

COURRIER JAPAN

メール広告企画

2022.01
講談社

「クーリエ・ジャポン」とは

<https://courrier.jp/>



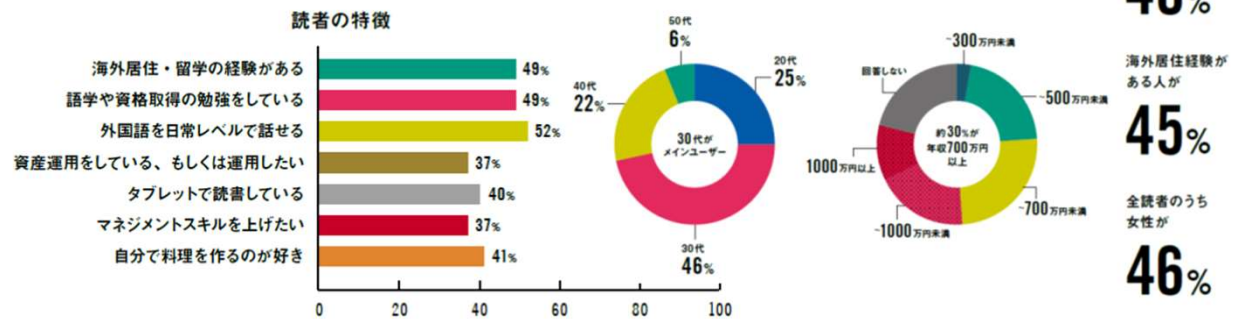
クーリエ・ジャポンは「世界の潮流」と「多様な価値観」を知るために、世界中のメディアから厳選した記事をお届けするウェブメディアです。

「ニューヨーク・タイムズ」「ガーディアン」「ル・モンド」「コメルサント」をはじめ、世界中のメディアから記事を厳選し、読者が忙しい日々のなかでも素早く、そして正確に内容が掴めるよう、丁寧に翻訳した記事を掲載しています。

2005年の創刊当時から環境問題をテーマにした記事を多数掲載しており、2018年夏にはSDGs特設ページを開設。サステナビリティに敏感な欧米社会の動向や、企業の取り組みをいち早く伝えるとともに、環境問題の第一人者であるジェフリー・サックス教授（コロンビア大学）の論説なども掲載しています。

月間サイトトラフィック 3550万PV/1540万UU ※21年3月実績

クーリエの読者層の中心は30代～40代のグローバルに活躍するビジネスパーソン。海外市場の変化に敏感な意思決定者であるマネジメント層、自己投資に積極的な読者が多く、11,000人ほどの有料会員（月額980円・税別）が登録しています。



メニュー①【編集部メール】

クーリエ・ジャポンの無料会員向けに配信されるメール内、本文中の2段目に掲載されます。

配信数 : 約 26,000通

配信日 : 毎週火曜日、金曜日

配信時間 : 正午前後

金額 : ￥300,000- (税別)

入稿素材 画像 : 1枚 (625 * 351pix)
 タイトル : 30文字以内
 本文 : 200-250字
 リンク先URL : 3か所まで

素材締切 : 配信日より7営業日前



メニュー②【1社買い切りメール】

クーリエ・ジャポンの無料登録会員向けに配信される1社単独メール。

配信数 : 約 26,000通

配信日 : 不定期（1週間に1回配信まで）

金額 : ￥500,000-（税別）

入稿素材 テキスト : 2000字前後
画像 : 5枚まで
リンク先URL : 5か所まで

素材締切 : 配信日より10営業日前

掲載イメージ



The image shows a screenshot of a newsletter from Courrier Japon. The header features the logo 'COURRIER JAPON' in blue. Below the logo, there is a paragraph of text in Japanese, followed by a sub-header '米中がしのぎを削る自動車業界' (Automotive Industry Competition Between US and China). The main body of the newsletter contains two paragraphs of text. The first paragraph discusses Nissan's investment in EVs and its production plans. The second paragraph compares Nissan's performance to Tesla and other manufacturers in the EV market. At the bottom of the screenshot, there is a photo of a white Nissan Leaf electric car on display at an event.

COURRIER JAPON

クーリエ・ジャポンの編集者が毎週1本、いまこそ読んでいただきたい記事を厳選してあなたにお届け📧

今週お届けするのは電気自動車（EV）の話題。EVの需要が世界中で急速に高まるなか、日本の自動車メーカーは後手に回っている印象がある。

だが実は、EV事業で圧勝しているテスラの最も大きな脅威となり得るのは、日産かもしれない—英アングリア・ラスキン大学でサプライチェーン・マネジメントを専門に教鞭をとる准教授が「カンパセーション」に寄稿した。

Photo by Sjoerd van der Wal/Getty Images

米中がしのぎを削る自動車業界

日産自動車は2021年11月、新たに130億ポンド（約2兆450億円）を投じて、電気自動車（EV）主体の事業への転換を加速する計画を発表した。投資はイングランド北東部の同社サンダーランド工場に重点的に振り向けられ、ここを拠点として、2030年までに新型EV23車種を生産する。同工場はすでに「ニッサンリーフ」を生産している。

しかしながら日産も他の既存自動車メーカーと同じく、イーロン・マスクが創業したEV専業の米テスラに遠く及ばない。テスラは間違いなく世界で最も売れているEVだ。四半期当たりのEV世界販売の内訳は、テスラの「モデル3」および「モデルY」が23万台超で首位。2位は中国の自動車トップメーカーの上海汽車集団（SAIC）で、中国国内で最も売れている小型EV「宏光MINI EV」が牽引した。次いで独フォルクスワーゲン（VW）、中国の比亚迪（BYD）、韓国のヒュンダイ（現代自動車）が続く。

sales_courrierjp@kodansha.co.jp