

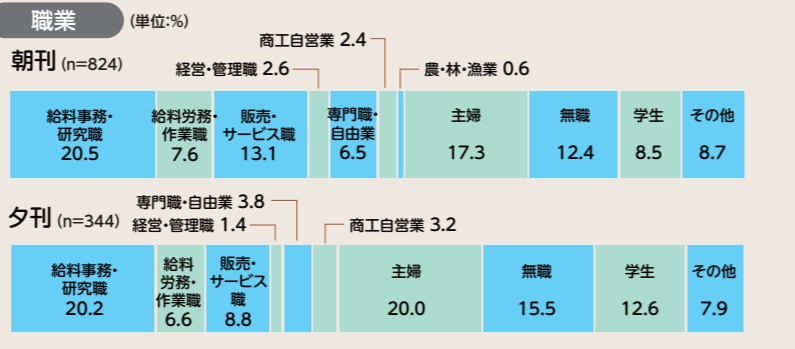
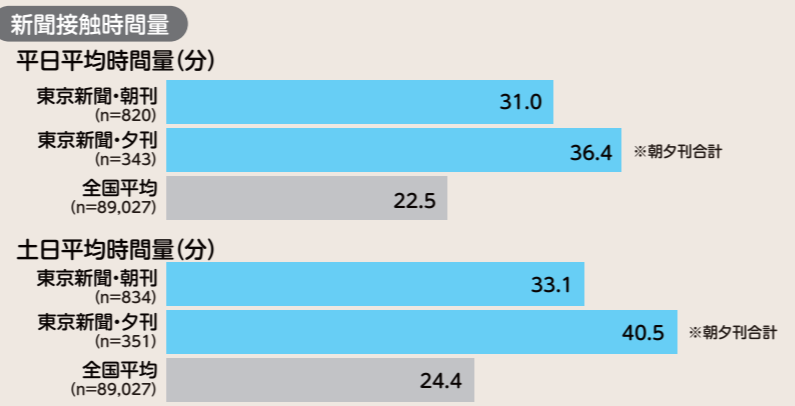
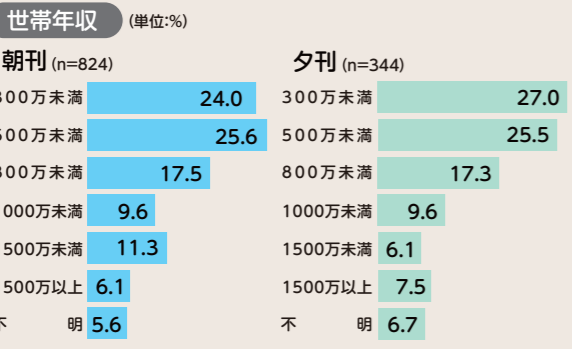
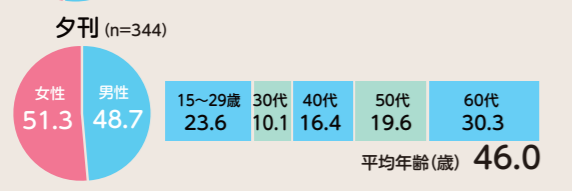
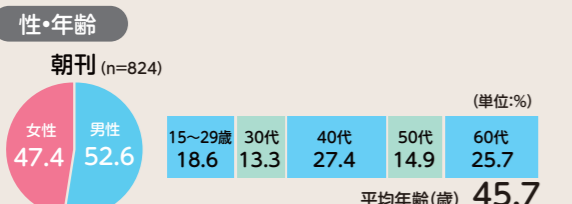
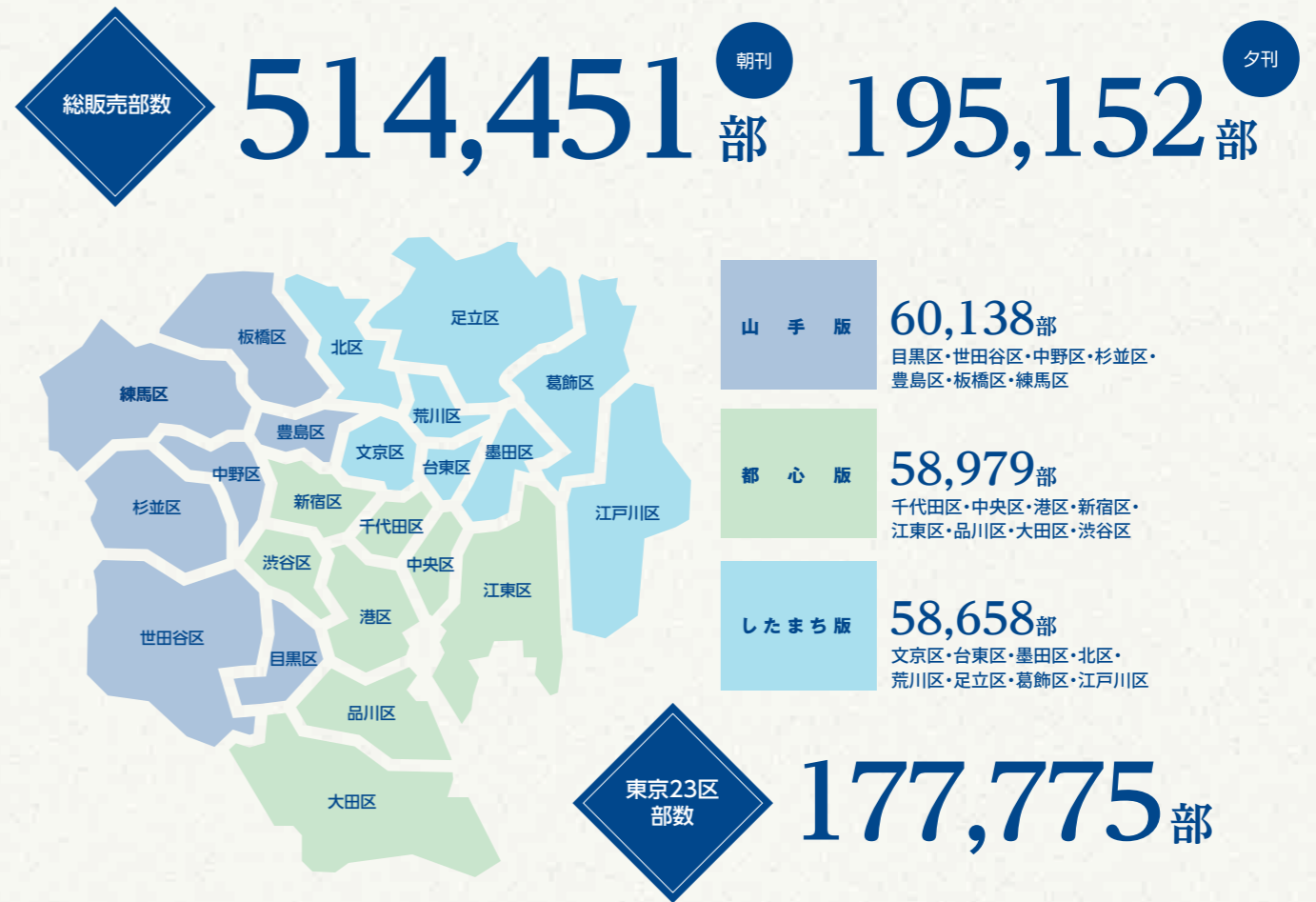
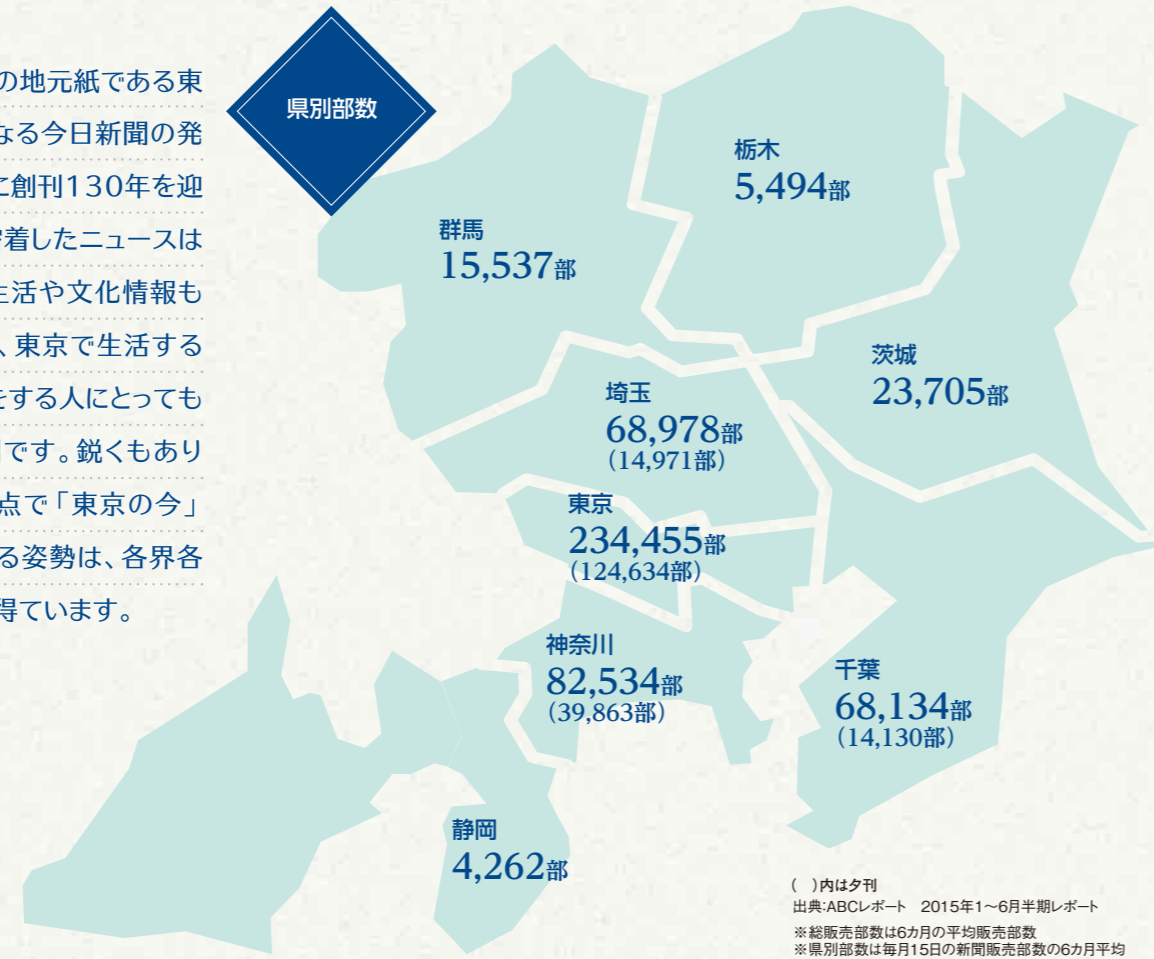
東京新聞 媒体資料

