

媒体資料 (日本語版)

## Kokoro Mediaとは?

観光情報やお得情報だけでは物足りない、

「本当の日本が知りたい」

と願う外国人読者の願いに答えるメディア。



考えていること、感じたこと、伝えたいと思っていること。 性格な形を持たない日本の「心」は色々な人や物に宿る。 様々なアングルから日本の心に触れて、読者にお伝えします。

# Kokoro Mediaのアイデンティティ

### ココロメディアは、飽和状態にある日本に関するウェブサイトの世界に 新しいものをもたらすことを目指し、2020年の夏に誕生しました。

私たちは、単に実用的な情報を共有することから、人と文化を中心に据えた目的を持ちたいと考えていました。設立メンバーや寄稿者の皆は、異文化交流や人との触れ合いに個人的な関心を持ち、他人の経験を聞くことを楽しんでいるからこそ生まれた発想でしょう。

3つのコアバリューを軸にココロメディアを構築してきました。

### ① 多様性を尊重

一方で、ココロメディアの寄稿者は、 まったく異なる経歴やプロフィールを もっています。

一方で、出身地、性別、年齢、職業、趣味などを問わず、さまざまな寄稿者に登場してもらうことで、あらゆる形の日本を表現したいと考えています。









# Our Identity

### ② 好奇心を刺激する

私たちは、ウェブコンテンツを非常に速く 消費することを奨励する時代に生きていま す。あえてロングフォーマットで提供する ことで、より深く掘り下げることができる ようにしました。読者のさまざまな話題に 対する好奇心を育て、新しいアイデアを刺 激し、世界に対する新しい視点を提供した いと願っています。









