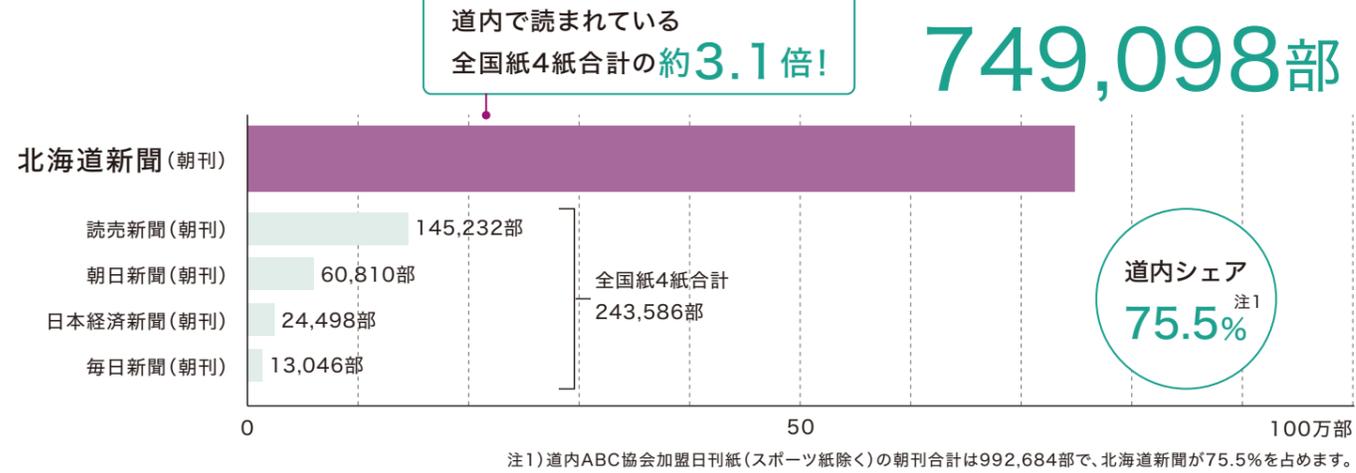


北海道で最も多く読まれている北海道新聞

地域に密着した豊富な情報が高い信頼性ととも支持され、他紙を寄せ付けない圧倒的な部数を誇ります。

■ 全国紙との販売部数の比較

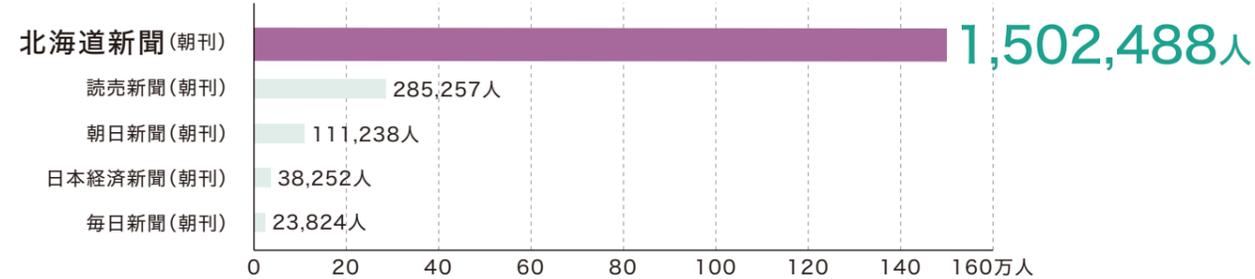


■ 平均回読人数

新聞名	平均回読人数
北海道新聞(朝刊)	2.0人
読売新聞(朝刊)	2.0人
朝日新聞(朝刊)	1.8人
毎日新聞(朝刊)	1.8人
日本経済新聞(朝刊)	1.6人

※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(北海道新聞朝刊 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016)
(読売新聞朝刊 n=97 ウェイト集計、単位:千人/回収数72)
(朝日新聞朝刊 n=44 ウェイト集計、単位:千人/回収数23)
(毎日新聞朝刊 n=46 ウェイト集計、単位:千人/回収数27)
(日本経済新聞朝刊 n=121 ウェイト集計、単位:千人/回収数90)

