

日本経済新聞読者に向けた商品サンプリング
「日経便サンプリング」

NIKKEI PR

2015.0611更新

『日経便サンプリング』とは

ビジネスのオピニオンリーダーであり、高い情報リテラシーを持つ日本経済新聞の読者に向けて、折込広告としてサンプル商品をお届けします。

1

日本経済新聞読者に夕刊と一緒にお届けします。

東京23区内の希望エリアで、日本経済新聞専売店単位の配布が可能です。地域の潜在読者特性を見極め、最適なマーケティングができます。
※各エリア1日1社限定。※一部の販売店を除くNSN配達エリア（一部調整中）

2

高い注目度。

日経ブランドの信頼性と独自のパッケージにより、他の折込広告との差別化を実現しました。

3

小ロットから配布可能。

最少10,000部から、最大部数285,900部まで柔軟に対応します。（※2015年6月現在）

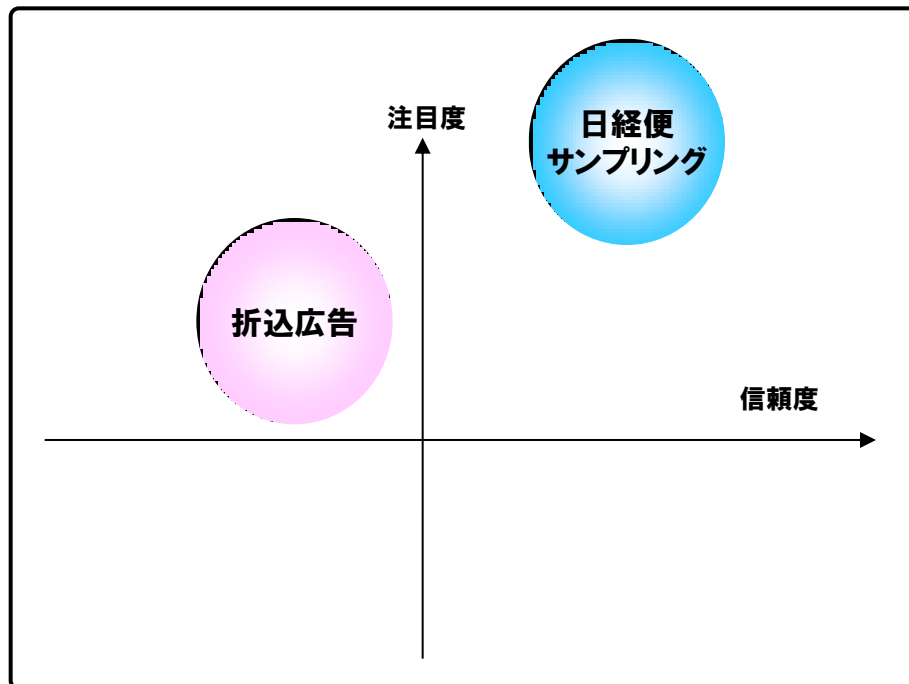
4

@ 99円から。 サンプル素材と原稿データ納品後、最短14営業日で配布可能。

印刷～封入～配布までONE STOP管理。低コストでスピーディな対応が可能です。また、通常の街頭サンプル配布と異なり、道路許可申請やスタッフが不要です。

「折込広告」と「日経便サンプリング」の比較

日経便サンプリングは質の高い、日本経済新聞読者に直接リーチできる商品です。ブランディングとセールスプロモーションを両立させ、商品接触する事によって商品の消費者の購入意欲を高める事ができます。



■日経便サンプリング 商品例

- シャンプー、リンス、トリートメント
- フレグランス
- 各種洗剤、柔軟剤
- 化粧品、化粧水
- ファンデーション
- クレンジングジェル
- アイリムーバー
- ボディークリーム、ボディソープ
- ハンドクリーム
- フェイスパック
- 湿布薬、絆創膏
- 整髪剤
- シェービングクリーム
- フェイシャルペーパー
- マウスウォッシュ、歯磨き
- ネイルケア
- 高級ティッシュ
- 靴クリーム
- 文具 他

