



トップページ
QRコード

ニッポンを一步先へ

Step Forward
JAPAN!

きこやけ

Supported by 産経新聞

オンラインコミュニティ
ご参画プランのご案内

2026年2月

産経新聞社

きっかけ独自の価値「ソーシャルメディア」

2024年、日本マーケティング協会が34年ぶりに「マーケティング」の定義を変えたことがニュースとなりました。

企業と生活者・生活者の関係について、従来の「企業が提供する価値を生活者が消費する」という考え方から、「企業・団体と顧客・生活者が共に価値を創造し、その価値を広く浸透させることで、豊かで持続可能な社会を実現する」という考え方に刷新されています。

オンラインコミュニティは、企業とユーザー・生活者がオンライン上で対話し、新しい価値を共に創り出すことができる現代のコミュニケーション戦略ツールです。

多くの企業がオンラインコミュニティを導入し始めていますが、**企業とユーザーが共に生み出した価値に社会性を加え、ニュース化やさまざまな形でアウトプットする**

「ソーシャルメディア」

を実現できるのは、産経新聞社の「きっかけ」だけが持つ独自の強みとなっております。



産経新聞全国版にて
毎月掲載
「きっかけ面」



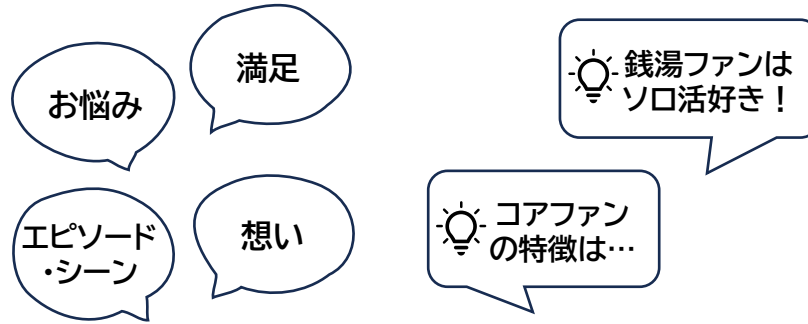
ユーザーのコメントや
意見を活かしたイベント
は高い満足度が特徴



新聞、雑誌、WEB…
ユーザーの声を活かした広告やLPIは
大きな効果を発揮



「きっかけ」活用による実現可能性



きょかけ

①生活者が集まり
つながれる

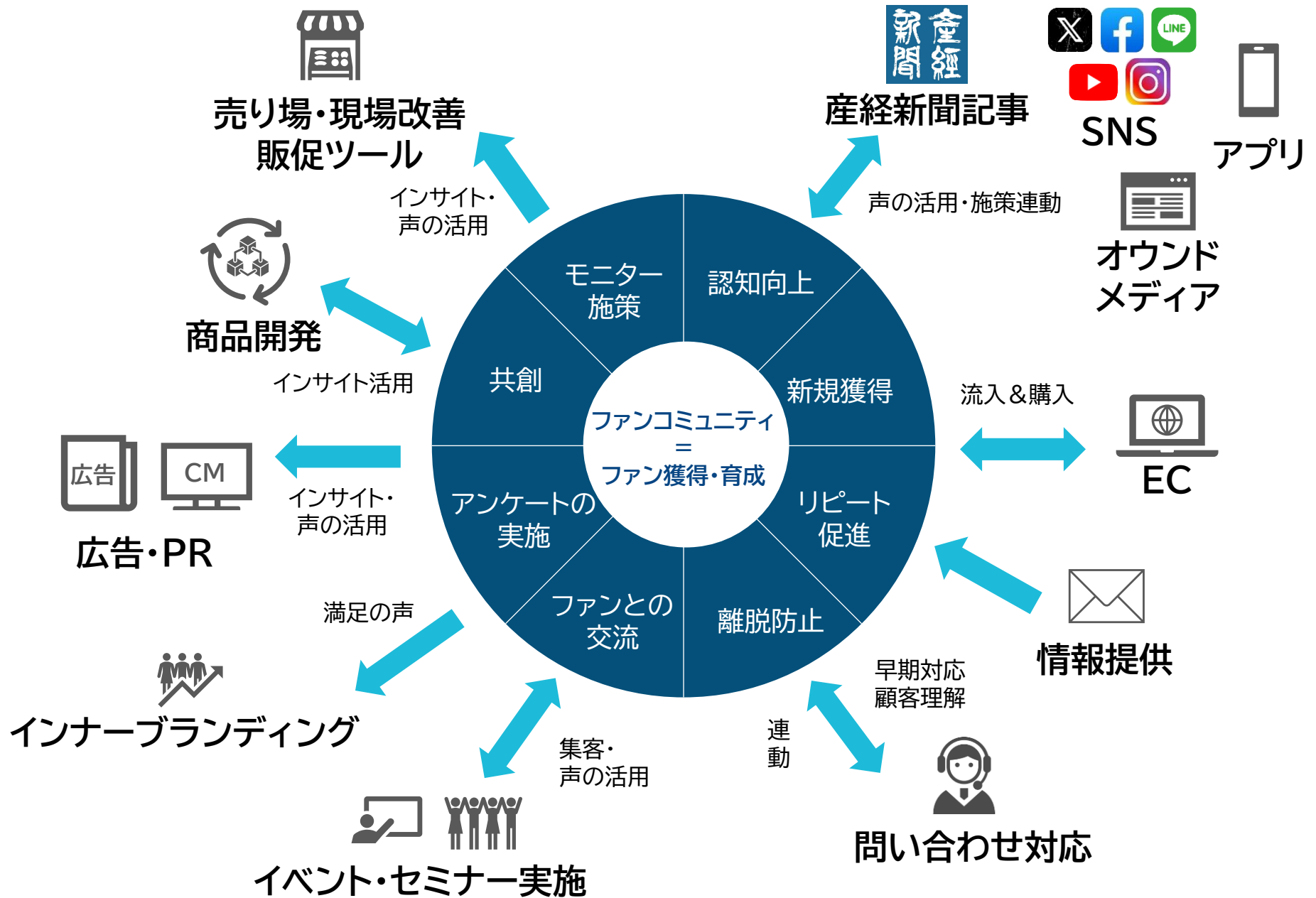
②声生まれる

③インサイトが
見える

④声・インサイトが
