

SANKEIメディアガイド 2026-27

CONTENTS

はじめに	
産経新聞社のメディアソリューション	2
メディアビジネス本部のアセットラインナップ	3
産経新聞	
販売部数とエリア	4
読者プロフィール	5
事例紹介	6
産経ニュース	
媒体概要	7
事例紹介	8
産経新聞DXセミナー	
事業概要／開催テーマ／参加者属性	9・10
きっかけ	
事業概要／ユーザー属性	11
事例紹介	12・13
メトロポリターナ	
媒体概要／読者プロフィール	14
事例紹介	15・16
フェムケアプロジェクト	17・18
インフルエンサープロモーション	19
SAKANA&JAPAN FESTIVAL	20
スイーツ甲子園	21
ふくのわプロジェクト	22
サンケイスポーツ	
媒体概要	23
事例紹介	24・25
お問い合わせ先	26

歴史に挑み、次代を拓く。 産経新聞社が提案する、ビジネスを動かす最適解。

産経新聞社は昭和8年(1933年)の歩み出しから一貫して、時代を射抜く「正論」を届けてまいりました。その確かな発信力と独自の媒体資産を掛け合わせ、ターゲットに響く最適な解決策をデザインします。私たちが磨き上げた新聞力は今、多彩なソリューションへと進化し、クライアントと読者をつなぐ架け橋となります。次の100年も、飽くなき挑戦で新たな驚きと価値を生み出し続けます。

時代におもねらず
正論路線を貫く基幹メディア



詳細はP.4~6をご参照ください →



スポーツ&エンタメの
ホットな最新情報を毎日お届け



詳細はP.23~25をご参照ください →

国際女性デー企画が
「新聞広告賞」を受賞!

2021年秋から始まった産経新聞社媒体横断型の取り組みは男女双方にある特有の健康課題に注目し、活動を深化させてまいりました。「国際女性デー」に実施した新聞を丸ごと包むラッピング広告他の継続的な活動が評価され日本新聞協会「新聞広告賞」を2年連続受賞しました。

