



「産経×防災」プロジェクト 企画概要案

2025年5月

産経新聞社

ご協賛のご案内

近年、地震や台風、豪雨、火災などの災害が頻発し、その影響は社会全体に深刻な影響を及ぼしています。被害を最小限に抑え、迅速かつ適切な対応を行うためには、正確な防災情報の共有と、国や自治体、企業、市民が一体となった防災意識の向上が不可欠です。

産経新聞社は、メディアとしての社会的使命を果たすとともに、企業や自治体の防災対策を情報発信の側面から支援するため、「防災」をテーマに全社一丸となって取り組んでいます。

編集局とメディアビジネス局が連携し、最新の防災技術や政策、自治体・企業の取り組み、災害時の対応策など、実践的な情報を発信。紙面特集や定期コラムのほか、「防災のきっかけコミュニティ」をもとに防災の意識調査や、防災への意識の醸成を行います。また、企業や自治体の防災対策に関する情報アップデートを加速させる「防災DXセミナー」など多角的な施策を展開し、企業・自治体・消費者をつなぐ場をご提供いたします。

本プロジェクトは、防災に関する最新情報の発信だけでなく、協賛企業の皆様が持つ技術・サービスを広く社会に発信し、防災市場の活性化につなげる機会でもあります。貴社の取り組みを社会に示し、自治体や企業との新たなビジネス機会を創出する場として、本プロジェクトをぜひご活用いただけますと幸いです。

防災分野のよりよい未来を築くために、産経新聞社は、貴社とともに社会の安全・安心を支える取り組みを推進してまいります。

何卒企画内容ご賢察のうえ、ご協賛賜りますようお願い申し上げます。

産経新聞社

3

産経×防災プロジェクトとは

近年、地震や火事、台風、豪雨など、自然災害の発生頻度とその影響が増加しており、私たちの生活に大きな影響を与えています。
こうした中、社会全体で防災の機運を高め、もしもの時に迅速かつ的確に行動できるような情報の重要性が増しています。

産経新聞社は、こうした社会課題に対応すべく、編集部門やメディアビジネス局などが連携した
「産経×防災」プロジェクトを始動いたしました。

プロジェクトでは、日々進化する防災技術や最新の防災政策、災害時の心得、国や自治体の抱える課題、防災市場動向など
幅広い防災情報を読者やユーザーに向けて発信するほか、
オンラインコミュニティやイベント、セミナーなど多彩な施策通じて、防災に関する社会全体の意識向上を目指します。

新聞

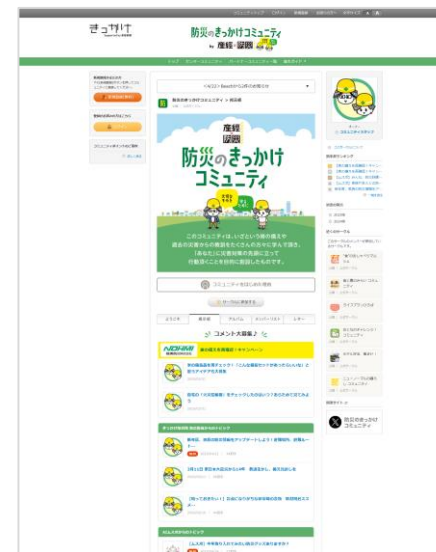
メトロポリターナ

産経ニュース
産経YouTubeチャンネル

オンラインコミュニティ

DXセミナー

展示会



産経×防災プロジェクト拡大構想

- ・ 2024年度元旦(2025.1.1)コミュニティオープン。賛同するクライアントを集め、編集も巻き込んだプロジェクトとしてローンチ
- ・ 紙面・産経ニュースについてはワッペンをつけて整理、コンテンツを拡大。コミュニティ内にもRSSでニュース提供
- ・ 「防災の日」、「3.11」、正月紙面ほか、日々発信される防災関連記事と連動をはかる
- ・ 地方が気になるコミュニティほか、「きっかけ」内他コミュニティとの連動をはかる
- ・ 防災セミナーや学生向け防災授業、防災庁発足記念事業など、プロジェクト連動型のイベント、アウトプットを実施していく
- ・ 復興クラファンや、防災白書公開、コミュニティ発の防災セット販売など、読者・ユーザーとの共創を行う
- ・ 国や自治体、団体、専門機関などとの連携をはかる

