

CREA_{WEB}

&



2025年猫の日特番タイアップ企画のご提案

2024.12

株式会社 文藝春秋
メディア事業局CREA広告担当チーム

2025年2月22日「猫の日」 『CREA WEB』と『BSテレ東』との コラボによるご出稿パッケージ！



**“ネコ愛”あふれるCREA編集部が、2025年の猫の日、
さらにパワーアップした猫特集を実施します！
毎年大人気の、CREA WEBの猫愛に満ちた人気企画「かわいいニャングランプリ」。
2025年は「BSテレ東」とのコラボレーションが実現しました。**

**猫と猫好きな視聴者に寄り添う放送局を目指すBSテレ東は、
毎年2月22日の猫の日限定で「BSキャット東」に改名し、猫まみれの特別編成を行っており、
2025年で8年目となります。
応募期間～選考を経てCREA WEBで受賞作品が発表される2月22日同日に、
応募作品の中から各部門のグランプリ作品を中心に、番組にて紹介します。**

**猫に興味関心のある層へはもちろん、クロスメディア効果を高めた本企画では
より幅広い層へのリーチを可能とする、特別ご出稿プランをご提案します。**

CREA 「かわいいニャンGP」 について

猫特集の
パイオニア

CREA



美容、旅、美味しいもの、本や音楽・・・アクティブで好奇心旺盛な女性たちのための情報がたっぷり詰まったワンテームマガジン『CREA』は、30～40代の女性を中心に支持され、1989年の創刊から2024年11月で35周年を迎えました。

実は女性誌として初めて「ネコ特集」を組んだのが『CREA』。以来、15年にわたって毎年の定番特集となり、「猫」は現在も『CREA』が得意とする大人気コンテンツです。

その雑誌『CREA』の世界観を踏襲したブランドサイト『CREA WEB』で超人気の読者による写真投稿型企画「かわいいニャングランプリ」では、国内の愛猫家から多数の応募を受け、“ネコ愛”あふれるCREA編集部が応募作品を厳選審査。グランプリのみならず、猫らしさ満載の部門賞の数々には、誰しも思わず見れば顔がほころぶ可愛らしさで、人気を博しています。

今回CREA WEBとのコラボレーション企画であるBSテレ東猫の日特番「今夜決定！かわいいニャングランプリ～BSテレ東×CREAコラボ～(仮)」では、応募作品の中から各部門の受賞作品を中心に、投稿写真や動画を紹介いたします！



CREA ×

猫の日編成
8年目

BSテレ東

CREA WEB 媒体概要

雑誌「CREA」のコンセプトを踏襲！

他の女性誌とは一線を画す特集主義ライフスタイル・マガジン『CREA』
 専門誌に引けをとらないボリュームを誇る「美容特集」「旅特集」や人気の
 ファッションページなど、あらゆる情報の読みやすくも内容の深いハイクオリ
 ティな記事をお届けします！

各カテゴリーのスペシャリストによるコラムコンテンツが人気！

「顔が見えるコンテンツ」はCREA WEBの大きな特徴。各カテゴリーの専門
 家が教える“目から鱗”の生活知識が満載！わかりやすい言葉と記事内容の
 深さはアクティブ女子の心を掴んで放しません。

Page View (月間)

約 12,350,000 PV/月
 (2024年7月実績)

【デバイス比率】 Mobile 88% : Desktop & Tablet 12%

Unique User (月間)