詳細はP.17をご参照ください →



ウェブファーストを掲げる
基幹ニュースサイト



詳細はP.7~8をご参照ください →



対話がニュースを生む
オンラインコミュニティ



詳細はP.11~13をご参照ください →



働く女性たちへ贈る
月刊フリーマガジン

metropolitana

詳細はP.14~16をご参照ください →



メディアビジネス本部のアセットラインナップ

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

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。



新聞メディア初のファンコミュニティ事業。ソーシャルマスメディアNo.1を目指します。



「100歳時代」の社会課題解決を目指します。



Sankei Action 2030
今、未来のために

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。



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。

顕彰制度



「産業の発展と地球環境との共生」をめざして創設しました。



地域医療を支える優れた医師を表彰します。



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。



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。

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。

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

東京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。

コンテスト



高校生バティシエNo.1を決めるコンテストです。



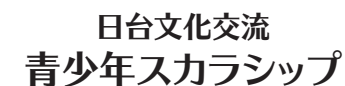
福島の特産品を使ったスイーツ作りのコンテストです。



「約束」に関するエピソードを募集します。



社会の世相や生活、夢を反映した創作漢字を募集します。



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。

事業



日本最大級の魚介食フェスです。



1962年に創設された将棋八大タイトル戦の一つ。



1961年に創設された囲碁七大タイトル戦の一つ。

時代を的確に捉える「正論」路線を発信 首都圏や特に近畿圏に集中する都市型メディア



販売部数

全国版朝刊	790,288部
東京本社版朝刊	351,308部
大阪本社版朝刊	438,980部
大阪本社版夕刊	184,843部

日本ABC協会「新聞発行社レポート半期」
2025年7月～12月平均

購読者分布図

東京本社版

大阪本社版

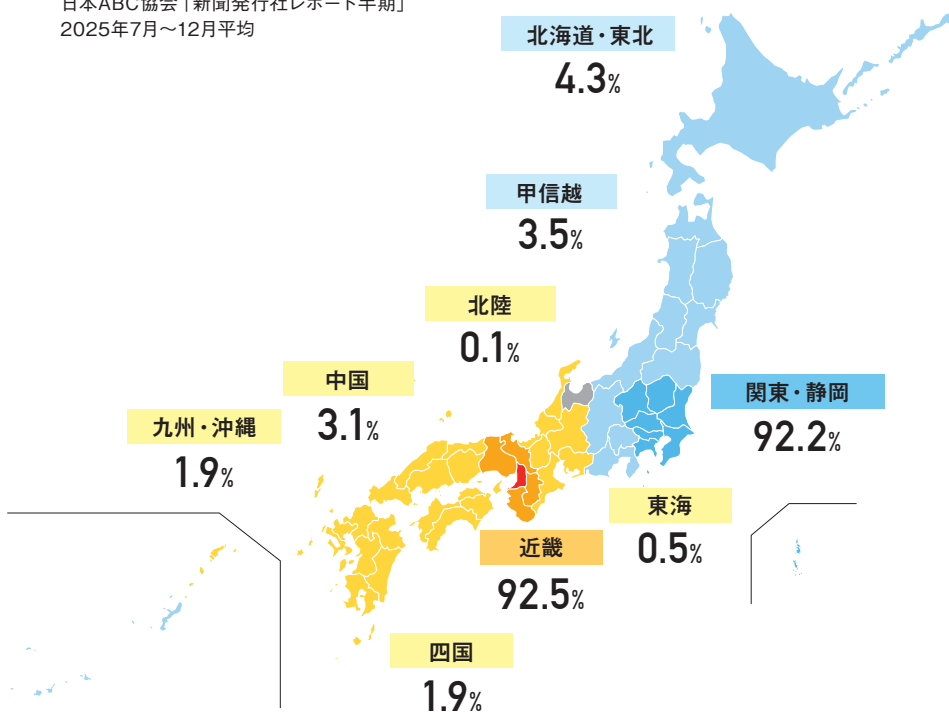
■ セット版エリア

■ セット版エリア

■ 統合版エリア

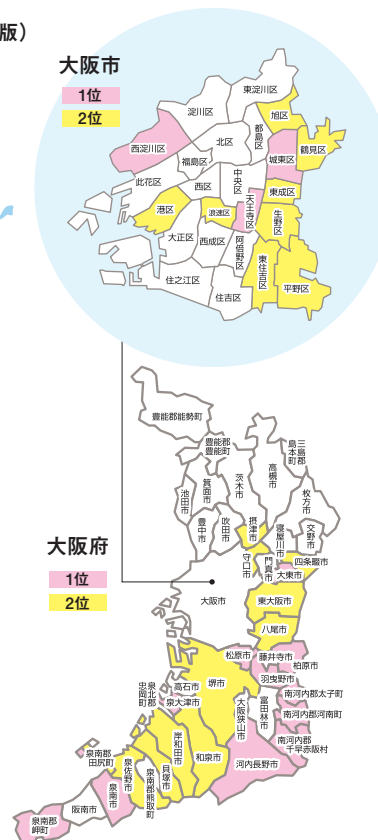
■ セット版エリア（一部統合版）

■ 統合版エリア



※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



大阪府内 朝刊の販売部数（他紙比較）

市郡名	順位	朝日新聞	産経新聞	日本経済	毎日新聞	読売新聞
港区	2	1,173	1,894	750	1,455	3,362
天王寺区	1	—	3,965	60	150	2,273
浪速区	2	945	1,698	1,203	1,000	2,301
西淀川区	1	2,900	3,829	786	1,118	2,552
東成区	2	2,630	2,679	1,459	3,500	2,070
生野区	2	3,228	3,565	1,004	6,200	3,009
旭区	2	2,765	2,979	751	2,020	5,387
城東区	1	6,250	9,894	1,570	5,823	8,068
東住吉区	2	3,472	3,859	1,255	3,168	4,268
鶴見区	2	205	1,451	413	1,033	4,140
平野区	2	5,423	7,214	1,576	4,839	11,947
堺市	2	29,455	41,502	7,861	16,829	44,984
岸和田市	2	6,299	10,871	1,989	4,945	11,269
泉大津市	1	1,770	5,375	523	1,565	1,620
貝塚市	2	—	2,260	—	1,470	5,407
守口市	2	3,988	4,622	1,165	2,238	5,843
八尾市	2	6,715	7,071	2,132	6,127	14,110
泉佐野市	2	1,356	2,619	722	2,229	5,689
河内長野市	1	5,260	7,058	1,050	1,785	4,710
松原市	1	3,130	10,204	834	2,447	10,026
大東市	1	4,989	5,637	756	2,783	5,458
和泉市	2	5,525	7,892	1,506	4,285	7,997
柏原市	1	2,670	4,171	641	1,380	3,567
羽曳野市	1	4,260	9,365	1,054	1,505	6,167
摂津市	2	2,950	3,159	694	1,587	4,375
東大阪市	2	10,140	19,380	3,671	9,943	23,870
泉南市	1	815	4,625	268	—	3,173
四條畷市	2	1,570	2,092	358	310	4,084
泉南郡	1	3,165	3,521	655	1,399	3,351
南河内郡	1	—	2,299	—	—	—

日本ABC協会「新聞発行社レポート市郡別」2025年10月

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%

新聞コンテンツを起点に話題化 ～企画力でメディアの枠を超えた話題を作る～



掲載事例

●テレビ面変形広告 (牛乳石鹸共進社株式会社)

大晦日のテレビ面では銭湯の煙突を想起しやすい特殊なスペースを活用。1950年代から継続している「のれん」のデザインを紹介。翌日の元旦紙面では、新年のメッセージ発信とともに、銭湯文化応援の想いを伝えています。



2025年12月31日付



2026年1月1日付

●昭和100年×食器洗い乾燥機 (パナソニック株式会社)

30段の大型スペースを活用し、食器洗い乾燥機が生まれて65年という年月と時世を年表形式で表現のほか、家庭での家事の在り方の変遷を「苦悩と進化の65年」として展開。同時に、産経ニュースの-sponsoredコンテンツ (P.8参照) でも展開し、多くの生活者に情報を届けました。



2025年12月16日付

●100歳時代プロジェクト (太陽生命株式会社)

長寿大国ニッポンと言われて久しくありますが、健康寿命をいかにして伸ばすかも大きな課題です。幼少期からの運動習慣の大切さや予期せぬ病への備えなど、元気に自分らしく生きていくのにすべきことを対談形式で伝えています。



2025年12月1日付

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

媒体概要

「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。

早さだけでなく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」を目指すニュースサイト。充実の記事ラインナップとブレない編集方針が支持され、ロイヤルティの高い読者層を形成しています。

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

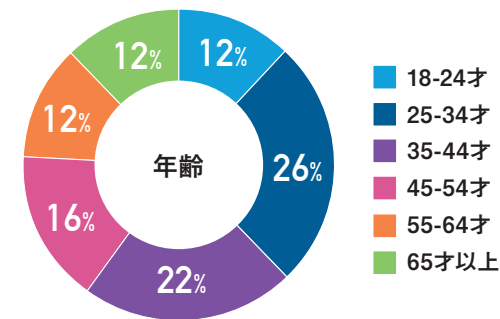
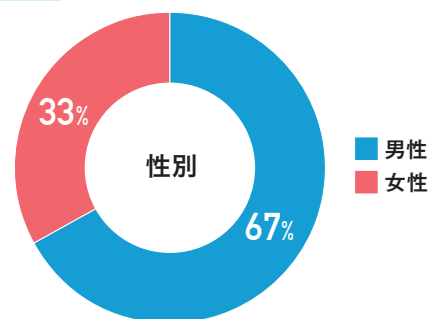


