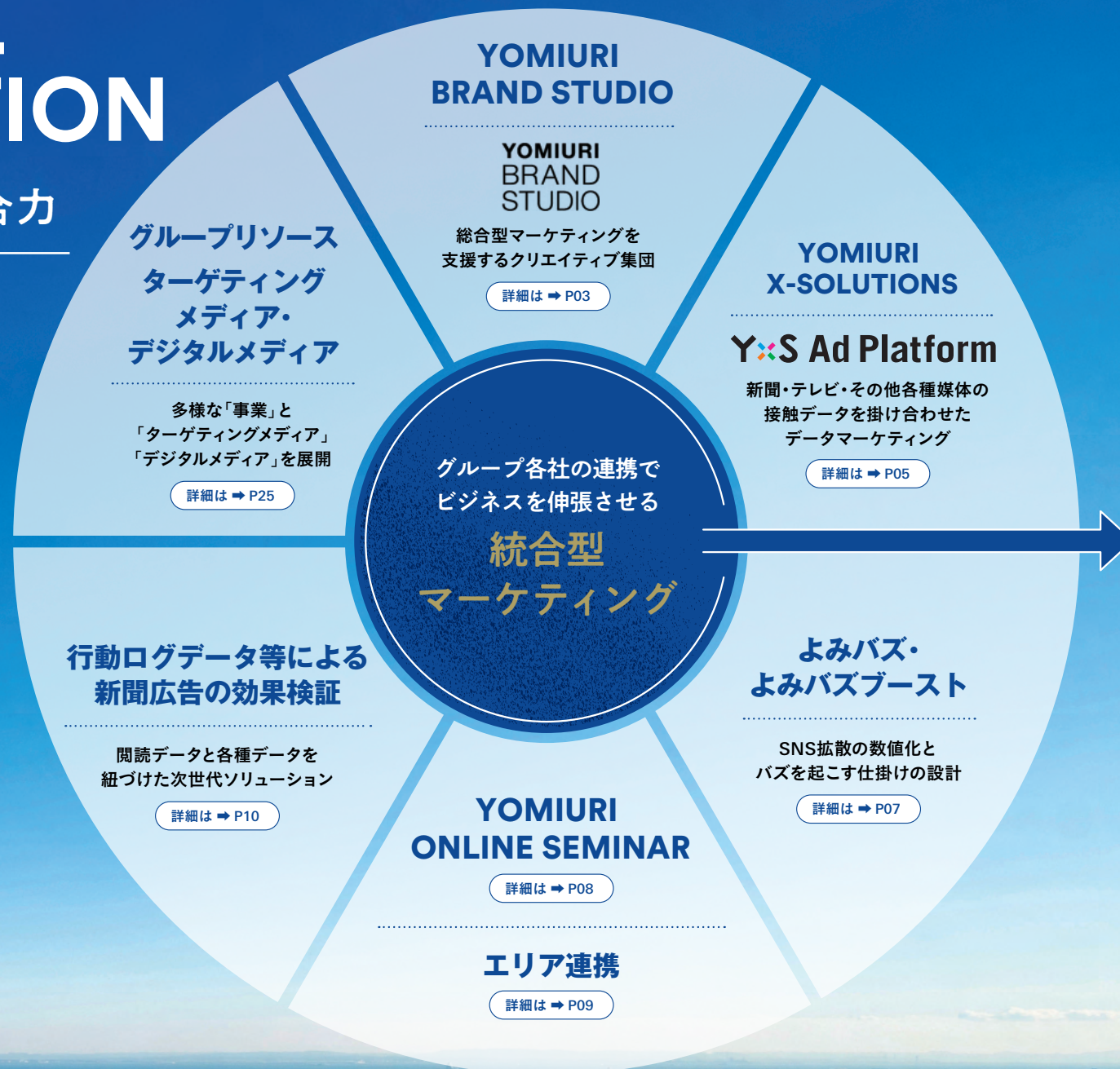


TOTAL SOLUTION

読売新聞の総合力

新聞社であることの強みと時代の変化への対応力で、課題解決をサポートします。信頼性と公益性を軸にグループの資源を活用し、生活者と広告主をつなぐ新たなコミュニケーションを創出します。



