

主婦をターゲットにした地域生活情報紙  
「リビング新聞」を活用した

首都圏9エリア掲載

「こどもみらい住宅支援事業」企画

---

LIVING

サンケイリビング新聞社

2022年3月

# ご提案の方向性

## ● リビング新聞を選ぶ5つの理由

- ・新聞を購読していない30代～40代にも多くリーチ。ポストインのフリーペーパーなので、未購読が進む一般紙ではリサーチできないニューファミリーにもプッシュで届きます。
- ・リビング読者は一般紙や折込接触者と比較しても、リビング読者は、住宅・マンション等の不動産、住宅設備機器、住宅ローン等の商品への関心が高くなっています。
- ・リビング読者は全体平均・一般紙・折込読者と比較して、「今後、住宅を購入したい」「住宅」の広告に関心の高い方が多いです。
- ・リビング新聞読者の小学生・中学生・高校生の子供がいる割合は53.9%。朝日、読売を上回ります。
- ・一般紙に比べ、10～20%安価な料金設定をしています。

## ● 弊社からのご提案

- ・国土交通省創設 こどもみらい住宅支援事業を活用した住宅の新築およびリフォームの訴求
- ・東京・むさしの・多摩・さいたま・千葉・ふなばしならしの・かしわ・さいたま・横浜・田園都市首都圏9エリア掲載のご提案
- ・申請受け付けが認知され始めた4/22号にて告知の展開
- ・リビングダイレクトメールを掲載エリアに通知



紙面広告ONLYではなく弊社リビング会員向けダイレクトメールを活用することによって、これまで御社での告知とは違う、新しいターゲットへリーチ & 顧客獲得の実現

# ハウスメーカーの告知広告は「リビング新聞」にお任せください！



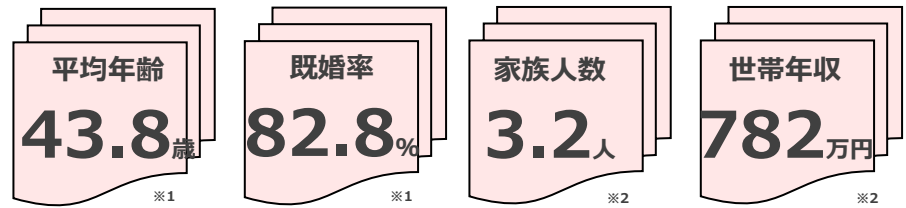
- 紙面体裁 : タブロイド判 4色カラー 13段組み
- 発行・配布日 : 金曜日付/木・金曜日配布※一部地域を除く
- エリア・部数 : 全国主要都市43エリア 約619万部
- 配布方法 : 女性組織「リビングレディ」による戸別配布
- ターゲット : 30-60代の主婦とそのファミリー

女性・主婦を中心に  
地域に住むファミリー  
へリーチできます

メディア特長・強み

- 消費決定権を持つ主婦がターゲット
- 商圏に合わせた設定エリア内で一般紙を超える配布数
- 1軒1軒丁寧な戸別配布でファミリー層へ無駄なくリーチ
- 広告情報を“記事”として紹介できるペイドパブリシティ
- 今年で創刊50年！長年の発行で培われた信頼性とロイヤリティ

