

ふるさと名品・旅行券事業に関して 日本経済新聞社からのご提案

日本経済新聞社

日本経済新聞とは

購読数は電子版ユーザーを含めて312万3,880。

ビジネスパーソン、特に企業のトップや役員の9割が目を通す。

読者の平均世帯年収は864万円。高所得者が多い。

読者は「高額な商品・サービス」に対して情報関心度が高い。

また2013年より「**日経ウーマノミスプロジェクト**」を開始。

働く女性を応援することで
日本経済の活性化を
推進します。



提案その1
日経ウーマノミクスプロジェクト

1-1. 日経ウーマノミクスプロジェクト

日経ウーマノミクスプロジェクトとは…日経グループを挙げて女性の社会参画を応援する活動の総称

会員組織「日経ウーマノミクス・フォーラム」

会員数：**100,978名**、2015年3月1日現在



1-2. 日経ウーマノミクス・プロジェクトの主な展開

日本経済新聞朝刊「女性」面と日経プラス1「生活美人」面、日経電子版「ウーマン」コーナー、イベント・セミナーの開催など立体的な情報発信を行います。

ツイッター (@nikkei_w) やフェイスブック (www.facebook.com/nikkeiwp)、会員組織「日経ウーマノミクス・フォーラム」を通して読者との交流も図ります。

日本経済新聞「女性」面 日経プラス1「生活美人」面

◇「女性」面（朝刊土曜日付）

「女性目線で〇〇〇」「働く女性のホンネに迫る」など仕事に役立つ特集を中心に、インタビューや作家による寄稿、ビジネスシーンでのセンスアップレッスンなど実用情報も掲載します。日経ウーマノミクス・フォーラム会員へのアンケート調査結果や覆面座談会なども予定しています。

◇「生活美人」面（日経PLUS1）

女性向けに“オフ”に役立つ生活情報を発信します。「家事や料理の時短術」「地域活動のノウハウ」「趣味の女子会」など、土曜日に自宅で楽しんで読んでいただける読み物が中心です。

日経電子版「ウーマン」 (ライフセクション)

日経電子版「ライフ」セクションに、「ウーマン」コーナーを開設しています。

新聞の「女性」面「生活美人」面と連動するほか、電子版オリジナルのコラム、読み物や日経BPの情報も掲載。女性読者にぜひ届けたい記事・情報を網羅した、日経グループの女性ポータルです。

イベント、セミナー

世界で活躍する女性リーダーや有識者を講師に働く女性を応援するビジネスセミナーを開催します。ビジネスシーンで役立つメイクアップレッスンや自分を磨くパーソナルブランディング講座なども予定しています。

◇グローバル・ウーマン・リーダーズ・サミット

元米財務長官首席補佐官で現フェイスブックCOOのシェリル・サンドバーグ氏が基調講演。早大教授の川本裕子氏、ゴールドマン・サックス証券のキャシー・松井氏が登壇。女性の社会参画の現状や課題に関して、世界のリーダーや識者が議論しました。/ 於：渋谷ヒカリエ

◇ウーマンズ・イニシアチブ・フォーラム in TOKYO

「女性の起業、女性の視点」をテーマにした年次フォーラム。女性が起業する意味、女性らしい視点を生かしたビジネスなど経営者のリアルな声をお届けし、これからの社会を牽引する、意欲ある女性の起業を応援するイベントです。

ツイッター、フェイスブック 会員向けメールマガジン

◇ツイッター (@nikkei_w)

女性面や電子版ウーマンコーナーで掲載した記事を随時配信するほか、関連イベントなどをお知らせします。名称は「日経新聞ウーマン」

◇フェイスブック (www.facebook.com/nikkeiwp)

イベント・セミナーのお知らせや、おすすめコンテンツなどプロジェクトの情報を発信します。

◇メールマガジン

日経ウーマノミクス・フォーラム会員を対象に、おすすめコンテンツや電子版閲覧記事ランキング、日経からのお知らせなどを配信します。

会員組織「日経ウーマノミクス・フォーラム」(会員数：100,978名、2015年3月1日現在)

日経読者の交流を図る会員組織です。会員特典として①イベント・セミナー・交流会への参加、②会員限定メールマガジンの配信、③日経DUALの記事閲覧（運営：日経BP社）、④読者アンケートへの参加、などを提供しています。

会員を対象にしたアンケートは新聞紙面や電子版でも取り上げます。またプロジェクトの趣旨に賛同していただける経営者や識者などを「サポーター」として招聘し、会員同士の交流会などで登場していただく予定です。将来的には、企業・団体会員も募集する予定です。



