

読みたい本がここにある

ダ・ヴィンチ



MEDIA GUIDE 2025



ダ・ヴィンチ Web

読書家、漫画読み、業界関係者から注目される
本とコミックのポータルサイト
「ダ・ヴィンチWeb」。
面白い本と最新のカルチャーに
出会うことが出来る情報サイトです。

小説、マンガから、実用書にレシピ本、ビジネス書まで。あらゆる本をレビューやインタビューなどで紹介し、読み手の知識欲を満たす、「本とコミックのポータルサイト」。映画やアニメをはじめ、本から派生する各種エンタメの最新情報もお届けしています。



ダ・ヴィンチWeb 媒体概要

月間PV:6,820万

月間UU:530万

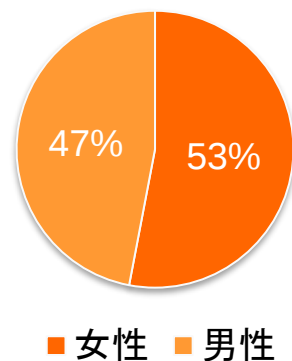
ユーザー男女比:男性47% 女性53%

※2022年3月～5月期平均

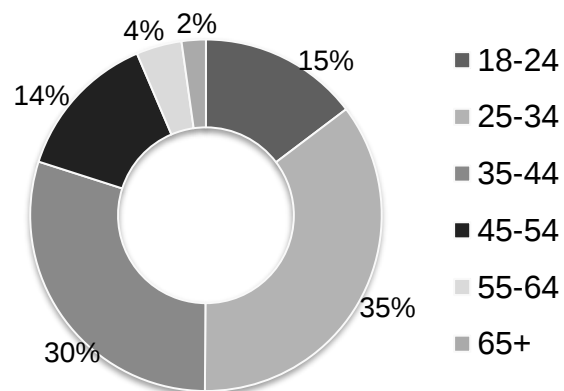
男女ともに、25歳～44歳の社会人がユーザーの6割以上。
単行本を月1冊以上購入するユーザーは92%。
電子書籍の購買意欲が高い読者も多く保有しています。

月間PV	総計 6,820万PV スマホ：6,138万PV / PC：682万PV
月間UU	総計 530万UU スマホ：477万UU / PC：53万UU

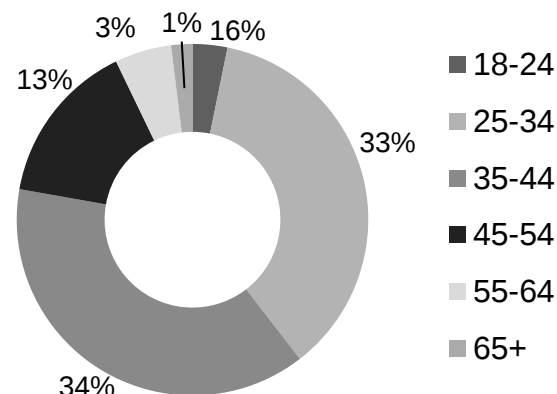
男女比（全体）



年齢構成比（男性）



年齢構成比（女性）



ダ・ヴィンチWebのユーザーは、**“エンタメ作品を楽しむ時間を充実させたい人”**たちです。



安定した生活・収入基盤を持っている、30～50代がメインです。



読書媒体としての活用に加え、ニュースメディアとしてLINEニュース、スマートニュースの利用率が高かったり、スマホゲームを定期的にプレイしている傾向があったりと、スマートフォンをエンタメ時間の充実に活用している人が多いです。



