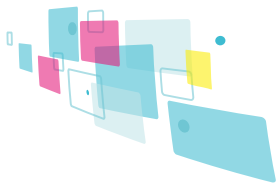


2025-26





産経新聞

時代を的確に捉える「正論」路線を発信 首都圏や特に近畿圏に集中する都市型メディア



販売部数

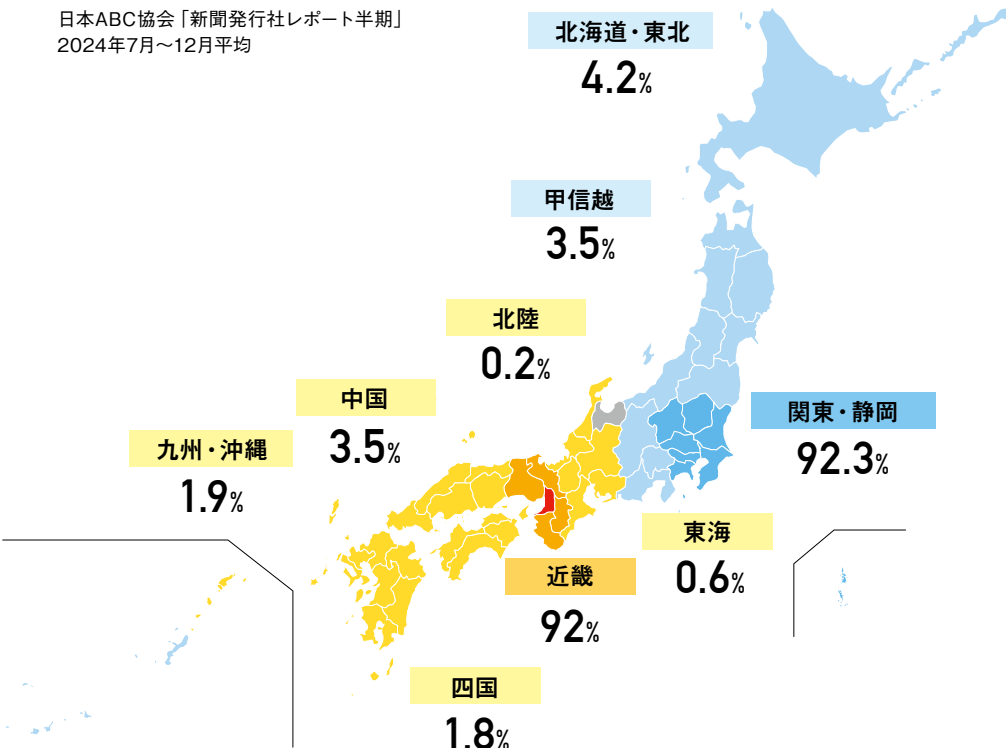
全国版朝刊	835,611部
東京本社版朝刊	371,420部
大阪本社版朝刊	464,191部
大阪本社版夕刊	210,367部