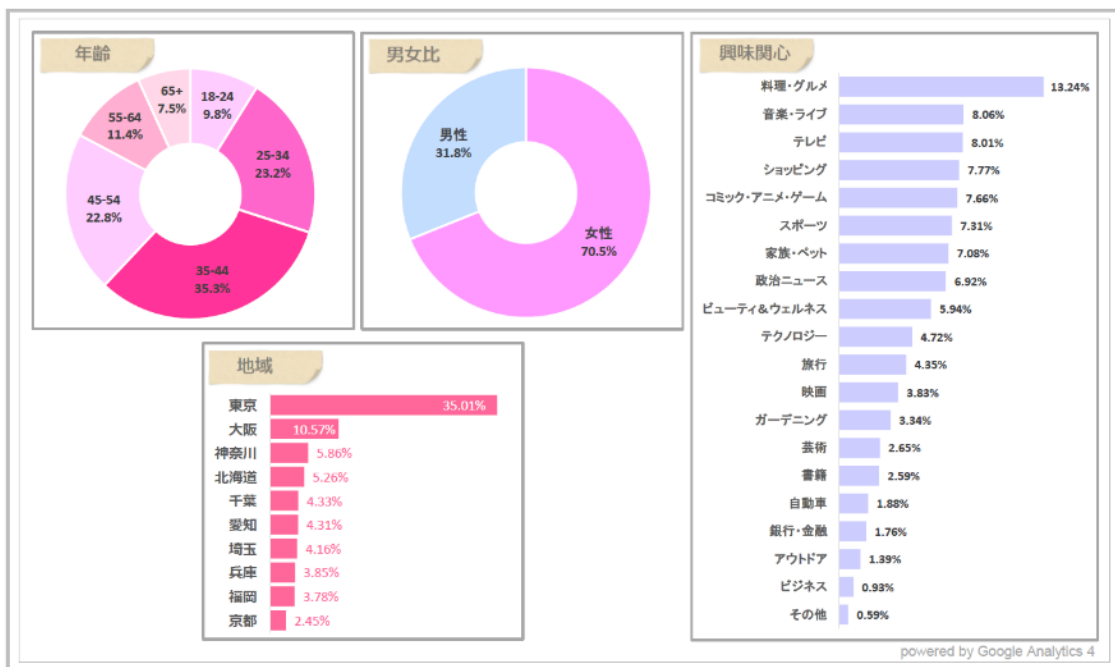
約 2,427,000 UU/月
 (2024年7月実績)

SNS (2024年9月現在)

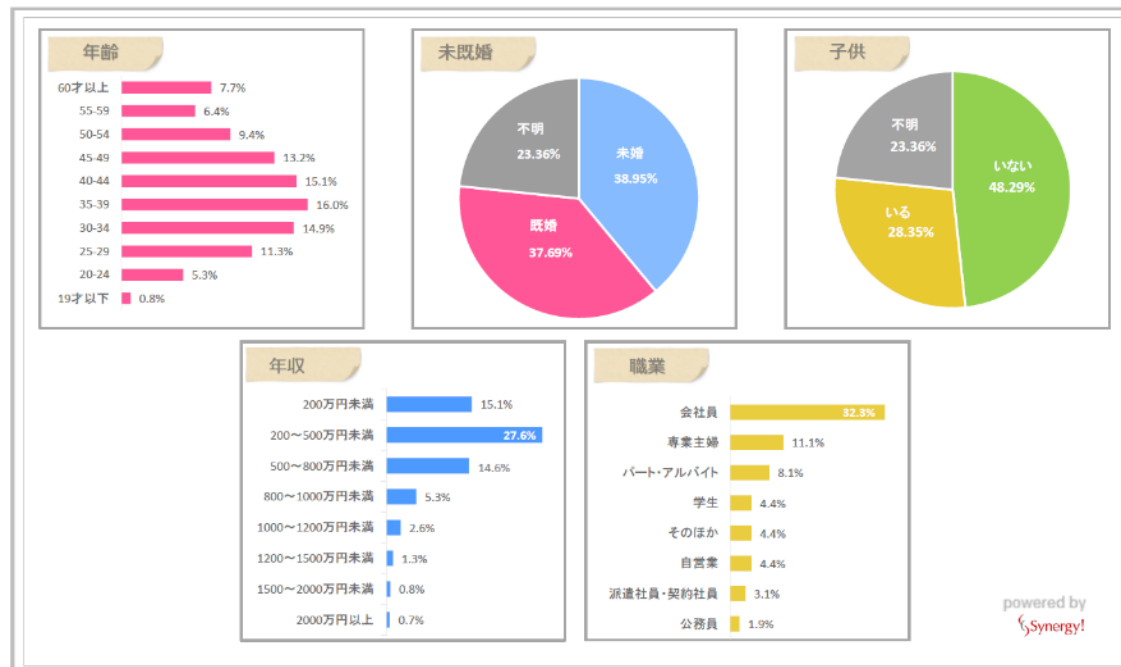
Facebook : CREA 4.4万人
 Instagram : crea_magazine 4.4万人
 X (旧Twitter) : @crea_web 8.3万人
 LINE アカウントメディア : CREA 80万人