月に1冊以上本やマンガを購入し、1日に1時間前後の読書時間を設けているユーザーが多い＝継続した読書習慣を持つ、知識欲が強い人が多いです。

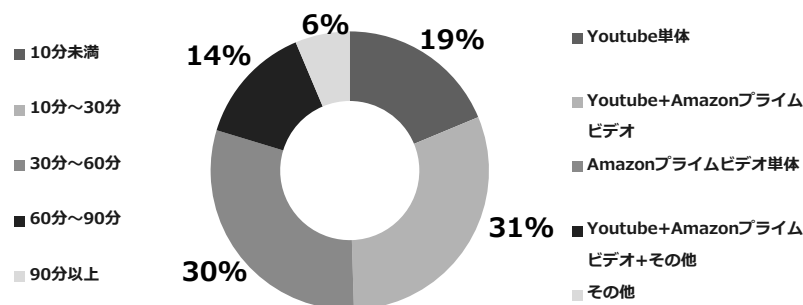


SNSサービスとしてはTwitterやYouTubeといった、サブカルチャーとの親和性が高いメディアの活用率が高いです

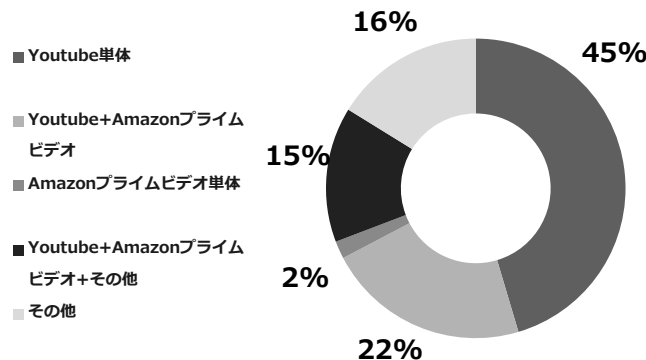


読書（本・マンガ）はもちろんですが、映像や音楽のサブスクリプションサービスに加入していたり、ライブやレジャーなどにも興味があったりと、エンタメに関する感度が高い人です。読書も単体ではなく、アニメや映画、音楽といった関連度の高いコンテンツをマルチに楽しむ、多趣味なユーザーが集まっています。

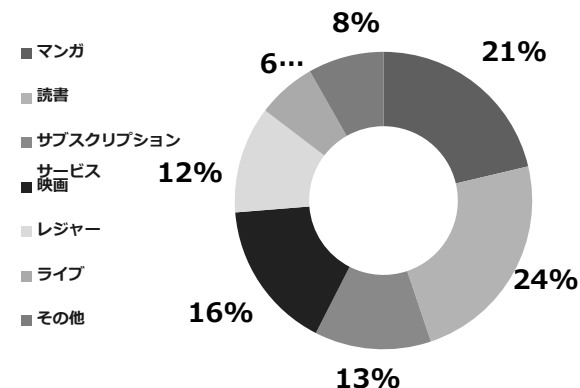
1日の読書時間



利用している動画サービス



お金を使っている趣味



ダ・ヴィンチWebと連携しているX（旧Twitter）・読書メーター・LINEやInstagram。
「本好き」が欠かさずチェックするサイト/SNSサービスを通じて、多くのユーザーが
ダ・ヴィンチWebに訪問しています。

●X（旧 Twitter）



ダ・ヴィンチWebに掲載した記事は、Xでも配信中。
フォロワー数：150,956人
（2025年8月現在）

●Instagram



Instagramでは、ダ・ヴィンチWebに掲載された書籍を写真や動画機能を活用して紹介。
フォロワー数：5,013人
（2025年8月現在）

●LINE



LINE公式アカウントでは、ダ・ヴィンチWebに掲載した記事の中から、注目記事をピックアップして配信。
友だち数：1,124,817人
（2025年8月現在）

●読書メーター



「ブックウォーカー」が運営するレビュー投稿サイトで、登録ユーザーは、およそ1,000,000人。
「レビューアール大賞」など、雑誌ダ・ヴィンチ、ダ・ヴィンチWebと共同施策の実績も多数。



タイアップ広告メニュー

トップ > ニュース > モンキー・パンチ氏に捧ぐ「ルパン三世（PART1）」全話放送＆貴重な「パイロット・フィルム」大公開！

モンキー・パンチ氏に捧ぐ「ルパン三世（PART1）」全話放送＆貴重な「パイロット・フィルム」大公開！

マンガ・アニメ

2019/6/14

映画を愛する人たちのために、素晴らしい名作の数々をお届けする名画チャンネル「シネフィル WOWOW（BS252ch）」そのコンテンツのうち、日本が世界に誇るアニメ映画の名作を放送しているのが「世界がふり向きアニメ術」である。本編に加え、研究者の解説やスタッフインタビューも楽しめる人気番組だ。そして6～8月は特別編成として、3カ月連続で「日本アニメ史に残る3大名作」がオンエアされている。