媒体



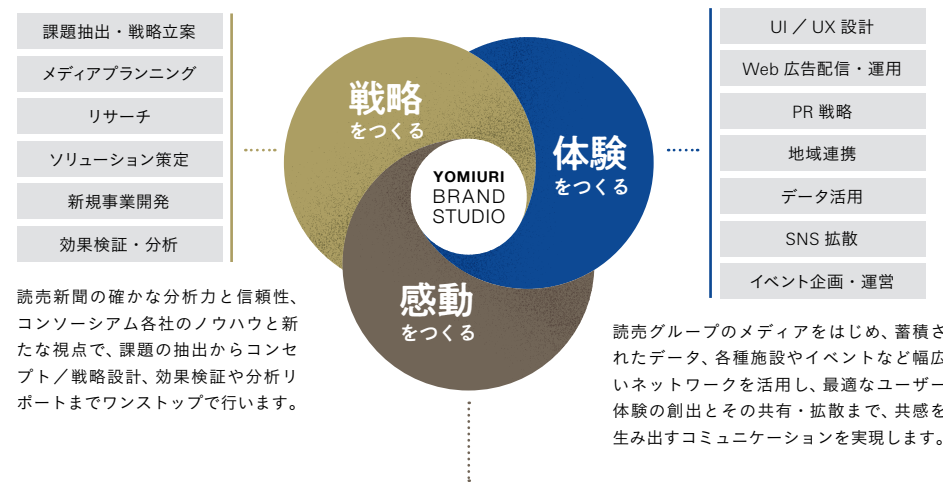
ソリューション



YOMIURI BRAND STUDIO

各分野で強みをもつ企業と連携し、 企業のブランドコミュニケーション・コンテンツ制作を支援

YOMIURI BRAND STUDIOは、読売新聞の信頼性を基盤に、読売グループの機能と知見、コンソーシアム各社の技術を融合し、企業や社会の課題を解決する組織です。
めまぐるしく変化する時代のあらゆるニーズに応えるため、プロジェクトごとに最適なチームを結成。「戦略をつくる」「体験をつくる」「感動をつくる」の3つの柱を巧みに組み合わせ、新たな価値を創造します。



記事/写真	IPタイアップ	WEB制作	CM・映像制作
xR/CG	システム開発	グラフィック/冊子制作	

質の高い執筆力と編集力、コンソーシアム各社の豊富な制作実績と最新技術で、記事、映像、xRコンテンツなど、想像を超えるクリエイティブを生み出し、心を動かします。

社会と企業の課題解決を目指す
YOMIURI BRAND STUDIOの
コンソーシアム企業



CASE STUDY 1

PROJECT :
経済産業省のオウンドメディア
「METI Journal ONLINE」の制作・運営(令和6年度受託事業)



新聞社ならではの良質な記事を執筆し配信

1 課題・背景

経産省ではより多くの人に政策周知を図るため、「METI Journal オンライン」というオウンドメディアを運営している。このサイトでは、経済や産業政策、統計データなどを分かりやすく解説し、同省の政策に興味を持ってもらうためのコンテンツ制作とサイト運営が求められた。

2 目的・狙い

「METI Journal ONLINE」は、極めて専門性の高い取材・執筆力が求められ、ビジネスパーソンや政策担当者など、経済・産業に関わる幅広い人へのユーザビリティも重視される。取材経験が豊富な記者執筆陣が、「政策特集」など新聞社ならではの良質な記事を執筆、配信している。

3 反響・効果

読売新聞オンラインや「ネイティブ広告特化型DSP(広告配信サービス)」を活用し、300以上のメディアで広告展開するなど、各種デジタル施策を連携している。良質な記事に加えて、リニューアル前の3倍にあたる月間約20万PVの獲得も、高い評価を得ている。



▲ トップページ



◀ 「政策特集」



▲ スマートニュースアプリでも配信



Web ページを見る

METI Journal ONLINE
<https://journal.meti.go.jp/>

CASE STUDY

2

PROJECT :

