

SANKEI メディアガイド 2024

CONTENTS

産経新聞社メディアビジネス局の取り組み 2

メディアビジネス局の資産ラインナップ 3

メディアビジネス局の注目プロジェクト

きっかけ	4
ハルメク365×きっかけ	8
産経新聞DXセミナー	9
フェムケアプロジェクト	11
#サステナアクション	12
ふくのわプロジェクト	13
「食」プロジェクト	14

産経新聞

読者プロフィール	15
販売部数・エリア	16
広告事例	17

メトロポリターナ

媒体概要	19
展開事例	20

産経ニュース

媒体概要	21
展開事例	22
FNNプライムオンライン パッケージプラン	23

お問い合わせ先 24

産経新聞社メディアビジネス局の取り組み

～産経新聞社がもつアセットを効果的に組み合わせ、社会課題の解決に繋がる提案を行います～

2024年4月、産経新聞社メディア営業局は「メディアビジネス局」へ生まれ変わりました。

近年ますます多様化・高度化するクライアントからのニーズに応えるべく、新聞社として長年培ってきた編集力と信頼力を強みにしながら、

さまざまな「産経アセット」を効果的に組み合わせた上で、社会課題解決に繋がるようなソリューションを提供します。

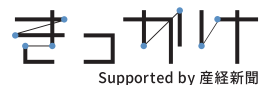
メディアラインナップ



産経新聞は2023年に創刊90周年を迎えました。時代におもねらず事実即し「モノを言う新聞」の姿勢を貫き、連続企業爆破事件の犯人グループ一斉逮捕や北朝鮮による日本人拉致問題などで、数々の新聞協会賞を受賞。これからも、自由と民主主義を守り、国益を第一に考える「正論」路線を大切にまいります。



最新のニュースを発信。速さに加えてニュースの深さも追及した、「ベストワンのニュースサイト」を目指します。コンテンツの執筆・編集・編成は現場実績の豊富な産経新聞社編集局の編集長、デスク、そして記者が担当することで、新聞紙面と変わらないクオリティを確保しています。



産経新聞社とクオン社が運営するオンラインコミュニティ。各コミュニティ内では、企業や団体の商品やサービスや認知拡大したいテーマなどについて、ユーザー同士が活発にコミュニケーションを行っています。ユーザーがコミュニケーションを交わすなかから生まれた声をニュースとして捉え、社会性を加えて発信する“ソーシャルマスメディア”No.1を運営コンセプトとして掲げています。



「マガジン×フリーペーパー×交通広告」の要素をもつ、首都圏で暮らす情報感度が高いアクティブ女性向けの月刊フリーマガジン。衣・食・住さまざまな角度から楽しむライフスタイルの提案をしています。2023年に創刊20周年を迎え、「フェムケアプロジェクト」や、持続可能な社会の実現に向けた「#サステナアクション」などさまざまなプロジェクトも推進しています。

メディアビジネス局のアセットラインナップ

～メディアビジネス局では社会課題解決のための「産経アセット」多数揃えています～

詳細は「産経メディアラボ」をご覧ください。

プロジェクト



#イベント #復興
大型食フェスの開催
や情報発信を通して、
日本の魚食推進
を図ります。



#DX #ウェビナー
DXをテーマに、職種や業界に特化し
たウェビナーを定期的に開催中です。



#ダイバーシティ
「100歳時代」の
社会課題解決を
目指します。



#SDGs #環境

編集特集と連動した広告を掲載することで、読者に自然なかたちでSDGsの取り組みを訴求する企画です。

Sankei Action 2030
今、未来のために



#SDGs #環境 #スポーツ
寄付された衣類をリユースし、
その収益金でパラスポーツ競
技団体を応援します。



#SDGs #ダイバーシティ
女性のココロとカラダのケア
を考え、相互理解できる社会
実現を目指します。



#SDGs #環境 #SNS
暮らしや環境をよりよくするモノ・コトを発信し、
持続可能な社会の実現を目指します。



#Web連動
#ダイバーシティ
シニア層の豊かなデジ
タルライフの実現を目指
す新プロジェクトです。

顕彰制度



#SDGs #環境
「産業の発展と地球環境との共生」をめざ
し、フジサンケイグループが創設しました。



#SDGs #イベント
地域医療を支える優れた
医師を表彰します。



#SDGs #教育
次世代の子どもたちに残したい
優良な児童書を表彰します。



#SDGs #教育 #イベント
優れた研究開発成果をあげた理工系学生と企業
の若手研究者、技術者を表彰します。



#イベント #メッセージ
千葉県の意欲的な中堅・中小
ベンチャー企業を表彰します。

都民の警察官

#メッセージ
東京都民の安全を守る優秀な
警察官を表彰します。

都民の消防官

#メッセージ
都民の生命と安全な生活を守るため、
特に功績のあった消防官を表彰します。

国民の自衛官

#メッセージ
「国民に感銘を与えた頼もしい自衛官」
「やさしい自衛官」などを表彰します。

コンテスト



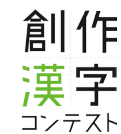
#教育 #イベント
高校生パティシエNo.1を決めるコンテストです。



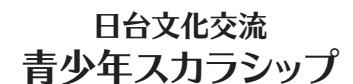
#教育 #イベント #復興
福島の特産品を使ったスイーツ
作りのコンテストです。



#教育 #メッセージ
「約束」に関するエピソードを
募集します。



#教育 #SNS
社会の世相や生活、夢を反映
した創作漢字を募集します。



#教育 #メッセージ
将来の日台友好に貢献する人材育成を目的に、台
湾をテーマにしたスピーチや作文を募集します。



きっかけ ソーシャルメディアNo.1を掲げたオンラインコミュニティ

「きっかけ」
トップページ



2020年8月に誕生した、産経新聞社と、ファンコミュニティ事業トップランナーのクオン社が共同で運用するオンラインコミュニティ。登録者数は63,000名を突破し（2024年4月時点）、多くのパートナーコミュニティが誕生しています。

ショッピングモールのようなイメージで発展していく「モール型コミュニティ」が特長で、ユーザーは「センターコミュニティ」「きっかけ」を中心にさまざまな会話やキャンペーンを楽しみながら、テナントにあたるクライアントの“パートナーコミュニティ”にも自由に参加・回遊しています。

「きっかけ」は、ユーザーがコミュニケーションを交わす中から生まれた声をニュースとして捉え、社会性を加えて発信する“ソーシャルメディア”No.1を運営コンセプトに掲げています。