■超名作の誕生

6月の作品は「ルパン三世（PART1）」。1971年に登場した記念すべきTVシリーズの第一作目（全23話）が、6月2日から毎週日曜の20時50分から放送されている。また、ニュースでも取り上げられたのでご存じの方も多いと思うが、2019年4月11日に原作者であるモンキー・パンチ氏が逝去されており、この放送はその追悼としての意味も込められている。



原作：モンキー・パンチ ©TMS

では、『ルパン三世』を生み出したモンキー・パンチ氏とはどのような人物だったのか。実は、若き日の氏を知るにはうってつけの漫画が存在する。それが『ルーザーズ〜日本初の週刊青年漫画誌の誕生〜』（吉本浩二／双葉社）だ。



貴社の商材・サービスに関する記事を編集部が発信しているニュース記事と同一体裁で配信。ユーザーに対し自然な形で情報を届けます。

【基本レギュレーション】

- ・素材をお預かりし、記事を制作いたします。
オリエン・撮影は行いません。
- ・誘導枠はTOPページにて設置します。
- ・タイアップの外部メディア配信はございません。

【スケジュール】

- ・申込期日は原則配信開始日の10日前とさせていただきます。

【備考】

- ・フォーマットはカスタマイズ不可となります。
- ・誘導枠の設置位置及び設置期間は弊社任意とさせていただきます。
- ・タイアップページへの誘導枠のクリエイティブは弊社にて制作予定となります。
- ・取材など行った場合、別途実費が発生する可能性があります。

メニュー名	想定誘導期間	保証PV数	実施料金（グロス）
ニュースタイアップ	1週間～2週間	5,000	¥ 500,000（税別）

※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。

ダ・ヴィンチWebでのニュースタイアップとLINE NEWS DIGESTのダ・ヴィンチWebアカウントでの配信をセットとしたメニュー。友だち数100万人以上を誇るダ・ヴィンチWebのLINEアカウントでも配信を実施することで、ダイレクトに訴求が可能。

LINE NEWS
(配信日：毎日1回)

LINEアカウント
(ダ・ヴィンチアカウント)の
提示配信面
(画像枠orテキスト枠から誘導)

ダ・ヴィンチニュース

本当においしい焼き方って？
パン焼きなら朝までおいしいレシピ

①画像枠

DV父から逃げた先は宴会場！
1人のとき大地震が起きたら
生きづらさを感じている人へ
成功する人の休日の過ごし方
この瞬間だった

②テキスト枠

ダ・ヴィンチニュース

紙1枚！
松下幸之助の
浅田

ニュース
タイアップ
記事

成功する人の週末2日の過ごし方とは？松下幸之助に学ぶ
テレビなどの報道によれば、今年の新入社員のキーワードは「仕事とプライベートはきっちり分ける」だそう。
ここ数年、「働き方改革」という時勢から、新入社員に限らず、いかに「ワークライフバランス」を整えてプライベートを充実させていく

LINE NEWS トップへ >

①画像枠 or ②テキスト枠の
どちらか1つから誘導。(※当社任意)

指定サイトへ遷移可

+

ダ・ヴィンチWeb

ダ・ヴィンチWeb内
誘導枠

ダ・ヴィンチニュース

TOPICS

NEW STORIES

誘導枠

ニュースタイアップ記事

指定サイトへ遷移可

ダ・ヴィンチWeb ニュースタイアップ掲載期間	2週間 保証
ダ・ヴィンチWeb 誘導枠掲載期間	2週間 保証
友だち数	1,124,817人 ※2025年8月時点
LINEアカウント 提示配信回数	1回
LINEアカウント 提示配信可能日	平日 (※曜日指定可能。)
LINEアカウント 枠数	1配信につき 1社限定
想定PV数 (※ダ・ヴィンチWeb+ LINEアカウント合計)	12,000~ 15,000 PV想定
金額 (gross/税別)	1,200,000円
申込期限	20営業日前正午
掲載レポート	タイアップページのPV数 (※ダ・ヴィンチWeb+ LINEアカウント合計)

※取材が必要な場合は別途追加お見積もりとなります。
※素材(記事作成にあたっての画像・写真素材やテキスト)はご提供をお願い致します。
※掲載に当たって、LINEによる広告主および原稿審査があります。その結果次第で、内容を一部変更して配信、または配信不可となる可能性がございます。
※LINEアカウント提示配信面とダ・ヴィンチWeb誘導枠のクリエイティブについては当社一任とさせていただきます。
※タイアップ記事の事前確認については原則1回となります。