DIRECT 2016

読者に寄り添い続ける 東京唯一の地元紙

創刊
1884年

首都・東京唯一の地元紙である東京新聞は、前身となる今日新聞の発行から、2014年に創刊130年を迎えました。地域に密着したニュースはもちろんのこと、生活や文化情報も豊富できめ細かく、東京で生活する人にとっても仕事をする人にとっても親しみやすい新聞です。鋭くもあり柔らかくもある視点で「東京の今」を生き生きと伝える姿勢は、各界各層から高い評価を得ています。



新聞広告に関する意識 (あてはまる)

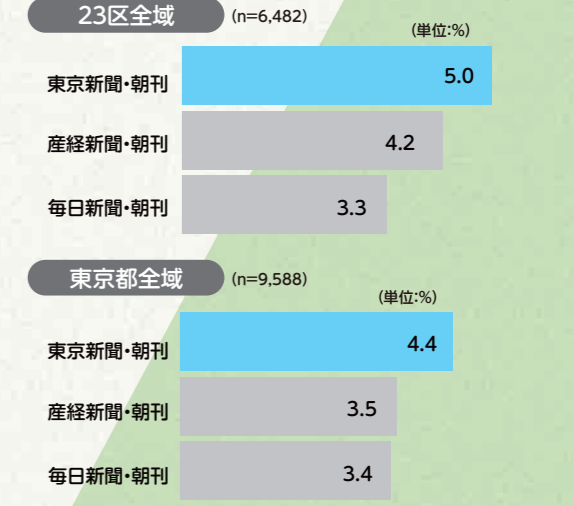
(単位:%)	新聞広告はじっくり見て読むことがある	新聞広告から世の中の出来事や流行を知ることがある	新聞広告は、買いたい商品などについて家族や友人と相談する際に役立つ	新聞広告は企業姿勢がよく伝わる	企業や団体などによる意見表明の新聞広告をじっくり読むことがある
東京新聞・朝刊 (n=824)	23.3	16.2	9.1	4.3	5.4
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	22.2	15.1	6.7	3.5	4.4
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	20.3	13.8	6.1	0.9	2.9
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	22.2	15.2	7.5	3.1	3.2
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	18.6	13.9	7.3	1.3	3.5
産経新聞・朝刊 (n=972)	15.2	11.8	4.7	3.3	2.9

新聞に関する意識 (あてはまる)

(単位:%)	既知のニュースでも新聞で読む	新聞で、不明なことを理解する	家族・友人・知人で話題になる	自分のペースで情報入手できて便利	いつも読む記事・コラムがある
東京新聞・朝刊 (n=824)	48.8	18.5	17.6	28.8	29.7
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	44.7	12.8	14.9	26.8	23.6
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	46.7	13.4	11.0	24.6	26.6
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	44.5	12.1	14.5	26.3	25.4
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	45.7	15.1	15.5	24.3	26.6
産経新聞・朝刊 (n=972)	42.5	14.5	12.3	26.8	24.5

毎日・産経を上回る読者率

東京新聞は東京都内、23区とも朝日、読売に次ぐ一般紙第3位の読読紙です。読者に愛読される新聞として、その実力は全国紙にも引けをとりません。



出典:ビデオリサーチ「第14回全国新聞総合調査」(J-READ2014年実施)
※標本サイズは各都道府県の15~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズで表現しており、回収数は異なります。
※上記の読者率を除き、それぞれの数値は1都6県の各媒体読者率によるものです。

「東京」を伝えて130年余 独自の報道姿勢に高い評価

東京新聞は創刊以来130年以上に渡って、読者に寄り添いながら「東京」を伝え続けてきました。鋭い切り口の報道姿勢は他の報道機関とは一線を画し、高い評価を得ています。特に、東日本大震災以降は原発や震災復興関連の報道で多くの共感を得て、数々の賞も受賞しました。また独自の紙面構成や「筆洗」をはじめとした人気コラムも魅力のひとつです。



一面にコラムを掲載するのは、日本の新聞では並みじかに前にならなっているのだが、世界の新聞では珍らしい。一般的ではないが、この「筆洗」は世界では有名なコラムニストが大勢いる。それが掲載されるのは紙面の中ほどの論説面が大半で、日本の新聞のように紙面の顔といえるトップページに、しかも毎日掲載されているというわけではない。

▼「筆洗」は、一般記者や社説よりも、口調柔らかく、人間味あふれるコラムが一面に毎日出ていくというのには、出来たばかりの頃である。人の体温を感じるようなコラムを一面に出すことで、新聞は、読者と同じ人間味を持っているという当たり前のことを印象づけている。コラムがあるかないかで新聞の顔は変わってしまえる。

▼人間の表情でいえば、一面コラムは目である。悲しい出来事には、その目から読者が同じ涙を流し、うれしいニュースには目を上げ、腹の立つ政治の動きは目を引き上げる。そこから目線も無表情な目は持つる白むせぬ。美文、名文を振り回す過剰な目線も施さぬ。読者と同じ目。それが新聞全体への共感の入り口になる。

東京新聞論説委員 小栗康之

読者からみた「東京新聞」

東京新聞の体温ともいべきものが、私の感覚に近く、いつも私に寄り添ってくれている新聞という印象があります。

前身の「今日新聞」初代主筆の仮名垣魯文は、江戸歌舞伎の大問屋ともいわれた河竹黙阿弥や、祖父の七代目幸四郎が師事した九代目団十郎と親交が深く、歌舞伎の「活人物」の名付け親でもあります。続く「都新聞」時代は、福地桜痴と守田勘弥が芝居記事に力を入れ、後に「醜の母」や「一本刀土俵入」を書く長谷川伸、新聞小説「大菩薩峠」の作者中里介山が、文化面の記者として活躍していたと聞いています。尾崎士郎の『人生劇場』が新聞小説だったというのも興味深い限り。

