

内定式・秋のフォロー時期に、会社から内定者・新社会人に渡す情報紙

26年秋配布  
Cityliving for フレッシュヤーズ 第二弾  
広告企画

2026年5月

**サンケイリビング新聞社**

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

2027年4月入社予定の内定者、および2026年4月入社の新入社員（入社半年）をターゲットに「確実に届く」「好意的に受け取られる」「関心の高い状態で読まれる」3つの条件が同時に成立している点が、本企画の大きな特長。

## 1 確実に手渡されるメディア

内定式や内定者研修、また入社半年を迎える新入社員向けのフォロー研修などの節目の時期に、人事部・研修担当者等からオフィス内で内定者・新卒社員に直接配布。到達率が非常に高い

## 2 「会社から渡される」ことによる信頼感

ターゲットに寄り添った編集記事も掲載するため、広告が入っていてもメディアとして押しつけ感がなく、会社というオフィシャルな場での配布により好意的に受け取られやすい環境

## 3 社会人デビュー前後の高関心層

内定が決まり具体的にお金や持ち物の準備を始める内定者と、新生活に慣れてきた入社半年の新社会人、双方に寄り添うコンテンツ（お金/仕事効率ツール/美容/健康/自己投資/住まい等）の広告テーマとの親和性が高い

# Cityliving for フレッシュヤーズ 第二弾

- 配布対象  
2027年4月入社予定の内定者、および2026年4月入社の新入社員（入社半年）
- 読者ターゲット
  - ・ 21～25歳前後、首都圏および主要都市部の企業の内定者及び新社会人
  - ・ 男女不問

## 通常版

- 配布媒体  
シティリビング東京9月30日号 中面4ページ特集
- 配布部数  
東京23区内登録オフィス配布 約11万部
- 配布方法  
シティリビング東京9月30日号の中面特集内に「新卒社員の皆さまへお渡しください」と明記し、各企業にて4ページを抜き取りのうえ配布

## 特集テーマ

### 先輩20人の「10月の私、何してた？」

「初めて一人で外回りした」「理解したつもりが分かってなくて資料作りが遅れた」「企画が通って褒めてもらった」など、等身大の悩みと克服法、やりがいを20代先輩20人に調査。社会人デビューを目前に期待と不安を抱える内定者、業務に慣れたが“自分だけが停滞していないか？”と壁も感じる社会人1年目、それぞれの「不安」を解決するヒントとなるTIPSを紹介し、「よし、大丈夫」と前向きに進めるための特集を展開。

その他、改めて確認したい正しいビジネスマナー、結論から話すための思考整理法、1年目のしくじりグランプリなどのコラムを展開予定。

※ 詳細は変更になる場合があります

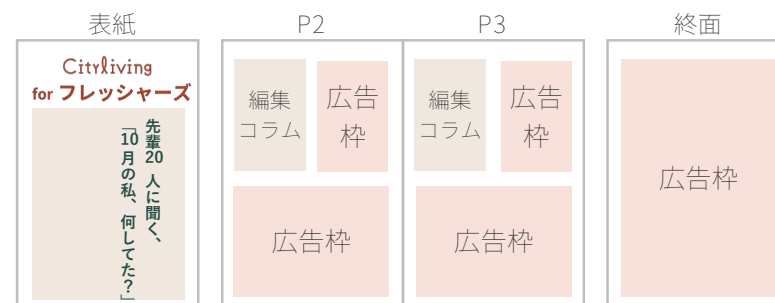
※ 広告集稿量、サイズにより割付および展開ページ数に変更になります



## 別刷り版

- 配布媒体  
上記企画 中面4ページ別刷り特集
- 配布部数  
別刷り配布 約5,000部（想定）
- 配布方法  
配布希望の意向を示した人事部・管理部門等の担当者を通じ、内定式・内定者研修・新入社員向けフォロー研修などの機会に単独で配布  
※抜き刷り版は東京に限らず全国主要都市の希望するオフィスに配布

