

### 目次

- ・記事広告の3つのコース
- ・記事への掲載・誘導イメージ
- ・有料オプションでPVをブースト
- ・記事広告の二次使用について
- ・GIGAZINEの読者まとめ
- ・通常の記事とはどう違う？
- ・発注から完成までのプロセスまとめ
- ・確かな信頼と安全性を持つ
- ・秘められた「可能性」を見つけだす
- ・記事広告の発注から得られるものとは？
- ・バナー広告にはない「訴求力」
- ・様々なSNSで絶大な影響力を誇る
- ・記事広告の事例はこんな感じ
- ・出稿Q&A
- ・発注・お問い合わせはこちらから



**GIGAZINE**は2023年4月に**23**周年を迎えました。また**英語版 GIGAZINE**は2023年3月に**15**周年を迎えました。その積み重ねた歴史と実績によるブランドが各方面で高く評価されており、IT系ニュースサイトでは最大級のソーシャルでの影響力を誇っています。

「世界で最も影響力のある50のブログ」や「世界のブログトップ25」に選出され、Apple公式の自動補完される安全なドメインのホワイトリストにも掲載されるほど信頼性も非常に高く、だからこそ広告も記事と同じく、質の高い「コンテンツ」であるべきだ、と私たちは定義づけています。



## 記事広告の3つのコース

### ◆完全おまかせコース

広告の目的・推したいポイント・NG事項などを送っていただき、必要に応じて弊社からご提案を行ったのちに正式受注、記事制作に入ります。



弊社が掲載予定日を決定し、ご連絡します。



記事を掲載します。



記事掲載後、誤字脱字を発見した場合はメールで送ってもらえれば修正します。

### ◆【ベーシック】事前チェックありコース

広告の目的・推したいポイント・NG事項・記事掲載希望日などを送っていただき、必要に応じて弊社からご提案を行ったのちに正式受注、記事制作に入ります。



記事掲載日は、御社のご希望日となります。  
(他社記事広告の掲載日には掲載できません)



弊社から初稿を送付し、修正事項をお戻しいたします。



弊社から最終稿を送付し、誤字脱字の修正があればお戻しいたします。



記事を掲載します。

※「事前チェックありコース」は、発注・取材から記事掲載までに10営業日以上期間がある場合のみ受注いたします。

### ◆【特急】事前チェックありコース

基本的な流れは「ベーシックコース」と同じですが、このコースでは発注・取材から10営業日未満での記事掲載が可能です。

「イベント取材記事を当日に掲載したい」  
「製品・サービスのリリース日が直近のため一刻も早く記事を掲載したい」

などの際にはこちらのコースで発注してもらえれば速攻で記事を作成・掲載します。

なお、記事掲載前の原稿チェックが不要の場合はお値引きします。

各メニューの料金は、弊社記事広告価格表をご確認ください。

## お得な完全おまかせコースとは？

全ておまかせいただく、  
それが一番の近道です。

このご時世、約100万円の記事広告「事前チェックありコース」を発注するのはハードルが高いかもしれません。

しかし、「完全おまかせコース」であれば安価に発注することができます。

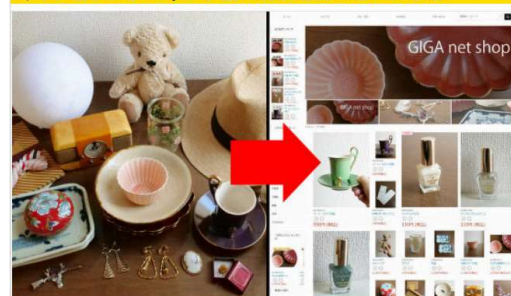
この2つのコースの差は、その名の通り「事前チェックの有無」

チェックが不要のため、原稿チェックに時間を割く必要がなく、御社側での作業負担を極限まで減らし、「依頼するだけ」でGIGAZINEに記事を掲載することができます。

GIGAZINEは記事作成のプロです。どういった記事を作れば良いのかを熟知しています。記事作成をおまかせいただくことで、価格が異なっても同じ高品質のコンテンツをご提供することを約束いたします。

## 完全おまかせコース記事作例

簡単にありとあらゆる自分好みの売り方ができる「イージーマイショップ」でネット上にお店を開くこととなる



URL: <https://gigazine.net/news/20200123-easy-myshop-open/>

「伝説のしめ鯖」、別次元のあなご「天女の羽衣」、旅館の夜食の鯛茶漬けなど産地直送を「旅する久世福e商店」で取り寄せ味を堪能してみた



URL: <https://gigazine.net/news/20210728-kuzefuku-arcade-seafood/>

2万円台で購入できる液タブ「Kamvas 13」はプロ用液タブユーザーが嫉妬する優れた描き心地



URL: <https://gigazine.net/news/20210621-huion-kamvas-13/>

楽天・Amazon・Yahoo!ショッピングに特化してポイントのためつつ最安値を横断検索できる「最安値.com」とは？



URL: <https://gigazine.net/news/20190524-saiyasune-com/>

## 記事の誘導イメージ

トップページファーストビュー(PC)

★ トップリンク

トップページ下部

トップリンクの右下に「広告」表記が入ります。

記事個別ページ(PC)

★ 誘導リンク

記事末尾

掲載日付の右部と記事下部に「広告」表記が入ります。

**広告主指定のサイトへ誘導**

広告主指定のサイトへスムーズに誘導するためのリンクの記事の本文に設置します。

誘導リンクの位置は記事によって異なりますが、基本的に本文冒頭に1か所、本文末尾に1か所つけています。

**SNS投稿**

GIGAZINEに記事広告が掲載されると、以下のGIGAZINE公式アカウントから投稿されます。

Twitter公式アカウント <http://twitter.com/gigazine>  
 Facebook公式アカウント <https://www.facebook.com/GIGAZINE>