■ 推定読者数



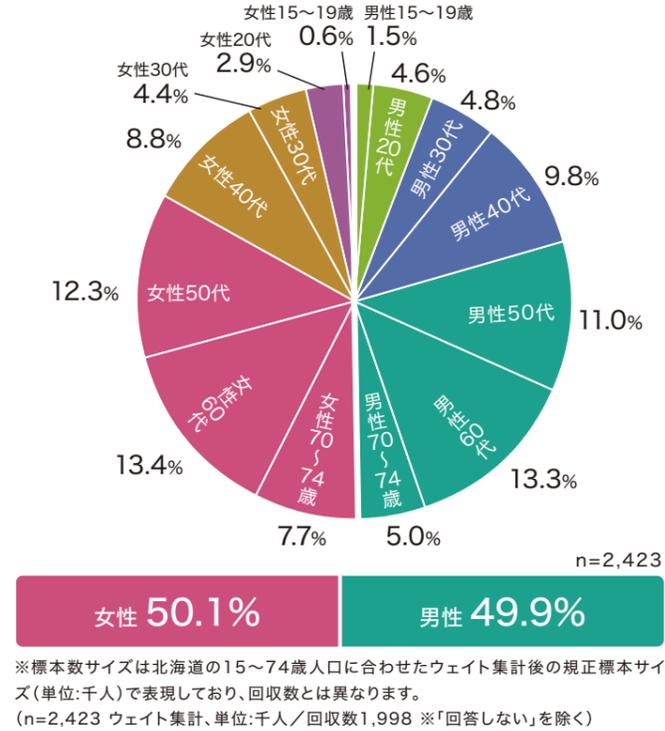
北海道新聞朝刊の1部当たりの平均回読人数は2.0人。
これに朝刊部数を乗じた約150万人の読者の手元に届いている計算になります。

■ 購読者の平均年齢

北海道新聞
53.2歳
n=2,423

※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(北海道新聞朝刊 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016)

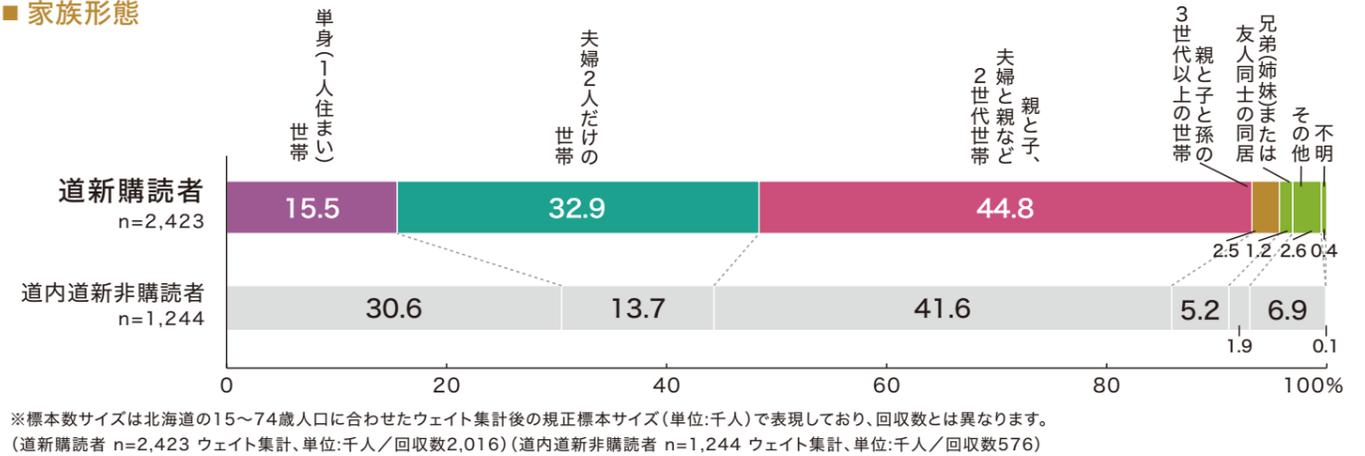
■ 性・年代別構成



〈参考〉北海道(15~74歳の性・年代別構成)



