

# 新R25

20代ビジネスパーソンのバイブル

## MEDIA GUIDE

2019年10月 - 12月



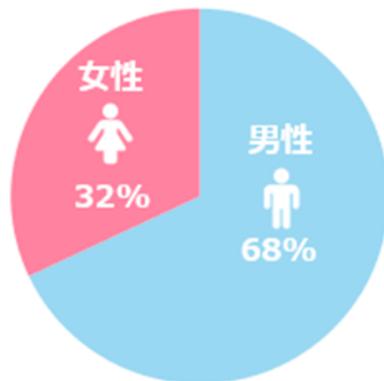
<b>CHAPTER 1. 新R25メディア紹介</b>	<b>3</b>
新R25とは？	4
メディアポジショニング	5
メディアの強み	6
新R25読者の特徴	7
<b>CHAPTER 2. エディトリアルアドの特徴</b>	<b>9</b>
新R25エディトリアルアドの価値	10
好感度を上げるための編集方針	11
好感度を上げるフォーマット/プラン	12
<b>CHAPTER 3. 新R25の影響事例</b>	<b>13</b>
<b>CHAPTER 4. 広告メニュー</b>	<b>21</b>
新R25 広告メニュー	22
制作フロー/スケジュール	37
ご留意事項	38
掲載可否基準	39

## CHAPTER 1

# 新R25メディア紹介

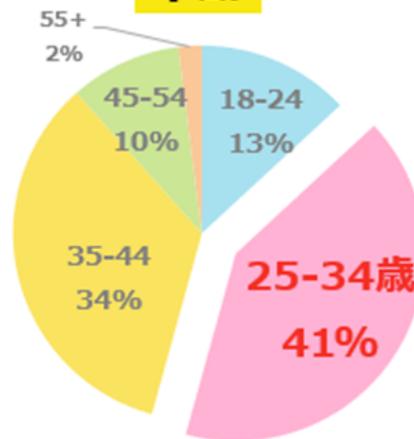
新R25は、現在や将来の自分に対してモヤモヤを感じている20～30代のビジネスパーソンがこれからの時代を生き抜くためのバイブルです。

## 性別



※2018年5月時点／Google Analyticsより

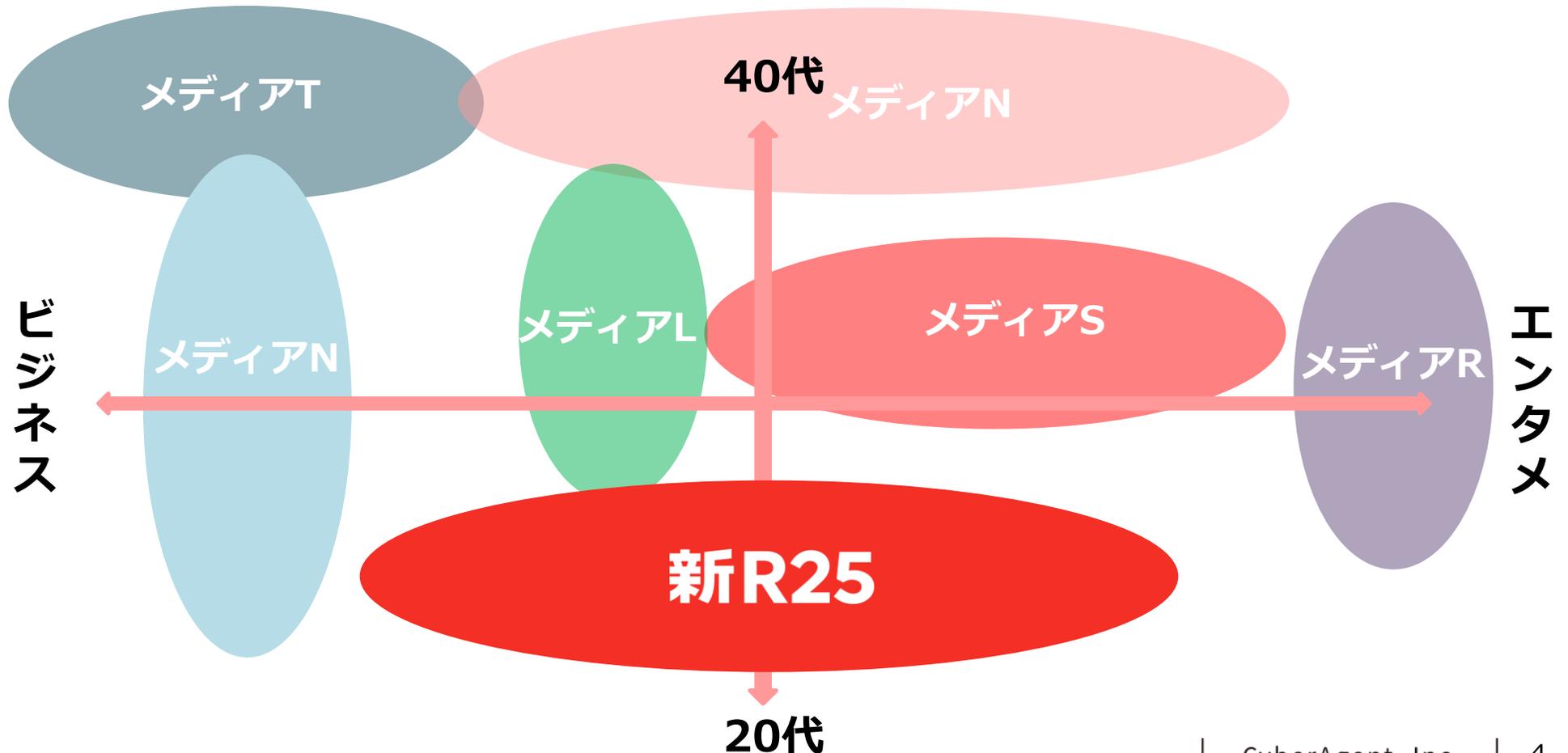
## 年齢



※2018年5月時点／Google Analyticsより



SNSを中心に情報収集する  
「成長意欲の高い若手ビジネスパーソン」に  
リーチできる数少ないメディアです。



## コンテンツを再現性高く話題化・拡散させる 企画力・編集力は業界随一

- ① 1記事100万PV以上の大ヒット記事を連発 ※外部PF上での閲覧含む
- ② Yahoo!アクセスランキング1位、Twitterのトレンド入りなどの実績多数



