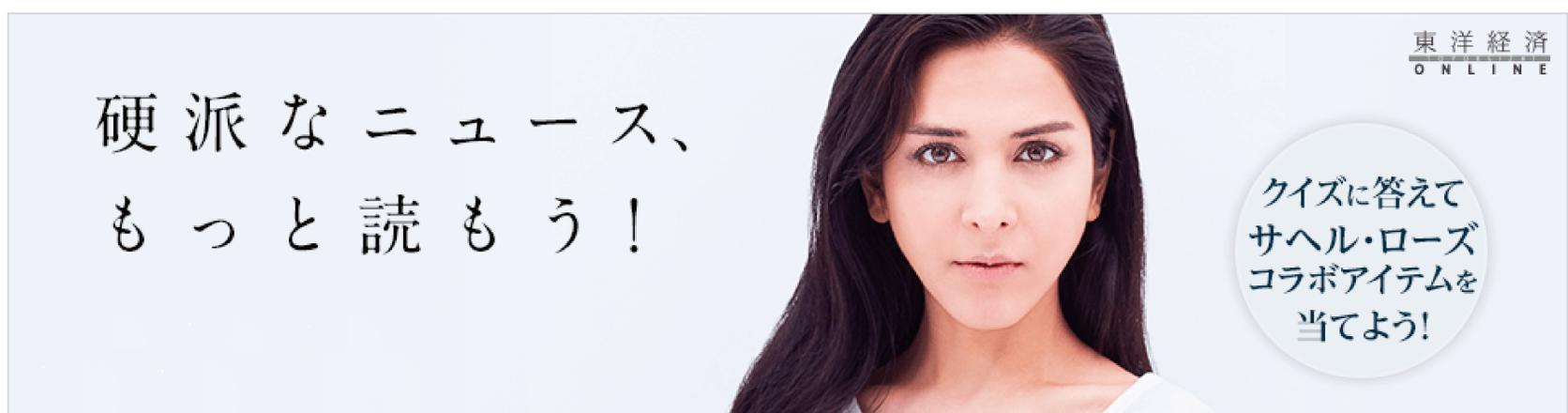


ビジネス誌系サイトNo.1「東洋経済オンライン」
硬派なニュース、もっと読もう！

7月11日(月)より女優サヘル・ローズを起用したキャンペーンを開始。

株式会社東洋経済新報社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:山縣裕一郎)が運営するニュースサイト「東洋経済オンライン」は7月11日(月)より「硬派なニュース、もっと読もう！」キャンペーンを展開します。キャンペーンの告知は、交通広告、ウェブ、SNSで行います。



東洋経済オンライン (<http://toyokeizai.net/>) は、1日15~20本のオリジナル記事を配信しています。多くは、いわゆる硬派と呼ばれるジャンル(国際、政治、ビジネス/経済、健康/教育)に属する記事です。イギリスのEU離脱、日本の安全保障、株式、為替……。こうしたニュースをタイムリーに扱う記事が多くの読者に支持され、ビジネス誌系サイトとしてNo.1のページビュー数、ユニークユーザー数を獲得することができました。

しかし、日本においては軟派なニュースジャンル(エンターテインメント/セレブ、ライフスタイル、アート/カルチャー、スポーツ)が高い人気を持っています。REUTERS INSTITUTE DIGITAL NEWS REPORT 2016によると、硬派なニュースより軟派なニュースを好む人の割合が先進国の中で最も高くなっています(アメリカ、イギリス、ドイツは10%台であるのに対して日本は30%)。

日本でも「硬派なニュース」がもっともっと読まれるようになってほしい——。そこで「硬派なニュース、もっと読もう!」というメッセージを拡げるキャンペーンを実施いたします。



これは、日本で活躍しているイラン人女優サヘル・ローズさんのツイッターのつぶやきです(2014年9月30日)。サヘルさんは勉強熱心なことで知られています。就寝前の1時間、新聞、雑誌、ウェブなどを読みながら自分の知らないことについて熱心に勉強しているそうです。今住んでいる日本、出身国イランのことはもちろん、世界中の幅広い硬派なニュースにアンテナを張っています。これは、東洋経済オンラインのコンセプトと通じるものがあります。そこでキャンペーンのメインキャラクターとして参加していただくことになりました。