■ 家族形態



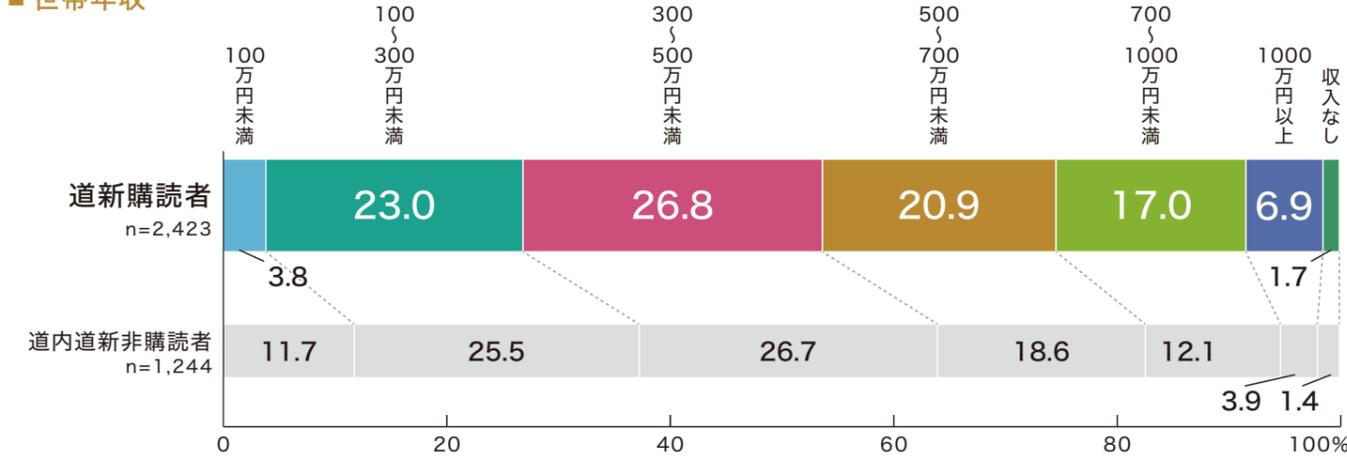
北海道新聞の購読者は平均年収・金融資産が高く 高い購買力が見込まれます

■ 平均年収・金融資産

	平均世帯年収	平均金融資産額(20歳以上)
道新購読者 (n=2,423)	527万円	1,123万円
道内道新非購読者 (n=1,244)	439万円	580万円

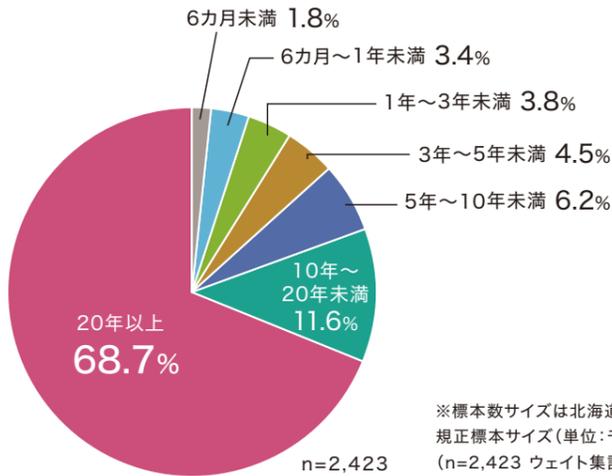
※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(n=3,667 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,592)
(道新購読者 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016) (道内道新非購読者 n=1,244 ウェイト集計、単位:千人/回収数576)

■ 世帯年収



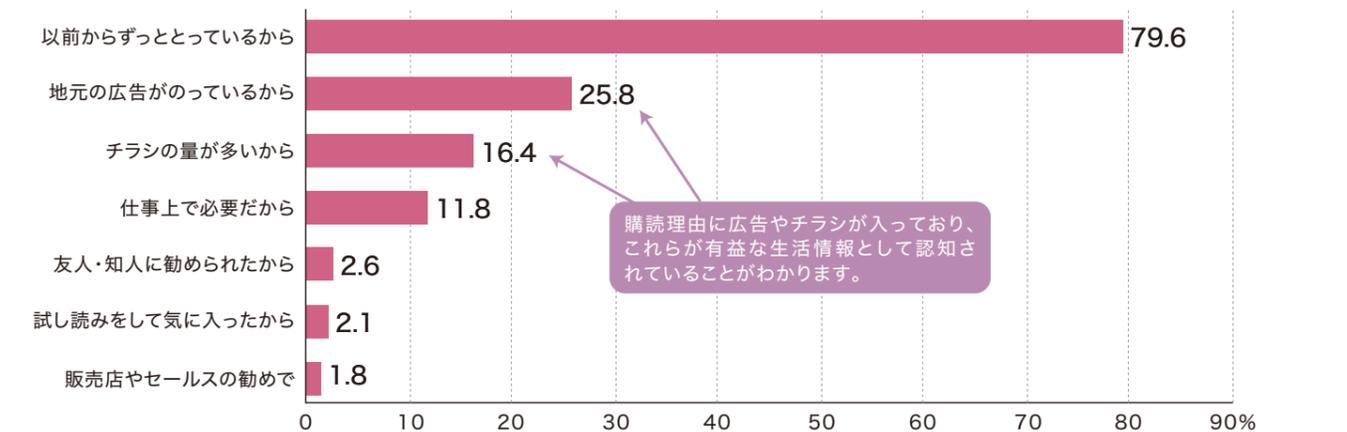
※標本数サイズは北海道の15～74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
 (n=3,667 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,592)
 (道新購読者 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016) (道内道新非購読者 n=1,244 ウェイト集計、単位:千人/回収数576)

■ 購読年数 10年以上の長期購読者が8割以上を占めています。



※標本数サイズは北海道の15～74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
 (n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016)

