

ひょうごナンバーワンの発行部数 12の地域版で県内全域をカバーします

神戸新聞の地域版は、地方紙の中でも群を抜く多さ。地元に密着したきめ細かい紙面づくりに合わせて、個性豊かな地域特性に即した広告展開が可能です。

朝刊

夕刊

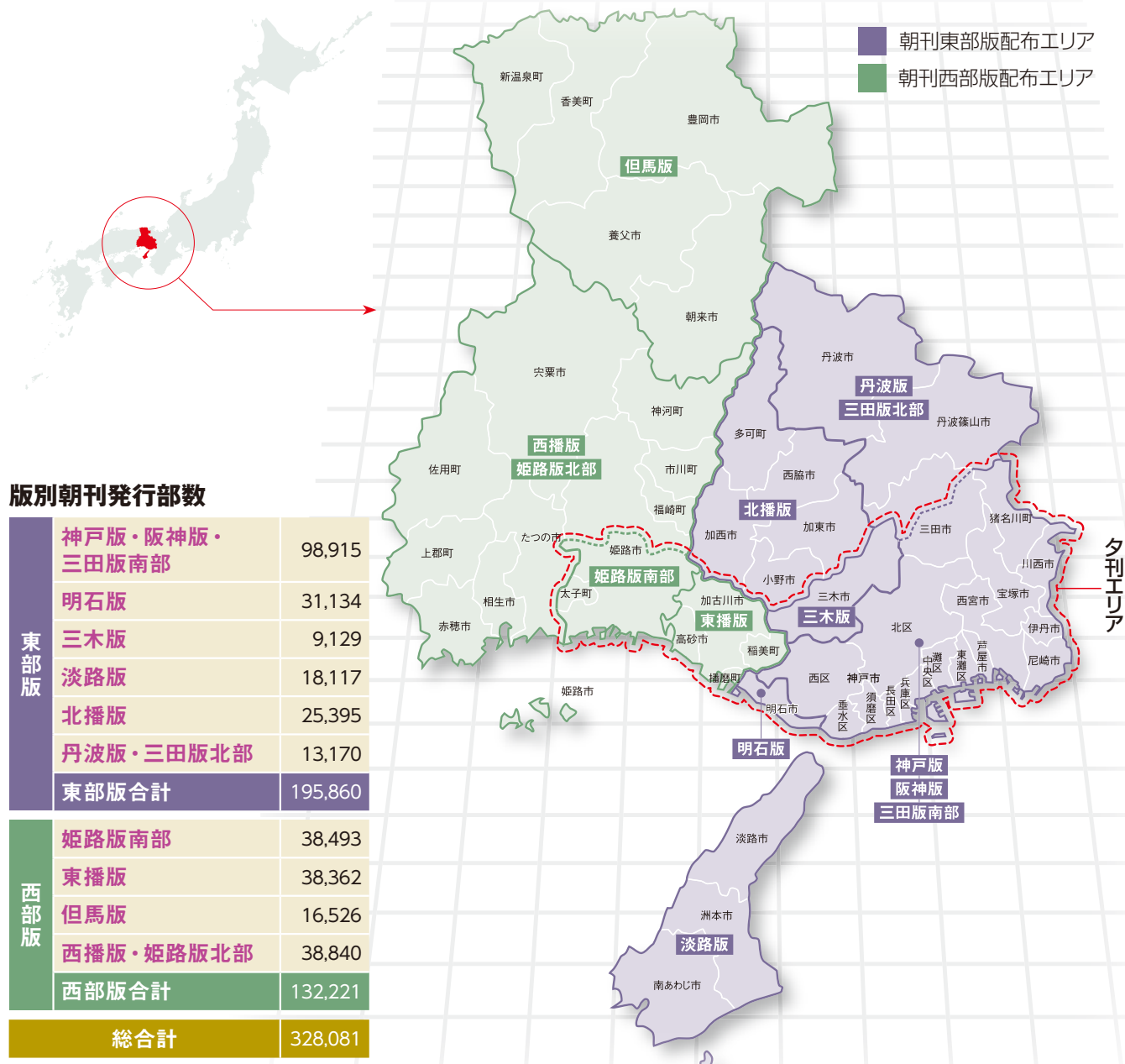
328,081部

83,816部

2025年4月
部数

県内推定総読者数 328,081部×2.5人（回読人数）＝820,203人

資料：日本新聞協会広告委員会「2015年全国メディア接触・評価調査」



ファミリー層に強い神戸新聞 幅広い世代の読者に愛読されています

神戸新聞を購読する世帯の平均人数は3.8人。他紙に比べて3世代以上が同居している家庭が多く、読者の年齢層の幅が広いのが特徴です。

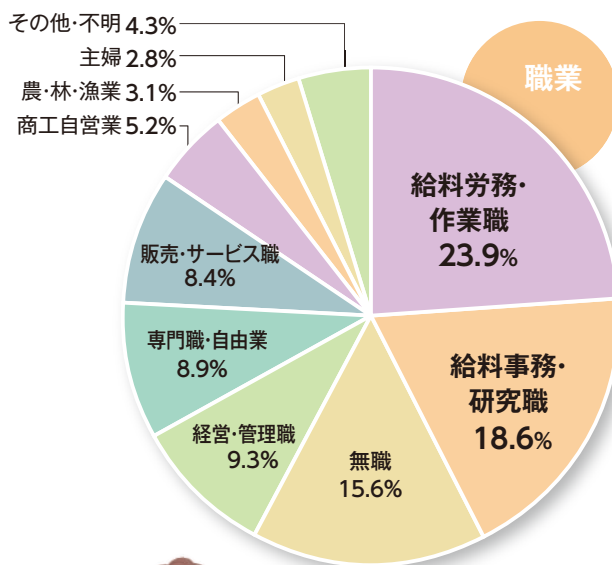
世帯主プロフィール

平均年齢 **53.3**歳

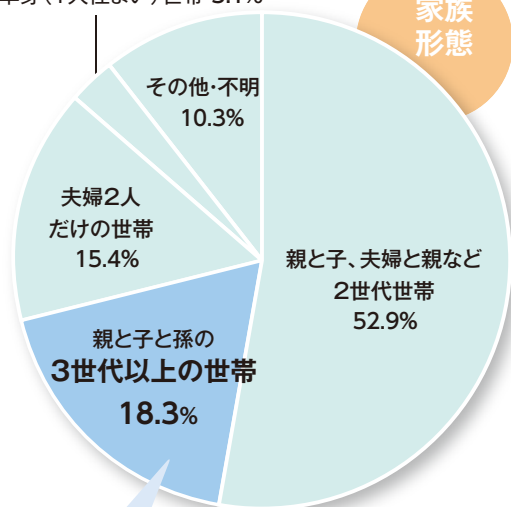
平均閲読時間 **23.9**分

購読期間10年以上 **55.5**%