リビング新聞読者  
プロフィール



※1 リビングネットワーク読者調査 2018年 (2593s) より  
※2 2019年ACR東京50km圏データ (4800s) より



上質な読者・地域での圧倒的リーチ・信頼性がリビング新聞の強みです

リビング新聞のソリューションでハウスメーカーの告知・運営をサポートします

ハウスメーカーを記事で紹介！  
ペイドパブリシティ

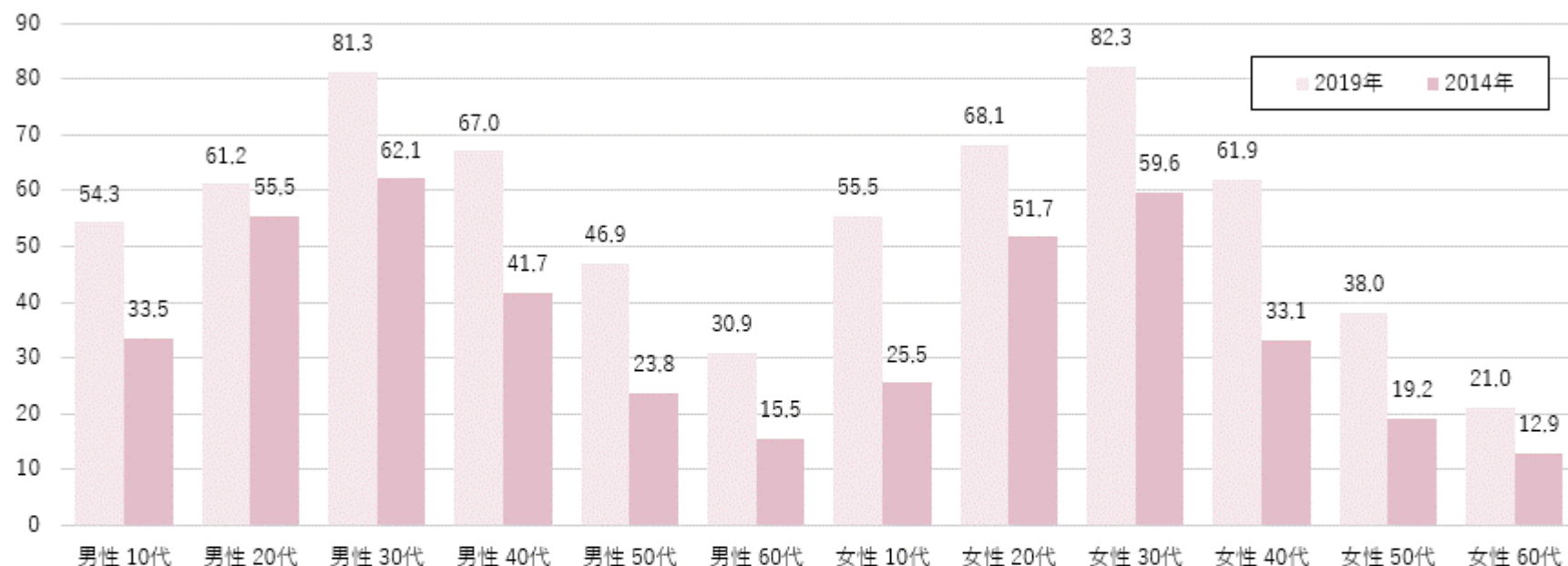
一般紙よりリーズナブル！  
リビング折込

応募受付やウェビナーも  
応募受付や運営サポート

## 参考：リビング新聞は、新聞未購読層、特に30代～40代 へのリーチできます

### 世代別 新聞 未購読率

※ 2014年/2019年 ACR調査（東京50km圏）より

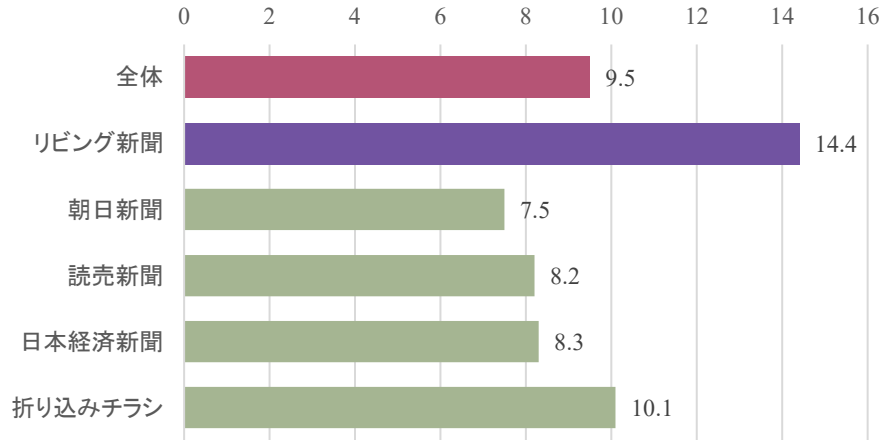


新聞未購読状況を2014年と2019年で比較すると、男女全世代で拡大しており、特に20代では68%、30代では82%以上が新聞をとっていないという結果になっています。全体でも朝刊56.8%が未購読世帯となっています。2軒に1軒以上が、新聞をとっていません。

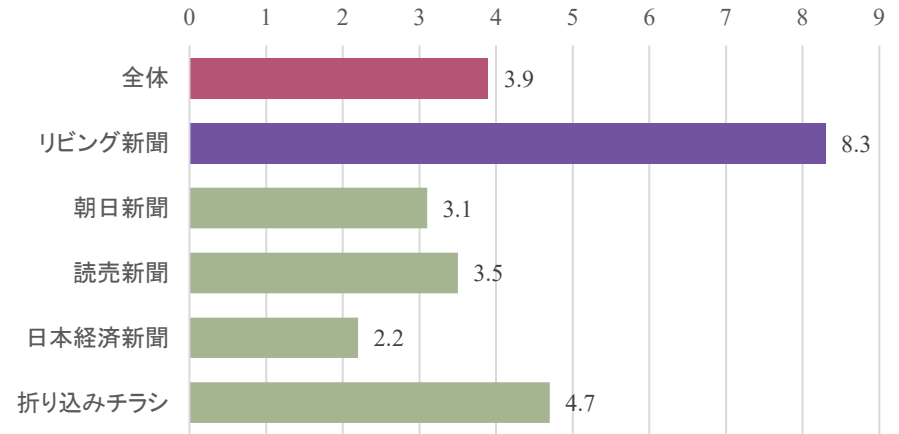
**日刊紙未読世帯にもリーチ可能なリビング新聞の活用で、新聞では、十分にリーチしきれていない主婦層にアプローチが可能です**