■ 購読理由・きっかけ



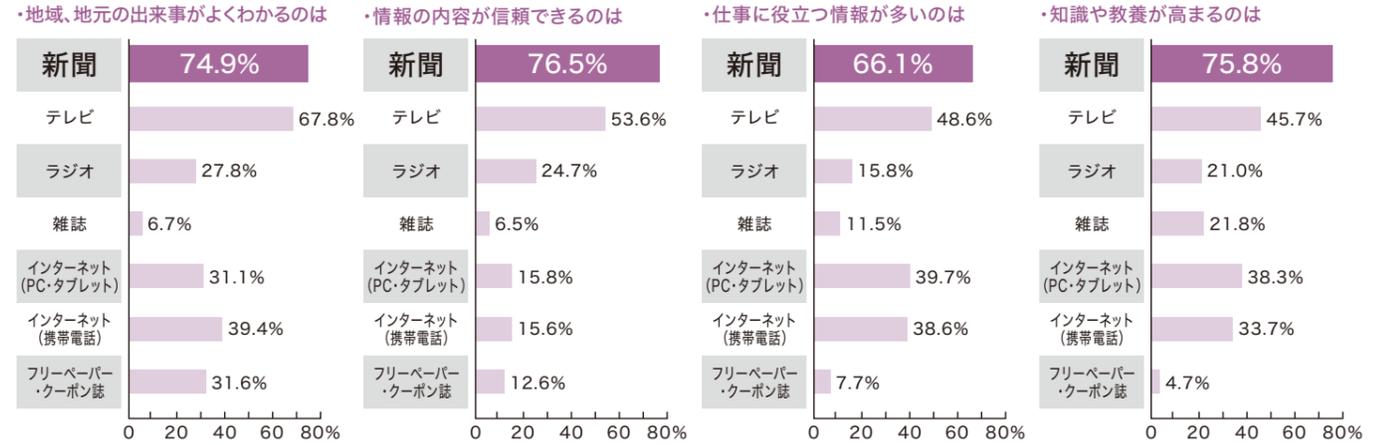
※標本数サイズは北海道の15～74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
 (道新購読者 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016) n=2,423 複数回答

新聞は、多彩な地域情報をもとに高い信頼を受けています

北海道新聞を購読している人は非購読者に比べ、新聞広告が行動の起点になっていることがうかがえます。

■ 媒体評価(北海道)

(n=3,667 複数回答)



※標本数サイズは北海道の15～74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
 (n=3,667 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,592)

■ 北海道新聞購読者の意識・行動

n=3,667

		n=2,423	n=1,244	n=3,667
		道新購読者	道内道新非購読者	北海道
新聞に関する意識	新聞は家に配達されるので便利だ	68.2%	21.5%	52.5%
	新聞の見出しを見て、関心のあるものを選んで読む	59.6%	35.3%	51.4%
	テレビなどで知っているニュースでも、新聞であらためて読む	59.6%	23.2%	47.4%
	その日のテレビ番組を知るためには新聞は便利だ	53.5%	19.5%	42.1%
新聞広告に関する意識	新聞広告で新しい商品やサービスを知ることがある	42.8%	18.4%	34.6%
	新聞広告で商品やサービスの内容を知ることがある	40.2%	17.8%	32.6%
	新聞広告をじっくり見て読むことがある	35.3%	14.7%	28.4%
	新聞広告で製品回収・リコールについて知ることがある	30.6%	13.6%	38.9%
新聞広告を見ての行動	新聞広告を家族や友人と話題にした	28.9%	9.3%	19.1%
	新聞広告を見て、スーパー・小売店・専門店で買い物に行った	48.3%	13.5%	24.9%
	新聞広告を見て、地元の催し・イベントに行った	45.6%	25.5%	22.3%
	新聞広告を見て、百貨店・デパートで買い物に行った	23.6%	10.3%	36.6%

※標本数サイズは北海道の15～74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
 (n=3,667 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,592)
 (道新購読者 n=2,423 ウェイト集計、単位:千人/回収数2,016) (道内道新非購読者 n=1,244 ウェイト集計、単位:千人/回収数576)

調査概要 北海道新聞社「新聞などメディア接触に関するアンケート調査」
 ■調査対象: 満15歳～74歳の男女個人 ■調査方法: ウェブ回答によるアンケート調査 ■調査エリア: 北海道 ■調査期間: 2025年2月7日～13日
 ■有効サンプル数: 2,592 ■抽出方法: ①道新ID保持者から抽出 ②ノウンズ株式会社のノウンズBiz カジュアルリサーチから抽出
 ■抽出機関: 北海道新聞社 ※グラフ等の数値は四捨五入により、構成比の合計が100にならない場合があります。※朝日新聞・毎日新聞は標本数が少なく、標本誤差が大きくなることにご留意ください。