

## 全国に取材拠点

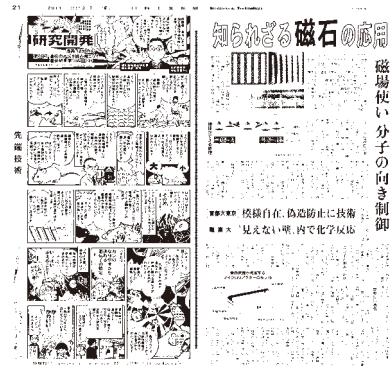
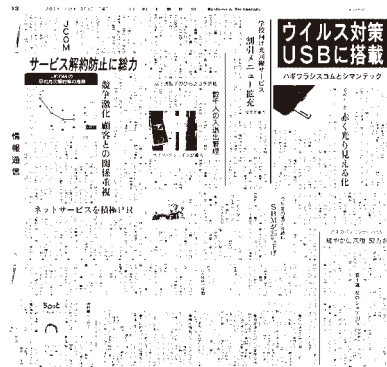
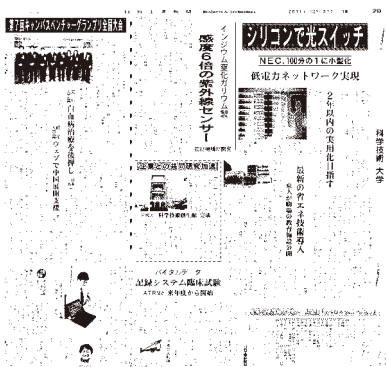
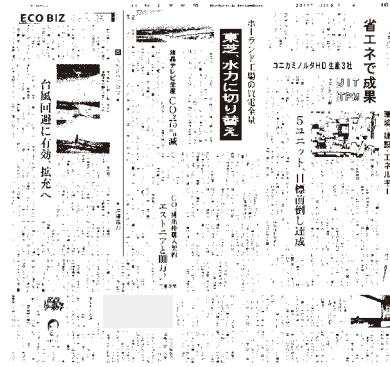
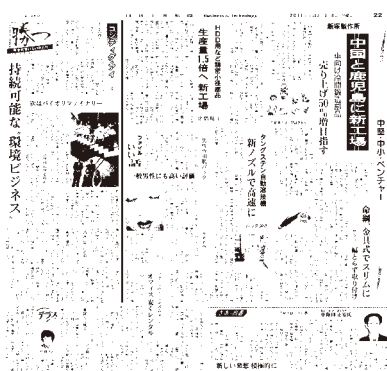
■本社及び東京・大阪・名古屋・西部の4支社を拠点に全国に37の総局・支局を配し、的確な情報を日々発信しています。



多彩な記事情報

●キーワードは「モノづくり」「技術」「中小企業」

- ・企業活動に必要な情報を毎日およそ250件掲載しています。
- ・大企業から中堅・中小企業までの企業ニュース、経済産業省をはじめ中央官庁から地方自治体までの行政と産業・企業に関わる動き、会社情報、トレンド情報が満載。
- ・「機械・ロボット・航空機」「自動車」「電機・電子部品」「情報通信」など業種・業界ごとに分けた面立てで、情報を分かりやすく整理し充実した内容を発信しています。



●日刊工業新聞発行部数(公称)

2011年3月1日現在

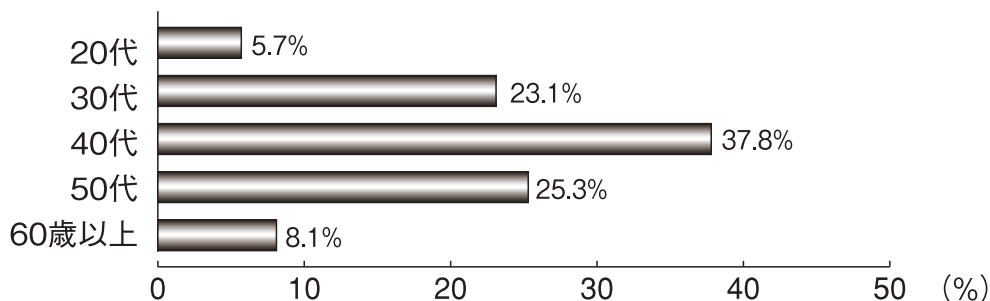
読者の92.7%が事業所で購読しています。また、東京を中心とした、神奈川、埼玉、千葉などの首都圏地域、さらには独自の産業振興と固有の地場産業を育ててきた地域では、日刊工業新聞が圧倒的に読まれています。

