



# CONTENTS

日本経済新聞とは	3
サマリー	4
① 部数	6
② 信頼性	8
③ 実績	12
紙面ビューアーリンク広告	13
日経電子版	14
日経産業新聞・日経MJ	16
掲載要綱	17
お問い合わせ先	19

# About NIKKEI

日本経済新聞とは

## 日本経済新聞

国内外の景気動向や企業業績、設備投資、経営戦略などマクロ・ミクロの経済情報をいち早く、分かりやすく冷静に報道し、読者の信頼を得ています。紙面では内外のビジネスニュースを拡充、とくに躍動するアジアの最前線からの情報発信を強化する一方、生活者の視点のビジネス情報や、初心者にもやさし

い投資情報なども充実しています。また、土曜日には暮らしに役立つ生活情報「NIKKEIプラス1」、日曜日には優雅で知的なオフのスタイルを提案するウィークエンドセクション「NIKKEI The STYLE」を発行、経済情報だけでなくライフスタイル情報までお届けしています。



# S u m m a r y

サマリー

## 選挙戦を勝利に導く日経

1

経済中心の総合紙として**世界一の部数**

経済を中心とした総合紙としてナンバーワンのプレゼンス

2

政策が経済へ与える影響を注視する、読者の**高い信頼**

経営者をはじめとするビジネスの中核層がよく読む情報源

3

選挙広告で**多数の実績**

国政選挙で多数の政党が日経新聞に広告を出稿

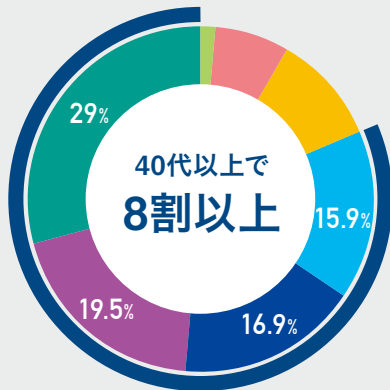
だから、選挙の広告は **日本経済新聞で。**

# 選挙に向けた政党広告は 新聞メディアがベストマッチ

前回の参議院議員選挙では、票全体における年代別構成比で40歳代以上が投じた票が実に8割以上だったことが試算できます。この年代層はまさに「新聞世代」。つまり新聞は票に直結するターゲット世代にリーチするための最適なメディアと言えます。

新聞購読者と非購読者で、2019年参院選における投票状況や日頃の政治に対する関心を比べると、圧倒的に新聞購読者の方が高い傾向が見られます。このことは、新聞広告の活用が「リーチ」だけでなく、「ターゲット」の質の面でもベストプラクティスであることを示しています。

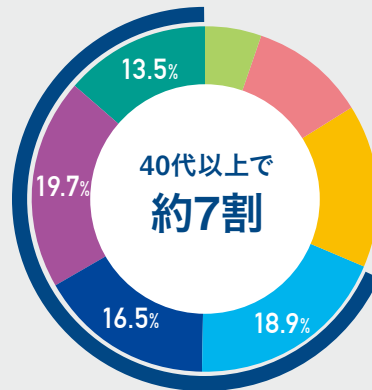
2019年参院選全体票に占める  
世代別票の割合



■ 18~19歳 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代以上

2019年参議院議員選挙での年代別投票率（総務省）  
および2019年10月1日現在人口推計（総務省）をもとに算出

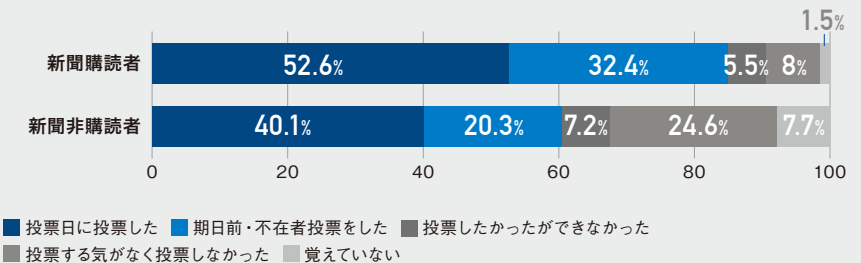
新聞オーディエンス  
世代別構成比



2019年新聞オーディエンス調査概要レポート  
（一般社団法人日本新聞協会）  
※上記調査対象は15~79歳。  
もし80歳以上も調査対象に含めた場合、  
さらに左のグラフに近づくと考えられます。