**有料オプション**

- ・Twitter広告
- ・Facebook広告

**配信先**

- ・Googleニュース
- ・Smart News
- ・livedoorニュース

- ・RSS
- ・Webプッシュ通知



## (β)広告枠から記事広告への誘導

前ページの各誘導に加え、β版サービスとして無料でGIGAZINE内にある全広告枠へ、掲載日から1週間、記事広告への誘導バナーをランダムに配信しています。

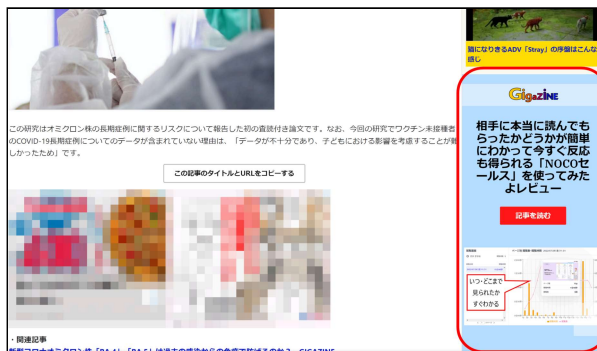
広告配信例はこんな感じ



↑トップページ↓



↑個別記事ページ↓



## どんな誘導をかけられる？



記事の末尾に  
購入サイトへ誘導

……ということ、で3DプリンターでGIGAZINEロゴ入りのSDカード入れを作成するまではこんな感じ。GIGAZINEオフ会完全オリジナルで、自分で使ってよし、人にあげてもよし、なSDカード入れですが、先着20名様限定で以下から購入することも可能。価格は税込500円となっています。

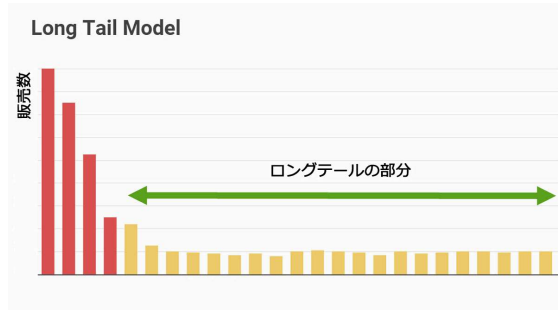


- ・関連記事  
「材料を入れて放置」でお店レベルの料理の数々が完成&低温調理も可能なスマホ連携の「ホットクック」にお一人様向けサイズが登場、新機能など使ってみた - GIGAZINE
- ソフトクリーム食べ放題を実現するべくソフトクリームメーカーを買ってみました - GIGAZINE
- 徹底的にミントリキュールとチョコにこだわり自作のチョコミントを作ってみた - GIGAZINE

記事末尾に購入ページ・公式ページなどへの誘導リンクを入れます。

⇒記事を読んでユーザーの「欲しい!」「いいな!」という気持ちが膨らんだ時に誘導リンクが入るので、最大の誘導効果を狙えます。

記事はずっと公開され続けるので、購買へつながる「扉」をネット上にずっと設置し続けることが可能です。



⇒このため、サブスクリプション型サービスなど、ロングテールのモデルと非常に相性がいいです。

## 各種仕様

### ◆記事広告

記事PV (PC+SP)	約1万 ~3万PV (過去の記事広告から想定)
掲載期間	無期限(アーカイブとして常に閲覧可能な状態で掲載が続きます)
掲載開始	掲載日の午前9時頃(平日・土・日・祝日可、午前9時以降の時間指定可)
申込期限	10営業日前(発注コースによって異なります)

・記事広告は最初のお打ち合わせから掲載までおよそ1ヶ月程度です。発注後にヒアリングフォームから訴求内容を提出頂いたあと、掲載開始まで通常15営業日から20営業日程度がかかります。(事前チェックありコースの場合)

・個別のケース・発注コースにより異なりますので、詳細はお問い合わせください。


### ◆トップリンク


枠名	掲載面	掲載位置	掲載期間	掲載開始	想定imp
トップリンク	トップページ	ファーストビューに掲載 次の記事が入ると上から2つ目で固定	ファーストビュー最長24時間 (翌日午前9時まで) +トップページ約2日間+記事 一覧ページ無限	記事広告の 掲載開始日時に準ずる	約40万~100万imp

※想定PV数と想定imp数は過去の実績数値をもとに算出したものであり、保証されるものではありません。あらかじめご了承ください。


※トップリンクのトップページへの掲載期間は記事更新頻度によって変動するため、2日間の掲載を保証するものではありません。


## 【有料】Twitter&Facebook広告

GIGAZINE(ギガジン) 

投稿内容: 記事広告のタイトル 

「攻殻機動隊」の魅力といま「ゴースト・イン・ザ・シェル」として実写映画化される理由をGIGAZINE編集長が語る

画像:  
記事広告のトップ画像を使用  
(クリックで記事広告へ遷移) 



GIGAZINE (ギガジン)  
gigazine.net

9:49 - 2017年3月6日

過去の広告配信例  
消費予算: ¥200,000  
結果: 約540,000imp、約17,000クリック

### 記事広告データを元に SNS広告でターゲットを狙い撃ち

Twitter広告やFacebook広告は「性別」・「年齢」・「地域」・「興味関心」・「使用OS」・「言語」・「端末モデル」などによるオーディエンスの絞り込みが必要です。オーディエンスの選択を間違えると、製品への興味・関心が薄い人に広告を表示することになり、広告が無駄打ちに終わってしまうことも。

