



ニュースウィーク日本版
Newsweek

ニュースウィーク日本版 MEDIA GUIDE



CE Media House

ニュースの裏側にある事実を掘り下げ、その意味を探り、徹底した報道をする。

『ニューズウィーク』は、このような編集方針のもと1933年に創刊されました。創刊から80年を経た2013年、Newsweek米国版はデジタル化へ移行。インターネットで世界同時に発信される『Newsweekグローバル』と、日本版に代表される、各国編集部独自の視点を加味し、読者のニーズをよりの確に反映した『各国語版』（雑誌版）を併存させることにより、より早く、より強固な『ニューズウィーク』新態勢が構築されました。

2014年3月には、US版として、米本国でのプリント版が復活いたしました。

Newsweek ポーランド版

2001年創刊の雑誌版。

Newsweek 韓国版

1991年創刊の雑誌版。



Newsweek US版

2014年3月に、アメリカ国内で販売される雑誌版が復活。



Newsweek ヨーロッパ版

1996年創刊の雑誌版。



Newsweek セルビア語版

2015年1月創刊の雑誌版



Newsweek パキスタン版

2010年創刊の雑誌版。



Newsweek 日本版

1986年創刊。雑誌版に加え、PC、タブレット、スマホで閲覧可能なデジタル版を展開。



Newsweek スペイン語版

1996年創刊の雑誌版。

ニューズウィーク日本版は、1986年に米Newsweek誌の提携誌として創刊されました。編集部においては、アメリカとの通信ネットワークの構築、当時の最新技術であったDTP（デスク・トップ・パブリッシング）の導入により、国際的なニュースを、鋭く、迅速に、詳細に、日本の読者へお届けする体制をとってまいりました。創刊当初は翻訳記事がメインでしたが、現在では、Newsweek編集ポリシーのもと、日本版オリジナル記事の割合が非常に高まってきております。世界情勢からビジネス、カルチャーまで、日本メディアにはないワールドワイドな視点でニュースを読み解く。それが、ニューズウィーク日本版のジャーナリズムです。

編集長以下15名の編集者に加え、20名の編集・翻訳協力者による編集部体制の下、氾濫する情報を整理した上で世界的话题を分かりやすく解説し、他メディアが伝えきれないニュースを掘り下げます。国内外のメディアが伝える「日本」とは一線を画した視点で、日本と世界の間をとらえます。

<日本版オリジナル特集の一例>



ニューズウィーク日本版創刊号



ニューズウィーク日本版編集長
長岡 義博

ニューズウィーク日本版では、読者の嗜好・ライフスタイルに応じた様々なコンテンツがございます。

ニューズウィークの世界感をより深く広げる、派生メディアをご紹介します。

【オフィシャルサイト】

日本版掲載の記事だけでなく、日本版で掲載されなかった米ニューズウィーク誌の記事や、世界各国のニュースサイトから厳選した記事を配信。政治、ビジネス、IT業界の最新動向、セレブ情報や女性読者向けコンテンツまで、速報性が高く、深く掘り下げた充実の国際ニュースが満載。

PV : 51,000,000

UU : 12,500,000



www.newsweekjapan.jp/

【デジタル版】

Newsweek日本版はいち早く、雑誌のデジタル化に取り組んでまいりました。現在、PC、タブレット、スマートフォンで、いつでもどこでも閲覧できるデジタル版を多数の電子書店にて展開中。

＜主な取扱電子書店＞

Amazon- kindle / MAGASTORE
Fujisan.co.jp / Newsstand その他多数



【別冊版・ムック版】

本誌に掲載された特集の増補版だけでなく、完全書下ろし版まで幅広く出版する、1テーマ版。その中でも「0歳からの特集」は科学的な見地からアプローチする育児本として大ヒット。シリーズ累計100万部を突破し、現在では毎年出版する年度版となっています。



「0歳からの教育 知育編」

迷えるママとパパに贈る、究極の子育てバイブル。最新の科学的根拠を基に、心と脳の成長メカニズムや健康についての正しい知識、親の心構えなど、出産から育児までさまざまなシーンでのトピックスをわかりやすくまとめました。

