



シティリビング ～共働き編～ 2023年12月・2024年3月 企画書



発行事例

■電子版

2022年3月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20220311/index_h5.html#1

2022年6月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20220610/index_h5.html#1

2022年9月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20220909/index_h5.html#1

2022年12月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20221209/index_h5.html#1

2023年3月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20230310/index_h5.html#1

2023年6月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20230609/index_h5.html#1

2023年9月

https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20230908/index_h5.html#1





共働き世帯の消費行動を起こさせるには・・・ シティリビングでは『共感』と『取り入れやすさ』

同僚や友人とは話題にしにくいこと、リアルな生活事情などをシティリビングは発信し、読者に共感（比較）してもらうことで共働き世帯を応援します。



頑張りたい！楽しく過ごしたい！けれど…

- Instagramなどをみていると完璧に家事をこなしている方が多くみえて疲れてしまう（29歳）
- お金の管理やケンカについてなど、なかなか人に聞けるものでもないし、「平均」「普通」がよくわからない（43歳）
- 共働き夫婦となって半年が経ち、他の共働き夫婦はどうやって仕事と家事を両立しているのか、ヒントや工夫、また同じような苦勞を知りたい！と思っていました。（29歳）

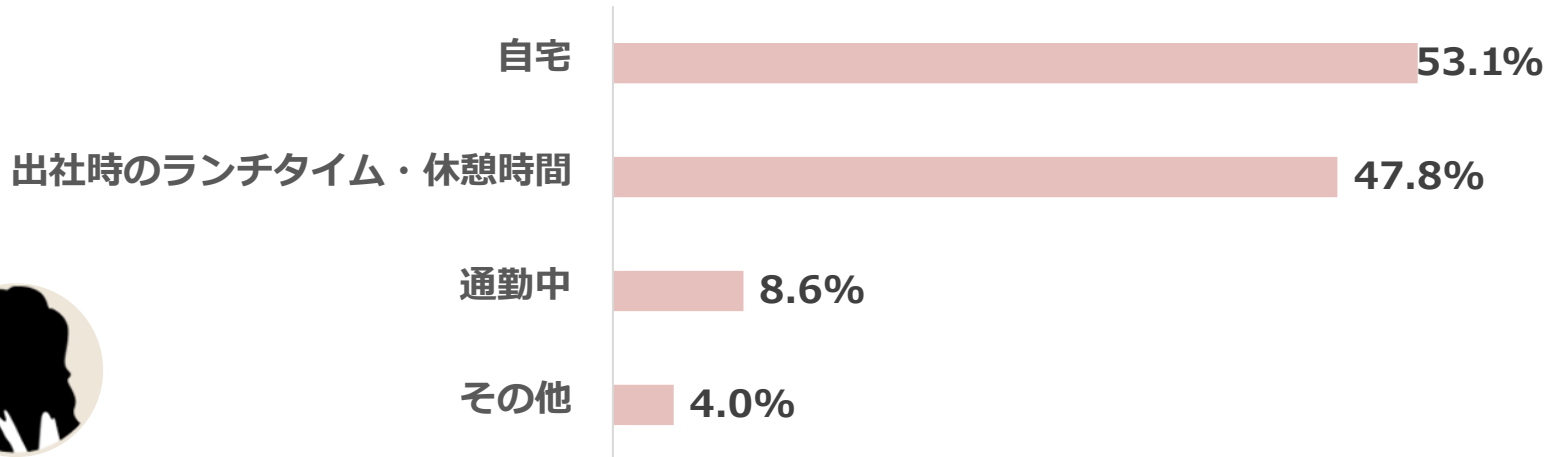
共感や比較から安心を得て
良いものを取り入れたい

- 家事に割く労力や時間はなるべく減らしたいので、おすすめアイテムの情報はとても為になりました。また他の共働き夫婦エピソードなどとても共感できる部分も多く嬉しかったです。（27歳）
- 「分かる分かる」という気持ちになる内容ばかりでした。共働きだと生活が疎かになりそうなきときもありますが、そこを補ってくれる家電やサービスをもっと知りたいです。記事にあった、冷凍して味付けするレシピは本当に参考になりました。ソフト冷凍もとても魅力的でした。まだまだ共働きライフを向上できるのだと気づき、嬉しい気持ちです。これからも頑張れそうだと感じられる、素敵な記事でした。ありがとうございます。（32歳）



出社時に読み、続きを自宅で！ パートナーに見せている人も

▼ いつ読んだ？（MA）



読み応えたっぷりで、お昼休みだけでは読みきれず持ち帰ってきました。おでかけ情報は夏休みに向けて参考になったので旦那とも検討したいです。（東京／39歳／子供あり）

テーマが統一されていて新鮮でした。自宅に帰ると家事や育児に追われてゆっくりなにかを調べたり見たりする時間がないので会社で見られるのは嬉しい。セカンド冷凍庫が印象に残った。夫と購入を相談してみます。（東京／32歳／子供なし）

子どもと遊べる企画で気になるものがたくさん載っていたので、家に持って帰って家族とも読んだ。実際行くことになった。（東京／37歳）

今年結婚して共働き中で、別居婚をしていましたが夏ごろから同居になるためこういった話をちょうどしているところでした。家計管理方法について無知だった私が少しずつ勉強していました。今回の記事を読んですごくためになったし、旦那さんともシティリビングを一緒にみて今後もお金について話し合っていきたいと思います。（東京／32歳／子供なし）

今回の記事はとても興味深いものでした。社内でも男女問わず、この記事に基づいて会話をしている従業員を多くみかけました。自宅でも家族とこの記事についていろいろ話しました。（東京／33歳）



発行後の読者からの声（抜粋）

●20代

共働きというタイトルにビビッと来ました。すべてのページをじっくり読みました。共働きの両立の大変さやケンカなど読者の方のエピソードがあるあるで**共感**出来ました。食べ物も時短商品など紹介されていて、**ストックポークはスーパーに買いに行こう**と思います。まだ私たちは結婚して一年、将来的には子供がたくさんいて働くママになることが目標です。まだ**同世代では子育てしている人が少ない為、シティリビングを見るのが楽しいです。**

