

中日新聞グループ媒体ガイド2024

東京新聞

東京新聞

創刊140年、首都東京の地元紙

東京都を中心に1都7県で発行される東京新聞。2024年、創刊140年を迎える東京新聞は、首都東京の地元紙として多くの読者に愛されています。

朝刊 **372,184部**

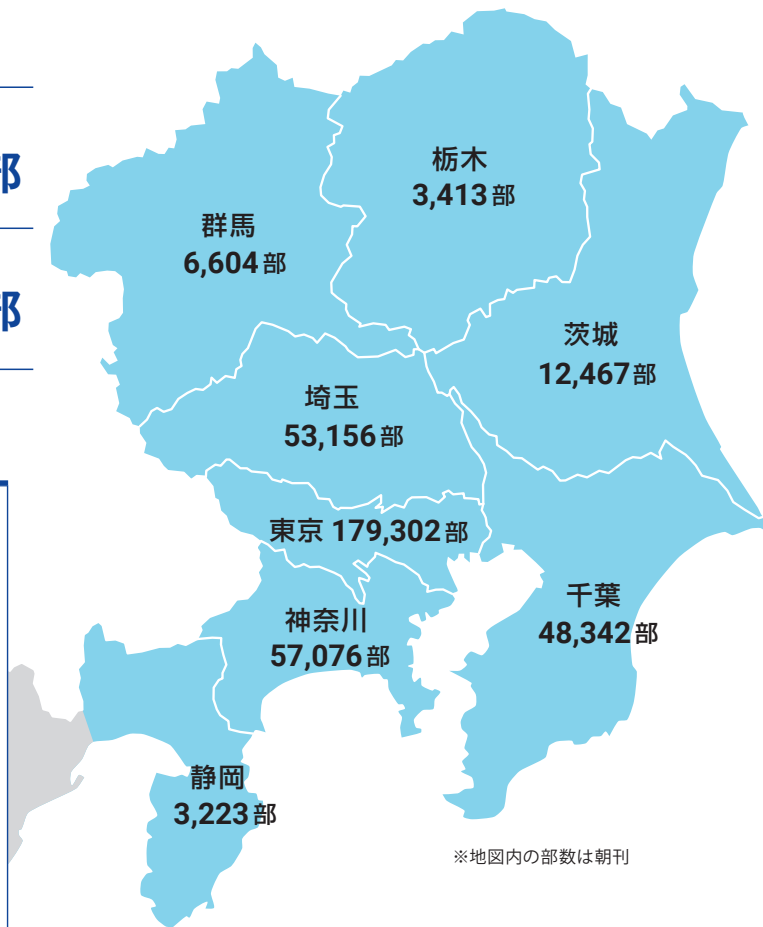
夕刊 **54,380部**

※東京新聞夕刊は東京都23区内で発行しております。



東京新聞140周年 キャッチコピー

東京新聞の創刊は1844(明治17)年9月25日。2024年は創刊140年の記念の年です。「みんなのミカタ」のコピーに、「東京新聞は若者や高齢者、地域や企業の味方であること」、そして「新聞にはいろんな読み方があり、いろんな人の見方が載っているのが東京新聞」という思いが込められています。



