

東洋経済 TOYOKEIZAI ONLINE

東洋経済オンライン
リニューアル
10周年
特別広告企画

キャンペーンメニューのご案内

2022年1月～2023年3月末掲載まで

Line up

- 『東洋経済オンライン』
リッチアド_動画フォーマット
3回シリーズタイアップ
YouTubeタイアップ動画
- 『ウェビナー』
リニューアル10周年記念フォーラム（複数協賛型）

22年6月更新

東洋経済オンライン リニューアル10周年を迎えて

謹啓 貴社ますますご清栄の段、大慶に存じます。平素は格段のご支援を賜り、厚く御礼申し上げます。

東洋経済新報社は1895年、明治28年に、本格的な経済雑誌である『東洋経済新報』の創刊とともに発足し、おかげさまで2020年11月に創立125周年を迎えました。ひとえに皆様のご支援、ご愛顧の賜物と、心から感謝申し上げます。

創業者の町田忠治は、創刊の趣旨として「健全なる経済社会の発展に貢献する」ことを掲げました。それが現在でも弊社の企業理念として生きており、126年にわたり、自由主義、民主主義、平和主義を柱に、時代を先取りした沈着な報道・言論活動を追求してきました。

近年はデジタル事業にも積極的に取り組み、なかでも『東洋経済オンライン』は経済・ビジネス系サイトでNo.1のアクセスを誇るまでに成長しています。弊社のオンライン事業は2003年にスタートし、試行錯誤を重ねながら2012年11月12日に全面リニューアルを行い、それ以降、急成長をとげることができました。

『東洋経済オンライン』は、『週刊東洋経済』や『会社四季報』で培った取材力、編集力はもちろんのこと、弊社出版部門の書籍、あるいはデータ部門の企業データ、ランキングなど、まさに弊社のリソースを最大限に生かすことで、多様なコンテンツを提供しております。また、複雑な経済問題の解説から、社会人としての生き方まで、幅広いテーマを扱い、多くのビジネスパーソンに寄り添うことで、10年近くにわたり、支持をいただいております。

さて、インターネット広告は、マスコミ4媒体を凌駕する大きな市場となり、その勢いは止まりません。しかしながら、インターネット広告はその発展の裏で、アド Fraud や、ブランドセーフティなど、多くの課題も抱えています。

メディアとしてのインターネットは、もはや生活者や企業活動にとって欠かせない情報源であり、信頼性や透明性の向上は、今後ますます重要な問題になっていくと思います。

東洋経済新報社では、今後も公正で良質な情報発信を通じて、健全なる経済社会の発展に貢献するような視点や情報を提供していくように努めてまいります。

こうした東洋経済新報社が持つ強みを貴社のコーポレートブランディングやPR戦略にもご活用いただけるよう、ビジネスプロモーション局では東洋経済オンライン リニューアル10周年を記念した特別広告メニューをご用意いたしました。

この機会に、ぜひ広告のご出稿を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

謹白

東洋経済新報社
代表取締役社長 駒橋 憲一
執行役員 ビジネスプロモーション 局長 寺田 浩

『東洋経済オンライン』はこれからの時代を担う、働き盛りのビジネスパーソンの皆様に向けたウェブメディアです。経済記者・ジャーナリスト・専門家など総勢400人を超える執筆陣が、皆様の日々の疑問や不安にお答えすべく活動しています。

東洋経済新報社は『週刊東洋経済』、また『会社四季報』を長年にわたり主力媒体としてきました。2012年に大幅な刷新をして現在の姿となった『東洋経済オンライン』は、その歴史の中で培ってきた経済分野への知見や取材力を背景に、よりわかりやすく、多角的に、読者の皆様の日々の課題解決につながる記事をお届けすることを目指しています。

経済というと、マクロ経済や金融といった分野を思い浮かべる方も多いと思いますが、私たちが考える経済とはもっと広範なものです。仕事や家庭などを含めた個人の生活に関わるすべて、といっても過言ではありません。

私たちは人生の多くの時間を仕事に費やします。だからこそ、その仕事がよりよい形で進むことは、クオリティオブライフを追求するうえで非常に重要です。一方、人は家族の一員であったり、地域の一員であったりと、複数の顔を持ちながら生きています。個々人がそれぞれの場面で課題を解決する力を持ち、行動することは、個人の幸福はもちろん、社会全体をよりよくすることにつながります。私たちはその一助となれるメディアでありたいと考えています。

東洋経済の創業者である町田忠治は創業理念に「健全なる経済社会の発展に貢献する」と掲げました。その精神は、今はどのような形であれば実現できるのか。時代のニーズにあわせ、『東洋経済オンライン』はこれからも柔軟に変化していきます。東洋経済の新しい挑戦に、今後ともご期待ください。



『東洋経済オンライン』編集長

吉川 明日香

東洋経済オンラインとは

『東洋経済オンライン』編集方針

タグライン「社会をよくする経済ニュース」

1895年（明治28年）11月15日の創業以来、126年にわたって「経済社会」を見つめ続けてきた東洋経済新報社。いつの時代も、創業者・町田忠治の『健全なる経済社会に貢献する』を理念に、時代を先取りした沈着な報道・言論活動を追求してきました。

創業以来ゆるぎない経営理念「健全なる経済社会に貢献する」を現代のウェブ空間で実現したい。

個人にとっての「面白い」「役に立つ」情報 + 社会全体にとっての「よりよい方向」を示すために、『東洋経済オンライン』は過去から培った企業分析力、経済・社会のデータを活用しつつ複雑な社会課題にアプローチし、今後も世界と日本の経済社会に貢献してまいります。

