

# SANKEIメディアガイド 2025-26

## CONTENTS

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

# 次の100年へ、新たな価値創造に挑みつつけるー。 産経新聞社のメディアソリューション

産経新聞は昭和8年(1933)の創刊以来、「真実を見極め、読者に必要とされる報道を」「豊かな国、住みよい社会の実現のため、信ずるに足る主張を」を信条として掲げ、時代を的確に捉える「正論」路線を大切にしてきました。その報道力と、産経ならではの多彩なメディアやアセットをかけあわせることで、クライアントと読者をつなぐソリューションを提供し、次の100年に向けた新たな価値創造に挑みつつけます。

## 時代におもねらず 正論路線を貫く基幹メディア



詳細はP4~7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!

2024年の国連制定日に、題字をシンボルカラーのミモザ色に染め、新聞をまるごと包んだラッピング紙面を発行。その企画力と、全社を巻き込んだプロジェクトが高く評価され、2024年度日本新聞協会「新聞広告賞」を受賞しました。

詳細はP18をご参照ください →

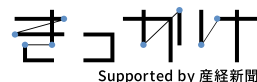


## ウェブファーストを掲げる 基幹ニュースサイト



詳細はP8~9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P12~14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



詳細はP15~17をご参照ください →

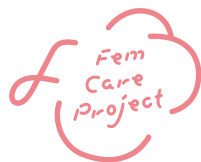
# メディアビジネス局のアセットラインナップ

～メディアビジネス局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



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に開催中です。



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。



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

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



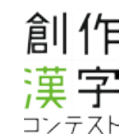
高校生バティシエNo.1を決めるコンテストです。



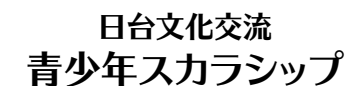
福島の特産品を使ったスイーツ作りのコンテストです。



「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。



産経新聞

# 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



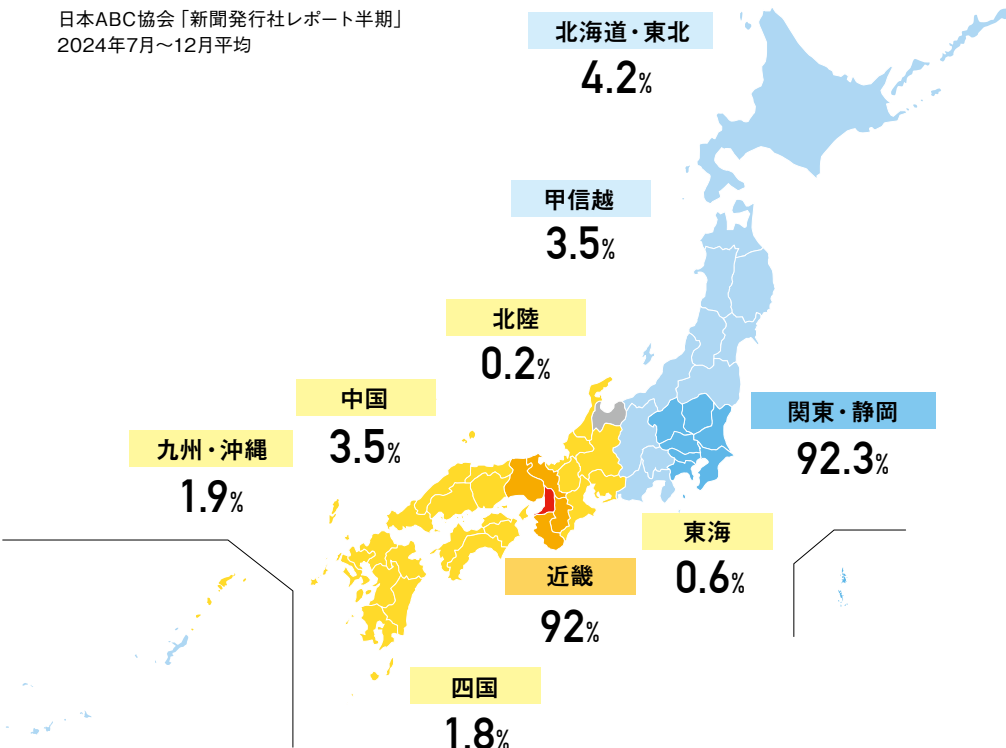
## 販売部数

全国版朝刊	835,611部