※地図内の部数は朝刊

東京都内部数

朝刊 **179,302部**

山手版 **47,554部**

目黒区・世田谷区・中野区・杉並区・豊島区・板橋区・練馬区

したまち版 **44,729部**

文京区・台東区・墨田区・北区・荒川区・足立区・葛飾区・江戸川区

都心版 **41,212部**

千代田区・中央区・港区・新宿区・江東区・品川区・大田区・渋谷区

多摩・武蔵野版 **45,168部**

東京23区を除くエリア



東京都内部数比較

東京新聞 **179,302部**

産経新聞 **131,757部**

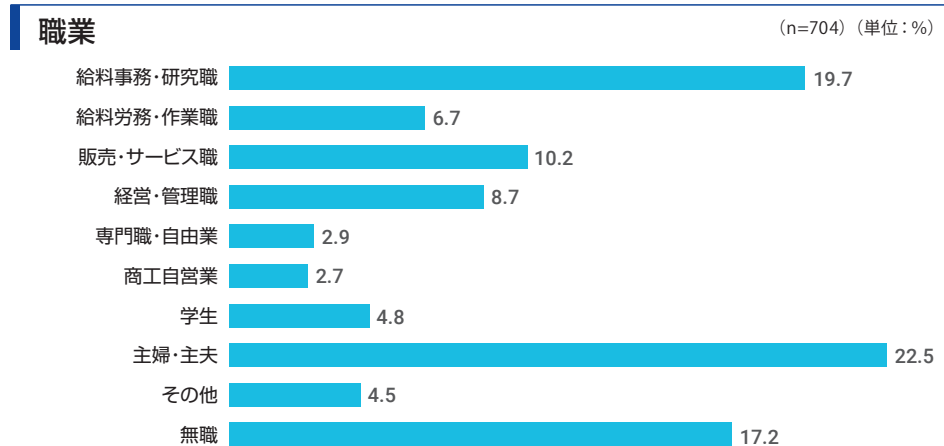
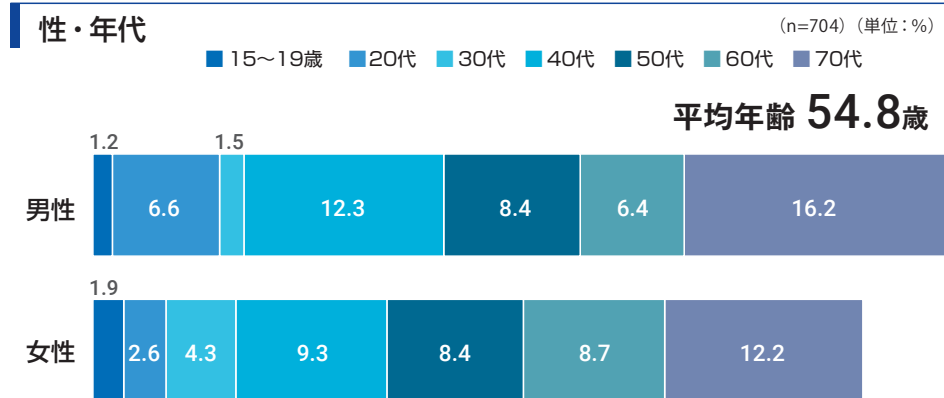
毎日新聞 **113,840部**

