

web Sportiva

<https://sportiva.shueisha.co.jp/>

MEDIA GUIDE
2024.01 - 06



集英社

©SHUEISHA Inc. All rights reserved.

媒体概要	INDEX／編集長メッセージ	2
	ブランドネットワーク／サマリー／ユーザー情報	4
	コンテンツ紹介（ジャンル）、（特集の予定）、（連載一例）、（2023年 人気記事）	7
	コラボサイト事例／詳細	11
	編集記事タイアップ事例	13
タイアップ広告	制作進行スケジュール	15
	動画＋記事タイアップ	16
	オーダーメイド記事タイアップ	17
	記事タイアップ	18
	素材入稿型タイアップ	19
	タイアップ誘導枠	20
	外部誘導・拡散メニュー	21
	タイアップで撮影・制作した記事・動画の二次利用について	22
ディスプレイ広告	ディスプレイ広告	24
	ネイティブ動画広告	25
	全面広告	26
	インタースクローラー広告	27
	DMP広告商品／ターゲティング内容詳細／ターゲティング広告メニュー価格	28
	原稿規定	31
	Shueisha Data +	32
各種規定	38	
お問い合わせ等	40	

質の高いスポーツコラムが 多くの読者に支持されています

web Sportivaは、スポーツが大好きな30～50代の男性ビジネスマンに愛される国内最大級の総合スポーツコラムサイトです。

長年にわたり、アスリートへの取材や丁寧な周辺取材を通して、スポーツの魅力や深淵を描く読み応えのあるスポーツコラムをつくり続けてきたことで、現在では月間1990万PV、380万UUと多くの読者に支持されてきました。

またX（旧Twitter）をはじめとするSNSにも力を入れ、幅広い層の読者に記事を届けるとともに、記事と連動した動画を制作してYouTubeチャンネルで公開するなど、本サイトの枠を超え、多方向への発信に努めてきました。

今後、より多くの読者の皆様に喜んでいただくために、スポーツファンに人気の高いイベントを中心に、引き続き特集を組んでいきます。年末年始にかけては「箱根駅伝特集」、「高校サッカー特集」、2024年2月には「Jリーグ開幕特集」、「プロ野球開幕特集」、7月には「パリ五輪」、8月には「甲子園特集」などを予定しています。

「スポーツイベントに絡めてプロモーションしたい」
「男性ビジネスマンに商品を訴求したい」

そんな時はぜひweb Sportivaをご活用ください。

web Sportiva 編集長

小澤 正直

web SportivaではX（旧Twitter）、LINE等のSNSはもちろん、YouTubeチャンネルも活用し、さまざまなチャンネルで記事・動画を発信。それらのコンテンツをYahoo!ニュース、LINEニュースをはじめとした各種ポータルサイト等に配信しています。

Total オーディエンス数 約 **443** 万人

※2023年10月現在

SNS

フォロワー
90,899

友だち
552,000

いいね!
20,359

登録者数
11,700

フォロワー
2,800



月間PV 1691万PV
月間UU 375万UU

外部配信先

※その他多数

月間PV 6400万PV



日本最大級の総合スポーツコラムサイト

月間1990万PV、380万UUを誇る、日本最大級の総合スポーツコラムサイトです。

取材を通じた読み応えのある記事が多く読者に支持されています。

19,900,000 PV

1ヶ月のページビュー

3,800,000 UU

1ヶ月のユーザー数

3m47s

1ユーザーの平均滞在時間

64,000,000 PV

外部メディアで閲覧数

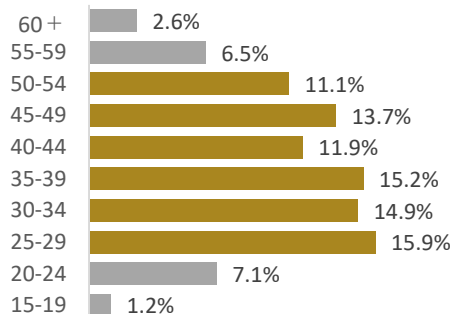
- 自社で企画・取材・編集・校正をすべて実施し、編集長が責任を持って原稿を校了
- 一つの記事が自社サイトやYahoo!などの関連記事やGoogleにおける検索上位などで継続的に読まれる傾向が強い



スポーツが“大好きな” 25～54歳の男性ビジネスマン

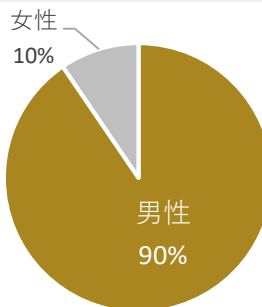
読み応えのあるコラム記事を好む“本当にスポーツ好き”な読者が多く、
25歳～54歳の大人の男性に親しまれています。

年齢比



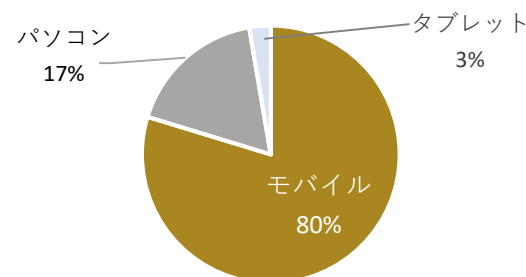
30代-40代がボリュームゾーン
仕事もプライベートも充実した読者

男女比



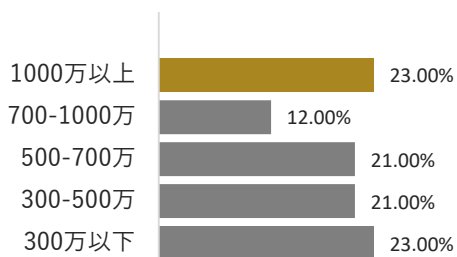
男性比率が、90%と圧倒的に多い
スポーツ好きな男性ターゲット

デバイス



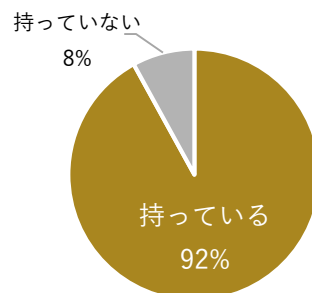
モバイルユーザーが、80%と多い
移動中、隙間時間に視聴する傾向

読者年収比率



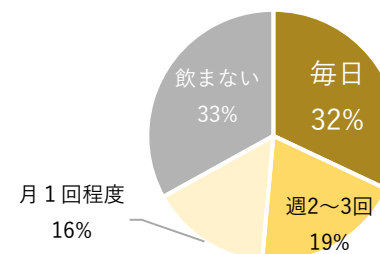
1,000万円以上の比率が23%と高い
モータースポーツ、ゴルフ等の記事が人気

運転免許取得率



運転免許取得率が92%と非常に高い
通勤・行楽で車移動が可能な世代

飲酒の頻度



約3人に2人がお酒を飲んでいる
日常的にお酒を飲む人が多い傾向がある

主なカテゴリー

野球



格闘技



パラスポーツ



テニス



サッカー



Doスポーツ



モータースポーツ



競輪



ゴルフ



フィギュアスケート



バスケットボール



アウトドア



ラグビー



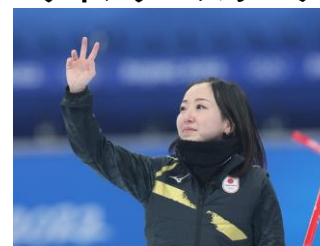
バレーボール



エンタメ



ウインタースポーツ



競馬



陸上



卓球



【その他】

水泳
ダンス
大相撲
マンガ
など

2024年 特集スケジュール



「箱根駅伝」特集
2023.12-2024.1



「プロ野球開幕」特集
2024.3



「甲子園」特集
2023.8

2024.01

2

3

4

5

6

7

8

9



「高校サッカー」特集
2023.12-2024.1



「Jリーグ開幕」特集
2024.2



「パリ五輪」特集
2024.7

特集一覧

<https://sportiva.shueisha.co.jp/special/>



2023-24年 連載 (一部)

斎藤佑樹

元プロ野球選手



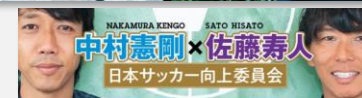
雪平莉左

モデル



中村憲剛 × 佐藤寿人

元サッカー日本代表



タイアップ実績 (中村憲剛)：日本マクドナルド

貴島明日香

モデル・タレント



タイアップ実績：LIXIL

旗手怜央

サッカー日本代表



谷口彰悟

サッカー日本代表



連載陣を起用したタイアップをご希望の場合は、36ページの問い合わせ先よりご相談ください。

藤澤五月、吉田知那美

(ロコ・ソラーレ)