2024年度

「防災」に興味のある読者・ユーザーを集め、防災への関心を高めていく。

産経ニュース内
特設スペース

正月紙面でコ
ミュニティロー
ンチ

各種紙面・
記事連動

クライアント
ショット施策

2025年度

編集と連動した大型企画として発展。
新聞記事やイベント、セミナーなど連動を
はかる

産経ニュース内
特設スペース

各種紙面・
記事連動

クライアント
ショット施策

+

専門機関や
協会・組合との
連携

クライアント
ミニコミュニティ
施策

地方が気にな
るコミュニティ
連動

防災DX
セミナー実施

学生向けに
防災授業実施

防災イベント
実施

2026年度

防災意識を醸成しながら、防災庁発足
に伴い、国や自治体とも連携した大き
なムーブメントを起こしていく

産経ニュース内
特設スペース

各種紙面・
記事連動

クライアント
ショット施策

専門機関や
協会・組合との連携

クライアント
ミニコミュニティ施策

+

防災シンポジウム

防災庁発足記念
イベント・紙面

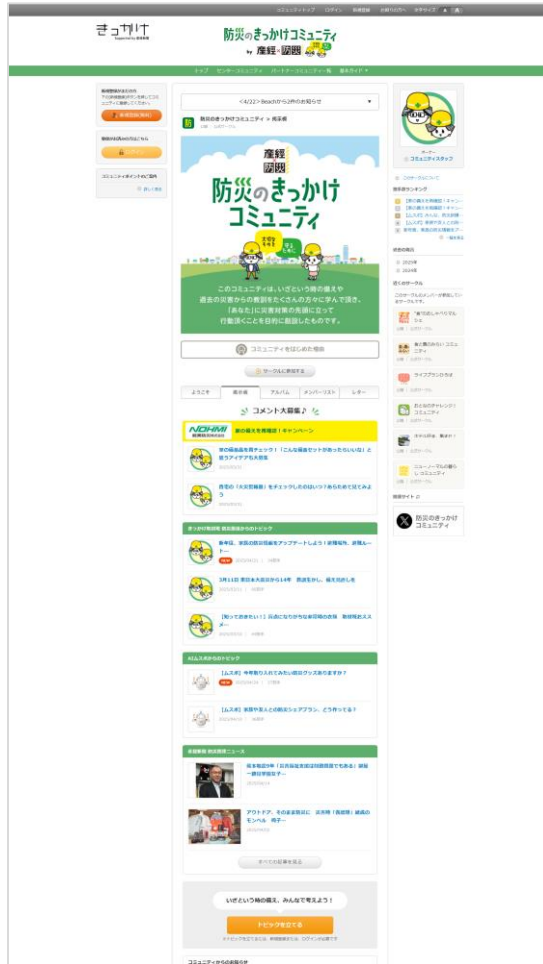
国や自治体
との連携

防災展示会
実施

現在までの展開

「産経×防災」プロジェクトでは、さまざまなメディア、切り口で防災情報を発信しています

防災のきっかけコミュニティ



正月分冊防災特集



東日本大震災特集紙面



編集記事

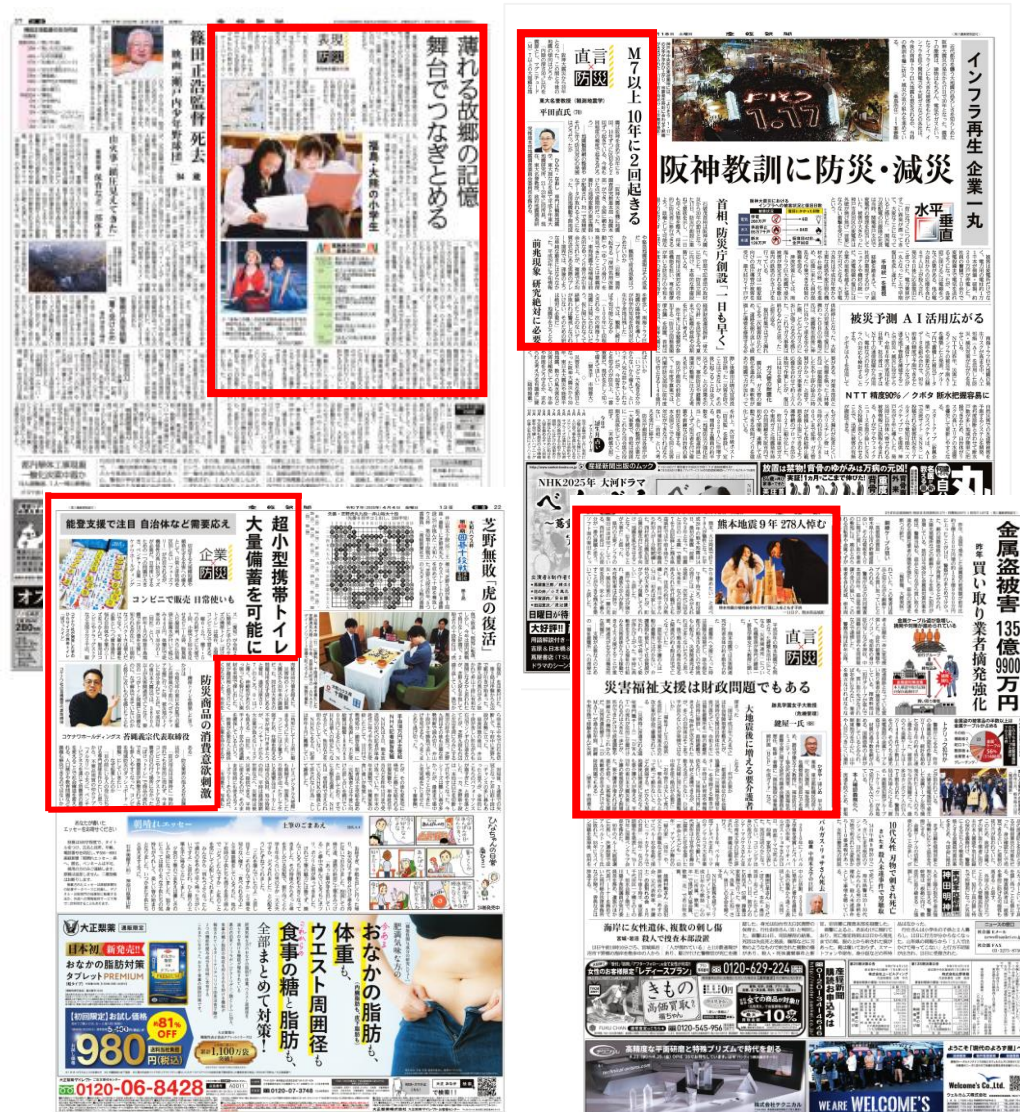


産経ニュース特設ページ



<産経×防災シリーズ特集 ●●×防災>

※月1回程度のペースで掲載中



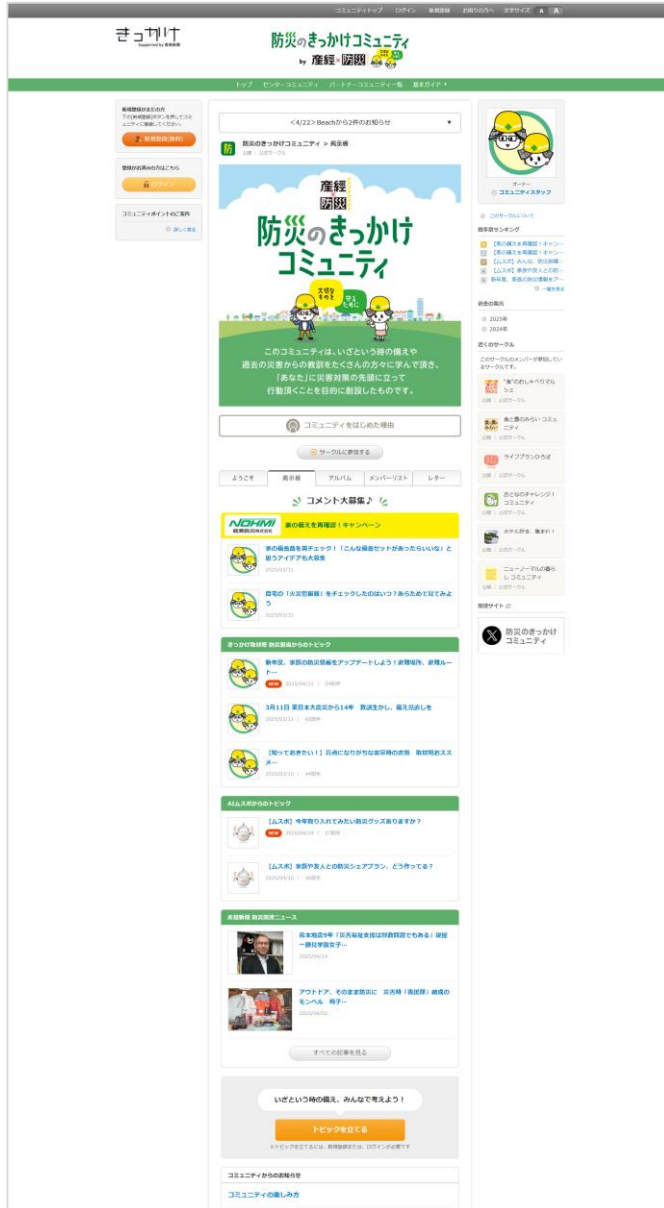
<コミュニティ連動コラム「美味×防災 withきっかけ」>

