



「産経×防災」プロジェクト 2026年度 年間提案書【Vol.1】

2026年4月

産経新聞社

ご協賛のご案内

近年、地震や台風、豪雨、火災などの災害が頻発し、その影響は社会全体に深刻な影響を及ぼしています。被害を最小限に抑え、迅速かつ適切な対応を行うためには、正確な防災情報の共有と、国や自治体、企業、市民が一体となった防災意識の向上が不可欠です。

産経新聞社は、メディアとしての社会的使命を果たすとともに、企業や自治体の防災対策を情報発信の側面から支援するため、「防災」をテーマに全社一丸となって取り組んでいます。

編集局とメディアビジネス局が連携し、最新の防災技術や政策、自治体・企業の取り組み、災害時の対応策など、実践的な情報を発信。紙面特集や定期コラムのほか、「防災のきっかけコミュニティ」をもとに防災の意識調査や、防災への意識の醸成を行います。また、企業や自治体の防災対策に関する情報アップデートを加速させる「防災DXセミナー」など多角的な施策を展開し、企業・自治体・消費者をつなぐ場をご提供いたします。

本プロジェクトは、防災に関する最新情報の発信だけでなく、協賛企業の皆様が持つ技術・サービスを広く社会に発信し、防災市場の活性化につなげる機会でもあります。貴社の取り組みを社会に示し、自治体や企業との新たなビジネス機会を創出する場として、本プロジェクトをぜひご活用いただけますと幸いです。

防災分野のよりよい未来を築くために、産経新聞社は、貴社とともに社会の安全・安心を支える取り組みを推進してまいります。

何卒企画内容ご賢察のうえ、ご協賛賜りますようお願い申し上げます。

産経新聞社

産経×防災プロジェクトとは

近年、地震や火事、台風、豪雨など、自然災害の発生頻度とその影響が増加しており、私たちの生活に大きな影響を与えています。
こうした中、社会全体で防災の機運を高め、もしもの時に迅速かつ的確に行動できるような情報の重要性が増しています。

産経新聞社は、こうした社会課題に対応すべく、編集部門やメディアビジネス局などが連携した
「産経×防災」プロジェクトを強力に推進しております。

プロジェクトでは、日々進化する防災技術や最新の防災政策、災害時の心得、国や自治体の抱える課題、防災市場動向など
幅広い防災情報を読者やユーザーに向けて発信するほか、
オンラインコミュニティやイベント、セミナーなど多彩な施策を通じて、防災に関する社会全体の意識向上を目指します。

新聞

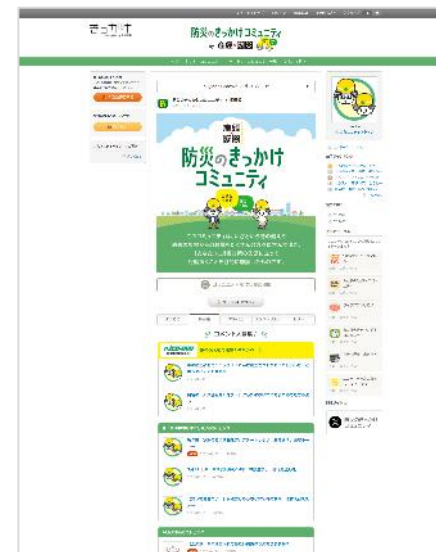
メトロポリターナ

産経ニュース
産経YouTubeチャンネル

オンラインコミュニティ

セミナー
(DX/BtoBなど)