インターネット調査による日経夕刊の読者層

■調査概要

調査期間：2010年7月25日～7月28日

調査地域：東京23区及び多摩地区の下記調査題材が配布されたエリア

調査対象者：18歳以上の男女で、自宅で日本経済新聞朝夕刊を購読者している方

有効回収数：666/1,588サンプル（回収率42%）

調査手法：インターネット調査（日経リサーチパネルモニターに対して事前スクリーニングを実施）

■回答者プロフィール

	合計	男性	女性
性別	666 100.0%	349 52.4%	317 47.6%

	合計	20代	30代	40代	50代	60代以上
年代	666 100.0%	44 6.6%	160 24.0%	223 33.5%	156 23.4%	83 12.5%
男性	349 100.0%	23 6.6%	65 18.6%	103 29.5%	95 27.2%	63 18.1%
女性	317 100.0%	21 6.6%	95 30.0%	120 37.9%	61 19.2%	20 6.3%

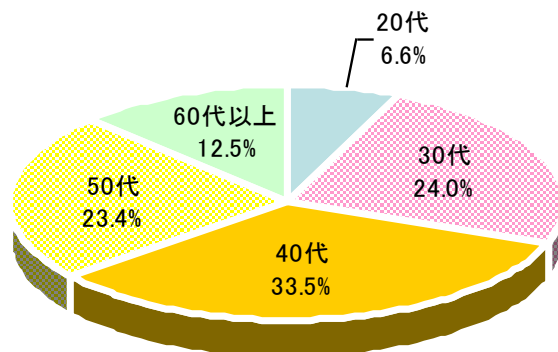
■調査回答者プロフィール

年代は40代を中心として、30代と50代が同じ割合で構成。男女比率は約50%とバランスのよい構成となっています。お勤めの方が50%、主婦層も23%と消費に旺盛なターゲットを含んでいます。

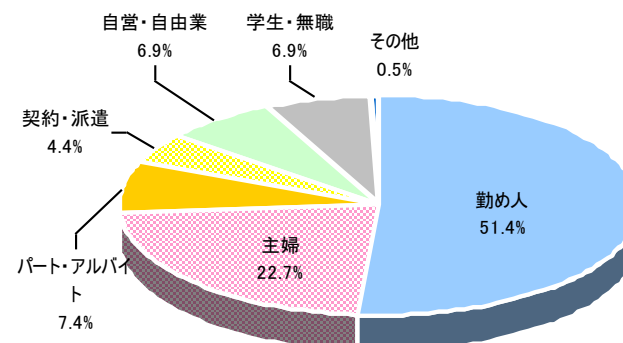
世帯年収は1,000万～1,500万円の層が最も多く、日経新聞購読者の高い年収を示しています。

※18歳以上の男女で、自宅で日本経済新聞朝夕刊を購読者している方。日経リサーチパネルモニターに対して事前スクリーニングを実施

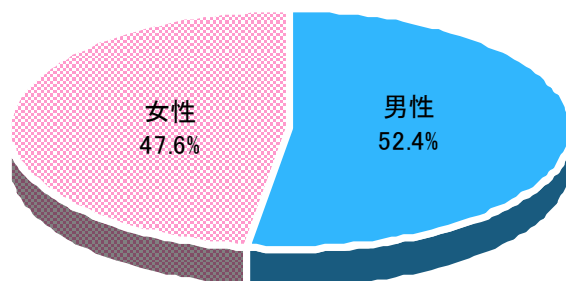
年 齢 (n=666)



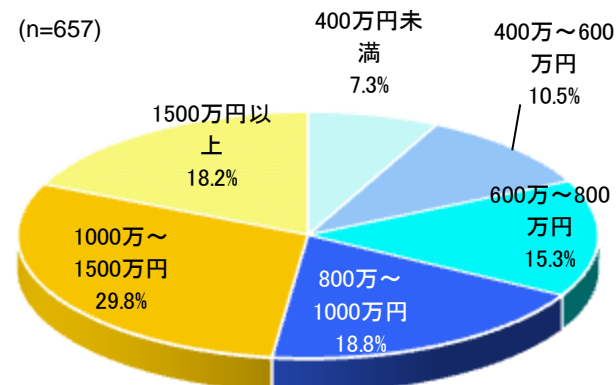
職 業 (n=666)



性 別 (n=666)



