

SANKEI メディアガイド 2023-24

CONTENTS

産経新聞社メディア営業局の取り組み	2
メディア営業局が推進する 顕彰制度・コンテスト	3
メディア営業局の注目プロジェクト	
ふくのわプロジェクト	4
スイーツ甲子園	5
きっかけ	6
産経新聞DXセミナー	10
フェムケアプロジェクト	11
#サステナアクション	12
SDGs 今、未来のために	13
産経新聞	
読者プロフィール	14
部数・エリア	15
面別接触率	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
X(旧Twitter)スポンサーシップ	23
お問い合わせ先	24

産経新聞社メディア営業局の取り組み

産経新聞を軸に、多様なメディアやテーマで企画・事業を展開中。さまざまなクライアントニーズにお応えします。



産経新聞は2023年6月20日に創刊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」路線を大切にしていまいります。2023年は、東京サンケイスポーツ発刊60周年、月刊「正論」創刊50周年、metropolitana創刊20周年など、産経新聞社が発行する多くの媒体の節目の年になりました。この節目にあたり、次の100年に繋がるような新たな価値を創造し、「共創力」強化を図りながら、さらなる成長を目指します。



創刊以来「モノを言う新聞」を標榜し続ける全国紙。各テーマで時代を先取りする報道を続けています。



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。



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。



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。



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。



「100歳時代」の社会課題解決を目指します。



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。



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。



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。



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開催中です。



産経新聞社メディア営業局が推進する顕彰制度・コンテスト

年間を通じて、さまざまな領域の顕彰・コンテスト事業を行っています。

顕彰制度

環境

地球環境大賞 Since1992

「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で創設しました。



ビジネス

千葉元気印企業大賞

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。



産経児童出版文化賞

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。



技術・研究

先端技術大賞

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、技術者を支援する表彰制度です。



医療

日本医師会

赤い袋賞

地域医療を支える優れた医師を表彰します。



安全

都民の警察官

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

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

「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

創作・教育

創作漢字 コンテスト

社会の世相や生活、夢を反映した創作漢字を募集します。



約束東 エッセー大賞

「約束」に関するエピソードを募集します。



日台文化交流 青少年スカラシップ

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。



食



Supported by 貝印

高校生パティシエNo.1を決めるコンテストです。



福島の特産品を使ったスイーツ作りのコンテストです。





ふくのわプロジェクト 衣類回収を通じてパラスポーツをサポート

ふくのわプロジェクト
公式HP



国内では毎年48万トンの衣類が、家庭からごみとして排出されています。「ふくのわ」ではこの家庭で不要になった衣類を寄付してもらい、リユース・リサイクル市場につなげ、その収益金で5つの競技団体を応援しています。

衣類は宅配キット「おうちでふくのわ」を使って全国から寄せられるほか、自治体や企業、学校などと連携し、東京都内を中心に約20の回収拠点（一般非公開含む）があります。2016年春にスタートし、推計10万人以上の協力を得て、リユースによって生まれた寄付額は1,200万円以上になりました。（2023年6月時点）

「ふくのわプロジェクト」のしくみ



「ふくのわ」で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、小中学校や高校などにパラアスリートを派遣しています。このほか産経新聞の記者や社員がパラスポーツの魅力や環境について教育現場で出前授業を行っています。

東京都環境局の「持続可能な資源利用に向けたモデル事業」に2年連続で採択されたほか、これまで延べ400校以上が「ふくのわ」の活動に取り組んでいます。

「ふくのわ」が応援する5つの競技団体

- 一般社団法人日本パラバレーボール協会
- 一般社団法人日本パラ水泳連盟
- NPO法人日本パラ・パワーリフティング連盟
- 一般社団法人日本障害者カーヌー協会
- 一般社団法人日本知的障害者水泳連盟



「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。

イベント事例

一連の活動を報告する特集を定期的に掲載し、「ふくのわプロジェクト」を通じてパラスポーツや教育現場に長年貢献をしているスポンサーの企業姿勢を伝えています。

● 富士紡ホールディングス株式会社

2022年、東京都中央区佃中学校でパラバレー体験会を開催しました。女子日本代表チーム監督の真野氏らを講師に迎え、生徒が楽しくはつらつとパラバレーを楽しむ様子を、産経新聞の見開き紙面で紹介しました。



産経新聞朝刊 2022年7月30日付

2023年には、東京都内の私立小学校でパラスイマーとの交流授業を開催しました。世界大会の金メダリストら選手を招き、小学3・4年生計約240人が水泳を通してパラアスリートとの交流を楽しみました。



産経新聞朝刊 2023年8月28日付



スイーツ甲子園 高校生パティシエNo.1を決める、国内最高峰のスイーツコンテスト

スイーツ甲子園
公式HP



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」というタイトルのとおり、中学・高校生の憧れの大会へと成長し、数多くのメディアから注目を集めています。