「あまよこで買って、何も買わない」  
限界まで使え。“世界の前澤”が語る「お金を増やす方法」はシンプルだった

Yahoo!全体ランキング1位  
Twitterトレンド1位



「別に金がなくていいじゃん」  
ホリエモンにお金について突っ込んだだけど、何を聞いても価値観はひとつだった

Yahoo!全体ランキング1位  
Twitterトレンド入り



「何々自慢に誇らしている」というウツラ  
「5億円稼いだら辞めると決めていた」カクコムを創業し、28歳でリタイアした男の今

Yahoo!全体ランキング1位  
Twitterトレンド入り



「自分の歌」を見つめ直してみよう  
もはや“達観の達人”。ひろゆきが教える「お金が欲しい」の無限ループから抜け出す方法

Yahoo!全体ランキング1位  
Twitterトレンド入り



「ベンを思い捨てる。アノログとデジタルの両方」  
「前田裕二流メモ術ってめんどくさくない？」とツッコんだら、そのウラにある壮大な想いを知った

Twitterトレンド1位



「リョウキョウ映画」が大人気  
芸人・ヒロシはビジネスで成功していた。ネガティブに「好きなことだけやる」仕事論

Yahoo!全体ランキング1位



「復讐が入ってくるの、すごく嫌だった」  
「初対面に加護に“お茶ついで”って言われて…」後藤真希が語る、チームをまとめる努力

Yahoo!全体ランキング1位



「ジョウクワシで映画を生きる」  
ただの“無謀な生活”じゃない。「家に住まない男」の暮らしがメリットだらけだった

Yahoo!ライフランキング1位



「人で中々に生きる話もあるのかもしれない」  
「本音で生きると決めたら、この形になった」“一夫多妻”で暮らす西山家のリアル（前編）

Yahoo!コメントランキング1位



「なんでもやる。結果が出るまでやる」  
想像を超えた「仕事論」の数々。倉持由香は間違いなく、売れるべくして売れた

Twitterトレンド1位



あの「野郎」が語り尽くす「野郎」  
この男はなぜ「稼げる」のか。投資家として生まれ変わった「新生・与沢翼」を徹底解剖！

Yahoo!全体ランキング2位



「復讐して、中居に言われたひと言にジーンときた」完全復活したヒロミが大切にしてきたもの

Yahoo!全体ランキング1位



どんな状況でも、「復讐」を持つ方法とは  
漢字も掛け算もスーパーで覚えた。小学校中退から社長になった男が選んだ「極端な働き方」

Yahoo!全体ランキング1位



「あるある探偵団」での本ブレイクを経て…  
「認知症の人をイジるのは、悪じゃない」レギュラーはいま、介護の現場で奮闘していた

Yahoo!全体ランキング1位



あれ？ マネーの「野郎」じゃないかも…  
「パイの実を食べるとときみたいに、突然お金がゼロになった」家入一真とお金の歴史

Twitterトレンド4位

## 自分磨きを重視し、人付き合いは狭く浅くを好む。 買い物はネット、SNSでの情報チェックが活発。

### ●基本属性

同じ年代の全体平均と比較して、都市部の居住者が多く、既婚率は22%と低い。職業は会社員の構成比の高さが目立つ。都心のためか通勤に電車を利用する割合が高い。一方でクルマの所有率は全体より低い。

### ●価値観

自分磨きと趣味が最も大切。そのため、仕事とプライベートならプライベートを大事にする。自分の世界を優先する傾向があるため、交流を広げることには消極的。友人には流されにくい性格。

### ●消費意識

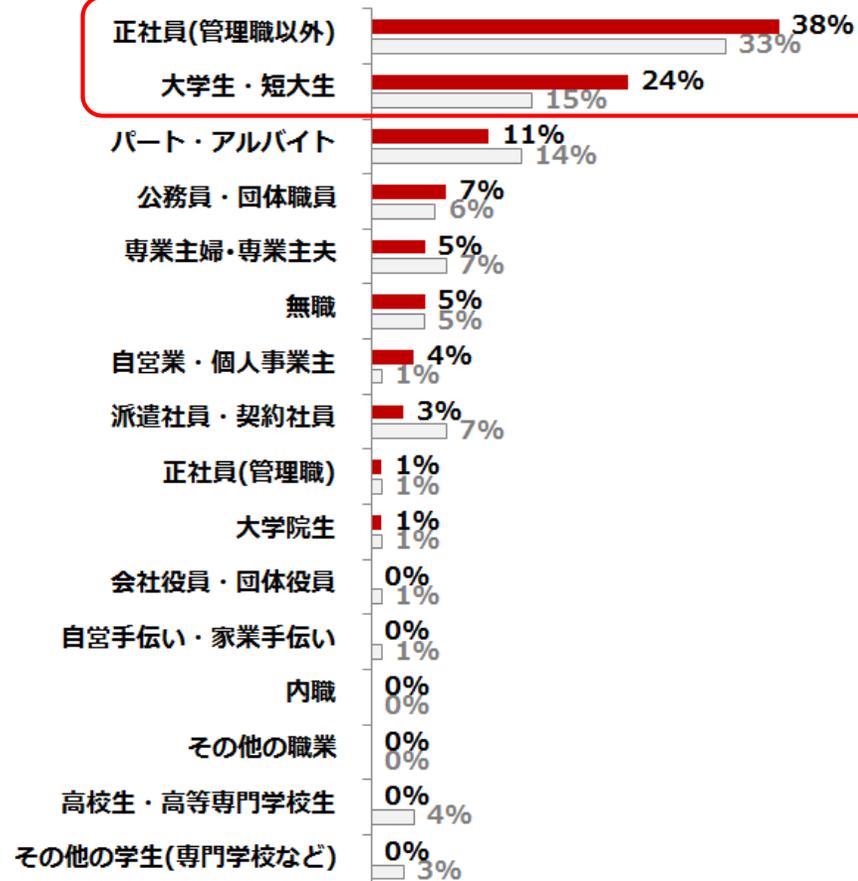
モノを買うときは熟慮するため、買ったものに対する愛着が強い。そのため一度気に入ると、長くその商品を買いつける傾向がある。購入検討時はネットでの情報収集を欠かさず、SNSの評判も重視。