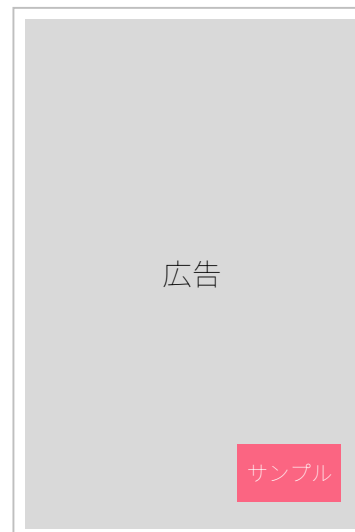
## 展開イメージ





シティリビングfor フレッシューズの別刷り配布紙面（5,000部）に直接サンプルを貼り付けて、読者に届ける特別メニュー。  
 広告掲載により商品理解、興味を持ったタイミングで、即サンプル使用（商品体験）で相乗効果を発揮。

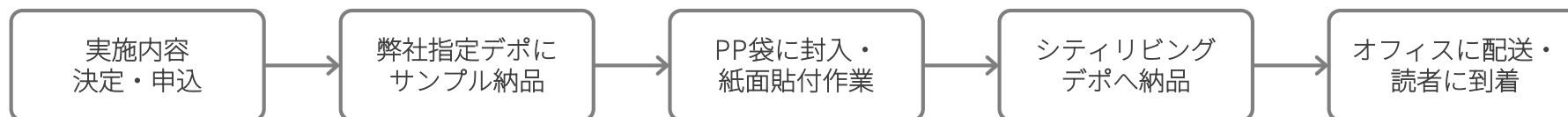
項目	内容
ロット	5,000部（別刷り配布紙面のみに貼付）
貼付物サイズ	<ul style="list-style-type: none"> <li>重さ25g以内</li> <li>厚さ6mm以内</li> <li>大きさ80mm×60mm以内</li> <li>※サイズ・重量・形状により実施可否の事前確認が必要</li> </ul>
実施条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>1/2サイズ以上の広告出稿</li> <li>ペイドパブリシティ、ディスプレイどちらでも可能</li> <li>サンプル貼付は別刷り版の広告枠内に貼り付け</li> <li>サンプルはPP袋に封入してから貼付</li> </ul>



※ ペイドパブリシティの場合、原稿は通常版・別刷り版とも共通原稿。サンプルを貼り付ける場所を考慮したデザインを検討

※ ディスプレイの場合、通常版用・別刷り版用と2本入稿の場合はそれぞれ掲載可能。共通でも可

実施フロー



実施料金 **350,000円**

※ 上記は貼付作業費用のみ。別途1/2サイズ以上の広告出稿費用が必要

紙面での広告をもとにシティリビングWeb掲出のタイアップ記事を制作。そのWebコンテンツを活用し、ターゲットをしぼった運用広告を実施することでターゲット層に向け効率的に情報訴求・認知を強化。ECサイト・HPへ誘導し、購買意欲を高める。