このような芸能文化に重きを置いた編集方針は、今や東京新聞の伝統ともなっていて、私が親しみやすいと感じる所以なのだと思います。



松本 幸四郎

まつもとこうしろう/ 1942年 東京生まれ。
'81年九代目松本幸四郎を襲名。歌舞伎の他、現代劇やミュージカルの舞台でも活躍。「勳進帳」弁慶役で1100回、全国47都道府県上演達成。プロダクション「ラ・マンチャの男」、ウエストエンドで「王様と私」を全編英語で単独主演。「ラ・マンチャの男」では出演1250回を記録している。シェイクスピア四大悲劇完結上演。2009年日本芸術院会員。2012年文化功労者。著書に「幸四郎の奇跡のはなし」、句集「仙翁花」「私の履歴書」ほか。早稲田大学文学部1976年推薦校友。



3・11を忘れない ～日々、被災地からの情報を発信(3・11後を生きる)～

「フクシマ」と思い浮かべたことはありませんか。福島の人々は、この表記をみると悲しみます。この原発事故被災地には困難が満ちています。足し算、引き算で考えたら、新天地を探す方が利口かもしれない。でも福島にとどまる人々はある。何にも代えがたい価値が、たしかに、ここにあるからです。そんな当たり前の話を、首都圏の読者に伝えたいと考えています。

東京新聞 福島特別支局長 坂本充孝



読者と歩む激動の日々～東京新聞の歴史～

本紙の起源は明治17(1884)年9月に創刊した「今日新聞」です。130年以上にわたって東京の激動史を描き続けた伝統ある首都圏紙です。

今日新聞は後に都新聞と改題。独特の娯楽紙面で大人気を博し、明治から昭和前期にかけて異彩を放ちます。一方、もうひとつの起源である国民新聞は明治23(1890)年2月1日、有名な徳富蘇峰が創刊した政論紙として名をはせますが関東大震災で衰退。やがて戦時下に都新聞と合併し本紙へ生まれ変わります。

戦時中、本紙は空襲で社屋を焼失するも社員の奮闘で奇跡の復興を成し遂げ、首都唯一の夕刊紙として全盛期を迎えます。伝統の文芸と庶民生活に密着した紙面は人気を呼び、昭和20年代前半は「新聞が売れ過ぎて輪転機が煙を吹いた」との伝説まで残っています。

昭和31年には朝刊を発行しますが次第に経営が悪化。東京五輪後の42年からは中日新聞東京本社の首都圏紙として新たに船出しました。石油ショックの時には本紙だけが定価を据え置き、読者の熱い支援を受けて大幅に部数を伸ばしたことは、新聞界の奇跡、とまでいわれています。

こちら特報部、文芸批評「大波小波」をはじめコラムや論説への反響は常に大きく、また東日本大震災以降は原発、震災復興関連の報道で多くの共感を得ています。

明治、大正から戦中戦後、昭和の終焉を伝えて平成へ…読者と歩んだ歴史はまさに波瀾万丈です。



東京生活の必読紙 地域の話題づくりにひと役

東京唯一の地元紙・東京新聞。地域に密着し、生活をより豊かにする情報は読者にとって必要不可欠なものとなっています。

山手版



都心版



したまち版



年間3000万人の観光客が訪れる浅草を拠点に変ぼう激しい東京東部の姿を見つめています。東京スカイツリーや上野動物園、「寅さん」の舞台でおなじみの柴又帝釈天など全国に知られた観光地だけではありません。人情あふれる商店街や横町、中小工場など街の隅々を駆け回り、読んだ人が元気になれる物語の発掘に取り組んでいます。こうした地域密着の「東京ニュース」は、地域版に加え一面から社会面、TOKYO発など紙面全体を飾る本紙の大きな売り物の一つです。

東京新聞編集局
したまち支局長
浅田 晃弘

メトロポリタン面



社会・生活意識

(単位:%)	地元の政治・行政に関心がある	地域情報は中央の情報より重要だ	今住んでいる地域に愛着がある
東京新聞・朝刊 (n=824)	80.0	49.2	84.8
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	75.7	44.4	76.5
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	75.0	45.8	77.3
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	69.9	44.9	76.8
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	78.0	37.8	79.4
産経新聞・朝刊 (n=972)	75.0	48.5	83.3

出典:ビデオリサーチ「第14回全国新聞総合調査」(J-READ2014年実施)
※標本サイズは各都道府県の15~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズで表現しており、回収数とは異なります。
※それぞれの数値は1都6県の各媒体読者によるものです。

地域版も東京新聞は、「首都圏の地元紙」として地域・生活密着型の紙面です。話題もの、人ものから安全保障法制、原発、汚染など社会性の強いものまでタイムリーに追いかけて。関心の高い隣県や東京への沿線の記事も。カラーを生かした見せる紙面を読者の皆様にお届けします。地域版対向面には週4回のメトロポリタン面。関東全域に関わる記事や、データからいろんな問題を読み解く「データファイル@首都圏」など読み応え充分です。

東京新聞編集局
首都圏編集部長
大石 弘

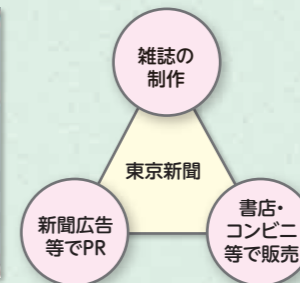
広告事例

MINATOハッピーパスポート



2015年9月1日付朝刊

港区は、国内外からの観光客の周遊性・回遊性を高め、街の賑わい創出と区内経済の活性化を図ることを目的として、平成26年度の国からの地域住民生活等緊急支援補助金を基に創出した「観光パスポート作成事業」を企画。企画運営業務委託を東京新聞が受け、「MINATOハッピーパスポート」の制作・販売・広報を行いました。



港区の書店・コンビニで発売



区内各所にポスターを掲出

地域経済とともに

地域を支える信用金庫などの金融機関は多くの地元企業の活動に対し大きな役割を果たしています。ビジネスフェアの実施や地域の特産品を広く発信することで、企業と企業、人と人をつなぎ、発展させることもそのひとつです。東京新聞も事業後援やイベント告知広告の掲載を通じて地域経済の活性化に貢献しています。

地域・近隣情報(祭り・イベント含む)

	新しい情報を 知りたい (単位:%)	友人・知人との 話題にする
東京新聞・朝刊 (n=824)	27.6	22.0
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	24.3	16.9
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	27.0	18.3
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	23.7	18.2
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	24.8	12.4
産経新聞・朝刊 (n=972)	20.3	19.2



東京信用保証協会 2015年9月25日付朝刊



さわやか信用金庫
2015年6月12日付朝刊



昭和信用金庫
2015年
7月6日付朝刊



城南信用金庫 2015年8月25日付朝刊

東京新聞の強みを活かして 地域を活性化 — 多面的展開事例 —

東京新聞は東京の地元紙として、自治体と協力しながら、シンポジウム、コンテスト、まち歩きなどのイベントを開催しています。また、イベントだけでなく冊子も作成し、都内各地域の活性化に取り組んでいます。

奥の細道 千住あらかわサミット

奥の細道矢立初めの地である荒川区で開催された「奥の細道 千住あらかわサミット〜いま発たん 矢立初めの地 あらかわ〜」の企画・運営を実施。「俳句のまち『あらかわ』」を区内外にPRし、気運醸成のためサミット以外にも、まち歩きツアーやフォト俳句コンテストも並行して運営しました。



2015年3月25日付朝刊



シンポジウム

港区歴史フォーラム

港区主催、港区観光協会共催の港区歴史フォーラムの企画・運営を実施。2014年12月に「忠臣蔵」、2015年3月に「徳川家康」をテーマに開催しました。



2015年1月30日付朝刊



2015年3月31日付朝刊

新宿区夏目漱石コンクール

夏目漱石の生まれ育った新宿区では、2017年に「漱石山房記念館」（仮称）の開館を予定しています。これに先立ち、絵画コンクールと読書感想文コンクールを開催。東京新聞は事務局として運営のお手伝いをしています。