神戸新聞の購読理由・きっかけ(複数回答)の半数は、「以前からずっと読んでいるから」というもの。「地元の広告がのっているから」を挙げた人も約4割に上り、広告への関心の高さがうかがえます。



単身(1人住まい)世帯 3.1%



全国紙5紙の平均は8.1%。読者に占める3世代以上世帯の割合は、神戸新聞がダントツです！

世帯の状況

同居家族の平均人数 **3.8**人

子どもやアクティブシニアのいる世帯が読んでいる神戸新聞だから、幅広い年齢層に訴えかけることが可能です！

読者世帯の中で子ども・高齢者が占める割合

	神戸新聞	全国紙5紙平均
乳児(0~2歳)	9.4	5.8
小学生	20.7	15.9
中学生	11.7	7.3
65歳以上の男性	28.4	20.8
65歳以上の女性	34.5	19.4

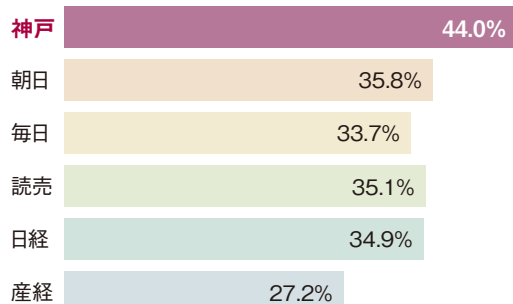
※ビデオリサーチ「第9回全国新聞総合調査 J-READ(兵庫県)」より

読者の信頼が厚い神戸新聞 レスポンスの高さも地域ナンバーワンです

新聞広告を見て積極的に行動に移す読者の割合が、他紙と比べて圧倒的に高い神戸新聞。紙面への信頼性が高く、家族や友人とのコミュニケーションツールとして浸透しているため、高い広告効果が期待できます。