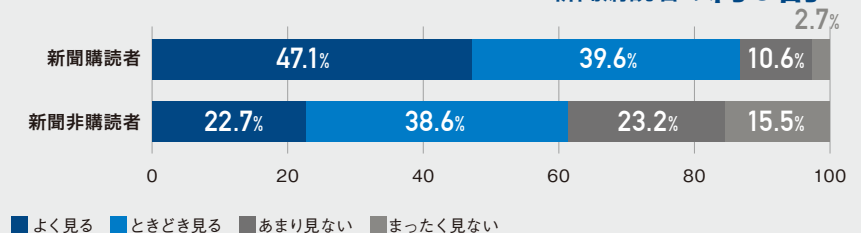
2019年参院選における投票状況

新聞購読者の**8割以上**



日ごろ政治関連のニュースを見る

新聞購読者の**約9割**



# 1 部数

# 世界最大の発行部数を誇る 経済を中心とした総合紙

日本経済新聞・電子版購読数合計

2020年7月時点

# 2,836,690

日本経済新聞販売部数

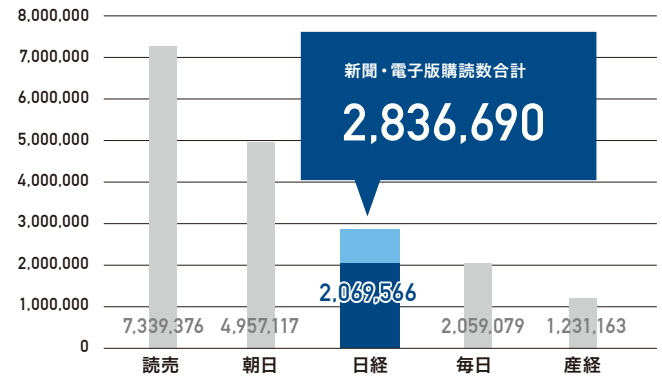
2020年10月 日本ABC協会公査販売部数

本紙朝刊

# 2,069,566部

本紙夕刊

# 1,039,494部

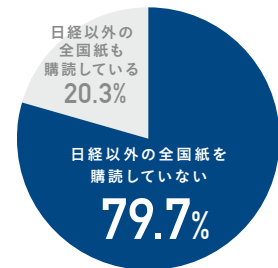


出典：2020年10月 日本ABC協会公査販売部数 ※日経電子版購読者数は当社発表データ

日経単紙購読率（日経購読者のうち）

全国紙は日経のみ  
という読者が8割近く

日経以外には全国紙を購読していない日経単独の購読者は8割近くになります。日経に広告が掲載されないと届かない購読者は多くいます。



出典：J-READ（全国新聞総合調査）：全国47都道府県の男女12,233人が対象。2019年10月にビデオリサーチが実施

# タブレットでもスマホでも。 デジタルでも拡散する日経の新聞広告

日本経済新聞はデジタル化に早くから取り組み、  
電子版の読者を合わせるとさらに多くの人にリーチします。  
PCやスマートデバイスで新聞を紙面そのままの形で読める「紙面ビューアー」サービスも好評で、  
サービスを利用できる有料会員数は都内で約25万人以上。  
日経に掲載された新聞広告は、圧倒的な有料会員数を誇るデジタルサービスでも閲覧されます。

日経電子版有料会員数

2020年7月

767,978人

紙面ビューアーアプリ利用者数※

2020年7～9月

300,000人

紙面ビューアーとは

日経電子版の有料会員限定で、パソコンなどの画面上に紙面イメージをそのまま表示し、新聞を読む感覚で閲覧できる機能です。日付指定で過去30日間の紙面イメージをご覧いただけます。読者からも好評で、有料会員の約半数は、紙面ビューアーアプリを利用しています。

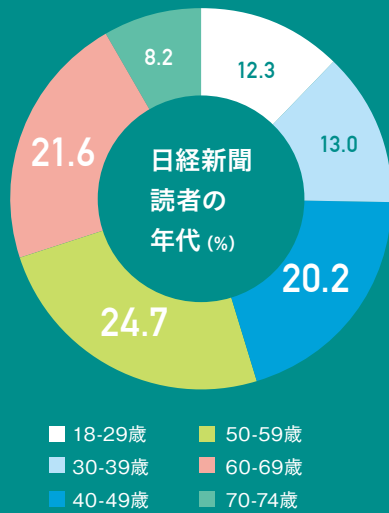
※ 単位：MAU (Monthly Active User、月に1回以上アプリを利用したユーザー)