# 関心のある商品

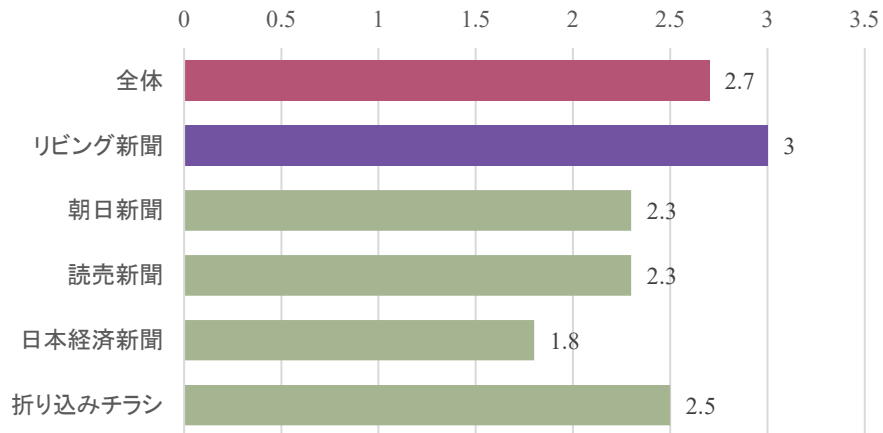
## 関心のある商品:住宅・マンションなどの不動産



## 関心のある商品:住宅設備機器



## 関心のある商品:各種ローン(住宅・自動車など)

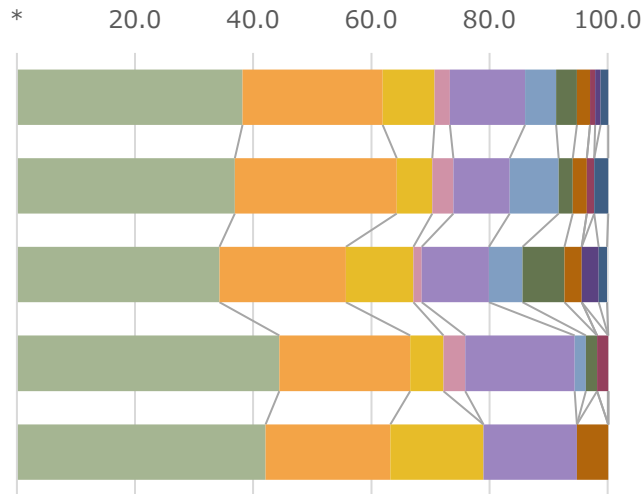


- 一般紙や折込接触者と比較しても、リビング読者は、住宅・マンション等の不動産、住宅設備機器、住宅ローン等の商品への関心が高くなっています。

ACRデータ…ACR (Audience and Consumer Report) は、ひとりの生活者に対して媒体接触状況と、消費・購買状況を同時に調査する、ビデオリサーチ社の日本最大規模のシンジケートデータです。サンプル数4,800

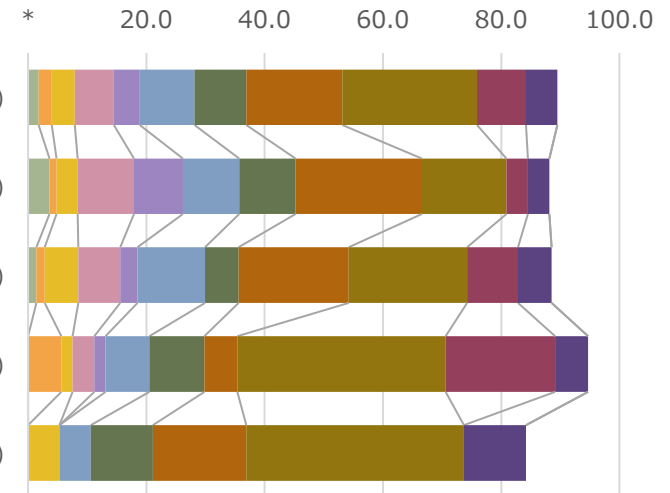
# リビング読者の都道府県別住居データ①

住居形態



	埼玉県 (n=19)	千葉県 (n=54)	神奈川県 (n=70)	東京都 (n=84)	全体 (n=228)
■ 一戸建て持家 (新築の注文住宅)	42.1	44.4	34.3	36.9	38.2
■ 一戸建て持家 (新築の建売住宅)	21.1	22.2	21.4	27.4	23.7
■ 一戸建て持家 (中古で購入)	15.8	5.6	11.4	6.0	8.8
■ 一戸建て借家	*	3.7	1.4	3.6	2.6
■ 分譲マンション	15.8	18.5	11.4	9.5	12.7
■ 賃貸マンション	*	1.9	5.7	8.3	5.3
■ 賃貸アパート	*	1.9	7.1	2.4	3.5
■ 給与住宅	5.3	*	2.9	2.4	2.2
■ 官公住宅	*	*	*	*	*
■ UR・公社・公営の賃貸住宅	*	1.9	*	1.2	0.9
■ 同居・間借り	*	*	2.9	*	0.9
■ その他	*	*	1.4	2.4	1.3

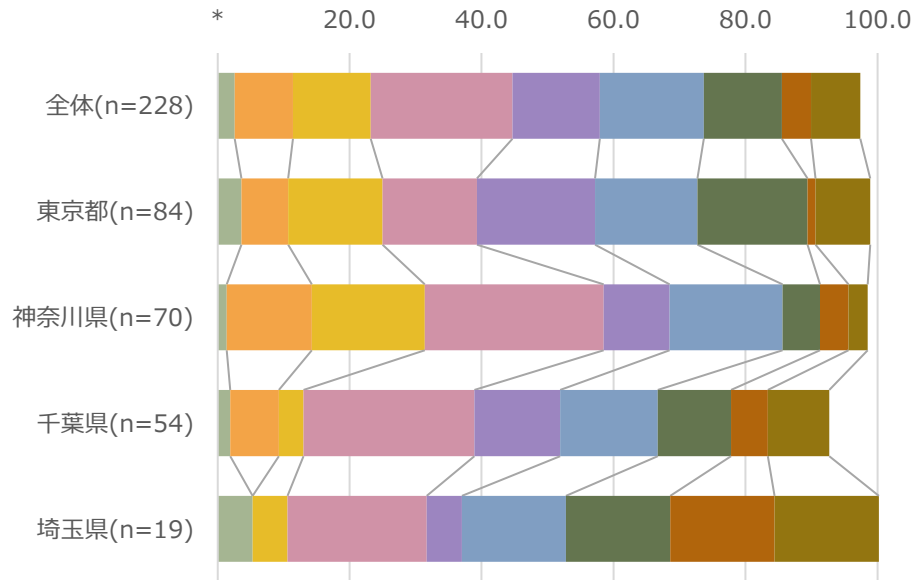
平米数



	埼玉県 (n=19)	千葉県 (n=54)	神奈川県 (n=70)	東京都 (n=84)	全体 (n=228)
■ 30平方メートル未満 (9坪未満)	*	*	1.4	3.6	1.8
■ 30~40平方メートル未満	*	5.6	1.4	1.2	2.2
■ 40~50平方メートル未満	5.3	1.9	5.7	3.6	3.9
■ 50~60平方メートル未満	*	3.7	7.1	9.5	6.6
■ 60~70平方メートル未満	*	1.9	2.9	8.3	4.4
■ 70~80平方メートル未満	5.3	7.4	11.4	9.5	9.2
■ 80~90平方メートル未満	10.5	9.3	5.7	9.5	8.8
■ 90~100平方メートル未満	15.8	5.6	18.6	21.4	16.2
■ 100~120平方メートル未満	36.8	35.2	20.0	14.3	22.8
■ 120~150平方メートル未満	*	18.5	8.6	3.6	8.3
■ 150~200平方メートル未満	10.5	5.6	5.7	3.6	5.3
■ 200平方メートル以上	*	*	*	*	*

