

週刊新潮

2025年2月27日売

明日への活力を生むメッセージ
「キーワード」企画

2024.10.31

(株)新潮社 ビジネスプロデュース部

企画趣旨

明日への活力が求められる現在、われわれは何を拠り所とし、何をすべきなのか。――その答えのひとつが「言葉」ではないでしょうか。

本企画は、明るい未来に向かって社会をリードする企業様を対象にして、日本を代表する文化人の面々の協力を得ながら、明日への活力を生む「キーワード」にのせてメッセージを発信する連合広告企画です。

タイアップ誌面を【キーワード】【文化人コラム】【純広告】の3要素で格調高く構成し、企業理念や活動方針、商品特性などに相通ずるメッセージを深い印象をもって読者に届けます。

是非、ご出稿ご検討いただけますと幸いです。よろしくお願い申し上げます。

掲載事例 (2024年2月22日売)



いま始めなかつたら
きっと、20年後の
じぶんを怒られる。

新しいNISA、始動

NOMURA

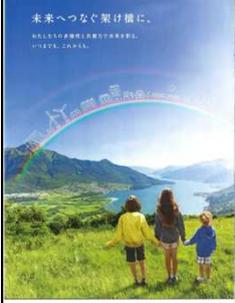
これから人間
高田悠輔



つなぐ想い
高樹のぶ子

今日と未来をつなぐ。

日本生命



未来へつなぐ架け橋に。

つなぐりの力
五郎丸歩

ごうまろ ありむ



明日への希望
分かち合う
10のキーワード



住まいの知識
住みやすさの秘密

愛け継ぐ
堀田真由

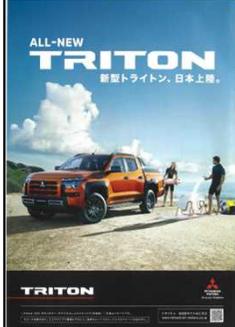
選ばれ続ける「新築せつりさん」



「ありがとう」の言葉を
ギフトに込めて

思いを形に
平松洋子

ウェブバンク



ALL-NEW TRITON
新型トライタン、日本上陸。

勇猛果敢
篠宮健三

TRITON



視点を変えれば、
世の中は変わる

視点を変える
古館伊知郎



赤菜のあたりまえ
中島さち子

EXPO 2025
DNP



あなたの選択、すでにエコ。

長持ち
増田明美

スコッティは、
長持ちも
コンパクトへ。

スコッティ株式会社



新しい光り。

赤菜に挑む
澤穂希

東京ガスグループ

誌面構成 (4 C 2 P)

【キーワード】 【文化人コラム】 【純広告】 の3要素で構成。

純広告

企業や商品のメッセージを純広告でダイレクトに訴求します。



キーワード

企業イメージや商品と関連の深い言葉を選定します。

文化人コラム

キーワードに関連するコラムを800字程度でまとめます。

◆ 4 C 2 P (1 P タイアップ + 1 P 純広) 250万円 (制作費込み)

キーワードの選定

広告内容をお伝えいただき、企業や製品のイメージに関連する言葉を選定します。

社名や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、希望されるワードがある場合は事前にご提示下さい。

文化人の選定

新潮社と縁の深い文化人の中から、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。

これまでの「キーワード」例

●2024年3月

「つながりの力」	五郎丸歩（元ラグビー日本代表）	三菱商事
「つなぐ想い」	高木のぶ子（作家）	日本生命
「これからの人間」	成田悠輔（学者）	野村ホールディングス
「視点を変える」	古舘伊知郎（フリーアナウンサー）	JT
「勇猛果敢」	篠宮龍三（プロフリーダイバー）	三菱自動車
「思いを形に」	平松洋子（タレント）	伊藤忠商事
「受け継ぐ」	鶴田真由（女優）	住友不動産
「未来に挑む」	澤穂希（元サッカー女子日本代表）	東京ガス
「長持ち」	増田明美（日本パラ陸連会長、大阪芸術大学教授）	日本製紙
「未来のあたりまえ」	中島さち子（陸上監督）	大日本印刷