審査員は日本のスイーツ界を索引する有名パティシエが務めます。優勝（文部科学大臣賞）を目指して、書類審査・実技審査・試食審査と厳しい審査が行われます。懸命に取り組む高校生の姿は、スイーツ甲子園の魅力の一つです。

高校生は、テーマをもとにオリジナルレシピで作品を考えます。高校生たちが作り出す、独創的で斬新な味の組み合わせやデザインはプロ顔負け。その華やかな作品は多くのメディアに取り上げられています。

協賛企業は「企業賞」を設定の上、受賞校とコラボレーションした商品を開発・販売できます。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。

4

12

「スイーツ甲子園」はSDGsの理念に賛同し「4番（質の高い教育をみんなに）」「12番（つくる責任 つかう責任）」への貢献を目指しています。

「スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ」がスタート!

「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8月末に福島県の「Jヴィレッジ」で開催しました。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」で販売します。



第15回スイーツ甲子園（2022年度）決勝進出作品





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46,000名を突破し（2023年9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。

特長の一つが、ショッピングモールのようなイメージで発展していく中で、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



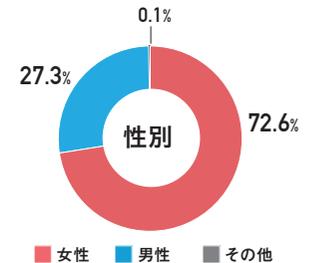
パートナーコミュニティ事例 「はじめて応援コミュニティ」 Supported by 大和コネク特証券



2023年7月、新たに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 大和コネク特証券が誕生。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、幅広い年代の方にご利用いただいておりますが、中でも20～40代女性が中心です。



「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。

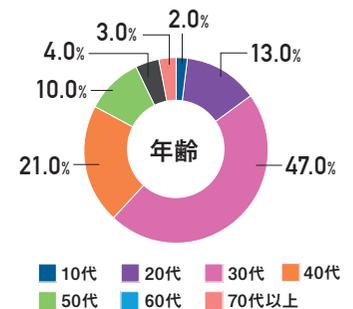


産経新聞朝刊 2023年8月31日付



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



※2023年8月末データより



きっかけ 活用事例 データマイニング結果を反映した新聞広告が高反響

「きっかけ」
トップページ



コミュニティデータ活用事例



株式会社フジボウアパレル

パートナーコミュニティ「B.V.D.涼ブラコミュニティ」のデータ分析によると、「涼ブラ」のPR時には①機能性だけでなく、利用シーンも併せて紹介することで、②世代ごとに異なる悩みに応じた訴求の2点が有効であることが明らかになりました。この2点を反映した新聞広告を作成・掲載したところ、掲載当日から商品の問い合わせや購入の電話が鳴りやまず、ECサイトへのアクセスが約10倍、商品売上が過去最高になるなど大きな反響があり、クライアントから高い評価を得ました。

POINT
各コミュニティのコメントを分析したデータを効果的に使い、産経グループ媒体の発信力&拡散力をかけ合わせた情報発信が可能です。

毎日を軽やかに、快適に過ごそう

B.V.D. 涼ブラ コミュニティ

ブラジャー、どうやって選んでいますか？

「〇〇だったらいいな」みんなで話そう！ 下着のお悩み

コミュニティのデータ分析結果をもとに新聞広告原稿を作成・掲載

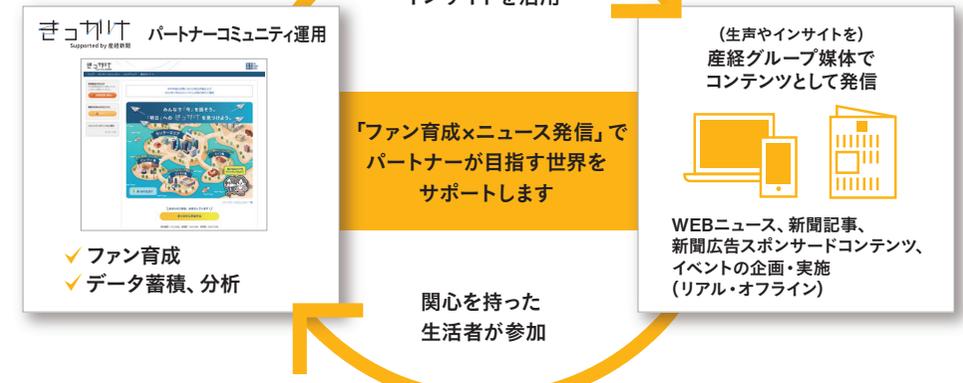
涼ブラ (B.V.D. COOL BRA)