※2025年7月開始



防災において関心の高い「食」分野にフォーカス。ローリングストックに役立つ、防災における食トレンドのほか、非常時の食にまつわる役立つ知識、非常食を使ったレシピなどをご紹介します。「防災のきっかけコミュニティ」で交わされるユーザーのコメントを交えてお届けします。





防災のきっかけコミュニティ -大切なものを守るために-

産経新聞社とクオンが運営する、インターネット上で会員同士が対話を楽しむオンラインコミュニティ「きっかけ」は、防災について語り合い、継続的に災害対策を考える「防災のきっかけコミュニティ」を、2025年1月1日にオープンしました。

【コミュニティURL】<https://www.beach.jp/community/BOUSAI>

本コミュニティでは、過去の災害から得られる教訓を学びながら、日頃どんな防災対策を行うべきか、アイデアや経験などを語り合うことができます。防災にまつわるさまざまなテーマについて語り合うことで、防災を「自分事化」し、意識を高めていく場となります。

from:りこぴんさん

3.11の前後は震災のニュースがたくさん流れ、たくさん涙も流れました。たくさんの教訓を受けましたが、教訓や訓練を無視して行動したとっさの判断で災害を免れた事例も見聞きました。実際に体験しないと自分はどんな行動をとるのかわかりませんが、訓練を受けることと備えあって憂いなしは間違いないと思っています。

from:inakoさん

車のタイヤは毎年スタッドレスに交換しています。降雪後、アイスバーンとなった路面でブレーキを踏んでも利かなかったことがあり、その時は一度、ブレーキから足を外し、ゆっくり踏んでブレーキを利かせ、回避しました。前車との車間距離がある程度ないと追突したかもしれません