デバイス	月間PV	月間UU
PC	14,555,411	2,518,366
SP	22,405,932	9,348,274

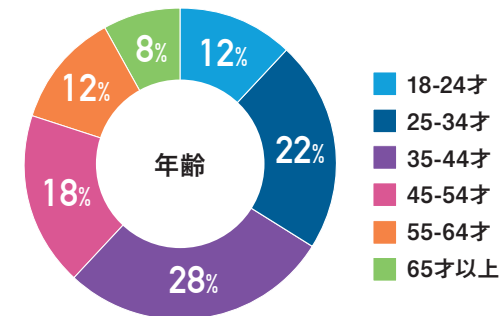
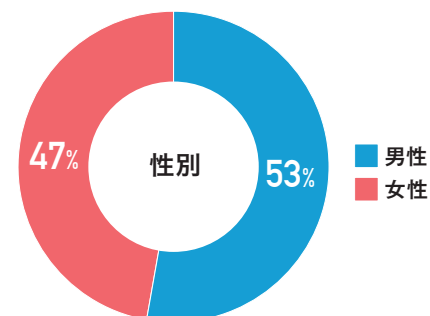
2024年1月～12月平均 Google Analytics4

ユーザープロフィール

PC



SP



2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics

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」企画



展開事例①

●産経ニュース スポンサードコンテンツ (パナソニック株式会社)

同社が国産初の食器洗い乾燥機を発売して65年。その開発の歴史と時代の背景を取材。よりよい暮らしを目指して開発された同社の代表的な食洗機と時代のトピックスを年表形式で紹介しています。



2025年12月16日配信



産経新聞の掲載日(P.6参照)と同日に、産経ニュースのスポンサードコンテンツとしても配信し、幅広いユーザーへの訴求を実現しました。

展開事例②

●産経ニュース スポンサードコンテンツ (鹿島建設株式会社)

2025年10月に、同社が主催した「Kajima Career Café by WOMEN」の取材記事。男性中心だった建設業界でキャリアを切り拓いてきた女性先駆者の、具体的なエピソードを、多角的に紹介。
現役の女性管理職や中堅社員の悩みを伝えました。



2026年2月20日配信



スポンサーと質問事項や記事構成案を入念にすり合わせた上で、新聞社のネットワーク・取材力をいかしたオリジナルコンテンツを制作。掲載後、スポンサーからも高い評価を得ました。

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プログラム構築、講演者も魅力～

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、定期的に開催中です。

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。

●「AI & DX Leaders' Conference 2026 人・組織・事業の再定義とビジネス戦略再考」 2026年3月17日 開催



<プラチナ>

株式会社RightTouch／パーソルホールディングス株式会社／
Sansan株式会社

<ゴールド>

ULSコンサルティング株式会社／株式会社キカガク／
マイクロストラテジー・ジャパン株式会社／アステリア株式会社／
株式会社 サテライトオフィス／株式会社HRBrain／
株式会社ラクスパートナーズ／ソニービズネットワークス株式会社／
SB C&S株式会社／株式会社ailead／ドモ株式会社／
日本AMD株式会社／株式会社マツリカ／株式会社SHIFT AI／
株式会社エクスプラザ

<シルバー>

弁護士ドットコム株式会社／株式会社PKSHA Technology

<ブロンズ>

クラウドサーカス株式会社／株式会社ベルシステム24

2026～27年 開催予定テーマ一覧

2026年4月	自動車産業DXの羅針盤：強靱なサプライチェーンを構築するデジタル戦略
5月	来たる労働基準法改正に向けて：働き方改革を「守り」と「攻め」の両輪で推進するDX戦略
5月	自治体DX 2026：ポスト標準化時代の「実装」と「価値創出」戦略
6月	AI時代の『リーガルテック』徹底比較2026：『コア業務集中』と『AIガバナンス』に効く法務DXとは？
6月	建設DX・共創の未来図：BIM/CIMからバックオフィスまで貫くデータ連携と現場事務の自動化
6月	不動産DX2026 顧客対応構築戦略：カスタム対策義務化後の現場改革とCX向上の方程式
7月	AIが駆動する人事3.0：採用・育成・タレントマネジメントの戦略的シフト
7月	AI時代を生き抜く経理業務DX：属人化の解消と業務プロセス改革（仮）
8月	フィジカルAIインパクト：「人手不足・技能伝承」の課題を解く「現場の知能化」
9月	AI & DX Leaders' Conference 2026
10月	「選ばれる建設会社」へのデジタル変革と若手育成・定着の人材戦略
11月	経営を科学するCFO組織とデータドリブン参謀： 予実管理DX・BI・会計基盤で実現する『未来予測型』経営への転換
12月	AI時代の知財・法務構造改革：複合リスクを機会に変える『攻め』の戦略シナリオ
2027年1月	医療DX2027：生成AI・クラウド時代の「現場が変わる」病院経営戦略
2月	地域建設DX 戦略フォーラム：「地域を守る」ための生産性革命と持続可能な経営戦略
2月	GX経営の真価 2027：排出量取引（ETS）本格稼働を『競争優位』に変える価値創造戦略
3月	AI & DX Leaders' Conference 2027
3月	経理DX徹底ガイド2027：AI時代の『経費精算・請求書システム』残業ゼロを叶えるシステム選定法