同志社大学Webサイトリニューアル

スピード感と柔軟性を両立させる制作陣



▲ トップページ



▲ オウンドメディア「D"discover」



▲ 大学広報誌「ONE PURPOSE」



1 課題・背景

旧サイトの「デザイン面の改善」「システムのレガシー化」「運用ガバナンスの強化」といった課題に対し、YBSが広報誌「ONE PURPOSE」の受託実績で培った同大学への深い理解と実施体制が評価された。公式サイトなど**全55のリニューアル**を受託し、**運用と保守も担当**。

2 目的・狙い

Webサイト群の再構成／デザインリニューアル／マルチデバイスなどの要件に対し、多数のステークホルダーや複雑なターゲットといった制作ポイントも的確に捉えた。YBSの取材記事を核に、「人物を通して、同志社を再発見する」**オウンドメディア「D"discover」**も開設した。

3 反響・効果

多数のリニューアルに際し、YBSが同大広報課だけでなく学内各セクションとの直接やりとりで、**スピード感と柔軟な対応を両立**した。Webサイトの**デザイン・制作力への評価**に加え、レスポンスの良さやきめ細やかさといった点も大学側に高く評価されている。



Webページを見る

同志社大学 Web サイト
<https://www.doshisha.ac.jp/>

CASE STUDY

3

PROJECT :

内閣官房 デジタル田園都市国家構想広報事業

分析力×技術力×取材力を生かした動画制作



▲ トップページ



▲ 「デジタル田園都市国家構想」の全体概要を説明する総合版動画

▶ 「地方に仕事をつくる」「人の流れをつくる」「結婚・出産・子育ての希望をかなえる」「魅力的な地域をつくる」のテーマに沿った解説動画

1 課題・背景

デジタル技術の活用で、地方での社会課題の解決や魅力向上を実現し、誰もが便利で快適に暮らせる社会を目指す「デジタル田園都市国家構想」。本構想の認知向上や理解を促す目的で、内閣官房が広報事業を主導し、**YBSが動画やWEBリニューアル、情報発信を受託**。

2 目的・狙い

デジタル化に対する**意識調査の結果分析を踏まえ**、構想の基本理念や主要施策を伝える**4テーマごとの解説動画と、全体概要が分かる総合版動画**を制作。サイトのリニューアルでは、サイトデザインと構成を最適化。多くのの人に見てもらうためのSEO対策も強化した。

3 反響・効果

YBSコンソーシアム企業の制作力を活用することで、**撮影・編集技術と記者経験者による取材力が掛け合わさった動画制作**が実現した。事業趣旨にかなう分かりやすい動画は、本構想を説明する講演会等でも活用されるなど、そのクオリティの高さが評価されている。

※「デジタル田園都市国家構想」サイトは2025年4月から「地方創生2.0」サイトにリニューアルしました。



YOMIURI X-SOLUTIONS（通称：ワイバイエス）は、新聞広告を含め、様々なメディアを組み合わせた提案に、データを含むデジタルソリューションを新たな軸として加えることで、広告主の課題を解決するために生まれたユニットです。



Web ページを見る

YxS Ad Platform
メディアガイド PDF はこちら
https://adv.yomiuri.co.jp/media/files/9211_yomiuriONE.pdf