連載一覧

<https://sportiva.shueisha.co.jp/series/>



2023年下半期 カテゴリー別人気記事

カテゴリ	記事タイトル	画像	QR
野球	<p>2023年11月03日</p> <p>ドラマ『下剋上球児』放送後の反響 南雲脩司のモデルとなった熱血教師は「免許持ってんの？」と問われる日々</p> <p>https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/baseball/hs_other/2023/11/03/post_93/</p>		
サッカー	<p>2023年10月03日</p> <p>J2ヴァンフォーレ甲府のACL出場は黒字か赤字か アウェー旅費&国立ホーム開催費用などを聞いてみた</p> <p>https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/football/jleague_other/2023/10/03/j2acl/</p>		
バレーボール	<p>2023年10月16日</p> <p>石井優希「どこをどう見てそう思われるんですか？」初めて中田久美監督に言い返した日 日本代表時の経験などバレー人生を振り返る</p> <p>https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/otherballgame/volleyball/2023/10/16/post_27/</p>		
競馬	<p>2023年10月20日</p> <p>高田秋が菊花賞を予想！ ソールオリエンズ、タスティエーラより「スタミナ血統の持ち主」に注目</p> <p>https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/keiba/keiba/2023/10/20/post_195/</p>		
陸上	<p>2023年10月14日</p> <p>横田俊吾「箱根で優勝しても面白くなかった」青学時代の激しいチーム内競争とあまりにも苦しかった箱根の記憶</p> <p>https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/othersports/rikujo/2023/10/14/post_61/</p>		

- 特設サイトを設置。スポルティーバ編集部が取材・撮影を実施し、記事を作成する長期のお取り組みプラン
- スポーツメディアの強みを生かしたアスリートのキャスティングなどもサポート
- 特設サイトは編集記事とタイアップ記事で構成される

スポルティーバ×テラーメイド 『Good Golf Life』

スポルティーバ×ニコンビジョン 『スポーツ観戦力ZOOM UP!』

スポルティーバ×ニューバランス 『BETA STORY～道を拓く。』



<https://sportiva.shueisha.co.jp/featuring/taylormadegolf/>



<https://sportiva.shueisha.co.jp/future/nikonvision/>



<https://sportiva.shueisha.co.jp/future/newbalance/>



スポーツティーバ×テラーメイド『Good Golf Life』

前園真聖が女子プロの一行に暖熱、新クラブでのゴルフ対決に決着

2020.12.18

SIM クローゼツ

GLOIRE

やさしく、つかまって、高弾道。進化を選げた「SIMグローレ」誕生

トップ5のうち4名が使用している TP5 シリーズ

P-700 SERIES

新しいテクニクも兼ねたハイパフォーマンスアイアン

SELECTFIT STORE

私たちが目指すものはあなたのためのクラブを創ること

<https://sportiva.shueisha.co.jp/featuring/taylormadegolf/>

期間 約5か月
 記事内容 動画&テキスト記事
 出演者 谷原章介
 内田理央
 前園真聖
 プロゴルファー3名

○前園真聖 & 女子プロ 【動画】25,000再生



インフォメーション 記事詳細

2020.11.04

前園真聖が女子プロとドラゴン。最後にまさかの展開が！

PROMOTION: text by Sportiva 編集・写真・ビデオ by Noto Sports (a prelo)

前園 これじゃあ勝利にならないと思って、自分にプレッシャーを掛けました。悪い訳しちゃうんだと思ってスイングを入れ直しました。

竹村 さがすです。いい味でした。竹村プロがボールをセットし、持ち帰る1球を打つ。

竹村 ナイスショット！

竹村 やっぱりこのクラブがつかまっていくので、ナイスショットでした。顔ることを喜ばしたかったです。ミスをおかしてくれるから、本当にクラブはまますね。

前園 偉いよね、ゴルフに来るとより緊張感があってスイングが固くなったりするから、貴様とおどかしなるとなるんですね。今日は勝ったし、コソンの時もそうですけど、再び人がいると緊張するじゃないですか。

竹村 後ろに人がいると緊張しますよね。プロゴルファーもそうなんです。前園君とか1戦目というのはみんな緊張しているんです。どうして前園にかがえるから、ちょっとジャンプして驚かすように貴様の力があるっていうのは大事かなと思います。

前園 なるほど、自分らの緊張を解く方法を見つけるのが大事なんです。

「こんな言葉でよかったん」

前園 会社が竹村プロのボールですか、ちゃんとフェアウェイのと真ん中ですね。

竹村 私はいくつかのボールです。それにも前園さんとの距離の差はありますが、60ydくらい差があるんじゃないかな。

【前園真聖 259yd 竹村真琴 209yd】

○谷原章介 & 女子プロ 【動画】30,000再生



インフォメーション 記事詳細

2020.11.20

谷原章介が新作クラブで自己記録更新。プロ並みの一打に驚かす

PROMOTION: text by Sportiva 編集・写真・ビデオ by Noto Sports (a prelo)

前園 猛打をする時に「構えやすい」とか「振りやすい」という自分の特徴にも注目してほしいなと思います。

谷原 自分の会話は大事なんです。

前園 そうですね。「指に当たったクラブよりも見え方が違う」と感じることがありますので、そんな感覚を持っていると、クラブ選びはもっと面白くなっていくと思います。（谷原さん、ドライバーでもう1球打つてみる）むちゃくちゃいいんじゃないですか。

前園 249ydです。

谷原 これ人で一番です。人生のベストショット、249ydなんて真ん中じゃないです。

前園 すごい、すごい。

前園 データも完璧です。バックスピンドが1800回転なので、プロのような打球でした。

前園 1800回転だと驚きますよね。

谷原 驚かす感じないというか、すごく軽やかに振れました。今まで249ydなんて真ん中ではありませんが、軽やかだからと打った時の感覚がいろいろ違うことに驚きました。最初はゴルフを今からやるのは難しいのかな、ちょっとドゥドゥしてたんなんですけど、最後と入ってみたら、みんな驚いて喜んでたんですよ。

前園 そうなんです。一番「ゴルフの傍観」に入ってしまえば、こんなに手軽にできるスポーツなんだってみんな驚くと思います。

前園 もうちょっと同世代の女子に広めたいなって思っています。

前園 そうですね。

○内田理央 & 男子プロ 【動画】30,000再生



インフォメーション 記事詳細

2020.11.10

内田理央、新クラブでナイスショット！男子プロのレッスンで速攻上達

PROMOTION: text by Sportiva 編集・写真・ビデオ by Noto Sports (a prelo)

前園 最近練習に行けていなかったんですけど、父はやっているんです。

内田 父と娘さんが一緒に練習に行ったりするんですか。

前園 まだ行ったことがないんです。

前園 えっ、まだ行ってないんですか。一緒に行って、お父さん、むちゃくちゃ喜んでくれるよ。

内田 そういものなんですかね。

前園 父と娘さんが一緒にできるスポーツってあまりないんです。

内田 確かにそうですね。ゴルフは生涯スポーツって変わっていますからね。

前園 ゴルフって若者女性のうす、世代を越えてできるスポーツです。

内田 練習場に来てみると、本当にいろんな年齢の方がいらっやっていたのことに驚きました。最初はゴルフを今からやるのは難しいのかな、ちょっとドゥドゥしてたんなんですけど、最後と入ってみたら、みんな驚いて喜んでたんですよ。

前園 そうなんです。一番「ゴルフの傍観」に入ってしまえば、こんなに手軽にできるスポーツなんだってみんな驚くと思います。

前園 もうちょっと同世代の女子に広めたいなって思っています。

前園 そうですね。

※特設サイトの料金は設置期間、KPI、記事内容、起用モデル等によって異なります
 ※コラボサイトの発注の締め切りは、60日前までとなります

- スポルティーバ編集部が取材・撮影を実施し、記事を作成するプラン
- スポーツメディアの強みを生かしたアスリートのキャスティングなどもサポート

LIXIL



LIXIL x SPORTSの最先端スポンサーシップの秘密に迫る

Jリーグの強豪フットボールクラブ、サッカー女子の強豪武蔵野FC、プロサッカー選手の育成施設など、LIXILは、スポーツの最先端に目を向け、最先端スポンサーシップを実現しています。LIXILは、スポーツの最先端に目を向け、最先端スポンサーシップを実現しています。LIXILは、スポーツの最先端に目を向け、最先端スポンサーシップを実現しています。



スポーツビジネスの最先端に目を向けたLIXIL SPORTS。LIXILは、スポーツの最先端に目を向け、最先端スポンサーシップを実現しています。LIXILは、スポーツの最先端に目を向け、最先端スポンサーシップを実現しています。