### クリエイティブ制作

配信内容はタイアップ原稿に基づき弊社で作成



### 外部メディアを活用

SNSやニュースアプリなど媒体の枠を超えて想定ユーザーに幅広くリーチ。タイアップ記事の訴求効果を高める

ユーザー属性データ（性別、年齢、地域、趣味、関心等）をターゲティングに使用可能

- ターゲティング例：  
 <Instagram>年齢22-26歳、会社・業界で企業に勤める人等指定、関心領域でビジネス関連を指定



### シティWebへ誘導

各配信メディアのCVタグをシティWebのタイアップページに設定し効果的な誘導を実現。

#### ▼タイアップWebページ



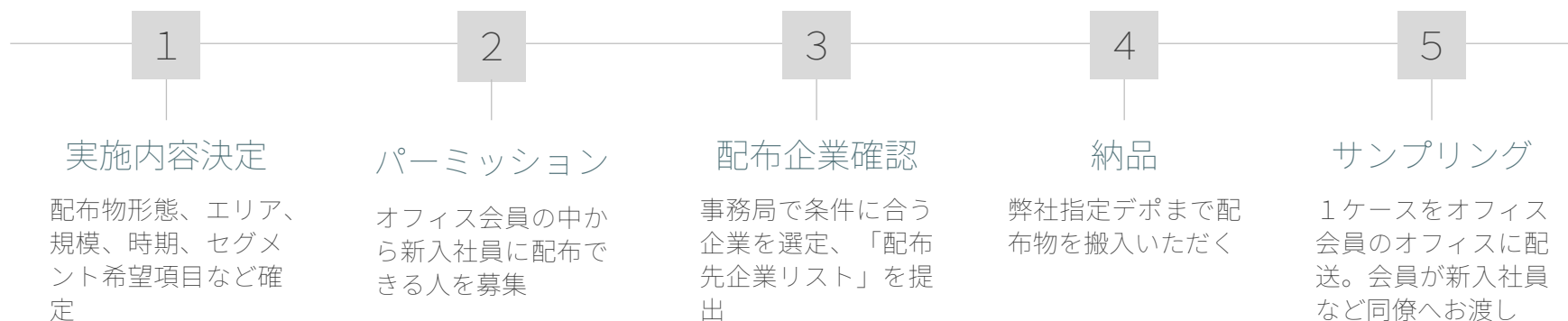
HP・ECサイト

項目	内容	実施料金
WEBタイアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ シティリビングWeb（東京）9月30日掲載開始</li> <li>・ レギュラータイアップ（想定PV 4,000-6,000）</li> </ul>	500,000円
外部誘導広告	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ GDN、yahoo!、facebook、Instagram、X、SmartNewsなどご希望に応じて実施可</li> <li>・ 性別／都道府県／市区町村／年代／興味関心でターゲティング可能</li> <li>・ 想定クリック数：GDN：15,000～25,000クリック、Instagram：6,000～10,000クリック</li> </ul>	500,000円

シティリビングforフレッシューズの配布と同タイミングで、オフィスサンプリングの実施も可能。  
会員である先輩社員に商品（サンプル）をお届けし、フレッシューズを含む同僚に配布。



## ■ 実施フロー



## ■ 実施費用例 ※ご希望の予算、配布個数に応じてお見積もりいたします。

項目	内容	実施料金
オフィスサンプリング 1,000オフィス10,000人にリーチする場合	<ul style="list-style-type: none"><li>2026年10月中旬配布</li><li>オフィス会員1名が同僚10名に配布（フレッシューズ、先輩社員双方に配布）</li><li>10人分で3kg以内を想定</li><li>1,000社×10人=10,000人に配布</li><li>事前にパーミッション実施</li></ul>	1,350,000円

● 申込締切	8月7日（金）
● ペイドパブリシティ制作期間	申込後～9月15日（火）
● 校了・ディスプレイデータ入稿日	9月15日（火）
● 貼付用サンプル納品	調整中
● シティリビング配布日	9月30日（水）・10月1日（木）
● フレッシュャーズ別刷り配布日	10月1日（木）～順次配布

## Cityliving for フレッシューズ 第一弾

[https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20260327/index\\_h5.html#7](https://book.living.jp/ebooks/cityliving/tokyo/20260327/index_h5.html#7)



### 通常版

- 配布媒体：シティリビング東京3月27日号 中面4ページ特集
- 配布部数：東京23区内 登録オフィス配布 約11万部
- 配布方法：3月27日号の中面特集内に「新卒社員の皆さまへお渡しください」と明記し、各企業にて4ページを抜き取りのうえ配布

