

日曜日の日経読者はNIKKEI The STYLEで
知的好奇心を高め、優雅な世界に浸っています

19年7月
文化時評
スタート

NIKKEI The STYLE

Media Guide

KeyWord

日経の信頼感+
新しい紙面への期待

New NIKKEI
Quality



KeyWord

情報の幅広さ
ストーリーを感じる

コンテンツの
体験価値化



シアトル 日本にいちばん「近い」アメリカ



目の前の街からだが、
懐かしい気分に慣れた日経読者にも
うんざりするような冬の真面目にも
憂鬱を覚えるかもしれない。
太平洋に面し、日米交際の玄関口となってきた
アメリカ西海岸の都市、シアトル。
港町に暮る一冊のテイストの要をたどった。

KeyWord

非日常なものに
触れられる

高尚な
世界観



KeyWord

休日モードに
フィットした

上質な
読みやすさ

NIKKEI The STYLEは2017年3月の創刊から3年目を迎えて、日曜日の朝を彩っています。「優雅で知的なオフスタイルの提案」というコンセプトは大切にしつつ、毎週変奏曲のように響きや味わいの異なるカラフルな紙面をお届けしています。

ロンドンで紳士道について考えたかと思えば、過酷な砂漠マラソンに魅せられたひとびとを追ってみる。はたまた、京都の山寺に涼を求め、函館に文学者の足跡を探す。そんな特集で

読者のみなさまを日常から少し遠い場所へととぎやいます。

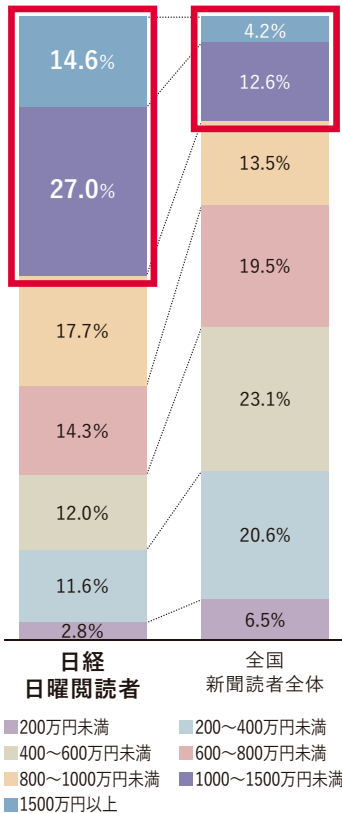
7月からはライフ面をリニューアルし、新コラム「文化時評」をお届けします。文化にまつわる話題の社会的影響の広がりや背景を紹介し、知的好奇心を刺激します。彩り豊かに、そして深く。これからも読者の皆様にご満足いただける紙面を目指して参ります。

NIKKEI The STYLE編集長 中川 竜

新聞読者の世帯年収比較

世帯年収1000万円以上が
全体の**4割強**

【世帯年収】平均 **1006万円**
(全国新聞読者全体平均:680万円)



Case 01

信頼・価値のあるものに共感。審美眼を備えた「マネジメント層男性」
(年収1500万円以上)

