

大人女性の新しいライフスタイルUP提唱

「おとなチャレンジ」 広告企画のご案内

HALMEK*up*



おとなチャレンジ

Supported by 産経新聞

よりそうマーケティング 

2025年3月10日

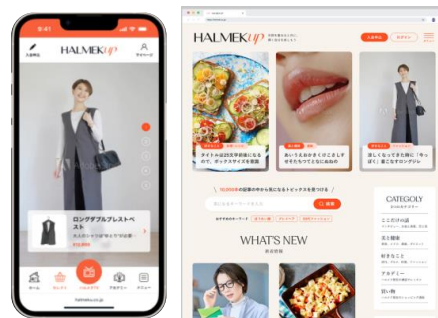
「ハルメク」と「産経新聞社」の2社が本企画を提唱する背景

ハルメク側の提供する50代プレシニア向けを中心とするコンテンツサイトと産経新聞コミュニティサイト「きっかけ」の提唱するコンセプトが合致。



企業様のマーケティングに、より価値を提供できる企画を考案。
両社のメディアを複数活用し大人女性の課題やインサイト発掘を行い有益なPR企画として発信していく。

HALMEKup（ハルメク）



毎日の生活、豊かさをUPする
自分磨き、ライフスタイルをUPする
新しい事を発見する、楽しむ
なりたい自分になる

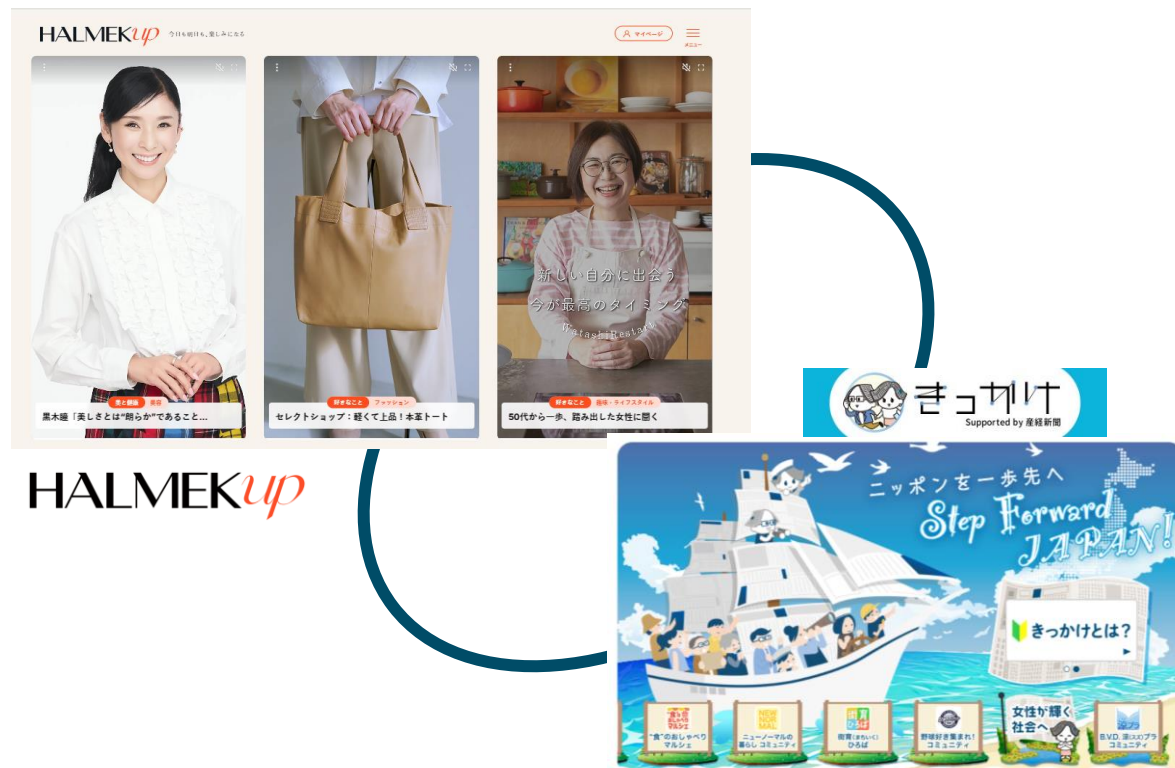
きっかけ（産経新聞社）



生活の豊かさや新しい話題を発見して楽しむ。コミュニケーションを活性化させる。

心豊かな生活の「きっかけ」となる

おとな女性の「新しい○○にチャレンジするきっかけを提供」

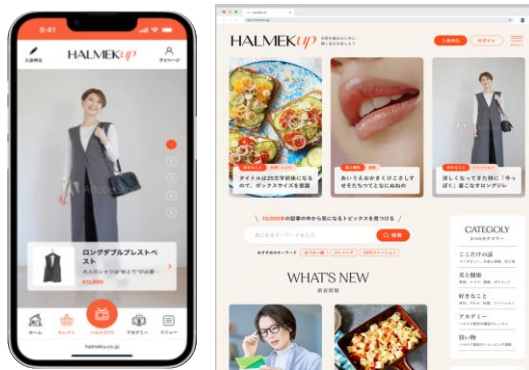


プレシニア女性は自分自身のライフスタイルをより変化して楽しみたい/チャレンジしたい意欲が高く、ハルメク側×産経新聞×「きっかけ」でコンテンツを形成を行いコミュニティ運営を行う。コミュニティ内で生まれた意見から分析データを作成も作成し、企業様の今後のマーケティング活動に役立てる。