センターコミュニティ 「きっかけ」トップページ



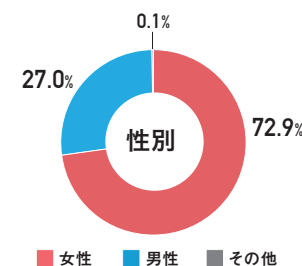
パートナーコミュニティ事例 「はじめて応援コミュニティ」 Supported by 大和コネクト証券



2023年7月、パートナーコミュニティ「はじめて応援コミュニティ」Supported by 大和コネクト証券が誕生。ライフステージの変化の中で、よりよい未来を考えながら、お金や投資にまつわる本音を語り合うコミュニティです。

「きっかけ」会員属性

「きっかけ」は、20～40代の女性を中心に、幅広い世代の方にご利用いただいています。



「きっかけ」から生まれた声を記者と専門家が分析し、ニュース記事として発信する「きっかけ面」を毎月掲載中です。

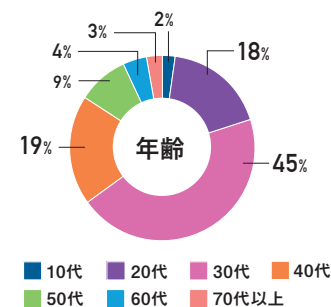


産経新聞朝刊 2024年1月30日付



コミュニティから生まれた会話を分析し、ニュース性と社会性をプラスして発信！

産経ニュース「きっかけ」
特設ページはこちら



※2024年2月末データより





きっかけ 活用事例

自社のマーケティング活動に活かせる 分析結果が高評価

「きっかけ」
トップページ

事例①

約1年間蓄積した発話データから、 ユーザーの共感ポイントを解析。 分析結果が大反響！

「#銭湯へゆこう Supported by 牛乳石鹸」は、日本の伝統文化である「街の銭湯」の良さを語り合い、その魅力を次代に伝承することを目指しています。約1年間蓄積したコミュニティのデータ分析から、「ユーザーが銭湯に行くようになるための3つのポイント」を発見。①銭湯に関するちょっとした疑問を解決することが共感のきっかけになること②銭湯のヘビーユーザーは銭湯の魅力について、設備や具体的な楽しみ方を語る一方、ライトユーザーは「ノスタルジック」「レトロ」など雰囲気語る傾向にあること③銭湯によく行く人は1人で焼き肉やカラオケに行くなど「ソロ活」を好む傾向にあることが分かりました。このような分析結果を、銭湯関係者が集う「第1回おふる屋会議」でプレゼンテーションしたところ、大きな反響がありました。



プレゼンの様子

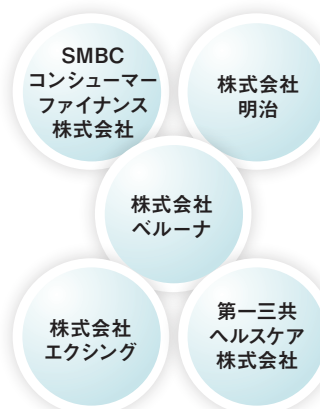
POINT

定点での態度変容調査結果と、コミュニティのコメント、行動データをもとに消費者インサイトを発見。

事例②

「きっかけ」をお得にお試し！ “きっかけのきっかけ”プランも運用中

「コミュニティって具体的にどんな風に活用できる!?」「コミュニティに興味はあるけど、どんな展開が盛り上がりそう!?」そんな声にお応えするべく、コミュニティの魅力をお試しいただける“きっかけのきっかけ”プランを運用中です。



「きっかけ」ユーザーに対して、貴社商品・サービス、業界の話題などについて知っていることや、簡単な紹介に対しての率直な意見・感想、コメント、アイデアなどを募集します。

簡易レポートを納品。コメントの簡易分析を行うことで、貴社商品・サービス、業界の話題に関する「ホットワード」、「キーワード」や、コミュニティに生じる対話データを、AI（共起アルゴリズム）が読み込むことで、貴社にまつわる共感ストーリーや、その背景を辿ることができます。



きっかけ イベント事例 ユーザー参加型のイベントを運営しコミュニティを活性化

「食と農のみらい
コミュニティ」
トップページ



事例



一般社団法人全国農業協同組合中央会（JA全中）



「食と農のみらいコミュニティ」は、「国消国産」について考えるコミュニティです。2023年4月には国産の農産物の魅力を知っていただくことを目的に、ユーザーが実際に田植えや稲刈りなどお米作りを体験する「ひとくち農家プロジェクト」を始動。クラウドファンディングで100万円以上の支援金を集め、5月に田植え、9月には収穫祭イベントを実施。賛同者向けに10月にはプロジェクトの報告を兼ねたオンラインイベントも開催しました。イベント開催を通して、コミュニティも活性化されています。



産経新聞 2023年11月10日付



オンラインイベントの様子



ほとんどの参加者が初めて田植えを体験。稲刈りまでの間、コミュニティでお米が育つ様子も報告し、自分が育てたお米を食べる喜び、農業の魅力を体験しました



クラウドファンディング出資者にはお米を届けました



コミュニティに関連したイベントは、コミュニティの活性化につながるだけでなく、ユーザーの企業に対するロイヤリティや理解度アップに大きく貢献します。



きっかけ イベント事例 自治体の魅力を引き出す 「地方が気になるコミュニティ」が好評

「地方が気になる
コミュニティ」
トップページ



事例①

● 栃木県

「地方が気になるコミュニティ」では栃木県の魅力を発信するだけでなく、子育て世帯や女性といったターゲット別のセミナーを計4回開催。参加者募集から運営、配信までワンストップで行う質の高いセミナーが高評価をいただいています。



実際に栃木に来て魅力を感じてもらおうツアーを開催。インフルエンサーもツアーに参加し、SNSでツアーの様態を発信したり、ダイジェスト動画をまとめて移住サイトに2次活用していただくことで、参加者以外にも広く訴求しました。



事例②

● 茨城県取手市



きっかけ取材班が取手市の魅力取材し、「地方が気になるコミュニティ」にて取材レポートを投稿。



メトロポリターナで特集を掲載。誌面を冊子化し同市の移住パンフレットとしてご活用いただいています。



事例③

● 茨城県ひたちなか市



移住体験会を企画し、「地方が気になるコミュニティ」で参加者を募集。夏と秋の2回にわたって同市を訪れてもらい、季節ごとの魅力を体感してもらうモニター体験会を実施しました。参加者のリアルな声をまとめたレポートをコミュニティに投稿し、その投稿に寄せられたコメントを分析。コメントは890件以上集まり、同市の魅力を表すキーワードをユーザーと共創。体験会の模様と参加者のコメントはメトロポリターナのタイアップ広告に活用しました。



