

Webメディア・オウンドメディア・社内報など、
読み手のいるメディアの成長を担う人のための

編集長養成講座

ライブ配信・オンデマンド配信 同時開講！

〈選べる受講形式〉お好きな受講形式をご選択いただけます

【ライブ配信】2024年7月26日(金) 開講 全6回

【オンデマンド配信】1講義120分×6回



松浦茂樹氏

メディアコンサルタント /
コミュニケーションプランナー



星野貴彦氏

プレジデントオンライン
編集長



金泉俊輔氏

NewsPicks Studios
代表取締役CEO



山浦直宏氏

Nアユダンテ データソリューション事業部 COO
チーフエグゼクティブコンサルタント

メディアブランドの立ち上げから、
成長戦略、体制の構築、読者開拓までを学ぶ

ただのポジションとしての編集長ではなく 成果を生み出す「編集長」になる

開講の背景

従来は出版社・新聞社など、限られた数のメディアだけが存在していました。しかし、Webの登場により、企業が運営する数多くのメディアが生まれることになり、そういったメディアの責任者として、「編集長」と呼ばれる存在も増えました。コンテンツの責任を担い、メディアの成長をミッションとする編集長ですが、具体的に必要なスキルを学ぶ場はなかなかありません。今までの現場の延長線上だけでは、メディアを成長させるための運営はうまくいきません。専門的なスキル・考え方を学ぶ必要があります。

そこで宣伝会議では、メディアビジネス、マネジメント、コンテンツ戦略、マーケティング戦略と、メディアにおいて成果を生み出すために必要な上位レイヤーのスキル・考え方を学ぶ「編集長養成講座」を開講します。編集方針に則ったコンテンツを作り続けることでメディアが成長していく、という状態を事前に作り出せているかが、編集長には求められます。Web、紙など関係なく、コンテンツ責任者として成果を生み出すために必要なスキル・考え方を実務家たちから学んでいきます。

講座のコンセプト

現場だけでは学べない、メディアを成長させる コンテンツ責任者に求められるスキル、考え方を学ぶ

何が学べるのか

メディアビジネス
の全体観

戦略構築・
KGI/KPI設定

コンテンツ戦略・
読者理解

読者開発・
マーケティング

メディア立ち上げ・
ブランド構築

部員・ライター
マネジメント

データ分析

コミュニティ/
ファンの構築

SNS運用・
デジタル活用

受講対象者

自社メディアの成長、
成果を生み出すため
にやるべき方向性を見
出したい方

任されたオウンドメディ
アで何をすべきか、どこ
へ向かえばいいのかわ
からない方

メディアを成長させる
ための考え方、方法論
を学びたい方

急にメディアの責任者
に任命され、どのように
周りを動かせばいいの
かわからない方

講座の全体像

POINT 1

責任者が理解しておくべき、メディア運営の本質 成長のドライバーがどこかを把握する

なぜメディアを運営しているのか、ビジョンは何か、どういった戦略を持っているのか、などの問いに明確に答えられる人は多くありません。そういった目的や勝ち筋を持たずにただ漠然とコンテンツを掲載していくだけでは、数多あるメディアに埋もれてしまいます。そういった上位の構想を定め、「対象読者に提供する価値」「意味のあるKGI・KPI」といった設定を行うことで、成長に向けてリソースを配分していくことができます。数々のメディアの立ち上げや運営を担ってきた編集長、ディレクターが講師となり、現場では学びづらい、設計しておくべきポイントをお伝えします。

メディアの全体構造を把握する

- ☑ まずは誰 (Who) がユーザなのか
- ☑ そのユーザはどこ (Where) にいるのか
- ☑ なぜ (Why) そのメディアでコンテンツ消費するのか
- ☑ いつ (When) そのメディアでコンテンツ消費するのか
- ☑ なに (What) をそのメディアでコンテンツ消費するのか
- ☑ どのように (How) そのメディアでコンテンツ消費するのか

