



.HYAKKEI

LIFE WITH NATURE

.HYAKKEI BRAND
GUIDE
2020 oct-dec ver.1.0



目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ



目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

VISION/MISSION

もう一步自然の中へ

.HYAKKEIはライフスタイルを「もう一步自然のなかへ進めるためのコミュニティメディア」です。

WEBマガジン「.HYAKKEI」では、自然の中へでかけたくなるような情報を、丁寧な取材を元に美しい写真と文章でお届けしています。

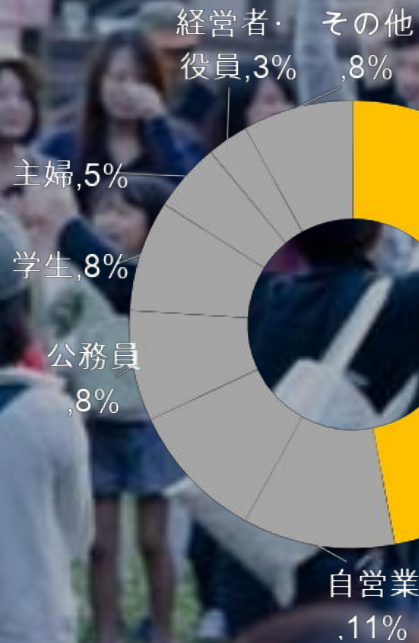
日本の国土の70%は自然です。自然は僕たちを癒し、励ましてくれます。自然と共に健やかな生活を送る人を一人でも増やすため、わたしたちは活動しています。



ユーザープロフィール

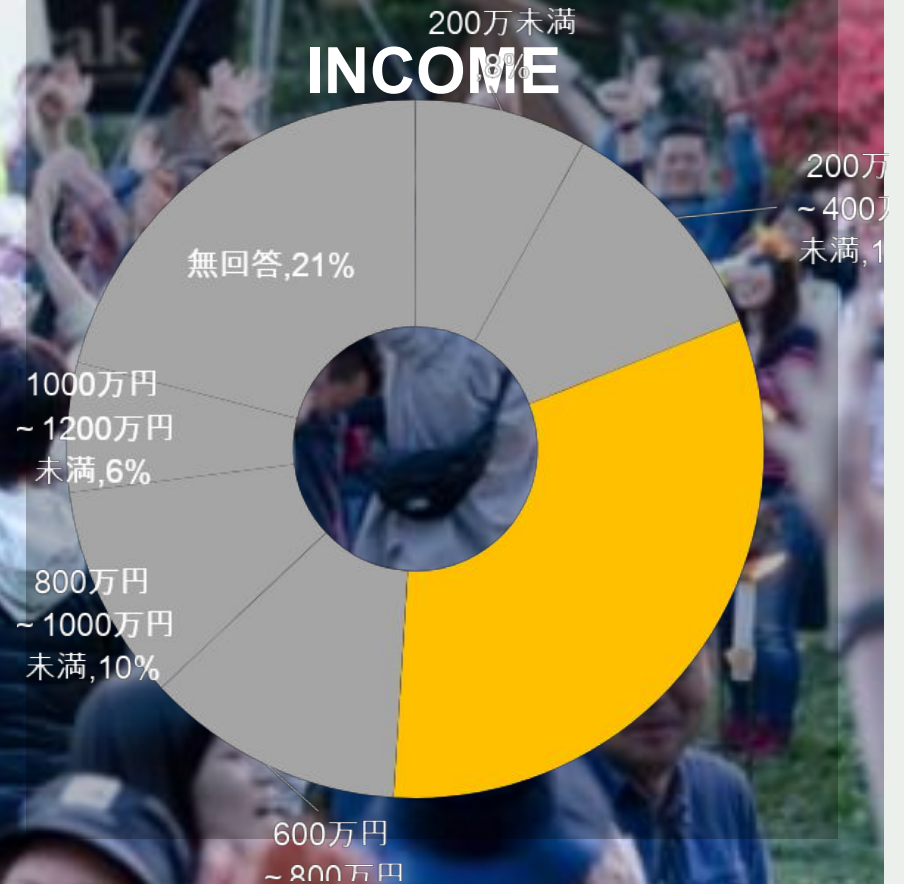
会社員のユーザーが約半数を占める
収入は400万~600万のユーザーが多い

JOB



会社員
,47%

INCOME



600万円
~ 800万円

ユーザープロフィール

男女垣根なく、
25歳～44歳までが中心のアウトドア関心層

MAU

29.1万人

GENDER

WOMAN

40%

MAN

60%

PV

30.6万人

AGE

45-54
13%

25-34
35%

35-44
39%

※出典元: .HYAKKEI Google Analytics データ

ユーザープロフィール

男女垣根なく、
25歳～44歳までが中心のアウトドア関心層

facebook

8万人
(+0.5%/月)



Instagram

2.5万人
(+5%/月)



twitter

2,660人
(+0.3%/月)