ハルメク側のWEBメディアと産経新聞のデジタルメディア&きっかけへの掲出を行います。更に拡大したプロモーションでは雑誌「ハルメク」や「産経新聞」も活用。

HALMEK^{up}

50～65歳



Webタイアップ広告
LINE 配信

オプションで誌面広告も可



40～60歳



「おとなチャレンジ」コミュニティ
産経ニュース配信

オプションで
新聞広告も可



- ・ ハルメクWEB広告、LINE広告、産経ニュース配信で10万PV提供
- ・ きっかけコミュニティ内で生まれた声をデータ分析しレポート提出 & 記事配信

「きっかけ」コミュニティに関して

おとなチャレンジサイトで設定したテーマを深掘り。**コミュニティ内で2回の投稿を実施**し、発話を活性化。コメントの分析レポートを提供します。

【きっかけTOPページ】



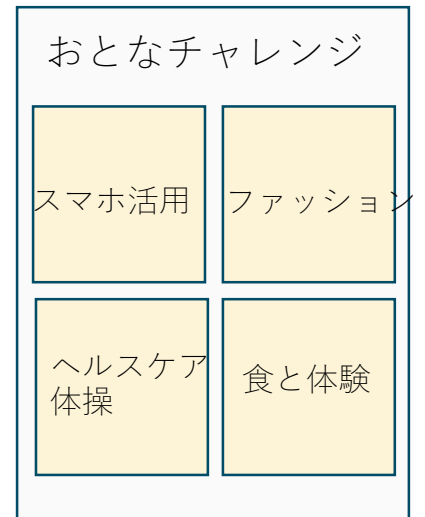
【おとなチャレンジ！コミュニティ】



【協賛企業様専用投稿ページ】



※コミュニティテーマは多数準備予定



コメント分析レポート提出

コミュニティで投稿されたコメントについて、発言の傾向・特徴的な発言のピックアップ等をご報告。

ハルメクWEBタイアップ記事や産経新聞5段広告にご活用頂けます