POINT 2

読者に響くコンテンツの作り方と それを実現する体制づくり

メディアにおいて一番重要なものはコンテンツです。検索流入で読者を獲得し続けるロングセラーコンテンツ、SNSで広がる新規読者獲得コンテンツ、既存の読者を定着させている定番コンテンツ、無料から有料読者に転換させることができるキラーコンテンツなど、それぞれの評価すべき点が多岐にわたるさまざまなコンテンツがあります。これらのコンテンツを戦略的にどういう体制でつくっていくべきなのか。読者に貢献するために、対象読者をどのように深く理解すべきなのか。各メディアでコンテンツ制作の責任を担っている現役の編集長から、その実践経験に基づく考えを直接学びます。自社メディアにおける悩みを質問し、壁打ちしながら頭を整理することで、社内に持ち帰られるヒントが得られるはずです。

読者・コンテンツについて様々な角度から考える

インサイト

- 対象読者が困っていることは？
- 本人たちも気づいていない感情がないか？
- 読者がメディアを読むシーンを把握できているか？
- 移り変わる心情を把握し続けられているか？

チャンネル

- 検索、SNS、広告、他メディアなどどこから流入した？
- チャンネルごとの読者の特徴・行動などの違いは？
- 各チャンネルでの記事の見え方は最適化されているか？

データ

- メディア内でよく行われている行動は？
- 購入につながっている記事の特徴は何か？
- 新規読者と既存読者で読まれている記事の違いは？
- 検索流入が多い理由は理解できているか？

など…

POINT 3

読者を増やし、定着させるための考え方とは？ メディアにおけるマーケティング・ブランディング

メディアにおいては、新規の読者を集める、その読者を定着させる、というプロセスが必要になります。情報が氾濫し、流通経路が変化する中、ただコンテンツをつくるだけでは読者に届かなくなっています。コンテンツを読者に届けて、読んでもらい、満足してもらおうとまで考えることが編集長の業務領域になっています。ターゲットに対して「届ける」ことを戦略的に行っていくためには、届ける手法や、それらを踏まえたコンテンツの制作を行っていくことが求められています。まさにプロダクト、プロモーションなど、マーケティング4Pの考え方でメディアの成長戦略を考えます。本講座では、読者獲得に役立つマーケティングの考え方をもとに、新規の読者を開発、定着していくための方法論、考え方をお伝えします。

ソーシャルメディア時代に押さえておくべき読者開発のポイント

認知から興味への流れ

記事が流通する
SNS文脈の理解

読者から読者への
つながりを意識する

新規／既存読者への
リーチ経路

再訪問を生み出す
ためには

共有と拡散の違い、
生み出し方

マーケティング手法の全体像

カリキュラム

回	テーマ	概要
1	メディアビジネスの全体像	メディアビジネスの本質／ビジョン・ミッションの役割／ユーザーの整理／メディアのタイプ(有料・無料・オウンドメディアなど)／KGIの設定・KPIツリー／メディア立ち上げ／事業戦略からの戦術設計／新規・既存ユーザー／流入経路／CMSの構築／組織体制など
2	コンテンツ戦略①	Webメディア『プレジデントオンライン』編集長の考えるコンテンツ戦略／編集方針／質の高いコンテンツづくり／読者理解のプロセス・方法／コンテンツ作りにおける体制・工夫／コンテンツの質における考え方／編集者・ライターへのディレクション／組織体制など
3	コンテンツ戦略②	編集長の考えるコンテンツ戦略／編集方針／メディアブランドの立ち上げ／編集方針／読者理解のプロセス・方法／コンテンツ作りにおける工夫／コンテンツの質における考え方／編集者・ライターへのディレクション／組織体制など
4	成長するためのメディア運営	受講生の課題に対する質疑応答／メディア運営におけるマネジメント／コンテンツ戦略と組織の連動／部署・役割を横断した統合的な動き／メディア戦略における曖昧の連動／メディア運営についてのまとめなど
5	メディアにおけるデータ分析	Webメディアにおけるデータ／データ分析はなぜ必要か／データ分析のあるべき姿／分析に欠かせない思考法／ユーザー理解／主なツールにおける分析方法／レポートの出し方／分析体制／データドリブンな読者体験最適化プロセスなど
6	ソーシャルメディア時代のマーケティング戦略	コンテンツはつくって終わりではない／ソーシャルメディア時代のメディアグロース／記事を広げるための考え方／自社メディアに最適な情報経路とは／読者の興味関心、情報消費行動を理解する／エンゲージメント強化でファンを生み出す／ブランド戦略など

