

「ビジネス視点のゲームメディア」

日経BP 新-media



媒体資料

<https://xtrend.nikkei.com/sp/gaming/>

Ver_2026.1

日経Gamingとは

「ゲームは子供のもの」「ゲーム好きだけが楽しむもの」——そんな時代はとうに終わりました。

任天堂「ファミリーコンピュータ」の登場から40年強。ゲームのプレー環境は、家庭用ゲーム機からPC、スマートフォンなど、より身近な機器にも広がり、子供から大人まで、ライト層からコア層まで、いまや幅広い人が日常的に楽しむものとなっています。

それに伴い、ゲーム産業のビジネスモデルも変化。ゲームソフトの販売はもちろん、イベント運営やグッズ展開、eスポーツ大会、ゲーム配信なども含めた総合エンターテインメントビジネスとなっています。

その影響は、他業種にも波及。顧客との接点創出や競合商品との差別化、商品認知の拡大を目的に、食品、日用品、アパレル、家具メーカーなどが、ゲームユーザー、ゲームコミュニティを意識した商品を開発、販売するようになりました。ゲームはいまや日本だけでなく世界をけん引するビジネスであり、カルチャーです。

そのような状況を踏まえ、日経Gamingは2025年7月に創刊しました。ゲームおよびその関連分野、さらにはゲーム産業に関心がある非ゲーム分野のビジネスパーソンにも役立つ、「ビジネス視点からのゲーム情報」を発信しています。



平野 亜矢

日経Gaming 編集長 兼
日経クロストrend 副
編集長

日経Gaming概要

日経Gamingは2025年7月創刊。Webサイト、ニューズレター、SNSを通じて読者に情報を届けます。

■Webサイト <https://xtrend.nikkei.com/sp/gaming/>

週3～5本の記事を原則無料（フリーまたは無料登録）で公開。

日経BPが培ってきた、経営・技術・消費・マーケティングの視点から、国内外の最新動向を発信します。

サイトの記事は、AI自動翻訳により、英語でもお読みいただけます。

■ニューズレター（毎週金曜日）

登録会員に向けて、毎週金曜日にニューズレターを配信しています。

今週公開の記事一覧に加え、個々の記事だけでは読み解けないゲーム業界のトレンド、取材の裏話などを、編集部員がお伝えします。

■SNS（日本語、英語、中国語で展開）

日々の記事は公式Xアカウント（@NIKKEIGaming）に随時ポスト。

また、英語版公式Xアカウント、中国語版WeChatでも、記事情報を発信します。

[TARGET]

ゲームに関わるビジネスパーソンに情報を発信

情報をお届けするのは、
ゲームに関わるすべてのビジネスパーソン

- ゲーム業界および周辺産業の関係者
- 非ゲーム産業のビジネス担当者
(消費財、食料品、小売り、不動産、サービス業)
- ゲームに関心のあるビジネスパーソン

[CONTENTS]

経営・技術・消費・マーケティングの視点から、 国内外の最新動向を発信します

1.

ゲーム／eスポーツ
関連企業の事業戦略

2.

ゲーム／eスポーツを
ビジネスに取り込む
一般企業のビジネス戦略

3.

業界のキーパーソンや
クリエイターの
インタビュー

4.

海外エグゼクティブの
単独インタビュー

5.

世界のゲーム市場の
今を読み解く
データ

6.

海外ゲームイベントの
様子が分かる
フォトリポート

7.

AI翻訳を活用、
中国語、英語でも発信
(予定)

[CONTENTS]

既存媒体での取材実績を基盤に拡張、進化します

KONAMI『パワプロ』『プロスピ』 長寿IPに育てる
アップデートの秘訣

2025年01月08日 読了時間：12分

平野 亜矢 日経クロストrend 副編集長

スポーツが題材のゲームを複数保有する、コナミデジタルエンタテインメント（KONAMI）。その代表格が、2024年に30周年を迎えた「実況パワフルプロ野球」シリーズ、20周年を迎えた「プロ野球スピリッツ」シリーズだ。プロ野球中継が減るといわれる中、ゲームの趣味・嗜好も変化し、アップデートし、長寿タイトルをプロデューサーの阿部

ゲームメーカーの
IP戦略



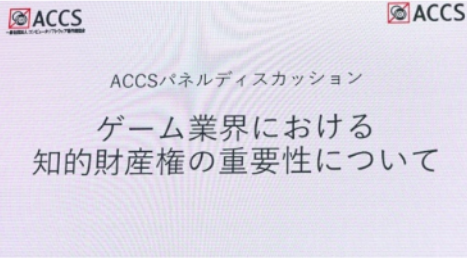
任天堂など5社の担当が明かす ゲームの知的財産
権侵害とはこう戦う

2025年02月04日 読了時間：15分

湯浅 英夫 フリーライター

2025年1月10日、「東京eスポーツフェスタ2025」において、コンピュータソフトウェア著作権協会のパネルディスカッションが行われた。日本eスポーツ連合後援の企画で、テーマは「ゲーム業界における知的財産権の重要性について」。ACCS専務理事の河野氏は、ゲームの知的財産権がゲームの面白さや競争優位性を保つ上で重要だと述べ、その保護がなぜ重要な