<大事にしている3つの基準>

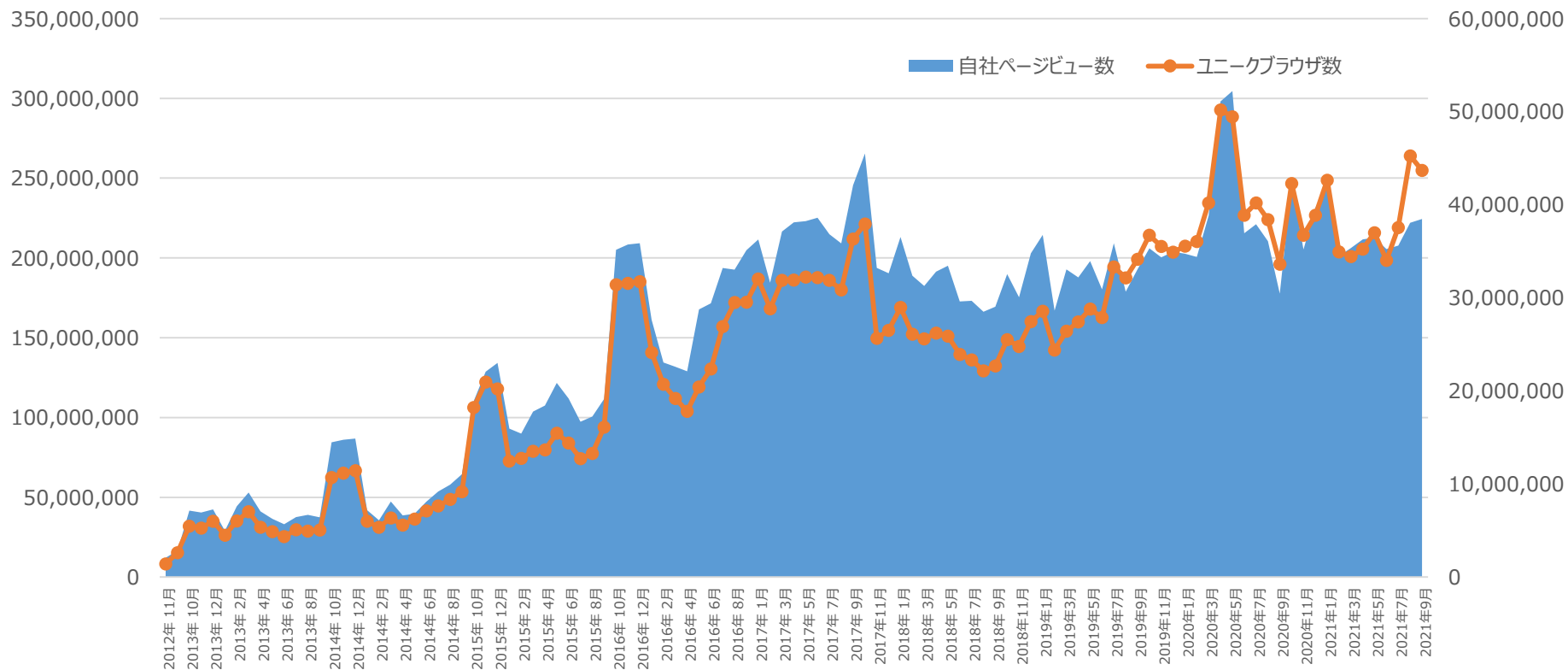
ファクト
ベース

ソーシャル
グッド

視点が
フラット

東洋経済オンラインのあゆみ

東洋経済オンライン リニューアル10年もの間、経済サイトのトップランナーとして躍進



2003年 『東洋経済オンライン』サービス開始

2012年 『東洋経済オンライン』を「新生代リーダーのためのサイト」としてリニューアル。リニューアルからわずか5か月で5,000PV超へと成長

2014年 タグライン「経済ニュースの新基準」に変更

2015年 月間1億PV超

2016年 月間2億PV超

2018年 「自動車最前線」カテゴリ誕生

2020年 過去最高の月間3億PV コロナ禍の情報ニーズに対応し、感染者数のデータビジュアライズ、ソーシャルディスタンスのロゴを採用

2021年 新タグライン「社会をよくする経済ニュース」。東洋経済オンラインYouTubeチャンネルを本格始動
英語版サイトの名称変更「The ORIENTAL ECONOMIST」

2022年 東洋経済オンライン リニューアル10周年

東洋経済オンラインの特長

月間2億PVのビジネス誌系No.1サイト。幅広い読者の関心を集める注目のWEBメディア

東洋経済オンラインは、「週刊東洋経済」「会社四季報」を出版する東洋経済新報社が2003年6月にスタートしたWEBメディア。

2012年11月の大幅リニューアル以降PV、UBともに急上昇し、ビジネス誌系サイトNo.1の地位を不動のものにしています。



東洋経済オンラインの特長

1. 月間約2億PV。圧倒的な集客力

東洋経済新報社の約70名の記者と、実力派の著者が毎日記事を掲載。無料で読める経済ニュースの定番として多くの読者の支持を集め、集客力を維持し続けています。

2. 記事1本のパワーが絶大

新聞社などのニュースメディアは月間2万本以上の記事を配信しているのに対し、東洋経済オンラインは約500本。1本あたりの記事のPVが高く、影響力が絶大です。

3. 読者は長文を読み慣れている知的な人

東洋経済オンラインの記事は比較的文字数が多く、数千字にも及び記事も珍しくありません。長文をしっかりと読むことに慣れた方に愛読されています。

4. 経営者から現場社員まで幅広いビジネスパーソンが閲読

東洋経済オンラインの読者のメインは現役のビジネスパーソン。経営者から管理職、現場社員まで、幅広い層に閲読されています。

5. ビジネス、政治・経済以外にもキャリア・教育、ライフ系記事が充実

ビジネスや政治・経済の記事だけでなく、女性に好まれるライフスタイル記事や子どもの教育の記事など、様々なジャンルの記事を独自の視点で記事にしています。

ビジネスの最前線で活躍するビジネスパーソン、マネジメント層が中心



40歳、
首都圏在住、
大卒



既婚、共働き、
子どもあり
一戸建て在住、車あり



従業員1,000人前後
の
製造業の
係長～部長
クラス



国内、海外への
出張が多く、
情報システムの
導入にも積極的に関
与



預貯金含め、
1,000万円以上の
金融資産を保有する割
合
41.7%



2～3か月に1回以上の
国内旅行
読書、映画が趣味
ランニングなどスポーツも
好き



ファッション、化粧
品
インテリア
など関心が高い
社会・環境問題への
関心も高い



読者の
45.4%は
女性

【調査概要】 調査対象：東洋経済オンラインを週1回以上読む全国の有職男女を1,000名抽出
調査期間：2021年2月15日～2月19日
調査機関：楽天インサイトのWEBアンケート

安心・安全な媒体を目指し、ブランドセーフティを強化

東洋経済オンラインの運用型広告は、広告主様に信頼される安心・安全な媒体を目指し、様々なアドベリフィケーション（DSPなどの広告配信が適切かの検証）に取り組んでいます。複数の観点からのブランドセーフティ調査の結果、国内平均を上回る高いパフォーマンスの広告枠であることが証明されました。

東洋経済オンラインのブランドセーフティ調査

調査協力 **IAS** Integral Ad Science



ビューアビリティ



ブランドリスク



アドフラウド

単位：%

	ビューアビリティ				ブランドリスク				アドフラウド			
	レクタングル PC第1	レクタングル PC第2	スマホ 記事中	スマホ 記事下	レクタングル PC第1	レクタングル PC第2	スマホ 記事中	スマホ 記事下	レクタングル PC第1	レクタングル PC第2	スマホ 記事中	スマホ 記事下
東洋経済 ONLINE	62.5	75.3	82.3	52.0	0.1	0.1	0.4	0.4	3.5	3.5	2.3	2.3
国内平均	55.7		46.4		5.6		10.4		5.6		10.4	

※国内平均はIAS『Media Quality Report』2020年下半期の数値

- ・ ビューアビリティ：バナー広告の面積の1/2が1秒以上表示された割合
- ・ ブランドリスク：広告掲載に不適切なページの割合
- ・ アドフラウド：ボット等による不正なクリックの割合

「き」まじめな創造力

東洋経済は2019年1月、クライアントの皆様が抱えるさまざまな課題を解決するための組織として、ブランドスタジオを立ち上げました。私たちが強みとするのは、「き」まじめな創造力です。