### ③ 正直さと個性

各ライターの持っている日本在住経験、 意見、個性やスタイルに基づいた記事、 丁寧でありながら本音を出す記事を提供し ます。







# 読者のプロフィール

## The motivated Young Active モチベーションが高い社会人



30代 - 日本在住日本で出世したい。

趣味: 日本語の勉強

読書

ビジネス情報

# The Japanese Pop Culture Fan 日本のポップカルチャーファン



20代-アメリカ在住 そろそろ日本に引っ越す。日本の生活の情報収集中。

趣味: ゲーム、漫画、

アニメ

日本語の勉強

# The Entertainment Lover エンタメ好きな若者



20代 - アメリカ在住 いつかは日本を観光したい。 海外から日本文化に接する。



趣味: 映画、音楽

読書 アート

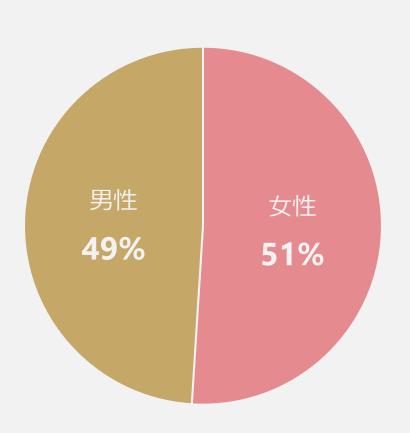
### The Green Consumer 環境を守りたい消費者

30代- 日本在住 日本で持続可能な生活をし、 色々なプロジェクトを応援。

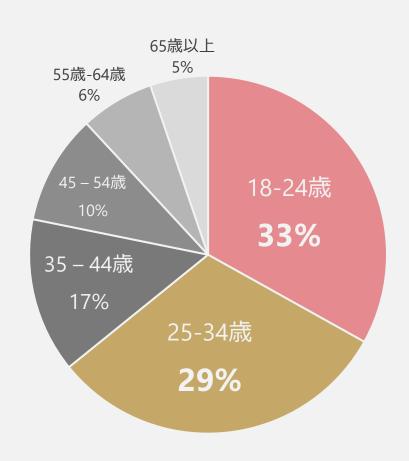


趣味: エコロジー テクノロジー

# 読者情報 - 1

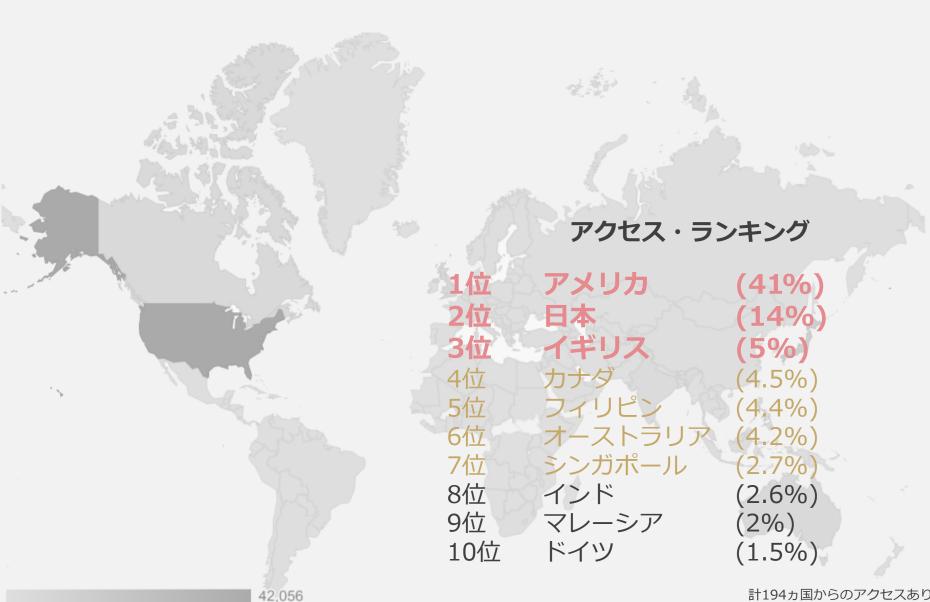


男女比



年齢層

# 読者情報 - 2



計194ヵ国からのアクセスあり (2022年1月~6月のデータ集計より)

# 読者情報 - 3

## よく消費する物

## 興味ある物

4 14

| 1位 | <b>  映画</b> |
|----|-------------|
| 2位 | お得な商品       |
| 3位 | アートと舞台      |
| 4位 | 持続可能な生活     |
| 5位 | 音楽          |
| 6位 | 読書          |
| 7位 | テクノロジー      |
| 8位 | テレビ         |
| 9位 | 料理          |

| 1111 | インテリア    |
|------|----------|
| 2位   | 採用・転職情報  |
| 3位   | 言語学      |
| 4位   | 高等教育     |
| 5位   | 投資サービス   |
| 6位   | コンサルサービス |
| 7位   | アパレル     |
| 8位   | ビジネスソフト  |
| 9位   | 銀行サービス   |

# Kokoro MediaのSNS

|                                | <b>Facebook</b>              | <b>Twitter</b>                         | in LinkedIn                     |
|--------------------------------|------------------------------|--|---------------------------------|
| ファン数・<br>フォロワー数                | 42,650人                      | 5,080人                                 | 590人                            |
| 主なファンの<br>プロフィール               | 海外在住<br>日本文化に関心<br>小ネタや写真を好む | 海外・日本在住<br>社会課題に関心<br>自分の価値観を<br>大事にする | 海外・日本在住<br>日本との、日本での<br>ビジネスに関心 |
| ファンに響く<br>コンテンツ<br>(2022年5月現在) | 日本文化<br>日本の日常                | 日本の社会情報<br>日本の課題<br>持続可能<br>日本の日堂      | 成功した人物<br>日本語の勉強<br>ビジネスアドバイス   |

日本の日常

# コンテンツ紹介 -1

## インタビュー

様々な分野で強い志を持って活躍する日本人、さらには日本に関わりを持つ外国人を取りあげます。

日本の心や技、外国人の眼から見た日本、 日本への熱い思い、仕事への情熱、チャレンジ、 人生の美学や夢など、**読者の共感を呼ぶ** 人気コンテンツです。



**外国人ならではの視点**から、日本の暮らし、 日本人が日常で気づかないこと、 あまり知られていないことなど、 様々な日本の姿を紹介します。

**実際に日本で生活**しながら感じ、 思い巡らしていることを**率直な言葉で**伝えます。





# コンテンツ紹介 - 2

## アンフィルタード

当サイトの外国人ライターとスタッフによる **本音トーク**に基づいた記事です。

日本での生活を楽しく、豊かにするために、 レジャー、暮らしのマナー、仕事、教育、 環境など**日頃役立つ情報**を提供いたします。



## カルチャー

**日本の伝統と文化の魅力**、ライフスタイル、 日本人の心を伝えます。

実際に訪れた時、より良い思い出となるような 情報と共にストーリーを発信しています。



## Kokoro Mediaのファン - 1

## ニュースレター

当ウェブサイトで 登録いただいた方々には、 **おすすめの記事**、 最新情報や各種イベントを ご案内する**メールマガジン** を月1回配信しています。

登録者数: 480人

平均開封率: 40%

平均誘導率: 10%

(2022年6月現在)