展示会

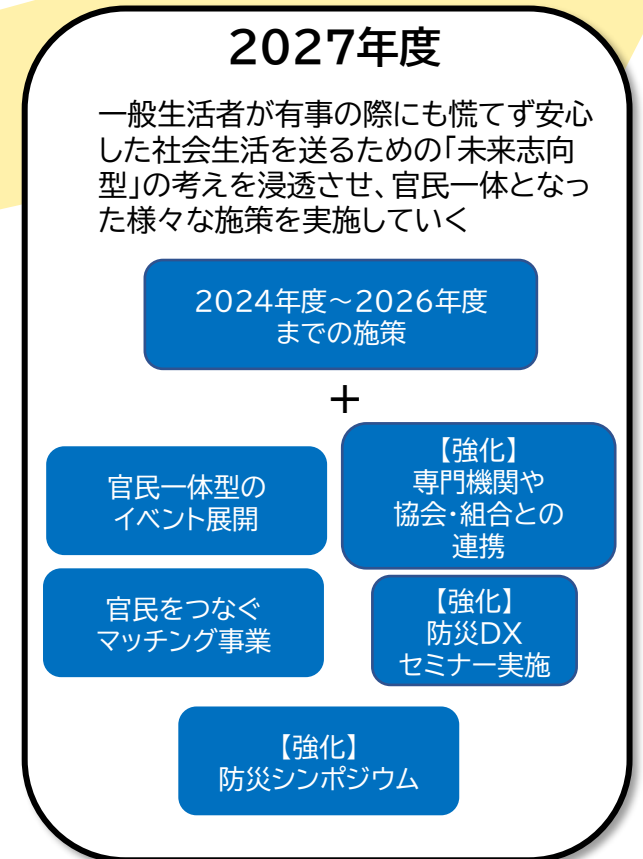
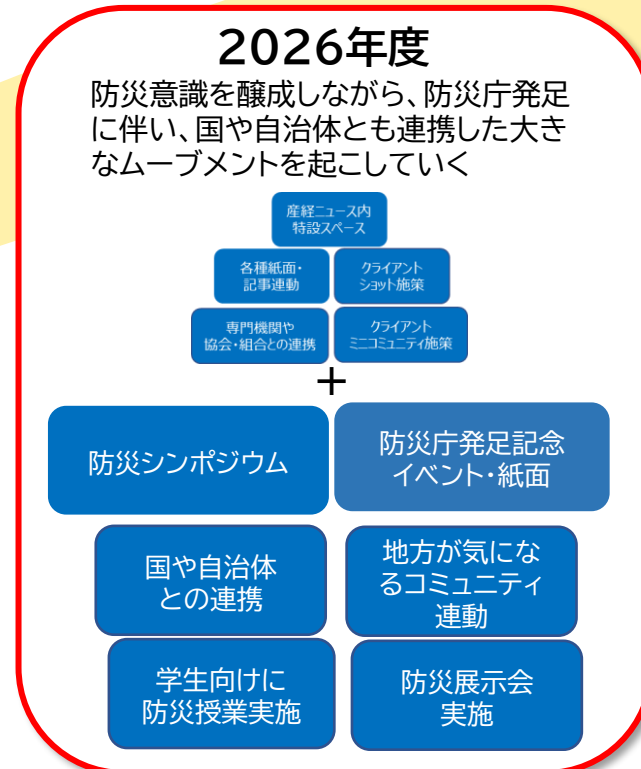
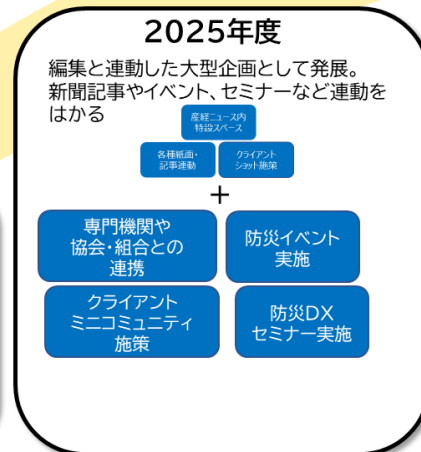
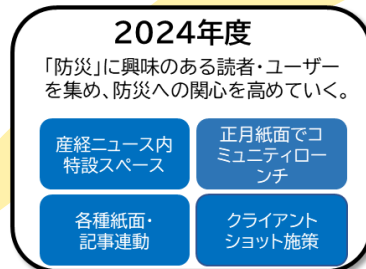


産経×防災プロジェクト拡大構想

- ・ 2024年度元旦(2025.1.1)コミュニティオープン。賛同するクライアントを集め、編集も巻き込んだプロジェクトとしてローンチ
- ・ 紙面・産経ニュースについて「産経×防災プロジェクト」の共通ワッペンをつけて整理、コンテンツを拡大。コミュニティ内にもRSSでニュース提供
- ・ 「1.1」、「1.17」、「3.11」、「4.14」「防災の日」ほか、日々発信される防災関連記事と連動を実施

【今後の展開予定※一部抜粋】

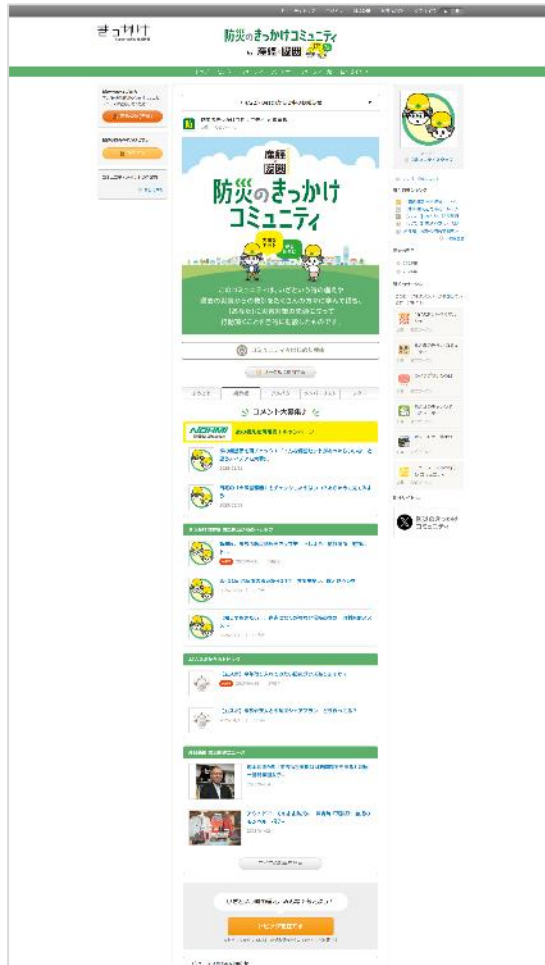
- ・ **9月(防災月間)、秋(11月)の「防災庁」設置を大きな流れととらえ、官民連携のイベント実施など、大型展開を予定**
- ・ 地方が気になるコミュニティほか、「きっかけ」内他コミュニティとの連動をはかる
- ・ 防災セミナーや学生向け防災授業、防災庁発足記念事業など、プロジェクト連動型のイベント、アウトプットを実施していく
- ・ 復興クラファンや、防災白書公開、コミュニティ発の防災セット販売など、読者・ユーザーとの共創を行う
- ・ 国や自治体、団体、専門機関などとの連携をはかる