- 『週刊東洋経済』『東洋経済オンライン』のタイアップ広告
- 書籍・ムック・パンフレット・オウンドメディアなどのカスタム制作
- ユーザーとリアルな接点を持てるセミナー・スクール

3つの「場」を通じて、クライアントの皆様の声に真剣に向き合いながら、ビジネスパーソンを動かすコンテンツをつくり、行動を喚起することで、クライアントの課題解決を強力に支援します。

キャンペーンメニューのご案内

2022年1月～2023年3月末掲載まで

リッチアド_動画フォーマット (レクタングル枠)

New! 2021年11月リリース

IAS (Integral Ad Science) 社のビューアビリティ計測を取り入れ、
ビューアブル100%保証で動画素材を掲出するレクタングル枠です。



レクタングルSP記事下



レクタングルSP記事中



レクタングルPC第一・第二

掲載ページ	枠名	表示方法	想定掲載期間	広告サイズ	備考
記事ページ	レクタングルSP記事下 レクタングルSP記事中 レクタングルPC第1 レクタングルPC第2	ローテーション	1週間～	アスペクト比 16:9	PC・SP両デバイスでの掲出です

- ※最低1週間以上の掲載期間、終了日は保証致しかねます。
- ※入稿詳細は14ページをご参照ください。
- ※広告領域は左右300×天地250pxとなります。
- ※動画と静止画を組み合わせたフォーマットも可能です。詳細は入稿規定をご参照ください。

キャンペーン特別メニュー

100万円～
(税別)

保証imp
400,000vimp※



通常保証
25%増

保証vimp
500,000vimp

※1vimpとは、バナー面積の1/2を1秒以上表示したimpのこと。

入稿締め切り

10営業日前。以降の入稿は特急料金5万円が必要です。

レポート提出目安

配信終了後5営業日以内

表示イメージ

動画のみ



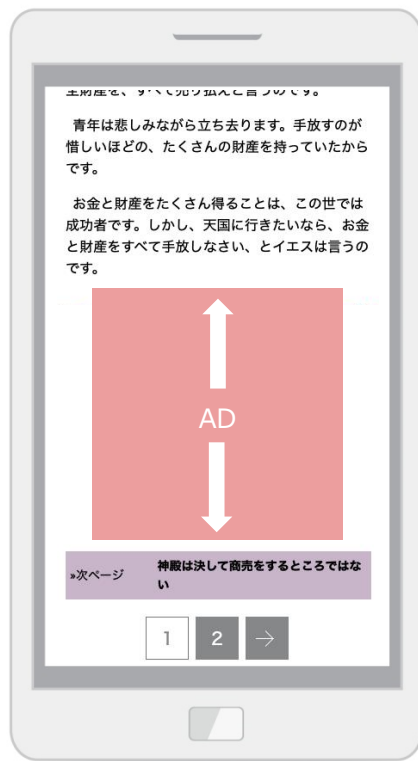
動画と静止画



リッチアド_動画フォーマット（インタースクローラーSP）

New! 2021年11月リリース

記事下部に表示されるリッチフォーマット広告枠です。
スクロールの合間で思わずクリエイティブが目にとまり、インパクト充分です。



掲載ページ	表示方法	想定掲載期間	広告サイズ
記事ページ	静止画スクロール	4週間～	左右300×天地600px

※最低4週間以上の掲載期間、終了日は保証致しかねます。

※入稿詳細は入稿規定14ページをご参照ください。

※広告領域は左右300×天地300pxとなります。

キャンペーン特別料金

200万円～
(税別)

保証imp
500,000imp



通常保証
20%増

保証imp
600,000imp

入稿締め切り

10営業日前。以降の入稿は
特急料金5万円が必要です。

レポート提出目安

配信終了後5営業日以内

ビューアブルレクタングル動画、インタースクローラーSP広告 入稿規定

ビューアブルレクタングル動画

同時出稿本数：1本（差し替え不可）

リンク先URL：1本

ALTテキスト：不可

形式：MP4（H264）

サイズ：左右1920×天地1080px（アスペクト比 16:9）以内

動画と静止画を組み合わせたフォーマットの場合、300×80pxの素材を合わせてご用意ください。

容量：20MB以内

尺：15秒または30秒以内

インタースクローラーSP

同時出稿本数：1本（差し替え不可）

リンク先URL：1本

ALTテキスト：不可

形式：JPEG、PNG

サイズ：左右300×天地600px以内

容量：300KB以内

共通 注意事項

※必ず著作者が許諾済みとなっている素材を入稿してください。弊社で、素材についての著作権処理は行いませんので予めご了承ください。

※ユーザーからクレームを受けた場合、掲載中止する場合がございます。

※仕様上問題ない場合でも、ユーザークレームやユーザーリティへの配慮などにより、配信・掲載をお断り、もしくは原稿の修正をご依頼する場合がございます。

※広告の掲載開始時刻は、掲載開始日の午前11時となっております。

※万一表示の不具合等があった場合、営業時間内（祝日を除く月～金 10時～18時）の対応となります。

共通 入稿期限

掲載日の**10営業日前**までに入稿をお願いいたします。

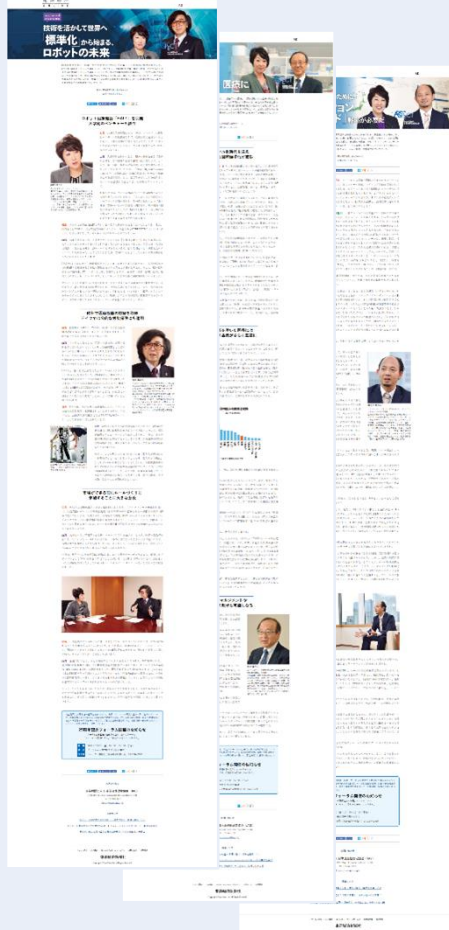
表示および動作の確認が必要となるため、期限厳守にご協力ください。

3回シリーズで訴求できるお得な記事広告のパッケージです

編集記事風体裁



オリジナルデザイン



掲載要項

キャンペーン特別料金

編集記事風体裁 (CMS)

通常料金
10%OFF

● 3回シリーズ 6,750,000円 (制作費込・税別)

※1回あたり2,250,000円
通常料金 7,500,000円

各回1万PV保証 (4週間~保証PVに達した時点)

キャンペーン特別料金

オリジナルデザイン (HTML)