※紙面ビューアーには、地域経済面以外の面は、東京14版の内容が掲載されます。

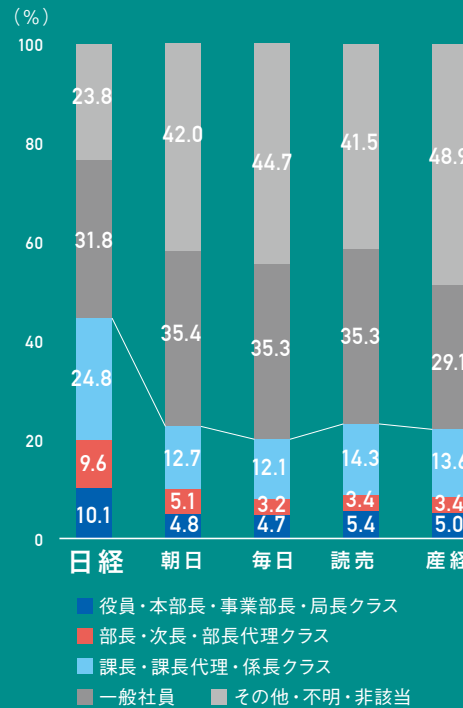
# 経営者をはじめ、 ビジネスの中核層が支持

日経読者は社会の中核の  
40代とシニア層が支持

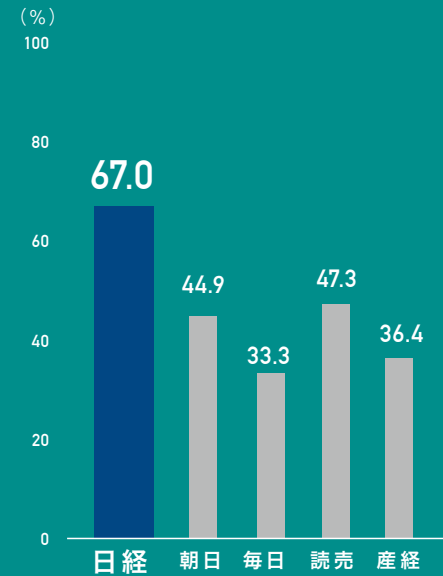


出典：J-READ (全国新聞総合調査) 全国47都道府県の男女12,233人が対象。  
2019年10月にビデオリサーチが実施

日経読者は企業の役職者が4割強



経営者層に最もよく読まれる



出典：イプソスGBI 2018  
調査対象は従業員1000人以上の企業に勤める  
トップマネジメント層 (2019年9月)



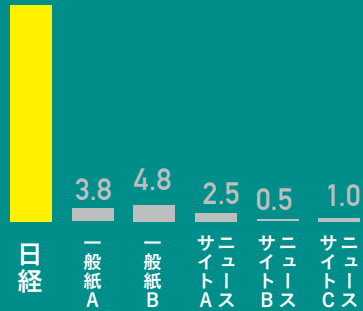
## 2 信頼性

# 多メディア時代に揺るぎない信頼

メディアが多様化し玉石混交の情報が流通する中で、  
日本経済新聞は特に経済、金融、ビジネスに関連するニュースを中心とした分野で  
行動や意思決定の判断基準として信頼される情報を発信しています。  
他メディアに比べて信頼性や影響力について、ビジネスの中核層を中心に高く評価されています。

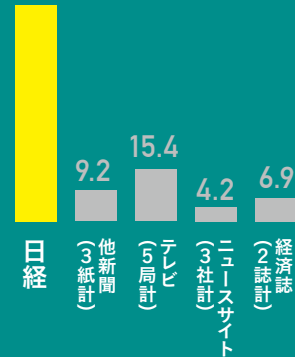
信頼できる

64.5



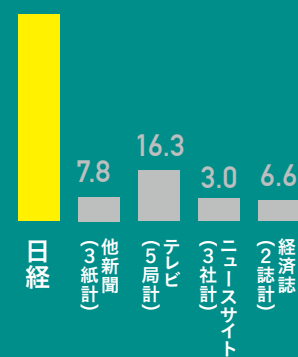
ステータス性がある

64.4



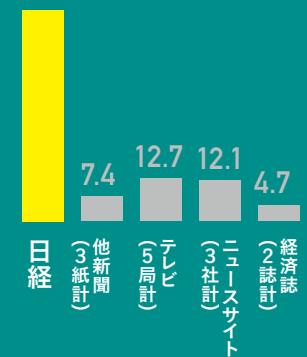
産業界に影響がある

66.2



取引先との話題作りになる

63.0



出典：日本経済新聞社読者調査 2017年12月実施

## 2 信頼性

# 経済政策を中心に高い政治への関心

日本経済新聞は「経済」を軸に、世の中の出来事を幅広く伝える総合紙。国内政治についての報道も「経済への影響」という観点でニュースの価値を判断し、発信しているのが大きな特色です。そのため日経の読者は「ビジネスパーソンが知っておくべき情報」として政治関連の話題にも注目しています。情報感度の高い読者にむけて、広告を通じて党のビジョンや重点政策を発信頂くことが可能です。

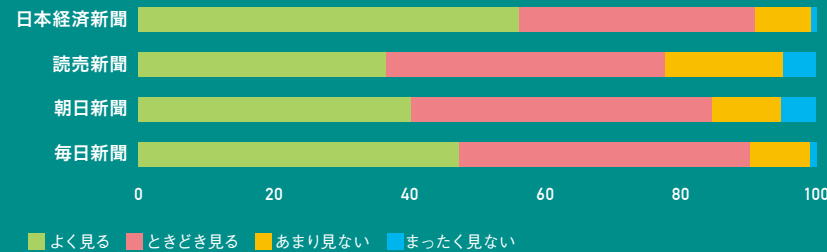
政策・広告

経済を軸とした  
日経紙面

ビジネスパーソン  
の関心



あなたは日ごろ、政治関連のニュースや記事をご覧になりますか。



# 政治・経済・外交に注目する読者

財政問題

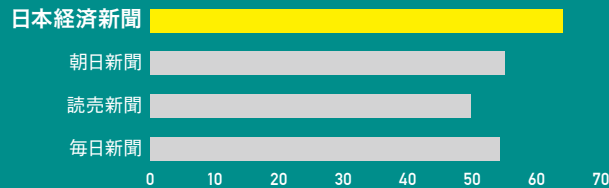
経済政策

景気対策

に関心「高」

日経読者は「経済」に影響の大きいテーマに関心が高く、特に経済政策・景気対策や年金、財政問題などのテーマを投票時に重視しています。また経済社会に影響力のある企業の経営層や大企業勤務者が読者に多くいます。広告を通じて経済・財政政策についての考えを発信することで世論形成を図っていくためには、日経読者へ向けた発信抜きには始まりません。