### ●メディア

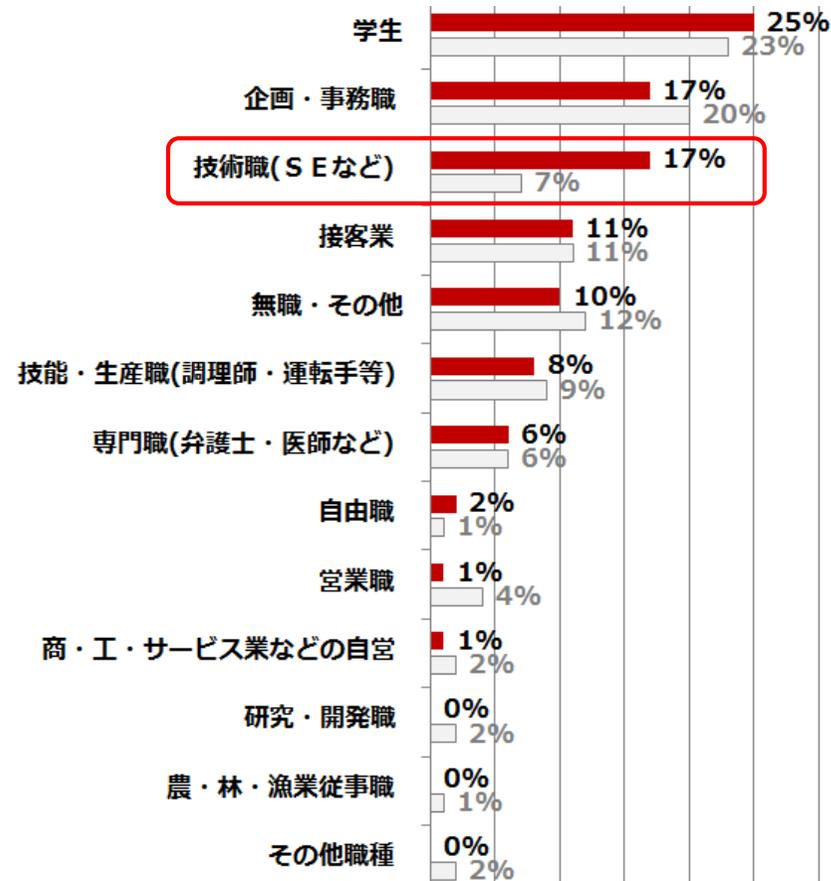
テレビ視聴時間が全体と比べ少ないが深夜時間帯の視聴は全体より多い。SNSの利用時間が多い。SNSの中では、特にTwitterの利用が多い傾向。新聞購読率は全体と比べ低いが、雑誌購読率は全体よりやや高い。

会社員の割合が最も高い一方で、大学生も閲覧。  
職種別では、技術職の比率が高い傾向。

## 職業



## 職種



## CHAPTER 2

# 新R25エディトリアルアドの特徴

新R25エディトリアルアドの価値は、  
「新R25らしさ」と「商材理解」を両立させたコンテンツで  
商材の好感度上げられる・ファンを増やせることです。

新R25らしさの  
あるコンテンツ

×

商材理解

好感度UP・ファン化

商材の好感度を上げるために、4つの編集方針を大切にしています。

①

## 徹底した読者視点

編集部が読者目線の質問を投げかけることで“企業起点のアピール”を脱却し、読者が共感できる入り口をつくります。

②

## リアリティの追求

取材対象の本音を引き出し、予定調和でないやりとりを展開することで真の意味で信頼される（嘘のない）情報発信を実現します。

③

## 人を立てた企画

影響力の源泉である“人”が顔を出して情報発信することで、信頼感や温度感のある訴求を実現します。

④

## 商材ど真ん中の魅力を訴求

新R25らしい切り口でありながら、しっかりと商材の魅力を訴求できる企画を立案します。

## 好感度を上げるコンテンツフォーマットや商品プランも用意しています。

### 新商品ポリス

編集部がPR担当者さまに読者目線の素朴な疑問をぶつけ、ポジティブな反論を引き出す連載です。



圧倒的な着心地の良さと品質へのこだわり

「サイズが微妙」「届くのが遅い」とZOZOのオーダースーツにツッコんだら、作り手の情熱に圧倒された



「働く人の相棒」は今も変わらない

ちょっと味薄くない？ ペットボトルコーヒーの先駆者「クラフトボス」にツッコんできた

### インフルエンサーのお悩み相談室

インフルエンサーや専門家が商材やサービスの広め方をPR担当者と一緒に考える連載。

マーケティング視点で読者に有意義な学びを提供しつつ、相談する過程で商品の魅力を存分に訴求していただける企画フレームです。



アイデアマンはこの難題をどう解く!?

数々の企画を立ち上げてきたこの人なら…

「下心をデザインしよう」キンコン西野さんに“若者の投票率を上げる方法”を覚えてもらった



熱狂に対してもっと速く進むから、支持者が集まる

“ブランド人”になりたい編集部員のツイッターを、田端&箕輪コンビがガチコンサル!

※企画はイメージです

## CHAPTER 2

# 新R25の影響事例



「動くひとの音」を体感してもらった

装着したままでも会話ができる!? ホリエモンが「動く人のためのイヤホン」を体験

**週休3日サラリーマン @bokuha99**

ホリエモンが褒めるって事は本当に良いものなんだろうなって普通に信じられる。この世からお世辞がなくなったら効率がいいよね。

**新木自由 @jiryu\_career**

秒で買ってしまった。モノの売り方の参考にもなります。堀江さんのようにしがらみなしで良いものだけを良いと言えると、良いと言った時の爆発力はハンパない

**やなぎー ゆるゆるリーダー @asmkztdikkuk**

ホリエモン@takapon\_jp が大絶賛したワイヤレスイヤホンまじでポチッとしちゃいそう笑  
もともとAppleのAirPodsより安いのにさらに割引されてる♪

**twitter | 野村高文 | 編集者**

ほとんど衝動買いってしないのだけど、記事を見てついポチってしまった。暇さえあればなんか聞いているから、自分の生活がどう変わるか楽しみ。

## スペシャルキャスティングプラン (堀江貴文氏)

「動く人のためのイヤホン」がコンセプトのイヤホンを“多動”な堀江さんにレビューしてもらおうという企画。新R25にいつも登場する率直な堀江さんの評価は圧倒的な信頼を獲得し、商品の購入意欲が高まった読者が続出しました。

**ケンゴロウ@ウンコ漏らす取締役 @kengorou**

げっ！これ超いいやん！！欲しい！！買うものリストに入れとこう...

**廣瀬 翼 (つー) @wingYORK930**

そろそろワイヤレスイヤホンにしようかな、でも充電が面倒だなと思って。これ欲しい。通話時、マイクはどれくらい音拾ってくれるのかな。

**twitter | スギタ**

これフツーに使いたいな。2年使ったAirPodsが1時間でバッテリー切れするへなちょこもやしになってしまったので買い替えたい。...

**Aki@キュレーション @AkiCuration**

え、なにこれ、超いいじゃん。欲しい  
装着したままでも会話ができる!? ホリエモンが「動く人のためのイヤホン」を体験 | 新R25 @shin\_R25

**室下 敏 M&Aによる地方創生を目指す! @muroQ**

なかなか気になっているワイヤレスイヤホンが見つからなかったけど、これは欲しくなる。

**Junpei.Nakasone @JunpeiNakasone**

R25やっぱり記事の書き方上手だな。これは買いたくなりますね。

**飲み会計士Yuta Saitoh @utahs\_on**

広告記事なのに全くそれを感じさせない。欲しい!(AirPodsあるけど)

**坪田拓也@VC(サムライインキュベート) @TakuyaTsubota**

新R25の記事広告めっちゃ良いな。今のワイヤレスが壊れてたから買ってしまった。笑

**≡H/4施術屋”紹介の本々/H/C @HHIKARI7**

普段から本音で話す人だからこそ、露骨な宣伝にならず信頼できる。

広告タレント起用も減るかもね。

**やまもと @ssb\_log**

こんなにあからさまなのに、まったく嫌じゃない広告記事ある?