Tiktok

3,200人
(+30%/月)





目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

3つのポリシーを遵守したコンテンツ制作

ファクトベース(1次情報)

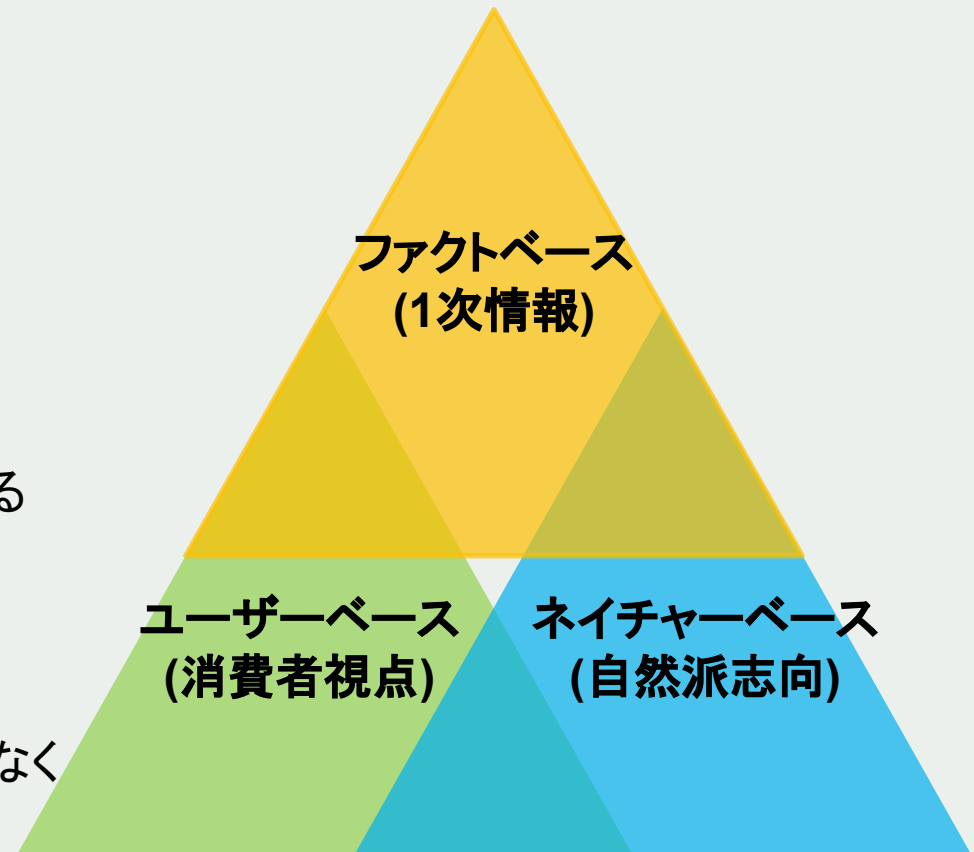
各領域の識者が実体験に基づく
コンテンツを制作する

ユーザーベース(消費者視点)

メディアが発信したい情報ではなく
消費者が必要としている情報を届ける

ネイチャーベース(自然派志向)

大量生産・大量消費を助長するではなく
自然回帰的な価値観を持つ



3つのポリシーを遵守したコンテンツ制作



1.リサーチ

実際に会って取材した、深度のあるリサーチができる

.HYAKKEI
LIFE WITH NATURE



カテゴリ: ハウツー・まとめ

メガネハイカーの救世主?! 山サングラスに悩むひとは、Zoffの調光レンズが最適解かもしれない【PR】

山では年間通じて必要なサングラス。一体どんなサングラスが最適なのか、生粋のメガネハイカーたちに聞いてきました!

.HYAKKEI編集部

山での必須アイテムと言ってもいいサングラス。夏山だけでなく、春の残雪期や、冬の雪山など、1年を通じて必要な存在です。

.HYAKKEI
LIFE WITH NATURE



カテゴリ: インタビュー

ひとりのために、丹精を込めてひとつの製品をつくり上げる。アトリエブルーポトルがめざす、モノづくりとは—

アウトドアに革新をもたらす可能性を広げる、ガレージブランド特集第6弾は、元かばんデザイナーの夫婦ふたりが手掛ける「アトリエブルーポトル」。彼らが掲げる「アウトドアバックパック」の真髄とは? 今回アトリエを訪れし、モノづくりのこだわりを追った。

山畑 理絵

.HYAKKEI
LIFE WITH NATURE



カテゴリ: インタビュー

“山をエンターテインメントに”。いい塩梅のゆるさがハイカーを惹きつけるガレージブランド『NRUC (ヌルク)』

アウトドアに革新と多様性を生み出すガレージブランド特集。今回は、独特のエネルギーと奥行きで多くのファンを抱える栃木県の「NRUC」。アトリエ兼ショップで取材してきました。