【ペーパーバック版】

本誌に掲載された特集を、さらにわかりやすい記事解説と図説の再構成し、手軽に読めるペーパーバックにまとめました。

＜発売中のコンテンツ＞

チェンジはどこへ消えたか/中国超入門/英語超入門



【e-新書】

本誌で人気のカバー特集を電子書籍化したコンパクト版。タブレットやスマートフォンで、通勤中の30分に話題の国際ニュースをお気軽に！

＜リリース中のコンテンツ＞

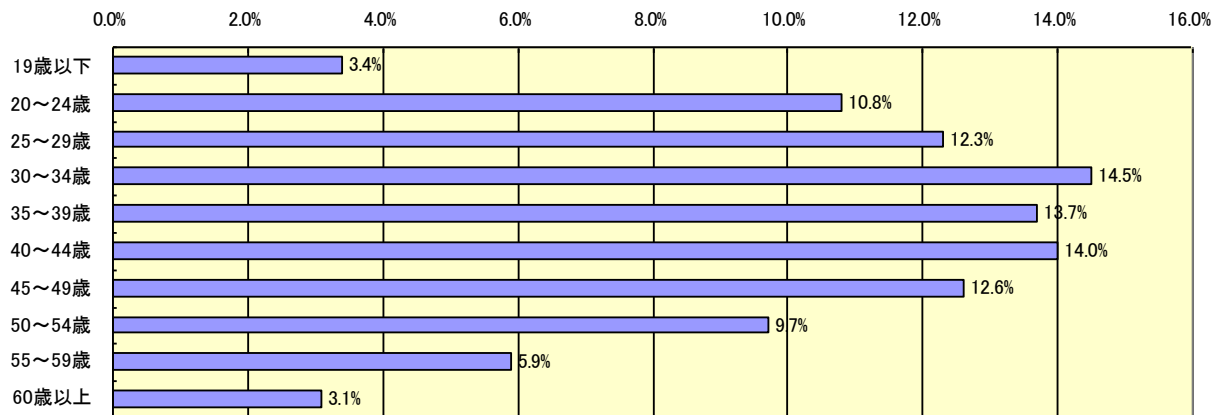
韓国の反日/日本を極めた外国人
東京五輪まで7年の課題/TOEFL時代の英語術
危険水域に入った中国経済/行き詰まる韓国経済
日本人が知らない村上春樹
名作シネマで旅する世界の街角 など続々リリース