東京本社版朝刊	371,420部
大阪本社版朝刊	464,191部
大阪本社版夕刊	210,367部

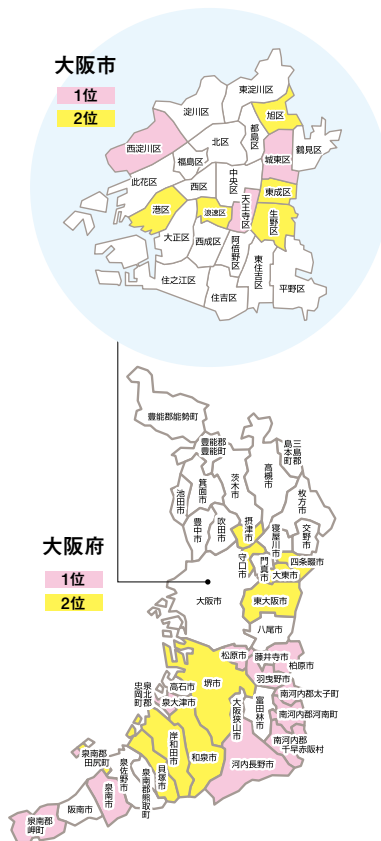
日本ABC協会「新聞発行人レポート半期」  
2024年7月～12月平均

## 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



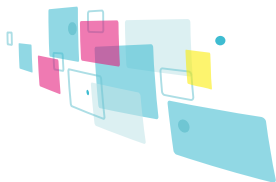
※各本社版を100%とした地域別頒布比率  
 ※各エリアの即売部数は除く



## 大阪府内 朝刊の販売部数 (他紙比較)

市郡名	順位	産経新聞	読売新聞	朝日新聞	毎日新聞	
大阪市	港区	2	2,294	5,592	1,173	1,705
	天王寺区	1	4,515	2,563	3,109	1,280
	浪速区	2	1,733	2,301	1,125	1,030
	西淀川区	1	4,059	3,002	3,100	1,268
	東成区	2	2,879	2,070	2,560	4,900
	生野区	2	4,065	3,299	3,420	9,300
	旭区	2	3,289	6,095	2,925	3,020
城東区	1	9,694	8,261	6,250	7,690	
堺市	2	42,302	45,058	30,247	24,014	
岸和田市	2	10,253	11,889	6,532	5,995	
泉大津市	1	5,725	1,620	3,055	2,265	
貝塚市	2	2,878	5,667	—	1,720	
守口市	2	4,922	6,373	4,088	3,812	
河内長野市	1	7,208	5,466	5,260	2,030	
松原市	1	10,204	9,698	3,780	3,847	
大東市	2	5,937	6,483	3,370	2,920	
和泉市	2	7,892	8,399	4,900	5,880	
柏原市	1	4,371	4,307	2,670	1,500	
羽曳野市	1	9,365	7,315	5,260	1,605	
摂津市	2	3,159	4,535	3,060	2,037	
東大阪市	2	19,630	24,530	12,940	14,573	
泉南市	1	4,643	3,453	922	—	
四條畷市	2	2,092	4,084	1,750	420	
泉南郡	1	3,772	3,691	3,288	1,845	
南河内郡	1	2,299	—	—	—	

日本ABC協会「新聞発行人レポート市郡別」2024年10月



産経新聞

# 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%

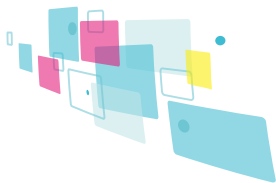
+9.1%

塾・習い事・教育サービス **23.9%**

新聞購読者全体  
17.3%

+6.6%

マクロミル〔ブランドデータバンク〕2023年7月実施調査より 新聞購読者全体と比較した際の、産経新聞購読者の全体またはエリアを絞った場合の特徴を掲載



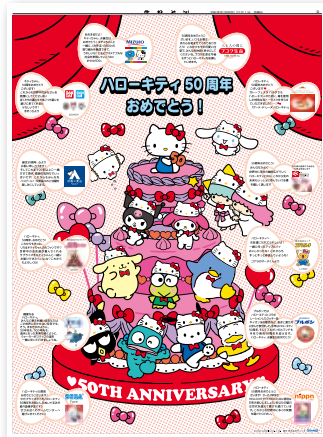
広告事例

●ハローキティ50周年ラッピング広告企画 (株式会社サンリオ)

