

# 日経TRENDY MEDIA DATA 2021

2021年 4月-9月版

創刊 1987年11月号  
発売 月刊（毎月4日発売、年間12冊）  
部数 82,619部（2019年1～12月 ABC部数）  
発売 全国書店、コンビニエンスストア、駅売店、オンライン書店  
売価 650円～750円  
体裁 A4変型・中綴じ

2021 ヒット予測 100 + 2020 ヒット商品 30

個人生活を刺激する流行情報誌 **日経TRENDY**

**TRENDY 12**

DECEMBER 2020 PRICE 750円

「奇跡の歩み」  
與那城 奨  
川尻 蓮  
豆原 一成  
インタビュー

コロナ禍で変わった  
消費トレンドをすべて解説!

2020 **ベスト商品 30**

2021 **予ヒツト 100**

アフターコロナの日本はこうなる！多視点スポーツ観戦、無人駅グランピング、コオロギフード…

300社のヒットを公開  
激動の時代に  
売れたのはこれ！  
マーケター・オブ・  
ザ・イヤー2020発表!

興味の刃、あつ森、FIFA、檸檬堂…前代未聞の時代をリードした商品はこれだ！

# 消費者視点で消費の最前線を切り取る

&

個々の事象を俯瞰して捉え、裏側にある消費者ニーズや世相を分析。

機能性価値だけでなく、市場（ユーザー）価値も加味して発信する事で

影響力のある読者に役立つ情報を提供する

Twitter  
491,019

フォロワー数（2021年2月現在）



d Magazine  
116,458人

dマガジンでの平均UU者数（2021年2月現在）



Facebook  
180,969

公式アカウントフォロワー数（2021年2月現在）



Television  
2.4%

協力番組「必見！ヒット商品研究所」視聴率（2019年）



Podcast  
95,000人

週刊日経トレンドアプリDL数（2021年1月現在）

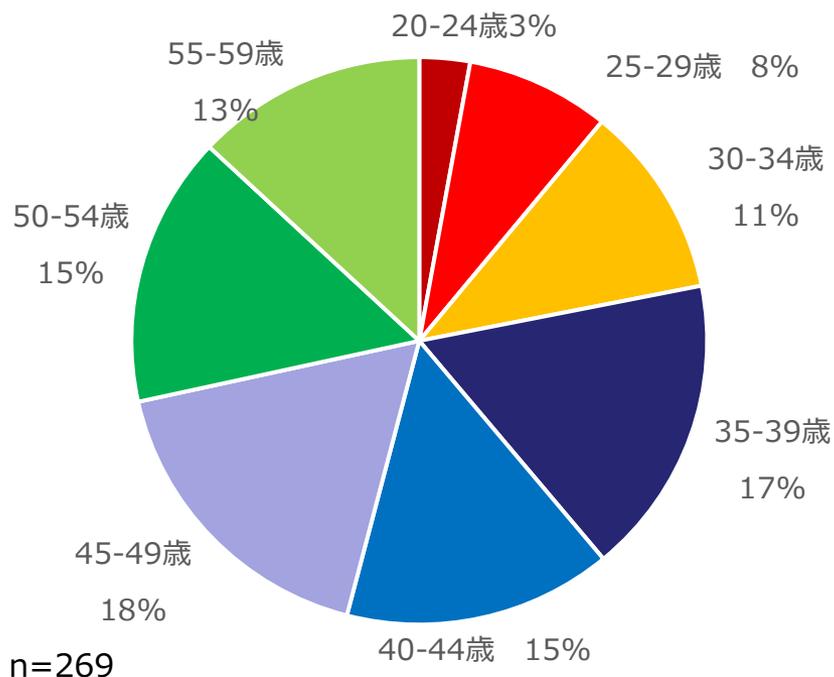


Real Event  
17,200人

日経クロストrend EXPO2019年来場者数



平均年齢 45歳



M1/F1層 22%

(34歳以下)