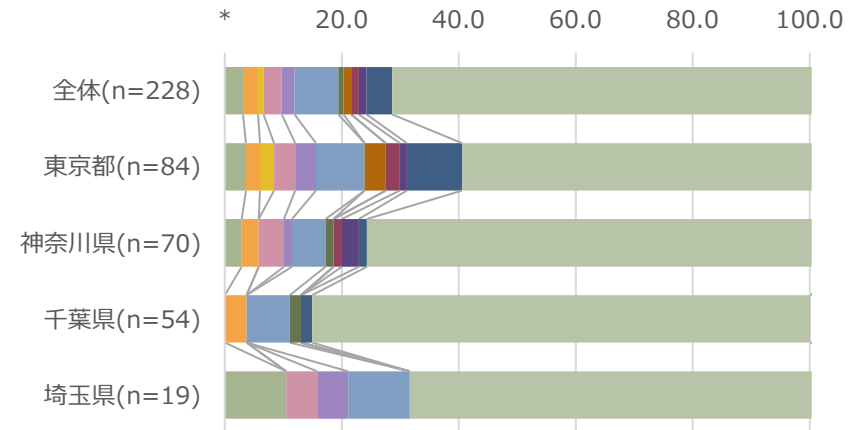
# リビング読者の都道府県別住居データ②

## 居住年数



	埼玉県 (n=19)	千葉県 (n=54)	神奈川県 (n=70)	東京都 (n=84)	全体 (n=228)
1年未満	5.3	1.9	1.4	3.6	2.6
1年～3年未満	*	7.4	12.9	7.1	8.8
3年～5年未満	5.3	3.7	17.1	14.3	11.8
5年～10年未満	21.1	25.9	27.1	14.3	21.5
10年～15年未満	5.3	13.0	10.0	17.9	13.2
15年～20年未満	15.8	14.8	17.1	15.5	15.8
20年～25年未満	15.8	11.1	5.7	16.7	11.8
25年～30年未満	15.8	5.6	4.3	1.2	4.4
30年～40年未満	15.8	9.3	2.9	8.3	7.5