2015年8月7日付朝刊ほか

北区観光写真コンテスト

今年で6回目を迎える「北区観光写真コンテスト」。今までは北区が独自に運営をしていましたが、今年初めて東京新聞が受託。新聞告知などを行うことで東京新聞読者に広く認知され、区外からの応募者を増やすことができました。



2015年8月10日付朝刊ほか

都電荒川線スタンプラリー

2011年、都電荒川線100周年を記念して沿線4区と「都電サミット」を開催してから4年。以来、都電荒川線絵画コンテスト、2013年からはスタンプラリーを実施しています。東京都交通局はもちろんのこと、沿線4区とも関係を強化し、各区の事業をサポートしています。



2015年9月4日付朝刊ほか



リアル宝探し in すみだ

地域に隠された宝箱を探して謎解きをする観光客参加型の「リアル宝探し」。今回は墨田区における徳川家まつわる歴史をテーマ&ストーリーに織り込むことで、既存の観光資源を新たな切り口で活用し、更なる地域活性化につながりました。



2015年7月18日付朝刊

食育推進全国大会 in すみだ

内閣府と各自治体が「食育」をテーマに毎年共催で開催している「食育推進全国大会」が2015年度は6月20・21日に墨田区で開催。東京新聞は2014年度から準備委員会設立や本事業の企画・運営業務を墨田区から受託し、2015年度は本大会のイベント運営・広報事業を担当しました。



両国の相撲部屋力士によるちゃんこ販売

向島の芸者さん



メイン会場 錦糸公園 47CLUB店舗も販売 全国食育広場

区内の小学生が販売に挑戦



2015年6月20日付朝刊



人に話したくなる、ひとりの味 ひととけ



区内の小学生が販売に挑戦

硬軟自在の切り口で 注目される東京新聞

読者をはじめ他のメディアからもひととき高い注目率で、広く知られる「こちら特報部」の記事。東京新聞の報道姿勢が集約された紙面です。独自の視点から、読者や社会の「知りたい」ニーズに徹底した取材を敢行し応えています。SNSでも常に正しく話題を提供する新聞として異彩を放っています。



新聞に対する評価

(単位:%)	最新の情報がわかる	知りたいことが詳しくわかる	情報の内容が信頼できる
東京新聞・朝刊 (n=824)	6.9	22.2	61.2
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	5.7	17.3	52.1
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	1.6	19.6	60.2
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	5.2	18.3	59.8
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	6.2	15.8	60.7
産経新聞・朝刊 (n=972)	4.0	21.0	48.8

出典:ビデオサーチ「第14回全国新聞総合調査」(J-READ2014年実施)
 ※標準サイズは各都道府県の15~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標準サイズで表現しており、回収数とは異なります。
 ※それぞれの数値は1都6県の各媒体読者によるものです。

世の中に広がる嫌な感じ、本当に正しいのだろうか。そんな読者に伝えるのが、「こちら特報部」です。国内問題はもちろん、海外の出来事まで、あらゆる分野に記者たちが独自の視点で切り込みます。お家芸の原発報道、平和国家を変質させる安保法、貧困、差別に関する報道も充実。同業他社からも注目される存在です。ネットでは読むことができない深い記事を毎日発信。読んで納得、お得な紙面をお約束します。

東京新聞編集局次長
 兼特別報道部長
大場 司



広告事例

■ 意見広告で選ばれる東京新聞

「読者の視点」を大前提としながら、関心度が高いニュースを追跡取材する東京新聞では、リアルで密度の濃い情報を公平な立場で発信しています。そんな東京新聞だからこそ、思いを訴えかける意見広告がよくあつた新聞と言えます。



戦争させない・9条壊すな! 総がかり行動実行委員会
 2015年8月23日付朝刊



沖縄意見広告運動
 2015年9月4日付朝刊

■ 沖縄「慰霊の日」3紙協働企画

沖縄タイムス・琉球新報・東京新聞の3社で、終戦70年の「慰霊の日」に出版広告特集を企画、6月21日~23日までの一面書籍8社割と、23日当日のカラー全頁広告の24社割の広告枠をセットにし、賛同いただける書店では掲載書籍のブックフェアを実施しました。



2015年6月23日付夕刊



2015年6月23日付朝刊

■ 読者の期待集めるエイプリルフル“紙面”

「こちら特報部」は年に1度の4月1日に「エイプリルフル」記事で埋め尽くされることでも有名です。はじめは2001年。長寿双子姉妹「きんさんぎんさん」に、実は「どうさん」がいたという衝撃的なニュースでした。今では東京新聞名物として、同日掲載の広告とともに注目されています。



2015年4月1日付朝刊

杉並区
 とても面白くて、笑ってしまいました。キャラも個性が強くてインパクトがあります。今日の広告面は、楽しくじっくり見ました。(女性40代)

東宝
 とても面白い広告で、元々観てみたいと思っていた映画ですが、益々興味を持ちました。(女性40代)



2015年4月1日付朝刊

MINI
 毎年4月1日エイプリルフルの広告を楽しみにしている。奇想天外な発想で面白い。毎年続けてほしい。(男性60代)

最終面まで楽しめる 魅力ある紙面

東京には日本のすべてがある — そのことに気づかせてくれるのが東京新聞。最終面に登場する話題、ニュースには硬軟、新旧、モノから動物、喜怒哀楽などが多様にピックアップされ、わかりやすく伝えられています。東京で生活する普通の人々の息遣いが聞こえます。

TOKYO発

～無尽蔵の東京ものがたり～



東京どんぶらこ

～今週はどの街をのぞこうか～



新聞の顔といえば「一面」ですが、東京新聞では最終面も「裏一面」、すなわちもう一つの顔です。この裏一面はオールカラーの「TOKYO発」のページ。東京の魅力や連日、発掘、発見し、大型記事で発信しています。土曜には、街歩きのお供にと、特定の街を絵地図と文章で紹介する「東京どんぶらこ」を長期連載中。月曜から金曜は、著名人がリレー形式でつづるエッセー「私の東京物語」も。楽しさ満載の裏一面です。

東京新聞編集局
デスク長
増田 恵美子

ほっとなび

～週末のお出かけ情報～

木曜日・金曜日の週2回掲載される「ほっとなび」。親子で学べるスポットを紹介する〈親子でぶらり 学べるスポット〉や新しい趣味が見つかる〈始めま専科〉といった人気コーナーや週末のイベント情報やうれしいプレゼントなど役立つ情報が満載です。



新聞に対する評価

(単位:%)	情報の量が多い	日常生活に役立つ情報が多い
東京新聞・朝刊 (n=824)	28.5	21.8
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	24.6	19.0
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	22.4	17.8
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	25.6	19.3
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	25.4	15.8
産経新聞・朝刊 (n=972)	18.3	18.2

出典:ビデオサーチ「第14回全国新聞総合調査」(J-READ2014年実施)
※標本サイズは各都道府県の15～69歳人口に合わせたウェイト集計後の
規正標本サイズで表現しており、回収数とは異なります。
※それぞれの数値は1都6県の各媒体読者によるものです。

広告事例

東京動物園協会

東京動物園協会の「VisitほっとZoo」キャンペーンでは各園の見どころをはじめスタンプラリー・フォトコンテストなどの多彩な情報を5段カラーで発信。集客や知名度アップにもつながり、広告主・関係者に高い評価を得ることができました。特に、注目度の高い最終面「TOKYO発」で5段の広告スペースを活用できる東京新聞の強みが発揮された事例といえます。

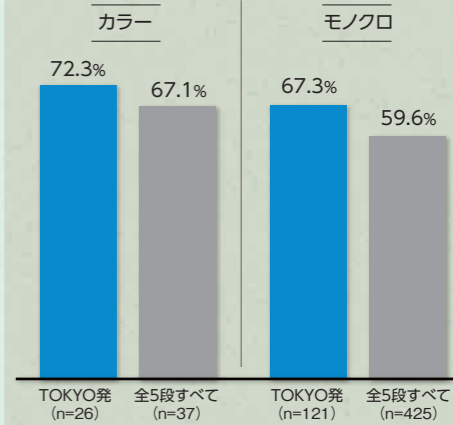


2015年1月8日付朝刊



2015年2月5日付朝刊

平均広告接触率(TOKYO発)



