

週刊新潮

2022年3月24日売

新潮社広告部特別企画

5つの視点で備える 「終活」特集

資料請求ハガキ &
応募フォーム付

株式会社 新潮社 広告部

「週刊新潮」では、「終活」にまつわる特集記事が反響を呼んでいます。

相続や葬儀・墓といった実際問題から自身と家族の心の整理まで、読者の関心事に応える特集記事を組んでいます。



上：2021年5月20日号にて、
特集記事5頁を掲載

右：2021年2月4日号。
全3回の短期連載「伴侶を失
った後、あなたは…」を掲載

ほか多数



シニア層に向けた広告特集も随時実施中。

- 「遺贈寄付」広告特集(2021年8月)
- 「認知症」「補聴器」広告特集(2021年9月) ほか

連合ハガキ&WEBフォームによるアンケートで

1団体・社あたり
80~130件
 の資料請求を獲得。

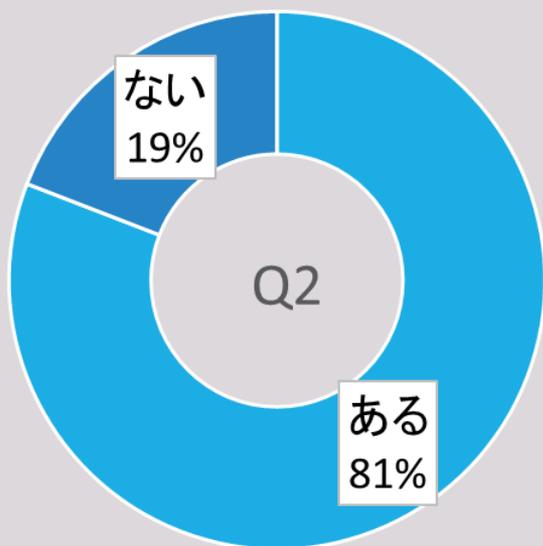


下：2021年8月12・19日売号「遺贈寄付」広告特集。貼付ハガキとWEBでの資料請求アンケートに、約200名が回答。

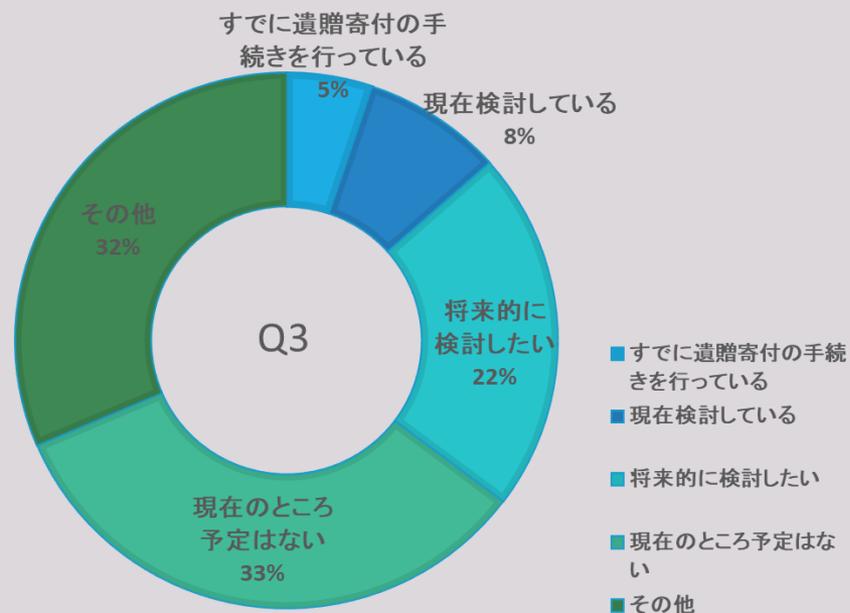
《ご参考》2021年8月12・19日売号「遺贈寄付」広告特集アンケートでは
広告特集を自身の終活のステップに活かそうとする読者の声が届きました。

- いざという時では遅いので、今のうちから家族と話し合っておきたい。
- 頭では分かっているにもかかわらず始められない時に、いい機会を作って頂きありがとうございました。
- 選択の助けになり、とても参考になる企画。

Q:過去に寄付の経験はありますか



Q:遺贈寄付を検討していますか



各広告特集のテーマについて、関心度が高く、すでに検討・行動に移している読者に訴求。
各社様、各団体様の情報を効率的に伝えます。

2022年3月24日発売号で

「週刊新潮」初の総合的な「終活」広告特集 を実施します。

ひとくちに「終活」といっても、なすべきこと、やりたいことは人それぞれ。読者が“自分らしく、終活に取り組むサポートとなる商品と情報を、[5つの視点による2部構成](#)でご紹介します。