山畑 理絵

栃木県真岡市。そこにひっそりと佇む、平屋のちいさな建物。正面などこそ、山のついでに寄れる場所というわけでもないし

.HYAKKEI
LIFE WITH NATURE



カテゴリ: インタビュー

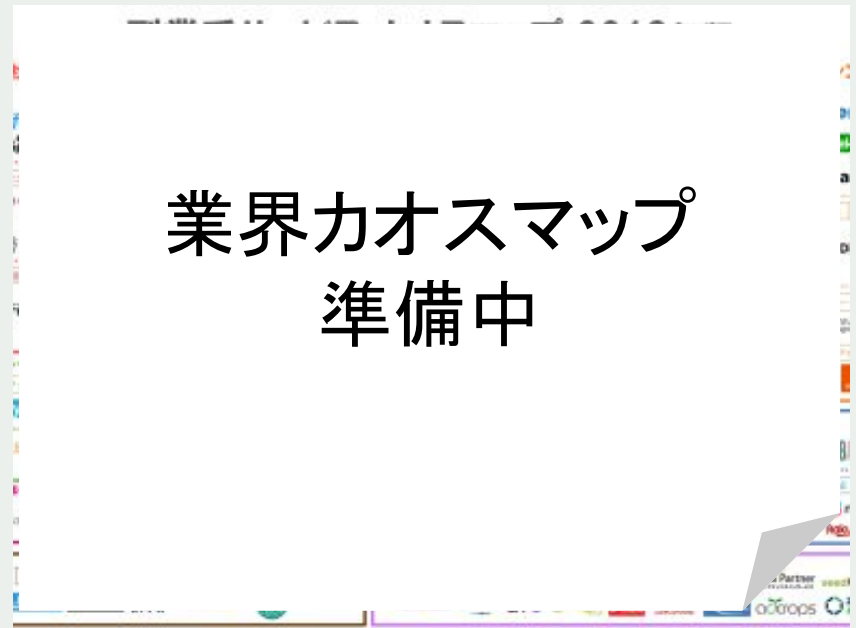
無駄のない、使い勝手のいい山道具を作る。京都発・ミニマライトのものづくりの哲学

アウトドアの楽しみ方に革新性と多様性を生み出すガレージブランド。今回は関西でものづくりだけでなく多様な活動をしている「ミニマライト」へインタビュー。

.HYAKKEI編集部 羽田裕明

ミニマライトのPLAY WALLET。

業界カオスマップ 準備中



2.企画

消費者視点で刺さるコンテンツが企画できる

山好きオーナーのいるお店

日常でも旅先でも山について語りたい！
そんな山LOVERにおくる、山好きオーナーの
いるお店を全国津々浦々ご紹介！

山好き

オーナーの

いるお店。



東海自然歩道を踏破せよ！

どんだけ時間がかかっても踏破を成し遂げる！
登山初心者の成長とともに、東海自然歩
道の全容をお届けします。



WHAT A DELICIOUS OUTDOOR

ひと手間かける豊かさを追求する、大人なアウ
トドア料理深掘り連載！



自然ビト

アウトドアを愛する人々の
豊かな価値観、考え方をお届けする
インタビュー連載！



これからは、ソロキャンプ

ビギナーからバイクパッキングまで。
その魅力とノウハウをまとめてお届け。
今年こそソロキャンプデビューしよう！



アウトドア好きのお部屋、 訪問しました

気になる収納術からライフスタイルまで！あな
たのお部屋、お邪魔します。



3.製作

フォーマット横断で質の高い製作が可能

記事



画像(縦型)



フィード投稿



短尺動画





目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

PRだけではなく上流工程のアウトソース受入も可能

①リサーチ

取材実績をもとにした調査レポートを提出します。

②BI/PC作成

新規ブランドのBI(ブランドアイデンティティ)やPC(プロダクトコンセプト)を作成します。

③マーケティング支援

戦略立案からSNS運用、HP制作・運用などブランド運営に係る業務のアウトソースを請け負います

④タイアップ広告

タイアップ記事、動画、などをMIXさせたプランです。立体的なユーザーとのコミュニケーションを実現します。

準備中

準備中

準備中

①タイアップ記事広告



PV保証なし

The screenshot shows a YAMAP article page. At the top, there's a header with 'YAMAP' and '.HYAKKEI' logos. The main title is '【実録】CIRCUS OUTDOORのグランピングを体験したら、本当にゴージャス過ぎた'. Below the title is a large image of a tent interior with people sitting around a table. The article text starts with '先日、「美しいキャンプの空が広がる！」という記事を投稿させて頂きましたが、編集部で実際に行って来たところ、想像以上に盛り盛りりのゴージャスキャンプでした。' There are also navigation buttons for 'グランピング (2)', 'キャンプ (16)', and 'CircusOutdoor (2)'. On the right side, there's a sidebar with 'HYAKKEI編集部' logo, '人気の記事' section with a list of articles, and 'おすすめの記事' section with a list of articles.

