

リビング新聞の広告入稿ガイド

【基本事項編】

サンケイリビング新聞社 制作部
2024年4月

index

	ページ
広告のサイズ	2-3
ディスプレイ広告の入稿締め切りについて（東京申し込み）	4
リビング新聞の基本工程	4
リビング新聞とリビング新聞ネットワーク	5
ディスプレイ広告、スポット広告の入稿方法などについて	6-7
web（電子ブック）などの二次利用について	7
ディスプレイ広告の体裁に関して	8-9

広告サイズ

1. リビング新聞首都圏の基本サイズ

(ア) 中面

リビング新聞ネットワーク・提携紙^④（4ページ記載）も同じサイズです。

注意：シティリビングは広告サイズがリビング新聞と異なりますので、営業担当にご確認ください

① 天地（縦）

段数	天地（縦）
1 段	27 ミリ
2 段	56 ミリ
3 段	85 ミリ
4 段	114 ミリ
5 段	143 ミリ
6 段	172 ミリ
7 段	201 ミリ
8 段	230 ミリ
9 段	259 ミリ
10 段	288 ミリ
11 段	317 ミリ
12 段	346 ミリ
13 段	375 ミリ

② 左右（横）

幅	左右（横）
全 段	250 ミリ
半 段	124 ミリ
1/4	60 ミリ
完全見開き	516 ミリ ※

※完全見開きについて

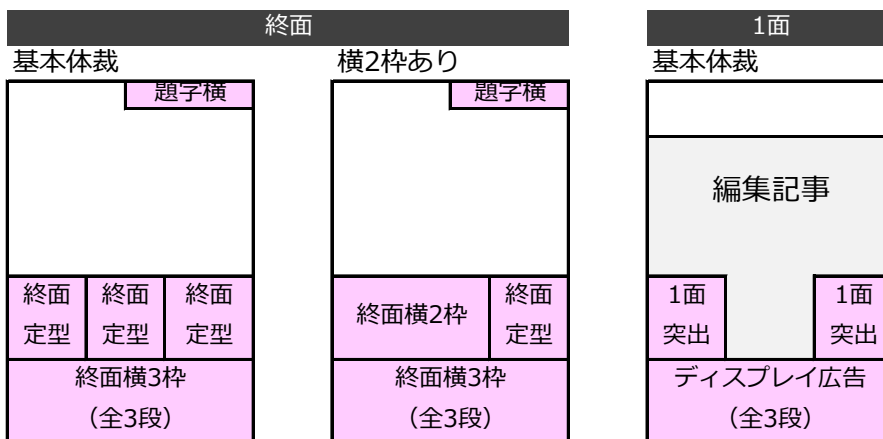
完全見開きの左右サイズは各社で微妙に異なりますが、516ミリであればリビング新聞ネットワークや提携紙^④でも送れます

(イ) スポット広告（特殊サイズ）

	天地（縦）	左右（横）
1面コラム下（1面突き出し）	85 ミリ	51 ミリ
終面題字横	27 ミリ	70 ミリ
終面定型ディスプレイ	76 ミリ	74 ミリ
終面横2枠	76 ミリ	158 ミリ
終面横3枠（※）	85 ミリ	250 ミリ

※中面全3段と同じサイズです

注意：終面に入る3段1/3は下記の「終面定型ディスプレイ」です



(ウ) 企画などで特殊なサイズのものは営業担当にご確認ください

広告サイズ

2. リビング新聞ネットワーク・提携紙^㉑

(ア) 中面

リビング首都圏と同じサイズです

(イ) スポット広告（特殊サイズ）

ネットワーク各社でサイズが異なります。

お申し込み・制作にあたっては営業担当にご確認ください。

(ウ) 企画などで特殊なサイズのものは営業担当にご確認ください

3. 提携紙^㉒

提携紙^㉒（5ページ記載）はいずれもサイズが違います

(ア) 中面

① 天地（縦）

	週刊レキオ
(全広) 11 段	370 ミリ
10 段	ミリ
9 段	ミリ
8 段	ミリ
7 段	ミリ
6 段	198 ミリ
5 段	166 ミリ
4 段	ミリ
3 段	98 ミリ
2 段	64 ミリ
1 段	30 ミリ