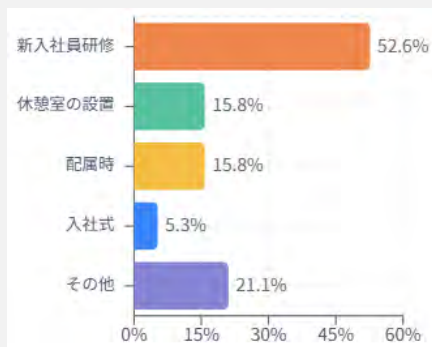
### 別刷り版

- 配布媒体：上記企画 中面4ページ別刷り特集
- 配布部数：別刷り配布 152か所3,500部
- 配布方法：配布希望の意向を示した人事部・管理部門等の担当者を通じ、入社式や新入社員研修などの機会に単独で配布  
※別刷り版は東京に限らず全国主要都市の希望するオフィスに配布

## ▼別刷り配布後アンケート

※ 別刷り配布担当者を対象にしたWebアンケート／2025年4月16～26日／有効回答数20サンプル

### 配布タイミング

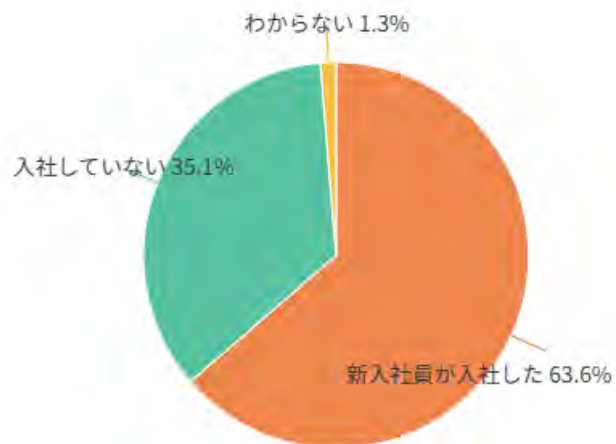


### 配布時の状況や様子 (抜粋)

- 4/7に当部の部門説明会があったので、その時に配布した。他部署は研修資料をどーんと渡すだけだったのが、自分に寄り添った読み物も一緒に渡してもらえたとても喜んでた（東京／商社）
- 読みながら他の新入社員との会話につながっていた（東京／金融）
- 早く受け取ってもらえて、渡しながらコミュニケーションを取りました（東京／通信）
- 真剣に読んでいました（神奈川／建設）
- 配布後すぐに目を通してた（三重／製造）
- 4/1に各自の席に配布。少し驚きつつも、こんながあるんですねと読んでいました。（東京／商社）
- 4/6以降の1週間で研修時に配布し、読んでもらい感想や意見交換なども行われている様子を確認した。社内配布物ではないので気軽な感覚で目を通してました。（神奈川／建設）