料金

350,000～円
(GROSS)

保証PV

なし

誘導枠

編集部任意の枠

掲載期間

誘導強化期間1か月

レポート

誘導強化終了後10営業日
基本レポート/閲覧態度分析

- * 記事はアーカイブ化されます(無期限)
- * 掲載期間中の記事修正は2回まで可
- * 記事素材の2次利用は別途費用ご相談
- * その他予算や目的に応じてプランをカスタマイズ可能です
- * 掲載開始日の20営業日前までにご発注ください

②タイアップ記事広告



PC保証あり

The screenshot shows a YAMAP article page. At the top, there's a header with the YAMAP logo and the title '.HYAKKEI'. Below that, the article title is '【実録】CIRCUS OUTDOORのグランピングを体験したら、本当にゴージャス過ぎた'. The main image is a large tent with people inside. Below the image, there's a sub-headline and a short paragraph. On the right side, there's a sidebar with '人気の記事' (Popular Articles) and 'おすすめの記事' (Recommended Articles). At the bottom, there's a small image of a yellow sign on a tree.

料金

2,000,000円
(GROSS)

保証PV

30,000PV

誘導枠

編集部任意の枠

掲載期間

誘導強化期間1か月

レポート

誘導強化終了後10営業日
基本レポート/閲覧態度分析

- * 記事はアーカイブ化されます(無期限)
- * 掲載期間中の記事修正は2回まで可
- * 記事素材の2次利用は別途費用ご相談
- * その他予算や目的に応じてプランをカスタマイズ可能です
- * 掲載開始日の20営業日前までにご発注ください

タイアップ記事広告～多様な記事の切り口～

取り上げる対象のプロダクトライフサイクルやKPIに合わせて多様なアプローチで記事を創り上げます



行ってきた・使ってみた系体験レポート

リアルな体験を届ける「コト」重視のメディアであるため、もっとも読者のニーズに合致した切り口。印象的な写真と自社では伝え切れない本来の魅力、ユーザー目線での魅力を編集部が切り取ります。



開発者へのインタビュー等深掘り型記事

モノの消費からコトの消費へなっている時代において、商品などの“ストーリー”を深掘りできるインタビュー記事が好まれている傾向があります。.HYAKKEIの視点でのインタビューにより、自然な形で商品などの魅力を届けます。



魅力をアウトドア目線で切り取った特徴記事

商品の魅力を、.HYAKKEIのアウトドア・自然指向目線で切り取り、記事としてまとめ上げます。読者にとって実利がどうあるかをベースに構築することで、短期的なアクションに繋げることが可能です。

タイアップ記事広告～高い読了率と遷移率～

熱狂的なファンとアウトドア好きの心を揺さぶる記事により、
一般的なウェブメディアの3倍以上の遷移率を実現

読了率

50～60%

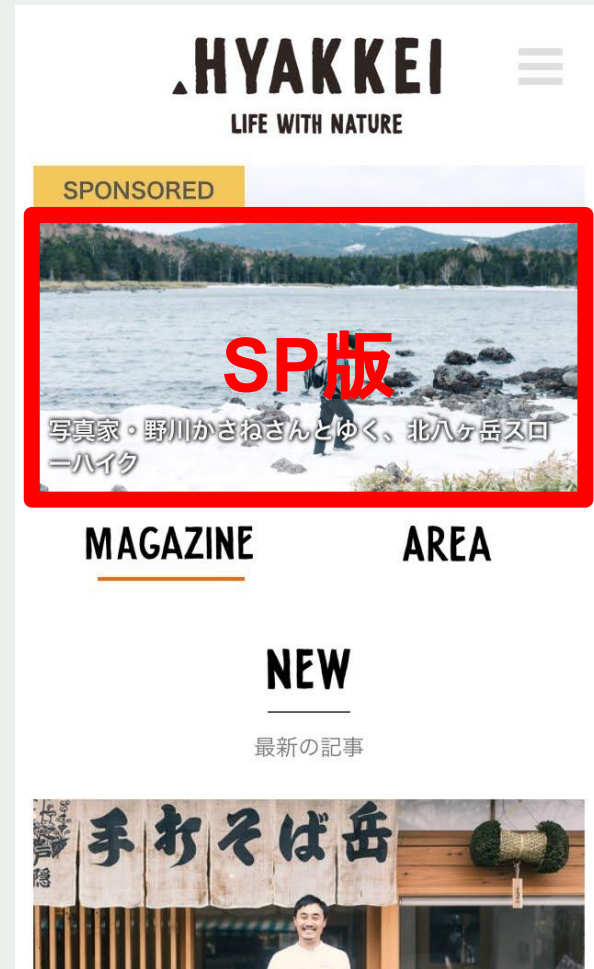
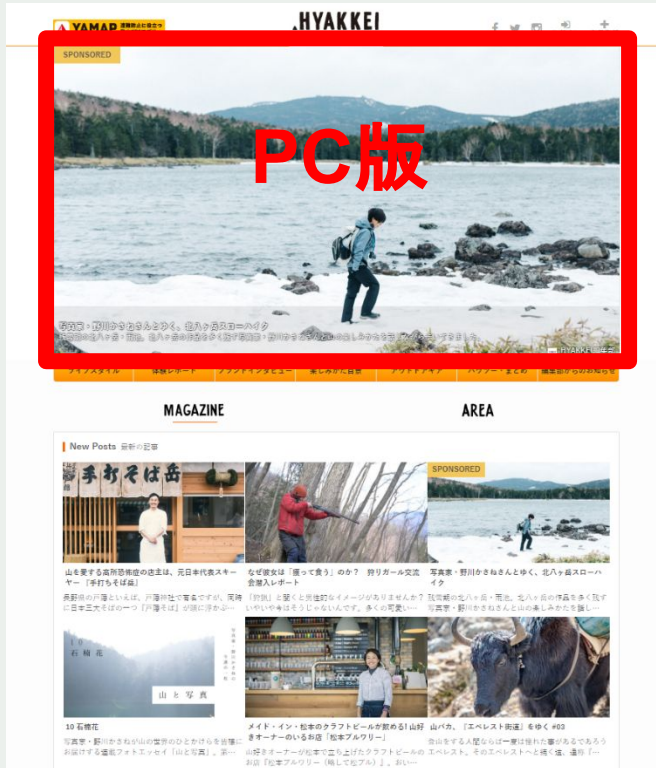
一般的なウェブメディア
40%前後