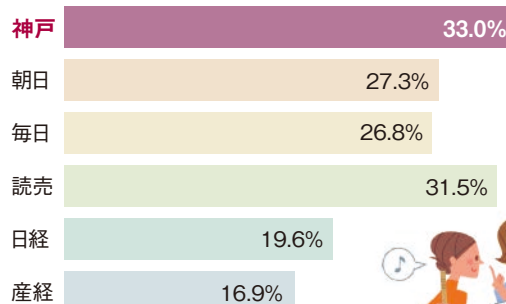
高い信頼を得ています

新聞は客観性・公平性が高い



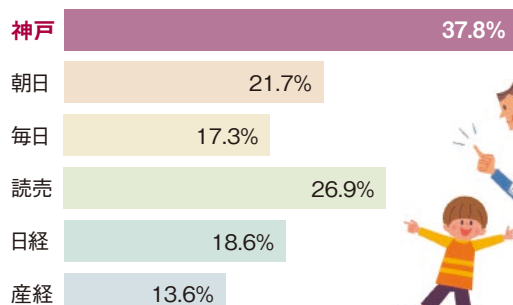
口コミ効果が期待できます

新聞広告は、買いたい商品などについて
家族や友人と相談する際に役立つ



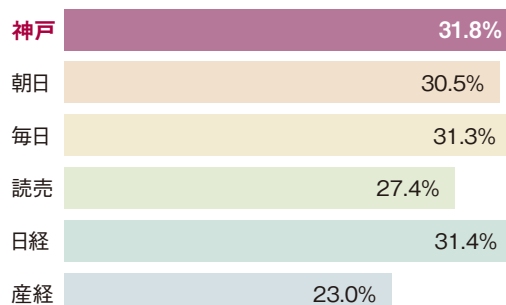
動員力があります

新聞広告を見て、地域の催し・イベントに行った



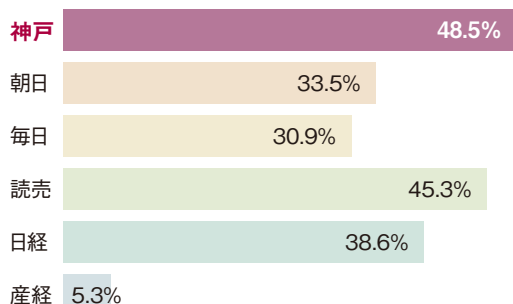
読者の購買意欲を刺激します

新聞広告を見て、百貨店・デパートに
買い物に行った



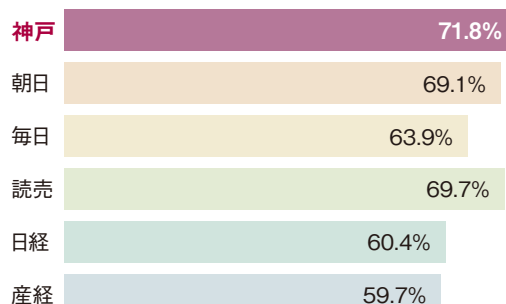
地元愛の強い人に支持されています

地域の行事や祭にはよく参加する



環境意識の高い人に読まれています

日常生活において省エネに気をつけている



上質な暮らしを好む県民性 消費意欲も旺盛です

おしゃれや自分磨きに熱心で、最新の情報をキャッチすることに積極的。ビデオリサーチ「第9回全国新聞総合調査 J-READ（兵庫県）」の調査結果からは、自らの生活を豊かにしてくれるモノやコトに対して出費をいとわない兵庫県民の姿が見えてきます。

典型的なひょうごファミリー



おしゃれとブランド物が大好き

- 全国1位 ▶ 着るものには気を使う方だ
- 全国1位 ▶ 1年間で高級ブランドショップを利用した

自分磨きを怠らない

- 全国1位 ▶ 1年間でカルチャーセンター・文化教室を利用した
- 全国3位 ▶ 資格取得の勉強をしている
- 全国3位 ▶ 1年間でエステティックサロンを利用した