記事からそのまま株が買えるサービス!?

「“お金がほしい”はもっと肯定されるべき」そう主張する倉持由香が感動した投資サービスとは？

## スペシャルキャスティングプラン（倉持由香氏）

リニューアルした投資情報サービスのタイアップ記事に「お金にこだわるグラビアアイドル」倉持由香さんを起用。お金に対する大切な考え方を啓蒙しつつ、倉持さんからサービスのコンセプトや内容に対する共感を引き出すことに成功しました。

 真緒 @m\_k\_518

ワンコインで株買えるとかちょっと買ってみたいな😞将来好きなアイドルの事務所の株買いたいから練習したい...

 miraru @miraru0927ken

お金についてもっと考える機会を増やすことが大事、確かに大切なお金ですからね☆FROGGYについても勉強になりました☆

 ≡オドウアキラ @FmzITPQNP8A12M7

これ面白かった！！

株での投資は証券会社へ入る割合が多過ぎる、と元証券マンに聞いたことがあったけど、応援で買いたい。

 Ren\_sol @solt\_ren

投資を始めたって相談受けたらこれ勤めてみてもいいかも。記事見て買うほうが好きなものに投資できる

 がれあす @pgareasu88

お金が欲しいと願うだけではなくて稼ごうとする姿勢好きだわ～。お金の事を気軽に分かりやすく書いてある良い記事だね。少額からの←ここ重要投資するだけで嫌でも興味持つよね。

 テパートガールこけちゃん® @kokechan71

PR記事にまんまとつられてしまいました...面白かったもので...

 エツフェ @effernov

仰ることごもっともで、何もしないことが自身にとって最大の罪。お金の話はもっとオープンであるべき！

 twitter | MIX/ホテルベンチャーのチャラ男

みんなでお金に正直になりたいですねー！ ...



「本当はビールが飲みたい」向き合いました」

「うまさの追求」って何したの？ 売れまくりな「本麒麟」開発の舞台裏を聞いてきた

twitter | 青木 勲@広報

PR記事らしいけど飲んで観たくなった。買ってみよう。

twitter | ハシモツティ@糸島んちゆ  
売れすぎやろ

うまさの追求"って何したの？ 売れまくりな「本麒麟」開発の舞台裏を聞いてきた | 新R25

たいそん@ダイエット広告に騙され...  
@YamamotoTyson

フォローする

仕事柄【PR記事】と書いてあると、それだけで読み飛ばしてきたけど、これは初めて読んでみたいと思ったし、面白かった

それは、広告主にお金で書かされたんじゃないんで、編集者がお金を貰ってプライド持って書いた記事と思えるから

編集長 @mw19830720 の顔が見えるって強い

## 企業担当者インタビュー（連載：コスパの流儀）

「うまさを追求」とアピールしていた本麒麟に対し、「実際にどんな試行錯誤をしたのか？」を読者目線でポップに掘り下げた企画。商品のハード面ではなくソフト面を訴求することで、同商品の好感度を上げることに成功しました。

みさき/広め人  
@misaki2018jp

フォローする

【本麒麟開発の裏側】

- ・消費者の本音に向き合った
- ・赤はキリンらしさと味の深みなどを表現
- ・飲みごたえを重視して6%に
- ・ファンが考えたYOSHIKIRINをキャンペーンに起用

消費者の声を実現させるのって簡単なことじゃない。  
ビール飲めないけど飲みたくなる...！  
#新R25

twitter | かけるん@ぱり☆すた  
正直ビールは苦手だけど  
これが出てからは常飲してる  
安いのにうまいからそりゃ売れるわ

twitter | TOMO

本麒麟が発売されて真央ちゃんのCM見てからは本麒麟ばかり飲むようになって、美味しくって今は虜になってます🥰❤️...

twitter | 板橋カワソ海兵隊@7/7~8マリン  
これガチマジで美味い。

#本麒麟

榎原 太郎  
@tarosakakibara

フォローする

「うまさの追求」って何したの？ 売れまくりな「本麒麟」開発の舞台裏を聞いてきた | 新R25 [r25.jp/article/558584](https://r25.jp/article/558584) ...  
これ、ほんとうにおいしい。発泡酒なの？ってなったもんなあ。くやしい。

鴻巣 理恵  
@k\_nosu

フォローする

#新R25 の記事で見かけて気になっていた、#本麒麟 に浮気する土曜日の夜です🍻



## マーケティングファネルの全ステップにおいて大きくブランドリフト

※自動車メーカー様の事例。記事広告への接触/非接触者での比較。

**認知 58%UP**



**好意 55%UP**

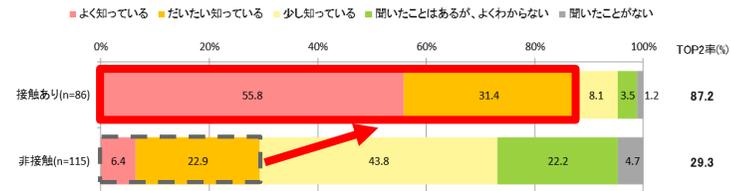


**購買検討 49%UP**

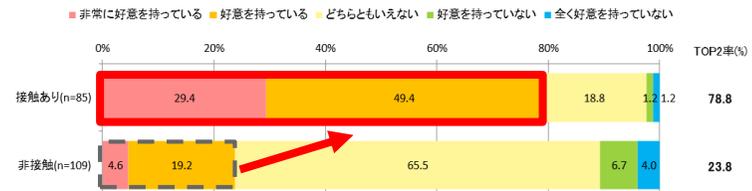


**購買意向 45%UP**

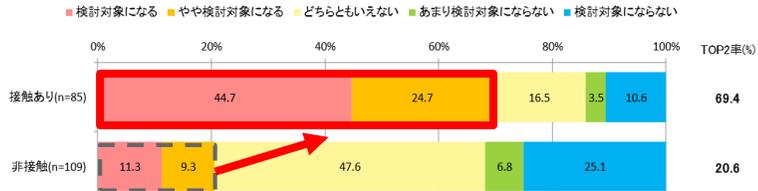
Q 以下のクルマについて、どの程度知っていますか。



Q 以下のクルマについて、全体的にどのような印象をお持ちですか。



Q クルマの購入を検討するとしたら、以下のクルマを検討対象に入れても良いと思いますか。



Q 以下のクルマに関して、購入したいと思いますか。



## 槇野光昭さん

『価格.com』創業者

28歳のときに自ら創業した『カカクコム』を売却し、ビジネスの世界から引退していた槇野光昭さんの復帰インタビュー。

“20代でアガった男”の人生と本音を迫体験できる骨太なインタビュー記事で、1記事**300万PV**以上の大反響。新たに立ち上げた美容室への求人応募や店舗への来客が大幅増加しました。



「悠々自適に暮らしている」というウワサも…

「5億円稼いだら辞めると決めていた」カカクコムを創業し、28歳でリタイアした男の今

理想通りの“悠々自適な生活”へ。資産運用で毎月500万円の不労所得



槇野

そして、ここからが本題です。

28歳にして莫大な資産を手にしたあとは、どのような生活を…?