遷移率

10～15%

一般的なウェブメディア
4%前後

同時掲載無し的大型スライド枠の掲載により、 訴求力の高い露出が可能





目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
- 4. 事例紹介**
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

これまでの出稿広告主さま

アウトドア関係者はもちろん、アウトドアフリークにリーチしたい幅広い業種の広告主さまに出稿いただいています

SUNTORY

CASIO

So-net

YAMAHA



飛騨地域観光協議会



Columbia
Sportswear Company

川根本町
Kawanehoncho Town

事例① サントリー

<香る>エール「昼キャン～SPECIAL OTHERS」

野外フェスで人気のバンド「SPECIAL OTHERS」を起用し、
昼のキャンプでプレミアムモルツ<香る>エールの飲用を促進するタイアップムービー。
スパアザ好き&キャンプ好き → <香る>エール好きへと移行させる狙い。



■記事URL

昼キャン#01 | SPECIAL OTHERSが語る「僕らがキャンプにハマった理由」 <https://hyakkei.me/articles-741>

昼キャン#02 | SPECIAL OTHERS流「僕たちの昼キャン飯」 <https://hyakkei.me/articles-743>

昼キャン#03 | SPECIAL OTHERSが選ぶ、夏フェス・昼キャンのマストアイテム <https://hyakkei.me/articles-779>

昼キャン#04 | SPECIAL OTHERSが全力で楽しむ！ 昼キャンならではの「遊び方」 <https://hyakkei.me/articles-790>

昼キャン#05 | SPECIAL OTHERSが語る、僕たちのチルアウトな過ごし方 <https://hyakkei.me/articles-815>

昼キャンYouTube再生リストURL https://www.youtube.com/playlist?list=PLDbPsU0m2BtWeJt8HBmh6mf_hCk1QPPCI

事例② Campari Japan ワイルドターキー 「こだわる男のソロキャンプ・ナイトのすすめ」

独自の製法を守り続けるバーボン・ウイスキー『ワイルドターキー』を、「こだわる男のための、ソロ・キャンプナイトのススメ」というコンセプトで表現。モデル、デザイナーなど、多岐にわたって活躍されているジュン・ヘイガン氏の画力と、彼のこだわり溢れるライフスタイルに多くの読者が共感し、大きな反響を得た。記事との統一感を高めるために、ワイルドターキーの Instagramアカウントへの素材を提供。



そうでしたが、好きなものはとことん愛でるタイプなんです。お酒もすごく好き

よく飲みますね。25歳の時に先輩が宴席を強いらながらウイスキーを飲んでいるの
みたら一気にハマったんです。特に冬キャンプでは体が温まるから必ず持っていき
に火の玉が通っていく感じ、これがたまらない。ウイスキーの中でもバーボンに特
な感じと抜群に合います。」