地域別発行部数

東北・北海道	18,119	4.29%	北海道	3,492	近畿圏	86,331	20.43%	福井	6,320						
			青森	892				滋賀	4,784						
			岩手	1,548				京都	11,128						
			宮城	4,812				大阪	40,711						
			秋田	1,027				大兵庫	19,208						
			山形	2,575				奈良	2,367						
			福島	3,773				和歌山	1,813						
首都圏	208,090	49.24%	茨城	9,400	中・四国	21,865	5.17%	鳥取	664						
			栃木	5,322				島根	876						
			群馬	6,340				岡山	5,008						
			埼玉	18,785				広島	8,989						
			千葉	11,381				徳島	937						
			東京	99,274				香川	2,420						
			神奈川	27,643				愛媛	2,070						
			新潟	5,281				高知	901						
			山梨	1,650											
			長野	7,506											
			静岡	14,127											
			海外	1,381											
			中部	56,932				13.47%	富山	3,851	九州・山口	31,270	7.40%	山福	2,946
									石川	2,909				佐賀	17,012
岐阜	5,501	長崎			1,512										
愛知	39,496	熊本			2,563										
三重	5,175	大分			2,233										
		宮崎			1,944										
		鹿兒島			1,337										
		沖縄	1,328												
			395												
計	283,141			計	139,466										
合計	422,607														

