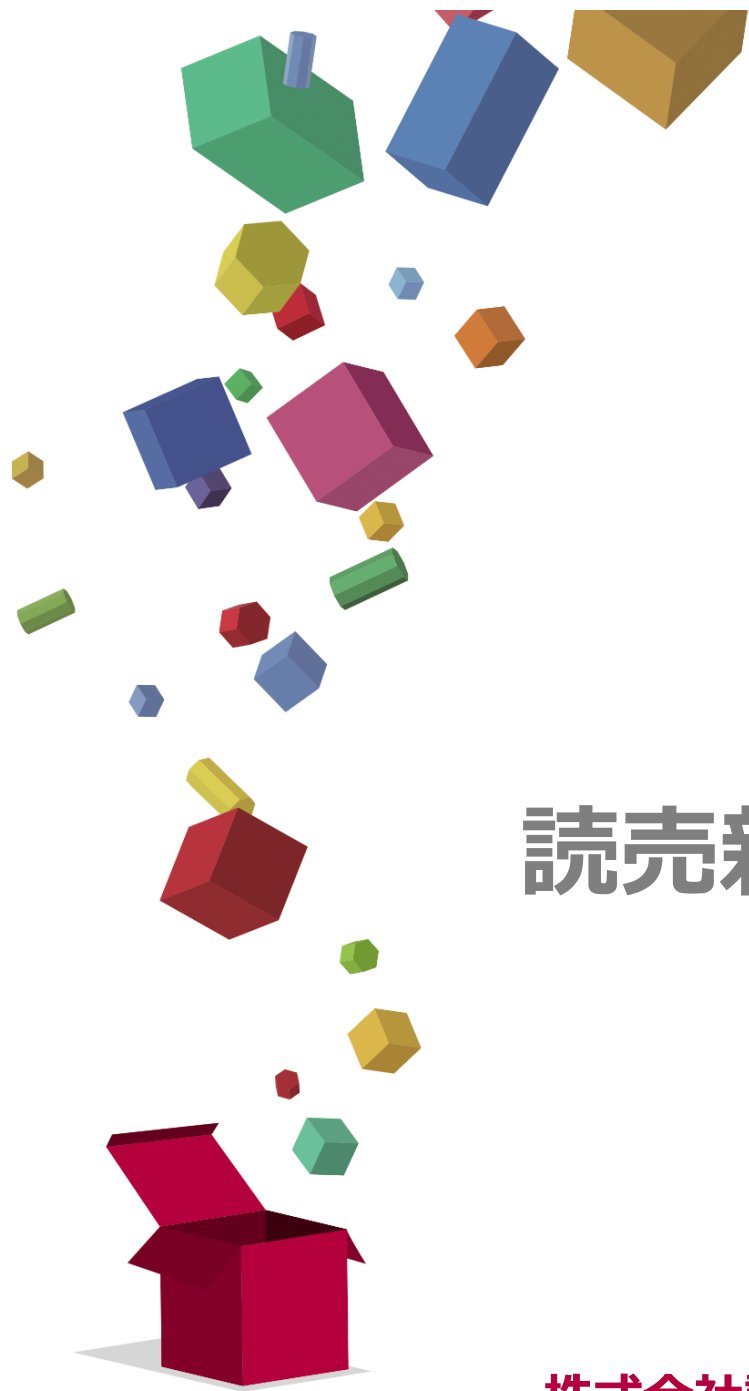
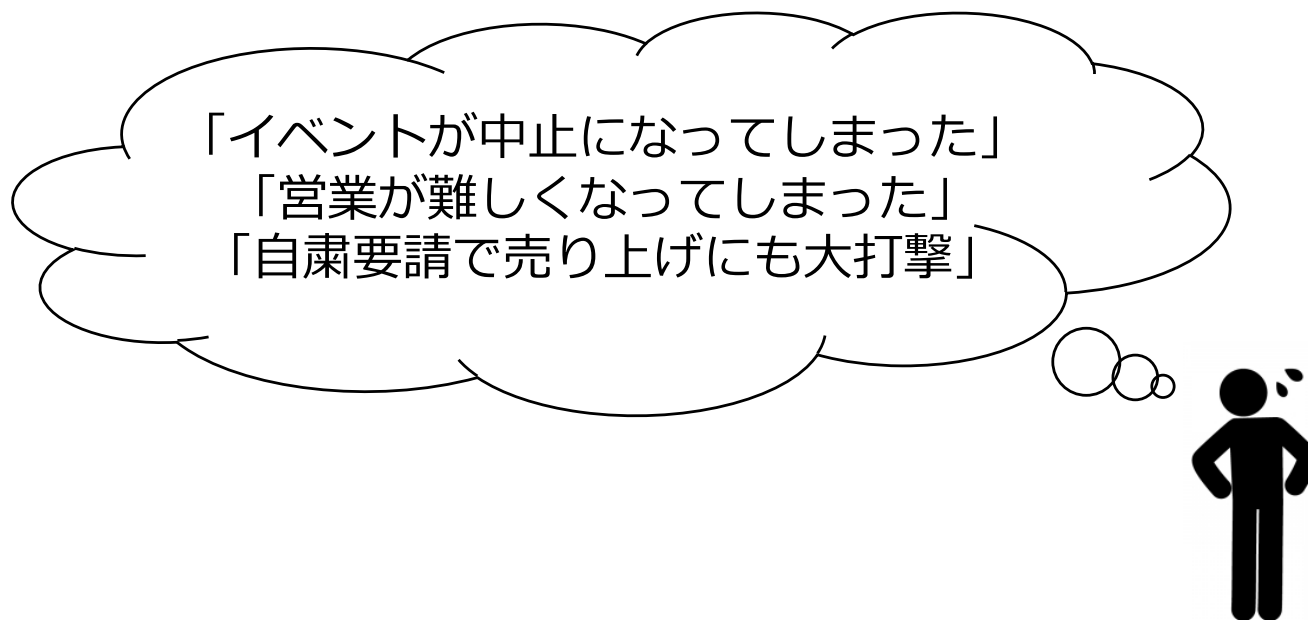