1-3. 日経ウーマノミクスプロジェクト イベント例

キレイもキャリアもハッピーも！輝くすべての働く女性のための総合イベント

WOMAN EXPO TOKYO 2015

5月23日(土)・24日(日) 開催！

キャリアアップも、美文字も、マネー術も楽しく学べる！

ダイエットや美肌など最新美容テクが丸わかり！

注目のコスメ、フード、ドリンクがその場でもらえる！

永作博美さん、ベッキーさん、池上彰さん、岸谷香さん ほか が登壇！！

前回は2日間で約1万人が来場

日本経済新聞や日経電子版のほか、働く女性向け情報誌「日経WOMAN」、健康情報誌「日経ヘルス」、美容誌「etRouge」、働くパパ&ママ向けサイト「日経DUAL」、働く女性のキャリアを応援する転職サイト「日経キャリアNET/WOMAN」など、日経グループが持つ女性向け媒体を総結集し、自分らしく輝く、すべてのワーキングウーマンのために役立つ情報や体験を、講演・セッション、展示などリアルの場で提供します。



WOMAN
EXPO TOKYO
2015



1-4. 日経ウーマノミクスプロジェクト企画案

企画①

女性編集長が選ぶ 働く女性のデトックススポット ～地方に行けば、キレイになれる～

内容:

5月に六本木で開催されるWoman Expo Tokyo 2015で、「ふるさと名品・旅行券が適用される地方の観光名所(とくにデトックス&リラックスできそうな温泉など)」に焦点を合わせて女性編集長たちが紹介。

登壇者は日経ウーマン編集長、日経ヘルス編集長、日経トレンディ編集長、日経新聞女性面編集長など。会場内にはパンフレット置き場を設けて観光地のチラシを配布するほか、当日の様様を日経電子版や日経ウーマンなどのサイトに掲載。記事からリンクで観光地の情報に飛べるようにします。



Woman Expo Tokyo 2014では、会期の2日間とも、先着1000名にDEAN&DELUCAのトートバッグをプレゼント。併せて、協賛企業のサンプリングも実施しました。早朝から多くの方にご来場いただき、開場から30分後の10時過ぎには先着プレゼントの配布は終了しました。



1-5. その他企画案(カスタマイズ可)

企画①	女性編集長が選ぶ働く女性のデトックススポット ～地方に行けば、キレイになれる～	「ふるさと名品・旅行券」が適用される地方の観光名所(とくにデトックス&リラックスできそうな温泉など)に焦点を合わせて女性編集長たちが紹介。 登壇者は日経ウーマン編集長、日経ヘルス編集長、日経トレンド編集長、日経新聞女性面編集長など。会場内にはパンフレット置き場を設けて観光地のチラシを配布、試供品提供、試食などを実施するほか、当日の様様を日経電子版や日経ウーマンなどのサイトに掲載。記事からリンクで観光地の情報に飛べるようにします。
企画②	日経MJ選定 ローカル・クールジャパン番付!	日経MJは年1回「ヒット商品番付」を選定しています。今回、特別版として「ローカル・クールジャパン番付」を選定。「ふるさと名品・旅行券」で買えるものなかで、「①これぞ、地方発のクールジャパンを象徴するもの」「②これはお買い得」という2つの観点から商品を番付します。 成果は日経MJ1面で紹介し、日経電子版にも掲載(電子版から購入サイトにリンクも貼ります)。さらに5月のWoman Expo Tokyo 2015(WET 2015)などで商品展示と講評会を行います。 ※日経MJ 1971年創刊 月水金発行 発行部数:約25万部 流通・サービス業の読者が中心
企画③	日経プラス1選定 ローカル・クールジャパンランキング!	日経プラス1は毎週土曜日発行の日経朝刊の別刷り。1面では各ジャンルのランキングを発表しています。「ふるさと名品・旅行券」で買える「スイーツ」「工芸品」「旅行企画」など、ふるさとを感じる・思い出すという観点で、女性が好むジャンルに絞ってランキングをします。 日経電子版にも掲載(電子版から購入サイトにリンクも貼ります)。さらにWoman Expo Tokyo 2015などで商品展示と講評会を行います。 ※日本経済新聞 発行部数:277万部(2014・6月)
企画④	東京ミッドタウン・ガレリアアトリウム 5月23、24日に「ふるさと割」展示販売	Woman Expo Tokyo 2015の関連展示として、東京ミッドタウンの中央に位置するオープンスペースで、「ふるさと名品・旅行券」に参加する全国の都道府県に出展いただく。ミッドタウンを訪れる数万人の人に実際に品物を手にとってもらったり通販サイトを体験してもらう。 通販サイトは、日経電子版ほか日経の各媒体で告知。 ※日経電子版 購読者数: 319万
企画⑤	地方のフルーツ・お酒で作る 「女性力」をアップさせる“恋するカクテル”	「ふるさと名品・旅行券」が適用される地方の名産品(食材・食品)を使い、銀座の名店パーテンドーとウーマノミクスサポーターで美のカリスマである野宮真紀さんが女子力アップのカクテルレシピを紹介するイベント。トークショーとともに、即売PRブースも設けて、来場者に広く周知します。 イベントの様子を日経の関連雑誌や日経MJで採録。
企画⑥	女性杜氏が大集合 地元の名産と楽しむ美酒	「ふるさと名品・旅行券」が適用される女性杜氏がつくる日本酒と地元の名産品(食材・食品)を組み合わせ紹介するイベント。トークショーとともに、試飲、試食、即売PRブースも設けて、来場者に広く周知します。 イベントの様子を日経の関連雑誌や日経MJで採録。 ウーマノミクスクリスマスパーティーでも司会を担当したあおい有紀さんに、女性ならではの楽しみ方を紹介いただきます。
企画⑦	農漁業・畜産体験、伝統工芸作品作り体験 地方の宣伝部長になってみよう!	体験: 「ふるさと名品・旅行券」が適用される地方商品に関する体験を通して実感した商品の良さをウェブサイトやフェイスブックなどで発信 ↓ 展示: その商品の宣伝部長になり、試食販売を実施。会場内の売り上げコンテストなどの企画で盛り上げる。事前のウェブサイトやフェイスブックなどでのアピール合戦や、紙面広告と連動して結果発表などを日本経済新聞紙上に掲載

