

媒体概要

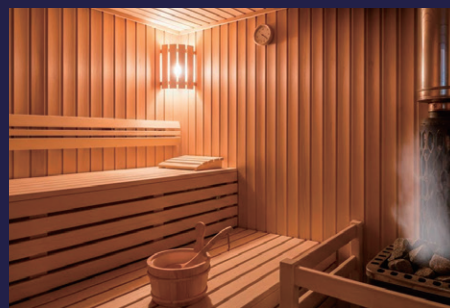
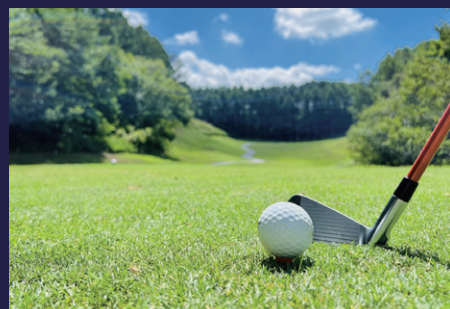
媒体名	M-R50 (エムアール50)	発行部数	192,400部 (本紙同時配布182,400部＋別配10,000部)
媒体特性	家庭直接配布と職域配布を組み合わせた ハイブリッド型フリーペーパー	配布エリア	松山市・東温市・伊予市・松前町・砥部町
紙面形態	タブロイド版	発行日	1/30号(配布日:1/28②～1/30⑤、 職域配布は2月1週目を予定)

掲載料金

※表示料金はすべて消費税別途です。

広告種類	サイズ	掲載料金
A フロント半5段 (制作・撮影費別)	縦143mm × 横124mm	¥217,500
B 全3段 (制作・撮影費別)	縦85mm × 横250mm	¥261,000
C 半4段 (制作・撮影費別)	縦114mm × 横124mm	¥174,000
D 半3段 (制作・撮影費別)	縦85mm × 横124mm	¥130,500
E 半2段 (制作・撮影費別)	縦56mm × 横124mm	¥87,000
F 病院記事型広告半4段	縦114mm × 横124mm	¥150,000 (内訳:掲載料100,000円+制作費50,000円)

その他サイズは営業担当まで問い合わせください。



【申込締切】2026年1月9日(金) 【入稿締切】2026年1月20日(火)

●紙面広告についてのお問い合わせ

えひめリビング新聞社

松山市千舟町7丁目2-8

Tel.089-931-7001

<http://www.ehimeliving.co.jp>

えひめリビング新聞社



もしくは主要広告会社へ

リビングまつやま LIVING

媒体資料

1月30日号
INSERT



リビング新聞が手がける
初の男性向けライフスタイル情報紙

「エムアール50」
MR50 It's NEW
Matsuyama

50代からのアクティブジャーニー道しるべ

M-R50とはMr(男性)とRound50(おおよそ50歳)を掛け合わせた造語です

この世代は、仕事では管理職や経営層として組織を支え、家庭では家族を守る立場にありながら、自身の健康・将来・生き方にも目を向ける、まさに「責任」と「自分らしさ」の狭間で生きる世代です。「M-R50」はそうした成熟した大人の男性像を象徴し、彼らの共感や行動意欲を引き出すことをめざします。

50代～男性を狙い撃ち！販促プロモーション効果を最大化させる6つのポイント

POINT 01

読者の「リアルな悩み」に 寄り添う媒体

情報を探していないが、必要としている層にアプローチできる。

50代～男性は、仕事でも家庭でも「守る立場」「支える立場」として責任を担う一方、健康・老後・人間関係・キャリアなど、人生の転換期を迎える世代です。自分のことは後回しにしがちですが、心の中では「体力の衰え」「貯金への不安」「定年後の生き方」など、漠然とした悩みを抱えています。こうした悩みは「相談しにくい」「検索しても答えが見つからない」といった傾向が強く、いわば「情報を探していないが、必要としている層」です。