活用される

ファン・理解者を育成

オンラインコミュニティによる実現可能性



「きっかけ」活用事例

「きっかけ」にご参画いただいた企業・団体様のコミュニティから
たくさんの成果やコンテンツが生まれています！



広告活用・商品開発

フジボウアパレル様

分析結果を活用して広告ビジュアルを変更したところ、ECサイトのアクセスが10倍など、大きな反響を獲得！



コミュニティユーザーに涼ブラの新色で欲しい色を選んでもらい、1番人気だったミモザイエローを実際に商品化して話題に。



現場改善

牛乳石鹼共進社様

コミュニティの分析結果からわかった、「人が銭湯に行くようになるポイント」を業界関係者向けに講演したところ、問い合わせが相次ぐなど、大きな反響あり！



ファンイベント実施

全国農業協同組合中央会(JA全中)様

「国消国産」を実際に体験できる機会を提供すべく、クラウドファンディング「ひとくち農家プロジェクト」を実施。

賛同者から合計100万円以上を集めて体験イベントを開催！



セミナー実施

産経新聞社「フェムケアプロジェクト」

コミュニティへ寄せられた声を活用して、メトロポリターナで特集誌面やオンラインイベントを実施。寄せられた悩みや不安を解消する術なども紹介され、ユーザー、(当時ともに運営を行っていた)経済産業省の双方から高い評価を得た。



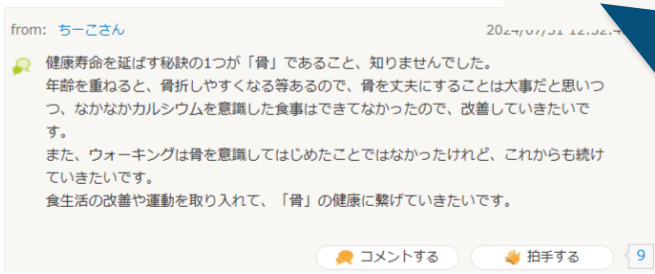
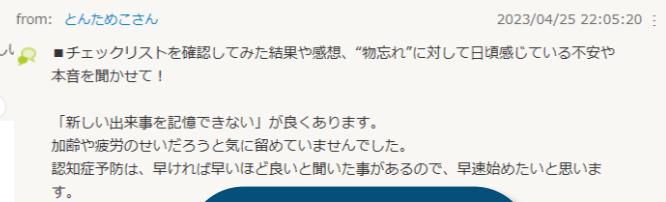
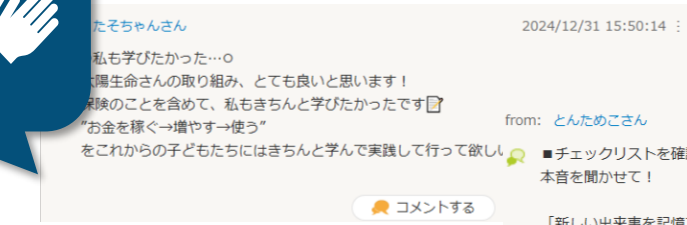
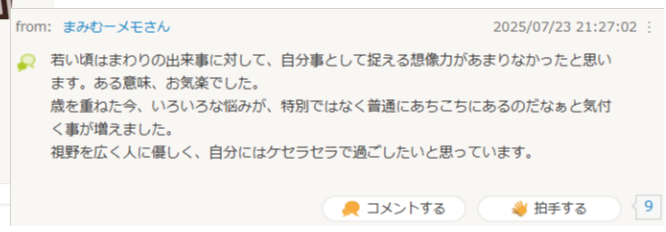
「きっかけ」参画コミュニティ事例



