

購買行動を生み出す、生活情報メディア
家庭に直接届くから、信頼され、選ばれる『東京リビング』

LIVING

媒体資料

2026年6月

サンケイリビング新聞社

<https://ad.sankeiliving.co.jp/>

『東京リビング』は家庭の消費決定者に届く 生活密着メディア

リビング新聞は、地域の一般家庭へ直接配布される生活情報紙。
家庭の消費決定権を持つ主婦に向けて、“身近で役立つ情報”として広告を届けることで、来店・購買などの行動につなげます。



[選ばれる理由]

1 家庭の消費決定者に届く

主婦は家庭の消費行動に大きな影響力を持つ存在。住宅・教育・食品・旅行・医療など、幅広い商材の購買行動に関わります。

2 一般家庭へ直接配布

産経新聞朝刊に折込＋独自ポスティングで配布。ポスティングは一般家庭1軒1軒へ直接配布。新聞未購読世帯にも確実にリーチできます。

3 信頼される生活情報メディア

政府広報も掲載されるほど、メディアとしての信頼性を確立。生活情報として読まれることで広告も自然に読まれます。

東京リビング

創刊	1995年2月
発行部数	197,319部
発行日	金曜日付／月 1 回発行
配布日	水・木・金曜日
配布形態	- 産経新聞 木曜朝刊に折込（116,139部） - 独自ポスティングで一般家庭へ戸別配布（80,600部） - 商業施設など、6ヶ所に設置配布（420部）
形態	フリーペーパー
版型	タブロイド判オールカラー

関連メディア

■ リビングWeb



－ メールマガジン会員
約42,200人
(2026年4月現在)

■ Instagram



－ フォロワー数
約1,800人
(2026年6月現在)

■ X



－ フォロワー数
約5,000人
(2026年6月現在)

01

地域に深く根付いた 圧倒的な配布ボリューム



東京リビングの発行部数は、197,319部。産経新聞折込配布（約11万部）に加えて、世田谷区を中心としたポスティング（約8万部）で、ファミリー世帯中心に配布。圧倒的なリーチ力と、長年にわたり地域インフラとして認められてきた信頼感。

02

新聞未購読世帯にも届く 独自のハイブリッド配布



産経新聞朝刊への折込に加え、独自ポスティングによる一般家庭への直接配布を組み合わせたハイブリッド手法を採用。独自ポスティングにより新聞未購読世帯にもリーチ可能。ターゲットとなる家庭のポストへ「生活に役立つ情報」として直接届きます。

03

高所得世帯の消費決定権 を握る「アクティブ層」



読者は、家庭内の消費・購買の実質的な主導権を持つ主婦層。

- 属性：主婦を中心とした40代～50代女性、世帯年収が高いアクティブシニア層
- 消費傾向：家族の健康や暮らし、自分への投資も積極的。広告を生活情報として捉え、来店や購買へのエネルギーを持っている