ハルメク365
h a l m e k サンログコ

×
きこたけ
Supported by 産経新聞

ハルメク社との協業プロジェクト シニア層の豊かなデジタルライフの実現を 目指す「スマホチャレンジ企画」が誕生



ハルメク社と産経新聞社が持つ
ノウハウやリソースを
かけ合わせた協業新企画

シニアマーケティングに強いハルメク社と協業して、「シニアの豊かなデジタルライフ」を促進し日本全体がより良い社会となることを目的に、新プロジェクト「スマホチャレンジ企画」が2024年4月に誕生。ハルメク社と産経新聞社が持つノウハウやリソースを掛け合わせてシニア世代のスマホリテラシーの向上を応援する企画です。ますます加速するデジタル社会から取り残されないために、シニア層に寄り添い応援していく新プロジェクトにご注目ください。

今後の取り組み（予定）

特設サイト
開設

タイアップ
や編集記事の
配信

体験会の実施

冊子制作

スマホを
使いこなそう



体験動画の
制作・納品

きっかけ
コミュニティでの
活動

コミュニティから
得たレポートの
活用

ハルメク365
h a l m e k サンログコ

シニアマーケティングに特化し、全国のシニアの全世代に訴求可能な媒体を持つハルメク社のシニア向けコミュニティプラットフォーム。シンクタンクで蓄積したシニアインサイトを活用し、スマホリテラシー向上に向けてさまざまなアプローチを展開中。



「ハルメク365」のトップページ

「ハルメク365」属性

月間PV数

617万

月間UU数

294万

(2024年2月末実績)

きこたけ
Supported by 産経新聞

2020年8月に誕生した、新聞社初のオンラインコミュニティ。コミュニティ内で交わされた発言をヒントに、商品・サービスの課題解決に貢献。

ハルメク読者でスマホリテラシー
向上に関心のある多様な人が参加

コミュニティで実施した施策について、発言の傾向・特徴的な発言のピックアップ等をご報告。



スマホの使い方
を知りたい

家計簿アプリ
について知りたい

電子マネーの
使い方って？

セキュリティ
対策って？

スマホを活用した
家電製品は
どうするの？

通信環境を
整えたい！

スーパー/買い物
お届けサービスに
興味がある

THE SANKEI NEWS
ONLINE SEMINAR

産経新聞DXセミナー

DXをテーマに、職種や業界に特化したウェビナーを実施
～新聞社の媒体力をいかしたセミナープログラム構築・講演者が魅力～「産経ニュースDX大解剖」
特設ページ

産経ニュースでは「DX（デジタルトランスフォーメーション）」をテーマに特集を展開しています。

特に近年はビジネス向けのウェビナー「産経新聞DXセミナー」事業を強化し、定期的の実施中です。産経新聞・産経ニュースを中心に、専門メディアとも協業し集客。毎回多くの方に申込・視聴いただき、スポンサーとユーザー双方から高い評価を得ています。

産経新聞DXセミナー事例

● リスキングによる「DX人材育成」と
エンゲージメントの高い組織づくり 2023年7月26日開催

協賛：株式会社SmartHR / 株式会社ラーニングエージェンシー / 株式会社Schoo /
株式会社カオナビ / 株式会社ヤプリ



「DX大解剖」特集 スポンサーコンテンツ事例

● 株式会社ブイキューブ 2022年10月24日配信



「ウイズコロナ」でオンラインとリアルが絡み合う働き方で注目が集まる防音個室ブース「街かどテレキューブ」取材して、産経ニュースへ配信しました。

2023年度「産経新聞DXセミナー」開催実績

23年5月	「バックオフィスが利益を生む戦略部門に変わる～ペーパーレスから始まるデジタル変革のすすめ～」
6月	「真の営業力強化につながるDX」～業務改革・業績アップに導くデジタル活用術～
8月	「DX・AI時代のサイバーセキュリティレジリエンス」～DX推進に求められるセキュリティの検知・対処・復旧の方法とは～
9月	「守りから攻めへ 不動産DXで収益を上げる～データを活用した業務改革から顧客体験価値の向上へ～」
10月	「物流DX『2024年問題』を乗り越えるテクノロジー最前線」
11月	「失敗しない経理DX Vol.3 改正電帳法対応から経理を戦略部門へと変革する」
12月	「生産性向上・担い手不足解消に繋がる建設業界DX最前線」
24年1月	「人的資本経営2024 ～キャリアオーナーシップとウェルビーイングによる組織づくり～」
2月	「関西のDX最前線～企業成長に繋がる攻めと守りと笑いのDX～」
3月	「次世代を創る 中堅・中小企業のDX戦略」

DXセミナー
事例紹介

POINT

テーマを絞り、定期的にウェビナーを開催することで、ターゲットの含有率が高く質の高いリードを獲得可能です。



産経新聞DXセミナー 2024年度も定期的な開催を通してリードを強化

「産経新聞DXセミナー」
プロジェクトページ



DXセミナーの強みと特徴

- ✓ ターゲットに合わせた集客力と実績数
- ✓ ターゲット含有率とリード獲得件数の多さ

協賛社の
声



他の協賛セミナーに比べて
アンケート回答数が多い

他の協賛セミナーに比べて
新規のリードが獲得できている

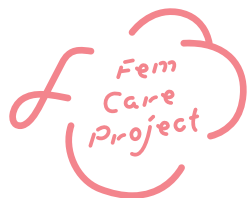


定期的にさまざまなテーマで開催しているの
でテーマに応じて協賛を検討しやすい



2024年4月～9月・産経新聞DXセミナー企画予定一覧

開催予定月	ターゲット（職種・業種／所属企業規模）	セミナータイトル
24年4月	自治体のDX推進部門（県～市町村）	加速する自治体DX～全国各地の先進事例を徹底深掘り～
5月	経理・財務部門（中堅・中小企業／1000名以下）	経営に効く攻めの経理DX～AI時代を見据えた業務改革と心得～
6月	小売業のDX推進部門（大企業／1000名以上）	小売・店舗ビジネスのDX戦略～多店舗経営の業務効率化と顧客体験価値の向上～（仮）
6月	人事・HR部門（中堅・大企業／300名以上）	人材マネジメントの新潮流～エンゲージメント向上とリテンション戦略による組織力強化～（仮）
7月	建設業のDX推進部門（中堅・中小企業／1000名以下）	「2024年問題」への処方箋（建設編）建設DXと働き方改革のすすめ～現場の生産性を上げる業務改革ツール活用ガイド～（仮）
7月	物流業のDX推進部門（中堅・中小企業／1000名以下）	「2024年問題」への処方箋（物流編）運輸・倉庫業務に求められるデジタル活用と業務変革最前線（仮）
8月	情報システム部門（大企業／1000名以上）	セキュリティマネジメント再考～生成AI・クラウド活用に潜むセキュリティリスク～（仮）
9月	製造業のDX推進部門（大企業／1000名以上）	製造業DX大解剖～サプライチェーンの生産性と付加価値を高める先端テクノロジー～（仮）
9月	経理・総務・労務部門（中堅・中小企業／1000名以下）	総点検・バックオフィスDX～経理・総務・労務業務の最新トピックとデジタル活用事例～（仮）