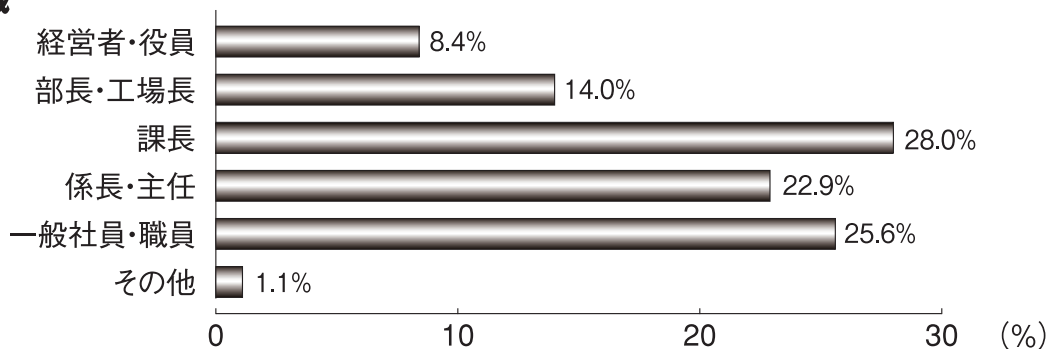
中堅・中核層を中心に、あらゆる年代で読まれています。

●年齢



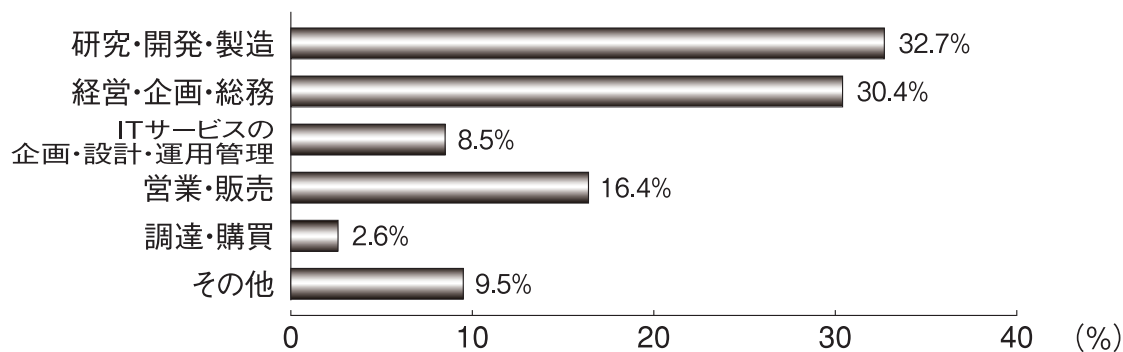
経営者から社員まで、企業のあらゆる立場の方々に読まれています。

●役職



研究・開発・製造や経営企画、営業担当者などが中心的な読者です。

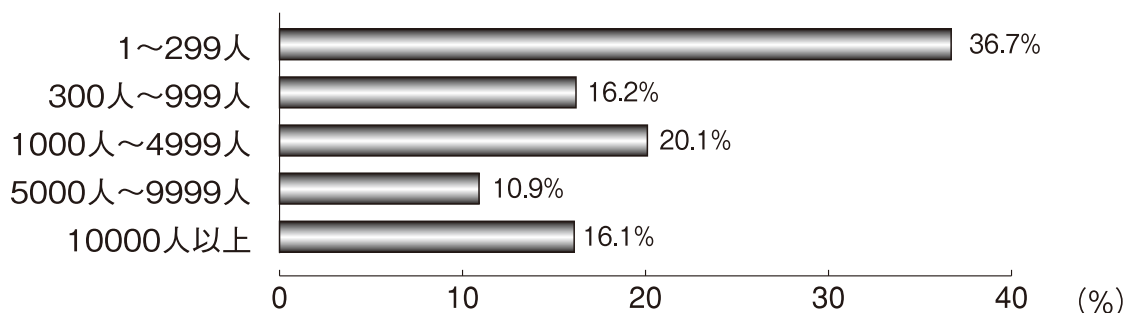
●職種



※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

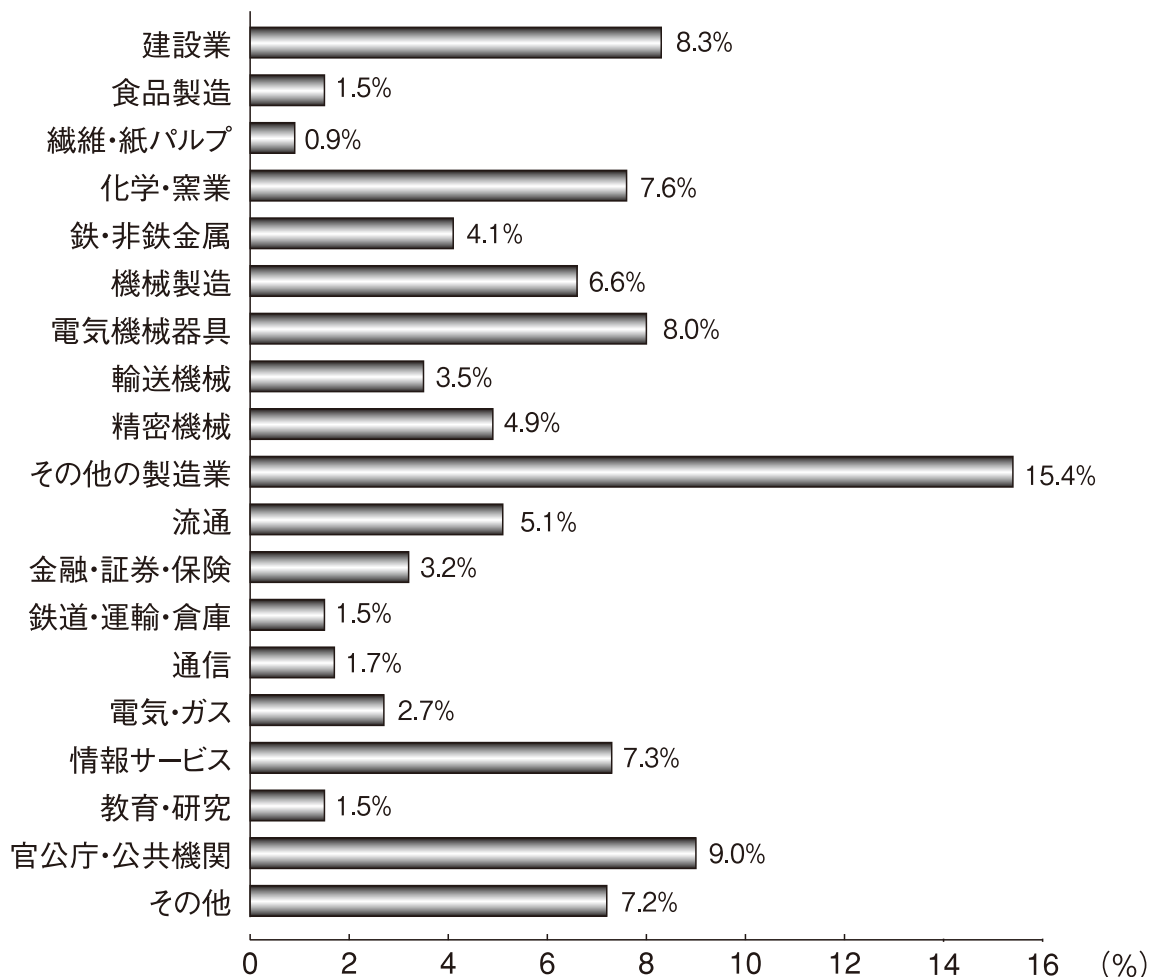