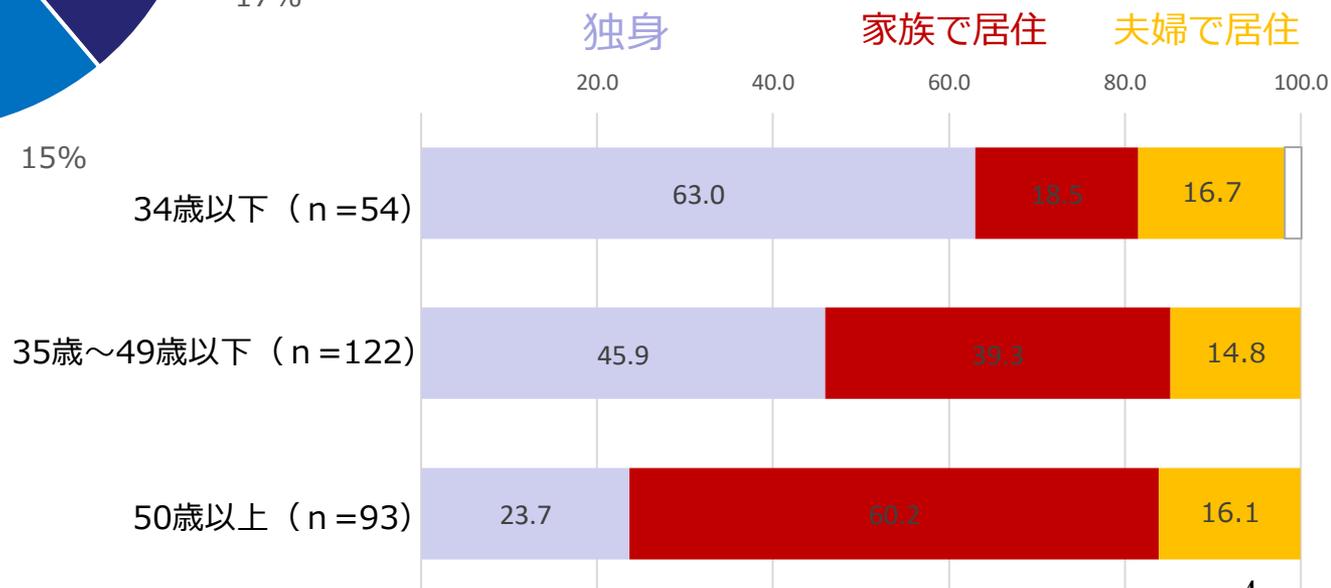
→M1/F1層の63%が独身

M2/F2層 40%

(35歳~49歳以下)

M3/F3層 28%

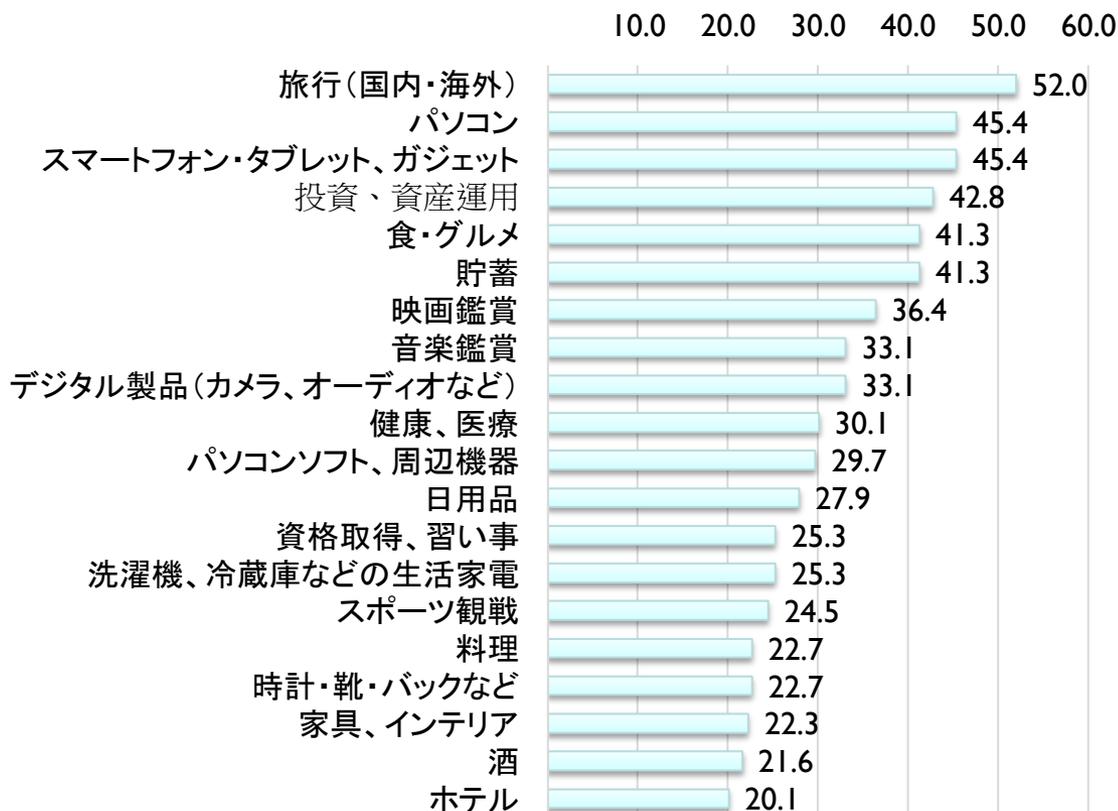
(50歳以上)