【出演】 中田浩二（元サッカー日本代表）、クライアント関係者など



<https://sportiva.shueisha.co.jp/featuring/lixil/>

日本マクドナルド

2022.12.23
中村俊輔が自ら学び考えた小学生時代の練習法と仲間との思い出。親は「手を掛けなくて目を掛ける」ことが重要

PROMOTION text by Sportiva 編集 写真・撮影 photo by Moto Sasaki (a prents)

Follow Follow @webdsportiva 12 Follow Me

2022年シーズンをもって26年経つわたる現役選手として引退を行った、日本サッカー界のレジェンド中村俊輔さん。小学生時代から練習のやりかた、日々のようなチームを築く練習法、また自分自身で考えた練習法を語ってみたい。小学生時代には、全日本少年サッカー大会（現「JFA全日本U-12サッカー選手権大会」）の全国大会出場を目標とし、練習と楽しみの練習の日々を送った記憶を、今でも鮮明と覚えている。元日本代表に、小学生時代の思い出、親がどう子どもをサポートするべきかなどを聞いてみた。



赤いコロンに描いたこのマークが中村選手、小学生時代の練習法。

新しい練習法が備には合っていた

—中村さんは小学生時代、どんなタイプのサッカーをやっていたか。

親には兄が3人いて、その兄たちがサッカーをやったり、遊んでいたので、自然とサッカーの練習が身についた。だから、小学生のときは、ボールが飛べればいい、ドリブルもそれなりにできていた。最初は小学生でもパスワークやコンビネーションを使うと、相手もサッカーをする傾向がある。今はありえないと思うけど、息子が「ネットオフ」したらその友達（チーム）に加入」と希望がたわいていました。

者が所属していたチームの雰囲気はすごくいいので、練習とこれなら楽しかったんですが、親は自分のが大変だったので、その練習は合っていた。

—当時はどんな練習をやっていましたか。

そのクラブは近隣の関係者を通じて練習をしていましたから、一般的な小学生の練習場より少し広いくらいです。だからミニゲームが中心で、基礎練習も徹底してやりました。その中でボールタッチとか、ドリブルとか、リフティングの練習もよくやっていた。だから元々の技術がすごくよくなりました。

【出演】 中村俊輔



https://sportiva.shueisha.co.jp/contents/information/2022/12/23/post_13/index.php

JKA（競輪）

自転車競技トラックのアジア選手権でメダルラッシュに期待 パリ五輪出場枠獲得へ向けた日本の現在地とは

2023年06月08日 16:45 公開



5月の全日本トラック選手権から選ばれた4人がパリ五輪出場枠獲得に向け、アジア選手権で活躍中。

この記事に関連する写真を見る

6月14日に2023アジア選手権トラック開幕

自転車競技トラックの大勢選手権「2023アジア自転車選手権大会（トラック）」（以下、アジア選手権）が、6月14日（水）～19日（月）にマレーシアで開催される。アジアナンバー1を決める大会であるとともに、この大会の各種目の優勝者が8月3日（木）から開催される2023パリ五輪選手権大会（トラック）（以下、世界選手権）への出場権を獲得できることでもあって、注目を集めている。

パリ五輪の出場枠を獲得するためには、原則に付与されるオリンピックポイントをより多く積み上げる必要がある。ちなみにポイントは最高位の順位にのみ付与される。つまり同じ種目が1位と2位になった場合は、1位のポイントのみ与えられるというわけだ。世界選手権ではより高いポイントを獲得できるため、6月のこの大会が重要な意味を持っている。

パリ五輪に向けた日本の現在地

パリ五輪への出場権獲得は、各種目によって異なっている。たとえば、3人でトラック2周のタイムを競うチームスプリント、200mタイムトライアルの手裏剣を競う1対1の本戦を争う「スプリント」、個人7人が競物を競う「ケイリン」では、上位選手、上位層が重要なことでもあるため、それぞれ考慮した選手基準が設けられている。

チームスプリントでは最終的なオリンピックランキングが上位8位になれば出場権を獲得できる。またその上位8か国は自動的にスプリントとケイリンの出場枠が2つずつ与えられる。さらにチームスプリントで上位8位に入らなくても、スプリントとケイリンでは、その8か国を除いた上位7位までであれば、その国ともう1か所の種目の出場枠を1つ獲得できる。つまりスプリント、ケイリンとも1か国で個人2枠を手にできることになる。



https://sportiva.shueisha.co.jp/clm/othersports/other/2023/06/08/post_35/

Jackrey

2022.02.01
傳谷英里香がポータブル電源＆ソーラーパネル持参で、電動マウンテンバイク＆キャンプを満喫。「感動しました」

PROMOTION text by Sportiva 編集 写真・撮影 photo by Moto Sasaki (a prents)

Follow Follow @webdsportiva 12 Follow Me

今人気のキャンプ。近年、東京の下でアウトドアを楽しむ人たちが増え、郊外のキャンプ場は混雑を来している。さらに冬のアウトドアビディとして、山林を走るマウンテンバイクにも注目が集まり、若者男女問わず、楽しまれている。

今回、モデルの傳谷英里香さんが、そのマウンテンバイクと冬キャンプを体験。これらより楽しむために、Jackreyポータブル電源を持参して現地に向かった。

Jackreyの公式サイトはこちら



電動マウンテンバイクは軽快な走り。ジャケリーのポータブル電源とソーラーパネルを持参

傳谷さんは、右と左スポーツ好きだが、冬のアウトドアビディは初めて。今回乗るのは、電動のマウンテンバイクだ。スタイリッシュなフォロムの電動マウンテンバイクに乗り、まず軽快な走りを楽しんでみる。そのスピード感に驚いた様子で、「こんなに軽く乗れるんだ！」と満面の笑み、そこからすぐコースに向かった。

いくつかあるコースのなかで、今回乗ったのは緑や茶色と種別が多彩な山林のコース。「まだからこそ平気な気分です。山の自然を感じながら走りました」と景色を楽しみながら、軽快にペダルを踏んでいた。



【出演】 傳谷英里香（モデル・タレント）



<https://sportiva.shueisha.co.jp/contents/information/2022/02/01/post/>

タイアップ広告



動画+記事タイアップ



オーターメイドタイアップ



記事タイアップ



素材入稿型タイアップ



※年末年始、GW、お盆、長期祝祭日を挟んで掲載する場合はスケジュールが異なりますのでご注意ください。
 ※申し込み日は目安となります。撮影と制作内容によって変動いたしますので、都度、お問い合わせください。

- 取材においてムービー撮影、スチール撮影を実施し、スポルティーバ編集部が記事を作成するメニュー
- スポーツメディアの強みを生かしたアスリートのキャスティングなどもサポート

料金	¥2,500,000～
想定PV数／再生数	8,000PV／8,000再生
記事想定CTR	0.1%～0.5%
誘導期間	1ヶ月
導線設置箇所	通常のタイムライン表示 その他、任意誘導枠
掲載開始日	平日任意
申込み期限	掲載開始から30日前
レポート項目	記事ページのPV数／再生数

※動画時間は5分程度が目安となります。
 ※記事には「Promotion」の文字が入ります。
 ※記事サムネイルには「PR」のロゴが入ります。
 ※動画はYouTubeに掲載され、記事内に貼り付けます。
 ※動画の最後に「web Sportiva」のロゴが掲出されます。
 ※掲載記事はアーカイブされます。
 ※リモート取材でも対応いたします。
 ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
 ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
 ※誘導枠は変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

※動画の二次利用に関しては、22ページをご確認ください。



YouTube
 「web Sportiva公式チャンネル」にも掲載！



2023.12.21
中村俊輔が自ら学び考えた小学生時代の練習法と仲間との思い出。親は「手を掛けなくて目を掛ける」ことが重要

PROMOTION web by Sportiva 撮影 動画 photo by Noto Saito (A: photo)

Follow Follow @webSportiva Follow Me

2022年シーズンをもって26年間にわたる指導者としての引退を打った、日本サッカー界のレジェンド中村俊輔氏。小学生頃から練習のサッカー好きで、毎日のようにボールを蹴って練習し、夢も、夢も手探りで進んでいって、自分自身も練習法を編み出していったという。小学生時代の練習法、全日本少年サッカー大会（現「JFA全日本U-12サッカー選手権大会」）の全国大会出場を目標とし、練習と共に厳しい練習の日々を送った記憶を、今でも鮮明と覚えている。そんな中村氏に、小学生時代の思い出や、親がどう子どもをサポートするべきかなどを聞いてみた。