旬のテーマを掲げ、定期的で開催することで顧客リードを強化

DXセミナーの強みと特長

- ✓ 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

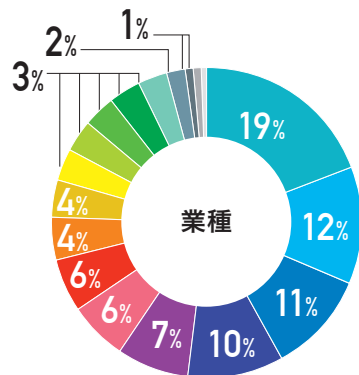
協賛社の
声

他の協賛セミナーに比べて
新規のリードが獲得できている

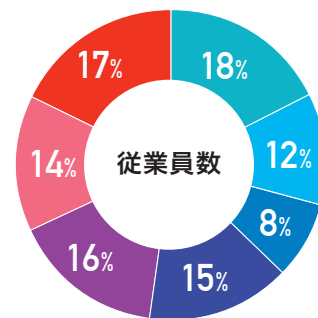
他の協賛セミナーに比べて
アンケート回答数が多い

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

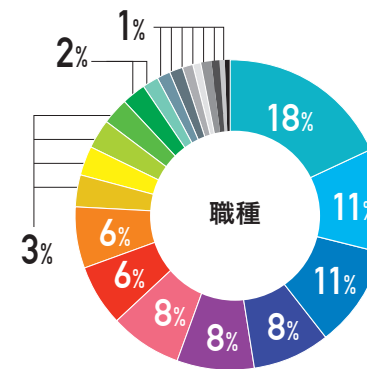
DXセミナー参加者属性



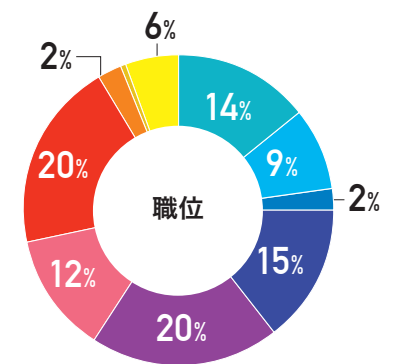
製造業、建設業など現場系業種が多い傾向



中小が約40%、中堅・大企業が約60%



経営層、経営企画、バックオフィス部門中心



決裁者≒部長以上は約40%

- 製造
- 情報処理、SI、ソフトウェア
- 建設
- コンサル・会計・法律関連
- 卸売・小売業・商業（商社含む）
- 不動産
- 放送・広告・出版・マスコミ
- 公務員
- 金融・証券・保険
- 医療・介護・福祉
- 教育・教育学習支援関係
- 人材サービス
- 通信サービス
- 運輸・倉庫
- 食品、衣料、化粧品
- エネルギー
- 飲食店・宿泊
- 農林水産・鉱業

- 1名以上20名未満
- 20名以上50名未満
- 50名以上100名未満
- 100名以上300名未満
- 300名以上1,000名未満
- 1,000名以上3,000名未満
- 3,000名以上

- 経営者・役員
- 経営企画・事業開発・DX推進
- 営業・販売
- 財務・経理
- 人事・労務
- 企画・調査・マーケティング
- 情報処理・情報システム
- 総務
- 一般事務
- 技術・設計
- 研究・開発
- 専門職（建築・土木関連）
- 法務・知財・コンプライアンス
- 専門職（教育関連）
- 専門職（医療関連）
- 広報・宣伝
- 生産・製造
- 専門職（会計関連）
- 配送物流
- 専門職（法律関連）
- 資材・購買
- 編集・編成・制作

- 経営者
- 役員クラス
- 本部長クラス
- 部長クラス
- 課長クラス
- 主任/係長クラス
- 一般社員
- 契約社員
- 派遣社員
- その他

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
Supported by 産経新聞

事業概要

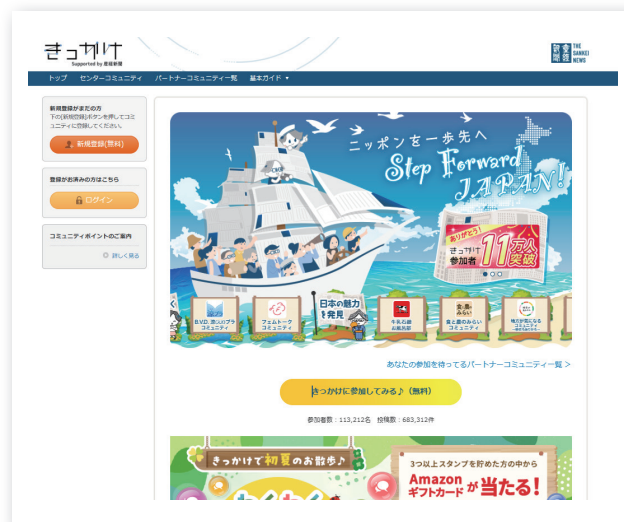
2020年8月に誕生した、産経新聞社とファンコミュニティ事業トップランナーのクオン株式会社が共同で運用するオンラインコミュニティ。登録者数は112,000名を突破し（2026年4月時点）、多くのパートナー企業・団体が参画しています。「モール型コミュニティ」で、ユーザーは“センターコミュニティ”「きっかけ」を中心にさまざまな会話やキャンペーンを楽しみながら、“パートナーコミュニティ”を自由に参加・回遊する点が特長です。

きっかけキャラクター



かける きく

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 「街育（まちいく）ひろば Supported by 森ビル」



「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。



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!