From:わさびさん

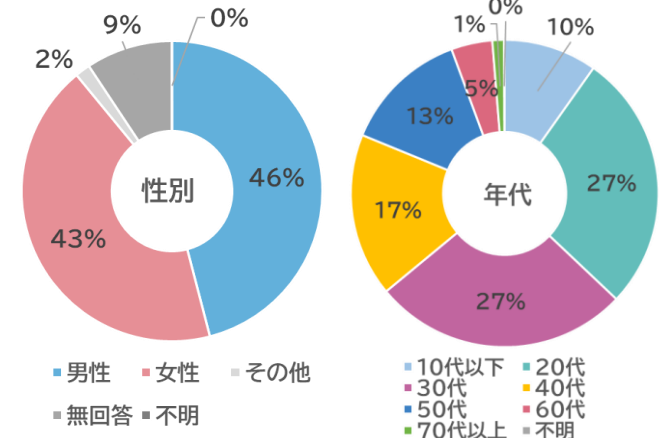
お水が一番大事になると思うので、必ず2〜3箱はストックしています。非常食は、ローリングストック。日常食べられるものを購入。車のトランクに、数日分の着替えをリュックにつめてあります。

from:みかさん

とりあえず家族4人が数日生活できるかな？という食料品は備蓄するようにしています。温めなくても食べられるレトルトや、子どもの好きなお菓子系など。そういえば実家の両親が備えをしているかは…ちゃんと聞いたことがなかったなあ。離れているからこそ、いざという時のことちゃんと一度話してみようと思います(^^)

登録ユーザー

幅広い年代の方にご参加いただいておりますが、特に20〜40代のユーザーが多いのが特徴となっております。



ご協賛メニュー



産経×防災 産経新聞社のアセット一覧

貴社の課題解決のため、産経新聞グループの持つさまざまなアセットを組み合わせでご提案可能です。
貴社の課題解決に最も効果的にアプローチできるプランをご提案いたします。

toC向け企業様

「防災のきっかけコミュニティ」活用



「防災のきっかけコミュニティ」では、貴社商品やサービス、お取り組みについて記者がコンテンツを作成し、ユーザーに向けてご紹介することが可能です。ユーザーからさまざまな意見やコメントが集まりますので、コメントの簡易分析を行い、貴社の課題解決の一助としてご活用いただくこともできます。

toC向け企業様

産経新聞特集紙面下広告



産経新聞は、9月1日の「防災の日」ほか、1月17日、3月11日など、防災におけるメモリアルデーに特集紙面を掲載しています。防災対策を考え、その最前線を知ることのできる情報を発信いたします。注目度の高い特集紙面对向、紙面下での広告出稿をぜひご検討ください。

toC向け企業様

メトロポリターナ特集連動



メトロポリターナでは、9月号で「防災」をテーマに特集を展開いたします。一人ひとりが災害について学び、自分事として防災に取り組む大切さを考える機会を創出。表4+表3見開き(2ページ)のバックフロント企画で、注目度を高めます。

toC向け企業様

「きっかけ」防災オンラインイベント ご協賛



「きっかけ」は、8月末に迎える5周年を記念し、オンラインイベントを開催いたします。今年、最も力を入れている取り組みの一つである「防災」をテーマに展開。取材班が貴社の商品・サービスを楽しくご紹介いたします。

toB向け企業様

「自治体・企業・地域を守る防災DX ～テクノロジーで進化する防災対策」ご協賛



防災DXセミナーは、過去の災害のデータや被災地の教訓を活用して、DX化による自治体や企業の新たな防災策を考えるセミナーです。貴社の取り組みを、課題を持つ自治体・企業へ直接届ける絶好の場としてご活用ください。

toB向け企業様

災害対策技術展2026ご出展

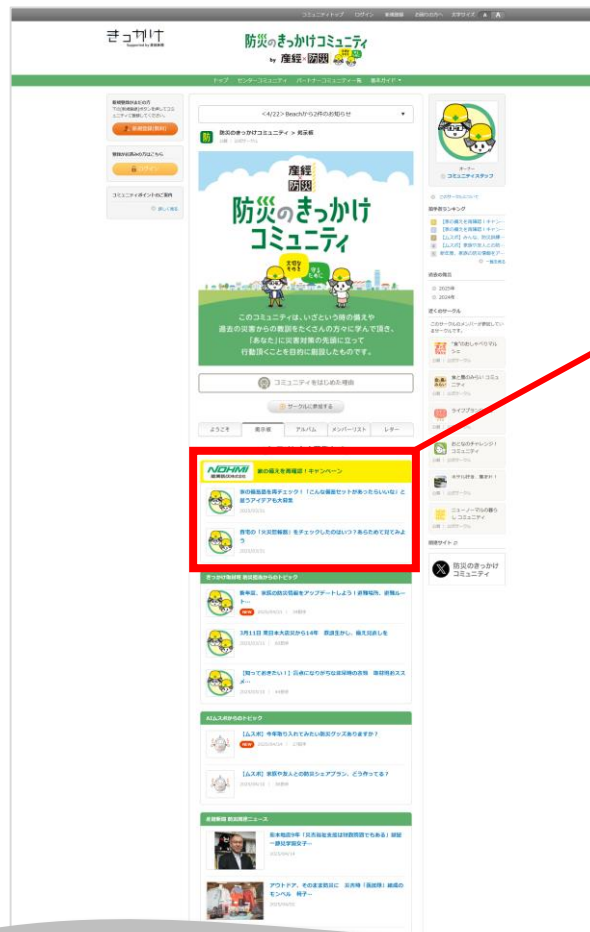


「災害対策技術展」では、災害リスクの軽減や被害の最小化に貢献する最新の技術・製品・サービスを広くご紹介しています。来場者は自治体・インフラ事業者・企業の防災担当者など。貴社のソリューションを社会に広げる場としてご活用ください。

防災のきっかけコミュニティ活用

「防災のきっかけコミュニティ」ユーザーに対し、貴社の商品、サービス、お取り組みなどについてご紹介。ユーザーの率直な意見を聞いたり、簡単な紹介に対しての感想やコメント、日常生活の中で感じていること、不安や疑問などを語ってもらいます。