現在までの展開

「産経×防災」プロジェクトでは、さまざまなメディア、切り口で防災情報を発信しています

防災のきっかけコミュニティ



正月分冊防災特集



震災特集紙面



編集記事

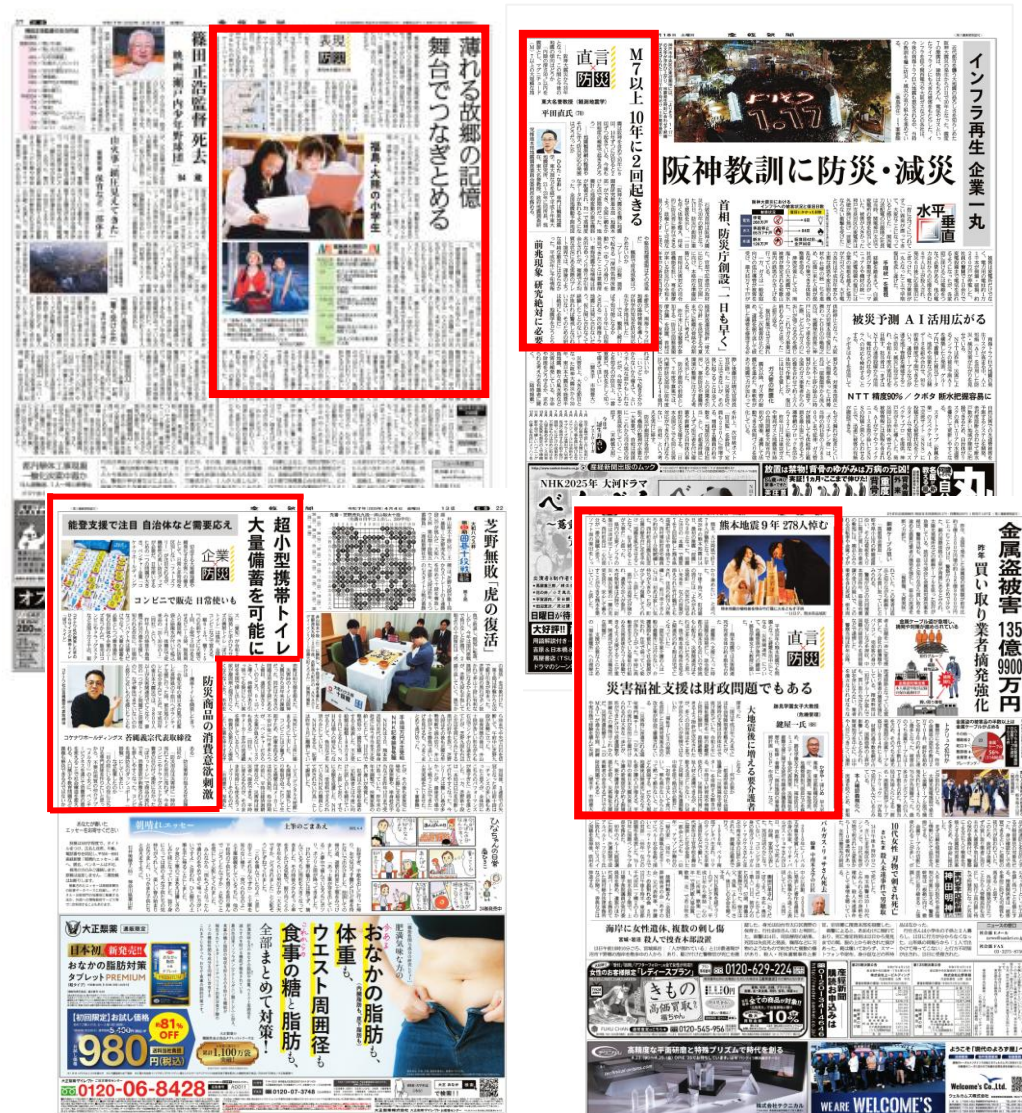


産経ニュース特設ページ



<産経×防災シリーズ特集 ●●×防災>

※月1回程度のペースで掲載中



<コミュニティ連動コラム「美味×防災 withきっかけ」>

※2025年7月開始



防災において関心の高い「食」分野にフォーカス。ローリングストックに役立つ、防災における食トレンドのほか、非常時の食にまつわる役立つ知識、非常食を使ったレシピなどをご紹介します。「防災のきっかけコミュニティ」で交わされるユーザーのコメントを交えてお届けします。



産経×防災 産経新聞社の注力アセット一覧

貴社の課題解決のため、産経新聞グループの持つさまざまなアセットを組み合わせでご提案可能です。
貴社の課題解決に最も効果的にアプローチできるプランをご提案いたします。

toC向け企業様

「防災のきっかけコミュニティ」活用



「防災のきっかけコミュニティ」では、貴社商品やサービス、お取り組みについて記者がコンテンツを作成し、ユーザーに向けてご紹介することが可能です。ユーザーからさまざまな意見やコメントが集まりますので、コメントの簡易分析を行い、貴社の課題解決の一助としてご活用いただくこともできます。

toC向け企業様

産経新聞特集紙面下広告



産経新聞では、その時々の特ピックスに合わせた防災対策を考え、その最前線を知ることのできる情報を定期的に発信いたします。注目度の高い特集紙面对向、紙面下での広告出稿をぜひご検討ください。

toC向け企業様

産経ニュース連動施策



産経ニュースでは、災害報道に留まらず様々なクライアント様の取り組みを日々発信しております。一人ひとりが災害について学び、自分事として防災に取り組む大切さを考える機会を、記者が執筆する第三者目線の広告コンテンツとして発信し、注目度を高めます。