#### Hello Dear Amélie

#### I hope this email finds you well.

Thanks to your support, last month, Kokoro Media was able to celebrate its first anniversary! We could have not made it without you, and on behalf of the Kokoro Team, I would live to express our graticude to all of our maders who have subscribed to our newsletter and donated at it is via Buy Mela Cuffee. We will keep doing our best to provide diverse, useful, and impiring context!

Our interviewees this month share two things in common, allowe for lagen and its culture, and their desire to do things their way, even if that means taking an unusual path.

Keisuke and Bui Izumi are brewers at Meneturu Brewery, a 270-year-old solo brewery. Innovation is not well perceived in this field. However, they have decided to follow their Instinct and create unusual sake tastes and bottle designs, while keeping the tradition of making sake by hand.

CoPNelson used to work for a big advertising agency, where he realized he did not like to work for companies that did not match his values. After making psecrat butter for funwith his state friends, they decided to start their own peanut butter company based on honesty and outlier.

Cyfil Coppini, a frenchnad onal, has worked for years as a translator and an interpreter, powered by his love for the Japanese language. Persionate about relogo, a form of Japanese comedy, he became a relogo performer by following a porb that is not the traditional one.

John Wolff, who comes from Detroit, has always leved Japanese video games. After working in the video game industry in Japan, his passion can led him to become a consultant, a game producer, and an independent game greater.

Those you will learn as much as we distinct up these interviews, and that they will make you want to dare take a new path!

Cheers.

Amélie, chief editor of Kokora Medie

#### New Interviews

#### This Father and Son Innovate Traditional Japanese Sake Making



"In that Count Japanese industries, there is a tendency to believe that protecting the attendancy to believe the protecting the traditione's Spool, and changing mysting is bod. However, believe that "tradition" subject adding innovation to demonst that here been protected for many years, so that in finance times, and can be kneed by people for as long appossible."

Keisuke and Ital Izumi are between at Memorius Bretzery, a 278-year-old taske brewery. They have found their beau way to bring innovation to a traditional industry in which pre-fixed notions usually handly change.

#### The Small Peanut Butter Company That Wants to Inspire Japan



"I would like Happy Mark thy to become a success story for rural industries in Japon. I want other produces to thirk, if these distants were able to bailed a beams of this size from premate, we can succeed too." It would be great if we could encourage people to start is concluded."

Go Nakamogait his job at a hig advertising company to create Happy Nurs Day, and hopes to encourage the birth of new regional ventures in Japon.

#### Read more

#### Humor in Japan: What it is like to Perform Rakugo Comedy



"I aften refer to manye as "sit down comody". The rehapola or "storyceller" is not merely telling the story, he or she is arting it. The story is explained by the characters themselves, and the rehapolics is playing all of them."

CycliCoppini is a franchinational who has been listing in Japan for more than 20 years. His last for the Inpanese language has led him to I we in Ispan, where he is working as a translator, howspecial along immings with as "Obstactive Conson."

Cyrills also a performer of rakugo, a genre of Japanese comedy in which a single storate for interprets many characters.

Read mon

## Kokoro Mediaのファン - 2

## 読者が寄付で支援

読者が手軽に寄付できるサービス「Buy Me a Coffee」を導入。



コーヒー1杯分を5ドルで換算し、 **何杯分支援するか**を決められるます。 たとえばコーヒー5杯分を寄付すれば、 25ドルの支払いとなります。

1人の平均寄付: \$53

※2022年2月より、同様なサービス「Ko-hi」へ切り変えました。

## 寄付者からの応援のメッセージ

素晴らしい記事をありがとうございます。 私は「アンフィルタード」を 楽しんでいます。**さまざまな視点から**の 意見を読むことができて面白いです。 記事やインタビューが面白く、よく書かれ、編集されているだけでなく、**そのアプローチは謙虚で誠実なものです**。それをとても評価します!