GIGAZINEの記事広告では掲載後1週間のアクセス解析結果を元に、「製品に興味を持っている人はどんな人なのか？」ということ进行分析可能なので、実際の読者の傾向に狙いを定めてターゲティングを行うことができ、広告配信のコストパフォーマンスが良くなります。

また、GIGAZINEのフォロワーだけでなく、GIGAZINEをフォローしていないTwitterユーザーに対しても記事広告をリーチすることができ、記事広告の成果がさらに上がります。

※Twitter公式の機能「Twitter広告」およびFacebook公式の機能「Facebook広告」を使用して広告を配信します。



## 【有料】+ Twitterプレゼントブースト

**投稿内容** @gigazine

発売を記念して、[製品名]を[当選人数]名様にプレゼントします。  
1.@gigazineをフォロー 2.@[広告主様アカウント]をフォロー&このツイートのリツイートで応募完了！レビュー記事はこちら↓



**画像:**  
記事広告のトップ画像  
(クリックで記事広告へ遷移)

gigazine.net  
PS5・プロジェクター・ウェブカメラなど新生活にピッタリなグッズが当たる...  
長かった冬も終わり、次第に暖かさを取り戻していく季節になりました。  
GIGAZINEでは冬から春にかけてレビューした数々の品や、編集部で眠ってい...

\* 上記は投稿のイメージであり、実際の投稿ではありません。

### プレゼントキャンペーンでさらなる拡散

GIGAZINEには年3回のプレゼント企画で培った当選者管理・数万人規模の抽選管理・迅速なプレゼント発送のノウハウが15年分蓄積されています。ミスると面倒なことになる抽選作業や発送は全部GIGAZINE側にお任せ。発注時に当選人数を決めるだけでOKなのでとても簡単！

実際の流れとしては、まずはレビュー型の記事広告を掲載。掲載時の通常のツイート投稿に加えて、レビュー対象の製品を応募者にプレゼントするというプレゼントキャンペーンのツイートをもう1つ独立して投稿することで、さらなる記事広告の拡散・共有・誘導を狙います。

この際、応募条件を「広告主様のアカウントフォロー」&「GIGAZINEのアカウントフォロー」&「プレゼントキャンペーンツイートのリツイート」とすることにより、普段広告を見ない人にも記事広告の存在が届きやすくなり、さらなる認知度アップにつなげることが可能となるわけです。

◆記事広告有料オプションメニュー: 別途お申し込みいただく有料メニュー

メニュー名	掲載面	掲載期間	配信開始	ターゲティング
Twitter広告	Twitter	7日間以上、応相談	応相談	応相談
Facebook広告	Facebook、Instagram	7日間以上、応相談	応相談	応相談

