



トレンド リサーチタイアップ企画

おでかけ意欲、トレンドへの関心の高い
ウォーカープラスユーザーにリサーチ！
商材やサービスに応じた最適なりサーチをご提案します。

株式会社KADOKAWA
デジタルコンテンツ局 マーケティング部
2022.10



20年度、**コロナ禍**でユーザーの**おでかけへの意識が変わり**、「おでかけ情報」の検索数が減少、「おでかけ情報サイト」であったウォーカープラスは、大きな打撃を受けました。

そんな中、**ウォーカープラス**では、**おでかけ情報以外のニュース記事に注力**し、新たなユーザーを獲得。大きくPVを伸ばしました。

ウォーカープラスのPVを大きく伸ばした人気コンテンツのひとつでもある**トレンドリサーチ**を活用した広告企画のご紹介です。



Walkerplus⁺

ウォーカープラス

■ 日本最大級の“トレンド&おでかけ”情報サイト

ウォーカープラスは全国のおでかけスポット&イベント情報に加え、エンタメ、ビジネス、トレンド、ライフスタイル等の多彩なカテゴリを扱うニュースメディア・情報サイトです。世の中のトレンドをわかりやすくガイドし、「トレンド好き、おでかけ好き」ユーザーの「知りたい・行きたい」をかなえるメディアとして、20~40代を中心とした、たくさんの方からの支持を得ています。



2022年8月、**月間約2億PV** と過去最高PVを更新！20～40代を中心に、**トレンドに関心が高いユーザー、イベントやおでかけに関心の高いユーザー**が多数利用しています。



【月間PV数】

最大：1億9,890万PV

※2022年8月

平均：1億6,150万PV

期間：2022年4月～2022年8月

【月間UU数】

最大：約2,423万UU

※2022年8月

平均：約1,615万UU

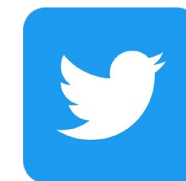
期間：2022年4月～2022年8月

各種SNS

※2022年8月時点



お友達
135万人



フォロワー 50.5万人

※ウォーカープラス、北海道ウォーカー、東京ウォーカー、横浜ウォーカー、東海ウォーカー、関西ウォーカー、九州ウォーカー合計

外部配信メディア ※約15媒体に配信

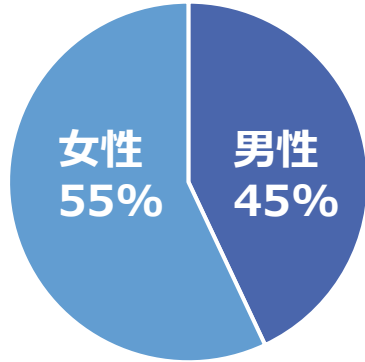


ウォーカー誌・MOOK

年4回発行する関西ウォーカー、東海ウォーカーに加え様々なテーマでMOOK本を刊行しています。

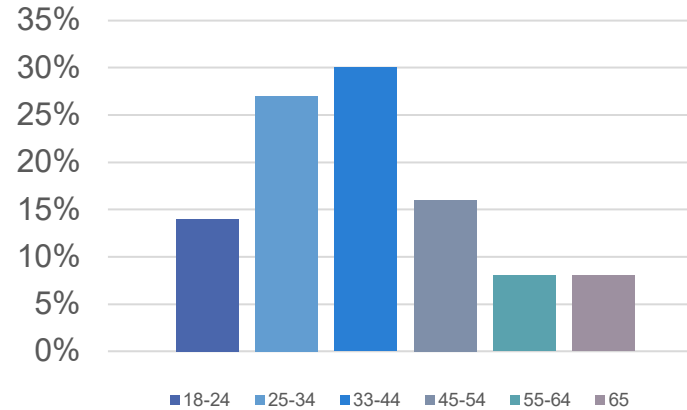


男女比

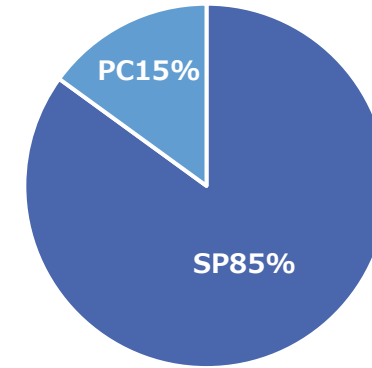


女性 : 男性
6:4

年代



デバイス比率



PC : SP
2:8

おでかけ大好き・ 年中行事大好きユーザー

主な特徴

- ・20～40代、女性多め
- ・情報収集はSNSや雑誌を活用
- ・グルメ、おでかけ新スポットの情報が好き
- ・「花見」「花火」「紅葉」など季節イベント重視

