

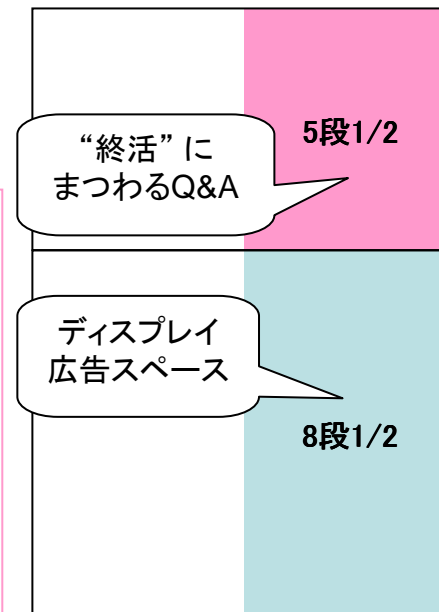
リビング新聞 記事タイアップ広告企画 「家族で考える終活」

最近「終活」という言葉をよく見聞きするようになりましたが、具体的にはよくわからないという人がまだまだ多いのではないのでしょうか。リビング新聞では、「家族で考える終活」と題し、人生のエンディングにまつわる商品やサービスをPRできる紙面企画をご用意いたしました。以下内容をご高覧の上、ぜひご活用くださいますよう、ご案内申し上げます。

企画のポイント

- ①Q&A記事と連動したスペースなので、読者の興味を喚起できます。
- ②リビング新聞とのコラボ感が出せるので、高い信頼性を持って情報が伝わります。
- ③お盆やお彼岸など、家族が揃う時季を控えたタイミングでの掲載で、注目度もアップ。

紙面展開イメージ (13段1/2 の場合)



企画概要

- 企画対象号 2014年6月28日号～9月6日号の発行号よりお選びいただけます
- 体裁(1枠あたり)
 - 13段1/2 記事タイアップ (5段1/2Q&A記事 + 8段1/2ディスプレイ広告)
 - 1ページ 記事タイアップ (全5段Q&A記事 + 全8段ディスプレイ広告)

※各号・各エリアごとに、1業種1社限定とさせていただきます
- 内 容 「終活」にまつわるQ&A記事の直下で商品やサービスの訴求ができます。**Q&A記事では、専門家として広告主のご担当者にご登場いただき、疑問にお答えいただきます。**
※Q&Aの内容は特定の商品やサービスの紹介ではなくあくまでも一般論の範疇とさせていただきます
- 申 込 締 切 掲載ご希望号の前々週・水曜日

企画料金 (1号・1エリア・1回掲載あたり/消費税・ディスプレイ原稿制作費別)

エリア	13段1/2 記事タイアップ	全13段 記事タイアップ
北摂中央・北摂東・大阪・ 阪神中央・神戸東・神戸明石	400,000円	600,000円
北摂西・南大阪・京阪・ 阪神東・阪神北	320,000円	500,000円

【当広告企画についてのおことわり】

同号・同エリアにおける同業種の掲載は、決定
先着1社限定とさせていただきます

2014年6月

想定クエスチョンと想定広告主

- ①自分の後はお墓の面倒を見るものがいなくなってしまうのですが、どうしたらいいでしょう？
→霊園、墓石関連業種
- ②子供達に迷惑がかからないように相続の段取りを決めておきたいが、どのようにすればよいでしょう？
→法律事務所、信託銀行 など
- ③自分が死んだら今使っているカードや携帯電話などの契約はどうなるの？
→カード会社、通信会社 など
- ④亡くなる前に遺影を準備しておくのはよくないの？
→写真スタジオ など
- ⑤自分らしい葬儀やお別れの仕方はどう準備すればいい？
→葬儀関連業種、ホテル など