■記事URL

自分と向き合い、成長する時間。こだわる男のソロキャンプ・ナイトのすすめ <https://hyakkei.me/articles-856>

■Instagram

ワイルドターキー Instagramアカウント https://www.instagram.com/wildturkey_jp

事例③ PICAリゾート

登山。それだけじゃない。「眺め富士・遊び富士」まるごと満喫アクティブキャンプ

2018年の夏にOPENしたばかりのキャンプ場「PICA Fujiyama」をベースに、登山以外の富士エリアの遊び方、楽しみ方を紹介。

支配人 杉田さんが教えてくださるして下さる初心者にもやさしい施設の魅力や、支配人としての想いに加え、SUP・洞窟体験のアクティビティの様子をレポート。



富士山周辺でできないアウトドアレジャーはほぼない

今回SUPでお世話になったお店、ウォータークラブの共同代表者下さん、山中湖畔で生まれ育った生粋の富士っ子。MTBガイドやスキーの講師としても活躍していたそうです。お話をうかがったところ、富士山周辺でできないアウトドアレジャーはほぼない！とのこと。

■記事URL

登山。それだけじゃない。「眺め富士・遊び富士」まるごと満喫アクティブキャンプ <https://hyakkei.me/articles-802>

事例④飛騨地域観光協議会 特集「#飛騨百景」

飛騨地域観光協議会とともに、飛騨のエリア全体を特集し、そこに住む人・働く人のライフスタイルや土地そのものの魅力を連載形式で紹介。

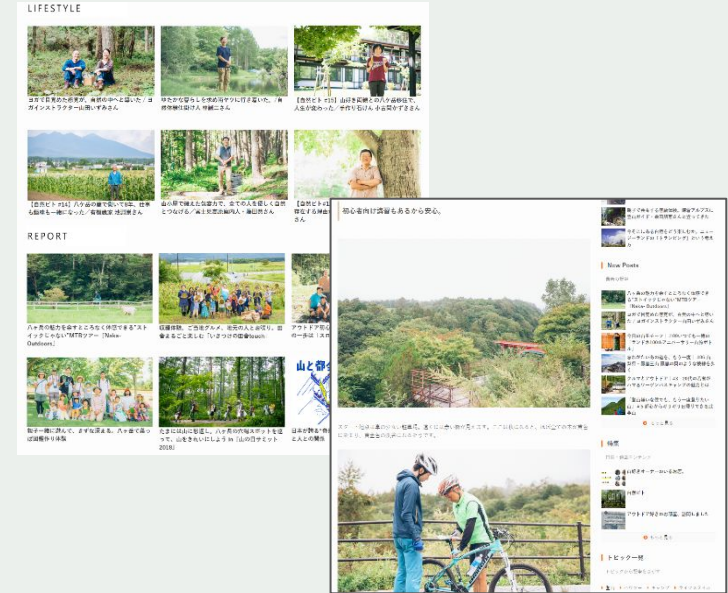


■記事URL
#飛騨百景 <https://hyakkei.me/hida-hyakkei>

- 田舎過ぎず、山登りに自由がある暮らし。登山好き瀧根ご夫婦 <https://hyakkei.me/articles-667>
- 「山は大自然美術館だ」白山一筋40年、坂次功輝さん <https://hyakkei.me/articles-668>
- 小さい頃からの宝もので、お客さんが喜んでくれる。ネイチャーガイド熊崎さん <https://hyakkei.me/articles-669>
- みんなで共感し、好きを長く続けられる環境を作りたい。エイトロックオーナー下葛さん・中家さん <https://hyakkei.me/articles-683>
- 「食べるものは、生き方を作る」上高地、乗鞍岳登山にぴったりな定食屋・さとり食堂 <https://hyakkei.me/articles-705>
- 元カナダハイキングガイド・山好きオーナーのいるゲストハウス「とまる」 <https://hyakkei.me/articles-718>
- 北アルプス登山客に愛され続ける家族のぬくもり「うちのペンション」 <https://hyakkei.me/articles-719>
- 「眺める山から、登る山へ」愛され山をみんなで作る、チーム下呂富士代表・松野泰啓さん <https://hyakkei.me/articles-756>
- 自然のエネルギーを感じられるギフトを作りたい。飛騨の木で特別を届ける”ひだ木フト”中富さん・盤所さん <https://hyakkei.me/articles-769>

事例⑤ So-net 特集「#南ヤツ百景」

南ヤツのエリア全体を特集し、そこに住む人々のライフスタイルや、様々な体験・イベントのレポート、注目のお店とそこで働く人たちや美味しい情報を連載。



■記事URL

#南ヤツ百景 <https://hyakkei.me/minamiyatsu-hyakkei>

「さわる ふれあう 感動する」いきつけの田舎 touch <https://www.so-net.ne.jp/touch>

ヨガで目覚めた感覚が、自然の中へと導いた / ヨガインストラクター山田いずみさん <https://hyakkei.me/articles-839>

ゆたかな暮らしを求め南ヤツに行き着いた。 / 自然体験仕掛け人 林誠二さん <https://hyakkei.me/articles-821>

山好き両親との八ヶ岳移住で、人生が変わった / 手作り石けん 小古間かずささん <https://hyakkei.me/articles-813>

八ヶ岳の麓で働いて8年、仕事も趣味も一緒になった / 有機農家 池淵崇さん <https://hyakkei.me/articles-812>

山小屋で鍛えた包容力で、全ての人を優しく自然とつなげる / 富士見高原案内人・藤田然さん <https://hyakkei.me/articles-804>

自然は全てがつながり、そこに存在する理由が必ずある。 / 葉っぱ先生・田中智さん <https://hyakkei.me/articles-801>

たまには山に恩返し。八ヶ岳の穴場スポットを巡って、山をきれいにしよう in『山の日サミット2018』 <https://hyakkei.me/articles-808>