多くのファンに親しまれている元サッカー選手の中村俊輔氏

「新しい練習法は僕には合っていた

――中村さんは小学生時代、どんなタイプのサッカー少年でしたか。

僕には友達がいて、そのなかでサッカーをやったり、遊んでいたので、自然とその考えや練習法が耳に入ってきた。だから、習字や音楽などは、親が教える入念だし、ドリブルもそれなりにできていた。最初は小学生でドリブルが上手いって褒められるって、相手もサッカーをやる傾向があるので、今ではありえないと思えるけど、指導から「キックオフしたらその場をゴールに向かえ」と指示が当たり続けていた。

僕が所属していたチームの雰囲気はそれと異なり、練習にこだわって練習したんだけど、僕は負けず嫌いなタイプだったので、その練習法は合っていた。

――最初はどんな練習をやっていましたか。

そのクラブは設備の悪かった練習場だったので、一般的な小学生の練習場よりも広い空き地です。だからミニゲームが中心で、悪習練習も徹底的に行っていました。草の多いボールタッチとか、ドリブルとか、リフティングの練習もよくやっていた。だから全体的に練習がすごくつまりました。

――個人練習としてやっていたことはありますか。

その関係なしに、グラウンドを取り回すように練習があったんですけど、余暇練習の約1時間くらい、その感覚を相手に奪いとドリブル練習をしていました。

よく記事で「理解しているタイプが居るとどうもやる気が出ない」とよく書か

(日本マクドナルド)

- 取材・撮影を実施し、スポルティーバ編集部が記事を作成するベーシックなメニュー
- スポーツメディアの強みを生かしたアスリートのキャスティングなどもサポート

料金	¥1,000,000～
想定PV数	8,000PV
想定CTR	0.1%～0.5%
誘導期間	1ヶ月
導線設置箇所	通常のタイムライン表示 その他、任意誘導枠
掲載開始日	平日任意
申込み期限	掲載開始から30日前
レポート項目	記事ページのPV数

※記事には「Promotion」の文字が入ります。
 ※記事サムネイルには「PR」のロゴが入ります。
 ※掲載記事はアーカイブされます。
 ※リーモート取材でも対応いたします。
 ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
 ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
 ※誘導枠は変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。
 ※記事の二次利用に関しては、22ページをご確認ください。

2022.03.25
CLで絶対に外せないFW5選。欧州通の玉田圭司が現地イングランドで感じた凄みとは

PROMOTION 中山 淳 取材・文 by Nakayama Atsushi

Follow @eSports

決勝トーナメントのラウンド16を控えた、UEFAチャンピオンズリーグ。4月6日から始まる準々決勝は、ベンフィカvsリバプール、マンチェスター・シティvsアトレティコ・マドリード、ビジャレアルvsバイエルン、チェルシーvsリール、マドリードの対戦となった。

遠征に突入したこのチャンピオンズリーグを、2021年シーズンを最後に、現役を引退した玉田圭司が分析。現役時代からヨーロッパのリーグに注目し、数々の試合を通して世界最高峰の戦術、最新の技術を見つけてきた玉田に、選手に焦点をあてて語ってもらった。

チャンピオンズリーグを初めて現地視察した玉田氏 本人撮影

今回、初めてチャンピオンズリーグの試合を現地で観る機会を得たので、僕が大好きなマンチェスター・シティの試合をエディンバラ・スタジアムで見たいと考えて、ラウンド16戦2戦のスポルティンガ戦を観戦しました。

まず印象深かったのは、選手が整列した時にスタジアムに現れるチャンピオンズリーグ・アンセムでした。これまでテレビでは何度も見ていたシーンでしたが、やっぱり実際にスタジアムである曲を聴くと、チャンピオンズリーグの現場に自分があることを実感できて、思わず鼻筋が立つてしまいました。

試合は、第1戦で5点差がついていたこともあって、シティが少しメンバーを入れ替えながらも、試合をコントロールして戦っていたので、0-0という結果は観たかったと思います。ただ、そのなかでもシティらしさは随所に見られましたし、とくにこの試合では10年の選手がピッチに立って、彼らの才能を垣間見ることができました。

若SBでスタメン出場したコンラッド・イーガン・ライリー（19歳）、途中出場したMFジェームズ・マカティア（19歳）とDFルーク・ムベテタプ（18歳）など、彼らが今後どんな選手に成長していくのかが見られるのが、とても楽しみになりました。

そのような発見があるという多いチャンピオンズリーグですが、これから始まる準々決勝に向けて、個人的に注目しているFWの選手を5人に絞って紹介したいと思います。

(WOWOW)

2022.03.25
中日・高橋周平、京田陽太をサポートする「リポビタン for Sports」。運動前後、試合中も愛飲中

text by Sportiva 中日ドラゴンズ 撮影 photo by Chunichi Dragons, 日刊編集 撮影 photo by ishikawa Takao

Follow @eSports

「リポビタン for Sports」シリーズを愛飲する京田陽太（左）と高橋周平

トップアスリートは卓越したスキルを身につけるために、練習の質にこだわることはもちろん、生活における様々な面でもこだわりを見せる。その一つが栄養摂取だ。

プロ野球、中日ドラゴンズをけん引する高橋周平内野手と、選手会長の京田陽太内野手のふたりも、栄養摂取についてはこだわりを持っている。

春からいよいよイングリッシュボールを握るバッティングセンスを持ち、三塁手として高い硬球捕球と俊敏性を求められる京田陽太は、栄養成分まで考えて食事をしている。「タンパク質とビタミンを多く摂っています。軽微な量ならあえてプロテインを飲んでいて、量はなるべく糖質を控えています」と京田は語る。

内野手でも出場するほどの快速の持ち主で、軽快な足さばきとグラブさばきで高い守備力を持つ京田は、「試合前は緊張してしまってお腹が寒くならないので、栄養ドリンクを飲んだり、バナナを食べてたりしている」と、三度の食事以外での栄養摂取も重視している。

その中でもふたりが栄養摂取について強く意識したのは、プロ入り後だという、栄養士など家の専門家からのアドバイスで、日々の食生活から見直すようになり、近年は、より果実を摂取するために、スポーツゼリーなどの食品をアクティブに摂取する重要性を感じている。

現在ふたりが積極的に摂っているのが、大正製薬の「リポビタン for Sports」シリーズだ。このシリーズは、「リポビタンショット for Sports」「リポビタンゼリー for Sports」「リポビタンアイス for Sports」「リポビタンパウダー for Sports」の4種類がある。

(大正製薬)

○リリース記事や写真素材を入稿いただき、低価格でweb Sportivaに情報を掲載できるライトプラン

料金	¥400,000～
想定PV数	2,000～PV
想定CTR	0.1%～0.5%
誘導期間	1ヶ月
導線設置箇所	通常のタイムライン表示 その他、任意誘導枠
掲載開始日	平日任意
申込み期限	掲載開始から15日前
レポート項目	記事ページのPV数

※記事には「Promotion」の文字が入ります。
 ※記事サムネイルには「PR」のロゴが入ります。
 ※掲載記事はアーカイブされます。
 ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
 ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
 ※誘導枠は変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。
 ※校正は事実確認のみ、一度までとさせていただきます。

※記事の二次利用に関しては、22ページをご確認ください。

2021.10.08
スタート時間・コースを問わない10kmレース開催。上位入賞者には豪華賞品も

PROMOTION text by Sportiva Photo by adidas | japan

Follow @webSportiva

最速の10kmは、どこか、誰か。

アディダスジャパンが10月24日(日)に「TOKYO FASTEST 10K」を開催

日本中でマラソン大会やロードレースの中止が相次ぎ、アスリートから市民ランナーまで「1秒でも速く」走りたくて競うすべてのランナーが、「自己最速」という目標に挑戦する機会が減少している。

そんなランナーたちがいつものコースや場所、気軽に「自己最速」に挑戦できる絶好のレースがある。それが、アディダス ジャパンが10月24日(日)に開催する「TOKYO FASTEST 10K」(トーキョー ファステスト テンケー)だ。

マラソン・新シーズンに向けて日本中のランナーと最速を目指す「ADIZERO FASTEST PROJECT」の一環として開催する、「TOKYO FASTEST 10K」。これは、アディダス ランニングアプリを通じて、日本中のどこからでも参加可能な「最速の10km」を競うバーチャルレースだ。スタート時間やコースは決まっておらず、参加者が自由な時間・コースで参加することができる。

アディダス ランニングアプリ上で10kmのタイムを計測し、上位入賞者の中から抽選で3名に2022年にアメリカで開催予定の「ホストマラソン2022への参加権」をプレゼント。さらに3名に「最速を追求するための関読サポート」をプレゼントする。