●20代

他の共働きの方なリアルな話や、共働きに役に立つ情報が詰まっていて最高。職場では未婚の女性もいるので、**なかなか話づらいこともあるから、助かる。**このまま続けてほしい。

●20代

2月に結婚し、共働き夫婦として生活を共にはじめたのですが、家事に割く労力や時間はなるべく減らしたいので、おすすめアイテムの情報はとても為になりました。また他の共働き夫婦エピソードなど**とても共感**できる部分も多く嬉しかった。

●30代

ちょうど結婚式を挙げたばかりで、**今後出産やマイホーム購入についての情報を知りたい**と思っており、大変参考になりました。**お金のことはなかなか友人等に聞きづらいので、こういった記事で皆様の本音や実態を知ることができてとてもありがたかったです。**夫婦の将来について考える良いきっかけになりました。

●30代

十分すぎるほどの情報でした。**これが無料で読めるなんて嬉しい！**お金については知りたいけど本を買っても読まないだろうな・・・とかネットだと見にくいし何が正しい情報なのかわからないなと思っていたところなのでとても参考になりました。他のみなさんの様子がわかるのも嬉しいです。**子供を遊びに連れて行く場所はいつもマンネリ化してしまい、この週末どうしようと思っていたらあっという間に週末になってしまうという忙しい日々でなかなか調べたりできない**ため、おでかけスポットも助かりました！これからも楽しみにしています

CITYLIVING

～共働き編～

発行概要



紙面

▶12月発行

東京版 2023年 12月8日号（7-8日配布）

大阪版 2023年 12月22日号（20-22日配布）

▶3月発行

東京版、大阪版 2024年3月8日号（6-8日配布）

▶配布エリア

東京版 : 東京23区他 約5,300オフィス 約13万部

大阪・神戸版 : 大阪市内、神戸市内他 約6,400オフィス 約8.3万部

Web

各号配布開始日の水曜～4週間 ※アーカイブあり

シティリビングWeb東京版、大阪版

シティリビングWebサイトスペック 月間300万PV／120万UU

読者ターゲット

共働きの男女 30～40代中心

※詳細は後半ページ参照

※配布オフィス、形態は通常のシティリビング東京版、大阪・神戸版と同様です

※大阪・神戸版は表紙から共働き編、表4からは通常のシティリビングとして両A面で発行

※新媒体ではなく、上記の号を企画号として発行します





Point 1

オフィス内で読まれるメディア

働く女性に寄り添い共に歩んできたシティリビングは、配布先企業の許可を得て毎号オフィスに配布。オフィスでのコミュニケーションツールとして働く女性に話題を提供し、支持され続けているフリーメディアです。家庭内では時間がない共働き女性のすきま時間である出社時の休憩時間、お昼休みにアプローチします。

Point 2

▶12月特集テーマ

互いに考える！産休・育休とその先

共働きの産休・育休は、本人と家族だけでなく職場との関係も重要。それぞれの立場から見える「ほかの人はどうしてる？」という悩み・不安・気になることを共有。ポジティブな働き方を目指すためのきっかけとなる紙面を目指す。

▶3月特集テーマ

家族の資本は健康！睡眠に注目

※詳細は追って

Point 3

約600人の共働きメンバーズ

共働きメンバーズ約600人を組織化。彼女たちが何に困っていてどんな情報がほしいのかなど吸い上げることができるほか、サンプリングやモニターなどプロモーションの活用も可能です。女性のみならず、男性側へのプロモーションも相談ください



CITYLIVING

～共働き編～

広告メニュー①



紙面掲載

- ▶ 編集コラムタイアップ広告
- ▶ フリー広告
- ▶ INFO枠





編集コラムタイアップ広告

編集コラムタイアップ広告では、誘導記事として広告の上段に関連する編集コラムを掲載。編集コラムで読み物としてスムーズに読者の興味喚起を図りながら、抵抗感なく下段の広告へ誘導します。

また、すべての広告記事はシティリビングWeb内に設置する共働き編の特設Webページに記事転載します。

▼ 紙面イメージ



編集コラムテーマと広告業種（想定）

- ▶ 帰宅後の過ごし方調査（下段広告想定：生協、宅配サービスなど）
サポートメンバーの中から帰宅後の効率のよい過ごし方をしている人を紹介
- ▶ お掃除コラム（下段広告想定：お掃除関連商品、家電、家事代行サービスなど）
お掃除アドバイザーによるアドバイス、サポートメンバーの掃除の頻度発表 など
- ▶ 子育てコラム（下段広告想定：ヘアケア商品、ボディケア商品など）
保育士等による子どもが喜ぶお風呂のコツ など
- ▶ マネーコラム（下段広告想定：保険代理店ほか金融機関など）
サポートメンバーの家計簿診断/FPによる共働き世帯の保険の見直しアドバイス など
- ▶ マイホーム購入コラム（下段広告想定：住宅関連）
マイホーム購入までのステップを専門家がアドバイス/今注目したいエリア など

料金（税別）

※編集コラムおよびペイドパブリシティはWebタイアップ転載付き

	1/2頁 ペイドパブリシティ	1/2頁 ディスプレイ
東京版	1,120,000円	1,000,000円
大阪・神戸版	820,000円	700,000円
東京版／大阪・神戸版セット	1,760,000円	1,640,000円

※編集コラムはご相談の上決定
※上段の編集コラムには協賛社様の情報を入れることはできません
※広告スペースは1/2頁のみです
※ディスプレイ広告は完全データにて入稿ください
※ペイドパブリシティ部分は制作費込（撮影は別途費用頂戴します）

申込締切 掲載7週間前の金曜日



フリー広告枠

CITYLIVING～共働き編～では、広告スペースは1頁もしくは1/2頁の2パターンのみの展開となります。
これにより一層読みやすく、普段のシティリビングとは異なる特別感を演出して読者の高揚感を高めます。
また、すべてのペイドパブリシティ記事はシティリビングWeb内に設置する共働き編の特設Webページに記事転載します。※ディスプレイ広告のWeb転載はありません