●ここ1年で購入したいものの10  
(複数回答、n=269)

- 1.最新スマートフォン 33.8%
- 2.ドライブレコーダー 26.8%
- 3.ノートパソコン 23.0%
- 4.クルマ 21.6%
- 5.ワイヤレスイヤフォン 20.1%
- 6.スマートウォッチ 17.5%
- 7.スマホ決済サービス 14.1%
- 8.スマートスピーカー 13.4%
- 9.住宅 12.6%
- 10.グランピング 11.2%

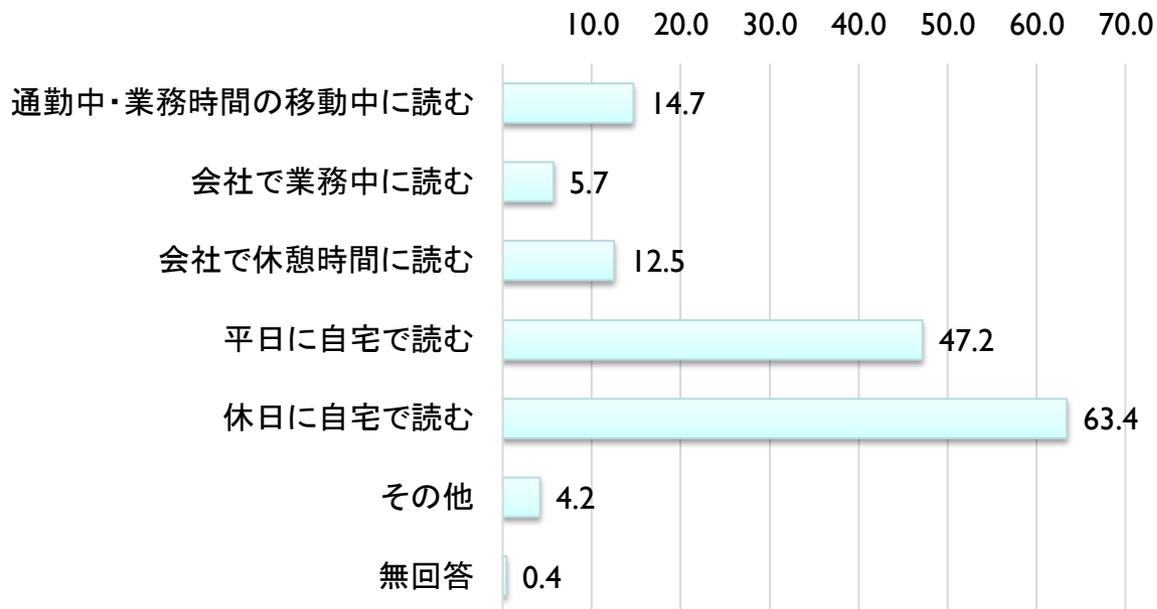
●興味を持っている分野 (複数回答、n=269)



●購読頻度

定期購読	17.5%
毎号購読	29.4%
2~3カ月毎	28.3%
4~6カ月毎	13.4%
1年に1号	5.1%

●購読場所



## 日経トレンドィ×日経TRENDY特設サイト

日経トレンドィに掲載したコンテンツを、情報感度が高いビジネスパーソンにも展開。  
ムーブメント醸造ならびに話題喚起を図る、雑誌+デジタルパッケージです。

媒体 日経トレンドィ  
日経TRENDY特設サイト  
(日経クロストレンド内)

時期 2021年4月発売号以降～  
スペース カラー2ページ以上  
制作 外部契約制作会社  
申込 発売日の1.5カ月前

### ◆企画内容

- ・日経トレンドィ  
カラー2ページタイアップ掲載
- ・日経トレンドィ特設サイト(クロストレンド内)  
Specialタイアップ4週間掲載(雑誌流用)
- ・タイアップコンテンツ取材・制作  
カラー2ページ
- ・タイアップサイト誘導枠制作  
日経クロストレンド Special基本誘導枠