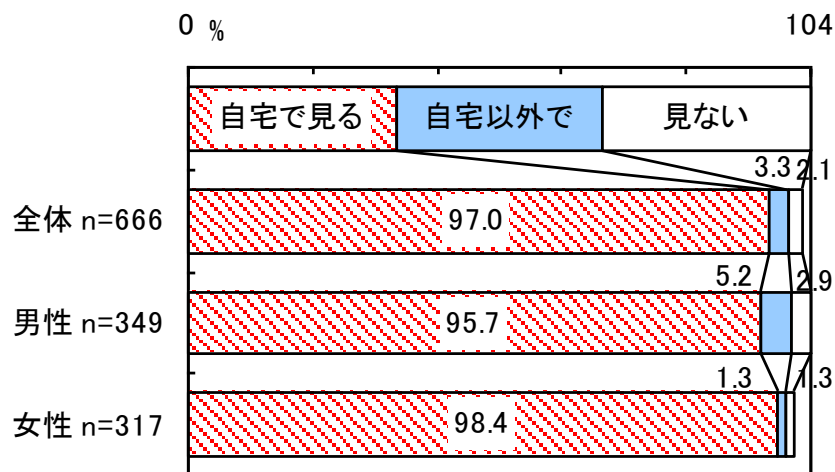
世帯年収 (n=657)



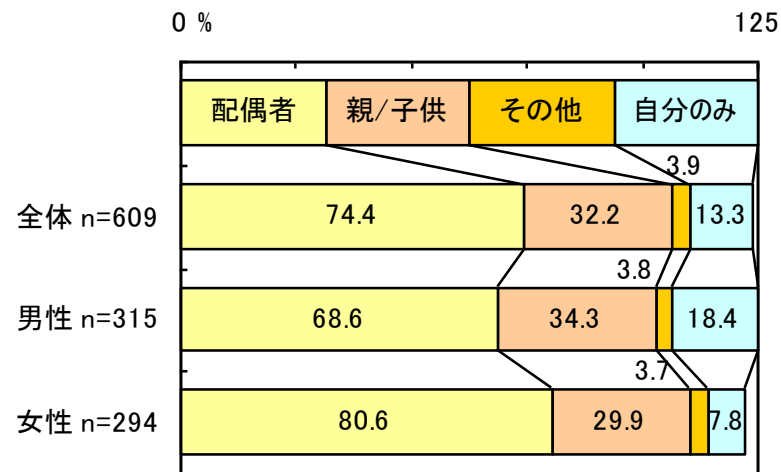
■日本経済新聞夕刊の読まれ方

日経夕刊の閲読場所は自宅で読む方が97%。新聞と一緒にお届けする日経サンプリングは自宅でじっくりとお試しいただけます。また、新聞の回読者は配偶者が全体の74.4%を占め、サンプリング商品が男女どちらの商品であっても、読者の配偶者がお試しいただける機会が高いと想定できます。