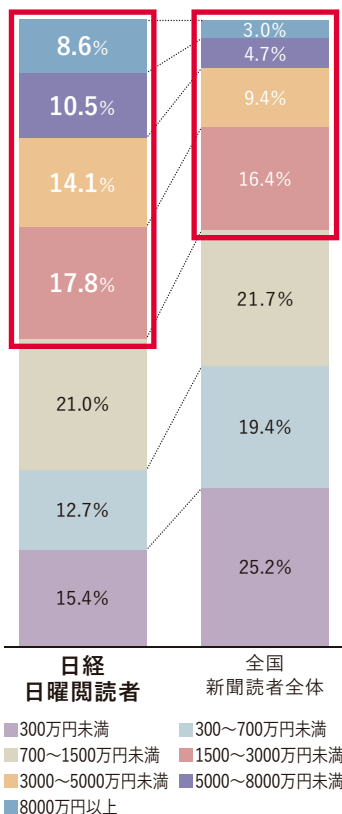


読者グループインタビューから見たNIKKEI The STYLEの価値とは——
自分をワンランク上げる知的レベルの高い

新聞読者の世帯金融資産比較

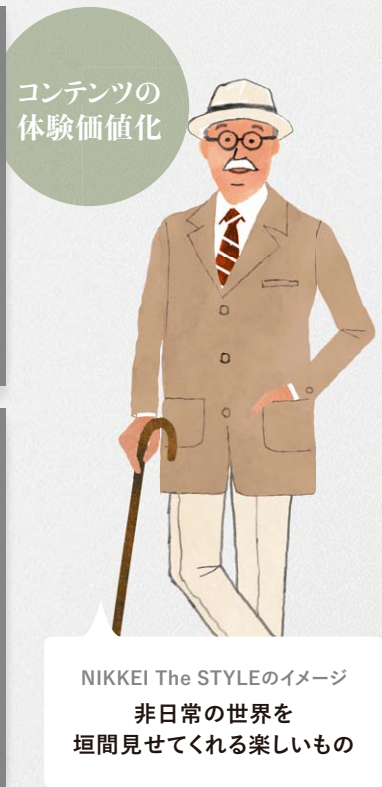
金融資産1500万円以上が
半数を占める

【世帯金融資産】平均 **2811万円**
(全国新聞読者全体平均:1490万円)



Case 03

知識欲が旺盛。ゆとりあるセカンドライフを愉しむ「リタイアシニア男性」
(金融資産5000万円以上)



Case 02

多忙な仕事や家事からのスイッチ。スローな休日を求める「キャリア女性」
(年収1000万円以上)