洗ってもすぐ乾く、運動しても蒸れない、つけているのを忘れるような軽さ、旅行に最適、浴衣姿も美しく、毎日のお手入れが楽。

0120-950-910

データ分析結果を活用した新聞広告（産経新聞朝刊 2022年6月29日付）

新聞広告掲載後、ECサイトアクセスは約10倍！
月間売上は過去最高を達成！



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



きっかけ イベント事例 複数のパートナーコミュニティと連携した オンラインイベントを開催

「きっかけ」
トップページ



一般社団法人全国農業協同組合中央会（JA全中）、
一般社団法人移住・交流推進機構（JOIN）

2022年10月16日「国消国産の日」に、パートナーコミュニティ「食と農のみらいコミュニティ」と「地方が気になるコミュニティ」がコラボレーションしてイベントを開催しました。当日はYouTubeLiveでも生配信を実施し、「国消国産」や地方移住と農業の現状について語り合うトークセッションや、全国各地の特産品を現地から紹介することで、多くの方に視聴いただきました。

このコラボイベントによって、パートナーコミュニティ間で新しいコミュニケーションも生まれるなど、単独での開催ではできない価値も創出できたことで、双方から高い評価を得ています。



視聴者募集チラシ



「食と農のみらいコミュニティ」で
投稿したイベント告知



生産者さんの話を
聞くことができて
良かったです。

国産品と
工藤阿須加さんの
魅力を
再発見できました。

当日は日本各地を繋いで特産品紹介を行い、
参加者から多くのコメントが寄せられました。

日本の食と農の
未来を考える、
良いきっかけに
なりました。



パートナーコミュニティ同士が連携したイベントの実施は、「モール型」でコミュニティを運営する「きっかけ」ならではの魅力です。



きっかけ イベント事例 パートナーコミュニティのユーザーと共創した リアルイベントを開催

「きっかけ」
トップページ



事例①



「いい風呂の日」特別企画

2022年11月26日「いい風呂の日」に、大阪・あべのハルカスで開催された「大阪銭湯博2022」で2つの企画を実施し、当日は多くの来場者に恵まれました。

・銭湯好きの大学生たちが、それぞれの“おすすめ銭湯の魅力”を熱くプレゼンするイベント「東西学生対抗推し銭湯プレゼン大会」を実施。若い世代への銭湯普及を目的に実施された本企画は、「若い世代が銭湯の魅力を発信する、非常に価値あるイベント」と評価されました。

・「食と農のみらいコミュニティ」とコラボして、牛乳の消費拡大企画を実施。来場者に牛乳やカフェオレを配布して、牛乳消費の拡大を広く呼びかけました。



「東西学生対抗推し銭湯プレゼン大会」の様子



牛乳サンプリングの様子

リアルイベントの感想をコミュニティの場で共有しながら、更なるコミュニティの活発化につなげます。

事例②



冬の鹿沼移住体験会

2022年12月16～18日、栃木県鹿沼市で移住体験会を行い、体験者が同市の魅力をレポートする企画を実施しました。

「地方が気になるコミュニティ」で4人の参加者を募り、鹿沼市内での生活を2泊3日で体験。その感想や体験談レポートを、同コミュニティで発表。街の魅力を、生の声に近い形で他のユーザーに届けました。参加者は、「テレワーク補助金などの制度を将来的に使ってみたい」と話し、移住へのイメージを膨らませました。また、集めたユーザーの声を活用した新聞広告を作成して掲載しました。



シャワーウォーキングを体験する参加者



産経新聞朝刊 2023年2月28日付

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、ニュースサイトの媒体力を活かした集客～

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、定期的に参加中。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School / 株式会社カオナビ / 株式会社ヤブリ



2023年度「産経新聞DXセミナー」開催事例

23年 1月	「成果を生み出すハイブリッドワーク」～変化に順応できる組織・環境づくりの実践ノウハウ～
2月	「2023年失敗しない経理DXの進め方 Vol.2」～改正電子帳簿保存法とインボイス制度への対応から経理部門を再構築～
3月	「経営を強くする中堅・中小企業のDX戦略」
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」

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。

「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」を記事化しました。



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とした「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。創刊20周年を迎えた「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、産経紙面の新連載企画「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」に特集&オンラインイベントを実施

「思いやりの基礎知識」「生理」「相互理解」など、多角的な切り口で巻頭特集を展開。3月8日の「国際女性デー」には、2022年・2023年と2年連続で専門家や有識者を招いたオンラインイベントを開催しました。