※広告接触率は「確かにみた」、「見たような気がする」の合計
※モノクロの全5段すべては出版を除く

J-MONITOR 調査より

地方自治体の首都圏向けPR



新潟県 2015年5月30日付朝刊



群馬県 2015年7月3日付朝刊



福島県 2015年7月11日付朝刊

訪日外国人の増加や地方創生など、地方自治体の新たな財源として観光への期待は高まるばかり。東京新聞は日本最大のマーケットである首都圏でのPR活動を様々な形でサポートできます。首都圏でのイベントのお手伝いから、一般読者を集めた観光セミナーの実施、現地取材を通じたタイアップ広告の制作・掲載、首都圏での活動のパブリシティまで行っています。

旅行・レジャーの情報

(単位:%)	詳しい情報を 知りたい	正確な 情報を 知りたい
東京新聞・朝刊 (n=824)	18.0	15.7
朝日新聞・朝刊 (n=6,459)	16.3	14.4
毎日新聞・朝刊 (n=1,188)	16.1	9.6
読売新聞・朝刊 (n=8,860)	15.6	12.3
日本経済新聞・朝刊 (n=2,064)	14.2	14.5
産経新聞・朝刊 (n=972)	11.9	14.4



紋別市 2015年4月18日付朝刊

記事紙面と広告とが一体となって 文化・娯楽情報を立体的に発信

芸能紙としてのDNAを受け継ぐ東京新聞の特徴の一つは抜き取りのテレビ面です。この面をめくると見開きで掲載されるのが、放送・芸能情報と週1回の伝統芸能情報です。テレビ、映画、演劇、伝統芸能などの旬な話題は東京新聞の名物です。また、長寿コラム「大波小波」をはじめとして朝夕刊の連載小説や読書面も人気のコーナーです。



歌舞伎、能楽、文楽、舞踊、邦楽、落語…。伝統芸能もいろいろあり、それぞれに魅力がありますが、残念ながら「敷居が高い」「取っ付きにくい」と思う人も少なくないようです。確かに決まり事やしきたりも多いですが、紙面ではできるだけそれらを解きほぐし、分かりやすくお伝えするよう心掛けています。伝統芸能を楽しむ上で大切なのは「想像力」を働かせること。そのためにも必要な興味と予備知識をご提示できるよう努めていきます。

東京新聞編集局
放送芸能部
伝統芸能担当
藤浪 繁雄

日頃よくする趣味・レジャー活動 (単位:%)

読書	
東京新聞・朝刊(n=824)	37.5
朝日新聞・朝刊(n=6,459)	31.1
毎日新聞・朝刊(n=1,188)	32.4
読売新聞・朝刊(n=8,860)	25.6
日本経済新聞・朝刊(n=2,064)	33.1
産経新聞・朝刊(n=972)	25.2



私たちの心をより豊かにする文化。文化部では、都新聞の伝統を受け継ぎ、文芸、美術、囲碁・将棋、論壇、クラシック音楽など「文化の今」を追っています。朝刊文化・娯楽面の「東京エンタメ堂書店」や「平原綾香と聴くクラシックの扉」、オピニオン面「考える広場」、夕刊の名物コラム「大波小波」…。新国立競技場の問題など調査報道にも取り組んでいます。もっと鋭く、おもしろく、読みやすく。未来へ向けて、文化の地平を切り開いていきます。

東京新聞編集局
文化部長
加古 陽治



広告事例

■ テレビ・ラジオ番組宣伝

放送・芸能情報の充実した東京新聞でのテレビ・ラジオ番組の告知は非常に効果的です。テレビ面、BS・ラジオ面の他、題字下、番組表の網掛けなど、有効にご活用いただいています。



TBSラジオ 2015年2月16日付朝刊

■ TOKYO CINEMA GUIDE

毎週、金曜日夕刊では、映画向け作品を網羅した「TOKYO CINEMA GUIDE」を掲載。全国紙がフォローしきれない小規模な作品情報も読者へ届けています。



2015年9月25日付夕刊

情報入手媒体 (複数回答) (単位:%)

~テレビ番組/ラジオ番組についての情報源は?	新聞
東京新聞・朝刊(n=824)	75.6
朝日新聞・朝刊(n=6,459)	72.0
毎日新聞・朝刊(n=1,188)	71.5
読売新聞・朝刊(n=8,860)	69.4
日本経済新聞・朝刊(n=2,064)	59.0
産経新聞・朝刊(n=972)	63.6

■ 東京新聞映画賞

東京新聞では毎年、家族や友人、恋人など大切な人に見てほしい映画を読者から募集。読者の意見を参考に「東京新聞映画賞」を選定しています。



2015年1月19日付朝刊

■ 日本のいちばん長い日

中日新聞社が製作委員会として参加した「日本のいちばん長い日」。東京新聞では、少年時代に敗戦の日を迎えた落語家の林家木久扇さんへのインタビューなど、紙面での大型特集の他、中日新聞、北陸中日新聞とともにさまざまな展開に取り組みました。



2015年7月31日付朝刊



2015年7月24日付朝刊

読者と考える社会づくり 時代のテーマへのアプローチ

広告事例

HEART&DESIGN FOR ALL ～誰もが暮らしやすい社会の実現へ～



この企画は先進国の中で最も早く超高齢社会を迎える日本が、今後どんな社会づくりを目指すべきか。読者・企業・自治体・NPOなどとともを考える「場」「プラットフォーム」です。

障がい者、外国人、妊婦、LGBT（性的少数者）、高齢者などさまざまな個性を持つ人々が、わけへだてなく普通に暮らせる社会の姿とは。ユニバーサルデザインとユニバーサルマナーを両輪に、東京新聞の新たな評価軸となる「価値」につなげられるよう継続していきます。

特集記事感想

(単位:%)	「ユニバーサルデザイン」に注目したい	「ユニバーサルマナー」に注目したい	東京新聞を購読してよかった	東京新聞に対する評価が増した	今後もこのような特集紙面が見たい
9月25日付(n=206)	37.9	49.0	43.2	37.9	40.3
9月26日付(n=209)	38.3	39.7	41.1	39.2	40.7

J-M NITOR 調査より



2015年9月25日付朝刊

広告事例

介護者向け広告特集「介護は初動!」／介護初動ハンドブック

広範な介護の話題を「介護者」に絞り、多くの人が混乱する「初動」に特化した連載企画です。介護にまつわる意思決定は介護される本人よりその家族が行う一方、介護離職や介護孤立など社会的に介護者が守られていないことから、読み手を明確化しました。NPOとの協業による3度の座談会を経て、取材内容を再編集した「介護初動ハンドブック」を発行。連載終了以降も問い合わせが絶えません。



介護初動ハンドブック 概要 (2015年1月発行)

- それは突然やってくる
～もし、あなたが介護離職すると…
- 初動～要介護認定／職場に話す／ケアプラン作成／福祉用具、住宅改修などの申請
- 接し方～ヘルパー、ケアマネ／本人(要介護者)／あなた自身(介護者)／家族・きょうだい・親類・近隣／遠距離介護
- 経営者・人事労務担当者の皆様へ
～男性介護者／介護者を生かした職場づくり



2014年12月17日付朝刊

2015年1月25日付朝刊

健康的セカンドライフのススメ

本企画はアクティブシニアをターゲットとし、充実したセカンドライフを送るために重要な準備や心構えに焦点を合わせて構成しました。第二の人生をいきいきと楽しく暮らすための情報が評価され、多数の広告主から協賛を得ました。今後もこの企画は継続的に掲載する予定です。



2015年9月26日付朝刊



2015年6月22日付朝刊

2015年4月20日付朝刊

2015年9月19日付朝刊

新たな取り組みもグループ連携も

広告事例

Instagram Photo Contest 輝く時間(とき)

あなただけの「輝く時間(とき)」をテーマに開催されたInstagram Photo Contest。人気写真共有アプリ「Instagram」を活用し、約3週間で「#kagayakutoki」とタグ付けされた写真の投稿は約700枚にも及びました。その中から厳選した写真5点をクリエイターが新聞広告としてさらに輝かせ、「時の記念日(6月10日)」に合わせて東京新聞・北陸中日新聞に掲載しました。



北陸中日新聞2015年5月20日付朝刊
(東京新聞朝刊は5段掲載)