コミュニティ活性ノウハウで、テーマに合わせサイト内をコントロールします。

現在約94,000人が参加※コミュニティ全体



コミュニティを元にしたコンテンツ発信

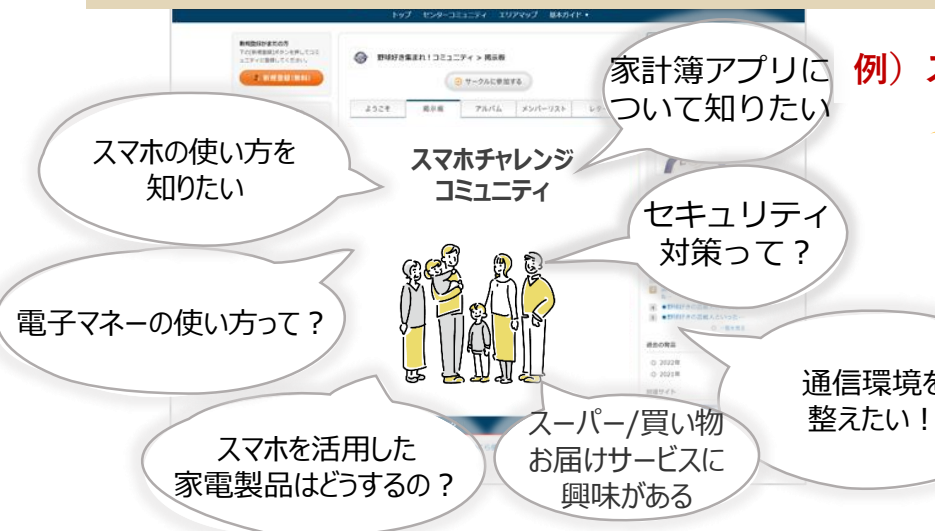


産経メディア
・新聞
・産経ニュース



ハルメク
・雑誌
・web

こんな声が集まる場



例) スマホチャレンジコミュニティ

貴社がユーザーに問いかけが可能

おとな(スマホ)チャレンジコミュニティ

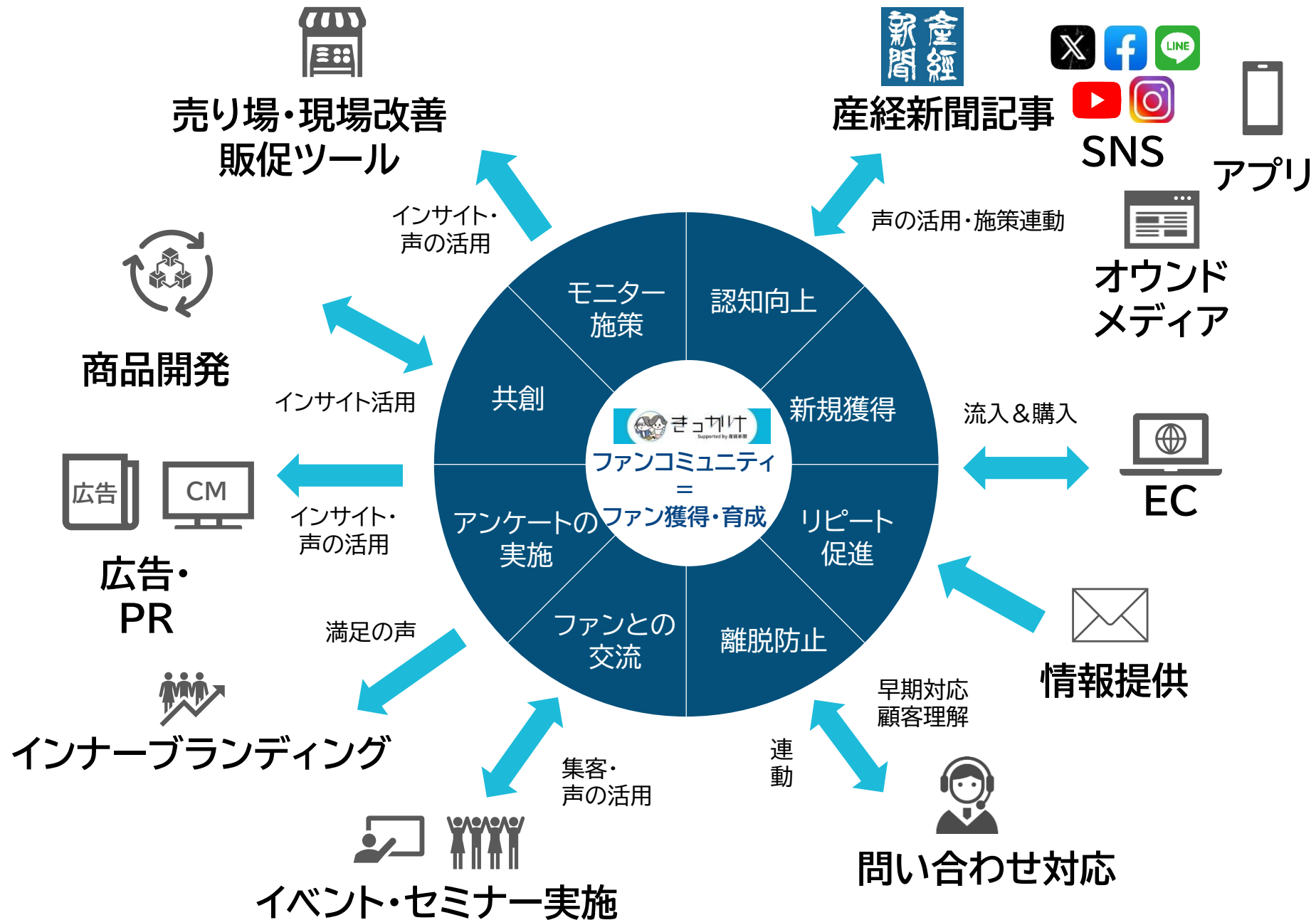


有用なレポートとして提出

コミュニティで実施した施策について、発言の傾向・特徴的な発言のピックアップ等をご報告。



「きっかけ」をマーケティングの起点に



コミュニティデータマイニングで得られた結果を 新聞広告に活用

フジボウアパレル様

課題

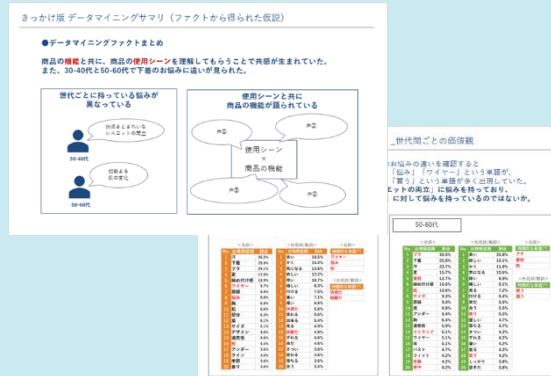


ノンワイヤーブラの先駆けだった「涼ブラ」だが、現在は大手アパレルなどから多数同カテゴリー商品が発売されており、知名度・認知度などで後塵を拝している。「涼ブラ」ならではの訴求ポイントを見出し、プロモーションに活用したい。



「きっかけ」内にコミュニティを開設

分析結果