第1部

遺贈寄付

第2部

信託・相続

保険

住まい

葬祭

想定クライアント：第1部 各種団体(公益法人、NPO等)学術・教育機関、医療法人

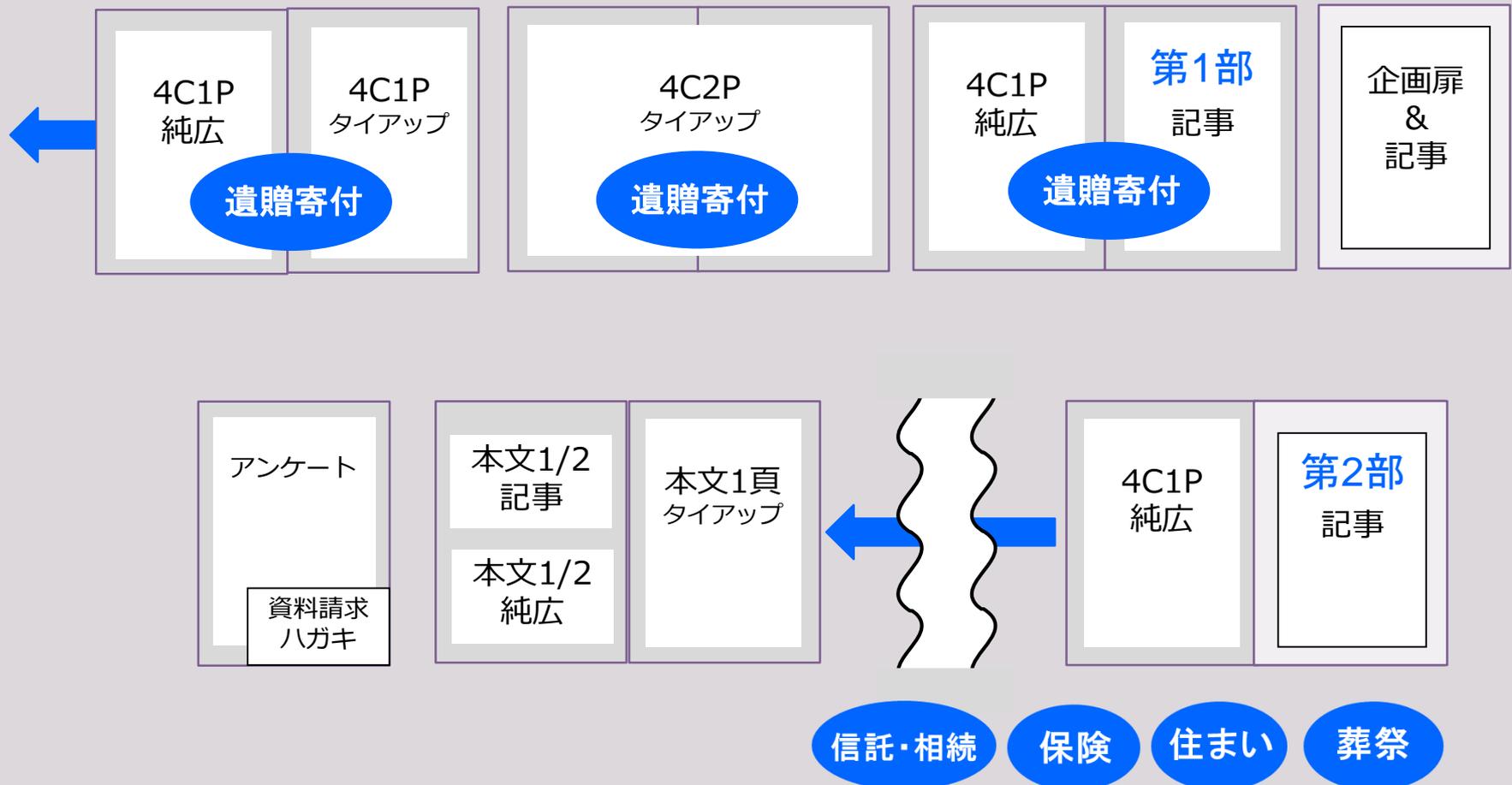
第2部 都市銀行、信託銀行、証券会社、保険会社、各種士業事務所、シニア向け住宅/施設/サービス、葬祭関連
その他ご相談ください

