



「きっかけ」をつくる、「行動」をつくる

株式会社 サンケイリビング新聞社

Media & Promotion Guide

フリーペーパーを発行することが私たちの本質ではありません

培った「地域と人」「企業と人」をつな

地域・企業の「課題」と出会う



メディア発行で培った

信頼性とファン組織が基盤

広告だけでは解決できない
ご相談が増加中



自社メディアに掲載するパブリシティ広告の制作はもちろん、Webコンテンツ制作、各種プロモーション、折込広告、調査や受託制作、イベント運営など、幅広い機能を持つ企業に成長中。ぜひ一度、今の課題をお話してください。

- ✓ イベントに地元在住者を集めたい
- ✓ 新規会員を集めたい
- ✓ 今より広い商圏から集客したい
- ✓ 商品を一度手にとってほしい
- ✓ 流通対策も行いたい
- ✓ オウンドメディアにランディングさせたい…など

多様な課題を
相談いただいています

エリア&ライフステージ、
両セグメントへ深くアプローチ

地域情報紙として長く愛される「リビング新聞」と、オフィスで働く女性を中心にアプローチする「シティリビング」。Webメディアやファン組織も成長し、課題解決への強い基盤となっています。「街と人」をテーマにジモトミン発リアルな街タニクスを届ける「まちっと」も、大阪府北摂エリアと千葉県柏エリアで展開しています。



Webメディア (月間)

- リビングWeb 930万PV/450万UU
- シティリビングWeb 250万PV/135万UU
- まちっと柏・北摂 50万PV/25万UU

モニター会員組織

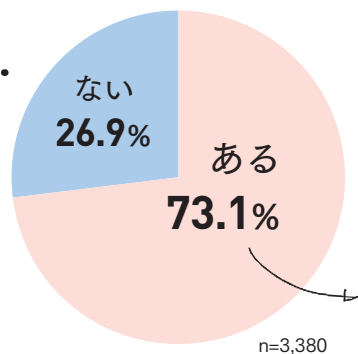
- リビングファン(エリア領域) 全国6,400人
- City's(オフィス領域) 8都市12,200人

つながる人も多様性拡大

女性をコアに、子ども、男性、シニアなど
高価値ターゲットに広くアクセス

サンケイリビング新聞社は女性に強いというイメージ通り、女性生活者には圧倒的な強みを持ちますが、女性から広がる子ども、夫などの男性、親世代のシニア層などへも、幅広くアプローチが可能です。

リビング新聞を読んで
他の人との
話題にしたことは?



リビングネットワーク読者調査2023年版より

●話題にした人

配偶者(パートナー) 68.7%

友人・知人 40.5%

子ども 30.1%

親(義理親含む) 20.8%

兄弟姉妹 8.5%

その他親族 1.9%

その他 3.0% n=2,470

メディアから、
家族や友人に向けた
情報の伝達が
活発に行われています



ぐ力で、その課題を解決します

課題解決
の
チカラ

リビングくらしHOW研究所



リビング新聞
(全国43エリア・606万部)



シティリビング
(全国5エリア・34万部)



自主調査など
約1000件の
調査データが検索可能

高品質モニターを活用し リサーチからのソリューションを シームレスに実現

リビング新聞グループのリサーチカンパニー「リビングくらしHOW研究所」は、リビング新聞グループの「Web 会員」と読者組織「リビングファン」を活用。多様な自主調査を背景にした生活者理解を元に、ニーズに合わせ生活者と企業をつなぐマーケティングサポートを実施します。サンケイリビング新聞社とのシームレスな連動により、調査結果のスピーディな活用が実現しています。

課題

男性・女性シニア層の定性調査を
スピーディに実施したい

提案

シニアでもオンラインで可能。
Web 会員とモニター会員から
素早く選定、約3週間で実施

新規事業計画に必要なグループインタビューを、ご相談いただいてから約3週間で実施。「旅行、地方移住に関心の高いアクティブシニア層を男女別で」という要望に応え、参加モニターの発言力についても高い評価を得ました。

最近の 調査事例

- ▶ 健康器具着用モニター調査
- ▶ 食品の新フレーバー
開発コンセプト調査
- ▶ 食品試食モニター調査
および SNS 投稿キャンペーン
- ▶ エクステリアと庭に関する
オンラインデプスインタビュー(夫婦)
- ▶ シニアの住まいに関する
オンライングループインタビュー
(男性・女性)
- ▶ ワークेशनモニター
リクルーティングおよび
Web コンテンツ制作 など