東京都の東京新聞発行部数は読売、朝日に次ぐ一般紙第3位。

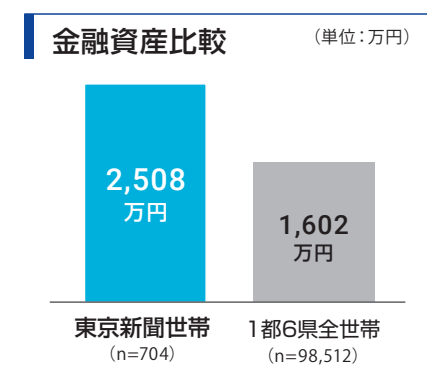
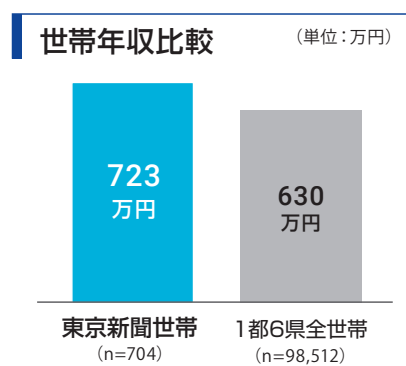
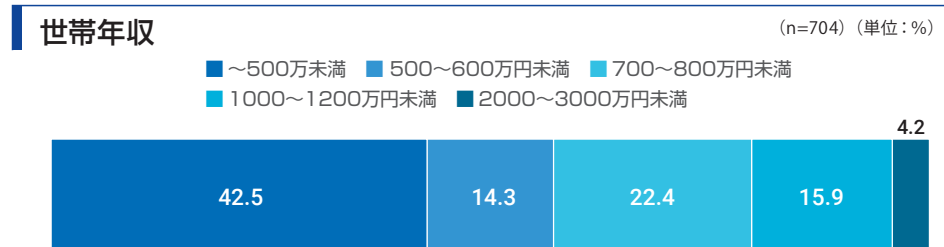
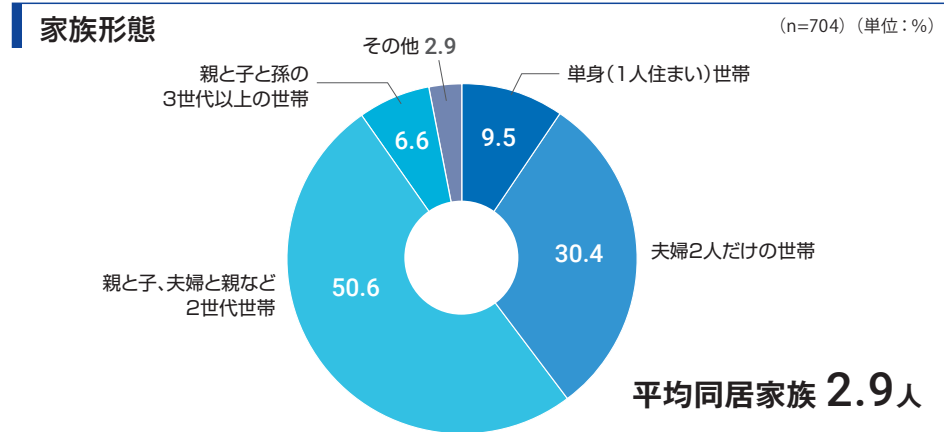
出典：日本ABC協会新聞発行人レポート2023年7月～12月 県別部数は各月15日付部数の6カ月平均のため、合計が販売部数と一致しません

東京新聞 | 読者プロフィール

※東京新聞朝刊読者 (n=704)



出典:全国メディア・プロフィール・サーベイ2023 (全国 MPS 協議会)