メニュー名	掲載面	応募期間	当選人数
+Twitterプレゼントブースト	Twitter	掲載~7日間	任意

※どういった内容でターゲティングを行うかについては、配信開始前にご連絡いたしますので、ターゲティングについてご希望があればその際にご連絡ください。

※各オプションの価格については価格表をご覧ください。

## 記事の二次使用もOK

### ◆二次使用の条件について

広告を配信する際に記事広告にリンクしたい

⇒記事広告のページそのものをスクリーンショット画像として使用する場合は無償です。

引用の範疇を超えてウェブサイトやメールマガジンに流用したい

⇒一般的な引用の要件を満たさない形の場合は「二次使用」になるので、個別に相談していただければ対応可能です。

画像ファイルだけ使用したい

⇒弊社の画像規約に則る形であれば可能ですので、ご相談ください。

その他の使用方法は可能か？

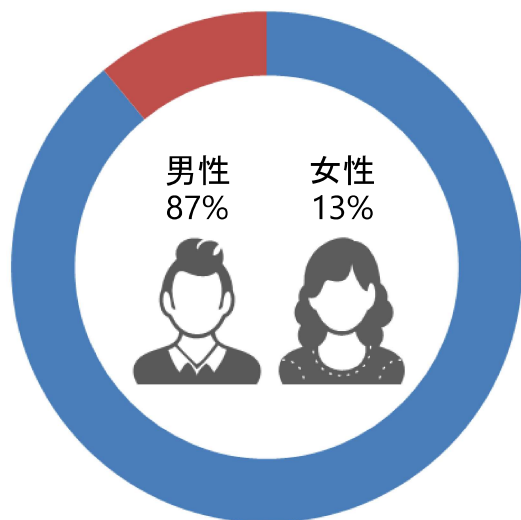
⇒記事広告の二次使用については幅広く承っていますので、個別にご相談ください。



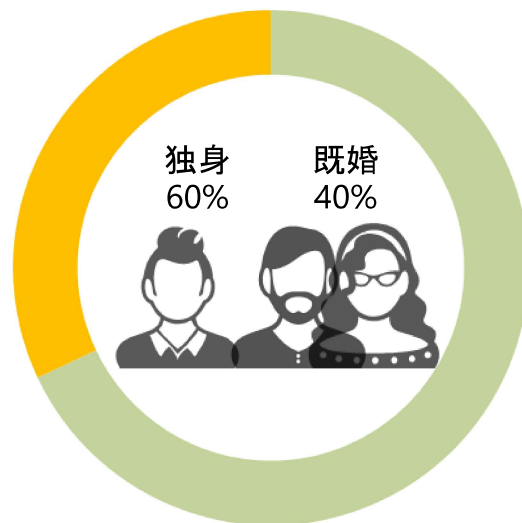
↑  
二次使用イメージ:  
**Taboola**



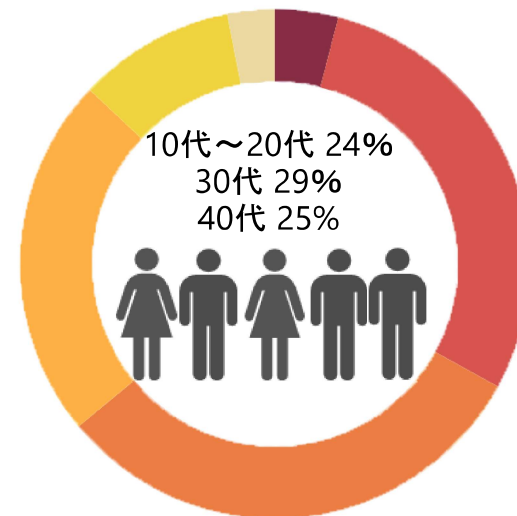
↑  
二次使用イメージ:  
**Facebook**



性別: 男性は知的好奇心を満たすモノ、女性は試食の新商品など目新しいモノに興味大



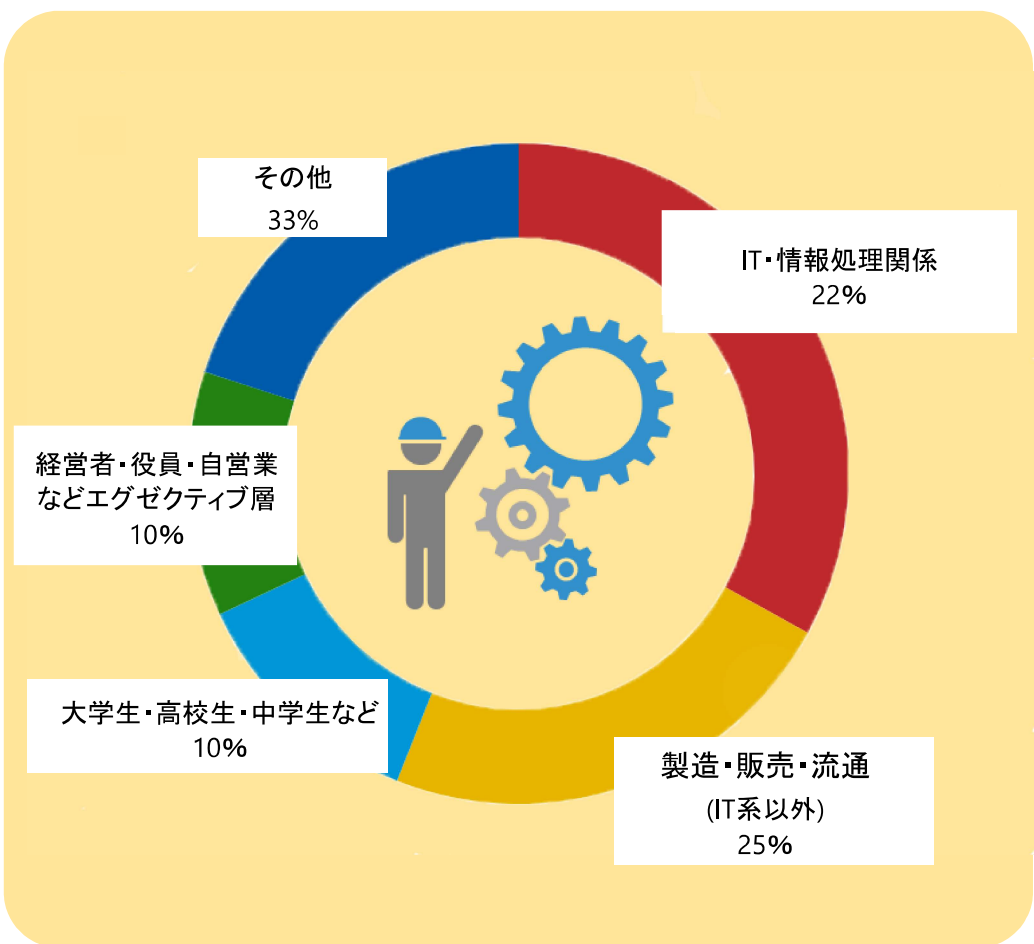
婚姻: 独身層は自分の欲しいモノには出費を惜しまず、既婚層は普段よりもちょっとリッチなモノが好き



年齢: 10代から30代で半分以上を占めるのでこれからの先行投資に最適

※2023年8月実施読者アンケート集計結果より。n=7098人





GIGAZINEの読者はIT「だけ」に興味があるのではなく、ITを「軸」「コア」として、世の中のさまざまなモノへの興味関心を持っており、いろいろな情報を幅広く摂取しているため、納得できるだけの情報・価値があると認めたモノについては、きっちりとお金を出す傾向が非常に強い。

学生層も同じ傾向があり、お気に入りのモノ・誰かが「これはいい！」とすすめるモノ・逆に誰も使っていない珍しいモノなど、自分の身近に引き寄せたときに価値があると認められるモノであれば、分け隔てなく受け入れてくれるため、新しい流れをこれまでになかったアプローチから生み出すことができます。

経営に関わり収入も大きいエグゼクティブ層へのリーチ率も高く、企業全体の意志決定者にピンポイントでアプローチできれば、一気に流れを変えることも可能です。

**22%**

評判を左右する影響力が大きいIT系アーリーアダプター層

**10%**

情報感度が高く拡散力に優れた学生層

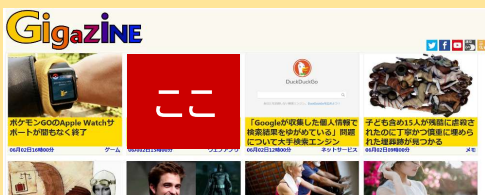
**10%**

気に入ったモノには金を惜しまず投資する意志決定ができるハイレベルな経営層

※2023年8月実施読者アンケート集計結果より。n=7098人

## 通常の記事とどう違う？

記事がずっとサイトの  
上部に表示され続けます



通常の記事は、新しい記事が掲載されるとサムネイルがどんどん下へと流れていきます。一方で記事広告の場合、掲載から24時間ずっとサイト上部で固定。より人目につく位置をキープし続けます。