フェムケアプロジェクト

女性のココロとカラダのケアを考え、相互理解できる社会実現を

「Fem Care Project」
特設ページ



2021年10月、女性の心と身体の「ケア」を考え、よりよい未来に繋げることを目的にした「フェムケアプロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトでは、家庭や職場、学校などの場面で、誰もが当事者として互いに語り合い、理解し合い、寄り添うことのできる社会の実現を目指しています。「metropolitana」や「産経新聞」を中心に、そうした意識と行動を促す情報やイベントを定期的に発信中です。



紙面やWeb、イベントで
定期的に情報発信！
課題解決に挑戦します。

取り組み①

インタビュー連載「フェムトーク」

「metropolitana」編集長が女性の健康や働き方などについて、フェムテック・フェムケアの専門家やトップランナーにインタビューする連載誌面。女性のみならず、多様な生き方を尊重し、応援するたくさんの人の思いに触れてきた人気連載企画です。



取り組み②

全社で取り組む横断プロジェクトへ

2022年4月から、産経紙面で「みんなで考える思いやりのカタチ」をスタート。男性の健康課題も取り上げることで、女性の体やライフステージに関わる悩みを、個人の問題ではなく社会の課題として捉えていくことを目指します。



取り組み③

「国際女性デー」にオンラインイベントを2日間開催

3月8日の「国際女性デー」に合わせて「知って、やさしい一歩!」をコンセプトに、メトロポリターナ、産経新聞、産経ニュース、フェムトークコミュニティなど媒体を横断して広く情報を発信しました。さらに8日・9日に開催したオンラインイベントでは、5つのテーマに沿ったセッションを配信。専門家や著名人の方々を招き、多くの方に視聴されました。



取り組み④

「国際女性デー」にプロジェクト初の特別紙面を展開

「国際女性デー」当日、「フェムケアプロジェクト」による特別紙面を発行しました。国連が定めた国際女性デーのシンボルフラワーのミモザをあしらったデザインで新聞を丸ごと包み、男女が会話をするイラストを点線に沿って折り込むと、新しいメッセージを読める仕掛けを展開。全部は分からなくてもまずはお互いを知ろうとすることが「やさしさ」の一歩であることを伝えています。SNSやニュース番組で話題になりました。



XLive事例

●富士製薬工業株式会社

メノポーズ週間に「更年期」のココロとカラダを知るトークライブイベントを開催

2022年10月のメノポーズ週間に「更年期」をテーマにしたトークライブイベントを開催。ゲストに芸人・友近さんと産婦人科医・高尾美穂先生を招き、更年期の心や体の状態について理解を深めました。

開催告知や採録などを多くの産経メディアで発信することで、本イベントの視聴回数は70万回を超えました。



2022年10月25日配信
産経ニュース
スポンサードコンテンツ



2022年10月号 metropolitana

#サステナアクション

#サステナアクション

インフルエンサーとの共創マーケティング

～暮らしや環境をよりよくするモノ・コトを発信し、持続可能な社会の実現を～

#サステナアクション
コンテンツ一覧

誰もが身近にできる「人の暮らし（生活）や社会、環境をより良くするちょっとしたアクション」を「#サステナアクション」と称し、SNS上でハッシュタグを使って発信。サステナブルな社会のためのアイデアを集め、一人一人が気軽に実践できるような環境づくりを目指しています。



サステナブルなアクション事例を、SNSや誌面で定期的に発信中！

取り組み

サステナブルビジネスの価値を
広く伝えるインタビューを
「metropolitana」で掲載

企業のSDGsの取り組み等を取り上げ、読者に伝える連載「あなたの会社の#サステナアクション」を不定期で掲載しています。



「産経新聞」や「産経ニュース」で
発信し、より多くの人に情報を伝えます



イベント事例

「#サステナアクション Vol.2」を開催

2023年11月、プロジェクト2回目のイベントを都内で開催。2部構成で行われた第1部では、約60名の大学生を招いて持続可能なカカオの生産について、第2部では感度の高い約30名のインフルエンサーを前にサステナブルな食料システムの構築についてセミナーを行いました。

テーマに沿って深掘りした内容を伝えることで、効果的なUGC（UserGenerated Contents＝ユーザー生成コンテンツ）を生成・発信しました。

● 農林水産省

同省が推奨する「みどりの食料システム戦略」に関する詳細な説明とトークセッションを行いました。イベントを通じて、農林水産省の活動や、環境にやさしい農業の重要性を知り、それぞれ自身のSNSを通じて農林水産省の取り組みなどを拡散しました。



● 誌面連動

イベント翌月の「metropolitana」12月号では、イベントの採録を見開きで掲載。SNS展開だけでなく、同プロジェクトに親しみのあるメトロポリターナ読者にも取り組みを伝えました。





ふくのわプロジェクト 衣類を寄付してパラスポーツを応援

ふくのわプロジェクト
公式HP



2016年にスタートした「ふくのわプロジェクト」は、寄付していただいた衣類を専門企業へ売却し、その収益金でパラスポーツ（障がい者スポーツ）を応援しよう！という活動です。収益金はパラスポーツ競技団体に寄付しています。これまでに、1000トン以上を回収し、収益金は1300万円以上になりました（2024年4月時点）。

本プロジェクトは、パラスポーツの普及活動にも取り組んでおり、収益金の一部を使って毎年学校へパラアスリートを派遣して交流授業を行っています。また、簡単に衣類を寄付できる宅配キット「おうちでふくのわ」の販売を2020年に開始し、その制作は都内の福祉作業所に委託するなどして共生社会の実現やSDGsへの貢献を目指しています。

ふくのわプロジェクトのしくみ

あなたのまわりにある
まだ着られる・使える衣類



ふくのわプロジェクトで回収・リユース！

ふくのわに寄付する3つの方法

- ①「おうちでふくのわ」を購入して送る
専用回収袋・伝票・送料込みの宅配キットを購入。服をつけて集荷を待つだけ！
- ②「ふくのわBOX」に持ち込む
※詳細は公式サイトをご覧ください
都内各所にある回収BOXに入れるだけ！
- ③ 提携倉庫に送る
プロジェクトの協力会社へ直接送付できます。
※送料はご負担ください