## 国の政治・行政・外交に関心がある



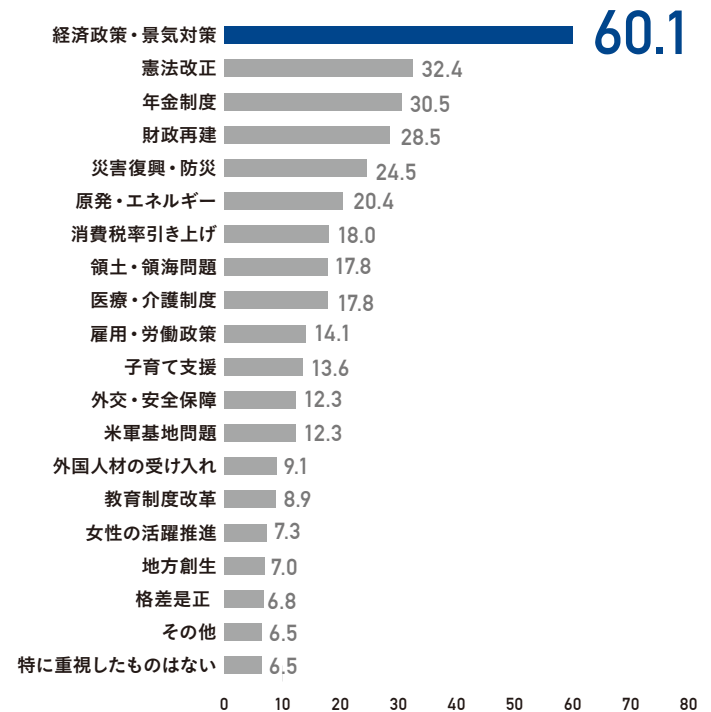
調査出典：J-READ Basic (全国新聞総合調査) 調査時期：2019年10月

## 日本の財政問題に関心がある



調査出典：J-READ Basic (全国新聞総合調査) 調査時期：2019年10月

関心テーマ | 日経読者が2019年参院選で投票時に重視した政策



### 3 実績

# 「選ばれる日経」の豊富な掲載実績

## 近年の国政選挙



## 各党の獲得議席数

### 2019 第25回 参院選

公示日 7月4日  
投票日 7月21日  
定員 124人(選挙区:74人、比例代表:50人)  
投票率 48.80%

自民党	66
公明党	14
立憲民主党	17
国民民主党	6
無所属・他	9
日本維新の会	10
共産党	7
社民党	1
れいわ新選組	2
NHKから国民を守る党	1

### 2017 第48回 衆院選

解散日 9月28日(国難突破解散)  
公示日 10月10日  
投票日 10月22日  
定員 465(小選挙区:289、比例代表:176)  
投票率 53.68%

自民党	284
公明党	29
立憲民主党	55
希望の党	50
無所属・他	22
共産党	12
日本維新の会	11
社民党	2

### 2016 第24回 参院選

公示日 6月22日  
投票日 7月10日  
定員 121(選挙区:73、比例代表:48)  
投票率 54.70%

自民党	56
公明党	14
民進党	32
共産党	6
おおさか維新	7
無所属・他	4
社民党	1
生活の党	1

詳しい掲載実績については担当者にお問い合わせください

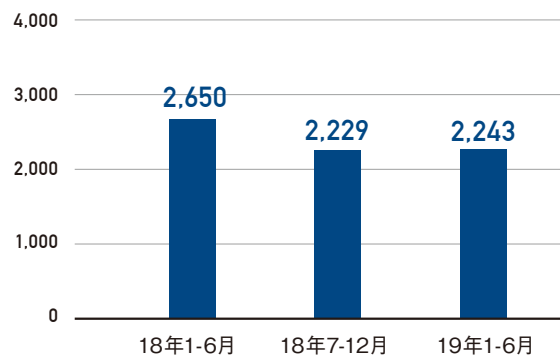
メディアビジネス 広告コミュニケーションユニット 選挙広告担当メールアドレス [nikkei.senkyo@nex.nikkei.co.jp](mailto:nikkei.senkyo@nex.nikkei.co.jp)



# 紙面ビューアーリンク広告

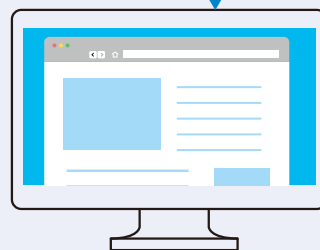
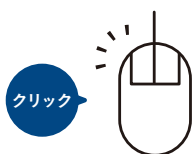
- 日本経済新聞（全国版・東京本社版）にご出稿いただいた新聞広告は、日経電子版・紙面ビューアーにも掲載されます。
- 紙面ビューアーリンクをご利用いただくと広告主様サイトや電子版タイアップサイトへダイレクトにアクセス可能！新聞広告にプラスの情報を付加することが出来ます！
- レポート期間は掲載日から1週間分の数値をご報告します。デジタルの特性を活かした多彩な機能を提供しています。