日本ABC協会「新聞発行人レポート半期」
2024年7月～12月平均

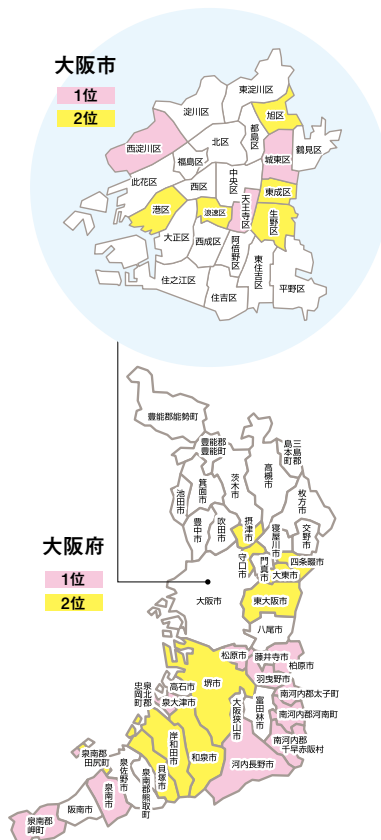
購読者分布図

東京本社版 大阪本社版

■ セット版エリア ■ セット版エリア
■ 統合版エリア ■ セット版エリア (一部統合版)
■ 統合版エリア



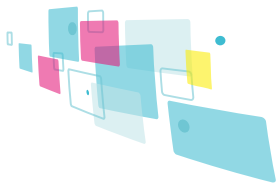
※各本社版を100%とした地域別頒布比率
※各エリアの即売部数は除く



大阪府内 朝刊の販売部数 (他紙比較)

市郡名	順位	産経新聞	読売新聞	朝日新聞	毎日新聞	
大阪市	港区	2	2,294	5,592	1,173	1,705
	天王寺区	1	4,515	2,563	3,109	1,280
	浪速区	2	1,733	2,301	1,125	1,030
	西淀川区	1	4,059	3,002	3,100	1,268
	東成区	2	2,879	2,070	2,560	4,900
	生野区	2	4,065	3,299	3,420	9,300
	旭区	2	3,289	6,095	2,925	3,020
城東区	1	9,694	8,261	6,250	7,690	
堺市	2	42,302	45,058	30,247	24,014	
岸和田市	2	10,253	11,889	6,532	5,995	
泉大津市	1	5,725	1,620	3,055	2,265	
貝塚市	2	2,878	5,667	—	1,720	
守口市	2	4,922	6,373	4,088	3,812	
河内長野市	1	7,208	5,466	5,260	2,030	
松原市	1	10,204	9,698	3,780	3,847	
大東市	2	5,937	6,483	3,370	2,920	
和泉市	2	7,892	8,399	4,900	5,880	
柏原市	1	4,371	4,307	2,670	1,500	
羽曳野市	1	9,365	7,315	5,260	1,605	
摂津市	2	3,159	4,535	3,060	2,037	
東大阪市	2	19,630	24,530	12,940	14,573	
泉南市	1	4,643	3,453	922	—	
四條畷市	2	2,092	4,084	1,750	420	
泉南郡	1	3,772	3,691	3,288	1,845	
南河内郡	1	2,299	—	—	—	

日本ABC協会「新聞発行人レポート市郡別」2024年10月



産経新聞

産経新聞の情報に信頼を置き、トレンドや多様なジャンルに関心が高いアクティブな読者層



読者プロフィール



年齢平均 …… 53.7歳
男女比 …… 約6:4

平均世帯年収 …… 719万円
平均個人年収 …… 500万円
おこづかい …… 3.9万円

デモグラフィック 50～60代が多く、夫婦または18歳以上の子供と同居



- ・50代～60代の夫婦で、高校生～大学生の子供と同居する世帯
- ・役職持ちの会社員／自営業／専業主婦（夫）の割合が高い
- ・近年、副業をしている割合が高まっている

所得・資産



金融資産があり、信頼する金融機関で安定的に貯蓄・運用

- ・年収や資産は新聞購読者全体と同水準で、普通預金の保有率が高い
- ・持ち家マンションや金融資産があり、信頼の置ける金融機関を利用して安定的に貯蓄・運用している
- ・高所得水準の割合が高い

意識・行動



アクティブな余暇活動

- ・ドライブやツーリング、旅行、レジャーなどアクティブに過ごす
- ・読書や漫画、アート鑑賞などの文科系の趣味にも関心を持つ
- ・日頃から体の状態を把握するなど健康意識が高い
- ・子供や自身の教育・自己啓発にも熱心に取り組んでいる