【年齢構成】

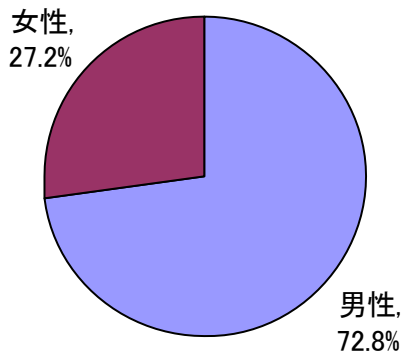
平均年齢は39.1歳

30～40代が5割以上を占めています。



【性別構成】

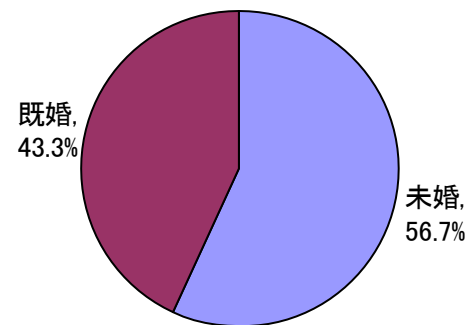
男性読者が2/3強



【未・既婚】

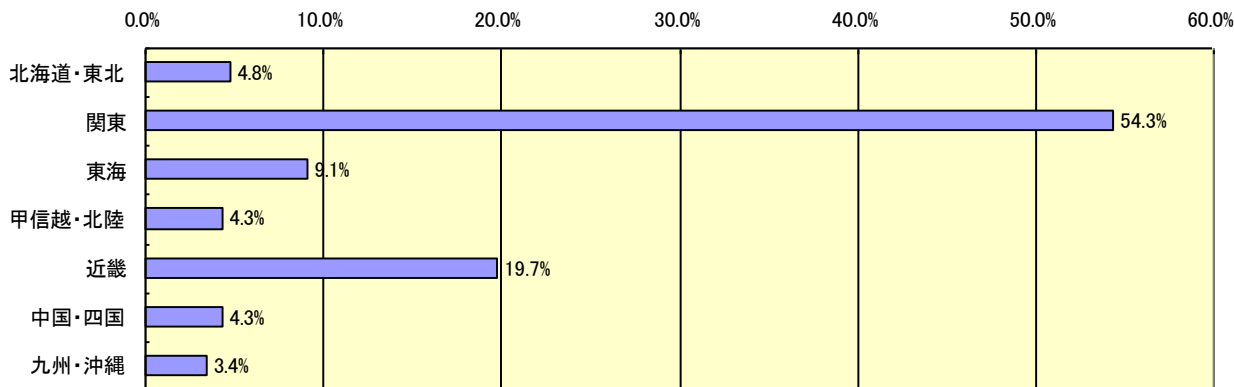
既婚, 43.3%

未婚, 56.7%



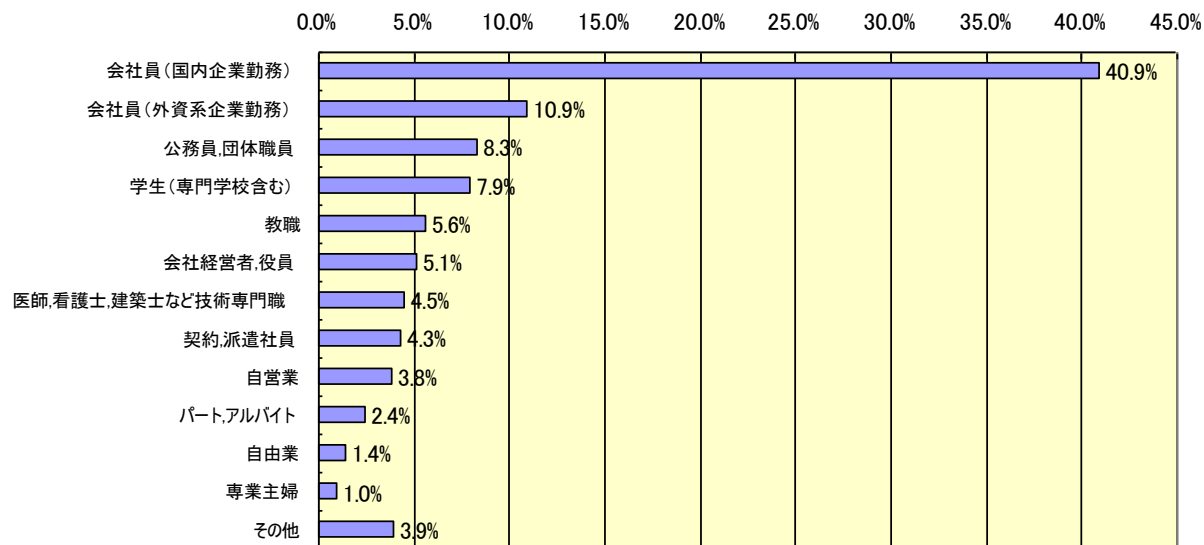
【居住地】

読者の5割以上が首都圏在住です。

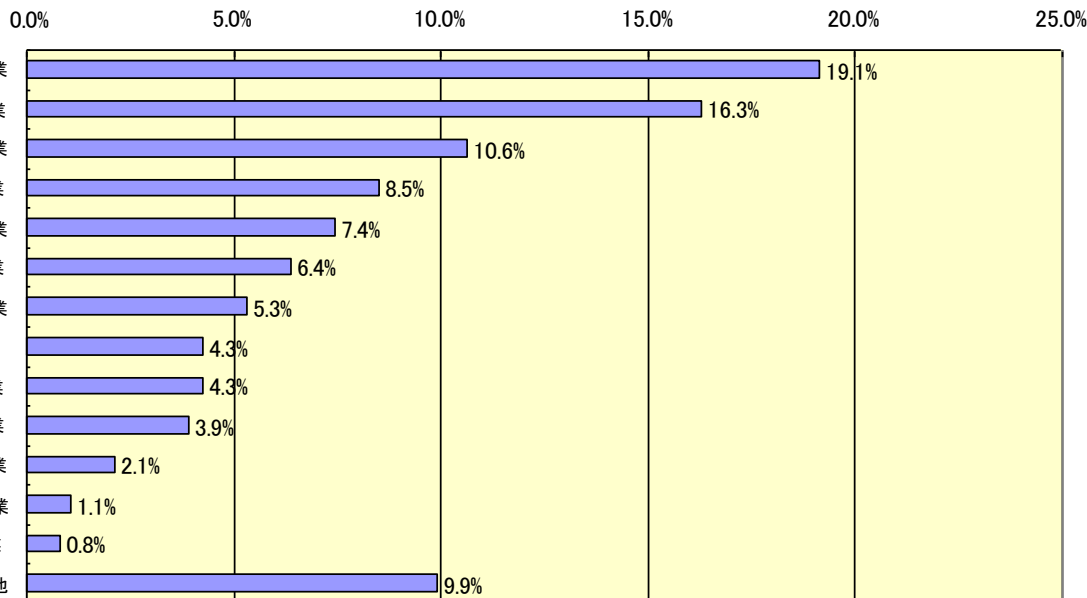


【職業】

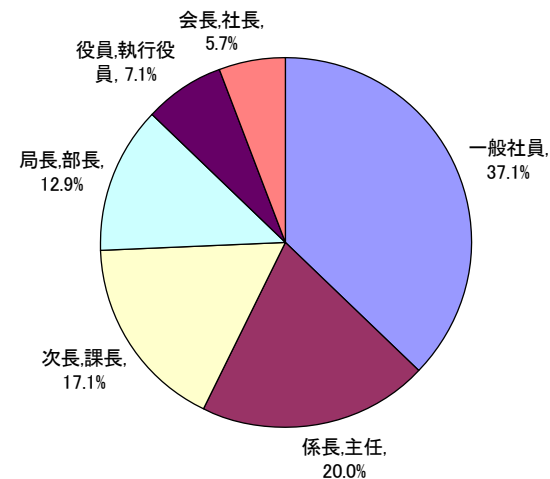
会社員が5割以上



【会社員の業種】



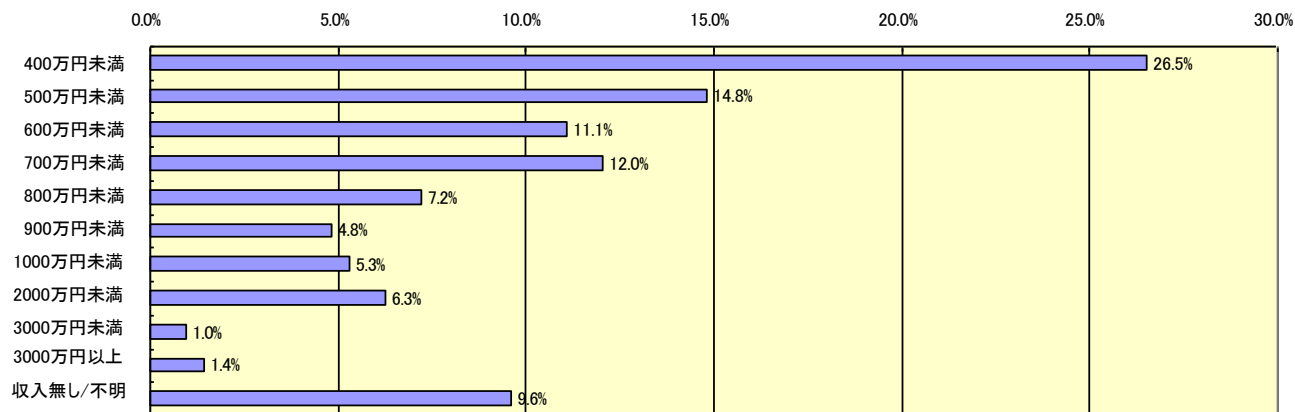
【会社員の役職】



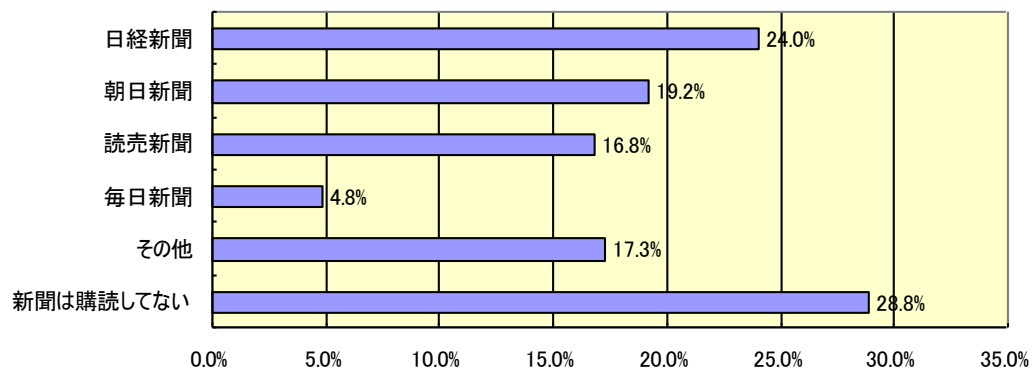
管理職が6割以上。
経営者も1割以上を占めています。

【年収】

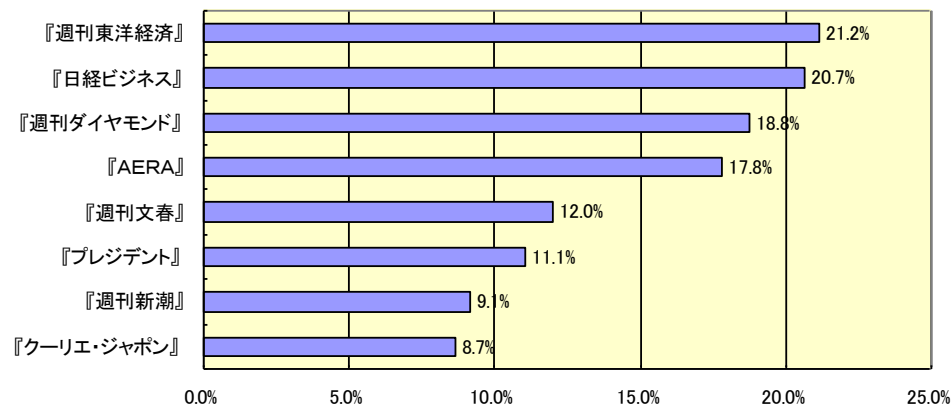
平均年収は約700万円。
 ¥1000万以上の高額所得者が1割を超えています。



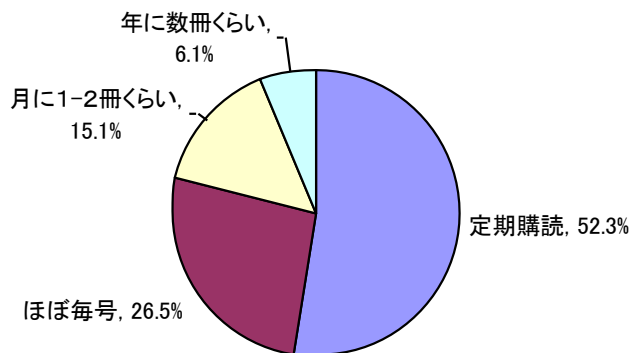