掲載のレポートが出ます



記事広告について主に以下の5つのデータで「どのくらい拡散されたか？」を知ることができます。

- ◆ 個別記事PV
- ◆ 誘導リンクのクリック数
- ◆ 記事滞在時間
- ◆ 性別
- ◆ 年齢層

SNSを活用して誘導をかける  
ことができます



GIGAZINEのフォロワー以外のTwitterユーザーやFacebookユーザーに訴求するという有料オプションを利用することで、さらに露出効果にブーストをかけることが可能です。

## 発注から完成までの基本プロセス

### Step.1

「これ、記事にできる？」



いわゆる掲載可否の問い合わせです。掲載可否フォームに必要事項を記入して、メールでお問い合わせください。

### Step.2

Q:「レビューする？取材する？  
インタビューする？」  
A:「じゃあレビューで！」



掲載希望日や目的、取材内容などの基本的な内容をメールで打ち合わせします。

記事広告を出すと決まったら、正式発注を発注フォームからお送りいただけます。

その後、記事作成の参考にするため、ヒアリングフォームから、イチオシポイントやNG事項などをお送りいただく、という流れです。

### Step.3

「実際に編集部員が使ってレビューしてみたよ！」



実際に商品を使ってみてレビュー現地に行ってイベント取材、インタビューなどをして、幾多の困難を乗り越えてきたプロの編集部員が、クオリティの高い記事を作成します。

### Step.4

GIGAZINEに掲載！



GIGAZINEに記事広告が掲載されます。

## 確かな信頼と安全性

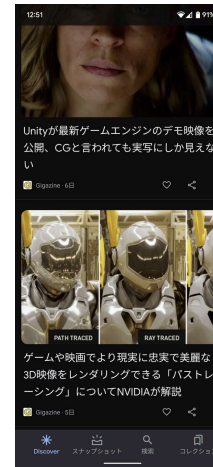
**GIGAZINEはGoogleから「専門性が高く、権威があり、信頼できるサイト」だとみなされています**

GIGAZINEは「専門性が高く(**Expertise**)、権威があり(**Authoritativeness**)、信頼できる(**Trustworthiness**)」、この3つの条件「E-A-T」を満たしているため、**Google Discover**にも多数表示されています。

Googleによると、「コンテンツの本質を捉えたページタイトル」「魅力的な高画質の画像」「プレビュー コンテンツ(タイトル、スニペット、画像)に誤解を招くような内容や誇張した内容を入れて注目を集めたり、コンテンツの内容を理解するうえで必要な重要情報を伏せたりして、人為的にエンゲージメントを高める手法は避ける」「病的な好奇心を掻き立てたり、刺激的な内容や怒りをあおる内容で注目を集めるような手法は避ける」「興味や関心をふまえたタイムリーなコンテンツ、ストーリーをうまく伝えるコンテンツ、独自の情報や考察を提供するコンテンツを作成する」と書かれています。

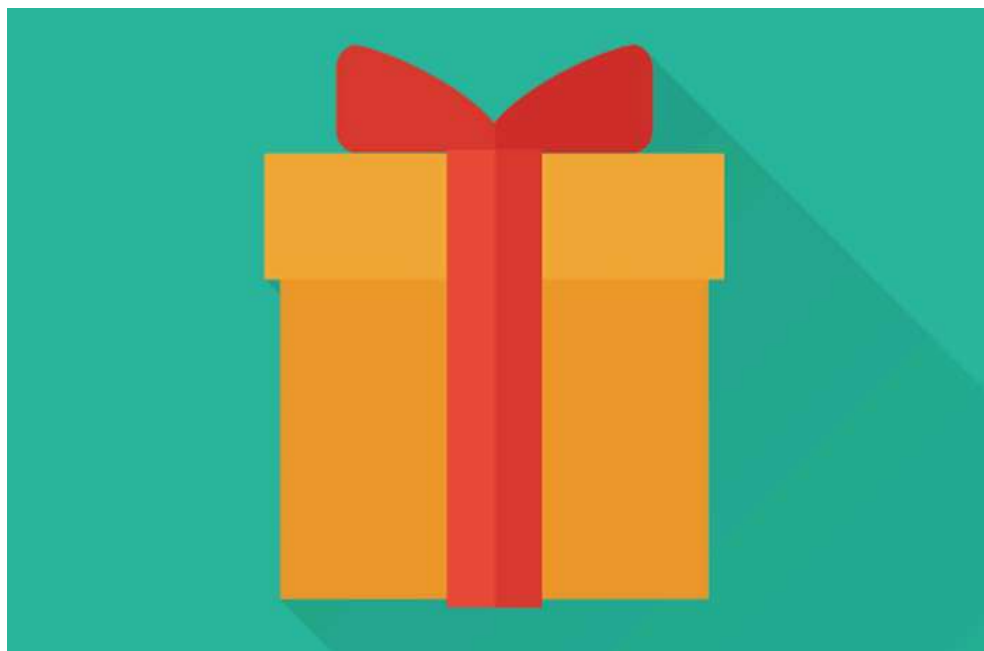
これらはまさに**GIGAZINE**が普段の記事作成だけでなく、記事広告でも常に念頭に置いていることばかりです。