	ならリビング
(全広) 12 段	351 ミリ
11 段	322 ミリ
10 段	292 ミリ
9 段	263 ミリ
8 段	233 ミリ
7 段	204 ミリ
6 段	174 ミリ
5 段	145 ミリ
4 段	115 ミリ
3 段	86 ミリ
2 段	56 ミリ
1 段	27 ミリ

※週刊レキオ=1面ディスプレイ広告は2段で天地64ミリ、13段（全ページ）の天地は370ミリです

※ならリビング=12段が全ページ広告（全広）です

② 左右（横）

	週刊レキオ
全 段	240 ミリ
半 段	118 ミリ

	ならリビング
全 段	253 ミリ
半 段	125 ミリ

(イ) スポット広告（特殊サイズ）

ネットワーク各社でサイズが異なります。

お申し込み・制作にあたっては営業担当にご確認ください。

(ウ) 企画などで特殊なサイズのものは営業担当にご確認ください

ディスプレイ広告の入稿締め切り

(東京申し込みで制作統括部・広告整理入稿)について

1. リビング新聞掲載ディスプレイ広告のデータ入稿締め切りは以下です

(ア) ネットワーク社 (首都圏以外)	発行日前週の火曜正午
(イ) 提携紙	各社異なります。営業担当にご確認ください
(ウ) 首都圏	発行日前週の水曜正午

2. 発行ごとの入稿締め切りは弊社が掲出しているホームページで必ずご確認ください

<https://ad.sankeiliving.co.jp/media/living/schedule02/>

- ・ サンケイリビング新聞社(東京)にお申し込みされた首都圏以外のネットワーク各社へのご掲載データは、直接各社へ入稿することはできません
➔ 入稿方法は 6-7 ページ を参照ください
- ・ 締切に遅れた原稿や入稿データに不備がある場合(印刷に適さないもの)は掲載できないことがありますのでご注意ください
- ・ 紙面の都合で突然変更になる場合もありますので、余裕を持ったスケジュールでお願いします

リビング新聞の基本工程

制作から配布(公開)までの基本工程

	月	火	水	木	金
発行前々週				ネットワーク掲載 木曜正午 申し込み締切	首都圏掲載 金曜正午 申し込み締切
発行前週		ネットワーク掲載 火曜正午 データ入稿締切	首都圏掲載 水曜正午 データ入稿締切		
発行週				・ 配布 ・ 電子ブック公開	・ 配布 ・ 発行日

リビング新聞とリビング新聞ネットワーク

1. リビング新聞のネットワークと提携紙

※広告内に媒体名を表記する場合は、正式媒体名をご確認の上制作してください

(ア) リビング新聞ネットワーク (41エリア)

● 首都圏8エリア

サンケイリビング新聞社 (東京)	リビングむさしの	リビング多摩	リビング千葉
	リビングかしわ	リビングさいたま	リビング横浜
	リビング田園都市	東京リビング	

● 大阪7エリア

サンケイリビング新聞社 (大阪)	リビング豊中・吹田・箕面	リビング高槻・茨木	リビング枚方
	リビング尼崎・伊丹	リビング西宮・宝塚・芦屋	リビング神戸ひがし
	リビング神戸にし		

● ネットワーク (NW) 26エリア

※タブロイド13段組みで、ペイドやディスプレイ広告のサイズが首都圏と同じエリア

① 仙台リビング新聞社	リビング仙台		
② 福島リビング新聞社	リビング福島	リビング郡山	
③ 栃木リビング新聞社	リビングとちぎ		
④ 静岡リビング新聞社	リビング静岡		
⑤ 名古屋リビング新聞社	リビング名古屋中央・北	リビング名古屋東山の手	リビング名古屋みなみ
⑥ 滋賀リビング新聞社	リビング滋賀		
⑦ 京都リビング新聞社	リビング京都中央	リビング京都西南	リビング京都東南
⑧ 和歌山リビング新聞社	リビング和歌山		
⑨ 播磨リビング新聞社	リビング姫路	リビング加古川	リビング明石
⑩ 山陽リビングメディア	さりお (旧リビングおかやま、リビングくらしき)		
⑪ 福山リビング新聞社	リビングふくやま		
⑫ 広島リビング新聞社	リビングひろしま		
⑬ 高松リビング新聞社	リビングたかまつ		
⑭ えひめリビング新聞社	リビングまつやま		
⑮ 福岡リビング	リビング福岡	リビング北九州	
⑯ 熊本リビング新聞社	リビング熊本		
⑰ 南日本リビング新聞社	リビングかごしま	リビングきりしま	