広告スペース・料金

		1 頁	1/2頁
東京版	ペイドパブリシティ	1,600,000円 (正価料金2,200,000円)	820,000円 (正価料金1,120,000円)
	ディスプレイ	1,400,000円 (正価料金2,000,000円)	700,000円 (正価料金1,000,000円)
大阪・神戸版	ペイドパブリシティ	1,180,000円 (正価料金1,600,000円)	610,000円 (正価料金820,000円)
	ディスプレイ	980,000円 (正価料金1,400,000円)	490,000円 (正価料金700,000円)
東京版 大阪・神戸版 セット	ペイドパブリシティ	2,475,000円 (正価料金3,450,000円)	1,268,000円 (正価料金1,760,000円)
	ディスプレイ	2,275,000円 (正価料金3,250,000円)	1,148,000円 (正価料金1,640,000円)

※掲載面の指定はできません

※上記料金はすべて税別です

※ペイドパブリシティは制作費込み。撮影費別途。

※ディスプレイ広告は完全データにて入稿ください

申込締切 掲載7週間前の金曜日



INFO枠

編集記事体裁で共働き家庭に役立つ最新の商品・サービスを紹介するInfo記事に広告掲載が可能です。仕事を終えて帰宅しても家事・育児と忙しい共働きの女性にアピールしたい貴社の商品・サービスを、編集部からのオススメとして紹介。広告色が少なく、読者も最新情報として取り入れやすい広告枠です。当記事も、Info記事としてシティリビングWeb内に設置する共働き編の特設Webページに記事転載します。

1 枠サイズ

原稿サイズ：天地6.5cm×左右10cm ※文字際でのサイズになります

文字数 165文字 ※データ欄のボリュームにより変動します

写真 1点

料金（税別） ※Webタイアップ転載付き

	1枠 (1/8頁程度)	2枠使い (1/4頁程度)
東京版	100,000円	200,000円
大阪・神戸版	80,000円	160,000円
東京版／大阪・神戸版セット	150,000円	300,000円

申込締切 掲載7週間前の金曜日

(TOMOBATARAKI) INFO.

暮らしをより良く、心にとりと楽しさを！ 共働きライフに役立つ情報をお届け。

家族で使えるタスク管理アプリ 子どもの自主性を育む仕組みも



子どもが自分でタスクを管理できる仕組みも。タスクを完了すると、自動的にタスクが完了し、タスクの進捗状況も一目で確認できます。タスクの進捗状況も一目で確認できます。タスクの進捗状況も一目で確認できます。

子どものタスク管理は想像以上に大変。そんな悩みを解決したタスク管理アプリ「Podo」が話題です。子どもが自分でタスクを管理できる仕組みも。タスクを完了すると、自動的にタスクが完了し、タスクの進捗状況も一目で確認できます。タスクの進捗状況も一目で確認できます。タスクの進捗状況も一目で確認できます。

3/19(土)リニューアルオープン トリックアートで大人も童心に！



「想像を掻き立てるアート」がテーマのトリックアートで、大人も童心に！トリックアートで、大人も童心に！トリックアートで、大人も童心に！

「想像を掻き立てるアート」がテーマのトリックアートで、大人も童心に！トリックアートで、大人も童心に！トリックアートで、大人も童心に！トリックアートで、大人も童心に！

家庭のお金の悩みをしっかりと把握 基礎知識を高めるマネーセミナー



基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。

基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。基礎知識を高めるマネーセミナー。

荷物を詰めて送ってもらうサービス 月額275円からの収納サービス



荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。

荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。荷物を詰めて送ってもらうサービス。

1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊 3Dイラストでわかるタスク管理術



1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。

1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。1/4ページで読んでも読んでもこれ一冊。

読後感あり。家庭の大バザールが 4/21(土)3(日)東京・埼玉で開催



読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。

読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。読後感あり。家庭の大バザールが。

マンションでも自分らしい空間を リノベーションという選択



マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。

マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。マンションでも自分らしい空間を。

Web診断で自分に合う方法を 無料で知ろう。アタマのサバスタ



Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。

Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。Web診断で自分に合う方法を。



スケジュール

▶12/8号（東京版）

- ・ 申込締切 10月27日（金）
- ・ ペイドパブリシティ 制作期間 お申込後～11月21日（火）
- ・ 校了・データ入稿日 11月21日（火）

▶12/22号（大阪版）

- ・ 申込締切 11月10日（金）
- ・ ペイドパブリシティ 制作期間 お申込後～12月6日（水）
- ・ 校了・データ入稿日 12月6日（水）

▶3/8号（東京版、大阪版共通）

- ・ 申込締切 1月26日（金）
- ・ ペイドパブリシティ制作期間 お申込後～2月20日（火）
- ・ 校了・データ入稿日 2月20日（火）

※締切前に満稿になる場合がございます

※上記制作期間は目安スケジュールです。内容によっては、前倒し進行が必要なこともございます。



CITYLIVING

～共働き編～

広告メニュー②



プロモーション

- ▶ 商品サンプリング
- ▶ 座談会・Webアンケート

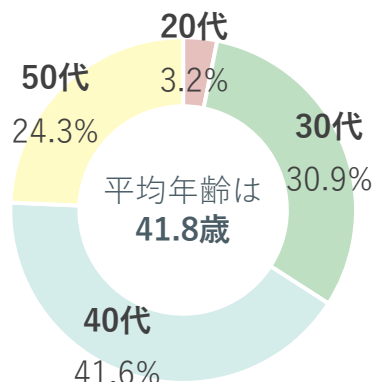




居住エリア

東京	251
関東 (東京以外)	214
関西	177
その他	53

年齢



子どもの年齢

0-3歳 (乳児)	48
4-6歳 (未就学児)	112
7-9歳 (小学生低学年)	114
10-12歳 (小学生高学年)	81
13-15歳 (中学生)	76
16-18歳 (高校生)	88
19歳以上	162

