

週刊新潮

「新しい生活様式」を生きる「ちから」がわいてくる

夏の「キーワード」企画

連合広告企画

2020年8月6日発売号
(夏季合併増大号)

(株)新潮社 広告部

【企画主旨】

新型コロナウイルス感染拡大にともなう緊急事態宣言が相次いで解除され、私たちの暮らしは「新しい生活様式」のもと次なるステージを迎えました。

経験したことのない状況下にある私たちは今こそちからを合わせ、この時代を生き抜くための英知を結集することが必要です。各界の第一人者によるちから強いメッセージを「キーワード」に凝縮し、ご協賛企業様のメッセージと併せて新生活を切り拓く大いなる活力をお届けする——これが本企画のねらいです。

本企画は「週刊新潮」8月6日発売号に掲載いたします。帰省や行楽、文化活動などが徐々に再開される一方、信頼できる情報を求める人々の眼はより厳しくなっていることでしょう。当該号は通常よりも部数を増やし、2週間の販売期間が設定されています。本企画のメッセージはより多くの人々の目に触れるだけでなく、読者の心の中に深く浸透すると考えております。

是非、ご出稿ご検討いただけますと幸いです。よろしくごお願い申し上げます。

【キーワードの選定】

広告内容をお伝えいただき、そこから連想される企業・製品のイメージに関連する言葉を選定します。

社名、製品名等の固有名詞ではなく、一般名詞から選定します。

(例) 鼓動、共生、挑戦、前進、信頼、飛躍、等

オリエンを受けてからキーワード案を提出しますが、希望するワードがある場合は事前にご提示下さい。

【著名人の選定】

新潮社と縁の深い著名人（文化人・アスリートなど）の中から、企業や製品のイメージに関連する方を選定します。

オリエンを受けてから人選案を提出しますが、希望する文化人がいる場合は事前にご提示下さい。

三菱商事様×岡田武史 (志を持つ)

DREAM AS ONE.

ともに一つになり、夢に向かって。

私たちは、障がい者スポーツの発展を応援し、
たくさんの人と夢と感動を分かち合いたいと、願っています。

三菱商事

キーワード

志を持つ

岡田武史 (Jリーグ監督)

「志を持つ」というキーワードは、私にとって非常に重要な言葉です。志を持つとは、夢を叶えるための強い意志と行動力を持つことです。志を持つことで、困難を乗り越え、目標を達成することができます。志を持つことは、自分自身を成長させるための重要な要素です。志を持つことで、周囲の人々を巻き込み、共に夢を叶えることができます。志を持つことは、人生を豊かにするための重要な要素です。志を持つことで、人生を輝かせることができます。志を持つことは、人生を成功させるための重要な要素です。志を持つことで、人生を満喫することができます。志を持つことは、人生を充実させるための重要な要素です。志を持つことで、人生を有意義に過ごすことができます。志を持つことは、人生を素晴らしいものにすることができるのです。

キーワード企画の
掲載事例

野村グループ様×池井戸潤 (自己ベスト)

NOMURA

2020に夢を。
2020に力を。

自己ベスト

池井戸潤

「自己ベスト」というキーワードは、私にとって非常に重要な言葉です。自己ベストとは、自分自身の最高のパフォーマンスを出すことです。自己ベストを出すためには、努力と挑戦が必要です。自己ベストを出すことは、自分自身を成長させるための重要な要素です。自己ベストを出すことで、周囲の人々を驚かすことができます。自己ベストを出すことは、人生を輝かせるための重要な要素です。自己ベストを出すことで、人生を成功させることができます。自己ベストを出すことは、人生を素晴らしいものにすることができるのです。

J T様×梅沢富美男 (挑戦)

挑戦

梅沢富美男

「挑戦」というキーワードは、私にとって非常に重要な言葉です。挑戦とは、未知の世界に踏み出すことです。挑戦することで、成長と学びを得ることができます。挑戦することは、自分自身を成長させるための重要な要素です。挑戦することで、周囲の人々を驚かすことができます。挑戦することは、人生を輝かせるための重要な要素です。挑戦することで、人生を成功させることができます。挑戦することは、人生を素晴らしいものにすることができるのです。