収穫体験、ご当地グルメ、地元の人とお喋り。田舎まるごと楽しむ「いきつけの田舎touch」 <https://hyakkei.me/articles-827>

アウトドア初心者ファミリーにおすすめ。はじめの一歩は「スローキャンプ」から。 <https://hyakkei.me/articles-820>

事例⑥ CASIO Smart Outdoor「Watch WSD-F10」

発売を控えた、国内時計メーカー初のスマートウォッチ、カシオの「WSD-F10」の優れた特徴をYAMAPとの連携機能と合わせて紹介。



■記事URL

発売間近！カシオのスマートウォッチが切り拓く、アウトドア用デジタル機器の新たな可能性 <https://hyakkei.me/articles-269>

その他広告掲載に関わる注意事項

掲載禁止・掲載条件について

1. 当社が当社事業の競合にあたりと判断した商品・サービス
2. アダルト関連商品(性風俗に関する商品、サービス、書籍、コミック、ゲーム等)
3. 出会い系・コミュニティ系サービス
4. 結婚情報サービス(事業者が上場企業またはその子会社の場合など例外あり)
5. ギャンブルに関連するサービス(公益法人の運営するくじ・公営競技の場合など例外あり)
6. 年齢制限のあるゲーム、映画
7. タバコ・電子タバコ(喫煙を想起させる紹介)
8. 貸金業サービス(消費者金融、キャッシング、カードローン等)
9. FX・先物取引・不動産投資・仮想通貨などの投機性の高い商品・サービス
10. エステ、美容整形、レーシック、インプラント、タトゥーに関連する商品・サービス
11. 医療行為その他これに準ずる行為に関連する商品・サービス
12. 植毛・発毛・育毛に関連する商品・サービス(一部薬用/医薬品の育毛剤など例外あり)
13. 身体機能検査関連商品
14. 医療機関などによる医療技術の紹介
15. 斎場・葬式・お墓などの葬祭サービス
16. 連鎖販売取引(マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス)に関わる商品・サービス
17. 入札権購入型オークション(ペニーオークション等)
18. 暴力団等反社会的勢力と関連する商品・サービス
19. 法律、政令、省令、条例その他規則、行政指導などに違反する商品・サービス、またはその恐れがあるもの
20. 国家資格を有する業種(弁護士、司法書士、行政書士、弁理士、公認会計士、税理士)の紹介・求人募集
21. その他、当社が不適切と判断した商品・サービス

広告掲載基準について

・広告掲載の可否の決定権はすべてTABAプロダクト側にあります。掲載を承認もしくは拒否した広告について、その理由を説明する義務を負いません。申し込み、掲載された広告の責任はすべて広告主が負うものとします。