平均クリック・タップ数



18年～19年上半期 平均 **2,374**件

## パソコン向け紙面ビューアー



## 紙面ビューアー（スマホ、タブレット）



リンクを設定した広告枠が青く囲まれて表示されます。

※5段以上のスペースで設定可能です。

表示されたスペースを読者がクリックすると、任意に設定されたWebページ※に遷移します。

※動画も設定可能です。詳細は担当営業にお問い合わせください。

# 企業のブランドイメージを高めるクオリティメディア「日経電子版」

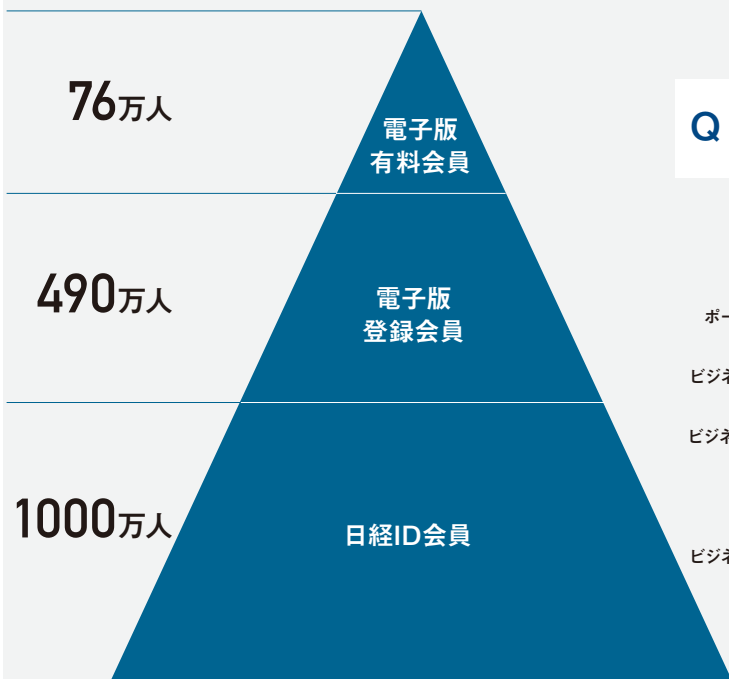
ビジネスの情報源として日経グループのメディアに高い信頼を置く電子版の読者。広告を掲載した企業に対しても信頼感、一流感などのイメージを持ちます。

日経電子版の価値は、短期的・直接的な広告効果だけではなく、むしろ長期的な視点から考えたブランディング効果。企業認知度の向上や信頼感の醸成を通じて、営業活動をはじめとする、さまざまな企業活動に好影響を与えます。