2024年11月1日、ハローキティ50周年の節目にあたり、産経新聞で「ハローキティアニバーサリー企画」を実施。当日の東京朝刊紙面をまるごと包んだ4ページの特別紙面（フルラッピング広告）を発行しました。

ハローキティの愛らしいビジュアルを表紙に、関係者特別対談や50年の歩みを年表形式で紹介。終面では協賛各社からのお祝いメッセージを掲載するなど、4ページをフル活用した上でその歴史と魅力を伝えました。

また、同様の体裁で構成した「特別号外」も日本の観光地を中心に配布しました。



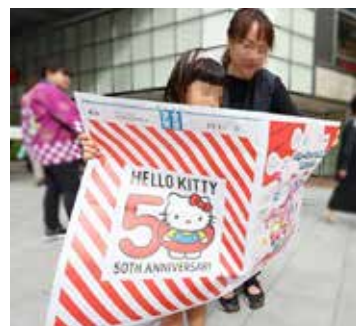
終面



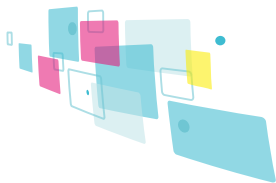
中面



2024年11月1日付 1面



「特別号外」はインバウンド需要にも対応するため、日本の主要都市で配布！



産経新聞

# 新聞広告を起点に話題化 ～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、特殊なスペースをいかして銭湯の煙突の高さを表現。同社が毎年制作している「のれん」の新しいデザインも紹介しました。翌日元日の紙面では新たな年へのメッセージを発信。年末年始のタイミングに多様なスペースを通して思いを届けました。



2024年12月31日付



2025年1月1日付

- 「SDGs 今、未来のために」企画  
(森ビル株式会社)

「SDGs (持続可能な開発目標)」に注目が集まるいま、産経新聞で展開中のシリーズ企画。協賛社のニーズに応じて、目標達成の取り組みを特集展開します。



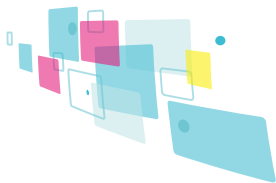
2024年10月31日付

- ウォーキング事業  
(特別協賛:ライオン株式会社)

東京都と関西でウォーキング事業を開催。大会ごとにオリジナルのルートを探ることができると好評で、毎年多くの読者が参加し、完歩しています。当日の様様を取材の上、採録特集として詳しく伝えます。