通常料金
10%OFF

● 3回シリーズ 8,100,000円 (制作費込・税別)

※1回あたり2,700,000円

通常料金 9,000,000円

各回1万PV保証 (4週間~保証PVに達した時点)

ご新規企業※様限定サービス

- リサーチプラン (3問程度) 設置 (通常150,000円)
- 誘導枠は、通常の記事広告誘導枠に加え、長期連載専用枠からも誘導

※ご新規企業は、『東洋経済オンライン』に過去にご出稿がない、または2018年1月以降ご出稿がない広告主様が対象です

編集記事風体裁 (CMS)

広告主様のブランドイメージ向上、商材の認知拡大などを図る記事広告を作成します。
編集記事と類似フォーマットで実施できます。

実施イメージ

東洋経済 ONLINE
6月14日 (水) 速報東洋経済プラス | 四季報オンライン | ストア | セミナー 無料会員

インバウンド増加中も「旅館」人気が鈍い理由 地方の「コト消費」を望む訪日客の心理とは

イームネットジャパン AD
制作：東洋経済ブランドスタジオ 2019/08/09

年間3000万人以上の外国人を迎え入れる「観光大国」日本。世界遺産や大都市など、人気観光地だけが押し寄せるフェーズは過ぎ、今では日本列島の隅々まで外国人が訪れるようになってきた。しかし、その中で「日本ならではの」を味わえるはずの「旅館」の利用率は高まっていない。そのギャップを探った。

地方での「コト消費」を期待する訪日客の拡大

「インバウンドはターニングポイントの時期を迎えています」そう語るのは、みずほ総合研究所主任エコノミストの宮崎貴之氏。

訪日外国人旅行者（以下、訪日客）の数は現在も伸び続けているものの、伸び率は1桁台に落ち着いてきた。今は量よりも質を指向すべき転換期に来ている。

「インバウンドの消費動向は2015年ごろの爆発的ブーム以降落ちてきて、支出単価は伸びていません。だからこそ、これからは人数で稼ぐのではなく、1人当たりの単価を引き上げて底上げを回っていくことが重要になってくる。言い換えれば、どのように満足度を高めてお金を使ってもらうか。そこにビジネスや政策の軸足を移していくべき時期にきています」（宮崎氏）

同時に、訪日客の目的も変化してきている。これまでの定番だった東京、大阪、京都という三大都市圏から、北陸や中国、四国などの地方へとシフトしているのが、国や産業別の分析から明らかになっている。訪日客の地方展開を

コンテンツ要素

掲載分量	A4誌面2～3ページ相当 文字数2,000字～2,500字程度 写真・グラフ2点程度（※取材撮影有） コンテンツ内容に応じて誘導枠も弊社で作成。
掲載期間	4週間想定（※掲載終了後、1年アーカイブ）
クレジット表記	タイトル周りに広告主様名および「制作・東洋経済ブランドスタジオ」と「AD」のクレジットが入ります。
お問い合わせ先	右カラムにはお問い合わせ先をいれます。 他、バナーも掲載可能です。

オプション

ブースト	ソーシャルメディア、コンテンツレコメンド、キュレーションメディアでのブーストが可能です。詳しくは別紙媒体資料をご確認ください
IP解析	IP解析を行い、記事広告の閲覧企業名をリストにしてご提供可能です。詳細は別紙媒体資料をご確認ください。
動画	動画撮影から制作まで、記事広告と併せて弊社にてワンストップで制作可能です。 実施料金など詳しくはお問い合わせください。
抜き刷り	WEBページを抜き刷りにして提供することも可能です。詳しくはお問い合わせください。

レポート提出目安
7営業日以内

その他追加費用

遠方取材や有識者やタレントへ取材依頼する場合、別途交通費や謝礼が発生する場合があります。また、制作期間が短い場合は、特急料金が必要な場合があります。

誘導枠に関して

基本は、記事広告専用の誘導枠を活用致します。
ディスプレイ広告も、別途特別料金にてご活用いただけます。
詳細は別紙媒体資料をご参照下さい。

公式Twitter投稿

公開された記事広告のURLを、東洋経済ブランドスタジオの公式Twitterでオーガニック投稿させていただきます。

※新型コロナウイルス感染拡大防止のため、打ち合わせ・取材・撮影等については、ビデオ会議ツールなどを使ったリモートでの対応とさせていただきます。

※レポートティング、2次利用、『週刊東洋経済』への誌面転載、2万PV保証も承れますので弊社営業担当にご相談ください

オリジナルデザイン (HTML)

広告主様や商材の世界観に合わせた独自デザインの記事広告に仕上げます。
画像スライドショーやオンマウスアクションなど、様々な演出をつけることもできます。

実施イメージ



コンテンツ要素

掲載期間 4週間想定 (※掲載終了後1年アーカイブ)
コンテンツ内容に応じて誘導枠も弊社で作成。

クレジット表記 ページ上部に広告主様名および「制作・東洋経済ブランドスタジオ」と「AD」のクレジットが入ります。

スマートフォン対応 スマートフォンの最適化は実施料金の中で対応します。

オプション

ブースト ソーシャルメディア、コンテンツレコメンド、キュレーションメディアでのブーストが可能です。詳しくは別紙媒体資料をご確認ください

IP解析 IP解析を行い、記事広告の閲覧企業名をリストにしてご提供可能です。詳細は別紙媒体資料をご確認ください。

動画 動画撮影から制作まで、記事広告と併せて弊社にてワンストップで制作可能です。
実施料金など詳しくはお問い合わせください。

抜き刷り WEBページを抜き刷りにして提供することも可能です。詳しくはお問い合わせください。

レポート提出目安

7営業日以内

その他追加費用

以下のような場合、追加料金が発生する場合があります。

- ・遠方取材や出張を伴う取材や有識者やタレントへ取材依頼する場合
- ・複数の撮影、ページ構成やページ内での演出など、コンテンツ制作に時間をかける場合
- ・制作期間が短く、特急料金が必要な場合