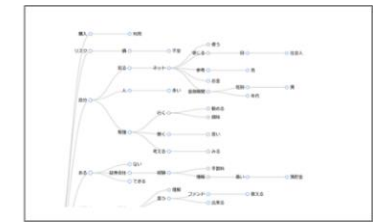
防災に関する意識の高いユーザーに対し、貴社商品、サービス、お取り組みなどに対する興味喚起、機運醸成を行います。



発言を分析。貴社にとって有意なUGC(ユーザー発のコンテンツ、ニュース)やホットワードを抽出



ワードクラウド分析



共起分析

ご活用料金目安:

特設枠設置+投稿2本+ミニキャンペーン実施
+簡易分析レポート納品

1,000,000円～(税別)

※料金は投稿本数や取材内容などによって調整させていただきます
※リワード費用、送料は別途ご相談とさせていただきます

産経新聞特集紙面下、紙面对向面広告ご出稿

産経新聞は、9月1日の「防災の日」ほか、1月17日、3月11日など、防災におけるメモリアルデーに特集紙面を掲載しています。防災対策を考え、その最前線を知ることのできる情報を発信いたします。注目度の高い特集紙面对向、紙面下での広告出稿をぜひご検討ください。

【企画概要】

掲載媒体：産経新聞全国版 朝刊(※一部東京本社版のみの掲載の場合あり)

掲載日：2025年9月1日(月)付

内容案：防災ニッポン(予定)

- ・南海トラフ対策
- ・避難所、避難グッズの最先端
- ・自治体や企業の防災戦略事例

広告枠案：・全15段カラー×1枠
・全5段カラー×2枠

※一部エリアがモノクロ掲載になる場合があります。

オプション：記事体広告も可能です。弊社営業担当へご相談ください(※制作費は別途)

申込締切：2025年7月25日(金)までに弊社営業担当へお申し込みください

【掲載例(2023年度)】

ユーハイム様 15段

ホーリ通信様 5段

住友不動産様 15段

エア・ウォーター様 5段

鹿島建設様 15段



【紙面体裁】

※体裁は変更になる場合があります。

※記事部分の事前の確認・校正はできません



ご協賛金額 ※決定優先 ※制作料は別途お見積りいたします
全15段カラー お問い合わせください
全5段カラー お問い合わせください

メトロポリターナ誌面特集連動

メトロポリターナでは、9月号で「防災」をテーマに特集を展開いたします。一人ひとりが災害について学び、自分事として防災に取り組む大切さを考える機会を創出。表4 + 表3見開き(2ページ)のバックフロント企画で、注目度を高めます。

【企画概要】

掲載号: 2025年9月号(2025年9月10日発行)

体裁: 表4からスタートする計3~5ページ

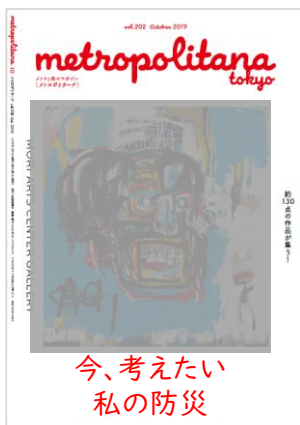
広告枠: 特集対向1ページ(タイアップ)

誌面体裁: 表4を表紙としたバックフロント体裁

(表紙同様「metropolitana」のロゴをいれ、タイトルを入れます)

※誌面体裁は変更になる場合がございます。

誌面体裁イメージ



...

掲載事例: 2024年4月号「オダイバ恐竜博覧会2024」



表4 + 表3見開き = 計3P

ご協賛金額

1ページあたり 1,400,000円(税別・制作料込)

※最大3社掲載

申込締切: 2025年7月18日(金)

オリエン締切: 2025年7月25日(金)

「きっかけ」防災オンラインイベントご協賛

「きっかけ」は、8月末に迎える5周年を記念し、オンラインイベントを開催いたします。
今年、最も力を入れている取り組みの一つである「防災」をテーマに展開。きっかけ取材班が貴社の商品・サービスを楽しくご紹介いたします。

【開催概要】

イベント趣旨: オンライン「きっかけ」は8月で5周年を迎えます。社会課題に関心の高いユーザーへ向けて、今後も役に立つ知識や最新の防災事情などを学びながら、企業・団体様の取り組みにも関心を向けてもらい、楽しみながら防災への意識を高めてもらうオンラインイベントを実施します。

イベント概要 主催: きっかけコミュニティ(産経新聞社)

共催: 防災関連団体など(調整中)

開催日時: 2025年8月30日(土)13:00~14:30

開催方法: Youtube Liveで視聴(100名程度)

イベント内容案 ・防災の専門家と著名人のトークセッション

- ・ユーザーから防災に関して知りたいことを募集。取材班が取材・体験レポート
- ・「きっかけ」のパートナー企業・団体様のお取り組みをご紹介します

ご協賛内容: 貴社の防災に関する商品・サービス・お取り組みについて、きっかけ取材班が
取材のうえ、レポートいたします

- ・1社様15~20分程度の枠とさせていただきます。
- ・内容については事前収録動画、当日中継、当日ご担当者様ご出演など、企画ご協賛決定次第、ご都合に応じてアレンジいたします

