



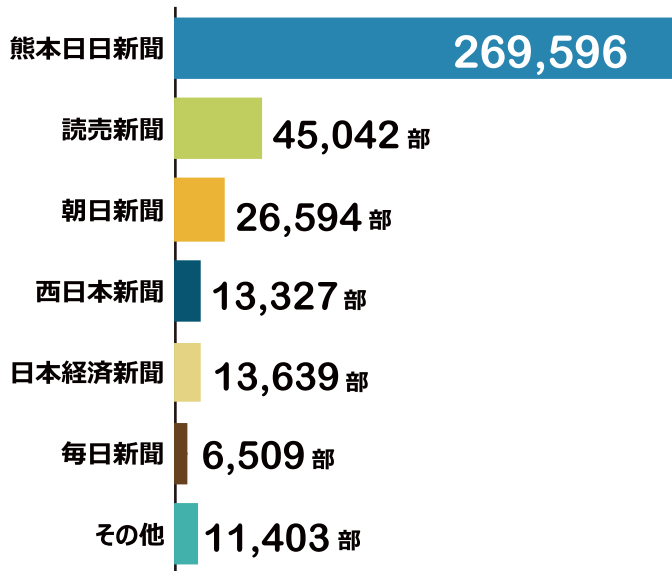
熊日の総販売部数

熊本県内で最も多く読まれている新聞は「熊本日日新聞」です。



269,965部

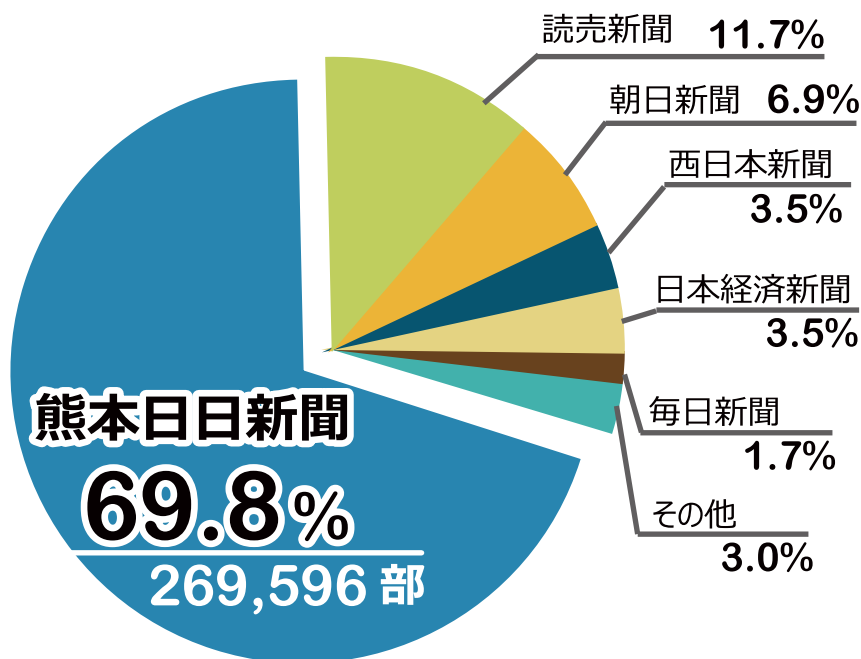
※県外分含む



※日本 ABC 協会「新聞発行社レポート半期 2019 年 1 月～ 6 月」より

県内占有率

熊本県内で 1 日に発行される日刊紙の部数は 386,110 部です。熊日は、そのうちで約 7 割のシェアを誇ります。



※日本 ABC 協会「新聞発行社レポート半期 2019 年 1 月～ 6 月」より算出



県内推定総読者数〔紙別〕

熊日の一部あたりの回読人数は2.4人と他紙を大きく上回ります。
発行部数に回読人数をかけた「総読者数」で他紙と比較すると、部数以上に差が広がります。

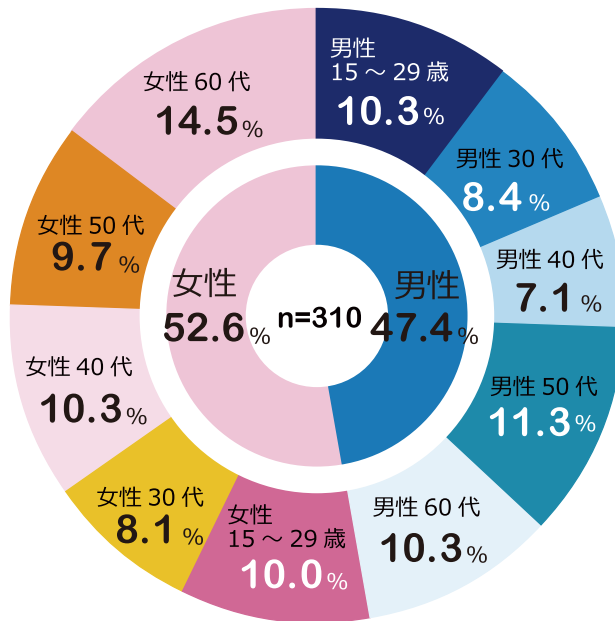
$$\begin{array}{l} 269,596 \text{部} \quad \times \quad 2.4 \text{人} \\ \text{(県内販売部数)} \quad \text{(回読人数)} \\ \hline = 647,030 \text{人} \\ \text{(県内推定総読者数)} \end{array}$$