提案その2
老舗の挑戦
～これまでも、これからも

2-1. 「老舗の挑戦～これまでも、これからも」とは

- 2015年1月からスタートした日本経済新聞の広告企画。
- 老舗企業が代々受け継いできた技術や製法を活かし、現代のニーズにより生み出した付加価値の高いプレミアム製品やサービスを紹介。
- 企業への取材を通じて、「伝統」や受け継いできた「技術」や「教え」、そして「商品に込められた思い」を記事に書き起こします。それらのストーリーに共感を得た方からの購入を促します。
- 日経読者は会社役員やマネジメント層などの富裕層が多く、知的好奇心が強い方が多い。
- 伝統やストーリーがあり、地方ならではの付加価値がある商品やサービスに興味を持つ方も多い。



2-2. 「老舗の挑戦～これまでも、これからも」掲載例



煙の少ないお線香「櫻人(さくらびと)」
桜葉エキス配合 / 内容量:170g /
燃焼時間:約30分 / 希望小売価格:1,500円

櫻の香りのろうそく「櫻人(さくらびと)」
桜葉エキス配合 / 内容量:56本 /
燃焼時間:約16分 / 希望小売価格:500円

創業 宝永5年(1708年)

「これまでも
これからも」

老舗の 挑戦

株式会社丸叶むらた

桜が好きだったあの方へ—。
創業時の想いが新時代のお線香を生む。

どこまでも続く、満開の桜並木。ぼっと心に灯がともるような淡い色合いのパッケージと、桜葉エキス配合のさわやかな甘みのある香り。そして「桜が好きだったあの方へ—」という物語性のあるコンセプトが、線香やろうそくの新しいユーザーである40～50代女性の心をつかんだ。発売当初、取引先から受けた「デザインが明るすぎる」「仏壇のろうそくにピンク色はありえない」などの批判をはねかえし、息の長い人気商品となったのが、「丸叶(まるかのう)むらた」の「櫻人」シリーズだ。

同社は宝永5年(1708年)、中山道6番目の宿場町・桶川で、近隣の人々には日用品を、旅人には薬(み)のやわらじを

提供する「よろづ屋」として創業。戦後は日用雑貨の卸売業を展開していたが、現会長の9代目・村田五郎氏の社長就任をきっかけに、慶事や仏事にまつわる商品の販売を事業の柱に据えた。近年は、線香やろうそくなどのオリジナル商品の企画・販売を開始。「地域の暮らしによりそう」という創業からの姿勢と、慶弔のプロフェッショナルとしての経験が、今の消費者が求める商品の誕生に結びついたのだ。そうした想いを込めて、今年2月に開催される「第79回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2015」に出展。同社が歩んできた道のりと重なり合うような、歴史のロマンを感じさせる新シリーズ「シルクロード 絹の道」にも、さらなる注目が集まりそうだ。

埼玉県桶川市寿1-11-10 TEL.048-771-1012
<http://www.marukanou.co.jp/>

第79回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2015(2/4-5-6、東京ビッグサイト)に「丸叶むらた」が出展。新商品「シルクロード 絹の道」も発表します。