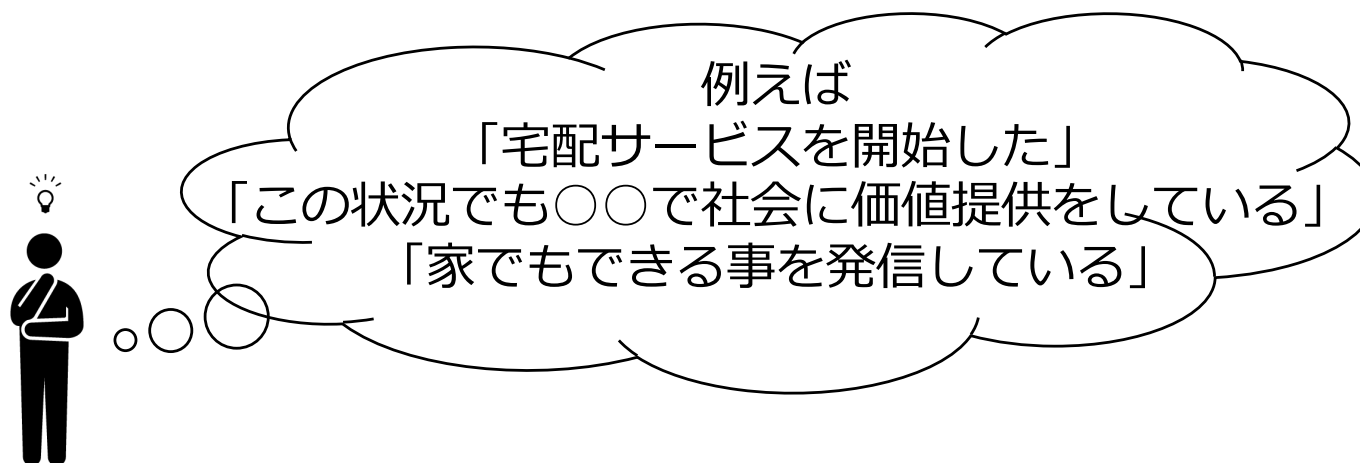
【コロナウイルス対策】 読売新聞オンライン広告特集企画

株式会社読売エージェンシー 2020.12

新型コロナウイルスの影響で 企業の広報・営業活動が難しくなってませんか？



しかし、コロナウイルスの影響にも負けず
対策している事もたくさんあると思います。



この状況でも頑張っている事を社会に発信していくことで
企業の**イメージアップを図れる**かもしれません！

企画概要

読売新聞オンライン 「コロナウイルス対策企業支援特集ページ」企画

現在企業で取り組んでいる「コロナウイルス対策」を
読売新聞社のWEBメディアである「読売新聞オンライン」
に掲載をする事で企業のイメージアップにお力添え。

コロナウイルスで「自粛疲れ」も問題になっている
世間に向けて、共に頑張る企業として取り組みを発信。

[PR] Planned & Produced by The Yomiuri Shimbun Advertising Bureau

読売新聞

ニュース > トピックス

[PR] キャッシュレス化で募金が減る？ 新しい支援の形 広がる

2019年12月17日

キャッシュレス決済が広がる中、現金を使わない募金、新たなチャリティ「マックハッピーデー」で、病気を闘う子どもとその家族のたすけ「ドナルド・マクドナルド・ハウス（DMH）」の新たな支援の形が広がった。



ハッピーデー当日の様子。
子どもたちに寄り添う日本マクドナルド
日色社長（左から2番目）

「マックハッピーデー」は、11月10日（日）に全国のマクドナルドの売り上げから一つにつき50円を寄付する「#食べる支え」Twitterで愛を表現するハートボースの写真を特定のハッシュタグをつけ、1ツイートにつき1円を寄付する「#贈る支え」、アーティストAI下ろしたDMHチャリティソング「ラフィン・メディスン」の無料提供の一部を寄付する「#聴く支え」の3つの支援が行われた。

※「#贈る支え」「#聴く支え」は期間限定のため終了。



#贈る支えイメージ