【購読紙】



【併読誌】

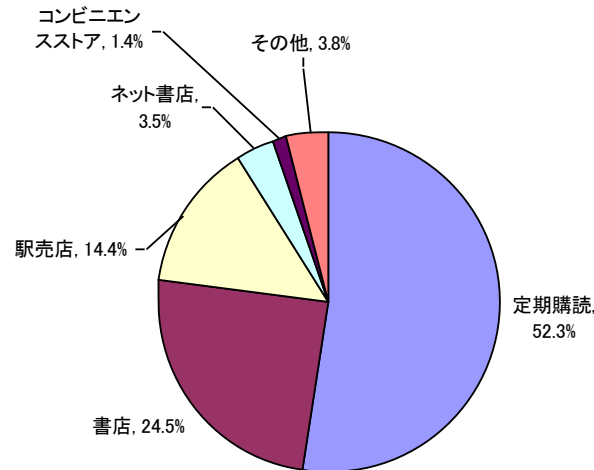


【本誌の購入頻度】



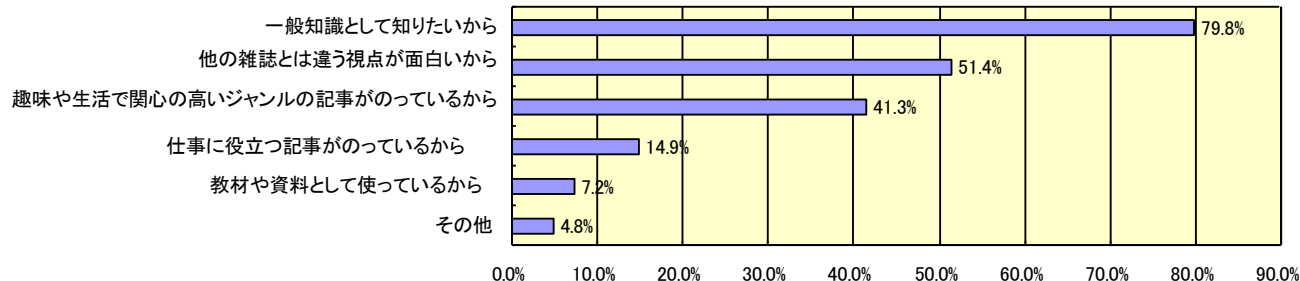
【本誌の購入場所】

75%以上の読者が毎号購入し、定期購読者も5割以上います。



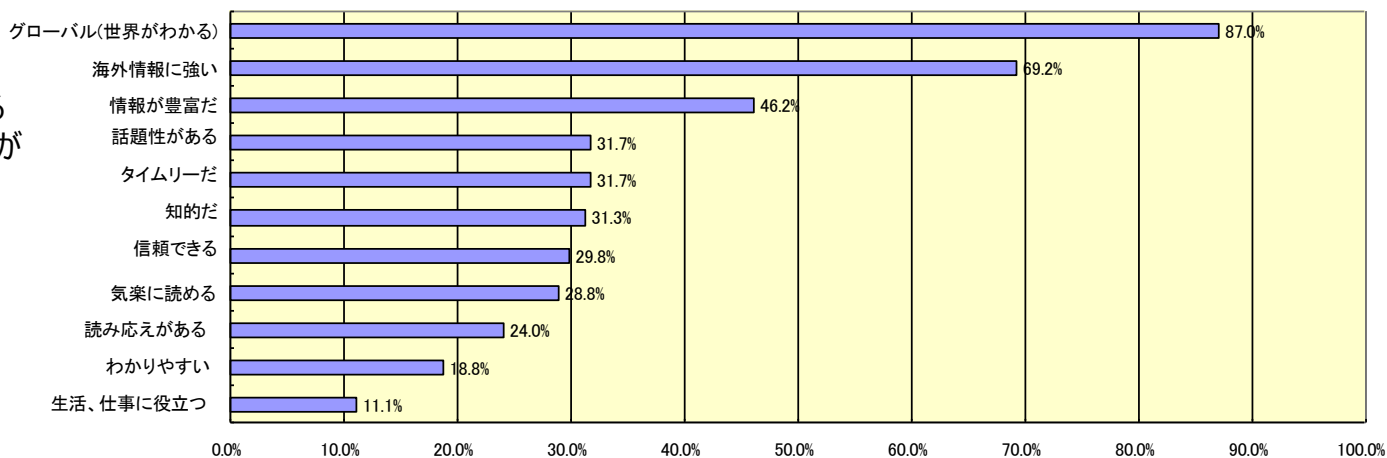
【本誌の購入理由】

他誌とは違う視点が支持されています。



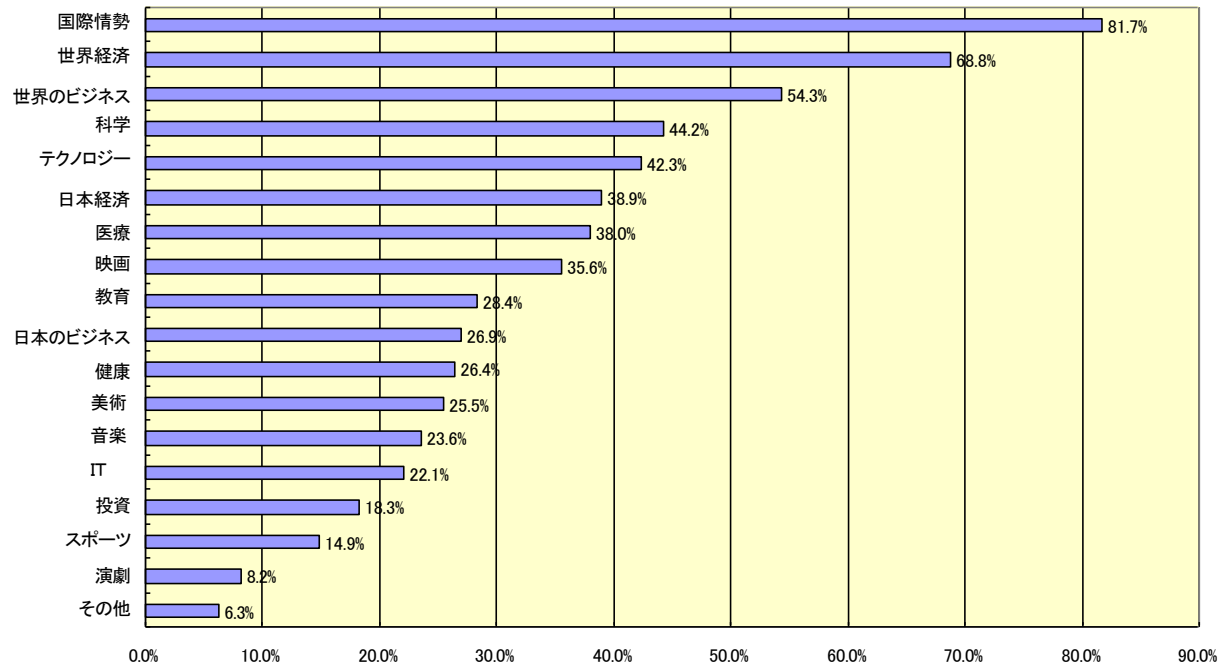
【本誌の印象】

グローバルな情報を発信している情報豊かな雑誌、というイメージが強いです。

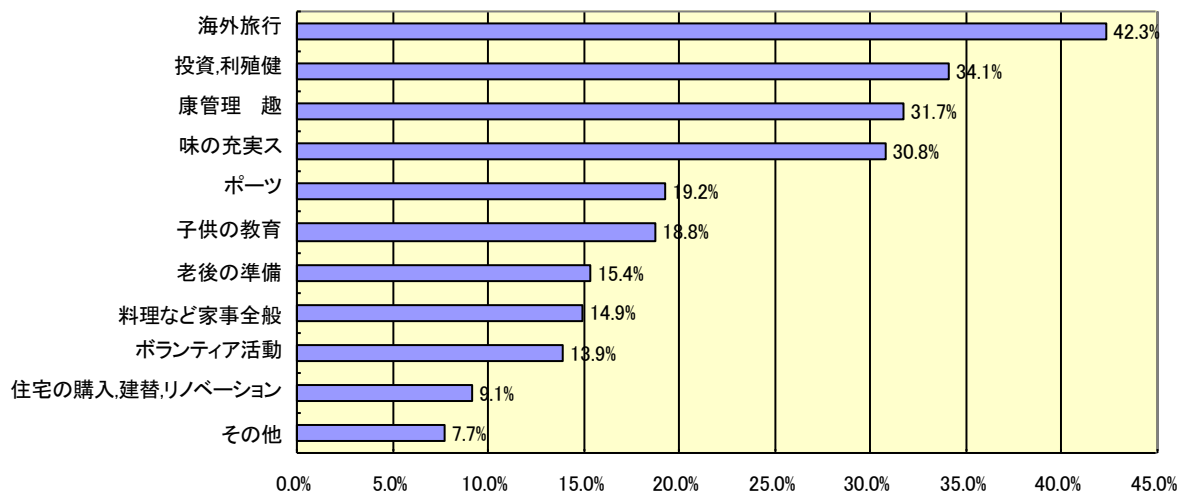


【本誌に取り上げてほしいテーマ】

国際情勢、世界経済、ビジネス
といったテーマが大多数を占めています。



【プライベートで関心のあるテーマ】



【調査方法】 Web調査
～誌面にて読者アンケート実施を告知。
読者がアンケートサイトにアクセスして回答

【調査対象】 ニュースウィーク日本版読者

【調査対象号】 2010年10月13日号
カバー特集「中国はなぜ横暴か」

【調査期間】 2010年10月6日（水）～10月19日（火）

【有効回収数】 288

◆月1回以上は、仕事・出張で海外に行く。

NW12.8%、東洋経済6.8%、日経ビジネス7.2%