誘導枠に関しまして

基本は、記事広告専用の誘導枠を活用致します。

ディスプレイ広告も、別途特別料金にてご利用いただけます。
詳細は別紙媒体資料をご参照下さい。

公式Twitter投稿

公開された記事広告のURLを、東洋経済ブランドスタジオの公式Twitterでオーガニック投稿させていただきます。

※新型コロナウイルス感染拡大防止のため、打ち合わせ・取材・撮影等については、

ビデオ会議ツールなどを使ったりリモートでの対応とさせていただきます場合があります。

※レポートティング、2次利用、『週刊東洋経済』への誌面転載、2万PV保証も承れますので弊社営業担当にご相談ください

記事広告 誘導枠一覧

当該ページの特徴に応じ、記事広告ページに誘導します。

オプションのディスプレイ広告枠は、記事広告への誘導は定価の半額にてご提供致します。

PCページ

TOPページ



記事ページ



SPページ

TOPページ



記事ページ



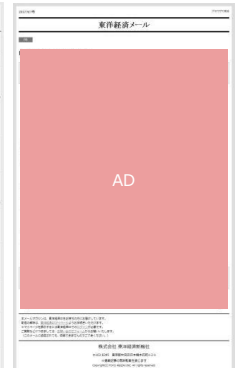
公式Twitter

公開された記事広告のURLを、東洋経済ブランドスタジオの公式Twitterでオーガニック投稿させていただきます。

メール

東洋経済オンライン編集部メール

東洋経済メール



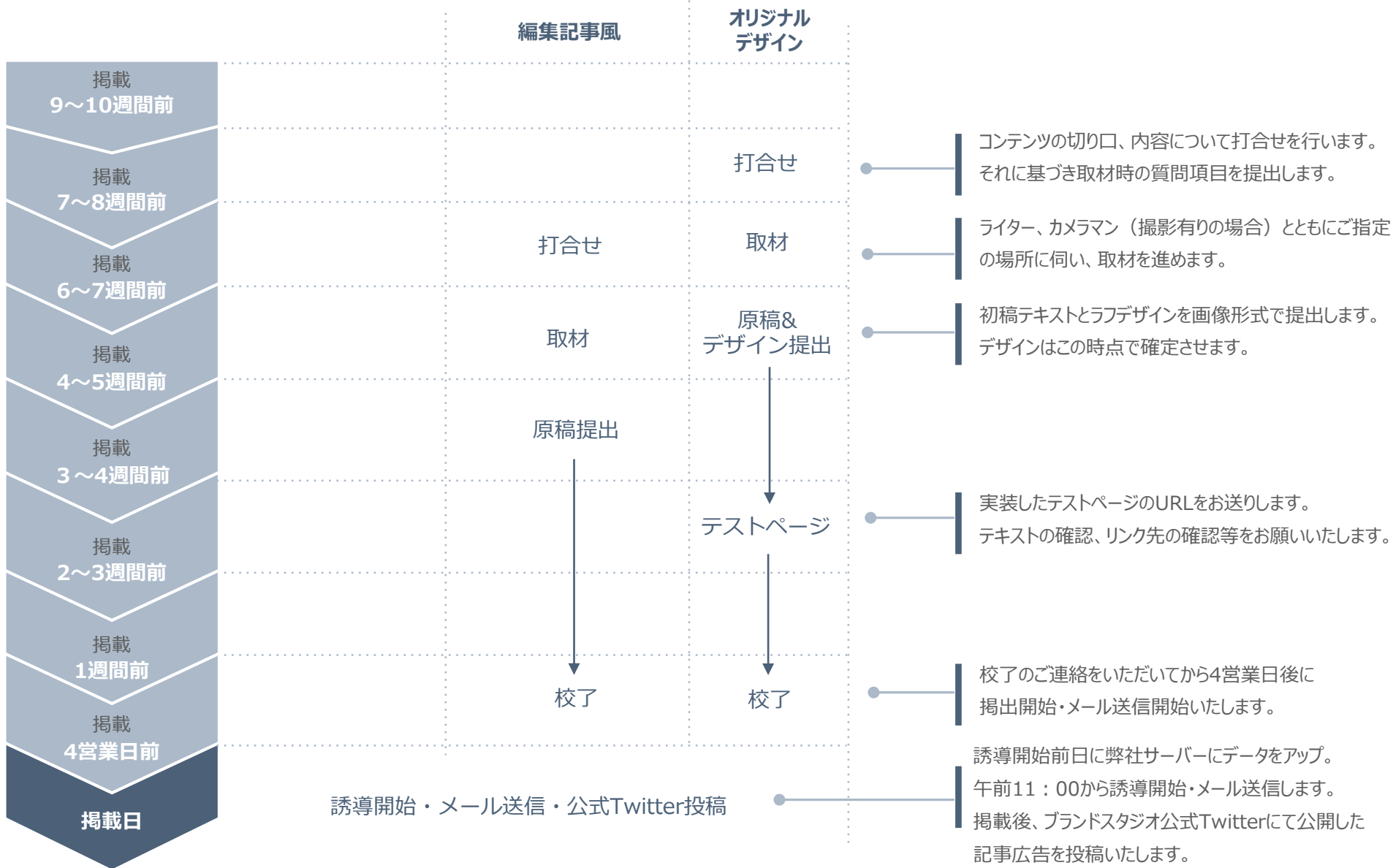
オプションのディスプレイ広告枠

記事広告誘導枠

長期連載記事広告専用枠

※誘導枠は当方の裁量にて決めさせていただきます。事前確認はございませんのでご了承くださいませ。

お申し込みから掲載までのスケジュール（記事広告）



※制作期間が短い場合は、特急料金が必要な場合があります。

※編集記事風体裁の場合、デザインが決まっているため、ラフデザインの提出が省略されます。

Youtubeタイアップ動画_ライトプラン

New! 2021年11月リリース

東洋経済がご用意した規定のフォーマットに沿って動画制作いたします。
プレゼンテーション形式で、貴社の課題を簡潔明瞭にお届けします。

コンテンツ要素

掲載文量	動画時間：1分～15分 コンテンツ内容に応じて概要欄も弊社で作成
誘導期間	4週間想定（※掲載終了後、1年アーカイブ）
撮影場所	東洋経済指定の場所
クレジット表記	動画にプロモーションの記載が入ります 動画の前後に東洋経済ブランドスタジオの表記が入ります。動画内にロゴが入ります。
お問い合わせ先	概要欄にお問い合わせ先をいれます

オプション

ダイジェスト動画	動画内容を要約した30秒以内の動画を作成いたします。 詳細はページをご覧ください。
販促利用	弊社で作成した動画を店頭の販促として利用することも可能です。 詳しくはページをご覧ください。
オウンドメディア	貴社のオウンドメディアで利用することも可能です。詳しくはお問い合わせください。
SNSブースト	弊社のメディアパワーを生かし、TwitterまたはFacebookの広告配信機能を利用して、再生回数を増やすことも可能です。 詳しくはページをご覧ください。

実施料金

300万円～
(税別、制作費込)



保証再生回数
50,000回
(AD配信含む)

通常保証
再生回数
20%増



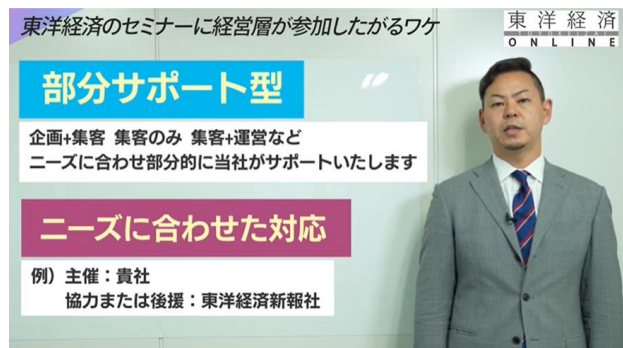
保証再生回数
60,000回

レポート提出目安

7営業日以内

その他追加費用

制作期間が短い場合は、特急料金がが必要な場合があります。



実施イメージは
こちらのQRコードからも
ご覧いただけます



Youtubeタイアップ動画_ネイティブプラン

New! 2021年11月リリース

東洋経済オンラインの通常の動画フォーマットによせてサービスや商品を紹介いたします。

東洋経済オンラインYouTube公式リポーターが出演し、
インタビュー形式、ニュース形式などご希望に沿った形式が可能です。

実施イメージ



◆撮影場所は原則東洋経済指定の場所になります

実施イメージは
こちらのQRコードからも
ご覧いただけます



コンテンツ要素

掲載内容	動画時間：10分程度 コンテンツ内容に応じて概要欄も弊社で作成
誘導期間	4週間想定（※掲載終了後、1年アーカイブ）
撮影場所	東洋経済指定の場所
クレジット表記	動画にプロモーションの記載が入ります。 動画の前後に東洋経済ブランドスタジオの表記が入ります。
お問い合わせ先	概要欄にお問い合わせを先に入れます。