【夕刊の閲読場所】

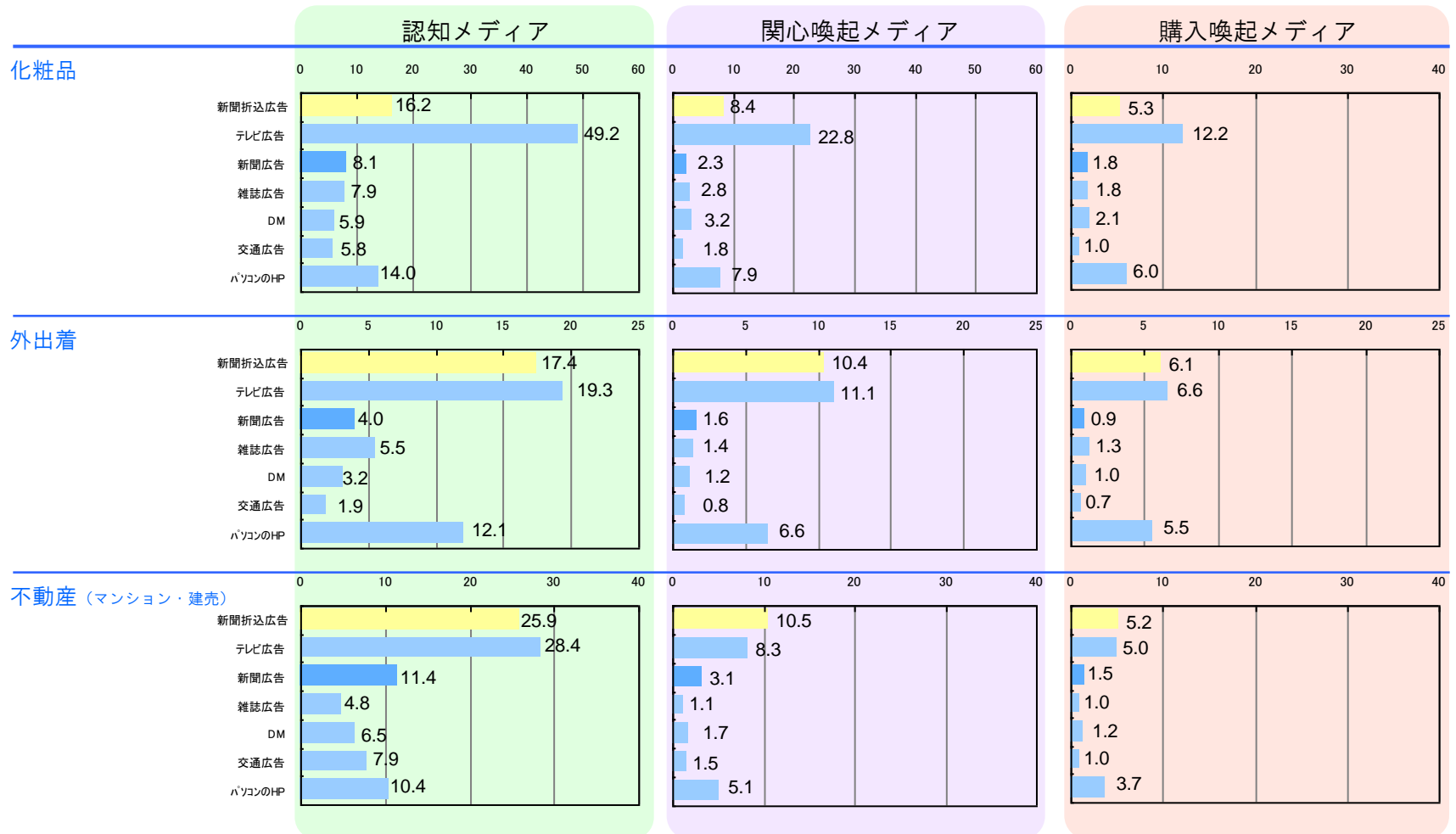


【夕刊の回読者】



折込広告の接触状況

折込広告はテレビ広告とともに生活者の消費行動への影響力が強く、関心喚起や購入喚起では影響力がトップの媒体です。日経便サンプリングは日経ブランドの信頼性のもと、潜在消費者に商品を直接届ける事ができるため、商品認知、購入喚起を図ることができます。



●データ出典:「新聞折込広告調査REPORT2012」(社)日本新聞折込広告業協会
東京50km圏に居住する20~60代の男女 2000サンプル 2011年9月インターネット調査

媒体概要

■ 配布エリア & 部数

東京23区内の日本経済新聞専売店単位で配布可能です。

最低部数は10,000部以上となります。

※一部配布が出来ない地域があります。

■ 配布日

夕刊発行のない日曜日以外は、希望の日に発行が可能です。
ただし、1販売店につき1日1社限定サービスとなります。また悪天候等の場合は一部翌日配布になる場合があります。

■ サンプル商品規定

規定フォーマットサイズ内、1点あたり重量10g程度まで。

※食品、飲料、健康食品などは配布できません。

■ 進行スケジュール

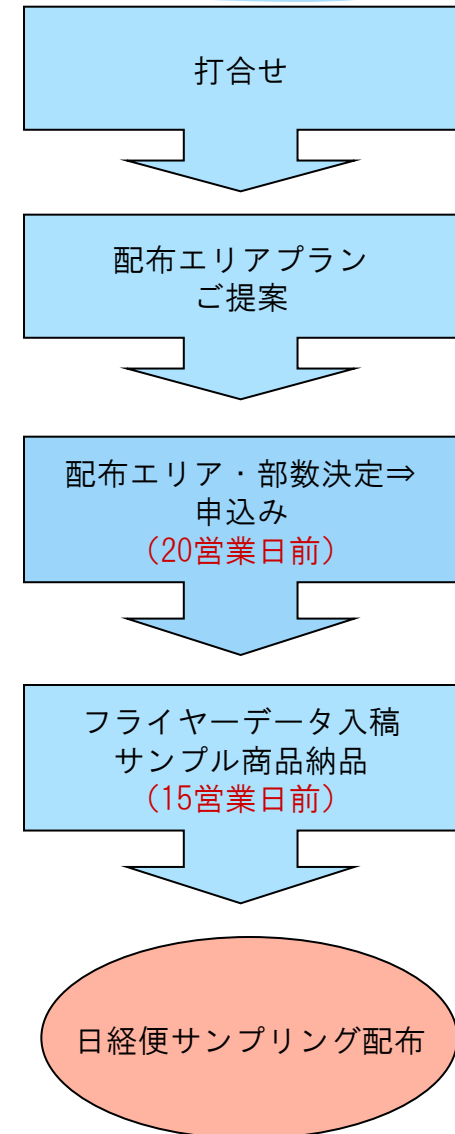
①発行申し込み

配布エリアおよび部数の決定…締め切り：配布日20営業日前

②フライヤーデータ入稿

サンプル商品納品…締め切り：配布日15営業日前

※配布数量によってスケジュールが変更する場合があります。



日経便サンプリング配布可能エリア/部数

日本経済新聞



<<地図凡例>>
 日経境界線 〰️
 日経部数/合計 (285900/285900)