東京新聞2015年6月10日付夕刊



北陸中日新聞2015年6月10日付夕刊

東京新聞・北陸中日新聞2015年6月10日付夕刊



北陸中日新聞2015年6月10日付夕刊

東京新聞2015年6月10日付夕刊

東京AR plus(北陸新幹線開業特集)

「東京AR plus」はAR(拡張現実)技術を利用し、新聞紙面の指定した画像などにスマートフォンをかざすことで、動画などを楽しむことができる無料アプリです。北陸新幹線開業時の記念特集では、北陸朝日放送が実施している『ふるさとCM大賞』とコラボレーション。石川県内19の自治体を「東京AR plus」を使用して紹介しました。



東京新聞・北陸中日新聞2015年3月14日付朝刊

伊勢志摩サミット

2016年5月、三重県志摩市で主要国首脳会議(サミット)が開催されます。中日新聞グループの力を結集して、東京新聞でも開催まで多くの企画特集で盛り上げます。



2015年11月7日付朝刊

1部1部ちがう、可変印刷

中日新聞グループでは、フレキシブルな多品種印刷やバリエーション印刷など、1部1部ちがう新聞を発行する可変印刷が可能です。ご相談ください。



2015年の「マラソンフェスティバルナゴヤ・愛知」ではランナーの「ナンバー、氏名、完走タイム」を掲載した完走者新聞を発行。

さまざまな新聞社機能

東京新聞では新聞の発行だけではなく、芸術・文化、スポーツ、産業、教育などの各分野で展覧会、コンサート、スポーツイベント、シンポジウムなどを展開しています。その他にも「新たなファン」を獲得する取り組みにも力を入れています。今後も首都圏の「地元紙」東京新聞として、読者や地域社会を盛り上げる事業を続けていきます。

東京新聞の事業

東京新聞事業局では毎年、展覧会や舞台、スポーツ、シンポジウムなどさまざまなイベントを開催しています。展覧会では2016年は1月16日から「ガレの庭 一花々と声なきものたちの言葉」、4月29日から「世界遺産 ポンペイの壁画展」、10月8日から「ゴッホとゴーギャン展」などを予定しています。スポーツイベントでは、2月28日の「東京マラソン」や11月の「味の素スタジアム6時間耐久リレーマラソン」など開催予定です。

東京新聞2016年の主な事業

開催日	内容	会場
2015年12月22日~3月6日	リバプール国立美術館所蔵 英国の夢 ラファエル前派展	Bunkamuraザ・ミュージアム
1月16日~4月10日	ガレの庭 一花々と声なきものたちの言葉	東京都庭園美術館
2月20日~4月10日	ジョルジュ・モランディ 終わりなき変奏	東京ステーションギャラリー
2月28日	東京マラソン	都庁~東京ビックサイト(発着コース)
4月29日~7月3日	世界遺産 ポンペイの壁画展	森アートセンターギャラリー
7月9日~9月19日	イスラエル・ファン・メッケネム ドイツの初期銅版画(仮題)	国立西洋美術館
8月	第36回高円宮賜杯全日本学童軟式野球大会	神宮球場ほか
10月8日~12月18日	ゴッホとゴーギャン展	東京都美術館
10月22-23日	第24回名流祭 大正琴大会(22日)・新舞踊大会(23日)	浅草公会堂
10月	第22回日本トライアスロン選手権 東京港大会	お台場海浜公園ほか
10月	2016グリーンリボンランニングフェスティバル	駒沢公園陸上競技場
11月	味の素スタジアム6時間耐久リレーマラソン	味の素スタジアム

東京新聞フォーラム

東京新聞フォーラムは、地域に密着した話題や時事問題、スポーツ、趣味教養など幅広いテーマを取り上げ年6回程度開催しています。東京新聞の社会的信頼性を高め、読者の関心に応える場の提供を目的としています。広告との連携も可能です。

「戦後70年と美術館」

戦後70年、美術館が戦後の日本の地域社会に果たしてきた役割と、文化の発信拠点として期待される存在であり続けるための課題などを探る東京新聞フォーラムを6月に開催しました。載録紙面特集下では、東京近郊をミュージアム巡りする美術館連企画を掲載しました。



2015年7月14日付朝刊

東京新聞電子版(有料)

東京新聞電子版は、紙面をそのまま、スマホ、タブレット、PCでいつでもどこでも読むことができます。過去5年間の記事の検索が可能で、「スクラップ帳」機能もあります。



東京新聞ほっとWeb

東京新聞ほっとWebは、東京新聞を、もっと、楽しむサイトです。「地域密着」「東京情報の発信」をテーマに、地元へ愛されるWEBサイトが編集方針です。



※画像はイメージです。

東京新聞は新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」を採用しています。読者モニターパネルを加盟紙共通の手続き、手順で募集・運用し、同じ条件、同じ方法で紙面調査を行うものです。新聞広告調査の「標準」ともいえる客観的調査手法と多くの蓄積データにより、様々な比較、分析、効果検証が可能です。

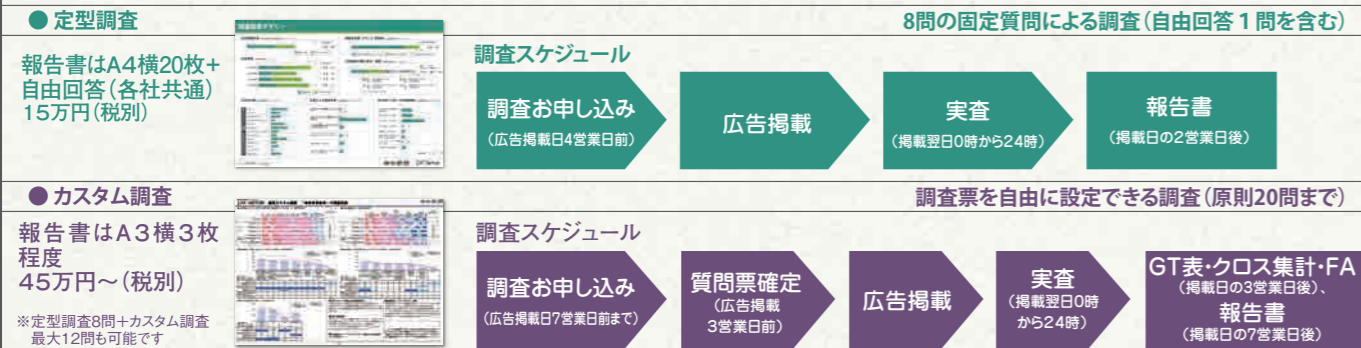
調査設計

調査対象者	調査エリア	抽出方法	調査方法	標本サイズ	調査時間	調査機関
朝刊購読者 15歳～69歳の 男女個人	東京・神奈川・ 埼玉・千葉	新聞広告による 紙面公募(※)	インターネット	600 (1系列300)	広告掲載翌日 0:00～24:00	ビデオリサーチ

※応募者は「J-READ」の当該地域・対象者における性×年齢等の属性に従い割付。紙面公募の不足分は、インターネット調査モニターパネルへの公募で補充

2種類の調査手法

J-MONITORでは、個別の広告の反響や効果測定が可能で、質問項目を固定した[定型調査]と、設問を自由に設定できる[カスタム調査]があります。調査回数には3カ月ごとに上限があり、東京新聞は2系列合計22回(日)までです。