(イ) リビング新聞提携紙⑧エリア 2エリア

※段組みやサイズがリビング新聞ネットワークと異なりますが、ネットワークに準じて掲載可能なエリア

奈良新聞社 (奈良県)	ならリビング北和版	ならリビング中和版	
琉球新報社 (沖縄県)	週刊レキオ		

ディスプレイ広告、スポット広告の入稿方法などについて

1. 入稿に必要なもの

(ア) 新規にデータを入稿する場合

- ① 広告データ (PDF/x1-a 2001準拠: PSバージョン1.3)
- ② 広告データ出力見本 (低解像度のPDFやJPEGデータなど)
- ③ 入稿連絡票 (掲載日、掲載エリアなどを記したもの)

(イ) 過去に入稿頂き・掲載された広告データを再度掲載したい場合 (在版)

- ① 在版連絡票 (必要事項を記したもの)
- ② 使用する原稿の見本

※過去に入稿頂き・掲載された広告データの保存期間は3か月ですのでご注意ください

(ウ) 連絡票はホームページの「入稿連絡書類」からダウンロードしてください

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

2. データ入稿の方法

- ・ 入稿に必要なもの (①～③) をZip圧縮
- ・ メール添付ではなく、大容量ファイル転送サービスでお送りください (firestorageなどのオンラインストレージサービス)

データ入稿用メールアドレス	To : living-ad@sankeiliving.co.jp
	CC : 弊社営業担当メールアドレス

※ダウンロードURLの公開期限を設定する場合は7日以上としてください

3. データ作成の詳細

(ア) 「リビング新聞の広告制作ガイド【データ制作編】」をご覧ください

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

(イ) レキオの入稿データ形式は、

フォントのアウトライン処理をしたイラストレーターEPS形式 (CS4まで) をお願い致します

4. 送付先情報

(ア) メールアドレス : **living-ad@sankeiliving.co.jp**

(イ) 電話 (平日11時～17時) : 070-3764-8513 (小柴) / 070-3764-8514 (藤本)

5. 新規出稿時の注意事項

- ・ 入稿前に確認用の見本 (PDF・出力紙のファクスなど) を営業担当にお送りください
- ・ 確認用の見本をデータで送付する場合は、入稿用データと混同されないよう、データ名に「見本」「審査用」「mihon」とつけるなどして工夫をお願いいたします
- ・ 弊社から内容・体裁について修正をお願いする場合がありますので、早めのご対応をお願いします

ディスプレイ広告、スポット広告の入稿方法などについて

6. リビング新聞の印刷再現性について

- (ア) 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
- (イ) リビング新聞ネットワークは使用している輪転機や用紙が違いますので、同じ色見本を送っても全エリアの印刷再現を統一することは困難なことであることをご了承ください

web（電子ブック）などの二次利用について

弊社事業の広報の一環として、また営業サポートツールとして、紙面の情報（ディスプレイ広告を含む。以下「広告」と表記）二次利用させていただく場合があります。

以下の権利処理や手続きをお願いいたします。

- (ア) リビング新聞の紙面情報（広告含む）は、電子ブック形式などで弊社および関連webサイト上に掲載されることがあります。また、掲載事例集などの営業用ツール等として複製利用する場合があります。このような弊社の二次利用が広告を構成する著作物の著作権、肖像権、その他第三者の権利等に抵触することがないように、事前に当該権利者等に対し、弊社が支障なく二次利用できるための許諾を得ておいてください。また、著作者に対しては、著作者人格権の行使をしないように依頼をしておいてください。
- (イ) 広告全体の二次利用を不可としたい場合は、入稿時に入稿連絡票や在版連絡票の「web掲載・二次利用は不可」欄にチェックを入れ、出力見本などにもその旨を必ずご記入ください。web掲載・二次利用をしない処理をします。
- (ウ) 広告構成物の一部のみのweb掲載・二次利用不可の場合はその不可の部分のマスキングしたデータを作成し入稿していただければ、web掲載・二次利用の際差し替えをいたします。

ディスプレイ広告の体裁に関して

1. 基本体裁

(ア) 広告領域を明確にするために全体を広告野で囲んでください

- ① 広告野BK100%の場合＝太さ0.11 mm（0.3ポイント）以上の実線野
- ② カラー野の場合＝太さ0.5 mm（1.4ポイント）以上実線野で明確に識別できる濃度を確保したもの
- ③ 広告全体（四囲）に色・写真を敷くことで、広告野に代えることも可能です
- ④ 広告野を配置する際は、「内側揃え」に設定してください