toC向け企業様

メトロポリターナ中面展開



メトロポリターナでは、中心的な読者ターゲットである20~50代の働く女性に対して、定期的に様々な情報を展開しております。「女性の防災」を起点に災害へのプラスアルファの備えなどを「相互理解」をキーワードに考える機会を創出。広告主様の取り組みをタイアップという形で幅広い方にお届けいたします。

toC/toB向け企業様

産経ニュースYOUTUBEチャンネル



広告主様の「防災」に関するお取り組みや考え方などを取材した動画の制作を実施。さらに新聞社系の中でもフォロワー数の優位性が高い「産経ニュースYOUTUBEチャンネル」での配信までを一気通貫で実施。ご希望に応じて、弊社記者をモデレーターとして構えた展開なども提案が可能です。

toB向け企業様

「防災セミナー/シンポジウム」へのご協賛



「備蓄」や「オンラインツール」など、いつ起こるかわからない有事への備えなど、防災に関する情報をお届けするセミナーです。貴社の取り組みを、課題を持つ自治体・企業へ直接届ける絶好の場としてご活用ください。

2026年度 年間施策カレンダー(現在案)

4月10日付～連載
「熊本地震10年」



地震評価 想像力働かせる

■9月

防災の日企画
(産経新聞媒体/BtoBセミナーなど)

＜ご提案①＞防災月間特別企画
(広告主様とのイベント企画など)

【仮】防災フォーラム
※今後詳細ローンチ予定です

■11月～12月

【仮】防災庁設置
記念シンポジウム

＜ご提案②＞復興×イベント
魚祭りを活用した出展展開
@都内

★産経新聞グループ媒体掲出

■1月

能登半島地震
【仮】復興/応援企画

★産経新聞グループ媒体掲出

■2月

＜ご提案②＞復興×イベント
魚祭りを活用した出展展開
@代々木公園

★産経新聞グループ媒体掲出

■3月

東日本大震災
特別企画

★産経新聞グループ媒体掲出

※時期未定

(クライアント様のご希望時期に応じて)

出張授業
(産経新聞媒体/BtoBセミナーなど)

イベント×媒体 包括展開
(クライアント様とのカスタマイズ展開)

★9月(防災の日/月間)、秋(防災庁の設置)に年度提案の中心展開を添える予定

- ・1か月に1回程度の頻度で、「●●×防災」の編集記事展開を実施
 - ・クライアント様のご希望に応じて、各種カスタマイズ展開を随時構築してまいります
- ※今後随時、トピックスおよびアセットを更新してまいります

■包括提案(パッケージ)について

【ご提案①】防災月間特別企画

①各種媒体での 事前告知

- ・産経新聞記事下枠
- ・メトロポリターナイベント枠
- ・防災のきっかけコミュニティ
「きっかけのきっかけ施策①」

②「防災」をテーマにした 講演+体験(防災訓練など)イベント



主催:産経新聞社 特別協賛:貴社 ※ご相談
・日時:2026年9月中
・プログラム(案)
1部:講演型 2部:貴社技術施設の見学や実訓練
※リアル展開を想定しているが、オンライン配信や
編集動画を後日配信/納品することも可能

③「防災の日(月間)」に合わせた メディアでの情報発信



- ①産経新聞全国版朝刊 15段カラー 純広告
掲載日:2026年9月1日付(想定)
- ②メトロポリターナ タイアップ展開
掲載期間:9月10日~19日
- ③ ②参加のインフルエンサーからの
フィード投稿
※校正スケジュールを見ながら調整

④各種媒体での 採録展開

- ・産経新聞全国版朝刊
記事体広告 15段カラー
- ・産経ニュース
スポンサードコンテンツ
- ・防災のきっかけコミュニティ
「きっかけのきっかけ施策②」
- ・簡易分析結果の納品

【企画パッケージ料金】 各営業担当者にご相談ください

※貴社のご希望に合わせて、単発メニューでの実施など含めてカスタマイズした提案が可能です
※9月「防災月間」での展開を想定しておりますが、貴社の打ち出したいタイミングに合わせた展開も可能です

【ご提案②】復興×イベント魚祭りを活用した出展展開

東日本大震災からの復興応援を目的に、「常磐もの」と呼ばれる福島の水産物を使った料理が味わえる「発見！ふくしまお魚まつり」(主催・発見！ふくしまお魚まつり実行委員会)を毎年11月と2月に、累計来場者数が250万人に上る日本最大級の魚介グルメフェスティバル「SAKANA&JAPAN FESTIVAL(魚ジャパンフェス)」と同時開催をしております。当イベントでのパネル展示といった出展と、ステージイベントプログラムでの展開を通じて、貴社の「防災」や「復興に向けた取り組み」をPRさせていただきます。

ふくしまお魚まつり 2026 in 都内	
開催期間 ※2025年度 実績を記載	2025年11月～12月の間
会場	日比谷公園もしくはお台場(予定)
出店ブース	約40～50ブース (同時開催イベント含む)
来場者見込み	約15万～20万人
入場料	無料