中堅・中小企業から幅広く支持されている媒体です。

●従業員数



機械・電機製造業や情報サービスなど産業界に幅広い読者をもっています。

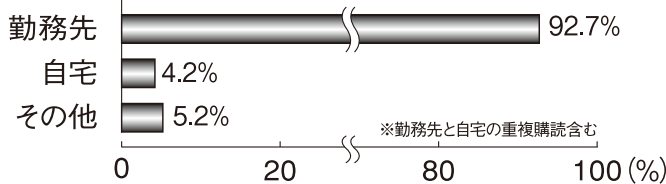
●業種



※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

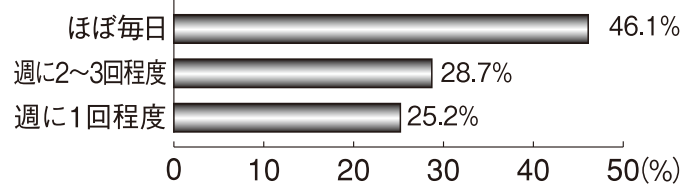
日刊工業新聞は企業で読まれている新聞です。

●事業所購読率

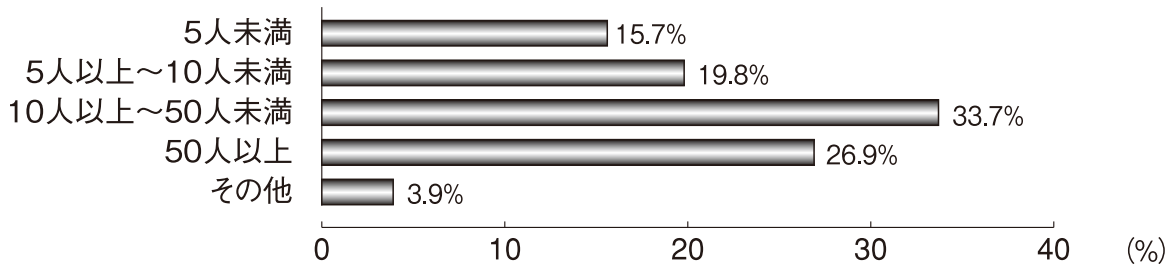


約5割が、ほぼ毎日読んでいます。