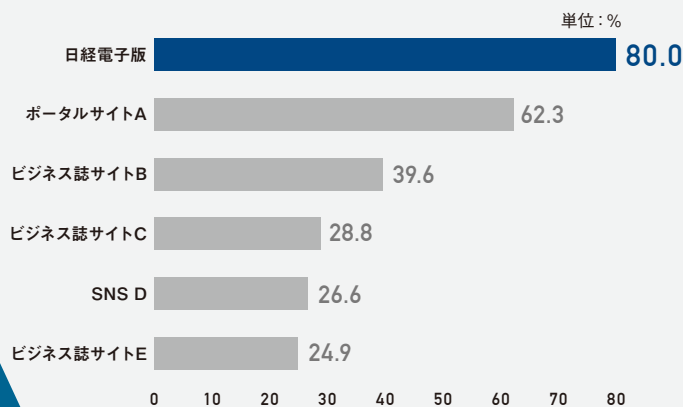


## オンタイムユーザーからの 圧倒的な支持

## 広告主に 一流と信頼をイメージ

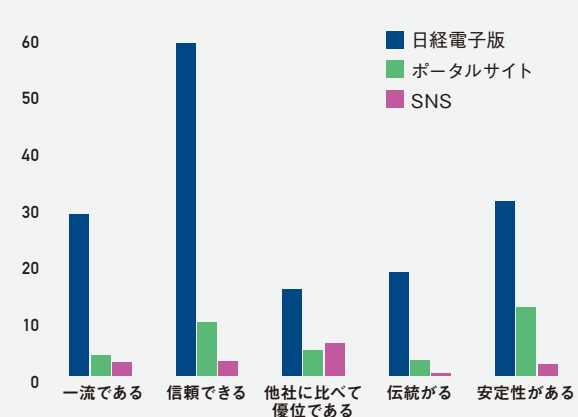


Q 業務時間中に、業務用端末（パソコン、スマートフォン等）でどのようなサイトにアクセスしていますか？



出典：電子版ユーザー調査2019

Q 掲載している広告企業に対して、どのようなイメージをお持ちですか？



出典：電子版ユーザー調査2019

# 「紙もデジタルも」の展開で広がる可能性

## 定量メリット

新聞単体での実施と比べて

リーチ

約**140%UP**

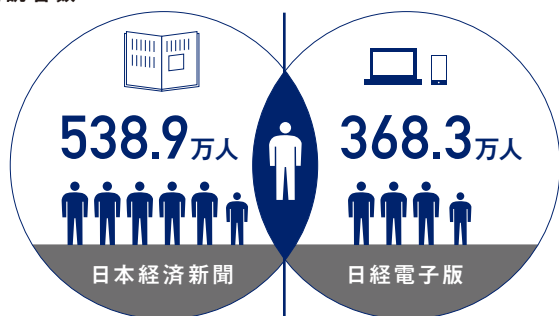
広告リーチは出稿量によるためイコールではありません

日経全体の週間リーチ数

**755.2万人** 

週1日以上の  
読者数

**152万人**



※出典：全国新聞総合調査 (J-READ) 2019年10月

## 定性メリット

新聞単体での実施と比べて

認知

約**248%UP**

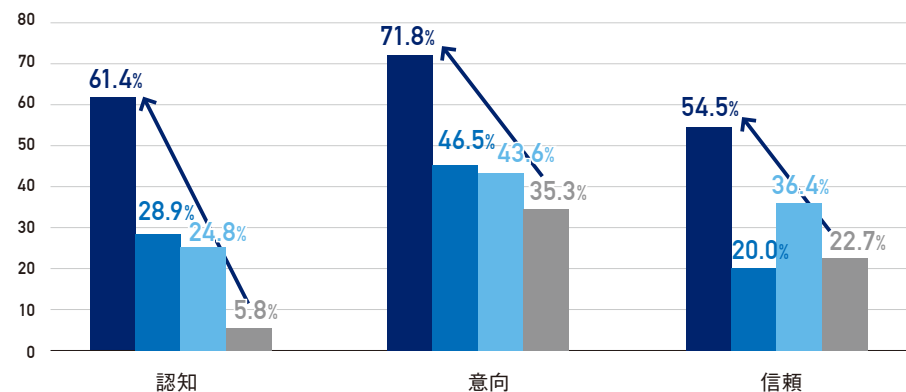
意向

約**165%UP**

信頼

約**150%UP**

■ 紙面広告&電子版広告両方閲覧 ■ 電子版広告のみ閲覧 ■ 紙面広告のみ閲覧 ■ 紙面広告&電子版広告両方非閲覧



(参照) 新聞広告、電子版広告掲載に伴うインターネット調査 2019年2月度

日経電子版の広告を通じて、“顔”が見える読者に確実にリーチ

詳細は「日経マーケティングポータル」サイト <https://marketing.nikkei.co.jp/media/web/>



広告の内容については公職選挙法ならびに日本経済新聞社の広告掲載基準に準拠します

# 日経産業新聞・日経MJ

意思決定層へ到達する都市型メディア

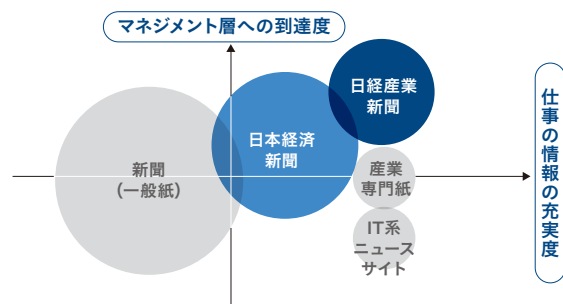
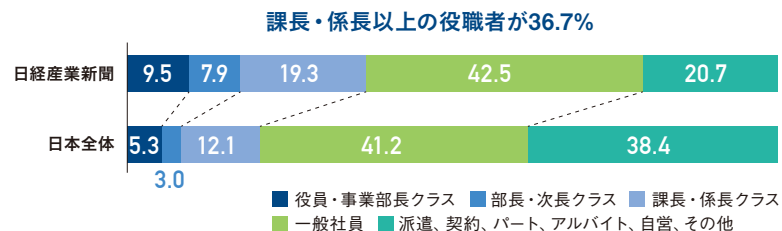
## NIKKEI BUSINESS DAILY

日経産業新聞

BtoB 広告の展開に最適な広告媒体。ターゲットにより深く届けるコミュニケーション戦略にマッチするのが、日経産業新聞です。



### ● 役職（勤め人のうち）（%）



推定読者数 **611,000人**

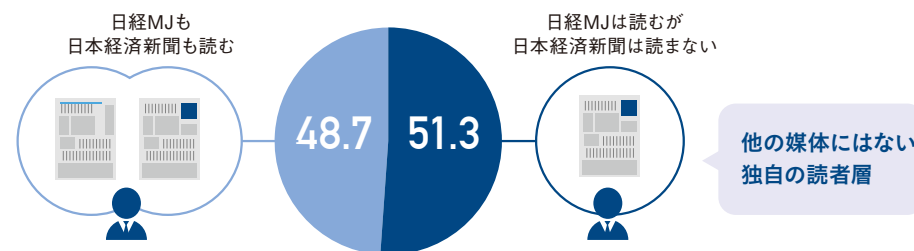
プロの売り手から高い注目

## 日経MJ

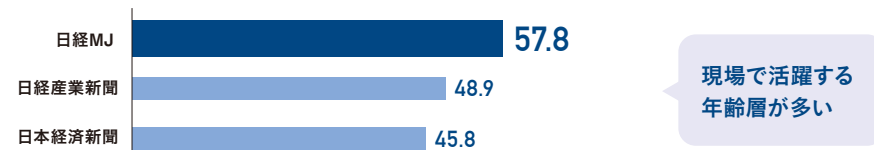
流通のプロに向けた、ここだけの情報満載。トレンドの先端情報は多くのマスコミ関係者に愛読されるうえ、一部の主婦など情報感度の高い消費者層にも届いています。