DMHへの支援は、これまで店舗の募金箱を通じた募金活動が主だったが、店舗のカウンター近くに置かれた募金箱に記されている「お釣りの小銭を募金箱に入れる」という一言がきっかけで、今回、日本マクドナルドは、キャッシュレス化で「金銭が減る」と実感した小学生以下の子どもを持つママの存在を前に、ポイント還元などのメリットや便利さなどから決済のキャッシュレス化が進んでいると同時に、約半数が募金の頻度の減少を実感していることが分かった。

「美肌アプリ」のいない明るい肌と透明感。利用している人も多いスマートフォンの「美肌アプリ」。女性たちが今、求めているのは、そういったアプリを使わなくてもいい明るさと透明感。肌トーンが明るいと、顔立ちまでキレイに見える。



食田 真由美さんに聞く「肌トーン」のトレンド
シミやソバカスといった「肌」に対する悩みが広がるのではなく、肌全体の明るさや透明感を重視する傾向になっています。つまり「顔」にアプローチするスキンケアが、この春は、主流になるということです。その理由としては、他人から見たとき、「肌」の色ムラより、肌全体のトーンが、その人の印象を大きく左右するからです。明るく、内側から輝くような光を放つトーンをしていると、若々しさや楽しさはもちろん、イキイキとした魅力が感じられるもの。仕事もプライベートも充実している女性である、といった好印象をもたらすことができるからです。

肌トーンへのニーズについて
1,000人の日本女性にアンケートを実施

※ホワイトニング UBA オンライン調査

SNSの普及により、自分たちの顔を写真に撮影し、公開する機会が増えた昨今。くすみや暗い肌トーンを求め、明るい肌トーンを求める傾向

は、さらに高まっています。しかし、年齢にかかわらず女性クドナルドを利用の際に「お釣りの小銭を募金箱に入れる」という一言がきっかけで、今回、日本マクドナルドは、キャッシュレス化で「金銭が減る」と実感した小学生以下の子どもを持つママの存在を前に、ポイント還元などのメリットや便利さなどから決済のキャッシュレス化が進んでいると同時に、約半数が募金の頻度の減少を実感していることが分かった。