オプション

ダイジェスト動画	動画内容を要約した30秒以内の動画を作成いたします。 詳細はページをご覧ください。
販促利用	弊社で作成した動画を店頭の販促として利用することも可能です。 詳しくはお問い合わせください。
オウンドメディア	貴社のオウンドメディアで利用することも可能です。詳しくはお問い合わせください。
SNSブースト	弊社のメディアパワーを生かし、TwitterまたはFacebookの広告配信機能を利用して、再生回数を増やすことも可能です。 詳しくはページをご覧ください。

実施料金

600万円～
(税別、制作費込)

保証再生回数
50,000回
(AD配信含む)

通常保証
再生回数
20%増



保証再生回数
60,000回

レポート提出目安

7営業日以内

その他追加費用

以下のような場合、追加料金が発生する場合があります。
・撮影場所をご指定の場合（実費・経費などお見積り）
・有識者を起用する場合
・コンテンツ制作に時間をかける場合
・制作期間が短く、特急料金が必要な場合

Youtubeタイアップ動画_ネイティブプラン

ネイティブプランでは
東洋経済オンラインYouTube公式リポーターのアサインが可能です



中島 未麗歌 (なかじま みれか)

東洋経済オンラインYouTubeへの出演をはじめ、Gunosyアプリ内で配信されているグッテレの取材レポーター、美容アプリLIPSの公式番組のMCなどで活動中。

趣味はゴルフで、ゴルフYouTuberでらゆー氏開設のYouTubeチャンネル「TRY GOLF」に出演中。アスリートフードマイスター3級、化粧品検定2級を取得。



守永 真彩 (もりなが まあや)

1991年東京都生まれ。2009年 日本テレビ「アイドルの穴」にレギュラー出演し芸能デビュー。

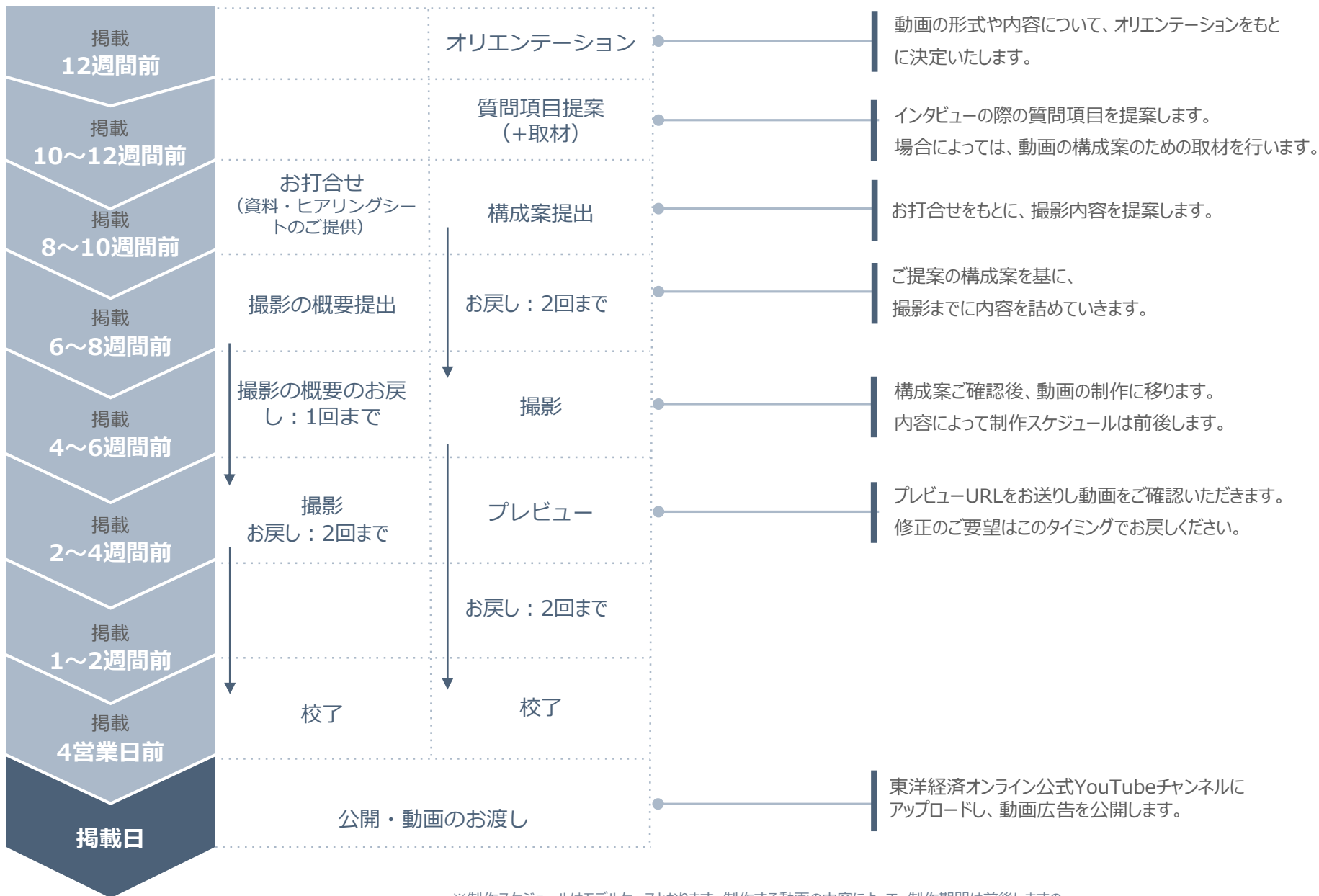
TVK「LOVEかわさき」やGC「KEIBAコンシェルジュ」などでレポーターやMCを務め、NTV「有吉反省会」や「踊る！さんま御殿！！」などバラエティ番組にも出演。

その他にも、映画、舞台、ジャズシンガーと幅広い分野で活動している

お申し込みから掲載までのスケジュール (YouTubeタイアップ動画)