7



全5ページ程度
・TOPページ1ページ
・タイアップ記事 4本程度



ダ・ヴィンチWeb内に貴社専用の特集ページを設け、
商材・サービスに関する記事を蓄積。第二のオウンド
メディアとして、中長期のプロモーションが可能です。

【基本レギュレーション】

- ・制作する記事はTOPページ及びタイアップ記事を4本程度となります。
- ・タイアップ記事は素材をお預かりし、制作します。
別途取材、撮影などの対応も可能です。（別途費用の可能性あり）
- ・誘導枠は編集部任意にて設置します。
- ・外部メディア配信はございません。

【スケジュール】

- ・申込期日は原則配信開始日の60日前とさせていただきます。

【備考】

- ・制作内容によっては追加料金が発生する場合がございます。
- ・誘導枠の設置位置及び設置期間は弊社任意とさせていただきます。
- ・タイアップページへの誘導枠のクリエイティブは弊社にて制作予定です。

TOPページなどに
誘導枠を設置し
御社特設サイトに誘導
※誘導枠は弊社任意

メニュー	掲載期間	想定PV	掲載料金 (グロス/税別)
特集企画	4週間～	25,000	¥3,000,000～

有名作家によるオリジナル小説（エッセイ）を書き下ろし。

※詳細は別紙資料をご参照ください

書き下ろしたコンテンツはダ・ヴィンチWebで配信するだけでなく、他メディアへの展開も可能です。

1 ご発注、お打合せ

約
1
～
2
週間

- ①商材
 - ②書き下ろしの方向性（テーマ、その他ご要望）
 - ③納期
- を弊社営業に確認の上、ご発注ください。

2 作家候補のご提案

約
1
～
2
週間

テーマ、内容に合った作家候補をご提案しますので優先順位をつけてお戻しください。
その際、ご希望内容なども併せてご指示ください。
※この時点ではまだ正式アサイン前となります。
※作家のアサインはご希望に沿えない場合がございます。

3 作家確定、制作開始

約
2
～
3
週間

いただいたご要望をもとに作家がプロット、ネームを作成します。

4 プロット、ネームご提出（1～2往復）

約
2
～
4
週間

作家より上がってきたプロット、ネームをご提出します。
内容ご確認の上、修正点をお戻しください。
※商品名、サービス名、企業名の掲載は不可となります。
※プロット、ネームがFixしましたら最終版の制作作業となります。
よってこの後は赤字修正の対応が出来かねますのでご了承ください。

5 最終版制作、納品

約
2
～
4
週間

作家より上がってきた最終版をご提出します。内容ご確認ください。
ご要望により二次利用も可能です。
※最終版の文字数は約5,000～10,000字となります。
※最終版への修正はご対応できかねます。
※二次利用には別途費用が発生します。お問合せください。

6 ダ・ヴィンチWebに掲載

最終版をダ・ヴィンチWebに掲載します。
※外部メディア配信はございません。

メニュー	掲載期間	想定PV	掲載料金 (gross/税別)	申込期限	その他
作家書き下ろし企画	4週間	8,000～	¥4,000,000～	配信開始日の 120日前	制作内容により、追加料金が発生する場合がございます。

タイアップPVブーストオプション参考価格 ※下記に各タイアップ記事の料金が別途発生致します

媒体	Google 	Yahoo! 	Facebook 	Instagram 	Gunosy 
配信面・メニュー名	Google ディスプレイ ネットワーク	YDA Yahoo!広告 ディスプレイ 広告 (運用型)	フィード リンク広告	フィード リンク広告	メディア ブースト
最低申込金額 (gross)	¥500,000～	¥500,000～	¥500,000～	¥500,000～	¥500,000～
掲載期間/回数	2週間～	2週間～	3週間～	3週間～	2週間～
想定誘導数/PV	6,500 PV	6,500 PV	2,000 PV	2,000 PV	6,000 PV
クリック/誘導単価 (gross)	¥77	¥77	¥250	¥250	¥83