職種

一般事務	164
人事・総務・財務	171
営業	60
企画・広告・宣伝	58
医療・介護関連	35
秘書	23
接客	27
その他	157

共働き メンバーズ について

Profile

メンバー数：695人
ぞくぞく増加中

登録項目

年齢				性別	女性のみ			
居住都道府県				未婚	既婚者のみ			
市区・郡町村				子どもの年齢				
勤務都道府県				夫の年齢				
働き方	正社員	契約社員・嘱託社員	派遣社員	パート・アルバイト	自営業・自由業			
役職	経営層・役員クラス	部長クラス	課長クラス	係長・主任クラス	一般社員クラス	専門職・特別職	その他	
業種	製造	エネルギー	流通・小売	運輸	建設	不動産	商社	金融
	通信	マスコミ	医療	教育	娯楽	サービス	官公庁	その他
職種	営業	企画・広告・宣伝	広報IR	人事・教育・労務	総務・庶務	財務・経理	秘書	受付
	有資格事務	その他一般事務	接客・販売	コールセンター	IT関連・エンジニア	編集・制作	デザイナー	生産製造・品質管理
	研究・開発	医療関連	介護・福祉関連	建築・土木／警備員	教師・講師・保育士	経営・マネジメント	理容師・美容師	調理師・管理栄養士
	ドライバー・配送	士業	その他					
自宅の種類	持ち家／一戸建て	持ち家／集合住宅	賃貸／一戸建て	賃貸／集合住宅	寮・社宅	その他		
配布人数	5人未満	5～10人未満	10～15人未満	15～20人未満	20人以上			
配布対象	子どもがいる共働き女性		子どもがいない共働き女性		子どもがいる共働き男性		子どもがいない共働き男性	
SNS利用状況	Instagram	Twitter	Facebook	ブログ	YouTube			



商品サンプリング

共働きメンバーズの中で、自宅もしくは職場で商品を受け取り、自身を含め共働きの同僚や友人に手渡しで商品をサンプリングしてくれる人は480人以上。その中で、エリアや年代などをセグメントした対象者に対して商品を送付してリアルな消費者であるメンバーから共働きの身近な同僚・友人へサンプリングを行います。

全国で最大／約14,000人（男女合わせて）へのサンプリングが可能です。

配布可能数	子どもがいる 共働き女性に対して	子どもがいない 共働き女性に対して
5人未満	184	224
10人未満	146	120
15人未満	67	46
それ以上	72	61

セグメント

エリア、年代など
対象者を選定し
配布個数を決定

商品発送

シティリビングから
自宅もしくは
職場に発送

周りに手渡し

会員自身の使用と
周りへ
手渡しサンプリング

アンケート回答

会員が試した
感想、購入意向
などを報告

1 メンバーズ会員を核として、さまざまなコミュニティで商品の使用機会提供を実現

2 ニーズに合わせた最適なターゲットのセグメントが可能

3 サンプリング後にはアンケートによるフィードバック





商品サンプリング／実施料金

▶ × 10サンプリング

属性に合わせた会員の自宅もしくは職場に商品をお届けします。未就学児を持つママや在宅勤務中の働く女性など条件にあわせて確実に効率よくサンプリングすることが可能です。会員を通して家族、職場の同僚、ご近所友人、習い事仲間などに配布するため、信頼感があり、口コミ効果が期待できます。

※配布物、配布個数、その他条件等により自宅着／職場着を組み合わせでご提案します

※会員に対して受け取り可能かどうかの事前調査をかけた上で最終実施個数とともにお見積りします

【実施費用】

(すべて税別)

商品（現品） ・サンプル	1会員（10名分）あたり	
	自宅配送の場合	職場配送の場合
総重量 3kg以内	2,450円	1,250円
総重量 5kg以内	3,100円	1,350円

※チルドサンプリングの場合は、別途費用をお見積りいたします

※1名1商品のサンプリングです。リーフレットは、1点同送可能です

※最小実施規模は100会員です

※印刷物・チラシのみのサンプリングは実施できません

※破損する可能性がある商品は、別途箱制作の費用がかかる場合があります

▶ まるごとサンプリング

現品のみ・
ケース単位

飲料など現品をケース単位で会員の自宅に発送します。アッセンブリ等が不要のため、安価でのサンプリングが可能です。

※配布物、配布個数、その他条件等により自宅着／職場着を組み合わせでご提案します

※会員に対して受け取り可能かどうかの事前調査をかけた上で最終実施個数とともにお見積りします

【実施費用】

(すべて税別)

商品（現品）	1会員あたり	
	自宅配送の場合	職場配送の場合
総重量 3kg以内	2,250円	1,050円
総重量 5kg以内	2,850円	1,100円

※そのまま宅急便にて発送できる形態での納品が必要です

※リーフレットの同配はケースに張り付けられる程度の厚み・枚数のみ相談可

※最小実施規模は100会員

※5kgを超えるものは別途お見積り致します

※上部がビニール上になっているもの、配送に耐えられない薄手のもの（破損の恐れがあるもの）ビニール状の梱包商品は緩衝材や厚手の段ボールで梱包しなおす必要があるため別途作業費、梱包費用を頂戴いたします

▶ 事後アンケート

サンプリング後、会員向けに事後アンケートを実施。8問以内。WEBアンケートにて簡易集計しご報告します。

※回答数の保証はございません。

事後アンケート：200,000円（税別）



座談会・Webアンケート

商品・サービスに対するリアルな消費者の意見収集や新たな商品・サービス開発など、目的に合わせてサポートメンバーをリクルーティングしてパネルを絞り込み、座談会などの定性調査やWebアンケートによる定量調査が可能です。

座談会 (定性調査)



実施フロー

- 1 目的に合わせた条件で
リクルーティング、パネラーを抽出
- 2 5～6名による座談会を実施
※フロー作成、モデレーター手配、発言録作成
※アンケート設問、インタビューフローは相談の上決定
- 3 発言録、報告書作成・ご提出

実施料金

640,000円 (税別) ~

※リクルーティング費、企画・設計、ファシリテート、
発言録・報告書作成を含む
※座談会はオンラインでの実施を想定
※実施内容により料金は変動します

Webアンケート (定量調査)



実施フロー

- 1 目的に合わせた条件で
リクルーティング、パネラーを抽出
- 2 Web上でアンケート実施
※アンケート設問はご相談の上決定
※アンケートフォームは弊社で制作
- 3 アンケートローデータをご提出