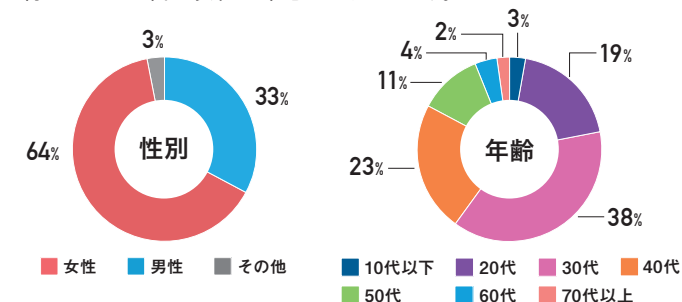
産経ニュース「きっかけ」
特設ページはこちら



産経新聞 2026年3月29日付

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、特に30～40代の女性为中心となっています。



※2026年4月末データより

自社のマーケティング活動にいかせる多様なプランを提供

フルパッケージプラン

約1年間蓄積した発話データをもとにユーザーの共感ポイントを解析し、ファンや理解者を育成する「きっかけ」のメインプラン。

●牛乳石鹸 お風呂部

お風呂や街の銭湯の良さを語り合い、入浴文化の発展を目指すコミュニティ。データ分析から得た「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」を業界関係者向けに説明したことが好評を博し、現場改善につながったとの声がありました。

課題投稿

日本の“お風呂文化”“銭湯文化”を守りたいと考えている同社。銭湯への愛着を醸成し、より多くの人が銭湯へ行くようになるためのヒントを得たい。



「きっかけ」内にコミュニティを開設

分析結果

蓄積された行動データと、定点での態度変容調査結果をもとに「銭湯へ行くようになるポイント」を3点発掘！

- 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！
- 発見 ② ヘビーユーザーとライトユーザーの壁はモノ（銭湯の施設）にあり！
- 発見 ③ これからの銭湯のターゲットはソロ活派？

業界関係者向けに講演

業界関係者にコミュニティで得た分析結果を発表
銭湯関係者が集う「第1回おふろ屋会議」でコミュニティデータマイニングの結果をプレゼンし、大きな反響！



自律活性プラン

専用のAIを使ったコミュニティ活性のプラン。クオン社が約300社のコミュニティ運営で得たデータやメソッドをあらかじめ学習し、コミュニティ運営中も生活者の声を学習しながら自律活性に寄与します。

特徴

1

価格を抑えつつ、コミュニティに最も大切な「活性」をお約束

特徴

2

約300社の運営実績があるクオンのノウハウを貴社に！

特徴

3

「きっかけ」ならではのレポートをご提供！貴社がアプローチすべき集団がわかる！

約300社の
運営データに
基づいた
シミュレーション

AIによる
活性メソッド

オーナー投稿は
AIが「コト軸」を
中心に
自動で投稿

生活者の声を
学びながら
ファシリテーション

コミュニティ内の
ネットワークを
読み解き、
ユーザー同士を
マッチング

社会課題解決型コミュニティの運用が好評

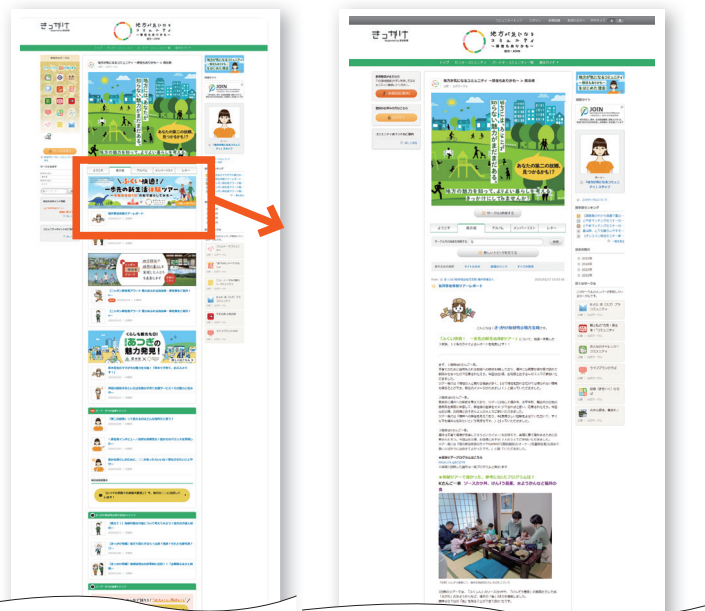
展開事例

●地方が気になるコミュニティ

地方や移住に少しでも興味のある人が集まる場として成長中。産経新聞社の取材力、質の高いセミナー・イベント運営力、クオン社の分析力などをいかした広告メニューを多数準備しています。

●福井県体験ツアー

移住に興味のある良質なユーザーを募集。「きっかけ」のオリジナルツアーを造成し、産経新聞社の多様なチャネルで告知を実施。ツアー体験のレポート投稿をまとめてフィードバックすることでさらなる訴求・喚起を行いました。



●防災のきっかけコミュニティ

日本各地で発生した災害からの教訓や、今からできる防災を考える場として、「能登半島地震」から1年となった2025年1月にオープン。防災に興味があるユーザーを中心に、防災意識の向上や防災情報の共有を目的としています。



掲示板での疑問、情報共有などの投稿がWEB「産経ニュース」でも取りあげられています



産経ニュース 2025年8月31日付



産経ニュース 2025年12月23日付



本企画協賛社の公式アカウントでの発信ほか、
#キャンペーンにより広告注目率が向上しました。

東京メトロの駅構内での配布を中心に展開する、 首都圏で働く女性を応援するフリーマガジン

metropolitana

媒体概要



2026年5月号

〈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。

メトロポリターナは、2003年に創刊した産経新聞社発行の月刊フリーマガジンです。東京メトロの主要駅の専用ラックで配布し、首都圏で働く30～50代女性を中心にリーチ。ライフスタイル、グルメ、旅、社会課題などを、親しみやすく丁寧な編集で届け、忙しい日常の中に新しい気づきや行動のきっかけを提供しています。購買意欲や自己投資意識の高い読者へ商品・サービスの魅力を自然に届けることで、認知拡大から行動喚起まで効果的にサポートします。

読者イメージ&アンケート

◎35歳／女性
独身・東京都在住・メーカー勤務



仕事柄、世の中の新しい動きには常にアンテナを張っているが、SNSにはない信頼できる情報源として「メトロポリターナ」を愛読。駅のラックで最新号を手にとることが、月一度の楽しみ。アートやグルメ、ウェルネスなど「体験」や「自己投資」への関心が高く、公私にわたるヒントを得ている。