「美肌アプリ」のいない明るい肌と透明感。利用している人も多いスマートフォンの「美肌アプリ」。女性たちが今、求めているのは、そういったアプリを使わなくてもいい明るさと透明感。肌トーンが明るいと、顔立ちまでキレイに見える。



読売新聞オンラインとは①

読売新聞オンラインとは

読売新聞オンラインはニュースだけでなく、便利機能やお得なサービスを豊富にそろえた総合デジタルサイトです。
昨年2月のスタートから1周年を迎え、エンタメ・趣味などのコンテンツもますます充実させています。



※Google Analytics 2019年7月～12月平均

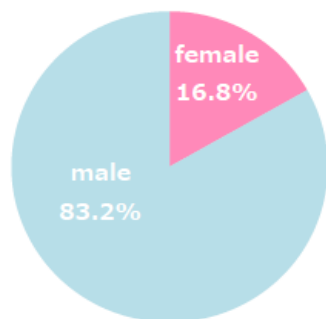
読売新聞オンラインとは②

■ユーザー属性

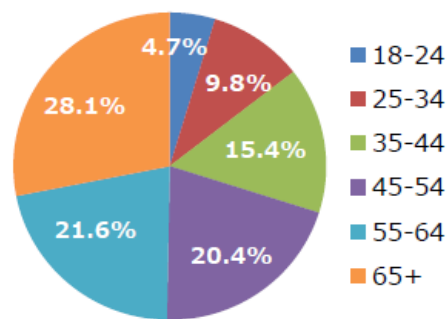
モバイルからのアクセスが約6割で、幅広い年齢層に読まれているニュースサイトです。

PC : 36.4%

PC男女比 (PV)

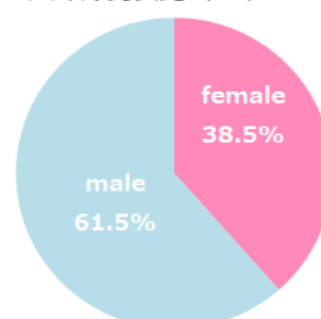


PC年齢構成比 (PV)

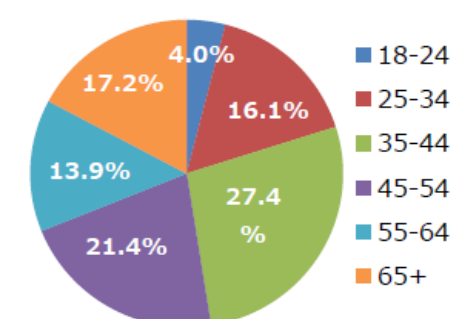


モバイル : 63.6%

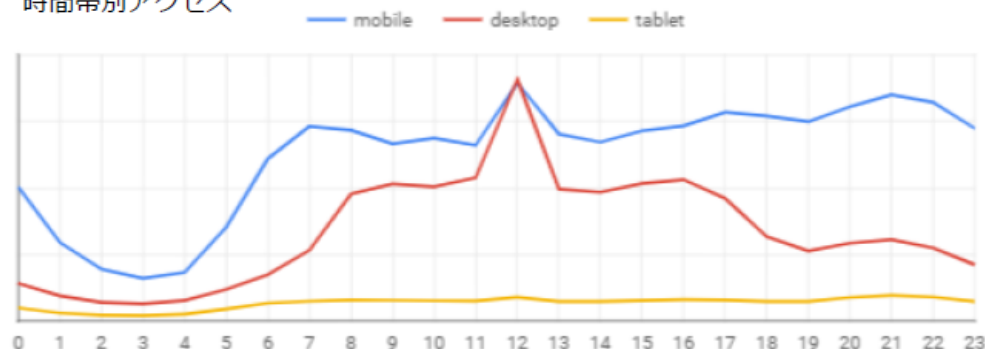
モバイル男女比 (PV)



モバイル年齢構成比 (PV)