情報に敏感で常にアンテナを張っている

- 全国1位 ▶ 新聞広告を見て、商品・サービスの内容をインターネットなどで調べた
- 全国3位 ▶ パソコンが得意な方だ



資産運用に積極的

- 全国3位 ▶ 1年間で株式・証券投資をした
- 全国5位 ▶ 資産運用にまわせるお金を人並み以上に持っていると思う

子どもの教育には出費をいとわない

- 全国2位 ▶ 1年間で学習塾・予備校を利用した
- 全国4位 ▶ よりよい教育を受けるためにはお金がかかっても仕方がない

おいしいものには目がない

- 全国2位 ▶ おいしいお店をよく知っている
- 全国3位 ▶ 味にはうるさい方だ



ゆとりある暮らしを満喫

- 全国3位 ▶ 1年間でオペラ・ミュージカル鑑賞をした
- 全国4位 ▶ 今の生活を楽しむためにお金を使う方だ
- 全国4位 ▶ 1年間で海外旅行をした



3つの海に面する兵庫県 地域の個性もさまざまです

北は日本海、南は瀬戸内海を経て太平洋に面する兵庫県。大きく5つに分けられる各地域は、地形、文化、風土ともにバラエティーに富んでいます。

基本データ

総面積 **8,400.94**km²

総人口 **5,400,418**人※1 全国7位

世帯数 **2,431,678**世帯※1

GDP **22兆1,952**億円※2 全国6位

※1 令和2年国勢調査

※2 内閣府「令和元年度県民経済計算」



神戸

港町として発展してきた神戸は、異国情緒あふれる街並みや六甲山、有馬温泉など見どころが多い全国屈指の観光都市。兵庫経済・産業の中心地でもあり、ポートアイランドにある神戸医療産業都市では医療を重点的な研究分野として、研究機関、企業、医療機関が連携して様々な取り組みを推進しています。



播磨地域

地域のシンボリック存在の世界文化遺産・国宝姫路城は、2015年「平成の大修理」を終え、今では外国人観光客も多く訪れる人気スポットです。最近では姫路おでんやホルモン焼きうどん、かつめしといったB級ご当地グルメも話題。また、祭りも盛んで、灘のけんか祭り、相生ペーロン祭は多くの観客でにぎわっています。



阪神地域

ハイカラでモダンな「阪神間モダニズム」が今も息づく阪神エリア。宝塚歌劇団の本拠地、宝塚大劇場や高校球児の聖地、阪神甲子園球場には全国から多くのファンが訪れ、谷崎潤一郎記念館、手塚治虫記念館といった文化施設も充実。



但馬地域

コウノトリの野生復帰の取り組みや、世界ジオパークに認定された山陰海岸、湯量の豊富な温泉と、豊かな自然環境を生かしたツーリズムで人気の但馬。但馬牛、冬の味覚の王者松葉ガニなどの特産が全国に知られています。



淡路地域

瀬戸内海国立公園に含まれ、自然美あふれる瀬戸内海最大の島には、一年を通じて花や緑を楽しめるスポットが点在。タイやタマネギ、淡路ビーフに代表される食材の宝庫でもあり、鳴門海峡の豪快な渦潮も有名です。



丹波地域

山々に抱かれ、昔懐かしい風景が広がる丹波。黒豆やマツタケ、クリといった山野の幸は全国ブランドとして定着しています。篠山の城下町や丹波焼の里のほか、恐竜の化石「丹波竜」や冬を代表する味覚「ぼたん鍋」が有名です。

全国1位の主な産業

酒米「山田錦」 全国シェア **71.3%**※3

ズワイガニ 全国シェア **27.6%**※3

線香類 全国シェア **41.1%**※4

手引きのこぎり 全国シェア **66.6%**※4

清酒 全国シェア **27.4%**※4

※3 農林水産省「平成26年産コメの農産物検査結果」

※4 経済産業省「平成25年工業統計調査」

数字で見るひょうご

都市公園面積 **42.7**km²※5 全国3位

潤いと安らぎのある良好な居住環境

公立病院・公的病院数 **56**施設※6 全国2位

充実の医療環境

幼稚園数 **731**園※7 全国9位

高い早期教育への意識

大学進学率 **58.6%**※7 全国4位

教育熱心で学習意欲が旺盛

※5 平成29年国土交通省「都市公園整備水準調査」

※6 平成27年兵庫県医療の現況

※7 平成30年文部科学省「学校基本調査」

兵庫県出身の有名人

▶あいみょん(シンガーソングライター) ▶阿久悠(作詞家、小説家) ▶朝原宣治(元陸上選手) ▶有村架純(女優) ▶香川真司(プロサッカー選手) ▶北川景子(女優) ▶田中将大(プロ野球選手) ▶谷川浩司(将棋棋士) ▶手塚治虫(漫画家) ▶野依良治(化学者、ノーベル化学賞受賞) ▶のん(女優) ▶東山魁夷(日本画家) ▶村上春樹(作家) ▶横山光輝(漫画家) など (五十音順)