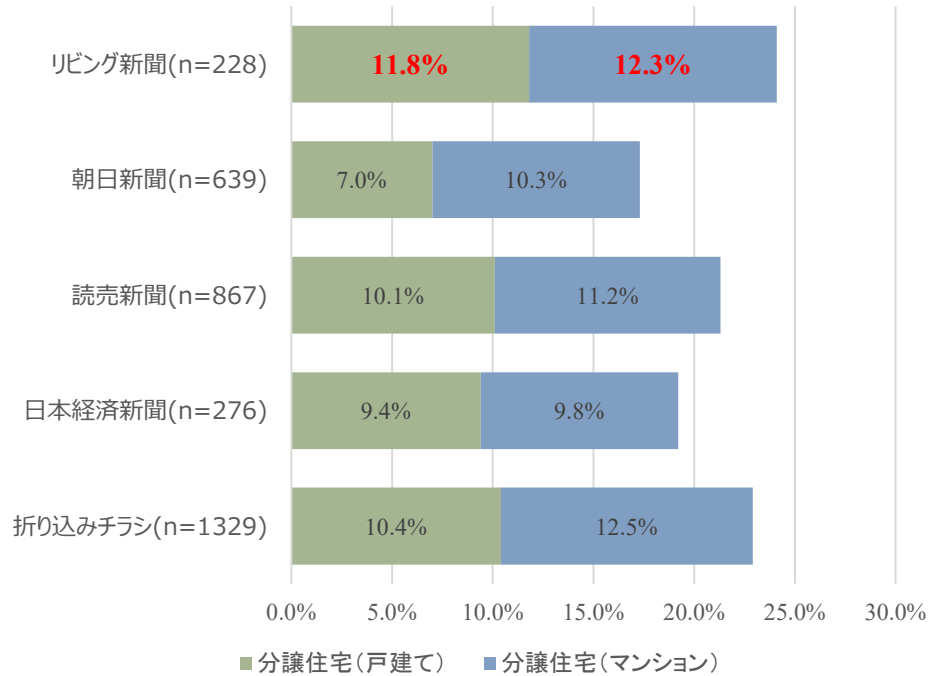
## 5年後の住居形態



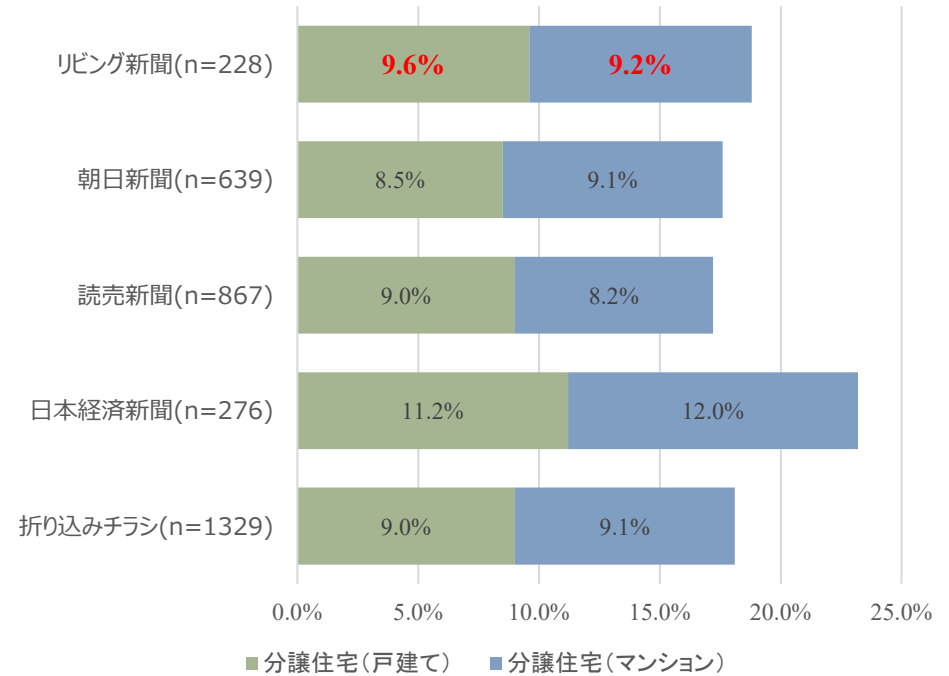
	埼玉県 (n=19)	千葉県 (n=54)	神奈川県 (n=70)	東京都 (n=84)	全体 (n=228)
戸建て住宅を購入する計画がある	10.5	*	2.9	3.6	3.1
家を新築する計画がある	*	3.7	2.9	2.4	2.6
一戸建て住宅を借りる計画がある	*	*	*	2.4	0.9
マンションを購入する計画がある	5.3	*	4.3	3.6	3.1
マンション・アパートを借りる計画がある	5.3	*	1.4	3.6	2.2
家を増改築・リフォームする計画がある	10.5	7.4	5.7	8.3	7.5
現在の家を建て替える計画がある	*	1.9	1.4	*	0.9
中古住宅のリフォーム・購入計画がある	*	*	*	3.6	1.3
二世帯住宅にする計画がある	*	*	*	*	*
別荘・リゾートマンションの購入・新築計画	*	*	1.4	2.4	1.3
土地を購入する計画がある	*	*	2.9	1.2	1.3
その他	*	1.9	1.4	9.5	4.4
計画はない	84.2	85.2	82.9	77.4	81.6

# ACRデータで見る一般紙読者・折込閲覧者と比較したリビング新聞読者の住宅に関するデータ

## 住宅の広告に関心がある



## 今後、住宅を購入したい

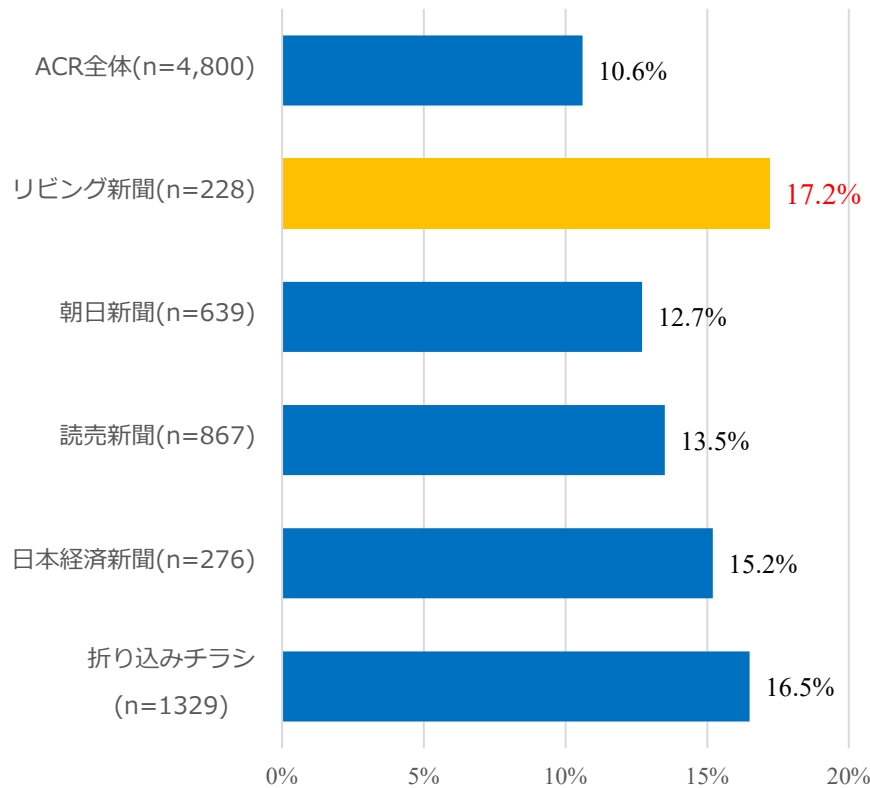


- ◆リビング新聞読者は、全体平均・一般紙・折込読者と比較して、「住宅」の広告に関心の高い年代が多くなっています。
- ◆リビング新聞読者は、全体平均・一般紙・折込読者と比較して、「今後、住宅を購入したい」人が多くなっています。