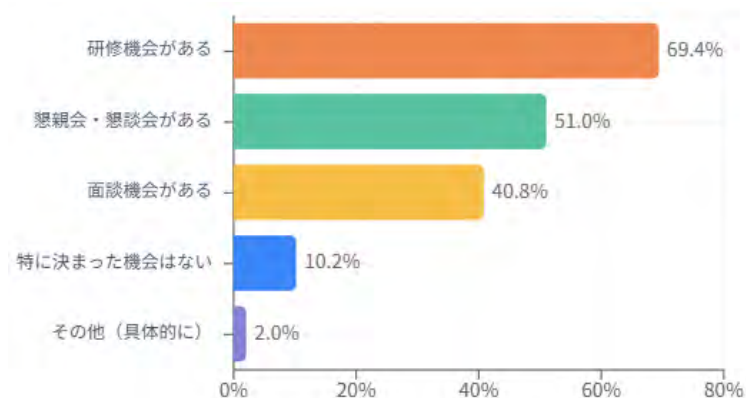
## 2026年4月の新入社員向け／入社半年後～

2026年度新入社員入社状況



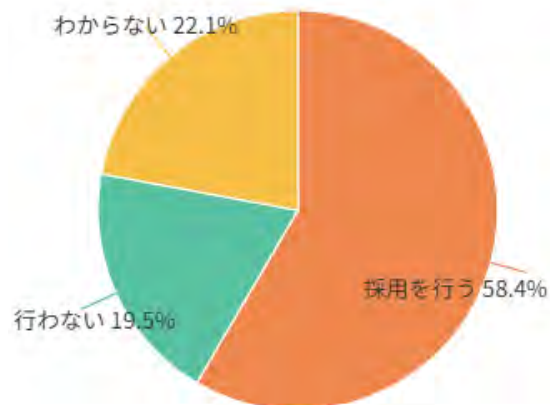
入社1年目社員に対する入社後のフォローアップ

※2026年度新入社員がいる人のみ n=49



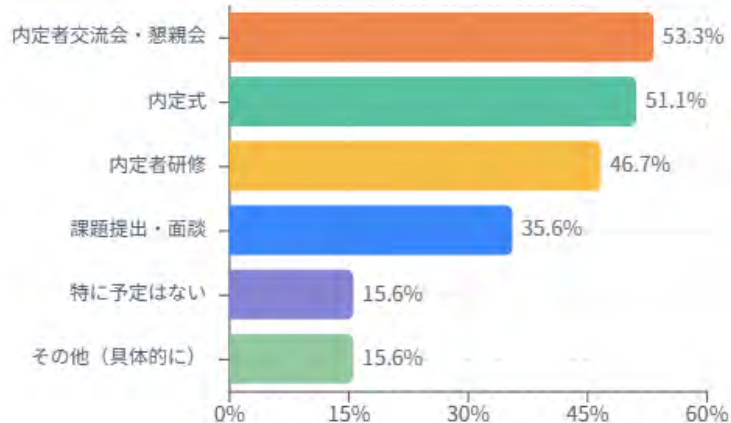
## 2027年4月の新入社員向け／内定決定時～

2027年度入社 新卒採用状況



2027年度入社 内定者向けプログラム

※2027年度新入社員がいる人のみ n=45



# Cityliving

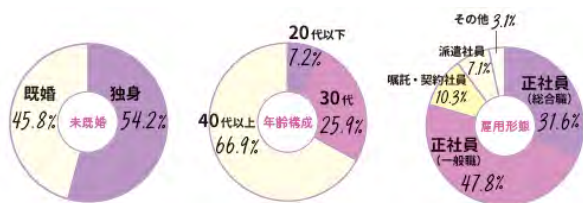
主要都市圏のオフィスにお届けするフリーペーパーであるシティリビングは、働く女性の心と心をつなぐ共感型メディアとして発行。情報発信はもちろん、読者調査や座談会等を通して働く女性のニーズを常に把握しており、高い集客力が強み。

- 発行部数
  - ▷ 東京 110,696部
  - ▷ 横浜 46,530部
  - ▷ 大阪 70,261部
  - ▷ 名古屋 48,309部
  - ▷ 京都 39,450部
- 体裁 タブloid判オールカラー
- 発行日 金曜日付水・木配布
- 配布方法 許可を得たオフィスへの配布  
※一部設置あり



## 読者プロフィール

企業で働き、“自分の意志”で時間とお金を自由に使える女性



- 年収 445.2万円
- 貯蓄額 710.7万円
- 1ヶ月に自由に使えるお金 6.6万円
- 退社時間 18:03

※2024年読者Webアンケートより (1,714サンプル)

# Cityliving <sup>web</sup>

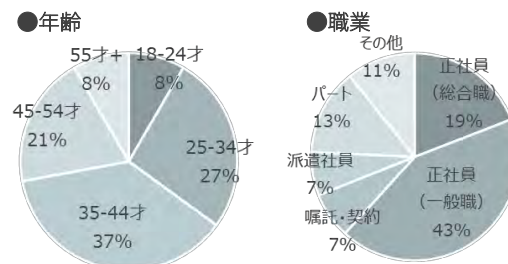
都市圏のオフィスにお届けするフリーペーパー・シティリビングの公式サイト「シティリビングWeb」は、働く女性のための情報サイト。美容や健康、恋愛、ライフスタイルなど、身近で役立つ情報をお届け。ユーザーと一体感のあるコンテンツで、行動のきっかけと共感を提供。