2024年12月26日付



## 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

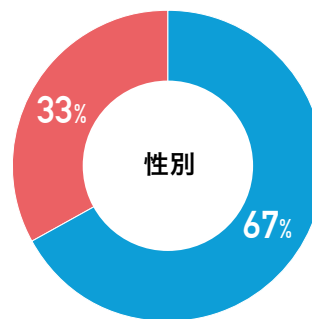


デバイス	月間PV	月間UU
PC	14,555,411	2,518,366
SP	22,405,932	9,348,274

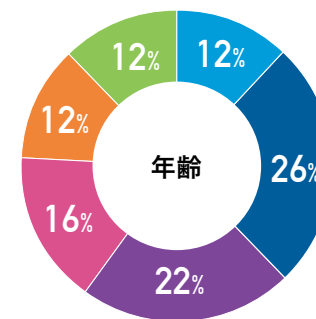
2024年1月~12月平均 Google Analytics4

## ユーザープロフィール

### PC

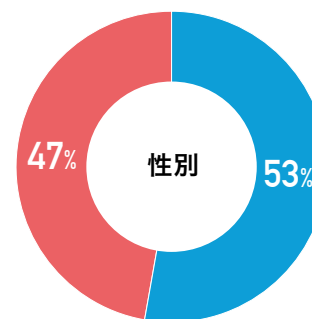


■ 男性  
■ 女性

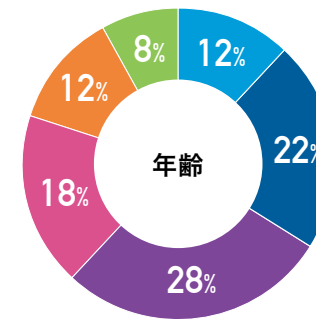


- 18-24才
- 25-34才
- 35-44才
- 45-54才
- 55-64才
- 65才以上

### SP

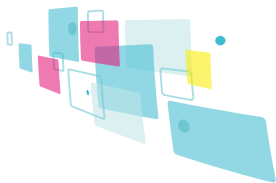


■ 男性  
■ 女性



- 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



## 展開事例①

### ●産経ニュース スポンサードコンテンツ (Meiji Seika ファルマ株式会社)

2024年7月、新紙幣発行のタイミングに合わせ、新たに千円札の顔となった北里柴三郎氏の意思を継ぎ抗生物質の研究開発や生産を行う同社の取り組みを取材。約80年の歴史をわかりやすくまとめました。



2024年7月2日配信



2024年7月3日付

新紙幣発行日に産経新聞で特集企画を掲載。企画内にある同社の関連記事内に設定された専用コードを読み込むと、当該スポンサードコンテンツページに飛ぶ仕組みです。注目のタイミングに、協賛企業の情報をより多くの方へ届けることができました。



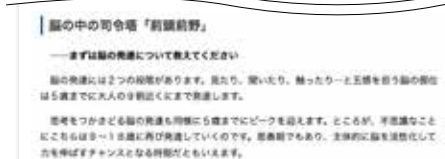
## 展開事例②

### ●産経ニュース スポンサードコンテンツ (株式会社公文教育研究会)

「KUMON『基礎学力の大逆襲!』」を公式サイトで展開している同社。俳優・白山乃愛さんと脳科学者・川島隆太さんにインタビューを行い、同社が大切にする基礎学力の効果効能についてリレー式で記事をまとめました。特に子どもをもつ親世代を意識して、川島さんのルーツにも触れるなど子育てのヒントにもなるような内容に仕上げました。

スポンサードコンテンツは二次利用され、顧客サイトからスポンサードコンテンツへの誘導を図る好事例となりました。

POINT  
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。



2025年1月16日配信



# 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。

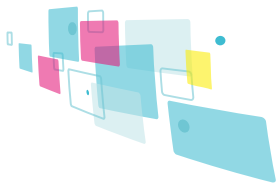
## ●「日本企業再興に向けた経営戦略 ～人的資本の最大化と企業価値向上～」

2024年9月24日、25日 開催



協賛：株式会社マネーフォワード/Ridgeline株式会社/  
株式会社カオナビ/株式会社SmartHR/  
株式会社プラスアルファ・コンサルティング/本気ファクトリー株式会社/  
株式会社ラクス/株式会社コンカー/株式会社ログラス/  
株式会社LayerX/株式会社データX/Sansan株式会社

2024～25年 テーマ一覧	
2024年5月	加速する自治体DX～全国各地の先進事例を徹底深掘り～
5月	経営に効く 攻めの経理DX～AI時代を見据えた業務改革と心得～
6月	人材マネジメントの新潮流～エンゲージメント向上とリテンション戦略による組織力強化～
7月	持続可能な物流の未来のために～物流拠点・輸配送に求められるソリューション活用～
7月	建設DXと働き方改革のすすめ～現場・バックオフィスの生産性を上げる業務改革ツール活用ガイド～
8月	セキュリティマネジメント再考～生成AI・クラウド活用に潜むセキュリティリスク～
9月	製造業DX大解剖～現場から始める生産性向上と付加価値創出～
12月	生成AI×DX 2025展望～データドリブンな業務プロセス改革と事業のつくり方～
2025年3月	地域経済を牽引する“中堅企業” 2DAYS DAY1 データドリブン経営～長期利益を生み出す事業・組織戦略～ DAY2 付加価値経営～競争を勝ち抜く事業・組織戦略～
5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～
5月	加速する自治体DX2025～全国各地の先進事例を徹底深掘り～
5月	DXで進化する教育現場～GIGAスクール構想、クラウド時代の校務とは～
6月	人材マネジメントの新潮流～エンゲージメントを高めるピープルマネジメント～
6月	BIM×営業DX×バックオフィスDX～建設業界の業務改革と競争力強化～
7月	物流の持続可能な成長のために～物流関連二法改正と求められる物流効率化の取組み～ (仮題)
8月	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～ (仮題)
8月	製造業DX大解剖 (仮題)
8月	AI時代のセキュリティマネジメント (仮題)
9月	日本企業再興に向けた経営戦略～人的資本の最大化と企業価値向上～ DAY1 人的資本経営～変革のリーダーシップと次世代の人材育成～ (仮題) DAY2 価値創造経営～企業価値を高めるCFO組織と経理財務改革～ (仮題)