COPYRIGHT (C) 2015 住友電気

2015年6月現在

日経便サンプリング 料金表

仕様	① 台紙無地/ フライヤー4C1P	② 台紙無地/ フライヤー4C2 P	③ 台紙印刷/ フライヤー4C2 P	④ 台紙無地/ フライヤー支給	⑤ 台紙支給 (コート紙のみ) フライヤー支給
単価	99円	103円	125円	80円	95円
台紙展開サイズ	257×184mm E F 両面白/抜き	257×184mm E F 両面白/抜き	257×184mm コート紙4C+E F 両 茶/抜き	257×184mm E F 両面白/抜き	257×184mm E F 両面白/抜き
台紙仕上サイズ	257×88mm	←	←	257×88mm	257×88mm
フライヤー展開 サイズ	257×182mm/コート 紙 4C1P二つ折り	257×182mm/コー ト紙 4C2P二つ折り	←	257×182mm	257×182mm
フライヤー仕上 サイズ	257×91mm	←	←	257×91mm	257×91mm
サンプル	1点/10 ² 程度 台紙に直接貼付け	←	←	←	←
OPP	260×95mm+30mm テープ付け	←	←	←	←

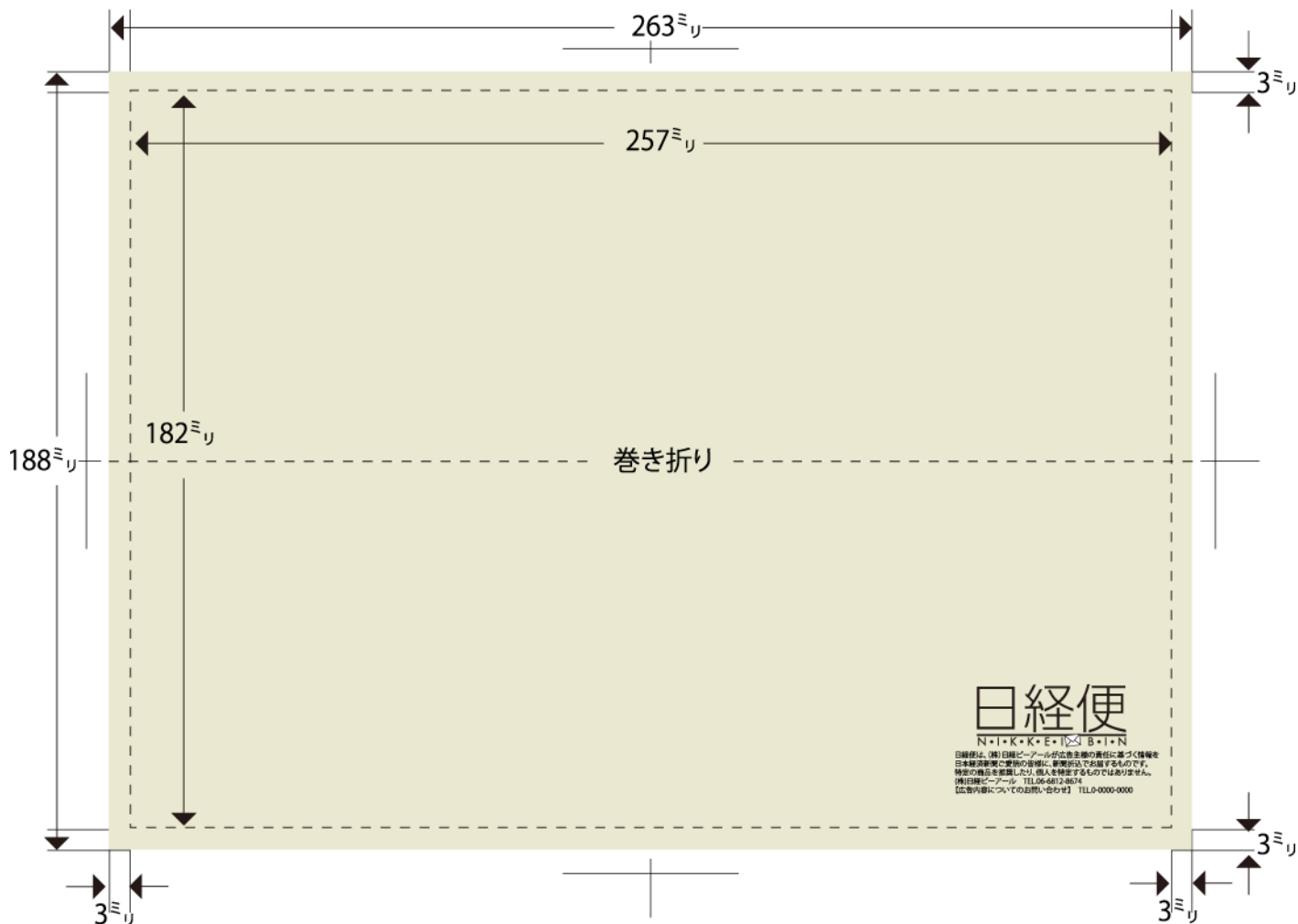
③、⑤の台紙印刷は段ボールに直接印刷ではなく、段ボールにコート紙を張り付け処理をします。