●購読頻度

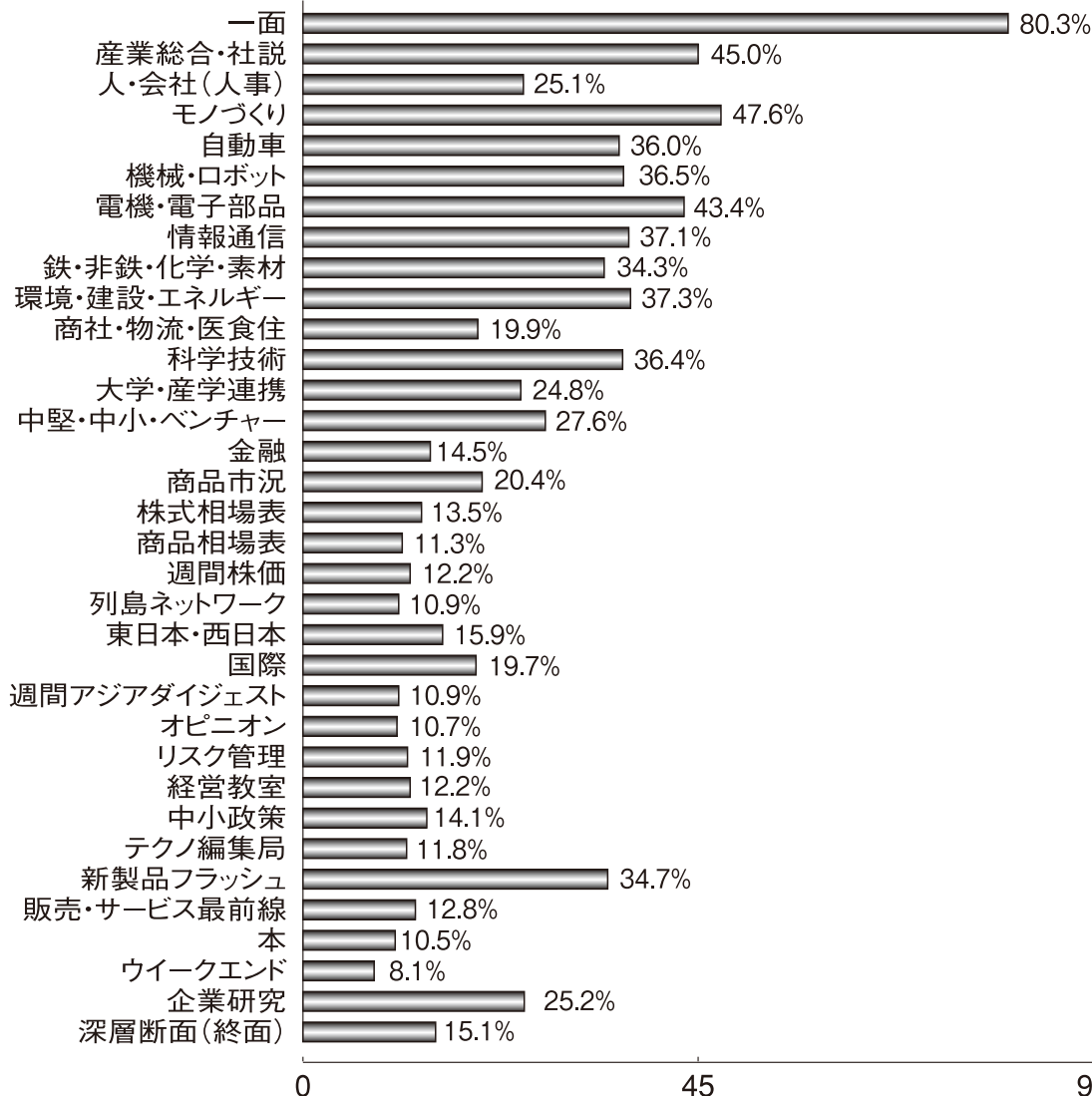


購読企業の約8割が、5人以上で回読しています。



科学技術、環境・エネルギー、モノづくり、機械・ロボットを中心に読まれています。

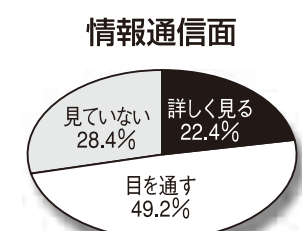
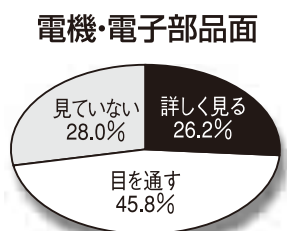
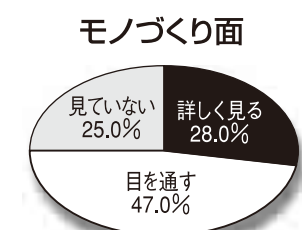
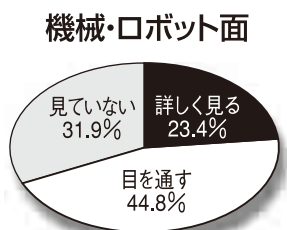
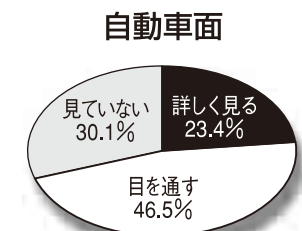