	部数	回読人数	読者数
熊本日日新聞	269,596	2.4	647,030
読売新聞	45,042	2.1	94,588
朝日新聞	26,594	2.1	55,847
西日本新聞	13,327	1.8	23,989
日本経済新聞	13,639	1.4	19,095
毎日新聞	6,509	2.0	13,018

※日本 ABC 協会「新聞発行人レポート半期 2019 年 1 月～6 月」より

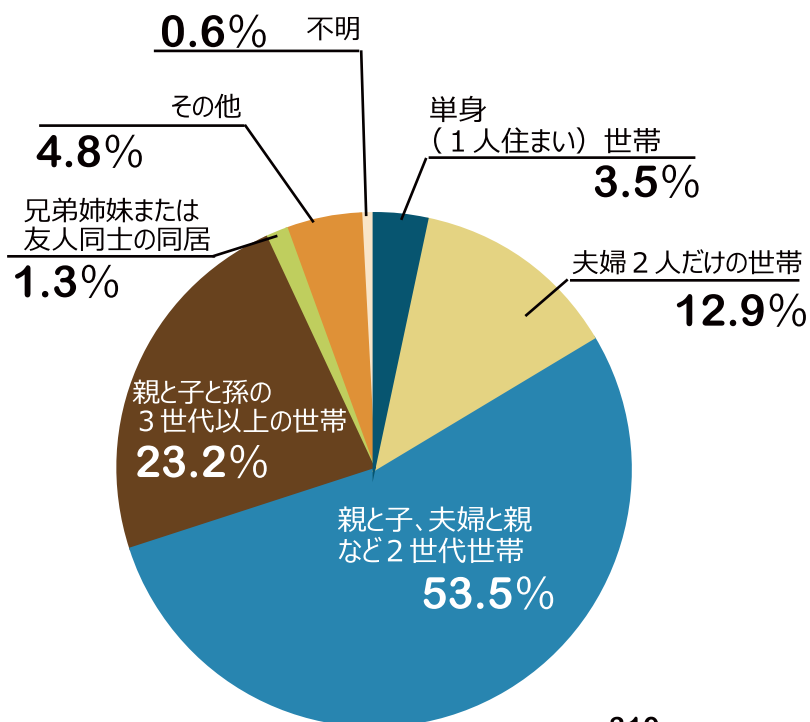


性別・年代別



※(株)ビデオリサーチ「第17回全国新聞総合調査 (J-READ) (2017年8月)」より

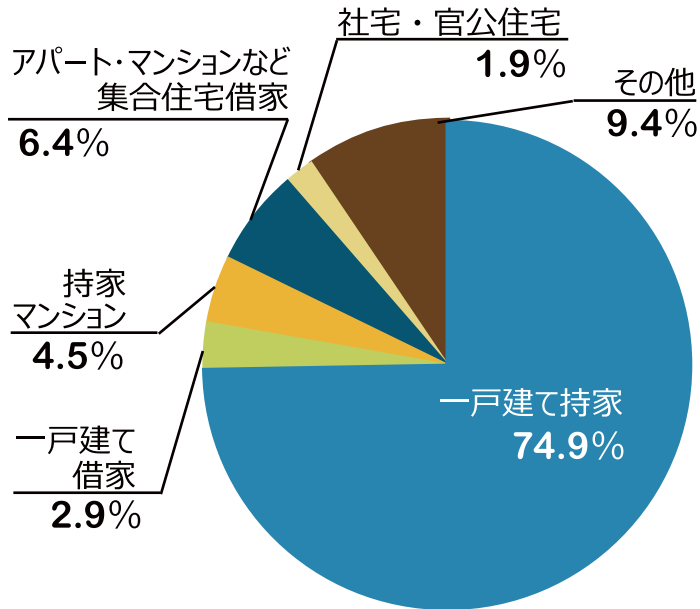
家族形態別



n=310
 ※(株)ビデオリサーチ「第17回全国新聞総合調査 (J-READ) (2017年8月)」より



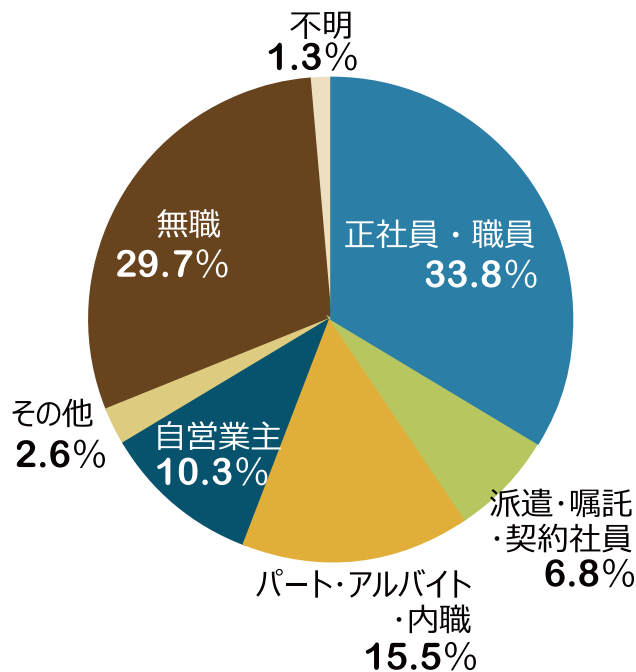
住居形態別



n=310

※(株)ビデオリサーチ「第17回全国新聞総合調査 (J-READ) [2017年8月]」より

就業形態別



n=310

※(株)ビデオリサーチ「第17回全国新聞総合調査 (J-READ) [2017年8月]」より



ふだん読む記事ジャンル

ふだん読む記事のジャンルは、性・年代で大きな差があります。

熊日の男性読者は、地域・地元、国内の「政治」「社会・事件」「スポーツ」のスコアが高いのに対し、女性は「気象」や「食生活・料理」「健康・医療」「占い」などの生活情報に高いスコアを示しています。

特徴的な部分では、30代・40代の女性が「子供向け記事」や「教育」「育児」「地域・地元のスポーツ」などに高い関心を示しており、子育てと新聞の相関が見て取れます。また、高齢者層（50代・60代）は「健康」や「介護」、「旅行・レジャー」に加え「投書」などのスコアも高いのが特徴的です。読者が、新聞から様々な形で情報を得ていることがわかります。

全国計	n=87,992	熊日読者	n=310	男性計	n=147	女性計	n=163
テレビ欄	59.2	テレビ欄	71.0	テレビ欄	62.6	テレビ欄	78.5