ゲーム業界の
課題



〔画像のクリックで拡大表示〕

知的財産権とは何か

Twitchが進めるショート動画機能の強化 CEOが自ら語るその意義

2024年07月17日 読了時間：6分

平野 亜矢 日経Gaming 編集長 兼 日経クロストrend 副編集長

ゲームに特化したライブ配信プラットフォームとして登場した「Twitch」は、そのアイデンティティを保ちながらも、サービスの幅を広げつつある。近年は、音楽やアート、ダンス・クラフトなど、様々な分野で人気を博している。2023年3月に導入した新機能「ショート動画」は、Twitchはどこ

海外エグゼクティブ
への単独取材



2023年3月からTwitchのCEOを務めるダン・克蘭シー氏

〔画像のクリックで拡大表示〕

広告メニュー

日経Gamingの読者に向けて、記事形式で貴社のサービスや強みを訴求するために、2種類の記事タイアップメニューをご用意しました。

- 1) デザインの自由度が高い、ビジュアルインパクトのある「オリジナルタイアップ」
- 2) 日経Gamingの編集記事と同じ見た目で展開される「ネイティブタイアップ」

ぜひ、ご活用ください。

1. オリジナル・タイアップ(日経Gaming Special)

媒体のテイストに沿って、オリジナルデザインで展開するタイアップメニューです。
デザインと合わせて記事構成の自由度が高いのが特徴で、ユーザーに刺さるコンテンツで訴求します。

<ご提供内容>

- ・日経Gaming Specialでの記事体広告掲載
- ・誘導:タイアップ広告標準誘導枠4週間
※メニュー詳細は次ページ参照
- ・想定PV:2,000~3,000PV想定(4週間)

<原稿制作の注意点>

- ・文量は、A4サイズ2ページ(3,000文字程度)となります
- ・写真/図版は、2~3点程度

料金 300万円(税別)

※上記料金には、取材・執筆・撮影・ページ制作一式が含まれます
※著名人の起用・遠隔地の取材は別途費用が発生いたします



※画像はイメージです

1. オリジナル・タイアップ (日経Gaming Special)

◆標準誘導メニュー掲載位置

誘導枠メニュー

■PCメニュー

- ①お知らせ欄
- ②インフィード (新着欄)
- ③インフィード (あなたにお勧め欄)
- ④PICK UP (テキスト)
- ⑤お薦め情報 (PR)



■SPメニュー

- ⑥インフィード (新着欄)
- ⑦インフィード (あなたにお勧め欄)



- ⑧日経クロストrend登録会員メール
インフィード (HTMLメール)

タイアップ広告

PC A4サイズ2ページ (3,000文字程度)



2. ネイティブ・タイアップ(日経Gaming ネイティブ)

編集記事と同じトーン＆マナーでコンテンツを制作・掲載するタイアップメニューです。

親近感と信頼性をもってユーザーにコンテンツを訴求します。

記事公開時には、サイトTOPの新着記事見出し欄にも露出。公式SNSアカウントに投稿があるのも特徴です。

<ご提供内容>

- ・日経Gamingの編集記事と同じデザインで記事体広告を掲載します

※記事タイトルの冒頭に【PR】が入ります

※広告主名表記が必須となります

- ・誘導: 標準タイアップ誘導メニュー(4週間)

編集誘導(公開時に新着欄に露出、公式SNSへの投稿1回)



- ・想定PV: 3,000PV前後想定

<原稿制作の注意点>

- ・記事内容を編集部が査読させていただき、修正をお願いする場合があります。

- ・記事公開は、掲載希望日のAM0:00となります

- ・A4サイズ2ページ(3,000文字程度)

- ・タイトルは【PR】含め30文字以内

- ・記事本文内で使用する画像サイズ

拡大ありの場合 長辺980px /画面表示サイズ 長辺480px

- ・代表画像の入稿必須 代表画像中: 1280×720px /代表画像小: 800×600px

- ・筆者表記はなく、「協力: ●●●●(広告主様名)」となります

料金 350万円(税別)

※上記料金には、取材・執筆・撮影・ページ制作一式が含まれます

※著名人の起用・遠隔地の取材は別途費用が発生いたします



日経Gamingタイアップだけの特別誘導

- 「1. オリジナルタイアップ」「2. ネイティブタイアップ」いずれのタイアップも、日経Gaming面だけに配信される「ビルボード」と「レクタングル」を特別誘導として追加します。
- 視認性の高いバナーを使うことで、バナー自体の看板効果も期待できます。



広告出稿に関するお問い合わせ

nxr-ad@nikkeibp.co.jp

担当：森川