<ユーザープロフィール①_GoogleAnalytics>



<ユーザープロフィール② WEB MEMBER>

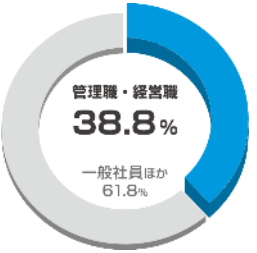
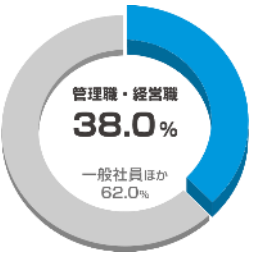
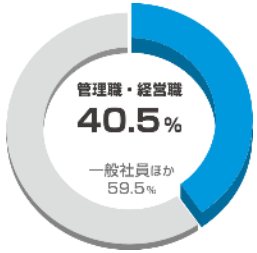


BSテレ東 媒体概要

BSテレ東は日本経済新聞社グループ・テレビ東京ホールディングスの1社として、テレビ東京グループが得意とする経済報道番組を軸に、性年代問わず視聴者の「絶対見たい」に応える「セグメント・マスメディア」戦略を掲げる放送局として、独自コンテンツの開発と放送展開を得意としております。

日経との経済番組は、視聴者の約4割が管理職以上のビジネスパーソンです

平均保有資産額3,000万円以上の視聴者がいる番組を、多く放送しています



平均保有資産総額 (万円)	平均世帯年収 (万円)
1419.6	664.7
BS視聴者全体	
3,777.8	1,010.5
NIKKI日経ワイド	
3,600.5	1,039.7
クローズの国	
3,392.9	1,003.5
日経ワイド、見参!	
3,357.0	996.1
おんがく交差点	
3,349.1	883.6
マネーの学び	
3,332.3	1,011.4
日経天下!たい甲	

調査企画：株式会社BSテレビ東京 調査実施機関：クロスマーケティング

セグメント・マスメディア

視聴者像の一丁目一番地に「年齢層」を考えず、特定のジャンルやテーマに興味・関心を強く持つ視聴者をターゲットとするゾーンを設定しています。→深く届ける番組を編成し、視聴率では測れない積極視聴者を拡大します。

● TIME TABLE ~戦略ゾーン~ ※2024年7月1日時点の編成内容です。

	月	火	水	木	金
21	NIKKEI NEWS NEXT				となりのスゴイ家
22	マネーのまなび	ガイアの夜明け	いまからサイエンス	あの本、読みました?	NIKKEI NEWS NEXT

● 特別編成 ~〇〇の日~

各種「〇〇の日」にまつわる特番を編成。テーマ別に訴求できるため番組とCMとの相乗効果は高く、視聴者プレゼント企画や、X運動企画、長尺CMプランもご好評です。

8月31日 放送

「野菜の日」

2月22日 放送

「猫の日」

CREAWEBとの「猫」コラボにより、双方のターゲット層への訴求が可能な企画です

● 専念視聴傾向が強い (%) n=1,455 (民放BSよく見る層)

	じっくり見ることが多い	どちらかといえばじっくり見ることが多い	どちらかといえば何か他の事をしながら見ることが多い	何か他の事をしながら見ることが多い	見ていない	専念計 (%)	ながら計 (%)
民放BSに対する意識	19.4	41.6	31.9	6.7	0.4	61.0	38.6
地上波放送に対する意識	10.6	34.0	46.7	8.7	-	44.6	55.4

● ザッピングが少ない (%) n=1,455 (民放BSよく見る層)

	ほとんどチャンネルを変えない	CM中にチャンネルを替えることが多い	番組中にチャンネルを替えることが多い	CM中も番組中もチャンネルを替えることが多い	見ていない	ほとんどチャンネルを変えない計 (%)	チャンネルを変える計 (%)
民放BSに対する意識	57.2	28.7	7.8	5.9	0.4	85.9	13.7
地上波放送に対する意識	35.6	43.5	11.9	9.0	-	79.1	20.9