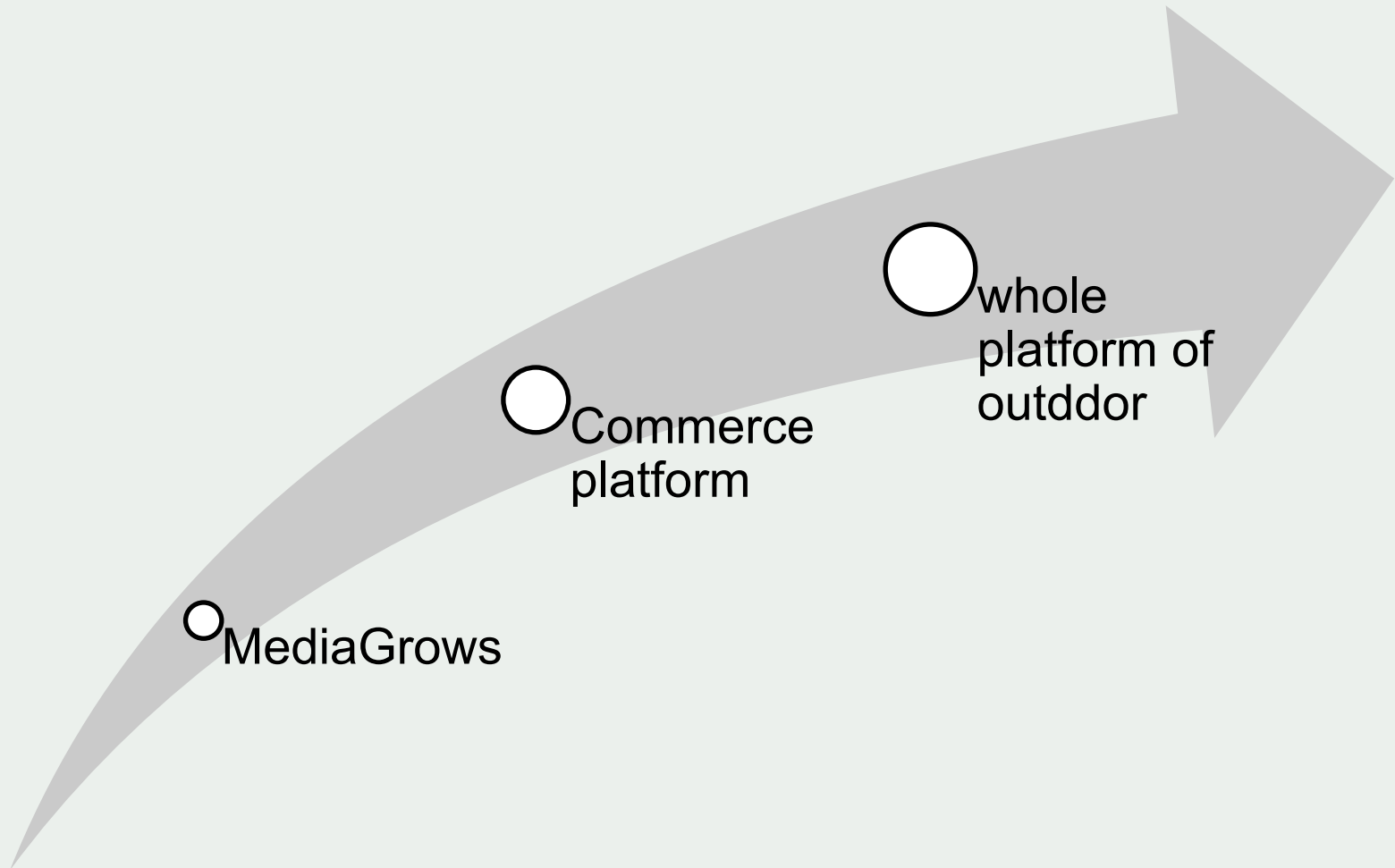
・広告主が入稿する素材及びデータの著作権、商標権、意匠権等の知的財産権については、全て広告主の費用と責任で当該知的財産権保持者から利用許諾を受けていただくようお願いいたします。万が一第三者からの問い合わせが合った場合、当社は一切の責任を負いかねます(問い合わせ内容を鑑み、当社の判断にて掲載可否を判断させていただきます)。



目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

アウトドア業界におけるDXの旗手へ



whole platform
of outdoor

アウトドアDXカンパニーとしてNo1へ

小売課題の解決から生産課題の解決までを
担うリーディングカンパニーへ

Commerce
platform

アウトドアCommercePlatformでNo1へ

EC機能+LIVEコマースを活用したプラットフォーム
としてオンライン上のコマース課題を解決

MediaGrows

アウトドアメディアでNo1へ

.HYAKKEIクオリティを市場に認知させつつ
小さな領域でのNO1を積み重ねる



目次

1. .HYAKKEIとは
2. .HYAKKEIの記事制作について
3. 広告メニューについて
4. 事例紹介
5. 今後の展望
6. メンバー
7. お問い合わせ

体制図

広告主様



.HYAKKEI編集部

編集長

大坪 弘子

編集員

町田 直哉

編集員

今川 博雅

StudioHoliday

CEO

堀内 弘誓

株式会社Asto

執行役員

阿部 浩正

総勢100名の
アウトドア
ライター

体制図

町田 直哉 (マチダ ナオヤ)

大手WEB専門の広告代理店に新卒入社し、複数の重点クライアントのマーケティングコンサルティング業務と社内横断の業務効率改善のプロジェクトを歴任。

「宣伝会議」講師 / Adobe CXM Seminar講師 / などマーケティング関連の登壇歴多数。

趣味は登山で、国内外問わずソロ登山が好き。

今川 博雅 (イマガワ ヒロマサ)

1992年京都府生まれ。

立命館大学文学部を卒業後、大手アパレルメーカーへ入社。デジタルマーケティングおよびCRM戦略、オンラインとオフラインをつなぐ新規事業立ち上げに従事。

現在スタートアップにてデータサイエンティストとして兼務。

大坪 弘子 (オオツボ ヒロコ)

.HYAKKEI編集長。大手システム会社に新卒入社し、新規事業のPRや社内外広報を担当。

その後、フリーランスWEBデザイナーとして独立。WEBサイトの企画、デザイン制作、コーディング等。

NPO無人島離島活用協会メンバー。福岡県出身、神戸市外国語大学卒業。

学生時代はバックパックで世界を周る。趣味はキャンプとバスケ。