## 反響実績（一部）

- Yahoo!ニュース総合**1位**（300万PV越え）
- Twitterトレンド入り
- 広報求人応募**30件**超
- 店舗への来客大幅増
- Twitterアカウント開設、**5,000**フォロワー増

## 北野唯我さん

『天才を殺す凡人』 著者

書籍の内容を読者視点で掘り下げたインタビュー記事がSNSで反響を呼び、紹介した書籍がAmazonのベストセラーランキング3位にランクイン。経済メディアでも新R25の記事をキッカケに売上が伸びたことが取り上げられました。



「天才」「秀才」「凡人」には境界線なんてない

僕たち凡人はどうしたらいい？「天才を殺す凡人」の著者に相談したら“勘違い”を指摘された



北野唯我@天才を殺す凡人7.5万部(1...  
@yuigak

フォローする

【天才を殺す凡人：1ヶ月で6万部突破】  
うおおー！！なんと、さらに増刷がかかり発売1ヶ月で6万部を突破しましたー🥳🥳  
加えて東洋経済のAmazon週間ベストセラーで全ビジネス書のBEST3にランクイン。  
今週のランクインは、新R25さんの記事がバズったことが大きい。素晴らしい記事に多謝です。。！

GO代表取締役  
PR/Creative Director

三浦崇宏さん

広告代理店時代の経験やコミュニケーションプランナーとしての考え方をさまざまな角度から取材。

特に「人脈論」をテーマにした記事はSNSで反響が大きく、TBSの番組でも内容が取り上げられました。



「パーティーに行くんじゃなくて、自分で開け」

「人脈」なんて言葉を使ってるヤツはクソ。#三浦崇宏の人脈論

プロ無職

るっいていさん

“プロ無職”を名乗り、遊びを仕事にするライフスタイルを体現しているるっいていさんの人生と価値観を計3回に渡り取材。

Twitterのフォロワー大幅増、本人への出版オファーなどの反響がありました。



Airbnb創業者も会いに来た！

なぜ彼に年間300万円のスポンサーがつくのか。プロ無職・るっいていのアツい生き方



headlines.yahoo.co.jp/hl? a=20180725-...

TENGA広報

工藤まおりさん

TENGA社の広報、工藤まおりさんは新R25の記事をきっかけにTwitterのフォロワーが大きく増加。

本人の質問箱にも質問が殺到する状態が続きました。



「オカズにされる状況」に逆に燃えた。TENGA広報・工藤まおりが選んだ「欲望に忠実な人生」

#peing #質問箱 peing.net/ja/qs/ 47910405

## CHAPTER 4

# 広告メニュー

オリエンシートをもとに、編集部が広告主様の商材・サービスに関するタイアップ記事を作成・掲載いたします。



記事広告タイアップ	
価格	200万円
想定記事PV数	20,000PV
制作物	編集部作成記事 1本
お申し込み期間	掲載希望日の16営業日前まで
オリエンシート・画像素材入稿期限	掲載希望日の16営業日前まで
レポート項目	① 合計記事PV数 ② 合計クリック数/CTR ③ Facebookリアクション数 (いいね数とシェア数の合算値)

※作成した記事内には広告である旨を明記致します。

※掲載後のレポートは、掲載4週間経過後の①合計記事PV数②合計クリック数・CTR

③Facebookいいね数をご報告致します。

※レポート提出は掲載後4週間経過後、約3営業日頂きます。

※掲載枠の保証・報告は致しかねます。

↑新R25内掲載枠(メディア回誘惑記事下) Ameba内掲載枠 (Amebaアプリ)

などに掲載される予定です。※詳細は後述

※ボタンのデザインは効果改善のために、随時変更になる可能性があります

※掲載後、4週間経過時点で想定記事PV数を下回った場合には、想定記事PV数に達するまで

引き続き媒体任意の誘導枠に無償で掲載させていただきます。

※事前掲載可否が必須となりますので予めご了承ください。

※掲載日は営業日のみで、土日祝日の掲載は致しかねます。

※作成した記事の、Facebookアカウントでの投稿は保証致しかねます。

※Facebookの数値は、Facebook社の仕様変更等によりやむを得ず計測できなくなる可能性があります。

※掲載時はメインタイトルを使用致しますが、CTRを加味して媒体判断でタイトルを変更させていただきます。

R25世代に関心の高いジャンルやテーマで多数の連載を展開しております。  
一部の連載は記事広告タイアップで活用することが可能です。

※連載企画の内容変更や終了に関しましては営業にお問い合わせくださいませ。





## 連載概要

新商品や新サービスに対して編集部が読者目線で疑問をぶついたり、ツッコミを入れていくインタビュー企画。

「企業からのPR」という文脈ではなく、あくまでも読者目線に立った入り口から商品の魅力や開発に至る企業努力を浮き彫りにしていきます。

## 記事（切り口）イメージ



「働く人の相棒」は今も変わらない

ちょっと味薄くない？ ペットボトルコーヒーの先駆者「クラフトボス」にツッコんできた



ビールの新しい可能性を8年かけて生み出した

透明ブームに乗ったんでしょ？ 話題の透明な発泡酒「クリアクラフト」にツッコんできた

※両記事ともに、最後は筆者の主張や筆者自身の魅力がより伝わる方向に着地しております。

## PR活用イメージ

飲料、食品、家電、自動車、アプリなど、どんな商品・サービスのPRにもご活用いただけます。



## 連載概要

何にでもコスパが求められる時代になったけど、「安くいいモノ」をつくるのはカンタンじゃない。

現代の若者たちに支持されるコスパにすぐれた商品やサービスを提供する企業のこだわりや、知られざる努力に迫ります。

## 記事例



安く早いウラには、緻密な戦略がありました。

“安かろう悪かろう”じゃない。QBハウスが「カット10分1000円」を実現できる秘密



集中力アップにつながるメガネも新登場!?