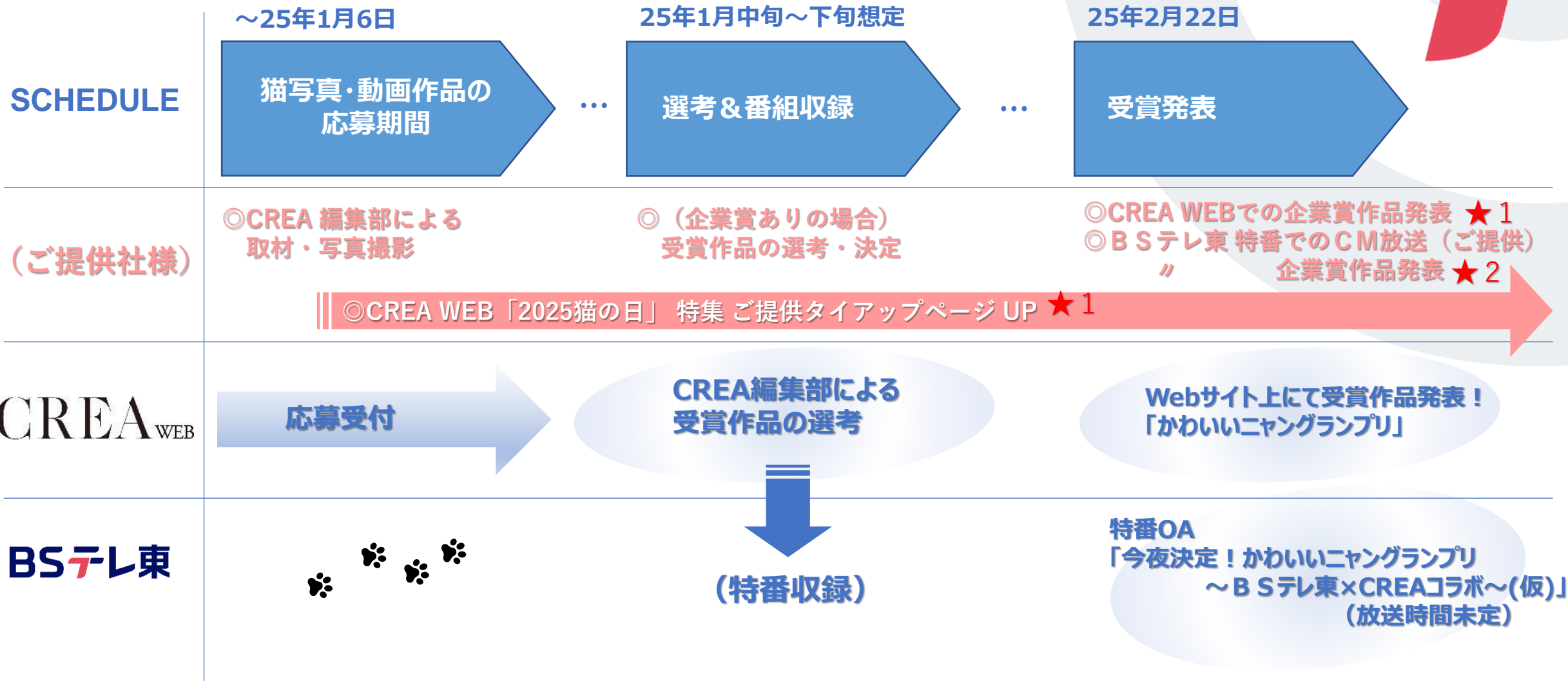
● CMをきっかけに行動を起こす割合が高い

	「民放BSよく見る層」が「テレビCM」をみて行った行動	「地上波民放よく見る層」が「テレビCM」をみて行った行動	「インターネット利用者」が「ネット動画広告」をみて行った行動	「ラジオ聴取者」が「ラジオCM」を聴いて行った行動	「新聞購読者」が「新聞広告」をみて行った行動
(スマートフォン・携帯電話で) 商品やサービスについてインターネットで調べた	32.0%	29.6%	18.9%	10.3%	15.1%
商品やサービスを実際に購入(利用)した	24.6%	20.0%	6.5%	4.4%	9.8%
商品やサービスについて家族や友人と話題にした	23.3%	21.2%	6.2%	6.3%	10.0%
商品やサービスを実店舗に見に行った	22.0%	17.4%	—	3.8%	—
(パソコン・タブレット端末で) 商品やサービスについてインターネットで調べた	20.5%	14.2%	7.9%	6.0%	9.8%