取り組み④

ありたい未来を想像し、思いやりのある社会を表現した意見広告を掲載

生理にともなう心身の不調に悩む女性社員と、いつもと違う様子に気がつきながらも、声をかけられずに戸惑う男性社員。広告の折り線に合わせて紙面を折ると新たなビジュアルとコピーがあらわれ、そして二人の間に「会話」が生まれる仕掛けの新聞広告を2023年6月20日に掲載。生理に限らず、抱える痛みや苦しみを当事者として互いに理解しあい、寄り添うことのできる社会を想像して企画しました。



X (旧Twitter) Live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

2022年9月、プロジェクト初のイベントを都内で開催。数多くのフォロワーを抱えるインフルエンサー300名以上が来場し、協賛16ブースの商品やサービスを「#サステナアクション」をつけて投稿し紹介することで、効果的なUGC (User Generated Contents=ユーザー生成コンテンツ) を生成・発信しました。

来場者：インフルエンサー327名／総フォロワー数7,810,774fw
出展企業：16社、22ブランド



協賛企業ブース例

株式会社ZENB JAPAN

植物をまるごと使った商品の試食提供を実施。工夫を凝らしたブースや商品は数多く投稿され、520万以上のSNSユーザーにリーチしました。



誌面連動

イベント開催月の「metropolitana」の誌面で、出展企業の商品やインフルエンサーのサステナブルなアクションを紹介するなど、イベントと連動したコンテンツを掲載。

翌月号ではイベントの様態をまとめた採録誌面を掲載し、取り組みを広く発信しました。今後も誌面×イベント連動の強化を目指します。





SDGs 今、未来のために 未来へむけた社会課題解決の取り組みを伝えるシリーズ企画

産経ニュース
「SDGs 今、未来のために」
特設ページ



産経新聞社は2020年10月に、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けて国連が主導するプロジェクト「SDGメディア・コンパクト」に加盟。編集面を中心に、持続可能な社会の実現に向けた多様な活動や意義を発信しています。さらに2022年からは「今、未来のために」を掲げた編集連動企画をスタートさせ、広告主の課題解決シーンの取り組みを紙面&Webで紹介しています。



編集と共通ワッペンを付けて展開！
紙面の一体感を演出でき、読者により深く情報を届けます。

- 学校法人五島育英会 東京都市大学、住友不動産株式会社
産経新聞朝刊 2022年6月22日付

「14・海の豊かさを守ろう」をテーマに特集を展開。その隣接面にSDGsへの関心が高い企業や学校法人の広告を掲載しました。

- 東京ガス株式会社
産経新聞朝刊 2022年11月6日付

「13・気候変動に具体的な対策を」をテーマに特集を展開。特集下に脱炭素社会の実現を掲げ、メタネーション開発を推進する同社の記事体広告を掲載しました。

記事体広告は産経ニュース「SDGs 今、未来のために」特設ページ内にPR記事として配信します。



産経ニュースでも配信



産経ニュースでも配信





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 …… 54.8歳
男女比 …… 約6:4

平均世帯年収 …… 658万円
平均個人年収 …… 505万円
おこづかい …… 4.09万円

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
- ・株式や信託を活用し資産運用している
- ・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
- ・体を動かすのが好きで、体脂肪計や血圧計などの電化製品を使用し自らの健康には気を遣っている
- ・海外ドラマやアニメなども楽しむ