そのため、完全おまかせであっても常に安心できる内容になるのです。





## どのようなものにも「可能性」がある



**Q:** 私たちの商品は知名度もないし、インパクトもないし、そんなにうまくいくわけがないと思うんだけど.....

**A:** 社内から見ているだけでは気付かないことが必ずあります。可能性を活かすにはとにかく行動を起こすことからです。

GIGAZINEは、今までに膨大な数の記事を作成してきた経験を元に、さまざまな角度からのご提案・コンサルティングを行うことができます。「多くの人にリーチさせたい」「ブランディングを行いたい」「検索結果に商材を載せたい」などなど、とにかく相談に来ることで成功への第一歩を踏み出せます。



### 1: 商品やサービスを「知ってもらえる」こと

みんなにまず知ってもらうこと、ここがスタートライン。GIGAZINEが誇る多数のユニークユーザーに対して情報を発信していきます。

### 2: 本当の姿を理解してもらえること

画像・映像・文章を豊富に駆使したコンテンツで「本当の姿」を理解してもらいます。完璧なモノなんてないとみんな知っています。「買う人」が知りたいのは、「本当の姿」

### 3: お気に入りにしてもらえること

いいも悪いもわかった上だからこそその「お気に入り」。あばたもえくぼ、恋人と同じ。気に入ってくれる人が必ずどこかにいます。そこへ届ける、そこに伝わる。

## バナー広告にはない「訴求力」

### 「バナー広告の効果がイマイチ」

バナー広告には向き・不向きが存在し、バナー広告で効果が感じられない場合は、「そもそもバナー広告に向いていない商材」である可能性があります。

また近年はバナー広告を広告ブロックで非表示にしているユーザーも増えています。

上記の理由から、「広告に見えない質の高いコンテンツ」であるGIGAZINEの記事広告であれば、これまではリーチできなかったユーザーにアプローチ可能です。

### 「限られた予算で

### 最大の効果を上げたい」

バナー広告と違い、掲載期間に区切りがないので、「半永久的に」検索結果から商材への導線を残し続けることが可能。

圧倒的なコスパの高さを実現しています。

広告だったけど、かなりいい記事だった。ちょっと行ってみたいくなった。英語話せるようになりたいな。勉強は大事だよ.....  
2019/05/15 [リンク](#)

良記事。面白かったー。  
2019/05/18 [リンク](#)

読み応えある良記事。最高かよ。  
2019/05/15 [リンク](#)

広告ってやっぱりばつと見てインパクトあるとついつい見なくなる。がちけど、広告やCMにこだわる姿勢は私はよいと思う。 13 clicks  
2015/04/17 [リンク](#)

こういうのいいなあwww 広告  
2015/04/17 [リンク](#)

「総製作時間1637時間」  
2015/04/17 [リンク](#)

これはよさそうですね。 46 clicks  
2015/08/22 [リンク](#)

へえ〜いいかも BGM 聴き放題 スマホで  
2015/08/21 [リンク](#)

なにげに気になってる。  
2015/08/21 [リンク](#)

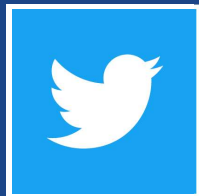
月間ユニークユーザー数

**693万**



Twitter、Facebookの  
合計フォロワー数

**70万**



YouTubeの  
チャンネル登録者数

**140,847**



SmartNewsの  
チャンネル購読者数

**967,376**



RSSの購読者数  
(Feedly)

**130,000**



### ソーシャルでのGIGAZINEの強さ

各種SNSの中でもTwitterでは群を抜いた拡散力を誇っており、何千ものリツイートを集める記事も少なくありません。

また、YouTubeの再生回数はニュースサイトとしては異例の約2億3000万回。SmartNewsもすさまじい勢いで読者数を増やすことに成功し、爆発的拡散力を持っています。

これらのソーシャルにおけるパワーの源泉こそがGIGAZINEの誇る圧倒的なユニークユーザー数。

誤解を恐れずに言うなら、専門メディアではなく、ITを軸とし、あらゆるカテゴリーのニュースを24時間365日発信し続けるからこそ、いついかなる時でも即座に読者にアピールすることを可能とする独自のシステムが完成しています。