【 読者像 】 地域経済を動かす、賢くアクティブな家庭の意思決定者

東京リビング典型的読者像 **Aさん・47歳**



家族構成・住まい

既婚・子ども2人（小学生～中学生）

世田谷区 一戸建て持ち家



仕事・収入

フルタイム会社員／共働き

世帯年収 約800万円



消費スタイル

家族の健康・教育・住宅に積極投資

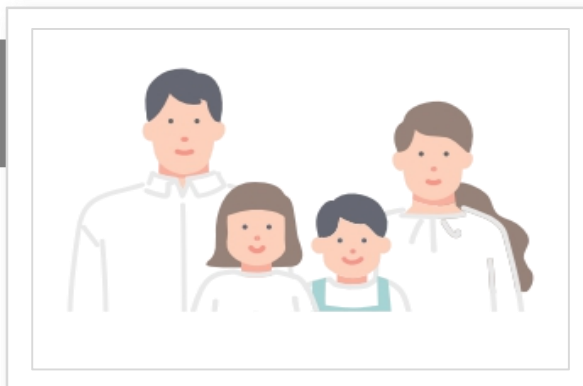
自分磨きも重視



情報収集・メディア接触

ポストに届く東京リビングを精読

気になった情報は積極的に検索・サーチ



世帯年収が高く、自ら稼ぎ、家庭の財布も握る優良ターゲット層

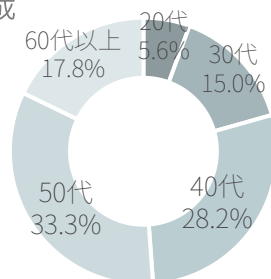
平均年収
609.1万円

中核読者40～50代
61.5%

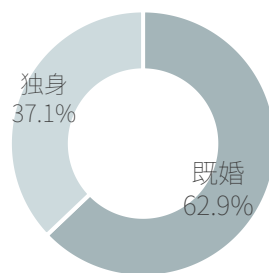
有職率
73.0%

既婚率
62.9%

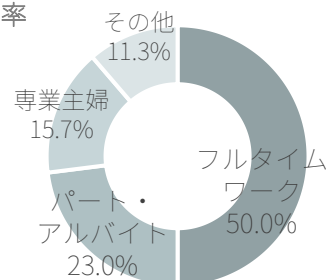
年齢構成



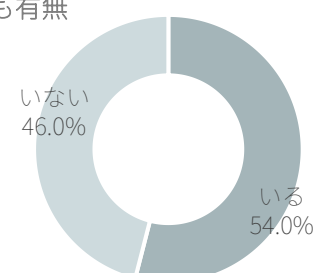
未婚率



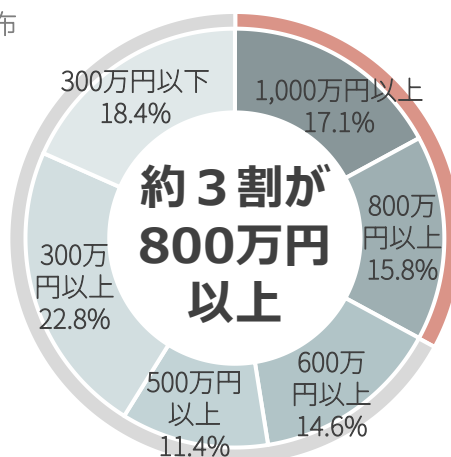
有職率



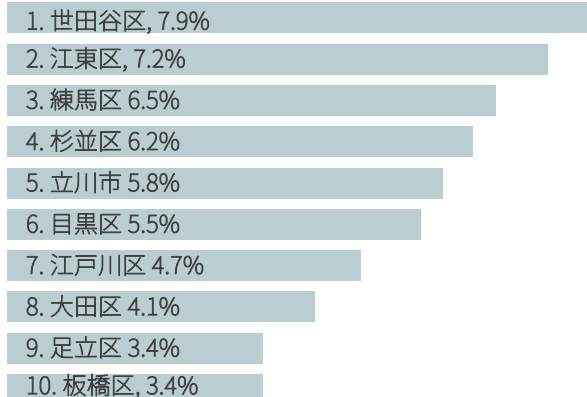
子ども有無



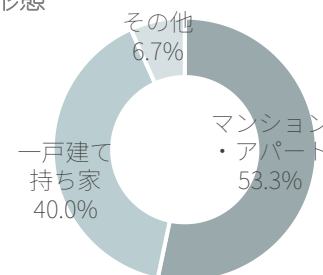
世帯年収分布



世帯年収分布



居住形態



※世帯データ出展：リビングネットワーク読者調査2022年 有効回答数：162件

※その他データ出展：2021年9月「リビング新聞創刊50周年記念×主婦休みの日企画 特性ホテルケーキプレゼント募集」東京リビング応募：320件

Copyright SANKEILIVING SHIMBUN, Inc All rights reserved.