定型調査の質問項目 『●●●●』に調査対象広告の『広告主名または商品ブランド名』を入れて行います。

- 広告接触状況**
 Q1 | (●面をご覧ください) あなたは●面の下記の位置にある広告をご覧になりましたか。
 ① 確かに見た
 ② 見たような気がする
 ③ 見た覚えがない
- 広告評価(理解度・興味度・好感度・信頼度)**
 Q2 | あなたは「●●●●」の広告をご覧になって、どのように感じましたか。
 ① 広告が理解できた
 ② 広告に興味を持った
 ③ 広告に好感を持った
 ④ 広告が信頼できる
- 広告の印象**
 Q3 | あなたは「●●●●」の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)
 ① 目立つ
 ② センスがよい
 ③ 文章が読みやすい
 ④ 文字の大きさがちょうどよい
 ⑤ 共感できる
 ⑥ 説得力がある
 ⑦ よい広告を出していると思う
 ⑧ 自分たち向けの
 ⑨ 役に立つ
 ⑩ 個性的である
 ⑪ おもしろい
 ⑫ タイミングがよい
 ⑬ 話題性がある
 ⑭ この中ではない
- 広告接触前企業(ブランド)認知**
 Q4 | あなたはこの広告をご覧になる前から「●●●●」をご存じでしたか。
 ① 事業内容(商品内容)まで知っている
 ② 名前は聞いたことがある
 ③ この広告を見て初めて知った
 ④ わからない
- 商品・サービスに対する購入・利用の経験や意向**
 Q5 | あなたはこの広告をご覧になって「●●●●」の商品・サービスを今後機会があれば購入・利用の候補にしてもよいと思いませんか。
 ① 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験あり)
 ② 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験なし)
 ③ 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験あり)
 ④ 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験なし)
 ⑤ この広告ではあてはまらない
- 広告による態度変容**
 Q6 | この広告をご覧になって、あてはまるものをすべてお選びください。
 ① 初めて「●●●●」を知った
 ② あらためて「●●●●」に注目した
 ③ 「●●●●」のホームページを見たいと思った
 ④ インターネット(ホームページ以外)で比較したり、調べてみたいと思った
 ⑤ 店頭で確認しようと思った
 ⑥ まわりの人と話題にしたいと思った(ブログ、SNSの発信含む)
 ⑦ この中にあてはまるものはない
- 他媒体での同一内容広告接触経験**
 Q7 | あなたはこの広告の内容を今回の広告以外で見聞きしましたが。(複数回答)
 ① この広告以外の新聞記事・広告で見た
 ② 新聞の折込チラシで見た
 ③ テレビ番組・CMで見た
 ④ ラジオ番組・CMで聞いた
 ⑤ 雑誌記事・広告で見た
 ⑥ 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た
 ⑦ インターネット(パソコンや携帯など)で見た
 ⑧ その他のもので見聞きした
 ⑨ 見聞きしていない
- 自由回答**
 ※指定がない場合(Q8、この広告についての感想や意見を自由にご記入ください。)

※質問項目は今後変更になる場合があります

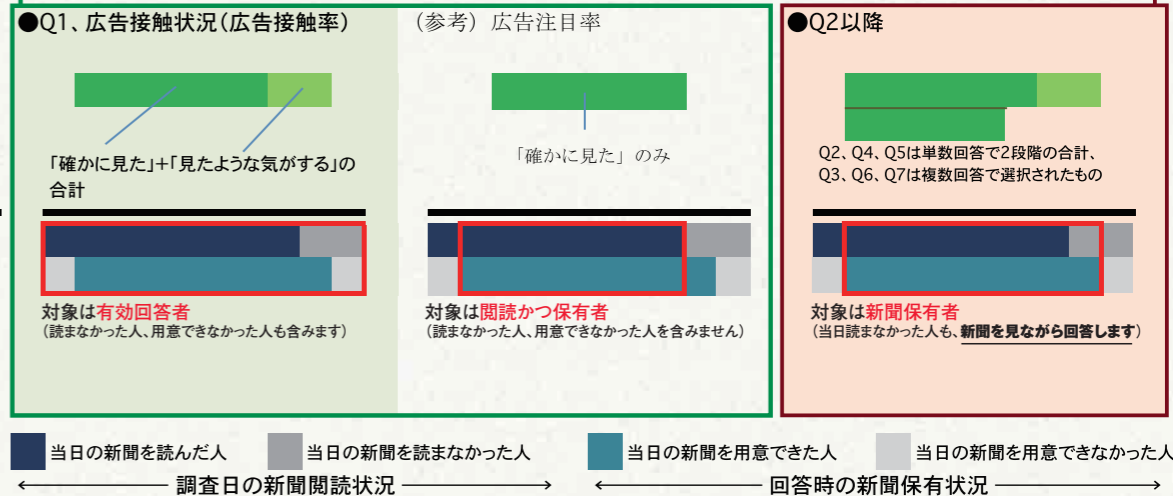
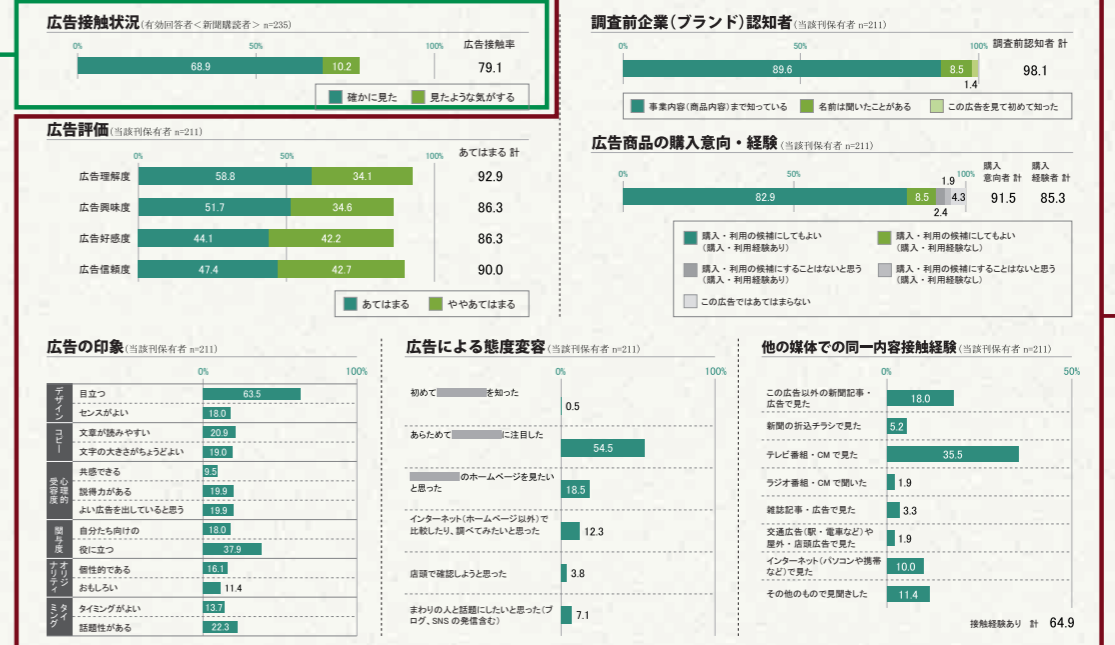
● J-MONITOR実施エリア
 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)
 近畿圏(大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県)
 中京圏(愛知県、岐阜県、三重県)
 北海道、宮城県、新潟県、長野県、静岡県、岡山県、広島県、福岡県

※東京新聞・中日新聞以外の加盟紙は、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、河北新報、新潟日報、信濃毎日新聞、静岡新聞、京都新聞、神戸新聞、山陽新聞、中国新聞、西日本新聞、スポーツ報知、日刊スポーツ
 ※記載の内容は2015年11月現在のものです

定型調査 報告書の仕組み

定型調査の定量値は、「Q1、広告接触状況」と「Q2、広告評価」以降で対象となる分母が異なります。

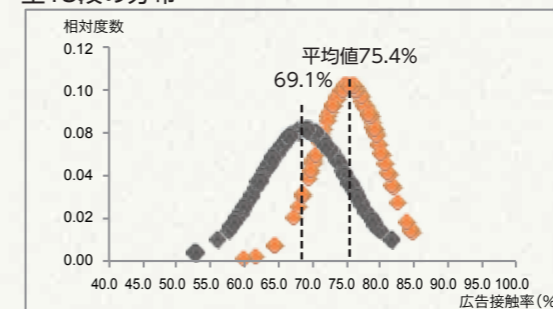
調査結果サマリー



広告接触率の傾向値(東京新聞)

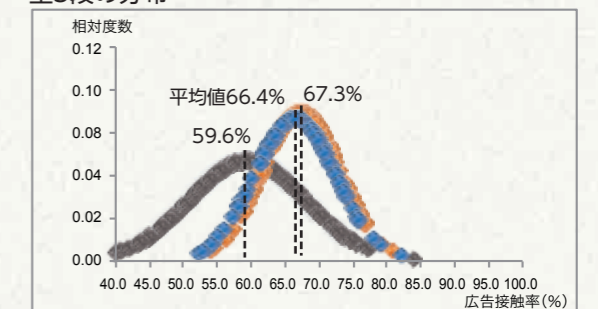
広告接触率の平均値は、無作為に行う年間24回の定期広告接触率調査3年分の結果から算出します。(表記の分布は2012年10月～2015年9月の調査結果)