収益金をパラスポーツ競技団体へ寄付

パラスポーツを応援！！

4 8 12 13 17

「ふくのわ」はSDGsの理念に賛同し、「4番」「8番」「12番」「13番」「17番」への貢献を目指しています。

●「おうちでふくのわ」

専用の衣類回収袋、往復運賃がセットになった宅配キット。袋に詰めて衣類を送るだけと簡単で、リピート購入いただく方が多く、好評です。法人や団体から多くの問い合わせを受け、2024年度から、「おうちでふくのわ」を活用した新たな協賛メニューができました。気軽に弊社営業担当へお問い合わせください。



2020年に販売開始した「おうちでふくのわ」は自宅から気軽に多くの衣類を寄付できると好評です！

イベント事例

● パラアスリートとの交流授業

東京都内の小学校でパラ・パワーリフティングの体験授業を実施。世界大会出場選手らを招いて、選手のデモンストレーションを目の前で応援したり、6年生の児童が15キロまたは25キロのベンチプレスに挑戦したりしました。



産経新聞朝刊 2024年4月23日付



社会課題解決や次世代の育成に貢献する「食」プロジェクト

SAKANA&JAPAN
PROJECT
公式HP



スイーツ甲子園
公式HP



ふくしま
チャレンジカップ
公式HP



SAKANA&JAPAN PROJECT



日本における魚食の活性化と魚の消費量の拡大を目指すプロジェクト。累計来場者190万人を超える日本最大級の魚食イベント「SAKANA&JAPAN FESTIVAL (魚ジャパフェス)」の開催をはじめ、紙面やポータルサイトなどで継続的に情報を発信中です。

2024年2月のイベントでは、東日本大震災からの復興応援を目的に、「常盤もの」と呼ばれる福島県産の魚介を使った料理が味わえる「発見! ふくしまお魚まつり」を同時開催。北海道・三陸地域の厳選魚介を集めた「食べて応援! ニッポンの幸」エリアを設けたり、能登半島地震に見舞われた石川県の特産品「能登かき」の生産者2ブースを出店するなど、食べることで産地を応援し、メディアで情報発信も行う取り組みを継続しています。



スイーツ甲子園 高校生パティシエNo.1決定戦



高校生が3人1組でお菓子作りのアイデアと技術を競う国内最高峰のスイーツコンテスト。「甲子園」というタイトルのおり、中学・高校生の憧れの大会へと成長し、2024年度で開催17回目を数えます。日本のスイーツ業界を代表するパティシエによる厳しい審査を勝ち抜いた優勝チームには副賞として海外研修旅行が、協賛企業による企業賞では各企業とのコラボスイーツ開発権が贈られます。新聞やWEBメディアを活用し、事業告知から大会結果、企業コラボなどの情報発信を行うことで、年間を通して継続的なプロモーションが可能です。



スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ



「スイーツ甲子園 高校生パティシエNo.1決定戦」の姉妹コンテストとして2023年にスタート。福島県の特産品を使ったスイーツを考案し、多くの人たちにそのおいしさや魅力を伝えることで、東日本大震災と原子力災害からの復興に取り組む福島をスイーツの力で応援することを目的としています。第1回は2023年8月末に福島県の「Jヴィレッジ」で決勝大会を開催しました。最優秀賞を受賞した高校生たちは、審査員パティシエとともにコラボスイーツを開発し、2024年2月開催の「ふくしまスイーツフェスティバル」で販売しました。





産経新聞 読者プロフィール

産経新聞の情報に信頼を置き、トレンドや多様なジャンルに関心が高いアクティブな読者層

読者プロフィール



年齢平均 …… 53.7歳
男女比 …… 約6:4

平均世帯年収 …… 719万円
平均個人年収 …… 500万円
おこづかい …… 3.9万円

デモグラフィック 50～60代が多く、夫婦または18歳以上の子供と同居



- ・50代～60代の夫婦で、高校生～大学生の子供と同居する世帯
- ・役職持ちの会社員／自営業／専業主婦（夫）の割合が高い
- ・近年、副業をしている割合が高まっている

所得・資産



金融資産があり、信頼する金融機関で安定的に貯蓄・運用

- ・年収や資産は新聞購読者全体と同水準で、普通預金の保有率が高い
- ・持ち家マンションや金融資産があり、信頼の置ける金融機関を利用して安定的に貯蓄・運用している
- ・高所得水準の割合が高い

意識・行動



アクティブな余暇活動

- ・ドライブやツーリング、旅行、レジャーなどアクティブに過ごす
- ・読書や漫画、アート鑑賞などの文科系の趣味にも関心を持つ
- ・日頃から体の状態を把握するなど健康意識が高い
- ・子供や自身の教育・自己啓発にも熱心に取り組んでいる

価値観



情報収集に積極的でトレンドを意識しながら伝統も重んじる

- ・歴史や伝統を重んじる
- ・「産経新聞」の情報に信頼を置き、「産経ニュース」も併読
- ・休日は新聞以外に、テレビやラジオ、PCなどの幅広いメディアに接触
- ・日常のお役立ち情報のサイトやアプリ、SNSなども活用しながらトレンドを意識
- ・政治・経済・金融など幅広いジャンルに関心がある

役職（有職者のみ）

係長・主任クラス **21.7%**

新聞購読者全体
16.7%

+5%

経営者

経営者 **12.0%**

新聞購読者全体
7.3%

+4.7%

興味・関心

政治・経済 **22.8%**

新聞購読者全体
13.7%

+9.1%

塾・習い事・教育サービス **23.9%**

新聞購読者全体
17.3%

+6.6%



産経新聞 販売部数とエリア 首都圏・近畿圏に集中する都市型メディア

販売部数

全国版朝刊	911,874部
東京本社版朝刊	396,940部
大阪本社版朝刊	514,934部
大阪本社版夕刊	237,625部

日本ABC協会「新聞発行人レポート半期」
2023年7月～12月平均

産経新聞の購読者分布図

東京本社版

大阪本社版

■ セット版エリア

■ セット版エリア

■ 統合版エリア

■ セット版エリア (一部統合版)

■ 統合版エリア

北海道・東北

4.2%

甲信越

3.5%

北陸

0.2%

中国

3.6%

九州・沖縄

1.9%

関東・静岡

92.3%

東海

0.6%

近畿

92%

四国

1.7%

※各本社版を100%とした地域別頒布比率
※各エリアの即売部数は除く

大阪市

1位
2位

大阪府

1位
2位

さらに大阪エリアでは高いプレゼンスを誇っています

大阪府内 朝刊の販売部数 (他紙比較)