こちらの広告は「NIKKEI Adnet」でも紹介しています。 <http://adnet.nikkei.co.jp/>

広告

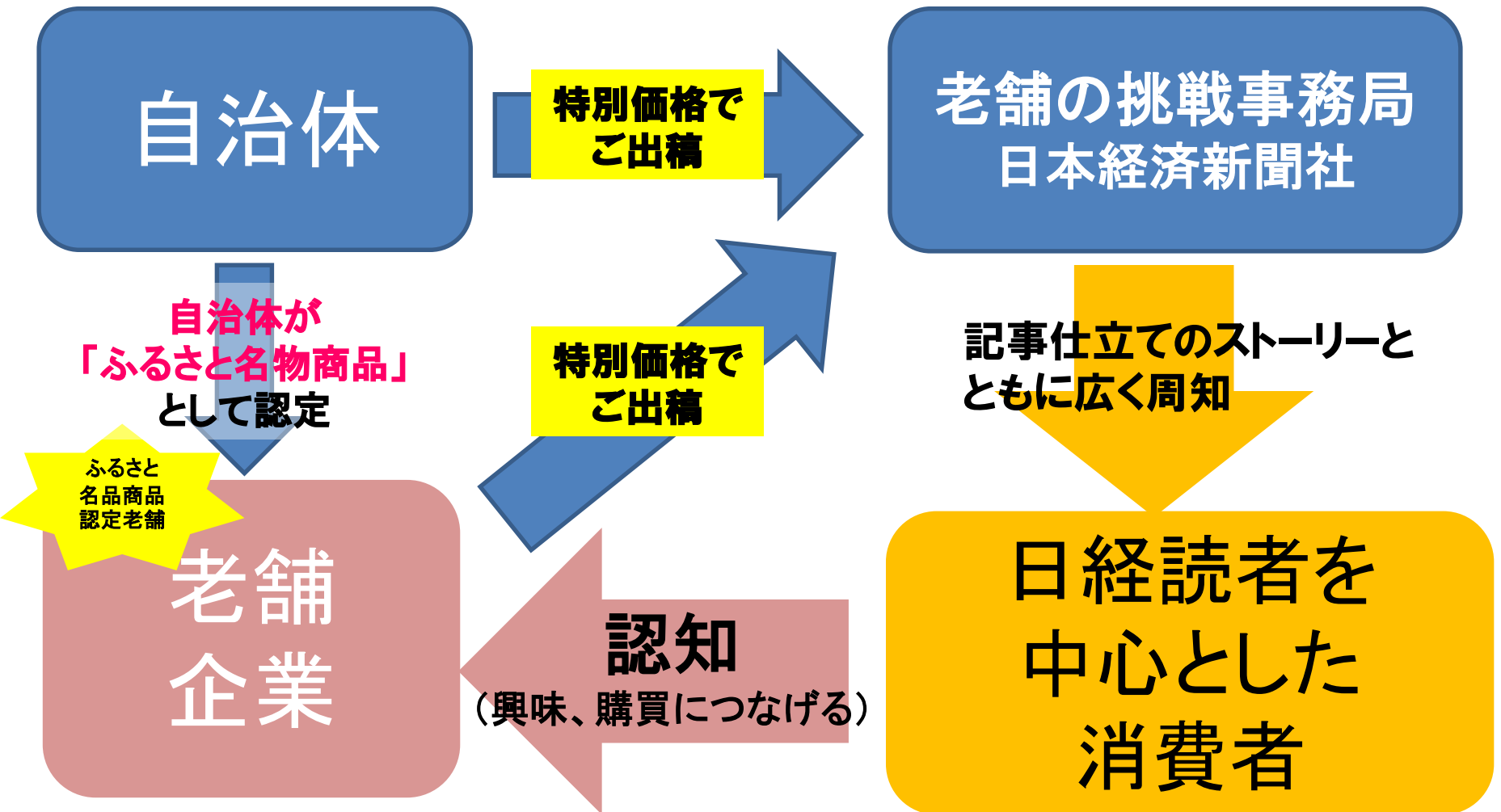
企画・制作=日本経済新聞社クロスメディア営業局

取材、広告原稿制作は弊社で行います。

2015年1月31日付日本経済新聞朝刊 広告主「丸叶むらた」

2-3. 「老舗の挑戦～これまでも、これからも」枠組み

自治体が「ふるさと名物商品」として認定をした企業に特別ご出稿料金をご案内します。
 伝統があり、プレミアムで付加価値が高い製品やサービスであることを
記事仕立てのストーリーを交えて世間に対して広く周知させます。