企画概要 ～特別番組 & CREA WEB展開～



読者応募期間中から受賞発表にかけて、WebとBS放送を組み合わせたプロモーション展開です。



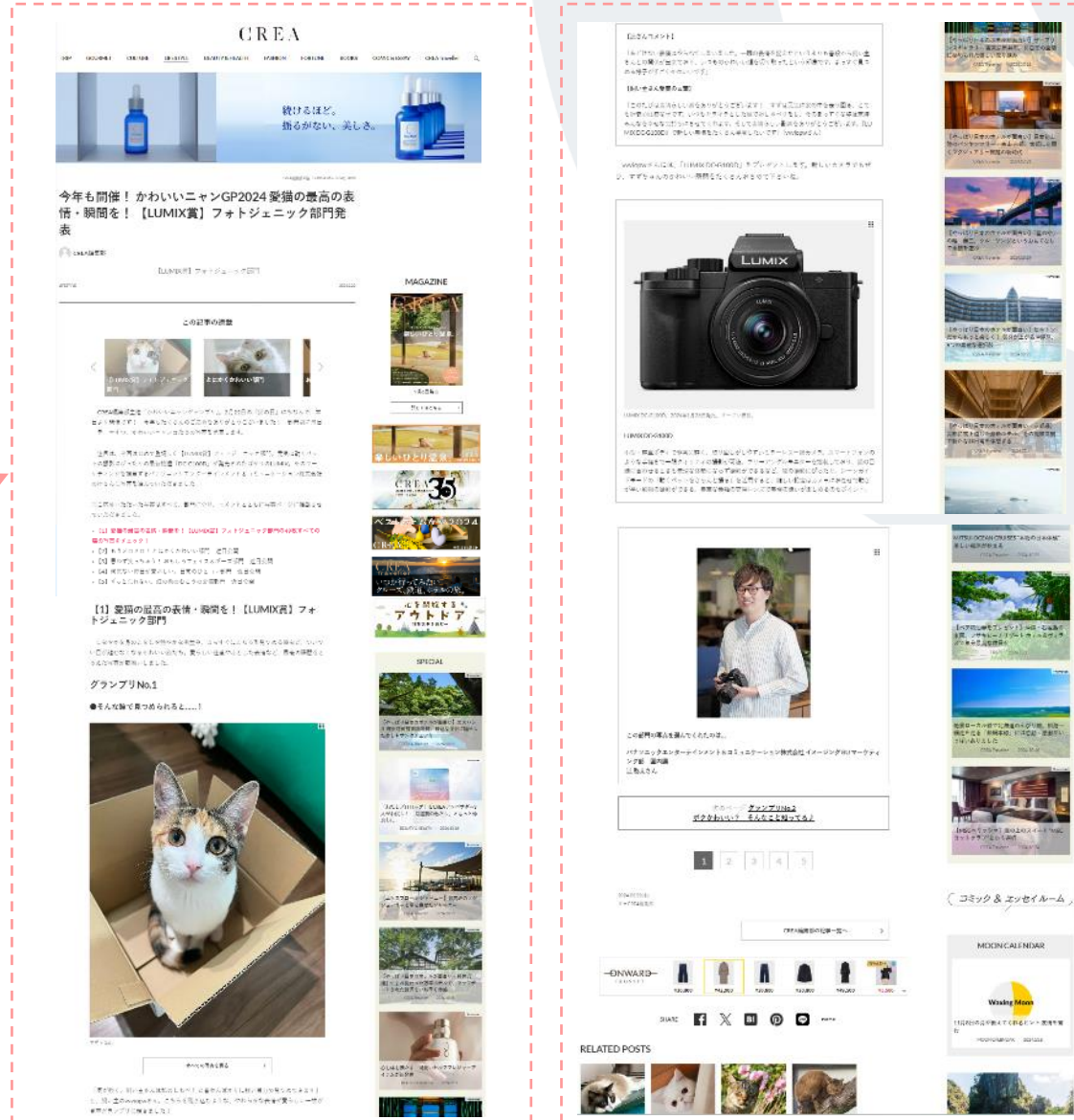
企画概要 ~ご提供メニューのイメージ 1/2~

★1 CREA WEB ご提供タイアップページ -過去の実施例-

- ・「OO賞」のように、貴社名またはサービス名を設定します。
- ・タイアップページ(右図)では、商材や選定に関わったご担当者紹介などが可能です。CREA WEB内「かわいいニャングランプリ」特設ページTOP(下図)から遷移します。