コミュニティデータマイニングの結果、「涼ブラ」の訴求には

1. 機能性だけでなく、利用シーンも併せて紹介すること
2. 世代ごとに異なる悩みに応じた訴求

の2点が有効であることが明らかに。

新聞広告に活用

以前の広告ビジュアル



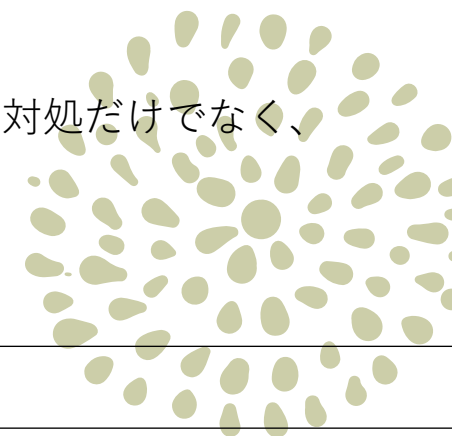
分析結果を踏まえて広告ビジュアルを変更したところ、

ECサイトアクセスは**10倍！**
6月の月間売上過去最高を達成！

プレシニア世代からの「毎日を面白くする情報」をお届けするハルメク
公式WEBコンテンツサイト

HALMEK^{up}

ライフステージや心身の変化を伴う50代に向けて、
健康やお金・人間関係などすでに顕在化した課題への対処だけでなく、
「より良い人生後半戦」に向けて
前向きになれる情報を提供することを目指します。



媒体名	HALMEK up（はるめくあっぷ）
月間総PV数	536万／月（24年9月末実績）
月間総UU数	247万／月（24年9月末実績）
記事配信提携先	Yahoo!/LINE NEWS/NTT docomo/au/SmartNews/Gunosy ニュースパス/goo/infoseek/dメニュー/TRILL/マイマガジン
会員数	15.1万人（24年9月末実績）
LINE友だち登録数	131万人（24年9月末実績）