2-4. 「老舗の挑戦～これまでも、これからも」オプション

紙面だけではない、複合的な展開で「認知」から「興味」をもたせ、「購入」につなげます

- **「老舗の挑戦Magazine(仮)」の発行**

「老舗の挑戦」に登場した企業を集めたタブロイド版の別刷りを発行。

- **「老舗サミット(仮)」の開催**

「老舗の挑戦」に登場した企業の代表が登壇するほか、老舗研究の先生が「老舗」のブランド構築方法について紹介。また会場で製品やサービスの即売を行う。

- **日経電子版で老舗企業を紹介**

老舗企業が続く秘訣やブランディングを、その企業の歴史を振り返りながら日経の視点で紹介

など

上記は決定したものではなく、現状の案です。

カスタマイズも可能ですのでまずはお気軽にお問い合わせください。

3. お問い合わせ先

ご相談やご質問がございましたら下記あてにお気軽にご連絡ください。

○日経ウーマノミクスプロジェクトに関して

日本経済新聞社 文化事業局イベント事業部 担当:石橋

Tel.03-6256-7355 E-mail. mami.ishibashi@nex.nikkei.co.jp

○老舗の挑戦に関して

日本経済新聞社 クロスメディア営業局企画部 担当:浜田

Tel.03-6256-7498 E-mail. adpost2@nex.nikkei.co.jp

住所. 東京都千代田区大手町1-3-7

産経新聞社が事業サポートできる 「体験メディア」について

ふるさと名品を都市圏への新たな販路で宣伝・販売する事業



産経新聞社が事業サポートできる「体験メディア」について

ふるさと名品

【課題】

- ①知名度向上
- ②マーケット拡大
- ③ファン層の獲得

地元出身の
著名人など
推奨の名品



自治体の
媒体

事業者
パンフ等

掲載イメージ

伝統を再デザイン 新たな和の明かり



内容例

- ①ふるさと名品に指定された商品の生産者やコンセプトを取材・掲載
- ②最低掲載料5万円(税別)
- ③自社のPR媒体として活用も可能

体験パック+情報紙

【解決】

- ①安価な金額で手軽にPR
- ②幅広く、選択できる広告メディア
- ③新聞社取材によるメディア作成
- ④自社PR媒体が手に入る

更なる拡散



・折込チラシで
宣伝

・新聞広告で宣伝
・Web広告で宣伝

・産経新聞の会員
向けEメールで
PR

・産経新聞の
ECサイトで
宣伝・販売

体験パックとは

「体験パック」とは、ふるさと名品や自治体等の情報をパッケージにして、産経新聞グループメディアで宣伝・販売する商品のことです。

都市圏などの域外購入者にふるさと(ご当地)を体験していただき、訪問誘因のきっかけを作ります。

パックの中身は、自由に設計して頂くことが可能で、地元出身の芸能人や首長が推薦する体験パックなども企画することが可能です。

自治体には、ふるさと名品に指定された事業者をご紹介いただき、安価な金額で手軽にPR出来る情報紙で取材、掲載します。

地元出身の
芸能人など
推奨の
ふるさと名品



自治体の
パンフ

事業者
パンフ等

伝統を再デザイン 新たな和の明かり

れ、伝統の文化精神を継承し、現代の暮らしに馴染むデザインを追求し、新たな和の明かりを創出する。COS KYOTOの取り組みは、伝統の文化、自然、人とのつながりを大切にし、地域を元気にするために取り組んでいる。伝統的な文化を現代に活かすことで、地域を元気にするために取り組んでいる。伝統的な文化を現代に活かすことで、地域を元気にするために取り組んでいる。

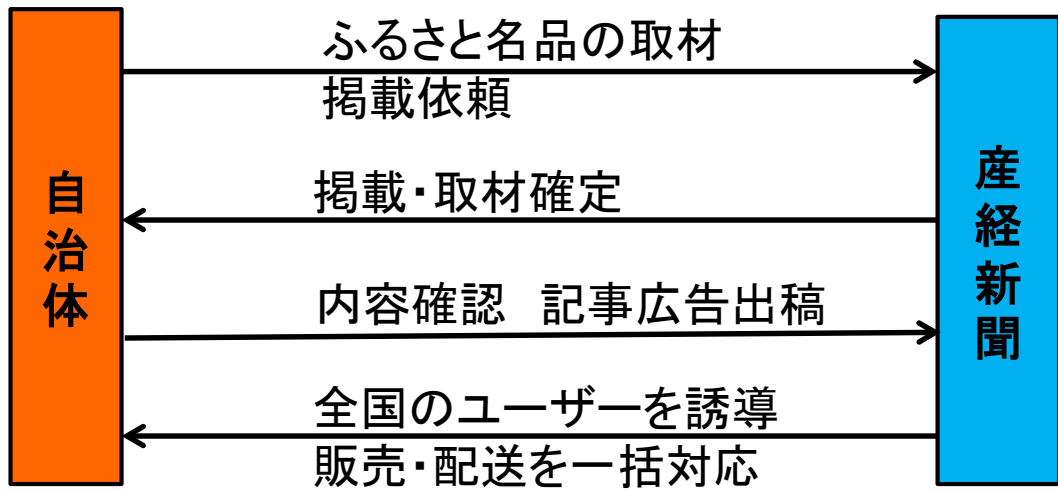


伝統を再デザイン 新たな和の明かり

伝統を再デザイン 新たな和の明かり

掲載イメージ

産経新聞グループメディアが ふるさと名品を定期的に取材 記事執筆を行い 商品コンセプトや開発プロセ スなどを物語にした情報紙を 作成します。

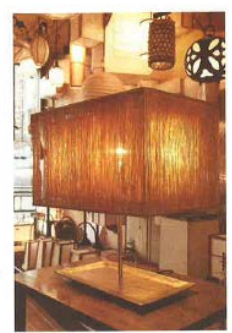


掲載イメージ

伝統を再デザイン 新たな和の明かり

れ、伝統の技と精神を継承し、現代の暮らしをより豊かにする新たな提案を役か
ける。COS KYOTOの北林功代表
は、現代の素材、技術、人を結び、季節
の移ろいを鋭敏にすくい取り、洗練され
た文化を生んできた京都の視点からも
のづくりを進めている。

「伝統的な素材や工芸を現代に再デ
ザインし、日常に生きる新しい価値を生み
出したいと考えています。第一線で活躍
するデザイナー、西陣織の製造面の主人
と仕事を進め、西陣織の帯などに使われ
る引箔の職人と出会いました。和装の将
来について話し合い、優れた技を100年
後に残したいと、和の照明をつくるこ
に行き着きました」