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）

部長以上 **23.4%**

新聞購読者全体
19.8%

+3.6%

経営者

経営者 **18.0%**

新聞購読者全体
8.5%

+9.5%

興味・関心

政治・経済 **27.5%**

新聞購読者全体
13.1%

+14.4%

資産運用・投資 **26.4%**

新聞購読者全体
18.4%

+8.0%



産経新聞 発行部数とエリア 首都圏・近畿圏に集中する都市型メディア

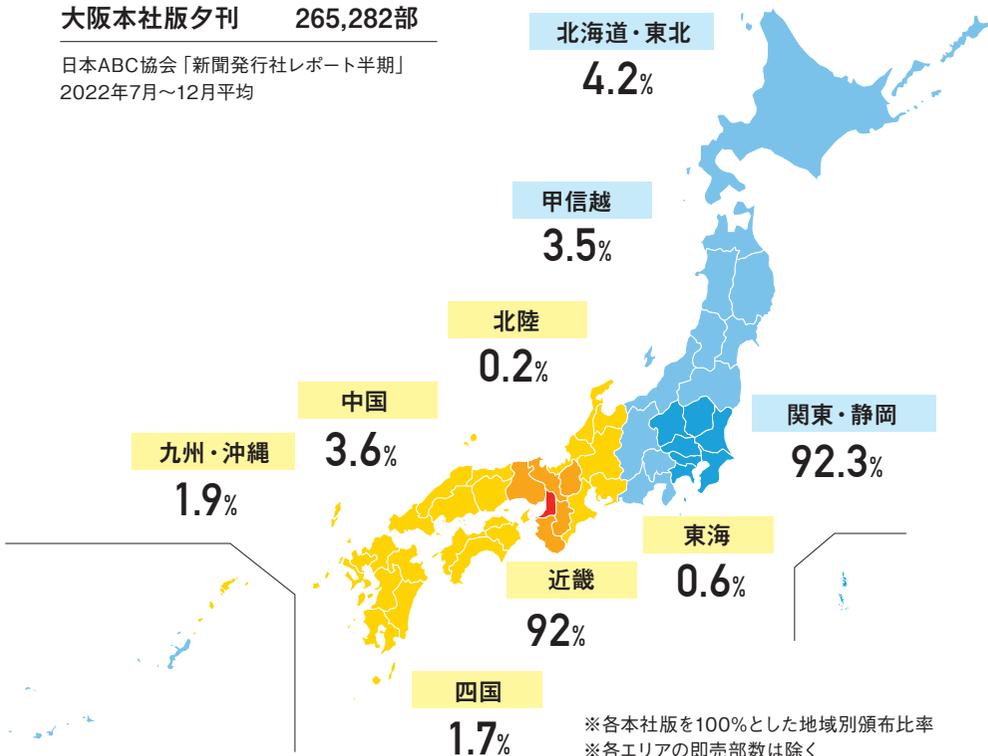
部数

全国版朝刊	999,883部
東京本社版朝刊	422,334部
大阪本社版朝刊	577,549部
大阪本社版夕刊	265,282部

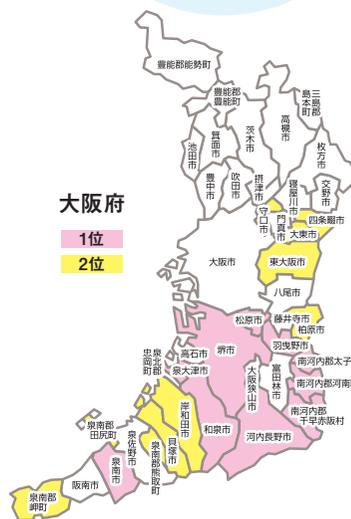
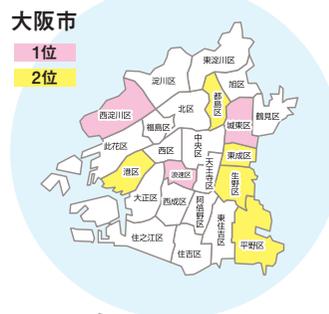
日本ABC協会「新聞発行者レポート半期」
2022年7月～12月平均

産経新聞の購読者分布図

- 東京本社版
 - セット版エリア
 - セット版エリア (一部統合版)
- 大阪本社版
 - セット版エリア
 - セット版エリア (一部統合版)



※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



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	日経新聞	
大阪市	都島区	2	4,761	3,978	3,550	6,170	1,460
	港区	2	2,594	5,602	1,351	1,905	872
	浪速区	1	2,407	2,301	1,205	1,450	1,378
	東成区	2	4,215	2,070	2,700	6,200	1,609
	生野区	2	5,096	4,639	3,975	10,629	1,305
	西淀川区	1	5,428	3,002	3,330	1,500	929
	城東区	1	10,406	9,311	5,100	9,400	1,952
大阪府	平野区	2	10,625	14,147	6,402	8,595	1,820
	堺市	1	52,936	52,851	35,075	38,678	9,650
	岸和田市	2	11,700	13,832	5,866	8,795	1,793
	泉大津市	1	6,266	3,345	3,666	3,165	635
	貝塚市	2	3,478	6,667	2,140	2,470	680
	守口市	2	5,416	10,865	5,375	5,028	1,394
	河内長野市	1	7,721	5,708	5,560	2,420	1,398
	松原市	1	11,643	10,198	4,180	5,897	978
	大東市	2	5,525	7,733	1,970	3,748	534
	和泉市	1	10,758	9,852	5,200	7,967	1,632
	柏原市	2	5,043	5,127	3,340	2,000	758
	羽曳野市	1	10,463	7,715	5,860	2,655	1,331
	東大阪市	2	23,084	33,264	15,145	19,534	4,463
泉南市	1	5,493	3,723	1,167	—	356	
四條畷市	2	3,894	4,579	2,350	420	439	
泉南郡	2	4,220	4,501	3,670	2,995	821	
南河内郡	1	2,486	—	—	—	—	