バナー広告メニュー

視認性の高いスマートフォンメニューを各種ご用意しております タイアップ展開時のリーチ拡大に効果的です

【ビルボード】



SP中面のページ上部に表示される視認性の高いメニュー

【オーバーレイ】



SP総合TOPや各ページに追従で掲載可能なメニュー

【レクタングル】



SP総合TOPや各ページに表示される表示領域が大きいメニュー

タイアップメニューとセットのお申し込みで定価より20%割引！

SPビルボード

中面の最上部に掲載されるインパクトのあるリッチメニュー

配信タイプ	インプレッション保証
配信料金	セグメントなし・1種：0.1円/imp ※動画の場合は+0.05円/impとなります
セグメント	地域(地方単位) 北海道・東北/関東/中部/関西/中国・四国/九州・沖縄
出稿金額	300,000円～
配信期間	1週間から1か月間を自由設定 平日12時頃配信開始、平日休日問わず12時配信終了 (12時以外の開始・終了時刻をご希望の場合はお問合せください。)
想定CTR	0.05%
入稿内容	・画像：横320×縦180pix (100KB以内) ※jpeg・gif ・動画：アスペクト比：16:9 ビットレート：映像+音声 1Mbps以内、ファイルサイズ：30MB以内、 動画の長さ：30秒以内 【フォーマット】 ファイル形式：mp4、動画コーデック：H.264、音声コーデック：AAC ※デフォルト音声OFF ・リンク先URL(全バナー共通)
備考	※申込期限は8営業日前、入稿期限は5営業日前までとなります。 ※想定CTRは枠全体の平均であり、クリエイティブ等により変動します。 ※ページデザインは予告なく変更する可能性があります。 ※デバイス別レポートはお出ししておりません。

■掲載イメージ



SPオーバーレイ

SP総合TOPや各ページに追従で掲載可能なメニュー

配信タイプ	インプレッション保証
配信料金	セグメントなし・1種：0.3円/imp
セグメント	地域(地方単位) 北海道・東北/関東/中部/関西/中国・四国/九州・沖縄
出稿金額	300,000円～
配信期間	1週間から1か月間を自由設定 平日12時頃配信開始、平日休日問わず12時配信終了 (12時以外の開始・終了時刻をご希望の場合はお問合せください。)
想定CTR	0.5%

入稿内容	横320×縦100pix (100KB以内) ※jpeg・gif
	・リンク先URL(全バナー共通)
備考	※申込期限は8営業日前、入稿期限は5営業日前までとなります。 ※想定CTRは枠全体の平均であり、クリエイティブ等により変動します。 ※ページデザインは予告なく変更する可能性があります。 ※デバイス別レポートはお出ししておりません。

■掲載イメージ



SPレクタングル

SP総合TOPや中面ページに表示される視認性の高いメニュー

配信タイプ	インプレッション保証
配信料金	セグメントなし・1種：0.2円/imp ※動画の場合は+0.05円/impとなります
セグメント	地域(地方単位) 北海道・東北/関東/中部/関西/中国・四国/九州・沖縄
出稿金額	300,000円～
配信期間	1週間から1か月間を自由設定 平日12時頃配信開始、平日休日問わず12時配信終了 (12時以外の開始・終了時刻をご希望の場合はお問合せください。)
想定CTR	0.2%
入稿内容	・画像：横300×縦250pix (100KB以内) ※jpeg・gif ・動画：アスペクト比：16:9 (下部にCTAボタン領域を表示) ビットレート：映像+音声 1Mbps以内、ファイルサイズ：30MB以内 動画の長さ：30秒以内 【フォーマット】 ファイル形式：mp4、動画コーデック：H.264、音声コーデック：AAC
	・リンク先URL(全バナー共通)
備考	※申込期限は8営業日前、入稿期限は5営業日前までとなります。 ※想定CTRは枠全体の平均であり、クリエイティブ等により変動します。 ※ページデザインは予告なく変更する可能性があります。 ※デバイス別レポートはお出ししておりません。

■掲載イメージ





タイアップ広告事例

ポッカサッポロ 様「冬物語」

【企画概要】

ポッカサッポロ飲料「冬物語」の30周年のキャンペーンの一環で、「私の冬物語」と題した川柳を募集。
募集した川柳の審査員として、芥川賞作家「羽田圭介さん」をアサインし、キャンペーンの告知から、審査、結果発表までを展開した。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