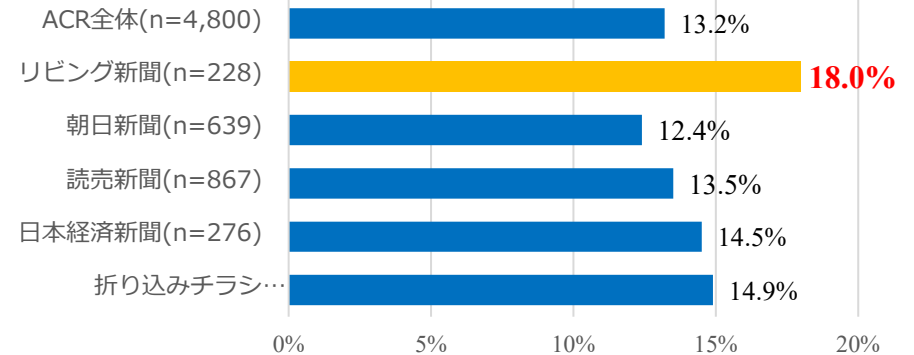


# ACRデータで見る一般紙読者・折込閲覧者と比較したリビング新聞読者の住宅に関するデータ

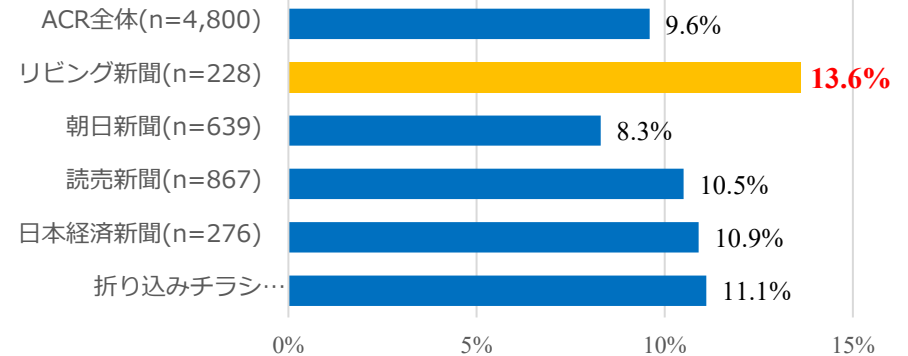
## 今後、住宅リフォームをしたい



## 今後、システムキッチンにしたい

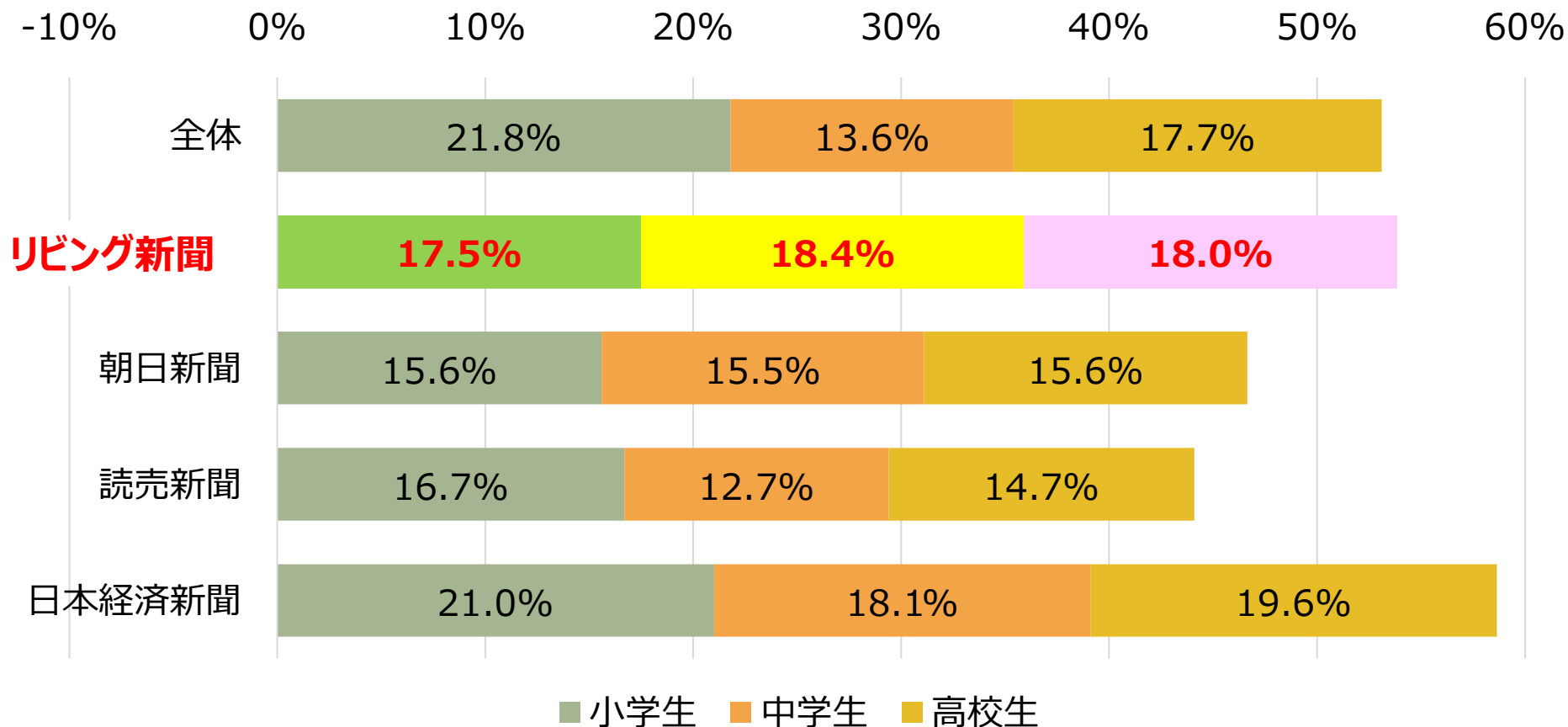


## 今後、洗髪洗面化粧台を新しくしたい



- ◆リビング新聞読者は、全体平均・一般紙・折込読者と比較して、「住宅リフォーム」を考えているが多くなっています。
- ◆リビング新聞読者は、全体平均・一般紙・折込読者と比較して、「システムキッチン」をはじめ、水回りを新しくしたいと考えている人が、多くなっています。