“視力の良い人”にもメガネを売る。販売本数日本一、安さを超えた「JINS」のヒット戦略

## PR活用イメージ

リーズナブルさやコストパフォーマンスをウリにしている商材であれば、飲料、食品、家電、自動車、アプリなど、どんな商品・サービスのPRにもご活用いただけます。



## 連載概要

日々働いていると、ついダラけてしまったり、行き詰まったりしてしまうことも多い。そんな悩みを手軽に解消できる方法はないのだろうか…？

医師や専門家に相談して、仕事に効果のある"カラダハック"を教えてください！

## 記事（切り口）イメージ



最高の「作業用BGM」はある？

「集中力を上げる効果はない」とわかっていても、脳研究者が仕事にBGMをかける理由



大人になると時間が早く過ぎるのはなぜ？

土日の体感時間を“1週間”に延ばせる!? 目からウロコの「時間の長さコントロール法」

## PR活用イメージ

医薬品、医薬部外品、化粧品などを想定。

前段で医師の説明パートが入り、（医師パートはPR不可）後段で商品紹介になります。

新R25おなじみのビジネスインフルエンサーがタイアップ記事に主演。  
本人のSNS投稿で各々のファンにもリーチすることが可能です。



スペシャルキャスティングプラン	
価格	230万円～400万円 ※インフルエンサーSNS投稿費用込み
想定記事PV数	20,000PV
制作物	編集部作成記事 1本
お申し込み期間	掲載希望日の20営業日前まで
オリエンシート・画像素材入稿期限	掲載希望日の20営業日前まで
レポート項目	① 合計記事PV数 ② 合計クリック数/CTR ③ Facebookリアクション数 (いいね数とシェア数の合算値)

※作成した記事内には広告である旨を明記致します。

※掲載後のレポートは、掲載4週間経過後の①合計記事PV数②合計クリック数・CTR

③Facebookいいね数をご報告致します。

※レポート提出は掲載後4週間経過後、約3営業日頂きます。

※掲載枠の保証・報告は致しかねます。

↳新R25内掲載枠(メディア回誘惑記事下) Ameba内掲載枠 (Amebaアプリ) などに掲載される予定です。※詳細は後述

※稼働が発生する場合、別途お見積りが必要になりますので、お問い合わせくださいませ。

※掲載後、4週間経過時点で想定記事PV数を下回った場合には、想定記事PV数に達するまで

引き続き媒体任意の誘導枠に無償で掲載させて頂きます。

※事前掲載可否が必須となりますので予めご了承ください。

※掲載日は営業日のみで、土日祝日の掲載は致しかねます。

※作成した記事の、Facebookアカウントでの投稿は保証致しかねます。

※Facebookの数値は、Facebook社の仕様変更等によりやむを得ず計測できなくなる可能性があります。

※掲載時はメインタイトルを使用致しますが、CTRを加味して媒体判断でタイトルを変更させていただきます。

※ボタンのデザインは効果改善のために、随時変更になる可能性があります。



## 新R25 スペシャル キャスティング プラン



※インフルエンサーリストは営業にお問い合わせください。

貴社の商材に関連する新しい連載を実施することが可能です。



新R25 新連載タイアップ	
価格	1000万円 (1本あたり150万円/連載ページ100万円) ※アサイン費別途
想定記事PV数 (4週間での数値)	20,000PV (1記事あたり) ×6本分
制作物	①編集部作成記事6本 ②連載ページ
お申し込み期間	掲載希望日の40営業日前まで
オリエンシート・画像素材入稿期限	掲載希望日の40営業日前まで
レポート項目 (各記事ごとにご提出いたします)	① 各記事合計PV数 ② 合計クリック数/CTR ③ Facebookリアクション数 (いいね数とシェア数の合算値)

※掲載の順番は新着順となるため、上部固定ではございません。

特集枠を作成し、タイアップ記事を3記事掲載致します。  
連日公開し、新R25内で盛り上げを作ることが可能になります。

## SPブラウザ

## 特集ページ

## 特集記事



### はじめての転職 サバイバル

新人と呼ばれる時期を終え、だんだんと仕事にも慣れてきたR25世代のビジネスパーソン。「自分のキャリアは、本当にこのままでいいのだろうか？」など考える機会も増えてきているはず。そんな悩める読者に対し、自分自身のキャリアを見つめ直すきっかけ、そして転職活動で活用できる実践的なノウハウをお届けします！



「転職しようとした」過去も…!

被害者意識にまみれず、本質的な仕事をすべし。田端信太郎が回顧する「20代の働き方」

仕事・ビジネス 2018.08.07 by 新R25編集部

特集 はじめての転職 サバイバル

新人と呼ばれる時期を終え、だんだんと仕事にも慣れてきたR25世代のビジネスパーソン。



新R25 特集タイアップ	
価格	600万円（1本あたり170万円/特集バナー90万円） ※アサイン費別途
想定記事PV数（4週間での数値）	20,000PV（1記事あたり） ×3本分
特集掲載期間	PR記事1記事目掲載開始～3記事目掲載後4週間
制作物	①編集部作成記事3本 ②特集ページ
お申し込み期間	掲載希望日の40営業日前まで
オリエンシート・画像素材入稿期限	掲載希望日の40営業日前まで
レポート項目 (各記事ごとにご提出いたします)	① 各記事合計PV数 ② 合計クリック数/CTR ③ Facebookリアクション数 (いいね数とシェア数の合算値)



- 通常のメニューとは掲載可否が異なります。詳しくは担当営業へご相談ください。
- 誘導枠はランダム表示となります。また、掲載位置・媒体のデザインは予告なく変更となる可能性があります。
- 特集内の記事の選定、記事数、表示順位については、媒体任意となります。
- 誘導枠のクリエイティブは媒体制作となり修正はできかねます。

※SPブラウザイメージ画像となります。  
※掲載場所は変動する可能性があります。

# オプションメニュー

## 二次利用

原則無償になります。※第三者出演記事は要確認。  
弊メディアへ連絡なしに二次利用は固くお断りさせていただきます。

### 想定範囲

- ・クライアントホームページ
- ・ブランドSNSアカウントによるポスト投稿
- ・店頭POP活用

※内容次第で金額をいただく可能性はございます。

## 追加誘導

新R25追加誘導プラン（Facebook/Twitter）を最低発注（100万円）頂いた場合のみ  
代理店様、クライアント様にて追加誘導（GDN,YDN等）を実施可能になります。

スペシャルキャスティングプランに関しては、新R25の追加誘導のみになります。  
※代理店様、クライアント様での追加誘導は実施できません。

## 新R25のFacebookアカウントを活用して、 編集記事へのリーチを増やすことが可能です。

**1 「コンテンツ」として発信**



※広告表記が必ず入ります。

**2 ターゲットへのリーチ**



**3 Facebook上でのさらなる拡散**



Facebook誘導	
最低発注金額	100万円
誘導数	16,666PV
換算CPC	60円～
誘導期間	2週間～
想定セグメント	男性・女性×20,30代
レポート項目	①誘導数 ②いいね数 ③シェア数 ④コメント数 ※期間の合計値をご報告いたします。