最新情報は逃したくない トレンド好きユーザー

主な特徴

- ・20～50代男女
- ・情報はYahoo!やSNSなどで広く浅く収集
- ・ Recommendされた情報を信頼
- ・IP系エンタメが好き

【ふるさと納税アンケート】人には聞けない「寄付額」などの実状も発表！意識調査から役立つ情報まで深掘りリサーチ

© 2021年11月22日 08:00更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース ライフスタイル



豪華なお礼品で話題の「ふるさと納税」に関する意識調査を実施

すべての画像を見る(12件)

<https://www.walkerplus.com/article/1058759/>

緊急事態宣言があげたら何したい？「国内旅行」需要の声が約8割、「外食・飲み会」が次ぐ

© 2021年3月18日 22:51更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース ライフスタイル



世界中で自然感染を繰り返す新型コロナウイルス感染症。昨年からお出かけや買い物などあらゆる行動に影響をもちあらし続ける一方、日本でもワクチン接種が始まり、政府により緊急事態宣言が各地の都府県1都1府について、3月21日(日)での宣言解除が表明された。状況に少しずつ変化の兆しも見え始めている。そこで今回、ウォーカープラス編集部では読者1715人を対象に「緊急事態宣言が解除されたあとに何がしたいか」をテーマとしたアンケートを実施。コロナ禍でできないこと、そして収束の兆しが見えたときにまずやりたいことは？



緊急事態宣言明けの未来はどうなる？

<https://www.walkerplus.com/article/1022114/>

30～40代が実際に使っているクレジットカード・キャッシュレス決済のランキングを発表！約4人に3人が貯めているのは「楽天ポイント」

© 2021年11月20日 09:50更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース ライフスタイル



クレジットカードをはじめ、新たなキャッシュレス決済サービスが急激に普及。さまざまな場面でポイントが貯まり「ポイント」という言葉を念まれた時、人々のクレカ・ポイント事情はどうなっているのだろうか。今回はウォーカープラスの30～40代読者を対象に「持っているクレジットカードの種類」「貯めているポイント」「使っているキャッシュレス決済」をアンケートし、実施した。 (調査期間：2021年8月11日～22日 有効回答数：943人)



30～40代のクレカ・ポイント事情を調査！おなじみ3割が貯めているのは「楽天ポイント」

<https://www.walkerplus.com/article/1050090/>

【おでん調査】「ちくわぶ」はまだまだ関東のもの!?関西から西へ進むほどに人気上昇する具材とは？味噌文化のエリアなど地域差も大調査

© 2021年12月6日 10:40更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース トレンド



冬グルメの代表格「おでん」

すべての画像を見る(9件)

<https://www.walkerplus.com/article/1059779/>

【全国うどん大調査】人気を二分する具材が明らかに！「九州はごぼ天」「四国は肉」など地域差も！気になる薬味対決の結果は？

© 2021年12月18日 08:00更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース ライフスタイル



あなたの地域で人気ナンバー1のうどんの具材は？

すべての画像を見る(8件)

<https://www.walkerplus.com/article/1061400/>

【アンケート調査】肉まんにも地域差があった！やはり関西圏は独自の文化か!?あなたが定番と思っている薬味が定番じゃない可能性も

© 2021年11月17日 11:00更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース トレンド



冬になると食べなくなる肉まんを調査！

すべての画像を見る(9件)

<https://www.walkerplus.com/article/1058396/>

【ラーメン大調査】とんこつを抑え、好きなラーメン第1位に輝いたのは？人気のトッピング調査でも地域差を発見！

© 2021年11月8日 11:33更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース ライフスタイル



どのラーメンがアンケート第1位に輝いたのか？

すべての画像を見る(8件)

<https://www.walkerplus.com/article/1057398/>

ハンバーガーブームをアンケート調査！好きなバーガーチェーン第1位は？他業界からの参入にも注目

© 2021年12月20日 09:51更新 東京ウォーカー (全国版)
全国のニュース トレンド



コロナ禍において、バリエーションの豊富さと手軽さに優れたファストフードがより一層盛り上がりを見せている。中でも、従来種となるハンバーガー、マドラルドやモスバーガーといった定番チェーンに加え、ハンバーガーブランドのほか、他業界からの参入も目覚ましい。特に多くのハンバーガーショップが軒並みに導入している。



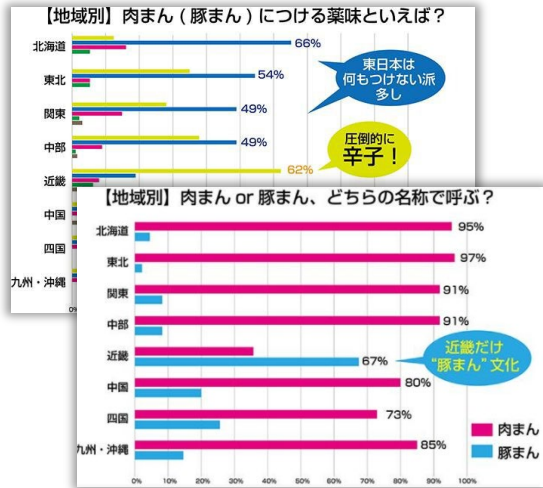
コロナ禍でも人気のハンバーガー

すべての画像を見る(6件)