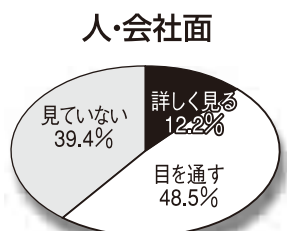
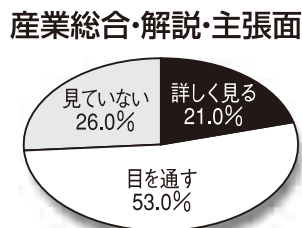
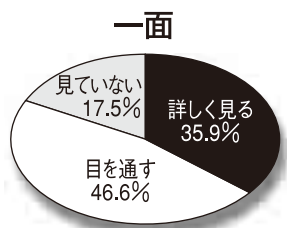
●購読面(複数回答)



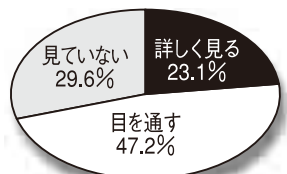
※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

日刊工業新聞の読者は広告にも高い関心を示しています。

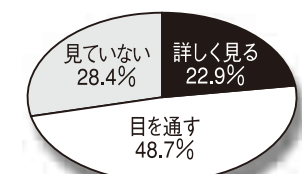
●面別広告閲覧状況(抜粋)