- 月間PV 335万
- 月間UU 164万
- 会員数 63万人
- メルマガ 16万通

- 全国8エリアで展開
- 紙面連携で地域での訴求力アップ
- セミナー集客・モニター募集が得意
- LP制作や運用広告も可能



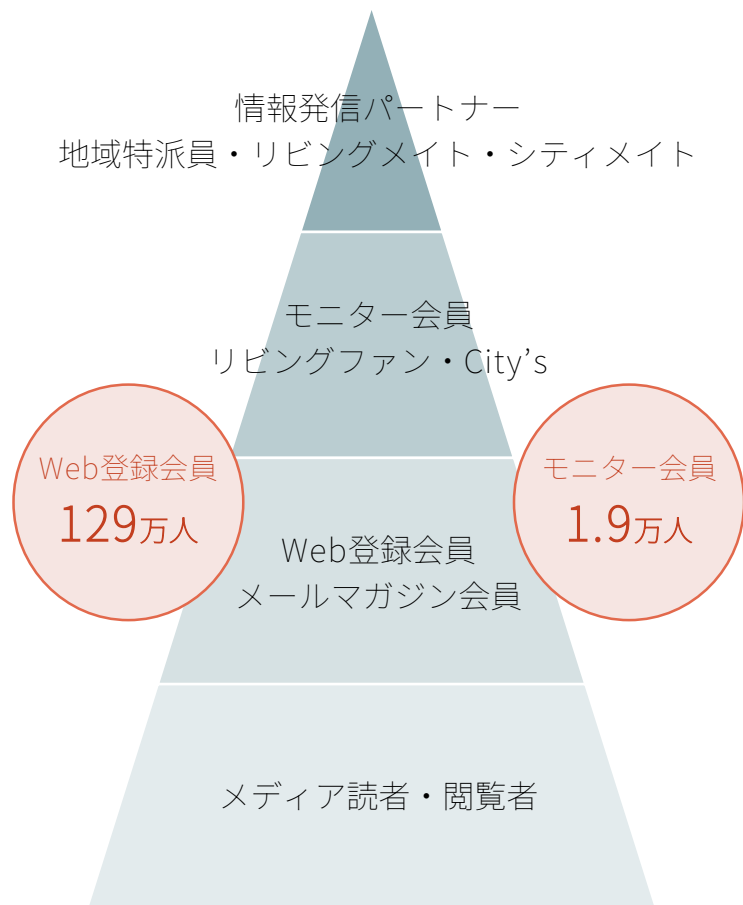
## 読者プロフィール



- 性別 女性 78%
- 結婚 未婚 56%
- 子ども あり 33%
- シティリビング紙面 届く 56%

※Googleアナリティクスとユーザーアンケートデータより 2025年1月

メディアへの共感を元に集まった読者・会員のチカラが強み。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、自ら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。



### ■地域特派員

自分で見て体験したおでかけ・グルメなどの「地元のおき情報」を日々アップする、全国各地域に住むレポーター



### ■リビングメイト

新商品やサービスのレビュー、おでかけ情報など、等身大の視点で自分の興味や関心事を発信



### ■シティメイト

シティリビングWebを代表するスペシャル・サポーター。等身大の視点で自分の興味や関心事を発信



### ■リビングファン

読者を中心とした「顔が見える」「属性がわかる」、様々なシーンで活躍する暮らし巧者の女性組織



### ■City's

年齢や個人の趣味嗜好、オフィスの環境データなど約30項目のプロフィールを登録している、働く女性のモニター組織