新聞購読・閲読データ



データ量

2025 年 1 月現在

属性データ：約 670 万 ID

データ連携メディア

- 読売新聞オンライン
- 読売巨人軍サイト
- 大手小町 / 発言小町
- ヨミドクター 等

データ例

- 興味関心カテゴリデータ（52カテゴリ）
- 読売グループ各種サイト来訪データ

TV視聴データ



データ量

2025 年 1 月現在

TV 台数：約 1,200万台

データ連携メーカー

- ソニー
- パナソニック
- シャープ
- TVS REGZA

データ例

- 地上波 / BS / CS の番組データ
- テレビ CM データ

その他活用データ

出版物データ



チラシデータ



企業IPデータ



名刺データ



購買データ



アンケートデータ



活用例

目的

自社で販売している健康食品の認知を広げつつ、購買促進したい



活用データ

健康関心層を複数のデータから補足し、広告配信でアプローチすることが可能



＜読売データ＞
ヨミドクター来訪者



＜テレビデータ＞
健康番組

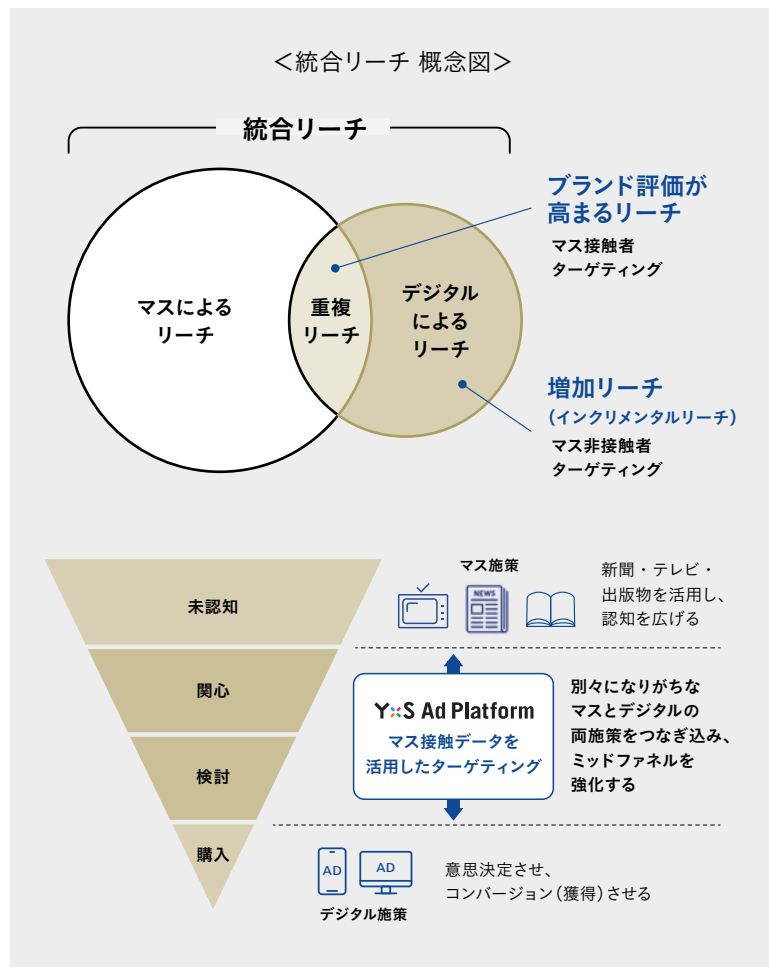


＜購買データ＞
健康食品

YxS Ad Platform を活用したソリューション事例

マスメディアとデジタルの統合リーチ

生活者タッチポイント（メディア）の増加を背景に、統合リーチが広告主の課題に挙げられることが増えています。マス媒体とデジタル媒体を組み合わせた「オンオフ統合プランニング」により、**重複リーチ重視、増加リーチ重視**など、課題に合わせてご提案いたします。



CASE STUDY 1

ゲームアプリの周年 に合わせ、複数のセグメントを設定し、多角的なターゲティングを用いて配信

プラン概要



広告主：ゲームアプリ開発会社
配信素材：動画広告
リンク先：クライアント周年 LP

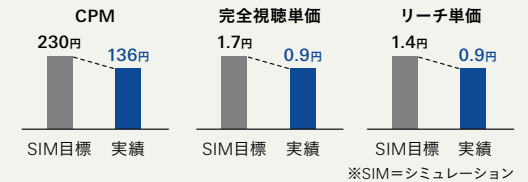
ターゲティング

- TVBridge：ゲーム関連番組視聴者
- TVBridge：商材関連番組視聴者ほか
- yomiuriONE：興味関心「ゲーム」ほか
- コンテンツマッチ：ゲーム関連キーワード
- コンテンツマッチ：商材関連キーワードほか
- ジオターゲティング：商材関連の場所への来訪者
- アプリストア遷移ユーザー拡張

目的

アプリの認知拡大、特設サイト流入、アプリダウンロード

施策結果



POINT

- 様々なキャンペーンを設定し、多角的にターゲティングしたことで**ユーザーボリュームを確保**。さらにTVBridge・yomiuriONEがiOSへも配信可能になったことで**CPMを安くおさえる**ことができた。
- 配信開始直後に初動を確認してからの予算アロケーションや、クリック数を1日1回設定することで、**リーチを広げ多くのユーザーに広告訴求**できた。