高尚な
世界観

NIKKEI The STYLEのイメージ
心に栄養を与えてくれるもの



少し贅沢して
NIKKEI The STYLE
で気になった旅行を
検討してみようかな

仕事のことを忘れ、ゆったりした気分で
非日常的で上質なコンテンツを楽しむ



このリゾート物件いいわね！
屋からテラスで
シャンパン女子会とか
優雅な休日が満喫できそう

日曜日の休日マインドで
五感に訴える広告に心が動きやすい

“ライフスタイル×センスアップ”コンテンツ

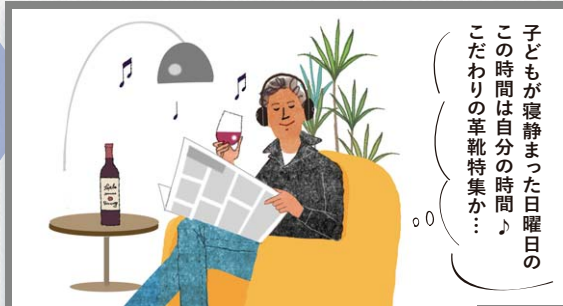
Case 04

近い将来欲しいと憧れを抱く。良いモノに感度が高い「ミドル世代男性」



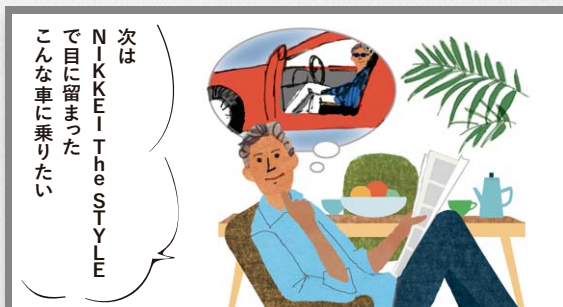
上質な
読みやすさ

NIKKEI The STYLEのイメージ
雑誌が新聞と同時に届くような
ワクワク感があるもの



子どもが寝静まった日曜日の
この時間は自分の時間♪
こだわりの革靴特集か！

日曜の夜、厳選された情報を求め
独りでNIKKEI The STYLEをじっくり読む

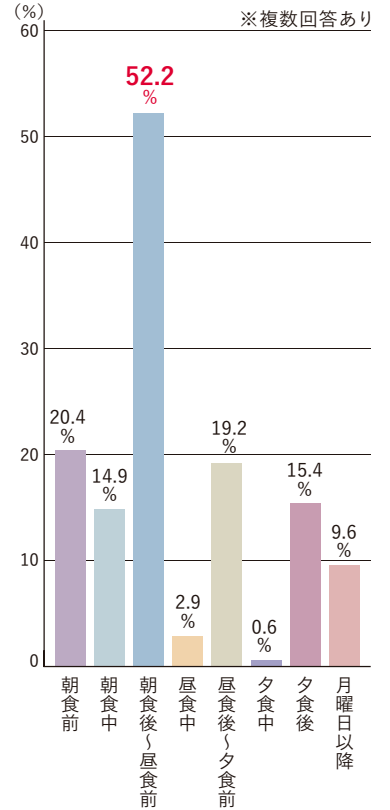


次は
NIKKEI The STYLE
で目に留まった
こんな車に乗りた

高級車などハイクラスの広告に目を留める
近いうちに自分も…と思いにふける

NIKKEI The STYLEの閲読時間帯

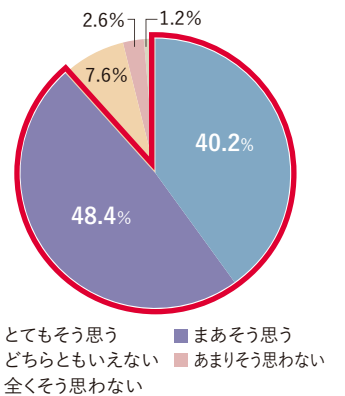
朝食後～昼食前の
閲読率が高い



今後のNIKKEI The STYLE閲読意向

今後も読み続けたい
と思う読者が約9割

Q. 「NIKKEI The STYLE」を
今後も読み続けたいと思いますか



【読者グループインタビュー・調査概要】

●調査目的: 「NIKKEI The STYLE」読者の購読シーン・実態把握、および記事や広告の閲覧行動把握 ●調査方法: FGI(フォーカスグループインタビュー) 1グループあたり4名、2時間 ●調査対象: 40歳以上/男女/「NIKKEI The STYLE」購読者/1都3県(東京・神奈川・千葉・埼玉)在住 ※性別・年収・金融資産でセグメント ●調査期間: 2018年8月24日(金)～25日(土) ●調査企画: 株式会社ignite ●調査実施: 楽天インサイト株式会社

【左頁のグラフ2点】

●調査名: 第17回全国新聞総合調査(J-READ)
●調査対象: 全国47都道府県の満15歳～69歳の男女 ●調査時期: 2017年10月 ●回答者数: 28800人 ●調査実施: 株式会社ビデオリサーチ

【右頁のグラフ2点】

●調査名: NIKKEI The STYLE紙面読者調査
●調査対象: NIKKEI The STYLE読者 ●調査時期: 2018年6月 ●回答者数: 1576人 ●調査実施: 日本経済新聞社

「NIKKEI The STYLE」は、日本経済新聞の読者の中心である富裕層をターゲットとした上質なライフスタイル情報紙面として、2017年3月に創刊しました。体裁は日曜日の朝刊紙面内16ページ。高級白色紙を使い、旅やファッション、グルメ、カルチャーなど読者の知的好奇心を刺激するテーマで構成。独立して抜き取れるウィークエンドセクションです。

基本建て [高級白色紙 オールカラー]

※カラー掲載範囲は原則【24カラーエリア】のみです。その他地域はモノクロ掲載となります。詳細は下記の使用紙・色・掲載地域をご確認ください。

※フローティング広告設置面

各面の紹介

フロント特集	旅、文化、食、ファッションなど週替わりで特集	文化時評	文化にまつわる社会的な話題の背景を読み解く
ファッション	アパレル、宝飾、時計、小物など華やかな装いを紹介	カルチャー	映画や写真集等の名作紹介とクロスワードパズル
グルメ	一流シェフの哲学や旬の食材ピックアップ	インタビュー	文化人や企業人、スポーツ選手の原点に迫る
アート	見開き2ページで古今東西のアートを深掘り解説	バックフロント	著名人コラムにナショナルジオグラフィック写真で構成

変形広告一例

※上記変形スペースのお申し込みは掲載日の2カ月前迄です。上記以外の変形スペースについては弊社営業局員までお問い合わせください。また状況によりご希望のスペースが設定出来ない場合もございます。

■掲載日：日本経済新聞 朝刊 毎週日曜日

■部数・用紙・色・掲載地域 2019年5月 日本ABC協会認証部数 2,298,304部

- ①高級白色紙・カラー 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、福島県(一部)、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、福井県(一部)、山口県(一部)、福岡県、佐賀県、大分県、長崎県、熊本県(一部を除く)・・・約190万部
- ②通常新聞紙・カラー 北海道、静岡県、広島県、岡山県、鳥取県、島根県・・・約18万部
- ③通常新聞紙・モノクロ 上記以外・・・約22万部

■NIKKEI The STYLEは、日経電子版紙面ビューアーでも閲覧できます。日経電子版有料会員数・・・61万0051 (2019年1月現在)

日本経済新聞社

東京本社	〒100-8066	東京都千代田区大手町1-3-7	☎(03)3270-0251
大阪本社	〒541-8515	大阪市中央区高麗橋1-4-2	☎(06)7639-7111
名古屋支社	〒460-8366	名古屋市中区栄4-16-33	☎(052)243-3371
西部支社	〒812-8666	福岡市博多区博多駅東2-16-1	☎(092)473-3381
札幌支社	〒060-8621	札幌市中央区北一条西6-1-2	☎(011)281-7201
神戸支社	〒650-0011	神戸市中央区下山手通7-1-24	☎(078)371-0496
京都支社	〒604-0874	京都市中京区烏丸通竹屋町角	☎(075)241-4310