『M-R50』は、そうした潜在的な悩みをテーマごとに可視化し、健康・美容・ライフスタイル・趣味など、生活全般から共感を呼ぶ特集を展開します。

POINT 02

時間と経済的余裕があり、
趣味・自己投資に積極的

子育てが一段落し、趣味・健康・学び・第二のキャリアなどへの関心が高まる時期。

50代～男性は、現役世代の中で最も収入が高く、可処分所得も多い層です。男性の平均給与は50代でピークを迎える一方で、子育てや住宅ローンなどの大きな支出が減り、経済的な余裕が生まれます。貯蓄額も多く、健康・趣味・旅行・車・保険・資産運用など「自分のための支出」に積極的です。こうした背景から、50代～男性は購買力が高く、目的意識も明確なため、広告反応が得やすい非常に魅力的なターゲットです。

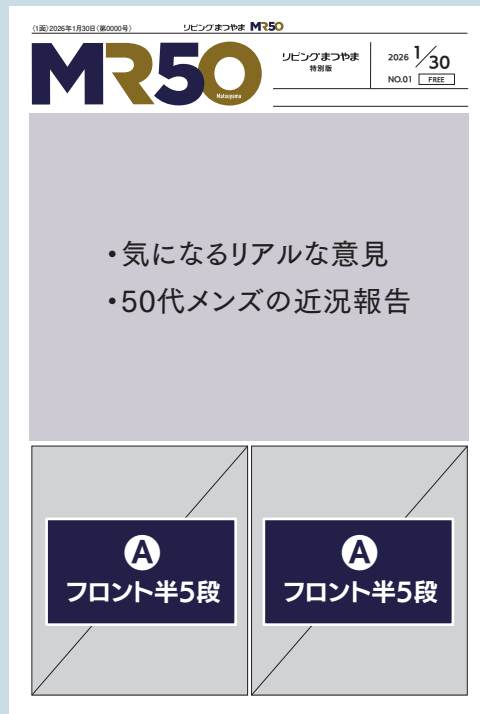
POINT 03

紙媒体を読む習慣があり、継続的なファン化・口コミ拡散が期待できる

デジタル情報にも慣れつつ、新聞・雑誌・チラシなど紙を読む習慣が根強い世代。手元でゆっくり読まれるため、情報定着率が高い。

デジタル広告があふれる今、紙媒体の信頼性と保存性が再び見直されています。電通メディアイノベーションラボの調査では、「紙の広告は信頼できる」と回答した人が全体の62%に上り、特に50代以上ではその割合が7割に達しています。紙媒体は「一度きりで流れていく」ネット広告と異なり、「信頼されながら長く読まれる＝認知と行動を促す持続的な効果」を発揮できます。

健康・趣味・リアリティーを軸にした 50代～向けライフスタイル企画(予定)

POINT
04

職域配布(※2月1週目予定)による ターゲットへの直接訴求力

**182,400部をリビング本紙と一緒に、
10,000部を男性社員の多い企業へ別配し、
「見る」ではなく「読まれる」接触環境を作る。**

自宅で新聞・フリーペーパーを手にする機会が減少している一方で、職場では休憩時間や昼食時に「紙での情報」を手にする傾向が依然として高いとされています。そのため、**配布効率・閲覧率ともに高い接触環境を生み出すことができます**。また、企業配布は「信頼できる媒体から届いた情報」として、安心感・信頼性が高く、職場内での口コミ効果や「同僚からの紹介」など二次的な波及効果も期待できます。

POINT
05

「M-R50」は、
通常の「リビングまつやま」と
同一料金で掲載可能

既存の読者層に加え、「リビングまつやま」ではリーチしづらかった50代男性層にもアプローチできる。

「M-R50」は、通常の「リビングまつやま」と同じ掲載料金でご出稿いただけますが、発行部数は通常号より10,000部多い192,400部。コストを変えずに、より多くの読者へ広告を届けられます。さらに、配布先も通常の戸別配布エリアに加え、職域配布も実施することで、これまでアプローチが難しかった50代～男性層や働く世代に、確実にリーチができます。

POINT
06

掲載して終わりじゃない サポート体制

掲載後、カスタマーサクセススタッフが細かく分析。

広告掲載後、カスタマーサクセススタッフが貴店へ効果のヒアリングを行います。来店動機や問い合わせ内容、クーポンの動きなど、実際の反応をお伺いし、傾向や気づきを共有します。その場で得られた情報をもとに、次回以降の広告内容や打ち出し方の改善点を相談しながら、より成果につながるようにプロモーションをご提案します。