◎42歳／女性
夫と子どもの3人暮らし・東京近郊在住・公務員



首都圏郊外から東京メトロを乗り継いで通勤する、小学生の息子を持つワーキングマザー。メトロポリターナは、私の好奇心を刺激し、日常を少し豊かにすることを思い出させてくれる大切な存在。最近の関心事は、家事の時短や効率化。暮らしに役立つライフハック記事を見つけると、すぐに試してみたいくなる。

Q 居住エリアは
どちらですか？

A 97%が一都3県在住の
ビジネスパーソン

東京都23区内	69%
神奈川県	13%
千葉県	7%
埼玉県	4%
東京都下	4%
その他	3%

Q どのくらいの頻度で
手に取りますか？

A 毎号入手することが
習慣化

ほぼ毎号とっている	69%
ラックを見かけたら	17%
気になった特集なら	8%
偶然見かけたときに	5%
はじめてとった	1%

Q 『メトロポリターナ』を読み終えた
あとの行動について教えてください

A 約80%がすぐに捨てずに
一定期間保存

1か月以上保存	22%
1か月以上以内に処分	22%
号によって1か月以上	19%
毎月1か月以上保存	7%
毎月1か月保存	4%
読んだら処分する	19%
その他	7%

出展：2025年5月号 読者アンケート n=149

交通広告の要素を生かしたバックフロント企画 および 年間連載企画

metropolitana

●バックフロント企画 (森ビル)

表4から媒体ロゴが使える「表紙風タイアップ」ではじまるバックフロント (ダブル表紙) 企画です。表4をラックに掲出できるので交通広告としてもご活用いただけます。

本事例では、麻布台ヒルズの地下通路「セントラルウォーク」が全面開通し、東京メトロ日比谷線・神谷町駅から南北線・六本木一丁目駅までが地下でつながったタイミングに合わせて、秋の麻布台ヒルズの魅力を紹介。「グリーン&ウェルネス」を体現する街という世界観のもと、自然・文化・食・運動を通じて五感で秋を楽しめる場所として訴求しました。

アクセス向上というニュース性と、季節ならではの体験価値を組み合わせることで、読者に麻布台ヒルズでの具体的な過ごし方を想起させ、実際の来訪につなげる構成としています。



●年間連載企画 (ロート製薬)

連載エッセイ「ゆらめくひかり」では、ビューティライターのAYANAさんが、フェムケア、育児、キャリアなど、女性の心とからだにまつわる“揺らぎ”を自身の経験をもとに綴りました。一人ひとりが心地よく生きるためのヒントとなるAYANAさん自身のありのままの言葉が読者の共感につながり、ロート製薬が推進するフェムケアへの関心につなげました。



クライアントのニーズに応じた立体的なプロモーションを展開

metropolitana

展開事例 2025年10月号 サイボウズ株式会社

●ブックインブック企画

同社のクラウドサービスの強みや導入メリットを働く女性へ伝えるため、オリジナル漫画「きとみちゃん」をメトロポリターナ本誌に挟みこむ「ブックインブック」(12ページ)をリリース。個性的なキャラクターも読者層に歓迎され、多くの反響が寄せられました。



ブックインブック 表紙

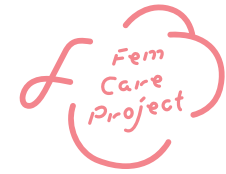


●サンプリング企画

本企画を掲載したメトロポリターナ10月号は、新宿、渋谷、丸の内などで1万部のサンプリングを実施。同社のキャラクターである「きとみちゃん」をあしらったオリジナル手提げ袋に、オリジナルのナプキンも同梱し、幅広いターゲットに向けての配布は、クライアントからも高い評価をいただきました。



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



産経新聞社は2021年10月、女性の心と身体の「ケア」を考え、よりよい未来につな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、性別や年代を超えた「対話」や「相互理解」をコンセプトに、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。

展開事例

●国際女性デー企画 2025年 2年連続 「新聞広告賞」受賞

2025年の「国際女性デー」では、「半径5mの世界を変える!」をテーマに、産経新聞でフルラッピング紙面を発行。紙面ではDEIに力を入れる企業や団体取材して記事連載。3月には 2度のイベントを開催することで、多くの参加者にテーマへの興味喚起・共感を促しました。一連の取り組みが評価され、24年度に続き、2年連続で「新聞広告賞」を受賞しました。



産経新聞 2025年3月8日付

●国際女性デー企画 2026年3月

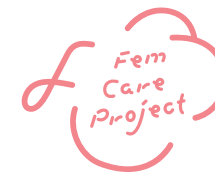
2026年の「国際女性デー」では、女性活躍推進法の期限が10年延長したことを受け「未来」をテーマに、産経新聞で3年連続でフルラッピング紙面を発行。「正解のない問い」をカード形式で表現し、読者参加型の企画を展開。3月10日には連動した特集を組んだメトロポリターナを配布、3月19日は、協賛企業のサンプリングとともに街頭配布、3月22日にはリアルイベントで専門家や著名人とのトークセッション、ワークショップ、ブース出展を開催するなど、複合的な展開で、この日を盛り上げました。



産経新聞 2026年3月8日付



プロジェクトを起点に多様なテーマを展開中



「国際女性デー」の取り組みが多方面から評価されたことを受け、2024年度以降は「国際男性デー」の企画も強化。協賛社も広がりを見せており読者からも好評です。

展開事例

●国際男性デー企画

2024年から毎年、11月19日の「国際男性デー」に合わせ、「ぼくたちはどう生きるか？」をテーマにリアルイベントを開催。毎年応募数は1,000名を超えています。25年は、元放送作家の鈴木おさむさんや、モデルのジローラモさん、演出家の宮本亜門さんなど豪華ゲストにご登壇いただきました。19日付の産経新聞では一面トップから関連記事を掲載し、社をあげて啓発。メトロポリターナでは、「旅」の切り口から健康を考える特別企画を掲載しました。