[発行部数] 197,319 部 (2026年4月～)

■ 産経新聞折込配布 116,299 部

▶ 23区——

千代田区	1,315部	目黒区	983部	板橋区	4,737部
中央区	7,740部	大田区	5,589部	練馬区	5,156部
港区	3,264部	世田谷区	7,247部	足立区	9,215部
新宿区	2,819部	渋谷区	1,487部	葛飾区	4,780部
文京区	2,245部	中野区	2,560部	江戸川区	7,242部
台東区	1,536部	杉並区	3,384部		
墨田区	4,165部	豊島区	1,858部		
江東区	3,517部	北区	2,777部		
品川区	4,561部	荒川区	2,899部		

▶ 多摩地区——

八王子市	2,919部	小金井市	55部	東久留米市	953部
立川市	1,222部	小平市	2,129部	武蔵村山市	130部
武蔵野市	1,292部	日野市	851部	多摩市	1,105部
三鷹市	1,219部	東村山市	1,212部	稲城市	452部
青梅市	431部	国分寺市	408部	羽村市	343部
府中市	2,082部	国立市	601部	あきる野市	437部
昭島市	357部	福生市	211部	西東京市	2,021部
調布市	1,646部	狛江市	560部	西多摩郡	109部
町田市	2,051部	東大和市	267部		

■ ポスティング配布 80,600部

▶ 世田谷区——48,850部

– 給田1～4、上祖師谷1～4・6・7、南烏山3～6、北烏山9、南烏山1、粕谷1～2、上祖師谷5、南烏山2、粕谷3～4、成城4～9、千歳台1～9、祖師谷1～6、桜上水1～5、上北沢1・3～5、船橋1～7、八幡山1～3、宮坂1～3、経堂1～3、松原2～6、赤堤1～5、豪徳寺1～2、若林3～5、梅丘1～3、桜1～3、世田谷1～4、駒沢2～3、弦巻1～5、桜新町1～2、上馬4～5、新町2～3、野沢1、深沢5、下馬3、上馬1～2、駒沢4、新町1、深沢6～8、中町1～5、玉川1～4、上野毛1～4、瀬田1～4、用賀1、玉堤1～2、尾山台2～3、野毛1～3、等々力1～5・8

▶ 中野区——14,250部

– 丸山1～2、鷺宮1～3、若宮1～3、大和町1～4、野方1～6、江古田4、松が丘1～2、沼袋1～4、新井1～5、上高田1～5、中野2～6、東中野3、中野1、東中野2

▶ 練馬区——14,750部

– 早宮1～4、氷川台3～4、平和台3～4、桜台1～6、豊玉上2、練馬1～4、中村1～3、中村南1～3、豊玉中2～4、豊玉南1～3、豊玉北3～6、中村北1～4

▶ 新宿区——2,750部

– 上落合3、西落合1～4、中井1、中落合3～4

■ 設置・その他 420部

▶ 世田谷区

– 世田谷区産業振興公社 三軒茶屋観光案内所
– 烏山駅前通り商店街振興組合（えるもーる烏山）
– コミュニティカフェななつのこ
– 経堂コルティ

▶ 目黒区

– 自由が丘商店街振興組合
– 自由が丘ひかり街共同組合

▶ 品川区

– 目黒外科

▶ 中野区

– 中野区商店街連合会
– 野方商店街振興組合
– 薬師あいロード商店街振興組合
– クロシェットカフェ
– 中野南口駅前商店街

▶ 練馬区

– 練馬区展望レストラン
– ねりま観光センター



ペイドパブリシティ（記事型広告）①

当社編集部が読者の立場に立って取材し原稿を作成、東京リビングから読者に対しての情報として発信する広告手法。広告主が伝えたい広告情報を地域の生活情報に加工することで、より「わかりやすく」「説得力のある」アプローチが可能となります。