世の中には
いろいろな人がいて、
あなたの好きは、
だれかの嫌いかもしれない。

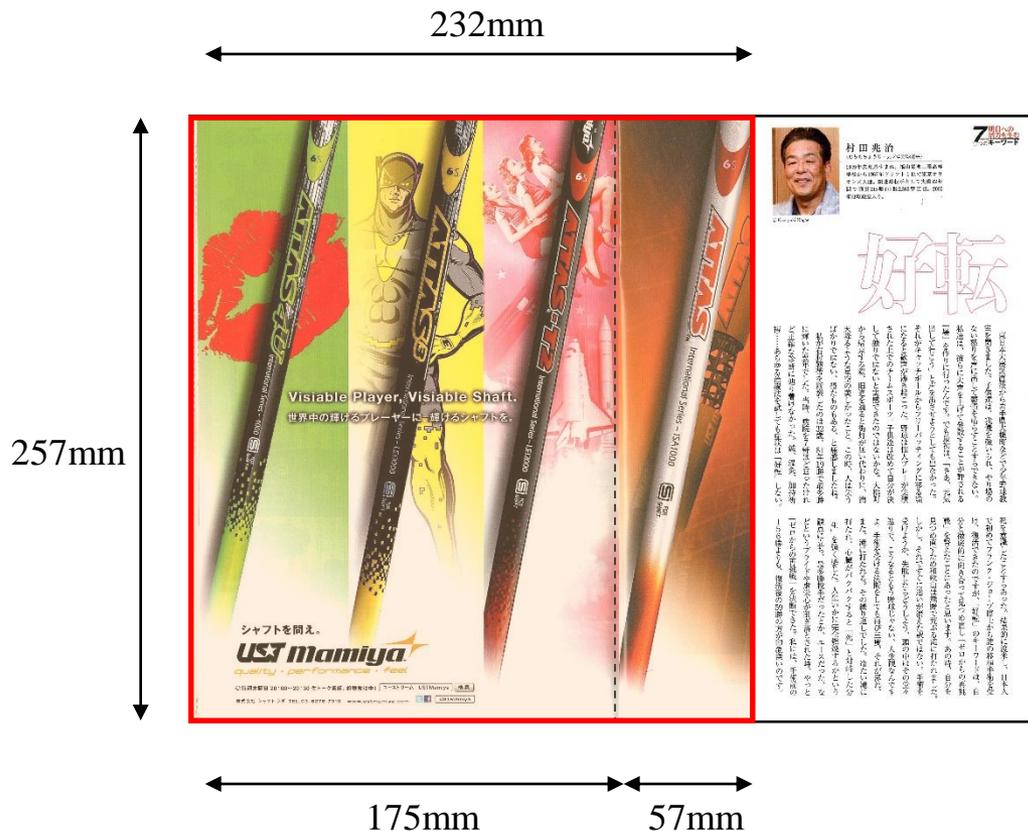
挑戦

ひとつずつですが、未来へ。

「夏のキーワード企画」ご協賛企業様（「キーワード企画」は2012年より毎年実施しております）

【2018年・夏】	「支える力」	中江有里氏	（三井住友銀行様）
	「勇気をくれたエール」	杉浦正則氏	（日本生命様）
	「とどけ！熱いエネルギー」	河瀬直美氏	（JXTGエネルギー様）
	「未来のあたりまえ」	小宮山悟氏	（大日本印刷様）
	「自分の色を出す」	五代目吉田玉助氏	（日本製紙様）
【2019年・夏】	「輝けるツール」	木村敬一氏	（東京ガス様）
	「殻を破る」	堀越正己氏	（日本製紙様）
	「未来のあたりまえ」	末続慎吾氏	（大日本印刷様）
	「大切な絆をつなげよう」	佐藤多佳子氏	（日本生命様）
	「声援」	中井美穂氏	（三井住友銀行様）
	「飛躍」	野村忠宏氏	（みずほ銀行様）

【純広部分 制作上の注意点】

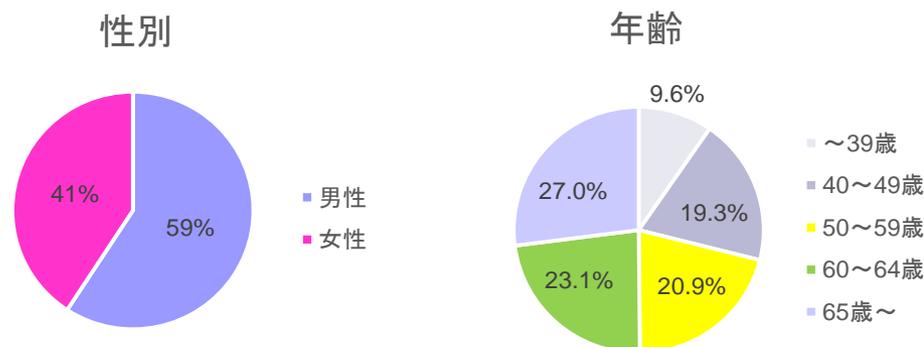


- ※断裁されてはいけない写真や文字等は、天地5mm以上、左右10mm以上内側へ入れて下さい。また、センターから左右10mm以内へは入れないで下さい。

【媒体プロフィール】



- 発売日： 毎週木曜日
- 発行部数： 390,020部 (一般社団法人日本雑誌協会 2019年1月～3月)
- 全国に配本 (比率は人口比とほぼ同じ)
- 読者属性



創刊： 1956年2月 (今年64周年)
出版社系ジャーナリズム誌
としては日本で最初に創刊

編集長： 宮本太一 (2017年2月より)

＜おもな購読者層 (上位3つ)＞

- ① サラリーマン
- ② 主婦 (夫) ・リタイア層
- ③ 自営業

【週刊新潮の歴史】

1956年に創刊された『週刊新潮』。非新聞社系ジャーナリズム雑誌として創刊されて以降、今日まで常にトップランナーとしての言論活動をおこなってきました。政治・事件・文化風俗などへの徹底した取材から生み出された記事は、長年多くの読者に信頼され愛されてきました。また『週刊新潮』の記事をきっかけに、世論を大きく動かすような展開となった事件も数多くあり、媒体が持つ社会的影響力の強さを物語っています。

またもうひとつの側面は、老舗文芸出版社としての強みを凝縮し読者に文化を提供してきた雑誌であることです。かつては山本周五郎や池波正太郎といった大物時代小説、松本清張や山崎豊子といったノンフィクション文学など、良質な作品を読者に提供してきました。

【読者の傾向】

週刊誌と聞くと読んだらすぐに終わり、というイメージがあるかもしれませんが、弊社が行った愛読者調査（2010年実施）によると、『週刊新潮』は、

「自宅でじっくりと読む」 「購入してから4～5日かけて読む」

「毎週購読している」 「最初から最後まで記事を読む」

という傾向が見られました。

【スケジュール】

2020年	6/12 (金)	申込締切
		キーワード、文化人についての打合せ／ご要望
	6/下旬	キーワード、著名人の選出
	6/下旬～	コラム取材
	7/中旬	コラム原稿の確認
	7/16 (木)	純広入稿締切
	7/下旬	色校確認
	7/30 (木)	校了
	8/6 (木)	掲載

【料金】 **2,500,000円 (制作費・出演費込み)**