環境・建設・エネルギー面



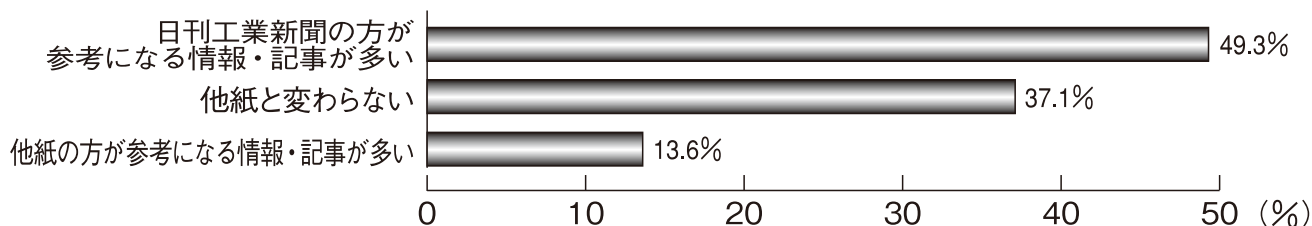
科学技術面



※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

他の業界紙・専門紙より参考になる情報が多い。

●有益情報



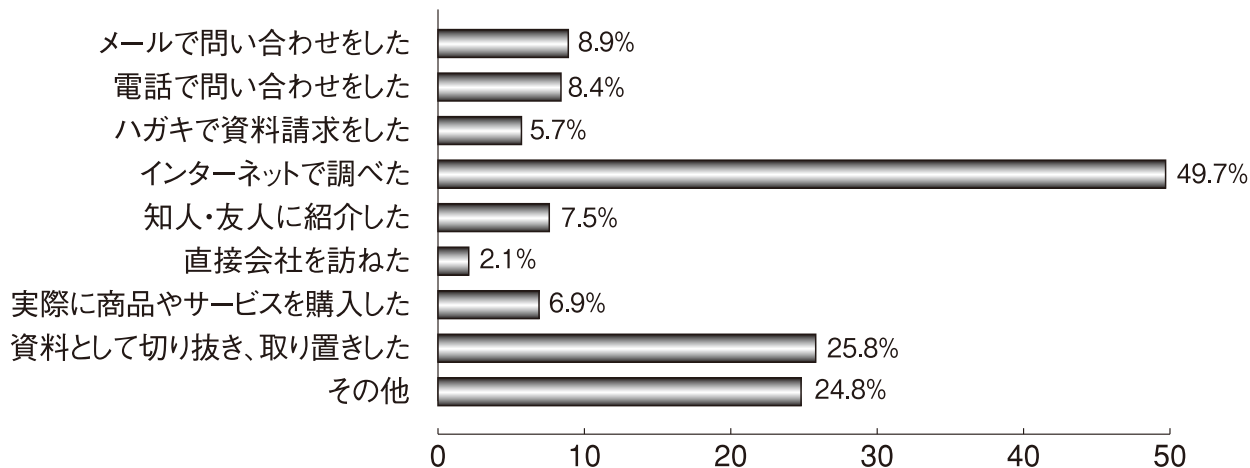
※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

ビジネスにつながるオリジナル情報でいっぱい(読者アンケートより)

- 顧客との技術開発動向の話題になると話が合い円滑な情報交換ができる。[経営企画部門]
- 大手だけでなく中小企業情報もあり、地方の企業についての記事を掲載されているところや、官公庁の情報についても役に立つ記事や情報が多く掲載されている。[総務部門]
- ネット上でもなかなか入手できないベンチャー系の新技術について記事があると、自社への技術導入に参考になることがある。[研究開発部門]
- 経済全般には大手経済紙が強いが、大手経済紙には一般的な記事が多く、専門的な側面に踏み込んでいないし、インターネット情報の方が早いので市況などの情報は陳腐化してしまってる。これに比べると、企業や大学の技術を取り入れている日刊工業新聞の記事は非常に新鮮な印象を受ける。  
[研究開発部門]
- 技術情報が産学あわせて読める点。[調達購買部門]
- 多方面の工業情報が一度に入手できることが、小さな会社の中ではうれしい。[製造部門]
- 自分自身では他紙(例:日経・日経産業など)を通常は読んでいないが、その他紙を読んでいる人達との会話で「日刊工業は隙を突いてくるね。」と感想が出たし、時折私自身読む機会があった時に同様の感じがあった。[製造部門]
- 具体的な事例を深掘しているのだからわかりやすく、仕事につながる事例も多く、参考になる記事が多い。  
[システム開発部門]
- 圧倒的なものづくりに関する記事の多さはメーカーに勤務する者として参考になる。[経営企画部門]
- 中小企業にも役立つ情報が多く、良い。[経営者]
- 部品や素材など、下請けメーカーの情報が他紙よりも圧倒的な点がビジネスに役立つ。[製造業/研究開発]
- 大手他紙に比較し中小企業に対する特集が多い点。広告掲載している企業が堅実な企業が多い点。  
[経営者]
- 全方位の情報を集約されており、研究部門のものにとっても関連分野をもれなくウォッチでき、重宝します。[研究開発部門]
- 新製品の情報とか企業の取り組みなどの情報がリアルタイムで得られますので、自分のビジネスモデルの参考にすべくなります。[調達購買部門]