国政・中央の政治	46.9	地域・地元の社会・事件	58.4	地域・地元の社会・事件	56.5	地域・地元の社会・事件	60.1
国内の社会・事件	44.9	気象情報	55.2	国政・中央の政治	56.5	気象情報	59.5
地域・地元の社会・事件	39.9	国内の社会・事件	53.5	地域・地元の政治	54.4	国内の社会・事件	54.6
地域・地元の政治	35.4	地域・地元の政治	51.0	国内の社会・事件	52.4	地域・地元の政治	47.9
国際記事（ニュース）	33.9	国政・中央の政治	47.1	気象情報	50.3	食生活・料理	46.6
気象情報	33.6	死亡記事欄（一般の方）	37.1	プロ野球	46.9	死亡記事欄（一般の方）	41.7
プロ野球	30.4	地域・地元のスポーツ	36.1	国際記事（ニュース）	38.8	健康・医療関係	41.1
健康・医療関係	29.3	国際記事（ニュース）	35.8	地域・地元のスポーツ	37.4	国政・中央の政治	38.7
国内経済	27.3	プロ野球	32.9	国内経済	34.7	占い・パズル・クイズ	38.0
食生活・料理	25.9	食生活・料理	31.3	死亡記事欄（一般の方）	32.0	投書欄	37.4
地域・地元のスポーツ	22.3	投書欄	29.7	地域・地元の経済	29.9	地域・地元のスポーツ	35.0
芸能関係	21.0	地域・地元の経済	28.7	大相撲	29.3	国際記事（ニュース）	33.1
コラム（第一面最下段）欄	20.9	健康・医療関係	28.7	サッカー日本代表戦	23.8	コラム（第一面最下段）欄	30.7
地方版	20.8	コラム（第一面最下段）欄	26.8	コラム（第一面最下段）欄	22.4	芸能関係	30.7
社説・論説	20.0	国内経済	26.5	Jリーグ	22.4	家事（掃除・洗濯・家計など）	30.7
死亡記事欄（一般の方）	19.9	地方版	25.2	死亡記事欄（著名人）	21.8	地方版	30.1
地域・地元の経済	19.5	旅行・レジャー関係	24.5	投書欄	21.1	旅行・レジャー関係	29.4
投書欄	19.5	占い・パズル・クイズ	24.5	社説・論説	21.1	教育	29.4
旅行・レジャー関係	18.1	芸能関係	24.2	大リーグ	21.1	マンガ	28.8