※ 表現方法やレイアウトなどについては、弊社の内規に従って作成します

※ 業種・業態によってはこの手法で掲載できない場合があります



ディスプレイ広告（純広告）②

広告主が制作した原稿を媒体の広告枠に掲載する形式の広告です。編集部が取材・制作する記事広告とは異なり、デザインや表現を自由に設計できる点が特徴。

※ 制作費は別途



スポット広告 ③

小さなスペースで訴求する広告。読利率の高いサロン面での展開となります。継続しての広告展開が効果的です。

①

不安定な時代だからこそ始めたい資産形成
セミナー
https://www.money-seminar.jp

開催日時	会場
10/10(日) 13:00~15:00	東京リビングセミナー（港区）
10/10(日) 18:00~20:00	「東京リビング」12F（港区）
10/10(日) 13:00~15:00	西武池袋線（池袋駅）
10/10(日) 18:00~20:00	東京駅有明ホール（有明）
10/10(日) 13:00~15:00	ホテルニューオーグスタ（有明）
10/10(日) 18:00~20:00	有明コロシアム（有明）

参加費 15,000円（税込）
お申し込みは、東京リビング12Fまたは各会場にてお申し込みください。
お申し込みは、東京リビング12Fまたは各会場にてお申し込みください。
お申し込みは、東京リビング12Fまたは各会場にてお申し込みください。

Glive
https://www.money-seminar.jp
0120-337-1394

「ゼスプリブルーレッドキウイ」
6個セットを2人にプレゼント
https://www.zespri-japan.com/

「ゼスプリブルーレッドキウイ」は、ニュージーランド産のキウイフルーツです。果肉は赤く、甘みと酸味のバランスが絶妙です。健康志向の消費者に人気です。

販売店：00678-234-5
03-5283-8250
03-5283-7514

SUUMO スモカフター
0120-991-096

「SUUMO」は、不動産の売買・賃貸の仲介サービスを提供しています。お客様のニーズに合わせた最適な提案を行います。

③

東京リビング LIVING
反社会的な、わが子の成績...
子育てのモヤモヤは尽きません

千春皮膚科クリニック 広尾院
03-3447-1177

②

[料金]

※消費税別 (単位：円)

種類	面・場所	単位	料金
ディスプレイ	中面	1 段	120,000円
		1 頁	1,200,000円
	終面	3 段1/3	130,000円
スポット広告	終面題字横	天地1段	50,000円

種類	面・場所	単位	料金
ペイドパブリシティ	中面	1 段	160,000円
		1 頁	1,600,000円
	終面	3 段1/3	170,000円

[広告サイズ]

■ ディスプレイ広告、スポット広告のサイズ

	1段	2段	3段	4段	5段	6段	7段
タテ	27mm	56mm	85mm	114mm	143mm	172mm	201mm
	8段	9段	10段	11段	12段	13段	
	230mm	259mm	288mm	317mm	346mm	375mm	
	1/4段	1/2段	全段	完全見開き			
ヨコ	60mm	124mm	250mm	516mm			

■ スポット広告 (特殊サイズ)

- 1面コラム下広告 : タテ85mm×ヨコ51mm
- 終面題字横 : タテ27mm×ヨコ70mm
- 終面定型ディスプレイ : タテ76mm×ヨコ74mm ※ヨコ2枠使い(ヨコ158mm)やヨコ3枠(ヨコ250mm)使いも可能

【 広告掲載基本スケジュール 】

月	火	水	木	金	土	日
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20 ●	21 ▲	22	23
24	25	26	27	28	29	30

- 申込締切・最終素材入れ（前々週の金曜日16時）
- ペイドパブリシティ校了、ディスプレイ広告最終入稿（前週の水曜日正午）
- リビングチラシ申込締切（前週の木曜日正午）
- ▲ リビングチラシ搬入締切（前週の金曜日正午）
- 配布日
- 発行付日