市郡名		順位	産経新聞	読売新聞	朝日新聞	毎日新聞
大阪府	港区	2	2,494	4,952	1,253	1,905
	浪速区	2	2,113	2,301	1,205	1,450
	西淀川区	1	5,059	3,002	3,330	1,425
	東成区	2	4,144	2,070	2,590	5,700
	生野区	2	4,645	4,639	3,915	9,861
	城東区	1	9,329	8,261	6,330	9,300
大阪府	堺市	1	48,438	48,413	30,837	36,256
	岸和田市	2	11,103	11,889	6,606	8,795
	泉大津市	1	7,375	1,620	3,166	3,165
	貝塚市	2	2,978	6,117	—	2,470
	泉佐野市	2	3,269	5,824	2,266	3,027
	河内長野市	1	7,558	5,696	5,560	2,220
	松原市	1	11,204	9,698	3,980	5,897
	大東市	2	6,048	7,233	1,910	3,512
	和泉市	2	8,142	9,334	4,900	7,924
	柏原市	1	4,871	4,657	2,940	1,970
	羽曳野市	1	10,115	7,315	5,460	2,355
	東大阪市	2	21,414	29,208	13,845	18,916
	泉南市	1	5,243	3,553	1,167	—
	四條畷市	2	3,592	4,264	1,900	420
	泉南郡	2	4,022	4,091	3,670	2,848
	南河内郡	1	2,449	—	—	—

日本ABC協会「新聞発行人レポート市郡別」2023年10月



産経新聞 広告事例

新聞社の知見を活かした企画

～ノウハウを活かし、ブランディングに寄与～

●学校法人廣池学園麗澤大学

2024年2月、第3回「高校生プレゼンテーションコンテスト」(主催:麗澤大学国際学部、協力:産経新聞社)を開催しました。

高校生を対象としたこのコンテストは、大会の企画から運営を同大学の学生が主体となって行い、コンテストの運営ノウハウがある産経新聞社がサポートをしています。受賞結果の報告とともに、コンテストに出場した高校生がいきいきと発表する様子や、コンテストを運営した学生の活躍ぶりをまとめた紙面を掲載しました。



2024年3月9日付

POINT

様々な分野でイベントの実績がある産経新聞社では、イベントの企画・運営から告知・採録までワンストップで行うことができます。

●大塚製薬株式会社

同社が協賛するスポーツ大会へ、ポカリスエット公式部活動「ポカリ写真部」の高校生部員を報道カメラマンとして派遣する企画。産経新聞では、2023年度の全日本バレーボール高等学校選手権大会にて、写真報道局のカメラマンが高校生たちに撮影のコツをレクチャーして大会結果をまとめたPDF号外を発行。高校生が撮影した写真と企画内容を掲載し、注目を集めました。



2024年1月8日配信(号外・表)



同日配信(号外・裏)



産経新聞 広告事例

新聞広告を起点に話題化

～企画力でメディアの枠を超えた話題を作る～

#タナカヒロカズを探しています 尋ね人広告

●一般社団法人田中宏和の会

一般社団法人田中宏和の会（代表理事：田中宏和、理事：田中宏和、田中宏和、監事：田中宏和）は「同姓同名の最大の集い」のギネス世界記録に挑戦するため、「#タナカヒロカズを探しています」キャンペーンの「尋ね人」の新聞広告を2022年10月に掲載。当日集まったのは178人で、見事ギネス世界記録に認定されました（23年2月にセルビアで更新されました）。一連の取り組みは、民放各局やネットメディアで取り上げられ、SNSでも大きな話題を集めました。



#タナカヒロカズを探しています



同日付（2段1/4）

産経新聞
2022年10月13日付（全5段）2022年10月29日
3歳から80歳の178名が集結

2023年、日本新聞協会が主催する
「新聞広告賞（広告主部門）」を受賞しました。



新聞広告ならではの「尋ね人広告」
を現代風にアレンジ。珍しい手法が
SNSで話題になりました。

その他の事例については、産経新聞社メディアビジネス局ポータルサイト「産経メディアラボ」をご覧ください。

年末年始ご挨拶広告

●牛乳石鯨共進社株式会社

大晦日にテレビ面変形広告、翌日の元日に全面広告を掲載しました。テレビ面変形広告は「逆T字」・「逆L字」・「L字」の3種類を版別に掲載。変形広告の体裁をいかして、銭湯の長い煙突を表現しました。元日には、銭湯の温かさが伝わる写真とともに、読者に新年のメッセージを届けました。変形広告は通常の広告よりも注目度が高く、さらに連日掲載という合わせ技で、読者への訴求力を高めました。



産経新聞 2023年12月31日付（逆T字）



2024年1月1日付



産経新聞には他紙にないユニークな広告スペースがあります。デイリーメディアならではの連載でさらに訴求効果を高めます。

metropolitana
tokyo

metropolitana 媒体概要

首都圏で暮らす情報感度が高いアクティブ女性向けの 月刊フリーマガジン

「metropolitana」
媒体資料



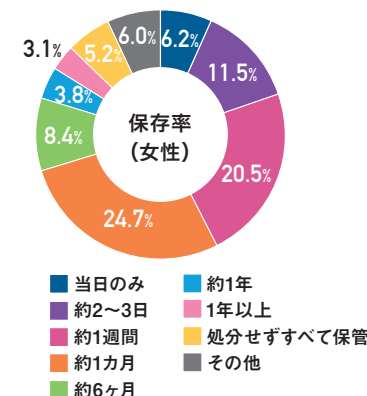
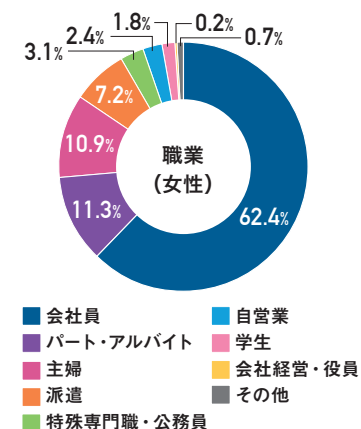
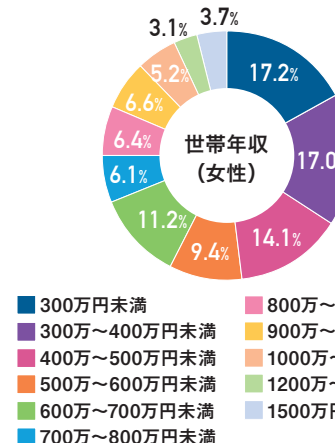
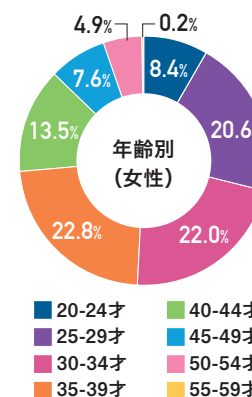
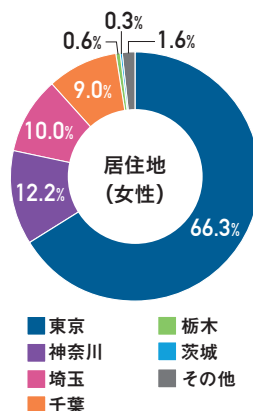
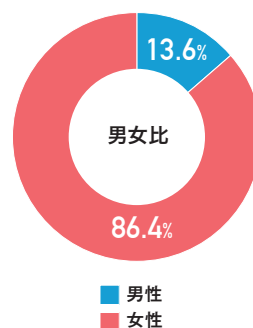
メトロの駅からはじまる、ライフスタイル誌