ダイヤモンド2.5%、AERA1.7%、クーリエ5.6%

◆日常会話ぐらいは英語で話せる。

NW47.4%、東洋経済38.2%、日経ビジネス40.6%
ダイヤモンド33.4%、AERA26.0%、クーリエ45.7%

◆雑誌の海外特集記事に関心がある。

NW54.5%、東洋経済41.8%、日経ビジネス39.8%
ダイヤモンド31.7%、AERA36.2%、クーリエ47.9%

◆海外に1年以上住んだことがある。

NW19.0%、東洋経済18.7%、日経ビジネス18.2%
ダイヤモンド12.1%、AERA9.1%、クーリエ14.1%

◆ファッション（鞆・靴・腕時計・アクセサリー）に関心がある。

NW38.2%、東洋経済20.3%、日経ビジネス20.4%
ダイヤモンド28.2%、AERA26.2%、クーリエ28.1%

◆着るものにはお金をかける方だ。

NW26.9%、東洋経済22.1%、日経ビジネス26.4%
ダイヤモンド23.9%、AERA26.2%、クーリエ19.4%

◆高級ブランドの靴を持っている。

NW37.4%、東洋経済28.1%、日経ビジネス34.6%
ダイヤモンド32.9%、AERA31.4%、クーリエ36.7%

◆化粧品にはお金をかける方だ。

NW12.1%、東洋経済5.1%、日経ビジネス8.8%
ダイヤモンド5.7%、AERA10.9%、クーリエ9.0%

◆国内外の政治動向に関心がある。

NW83.2%、東洋経済80.9%、日経ビジネス81.1%
