはお問い合わせください。 ※imp数の保証は行っておりません。

聖教新聞社が運営するデジタルコンテンツ

SEIKYO SHIMBUN

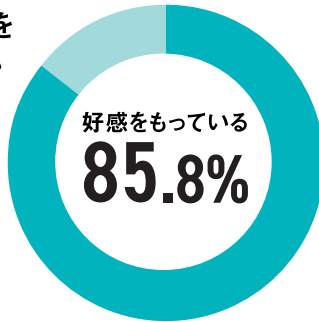
聖教電子版



SEIKYO
グルメリサーチ
Gourmet Research



- 聖教電子版にどの程度好感をもっていますか



- 紙面ビューアーでは、広告にも注目する

若者
中堅



- 外出時に紙面ビューアーを読むことが多い

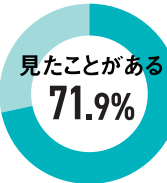


- ◆ 本サイトは、聖教電子版の広告枠に常に表示されるため7割以上の読者から認知されています。



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？



- ◆ 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！



掲載料金 (1枠)

1カ月： 10,000円 (税抜)
12カ月： 120,000円 (税抜)

※3カ月：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



お申し込みフォーム

公式YouTube (約26万人) ※2026年3月現在



「春のひとことエール。キャンペーン」 ※2026年3月現在
ニュースや信仰体験、世界に広がるSGIの取り組みまで、紙上では伝わらない内容を動画で配信しています。

Podcasts

ラジオ
SEIKYO LABO



聖教新聞社プレゼンツ「ラジオSEIKYO LABO」
新しいカタチを探求していく番組を配信中！

TikTok (約2.5万人) ※2026年3月現在



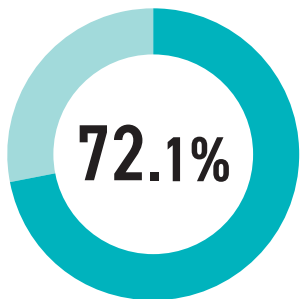
100年分の言葉
@100_kotoba

約3カ月で1,500万回再生、新規フォロワー2.5万人
「100年分」生きた人の言葉はやっぱり違う。

小枠・出版広告／広告メニュー／広告サイズ

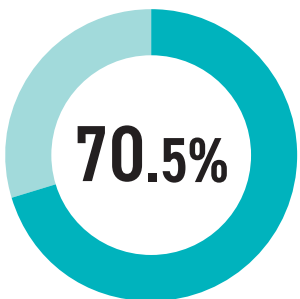
すみずみまで目を通す読者が多いため、小枠でもメッセージが届きます！

● 小枠広告をみる



経営者、自営業 > 80.7%

● 小枠広告が信頼できる



経営者、自営業 > 74.7%

聖教新聞読者調査(第12回)

題字横(1面/全国版)
31x67mm



3段8割 97x43mm
3段6割 97x58mm
(1面/全国版)

突出し(1面/全国版)
80x47mm

記事中(ラテ面/方面・県版)
31x67mm



突出し(中面/全国版)
80x47mm



記事中(終面/全国版)
31x67mm

● 記事下原稿サイズ

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

15段		全幅
10段		
7段		
5段	半幅	
3段		
2段		
1段		

入稿ガイド

● 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
沿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



発行形態 / 調査概要

● 発行形態

- ◆ 日刊12ページ建て
- ◆ 専売店制
- ◆ 月額購読料 1,934円(税込)
- ◆ 月額電子版購読料 1,731円(税込)
- ◆ 月額電子版購読料(大白蓮華セット) 1,955円(税込)
- ◆ 朝刊のみ
- ◆ 宅配のみ(即売なし)

● 調査概要

[全国メディアプロフィールサーベイ2023] (全国MPS 2023)

【調査地域】 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

[全国メディアプロフィールサーベイ 2025] (全国MPS 2025)

【調査エリア】 全国(47都道府県)
【調査対象者】 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から手上げ式で募集
【集計定義】 調査エリア内推定人口
【調査手法】 インターネット調査
【サンプル数】 30,927s
【調査時期】 2025年8月~9月
【調査主体】 全国MPS協議会
【調査実施機関】 (株)ビデオリサーチ
【2025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】 聖教新聞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WEBアンケートに回答
【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

[第12回 聖教新聞読者調査(2025年)]

【調査エリア】 全国47都道府県全域
【調査対象】 聖教新聞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】 583s(聖教新聞購読者の構成比に合わせウェイトバック集計)
【対象者抽出】 聖教新聞購読者の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WEBアンケートに回答
【調査方法】 インターネット調査
【調査期間】 2025年11月28日(金)~12月7日(日)
【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