**【実施料金】**  
 カラー2ページタイアップ 500万円 内訳：掲載費400万円&制作費100万円(税別)

※遠隔地への取材・撮影、スタジオ撮影、著名人出演料などは別途費用が発生します。

## 日経トレンディ×日経ビジネス電子版

高所得者層の読者を多数抱える日経ビジネス電子版に、日経トレンディ掲載のタイアップコンテンツを展開する、雑誌+デジタルのタイアップパッケージです。商品やサービスの持つ上質な価値だけでなく、その裏側にあるストーリーを取材&発信し、購買意欲を喚起します。

媒体 日経トレンディ  
日経ビジネス電子版  
時期 2020年1月発売号以降～  
スペース カラー2ページ以上  
制作 外部契約制作会社  
申込 発売日の1.5カ月前

### ◆企画内容

- ・日経トレンディ  
カラー2ページタイアップ掲載
- ・日経ビジネス電子版  
Specialタイアップ4週間掲載（雑誌流用）
- ・タイアップコンテンツ取材・制作  
カラー2ページ
- ・タイアップサイト誘導枠制作  
日経ビジネス電子版 Special基本誘導枠



### 【実施料金】

カラー2ページタイアップ 合計550万円 内訳：掲載費450万円&制作費100万円（税別）

市場を賑わす注目すべき商品・サービスを、市場背景やデータからアプローチ。  
製品力、マーケティング力、それを産みだす人の力を取材。  
日経トレンドイならではの視点で「ヒット」の要因を解説します。

媒体 日経トレンドイ  
NIKKEI STYLE (カスタマイズタイアップ)  
日経トレンドイdマガジン版\*オプション別途料金  
時期 2020年4月発売号以降~  
スペース カラー2ページ以上  
制作 外部契約制作会社  
申込 掲載1.5カ月前

(実施誌面サンプル)



本誌のみ4c2pのタイアップ料金は  
通常のタイアップと同額です

※本企画は企画標準フォーマットでの掲載となりますので予めご了承ください。

【実施料金】

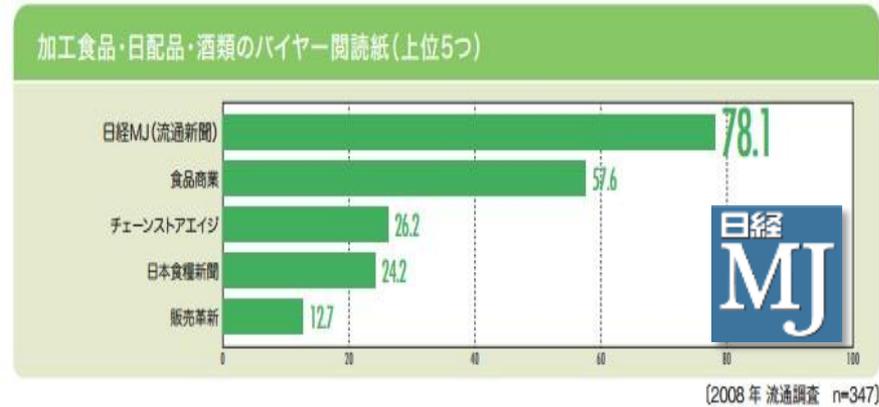
カラー2ページタイアップ 掲載費360万円&制作費60万円(税別)  
Web (NIKKEI STYLE) 連動プラン 掲載費500万円&制作費100万円(税別)  
\*オプションメニュー: 日経トレンドイdマガジン版転載 掲載費150万円

※遠隔地への取材・撮影、スタジオ撮影、著名人出演料などは別途費用が発生します。9

## 日経MJ連動パッケージ

日経トレンドに掲載された編集タイアップを活用した日経MJ連動企画です。  
流通バイヤーを主要読者に持つ日経MJに掲載し、販促現場を支援します。

〈掲載イメージ〉



### Point 流通対策に効果抜群

流通バイヤーが情報源として活用する「日経トレンド」と「日経MJ」両媒体に展開する事で、ワンストップによる効果的な露出が期待できます。

- 媒体 日経トレンド  
日経MJ 全国版朝刊(25万部)
- 掲載日 日経トレンド発売日後の月・水・金  
※掲載日は、申し込み後に調整となります。
- 内容 日経トレンドに掲載されたタイアップ(2ページ分)誌面を全10段に再編集してコンテンツを制作します。
- 体裁 モノクロ全15段  
※下部5段は、日経トレンド発売告知広告となります。