実施料金

300,000円 (税別) ~

※Webでの実施／15問まで／200サンプル保証
※実施内容により料金は変動します
※報告書が必要な場合は別途お見積りします



CITYLIVING

～共働き編～

参考資料



参考資料

- ▶ 読者プロフィール
- ▶ 読者の反響データ
- ▶ 広告、プロモーション事例

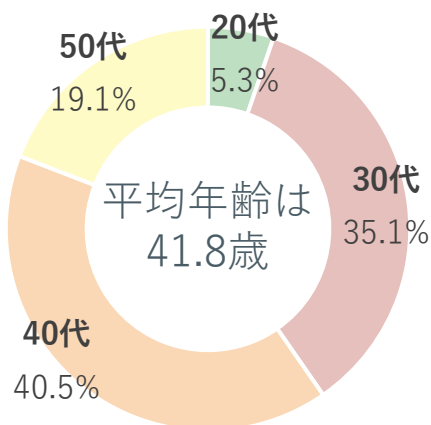


CITYLIVING

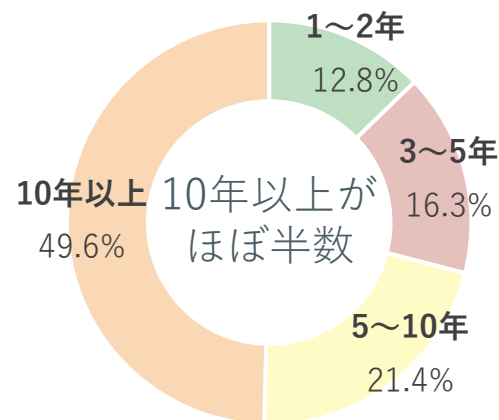
～共働き編～

読者Profile

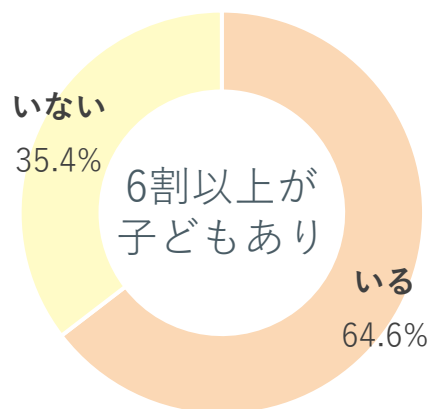
年齢



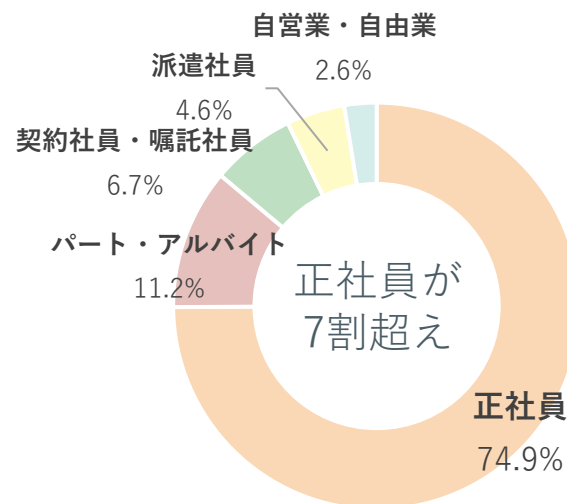
共働き歴



子どもについて



働きかた



● 個人年収……426万円

● 世帯年収……964万円

● 貯蓄額……750万円

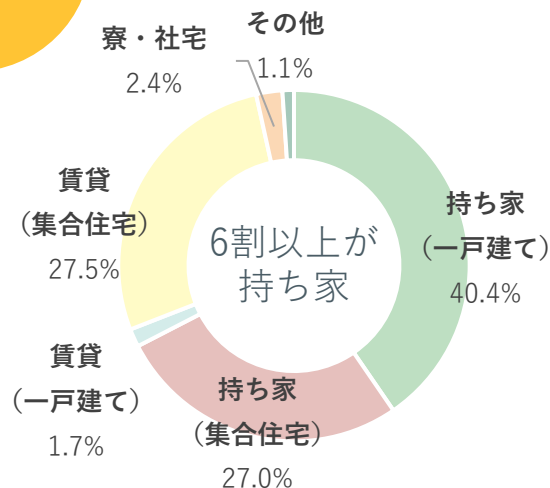