[キャンペーン概要] 期間： 7月11日(月)～

URL: http://toyokeizai.net/sp/160711sahel_lp/

プレゼント：特設ページでは簡単なクイズに答えると、サヘル・ローズと東洋経済オンラインのコラボアイテムが当たるキャンペーン実施。※プレゼント応募期間は8月12日(金)までです。

●交通広告

東京メトロ主要駅(14駅)にポスター、電飾看板、パネルを掲出します。銀座、表参道、上野、日本橋、新橋、赤坂見附、渋谷、池袋、新宿、東京、大手町、茅場町、六本木、三越前 ※新宿駅のB13出口(スタジオ・アルタに通じる出口)には横幅6mの巨大ポスターが登場します!

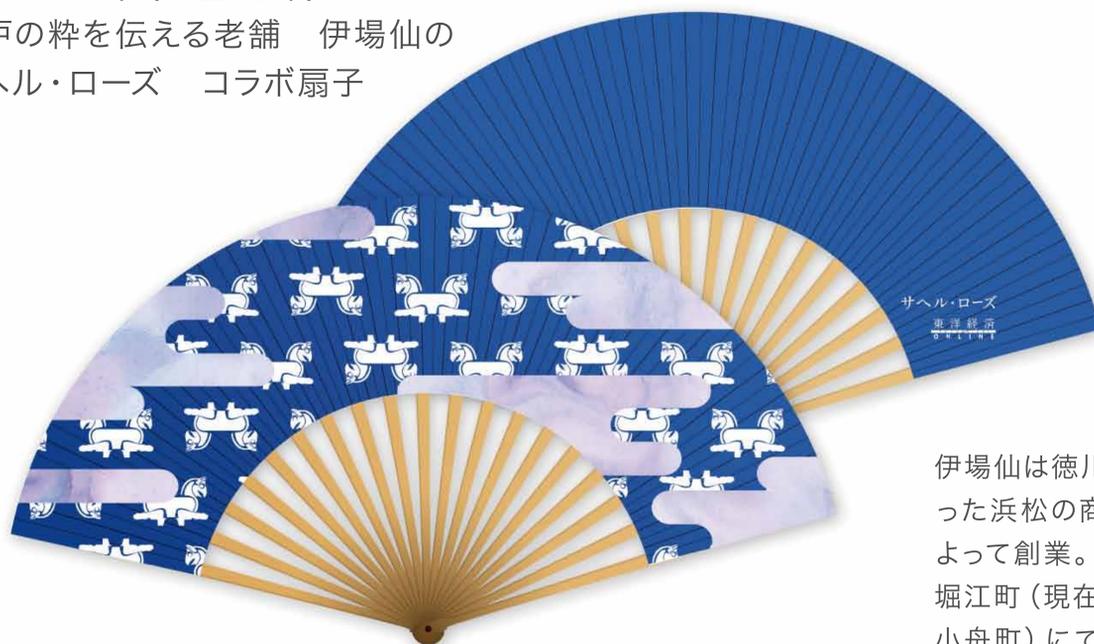


東京メトロの銀座駅、表参道駅、六本木駅など主要14駅にポスター、電飾看板、パネルを掲出

●ウェブ

「東洋経済 サヘル」で検索いただければ、すぐに見つかります。東洋経済オンラインには、サヘル・ローズのインタビューを掲載。

創業1590年(天正18年)
江戸の粋を伝える老舗 伊場仙の
サヘル・ローズ コラボ扇子



伊場仙

伊場仙は徳川家康と共に江戸に上がった浜松の商人、伊場屋勘左衛門によって創業。創業当時は江戸日本橋堀江町(現在の東京都中央区日本橋小舟町)にて、江戸幕府の御用を承り、主に和紙、竹製品、などを扱っていた。現在は団扇、扇子、和雑貨を扱っている。

<http://www.ibasen.co.jp/>

※賞品画像はイメージです