このレースには、アディダス契約アスリートの当出陣選手や、ADIDAS RUNNERS TOKYOのキャプテンやコーチなど、さまざまなランナーが参加予定。出走選手は「天候次第ではありますが、強い風を利用してきてワウウェイの10kmがとれる河川敷のコースを走ろうと思います」と語り、好記録を出すためにはコース選びがカギを握ると感じているようだ。

プロランナーの若田玲穂選手も「TOKYO FASTEST 10K」に出場

(アディダス)

2021.10.04
福西崇史、坪井慶介がeスポーツサッカーでバトル。10月10日にオンラインイベント開催

PROMOTION text by Sportiva

Follow @webSportiva

「全日本eSPORTSサッカー振興協会」の後援で2人がゲスト出演

この夏、熱き戦いが繰り広げられた「全日本eSPORTSサッカー地域対抗大会」へ新たな輪を、大きな躍入し、VPG JAPAN (左) が主催したこの大会は、サッカーゲーム「FIFA」を使ったeスポーツ大会で、1人が1プレイヤーを操作して11対11で対戦するため、フォーメーションや戦略、コミュニケーションがものをいう、よりリアルサッカーに近い面白みがある。

9月18日には、全国の予選を勝ち上がった4チームによる決勝大会が開催され、神奈川県SBCFが初代王者を輝かす。

初開催となったこの全国大会を祝う「後援祭」が、10月10日(日) 19時30分から開催されること決定。その模様は、eスポーツコンテンツを積極的に放送し、このイベントの企画運営にも携わっている「東京ポートシティ竹芝ホール」から、オンラインでライブ配信される。

当日は、元サッカー日本代表の権田真史氏と坪井慶介氏が登場。さらにお笑い芸人のブラゴリ(原田裕博氏、鈴木大介氏)も参加し、自らの決勝大会を振り返るとともに、東西オールスター戦も開催される。

■全日本eSPORTSサッカー地域対抗大会「後援祭」>>>

この東西オールスター戦は、「全日本eSPORTSサッカー地域対抗大会」に出場したチームの選手から実力者をチョイス。東日本と西日本の2つのチームに分け、さらにそこにゲストの4人が1プレイヤーとして参加し、エキシビジョンマッチを楽しむ。

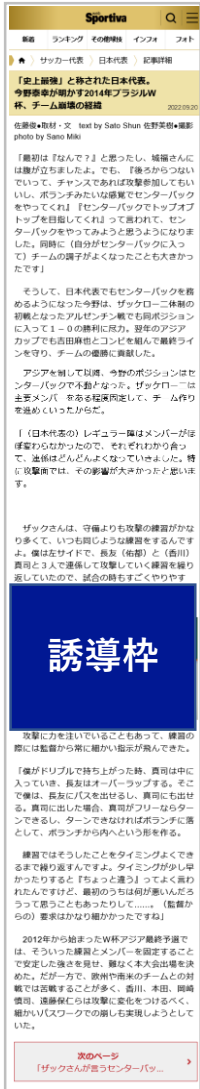
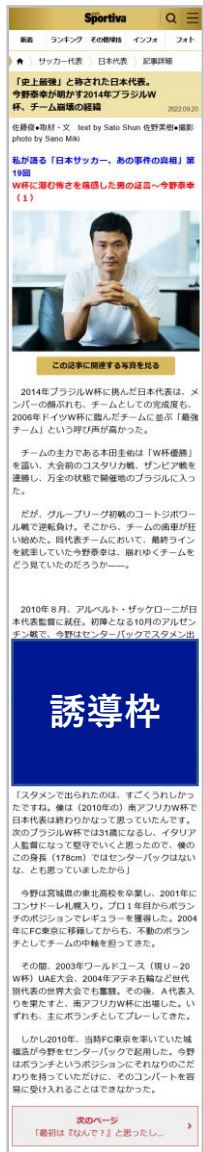
試合後には、ゲスト4人によるトークセッションも開催。eスポーツサッカーとリアルサッカーとの共通点、チームスポーツとしての心構え、そして両スポーツの交流や発展など、eスポーツサッカーの可能性について語り合う。

さらにこの「後援祭」に先駆けて、同日18時から番外編トークセッション「Wellbeing for e-Sports」を開催する。

第1部では、北米教育eスポーツ連盟日本支部統括ディレクターの内藤裕志氏、アスノシステム株式会社代表取締役社長の藤原真成氏が登壇。「活用編-eSportsがもたらす効果と至らぬ価値」をテーマにeスポーツの持つポテンシャルや未来について、コミュニティ、教育、健康、仕事などの面から考えていく。

(eSportsサッカー振興協会)

記事広告枠 (スマホ)



「編集部のおすすめ」 (PC、スマホ)



掲載位置は編集部任意となります。

※誘導枠のサムネイルやテキスト、掲出位置等は編集部任意とさせていただきます。
 ※進捗状況に応じ、編集部の任意で誘導強化などを行なう場合がございます。



- タイアップ広告への外部誘導・拡散メニューになります。外部SNSよりトラフィックを誘導して多くのユーザーにリーチ
- X（旧Twitter）、FacebookとInstagram（PO配信）のSNSプラットフォームを選択可能

外部誘導・拡散イメージ

各SNSのタイムラインに配信される広告メニューです。
お届けしたいユーザーに合わせた配信ターゲットが可能ですので、ご希望に合わせた配信プランをご提示します。

セグメント例) 性別、年齢、地域、興味・関心など



X (旧Twitter)
プロモツイート



X (旧Twitter)	2,900 クリック想定	G500,000
	4,000 クリック想定	G700,000
	5,600 クリック想定	G1,000,000
Facebook Instagram (PO配信)	9,700 クリック想定	G2,000,000
	3,500 クリック想定	G500,000
	4,600 クリック想定	G700,000
	6,000 クリック想定	G1,000,000
	10,500 クリック想定	G2,000,000

- ・ マージンは一律20%となります。(代理店様、レップ様含む)
- ・ 記事公開から、原則3営業日以内に広告運用を開始させていただきます。
- ・ 運用期間は原則3週間とさせていただきます。
- ・ 運用型メニューのため、期間やご掲載内容により運用単価が変動いたします。
- ・ 設定・運用費が含まれております。
- ・ クライアント様のご要望に応じて、プランニングも可能です。

【記事】

- ・二次利用される際は契約が必要となります。無断での二次利用は出来ません。
- ・二次利用目的・内容は必ず事前にお知らせください。
- ・使用期間によって、二次利用の料金は異なりますので、お問い合わせください。
- ・タレントを起用したタイアップ広告の場合、利用料金に加え、タレント二次利用料金が加算されることや、縛りの観点から二次利用いただけない場合がございますので、事前に必ずお問い合わせください。
- ・二次利用は最低限の変更に限らせていただきます。ただし、許可した場合を除きます。
- ・二次利用前に必ずクリエイティブチェックをお受けください。
- ・web以外の印刷物等でのご利用の場合は修正可能な段階でクリエイティブチェックをお受けください。
なお、クリエイティブチェックで指摘された修正点等が反映されない場合、二次利用は不可となりますが、ご利用料金は返金されませんのでご注意ください。
- ・著作権は株式会社集英社に帰属します。
- ・実際の公開時には、必ず公開した旨のご連絡をお願い致します。
- ・メディアのブランドイメージを著しく損うと判断する場合は、二次利用をお断りさせていただく場合がございますので、予めご了承ください。
- ・二次利用時のクリエイティブには必ず指定のクレジットを表記下さい。

【動画】

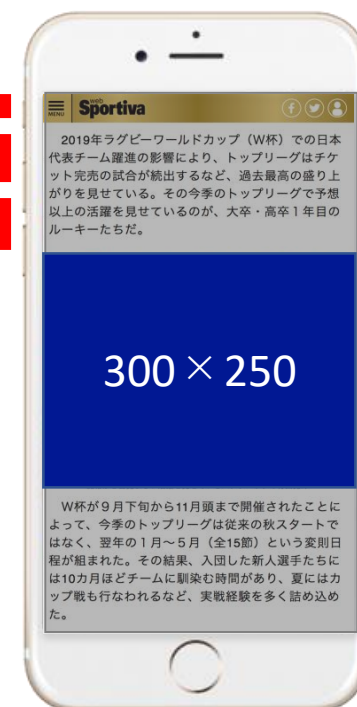
- ・指定の音源を希望される場合は、別途お見積りとなります。
- ・通訳（翻訳）や高度なレタッチが必要な場合、また画像加工や素材の編集につきましては別途お見積りとスケジュール調整が必要となります。
- ・動画をリサイズする場合はN ¥100,000～となります。大幅なサイズ変更の際は再編集となり、別途お見積りとなります。
- ・「web Sportiva × ブランドクレジット」または「web Sportiva」ロゴが想定秒数以外に別途数秒程度入ります。
- ・二次使用に関しまして、タイアップ実施期間中の使用に限ります。
- ・二次使用は1メディア（自社サイト）につき、N10万円が別途かかります。
 - ※SNS（FACEBOOK・X（旧Twitter）・Instagram）の3点はセットで1メディア扱いとさせていただきます。
 - ※交通広告・自社アプリ・店頭などでの二次使用は都度お見積りをいたします。
- ・起用する選手・モデルによっては二次使用不可の場合や、二次使用費別途お見積りの場合がございますので、事前にご相談ください。