- ・期間は目安となります。
- ・製作した記事、1記事ごとに上記のプランを適用可能です。
- ・配信するクリエイティブは媒体制作となります。
- ・上記のプランをご活用頂いた場合、クリエイティブ内にFacebook指定の広告表記が挿入されます。
- ・配信するアカウントは新R25になります。
- ・記事掲載日から2営業日程度で誘導を開始致します。（Facebookの可否審査があるため）
- ・Facebookの仕様が変更になった場合、やむを得ずスペック等が変更になる場合がございますので、予めご了承ください。
- ・配信終了日に計上となります。
- ・その他の詳細規定に関しては、Facebook社の広告規定に準じます。

## 新R25のTwitterアカウントを活用して、編集記事へのリーチを増やすことが可能です。

**1 「コンテンツ」として発信**



※広告表記が必ず入ります。

**2 ターゲットへのリーチ**



**3 Twitter上でのさらなる拡散**



Twitter誘導	
最低発注金額	100万円
誘導数	16,666PV
換算CPC	60円～
誘導期間	2週間～
想定セグメント	男性・女性×20,30代
レポート項目	①誘導数 ②いいね数 ③シェア数 ④コメント数 ※期間の合計値をご報告いたします。

- ・期間は目安となります。
- ・製作した記事、1記事ごとに上記のプランを適用可能です。
- ・配信するクリエイティブは媒体制作となります。
- ・上記のプランをご活用頂いた場合、クリエイティブ内にTwitter指定の広告表記が挿入されます。
- ・配信するアカウントは新R25になります。
- ・記事掲載日から2営業日程度で誘導を開始致します。（Twitterの可否審査があるため）
- ・Twitterの仕様変更になった場合、やむを得ずスベック等が変更になる場合がございますので、予めご了承ください。
- ・配信終了日に計上となります。
- ・その他の詳細規定に関しては、Twitter社の広告規定に準じます。

実際に読了したユーザーに態度変容調査を実施することが可能です。  
Before/Afterの比較ではなく、ユーザーが記事を通して、  
どう感じたかを可視化します。



『〇〇〇』の記事に関して、ご意見・ご感想をお聞かせください。

\*必須

記事閲覧前に、『〇〇〇』をご存知でしたか？ \*

知らなかった

名前は聞いたことある

製品情報も含めて知っていた

使用したことがある

このフォームは株式会社サイバーエージェント内で作成されました。不正行為の報告・お問い合わせ  
Google フォーム

記事下ブランドリフト調査	
追加費用	500,000円
合計サンプル数	n = 50~100 ※N数は担保不可
設問数	10問
調査対象サンプル	記事読了ユーザー

- ・記事レポートと合わせてレポートさせていただきます。
- ・設問数10個以上をご希望の際はご相談ください。
- ・記事掲載をもって納品完了となります。

マクロミルの保有するアンケート専用モニター（マクロミルモニタ）を活用し、態度変容調査を実施することが可能です。通常取得できる定量的なデータとは別に、**ユーザーの理解度や好感度の向上度を可視化できます。**



## ▼ご実施メリット

- 1 通常では計測できない、ブランドへの好感度や商材の理解度を可視化できます。
- 2 記事掲載後でも実施可能です。  
※強制接触による調査のため
- 3 ご実施頂く施策とセットで調査いただくことで、都度の施策の見直しも可能となり、より価値の高い商材情報を閲覧者へ提供が期待できます。

Brand Lift Report	
追加費用	500,000円
合計サンプル数	n=100
設問数	10問
調査対象サンプル	性別、年齢/全国

- ・お申し込みから最短10営業日でレポートのご提出が可能です。
- ・設問数・内容は予め決まっており、カスタマイズする際は別途費用が発生いたします。
- ・設問数10個以上をご希望の際はご相談ください。
- ・ユーザーの絞込をご希望の場合はご相談ください。
- ・調査結果提出をもって納品完了となります。

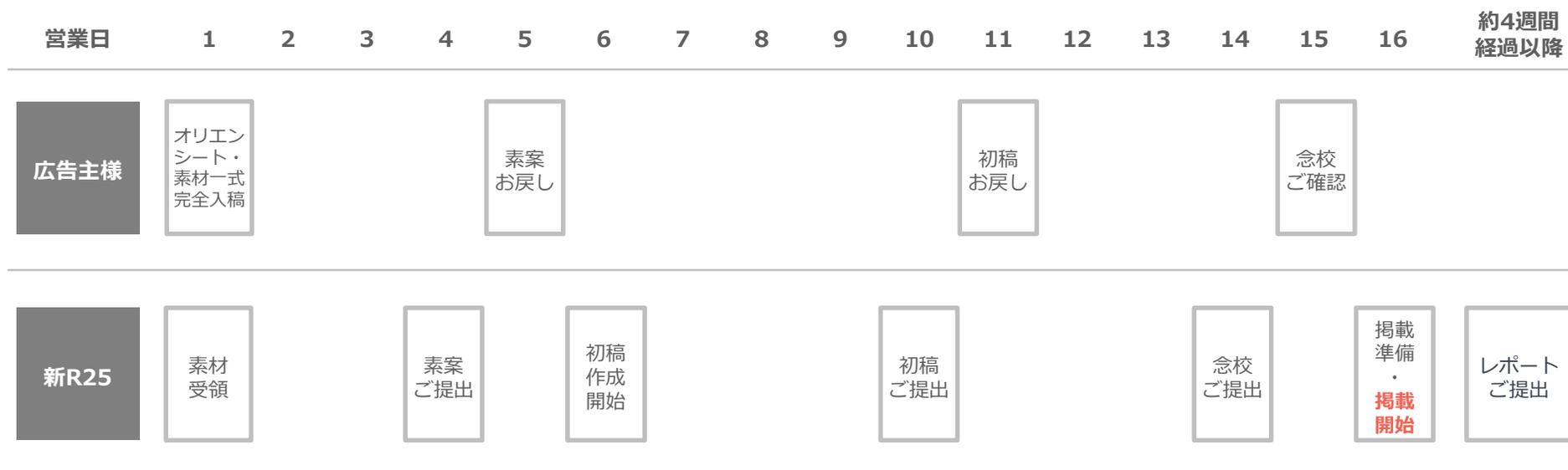
※広告記事ページに接触したユーザーに対しての事後調査ではなく、

2019年10月1日～2019年12月31日付掲載分まで有効です。

最低16営業日

4週間後

## ◆最短スケジュールイメージ



- 上記のスケジュールはあくまでイメージです。確定スケジュールはオリエンシートご入稿後にご提出致します。
- 編集権はメディアに帰属致します。
- オリエンから記事掲載までは最低16営業日頂いております。医薬品や医薬部外品、薬機法に関わる商材の場合は16営業日以上必要となります。
- 修正は1回まで、素案決定後の構成の変更・修正は致しかねますので、予めご了承ください。
- オリエンシートにご記載頂く内容については、あくまでも“ご要望”となります。よって、こちらの内容が記事内に反映されることを致しかねます。予めご了承ください。
- オリエンシートご入稿後のご要望事項の追加及び変更に関しては、お受けできませんことを予めご了承ください。
- 記事の執筆にあたっての競合企業排他は行いませんことを予めご了承ください。
- その他ご留意事項は次ページをご確認ください。