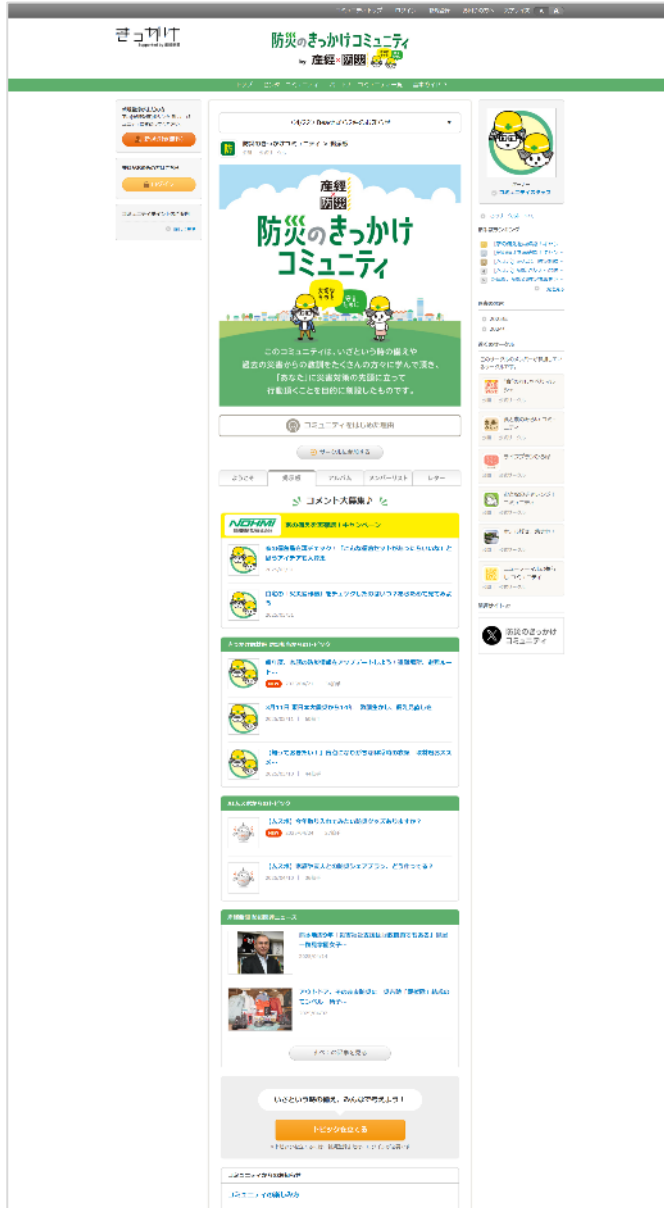
ふくしまお魚まつり 2026 in 代々木公園	
開催期間 ※2025年度 実績を記載	2026年2月20日(金) 10時～20時 21日(土) 10時～20時 22日(日) 10時～20時 23日(月・振替休日) 10時～18時 ※営業時間は予定
会場	代々木公園 イベント広場B～けやき並木
総店舗数	約80～90ブース(同時開催イベントを含む)
来場者 見込み	約15万～20万人
入場料	無料

【2大会パッケージ協賛プラン(概算)】【1大会単独協賛プラン(概算)】

いずれも各営業担当者にご相談ください

※貴社のご希望に合わせてメディアプランを組み合わせたりなど、カスタマイズした提案が可能です

■各種単体施策について



防災のきっかけコミュニティ -大切なものを守るために-

産経新聞社とクオンが運営する、インターネット上で会員同士が対話を楽しむオンラインコミュニティ「きっかけ」は、防災について語り合い、継続的に災害対策を考える「防災のきっかけコミュニティ」を、2025年1月1日にオープンしました。

【コミュニティURL】<https://www.beach.jp/community/BOUSAI>

本コミュニティでは、過去の災害から得られる教訓を学びながら、日頃どんな防災対策を行うべきか、アイデアや経験などを語り合うことができます。防災にまつわるさまざまなテーマについて語り合うことで、防災を「自分事化」し、意識を高めていく場となります。

from:りこぴんさん

3.11の前後は震災のニュースがたくさん流れ、たくさん涙も流れました。たくさんの教訓を受けましたが、教訓や訓練を無視して行動したとっさの判断で災害を免れた事例も見聞きました。実際に体験しないと自分はどんな行動をとるのかわかりませんが、訓練を受けることと備えあって憂いなしは間違いないと思っています。

from:inakoさん

車のタイヤは毎年スタッドレスに交換しています。降雪後、アイスバーンとなった路面でブレーキを踏んでも利かなかったことがあり、その時は一度、ブレーキから足を外し、ゆっくり踏んでブレーキを利かせ、回避しました。前車との車間距離がある程度ないと追突したかもしれません

From:わさびさん

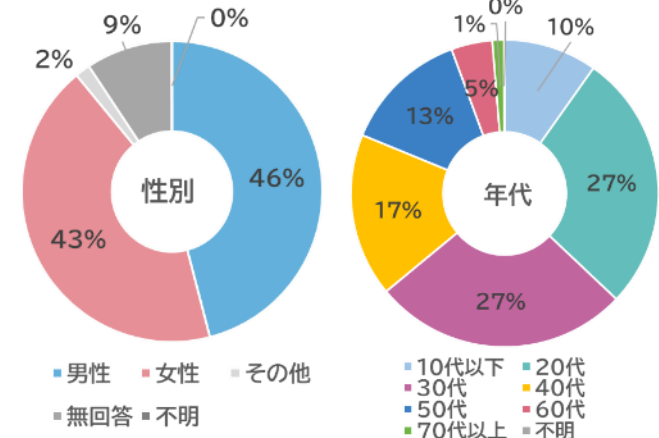
お水が一番大事になると思うので、必ず2〜3箱はストックしています。非常食は、ローリングストック。日常食べられるものを購入。車のトランクに、数日分の着替えをリュックにつめてあります。

from:みかさん

とりあえず家族4人が数日生活できるかな？という食料品は備蓄するようにしています。温めなくても食べられるレトルトや、子どもの好きなお菓子系など。そういえば実家の両親が備えをしているかは…ちゃんと聞いたことがなかったなあ。離れているからこそ、いざという時のことちゃんと一度話してみようと思います(^^)