ダイヤモンド77.8%、AERA74.0%、クーリエ81.8%

◆スマホで電子出版（雑誌、書籍）を閲覧する。

NW12.1%、東洋経済2.4%、日経ビジネス4.5%
ダイヤモンド5.5%、AERA10.1%、クーリエ9.3%

◆ニュースポットには積極的に出かける方だ。

NW34.3%、東洋経済31.2%、日経ビジネス32.2%
ダイヤモンド27.1%、AERA27.6%、クーリエ28.9%

◆買い物や商品情報を人に教える。

NW38.9%、東洋経済30.8%、日経ビジネス29.9%
ダイヤモンド29.5%、AERA31.6%、クーリエ35.2%

◆スーツ・コートはシーズンの新作を購入することが多い。

NW11.4%、東洋経済6.7%、日経ビジネス6.2%
ダイヤモンド6.3%、AERA7.2%、クーリエ8.4%

◆靴はシーズンの新作を購入することが多い。

NW9.7%、東洋経済2.2%、日経ビジネス4.8%
ダイヤモンド4.7%、AERA7.3%、クーリエ2.1%

◆鞆はシーズンの新作を購入することが多い。

NW5.9%、東洋経済2.2%、日経ビジネス3.7%
ダイヤモンド3.0%、AERA3.5%、クーリエ5.5%

◆科学・技術に関心がある。

NW55.5%、東洋経済44.9%、日経ビジネス43.4%
ダイヤモンド38.8%、AERA36.5%、クーリエ53.9%

◆介護・福祉に関心がある。

NW28.7%、東洋経済17.7%、日経ビジネス15.9%