【●●愛】
 企業・団体の
 ことを学び、
 共感する声



【本音】
 生活の様子が
 見える声



【共創】
 一緒に社会課題
 に取り組む声

「きっかけ」各社コミュニティで集まっている生活者の声 事例

茅ヶ崎はいいところですね。北海道移住する前によく行ってました。自分にとって何が幸せか、移住すると本当に実感します。私は若い時は派手なイベントや繁華街が大好きでしたが、今は家族との時間や自然に囲まれて趣味を楽しむことの方が大事です。もっと多くの人たちに伝わればいいなと思います。

from: やままさん

てぬぐいです。あれこれ集めてたら、ものすごい数に(笑)小さくなるし、すぐかわくし、いろいろな使い方ができて最高です。お風呂内で体を洗うもよし、風呂上りに体を拭くもよし。保冷剤をもって行って、ふろ上がりに手ぬぐいで巻いて首筋にあてるととってもすっきりしますよー。

from: 太陽のトーコさん

国産国消の考え方、応援しています。自分の口に入れるものなので、今後のトピックで生産者さんの御登場楽しみです！JAさんがスポンサーのラジオ番組「あぐりずむ」も良く聴きます。生産者の方がアボカドに何をつけるか？聞かれて、ポン酢と答えていて真似しています。美味しいです。テレビだと、かながわ旬菜ナビでJAさんの色々な取り組みを拝見しています。生産者の方が惜しみなく教えてくれるレシピは宝です。

from: ミドリガメさん



地方が気いなる
コミュニティ
～移住もありかも～
協力: JOIN-FURUSATO



牛乳石鹼 お風呂部



“食”のおしゃべりマルシェ
スーパーでのお買い物にワクワクをプラス

みんなで話そう、女性の“ココロとカラダ”
フェムトークコミュニティ
supported by Fem Care Project

■おつまみ系の珍味や塩辛など、どんな魚の加工品を食べてる？選んでいる理由も教えて！

さつま揚げ等の練り製品を買う事が多いです。そのまま焼いて生姜醤油を付けて食べるのも美味しいですが、良い出汁が出るので煮物にも使います。珍味だとチーかま、チーたらが特に好きですね。お酒は飲みませんが珍味全般、健康的なおやつとして食べますよ。子供の頃は石油ストーブでスルメを炙ってマヨ+七味を付けて食べてましたあ、一番好きな魚の加工品は、うにいかです！ご飯によく合います！美味です！（`v`）b

from: ひーたろうさん

■「子どもが欲しい」と思った時に、意識して実行したこと・妊活で大変だったこと

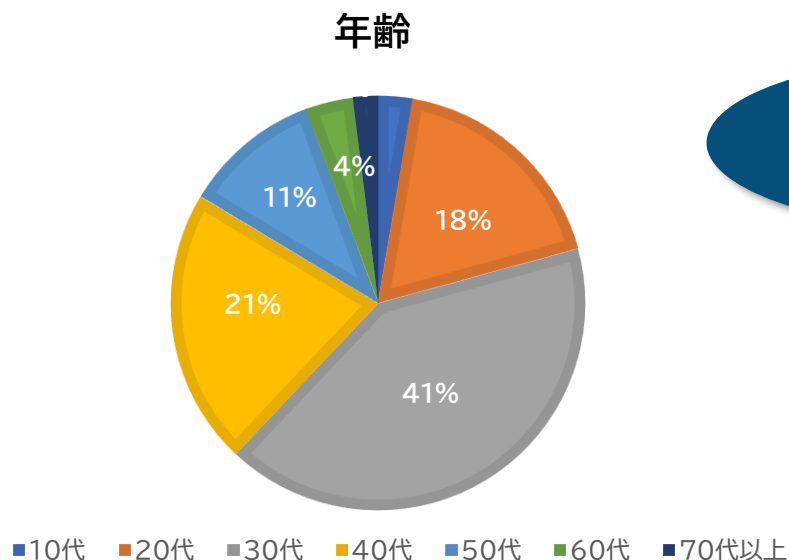
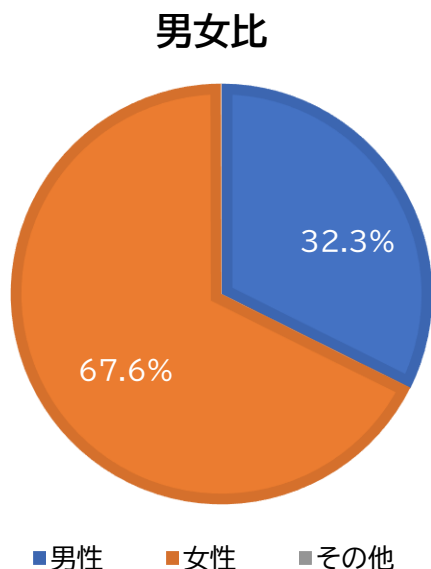
結婚して数年は自然にまかせていましたが、なかなか妊娠せず。近くの婦人科の先生に指導してもらって基礎体温を測る所からスタートしました(^)それまで全くといっていいほど妊娠について知識がなかったので、基礎体温、身体をあっためる、食生活の見直し…と、基本的なことから始めました！結婚すれば誰でも自然と妊娠できる…と軽く考えていた自分の無知さが恥ずかしいです🥲💧