## <記事制作・掲載におけるご留意事項>

- 編集権はメディアに帰属致します。
- 記事内には広告である旨を明記致します。
- オリエンから記事掲載までは最低16営業日頂いております。医薬品や医薬部外品、薬機法に関わる商材の場合は16営業日以上必要となります。
- 修正は1回まで、素案決定後の構成の変更・修正は致しかねますので、予めご了承ください。
- レポートは、掲載から4週間経過後の ①合計記事PV数 ②合計クリック数・CTR ③Facebookリアクション数をご報告いたします。
- レポート提出は掲載後4週間経過後、約3営業日頂きます。
- 記事内設置をご指定可能なURLは最大2種類となりますので予めご了承ください。
- オリエンシートにご記載頂く内容については、あくまでも“ご要望”となります。よって、こちらの内容が記事内に反映されることをお約束するものではございませんことを予めご了承ください。
- オリエンシートご入稿後のご要望事項の追加及び変更に関してはお受けできませんことを予めご了承ください。
- 記事の執筆にあたっての競合企業排他は行いません。
- 作成した記事は、サービスが存続する限り半永久的に掲載されます。掲載後の修正は致しかねます。
- メディアの方針により、デザイン等の変更が生じる場合がございますので、予めご了承ください。
- 掲載枠のクリエイティブはメディアに帰属致します。掲載枠の保証・報告は致しかねます。
- 掲載枠は新R25内掲載枠(メディア回遊枠記事下※1) Ameba内掲載枠 (Amebaアプリ※2) などに掲載される予定です。
- 掲載時はメインタイトルを使用致しますが、CTRを加味して媒体判断でタイトルを変更させていただきます。
- 掲載後4週間経過時点で想定記事PV数を下回った場合には、想定記事PV数に達するまで引き続き媒体任意の誘導枠に無償で掲載致します。
- 事前掲載可否が必須となりますので、予めご了承ください。
- 記事の2次利用は原則不可となります。
- 掲載後のリンクの差し替えは不可。リンクの削除は、掲載前までにその旨ご連絡いただいた場合、該当リンクを削除いたします。
- 掲載日は営業日のみで、土日祝日の掲載は致しかねます。
- 掲載をもって納品完了となります。
- 障害等により、一時的にサイトへアクセスできない状態が発生した場合は、該当期間で損失したと想定されるPV分、媒体任意の誘導を強化致します。
- 広告記事のFacebook投稿は保証致しかねますが、投稿される場合にはテキスト内に「PR」という文言を明記致します。
- 記事内でのクリック数をカウントする場合、画像出典URLが「http://lo.ameba.jp/XXXX」と表示されます。予めご了承ください。
- 業種規制については以下記載のとおりとなっております。
  - 〔要調整〕健康食品、ダイエット関連商品、医薬品/医薬部外品、下着、消費者金融、出会い系サービス、結婚紹介サービスなど
  - 〔不可〕毛髪/体臭関連商品、病院、パチンコ、宗教、ノウハウ系情報商材など
- \* 上記に加え、別紙「Ameba全メニュー共通注意事項」のご確認をお願い致します。

※1 メディア回遊枠記事下  
2記事目スクロール30%  
到達時点で1PVカウント

※2 Amebaアプリ内



## <連載タイアップ制作・掲載におけるご留意事項>

- 連載実施にあたって、媒体の掲載可否を事前に確認していただく必要がございます。通常の可否とは基準が異なりますので、都度ご相談くださいませ
- 掲載記事3本は、基本的に1記事目掲載から1ヶ月～最長2ヶ月の間ですべて掲載いたします。
- 実施期間終了後、連載はアーカイブされます。
- 連載TOPページに広告である旨を記載いたします。
- 連載の表紙クリエイティブは媒体制作となります。
- 掲載した月ごとに計上となります。

## Amebaの掲載可否に加え、新R25には掲載可否基準がございます。予めご了承ください。

- ① **前提** 掲載される媒体において、独自のカラーに合わせた編集を行い、ユーザーに広告主様情報を最適化して届けるため、下記制限がございます。
- オリエンシートで訴求内容の詳細情報を記載頂きますが、媒体で切り口や利用画像の選定を実施するため、その指定は致しかねます。
  - NG表現等考慮致しますが、初稿ご提出後は、誤字脱字、事実と異なる記載がある場合や画像の差し替え以外の修正はお受け致しかねますので予めご了承ください。
  - 広告主様は問題なくとも、訴求内容によってお受けできない可能性があることを予めご了承ください。
  - 記事の紹介箇所については、購入頂く広告枠を除き、全て媒体一任となります。予めご了承ください。
  - 掲載された記事についてはメディアが存在する限りアーカイブとして残ります。削除できかねることを予めご了承ください。
- ② **基本掲載可否** 純広における規定に準じた上で下記特別可否を設けさせていただきます。
- 純広と異なる点。
    - 業種に関して、記事執筆の切り口になるような特徴を見出せないケース。
      - 特に健康食品・通販コスメ・エステ等については、媒体として適切な切り口が見出せないと判断した場合、お受けできない可能性もございます。
    - 掲載メディアの属性をターゲットとしない広告主様、訴求内容の場合。
    - 記事内で使用する画像は、いわゆるバナークリエイティブは不可。
      - 編集記事に利用される画像は、メディアの世界観と合ったもので入稿をお願い致します。
        - \* どれを使用するかは媒体選定となります。
        - \* また、場合によって、入稿頂いたもの以外の画像を利用する可能性もございます。
    - 訴求内容に特徴がない。もしくは、媒体カラーに合わないと判断した場合、掲載NGになることがございます。
    - 同訴求内容で複数記事執筆を行う際、執筆可能な本数が状況により変動致します。ケースによってはお受けできない可能性もございます。
    - 事前掲載可否確認の際、全ての素材が揃っていない場合、商材ベースでの可否判断となり、素材確定後に正式に判断致します。
- ③ **媒体別掲載可否基準** 新R25にはAmebaの掲載可否とは別に、それぞれ独自の掲載可否基準を設けておりますので、都度ご相談願います。