※2023/11/06時点のデータを使用



## 例えばどんな記事になるの？一例

### 使ってみた系



超巨大ビーズクッション「Yogibo(ヨギボー)」で快適なダメ人間ライフを実現する完全堕落マニュアル

04月09日12時00分

広告

### 試してみた系



ついにAndroidでも利用可能になった広告ブロッカー「280blocker」で通信量を激減させる方法

05月01日09時00分

広告

### 食べてみた系



いちごの甘酸っぱさを凝縮した「いちごミルクの素」試食レビュー、ミルク氷・アイス・炭酸水も濃密ないちご味に

08月16日09時00分

広告

### キャンペーン系



「最大1Gbps」の通信速度で利用できてお得なキャッシュバックなどの特典もある「auひかり (So-net)」はどのようなものなのか調べてみた

03月30日09時00分

広告



世界初の8K HDR&広視野角120度の超美麗VR映像を堪能できるXperia専用VRゴーグル「Xperia View」はどんな新体験をもたらしてくれる

11月18日09時00分

広告



完全無料の動画編集ソフト「VideoProc Vlogger」は多種多様な便利機能の使いやすさが圧倒的で初心者にもオススメ

12月20日09時00分

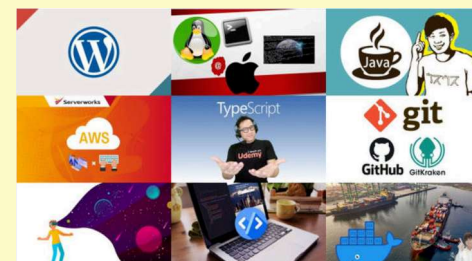
広告



ハンバーガーっぽいのに低糖質&高タンパクで罪悪感ナシの「エッグウィッチ」を「Don't Worry エッグウィッチ」で買って食べてみた

02月22日09時00分

広告



Python・AWS・ウェブアプリ・Unityなど新たな知識を学び始めるのにぴったりな「Udemy 新春セール」で2022年押さえたい人気トピック

12月29日09時00分

広告

## 記事広告事例(1)



試食

「人生で一番美味しいと思ったしめ鯖」と言われしめる「伝説のしめ鯖」、別次元のあなご「天女の羽衣」、旅館の夜食の鯛茶漬けなど産地直送を「旅する久世福e商店」で取り寄せ味を堪能してみた

記事URL: <https://gigazine.net/news/20210728-kuzefuku-arcade-seafood/>

企業：  
サンクゼール

商材：  
食品系ECサイト

### 記事化のポイント

◆ECサイトの認知拡大・売上向上を目的とした記事広告。商品の1つに焦点を宛てて、実際に「食べてみた」という一人称目線でレビューしています。

◆クライアント様からは「売上げが斜め45度ぐらいの急上昇で、売れ筋商品を発掘できた。また、ウェブサイト全体で新しいユーザー層からの流入が生まれた。過去に出した記事広告で一番結果がよかった」という声を頂いています。

◆「完全おまかせコース」のご利用のため、事前にお伝え頂いた商材・広告の目的・NG事項といった情報を元に、弊社側でターゲティングを行い、切り口・キャッチコピー・内容などを全て企画し、作成したものです。また、Twitter広告オプションで広告効果をブーストしています。





## 記事広告事例(2)



レビュー

ついにAndroidでも利用可能になった広告ブロッカー「280blocker」で通信量を激減させる方法

記事URL: <https://gigazine.net/news/20230501-280blocker-android/>



企業：  
トビラシステムズ

商材：  
広告ブロックアプリ

### 記事化のポイント

◆iOS版アプリの記事広告の効果が絶大だったことを受け、Android版がリリースされた際にも再度ご利用いただいた例です。

◆記事掲載後、アプリの1日の売上が通常の50倍に爆増。合わせて実施したSNS広告でも、広告配信予算よりもアプリの売上の方が高くなる状態が続き、1日10万円ほどの売上が出たとのこと。

◆広告予算をかければかけるほど売上がそれ以上に上がるといふ、まさにWin-Winな記事広告になりました。

◆GIGAZINEの常連読者はAndroidユーザーよりもiOSユーザーが多いのですが、SNS広告でAndroidのみにターゲティング配信することで、効率的に認知を拡大することができました。



レビュー

同等スペックのライバル液タブより10万円も安い4K・24インチ「Kamvas Pro 24(4K)」の使い心地を実際にお絵描きして確かめてみたレビュー

記事URL:<https://gigazine.net/news/20210824-huion-kamvas-pro-24-4k/>



企業:  
Huion

商材:  
液晶ペンタブレット

### 記事化のポイント

◆タイトルや切り口は、商材の強みを最大限に生かしつつ、GIGAZINEの経験やデータからターゲット層を分析し、ニーズを読み取ることで、読者との親和性が高い=716万のユニークユーザーの「欲しい」を顕在化させるものとしています。

◆「実際に商品が届いた」ということから、「使ってみた」までを一人称視点で徹底的&わかりやすく解説。加えて、ストーリーを持たせることで読み物としての面白さで拡散されやすく、リーチの高いものに仕上げています。

◆記事の効果が大きかったため、リピートでご利用いただいた記事広告の一例です。

## 記事広告事例(4)



【リモートで学べる】Web開発・AWS・機械学習・アジャイル開発など新たな手法を身につけキャリアアップのチャンスがつかめる「Udemy」新年度キャンペーン

記事URL:<https://gigazine.net/news/20200416-udemy/>

企業：  
ベネッセ  
コーポレーション

商材：  
オンライン講座

### 記事化のポイント

◆レビューでなく、オンライン講座やキャンペーンの「紹介」形式の記事となっています。

◆4月に出された緊急事態宣言に伴い、多くの人に「行動の変化」がみられたタイミングで、ネットユーザーの最も注目度が高くなる切り口で記事化しています。

◆「情報・価値があると認めたモノについては、きっちりとお金を突っ込む」という傾向があるGIGAZINE読者にド直球のリーチをかけた記事広告の一例。





## 記事広告事例(5)



コーヒーを「バケツ一杯飲んだ」ダイドーブренд  
開発秘話はマジなのか？過去・現在・未来のダイ  
ドードリンク開発の知られざるすごい裏話を聞  
インタビューしてきました