時間帯別アクセス



企画詳細①

■特集ページ企画案

①「今この機会におうちを楽しもう」特集

- ・オンライン飲み会の楽しみ方(飲料・お菓子メーカー等)
- ・自分磨きでおうち時間を有意義に(スポーツジム、化粧品・ヘアケアメーカー)
- ・子供と楽しむ○○(お料理教室・塾等)

②「コロナウイルスにも負けない企業」特集

- ・社会に価値提供をしている企業や医療現場を支える企業の紹介
- ※CSR的な要素としてPRするイメージ

上記のような特集テーマのもと企業のコロナウイルス対策活動を
読売新聞オンラインにてご紹介します。

※読売新聞オンラインの掲載基準に準拠します

企画詳細②

■掲載料に関して

100万円～

※タイアップページへの誘導PV = 10,000PV～

※希望誘導PV数によって別途お見積り

※ページイメージ：70万円程度の場合

[PR] Planned & Produced by The Yomiuri Shimbun Advertising Bureau

読売新聞

ニュース > トピックス

【PR】 キャッシュレス化で募金が減る？ 新しい支援の形 広がる

2019年12月17日

キャッシュレス決済が広がる中、現金を使わない募金、新たなチャリティの形が生まれている。日本マクドナルドが2019年秋に展開したチャリティキャンペーン「マックハッピーデー」で、病氣と闘う子どもとその家族のための滞在施設「ドナルド・マクドナルド・ハウス（DMH）」の新たな支援の形が注目を集めた。



ハッピーデー当日の様子。
子どもたちに寄り添う日本マクドナルド
日色社長（左から2番目）

「マックハッピーデー」は、11月10日（日）に全国のマクドナルドでハッピーセットの売り上げから一つにつき50円を寄付する「#食べる支援」、Twitterで愛を込めたハートポーズの写真を特定のハッシュタグをつけて投稿すると1ツイートにつき1円を寄付する「#聴く支援」、アーティストAIさんが書き下ろしたDMHチャリティソング「ラフィン・メディスン」の有料視聴で売り上げの一部を寄付する「#聴く支援」の3つの支援が行われた。

※「#食べる支援」「#聴く支援」は期間限定のため終了。



#食べる支援イメージ

DMHへの支援は、これまで店舗の募金箱を通じた募金活動が主だった。マクドナルドの店舗のカウンター近くに置かれた募金箱を記憶している人は多く、マクドナルドを利用の際に「お釣りの小銭を募金箱に入れる」という習慣が長く根付いてきた。今回、日本マクドナルドは、キャッシュレス化で「店舗での募金機会が減る」と実感した小学生以下の子どもを持つママの存在を示す調査に着眼した。調査は小学生以下の子どもを持つ20代から40代の女性を対象に行われ、ポイント還元などのメリットや便利さなどから決済のキャッシュレス化が急進に進んでいると同時に、約半数が募金の頻度の減少を実感していることが明らかになったのだ。

※ページイメージ：300万円程度の場合

スキンケアトレンド・先進の美容皮膚科学レポート

VOL.1 美肌トレンド VOL.2 先進の美容皮膚科学 VOL.3 独自の発酵研究

VOL.1 美肌トレンドを追求
今、求められるのは肌全体の明るさ



食田 真由美S&Aに聞く「肌トーン」のトレンド

シミやソバカスといった「点」に対する悩みに変わるのでなく、肌全体の明るさや透明感を重視する傾向になっています。つまり「面」にアプローチするスキンケアが、この春は、主流になるということです。その理由としては、他人から見たとき、「点」の色ムラより、肌全体のトーンが、その人の印象を大きく左右するからです。若々しく明るく、内側から清らかな光を放つトーンをしていると、若々しさや美しさはもちろん、イキイキとした魅力が感じられるもの。仕事もプライベートも充実している女性である、といった好印象をもたらすことができるからです。

〔食田真由美：35年のキャリアを持つ美容ジャーナリスト。女性誌や新聞で執筆をするほか、美容にまつわる講演を行っている。〕

肌トーンへのニーズについて
1,000人の日本女性にアンケートを実施

※ホワイティング U&A オンライン調査



SNSの普及により、自分たちの顔写真を頻りに撮影し、公開する機会が増えた昨今。くすみや濁りのない明るい肌トーンを求める傾向は、さらに高まっています。しかも、それは年齢にかかわらず女性にとっての願いであるという調査結果が出ています。