CASE STUDY 2

映像作品の公開 に合わせ、YxS Ad Platformを活用してターゲット層が多い都内ビジョンに広告を掲出

プラン概要

広告主：動画配信サービス提供会社
セグメント：

- 20～30代若者向け
- 渋谷・新宿・港区ビジョンおよびファミリー層向け
- 豊島区・世田谷区・千代田区ビジョン

掲出ビジョン

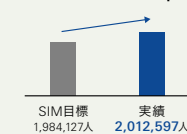


掲出ビジョン一例

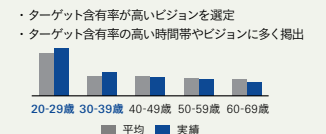
新宿「長野屋ビジョン」、渋谷「グリコビジョン渋谷」、東京メトロMCV大手町駅など30か所以上

施策のポイント & 配信結果

推定到達人数 (imp)



年代別 20～30代に平均を上回る露出



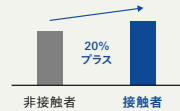
ビジョン別

渋谷エリアでの掲出を重点的にを行い、**20～30代中心の認知拡大**へ貢献。

終了後の認知度アンケート調査

非接触者に比べて接触者は**20%以上プラスの結果**
 ・多くのビジョンを活用することで認知度向上に貢献
 ・ブランディング広告として効果的に掲出

※アンケートはご要望いただいた場合に有料で実施可能です



YOMIURI ONLINE SEMINAR

オンラインセミナー 実施の流れ

集客・応募

読売新聞本紙、読売新聞オンラインや読売ID、各種SNSやWeb広告などを使って効果的に視聴者を募集。セミナー応募フォームで個人情報を入力。

オプションで応募者情報を提供することも可能



映像撮影

プロクオリティの映像撮影・音声収録を行います。

ストリーミング配信、オンデマンド配信、いずれも対応可



動画配信

配信プラットフォームを使い、映像を配信します。映像配信用LP制作や、貴社OWNドメディア内での配信、SNS連携など柔軟に承ります。



採録 & 二次使用

YOMIURI BRAND STUDIOクリエイティブチームによりセミナーの様子を採録。読売新聞紙面での採録や特設サイト制作、記事納品などにも対応いたします。

※応募者から取得した個人情報は、読売新聞社個人情報保護方針に従って、応募者本人の同意を得たうえで適切に取得、利用するものです。広告主様の利用の際にはあらかじめ個人情報に関する覚書の取り交わしが必要です。また応募者の獲得、件数を保証するものではありません。

CASE STUDY

PROJECT : サテライトオフィス Presents

オンライン配信イベント「プロフェッショナルに聞く～成功への道しるべ～」



協賛社インタビューを見る

adv.yomiuri STORY
https://adv.yomiuri.co.jp/story/newsletter202402_01.html

読売グループならではのキャスティングと、 ハイクオリティなコンテンツを配信

菅義偉元首相や侍ジャパンを優勝に導いた栗山英樹氏、作詞家の秋元康氏ら各界を牽引するプロフェッショナルたちが、その道筋と成功の秘訣を明かすオンライン配信イベントを4日間にわたって開催した。

デジタル、エンタメ、ビジネス、スポーツの4テーマごとに講演や対談形式で「成功の秘訣」を発信。日テレ アックスオンの協力による、テレビ

番組並みのハイクオリティなコンテンツ制作をはじめ、メディアパートナーとして「Forbes JAPAN」の編集長によるスペシャルビジネスセッションを設けるなど配信ラインアップも充実したものとした。

第一線で活躍する旬な著名人が多数アサインされたイベントとして話題となり、イベント登録者数は1万人を超えた。



全国にあるリソースで エリアビジネスを支援

読売グループのリソースは、日本テレビ系列の地方局をはじめ、関連会社や施設など全国に広がっています。リソースを活用した「地域と全国」をつなぐプロモーションなど、エリア連携の手法を多く備えています。