日本ABC協会「新聞発行者レポート市郡別」2023年4月



産経新聞 面別接触率

一面をはじめ政治・国際・読書面に高い接触率
読者プロフィールとの合致性も見られる結果に

面別接触率（首都圏）

面名称（中分類）	全体 (%)	男性 (%)	女性 (%)
総合	86.9	88.2	85.6
一面	91.2	90.9	91.6
政治	82.1	84.4	79.5
国際	81.6	84.4	78.6
経済	77.2	79.5	74.8
商況	52.7	57.8	47.4
生活	80.2	74.8	86.2
科学・環境	74.0	75.7	72.2
文化・芸能	76.5	73.8	79.4
読書	76.0	73.8	78.4
スポーツ	76.2	79.1	73.2
ラジオ・テレビ解説	73.5	73.3	73.7
オピニオン・解説	76.4	76.4	76.5
地域	85.3	83.9	86.9
社会	88.3	87.3	89.4
テレビ	85.3	83.1	87.7

接触率が最も高い「一面」。
一面に多彩な広告スペースを
展開できる点は産経新聞の特
長で、広告主から好評です。

全国他紙と比較した場合、産経新聞は、
「政治面」「国際面」「文化面」「読書面」
の各面の接触率が高い傾向です。

全体的な接触率も高く、
読者プロフィールと合致しています。

- 産経新聞に信頼を置いている
- 政治・経済に強い関心がある



産経新聞購読者(関東)の興味関心

- ・政治/経済 27.5pt (新聞購読者全体との比較 +14.4pt)
 - ・本/雑誌 27.5pt (新聞購読者全体との比較 +9.6pt)
- マクロミル「ブランドデータバンク」2022年7月実施調査より

+14.4pt

+9.6pt

J-monitor 調べ 集計対象期間 2019年10月1日～2022年9月30日



産経新聞 広告事例

幅広い年代層の読者から注目度が高い出版広告

～産経新聞の特性を活かした書籍連合企画～

出版広告では、政治・経済に関心が高く、歴史を重んじる傾向の産経新聞読者と親和性の高い企画を定期的にも実施しています。

●第70回産経児童出版文化賞 受賞社書籍連合企画 産経新聞朝刊 2023年6月6日付



産経児童出版文化賞とは

「次の世代を担う子どもたちに、良い本を」という趣旨のもと、1954年に制定。毎年優良な児童書を選出しており、2023年に第70回を迎えました。

●石原慎太郎氏追悼書籍連合企画 産経新聞朝刊 2022年2月20日付



●「終戦の日」書籍連合企画 産経新聞朝刊 2023年8月15日付



デイリーメディアの新聞は、「その日」ならではの訴求が可能です。



産経新聞サンヤツ広告

産経新聞は読書面記事下で毎月第4日曜日付にサンヤツ書籍連合企画を実施しており、自然な形で大好きな読者に書籍を訴求することが可能です。読書面の接触率も比較的高く読者からも支持を得ています。



産経新聞 広告事例 キャラクターや一面を活用したオリジナル企画

「ガチャピン・ムックのなんでも謎解き隊」企画

日頃疑問に思っている様々なことを「ガチャピン&ムック」が紙面でわかりやすく説明します。注目を集めることはもちろん、幅広い世代の読者に興味を抱かせる、フジサンケイグループの産経新聞ならではの企画です。

●牛乳石鹸共進社株式会社 産経新聞朝刊 2020年7月27日付

「ガチャピン&ムック」が、楽しくしっかり手洗いができる方法をレクチャー。同内容は「産経ニュース」にタイアップとして掲載しました。さらにX (旧Twitter) での手洗いキャンペーンも展開することで、多彩な情報発信を行いました。

©ガチャムク



「産経ニュース」
で配信



POINT
フジサンケイグループの強みを活かした多様な広告展開が可能です。

※「ガチャピン・ムックのなんでも謎解き隊」を掲載希望の際は、予め弊社営業担当にご相談ください。

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

「一面トピックアド」

読者接触率が最も高い「一面」で記事体広告を展開することができる、産経新聞ならではの広告企画です。連載形式のため、面×回数でコンテンツをより深く読者へ伝えることが可能です。

●タカラベルモント株式会社 産経新聞朝刊 2022年4月8日付、15日付、22日付 一面トピックアド

創業100周年を迎えた同社を取材し、新たなパーパス実現を目指す働き方や環境への配慮を「一面トピックアド」で3連載。同内容は「産経ニュース」スポンサードコンテンツで配信し、さらなる情報の拡散を行いました。