ダイヤモンド19.9%、AERA27.2%、クーリエ17.7%

◆エコ・環境・リサイクルに関心がある。

NW25.1%、東洋経済16.7%、日経ビジネス17.6%
ダイヤモンド18.3%、AERA24.9%、クーリエ24.7%

◆環境保護の商品をなるべく買う。

NW53.6%、東洋経済42.4%、日経ビジネス47.2%
ダイヤモンド49.0%、AERA49.8%、クーリエ42.0%

◆外貨預金の広告に関心がある。

NW9.1%、東洋経済6.6%、日経ビジネス6.7%
ダイヤモンド5.9%、AERA2.6%、クーリエ0.7%

◆株式・債券の広告に関心がある。

NW13.7%、東洋経済13.4%、日経ビジネス12.5%
ダイヤモンド11.9%、AERA6.4%、クーリエ11.6%

◆注文住宅の広告に関心がある。

NW8.6%、東洋経済6.3%、日経ビジネス4.9%
ダイヤモンド6.3%、AERA5.5%、クーリエ5.6%

◆高級ブランドの腕時計の広告に関心がある。

NW25.1%、東洋経済21.3%、日経ビジネス24.6%
ダイヤモンド18.4%、AERA15.4%、クーリエ19.5%

掲載面	スペース	サイズ (天地mm×左右mm)	料金 (円・税別)	備考
表2見開き	4C2P	270×410	2,800,000	実績運用枠
特表2見開き	4C2P	270×410	2,600,000	実績運用枠
表3	4C1P	270×205	1,200,000	実績運用枠