新聞に関する意識

「新聞は家に配達されるので便利」。宅配メディアという新聞の利点は、読者に高く評価されています。また、「知識を得る」「世の中の動きを知る」というニュース媒体の特性に加え、「世の中への影響」「客観性・公平性」などの面でも新聞は高い評価を得ています。

「じっくり」「見出しを一読して」など、新聞の読まれ方は様々ですが、「既知のニュースも新聞で読む」「興味を持ったらネットで調べる」など、他メディアとの連携もうかがえます。

また、若年層と子育て世代（30代・40代）では、「就職活動」「子育て」「教育」の役に立つ、シニア世代では「生活」の役に立つなど、「知識を得る」ことはもちろん「役立ち度」の面でも高い評価を得ています。

全国計	n=87,992	個人全体	n=310	男性計	n=147	女性計	n=163
新聞は家に配達されるので便利だ	77.5	新聞は家に配達されるので便利だ	91.0	新聞は家に配達されるので便利だ	88.4	新聞は家に配達されるので便利だ	93.3
見出しで関心あるものを選び読む	63.8	既知のニュースでも新聞で読む	70.0	既知のニュースでも新聞で読む	71.4	テレビ番組を知るのに便利だ	73.0
テレビ番組を知るのに便利だ	61.4	テレビ番組を知るのに便利だ	69.4	テレビ番組を知るのに便利だ	65.3	自分のペースで情報入手できて便利	71.8
既知のニュースでも新聞で読む	60.6	自分のペースで情報入手できて便利	68.4	自分のペースで情報入手できて便利	64.6	新聞の情報は生活の役に立つ	69.3
自分のペースで情報入手できて便利	58.0	見出しで関心あるものを選び読む	65.5	見出しで関心あるものを選び読む	64.6	既知のニュースでも新聞で読む	68.7
新聞を読んで知識を得る	57.5	紙面を一読してどんな記事か知る	62.9	紙面を一読してどんな記事か知る	61.9	見出しで関心あるものを選び読む	66.3
新聞を読んで色々な考え方を知る	56.5	新聞を読んで知識を得る	62.9	新聞を読んで世の中の動きを知る	60.5	新聞を読んで知識を得る	65.6
新聞を読んで世の中の動きを知る	56.0	新聞を読んで世の中の動きを知る	61.3	新聞を読んで知識を得る	59.9	新聞は子供の学習や教育に役立つ	65.0
紙面を一読してどんな記事か知る	54.6	新聞の情報は生活の役に立つ	60.6	記事の世の中への影響は大きい	58.5	新聞を読んで色々な考え方を知る	64.4
記事の世の中への影響は大きい	52.5	新聞は手軽に情報が得られて便利	60.3	関心ある記事は時間がある時読む	57.8	紙面を一読してどんな記事か知る	63.8
新聞の情報は生活の役に立つ	50.9	関心ある記事は時間がある時読む	59.7	新聞は手軽に情報が得られて便利	56.5	新聞は手軽に情報が得られて便利	63.8
新聞は、就職活動に役立つ	50.6	新聞を読んで色々な考え方を知る	59.4	新聞を読んで色々な考え方を知る	53.7	新聞を読んで世の中の動きを知る	62.0
新聞は興味や関心事を広げる	49.9	記事の世の中への影響は大きい	58.1	新聞の情報は生活の役に立つ	51.0	関心ある記事は時間がある時読む	61.3
関心ある記事は時間がある時読む	49.8	新聞は子供の学習や教育に役立つ	56.5	興味を持ったらネットで調べる	49.7	家族・友人・知人で話題になる	61.3
新聞は子供の学習や教育に役立つ	48.7	新聞は朝一番の情報で便利だ	53.2	新聞は子供の学習や教育に役立つ	46.9	新聞は朝一番の情報で便利だ	58.9
新聞は手軽に情報が得られて便利	47.6	家族・友人・知人で話題になる	52.9	新聞は朝一番の情報で便利だ	46.9	新聞は、就職活動に役立つ	58.9
家族・友人・知人で話題になる	45.6	新聞は、就職活動に役立つ	51.3	家族・友人・知人で話題になる	43.5	新聞は興味や関心事を広げる	58.3
新聞で他メディアにない情報を得る	43.5	新聞は興味や関心事を広げる	50.0	新聞は、就職活動に役立つ	42.9	記事の世の中への影響は大きい	57.7
新聞は朝一番の情報で便利だ	42.4	新聞で、不明なことを理解する	47.4	新聞は客観性・公平性が高い	41.5	新聞で、不明なことを理解する	57.1
新聞で、不明なことを理解する	42.3	新聞で他メディアにない情報を得る	45.8	新聞は興味や関心事を広げる	40.8	新聞で他メディアにない情報を得る	54.0