価値観



情報収集に積極的でトレンドを意識しながら伝統も重んじる

- ・歴史や伝統を重んじる
- ・「産経新聞」の情報に信頼を置き、「産経ニュース」も併読
- ・休日は新聞以外に、テレビやラジオ、PCなどの幅広いメディアに接触
- ・日常のお役立ち情報のサイトやアプリ、SNSなども活用しながらトレンドを意識
- ・政治・経済・金融など幅広いジャンルに関心がある

役職（有職者のみ）

係長・主任クラス **21.7%**

新聞購読者全体
16.7%

+5%

経営者

経営者 **12.0%**

新聞購読者全体
7.3%

+4.7%

興味・関心

政治・経済 **22.8%**

新聞購読者全体
13.7%

+9.1%

塾・習い事・教育サービス **23.9%**

新聞購読者全体
17.3%

+6.6%

マクロミル〔ブランドデータバンク〕2023年7月実施調査より 新聞購読者全体と比較した際の、産経新聞購読者の全体またはエリアを絞った場合の特徴を掲載



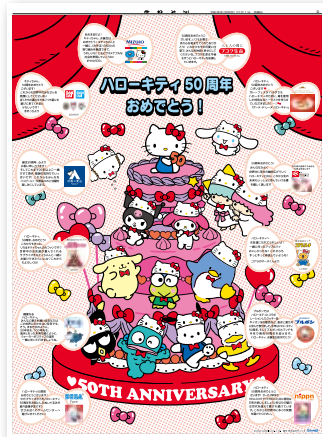
広告事例

●ハローキティ50周年ラッピング広告企画 (株式会社サンリオ)

2024年11月1日、ハローキティ50周年の節目にあたり、産経新聞で「ハローキティアニバーサリー企画」を実施。当日の東京朝刊紙面をまるごと包んだ4ページの特別紙面（フルラッピング広告）を発行しました。

ハローキティの愛らしいビジュアルを表紙に、関係者特別対談や50年の歩みを年表形式で紹介。終面では協賛各社からのお祝いメッセージを掲載するなど、4ページをフル活用した上でその歴史と魅力を伝えました。

また、同様の体裁で構成した「特別号外」も日本の観光地を中心に配布しました。



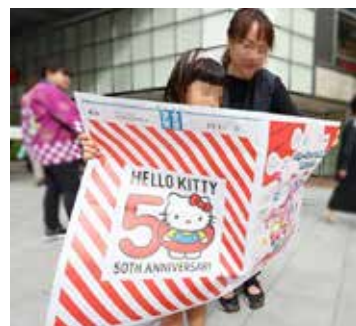
終面



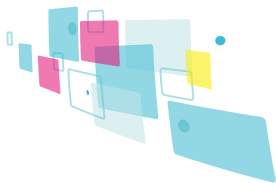
中面



2024年11月1日付 1面



「特別号外」はインバウンド需要にも対応するため、日本の主要都市で配布！



産経新聞

新聞広告を起点に話題化 ～企画力でメディアの枠を超えた話題を作る～



掲載事例

● テレビ面変形広告 (牛乳石鹸共進社株式会社)

大晦日のテレビ面では、特殊なスペースをいかして銭湯の煙突の高さを表現。同社が毎年制作している「のれん」の新しいデザインも紹介しました。翌日元日の紙面では新たな年へのメッセージを発信。年末年始のタイミングに多様なスペースを通して思いを届けました。



2024年12月31日付



2025年1月1日付

● 「SDGs 今、未来のために」企画 (森ビル株式会社)

「SDGs (持続可能な開発目標)」に注目が集まるいま、産経新聞で展開中のシリーズ企画。協賛社のニーズに応じて、目標達成の取り組みを特集展開します。



2024年10月31日付

● ウォーキング事業 (特別協賛:ライオン株式会社)

東京都と関西でウォーキング事業を開催。大会ごとにオリジナルのルートを探ることができると好評で、毎年多くの読者が参加し、完歩しています。当日の様様を取材の上、採録特集として詳しく伝えます。



2024年12月26日付