## 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

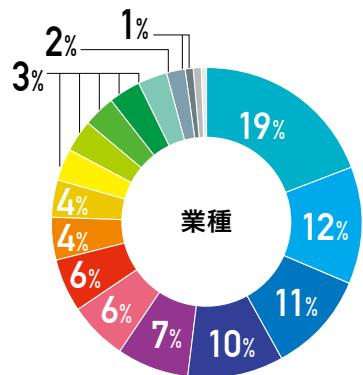
### 協賛社の声

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

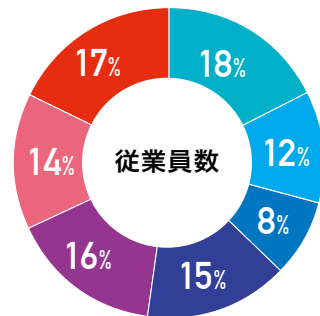
他の協賛セミナーに比べて  
アンケート回答数が多い

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

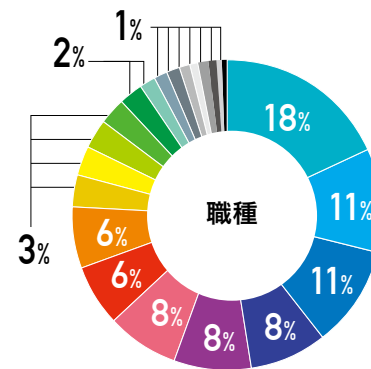
## DXセミナー参加者属性



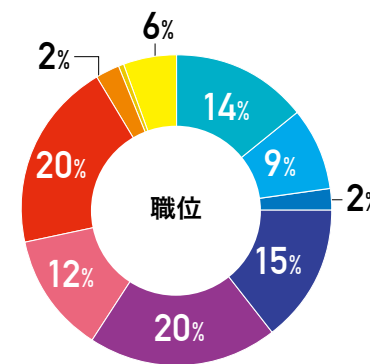
製造業、建設業など現場系業種が多い傾向



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



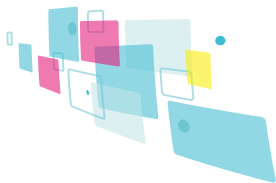
決裁者≒部長以上は約40%

- 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



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

きこかけ  
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99,000名を突破し(2025年5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!

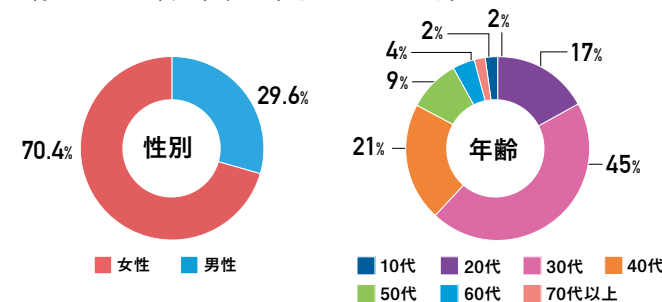
産経ニュース「きっかけ」  
特設ページはこちら



産経新聞 2025年3月31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が、特に30~40代の女性が中心となっています。



※2025年3月末データより



きっかけ

## 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

きこりけ  
Supported by 産経新聞

### 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。

#### ●牛乳石鯨 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、より多くの人々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回おふる屋会議」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！