「一般のチラシとは差別化したい」 という声にお応えします

ほかのチラシとは一線を画し、伝えたい情報を読者に効率良く届けるには、本紙に直接はさみ込むタイプのセクション版や地域広告版が最適です。

朝刊&夕刊セクション版

2ページまたは4ページ構成のセクション版は、読者からの注目度が高い媒体として人気の広告商品です。本紙からさっと簡単に抜き取ることができるため、紙面を保存してもらいやすいというメリットも。全ページカラーも可能で、タブロイド版とブランケット版のどちらにも対応。さらに、タブロイド版の場合は左開きもできるなど、選択肢に幅があるのも魅力の一つです（紙質変更の場合は要相談）。

タブロイド版



東灘だんじり新聞



ブランケット版



阪急交通社

地域広告版

配布エリアの細かな設定ができる地域広告版は、ターゲットをピンポイントに絞り込み、効率的な広告戦略に役立ちます。「神戸新聞」の題字も使用できるため、一般のチラシとの差別化、信頼性アップなどの効果も期待できます。また、印刷された紙面の持ち込みも可能です。



フェリシモ



神戸新聞の持つ機能をフル活用し 読者の心をつかみます

イベントへの高い動員力と、紙面への厚い信頼を誇る神戸新聞。その強みを生かしたタイアップ型の広告企画は、じっくりと読ませる内容で、伝えたいことを読者に的確に届けます。

事業実施&採録紙面

毎回多数の応募がある神戸新聞映画試写会をはじめ、シニア向けのセミナーや新1年生のつどいで入学おめでとう大会、私立中高展、食育講座など、年間を通じて神戸新聞が開催するさまざまな事業は、協賛企業からも高い評価を獲得しています。また、編集記事の制作システムを使ってイベント内容を採録したPR特集は、伝えたい情報を多方面に発信することができ、事業の完成度を高めています。



地エネと環境の地域デザイン

PR特集

取材、執筆、撮影という新聞社ならではの機能を生かして紙面を作成します。広告主と読者を結ぶ編集タッチの読み応えある紙面は、読者の興味・関心をかき立てるとともに、内容の信頼性アップにつながっています。