ライトプラン

ネイティブプラン



※制作スケジュールはモデルケースとなります。制作する動画の内容によって、制作期間は前後しますので、詳細スケジュールはご相談の上決定させていただきます。

リニューアル10周年記念フォーラム第2弾 <東洋経済新報社主催 サステナビリティトランスフォーメーション SUMMIT>

企画趣旨

経済活動への制約は緩和されつつあり、経済は再び動き出そうとしています。しかしながら、コロナ禍で多くの企業が今まで通りではいけない、成長戦略の見直しを迫られています。また、今後も想定しない脅威が出現することも考えられます。

このように不確実性が高まる中、企業は、持続可能性を重視しDXなどでの企業の稼ぐ力を高めつつ、将来的な社会の姿を描きながら、企業と社会経済のサステナビリティを高めていくサステナビリティトランスフォーメーション（SX）が求められています。

『東洋経済オンライン』リニューアル10周年を記念した本フォーラムでは、競争力を高めるだけでなく、株主、従業員、顧客など、さまざまな立場の人たちにとって魅力的で頼れる企業を形成するためには、どういった変革を推し進める必要があるのかを考察していきます。

開催概要

- **テーマ** 東洋経済新報社主催 サステナビリティトランスフォーメーションSUMMIT 「経済」と「ESG」を両立する未来を見据えた新時代の経営とは（仮）
- **開催方法** 〓オンライン配信 2日間開催
- **開催日時** 〓2022年11月想定 各日13:00～16:30（予定）
- **集客目標** 〓1,000名（オンライン視聴）
- **参加対象者** 〓 企業の経営者、経営層
意思決定権限を持つリーダー層
経営企画部門担当役員・責任者
CSR担当の方など
- **参加費** 〓 無料
- **主催** 〓 株式会社東洋経済新報社

お申込み：2022年7月22日（金）

セミナー スポンサー 6社様限定

プラン	社数	ご登壇枠	ご提供リード	開催レポート	料金
プランA	2社限定	1社目枠指定：30分	疑似ライブ配信	週刊東洋経済 4 P内で 各社様講演内容を紹介 東洋経済オンライン転載 (1万PV保証)	8,000,000円
プランB	4社限定	2社目or3社目枠：30分 (決定優先)			7,500,000円

※詳細は別紙フォーラム企画書をご参照ください。

プログラム内容（案）

東洋経済新報社主催 サステナビリティトランスフォーム SUMMIT 「経済」と「ESG」を両立する未来を見据えた新時代の経営とは(仮)

時間構成	DAY1（社会のサステナビリティを考える）	DAY2（企業の稼ぐ力を考える）
13:00-13:05 (5分)	オープニングスピーチ 東洋経済新報社 代表取締役社長 駒橋 憲一	
13:05-13:50 (40分)	基調講演① 社会のサステナビリティを考えるうえで、企業の役割として、 ESG経営を推し進める必要性を語る人物	基調講演② 持続的な企業成長をするために、これからの企業に必要なことを語る人物
13:45-14:15 (30分)	【協賛講演A枠】	【協賛講演A枠】
休憩（10分）※休憩中はAプランの企業ムービーを多めに放映予定		
14:25-14:45 (20分)	特別講演（調整中）	特別講演（調整中）
14:45-15:15 (30分)	【協賛講演B枠】	【協賛講演B枠】
15:15-15:45 (30分)	【協賛講演B枠】	【協賛講演B枠】
15:45-16:15 (30分)	【ゲスト講演①】 サステナビリティ文脈にてマクロ視点で語る人物	【ゲスト講演②】 自足的な企業成長において、マクロ視点で語る人物

広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

東洋経済新報社・ビジネスプロモーション局 広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

広告掲載基準と掲載可否判断

広告掲載基準について

広告掲載基準は、弊社が提供するすべての媒体上に掲載される広告に適用されます。広告掲載を申し込む広告主はその広告について、この基準を遵守する必要があります。

広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について

弊社の個別の判断により、当社規定の掲載基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。過去に掲載実績があっても現在の業務内容・商品によってはお断りすることがあります。いずれの場合でもその理由について開示しておりません。

掲載の可否判断と広告の責任について

弊社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、弊社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

掲載審査に際してご用意いただく資料

会社名・所在地・事業内容が記載された資料または会社概要を確認できる URL、直近 3 年間の財務諸表

広告内容およびリンク先サイト内での全ての情報に関する読者・ユーザー等の第三者からのクレーム等については、広告主の責任において対処されるものであり、弊社では一切責任を負わないものとします。広告料金、メニューに関しては、弊社の都合により変更する場合がございます。事前に必ずご確認ください。弊社において制作した広告制作物（記事タイアップ広告、純広告等）の著作権その他知的財産権は、掲載後も弊社に属します。

東洋経済新報社・ビジネスプロモーション局 広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

掲載審査基準

国内関連法令および当社が加入する日本雑誌広告協会、日本インタラクティブ広告協会が定める広告掲載ガイドライン（最新版）に従い、また各業界等の自主規定を参考に、広告掲載の可否、原稿内容について、各広告媒体の特性や広告掲載による社会的影響等も勘案し、弊社が独自に判断します。お申し込みいただく広告についての掲載可否決定権は、弊社に属します。以下に該当するもの、および弊社が不適切と判断したものは掲載不可とします。また、媒体特性により審査基準および広告掲載の可否にかかわる判断が異なる場合があり、弊社は掲載拒否の理由を説明する義務を負わないものとします。

- 国内関連法規、国際条約等に反するもの
- 医薬品医療機器等法、健康増進法、景品表示法、特定商取引法、公職選挙法等の広告・表示を規制する法律に違反するもの
- 他人の氏名・肖像、または著作物や商標等を無断で使用し、権利侵害のおそれがあるもの
- 特定の個人・団体の誹謗中傷、名誉棄損、営業妨害、人権侵害、差別となるおそれがあるもの
- 広告主の名称・住所・連絡先が明らかでなく責任の所在が不明なもの
- URL 等を表示して誘導したサイトの広告・表示に起因して、読者・ユーザーに不利益を与えることが明らかになったもの
- 虚偽・誇大な表示、その他不当または不適切な表示があり読者・ユーザーが誤認するおそれがあるもの
- 非科学的・迷信に類するもので、読者・ユーザーに不安や不利益を与えるおそれがあるもの
- 反社会的勢力、詐欺的商法、日本国内において許可を受けていない商品・サービス、投機・射幸心をあおる表現のもの
- 社会秩序を乱すおそれがあるもの、暴力や犯罪を肯定するようなもの、性に関する露骨・卑猥な表現など公序良俗に反するおそれがあるもの
- その他、弊社が媒体の性質・広告内容・社会情勢等を勘案して不適切であると判断したもの

掲載をお断りする業種・業態

- 無限連鎖講（ねずみ講）、連鎖販売取引（マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス）、預託商法へ勧誘、紹介をする広告
- フランチャイズ、代理店募集、人材募集で、定められた表示項目を記載していない広告
- 特定の宗教の教義を紹介、入信をすすめる広告・靈感霊能・スピリチュアル系など、非科学的な占いの広告、「幸運、金運、病気回復」など一定の効果をつたう商品（開運商品）の広告
- 性風俗関連特殊営業（店舗型および無店舗型）に該当する業態の広告およびラブホテルの広告
- 出会い系サイトの広告
- ギャンブル、カジノ（オンラインカジノを含む）の広告
- 脱法ハーブ、合法ドラッグ等と称される「危険ドラッグ」の広告
- 私的な目的のために寄付、財物の提供を募る広告
- 仮想通貨取引、クラウドファンディング・病院・クリニックにおいて医療行為、施術を訴求する広告
- 加熱式たばこを含むたばこ広告は、日本たばこ協会が設ける自主基準に則り可否を判断します
- その他、弊社が不適切と判断した広告