※ 工程途中に、祝祭日がある場合は、締切が繰り上がります

※ 全4段以上、及び読者登場型ペイドパブリシティの場合は、特別スケジュール（前倒し）となりますので、申込締切前にご相談ください

※ 産経新聞の折込配布（木曜）に加えて8万部を増部し、世田谷区・新宿区・中野区・練馬区一部地域で、水、木、金曜に独自ポスティング配布を行います

【 2026年度上期工程表 】

※ エリアごとに発行日・配布曜日・配布日数が異なります。各エリアの配布スケジュールご確認ください

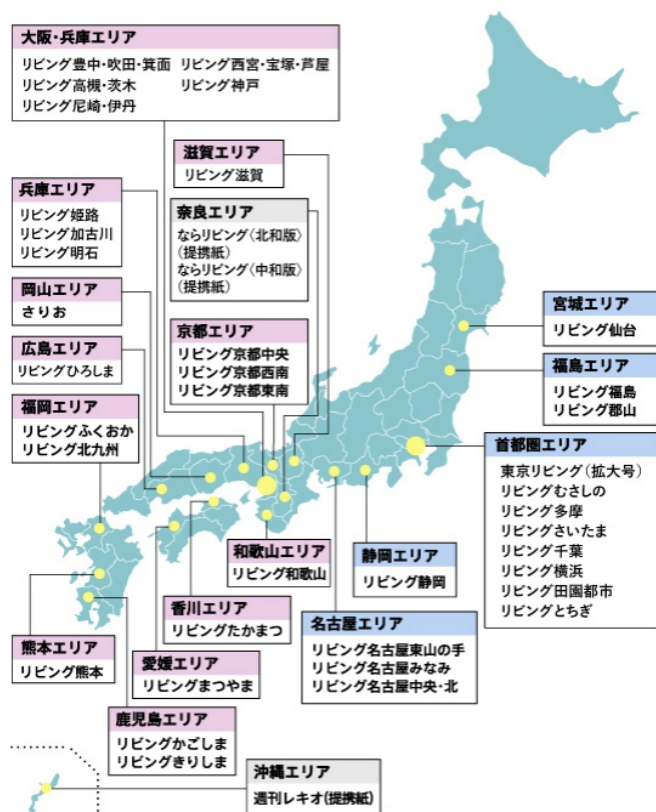
※ 通常工程より繰り上がっている工程は赤字・黄色地で記載しています

発行号（配布日）	申込締切 最終素材入れ	ペイドパブ 校了日	ディスプレイ 入稿締切
4/24号 (4/22-4/26)	4月10日 (金)	4月14日 (火)	4月15日 (水)
5/22号 (5/20-5/22)	5月8日 (金)		5月12日 (火)
6/26号 (6/24-6/28)	6月12日 (金)	6月16日 (火)	6月17日 (水)

発行号（配布日）	申込締切 最終素材入れ	ペイドパブ 校了日	ディスプレイ 入稿締切
7/24号 (7/22-7/26)	7月8日 (水)	7月10日 (金)	7月13日 (月)
8/28号 (8/26-8/30)	8月10日 (月)	8月17日 (月)	8月18日 (火)
9/30号 (9/30-10/4)	9月11日 (金)	9月15日 (火)	9月16日 (水)

「リビング新聞」は全国主要都市37エリア 487万部発行の地元で愛される地域情報紙

1971年「リビング新聞」は日本で最初の本格的フリーペーパーとして創刊。女性（家庭）にターゲットを絞り、その地域での日々の暮らしに役立つ生活情報を届けるため、さまざまな企業の情報を読みやすい生活情報に編集してお届けしています。各エリアに編集部をおき、地元ならではの情報を発信できることが強みです。



- 首都圏7エリア **769,579** 部
- 大阪・兵庫5エリア **747,250** 部
- 東日本・中部ネットワーク8エリア **704,503** 部
- 西日本ネットワーク18エリア **2,656,421** 部
- 提携紙2エリア **378,100** 部

※部数は2026年4月～

<ペイドパブリシティ（記事体広告）の基本条件>

- ・東京リビングのトーン＆マナーに合わせて制作します。
- ・記事内にはロゴ（社ロゴ、商品ロゴなど）掲載しません。
- ・ホームページアドレスは「https://」から表記します。
- ・スタジオや遠方での撮影および再撮影が必要な場合は、別途経費がかかります。
- ・タイアップでモデルや著名人を起用する場合は、別途経費がかかります。
- ・PR表記はお問い合わせ先と社名が必須になります。
- ・事前審査が必須となります。広告審査はサンケイリビング新聞社の基準に準じます。