新聞広告に関する意識

「新聞広告が目にとまることがある」「新聞広告をじっくり読む」。

熊日読者は、新聞広告にも高い関与を示しています。特に女性はその傾向が強くみられます。「新聞広告で新しい商品を知る」ことはもちろん、「企業等に改めて注目」「社会や環境を考える」社会的な影響は大きい」など、新聞広告が個人と社会とを結ぶ役割を持っていることがわかります。

全国計	n=87,992	熊日読者	n=310	男性計	n=147	女性計	n=163
新聞広告が目にとまる	72.8	新聞広告が目にとまる	77.4	新聞広告が目にとまる	71.4	新聞広告が目にとまる	82.8
新聞広告で新しい商品を知る	61.3	新聞広告で新しい商品を知る	63.5	新聞広告をじっくり見て読む	58.5	新聞広告で新しい商品を知る	69.9
カラーの新聞広告は印象に残る	58.2	新聞広告をじっくり見て読む	62.9	新聞広告で新しい商品を知る	56.5	新聞広告をじっくり見て読む	66.9
新聞広告をじっくり見て読む	56.0	新聞広告で商品やサービスを知る	61.0	新聞広告で商品やサービスを知る	55.8	新聞広告で商品やサービスを知る	65.6
新聞広告で商品やサービスを知る	55.2	新聞広告で製品回収コールを知る	59.0	新聞広告で製品回収コールを知る	54.4	新聞広告で製品回収コールを知る	63.2
新聞広告で製品回収コールを知る	54.4	カラーの新聞広告は印象に残る	53.2	カラーの新聞広告は印象に残る	49.7	新聞広告で企業等に改めて注目	59.5
サイズの大い広告は印象に残る	51.3	新聞広告で企業等に改めて注目	52.6	新聞広告で企業等に改めて注目	44.9	カラーの新聞広告は印象に残る	56.4
新聞広告で企業等に改めて注目	49.3	新聞広告で社会や環境を考える	49.4	サイズの大い広告は印象に残る	43.5	新聞広告で社会や環境を考える	55.8
新聞広告で出来事や流行を知る	44.1	新聞広告で出来事や流行を知る	49.0	新聞広告で出来事や流行を知る	42.9	新聞広告で出来事や流行を知る	54.6
新聞広告で社会や環境を考える	40.7	サイズの大い広告は印象に残る	46.1	新聞広告で社会や環境を考える	42.2	サイズの大い広告は印象に残る	48.5
新聞広告の社会的影響は大きい	35.8	新聞広告の社会的影響は大きい	42.9	他で見た情報を新聞で見ると信頼	39.5	新聞広告の社会的影響は大きい	46.6
地元の有名人の広告は目にとまる	33.4	地元の有名人の広告は目にとまる	41.6	新聞広告で知識教養を得る	38.8	家族友人知人で話題になる	45.4
小サイズでも定期接触で印象に残る	32.7	他で見た情報を新聞で見ると信頼	40.3	新聞広告の社会的影響は大きい	38.8	地元の有名人の広告は目にとまる	45.4
新聞広告で知識教養を得る	32.4	新聞広告で知識教養を得る	39.4	地元の有名人の広告は目にとまる	37.4	他で見た情報を新聞で見ると信頼	41.1
他で見た情報を新聞で見ると信頼	32.1	家族友人知人で話題になる	37.1	家族友人知人で話題になる	27.9	小サイズでも定期接触で印象に残る	40.5
家族友人知人で話題になる	32.0	小サイズでも定期接触で印象に残る	31.9	家族との商品購入の相談に役立つ	22.4	新聞広告で知識教養を得る	39.9
家族との商品購入の相談に役立つ	23.4	家族との商品購入の相談に役立つ	29.0	小サイズでも定期接触で印象に残る	22.4	家族との商品購入の相談に役立つ	35.0
他メディアで見た後新聞広告を見た	23.2	他メディアで見た後新聞広告を見た	26.8	他メディアで見た後新聞広告を見た	22.4	広告のキャンペーン懸賞が楽しみだ	33.7
新聞広告は説得力がある	22.0	新聞広告は説得力がある	26.1	企業の意見表明の新聞広告を読む	19.0	新聞広告は説得力がある	33.1
広告のキャンペーン懸賞が楽しみだ	20.3	広告のキャンペーン懸賞が楽しみだ	24.2	新聞広告は説得力がある	18.4	他メディアで見た後新聞広告を見た	30.7