十六夜 izayoi
COS KYOTO株式会社

きらびやかで繊細な糸のように細かく
敷断された箔の隙間から、奥巻をたっ
ぷり含んだ光がこぼれ出す。壁面に望む月
のおぼろげな姿にいっそうの詩情を覚
え、四季のめぐりに寄り添うかすかな変
化に心を通わせる日本的な感性が昇華し
ている。十五夜の次の宵、昨日よりもわ
ずかに遅れて顔を出し、真円にほんの少
しだけ及ばない月のたたずまいに、はに
かむような感覚を見立てて、みやびやか
な言葉に表した奥ゆかしい精神が立ち上
る。

西陣織に伝わる引箔を使い、長く京都
に居を構える照明製造の工房で生み出さ

金沢の職人の手による金箔を京都の職
人が和紙に張り付け、敷断し、0.1mm
程度の金色に輝く糸の速やかに仕上
げる。数少ない職人も許されない熟練の技が
集結した引箔は、紙間で120年以上も明
かりに取り組んできた三浦照明の工房で粗
み上げられていく。和風照明に特化して
空間の照明設計にも携わり、老舗旅館や
由緒正しい茶室などから信望を集める。

4代目の三浦大輔代表は「和紙、竹、
木、鉄、銅、真鍮、ガラスなど、さま
ざまな職人の手を経てきた素材を組み合
わせ、日本的な情緒や感覚を感じ込んだ
居心地の良い空間を提供したいと考えて
います」。

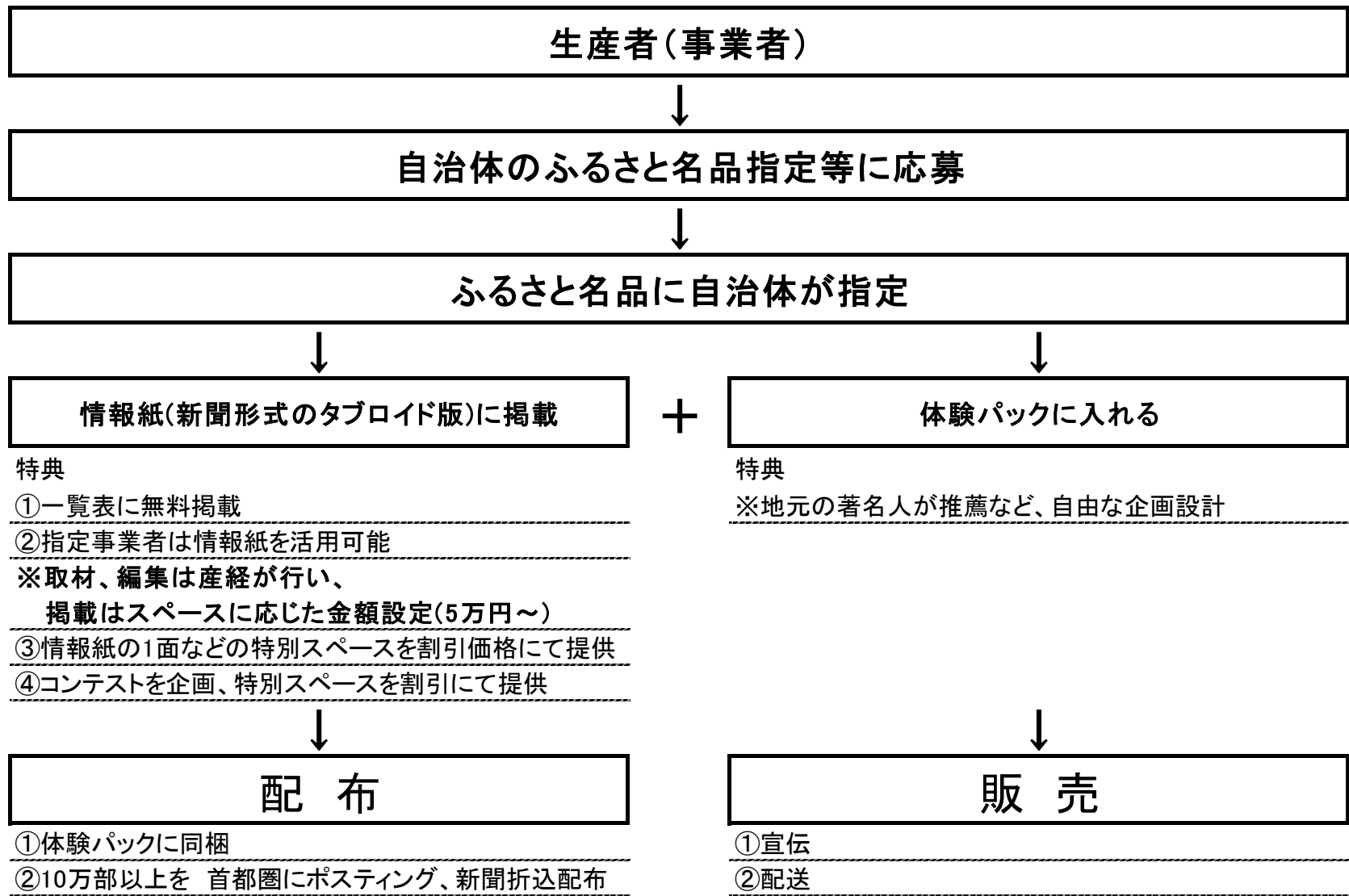
十六夜はデザインを実際の形にするた
め、どの素材をどんな形状にするから
試行錯誤を繰り返して、接着方法も一
から考えた。