登録ユーザー

幅広い年代の方にご参加いただいておりますが、特に20〜40代のユーザーが多いのが特徴となっております。



産経新聞特集紙面下、紙面对向面広告ご出稿

【企画概要】

掲載媒体：産経新聞全国版 朝刊（※一部東京本社版のみの掲載の場合あり）

掲載日：年間予定に合わせた特集タイミング、御社ご希望のタイミングに合わせて

内容案：前頁参照

広告枠案：・全15段カラー×1枠
・全5段カラー×2枠

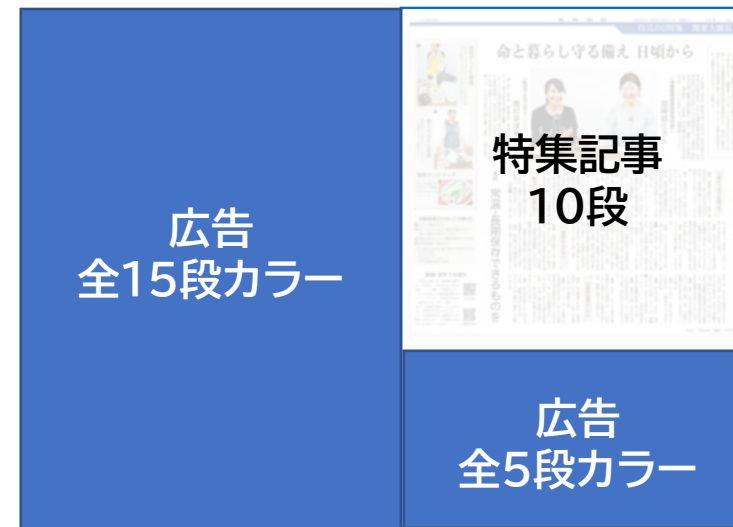
※一部エリアがモノクロ掲載になる場合があります。

オプション：記事体広告も可能です。弊社営業担当へご相談ください（※制作費は別途）

【紙面体裁】

※体裁は変更になる場合があります。

※記事部分の事前の確認・校正はできません



【掲載例】

ユーハイム様 15段

ホーリ通信様 5段

住友不動産様 15段

エア・ウォーター様 5段

鹿島建設様 15段



ご協賛金額
全15段カラー
全5段カラー

※決定優先 ※1回あたりの料金になります
※制作料は別途見積りいたします

各営業担当者
にお問い合わせください

編集記事の機能を活用し、ニュースサイトならではの
“読まれる記事”を“読まれる仕組み”で提供

さらに、運用型広告でターゲット層の集客を強化できます

産経ニュース メディアプロフィール

PCからの導線



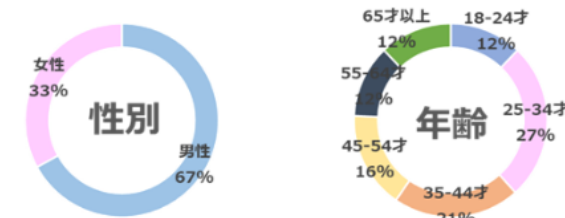
スポンサーダコンテンツページ



見出し及び本文に **Sponsored** マークを表示

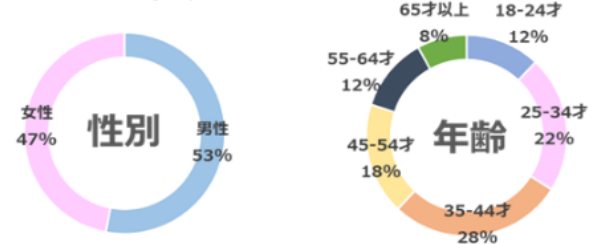
PC 2,254万PV
362万U.U

2020年10月-2021年9月 Google Analytics



SP 3,600万PV
1,783万U.U

2020年10月-2021年9月 Google Analytics



実施概要	掲載料金
3万PV想定（4週間誘導） ※取材、制作費、レポート費含む ※記事アーカイブは6ヵ月保証 ※タグ設置10万円、パラメーター付与可	300万円 （グロス・税別）
1万PV想定（2週間誘導）	150万円 （グロス・税別）

メトロポリターナ誌面特集連動

メトロポリターナでは、「防災」をテーマに中面タイアップにて展開いたします。
一人ひとりが災害について学び、自分事として防災に取り組む大切さを考える機会を創出し、注目度を高めます。

【企画概要】

掲載号:年間予定に合わせた特集タイミング、御社ご希望のタイミングに合わせて
(毎月10日発行)

広告枠:中面タイアップ、バックフロント展開など要ご相談

掲載事例:2025年11月号 森ビル様 バックフロント展開



表4 + 表3見開き = 計3P

ご協賛金額

1ページあたり 1,400,000円(税別・制作料込)

産経ニュースYOUTUBEチャンネル

産経ニュースYoutubeチャンネルでは、各企業様の防災に対するお取り組みや施策に込められた思いなどを取材のうえ、
動画制作・配信までを一気通貫で担わせていただきます。