※体裁は弊社規定の統一デザインです。タイアップからのリライト・デザイン費用が含まれます。  
※カラーを希望の場合は別途費用にてお受けできます。

【実施料金】 個別お見積り

## Special Menu スマホ連動 (dマガジン) タイアップ

dマガジンで読める「日経トレンディ」内への掲載メニューです。  
平均UU数10万超/月を誇るdマガジンへの掲載で、より多くのスマホユーザーにリーチ。  
掲載ページからリンクを貼る事も可能なので、貴社HPへ誘引も可能です。



### <日経トレンディdマガジン>

媒体 日経トレンディdマガジン版  
掲載 毎月25日~2カ月  
想定表示回数 約5万  
レポート PV数 (当該ページ)

【実施料金】※dマガジン単独掲載の費用です。  
カラー1ページ純広告 掲載費95万円 (税別)  
カラー2ページタイアップ 掲載費185万円&制作費60万円 (税別)  
※上記はリンクを1箇所設定した場合の料金です。

1号1社限定

# 特別タイアップ「ロングセラーヒット 次世代への挑戦」








**日経トレンドイ本誌**  
**6ページタイアップ** +

**日経TRENDY特設サイト**  
**dマガジン版**  
**6ページタイアップ**  
**(リンク可)** +

**Specialタイアップ** +

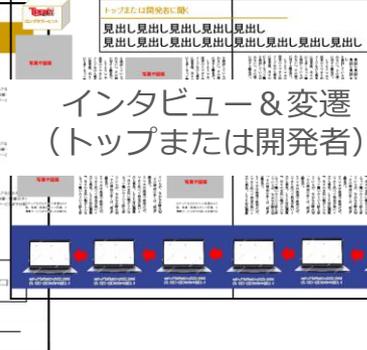
**1か月掲載**  
**(日経クロストレンド内)** +

**抜き刷り小冊子**  
**8ページ**  
**表1、表4新規制作**  
**1,000部**

永く愛されヒットする貴社ロングセラー商品を、最新製品に  
 焦点を当てつつ、これまでの開発経緯や背景などを交えて  
 発信する大型タイアップ企画です。  
 読み応えのある構成で、製品理解を深め購買促進に繋がります。

時期 毎号随時掲載 (dマガジンは当該月25日～)  
 スペース 見開ページ起こし、カラー6ページ  
 申込 発売日の約2カ月前

**【実施料金】**  
**1,250万円 (定価約2,200万円相当)**  
 \* 制作費込みの税別金額です。  
 \* 遠隔地への取材や撮影などは別途実費がかかります。  
 \* 基本デザインは本企画統一となります。




**製品ラインアップ一覧**  
**インタビュー&変遷**  
**(トップまたは開発者)**  
**トピックス**  
**(最新機種解説など)**  
**Factの提示**  
**(売れ行きなど)**

Contents  
 コンテンツ①  
 コンテンツ②  
 コンテンツ③

協力:株式会社

# 日経トレンディ連動番組

【必見！ヒット商品研究所～2021ヒット商品&ロングセラーのヒミツ！（仮）～】



日経トレンディとテレビ東京の番組が強力なタッグを結びコラボレーション。テレビ東京系列の全国6局ネットワークで特別番組を放映。「ヒット商品」という統一テーマのもと、「最新ヒット商品」「ロングセラーヒット」など、様々な視点から、いま注目の商品を番組コンテンツとして取り上げます。

## Point

雑誌とテレビの  
クロスメディア展開



## 〈放映イメージ〉



テレビの持つリーチ力に加え、「日経トレンディ」が監修することで、取り上げられる商品の先取り感、流行り感を演出し視聴者の興味・購買意欲をかき立てます。

### ○番組概要（予定）

日時：2021年12月初中旬の土曜日

時間：16:00-17:15 75分枠(2020年実績)

放映：テレビ東京系列全国6局ネット

制作：テレビせとうち

出演：水道橋博士、倉田真由美、日経BP総研上席研究員他

※2020年放送時の出演者になります。

内容：①2021年ヒット商品ランキング&2022年ヒット予測

②ロングセラー商品/新しく生まれた新潮流(サービス)など