ディスプレイ広告



○web Sportivaの各レクタングル広告枠にて、広告効果が最適になるように配信します。

掲載料金	300,000円
想定imp	500,000imp想定
imp 単価	0.6円
想定CTR	0.1%~0.3%
掲載期間	2週間
掲載方法	ローテーション
同時掲載本数	3ビジュアル
原稿差し替え	1回（同時入稿に限る）
原稿サイズ	300x250, 300x600, 970x250
形式/容量	GIF(JPEG)/5MB以内
掲載面	TOP・カテゴリTOP・中面ページ（全カテゴリ）



※PVの増減や空枠状況によってimpの想定消化期間が異なります。
 ※貼り付け配信をご希望の場合は要相談となります。
 ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
 ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
 ※誘導枠は変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

○視認性の高い記事中・記事下へネイティブ動画広告を配信することにより、CTRが高いことはもちろん、視聴完了も促すことで、商品認知向上につながります。

掲載料金	300,000円
想定imp	250,000imp想定
imp単価	1.2円
想定再生完了率	95%
動画秒数	原則15秒
掲載期間	2週間
掲載方法	ローテーション
原稿差替	不可
原稿サイズ	320×180ピクセル
形式/容量	MP4他 / 5MB以内
掲載面	中面ページ (全カテゴリ)



クライアント名 → **SPORTIVA**

Ad by → **Ad by**

タイトル → **集英社のスポーツ総合雑誌 スポルティーバ 公式サイト web Sportiva**

本文 → **集英社のスポーツ総合雑誌、スポルティーバ公式サイト「web Sportiva」。本誌記事の他、野球、サッカー、モータースポーツなど国内外のスポーツ最新情報を掲載。**

動画 → **動画**

- ※PVの増減や空枠状況によってimpの想定消化期間が異なります。
- ※貼り付け配信をご希望の場合は要相談となります。
- ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
- ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
- ※誘導枠は変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。
- ※MP4以外の素材の場合にはご相談ください。

○web Sportivaの全面広告枠にて、広告効果が最適になるように配信します。

掲載料金	450,000円
想定imp	300,000imp想定
imp 単価	1.5円
想定CTR	1.5%
掲載期間	2週間
掲載方法	ローテーション
同時掲載本数	3ビジュアル
原稿差し替え	1回（同時入稿に限る）
原稿サイズ	320x480
形式/容量	GIF(JPEG)/5MB以内
掲載面	記事にアクセスし、次のページに遷移する際に1ページ分広告のページが挟まれる



1ページ目

2ページ目

※PVの増減や空枠状況によってimpの想定消化期間が異なります。
 ※貼り付け配信をご希望の場合は要相談となります。
 ※上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
 ※掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。
 ※デバイスの大きさによっては下部に空白ができることもございます。

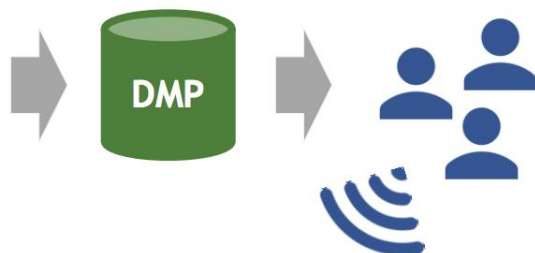
○全画面の広告を配信する事で、ユーザーからの商品認知を向上するキャンペーンが可能です。

掲載料金	400,000円
想定imp	250,000imp想定
imp 単価	1.6円
掲載期間	2週間
掲載方法	ローテーション
原稿差し替え	1回（同時入稿に限る）
原稿サイズ	画像: 640x1386 ※ロゴや商品など重要な要素は中央 640x900px以内に設置してください。 オプション: 動画 1280x720以下30秒以内アスペクト比は任意(640x360以上を推奨) +ポスター画像(動画と同サイズ)
形式/容量	画像: jpg/gif/png, 5MB以内 動画: mp4, 5MB以内
掲載面	TOP・カテゴリTOP・中面ページ（全カテゴリ）



- ※ ロゴや商品など重要な要素は中央640x900px以内に設置してください。
- ※ オプション動画の表示位置は、原則画面中央になります。
位置指定がある場合、デバイスに関わらず絶対位置指定のみお受けします。
- ※ 実際の表示サイズは画面サイズによって異なります。
- ※ 第三者配信タグ（クリエイティブ）入稿は不可となります。
- ※ 第三者配信タグ（計測）入稿をご希望の場合は、事前の検証が必要になります。
- ※ ユーザーのブラウザ環境により広告が表示されない部分があります。
- ※ PVの増減や空枠状況によってimpの想定消化期間が異なります。
- ※ 貼り付け配信をご希望の場合は要相談となります。
- ※ 上記は消費税を含まない、グロス提供価格となります。
- ※ 掲載期間中の競合調整は行いません。あらかじめご了承ください。

○web Sportivaに導入しているPiano DMPに蓄積した1st Party Dataを活用し、ユーザーの興味・関心に応じた広告配信を実施



読者属性ターゲティング

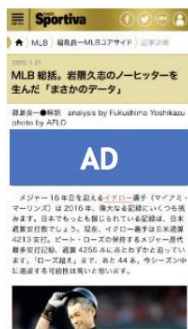
性別、年代、年収、役職、などの読者属性データを Piano DMP for Adで拡張した対象にターゲティング

関心カテゴリーターゲティング

記事カテゴリー「プロ野球」「海外サッカー」など、読者のコンテンツ関心にターゲティング
 ※ DMPセグメントだけでなく該当カテゴリーのページ表示時も配信対象

選手名キーワードセグメント

選手名「大谷翔平」「久保建英」「羽生結弦」などの特定の選手名キーワードへ接触した読者にターゲティング
 ※ DMPセグメントだけでなく該当カテゴリーのページ表示時も配信対象



通常配信と比べてCTRが2倍に

読者属性ターゲティング

性別	男/女
年齢	年代で絞り込み
結婚	既婚/独身
子供	いる/いない
職種	無職/主婦・主夫/学生/アルバイト・パート/会社員・公務員/役員・経営者
年収	300万以下/500万以下/700万以下/1,000万以下/1,000万以上
運転免許	できれば取得したい/有り/無し
飲酒	飲まない/週2~3回/月1回程度/毎日
喫煙	する/しない

関心カテゴリターゲティング

海外スポーツ全般	野球全般
サッカー全般	自動車全般
プロ野球	バスケットボール
MLB	NBA
サッカー代表	モータースポーツ
海外サッカー	競馬
Jリーグ他	格闘技
高校野球他	ラグビー
ゴルフ	フィギュアスケート
陸上	新車のツボ
バレー	パラスポーツ
テニス	水泳

など

選手名ターゲティング

選手名	大谷翔平
選手名	久保建英
選手名	羽生結弦
	など

各広告メニューのimp単価に以下を加算します。

ターゲティングの種類	加算単価
読者属性	0.5円
関心カテゴリー	0.3円
選手名	0.3円

複数条件の場合は、
組み合わせ方により加算単価が変わります。

複数条件組み合わせの種類	加算単価
AND条件	1.0円
OR条件（読者属性を含む）	0.5円
OR条件（読者属性以外のセグメント）	0.3円

ターゲティング配信例①

配信メニュー：ディスプレイ広告
 ターゲティング：年収が1,000万円以上
 配信単価：1.1円（配信枠0.6円 + ターゲティング0.5円）

ターゲティング配信例②

配信メニュー：ディスプレイ広告
 ターゲティング：運転免許なし以外 AND 関心カテゴリー「自動車
 関連」
 配信単価：1.6円（配信枠0.6円 + ターゲティング1.0円）

