

リビング新聞(大阪・神戸 11 エリア) 紙面リニューアル および ペイドパブリシティ基本体裁改訂のお知らせ

貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。また、日ごろは、リビング新聞事業にご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

リビング新聞は、家庭のポストに入り、何気なく食卓に置かれることで、主婦に暮らしの情報を届け、具体的な行動を促す役割を果たし続けてまいりました。ここ数年はメディア環境が大きく変わり、Web 検索、SNS など、主婦の情報接触のあり方も多様化しています。

リビング新聞の特長である、「気づき促し」「行動につなげる」機能、私たちはこれをさらに強化いたします。より閲読率を上げることでレスポンスを高め、広告効果を最大化するために、平成 27 年 4 月から紙面を刷新いたします。読みやすく探しやすく、より行動につながるように、記事の基本体裁の変更を特集面およびペイドパブリシティにおいて行います。

主な変更点は下記のとおりです。新しいリビング新聞を引き続き、ご支援賜りますよう、よろしく願い申し上げます。

記

リニューアルスタート 平成 27 年 4 月発行号より

対象エリア リビング新聞（大阪・神戸 11 エリア）
※首都圏エリアも同様の改訂を予定しております。

主な変更点

<1 面フロント>

- ① デザインを刷新。「ファーストインパクト」を高め、「読みやすさ」重視の体裁にします。
- ② 地元情報を充実、地域情報紙としての価値を最大化させます。エリア性の高い情報を原則月 2 回、共通特集を月 1 回とし、地元情報の充実で読者の気持ちを掴みます。

<ペイドパブリシティ>

- ① イベント情報、特典、クーポン、そして申し込みや問い合わせなど、読者からレスポンスを引き出すための大切な情報こそを一目で分かるようにします。強調ポイントが一目でわかる内容別の別項フレームを用意し、見出しに加え、“引き”になる情報がパッと目に入るよう強調します。クーポンフォーマットも刷新。より目立つようにします。
- ② 仕切り罫とメイン見出しの間に空きをとり、一つ一つの記事を一目で区別できるようにします。これにともない、メイン見出しの体裁、本数ルールを変更します。テキストや囲みが、どういう順番で読まれるかを意識した構成にし、メリハリのある配置をします。
- ③ 強調したい情報を目立たせるため、季節カラーでコーディネート。新体裁では、春～夏カラー：寒色系 6 色、秋～冬カラー：暖色系 6 色の季節カラーと、レギュラーカラー 3 色のカラーグループを設定。特に全 5 段未満の記事においてメインカラー、サブカラーを主体に調和のとれたカラーコーディネートを行い、①のような優先順位の高い情報を目に飛び込ませるための下地を作ります。

* 併せて添付の紙面体裁見本をご確認ください。

* ご不明な点・ご質問などは、弊社担当者にお問い合わせください。

以上