# ACRデータで見る「リビング新聞」読者の小学生・中学生・高校生の子供同居率



**リビング新聞読者の小学生・中学生・高校生の子供がいる割合は53.9%**  
朝日、読売を上回り、日経に続き多くなっています。

※ ACRデータ…ACR (Audience and Consumer Report) は、ひとりの生活者に対して媒体接触状況と、消費・購買状況を同時に調査する、ビデオリサーチ社の日本最大規模のシンジケートデータです。2019年度：サンプル数4,800

# 企画概要① メディアプラン

『こどもみらい住宅支援事業活用』告知料金プラン

## ■ リビング新聞

- 4/22号（21・22日配布）

エリア	部数	エリア	部数
東京（拡大版）	271,020	ふなばし・ならしの	76,042
むさしの	143,691	かしわ	120,812
多摩	118,724	横浜	161,350
さいたま	159,286	田園都市	70,721
千葉	115,363	<b>9エリア合計</b>	<b>1,237,009</b>

## ■ WEB告知

- リビングWeb 直接メール配信  
⇒実施エリアのリビングWeb会員に配信



# 企画実施料金

## ■1エリア・1回あたりの料金（全7段サイズ）ペイドパブリシティ

1エリア・1回あたりの料金（全7段サイズ）ペイドパブリシティ

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
東京リビング（拡大版） リビング横浜	7段1/1・ペイドパブリシティ	東京リビング¥1,120,000	<b>東京リビング</b> <b>¥798,000</b> <b>横浜</b> <b>¥724,500</b>
		横浜¥1,015,000	
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	東京リビング¥1,140,000 横浜¥1,035,000	

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
リビングむさしの リビング多摩 リビングさいたま リビング千葉 リビングかしわ	7段1/1・ペイドパブリシティ	¥875,000	<b>¥626,500</b>
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	¥895,000	

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
リビング田園都市 リビングふなばし・ならしの	7段1/1・ペイドパブリシティ	¥700,000	<b>¥539,000</b>
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	¥770,000	

エリア	企画特別料金（税別）
首都圏9版通し	<b>9エリア企画料金合計</b>
	<b>¥5,500,000</b>

# 企画実施料金

## ■1エリア・1回あたりの料金（全7段サイズ）ディスプレイ広告

※ディスプレイ広告の料金は、制作費を含みません

1エリア・1回あたりの料金（全7段サイズ）ディスプレイ広告

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
東京リビング（拡大版） リビング横浜	7段1/1・ディスプレイ広告	東京リビング¥840,000 横浜¥770,000	<b>東京リビング</b> <b>¥688,000</b> <b>横浜</b> <b>¥632,000</b>
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	東京リビング¥860,000 横浜¥790,000	

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
リビングむさしの リビング多摩 リビングさいたま リビング千葉 リビングかしわ	7段1/1・ディスプレイ広告	¥700,000	<b>¥576,000</b>
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	¥720,000	

エリア	項目・内容	正価料金	企画特別料金（税別） ※1エリアあたり
リビング田園都市 リビングふなばし・ならしの	7段1/1・ディスプレイ広告	¥560,000	<b>¥464,000</b>
	リビングWeb・ダイレクトメール	¥20,000	
	合計	¥580,000	

エリア	企画特別料金（税別）
首都圏9版通し	<b>9エリア企画料金合計</b>
	<b>¥4,950,000</b>

### 住宅支援などで新築・リフォームなど住宅を見直すチャンス 将来に優しいマイホームを手に入れるには

2022年度に、戸建ての優良住宅に昇格する住宅ローン減税の仕組みが変更されます。さまざまな支援制度を利用すれば、賢くマイホームを手に入れることができるかも。そこで3月から申請の受け付けが開始された「こどもみらい住宅支援事業」について紹介します。

**省エネ住宅「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス」などが主流に**

国内のエネルギー事情や地球温暖化対策として、住宅の省エネが注目されています。その代表として「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス」が注目を集めています。省エネ性能を有する住宅は「国土交通省」が定める省エネ性能基準に適合した住宅として認定されています。

「高い省エネ性能を有する住宅」は省エネ基準に適合する住宅は、エネルギー削減が可能なことに加え、節電・節水効果も期待でき、節電・節水のメリットが大きいとされています。

ZEHは、これらの特長に加えて省エネエネルギー削減を促進するため、エネルギーを削減できる住宅に、次世代省エネ住宅として認定し、省エネ性能を有する住宅の認定を受けることができます。

「省エネ住宅」は、夏に涼しく、冬に暖かい住宅に近づくことができます。

**3月から申請の受け付けを開始  
「こどもみらい住宅支援事業」に注目**

「こどもみらい住宅支援事業」は、子育て世帯と2020年4月以降にニューラルの開始に伴い、子育て世帯または子育て世帯が、高い省エネ性能を有する新築住宅の取得に伴う負担を軽減するとともに、住宅の省エネ・リフォームを補助することにより、省エネ性能を有する住宅のストックの形成をすることを目的とする取組です。

**3/26～5/8日  
各展示場で開催  
参加無料 相談は要予約**

### 「春の家づくり応援フェア」開催

東京セキスイハイム

新築、建て替え、リフォーム、二世帯住宅など、あなたはどんな家づくりを計画していますか？セキスイハイムの各展示場では、「春の家づくり応援フェア」を開催。最寄りの住宅展示場で希望の日時に予約すると、家づくりのプロに無料で相談できます。役立つ情報がいろいろの展示場へお出かけしてみてください。