ご希望に応じて、編集局記者をモデレーターとしてアサインした形での貴社ご担当者インタビューなどの体裁も調整させていただきます。

動画内容	・社員様インタビュー ・社員様一日密着 ・有識者対談 - など
制作内容	・YouTube用動画制作（15分～30分程度） ・告知用ショート動画制作（1分程度）
配信場所	産経ニュース YouTubeチャンネル http://www.youtube.com/@SankeiNews 登録者数：約67万人（2026年1月時点）
レポート	4週間後 ※動画の公開期限は応相談
料金	400万円（税別）～ 動画内容、ロケ日数等により決定 ※遠方（片道1.5H以上目途）や宿泊を伴う収録の場合は交通費別途 ※ゲストのキャスティング費は別途

動画イメージ



※今後ローンチを予定している展開① 「防災」をテーマにしたBtoB型セミナー

「防災」に関する様々なテーマに対して、企業・自治体の防災担当者が“平常時”に整えるべき備えについて、
防災の第一人者が解説するオンラインセミナーを開催します。
経営層や企業の防災、製造現場担当、自治体の総務担当などのリード獲得の場としてご活用ください。

【開催概要(例)】

名称:「企業・自治体に求められる防災の備えと仕組み化

～実務に活かす備蓄・体制・連携の再点検～

概要:備蓄・安否確認・BCP運用などの具体策を、第一線の専門家とともに探ります。

日時:2026年9月(予定)

主催:産経新聞社

協賛:最大6社

参加費:無料

配信方法:オンラインライブ配信 ※無観客開催でQ&Aはございません※

応募人数:250名想定(当日の視聴数は5割～6割程度想定)

主な告知媒体:産経ニュース、産経新聞、産経ID会員メルマガ、その他専門媒体

視聴対象者:自治体(都道府県～市町村)の防災担当及びDX推進、IT関連部門担当

企業(製造業、建設・不動産業、インフラ関連企業等)の経営層及び防災対策を
管轄する総務部門、製造管理(工場)部門、安全衛生管理部門等の担当

1

基調講演(40分)

2

協賛社講演(15分×最大6社 ※講演順は決定優先・1枠目特別協賛優先)

※貴社講演パートをご提供 講演内容・資料はご準備ください

3

特別講演(40分)

【ご協賛プラン】

■協賛社のセミナーパート提供(最大15分)※録画納品可

■申込者の個人情報提供(250名想定) ※2営業日以内に納品

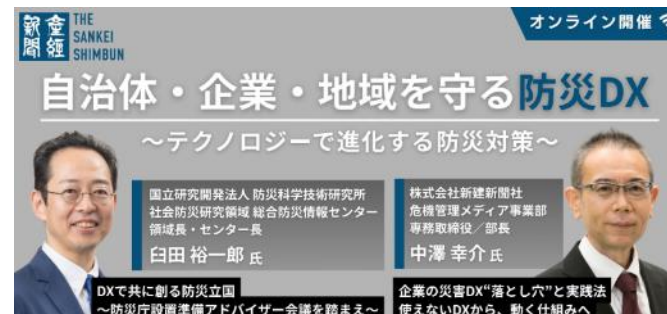
■視聴者アンケートなど含む実施概要報告書

※視聴者アンケートに貴社セッションに関する設問(3問)含みます。

※想定人数を超える応募者の情報はすべてご提供します。

※個人情報とは2営業日以内に視聴有無、アンケート回答を付与して納品します。

バナーイメージ



セミナーイメージ



ご協賛金額: **2,500,000円(税別)**

- ・「防災」をテーマにしたフォーラム

参考事例: コンセプションフォーラム2025～地方創生のこれまでと今後～(主催:産経新聞社)

[https://www.sankei.com/article/20250510RHNMWZRYHBEOVDUREYPM3GUVOM/?outputType=theme event](https://www.sankei.com/article/20250510RHNMWZRYHBEOVDUREYPM3GUVOM/?outputType=theme+event)

- ・「防災」をテーマにしたBtoB型セミナー

参考事例:「自治体・企業・地域を守る防災DX ～テクノロジーで進化する防災対策～」

[https://www.sankei.com/article/20250728HB4BGNMA3FHI5A4Q5ESGCT4CWA/?outputType=theme event](https://www.sankei.com/article/20250728HB4BGNMA3FHI5A4Q5ESGCT4CWA/?outputType=theme+event)