メディア評価・接触

新聞広告を見ての行動（1年間）

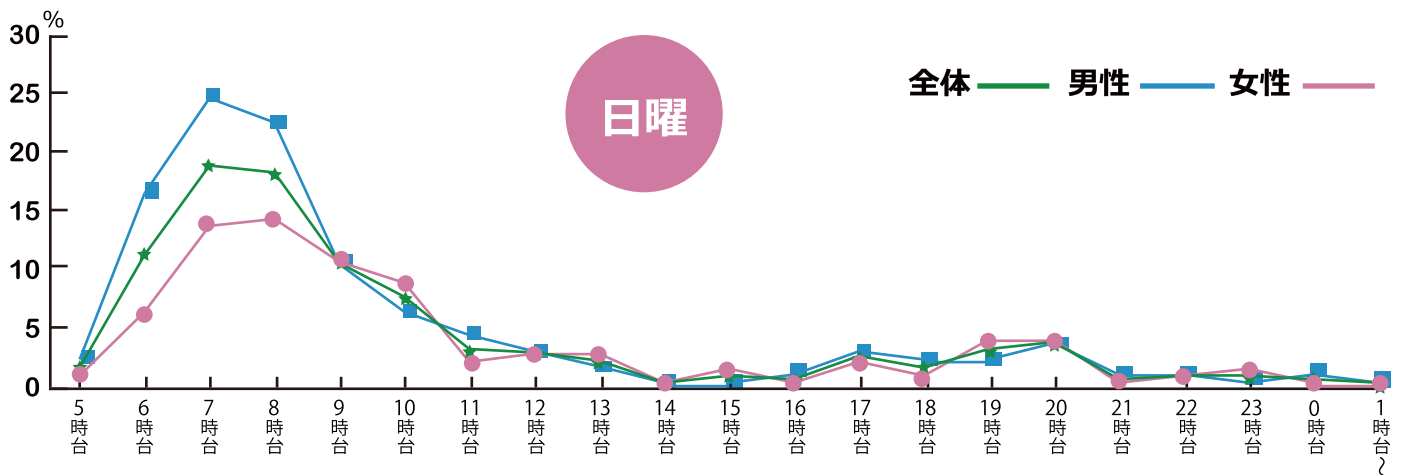
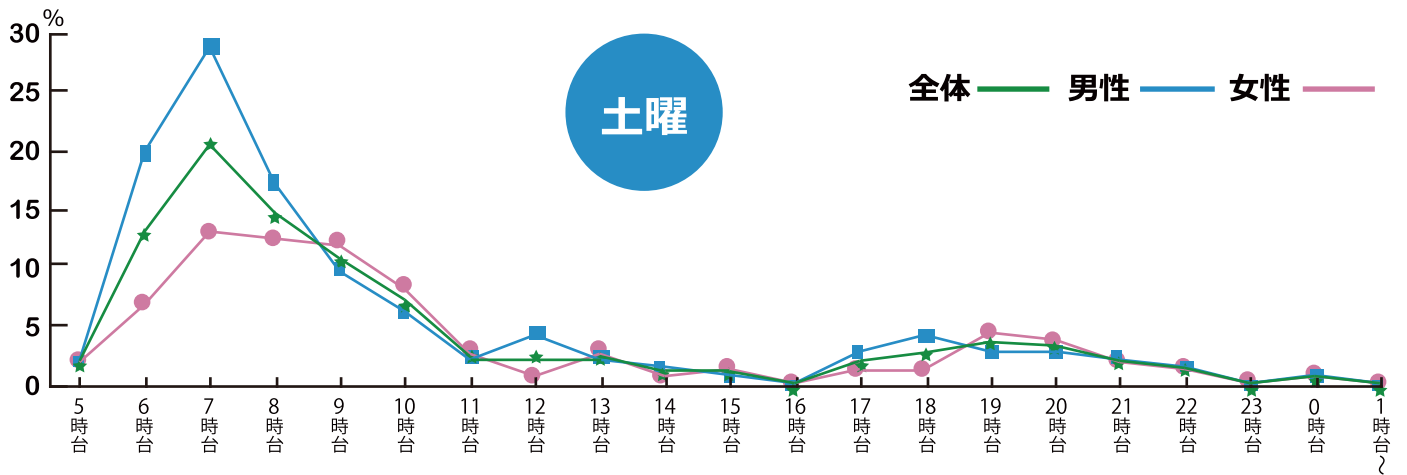
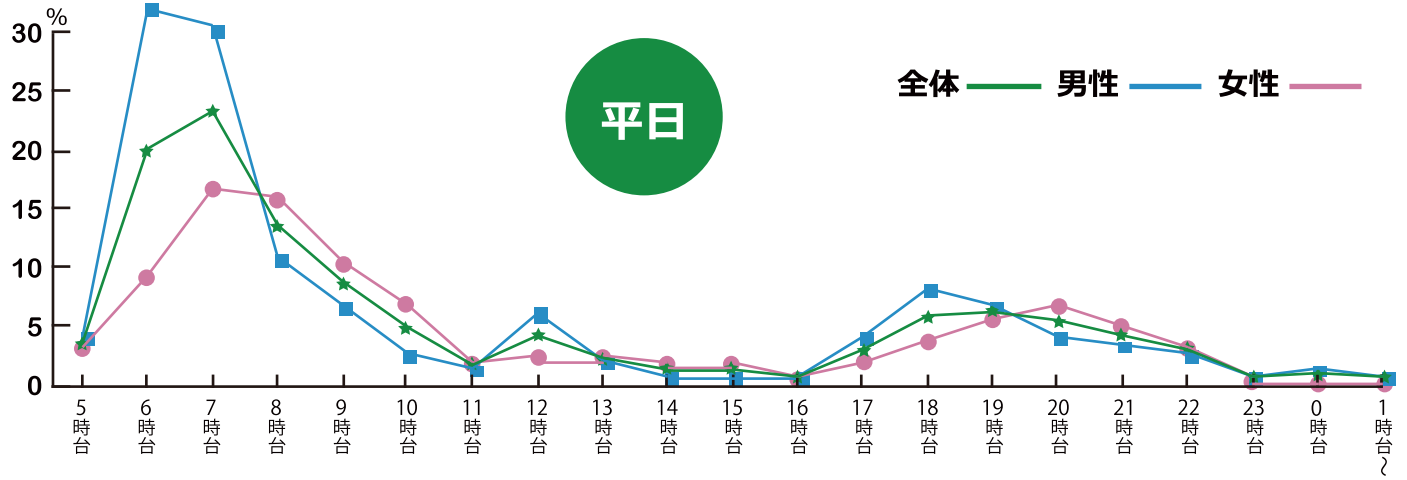
熊日の新聞広告は人を動かします。「（スーパーや小売店、百貨店やデパートなどに）買い物に行った」「地元の催し・イベントに行った」「飲食店に行った」などの項目において、全国と比べて高い数値を示しています。「家族や友人と話題にした」という項目もスコアが高く、口コミ形成力も高いことがわかります。