50代女性の特徴に即したコンテンツ対応。プレシニア女性にターゲティング。

01

「バブル世代」
「氷河期世代」が
混在する世代

50代特有の関心事に
焦点を当てた
コンテンツテーマ

02

仕事、お金、人間関係、
美容など
「悩み多き」かつ「忙しい」年代

サクッと見られる
縦型動画の展開

03

SNSも使いこなす
「デジタル世代」

UI/UXの刷新と
デジタル・リアル両面の
関係性構築

50代女性にミートするコンテンツのテーマ

50代女性のペイン

加齢の悩み
・あきらめ

周囲との比較

公私ともに多忙

新しいチャレンジは
「遅すぎるのでは」
という後ろ向き感

50代からの新しい機会

子育てからの
解放

心身の変化
(更年期)

人間関係の変化
(夫・家族・職場)

社会の変化
(多様性の肯定・
誠実さへの評価)

↓

HALMEK^{up} の提供価値：チャレンジを応援するメディア、視野をアップデートさせる存在

共生力と
レジリエンスが
養われる

人生がもっと
楽しく・
面白くなる

新しい発見
・考え方
で視野が広がる

体験を通じた
交流がある

解決策も
用意されている

ハルメク配信のコンテンツは顧客満足度も高く、LINEアカウントブースト広告でも高いPV提供を行う事が可能。



HALMEK UPは、LINEメディア賞の女性部門※において
LINEユーザーに最も支持されたメディアとして受賞しました。 ※LINEアカウントメディア53媒体

広告プロモーションでの配信PV

約 **53,000** PV

自動車メーカー

約 **42,000** PV

旅行・クルーズ

約 **38,000** PV

家電メーカー

約 **42,000** PV

大手銀行

約 **80,000** PV

自社商品

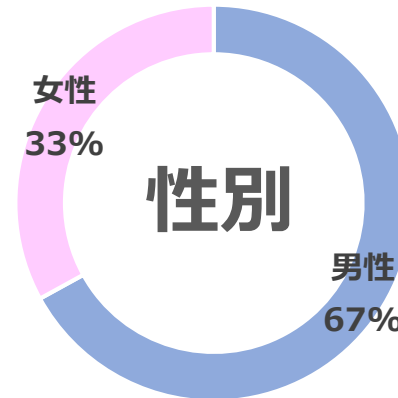
「産経ニュース」は「ウェブファースト」を掲げて最新のニュースをいち早く発信。そして、「他では絶対に読めない」産経ニュース独自のコンテンツ「産経プレミアム」を毎日掲載しています。執筆・編集・編成は実績豊富な編集メンバーが担当して、高いクオリティで構成しています。早さに加えてニュースの深さも追及したニュースサイトを目指します。