衣・食・住さまざまな角度から特集を展開し、ライフスタイルを楽しむ提案をしています。近年は「フェムテック」や「フェムケア」の分野や持続可能な社会の実現に向けたサステナブルな活動に注目。専門家や業界の最前線で活躍する企業や人にスポットをあて、社会課題を身近に感じられる情報発信を強化しています。

読者層は、情報の感度が高くアクティブな女性

女性読者の8割以上が有職者のため、可処分所得が高く、自分自身の内面・外見双方に投資している姿が浮かびあがってきます。通勤の行き・帰りでメトロポリターナを受け取る女性たちは、情報感度が高いうえに、自分への投資を惜しまず、好奇心旺盛です。東京メトロ利用者の特性上、首都圏在住者が95%以上を占め、6割以上が東京在住者です。日本のマーケットリーダーといえる首都圏の女性に対し、より深く、より効率よくアプローチするのに欠かせない媒体です。

読者プロフィール



〈媒体概要〉

タイトル : metropolitana (メトロポリターナ)
創刊 : 2003年1月10日
発行部数 : 200,000部
発行サイクル : 毎月10日→19日 (予定) の10日間
判型 : A4、中綴じ、オールカラー、基本36～48頁
印刷 : オフセット印刷
価格 : FREE
チャンネル : 東京メトロ53駅
駅改札周辺および地下通路
配布形態 : メトロマガジン専用ラックを各駅、計157台常設

※ラック設置数は各駅により異なります。

「メトロポリターナ読者アンケート」2016年

metropolitana 展開事例 流通タイアップ企画で多面的な展開

「metropolitana」
公式HP

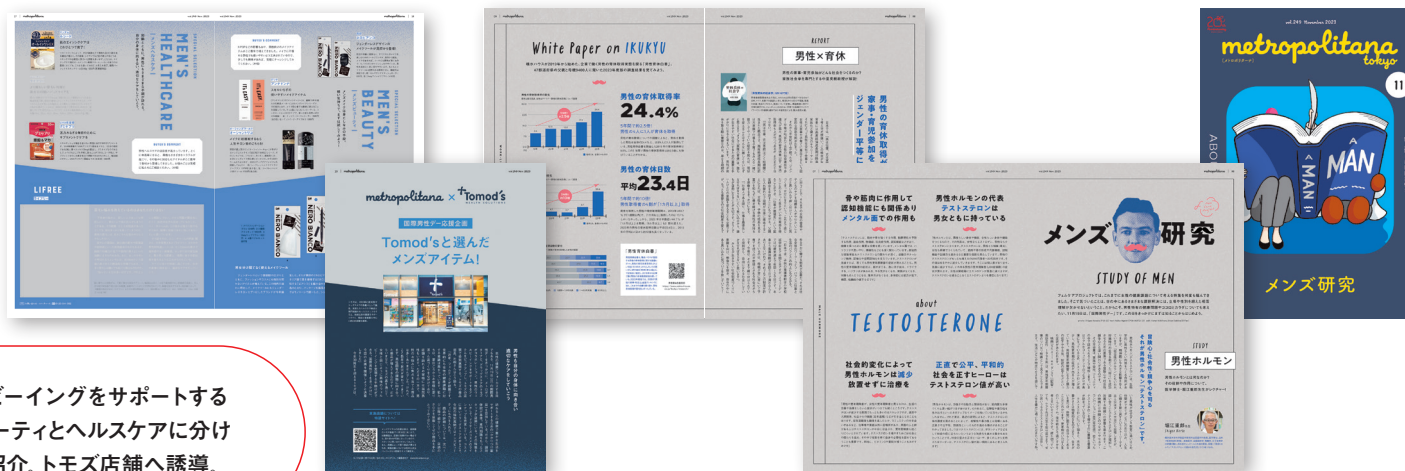
「国際男性デー」 流通タイアップ企画

- 株式会社トモズ、貝印株式会社
2023年11月号

フェムケアプロジェクトを推進する「メトロポリターナ」は、女性の健康問題について考える特集を組むなかで、課題解決には立場や性別を超えた相互理解が欠かせないことに気がつきました。11月19日の「国際男性デー」に合わせて、巻頭テーマを「メンズ研究」で発行。男性特有の健康問題やココロとカラダについて考える内容で、媒体ロゴや表紙もいつもとは違うデザインに。特集内では男性のヘルスケアをサポートする商品をピックアップし、ドラッグストア流通大手のトモズで商品を展開しました。誌面と流通のタイアップは初の試みで、読者から大きな反響がありました。



男性のウェルビーイングをサポートするアイテムをビューティとヘルスケアに分け商品の詳細を紹介。トモズ店舗へ誘導。



「男性ホルモン」「育休」「コミュニケーション」など複数のテーマについて専門家や著名人に取材。分かりやすい図解やイラストを交えて男性のココロとカラダについて解説しました。



産経ニュース 媒体概要

良質なユーザーにリーチする産経新聞の基幹ニュースサイト

「産経ニュース」
トップページ

POINT
1 新聞紙面と変わらない
クオリティー

POINT
2 ニュースを深く
理解する仕掛け

POINT
3 速さと深さを両立

POINT
4 ロイヤルティが高い読者層

「産経ニュース」は「ウェブファースト」を掲げて最新のニュースをいち早く発信。
そして、「他では絶対に読めない」産経ニュース独自のコンテンツ「産経プレミアム」
を毎日掲載しています。