【イベント概要】

「2025年『国際男性デー』特別企画 ぼくたちはどう生きるか？
—仕事と趣味と健康と、未来をつくるライフハックFES—」

日時：2025年11月16日(日)13:00-18:00

会場：大手町プレイス

共催：産経新聞社、日本メンズヘルス医学会、日本抗加齢医学会、日本抗加齢協会

後援：厚生労働省、経済産業省、東京都、日本医師会

協賛：アフラック生命保険株式会社、サンスター株式会社、第一工業製薬株式会社、株式会社奈良大和生薬、日本新薬株式会社



2025年12月6日付

等身大のメッセージ発信で商品・サービスの認知度アップ

クライアントの課題とするテーマや要望に応じたインフルエンサーを、産経新聞がアサイン。
イベントや紙面企画とタイアップすることで、等身大の目線からクライアントニーズを訴求&拡散できる点が好評です。

●「#サステナアクション」イベント

暮らしや社会、環境をより良くするちょっとしたアクションを推進する「#サステナアクション プロジェクト」として、メトロポリターナとグリーエックス株式会社が共同で取り組んでいます。イベントには、食やファッションなどさまざまな情報を発信する約80名のインフルエンサーを招待。食品、雑貨、生花などを取り扱う11社が集い、フェアトレードやリサイクル、食品ロス削減などサステナブルな視点で商品を紹介した上で、その模様を誌面やWeb、参加インフルエンサーのSNSなどで発信しました。



2024年11月 東京都内で開催



メトロポリターナ 2024年12月号

●記事体広告

(一般社団法人日本公園緑地協会)

公園の魅力についてインフルエンサーと研究者の対談を行い、5月4日「みどりの日」に紙面に掲載しました。子育てをしながらよく公園を利用するインフルエンサーが、災害時にも役に立つ公園のチカラについて等身大で学びました。対談の詳細は動画でもまとめて、動画配信サイトでも展開しました。



産経新聞 2025年5月4日付

●ダム見学親子ツアー(J-POWER)

「#サステナアクション」の一環として、インフルエンサーの親子が新潟県のダム&発電所を見学するツアーを企画・運営。通常足を踏み入れることのできないエリアを見学の上、新聞号外を制作するワークショップを体験しながら、その思い出を親子で形に残す展開に。その模様を誌面やSNSで伝えました。



再生可能エネルギーの重要性について、親子インフルエンサーに体験型プログラムを通じながら学んでもらう場となりました。



メトロポリターナ 2024年12月号



日本最大規模の食フェスを開催・運営 ～累計275万人以上の動員実績を誇る注目イベント～



魚食の活性化と魚の消費量の拡大、東日本大震災からの復興応援を目的に、東京や大阪で年に数回開催。

毎回、新メニューや限定メニューが登場する人気の食イベントです。多くのメディアに取り上げられ、イベント累計約275万人（※）の動員を誇ります。※2026年3月時点

●魚ジャパnフェスin日比谷

3年振りに日比谷公園で開催。会社帰りや土日にファミリーや友人らと野外で味わう魚介メニューは格別です。2025年11月の開催時には、3日間で約19万人が来場しました。

●魚ジャパnフェスin代々木公園

食フェスの聖地、東京・代々木公園で毎年2～3月に開催。早春の陽気を感じながら野外で味わう魚介メニューは格別！ 2026年2月の開催時には、4日間で約22万人以上が来場しました。

●魚ジャパnフェスin大阪

東京で人気の魚フェスが関西にも進出！ スペシャルステージの展開や、大阪らしいフードが多数出店される点が特長です。2026年3月の開催時には、4日間で15万人以上が来場しました。



社会課題解決や次世代の育成に貢献するプロジェクト ～高校生パティシエNo.1決定戦、ふくしまチャレンジカップ～



「お菓子作り」を通じてスイーツに関わる次世代の育成を目指す2つのプロジェクト。
新聞やWebメディアを活用して、イベントに関する情報発信を複合的に行うことで、年間を通じて継続的なプロモーションを行うことが可能です。

●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。日本スイーツ業界を代表するパティシエらによる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、協賛社による企業賞獲得チームには各企業とのコラボスイーツ開発権などが贈られます。



2025年度優勝作品



海外研修旅行の様様

●スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ

2023年にスタート。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、福島県の特産品を使ったスイーツ考案を募集。最優秀賞受賞者には、「ふくしまスイーツフェスティバル(2月開催)」で販売する、審査員パティシエとのコラボスイーツ開発権が贈られます(写真右下)。



2025年度の模様



衣類を寄付してパラスポーツを応援する社会貢献事業 ～総計1,400トン以上の衣類を回収～



家庭などからまだ着られる衣類を集めて、その収益金でパラスポーツ競技団体に寄付金をお渡しして応援するプロジェクト。

2016年のスタート以来、これまでに1,400トン以上の衣類を回収しました。

都内各所に衣類回収BOXを設置するほか、年に数回「ふくのわマルシェ」を行ってリユース衣類の販売を行っています。

ふくのわプロジェクトのしくみ

回収・リユース！

あなたの
まわりにある
まだ着られる・
使える衣類



ふくのわに寄付する3つの方法

A「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。
服をつめて集荷を
呼ぶだけ！

B「ふくのわBOX」に
持ち込む



都内各所にある
回収用BOXに
入れるだけ！

C 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!!