<ディスプレイ（純広告）入稿方法>

- ・印刷はすべて4色オフセット印刷、解像度2,400dpi、線数175線となります。
- ・広告データはPDF（PDF/x1-a 2001準拠：PSバージョン1.3）での入稿とし、仕様書と原寸大の広告データ出力見本（低解像度のPDFやJPEGデータなど）を添付の上、入稿してください。仕様書は、申込時に担当者よりお送りします。
- ・媒体の体裁上、切れてはいけない写真、社名、マーク、イラストなどは仕上がり寸法から10ミリ以上内側に収めてください。
- ・リビング新聞の印刷再現性について…エリアにより乾燥機（ドライヤー）の無い新聞輪転機によるものであったり、白色度があまり高くなく薄い新聞用紙であったりするため、印刷再現には限界やエリアによるバラつきがあることをご了承ください。
- ・校正は1回とさせていただきます。ご不明点は弊社広告営業担当までお問い合わせください。
- ・事前審査が必須となります。広告審査は産経新聞社の基準に準じます。

<締め切り>

- ・ディスプレイ（純広告）の申込締め切りは発行日から40日前、入稿締め切りは発行日から1カ月前になります。
- ・原則としてペイドパブリシティ（記事体広告）の申込締め切りは発行日から2カ月前になります。

※年末年始、GW、お盆などの時期は特別進行となります。スケジュールについてはお問い合わせください。

<注意事項>

- ・事前審査が必須となります。さらに不動産、健康食品、健康器具、通信販売、エステ、美容院、病院などの広告は、お申し込み時に原稿内容を確認させていただく場合があります（サンケイリビング新聞社広告掲載基準により）。
- ・業種によっては表4など特殊面に掲出できないものがございます。詳細は担当者までご確認ください。
- ・特定面（表2、表3、表4、目次対向など）以外の掲載お申し込みについては、掲載場所のご指定はお受けできません。
- ・特殊な企画広告（規定以外広告）ご希望の場合は、弊社広告営業担当までお問い合わせください。
- ・掲載広告の内容については出稿者が全責任を持ち、著作権の侵害・名誉毀損など、私・法人間の権利問題については、弊社は一切責任をおいしません。
- ・広告原稿の内容や体裁が不適切と思われるものに関しては掲載をお断りすることや掲載号の変更をすることがあります。
- ・純広告原稿などの修正やリサイズなどについては、一切お受けできません。あらかじめ、内容をお確かめの上、ご入稿をお願いします。
- ・ディスプレイ（純広告）およびペイドパブリシティ（記事体広告）申込締め切り日以降の掲載の中止、延期はできません。なんらかの事情により中止する場合は、別途キャンセル料が発生します。事前にご了承ください。
- ・臨時増刷号、ブック・イン・ブック、サンプリングなど、各種企画の詳細や料金等については弊社広告営業担当または、サンケイリビング新聞社の問い合わせメールまでご連絡ください。

信頼性の高いフリーペーパー「東京リビング」と一緒に各家庭にチラシをお届けします。

高い信頼度

長年発行しているフリーペーパー「東京リビング」と同配されるので、チラシに対する信頼度が高い

一般家庭にお届け

一般家庭にお届け、ファミリー世帯の女性にリーチ。単身者向け住宅やオフィスへは配布していません

新聞未購読世帯にもリーチ

配布スタッフが1軒1軒お届けするフリーペーパーと同配。新聞購読世帯・未購読世帯ともにリーチ可能

リビングチラシ料金

種別 サイズ	折込部数	普通					厚紙			ハガキ
		A5・B5	A4・B4	A3・B3	A2・B2	A1・B1	A5・B5	A4・B4	A3・B3	
東京	80,600	3.3	3.5	5.0	8.5	13.0	4.0	4.6	6.3	4.0