(イ) ビジュアル中心で構成してください

- ① 記事体裁のディスプレイ広告である場合には、「記事型広告掲載ルール」が適用されます

2. 企画連合広告について

広告会社等が企画し、複数のディスプレイ広告を集めた形で入稿する連合広告企画は、

全体の枠内に広告会社等の名前を「企画制作：〇〇」として明記してください。

個別の広告の体裁が記事型広告の場合は、以下記載の記事型広告掲載ルールに準じてください。

3. 記事型広告制作時の注意

(ア) ディスプレイ広告は、弊社で制作するペイドパブリシティとは制作・内容にかかる当社の責任範囲が異なります。そのため、ディスプレイ広告の「記事型広告」と、ペイドパブリシティとを明確に分ける必要があり、独自の掲載ルールを設定しています。広告レイアウトや表現スタイルがリビング新聞やシティリビングの編集記事またはペイドパブリシティと類似していると弊社が判断した場合は、以下記載の「記事型広告掲載ルール」が適用されます。

(イ) 記事型広告とは、文章（文字）量の多少のみで判断するものではなく、広告レイアウトや情報提供手段が記事風に作られている広告全般を指します。

記事型広告掲載ルール

- ・ 記事型広告については、下記の掲載ルール、および注意事項に留意した原稿作成を行ってください

1. 広告全体を広告罫で囲んでください

- (ア) 広告全体を以下のいずれかの実線罫で囲んでください
- (イ) BK100%の罫=太さ0.3mm (0.85ポイント) 以上の実線罫
- (ウ) カラーの罫=太さ0.5mm (1.4ポイント) 以上の実線罫で、明確に識別できる濃度を確保したもの (Y100%などは不可)
- (エ) 広告全体に色が敷いてある場合においても上記の太さの実線罫で広告全体を囲んでください
- (オ) 広告罫を配置する際は、「内側揃え」に設定してください

2. <PR> または <広告> の表示を必ず入れて下さい

- (ア) 記事型広告には下記体裁の〈PR〉または〈広告〉の表示を入れる必要があります
- (イ) PR または広告の表示は、前後を山カッコ〈〉ではさみます
- (ウ) 文字色は原則BK100%。色文字も使用できますが、明確に識別できる色（濃度）を選択して下さい
- (エ) バック（背景）が写真、色引きなどの場合は、文字が明確に識別できれば抜き文字でも可とします
- (オ) フォント=ゴシック体
- (カ) フォントサイズは、全6段未満=10.5ポイント以上、全6段以上=14ポイント以上

3. 本文組体裁の注意

- (ア) 縦組み本文の場合は15字未満の字取りは避けてください
- (イ) 書体・文字サイズ=リビング新聞の本文書体や文字サイズと類似の体裁は避けてください
※リビング新聞社本文で使用するフォント/リビング新聞の縦組み本文・・・イワタ新聞明朝9.5ポイント

4. 記事の内容にかかわる点

- (ア) 記事型広告は、サンケイリビング新聞社が介在する情報記事であるペイドパブリシティとは異なり、広告主からのダイレクトなメッセージであることが明確に伝わるように制作してください。基本は一人称文体。取材形式の表現をとる場合は、原稿内に「企画・制作/〇〇〇〇（社名）」と表記するなど、サンケイリビング新聞社の取材・制作記事ではないことを明確にしてください。
- (イ) 読者特典表記の注意
クーポンなどで読者特典を表記する場合、特典のサービス現場で読者とのトラブルを防止するため、コピーやweb・アプリ提示の可否を表記するようにしてください。
- (ウ) クーポン・地図類の使用について
広告内の「クーポン」や「地図」は、リビング新聞の編集記事やペイドパブリシティで使用しているクーポン・地図と同じ体裁での使用は避けてください。
- (エ) 読者の登場について
「読者モデル」「読者コメント」などのリビング新聞の読者登場型と紛らわしい表現は避けてください。
- (オ) 名義使用について
応募等のあて先などをサンケイリビング新聞社にすることはできません。あて先などの一部に「リビング」など媒体名を使う場合は事前に営業担当までご相談ください。