ターゲティング配信例③

配信メニュー：ヘッダーオーバーレイ広告
 ターゲティング：海外サッカー OR サッカー代表
 配信単価：1.8円（配信枠1.5円 + ターゲティング0.3円）

入稿規定

- ※バナー広告原稿の入稿および差し替えについては、広告掲載開始5営業日前の18時までとさせていただきます。但し、第3者配信の場合は、広告掲載開始10営業日前の18時までの入稿とさせていただきます。
- ※入稿方法：Eメールで担当まで、添付ファイルにてご入稿ください。入稿確認後、受領メールをお送りいたします。

注意事項

- ※契約及びバナー変更による掲載開始初日は、午前11時～13時を広告掲載開始時間とし、同日15時までを掲載確認時間としております。掲載確認時間内の掲載不良については補填措置の対象外となりますのでご了承ください。
- ※各広告枠の料金、枠数、在庫、仕様は予告なく変更される可能性がございますので、最新の状況を必ず担当までご確認ください。
- ※火災、停電、天災地変等の不可抗力やシステムの定期的なメンテナンスのため、広告を掲載及び配信されない時間がございます。その場合、月間48時間を超えない場合、また配信に関しては、24時間以内に配信された場合は免責といたしますのでご了承ください。
- ※記載されている料金は税抜きの価格となっております。ご了承ください。

枠掲載型商品

- ※枠掲載型商品は常時掲載を保証するものではありません。
- 【OS】Windows、Mac
- 【対象ブラウザ】Microsoft Edge、FireFox7.x、chrome15.x、safari5.x
- 【ブラウザ設定】JavaScript 有効、FlashPlayer ver7以上推奨、Cookie オン
- ※上記環境においてもユーザー環境や回線状況により広告が表示されない場合がございます。
- ※掲載面に他社のトップバナー、レクタングルが同時掲載されます。競合調整は行いません。
- 枠掲載型商品については、6時間以内の掲載不具合は、賠償および補填措置の対象外とさせていただきます。
- なお、想定imp.数を達成している場合も賠償および補填措置の対象外とさせていただきます
- ※大幅に露出回数が増える場合はフリークエンシーコントロールを設定する場合がございます。

キャンセル規定

- 正式申し込み（仮押さえは含みません）後のキャンセルについては、下記の通りキャンセル料金を申し受けます。
- ・掲載開始日4営業日前～2営業日前: 料金の50%
- ・掲載開始1営業日前以降: 料金の100%
- タイアップ企画及び記事広告の場合に限り、申込後キャンセル料金が100%発生いたします。

Shueisha Data + データ活用



JICDAQ認証を取得し、アドベリ対策を行っております。



メニュー掲載のディスプレイ広告すべてに
【アドフラウドインプレッションへの広告非配信】
【ブランドセーフティコンテンツのみへの配信】
 を適用します。

- ・アドフラウドと判断されるインプレッション（※1）にはメニューのディスプレイ広告が配信されません。
- ・ブランドセーフティを損なう（※2）と判断されるコンテンツのページにはメニューのディスプレイ広告が配信されません。

※1 Sophisticated InvalidTraffic: マルウェアやアドウェアなどトラフィックやクッキーを偽装する為のボットやインプレッション

※2 IASツールの基準によってリスクがHIGHもしくはMODERATEと判断されるコンテンツ（一部除く）を指します。

弊社媒体ではどの媒体も0.3%以下（IAS管理画面より）の非常に低リスクな状態です。

※3 AMPなど一部ページは対象外となります

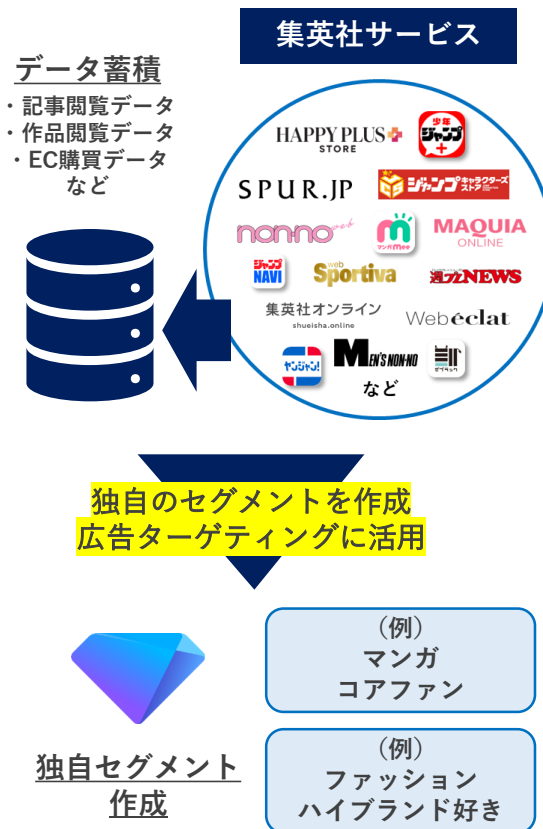
※4 レポートのインプレッションは除外後のインプレッション数ベースのご報告となります。

集英社はJIAAに加盟しており、JIAAのガイドライン
 (<http://scs.jiaa.org/guideline.html>) に準じてアドベリフィケーション対策を行っております。

<https://adnavi.shueisha.co.jp/adverification/>

データプラットフォーム 活用メニューのご案内

集英社が持つマンガ・取材誌の閲覧情報に加えECでの購買情報等を統合したデータを広告配信に活用します





集英社が持つマンガ・取材誌の閲覧情報や、ECの購買情報等を統合したデータを広告配信に活用します

集英社各種サービス

	HAPPY PLUS+ STORE	SPUR.JP	UOMO
	HAPPY PLUS+ STORE	Marisol	MEN'S NON-NO
	HAPPY PLUS+ ACADEMIA	Webéclat	週刊NEWS
	OurAge	MORE	週プレグラジャパ!
	Seventeen	nonno web	web Sportiva
	@BAILA	LEE	パラスポ+!
となり@ヤングジャンプ	MAQUIA ONLINE	T JAPAN	よみタイ yomitai
あした@ヤングジャンプ	集英社オンライン shueisha.online	yoi	SHUEISHA ADNAVI 集英社の広告ナビゲーター

セグメント作成

集英社独自データ



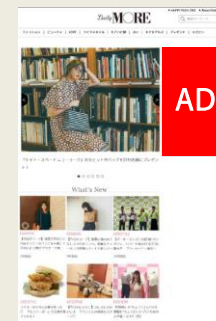
- ・会員情報
- ・WEB閲覧データ
- ・マンガ閲覧データ
- ・EC購買データ
- ・興味関心データ など

データ蓄積/抽出

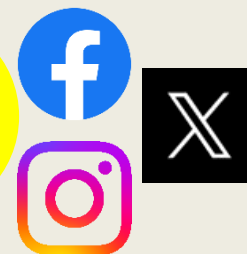
広告セグメント利用/拡張配信

広告連携

バナー広告



タイアップ外部誘導
ダークポスト



*集英社データプラットフォーム活用メニューは
トレジャーデータ株式会社の提供するTreasure Data CDPを基盤としております
*連携状況・条件により使用できないデータがある場合がございます。

*詳細は営業にお問い合わせください

「Shueisha Data +」セグメント例

下記のような「集英社ならではの」セグメントを活用可能です
 ご与件に応じたカスタムが可能ですので、お問い合わせください



指定マンガ作品閲覧



リップ/グロス記事閲覧



ハイブランド記事閲覧



HAPPY PLUS STORE
3万円以上EC購入



JCS
特定作品のグッズ購入



Z世代ユーザー



*ご与件に応じた様々なセグメントを作成可能です

「Shueisha Data +」 広告配信メニュー

通常の広告プラットフォーム保有のデータだけでなく
集英社独自のデータを掛け合わせた配信を行います

バナー広告

集英社独自データ



バナー広告 (媒体横断)



▼配信対象媒体

- HAPPYPLUS+
- MAQUIA ONLINE @BAILA
- nanno+ LEE
- MORE Marisol
- SPUR.JP Webecclat

タイアップ外部誘導

集英社独自データ



タイアップ記事



ダークポスト

集英社独自データ



取材誌
アカウント



マンガアプリ
アカウント



クライアント様サイト

「Shueisha Data +」分析メニュー



タイアップ広告を実施した際に
通常より詳細な分析・調査を実施することが可能です

リッチレポート

タイアップ記事



タイアップ記事
閲覧者

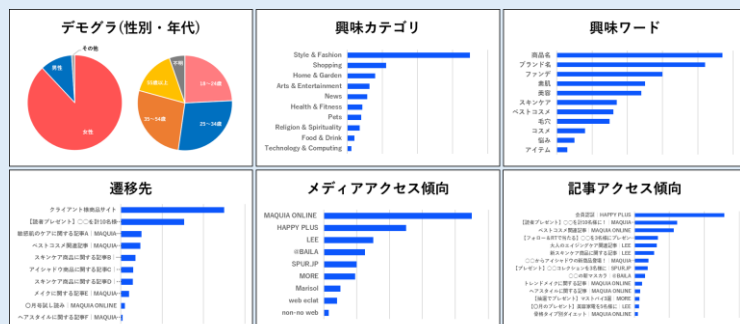


レポート項目

- ・通常のタイアップレポート
- +
- ・属性分析 (性別・年代)
- ・興味カテゴリ
- ・興味ワード
- ・タイアップ記事からの遷移先傾向
- ・ほかの集英社媒体アクセス傾向
- ・ほかの記事アクセス傾向