<https://www.walkerplus.com/article/1055826/>

広告企画のご案内

ウォーカープラストレンドリサーチを活用したタイアップ企画です。商材やサービスに応じて編集部が最適なりサーチを実施。おでかけやトレンドへの意欲の高いユーザー約20,000人へのリサーチを実施し、記事展開致します。



【アンケート調査】肉まんにも地域差があった！やはり関西圏は独自の文化か!? あなたが定番と思っている薬味が定番じゃない可能性も

調査ウォーカー（全国版）
トレンド | 全国 | 2021年11月17日 11:00更新

冬になると食べたくなる肉まんを調査！

すべての画像を見る (9件)

いったメリットで人気の「ふるさと納税」は、納税に関するアンケートを実施。ふるさと納税や申し込んだ自治体や返礼品に関する調査結果(令和3年度実施)より、ふるさと納税の需要も重なって申込んでいる。

そこで、ウォーカープラス読者を対象に「ふるさと納税」に関するアンケートを実施。ふるさと納税や申し込んだ自治体や返礼品に関する調査結果(令和3年度実施)より、ふるさと納税の需要も重なって申込んでいる。

回答者の38%がふるさと納税を「したことがある」と回答

「ふるさと納税」はどれほど浸透しているのか。「ふるさと納税をしたことがありますか？」の問いに対し、38%が「ある」と回答。そのうちの半数以上は毎年していると答えている。

Q. これまでにふるさと納税をしたことはありますか？

回答	人数
毎年している (26%)	391
たまにしている (4%)	68
経験したことのない (8%)	127
全くしたことのない (62%)	908

ふるさと納税をしたことがない人が過半数

逆に、一度もしたことがないと答えた人に理由(複数回答可)を聞くと、「やり方がわからない」(52%)、「手続きが面倒くさい」(36%)という回答が多かった。一度でもふるさと納税をして、申込方法やその後の手続き方法などを覚えてしまえば、翌年からも続けて申し込む人が多い傾向が見て取れる結果となった。

回答者の38%がふるさと納税を「したことがある」と回答

「ふるさと納税」はどれほど浸透しているのか。「ふるさと納税をしたことがありますか？」の問いに対し、38%が「ある」と回答。そのうちの半数以上は毎年していると答えている。

Q. ふるさと納税をしない理由は？

理由	人数
やり方がわからない (52%)	800
面倒くさい (36%)	531
返礼品がほしい (12%)	178
寄付したい自治体がない (8%)	121
欲しい自治体がない (8%)	121
金銭的に余裕がない (7%)	105
制度に馴染めない (7%)	105
その他 (5%)	74

やり方がわからないという声が多数(回答は複数回答可)

エリア	アンケート回収率	保証PV数	想定誘導期間	実施料金
全国	5%~10%	20,000PV	3週間~	1,500,000円

※上記はアンケート調査、基本的な取材・撮影費用を含みます。遠方実施等は、別途実費が発生します。

- デバイス：SP/PC
- タイアップページへの誘導枠ビジュアル制作費込み
- 申込期限：40営業日前
- 掲載開始日：任意の平日
- レポート項目：タイアップページPV数：合計・日別、アンケート結果（個人情報含まず）

- ※ 誘導枠の設置位置は当社任意となります。誘導枠のクリエイティブは、タイアップページでの使用素材にて当社任意で制作させていただきます。
- ※ 遠方取材の場合は別途追加お見積りとなります。
- ※ 取材有無に関わらず、タイアップ制作の為に 素材(情報・画像等)については、ご提供をお願い致します。
- ※ 誘導期間は想定となります。PV達成状況に応じて、想定期間前に誘導が終了する可能性があります。
- ※ 誘導期間延長の場合はご希望の場合は別途追加お見積りとなります。
- ※ アーカイブをご希望の場合は別途追加お見積りとなります。

株式会社KADOKAWA

デジタルコンテンツ局 マーケティング部 メディアビジネス2課

✉ : dc-mi-mrk-secdiv@ml.kadokawa.jp

☎ : 050-1744-4209

五番町オフィス

〒102-8077

東京都千代田区五番町3-1五番町グランドビル 2F

関西オフィス

〒550-0002 大阪市北区曽根崎新地1-13-22 WeWork

御堂筋フロンティア9F

広告諸規定

https://mediaguide.kadokawa.co.jp/keisai_kijyun.html