

広告のリーチを予測するデータと 効果を検証する読者調査

新聞広告の出稿計画を最適化するための新聞接触データや広告到達状況を予測するデータを提供し、
広告掲載後の効果を検証する読者調査システム・J-MONITORに参加しています。

広告計画を最適化するメディアプランニングデータ

面別接触率

$$\text{面別接触率} = \frac{\text{確かに見た・読んだ} + \text{見た・読んだような気がする}}{\text{調査対象者 (有効回答者・購読者モニター)}} \times 100\%$$

[西日本新聞 朝刊・面別平均接触率]

面名称	一面	総合・政治	国際	経済	商況	生活・教育	スポーツ	社会	文化・芸能	地域版	オピニオン・解説	テレビ	ラジオ・テレビ解説	その他
全体	90.3	81.3	77.4	80.1	46.7	75.4	77.6	88.0	65.6	78.4	68.0	87.2	62.9	70.5
男性	91.3	85.7	82.2	83.0	52.7	71.6	83.8	88.3	63.9	78.5	67.8	86.7	62.6	70.5
女性	89.2	76.5	72.3	77.1	40.4	79.5	71.1	87.7	67.5	78.2	68.3	87.6	63.3	70.2

(集計対象期間:2016年4月~2020年3月)

広告接触率予測

新聞広告の広告サイズ、色、掲載面、内容などを基に、
掲載前に広告接触率を予測します。

(J-MONITOR参加19紙の3年間の調査結果を元に推計)

[広告接触率予測事例] 例) ※水曜日付朝刊に、「旅行」の「全15段」「モノクロ」広告を「文化」面対向に掲載予定の場合

平均広告接触率	刊別	広告段数	色	掲載面	広告内容	広告種類	掲載曜日	予測広告接触率
65.9%	朝刊	全5段	カラー	生活	食品	商品営業広告	土曜日	73.8%
	+1.1	+3.4	+4.2	-1.4	+0.3	+0.4	-0.1	

[広告接触率から広告が到達する人数を推計すると]

$$\text{朝刊総発行部数} \times \text{回読率} \times \text{予測広告接触率} = \text{推計到達人数}$$

$$514,104 \text{部} \times 2.2 \text{人} \times 73.8\% = 834,699 \text{人}$$

予測広告接触率と予測広告接触者数(15~69歳)が
右記のサイトで自動的に算出できます。

https://www.nishinippon.co.jp/koukoku_jmonitor/

広告掲載後の反響や効果の検証

広告の接触レベルや広告接触後の広告への
評価や印象、態度変容などを検証できます。

個別定型調査では、福岡県内在住の15~69歳の朝刊購
読者300人を対象に調査を実施し、掲載後3営業日で調査
結果を報告します(平均回答率:約70%)。

モニター管理および調査は、ビデオリサーチが実施。
J-MONITOR参加19社と共通の仕様で調査を行いますの
で、新聞間の比較・検証も可能です。

個別定型調査の内容

- 広告接触前の企業(ブランド)認知度
- 広告接触率
- 広告評価(理解度、興味度、好意度、信頼度)
- 広告の印象
- 広告による態度変容
- 広告商品・サービスの利用経験と利用意向
- 同一内容広告の他メディアでの接触経験
- 広告への感想や意見(自由回答)