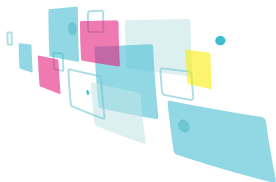
約300社の運営データに基づいたシミュレーション

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



# きっかけ 社会課題解決型コミュニティの運用が好評

きこかけ  
Supported by 産経新聞

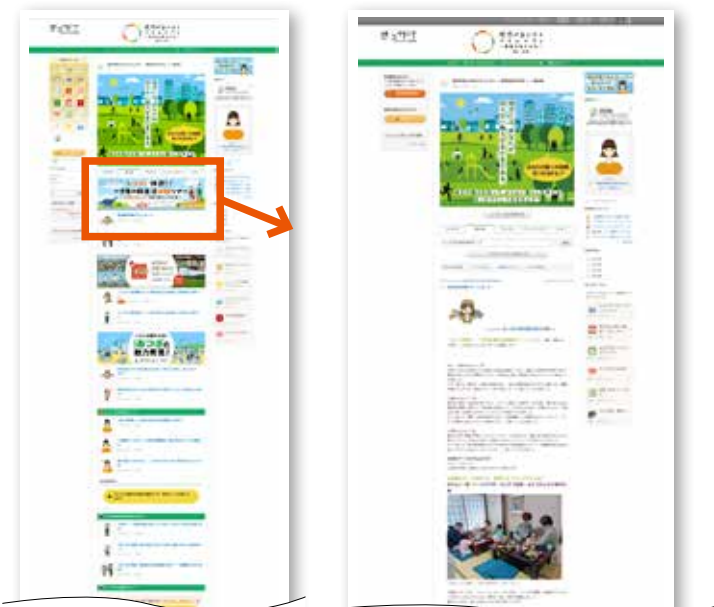
## 展開事例

### ● 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ンネルで告知を実施。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(能美防災株式会社)

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。



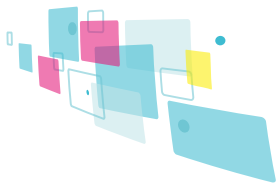
### SNSでの広がり



産経新聞 2025年1月1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。



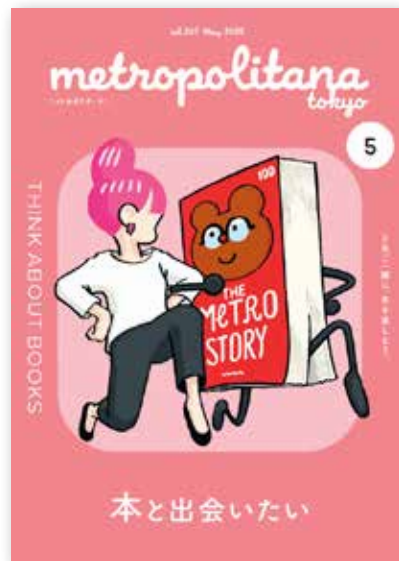
metropolitana

# 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  
tokyo

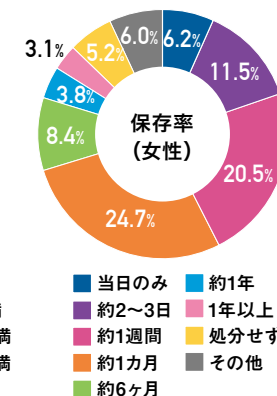
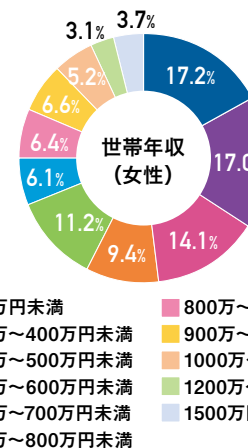
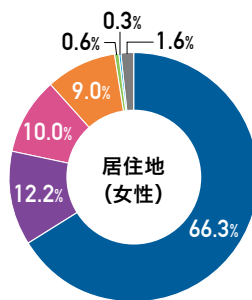
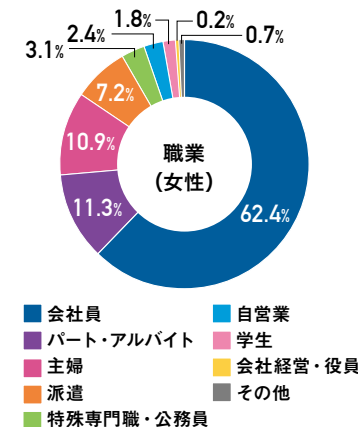
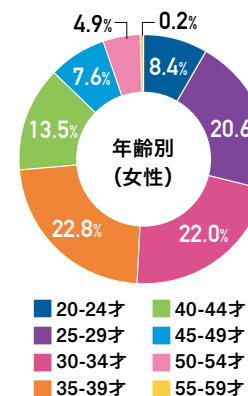
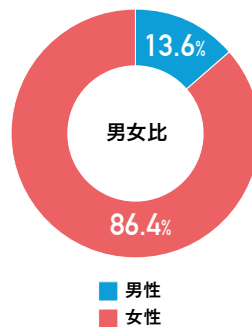
## 媒体概要