「美肌アプリ」のいない明るいさと透明感

利用している人も多いスマートフォン「美肌アプリ」。女性たちが今、求めているのは、そういったアプリを使わなくてもいい明るさと透明感。肌トーンが明るいと、顔立ちまでキレイに見えるこ



企画詳細③

■スケジュール

①ご注文

②タイアップページ用素材支給

③制作開始

④テストアップ

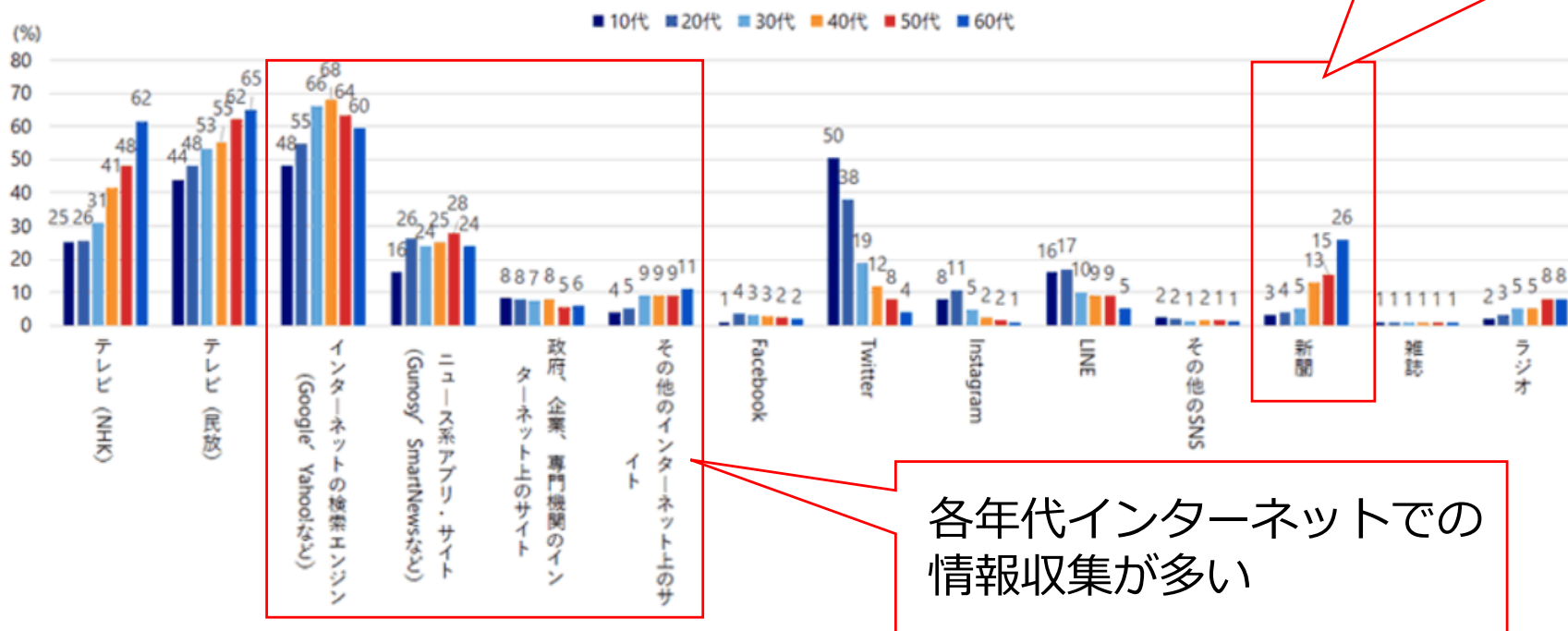
⑤掲載開始

ご注文後約2週間で掲載開始予定