④はフライヤーをお客様から支給いただき、封入処理をいたします。

⑤はフライヤー、段ボール貼り付け用のコート紙をお客様から支給いただき、貼り付け、型抜き、封入処理をいたします。

※複数のサンプル添付については別途ご相談ください。

フライヤーデータ作成要項



●仕上寸法および版面寸法

仕上寸法

天地182[≒]mm×左右257[≒]mm

版面寸法

天地188[≒]mm×左右263[≒]mm

●入稿仕様

入稿データ Adobe Illustrator EPS

※ Illustrator CS3以上 (Win、Mac)

※カラーモード CMYK

※フォントは全てアウトライン化

※画像は埋め込み処理

※原稿に「日経便」のロゴマーク

および付帯文章を必ず配置ください。

(レギュレーション別途)

日経エリアバンクの紹介

日経エリアバンクは「狙った消費者に的確にメッセージが届くよう構築された地図情報システム」です。約500種類の地域情報をデータベース化。町丁目単位、新聞販売店配布エリア単位でデータを集計。ターゲット所在を把握することを可能としました。綿密な販促計画と効率的な発行エリアの設定を広告主に提案します。

日経エリア バンク

国勢調査、事業所統計などの地域特性分析による500m、1kmメッシュデータや新聞販売店単位データなどのさまざまなデータを合成。ブロックごとに密着した分析を行い、地域に潜む新しい力を探りながらマーケットを総合的に解明します。

情報提供メニュー

- 効果的なエリア広告の配布計画の立案
日経エリアバンクは多様な機能を用い、ターゲットに見合った新聞販売店のセグメントを可能にします。
- 地域環境のプロフィールを提供
きめ細かい豊富な地域情報を地図や表などの見やすいビジュアルで提供します。
- 商圏内での高額納税者の分布状況表示
- ポスティングの効果的配布計画
- テストマーケティングなど

収録データ

- 国勢調査 <出典：総務省統計局>
- 商業統計データ <出典：経済産業省>
- 事業所統計データ <出典：総務省統計局>
- 町丁目データ <出典：総務省統計局>
- オリジナルデータ <推計値>

エリアバンク利用例

- 地理分析
実際にエリア広告を投下する際には、ターゲット所在や地理特性の把握が大切です。エリアバンクを使用すれば、消費偏差値別、年齢別、住宅所有形態別、推計所得別など、状況毎に様々なデータを用い、地図表示やテキスト出力が行えます。エリア設定・管理を容易にします。
- 顧客履歴（レスポンス）分析
店舗ごとの来店調査、販促キャンペーンなどで収集された顧客情報のうち住所データを用いて、地図上で分布状況などを表示・分析することができます。
- 時間距離圏分析
自動車を利用した場合の到達範囲を「時間距離圏」として算出することができます。

日経エリアバンクならではのオリジナルデータ

独自のデータを用いて販売店エリア単位の消費者特性を数値化

日経グループの総合調査会社・(株)日経リサーチが行った“エリアプロファイリング調査結果”を反映し、販売店エリア別に算出したものを独自開発。日経新聞読者の商品の保有状況や購入傾向など販売店エリアごとに表しています。