デバイス	月間PV	月間UU
PC	22,549,000	3,626,000
SP	36,009,000	17,839,000

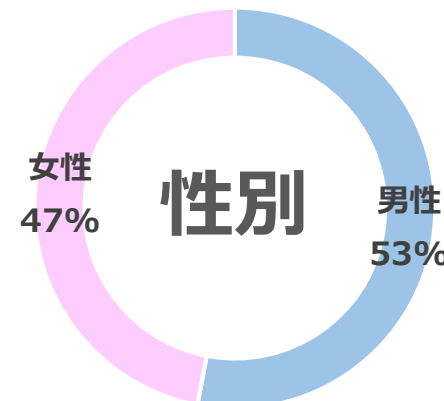
PC

2020年10月-2021年9月 Google Analytics

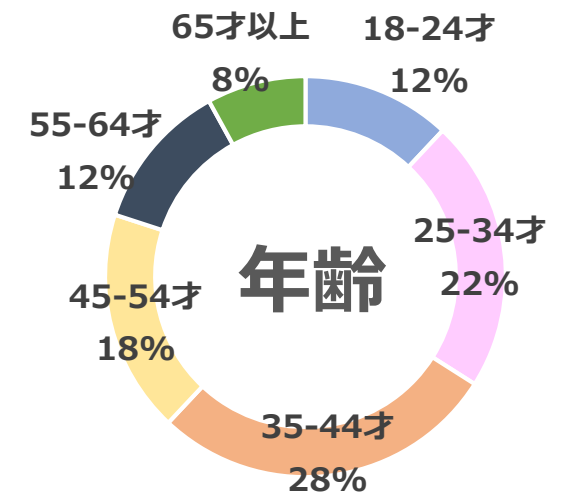
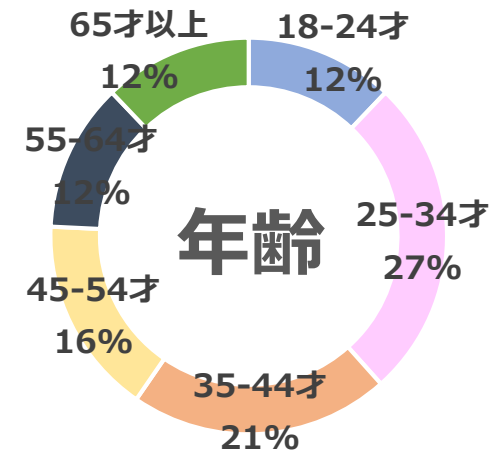


SP

2020年10月-2021年9月 Google Analytics



2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics



産経ニュースWebタイアップの強み

産経ニュースのスポンサードコンテンツ

ニュース性や速報力、拡散力を活用

通常編集記事と同じ体裁で
違和感なく訴求することが可能

客観的視点から深い理解が図れる

興味・関心層の増大
自分ごと化 潜在層の顕在化

飲料・食品

アサヒビール

新発売となる「生ジョッキ缶大生」の製品紹介

10月25日新発売 抱立ち2倍以上※「生ジョッキ缶大生」大ジョッキの喜びを自宅でも



提供：アサヒビール株式会社

季節の酒の需要に伴って、アルコール飲料のリエーションが新しく増えるなか、10月25日、産経新聞でもちろんしたのが「アサヒビール 生ジョッキ缶大生（以下、生ジョッキ缶大生）」と、アサヒビールならではの魅力を、産経新聞を通じて伝えるという一歩一歩の挑戦ができており、販売から既に多くの人が買っています。

一歩は品質管理になるが、幅広いユーザーに受け入れられた商品になる。産経新聞の「生ジョッキ缶大生」が本年10月25日（水）に発売となる。最も売れたのは朝日新聞でなく、産経新聞で最も売れたという。

朝日新聞でも販売が広がっている。産経新聞のユーザー層に広がった。

【生ジョッキ缶大生】新発売で朝日新聞ユーザー層に広がる



生ジョッキ缶大生の新発売で朝日新聞ユーザー層に広がる

「生ジョッキ缶大生」の発売を機に、産経新聞でもちろんしたのが「アサヒビール 生ジョッキ缶大生（以下、生ジョッキ缶大生）」と、アサヒビールならではの魅力を、産経新聞を通じて伝えるという一歩一歩の挑戦ができており、販売から既に多くの人が買っています。

「生ジョッキ缶大生」の発売を機に、産経新聞でもちろんしたのが「アサヒビール 生ジョッキ缶大生（以下、生ジョッキ缶大生）」と、アサヒビールならではの魅力を、産経新聞を通じて伝えるという一歩一歩の挑戦ができており、販売から既に多くの人が買っています。