※今後随時アップデートしてまいります

■各種媒体概要

産経新聞媒体概要



産経新聞は、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が購読しています

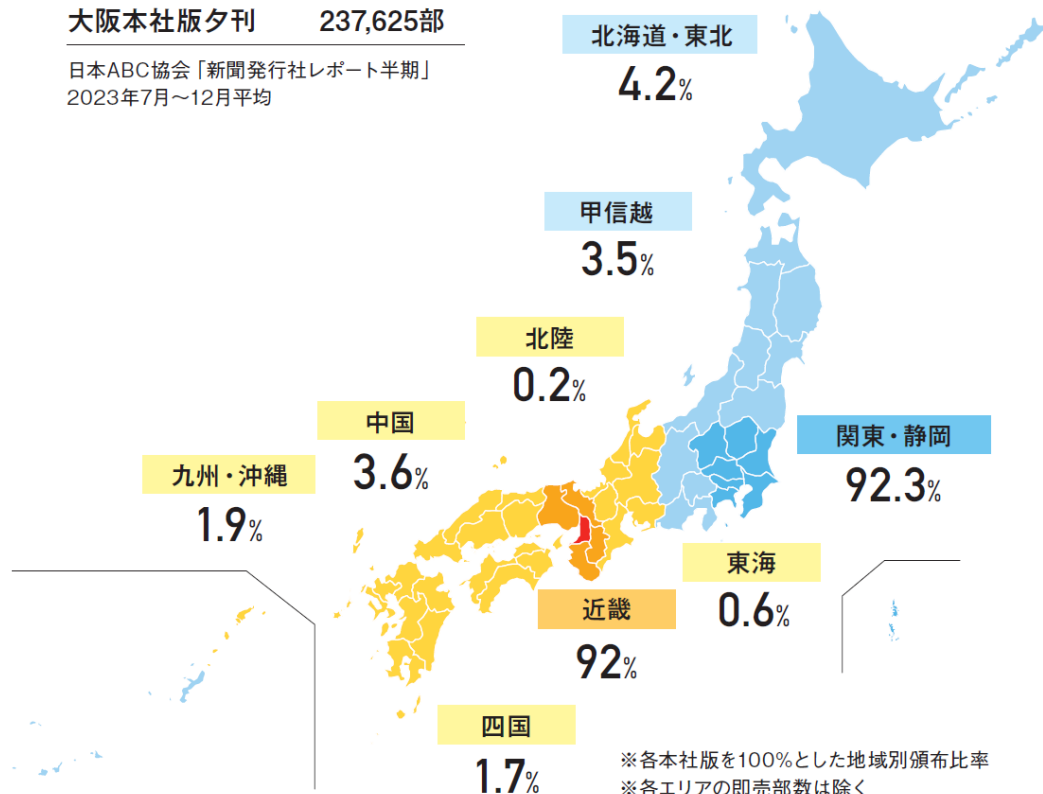
販売部数

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「新聞発行社レポート半期」
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



年齢平均 53.7歳 平均世帯年収 719万円
男女比 約6:4 平均個人年収 500万円
おこづかい 3.9万円

読者プロフィール抜粋

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

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%

産経ニュース媒体概要



産経ニュースは、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です



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

「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。

ユーザープロフィール

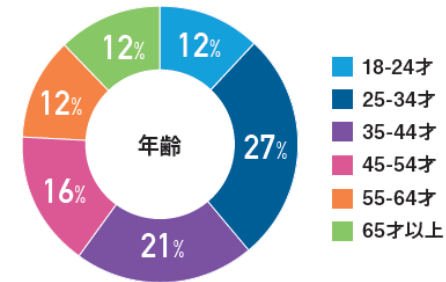
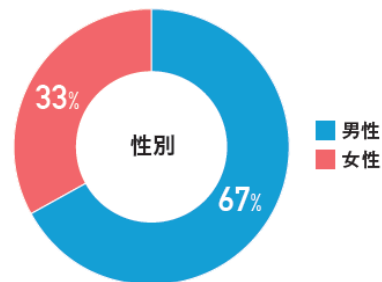
POINT
1 新聞紙面と変わらない
クオリティー

POINT
2 ニュースを深く
理解する仕掛け

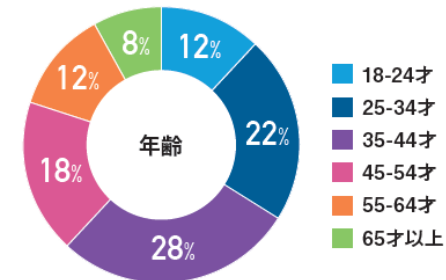
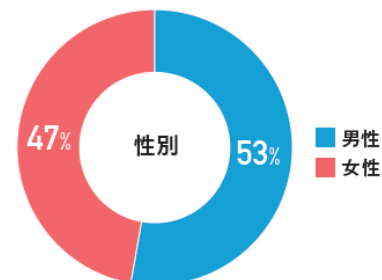
POINT
3 速さと深さを両立

POINT
4 ロイヤルティが高い読者層

PC



SP



メトロポリターナ媒体概要



メトロポリターナ読者は、20～40代女性、首都圏在住者が95%以上を占めています

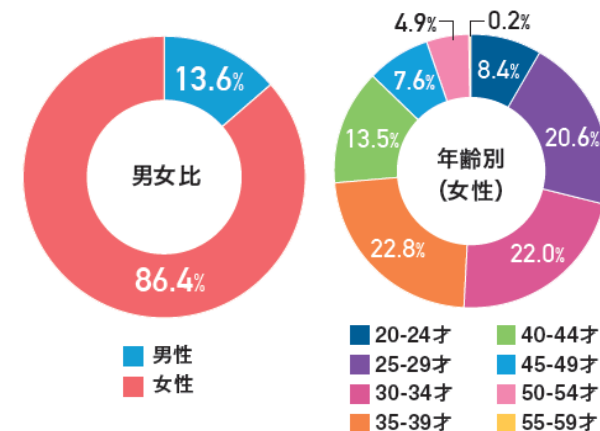
読者層は、情報の感度が高くアクティブな女性

メトロポリターナは、「マガジン×フリーペーパー×交通広告」の要素をもつ、首都圏で働く20代後半から40代の女性向けのメトロマガジンです。読者の約8割が仕事を持っているため可処分所得が高く、自分への投資、やってみたいことの実現などに積極的な傾向があります。

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。

metropolitana

「メトロポリターナ」媒体資料



タイトル:metropolitana(メトロポリターナ)

創刊:2003年

発行部数:20万部

発行サイクル:毎月10日→19日(予定)の10日間

東京メトロ53駅に、マガジンラック157台を設置。
東京メトロの各駅でも、特に注目率、接触率の高い改札周辺および駅構内に棚を確保しています。