記事URL: <https://gigazine.net/news/20171109-dydo-interview-coffee-development/>



企業：  
ダイドードリンク

目的：  
企業ブランディング

### 記事化のポイント

◆企業のブランディングを目的とした記事広告

◆オウンドメディアを持たない企業が、一般消費者に向けて情報を発信していく場としてGIGAZINEを利用した例。

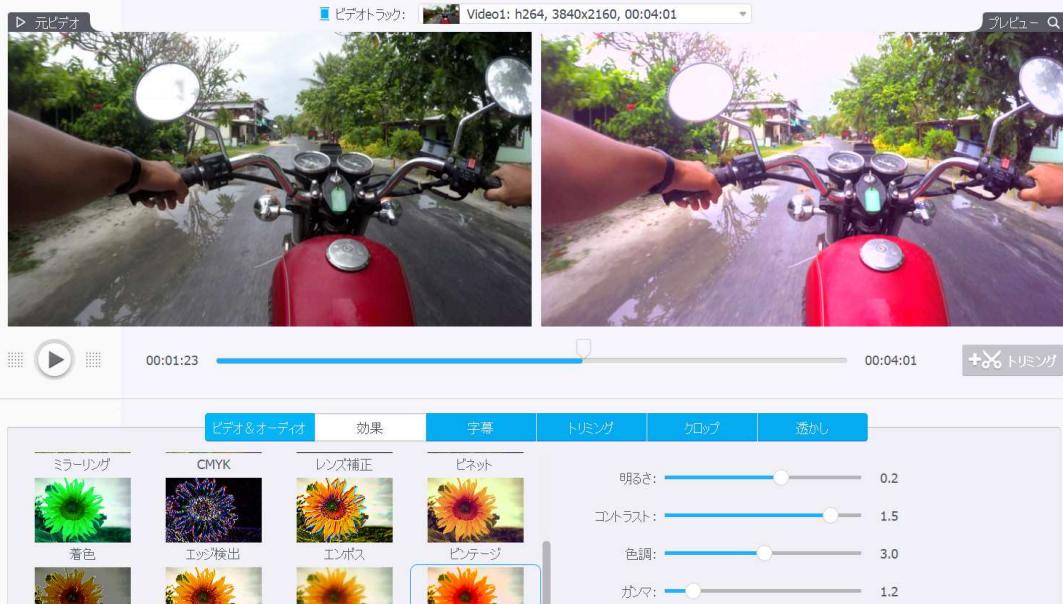
◆「記事が半永久的に削除されない」ため、一般消費者だけでなく、インナーブランディングにも成功。

◆人材募集の資料としても利用価値があるものに。



【無料永久ライセンス配布中】動画編集・録画ソフト「VideoProc」レビュー、超初心者でも使える便利機能が複数搭載

記事URL: <https://gigazine.net/news/20191025-videoproc/>



企業:  
Chengdu Digiarty  
Software

商材:  
動画編集ソフト

### 記事化のポイント

- ◆ 月間アクセスランキング1位になるほどの露出・人気記事に
- ◆ 「購入につなげる」ための商品・サービスのレビューは、記事を読むことを通していかに潜在的ユーザーが「使っていることを疑似体験・仮想体験できるか」がポイントになります。そこで、画像や動画を豊富に使用し、1人称視点で徹底的&わかりやすく解説。
- ◆ 記事は「GIGAZINEにのせた」とウェブサイトで引用することが可能です。GIGAZINEはハードウェア・ソフトウェアのレビューに定評があるため、製品の信用向上も実現できます。
- ◆ GIGAZINEの経験とデータを生かした「引きの強いワード」を押し出すことで、検索結果からの流入も強化しています。

## 出稿Q&A(1)

Q1: 記事広告は誰が作るの？

A1: **GIGAZINE**編集部が全てを担当して制作・編集します。

広告臭くならないように、原稿は**GIGAZINE**に掲載した際の親和性を最優先して作成します。

Q2: 原稿の持ち込みはできる？

A2: 既存の原稿や外部制作した原稿を持ち込み掲載することは原則としてできません。

取材などで写真撮影が発生する場合も、基本的にGIGAZINE編集部員が撮影します。

Q3: 空き枠表を見たら、その日に記事広告の予定が入ってるみたいだけど.....私たちの記事広告も掲載できる？

A3: 記事広告は1日に1本の掲載が原則となっています。

Q4: 「広告」の表記を入れないことって、できる？

A4: 通常記事との区別のため「広告」表記が必ず入ります。

「ノンクレジットタイアップ」メニューはありません。

Q5: 記事広告が削除されることはあるの？

A5: 記事が削除されることは基本的にありません。

Q6: 商材についての資料とかムービーとか商品一式はいつまでに送ればいいのか？

A6: 記事広告の制作に10営業日程度かかるので、

記事素材は掲載希望日の11営業日前までに当社に到着するようにお送りください。

入稿期限までに記事制作に必要な素材をご提供頂けない場合や、制作期間が極端に短い・長い場合は、別途費用が発生します。



広告

Q7: 記事広告に動画を入れて欲しいんだけど.....できる？

A7: **YouTube**などの動画の埋め込みができます。

Q8: CVRとかを調べたいんだけど、リターゲティングタグを記事に入れてくれる？

A8: タグの設置期間によって追加料金の変動しますので、事前に連絡していただければ大丈夫です。

Q9: 記事掲載後に共有されるレポートには何が書いてあるの？

A9: 記事広告のレポートに記載するのは、以下の値です。

- 個別記事PV: トップ画像やタイトル等がクリックされて記事の内容が読まれた回数
- 誘導リンク数: 記事中の誘導リンクをクリックした数
- 記事滞在時間: 読者が記事を読んでいる時間の平均
- 参照元: 読者がどこから来たのか？
- 性別
- 年齢
- 使用OS
- 地域
- 興味分野

Q10: Twitter広告/Facebook広告を発注した場合の記事広告レポートの計測期間はどのようになるの？

A10: **Twitter**広告、**Facebook**広告の実施期間に応じた期間のレポートを提供します。



オマケ: Googleに「評論家」認定を受けるGIGAZINE



記事広告の発注は以下のリンクをクリック

<https://form.gigazine.biz/>



印刷の都合で媒体資料のPDF版が必要な方は、  
担当者にメールでご連絡ください