聖教新聞の活用事例

[読者との距離感] 補足解説



1. 日常的に、幅広い世代で読み合って学習をしています



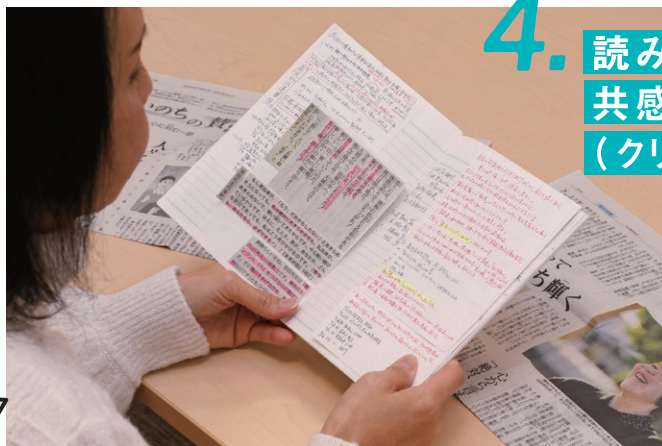
2. 親子で聖教新聞を囲み、読み合う姿があります



3. 自分用に購読しています



4. 読み返す習慣があり、共感した記事を切り抜き(クリップ)します



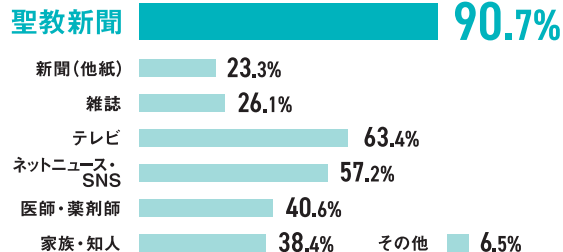


健康



● 健康に関する情報を
得ているのは？

他紙の
約4倍

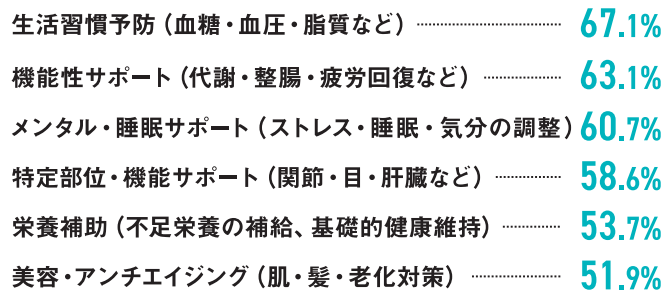


● 睡眠の質に関心がある

シニア



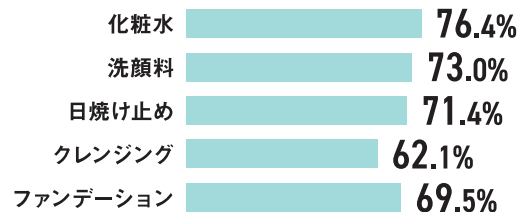
● 関心のある健康食品・サプリメントは？



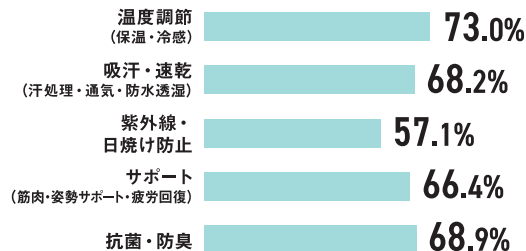
化粧品・衣類

女性

● 関心のある化粧品は？



● 関心のある機能性衣類品の割合



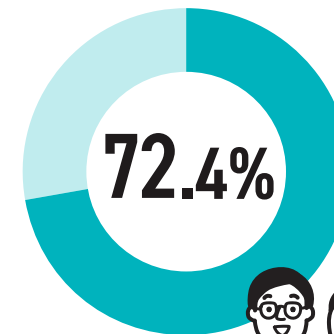
● 口臭・体臭など人前での
エチケットに気を配っている

若者
中堅



保険

● 【生命保険・医療保険】
現在、利用中もしくは利用を
検討している



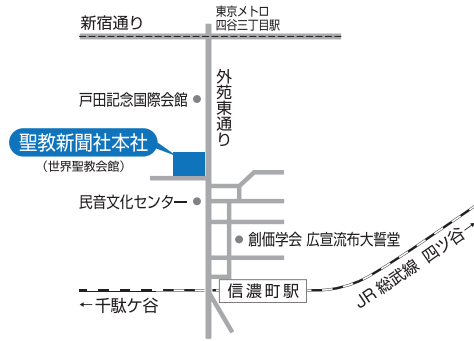
● 生命保険
※1年間の利用加入経験

若者
中堅





聖教新聞社本社(世界聖教会館)
2026年4月、創刊75周年を迎えました。



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: 011-801-2520
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丁目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	〒812-0064 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: 098-860-3510



広告のご案内