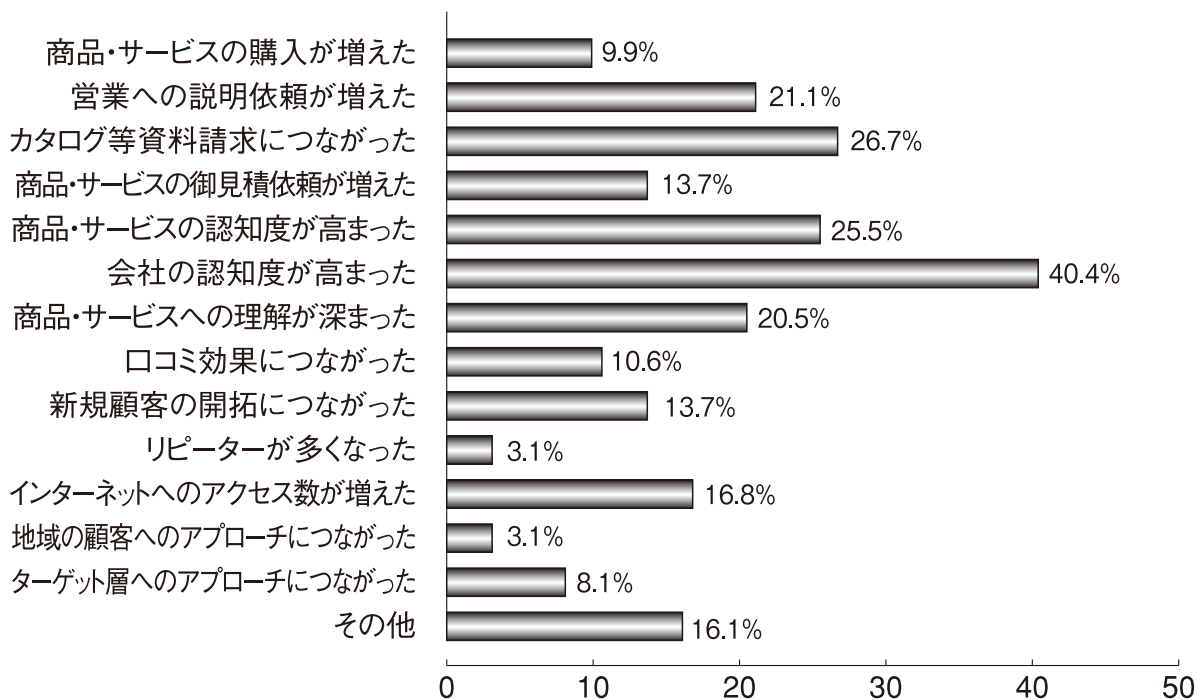
広告を見ている読者は問い合わせだけでなく、インターネットも使っています。

●広告を見ての購買行動(複数回答)



広告出稿は企業や商品認知度向上につながります。

●広告掲載後の反応(複数回答)



※2011年日刊工業新聞読者調査 (gooリサーチによるインターネット調査)

2011年日刊工業新聞読者調査

◎実施期間 2011年1月

◎調査方法 gooリサーチを利用したインターネット調査

◎調査対象 消費者モニター・給与所得者全員のプレ調査により抽出した日刊工業新聞購読者

◎有効回答数 813票

## 日刊工業新聞とは

- 大都市・地方を含め、全国に拠点を配している唯一の産業専門紙です。
- 大企業をはじめ、“モノづくり”を支える中堅・中小企業の製造業から情報・流通に至る幅広い産業界の圧倒的な支持を得ています。
- 記事量・広告量とも圧倒的な多さで、企業のビジネスに寄与しています。
- 主な読者は、購買決定権のあるトップマネジメント層及び技術・研究開発者です。
- IT（情報技術）がビジネスにもたらす変革をあますところなく、強力取材しています



**BtoB広告を展開する場合には、最も  
コストパフォーマンスの優れた新聞媒体といえます。**

## これからの日刊工業新聞

インターネットに代表されるコンピューターネットワーク社会の到来は、ボーダレスな大競争時代の到来を意味し、情報は高度化・多様化し瞬時に地球を駆け巡ります。

新聞は、最も足の遅い媒体と言えるかもしれません。

しかし、情報（記事・広告）が社会に与える信頼性では他のメディアではかなわない絶対的なものがあります。



日刊工業新聞は、「モノづくり・技術・中小企業」を中心に据え、全国の拠点から送られてくる一次情報の分析・加工、解説、予測記事の発信に、より一層の力点を置いていきます。時には、日刊工業の主張を交えた報道も含め、大企業から中小企業の企業ニュース、企業情報を満載し、読者が納得する「モノづくり総合紙」を目指していきます。

また、webの活用やシンポジウム・セミナーと連動したメディアミックスにより、より多くの企業に情報を発信していきます。