抱立ちも産経で80%以上が「買いたい」



抱立ちも産経で80%以上が「買いたい」

教育

公文教育研究会

非認知能力をテーマに大学教授やOGのタレントにインタビュー。親世代へ発信。



製薬

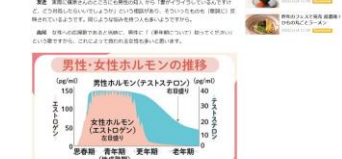
富士製薬工業

Twitterで実施したフェムケアイベントの採録を掲載

例のない取組さんの「更年期」テーマの、高尾美穂医師による解説と採録



更年期の症状について、高尾美穂医師が解説。更年期の症状について、高尾美穂医師が解説。更年期の症状について、高尾美穂医師が解説。



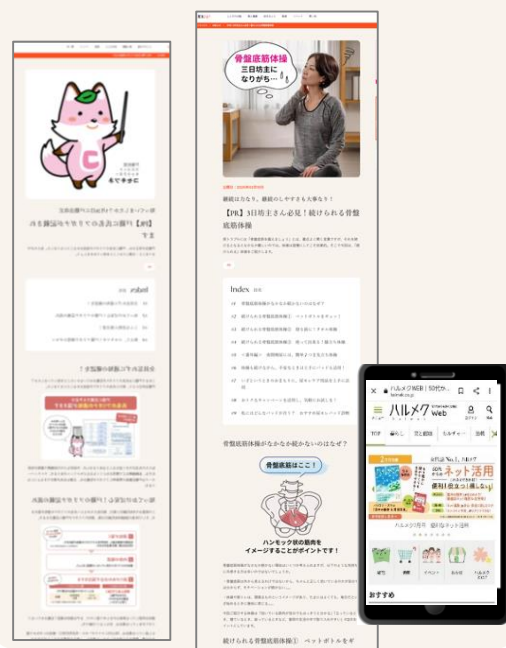
更年期について、高尾美穂医師が解説。更年期の症状について、高尾美穂医師が解説。更年期の症状について、高尾美穂医師が解説。

プロモーションの具体的な組み合わせ

合計10万PVご提供想定。
ハルメク & 産経新聞社のレギュラーメニューを「格安」で貴社に案内します。

基本メニュー（6か月）・・・合計400万円

WEBタイアップ広告



PV数提供8,000PV/月

半年間で記事を4本作成

きっかけコミュニティ



コミュニティ参加費

コミュニティ運用費

企業様専用の投稿施策

LINEブースト広告



PV数提供40,000
/期間1回

産経ニュース



PV数提供10,000～
20,000
/期間1回

※オプション

雑誌ハルメク掲載
産経新聞広告掲載
グループインタビュー



※本企画にご参加の企業様には人気の「雑誌ハルメク」「産経新聞記事広告」
をお得に50%OFF以上で提供いたします。

全ての企業様に利用頂きやすい「お得なお試し価格プラン」となっています。
特にオプションで付いてくる雑誌ハルメクはお得に活用頂けます。

基本メニュー/6か月・・・合計400万円（税別）

基本メニュー（半年間）	詳細
①ハルメクWEBタイアップ広告	期間4本 制作8,000PV/月 = 32,000PV保証
②きっかけコミュニティ	コミュニティ設計・運用・専用投稿2回・レポートニング
③ハルメクLINEブースト広告活用	期間内に1本。お友だち数131万人にブースト広告を配信 40,000PV想定。
④産経ニュース配信	取材・撮影等の記事制作全般を行い、期間中 1 本配信 10,000PV想定。
その他	企画進行と並行し貴社コンテンツのHALMEKup内での ブランチャサイトを制作し進行いたします。（基本価格内）

オプションメニュー/6か月・・・合計750万円（税別）

オプションメニュー	詳細	価格
①雑誌ハルメク掲載	4C2Pタイアップ広告掲載	+ 350万円
②産経新聞掲載	全国版朝刊掲載、5段カラー	
③ハルメクシニア座談会	ハルメクオフィス内で3～5名のシニア女性インタビュー開催	

「おとなチャレンジコミュニティ」メディアでのPR発信

本企画は産経新聞掲出をはじめ、WEBニュースなどサンケイグループメディアに発信

【産経新聞】



2024年8月9日付産経新聞1面



2024年8月9日付産経新聞
生活面記事



2024年8月29日付産経新聞きっかけ面

【産経ニュース】



【ニッポン放送】



2024年8月20日14時50分放送
「ナイッ ザ・ラジオショー」内
ハルメク矢吹事業推進部長出演

【プレスリリース】



■ 本協賛企画 ご参加についての注意事項

- ・ 企画参画については、ハルメク・産経新聞社の審査がございます。

■ 本企画の申込～開始まで

- ・ 申込×切・・・随時申込受付中。
サービス展開開始・・・申込後約2カ月後にプロモーションスタート

■ 契約終了後の継続掲載プランについて

- ・ 契約終了の2か月前に次の更新

お問い合わせ

会社	株式会社産業経済新聞社
住所	〒100-8079 東京都千代田大手町1-7-2
部署	メディアビジネス局 担当：千田
連絡先	080-8462-2481 kohei.senda@sankei.co.jp