東洋経済新報社・ビジネスプロモーション局 広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

免責事項

- 広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。
- 掲載された広告内容（リンク先に掲載される情報を含みます）に関する一切の責任は広告主が負うものとし、弊社は如何なる責任も負わないものとします。
- 広告掲載申込を受領後でも、訴求内容が弊社掲載基準に反していると該当した場合、弊社は広告掲載を拒否できるものとします。
- お申込者の責めに帰すべき事由によって広告の全部または一部の掲載が行えない場合、弊社は一切の責任を負わないものとします。
- 弊社が行う広告原稿の審査、又は審査合格は、広告内容の適正性および適法性の保証を意味するものと解釈されないものとします。
- 第三者から弊社に対して広告に関連して損害を被ったという請求がなされた場合は、広告主および広告会社の責任と負担において解決するものとします。ただし、当該損害が弊社の責に帰すべき事由に起因する場合はこの限りではありません。
- 弊社は、通信回線、コンピュータ、サーバー、キャリアネットワークなどの障害、停電、天災地変による弊社媒体の中断、遅延、中止、データの消失、データへの不正アクセスにより広告主および広告会社に生じた損失、損害などについて、一切の責任を負わないものとします。
- 掲載号または掲載期間において原則競合排除はしていません。
- 広告主および広告会社、広告内容について第三者の権利を侵害していないことおよび記載内容に係わる財産権のすべてにつき、権利処理が完了していることを弊社に対して保証するものとします
- 弊社の責に帰すべき事由により広告を掲載することができなかつた場合も、弊社は、通常損害に限り責任を負うものいたします。また、損害賠償の総額は、原因のいかんにかかわらず、申込料金を上限といたします
- 記事広告は掲載時点での情報を基に制作するものであり、掲載後の修正は、原則、お受けできません。
- 葉機法、景表法等に係る内容・表現については外部の審査機関に審査を依頼します。その判断によっては表現・内容の修正、場合によっては掲載中止をお願いする場合がありますのであらかじめご了承ください。

広告表現に関する注意事項

- 広告原稿は事前審査が必要です。
- 記事体裁の広告は「AD」と明記し、編集記事と紛らわしい表現（広告原稿と弊社コンテンツの区別が不明瞭なもの、弊社媒体内のデザインやコンテンツを模したもの）は避けてください。体験談は実在の人物のものであることをご確認願います。
- 純広告内での媒体名使用はできません。（ハガキ宛先係名も含む。略号や識別番号等にしてください）
- 局部やバストトップの露出ほか、性に関する露骨な表現は避けてください。
- 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与えるおそれのある表現は避けてください。
- 特許は「取得済」のみ表示可能です。その際は必ず特許番号を併記してください。「特許出願中」は表示できません。

<インターネット広告の表現について>

以下に該当する広告は、掲載をお断りすることや修正をお願いすることがあります。

- PC、スマートフォンのウインドウ、アイコン、カーソル、ボタン等を想起させ、ユーザーの誤解を招く可能性がある表現
- クリック、タップ、マウスオーバーなど一般的な操作方法とそれによる表現手法に合致しない新たな操作概念による広告（マウスオーバーやマウスアウトで、サイトにジャンプする、ポップアップウィンドウが立ち上がるなど）
- 音声、サウンドを含む原稿は、デフォルト音声オフが条件です。またサイレン、クラクション音、叫び声、不快音などの使用は不可とし、ユーザーの意思によって音量調整、ON/OFFが明確に出来るボタンなどを表示してください。
- アニメーションを含む原稿（gif等）は、短時間に急激に変化するもの、原色、蛍光色、輝度の高い色がフラッシングする原稿などは変更をお願いすることがあります。また、アニメーションは15秒以内で、再生の無限ループは不可とします。
- ※その他、弊社が不適切と判断した表現については修正をお願いすることがあります。

広告掲載のお申し込みについて

- 広告の掲載は、広告掲載申込締切日までに、書面または電子メールにてお申し込みください。
- 広告掲載申込締切日は媒体により異なりますので、弊社営業担当までご確認ください。
- 広告掲載申込締切日以降の掲載延期や中止のご要望はお受けできません。
- 掲載する広告原稿は、弊社にて事前審査を行います。原稿審査の後、広告内容の修正をお願いすることや、掲載をお断りする場合があります。
- 掲載された広告内容（リンク先に掲載される情報を含みます）に関する一切の責任は広告主が負うものとし、弊社は如何なる責任も負わないものとします。
- 申込者の責めに帰すべき事由によって広告の全部または一部の掲載が行えない場合、弊社は一切の責任を負わないものとします。
- 弊社が行う広告原稿の審査、又は審査合格は、広告内容の適正性および適法性の保証を意味するものと解釈されないものとします。
- 広告申込規定・広告掲載規定・広告入稿規定
（https://biz.toyokeizai.net/files/user/pdf/ad/Toyokeizaionline_Nyukoukitei_202002.pdf）・広告料金・広告原稿仕様を改定する場合があります。お申し込みの際に、弊社営業担当までお問い合わせいただき、お申込者ご自身で内容をご確認ください。
- 広告掲載のお申し込みをいただいた場合、お申込者において「広告申込規定」「広告掲載規定」「広告入稿規定」を承諾したものと見なされることについて、予めご了解ください。
- 広告掲載のお申し込みをいただき、弊社が承諾の意思表示をした時点で、広告掲載契約が成立します。

東洋経済新報社・ビジネスプロモーション局 広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

広告掲載のキャンセル インターネット広告

お申込後のキャンセルについては以下の基準によりキャンセル料をいただきます。

純広告

入稿締切日以降：掲載料金の 100%

企画広告

掲載開始の 11 営業日前まで：掲載料金の 50%および実費
掲載開始の 10 営業日前以降：掲載料金の 100%および実費

企画広告について、上記の掲載料に加え、首都圏以外の出張費、著名人への謝礼、特殊撮影などにより別途制作費用が発生した場合の実費をいただきます。

【延期について】仮の掲載期間を確認したうえで料金はそのままスライドします。

「セミナー」のキャンセル

お申込、ご契約以降のキャンセルは、協賛料金の全額をお支払いいただきます。

..... 広告に関するお問い合わせ、お申し込みは

東洋経済新報社 メディア営業部

<https://biz.toyokeizai.net/ad/>

〒103-8345 東京都中央区日本橋本石町1-2-1

FAX: 03-3246-0679



お電話でお問い合わせ

03-3246-5600



メールでお問い合わせ

ad-ask@toyokeizai.co.jp