カミネ



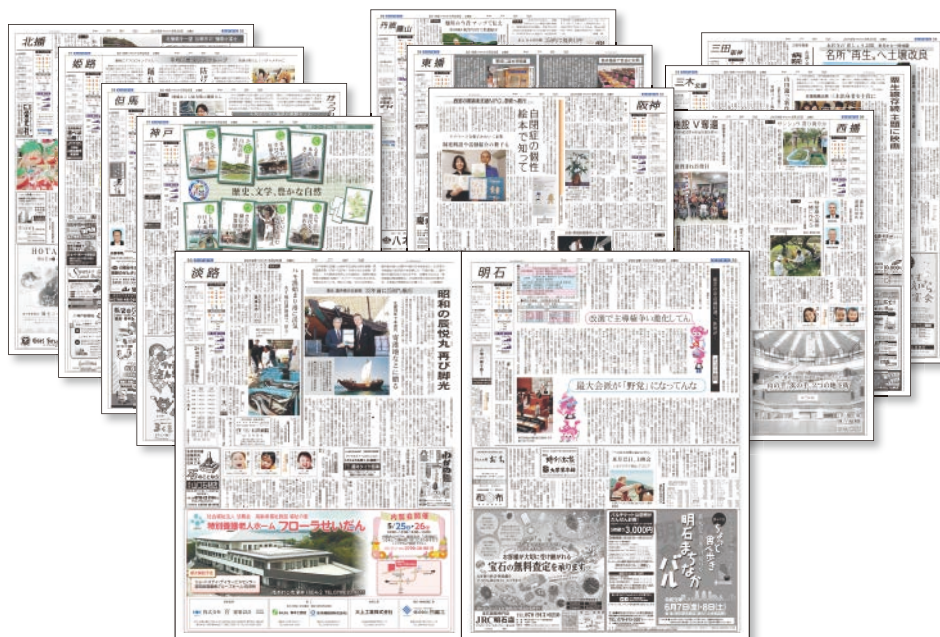
兵庫スバル

地域密着型の広告展開で 読者の好感度アップを狙います

地元紙として愛されている神戸新聞ならではの、地域に密着した企画と絡めた広告は、読者の目に留まりやすく、認知度や好感度のアップにつながる事が期待できます。

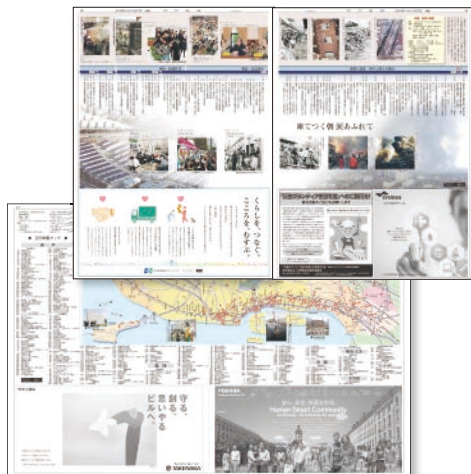
地域版連続紙面特集

地域に密着した情報を日々届けている地域版。兵庫県内12の地域で展開している地域版を一堂に集めた「地域版連続紙面特集」を、年2回、春と秋の新聞週間に実施しています。読者からは「普段はお目にかかれない他エリアの紙面が読める」と大きな反響があり、紙面への注目度もひときわ高いものになっています。



震災特集

1995年に甚大な被害をもたらした阪神・淡路大震災。復興を願い、また震災から得た教訓を忘れないためにも、翌96年から毎年1月17日には震災特集を発行しています。読者から大きな関心が寄せられる特集の一つです。



パーソナルアド

満1歳～7歳の誕生日を迎えるお子さん・お孫さんを対象に、誕生日をお祝いする「みんなのハッピーバースデー」企画。毎月たくさんの応募があり、かわいい笑顔が紙面を彩っています。



インターネットとの連動で ターゲット層にアピールします

地元精通した神戸新聞だからこそ提供できる、暮らしに密着した情報が盛りだくさんのウェブサイトを活用すれば、ターゲット層に広告をダイレクトに届けることができます。

神戸新聞NEXT

神戸新聞NEXTは神戸新聞の電子版サービスです。兵庫県内最大の取材網をいかした神戸新聞ならではの暮らしに密着した情報を、パソコン、スマートフォン、タブレット端末に届けています。

ライフスタイルが多様化する中で、自宅でゆっくり新聞を読む時間は限られています。通勤通学の途中や昼休み、少しの待ち時間など、いつでもどこでもすきま時間に様々な端末で新聞コンテンツを読んでもらうことを期待しています。

年間1億8000万回以上閲覧される関西最大級のニュースサイトには様々な位置に広告枠を設けてあり、様々なプロモーションで活用されています。



<https://www.kobe-np.co.jp/>

マイベストプロ神戸

マイベストプロ神戸は兵庫県の頼れる専門家・プロを紹介する地域密着型のWEBガイドです。

みんなが注目するまちの専門家171名からあなたにぴったりのプロをお探しいただけます。(2019年6月現在)



<https://mbp-japan.com/hyogo/>

よんななクラブ 47CLUB

「47CLUB」は全国の地元新聞社が実際に地域を巡り、見て、使って、食べて、「これはすごい!」と思った商品を紹介するお取り寄せサイトです。ネットはもちろん、新聞広告でも各地の逸品を紹介しています。



新聞広告



<https://www.47club.jp/>

広告主とのきずなを大切に ともに成長し続けます

神戸新聞では、多彩な広告展開をご提案するだけでなく、間接・直接的に広告主をサポートする体制も整えています。

神戸新聞LEADERS倶楽部

県内の有力企業、団体、教育機関など、地元を代表するトップの方と手を携え、さまざまな事業を実施しています。「業種を超えた活動や地域発信の強化により『オール兵庫』の力を結集し、兵庫の発展を目指す」を趣旨に、会員各社の理念