~タイアップページ~



企画概要 ～ご提供メニューのイメージ 2/2～

★2 BSテレ東 特番での企業賞作品発表

- ・CREA WEBタイアップページと連動した「〇〇賞」の受賞作品を、番組本編内で発表。作品選考や発表に関わる箇所、賞タイトルのコールやテロップ表示が適宜入ります。
(賞紹介時等の詳細は、別途ご相談とさせていただきます)




特番「今夜決定！かわいいニャングランプリ
～BSテレ東×CREAコラボ～(仮)」収録概要 (案)

【出演者】
MC (未定)、ゲストタレント (未定)、CREA編集部

【番組イメージ】
愛猫をテレビデビューさせたい飼い主さんからの動画を集めます。老若男女と一緒に番組を作り、楽しめる番組です。視聴者には自宅の猫を可愛がる感覚で、ゆったりゆったり応募動画・写真を中心に映像を楽しんでいただけます。




【ロケ場所】
都内ネコカフェ (変更の可能性あり)

番組構成イメージ

OP～	<ul style="list-style-type: none"> ・出演者板付きで登場 ・猫好きゲストやMCが、愛猫を写真やVTRで紹介しながらトーク ・CREA編集部より、本特番でコラボする「かわいいニャングランプリ」の趣旨説明
■VTR	<p>【寝顔&寝落ち部門】【甘えん坊部門】【ブサカワ部門】【ネコハラ部門】【もふもふ部門】【びっくり顔部門】など、部門ごとにVTR紹介。 VTR中はタレントさんのリアクションをいただきます。</p> <p>* 上記各部門と並列で企業部門賞を設定。はじめに賞を紹介する際に、タイトルに含まれる企業名または商品・サービス名についての紹介～賞に込める企業ご担当者の思い、受賞作品を選んだ理由などを紹介いたします。</p> <p><参考例：オールVTR></p> <div style="display: flex; align-items: center; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>企業賞ご担当者の紹介</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>受賞作品の発表！ご担当者による 選定ポイントのコメントなど</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>ご希望の場合に、タイトル商品の 受賞者プレゼントも可能です</p> </div> </div>
VTR後	VTRの各部門についてトーク展開 (愛猫にまつわるエピソードなどを交えて)
グランプリ発表	<p>VTRで紹介した猫の中から、準グランプリ、最優秀グランプリの発表へ (ゲストの予想などあって) 該当VTRをリプレイ →「準グランプリは@@県の@@@ちゃんです！」 ～リアクション</p> <p>最優秀グランプリも同様の流れで発表。 ～感想などあって、エンディングへ</p>

特別ご協賛のご案内

ご提供メニュー一覧

-  CREA WEB「2025猫の日」特集タイアップ(掲載費、制作費含む)
-  B Sテレ東 特番
「今夜決定！かわいいニャングランプリ～ B Sテレ東×CREAコラボ～(仮)」60秒提供
-  貴社名またはサービス名入り部門賞の設定
→CREA WEB、BS放送ともに発表紹介いたします。

【ご協賛料 500万円】(グロス・税別)

- * CREA WEBタイアップページ用制作内容は、簡易な取材および写真撮影となります。
出演料や著作権、ロケ費等の発生するページ制作をご希望の場合は、別途お見積りとなります。
- * インフォマーシャルをご希望の場合は、オプションにて制作が可能です。
- * 企業賞設定を含まないご提供パターン等をご希望の場合は、カスタマイズも可能ですので
ご相談くださいませ。

CREA WEB

BS  チャッ東
2.22 猫の日 2025

お問い合わせ先

株式会社 文藝春秋

〒102-8008

東京都千代田区紀尾井町3-23

メディア事業局 CREA広告担当チーム

小泉／磯田／佐藤／日色

ad.crea-g@bunshun.co.jp