スケジュール例

1日目	ご相談・打ち合わせ (対象者属性の明確化)
4日目	リクルーティング開始
10日目	参加申し込み締め切り・選定
12日目	参加者決定・連絡 インタビューフロー提示
17日目	インタビューフロー確定、提示資料制作
19日目	事前進行打ち合わせ
20日目	オンライングループインタビュー実施

Our Vision



サンケイリビング新聞社／リビングくらしHOW研究所
代表取締役社長 砂原一隆

リビング新聞は1971年に東京、大阪で創刊し、女性と地域、そしてお店・企業の橋渡しをする媒体として50余年。顧客視点をキーワードに、昨今は紙面・Web媒体だけでなく、カルチャー教室、セミナー、イベント、そしてリサーチ、プロモーション運営からメディアレップまで課題解決ツールを時代に合わせて多岐に用意しています。

「地域や女性を取り巻く環境を元気にする」ミッションを忘れず、常にアップデートして参ります。

メディア制作力と読者との信頼関係から育った オンライン&オフラインで

プリントメディア
640万部超発行

家庭に届く地域情報紙

全国43エリア606万部の



「リビング新聞」



「シティリビング」

34万部、働く女性をつなぐ

主要5都市2万2千オフィス

大阪市の公立小学校に23万部
中学校に21万部



「小学生新聞」「中学生新聞」

プリントメディアは「ターゲットに寄り添うコンテンツ」と「配布手法」との組み合わせで、高い認知促進効果、レスポンス獲得効果があり、官公庁や行政など信頼性を重視する広告主にも活用されています。

(※)「小学生新聞」「中学生新聞」は2023年4月実績

Web登録会員 145万人
読者モニター登録者 1万8600人

高い結果創出力の背景には、メディアへの共感を元に集まった読者・会員の力があります。Web会員・メールマガジン会員、商品やサービスの試用や調査などに協力してくれるモニター会員、情報発信を行うレポーター・ブロガーなど、多様な人々が活躍しています。

情報発信パートナー

- 地域特派員
- リビングメイト ●シティメイト

モニター会員

- リビングファン
- City's

Web登録会員
メールマガジン会員

メディア読者・閲覧者



リビングメイトが
暮らしをちょっと
楽しくする情報を発信

リビングくらしナビ



全国23エリアを
ネットワークする
地域情報サイト

リビング地域Web



働く女性に。
ちょっぴり心がはずむ
Webメディア

シティリビングWeb



ジモトミン発
リアルな街ネタ
プラットフォーム

まちっと柏・北摂

オンラインメディア

- ▶ 月間PV1230万
UU610万/月
- ▶ メールマガジン配信数
40万通/週

当社のすべてのオンラインメディアの強みは、リアル生活者がレポーターとなり、自発的に発見した情報を発信していることです。彼らが顧客視点で発信する情報は、キュレーションニュースサイトにも掲載されます。またリビング地域Webは全国23エリアでネットワークを組んでいるため、全国への情報発信も可能です。

リビングWeb登録会員
(くらしナビ・地域Web合計)

▶ 88万人

シティリビングWeb登録会員

▶ 57万人

リビング新聞愛読者からスタートしたファン組織
リビングファン会員

▶ 6,400人

モニター登録している各オフィスのお世話役
City's 会員

▶ 12,200人

大阪カルチャー教室

- ▶ 受講生 8,000人
- ▶ 登録講師 600人

組み合わせ活用できます

オリジナルなメディアを作りたい



三重県の魅力発信サイト「つづきは三重」のコンテンツ制作業務を受注

受託制作物 プリントメディア オンラインメディア

メディア制作の豊富な経験を活かし、プリントメディア、オンラインメディアを問わずご希望に添った受託制作をお引き受けします。オンラインではコンテンツ制作だけでなく Web サイト全体構築も可能です。

特定のエリアでしっかり告知したい

折込広告・街頭サンプリング



新店舗オープン時の集客チラシ配布も実績多数

狭域エリアでの告知ならリビング新聞への折込広告「リビング折込」。独自の配布組織によるポスティングにより家庭の中まで入り込む魅力的な媒体です。駅前などで配布する街頭サンプリングや、エリアを問わないポスティングもワンストップ提案します。