※すべて平均数値

CITYLIVING

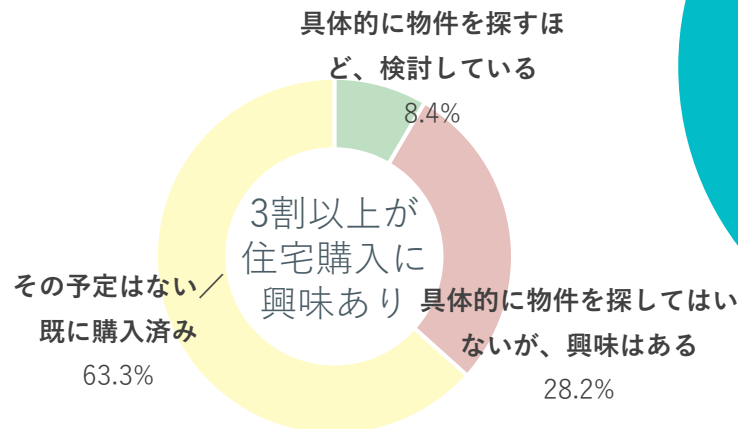
～共働き編～

読者Profile

住まい

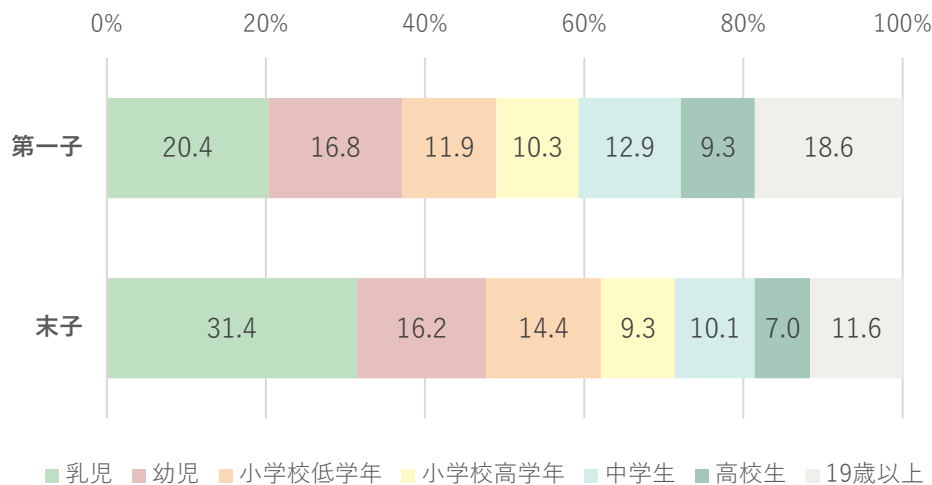


住宅購入意向

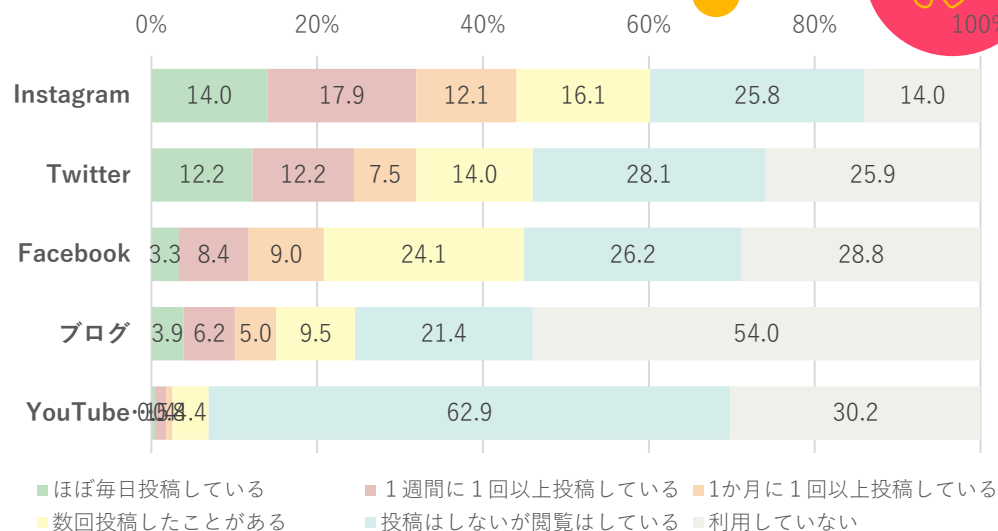


第一子／末子年齢

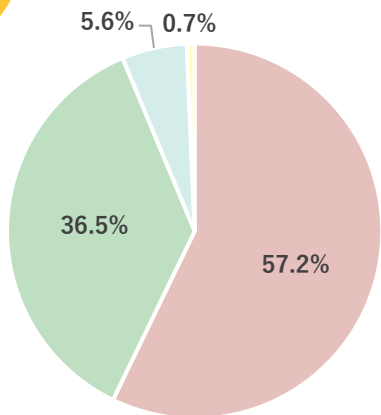
※回答者の中で子どもがいる人のみ (n=388)



SNS利用状況

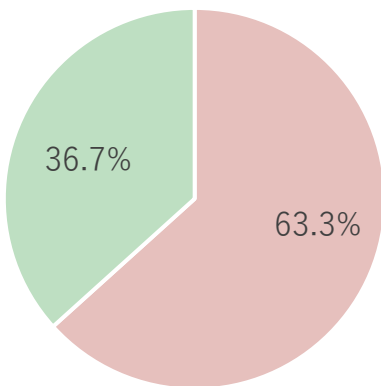


● 今後も読みたいか？



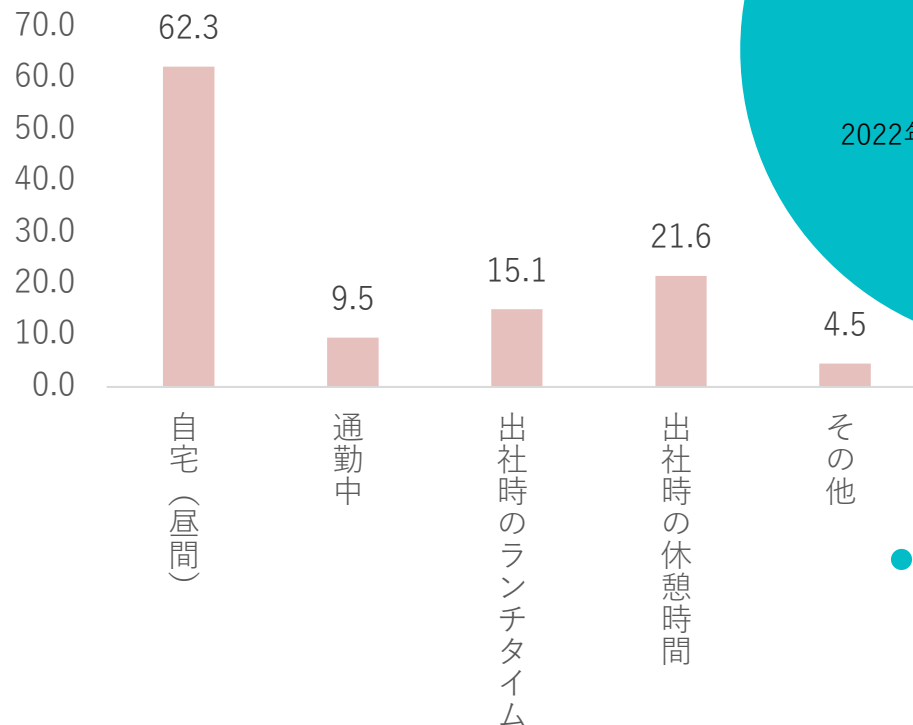
■ とても読みたい ■ 読みたい
■ あまり読みたくない ■ 読みたくない

実際に出かけたり、買ったり、応募しようと思った情報があったか？



■ はい ■ いいえ

いつ読んだか？
(MA・%)