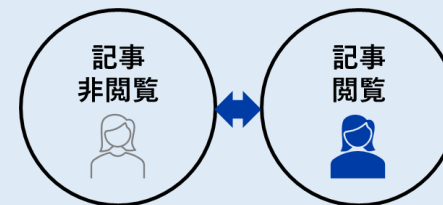
料金：N30万円

レポートイメージ

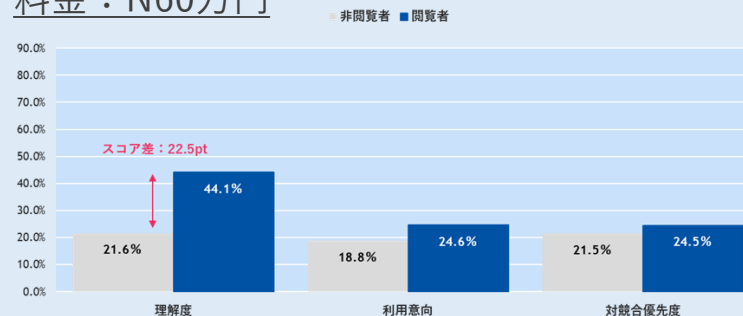


態度変容調査

調査イメージ



料金：N60万円



聴取項目	記事閲覧の肯定的回答率	記事非閲覧の肯定的回答率	差異	有意差判定
ブランド理解度	44.1pt	21.6pt	+22.5pt	有意差あり
ブランド利用意向	24.6pt	18.8pt	+5.8pt	有意差あり
ブランド対競合優先度	24.5pt	21.5pt	+3.0pt	有意差なし

*詳細は営業にお問い合わせください

入稿規定

- ・ 広告原稿：別ページ（各原稿規定）をご参照ください。
- ・ 入稿締切日：各広告メニューをご参照ください。
- ・ 入稿方法：Eメールで担当まで、添付ファイルにてご入稿ください。入稿確認後、受領メールをお送りいたします。
- ・ リンク先について：動作確認の関係上、掲載開始日の5営業日前までに指定のURLを立ち上げてください。

注意事項

- ・ 受領確認後のお申し込みキャンセルについては承っておりません。仮に掲載をお取りやめになる場合でも、料金はそのままご請求いたしますので予めご了承ください。
- ・ 制作開始後のクライアント様のご都合による企画変更および制作内容の変更につきましては、制作実費をご請求させていただきますので、予めご了承ください。
- ・ 掲載スタートは通常AM10時とし、同日PM12時（正午）までを掲載確認時間とします。
- ・ 各広告枠の料金、枠数、在庫、仕様は予告なく変更される可能性がありますので、最新の状況を必ず担当までご確認ください。
- ・ 火災、停電、天災地変等の不可抗力、システムの定期的なメンテナンスや移管等または集英社の責によらない不具合等により、広告が掲載及び配信されない時間が発生する場合がございます。その場合、月間48時間を超えない場合、また配信に関しては、24時間以内に配信された場合は免責といたしますのでご了承ください。
- ・ 記載されている料金は税抜きの価格となっております。ご了承ください。
- ・ ユーザーアクセス環境や機種、OSのバージョンなどにより、配信されない場合やうまく表示されない場合がございます。予めご了承ください。
- ・ 雑誌の試し読みなど、スライダーで切り替わる画面をページビューとしてカウントしています。
- ・ スマートフォンユーザーの利便性向上のため、ページ遷移を極力控え、スクロールで記事を読めるよう設計しています。そのため、記事の途中で、ページビューをカウントしている場合があります。スクロールして読み進めるコンテンツは、1ページ相当と思われるに十分な写真および記事ごとに、URLの変更を行い、最低でも768ピクセル以上という条件の元、ページビューカウントをしています。

広告掲載規定

- ・ 弊社が掲載に不適当と判断した場合、掲載をご遠慮させて頂く場合がございます。何卒ご了承ください。
- ・ 広告掲載商品につきましては、競合排除・競合調整を行っておりません。
- ・ 以下の広告については、掲載をお断りさせていただきます。また一部の業種（消費者金融、非科学的広告、ギャンブル、副業、在宅ビジネス、ネットワークビジネス、出会い系サイト・アプリ、結婚情報産業、風俗、美容整形・エステ等の複合関連業種、元本割れリスクのある金融商品）については、掲載をお断りする場合がございます。詳しくはお問い合わせください。

1. 広告主が明らかでなく、責任の所在が不明なもの
2. 法律、政令、省令、条例、条約、公正競争規約に違反、またはそのおそれがあるもの
3. 許可・認可のない広告主によるもの
4. 詐欺的なもの、誤認を生じさせるおそれのあるもの又は虚偽であるもの
5. 医療機器、医療品、化粧品において効能・効果性能等を厚生労働省が承認していないもの
6. 暴力、賭博、麻薬、売春等の犯罪行為を肯定または美化するもの、又は犯罪行為を誘発するおそれのあるもの
7. 詐欺的または健全性を欠いた経済行為に係るもの
8. 宗教団体の勧誘又は布教活動に係るもの
9. 内外の国家、民族等の尊厳を傷つけるおそれのあるもの
10. 選挙の事前運動、選挙運動又はこれらに類似する行為及び公職選挙法に抵触するおそれのあるもの
11. 差別的表現
12. 醜悪、残虐、猟奇的で嫌悪感又は不快感を与えるおそれのあるもの
13. 商標権、著作権等の知的財産権を侵害するおそれのあるもの
14. 名誉毀損、信用毀損、プライバシーの侵害、パブリシティ権の侵害、肖像権の侵害、営業妨害のおそれのあるもの
15. 非科学的又は迷信に類するもので迷わせたり、不安感を与えるおそれのあるもの
16. 公序良俗に反するおそれのあるもの
17. その他弊社が不適切だと判断したもの

- ・ いったん掲載した広告であっても、弊社判断により、事前の告知なしに掲載をとりやめる場合があることをご了承ください。
- ・ 上記の業種に関するご説明の場合を除き、弊社による広告掲載のお断り、あるいは掲載のとりやめの場合、個別事案に関して弊社はその理由を説明する義務を負うものではないことをご了承ください。

SNS,ブログにおける関係内容の明示方法(2023年10月1日改定WOMJガイドライン)

- (1) 「関係内容の明示」の方法として、次の「関係タグ」を使用します。
#プロモーション、#PR、#宣伝、#広告
- (2) 関係タグとは別に、マーケティング主体の明示が必要となります。またマーケティング主体の明示をハッシュタグで行う場合には、関係タグを先に記載します。
(例) #PR #A社
- (3) 複数のハッシュタグとともに関係タグを用いる場合、関係タグは先頭に記載します。
- (4) 関係タグは「#PR」のようなハッシュタグでなく、【PR】のように表記することも可能です。
- (5) 関係タグを用いずとも、マーケティング主体と情報発信者の具体的な関係の内容を下記、WOMJガイドライン記載例のように表示することも可能です。
例：○○○はマーケティング主体名
○○○のプロモーションに参加しています。
○○○の商品モニターに協力中です。
○○○から謝礼をいただいて投稿しています。
○○○から商品提供をいただきました。
○○○主催のイベントに招待されました。
○○○のPR案件としての投稿です。

インフルエンサーマーケティングにおける注意事項

インフルエンサーの個人SNS投稿の場合、#媒体名を入れさせていただきます。また投稿内容に関しては、基本各インフルエンサーにお任せいただきますが、投稿前に編集部でチェック致します。万が一、投稿内容に不備・瑕疵が生じた場合のみ修正対応が可能です。

ご掲載のお問い合わせは、下記メールアドレスまたは
集英社ADNAVIトップページのお問い合わせフォームよりお願い致します。

メールアドレス： sales-websportiva@1bashi.jp

お問い合わせフォーム： <https://adnavi.shueisha.co.jp/contact/>



株式会社 集英社
広告部
03-3230-6202