トライアル・体験機会を提供したい

モニター・サンプリング

商品を試させたい、サービスを体験させたいなどの課題に合わせて、サンケイリビング新聞社が保有する会員組織などから、サンプリングモニターを抽出することが可能です。オフィスをステージにした有職者をはじめファミリー層へのサンプリング、また「買って試してモニター」などニーズに合わせて企画設計。事務局機能にも定評があります。



オフィスに届け、職域から話題を広げる「オフィスサンプリング」

経験のない業務をまかせたい

SNS用画像・ 動画制作 Web広告運用など

オウンドメディアや SNS 配信用の動画制作、Web 広告の運用など、コア業務ではないけれどスキルと時間が必要。そんな業務を組み込んだ企画も、サンケイリビング新聞社は対応実績が多数あります。



「しまね旅キャンペーン」では TikTok のための動画も制作

人を集めて PR したい

オンライン&オフライン イベント企画・集客・運営



柏市の大手流通とコラボ実施「リビングスイーツマルシェ」

全国で開催するマネーセミナー、オンラインでの学びセミナー、地域の読者に人気のクラフトマーケット「リビングマルシェ」、ホテルと自治体・企業とのコラボ美食イベント、シニアのニーズと向き合う「終活セミナー」など、あらゆるイベントの企画・集客・運営をワンストップでおまかせいただけます。

質の高い生活者の声が聴きたい

生活者リサーチ (定量調査・定性調査)



読者との距離の近さを活かし、普段は言葉にしない気持ちを引き出す定性調査

誠実な会員が多いと定評のあるサンケイリビング新聞社のモニター組織。「リビング暮らし HOW 研究所」のノウハウを活かして、定量調査はもちろん、テーマ座談会や、商品テストモニターなども実施可能です。

課題の背景も深く理解し トータルに提案、ワンス

【島根県】しまね旅キャンペーン

課題

ターゲット層に確実に届く
観光プロモーションを実施したい

提案

紙・Web・動画・サンプリングを
駆使してトータルプロデュース

島根県の全国旅行支援「しまね旅キャンペーン」プロモーションを1期・2期と連続受託。3か月と限られた期間の中、20～40代の女性をターゲットに効果的な情報発信をすべく、第1期は首都圏・関西圏を中心に紙面やWebでのPR、県制作の小冊子を10万冊オフィスへ配布、YouTubeやTikTokの動画制作・広告運用、リリース配信などを実施。第2期は仙台・静岡・名古屋にもエリアを広げてのリビング新聞掲載や、タブロイドのオリジナルPR紙を制作し映画館・ネイルサロンでの配布、Tver広告運用のための動画制作など幅広く実施しました。



【宮崎県 東京事務所】観光物産PR

課題

クイズキャンペーンを
効果的に実施したい

提案

WebのLP制作から
応募促進まで一貫して
当社の機能を生かす



首都圏在住者への宮崎県の観光物産PRを目的としたクイズキャンペーン。ユーザーのストレスのない回答フォームを作ることも大きな課題の中、ランディングページ(LP)およびチラシの制作と、LPへの誘導広告配信を受託。当社Webサイトでの読者参加型コンテンツ作成のノウハウを生かし、参加者がストレスなく応募しやすいLPを構築。Instagram広告配信のほか、当社Web会員に向けたメルマガでのキャンペーン告知も実施し効果的に実施しました。

【横浜市】居住促進プロモーション

課題

市民へ住み続けたい街の魅力を訴求
近隣住民には横浜で住むイメージを持ってもらいたい

提案

読者登場型クリエイティブと
狙った地域への配布をワンストップで実現



横浜市民に住み続けたい街としての魅力を訴求、近隣地域の住民へは横浜での暮らしのイメージを持ってもらうために、リビング新聞特別号を制作。配布は市内・川崎市内ではリビング新聞配布ルートを活用し都内では協力会社を活用してトータル48万部を配布。地域の魅力がダイレクトに伝えられるクリエイティブはもちろん、狙った地域への配布までワンストップで実現しました。