3月発行後調査

2022年3月読者アンケートより
n=199

3/11号 人気記事ベスト5

	面白かった記事	票数	出かけたり、買ったり、応募しようと思った情報	票数
1位	【2面】 ゆとりある共働きライフ、はじめの一步	64	【5面】 包丁いらずであと一品をかなえる ストックしておきたい常“美”食/ニッポンハム	39
2位	【4面】 セカンド冷凍庫で毎日のご飯作りを快適に/ハイアール	56	【7面】 気合を入れる日のパンプスじゃなく ママが欲しいのは毎日履けるパンプス/アシックス商事	31
3位	【4面】 アレンジ自在の下味冷凍に注目	52	【14面】 PRESENT	27
4位	【5面】 はじめよう、ローリングストック	44	【4面】 セカンド冷凍庫で毎日のご飯作りを快適に/ハイアール	25
5位	【5面】 包丁いらずであと一品をかなえる ストックしておきたい常“美”食/ニッポンハム	44	【4面】 アレンジ自在の下味冷凍に注目	21

編集タイアップ広告が多数、上位に！



事例紹介

- ハイアール様（セカンド冷凍庫）
- 日本ハム様（ストックポーク）
- グラフィコ様（オキシクリーン マックス フォーススプレー）

各担当者様にコメント頂戴しました





事例：ハイアル様

編集コラムタイアップ展開 + プレゼント付きアンケート



冷凍テクニックで料理がおいしく心にも余裕を!

アレンジ自在の下味冷凍に注目

日々の食事を考えて買い物をし、家族の料理で大変! そう感じたら下味冷凍を試してみよう。冷凍保存と同時に味がしみ込み、食べたいときにすぐ作れる調理も簡単に。食材も長持ちするので、買い物の手間も省けます。承家の気持ちも軽くなる下味冷凍について、料理家の熊幸さんに教えてもらいました。

technique

豚付けしなごから日持ちもキープ

肉や魚は、買った日に食べない分を解凍のあるうちに保存袋に入れて冷凍します。豚付けしなごは保存袋の間に隙が空くので、隙埋めするときは隙が空いているので、加熱のみですて煮つけられます。冷凍しなごは、凍結～1か月を目安に食べ、解凍後の冷凍庫で1日が経過する。

旬の野菜×下味冷凍が好相性

下味冷凍でしっかり味付けされた肉や魚は、旬の野菜と合わせることでバリエーション広がります。例えば、レンコン、鶏や豚のみを凍らせ一緒に煮ただけで、冬の一皿に! 旬の野菜はレンジで加熱して煮汁を煮た上で十分おいしく、栄養もたっぷりです。

完成品を冷凍すれば1週間も楽々

ごはんやパスタ、お肉、お魚、お野菜などの冷凍庫を上手に使うことで、お料理が楽々になります。もう1品欲しいときにパスタと煮て食べれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。



教えてくれたのは
料理家・熊幸さん
「熊幸さん」は、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。



熊幸さん
「熊幸さん」は、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。

熊幸さん
「熊幸さん」は、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。

熊幸さん
「熊幸さん」は、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。お肉やお魚、お野菜も冷凍すれば、お料理の準備が楽々です。

買い物の時間も短縮したい人

容量たっぷりて解凍のストレスも減らせる最新モデルが登場 セカンド冷凍庫で毎日のご飯作りを快適に

毎日に変わる毎日だから、食品のまとめ買いは、ラク家事の大きなポイント。便利な冷凍野菜や冷凍野菜も増えていて、冷凍庫の冷凍室に収まりきれなくて…と感じているなら、「セカンド冷凍庫」を手に入れませんか?

解凍不要の「ソフト冷凍」と通常の冷凍が同時にできる

国内販売20周年を迎えたハイアルから、上置きと下置きで設定温度を自在にできる「セカンド冷凍庫」搭載の冷凍冷蔵庫が登場。たっぷりの冷凍スペースを確保できる上に、食材や利用法に合わせた温度設定が冬の助けになります。

中でも注目なのが「ソフト冷凍」。

便利な冷凍ですが、解凍に時間がかかったり、うまく解凍ができなかったりする。この「ソフト冷凍」機能を使えば、解凍不要で調理が可能な上置きソフト冷凍で、すぐ使うものや解凍専用、下置きは通常の冷凍(-18℃)で保存用になれば、冷凍と解凍の両方ができます。

全体の容量は、およそ買い物の倍(約2倍)。

冷凍で5人に冷凍保存が可能な「ソフト冷凍」プレゼント



冷凍で5人に冷凍保存が可能な「ソフト冷凍」プレゼント



必要分だけストックとカット、すぐに使えるソフト冷凍

ソフト冷凍は、お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

上下2室独立構造でそれぞれ温度設定が可能

可動式の仕切りで大容量もOK

取り出しやすいリアバスケット

解凍、お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

下置き4層、お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

お肉やお魚、お野菜をそのまま冷凍。解凍でそのまま調理が可能。

【関連編集記事】

- ・ 冷凍テクニック
- ・ 下味冷凍レシピ紹介

【ペイドパブリシティ】

- ・ 商品紹介
- ・ 読者モデル起用
- ・ プレゼント付きアンケート実施



1. 企画に賛同いただいた理由は？

ハイアールのブランドコンセプトは
“毎日寄り添いくらし支える”です。

共働きの方のくらしに寄り添う製品コンセプトと企画コンセプトが合致していたこと、一見ノーマルな冷凍庫と思われがちな特徴をターゲット目線で訴求できる企画であることに賛同いたしました。



2. 発行後のご感想を教えてください

読者モデルの方の使用シーンや感想の掲載とシティリビングという日常で身近な誌面に掲載できたことは**メーカー発信のカタログやHPと違ったアプローチになってよかった**と思います。また、社内で配布され手にすることができるシティリビングという媒体で社員の士気も高まったと思います。**予想以上にアンケートの反響が高く**うれしく思います。**しっかり読んでいただいて商品への理解も高く**、読者の方のお声を拝見すると**潜在層が多く**ニーズが高いと思いました。