※あくまで目安です。前後する可能性もございます。

Appendix

参考データ①

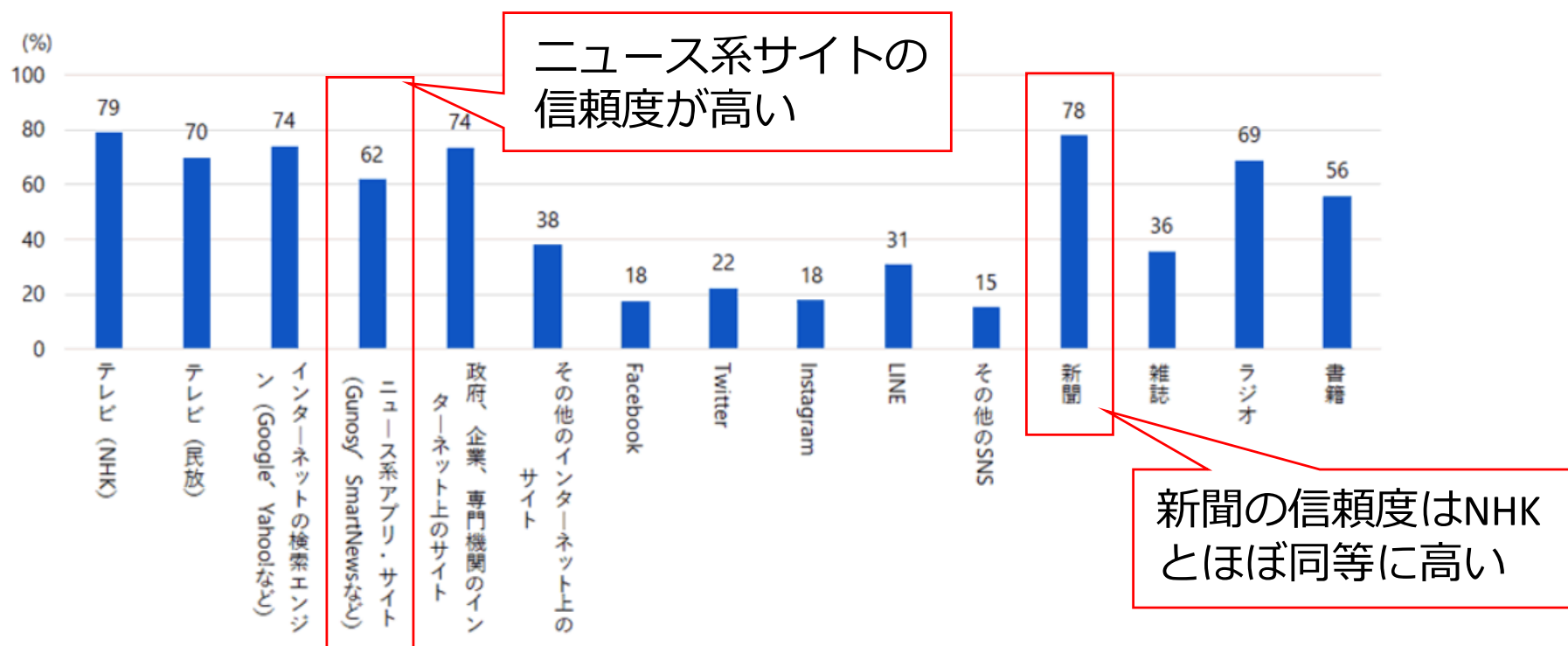
図 3：新型コロナウイルス感染拡大について最新の情報をいち早く知る手段
(年代別年代別)



出所) NRI「新型コロナウイルス感染拡大による生活への影響調査」(2020年3月)

参考データ②

図 5：新型コロナウイルス感染拡大に関する情報収集手段の信頼度
(信頼する計※)