全15段の分布



カラー	平均値 75.4%(標準偏差 4.9)	(n=92)
モノクロ	平均値 69.1%(標準偏差 6.5)	(n=133)

全5段の分布



カラー	平均値 67.3%(標準偏差 5.7)	(n=121)
モノクロ・出版広告	平均値 66.4%(標準偏差 6.0)	(n=104)
モノクロ・出版除く	平均値 59.6%(標準偏差 8.5)	(n=425)

東京新聞のグループ・メディア

東京中日スポーツ **販売部数 142,785部** (2014年4月自社公表部数)

お陰様で2016年2月に創刊60年を迎えます。中日ドラゴンズを中心とした野球や、圧倒的な情報量を誇るモータースポーツに加え、サッカーJ1リーグ・FC東京にフィーチャーしたコンテンツも充実しています。大学スポーツをほぼ毎日特集する「首都圏スポーツ」も好評です。



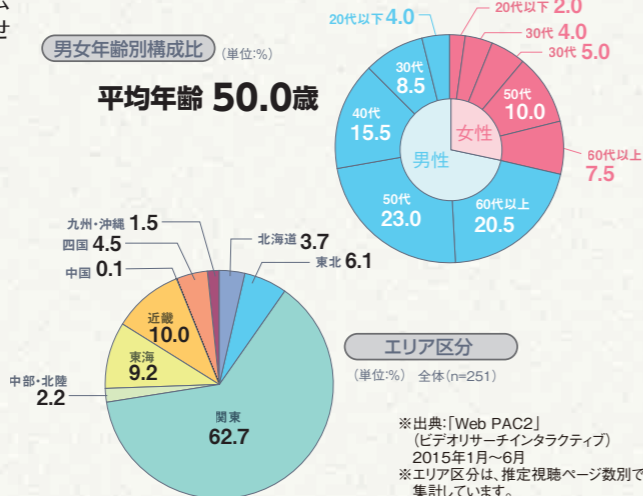
東京新聞TODAY **発行部数 160,000部** 発行エリア：川崎市・横浜市鶴見区

1989年創刊の地域密着型フリーペーパー。地域のお祭りなど、読者の生活・レジャーに直結した情報を掲載し、多彩な編集内容で認知度・信頼性は抜群です。女性を中心とした幅広い年齢層に支持されています。



東京新聞 TOKYO Web **9,517,698PV** (※PVは2015年1月～6月のPV1ヵ月あたりの平均値)

東京新聞 TOKYO Webはニュースの発信はもちろんポータルサイトとしても多くのアクセスを集めています。新聞社のサイトという特性から信頼を伴ったブランディングにも優れており、インターネット上の広告展開を考える上で欠かせない媒体です。



「入稿ガイド」リニューアル

東京新聞では、2015年11月1日付より入稿いただく原稿サイズを刷寸に変更しました。新しい原稿サイズについては、弊社ホームページ (<http://www.tokyo-np.co.jp/approach/>) 内の「中日新聞グループ デジタル広告入稿ガイド」をご確認ください。

中日新聞グループメディア

グループ発行部数は約313万部(一般紙・朝刊)を誇る中日新聞社。この発行部数は全国紙に匹敵します。地域密着という方針は題字にも表れており、中部では「中日新聞」、東京では「東京新聞」、北陸では「北陸中日新聞」と「日刊県民福井」、というように土地ごとの題字を持つ多彩な銘柄を発行しています。

総販売部数

- 朝刊 **3,130,990部**
- 夕刊 **613,630部**



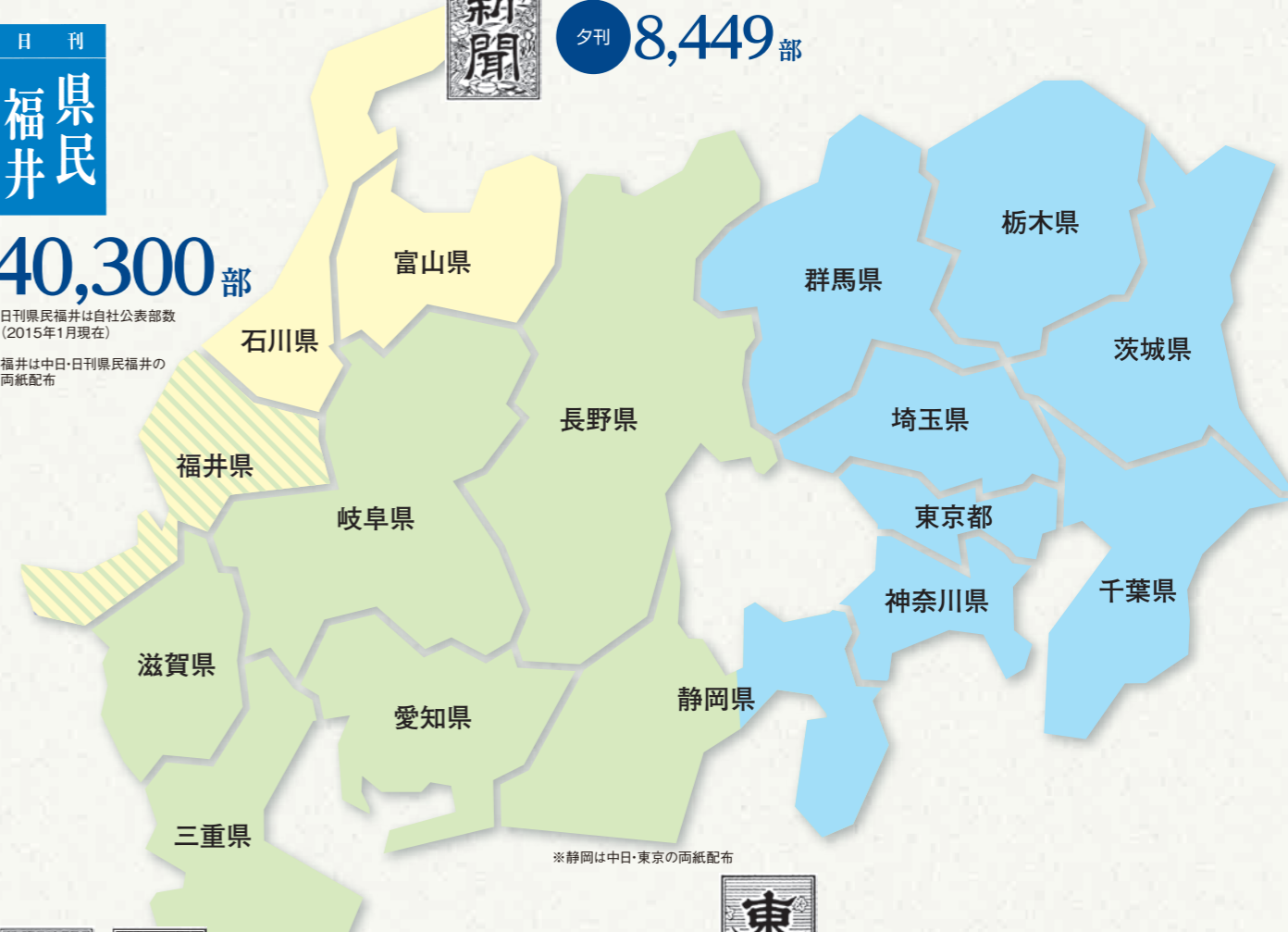
朝刊 96,211部

夕刊 8,449部



40,300部

※日刊県民福井は自社公表部数(2015年1月現在)
※福井は中日・日刊県民福井の両紙配布



名古屋本社版 東海本社版

朝刊 2,480,028部

夕刊 410,029部



朝刊 514,451部

夕刊 195,152部

東京新聞(中日新聞社)

東京本社	〒100-8505	東京都千代田区内幸町2-1-4	☎03(6910)2483
名古屋本社	〒460-8511	名古屋市中区三の丸1-6-1	☎052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875	岐阜市柳ヶ瀬通1-12	☎058(266)4791
北陸本社	〒920-8573	金沢市駅西本町2-12-30	☎076(233)4640
東海本社	〒435-8555	浜松市東区薬新町45	☎053(421)9118
大阪支社	〒530-0003	大阪市北区堂島2-1-43	☎06(6346)1115
福井支社	〒910-0005	福井市大手3-1-8	☎0776(28)8605