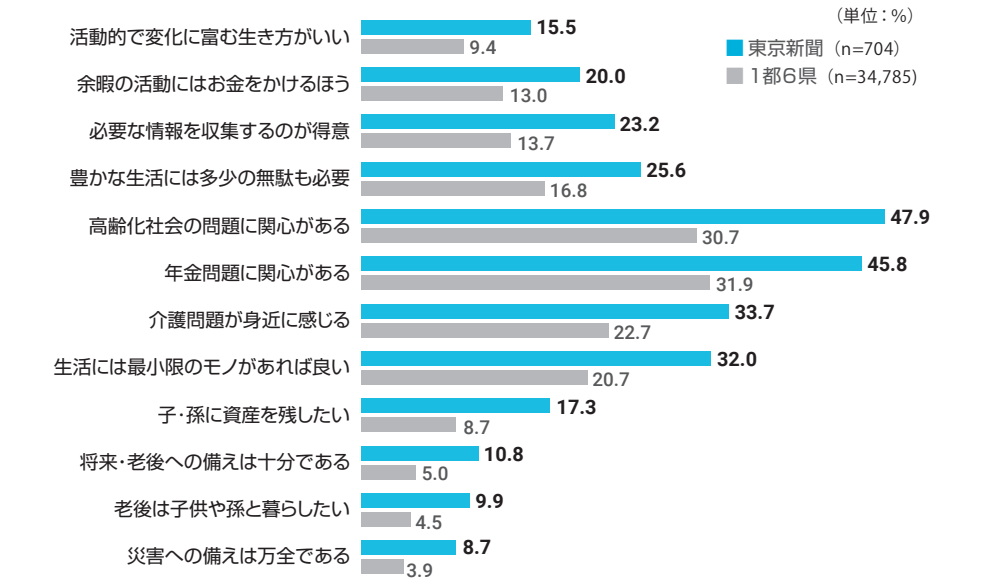


世帯年収は東京新聞読者世帯平均が723万円、1都6県全世帯平均630万円。金融資産も東京新聞2,508万円、1都6県1,602万円と大きく上回っています。

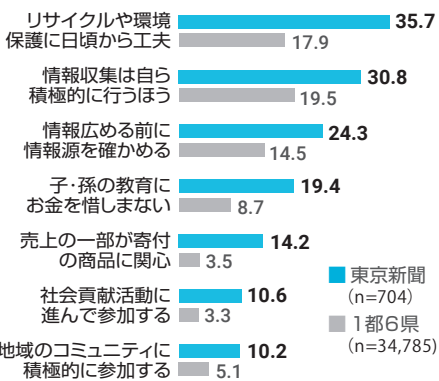
東京新聞 | 行動する読者をつくる企画・紙面

生活・暮らしに対する多様な価値観・関心

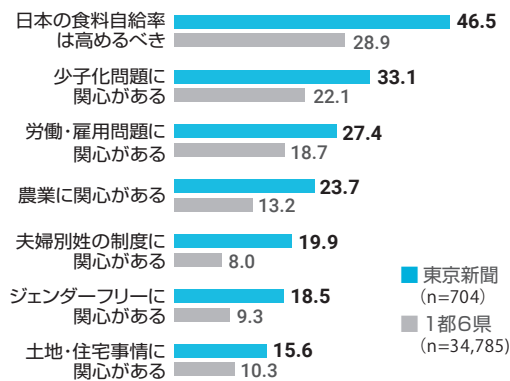
生活、社会問題、さまざまな事柄に高い関心を持っているのが東京新聞読者です。「生活には最小限のモノがあれば良い」という読者がいる一方、「豊かな生活には多少の無駄も必要」という読者もいる。社会参加にも積極的。そんな読者と共に、東京新聞の企画、紙面はつくられています。



● 積極的な生き方・社会参加 (単位: %)



● 社会問題への関心の高さ (単位: %)



人生100年時代

毎週定期掲載の編集特集、企業とのタイアップ、そのWeb展開…、2020年から東京新聞が総力を上げて取り組んでいるのが「人生100年時代」の諸問題。

日本が抱える高齢者問題と向き合う

団塊の世代が75歳以上の後期高齢者となる2025年を前に、医療や介護等のサービスが追いつかなくなる事態が懸念されています。特に東京都は後期高齢者と単身世帯の増加が懸念されています。

東京新聞の総力を結集

- 毎週木曜日「新聞を人生のパートナーに100年時代」面掲載
- 人生100年時代に向けた製品・サービスを提供する企業とのタイアップ紙面
- タイアップ紙面のWeb展開

〈編集紙面〉

毎週木曜掲載の「新聞を人生のパートナーに100年時代」面



〈タイアップ紙面〉



〈Web展開〉



さまざまなテーマ

- フレイル予防 熱中症
- 白内障 オーラルフレイル
- 介護の日 ヒートショック
- 高齢者雇用安定法改正
- かかりつけ薬剤師

広告に対する反響効果

良い企画だと思う。様々な企業の「人生100年時代を生きる」企画を見てみたい。(男性40代)

62歳の私にとってフレイル予防は切実な問題であり興味を持って熟読しました。とても良い企画で今後も楽しみにしています。(男性60代)

企業がそういう気持ちで商品開発や社会貢献を行ってくれるのは頼もしいと思う。(女性30代)

この企画の、みんなの心配事を探り、その不安を解消するために役立つ情報を幅広く届け、「人生100年時代」をより自分らしく生きるために、読者とともに考えていく、というコンセプトがとてもいいなと思いました。このコンセプトのどの過程も、的確かつ大切で、また一緒に考えるという、読者と対等な視線が好感を持ってました。(女性29歳以下)