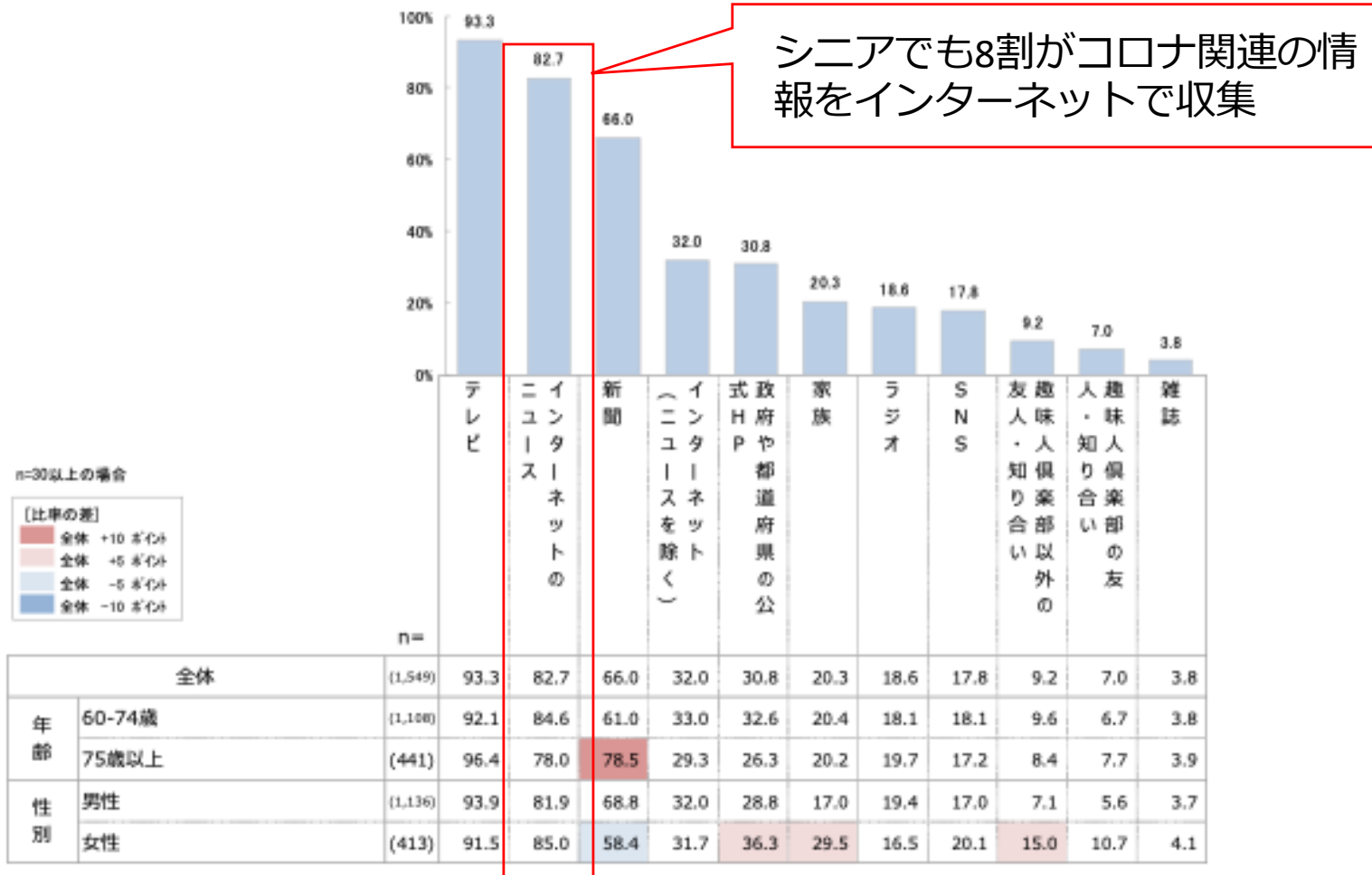


※「非常に信頼している」「やや信頼している」「あまり信頼していない」「信頼していない」「わからない」の4項目で尋ね、「わからない」と回答した人を除外し、「非常に信頼している」「やや信頼している」を回答した人の割合を示している。

出所) NRI「新型コロナウイルス感染拡大による生活への影響調査」(2020年3月)

参考データ③

新型コロナウイルスに関する情報は、どこから得ていますか。当てはまるものを全てお選びください



新型コロナウイルスによる生活への影響に関するアンケート(2020年4月)
 博報堂シニアビジネスフォース、および趣味人倶楽部シニアコミュニティラボ調べ