開催事例: 2021年3月

「きっかけコミュニティ×きっかけ食堂 コラボ企画 東北応援フルコース」



ご協賛金額: **500,000円(税別)**
※最大3社決定優先

DX大解剖第45回 防災編「自治体・企業・地域を守る防災DX」ご協賛

防災DXセミナーは、過去の災害のデータや被災地の教訓を活用して、DX化による自治体や企業の新たな防災策を考えるセミナーです。
貴社の取り組みを、課題を持つ自治体・企業へ直接届ける絶好の場としてご活用ください。

【開催概要】

名称:「自治体・企業・地域を守る防災DX ～テクノロジーで進化する防災対策～(仮)」

概要:過去の災害のデータや被災地の教訓を活用して、DX化による自治体や企業の新たな防災策を考える。

日時:2025年8月26日(火)13時～17時(予定)

主催:産経新聞社

協賛:最大6社

参加費:無料

配信方法:オンラインライブ配信 ※無観客開催でQ&Aはございません※

応募人数:250名想定(当日の視聴数は5割～6割程度想定)

主な告知媒体:産経ニュース、産経新聞、産経iD会員メルマガ、その他専門媒体

視聴対象者:自治体(都道府県～市町村)の防災担当及びDX推進、IT関連部門担当
企業(製造業、建設・不動産業、インフラ関連企業等)の経営層及び防災対策を管轄する総務部門、製造管理(工場)部門、安全衛生管理部門等の担当

1

基調講演(40分)
防災力を最大化するデジタル技術の社会実装を目指して(仮)

2

協賛社講演(15分×最大6社 ※講演順は決定優先・1枠目特別協賛優先)
※貴社講演パートをご提供 講演内容・資料はご準備ください

3

特別講演(40分)
少子高齢化社会における未知の大災害への備え
～企業価値向上につながる防災DX～(仮)

【ご協賛プラン】

- 協賛社のセミナーパート提供(最大20分)※録画納品可
- 申込者の個人情報提供(250名想定) ※2営業日以内に納品
- 視聴者アンケートなど含む実施概要報告書

※視聴者アンケートに貴社セッションに関する設問(3問)含みます。

※アンケートの回答数は保証しません。

※想定人数を超える応募者の情報はすべてご提供します。

※フリーアドレス(Gmailなど)は提供リード数としてカウントします。

※個人情報は2営業日以内に視聴有無、アンケート回答を付与して納品します。

※2名以上でライブ講演をする場合は、別途費用(5万円～)が必要になります。

※個人情報の収集・管理・ご提供の仕方等は、協賛規程及び協賛各社のプライバシーポリシーに準拠いたします。取り扱いに関する留意事項についてお約束を書面で交わす場合がございます。ご協力をお願い申し上げます。

告知バナーイメージ



オンラインセミナー画面イメージ



ご協賛金額: **2,500,000円(税別)**
※最大6社(最小催行社数3社)決定優先

災害対策技術展ご出展

「災害対策技術展」では、災害リスクの軽減や被害の最小化に貢献する最新の技術・製品・サービスを広くご紹介しています。来場者は自治体・インフラ事業者・企業の防災担当者など。貴社のソリューションを社会に広げる場としてご活用ください。

【開催概要 ※ご出展受付は2025年9月以降に行います】

名称:災害対策技術展(地盤技術フォーラム2026内)

概要:地震、豪雨など自然災害による地盤災害対策に関する工法、製品、サービス、コンサルティングなどが一堂に会します

会期:2026年9月16(水)~18日(金) 10時~17時(予定)

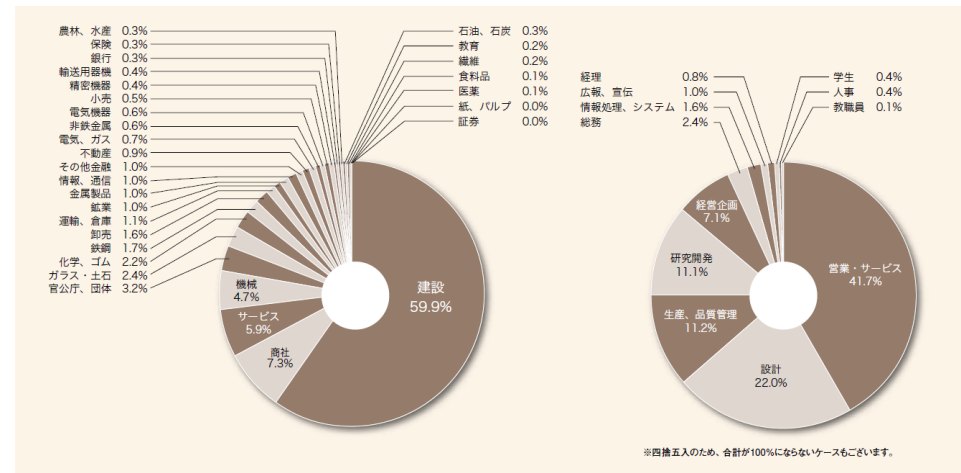
場所:東京ビッグサイト

主催:産経新聞社、一般社団法人土壌環境センター

共催:月刊「基礎工」(株式会社総合土木研究所)、パイルフォーラム株式会社

後援:国土交通省、環境省ほか(予定)

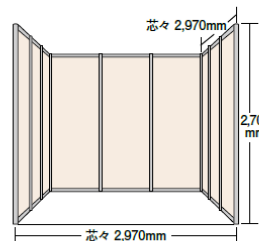
主な来場者:官公庁、自治体(都道府県~市町村)の防災担当、ディベロッパー
建設・土木事業者、マスコミ各社