や近況、新商品開発などを紹介。また、年2回開催する「トップ交流会」では、著名な講師による講演会を行い、会員同士の懇親や情報交換の場となっています。

これまでにお招きした講師（肩書きは講演当時）

2014年	第1回	寺島実郎氏（評論家、日本総合研究所理事長） 世界の構造転換と日本の進路
	第2回	竹中平蔵氏（経済学者、慶應義塾大学総合政策学部 教授） 日本経済とアベノミクスの新段階
2015年	第1回	和田浩子氏（Office WADA代表） グローバルな人材の育成
	第2回	大仁邦彌氏（公益財団法人日本サッカー協会 会長） 日本サッカー発展のために
2016年	第1回	岡田彰布氏（野球評論家） 野球人生道一筋
	第2回	石破茂氏（衆議院議員・前地方創生担当大臣） “ひょうご”の未来像 ～多様な地域特性を活かしたまちづくり～
2017年	第1回	川淵三郎氏（公益財団法人日本サッカー協会 キャプテン） 夢があるから強くなる
	第2回	佐藤洋二氏（双日株式会社 代表取締役会長） 双日の経営体験と鈴木商店
2018年	第1回	宮内義彦氏（オリックス株式会社 シニア・チェアマン） 企業経営とリーダーシップ
	第2回	安藤忠雄氏（建築家、東京大学特別栄誉教授） 可能性をつくる
2019年	第1回	大山健太郎氏（アイリスオーヤマ代表取締役社長） ユーザーイン経営
	第2回	角和夫氏（阪急阪神ホールディングス代表取締役会長） 阪急のまちづくりと関西及び兵庫、神戸への期待
2020年	第1回	松本正義氏（公益社団法人関西経済連合会会長） コロナ禍を乗り越えて～関経連の取り組み
	第2回	南部靖之氏（パナソニックグループ代表） 淡路島での新しい生き方、働き方～淡路島ライフ&ワーク

デジタルサイネージ

デジタルサイネージを活用した広告・メディアビジネスで広告コンテンツをパッケージ化。地域や地域の交通機関にあるデジタルサイネージにニュース・天気予報を含めロール編成にて供給します。



「もっと近く、もっと深く」を編集・報道理念に 身近な暮らしの情報を届けます

他紙と比べて地元への関心の高い読者が多い神戸新聞。兵庫県唯一の地元紙として、地域に密着し、きめ細かい情報を提供する編集・報道姿勢が支持されています。

人気の連載コーナー

ひょうごの医療

2009年1月にスタートし、奇数月の土曜（朝刊）に掲載している長期連載「ひょうごの医療」。「建設的な問題提起があり、啓発性が高い」と評価され、優れた医学・医療記事に贈られる「第29回ファイザー医学記事賞」の大賞に選ばれました。同連載は、兵庫県内の医療現場を訪ね、病気ごとに最先端の治療法や医療機関の実績、患者の生活など、さまざまな切り口でレポートを続けています。



D-file ひょうご防災新聞

被災地の新聞として、「守れいのちを」をテーマに、震災・復興報道に取り組んでいます。防災・減災報道にも力を入れており、長期連載「D-file ひょうご防災新聞」を毎月掲載。自然の脅威を伝え、わたしたち一人ひとりに何ができるのかを提案しています。



イイミミ

読者と電話でお話したやりとりをそのまま紙面で紹介する「イイミミ」。編集局には、楽しかったこと、腹が立ったことなど、いろいろな声が届けられます。まさに、読者との井戸端会議。夕刊の名物コーナーとなっています。



読者の地域・地元への 関心の高さはダントツです

新聞記事の中で「地域・地元の社会・事件」を普段から読んでいると答えた人の割合

神戸	70.5%
朝日	58.0%
毎日	55.9%
読売	54.7%
日経	42.3%
産経	44.9%

※ビデオリサーチ「第9回全国新聞総合調査 J-READ（兵庫県）」より

調査概要

ビデオリサーチ「第9回全国新聞総合調査 J-READ」
 ▶調査エリア：全国47都道府県全域 ▶調査対象者：満15～69歳の男女個人 ▶有効サンプル数：全国計28,742名、兵庫県851名 ▶対象者抽出方法：RDD（ランダム・デジット・ダイヤリング）法 ▶調査方法：調査協力に応諾した対象者に自記入式調査票を郵送。記入後、輪送にて調査票を発送。 ▶調査時期：2009年10月18日（日）～10月24日（土） ▶調査主体：株ビデオリサーチ
 ※グラフ等の数値は、表章単位未満を四捨五入しているため、回答の合計が100%にならない場合があります。