キャンペーン告知記事、コンテスト結果記事の掲載／作家、羽田圭介さんのブッキング



『私の冬物語 川柳コンテスト』
CPサイト（ポッカサッポロHP内）



ダ・ヴィンチWeb内
でCP告知記事を掲載



羽田さんが
応募作品を
審査及び総評



ダ・ヴィンチWeb、ポッカサッポロHPで受賞作品及び
羽田さんのコメントを掲載



キリンビール 様 「一番搾り」

【企画概要】

キリンビール「一番搾り」の商品PRのため、人気の声優を起用して、インタビュー記事を掲載。
インタビュー記事はLINENEWSのダ・ヴィンチWebページでも配信。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

インタビュー記事1本 / LINEダイジェストスポット配信



声優 飯田里穂

声優 May'n

声優 東山奈央

アサヒビール 様 「ブラックニッカ」

【企画概要】

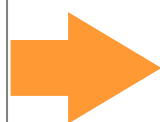
アサヒビール飲料「ブラックニッカ」の限定商品「ナイトクルーズ」発売のプロモーション。ウイスキーを片手に読書という航海に出よう。というテーマのもと、特集ページを制作。特集内ではウイスキー航海、読書に関連する記事を制作。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

特集ページ新設し、関連記事を5本格納／杉江松恋さん（書評家）、新井見枝香さん（書店員）、三宅香帆さん（書評家）、朝井麻由美さん（コラムニスト）のブックング／X（旧 Twitter）キャンペーンの実施



特集ページ



①

②

③

①対談
書評家・杉江さんと新井さんのウイスキーをテーマにした対談記事

②イベントレポート
商品発表会のレポート記事。イベントには編集長・杉江さんも登場

③書評×3本
三宅さん、新井さん、朝井さんが商品テーマである「航海」をテーマに選書し、それぞれ書評記事を掲載



■イベント
新商品発表会を兼ねたリアルイベントを開催



■SNS
X（旧 Twitter）にて相互フォロー＆リツイートCPを実施

焼酎蔵薩摩濱田屋伝兵衛様 焼酎「薩摩 赤兎馬」

【企画概要】

焼酎「薩摩 赤兎馬」のプロモーションとして、「赤兎馬で読書する」をテーマに特集ページを制作。
特集内では焼酎好きの作家へのインタビュー、赤兎馬をテーマにした描き下ろしマンガを制作。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

特集ページを制作し、関連記事を10本格納／千早茜さん、本谷有希子さんをはじめとした作家5名のブッキング、
マキヒロチさんをはじめとしたマンガ家4名のブッキング、赤兎馬紹介記事の制作。



特集ページ



マキヒロチさんの描き下ろしマンガ



(取材・文＝三田中幸 撮影＝花村謙太郎)

作家インタビュー

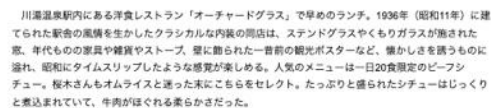
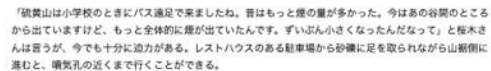
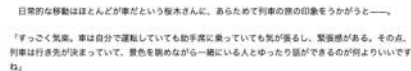
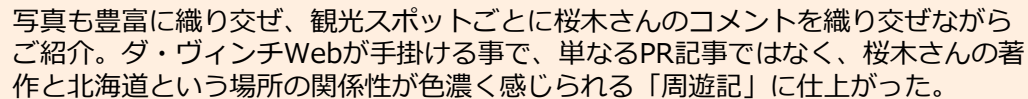


長引く自粛生活の影響もあり、お酒の飲み方も変わりつつある今日このごろ。しかし、年齢や生活環境によっても、お酒との付き合い方は変化するものだ。劇作家・演出家としてはもちろん、『異域感嬢』『風のビクニク』(ともに講談社)などで小説家としても活躍する本谷有希子さんも、「子どもが小さいときはセーブしていたので、今、お酒がよりおいしく感じます」と、お酒との関係の変化を語る。年齢や経験とともに、本谷さんがお酒に求めるようになったものは？ お話をうかがった。

【企画概要】

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

桜木紫乃さんのブッキングおよびアテンド、記事制作



アマゾンジャパン 様 「プライムビデオ」

【企画概要】

アマゾン プライムビデオの年末年始キャンペーンの一環として、年末年始に観るべきおすすめアニメをアニメ好きタレントが紹介。インタビュー風景は動画でも撮影され、SNSやYouTubeを使って、拡散。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