表4	4C1P	252×195	1,800,000	実績運用枠
特表2裏	4C1P	270×205	1,400,000	実績運用枠
目次対向	4C1P	270×205	1,400,000	実績運用枠
巻頭コラム対向	4C1P	270×205	1,300,000	実績運用枠
記事中	4C2P	270×410	2,400,000	
	4C1P	270×205	1,200,000	
	4Cタテ1/3P	244×59	460,000	
	1C2P	270×410	1,520,000	
	1C1P	270×205	760,000	
	1Cタテ1/3P	244×59	300,000	
ハガキ	1C	148×100	1,200,000	実施号は要調整

※編集タイアップは、見開き以上での実施。
 料金は、スペース料金+制作費 (¥ 300,000/P)
 ※制作費は代理店マージン含まず。

- 創刊 1986年1月23日
- 発行形態 週刊 (毎週火曜日発売)
- 判型・製本 A4変型中綴じ
- 印刷 オフセット4色 ■ 定価 480円 (税込)

- 雑誌デジ送ナビ
 原稿制作は雑誌広告デジタル送稿推進協議会策定の各制作ルールに準拠して制作されていることを必ずご確認ください。
www.3djma.jp

お問い合わせ先 : (株) CEメディアハウス メディア・プロモーション局 メディアコミュニケーション部

東京都品川区上大崎3-1-1 目黒セントラルスクエア7階 電話 : 03-5436-5730