先着6社
限定！

サンキュ! 20周年　年度末感謝企画

本誌/メトロビジョン/インフルエンサー拡散

サンキュ!×協賛社様
リーチ最大化企画

雑誌へのご出稿で
メトロビジョン+ブログ/インスタでの拡散が無料に！！

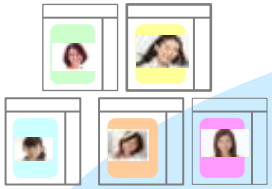
「あしたのわたし」を応援！　クライアント様×サンキュ!　リーチ最大化企画

POINT1　サンキュ!で制作したクリエイティブを再編集してメトロビジョンで放映。枠押さえや納品の手間はいりません
POINT2　サンキュ!で活躍するブロガーや、ママインスタグラマーによる商品使用実感の拡散も一気通貫で実現できます

全体概要

サンキュ!

人気ブロガーによる商品活用ブログレポート



サンキュ!が厳選する高PVブロガーを起用し
貴社商品を使用したブログレポート展開
想定PV数2万PV

インスタグラマーによるインスタPR

ママインスタグラマー（4から5名想定）の
投稿10万リーチサービス

サンキュ!3月売り クライアント様タイアップ

4C2PTU

ABC実売数2016年上期229,729部
20-40代主婦閲読率No.1雑誌での
誌面タイアップによるリーチ拡大

東京メトロ　メトロビジョン1週間

放映枠：東京メトロ　メトロビジョン/1週間スポット/15秒枠
掲載期間：3月上旬予定（1週間）
掲載路線：銀座線/丸ノ内線/東西線/千代田線/有楽町線/半蔵門線/副都心線のモニター設置車両

タイアップ素材を活用した
メトロビジョンでの貴社商品露出。
15秒のうち10秒をクライアント様商品露出

サンキュ!が発信する
「あしたのわたし」メッセージと
ともに貴社商品を掲出します

料金・実施条件

実施料金…400万円グロス/1社（6社限定）/通常実施価格575万円相当

お申し込み締め切り：12月26日
オリエン締め切り:1月6日

※備考
本企画は、6社様までの決定優先となります。
競合排除は行いません。
メトロビジョンの映像は、画面比率16:9で制作いたします。

東京メトロ　メトロビジョン展開詳細

サンキュ！本誌タイアップと連動した15秒動画を東京メトロ合計7路線で放映！

【内容】タイアップで撮影した写真をもとに、静止画ベースで
メトロビジョン用の動画を弊社にて制作。
15秒の内、約10秒をクライアント様タイアップとして制作します

【イメージ】

サンキュ！告知

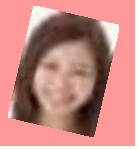
サンキュ！

4月号発売中！

→

タイアップ素材を使って構成

サンキュ！人気ブロガー
イチオシアイテム(仮)



→

サンキュ！告知

20~40代 主婦誌 No.1

サンキュ！4月号
好評発売中！

※内容については、サンキュ！編集部に一任させていただきます。

【概要】

■放映期間：2017年3月6日～12日(予定)
■放送枠：東京メトロ・メトロビジョン、１ｗｅｅｋスポット、１５秒枠　⇒最大6社で分割し掲載
■路線：銀座線／丸ノ内線／東西線／千代田線／半蔵門線／有楽町線／副都心線
■映像は画面比率１６：９での制作となります。
※車両設置モニターが１５インチ（４：３）の場合、上下に黒いオビが出ます。

※「Tokyo Metro Vision」は、東京メトロの所有するメディアとなるため、東京メトロの広告掲載基準を満たす事のできない広告主及び商材は掲載不可となります。

インスタグラマーPR施策　詳細

⇒ママインスタグラマー(4～5名想定)の投稿10万リーチをサービス

1.プランニング

「誰に」、「どのように」投稿をしてもらうかが鍵。
各インスタグラマーの特長や得意分野、実績を踏まえ、最適なプランをご提案。

2.キャスティング

事前アンケートでは
貴社オリジナルの設問5問を
ヒアリンング可能。
属性データ＋αの情報から
商材とのマッチングを実現。

3.サンプリング インスタグラム投稿

インスタグラマーそれぞれの
世界観を大切にしつつ、
貴社が伝えたいシーンのディレクションをいたします。

▼指定可能事項
①利用、使用シーン
（朝食、お酒と一緒に、…）
②指定ハッシュタグ1つ

4.レポート

実施結果を定量・定性の両方面でご報告。**態度変容調査を実施**することで、次回の対策を考察してお伝えします。

訴求したい点を絞り、インスタグラマーに自由投稿してもらいます。
商品の魅力が最大限に伝わる形を事前にディレクションします。

投稿内容

自由度が高いほど、インスタグラマー独自の発想で思いもつかなかったようなシーンやレシピを提案していただけます。

▼指定可能事項
①利用、使用シーン（朝食で、お酒と一緒に、…）
②指定ハッシュタグ　1点

※「●●（クライアント名）様に頂いて～」等、
関係性が明示できる文言を記載いたします。
例）「●●さん（企業名）からサンプリングで新商品をもらいました。」

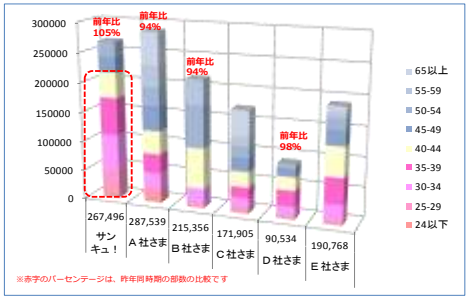
サンキュ！の魅力

若年主婦からの圧倒的な支持は、
登場するインフルエンサー読者の「発信力」と「影響力」にあり。

サンキュ！
部数：267,496部（2015年度下期ＡＢＣ実売数公差より、昨対同期比105%増）

【特徴と強み】

20－40代若年主婦の圧倒的支持



20－40代の主婦の閲読率10年連続ナンバー1！
昨年（2014年下期）と比べ更に部数を伸ばす勢い

読者が影響力のある発信者！サイト連携

サンキュ!の人気読者がブログを執筆する
「口コミサンキュ!」は月間90万ＵＵと、他誌の
サイトとは比にならないサイトスペックです

人気インフルエンサーの圧倒的存在感

サンキュ!独自のインフルエンサー
養成システムにより、続々と影響力のある
読者やブロガーが誕生

【トピックス】

新しいトレンド発信

うちパパ　主婦の社会進出とともに、夫の家庭内進出が社会的トピックスに。サンキュ!はこの現象を「うちパパ」と命名。本誌やリリースで発信。

読者・ブロガーの影響力が社会にも

サンキュ!から生まれた多くの読者やブロガーが、
テレビの取材を受けたり著書を執筆したりといった
活躍で著名人化。さらなる影響力を有する存在に

政府の有識者会議メンバーに招聘

主婦を最もよく知る存在として、政府から依頼

本誌武田史子編集長は2014から少子化社会対策委員に
選出され、内閣府の有識者会議に参加。現在は
環境省の「COOL CHOICE推進チーム」メンバーや
2016年10月より国土交通省のフォーラム講師も着任予定