【さいたま市】謎解きイベント 「大宮からの挑戦状」告知

課題

イベントまでの時間が限られる中
地域での告知が必要

提案

リビング埼玉Webと
メールDMを活用し
素早く広く地域へ告知

トップで実施

詳細はサンケイリビング新聞社のメディア & プロモーション情報サイト「アドラボ」で公開

リビング新聞アドラボ

検索



買って試してプロモーション企画

課題

訴求したい商品に自信はあるが
手に取ってもらうまでの効果的な
広告・販促手法がわからない

提案

宣伝効果にとどまらない、
読者や当社会員に
実際に商品を
「買って試してもらう」
プロモーション企画



1000人のモニターが、ドラッグストアやオンラインストアで商品を購入し、商品を試してアンケートに回答

「買って試してプロモーション」は様々な販促課題に対応できる企画として高評。宣伝効果、トライアル機会の創出、特定流通・エリア施策、マーケティングデータの収集までかなうことが企画ポイント。商品にエンゲージメントを感じるとファン化・継続利用が期待でき、実店舗購入施策のみならず通信販売の顧客獲得などでも高実績ができています。

さいたま市は各種施策 PR に、継続的に当社を活用。さいたま市と東日本連携推進協議会からの「謎解きイベント『大宮からの挑戦状 vol.5』」では、告知をスピーディに行いたいとの課題があり、リビング埼玉 Web とメール DM 配信を活用し決定から短期間で実施。内容・準備期間に合わせて、さまざまなメディア提案が可能な当社だからこそこの PR サポート施策が評価されています。



ワタシのカラダオンラインスクール

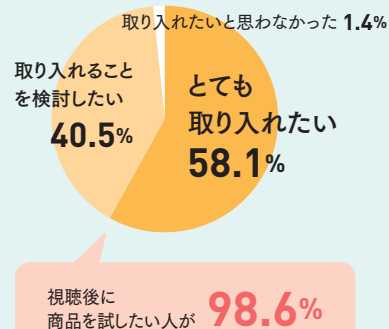
課題

店頭や Web 上では説明しにくい
デリケートな商品についてしっかりと伝えたい

提案

読者や会員向けのクローズドな
オンラインセミナーで深い内容理解を促進

ヘルスケア商品・サービスをもつ企業と消費者をつなぐ「ワタシのカラダオンラインスクール」。商品パッケージからは分かりにくい特徴や開発背景などを企業担当者からダイレクトに消費者（＝読者）に伝えることができます。イベント視聴者からは「購買意欲が高まった」「企業のファンになった」などの声が得られ、特に近年フェムテック市場に参入された企業におすすめの企画です。



【健康コーポレーション】インフォマーシャル映像制作

課題

テレビ通販用インフォマーシャルを
コストを抑えて制作したい

提案

モニター会員からモデルをアサイン、
リアルな映像をコスパよく

毎日の食事にかけるだけ、まぜるだけの野菜ふりかけ「かけべじ」のテレビ放送用インフォマーシャル（29分）を作成。前回制作コストの約半分で作成したいというニーズに対して、リビングファンなどの読者組織の活用を提案。街頭インタビュー 4 人、モデル 1 人、愛用者 3 家族をアサインし、実際に試してもらった様子を撮影。コストパフォーマンスよく実感にあふれた映像を制作しました。