# イベント実施- 1

## テンプル大学とのコラボイベント

2022年4月にテンプル大学とコラボし、初めてのオンラインイベントを実施しました。

Insights: Learning from Some of Japan's Most Inspirational People (インサイト: 日本で最もインスピレーションのある人々から学ぶ)の第一回目では、日本初の外国生まれで帰化した人権擁護委員、ヘンリー・シールズ氏をお迎えしました。ご自身の洞察を語ってくださった後、TUJの教員とディスカッションを行い、そのテーマをより深いレベルまで掘り下げていきました。イベントのプログラムの3分の1をQ&Aに充てました。





# イベント実施-2

## **[Kokoro Conversations]**

2022年6月より、読者同士の交流イベント "ココロ・カンバセーションズ "をオープンしました。

読者が集まり、日本での生活の喜びや困難について、心を開いて会話を交わします。そこで、新しい出会い、意見交換、経験の比較、アドバイス、サポートを見つけることができます。

このイベントは、日本の文化や生活、旅に興味がある人なら、場所や状況に関係なく誰でも参加できます。参加条件は、会話レベルの英語が話せること、礼儀を尊重するイベントルールを守ることです。





## その他のサービス

### カスタマイズコンテンツ作成

### ・記事・Webコンテンツ制作代行

コンテンツを翻訳するよりは、最初から 外国人目線で作った方が魅力が伝わりま す。外国人のプロライターしか作れない コンテンツを提供いたします。



Illustrations created by pikisuperstar on Freepik.com

### ・スポンサード記事

ターゲット層の心に刺さる記事で、 貴社の提供する商品、サービス、又はビジョンを 細かく紹介いたします。いくつかのパターンがあ りますのでご気軽にご相談下さい。

### ・パンフレット制作

日本語版のパンフレットを単に翻訳するだけでは、 魅力がなかなか伝わらないということがあります。 弊社では言語、コンテンツ、ビジュアル:全てを 外国人向けにわかりやすく制作することが出来ま す。

### ・クリエイティブ制作

ターゲット国のデザインを把握しているスタッフは、お客様が伝えたいメッセージを細かく理解したうえで、ターゲット層の文化や現地の最新トレンドに合わせて、最も届きやすいビジュアルを制作いたします。

# その他のサービス

### 多文化客層の理解支援

### ・サービス・施設の強化支援

施設内の看板の言葉やアイコン、商品の飾り方や紹介、期待される説明や接し方・・・大幅のトピックから細かい所まで、マーケティング、観光コンテンツや国際接客の経験豊かな専門家が貴社の施設を訪問し、簡単に出来る所から修正するべきポイントをご提案いたします。



Illustrations created by pikisuperstar on Freepik.com

### ・ネイティブチェックサービス

顧客ターゲットにうまく届けるためには、文法 的に正しく訳すだけでなく、顧客自身の文化や、 日本文化に関する基本的な知識も考慮した文章 を作成いたします。

# ・観光コンテンツ制作・ブラッシュアップ日本全国の魅力を掘り出す。

日本文化、異文化コミュニケーション、観光、 マーケティングに精通したスタッフが、貴社の 観光資源やサービスを検証し、改善すべき様々 な要素をご提案いたします。

# その他のサービス

### エキスパート紹介

### ・専門家紹介

ココロメディアでは、幅広い専門家ネットワーク により、お客様のニーズに合った専門家をご紹介 します。

プロジェクト会議のアドバイザーや、セミナー 講師、ワークショップの講師など、さまざまな場 面で活躍する専門家をご紹介いたします。

### ・特別なモニター紹介

「外国人」目線だけではなく、観光コンテンツ造成、マーケテイング、外国人向けサービス等を経験を持ち、長年日本在住外国人だからこそ、日本の魅力を掘り出せるモニタースタッフをご紹介いたします。



# お問合せ先

Kokoro Mediaへの広告出稿やメニューにご興味のある方は 以下Email宛にお気軽にお問合せください。

info-media@kokoro-jp.com