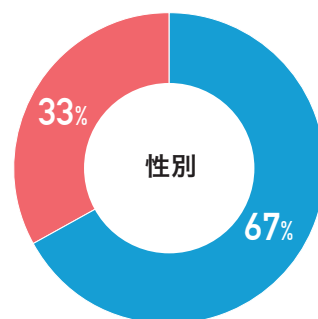
執筆・編集・編成は実績豊富な編集メンバーが担当して、高いクオリティーで構成
しています。早さに加えてニュースの深さも追及したニュースサイトを目指します。

デバイス	月間PV	月間UU
PC	22,549,000	3,626,000
SP	36,009,000	17,839,000

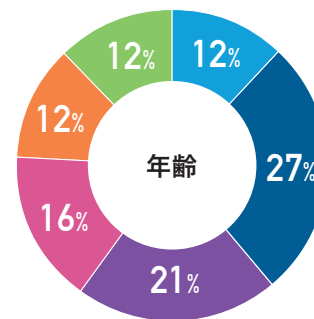
2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics

ユーザープロフィール

PC

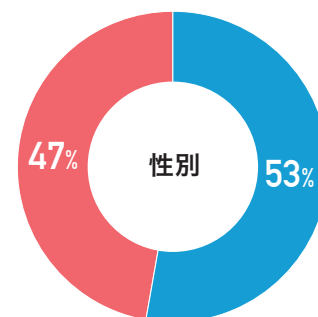


■ 男性
■ 女性

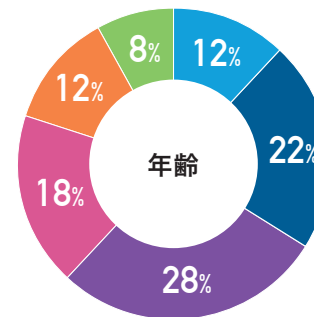


■ 18-24才
■ 25-34才
■ 35-44才
■ 45-54才
■ 55-64才
■ 65才以上

SP



■ 男性
■ 女性



■ 18-24才
■ 25-34才
■ 35-44才
■ 45-54才
■ 55-64才
■ 65才以上

2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics





産経ニュース 展開事例

新聞社の取材力・編集力の強みをいかす 「スポンサードコンテンツ」広告

「産経ニュース」
媒体資料



事例①

●株式会社ユーハイム

2023年9月1日配信 産経ニューススポンサードコンテンツ

創業100周年の節目に合わせて、同社社長と児童文学作家・巖山ひろみさんの対談を企画。創業者が苦難を乗り越えてきた経験が「お菓子には世界を平和にする力がある」という商品への思いにつながっているというメッセージが好評で、想定PV以上の閲覧がありました。

事例 2

●富士紡ホールディングス株式会社

2023年11月1日配信 産経ニューススポンサードコンテンツ

同社のロングセラーシリーズのインナー「B.V.D. GOLD」を大学生ストリートダンサーに提供。部活動で使用してもらい、着用感を取材しました。「Z世代」である大学生のリアルな声とともに機能性を伝えることで、幅広い世代に親しまれる同商品の魅力を広く発信しました。

Sponsored
表記



大学生ダンサーが伝統的ブランドを着て、踊って、知った 累計
販売3億枚の肌着「B.V.D. GOLD」の凄さ

2023/11/1 11:00 Scanned with CamScanner



1876年に米ニューヨークで誕生し、140年以上の歴史を誇るアンドーウェアの代名詞的ブランド「B.V.D.」が1909年に日本で初めて店標を出した11月1日は「B.V.D.の日」。これを機に、国内販売を手掛ける富士紡ホールディングスが新たなプロジェクトに挑戦した。機能性とファッション性の両方を追求する大手スポーツブランドに、ロングセラーシリーズ「B.V.D. GOLD」を着て踊ってもらうコラボレーションだ。販売開始から半世紀近くでシリーズ累計1億枚を記録した伝説あるブランドの力は、「Z世代」と呼ばれる若者の心にとどまっていた。

| 大学生限定ストリートダンスイベント「FUZION」

「……」



「スポンサードコンテンツ」は産経ニュースのエディトリアル広告の一つで、通常の記事と同様に「産経ニュース」のトップページから記事に遷移します。体裁は通常の記事と同じため^{*}違和感なく読者に届き、読み物としてのより深い理解や共感を導きます。ニュースサイトの集客力があるため、潜在顧客層にもリーチ可能です。

※ 誘導枠と記事内に「Sponsored」表記が入ります。



FNNプライムオンライン

幅広い層のユーザーに記事・動画で情報発信 産経ニュース×「FNNプライムオンライン」パッケージプラン

企画書



「産経ニュース」とフジテレビ系FNN28局が配信しているニュースサイト「FNNプライムオンライン」がタグを組み、幅広い層のユーザーに貴社の取り組みやサービスを記事・動画で配信する企画です。

事例

●Nauto Japan合同会社



「FNNプライムオンライン」サイト・ユーザーの特徴

- ・フジテレビ系列28局で全国のニュースをカバー
- ・コアユーザーは40歳前後のビジネスパーソン
働き盛り世代の情報収集手段として支持されている
- ・43%が女性ユーザー
旅行・健康・教育・服飾・美容・環境などとの親和性も高い

メニュー	実施概要	入稿物
①産経ニュース スポンサードコンテンツ	①1万PV想定(2週間誘導) ②1万PV想定(3週間誘導) ※制作費など含む ※記事アーカイブ有(①は6カ月保証) ※「Sponsored」表記	①記事内バナー 300x250(150KB以下) ※バナーはクライアントが制作予定 ※バナー無しも可能 ※記事誘導枠は媒体制作
②FNNプライムオンライン 記事+動画	③オプション 以下から1つをご選択ください (1)キャストイング(②のみ) (2)SNSブースト (3)二次利用費	②なし ※バナー掲載希望の場合は要相談
③オプション選択 以下から1つをご選択ください (1)キャストイング(②のみ) (2)SNSブースト (3)二次利用費	③オプション (1)フリーアナウンサーなど選定 (2)運用手数料を除く料金で実施 (3)FNNプライムオンラインおよび産経ニュース掲載のスポンサード記事・写真の二次利用が可能	

産経新聞社メディアビジネス局の最新情報はこちらをご覧ください。



<https://adv.sankei.com>

事例紹介や企画書のダウンロードが可能！

産経新聞社メディアビジネス局
X公式アカウント



@Sankei_SalesAdv

最新情報更新中！フォローをお願いします！

SANKEI メディアガイド 2024

発行：産経新聞社 発行日：2024年5月 企画・制作：産経新聞社

東京メディアビジネス局 〒100-8079 東京都千代田区大手町1-7-2 ml.sankei-ad-contact@sankei.co.jp
大阪メディアビジネス局 〒556-8662 大阪府大阪市浪速区湊町2-1-57 o-ad@sankei.co.jp