+ ハガキとQRコードのWEB応募による[資料請求アンケート](#)を実施。

競合誌とは違う資料請求者情報をご提供します。

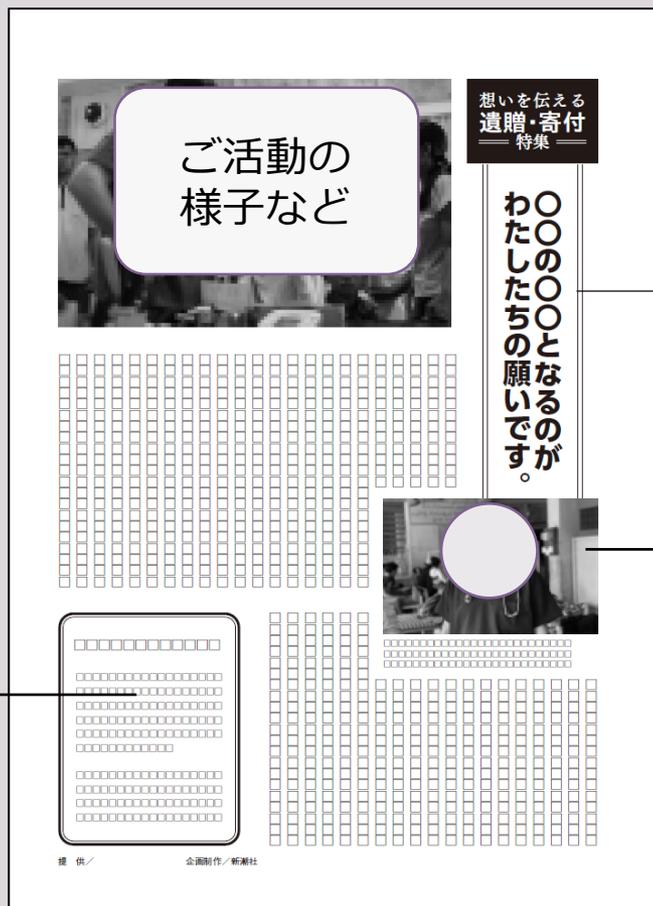
本特集構成イメージ

現時点でのイメージであり、ページの増減や入れ替え等の可能性もあります。
詳しくはお問い合わせください。



タイアップの誌面イメージ

代表者（担当者）の方へのインタビューを中心に構成※いたします。



タイトルと
貴社名・団体名

代表者のご紹介など

貴社・貴団体の
プロフィール

※オンライン取材にも対応いたします。また資料のみでの作成をご要望の際もご相談ください。

広告料金

本企画ご協賛社さまに限り

・ 添付はがき（通常2,300,000円）

・ 誌面QRコード からの資料請求者リストを提供いたします（週1～2回のご提供）。

- | | | |
|-----------------------|------------|-----------------|
| ① 4C2P タイアアップ | 2,900,000円 | |
| ② 4C1P タイアアップ+4C1P純広告 | 2,700,000円 | |
| ③ 4C1P タイアアップ | 1,700,000円 | |
| ④ 4C1P 純広告 | 1,400,000円 | |
| ⑤ 活版2P タイアアップ | 1,600,000円 | |
| ⑥ 活版2P 純広告 | 1,250,000円 | |
| ⑦ 活版1P タイアアップ | 900,000円 | |
| ⑧ 活版1P 純広告 | 650,000円 | |
| ⑨ 活版 1/2P タイアアップ | 550,000円 | （通常はお受けしておりません） |
| ⑩ 活版 1/2P 純広告 | 400,000円 | （通常はお受けしておりません） |

スケジュール

〈申し込み締め切り〉

タイアップ 1/27 (木)

純広 2/24 (木)

お問合せ

週刊新潮担当 TEL:03-3266-5211

大川一郎（おおかわいちろう） okawa@shinchosha.co.jp

重松厚至（しげまつあつし） shigem@shinchosha.co.jp

大浅真梨子（おおあさまりこ） oasa@shinchosha.co.jp

詳細につきましてはお問い合わせください。ご検討のほど、よろしくお願い致します。

【媒体プロフィール】



創刊：1956年2月（今年65周年）
出版社系ジャーナリズム
としては日本初
編集長：宮本太一（2017年～）

- 発売日：毎週木曜日
- 発行部数：348,148部（印刷証明付発行部数 2020年7月～9月）
- 全国に配本（比率は人口比とほぼ同じ）
- 読者属性 『ABC REPORT2019 1～6』日本ABC協会発行より

男女比3：2、50歳以上が7割

〈おもな購読者層（上位3つ）〉

- ①サラリーマン
- ②主婦（夫）、リタイア層
- ③自営業

- ▶主に50～70代の男性が購入。自宅に持ち帰り、夫婦でじっくり読む雑誌。
 - ▶競合誌に比べ政治、経済、事件記事、連載小説に強み。
 - ▶生活に余裕があり、自分と社会の関わりに強い意識を持つ読者。
- 信頼のおける活字情報をもとに商品・サービスを購入。

週刊新潮の歴史

1956年に創刊された『週刊新潮』は非新聞社系ジャーナリズム雑誌として創刊されて以降、今日まで常にトップランナーとしての言論活動をおこなってきました。政治・事件・文化風俗などへの徹底した取材から生み出された記事は、長年多くの読者に信頼され愛されてきました。また『週刊新潮』の記事をきっかけに、世論を大きく動かすような展開となった事件も数多くあり、媒体が持つ社会的影響力の強さを物語っています。

またもうひとつの側面は、老舗文芸出版社としての強みを凝縮し読者に文化を提供してきた雑誌であることです。これまでも山本周五郎や池波正太郎といった大物時代小説作家作品や、松本清張や山崎豊子といったノンフィクション大作など、良質な作品を読者に提供してきました。

読者の傾向

週刊誌と聞くと読んだらすぐに終わり、というイメージがあるかもしれませんが、弊社が行った愛読者調査（2010年実施）によると、『週刊新潮』は、

「自宅でじっくりと読む」「購入してから4～5日かけて読む」

「毎週購読している」「最初から最後まで記事を読む」読者が多く見られました。

また、購買者が自宅へ持ち帰って家族で回読するという傾向もあります。