よみこブッキング／対談記事（本誌転載）を掲載／X（旧 Twitter）オーガニック投稿／動画監修



ダ・ヴィンチ本誌掲載の対談記事をダ・ヴィンチWebに転載。
対談時の模様は動画にも編集



東映 様 「サイレント・トーキョー」

【企画概要】

東映「サイレント・トーキョー」の公開にあわせて、キャストによる鼎談記事を掲載。ダ・ヴィンチWeb記事内やX(旧 Twitter)内にて予告編動画を埋め込むことで、動画による作品紹介を実施。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

キャスト鼎談記事（本誌転載）を掲載／X(旧 Twitter)オーガニック投稿×2



ダ・ヴィンチ本誌掲載のキャスト鼎談をダ・ヴィンチWebに転載。記事内に映画の予告編動画の埋め込みも実施



X(旧 Twitter)にてオーガニック投稿し、記事へ誘導



X(旧 Twitter)にて、予告編動画を埋め込み

東映様 映画『牛首村』

【企画概要】

映画『牛首村』のプロモーションを、雑誌・WEBで展開。雑誌には主演Kōki,さんのインタビューを掲載し、Webではメインターゲットである10~20代にアプローチすべく、YouTube・TikTok・ダ・ヴィンチWebにてプロモーションを実施しました。

心霊系YouTuberの「クリップストア」にアサインし、心霊スポットで動画を撮影。クリップストアのYouTube・TikTok・X(旧 Twitter)公式アカウントで配信後、ダ・ヴィンチWebではインタビューとともにYouTube動画を埋め込んだ記事を配信。

雑誌

主演Kōki,さんのインタビューを掲載（4C4P）



WEB



◀ 【YouTube】
YouTuberクリップストアと心霊スポットにて動画撮影。自身の公式アカウントで配信し114,873回の再生回数を記録。（3/8現在）

<https://www.youtube.com/watch?v=7wA-mG2elxc>



▲ 【ダ・ヴィンチWeb】
クリップストアのインタビューを掲載。記事には上記YouTube動画を埋め込み、誘導。
<https://ddnavi.com/interview/931202/a/>



▲ 【TikTok】
クリップストア公式アカウントでYouTubeに誘導する動画&ダンス動画を配信。それぞれ600いいね、1254いいねを獲得。（3/8現在）

https://www.tiktok.com/@clipstore.jp/video/7063374837783219458?is_copy_url=1&is_from_webapp=v1

WOWOWプラス 様 「シネフィルWOWOW」

【企画概要】

シネフィルWOWOWの特別番組「世界がふり向くアニメ術」で名作アニメが放送されることとなり、各作品の放送日にあわせて、関連記事を制作、番組視聴へ誘導する

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】 番組リリース記事1本／作品関連記事3本



特別番組リリース記事



ルパン三世関連記事



銀河鉄道999関連記事



ガンダム関連記事

博報堂DYミュージック&ピクチャーズ様 「SHIROBAKO」

【企画概要】

人気アニメ『SHIROBAKO』の劇場版公開タイミングで雑誌『ダ・ヴィンチ』で裏表紙&中面特集タイアップを制作。
同時にダ・ヴィンチWebでも『SHIROBAKO』の特集ページを作り、誌面特集の記事を転載配信。
コンテンツを有効活用し、ユーザーへのリーチを最大化させた。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

誌面特集タイアップの調整&ディレクションおよびダ・ヴィンチWebの記事配信。



裏表紙&中面特集タイアップを制作



ダ・ヴィンチWebで特集展開

MAGES様 「ダンジョンに出会いを求めるのは間違っているだろうか インフィニット・コンバーテ」

【企画概要】

人気アニメ『ダンジョンに出会いを求めるのは間違っているだろうか』のゲームのプロモーションを目的とした特集記事を制作。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

特集ページの制作。アニメキャスト・主題歌アーティストへのインタビュー。アニメキャストのゲームのプレイ体験記事の制作。



『ダンまち インフィニット・コンバーテ』プレイ体験記&インタビュー①：松岡禎丞（ベル・クラネル役）編

『ダンジョンに出会いを求めるのは間違っているだろうか インフィニット・コンバーテ』
11月28日発売 PlayStation4/PlayStation5...

2019.11.16

[続きを読む](#)



ついに掲げた「We」。歌でつながる円環は、豊かに広がっていく——井口裕香インタビュー

『ダンジョンに出会いを求めるのは間違っているだろうか』 毎週金曜24時30分より、
TOKYO MXほかにて放送中 (C) 大森羅ノ・SBクリエイティブ/ダ...