「産経ニュース」
で配信



POINT
一面に記事体広告を掲載できるのは、産経新聞ならではの強みです。



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
公式HP



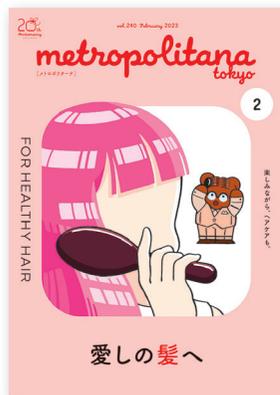
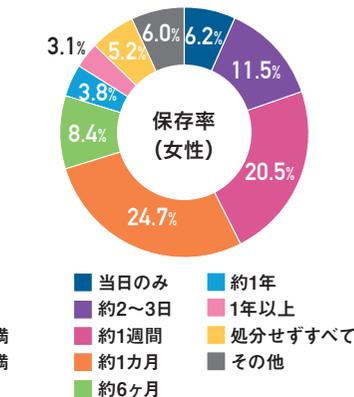
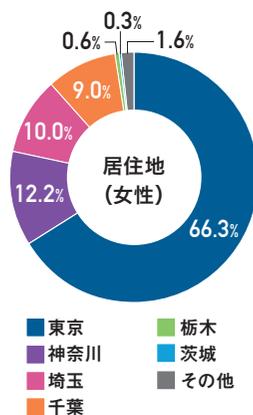
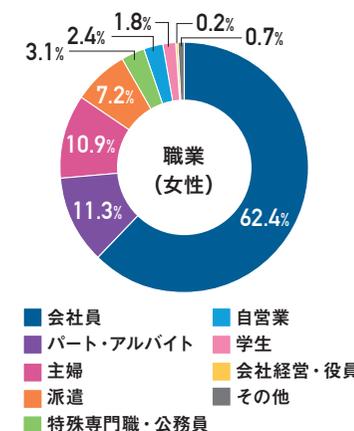
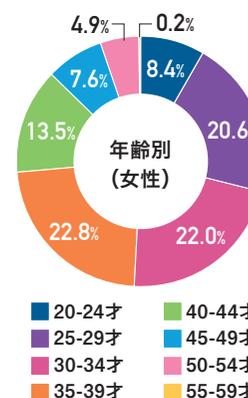
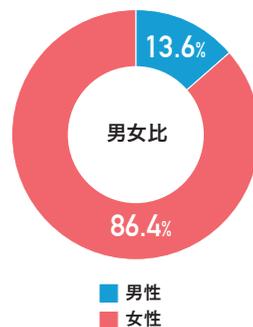
メトロの駅からはじまる、ライフスタイル誌

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 編集・デザイン力をいかした多様なクロス展開

metropolitana
媒体資料



Twitterキャンペーンは高反響

誌面タイアップ×中吊り連動企画 事例

● 北海道漁業協同組合連合会 2022年12月号

北海道産「秋鮭といくら」の消費推進を目的とした首都圏プロモーションの一環として、本誌タイアップと東京メトロの「Nライナー（南北線広告貸切電車）」を実施。Nライナーでは南北線一編成の広告（中吊り・窓上・ステッカー）をジャックし、インパクトのあるビジュアルで列車内を彩りました。さらにX（旧Twitter）では商品抽選のキャンペーンを行い、連動感を演出しました。



臨時増刊号 事例

● 貝印株式会社 2022年7月

貝印のグルーミングブランド「AUGER®」の魅力をもっと使って訴求。巻頭インタビューに元プロ野球選手・斎藤佑樹さんを起用し、ブランドコンセプト「整える時間」の大切さについて語って頂きました。更に、身だしなみの基本を美容研究家の解説とともに紹介し、商品の特性を丁寧に説明することで、読者の理解と共感を呼び、購買推進の一助となりました。
※本媒体は、同商品を販売する商業施設でも別途配布