※日時・カリキュラム・講師は都合により変更となる可能性がございます。予めご了承ください。

各分野に精通した講師陣



松浦茂樹氏
メディアコンサルタント /
コミュニケーションプランナー

ライブドアではポータルサイト統括とともにニュースサイトプロデュース、WIRED日本版ではデジタルメディア再立ち上げ、GREEではニュース事業担当、ハフポスト日本版では創刊編集長、そしてスマートニュースでは媒体との関係性構築とともにコンテンツ編成、マーケティング企画開発など。デジタルメディアの事業開発を主体としたキャリアを積む。デジタルマーケティングカンパニーMOLTSではコミュニケーションプランナーを担当した後、メディアコンサルタントとして独立。



金泉俊輔氏
NewsPicks Studios
代表取締役CEO

大学在学中から雑誌ライターとして活動、立教大学経済学部卒業後、出版社(Fujisankei G)に入社。取次・書店営業、女性情報誌・女性ファッション誌編集を経て、週刊誌編集へ。「週刊SPA!」編集長、ウェブ版「日刊SPA!」創刊編集長などを務める。2018年3月、株式会社ニュースピックスに移籍し、NewsPicks編集長。19年5月よりプレミアム事業担当執行役員に就任、現在に至る。



星野貴彦氏
プレジデントオンライン
編集長

1981年生まれ。2004年慶應義塾大学文学部卒業、日本放送協会(NHK)入社。記者として甲府放送局に勤務。06年プレジデント社へ。プレジデント編集部を経て、17年プレジデントオンライン副編集長。18年7月より現職。



山浦直宏氏
アユダンテ
データソリューション事業部 COO
チーフエグゼクティブコンサルタント

読売広告社、ファーストリテイリング、トランス・コスモスを経て2016年7月より現職。Googleアナリティクス360を中心としたデジタルマーケティングコンサルタント。GA360のコンサル実績は40社を超える。ネット広告の黎明期より一貫して、ネット広告、デジタルマーケティング畑を歩みアクセス解析には2003年より取組み、解析・コンサルティングの実績多数。主催する「GoogleアナリティクスIQ講座」では資格取得者1000名余を育成する一方、立教大学(元非常勤講師)のほか、多摩大学、東京都市大学、青山学院大学でも教鞭を執り人材育成にも取り組む。このほか、一般向け講座・講演、業界誌やネットメディアなどでの執筆・寄稿多数。シンガポール国立大学大学院(NUS ビジネススクール EMBA)在学中。

など、他メディア編集長を含めて複数講師登壇予定

〈選べる受講形式〉お好きな受講形式をご選択いただけます

【ライブ配信】講座概要

- 2024年7月26日(金)開講 19:00~21:00
- オンライン・ライブ配信(全国どこからでも受講可) ※ビデオ補講有り
- 講義回数: 全6回
- 受講定員: 30名限定
- 受講料金: 90,900円(税込 99,990円)
- 受講対象者: Webメディアの編集長、編集者／オウンドメディアの担当者／コンテンツディレクター／メディア責任者をめざす編集者・ライターなど

【オンデマンド配信】講座概要

- 講義内容: 120分×全6回予定 ※ライブ講座を収録したオンデマンド配信講座です。
- 受講形態: 宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信 ※お申込日から60日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- 受講金額: 90,900円(税込 99,990円) ※申込金10,000円(税込 11,000円)を含みます。

お申し込みはWebサイトから!

宣伝会議オンライン 編集長養成講座



■お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL: 03-3475-3030 E-mail: info-educ@sendenkaigi.com educ.sendenkaigi.com

Marketing & Creativity
宣伝会議