全国計	n=87,992	熊日読者	n=310	男性計	n=147	女性計	n=163
広告を家族や友人と話題にした	35.4	スーパー・小売店に買い物に行った	42.6	スーパー・小売店に買い物に行った	42.2	広告を家族や友人と話題にした	43.6
スーパー・小売店に買い物に行った	30.7	広告を家族や友人と話題にした	41.0	広告を家族や友人と話題にした	38.1	スーパー・小売店に買い物に行った	42.9
本・雑誌を買いに行った	25.0	百貨店・デパートに買い物に行った	33.9	新しい車種に関心を持った	29.9	百貨店・デパートに買い物に行った	38.7
地元の催し・イベントに行った	21.2	地元の催し・イベントに行った	32.6	地元の催し・イベントに行った	28.6	地元の催し・イベントに行った	36.2
新聞広告を見て、飲食店に行った	17.7	新聞広告を見て、飲食店に行った	24.8	百貨店・デパートに買い物に行った	28.6	本・雑誌を買いに行った	25.8
百貨店・デパートに買い物に行った	17.4	本・雑誌を買いに行った	23.2	新聞広告を見て、飲食店に行った	24.5	新聞広告を見て、飲食店に行った	25.2
広告の切り抜き、取り置きをした	16.4	新しい車種に関心を持った	21.3	商品内容をインターネット等で調べた	21.8	懸賞やクイズなどに応募した	22.7
新しい車種に関心を持った	15.0	複合商業施設・アットホームに行った	19.7	本・雑誌を買いに行った	20.4	広告の切り抜き、取り置きをした	20.9
商品内容をインターネット等で調べた	14.7	観光地・レジャー施設に行った	19.4	観光地・レジャー施設に行った	19.7	複合商業施設・アットホームに行った	20.2
懸賞やクイズなどに応募した	14.4	懸賞やクイズなどに応募した	18.7	複合商業施設・アットホームに行った	19.0	観光地・レジャー施設に行った	19.0
複合商業施設・アットホームに行った	13.6	商品内容をインターネット等で調べた	17.7	新聞広告を見て、映画に行った	15.6	新聞広告を見て、映画に行った	17.2
観光地・レジャー施設に行った	13.5	広告の切り抜き、取り置きをした	16.8	自動車の性能や価格の確認をした	15.0	付いているクーポンを利用した	14.7
新聞広告を見て、映画に行った	12.8	新聞広告を見て、映画に行った	16.5	懸賞やクイズなどに応募した	14.3	商品内容をインターネット等で調べた	14.1
付いているクーポンを利用した	12.6	新聞広告で商品の問合せ等をした	11.6	掲載の検索キーワードでネット検索した	14.3	新しい車種に関心を持った	13.5