2003年に創刊した「ライフスタイルを楽しむ」ための月刊フリーマガジン。読者層は情報感度が高いアクティブな働く女性たち。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・外見双方に投資する姿が特長です。東京メトロ構内の専用ラックで配布するため、首都圏在住者が95%以上を占め、そのうち6割以上が東京在住者です。首都圏で働く女性へ効率よいアプローチが可能な媒体です。



2025年5月号

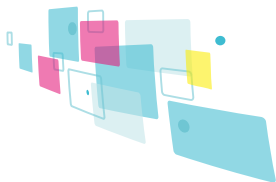
## 読者プロフィール



## 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

# クライアントニーズに応じてバリエーション豊かに誌面を展開



## 展開事例

### ●タイアップ抜き刷り企画 (貝印株式会社)

メトロポリターナ本誌で見開き2ページのタイアップ広告を掲載。その内容を基にした4ページの抜き刷りを作成しました。抜き刷りの表紙には、同社が契約する注目タレントを起用し、注目度の高い事例となりました。



抜き刷り 表1

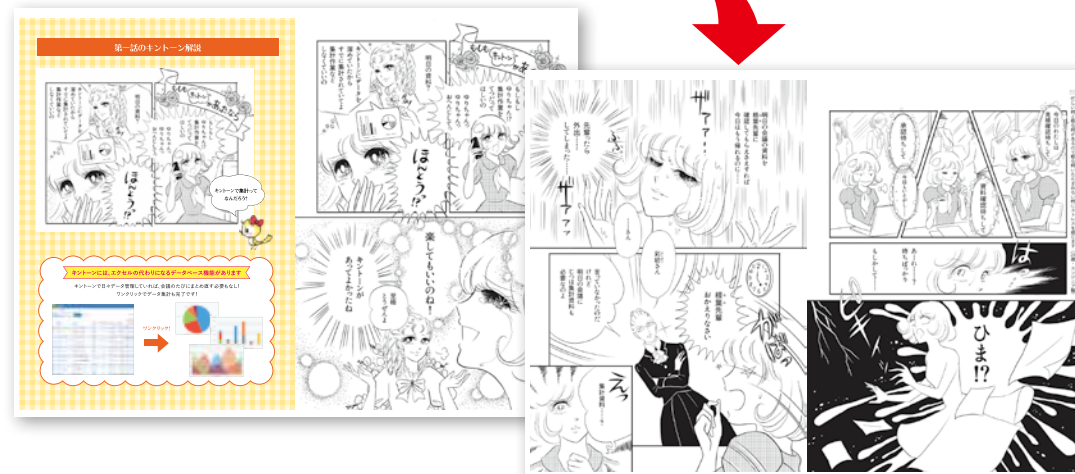
### ●ブックインブック企画 (サイボウズ株式会社)

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。

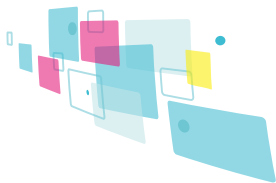


ブックインブック 表紙

2024年10月号



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



metropolitana

# 編集タイアップ力をいかして多数の連載企画を展開



## 展開事例

### ●年間タイアップ連載(FP Office株式会社)

読者の関心が高い「お金」をテーマに、ファイナンシャルプランナーが講座スタイルで誌面解説する編集タイアップを連載中。本事例では、2024年12月に制度改正された「iDeCo(個人型確定拠出年金)」のポイントをタイムリーに解説。読者参加型のセミナーも不定期に開催しています。