企業・団体・自治体の課題

エリア展開しているビジネスを拡大したい

商材の生産地を取材してコンテンツにしたい

エリアに根差した著名人をアサインしたい

地域の魅力を首都圏でPRしたい

エリア ↔ 全国

オーダーメイドでお応えします

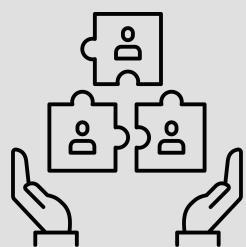
グループリソース

テレビ番組

動画

イベント

新聞・雑誌



CASE STUDY

1

PROJECT : 地方競馬 GO 畜産プロジェクト

畜産振興をテーマに4つの地方局が
動画コンテンツを制作、BS日テレで番組化



国内4エリアにおける畜産振興の取り組みを取材し、新聞広告と動画で「畜産の今」をシリーズで発信。

全国朝刊

▼Vol.1 北海道



▼Vol.2 島根/鳥取



▼Vol.3 鹿児島



▼Vol.4 福島



各地方局が15分程度の動画を作成し、「地方競馬GO畜産プロジェクト」公式サイトにアップ

BS0テレ
で60分番組として放送

STV 札幌テレビ放送



日本海テレビ



KYT 鹿児島読売テレビ



福島中央テレビ



CASE STUDY

2

PROJECT : 福島県「まるごとふくしまウィーク」事業（一部）

福島ゆかりの大学生が県内ツアー造成に挑戦
考案内容を大学生向け新聞で紹介



イベント展開（モニターツアー）



メディア展開

▼読売新聞タイアップ広告



▼大学生向け新聞広告



ツアースポットを考えた大学生による報告会

行動ログデータ等による 新聞広告の効果検証

読売新聞社は行動ログベースでの新聞広告の効果検証に取り組んでいます。
「効果が見えにくい」「他メディアと並列で比較ができない」といった新聞広告の課題を解決するための新たなソリューションです。

新聞広告の課題

新聞広告って実際の行動につながっているのか検証できない

他媒体と組み合わせた新聞広告の効果を見たい



新聞広告で実際に行動した人を把握し、次の施策に生かしたい

新聞広告を見て行動した人が、なぜ行動したのかを把握したい

新聞読者データ ×

テレビ視聴データ

購買データ

位置情報データ



新聞読者情報と外部の各種データを掛け合わせ
購買や店舗来訪といった新聞読者の行動を分析

購買

店舗来訪

サイト来訪

属性

CASE STUDY

1

調査事例：日本ハム「シャウエッセンの日」

新聞読者は
“記念日”掲載にどう反応するか



新聞読者データ × 購買データ

読売新聞読者／新聞非読者の購買率の変化を比較

※読売読者：ほぼ毎日閲覧

結果

広告掲載前後での商品購買率において、
読売新聞読者はリフト(上昇)が見られた

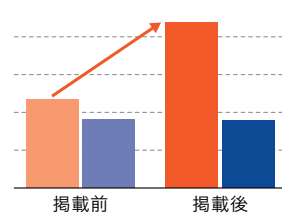


▲ 2024年8月10日全国朝刊

<「シャウエッセン」購買率>

調査結果イメージ

■ 読売読者 ■ 新聞非読者



■ 分析内容
読売読者と新聞非読者の
広告掲載前後の購買率を比較

■ 検証期間
掲載前：8/3～9
掲載後：8/10～16

■ CV定義
シャウエッセンブランド
各種商品の購入

CASE STUDY

2

調査事例：「生活家電製品体験会」告知

“耐久消費財”における試用体験は
新聞読者の来店を促すか



新聞読者データ × 位置情報データ

読売新聞読者／新聞非読者の店舗来訪率の変化を比較

※読売読者：週1日以上閲覧

結果

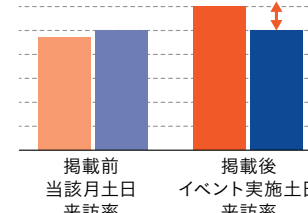
広告掲載後のイベントが実施された土日の店舗来訪率は、
読売新聞読者が新聞非読者を上回った



<新聞非読者の来訪を100とした場合の、読売読者の来訪率>

調査結果イメージ

■ 読売読者 ■ 新聞非読者



■ 分析内容
読売読者と新聞非読者の
広告掲載前後の
土日の店舗来訪率を比較

■ 検証期間
掲載前：当該月の土日
掲載後：イベントが
実施された土日

■ CV定義
紙面掲載店舗
(ホームセンター等)への来訪

※グラフは来訪数総量の変化を表すものではありません