### ● 日経MJと日本経済新聞の併読率（%）



### ■ 49歳以下読者の割合（%）



推定読者数 **607,000人**



# 掲載要綱

## 衆議院議員選挙に関する広告

衆議院議員選挙期間中に行う新聞広告には、国庫負担で掲載料金が賄われる「公費」によるもの（A：公費広告）と、政党や政治団体が「私費」で掲載を行うもの（B：私費広告）があります。

### A 公費広告

各選挙区において選挙運動期間中（立候補の届出のあった日から投票日前日まで）に候補者及び政党等が掲載できる広告。記事下広告に限りますが、掲載エリア・スペース・回数等に制限があります。カラー広告は不可です。

#### ①小選挙区選挙

##### (ア) 候補者広告（広告主体=小選挙区選挙の立候補者）

スペース	1回あたり： 横9.4cm×縦2段組（2段1/4）以内
回数	5回以内
掲載エリア	右の表をご覧ください

##### (イ) 候補者届出政党広告

##### （広告主体=当該都道府県における候補者届出政党）

スペース	1回あたり： 横9.4cm×縦1段組の整数倍（2倍以上）形態は長方形に限ります。また横38cm×15段組の大きさを超えることはできません。															
回数	各都道府県における届出候補者の合計人数によって、候補者届出政党が下表の合計段数分・合計回数以内で掲載できます。															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>届出候補者数</th> <th>合計段数</th> <th>回数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1～5人</td> <td>4段以内</td> <td>8回以内</td> </tr> <tr> <td>6～10人</td> <td>8段以内</td> <td>16回以内</td> </tr> <tr> <td>11～15人</td> <td>12段以内</td> <td>24回以内</td> </tr> <tr> <td>16人以上</td> <td>16段以内</td> <td>32回以内</td> </tr> </tbody> </table>	届出候補者数	合計段数	回数	1～5人	4段以内	8回以内	6～10人	8段以内	16回以内	11～15人	12段以内	24回以内	16人以上	16段以内	32回以内
届出候補者数	合計段数	回数														
1～5人	4段以内	8回以内														
6～10人	8段以内	16回以内														
11～15人	12段以内	24回以内														
16人以上	16段以内	32回以内														
掲載エリア	右の表をご覧ください															

### B 私費広告

政党または政治団体等が私費で行う広告で、掲載スペース・回数・エリア・体裁・色の付加等について特に制限はありません。掲載時期も原則として自由ですが、掲載は本社の判断に抛ります。また、広告の内容については政策の普及宣伝の告知等に限り、選挙運動にわたる内容は掲載できません。

#### ②比例代表選挙

##### 名簿届出政党等広告

##### （広告主体=当該比例代表選挙区における名簿届出政党等）

スペース	1回あたり： 横9.4cm×縦1段組の整数倍（2倍以上）形態は長方形に限ります。また横38cm×15段組の大きさを超えることはできません。															
回数	各選挙区ブロックにおける名簿登載者数によって、名簿届出政党等が下表の合計段数分・合計回数以内で掲載できます。															
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>名簿登載者数</th> <th>合計段数</th> <th>回数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1～9人</td> <td>8段以内</td> <td>16回以内</td> </tr> <tr> <td>10～18人</td> <td>16段以内</td> <td>32回以内</td> </tr> <tr> <td>19～27人</td> <td>24段以内</td> <td>48回以内</td> </tr> <tr> <td>28人以上</td> <td>32段以内</td> <td>64回以内</td> </tr> </tbody> </table>	名簿登載者数	合計段数	回数	1～9人	8段以内	16回以内	10～18人	16段以内	32回以内	19～27人	24段以内	48回以内	28人以上	32段以内	64回以内
名簿登載者数	合計段数	回数														
1～9人	8段以内	16回以内														
10～18人	16段以内	32回以内														
19～27人	24段以内	48回以内														
28人以上	32段以内	64回以内														
掲載エリア	右の表をご覧ください  ※名簿届出政党等の各選挙区ブロックにおける得票総数が、当該選挙区ブロックの有効投票総数の2%未満の場合、広告掲載料は公費で支出されず、名簿届出政党等の私費（自己）での負担になります。															