【ご出展プラン ※下記は前回内容です。2026分は改めてご提示させていただきます】

Aタイプ (側壁・後壁のみ設置・角小間は側壁なし)

小間規格: 1小間: 間口2,970mm×奥行2,970mm・芯々寸法
側壁・後壁のみ設置(角小間は側壁なし)
※独立小間は1小間あたり3m×3m



出展料 (消費税10%込・1小間単価)

429,000円 (消費税10% 39,000円込) / 1小間

出展料に含まれるもの:

間口2,970mm×奥行2,970mmの展示スペース、間仕切り(後壁・側壁、独立小間はスペースのみ)

小間のレイアウト 並列小間、ブロック小間および独立小間が可能です。

小間アレンジ		装飾 高さ制限
A	ブロック小間は、4小間以上の偶数小間に限ります。	4m
	並列小間は、5小間までとします。	1~3小間: 2.7m 1mセットバックした部分のみ4m
B	独立小間は、6小間以上とします。	4~5小間: 4m
C		5m

Bタイプ (一定装飾付き) 1社2小間まで

小間規格: 1小間: 間口1,980mm×奥行1,980mm・芯々寸法
一定装飾付き(角小間は側壁なし)

出展料 (消費税10%込・1小間単価)

253,000円 (消費税10% 23,000円込) / 1小間

出展条件: ・1社2小間までといたします。

- ・係員の常駐を必須とさせていただきます。
- ・展示規格Aタイプとの併用出展は出来ません。
- ・ブース内でのマイク、スピーカー等を利用したプレゼンテーションは出来ません。

出展料に含まれるもの:

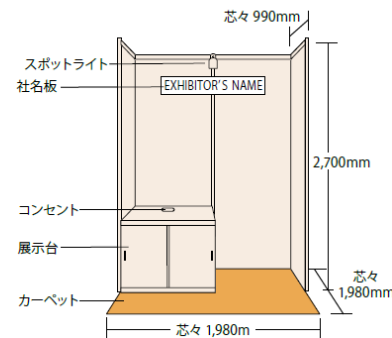
間口1,980mm×奥行1,980mmの展示スペース、間仕切り(後壁、側壁1m)、社名板、カーペット、展示台: 横幅0.99m×奥行0.99m×高さ0.8m、引き戸ユニット(鍵ナシ)、スポットライト: 22W×1、コンセント(アース付100V): 2個×1

500Wまでの電気幹線工事費・電気使用料

※備品の追加注文がある場合は、別途ご請求させていただきます。

※詳細については、出展者マニュアル(2024年7月末頃送付)にてご案内いたします。

※上記基本ディスプレイを使用しない場合も、料金を差引くことはできませんのでご了承ください。



装飾の高さ制限について

装飾の高さは2.7mまでとします。
(出展製品独自の高さはこの限りではありません)