「台座と支柱は板金職人の弟がつくり
ましたが、たくさんの思いが一つの形と
なり、この姿を目の当たりにすること
は、どの職人にとっても大きな励み、刺
戟となり、新たなものづくりの原動力と
もなるようです」と目を輝かせる。

所在地：京都市北区美野上柏野町
10-1 COS101ビル
www.cos-kyoto.com



情報紙掲載のイメージ



産経新聞グループ 媒体データ

メディアデータ



販売部数

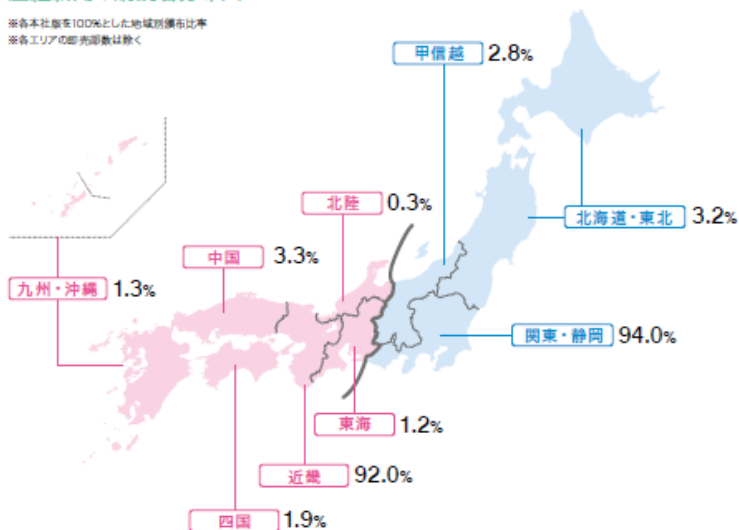
産経新聞の販売部数

	朝刊	夕刊
全国計	1,605,621部	536,203部
東京本社版	712,307部	—
大阪本社版	893,314部	536,203部

日本ABC協会「新聞発行社レポート」2012年1～12月平均

産経新聞の購読者分布図

※各本社版を100%とした地域別購読比率
※各エリアの部数合計を除く



日本ABC協会「新聞発行社レポート」2012年1～12月平均

多彩なメディア

産経新聞社に拠る多彩なメディア

産経新聞社には、産経新聞を軸に、多彩なメディアが揃っています。貴社の宣伝・PRに合ったメディアがきっと見つかるはずです。各メディアについての詳細な情報は、各媒体の担当者にお問い合わせください。

新聞

- SANKEI EXPRESS**
 新装のスタイルをまったく変える、ハイクオリティでコンパクト、アートな書き手をコンセプトにした宅配中心の朝刊紙です。精選した写真、模写のタブロイド型で携帯にも便利。郵送に要する20枚、30代の読者にマッチしたクオリティペーパーです。
- サンケイスポーツ**
 スポーツ情報を日本から、世界から、すばやくゲットするサンケイスポーツ。時代の変化を敏感に捉え、プロ野球・メジャーリーグ・サッカーにもなる。読者・読者・社会・ラゲーター・ゴルフ・釣りなどあらゆるジャンルを網羅し、ダイナミックな紙面でも毎日届けられます。
- 競馬イイト**
 サンケイスポーツ特別版として発行する競馬専門紙。豊富な記者陣による詳細な調査取材とデータに裏打ちされた大胆な予想で週末の競馬を熱くします。
- 夕刊フジ**
 多くのサラリーマンから支持されている夕刊フジ。昭和44年の誕生以来40年以上、政治からスポーツ・芸能まで、事件のウラ側に踏み込み、話題を提供し続けています。一般紙では書ききれないウラ筋を盛り込みながら、今日も夕刊フジは読者のサラリーマンを喜ばせます。
- Fuji Sankei Business i**
 フジサンケイビジネスイは産経新聞の取材陣による国内ニュース、中国新聞社など現地メディアとの連携による中国・アジア関連ニュース、米国の経済・金融情報ブルームバーグによる海外ニュースの3本社を、タブロイドに詰め込んだ紙面が特徴です。