from: みかさん

「きっかけ」ユーザー属性

「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、
20～40代の女性が中心となっております。

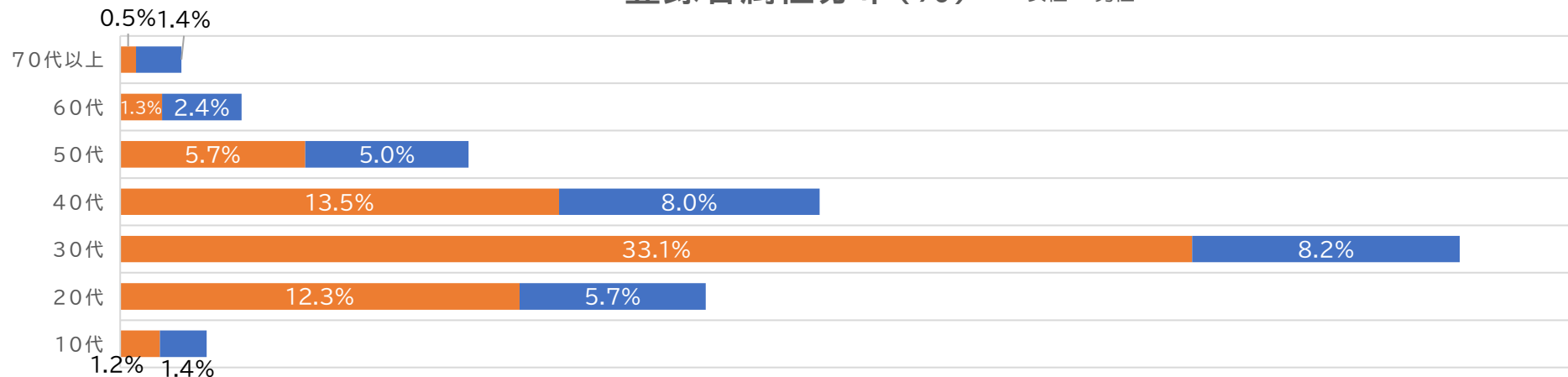
※2026年1月末データより



登録ユーザー数は
107,000人以上!



登録者属性分布(%)



「きっかけ」パートナーコミュニティ ご参画企業・団体

一般社団法人全国スーパーマーケット協会様



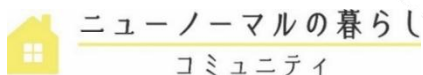
牛乳石鹼共進社株式会社様



株式会社ニッポン放送様



株式会社エフ様



株式会社イトアンドフーズ様



産経新聞社「サンケイスポーツ」

サンスポーツク

産経新聞社



現在15社(団体)
ご参画中!



株式会社フジボウアパレル様



(協力)公益社団法人 ふるさと回帰・移住交流推進機構様



森ビル株式会社様



産経新聞社「フェムケアプロジェクト」



株式会社「リスクマネジメント」様



藤田観光株式会社様



清水建設株式会社様



産経新聞社「産経×防災」プロジェクト



「きっかけ」パートナーコミュニティ ご参画企業・団体

「きっかけ」は、リニューアルを機に、より「社会課題」にコミットする場として活性させるべく、
近い社会課題に取り組むコミュニティごとにグループを編成しております。
今後、共通テーマでの調査やイベント実施など、グループごとに、さらなる価値を付加していく予定です。