- ※ 納品は、「エリア名・実施号・チラシ銘柄・納品部数」を必ず記載し、エリアごとに納品ください。
- ※ 複数回分の一括搬入はお受けできません。一週実施分毎に納品ください。
- ※ 各搬入先の注意事項は厳守ください。守っていただけない場合は、納品受けや折込実施ができない場合がありますのでご注意ください。
- ※ 上記のスケジュールは、全て締切日です。チラシの搬入は、出来るだけ締め切り日の2～3日前に納品をお願いします。5万部以上のチラシは、搬入締切が1日前倒しになります。締切厳守のご協力をお願いします。
- ※ 大地震、台風や集中豪雨による水害、土砂崩れ、豪雪、感染症、大規模停電等により折込不可能もしくは遅延する場合があります。
- ※ チラシ納品後のキャンセルは原則、対応できません。
- ※ 東京・むさしの・多摩・千葉のチラシは「同配」（リビング新聞に重ねて折って配布）となります。A4より大きいサイズは、A4サイズ以内に折って納品ください。（A4までは折らずに対応可能）

▶ リビングチラシに関する詳細（スケジュール・部数表・納品先など）は下記からご確認ください

<https://ad.sankeiliving.co.jp/media/living/flyer/>

東京リビングでは、紙面掲載に加え、Webや会員向けメールなど多様なプロモーションが可能です。

【公式Webサイト】

リビング東京Web

<https://mrs.living.jp/tokyo>

レスポンスメディアとして実績のある「リビング新聞」から派生したWebサイトは、セミナーやイベント集客、モニター・資料請求獲得など、実際に「読者を動かす」プロモーションが得意。運用広告やLP・動画制作などのニーズにも対応し、包括的なマーケティングソリューションを提供します。

● 月間PV

● 月間UU

● 地域メール配信数

1,418,000

760,000

42,200通



Webタイアップ広告メニュー

サンケイリビング新聞社が長年培ったペイドパブリシティのノウハウにより、商品やサービスをユーザー目線でわかりやすく伝え、認知拡大・理解促進に効果を発揮します。※ PC／SP 両対応

広告メニュー	料金	想定PV	備考
レギュラータイアップ 掲出期間 4週間	200,000円	1,000 -2,000	〈取材・撮影タイプ〉オリジナルタイアップ記事 【申込締切】 掲載開始の30営業日前
テンプレートタイアップ 掲出期間 2週間	100,000円	500 -1,000	〈素材入稿タイプ〉テンプレートデザイン 【申込・入稿締切】 掲載開始の15営業日前
本紙(誌)連動タイアップ 掲出期間 2週間 ※本紙の出稿が必須	50,000円	500 -1,000	〈紙面流用タイプ〉テンプレートデザイン 【申込締切】 掲載 開始の15営業日前

メールマガジン（HTML）

東京エリアに居住している会員に向けて配信されるメールマガジン内で広告展開可能。

料金		配信可能数	想定CTR		配信日時
ヘッダー	記事中		ヘッダー	記事中	
30,000円	20,000円	42,200通	0.1-0.3%	0.1-0.2%	金曜日14時

ターゲティングメール

会員の属性を絞り込んで配信する1社独占のターゲティングメール。ターゲットユーザーに対して効率よく高いレスポンスが期待できます。

単価	最低配信数	配信曜日／時間	絞り込める項目
10円	5,000通	平日：10時頃	①性別 ②結婚の有無 ③年齢 ④住所（都道府県）

リビングファンは、リビング新聞読者を中心とした「顔が見える」「属性がわかる」全国約7,000名の女性（生活者）組織。日々の暮らしをよりよくしたい、そのために地域情報や生活情報にアンテナを張り、取り入れ、よいと思ったものは友人や家族にシェア。“自分の意見”をきちんと“自分の言葉”で発言できる、「暮らし巧者」の女性たちです。

【 リビングファンとは 】

01

アクティブ・リアル会員

「リビングファン」とは、リビング新聞愛読者からスタートした約7,000名の女性（素の生活者）を中心としたファン組織。自身のこと、家族のことを含め約30項目の属性情報を登録。商品を試用体験し、自らがモデルとなってメディアに登場。夫やお子さんなど家族での出演やアンケートにも協力的な会員です。