●「おうちでふくのわ」

専用の衣類回収袋、往復送料がセットになった宅配キットを専用サイトで販売中。衣類を袋に詰めて送るだけで簡単に寄付ができるとあって、リピーターが多い点が特長です。「おうちでふくのわ」を活用した協賛メニューもあります。



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！



●パラアスリートとの交流会

年に一度ほど、パラアスリートと子どもたちとの交流会を開催して、パラスポーツの普及活動にも取り組んでいます。選手たちの迫力あるデモンストレーションやトークセッションを通じて、「共生」社会の実現を目指します。



産経新聞 2025年9月18日付

スポーツ&エンタメのホットな最新情報を毎日お届け

サンスポ

展開事例

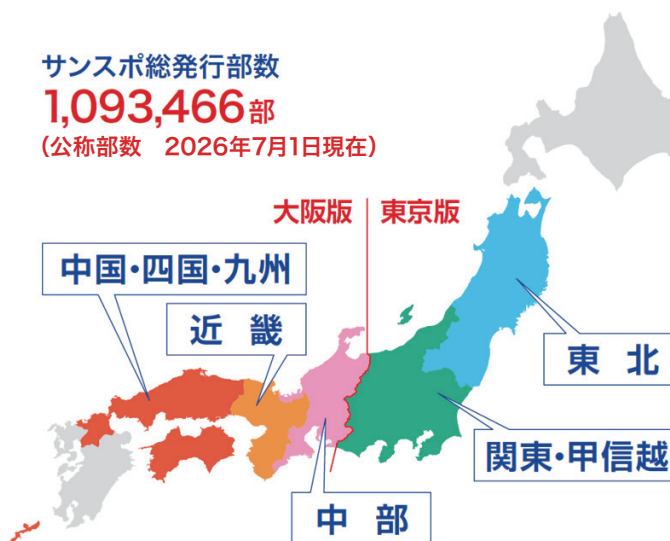
●媒体概要

創刊71周年を迎えたサンケイスポーツは、プロ野球はもちろんのこと、他紙にはない圧倒的な情報量で大きな指示を得ているラグビー、さらにゴルフやメジャーリーグなど日本人が活躍するスポーツなど含め様々なジャンルを掲載。スポーツだけではなく芸能や映画などエンターテインメント情報も充実しています。

サンスポ総発行部数

1,093,466部

(公称部数 2026年7月1日現在)



東京本社版 **638,590部**

栃木	17,816	北海道	9
群馬	14,048	青森	3,193
茨城	25,032	秋田	3,830
茨城	88,190	岩手	5,108
千葉	75,609	山形	4,470
東京	257,858	宮城	17,560
神奈川	76,887	福島	8,174
新潟	12,326		
長野	8,365		
山梨	6,386		
静岡	13,730		

大阪本社版 **454,876部**

香川	4,994	滋賀	11,357
徳島	2,031	京都	28,699
愛媛	3,985	大阪	264,515
高知	1,024	大分	58,525
鳥取	2,115	和歌山	18,079
島根	2,146	奈良	21,220
岡山	11,601	北陸	6,639
広島	11,936	東海	5,470
山口	105		
九州	263		
沖縄	171		

サンケイスポーツのWEB版「サンスポ」でも、リアルタイム性を重視したスコア速報やニュース記事をいち早く配信。朝のメジャーリーグから、夜のナイターやJリーグまで、幅広く情報をフォロー。紙面には載せきれなかった芸能情報も必見です。



WEBとのダイナミックな連携であらゆるニーズに特化



展開事例

●紙面とWEB連携

紙面とWEBの連携掲載は、あらゆるニーズに特化した情報伝達ツールとして発信が期待できます。各媒体の特長を活かし、掲載する内容に動画や多様な写真を加えることで、読者が求める形での発信が可能です。

[注] 文末にはクライアント名表記は必須となります。



紙面

紙面で掲載した記事内容を各媒体に合わせたレイアウトで、露出いたします。



PC版



SP版



紙面



PC版



SP版

紙面掲載記事と見出し誘導により、発行部数を超える訴求が可能となります。また、最低保証のPVの調整をするため、記事内バナーや本文中テキストリンクから、協賛社サイトへ送客が可能です。サンスポWEBとの連携掲載をご希望される場合は、ぜひご相談ください。サンケイスポーツが要望にお応えします。

※お見積りに応じて、産経新聞社が手掛けるデジタル媒体での、記事閲覧誘導もいたします。

よりインパクトのある紙面広告展開をご提案します

展開事例

●優勝広告

アスリートたちの“血と汗と涙の結晶”が結実する瞬間は、見る者に大きな感動を与えます。

この感動の瞬間の喜びを共有し、表現する広告はまさに“最強”のイメージアップにつながります。

貴社所属、あるいはスポンサーしている選手やチームの優勝時の広告掲出を承っております。



明治安田生命



呉工業



興和



1面題字下
6.7cm×4.2cm
1カ月3,600,000円

1面突出し
7cm×2段
1回590,000円

1面題字下
(カラー)

1面突出し
(カラー)

1面記事
7cm×1段
1カ月3,000,000円
芸能面記事
7cm×1段
1カ月2,500,000円

●1面雑報・特殊雑報

1面という注目度の高いページを狙うことで、小さなスペースで最大限のPR効果を狙います。また、ジャンルごとの定期コーナーや速報、データ欄をピンポイントに狙うことで、ターゲットに対して効率よく訴求することも可能です。新たなスペース開発も積極的に行っております。



きょうのスポーツ横
2cm×2段
1カ月1,380,000円

産経新聞社メディアビジネス本部の最新情報はこちらをご覧ください。

SANKEISHOW

無限に広がる可能性 ～産経メディアラボ～

産経新聞社メディアポータルサイト



<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本部

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 2026-27

発行：産経新聞社 発行日：2026年8月 企画・制作：産経新聞社

産経新聞社メディアビジネス本部

〒100-8079 東京都千代田区大手町1-7-2

〒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