2025年1月号

### ●4号連続タイアップ企画(森ビル株式会社)

「ヒルズのヒミツ」と題し、4号連続で編集タイアップ広告を展開。同社が手掛けた街づくりの裏側を多彩な視点から深掘りして紹介しました。誌面デザインを揃えることで、企画を振り返って読みなおす楽しみも演出しています。



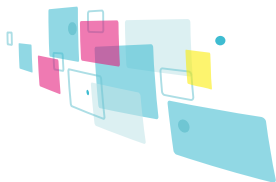
2024年8月号



2024年9月号

2024年10月号

2024年11月号



## 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



産経新聞社は2021年10月、女性の心と身体の「ケア」を考え、よりよい未来に繋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、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 2024年度「新聞広告賞」受賞

2024年3月8日の「国際女性デー」では、「知るって、やさしい一歩!」をテーマに、産経新聞の紙面を丸ごと包み込むフルラッピング紙面を発行。この企画が2024年度日本新聞協会「新聞広告賞」を受賞しました。



紙面を折るとメッセージが出てくる仕組み



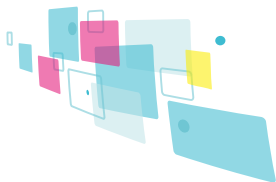
産経新聞 2024年3月8日付

#### ● 国際女性デー企画 2025年度

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2年連続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を連載。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。



産経新聞 2025年3月8日付



## フェムケアプロジェクト 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

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、応募数は1,000名を超えました。後日、産経新聞では採録特集やメッセージ広告を、メトロポリターナでは巻頭特集を、「魚ジャパンフェス」では男性ホルモンを意識したオリジナル魚介メニューを販売するなど、複合的&立体的に多彩な展開をしました。



産経新聞 2024年11月19日付

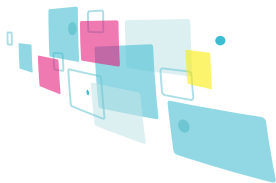


メトロポリターナ 2024年11月号

#### 【イベント概要】

「2024年『国際男性デー』特別企画 ぼくたちはどう生きるか？  
—仕事と味と健康と、家庭と職場と人生に、役立つライフハックFES—」  
日時：2024年11月10日（日）13:00-18:00  
会場：東京国際フォーラム  
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  
協賛：アフラック生命保険株式会社、株式会社SUW、第一工業製薬株式会社、株式会社TRULY、株式会社奈良大和生薬、日本新薬株式会社、株式会社ファンケル





## インフルエンサープロモーション

# 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





## SAKANA&JAPAN FESTIVAL

# 日本最大規模の食フェスを開催・運営 ～累計230万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250万人（※）の動員を誇ります。※2025年3月時点

### ●魚ジャパンフェスinお台場

訪日外国人も多く来場する東京・お台場（特別エリア）で毎年11月頃に開催。潮の香りを感じながら野外で味わう魚介メニューは格別です。2024年11月の開催時には、4日間で約20万人が来場しました。

### ●魚ジャパンフェス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！ 2025年2月の開催時には、4日間で23万人以上が来場しました。

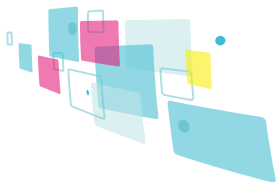
### ●魚ジャパンフェスin大阪

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。2025年3月の開催時には、4日間で14万人以上が来場しました。



産経新聞 2024年10月31日付





## スイーツ甲子園

# 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。



2024年度優勝作品



海外研修旅行の様様

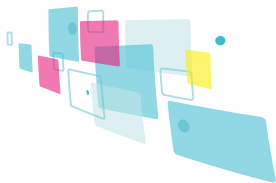
### ●スイーツ甲子園 ふくしまチャレンジカップ

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）。



2024年度の模様





## ふくのわプロジェクト

# 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1,200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1,200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

①「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!

②「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!

③ 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、リピーターが多いのが特長です。「おうちでふくのわ」を活用した協賛メニューもあります。



### ●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 2024年4月23日付



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!

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 2025-26**

発行:産経新聞社 発行日:2025年6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