誌面タイアップ



中吊り広告

● 掲出路線 東京メトロ 南北線 ● 掲出期間 2022年12月10日～24日



「本誌×東京メトロ中吊り広告」がセットの特別企画。車外×車内で展開できる交通広告の強みをいかし、より注目度・話題拡散化に繋げることが可能です。



「臨時増刊号」は、通常号の配布終了後（15日～19日）に発行可能な特別誌面。テーマ、デザイン、出演者の人選まで一冊まるごと広告主の要望に応じて制作します。



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
TOP



「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

POINT 1 新聞紙面と変わらないクオリティ

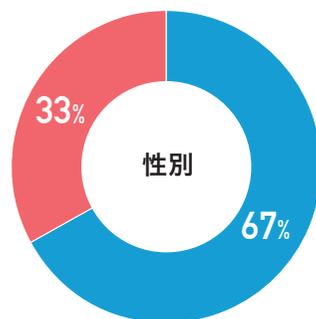
POINT 2 ニュースを深く理解する仕掛け

POINT 3 速さと深さを両立

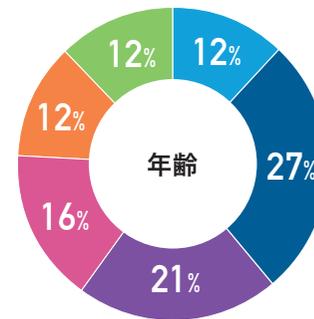
POINT 4 ロイヤルティが高い読者層

ユーザープロフィール

PC

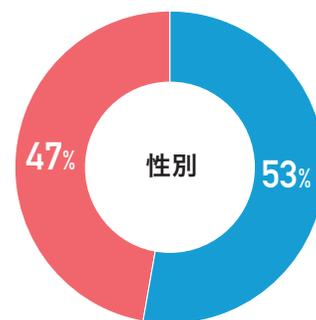


■ 男性
■ 女性

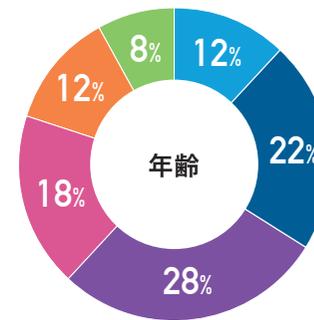


■ 18-24才
■ 25-34才
■ 35-44才
■ 45-54才
■ 55-64才
■ 65才以上

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



●一般社団法人石炭フロンティア機構※1

2022年8月29日配信 産経ニュース スポンサードコンテンツ

9月5日の「クリーン・コール・デー（石炭の日）」に合わせて配信。CO2をコンクリートやジェット燃料にリサイクルするという社会課題に直結する話題で、同社の取り組みや独自性をアピールしました。コンテンツの執筆・編集は産経新聞の記者が行うので、専門性の高い分野も丁寧に分かりやすく紹介できます。読み応えのある内容で、話題になりました。

●ワークスマビリティジャパン株式会社

2022年10月14日配信 産経ニュース スポンサードコンテンツ

ビジネスチャット「LINE WORKS」を実際に活用する小学校PTAを取材し、そのサービスの魅力を紹介しました。ユーザーの声を記事に反映することでサービス利用イメージを湧かせ、読者の興味・関心を得ました。

Sponsored
表記



広告主の
バナーを掲載



文末には
提供社名を表記
URLリンクの
設置も可能です。



「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※2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。

※1 掲載当時
2023年4月1日より「一般財団法人カーボンフロンティア機構」に社名変更
その他の事例については、産経新聞社メディア営業局ポータルサイト「産経メディアラボ」をご覧ください。

※2 誘導枠と記事内に「Sponsored」表記が入ります。



産経ニュース X(旧 Twitter) スポンサーシップ 信頼&速効性のある新聞社からのPR発信で、 さらなる認知拡大へ

企画書はこちら



「産経ニュース」X (旧Twitter)
公式アカウント
@Sankei_news

新聞系ニュースサイトとして、高い速報性と独自性を有し、ビジネス中核層を中心にエンゲージメントの高いユーザーが多いです。



産経ニュースのエディトリアル広告「スポンサードコンテンツ」をX (旧Twitter) 上で拡散するメニューです。「スポンサードコンテンツ」の制作からX (旧Twitter) の広告運用まで一貫して行うお得な内容です。



産経ニュース「スポンサードコンテンツ」
資源エネルギー庁 2022年12月12日配信



Twitter ハンドル	産経ニュース/ X (旧Twitter) スポンサーシップ
メニュー内容	以下の内容を含みます。 <ul style="list-style-type: none"> ・スポンサードコンテンツ制作費 ・X (旧Twitter) アカウント利用料 ・X (旧Twitter) 広告 (実施金額分の配信) ・広告掲載レポート ※産経ニュース内の広告誘導はありません。 ※広告主のX (旧Twitter) アカウント連携が必須となります。 ※広告主アカウントは認証マーク (認証バッジ) の付与必須。 Blue、もしくはVerified organizationsに加入しているかをご確認ください。
想定PV/配信期間	想定4万PV/4週間～ 期間をご希望に応じて調整
注意事項	商材・サービスについてX (旧Twitter) 社及び産経新聞社の事前審査必須
申込期限	30営業日前

※発注フローや注意事項は企画書をご確認ください。
※料金については弊社営業担当にお問い合わせください。

産経新聞社メディア営業局の最新情報はこちらをご覧ください。

SANKEI 産経新聞社メディア営業局
ポータルサイト
Media Labo



<https://adv.sankei.com>

広告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営業局
X (旧Twitter) 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 2023-24

発行:産経新聞社 発行日:2023年10月 企画・制作:産経新聞社メディア営業局

東京メディア営業局 〒100-8079 東京都千代田区大手町1-7-2

大阪メディア営業局 〒556-8662 大阪府大阪市浪速区湊町2-1-57

ml.sankei-ad-contact@sankei.co.jp

o-ad@sankei.co.jp