## 候補者広告

小選挙区選挙

比例代表選挙

都道府県	掲載エリア	ブロック	備考
北海道	北海道版	北海道	北海道版
青森県 岩手県 宮城県 秋田県 山形県 福島県	東北版 東北版 東北版 東北版 東北版 東北版	東北	東北版
茨城県 栃木県 群馬県 埼玉県	茨城版 栃木版 群馬版 埼玉版	北関東	茨城版、栃木版、群馬版、埼玉版の組み合わせ
東京都	東京本社版	東京	東京本社版
千葉県 神奈川県 山梨県	千葉版 神奈川版 山梨版	南関東	千葉版、神奈川版、山梨版の組み合わせ
新潟県 富山県 石川県 福井県 長野県	新潟版 北陸版 北陸版 北陸版 長野版	北陸・信越	新潟版、北陸版、長野版の組み合わせ
岐阜県 静岡県 愛知県 三重県	名古屋支社版 静岡版 名古屋支社版 名古屋支社版	東海	名古屋支社版と静岡版の組み合わせ
滋賀県 京都府 大阪府 兵庫県 奈良県 和歌山県	大阪本社版 大阪本社版 大阪本社版 大阪本社版 大阪本社版 大阪本社版	近畿	大阪本社版
鳥取県 島根県 岡山県 広島県 山口県	中国版 中国版 中国版 広島版 西部支社版	中国	中国版と広島版の組み合わせ
徳島県 香川県 愛媛県 高知県	四国版 四国版 四国版 四国版	四国	四国版
福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県	西部支社版 西部支社版 西部支社版 西部支社版 西部支社版 西部支社版 西部支社版 西部支社版	九州	西部支社版

## 政治・選挙に関する広告掲載基準（抜粋）

### 1. 選挙広告について（候補者広告、比例代表選挙広告）＝公費

選挙広告は公職選挙法を順守すること

- ア. 時期、回数、スペースなどについては公職選挙法の規定によること  
申し込みは、比例代表選挙広告については新聞広告掲載証明書を、候補者広告については新聞広告掲載証明書と新聞広告掲載承諾通知書を必要とし、申し込み時に必ず提出すること
- イ. 選挙広告の再掲載はできないため、間違いのないよう十分に注意すること
- ウ. 広告の内容には制限がなく、候補者及び政党・政治団体の自由であるが、他を中傷したり、事実を曲げた内容のものは改稿を求め、または掲載を保留することがある
- エ. 当選お礼・落選ごあいさつの広告は掲載できない

### 2. 政党、政治団体の政策広告について＝私費

政党及び政治団体の政策その他の広告掲載は次の基準による

- ア. 政党及び政治団体は政治資金規制法第6条により届け出た団体とする  
当該選挙期間中は、衆院選では名簿届出政党等及び確認団体に限る
- イ. 掲載の時期、スペース、回数は原則自由
- ウ. 広告の内容は政策の普及宣伝、政談演説会の告知等、政治活動に関するものとする。政策等を主張することなくもっぱら他を非難・中傷・排撃するもの、事実を曲げたもの、選挙運動にわたるものは掲載しない
- エ. 本社の社是、広告倫理綱領、広告掲載基準に反するものは掲載しない

### 3. 選挙の事前運動及び公職者のあいさつ広告について

- ア. 売名目的と判断されるものなど、選挙の事前運動とみなされる広告は掲載しない
- イ. 公職者（現職、候補者とも）及びその後援団体が広告主となり、選挙区内において、有料によるあいさつ（年賀、暑中・寒中見舞、慶弔、激励、感謝、その他これに類するもの）を主目的とした広告は掲載しない

### 4. 掲載手続き・取り扱い

- ア. 公費広告の掲載にあたっては、新聞広告掲載証明書（比例代表選挙広告については1段4分の1の寸法ごとに1枚、候補者広告については2段4分の1の寸法ごとに1枚）、新聞広告掲載承諾書（候補者広告1回の掲載ごとに1枚）を提出すること
- イ. 比例代表選挙広告の念校ゲラには出稿責任者の確認印が必要
- ウ. 候補者広告の念校ゲラには候補者または選挙事務責任者の確認印が必要
- エ. 新聞広告掲載証明書に記載してある候補者名と新聞広告の候補者名は同一でなければならない。漢字名の一部を仮名書きにした場合なども同一とは認められない。ただし、「通称使用認定書」の添付がある場合は、その通称を候補者名とすることができる（ふりがな可）
- オ. 広告中に推薦者（団体）名の表示がある場合は、推薦者（団体）の同意書または選挙事務責任者の確認書が必要
- カ. 訂正広告並びに誤り等による再掲載はできない
- キ. 持ち込まれた広告原稿に対して本社作業による訂正は一切受け付けない。この場合は改稿原稿を搬入すること

### 5. 掲載方法

- ア. 同一の候補者広告を同日の紙面に複数掲載することはできるが、スペースを倍にしたり、2つ以上の広告を合わせて1つの広告効果をねらったとみなされるものは認めない
- イ. 候補者広告、比例代表選挙広告、私費による政党広告を組み合わせることはできるが、それぞれ独立した広告として明確に区分すること。候補者広告が私費の政党広告に含まれる形は認めない
- ウ. 原稿はすべて事前審査を必要とする

お問い合わせは

---

## 日本経済新聞社

メディアビジネス 広告コミュニケーションユニット

選挙広告担当メールアドレス

[nikkei.senkyo@nex.nikkei.co.jp](mailto:nikkei.senkyo@nex.nikkei.co.jp)

東京本社	〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7	03-6256-7516
大阪本社	〒541-8515 大阪市中央区高麗橋1-4-2	06-7639-6632
名古屋支社	〒460-8366 名古屋市中区栄4-16-33	052-243-3371
西部支社	〒812-8666 福岡市博多区博多駅東2-16-1	092-473-3381
神戸支社	〒650-0011 神戸市中央区下山手通7-1-24	078-371-0496
京都支社	〒604-0874 京都市中京区烏丸通り竹屋町角	075-241-4310

---