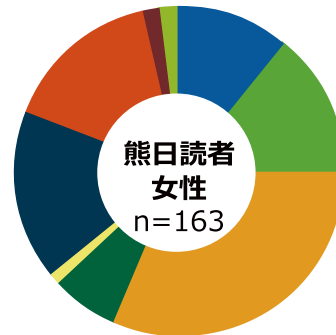
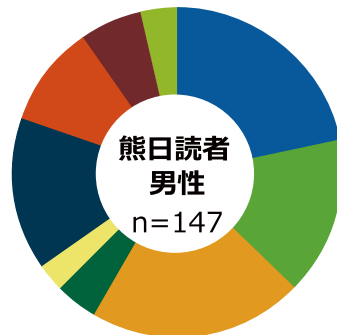
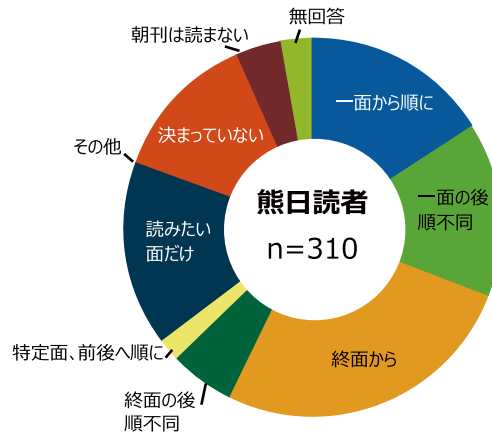
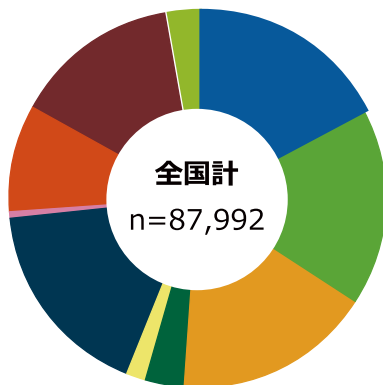
メディア評価・接触

熊日を読む時間帯





熊日をどこから読むか



- 一面から二面、三面と順に読む
- 一面を最初に読み、あとは順不同
- 終面から順番に戻って読む
- まず終面を読み、あとは順不同
- 特定面から、前後へ順に読む

- 読みたい面だけを読んでいく
- その他
- 読みかたは決まっていない
- 朝刊は読まない
- 無回答



- ▶ くまもと生活応援紙 SPICE くまにち すぱいす
「きちんと伝わる」生活情報紙。303,000部発行！

「くまにちすぱいす」は、熊本市とその近隣地域に303,000部を配布。新聞配達で培われたノウハウと仕組みで、熊日読者に限らずエリア内居住世帯に一軒一軒丁寧に個別ポストイングされます。熊本市における世帯カバー率は84.9%、エリアNo.1のフリーペーパーです。

配信を使わず作り上げる地元オリジナルコンテンツ。毎週、実施とチェックを繰り返す、精度の高いデリバリーが特徴です。



- ▶ くまにち すぱいす ホームページ
<https://spice.kumanichi.com/>

- ▶ くまにち すぱいす 媒体資料
<https://spice.kumanichi.com/advertisement/>





その他メディア（WEB）

その他のメディア（WEB）

紙だけでなく、さまざまなメディアを活用し、タイムリーに情報をお届けします。

▶ 熊日電子版

<https://kumanichi.com/>



熊日電子版は、毎月延べ70万人余りがアクセスする熊本県内最大級のサイトです。毎日300本以上のニュースに加え、イベントや生活情報など暮らしに役立つ情報が満載。熊日への投稿機能に加え、熊日定期購読者用の「プレミアム会員」や一般用の「スタンダード会員」に登録するとお得で便利なサービスも。熊日がお届けする情報、サービスへの総合窓口です。

▶ 熊日の生活情報紙「あれんじ」



「くまにち・あれんじ」は、20代から40代のファミリー層を対象にした熊日読者限定の生活情報紙。特に主婦に関心の高いお出かけ、グルメ、子育て、医療・健康を中心に紙面構成。仕事、家庭、子育てで大忙しの女性の好奇心や向上心に応えます。



その他メディア (WEB)

その他のメディア (WEB)

▶ 子育て情報紙「くまにちキャロット」 <https://k-carrot.jp/>



「くまにちキャロット」は、2005年にスタートし、熊日朝刊と情報誌(月刊)で子育て情報を発信してきました。そして今回からさらにパワーアップ。「子どもたちの笑顔が創る元気な熊本」をコンセプトに、子育て世代が必要とする情報を新聞、タブロイド紙、WEBを通じてお届けしていきます。