出典：新聞広告共通調査プラットフォーム J-MONITOR

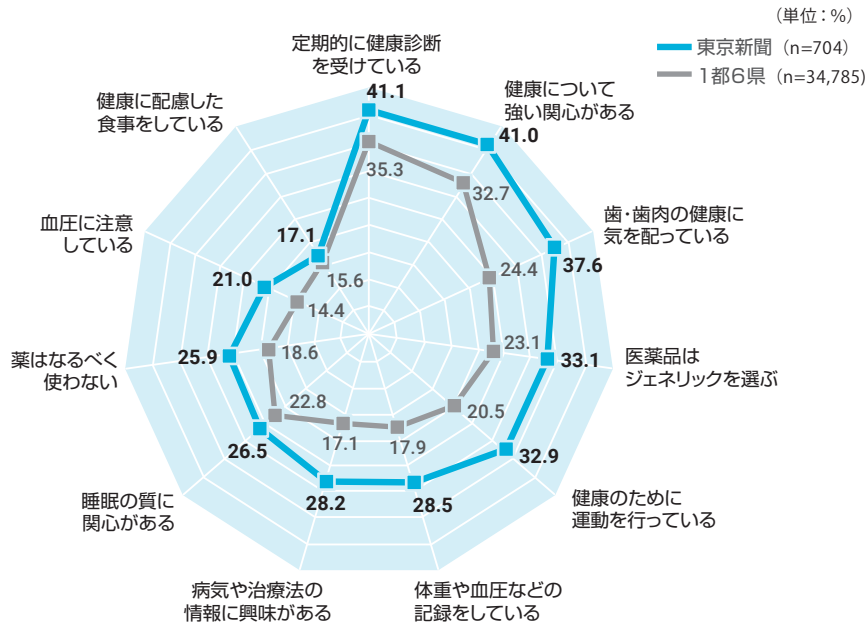


第1回 フレイル予防 サンスター 2020年5月29日 東京新聞朝刊

東京新聞 | 新聞は人生のパートナー

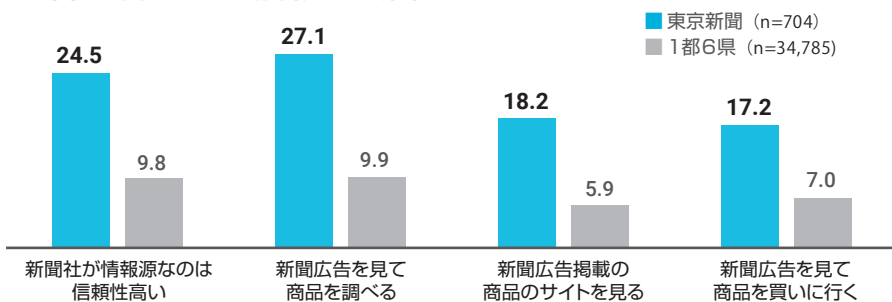
健康に対する意識が高い読者

60代以上が4割超を占める東京新聞読者は、健康に対して強い関心を持っています。新聞、新聞広告への信頼も厚く、新聞広告が生活の重要な情報源、購買要因になっているのも特色です。健康意識が極めて高い読者の反響は、今後のシニア市場、ヘルスケア市場を探るヒントにもなります。



読者の新聞への信頼と広告効果

(単位: %)



東京新聞ヘルスケアメイツ

東京新聞が、シニア世代の健康維持を目的に、東京都理学療法士会、東京都作業療法士会、東京都言語聴覚士会との共催で立ち上げたヘルスケアイベント。

シニアのための社会参加の受け皿に

健康と要介護の中間状態の「フレイル」や認知症予防が社会課題になっています。フレイル予防には、人と交流する社会参加が最も効果的とされていますが、シニア世代とつながりが深い新聞社がその受け皿となり、多くの方にご参加頂いています。

専門家と協働でプログラムづくり

フレイル予防の運動・活動プログラムや専門家と協働して作成した過去の新聞を使って脳を活性化させる「新聞回想法プログラム」などを実践するイベントを定期的に開催。同時に、同事業に協賛する企業のPRの場を提供します。



東京都理学療法士協会

運動機能が低下した状態にある方々に対し、物理的なりハビリを提供する理学療法士が「運動プログラム」「体力測定会」を担当しています。

東京都作業療法士会

「心と体のリハビリテーション」の専門家である作業療法士が「新聞回想法プログラム」を担当しています。

東京都言語聴覚士会

話すこと、聞くこと、食べることに不自由さがある方々を支援する言語聴覚士が「オーラルフレイル講演」等を担当しています。

〈東京新聞ヘルスケアメイツ〉



〈イベント紹介紙面〉