事例：日本ハム様

編集コラムタイアップ展開
+
プレゼント付きアンケート
+
SNS投稿

ROLLINGSTOCK

防災バッグに非常食を眠らせていない？
はじめよう、ローリングストック

非常食＝特別なものとして準備してしまえば、
賞味期限切れや口に合わないで食べられないなど、フードロスの一因に。
備蓄食料を普段から使いながら災害に備える「ローリングストック」を今こそ始めませんか。

いざというとき「口に合わない…」では意味なし
災害時こそホッとできる「慣れ親しんだ味」を

ローリングストックは、日持ちする種類の食品を多めに買って
おき、使ったらその分を買い足すことで、常に一定量の食料を家に
備蓄しておく方法です。

非常時に食べられないものが続くとストレスが溜まります。い
ざいざいというとき、慣れ親しんだ好きな味に慣れ込んでおく。通常
に「何を食べておけば良いの？」という答えに正確はありませぬ。ど
れだけ備蓄した食料であっても、好みの味でなかったり、上手
に調理できなければ、その原因におすめの備蓄食料とは言え
ないからです。常備保存できる家族の好きな味や、普段から買
入れたものを活用しましょう。

ローリングストックは「備える」ことに目がかりですが「上
手に食べる」ことが大事。それがいざというときにつながります！

知って得るのほかに
管理栄養士・監修：栄養専門家
寺原マユ子さん
防災食品アドバイザーとして全国各地で講演を行う。テレビ、ラジオ、雑誌な
どでも活躍中。「ももこはな」(防災版)、「防災版」(防災版)「防災版」(防災版)
レシピは防災版

日常も防災を分けたい
ローリングストックをおさらい

Point 1 日持ちする常備保存できる「家族の好きな味」を選ぶ
Point 2 備蓄のために買わず、普段使う感覚で買う
Point 3 取り出しやすい場所に置いて普段から「食卓に届く」

家裏のために防災に強くなれ！
動画で分かりやすく学ぶ
「防災食のコツ」

シチュエーション別のYouTubeチャンネルでは、ローリングストックの
実践方法やレシピ、災害時の知識や準備したいものを今更々手取り
の準備方法など、いざというときに活用できる情報が満載です。
<http://com.living.jp/fr/city/220311bousai>

【関連編集記事】

・ローリングストック

常温保存できるランチョンミート「ストックポーク」
包丁いらずであと一品をかなえる
ストックしておきたい**常美食**

すぐつくれる・食べる・そのまま
これ一つで家族が喜ぶ本格肉料理が完成

お昼を定めた家族のためにも、夕食の準備はいつも
スピード勝負。包丁を使うことなく、好きな大きさや形
状にして使える「ストックポーク」は、日本人の味に特
別なこだわりが詰まった定番のワンランクアップした
加工肉なので、いろんなメニューにのせたり、まぜたり、
焼いたり、火の通りを気にすることなく、揚げでつくにバ
ッパと料理の幅を自由に広げることが出来ます。シェン
ニーで食べ応えが上がるから、肉好きの家族も大満足できる
はず。常温で保存できる非常食にもぴったりです。

普段使いにも、非常食にも

スプーンがあれば
子どももお手伝いできる♪

「ストックポーク」は336gパックなので、子どももお手伝い
しやすい。お肉を入れたら、揚げでつくにバ
ッパ、ふいてポークバーガーやハンバーガーの
具にするのもオススメ。使い方が
でいろいろアレンジが出来ます。

「ストックポーク」の
ホームページでは、
防災のレシピもご紹介

常温保存できるから
いろんなシーンで活躍

プレゼント

シチュエーション別のYouTubeチャンネルでは、ローリングストックの
実践方法やレシピ、災害時の知識や準備したいものを今更々手取り
の準備方法など、いざというときに活用できる情報が満載です。
<http://com.living.jp/fr/city/220311bousai>

ニッポンハム お客様サービス室
0120-175955 (9:00~17:00) (休：日・祝日・年末年始)
<https://www.nipponham.co.jp/stpo/>

CitriLiving SPECIAL issue 5

【オプション】 共働きメンバーズによるSNS投稿モニター実施





1. 企画に賛同いただいた理由は？

これまでも何度かりビング新聞、シティリビングへの出稿実績もあり、かつ反響が良いことも認識していたので、新たに共働き世帯向けの新聞を発行されると伺い、まずは試してみたいと思いました。

また、**ただ広告を載せるだけでなく、専門家の記事からの流れで商品紹介になるので、商品をより自分事として見て頂けていること、更に今回は、Instagram投稿モニターさんにも協力いただき、紙面とSNSの連動ができることも魅力的**でした。



2. 発行後のご感想を教えてください

商品特長はもちろん、この商品を通じて、「非常食は普段使
いできる食材でローリングストックしながら」という、**伝え
たいメッセージを分かりやすく、すてきにまとめて**頂けまし
た。プレゼント応募は予想以上に多く、正直驚きました。

（創刊号なのでそこまで増えないと想像していたので）想定
以上の応募を頂き、ぜひご使用頂きたいと思ったため当選者
を追加してもらいましたが、こちらもフレキシブルに対応い
ただけ、本当にありがとうございました。アンケート結果も
まとめて頂き、**次のアプローチのヒントも見つけられました。**

30



1. 企画に賛同いただいた理由は？

2月にお世話になったシティリビング読者限定ウェビナーにおいて、**読者様とオキシクリーンブランドとの相性のよさ**を感じていました。

そんな折、**販促強化商品と掲載時期がマッチし、共働き世帯へ提案できる時短家事・時短洗濯として提案できる**と考え賛同いたしました。



2. 発行後のご感想を教えてください

洗濯有識者による導入パートから商品広告、購入モニター募集の流れが違和感なく構成いただけたと感じています。**“染み抜き”ワードも効果的に出していただき、商品と効果の結びつきも押し出せた**かと感じました。



3. モニター企画について（企画進行中）

募集から10日で、**募集人数の1.6倍以上のお申し込み**を受けたことに驚いています。あとは、アンケート内容を分析し、今後の参考にしたいと考えています。



Thanks!

広告についてのお問い合わせ

サンケイリビング新聞社

メディアビジネス部

eigyo-sales@sankeiliving.co.jp