雑誌

- 正論**
 保守論壇をリードし続け、固定ファンが多いオピニオン誌
- MOSTLY**
 モーストリー・クラシック
 クラシックをより立体的に多角的に伝え、クラシック愛好家に支持されるクラシック音楽専門誌
- メトロポリターナ**
 首都圏の地下鉄ラックで配布され、アクティブな20～40代女性に絶大な人気を誇る月刊フリーマガジン
- SeaSide**
 東京の一大観光スポットであるお台場情報を中心に、エンタメ情報満載の月刊フリーマガジン
- おとなのデジタルTVナビ**
 多チャンネル時代に対応し、映画や話題のドラマ情報など、大人でも読みごたえ十分な月刊誌
- テレビナビ**
 テレビ番組情報に加え、大型特集、制作の舞台裏エピソードなどが充実した月刊誌
- 週刊Gallop**
 全ての競馬ファン必携！ 迫力のグラビアや競馬の秘話など、週刊でお届けします

主な媒体発行部数

- EX** 7万部
- サンケイスポーツ** 50万部
- 夕刊フジ** 20万部
- Fuji Sankei Business i** 13万部

産経新聞グループ

総発行部数
250万部

事業実績

- ①国内有数のデジタルニュースメディア運営ノウハウを生かしたWEBプラットフォーム運用

産経ニュース SANSPO.COM

iza zakzak SankeiBiz

新聞社系サイト最大

月間約3,500万人

産経デジタル運営の主要ニュース5サイト
合計訪問者数

毎日約500本

産経ニュースに日々新たに掲載される
無料記事の本数



◆PCからのアクセス

Date: 2015/January/GoogleAnalytics

媒体	月間PV	月間UU
産経ニュース	1億2,042万	732万
イザ!	1億895万	1,368万
SANSPO.COM	4,843万	446万
ZAKZAK	4,039万	318万
SankeiBiz	1,483万	203万
全サイト合計	3億3,302万	3,067万

◆スマートフォンからのアクセス

Date: 2015/January/GoogleAnalytics

媒体	月間PV	月間UU
産経ニュース	3,159万	764万
イザ!	5,560万	1,064万
SANSPO.COM	1,845万	358万
ZAKZAK	1,170万	318万
SankeiBiz	445万	174万
全サイト合計	1億2,179万	2,678万

事業実績

▶ フジサンケイグループのメディアパワーを活用して実施

✓ フジサンケイグループ＝85社・4法人・3美術館からなる日本最大規模のメディア・コングロマリットの力を利用

- ◎フジ・メディア・ホールディングス
- ◎フジテレビグループ(31社)＝フジテレビジョン(TV)・ビーエスフジ(TV)・共同テレビジョン(TV制作)・ディノス・セシール(通販)・扶桑社(出版社) 他
- ◎産経新聞グループ(18社)＝産業経済新聞社(新聞)・日本工業新聞社(新聞)・産経デジタル(Web)・産経新聞出版(出版)・大阪放送(ラジオ) 他
- ◎ニッポン放送グループ(5社)＝ニッポン放送(ラジオ)・ニッポン放送プロジェクト(ラジオ通販) 他
- ◎サンケイビルグループ(9社)＝サンケイビル(不動産)・サンケイ会館(飲食サービス) 他
- ◎リビング新聞グループ(9社)＝サンケイリビング新聞社(女性向けフリーペーパー)・リビングくらしHOW研究所(女性向けシンクタンク) 他
- ◎ポニーキャニオングループ(7社)＝ポニーキャニオン(レコード会社)・ポニーキャニオンエンタープライズ 他
- ◎文化放送グループ(4社)＝文化放送(ラジオ) 他
- ◎公益法人グループ(8社)＝彫刻の森美術館(美術館)・美ヶ原高原美術館(美術館)・上野の森美術館(美術館) 他



▶ 新聞社の「編集機能」＝コンテンツ開発機能を使い、良質なコンテンツを大量に作成します

✓ 産経新聞グループが持つ編集機能を最大に活用して、新聞記者が書くクオリティの高いコンテンツ活用できます

- ◎新聞編集者1000名弱を抱える産経新聞社の編集力を活用する＝コンテンツ作成のプロとWebコンテンツ作りで体制を組む
 - 産経新聞グループが作る1日の記事本数＝1日、約500本の記事を作成しています
 - 月間約3500万人のユーザー数は新聞社系Webサイトでは国内最大規模(産経デジタルが持つ5サイトのユーザーの合計数)



▶ 国内Webメディアでは強いパワーを持つ産経デジタルの「情報拡散機能」を使い、「クロスメディアプロモーション」でサイトを盛り上げる

✓ 多くのユーザー、情報提供メディアを持つ産経デジタルの情報拡散パワーを使い、本プロジェクトを国内に発信

- ◎産経デジタルの情報拡散力を利用する＝日本最大のポータルサイト「ヤフー！」のニューズピックスでは数多くの産経の記事が取り上げられます
 - 2014年ヤフトピ掲載概算＝1位:時事(3800～)、2位:毎日新聞(3170～)、3位:産経・サンスポ・夕刊フジ(3019～)、4位:スポニチ(1979～)、5位:読売新聞(1817～)、6位:朝日新聞デジタル(1407～)、7位:デイリースポーツ(1181～)、8位:オリコン(709～)
- ◎スマホ全盛の時代、産経デジタルが運営する電子新聞アプリのダウンロード数は680万ダウンロードを超えており、スマホで情報訴求可能です