02

信頼の共有者

自宅訪問での取材や、日常の食卓、冷蔵庫の中身などパーソナルな部分も共有してくれる信頼性がある関係。さらに、フリーコメントの量（回答文字数）・質（気づきを与えてくれるワードなど）の高さに定評で、平均80%以上のモニター回答率と参加率。リアルな「声」をしっかりと伝えてくれる会員が数多く存在します。

03

幅広い年齢層にアプローチ

30代～70代まで広くカバー。特に40代～50代のミドル層、60代～70代のアクティブシニア層まで幅広くアプローチが可能です。

04

徹底した会員管理

活動領域ごとに独自の評価項目を設け、個人評価や活動履歴を専用データベースに蓄積しています。これにより、優良会員とそうでない会員を見える化し、適切な会員を優先的にアサインできる体制を整えています。

健康商材メーカー 骨盤ベルト100人モニター調査と販促活用

■ 課題

新商品「骨盤ベルト」の発売に先駆けて、着用モニターを実施。流通交渉および販売促進用に活用できるデータを得たい

■ サンケイリビング新聞社のソリューション

- 35歳～59歳の女性、かつ「腰・骨盤に悩みを持つ層」を、会員組織からピンポイントで抽出
- 「3日以上継続使用」および「日中3時間以上の装着」という、実生活に踏み込んだ高いハードル設定のモニタープログラムを実施

スクリーニング調査

- 希望に沿った対象者選定

商品送付・試用

- 1日3時間以上、3日間商品を着用

Webアンケート

- アンケートに回答 & 着用写真送付

報告

- 集計後、GT表 & ローデータを納品

広告主コメント

想像よりも良い反応が多く、また嬉しいフリーコメントもいただけて有難く、改善点に関するコメントも大変勉強になります。商品企画・開発担当者にも共有すると共に、販促物等で有効に活用させていただきたいと思えます。カタログ・店頭販促物（主にドラッグストア店頭に掲示）・商品ウェブサイトでの活用を想定しております。

✓ 高い満足度と商品効能の裏付け

装着時、94.2%が「腰がラクになる」、90.4%が「姿勢が良くなった」と回答。製品の実力値を高い精度で可視化。

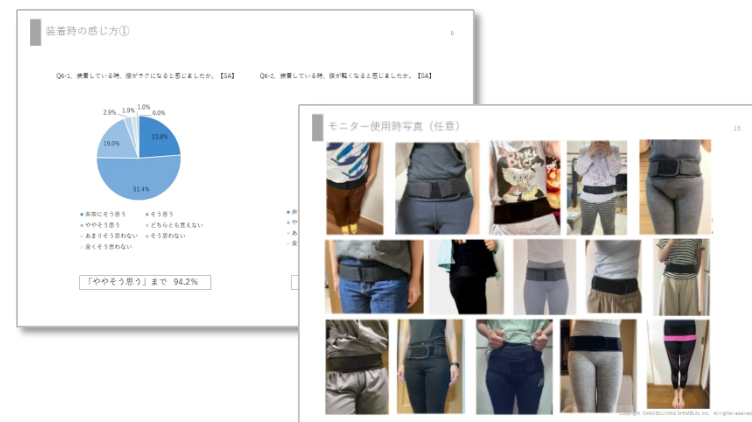
✓ 「ファン化」と「推奨意向」の醸成

82.9%が「知人や友人に勧めたい」と回答。モニター体験を通じ、単なる調査対象を超えた「ブランドの伝道師（インフルエンサー）」へと育成。

✓ 販促・改善に直結する良質なフィードバック

- 実際の日常生活（散歩、家事、仕事、旅行等）での着用シーンを、モニター自身の撮影によるリアルな写真で多数収集。
- 「マジックテープのズレやすさ」や「サイズ感・通気性」など、次期商品開発につながる改善点を抽出。

▼ 報告書見本



問い合わせ・申込はこちら

サンケイリビング新聞社

メディアビジネス部

〒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)

E-mail: eigyo-sales@sankeiliving.co.jp