●2024年8月

「前に進む」	角田光代（作家）	三井住友銀行
「つなぐ想い」	川上弘美（作家）	日本生命
「毎日のちょっといいこと」	大沢あかね（タレント）	三菱自動車
「先駆者」	毛利護（宇宙飛行士）	日本製紙

進行スケジュール

2024年

11/29(金) 申込締切

11月～ 打合せ（オリエン）
文化人の内定

12月～ コラム取材

1月 コラム原稿の確認

2/13(木) 入稿

※純広部分も入稿締切

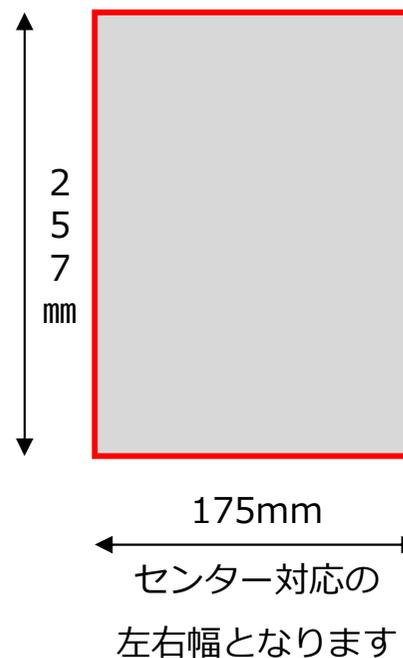
2/20(木) 校了

2/27(木) 掲載

純広制作上のご注意点

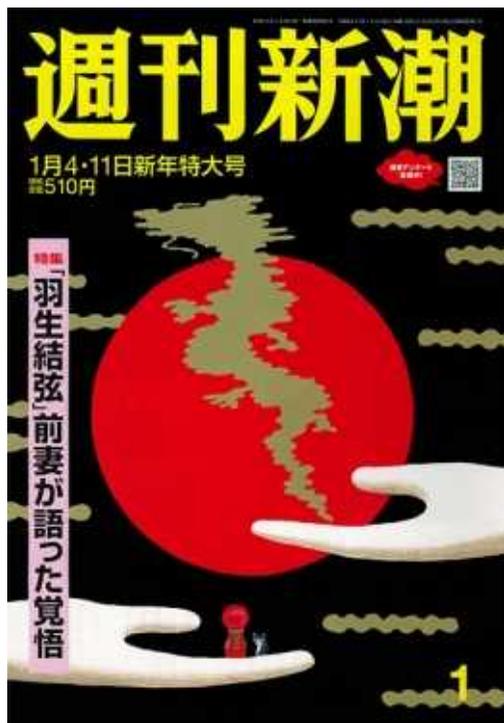
原稿サイズ 天地257×左右175mm

純広入稿締切 2/13(木)



※断裁されてはいけない
写真や文字等は、
天地5 mm以上、
左右10 mm以上内側へ
入れて下さい。

媒体プロフィール



- 発売日：毎週木曜日
- 発行部数：237,697部
(印刷証明付発行部数 2024年4月～6月)
- 全国に配本（比率は人口比とほぼ同じ）
- 日本初の出版社系ジャーナリズム誌として
1956年に創刊
- 読者属性 『ABC REPORT2019 1～6』日本ABC協会発行より

男女比 3：2、50歳以上が7割

主な購読者層

①ビジネスマン ②主婦/夫、リタイア層 ③自営業

▼主に50～70代の男性が購入。自宅に持ち帰り、夫婦でじっくり読む雑誌

▼競合誌に比べ、硬派の政治・経済・事件記事、連載小説に強み

▼生活に余裕があり、自分と社会の関わりに強い意識を持つ読者

→信頼のおける活字情報をもとに商品・サービスを購入

▼読者の関心の高い、医療・健康、終活、資産防衛などをテーマにした特集記事も多数掲載

週刊新潮

株式会社 新潮社 ビジネスプロデュース部

Tel : 03-3266-5211

Mail : infoad@shinchosha.co.jp

〒162-8711 東京都新宿区矢来町71

HP : <https://shinchosha-ad.jp/>