**お役立ち相談会 ①**  
「新築にマイホームを取得する方法は？」「住まいづくりの主要検討項目」

**お役立ち相談会 ②**  
「プロから見れば土地の価値や価格、どこから始めればいいのか？」「注意点は？」

**お役立ち相談会 ③**  
「リフォームを考えた際のメリット・デメリット」

**最寄りのセキスイハイム展示場へ出かけませんか**  
相談会は要予約 ※下記の展示場の電話または右の二次元コードからWEB予約を（10:00～18:00、火・水曜定休）

清和アリオ展示場 清和アリオ展示場 北橋アリオ展示場 大宮アリオ展示場 大宮アリオ展示場 上郷アリオ展示場

こどもみらい住宅支援事業  
紹介記事 6段



広告スペース 7段

ペイドパブリシティ（記事体広告）

リビング新聞の編集部が読者の立場に立って取材し原稿を作成、リビング新聞から読者に対しての情報として発信する広告手法。クライアント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。

住まいのこどもなら [SUMUFUMU TERRACE (スムフムテラス)]でなんでも可能

### 住まいの新築・リフォームを考えていたら 補助金がもらえる「こどもみらい住宅支援事業」の相談は「SUMUFUMU TERRACE」で

積水ハウス

#### 住宅支援などで新築・リフォームなど住宅を見直すチャンス 将来に優しいマイホームを手に入れるには

2022年度に、戸建ての専任住宅に関する住宅ローン減税の仕組みが変わります。さまざまな支援制度を利用すれば、賢くマイホームを手に入れることができるかも。そこで3月から申請の受け付けが開始された「こどもみらい住宅支援事業」について紹介します。

◆省エネ住宅や「ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス」などが主流に

国内のエネルギー事情や地球温暖化対策として、住宅の省エネ化が進められています。そのためZEH（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）や「高い省エネ性能を有する住宅」「省エネ基準に適合する住宅」などに注目が集まっています。

「高い省エネ性能を有する住宅」「省エネ基準に適合する住宅」は、エネルギー消費が少ない家とのこと。屋根材、断熱材を取り入れたり、断熱性の高いドアを取り入れた家で、

「省エネ」は、これらの特典に加えて毎月のエネルギー消費量を削減し、省エネ補助金を申請することが可能です。

「省エネ住宅」は、夏に涼しく、冬に暖かな住まいに一役買ってくれる。暮らしに優しい住宅に注目があっています。

◆3月から申請の受け付けを開始「こどもみらい住宅支援事業」に注目

3月からの申請の受け付けが開始された「こどもみらい住宅支援事業」。18歳未満の子ども（2009年4/20以降に出生した子）がいる家庭等に、こどもみらい住宅支援事業の「新築・リフォーム住宅」を申請し、「こどもみらい住宅支援事業」に基づいて支援していただけます。

「こどもみらい住宅支援事業」は、リフォームにも対応します。この場合、リフォームする住宅の所有権者が建設費負担者である。

近隣の「SUMUFUMU TERRACE」へ行ってみよう

<b>新築</b> 暮らしの知るに出会う場所 新築区南浄排水3-11 03-5325-2800 03-5325-2800	<b>区川</b> 暮らしの知る(いると)に出会う場所 SU   1階増築1 SU   2階増築2 03-6334-5300 03-6334-5311
<b>油壺</b> 暮らしのLibrary 豊島区南浄排水1-11-3 トニボリラングザビル1階 03-5304-5300	<b>錦糸町</b> おもてなしの空間 (ジャパニーズモダン) 豊島区錦糸3-2-1 アールのファースト1階-13号 03-5311-1100 03-5311-1100
<b>青山</b> 暮らしの空間 港区高島1-2-26-1 D-LIFE 1階高島山1階 03-6378-5311	

イベント情報はこちらをチェック!  
SUMUFUMU TERRACE(スムフム テラス)  
積水ハウス公式HP  
<https://www.suishuhouse.co.jp/sumufumuteras/>

なかなか出口の見えないコロナ禍の影響で、戸建てを保有する人が増えています。またこの年から、子育て中の家族にお得な「こどもみらい住宅支援事業」がスタート。積水ハウスでは、この制度の適用対象をけ、住まいに悩まることが無いに相談できる「SUMUFUMU TERRACE(スムフム テラス)」をオープン。住まじつくりを考えていたら訪ねて行ってください。

#### ほんやりとした希望や要望でも大丈夫！ 第一歩から完成後もしっかりサポート

最近の世の中の変化で、今までにはなかったような悩みや要望が数多く見られるようになりました。その中でも、子育て中の家族が増えていること、子育て世代の増加に伴って、子育て世代の住まいに関する悩みや要望が多くなっています。

その中でも、子育て世代の住まいに関する悩みや要望が多くなっています。子育て世代の増加に伴って、子育て世代の住まいに関する悩みや要望が多くなっています。

#### ◆SUMUFUMU TERRACEでできる4つのこと

- なんでも相談できる**  
リフォームした部屋の設計や、基礎工事の補修など、お任せいただけるサービスを提供しています。
- 暮らしの憩いを探そう**  
暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。
- 暮らしの憩いを探そう**  
暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。
- 暮らしの憩いを探そう**  
暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。

◆チーム コンサルティング スタイルに対応  
「閑散なリビングをつくりたい」「家事動線をこだわりたい」「好きなアートを飾りたい」など、お客様の要望を丁寧に聞き取り、最適な提案を行います。

暮らしの憩いを探そう

暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。暮らしの憩いを探そう。

## こどもみらい住宅支援事業 紹介記事 6段



## 広告スペース 7段

### ペイドパブリシティ（記事体広告）

リビング新聞の編集部が読者の立場に立って取材し原稿を作成、リビング新聞から読者に対しての情報として発信する広告手法。クライアント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。