産経新聞媒体概要



産経新聞は、産経新聞の情報に信頼を置き、
トレンドや多様なジャンルに関心が高いアクティブな読者層が購読しています

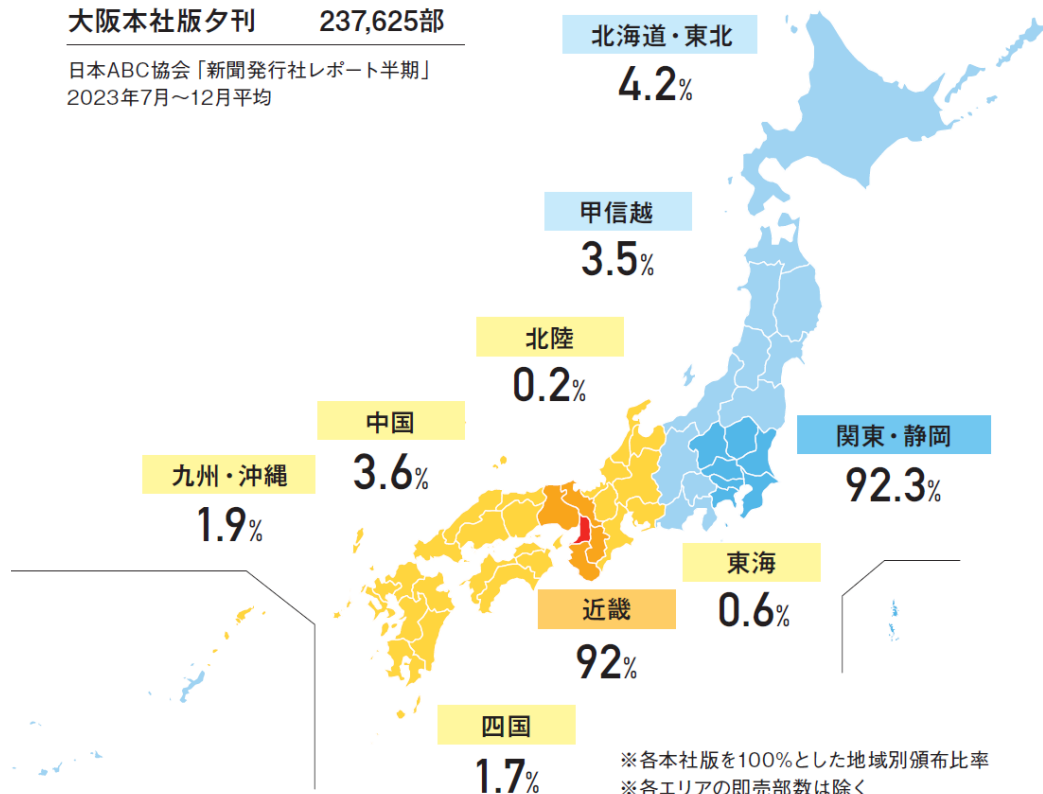
販売部数

全国版朝刊	911,874部
東京本社版朝刊	396,940部
大阪本社版朝刊	514,934部
大阪本社版夕刊	237,625部

日本ABC協会「新聞発行社レポート半期」
2023年7月～12月平均

産経新聞の購読者分布図

東京本社版 大阪本社版
■ セット版エリア ■ セット版エリア
■ 統合版エリア ■ セット版エリア（一部統合版）
■ 統合版エリア



年齢平均 53.7歳 平均世帯年収 719万円
男女比 約6:4 平均個人年収 500万円
おこづかい 3.9万円

読者プロフィール抜粋

アクティブな余暇活動

- ・ドライブやツーリング、旅行、レジャーなどアクティブに過ごす
- ・読書や漫画、アート鑑賞などの文科系の趣味にも関心を持つ
- ・日頃から体の状態を把握するなど健康意識が高い
- ・子供や自身の教育・自己啓発にも熱心に取り組んでいる

役職（有職者のみ）

係長・主任クラス **21.7%**

新聞購読者全体
16.7%

+5%

経営者

経営者 **12.0%**

新聞購読者全体
7.3%

+4.7%

産経ニュース媒体概要



産経ニュースは、良質なユーザーにリーチする
産経新聞の基幹ニュースサイトです



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

2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics

「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、高いクオリティーで構成しています。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。

ユーザープロフィール

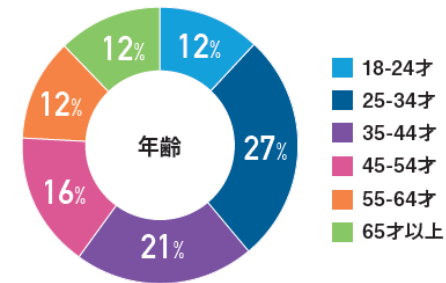
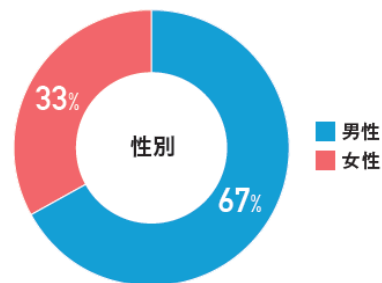
POINT
1 新聞紙面と変わらない
クオリティー

POINT
2 ニュースを深く
理解する仕掛け

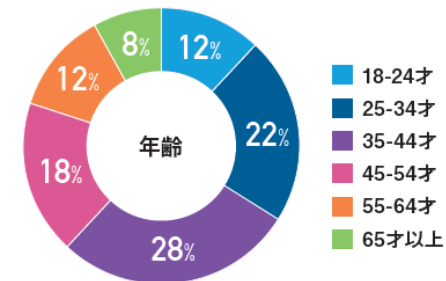
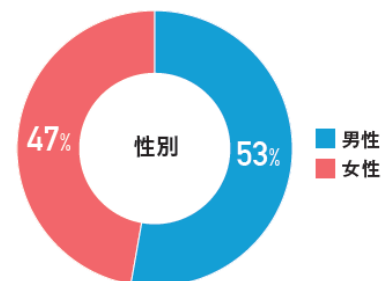
POINT
3 速さと深さを両立

POINT
4 ロイヤルティが高い読者層

PC



SP



メトロポリターナ媒体概要

メトロポリターナ読者は、20～40代女性、首都圏在住者が95%以上を占めています

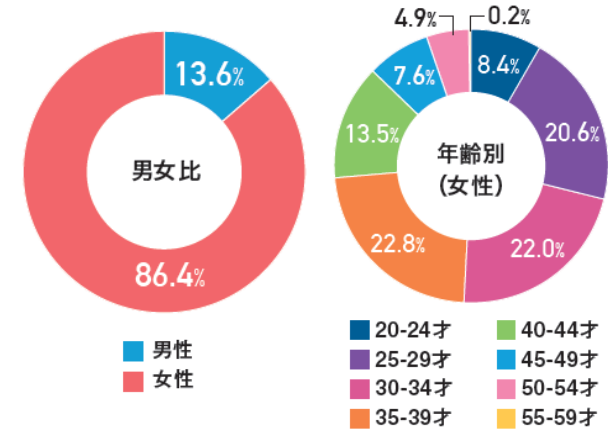


読者層は、情報の感度が高くアクティブな女性

メトロポリターナは、「マガジン×フリーペーパー×交通広告」の要素をもつ、首都圏で働く20代後半から40代の女性向けのメトロマガジンです。読者の約8割が仕事を持っているため可処分所得が高く、自分への投資、やってみたいことの実現などに積極的な傾向があります。

東京メトロ利用者の特性上、首都圏在住者が95%以上を占め、6割以上が東京在住者です。日本のマーケットリーダーといえる首都圏の女性に対し、より深く、より効率よくアプローチするのに欠かせない媒体です。

metropolitana
tokyo



タイトル:metropolitana(メトロポリターナ)

創刊:2003年

発行部数:20万部

発行サイクル:毎月10日→19日(予定)の10日間

東京メトロ53駅に、マガジンラック157台を設置。
東京メトロの各駅でも、特に注目率、接触率の高い改札周辺および駅構内に棚を確保しています。