2019.7.19

[続きを読む](#)



松岡：ええ。だからこそあのスキル（【憧憬一途】リアリス・フレーゼ）が発現したのかって思うんですけど、その名に恥じない一途さですね。裏を返せば、もんのすごい純粋なんです。だから、悪い役をしていても、ベルは対応が基本変わらないんですよ。ドギマギするところはあるんですけど、でも、やっぱり最終的に、ベルが求めるのはアイズさんなんだなということがわかって——TVアニメの2期は、ヘスティアがちょっとかわいそうでしたからね（笑）。「えっ？ 断りますけど」とか——あのリリですら、神様のことをかわいそうに思っていましたから（笑）。



アニメの主要キャストのインタビュー並びに、キャストに実際にゲームをプレイしてもらった体験記事を同時配信することで、原作ファンへゲームの訴求を確実におこなった。

U-NEXT 様 「次にくるマンガ大賞」 特別協賛

【企画概要】

ダ・ヴィンチとニコニコで共催するユーザー参加型のマンガ賞「次にくるマンガ大賞」。2014年の創設から毎年賞の規模を拡大し、今ではテレビをはじめ各メディアが注目するマンガ賞に！

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

2018年に、電子書籍に力を入れ始めていたU-NEXTに賞の「特別協賛」を提案。2021年まで3年連続で特別協賛を実現。賞のホームページのバナーをはじめ、サービス名を冠した特別賞の提供などを行い、Win-Winの関係性を築いた。



サービス名を冠した特別賞
U-NEXT賞

次にくるマンガ大賞 発表会
ニコニコ生放送・X(旧 Twitter)ライブ放送で
100万人超が視聴。

ワコム様「ペンタブレット」

【企画概要】

ペンタブレットの認知拡大を目的に、SNSで人気の漫画家・吉谷光平さんのインタビュー記事を制作。マンガを描くのに愛用しているペンタブレットのお話や、デジタルでのマンガ制作におけるメリットについて語ってもらった。

【ダ・ヴィンチWebで実施したこと】

インタビュー記事1本 / SNSで人気の漫画家のブックング

マンガやイラストを描きたい人必見！「バズる」だけでは意味がない？ Twitterで話題のマンガ『今どきの若いモンは』著者が考える効果的なSNS活用術 [PR]

マンガ 公開日：2018/9/28



一昔前まで、マンガ家の専業門とまではいかなかったが、Twitterで、出版社の目に留まり連載化したケースは数多く、近年は生まれている。

吉谷光平さん (@yukikouhei) もSNSで人気を集めている上、サイコロで選んでいるお笑いマンガ『今どきの若いモンは』が25万「リツイート」を達成したほど大きな反響を呼んでいる。



Wacom Cintiqの詳細はこちら

■曾田正人先生のアシスタントでデジタル作画をマスター

——普段はどんな作画環境でマンガを描いていますか？

吉谷：液晶ペンタブレットを使っていますね。ワコムの「Cintiq 13HD」というモデルを5年前くらいから利用しています。

——もともとデジタル環境で描いていたのでしょうか？

吉谷：いえ、最初はアナログでした。デビューする前、アシスタントとして入った曾田正人先生（『め組の大吾』『鉄』など）の仕事場がデジタル環境だったんです。ちょうど『テンアリス』の立ち上げ期間で、フルデジタルに移行しようとしていて……。それまで全くデジタルを使ったことがなかったので戸惑いでしたが、「一緒に頑張ろう！」と詳しいスタッフの方に教えてもらいつつ、イチから覚えていきました。



——作画環境をアナログからデジタルに変えたことで、便利になったと実感しますか？

吉谷：めちゃくちゃ実感します。やっぱり画したい線を出すのが簡単ですし、紙が滑りずみずみで汚れないのも嬉しいですね。気になったところは簡単に書き直せるし、コピーペーストやトーン貼りが楽になりました。



——ペンタブレットを使うときのコツは？

吉谷さんの仕事場で実際にペンタブレットを使用してもらい撮影。

株式会社KADOKAWA

グループ広告事業局



: dc-insidesales@ml.kadokawa.jp



: 050-1744-4209

〒102-8077

東京都千代田区五番町 3 - 1 五番町グランドビル 2F

広告諸規定

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