リビング新聞

暮らしに役立つ生活情報を発信する、地域密着型の一般家庭配布メディア

- 発行エリア
全国ネットワーク 43エリア
- 発行部数
43エリア合計6,059,085部



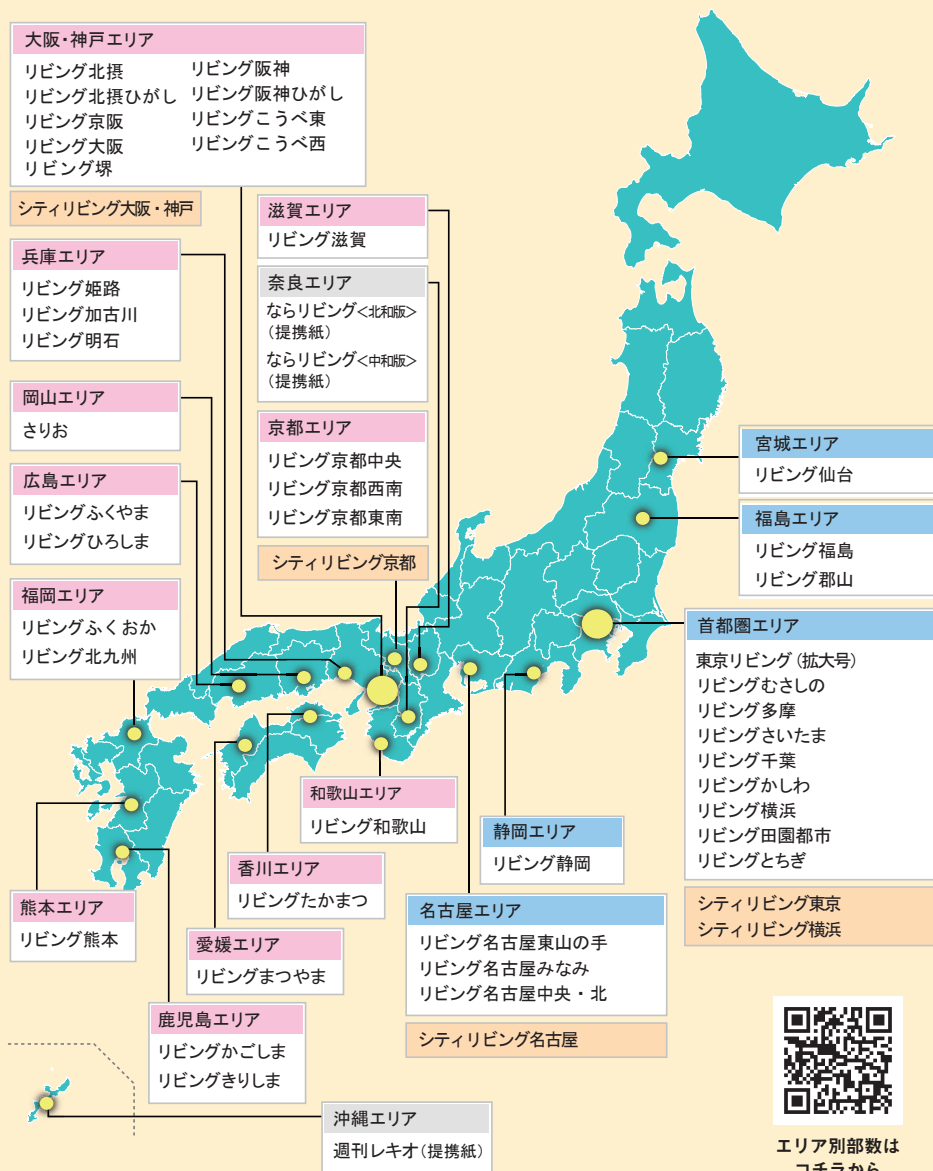
シティリビング

登録オフィスに無料でお届け。ランチタイムや休憩時に働く女性が閱讀するメディア

- 発行エリア
主要都市5エリア
東京、横浜、名古屋、京都、大阪・神戸
- 発行部数
5エリア合計339,996部(22,274オフィス)

全国合計 **640** 万部

リビング新聞&シティリビングネットワークエリアマップ



エリア別部数は
こちらから

メディアオフィシャルサイト



家庭にお届けするリビング新聞の公式サイト「リビング Web」は、暮らしに役立つ「リビングくらしナビ」と、地元密着情報を配信する「リビング地域 Web」で構成。「クチコミ誘発媒体」として生活者の行動を促します



都市圏のオフィスにお届けするシティリビングの公式サイト「シティリビング Web」は、食・美容・おでかけ・学びなど働く女性に役立つ情報を発信。豊富なコンテンツにより共感と消費行動を起こします

	月間ページビュー	月間ユニークユーザー数	会員数	メールマガジン配信数	スマホアクセス比率
リビングWeb	930万PV	450万UU	64万人	24万通	88%
シティリビングWeb	250万PV	135万UU	57万人	16万通	89%

株式会社サンケイリビング新聞社

【東京】〒160-0023 東京都新宿区西新宿8-17-1 住友不動産新宿グランドタワー36階
TEL:03-4332-7741(代表)

【大阪】〒541-0048 大阪府大阪市中央区瓦町2-6-6 ミラータワービル6階
TEL:06-7639-3150(代表)



サンケイリビング新聞社の
メディア&プロモーション
情報サイト
アドラボ