

週刊新潮

2022年12月合併号（22日売予定）

新潮社広告部特別企画

4つの視点で備える 「アクティブシニア」 特集

QRコードからの
資料請求者データ提供付

株式会社 新潮社 広告部



「週刊新潮」では、メイン読者の50代～80代シニア層の関心事である医療や健康、食生活、終活、相続等につまわる特集記事が反響を呼んでいます。



上・左：2022年8月11・18日号
ほかシニア向け記事多数

シニア層に向けた広告企画 も随時実施中。

- 「補聴器」企画(2022年3月)
- 「終活」特集(2022年8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**
40~130件
の資料請求を獲得。



上：2022年3月3日売号「補聴器」企画 下：2022年8月4日売号「終活」特集。

2022年12月22日発売号で

「週刊新潮」初の「アクティブシニア」広告特集

を実施します。

年齢にとらわれず、自分のやりたいことに意欲的に取り組む「アクティブシニア」。知的な好奇心旺盛な「週刊新潮」読者に向けて、活動的なセカンドライフのための情報・サービスを、医・食・住・財の4つの視点でご紹介します。

想定クライアント

医

クリニック、人間ドック、
製薬メーカー

食

健康食品、サプリメント、
宅配サービス等

住

リフォーム/高齢者住宅

財

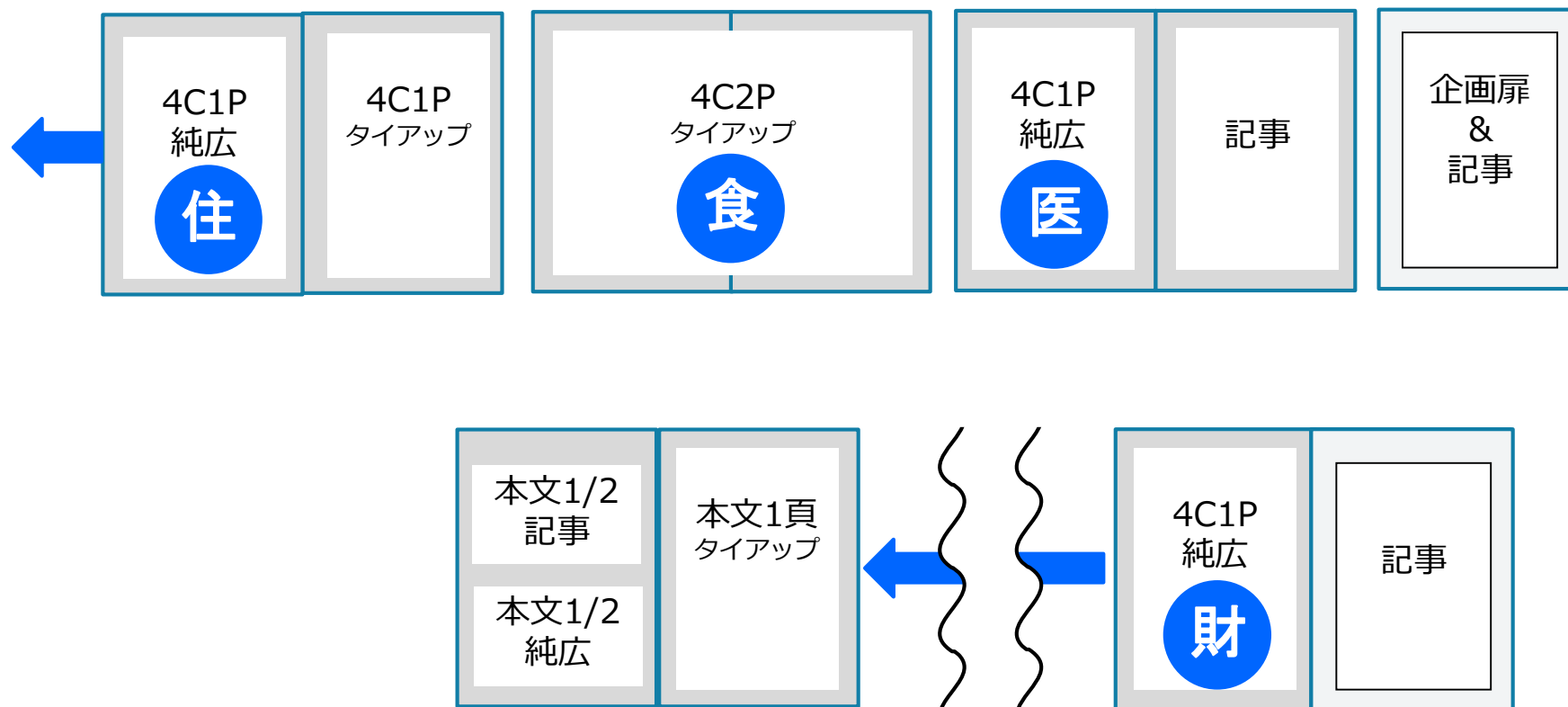
都市銀行、信託銀行、証券会社、
保険会社、各種土業事務所

※2022年12月年末合併号は発売日が変更する場合があります。

+ その他ご相談ください。

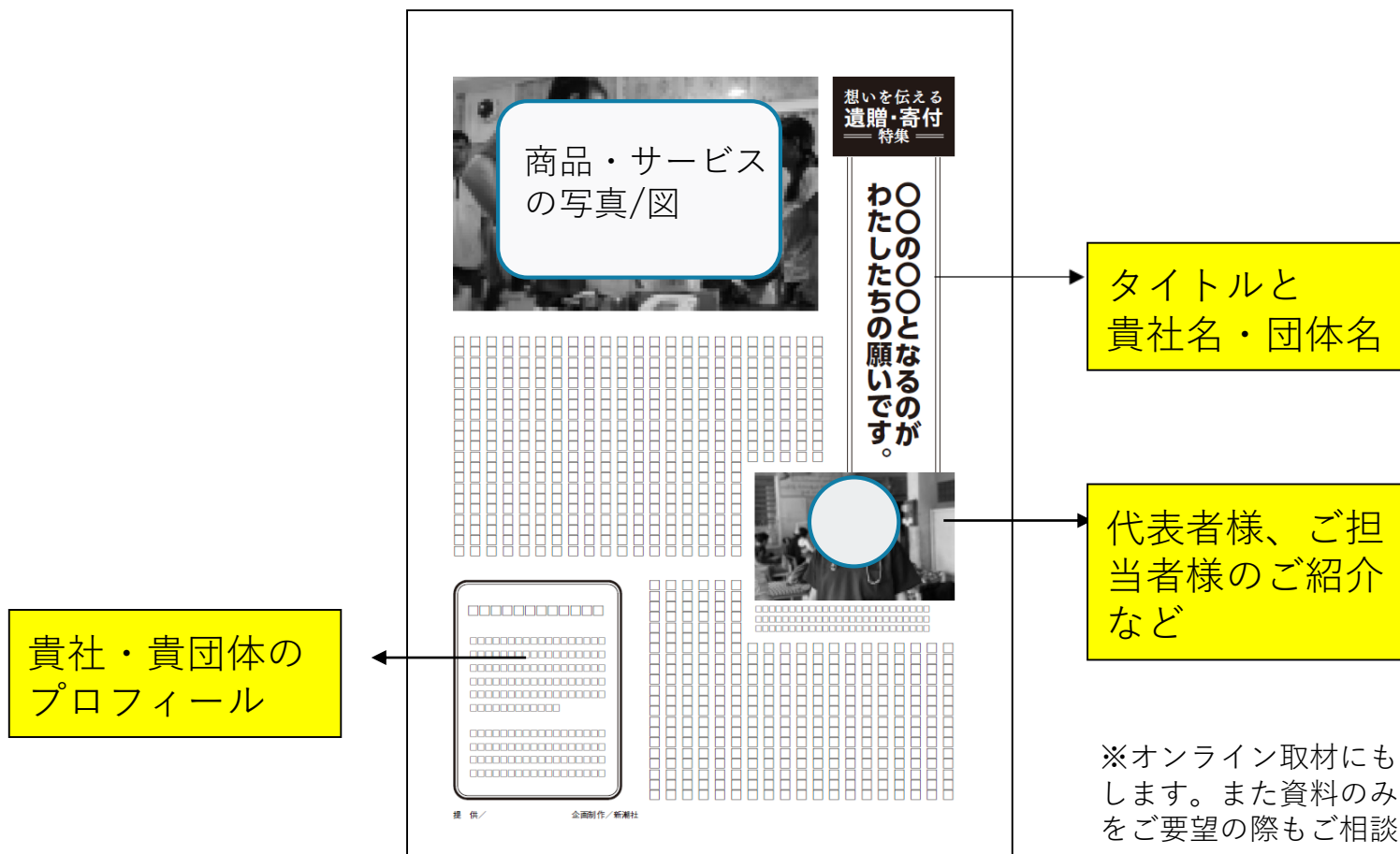
本特集構成イメージ

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※



広告料金

本企画ご協賛社さまに限り

誌面QRコードからの資料請求者データを提供します

	カラー	活版（モノクロ）
2Pタイアップ	290万円	160万円
1Pタイアップ+1P純広告	270万円	140万円
2P純広告	250万円	125万円
1Pタイアップ	170万円	90万円
1P純広告	150万円	65万円
1/2Pタイアップ		55万円
1/2P純広告		40万円

総合ニュースサイト「デイリー新潮」、同サイト内新コーナー「ドクター新潮」へのタイアップ記事転載プラン（G50万円～）もご用意しております。

<https://shinchosha-ad.jp/products/daily-shincho/>

スケジュール

〈申し込み締め切り〉

タイアップ 11/2 (水)

純広 11/16 (水)

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。