

創刊  
98年

家庭総合誌 **トップクラス** の発行部数



MEDIA GUIDE

全国の **50～70**代の中高年読者からの  
高い信頼と支持に支えられているファミリーマガジン

『家の光』は「食と農」の情報を中心として、中高年の読者向けに健康から料理、ライフプラン、時事まで幅広く掲載するファミリーマガジンです

Check!

## 特集(毎月3本)

すぐに役立つ暮らしの気になる話題を



Check!

## 手芸や健康、料理などの生活記事

家族、友達と楽しめます



菜園・農業はもちろん、SDGsなど学習記事も



読者が多く登場するのも『家の光』の特徴。各地の読者(仲間)の活動も人気のページ



## 2021年度の主な特集(例)

- 息も心も楽になる 呼吸筋ストレッチ
- 家でできる! みんなでできる! 食品ロスを減らすワザ
- おやつ時間~ふるさとのお菓子でお茶しませんか

- 栄養満点 風味抜群 ニンジン新レシピ
- 暮らしのマナー 令和の新常識
- 「名もなき家事」負担の解消法 分担と省力化がカギ

## 媒体 基礎情報



**販売部数** 約 **390,000** 部 (ABC レポート公開: 2022.1 ~ 2022.12 平均)

**購入方法** 最寄りのJAへ申し込み、**9割以上**が年間購読 ※JA組合員外も購入可

**配布方法** 最寄りのJAの職員から、**読者へ手渡し**

**配布期間** 発売日の数日前に各JAに納本。以降、**職員が順次配布**

**発行** (一社) 家の光協会

**発行日** 毎月1日

**定価** 通常月号(付録なし) **629円** 別冊付録付き **922円**(3・4・6・8・12月売り) 家計簿付き **1,027円**(11月売り)

Check!

### 全国47都道府県をカバー



都市圏への偏りがなく、  
地方へもしっかりと  
アプローチできます。

#### 配本比率

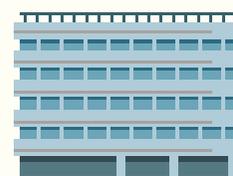
北海道・東北	12.2%	近畿	14.1%
関東	16.3%	中国	12.4%
甲信越	6.3%	四国	5.5%
東海北陸	18.3%	九州	15.0%

Check!

### JAと読者のコミュニケーションツール

取次を通さないため、市販誌と違い、  
返本がありません。

JAと読者がつながるツールにもなっています。



家の光協会

全国のJAへ  
発送



最寄りJA

JA職員から  
直接届きます



読者宅

# なぜ、全国の中高年読者から高い信頼と支持が？

JAグループの家の光協会が発行する『家の光』は、  
全国47都道府県にあるJAを拠点とした、読者ネットワークが特徴です。

なかでも、中心読者は全国ほとんどのJAにある「JA女性組織」のメンバー。(2022年12月現在約42万人)  
『家の光』を持ち寄り、生活記事などを通して、様々な活動を行っています。

## JA女性組織とは？

全国ほとんどのJAにある組織で、  
JAをよりどころとして、さまざまな活動をする組織です。  
料理や手芸などの趣味をはじめ、健康の維持向上の  
ためのスポーツや食農教育や地産地消にかかわる  
活動など、幅広い活動を仲間と行っています。



## JA（農業協同組合）とは？

- 組合員(正・准) 合計約1,000万人。  
47都道府県に、約550の本店、約7,000の支店
- 営農面のサポートだけでなく、共済や貯金(JA共済、JAバンク等)、  
旅行、介護など幅広い総合事業を行っています。



JA・読者間(JA女性組織のメンバー)のネットワークを通じて  
共有・拡散されるため、『家の光』は、雑誌単体で高い訴求力をほこります。

# 『家の光』を持ち寄って、読者はどんな活動を？

『家の光』読者は個人はもちろんのこと、同じJA女性組織メンバーとグループを結成して、みんなで『家の光』を持ち寄り、記事を使って活動するのが特徴です。

料理教室



JA家の光（親子）料理教室  
2019年度：1,837会場 36,136名参加

健康教室

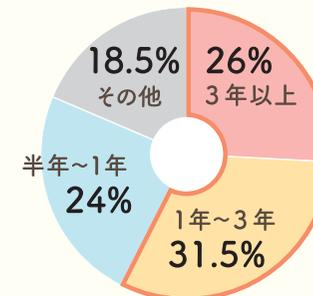


記事活用グループや手芸教室など



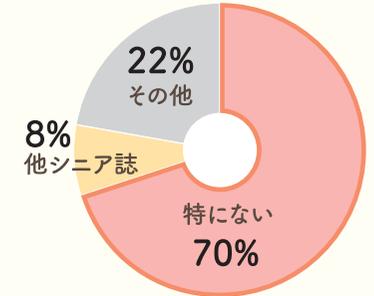
記事活用グループ  
2021年度：4,287グループ 84,999人

『家の光』の保管率は？



1年以上が57.5%!

『家の光』以外に  
定期購読している雑誌は？



『家の光』のみの購読が70%!



これらの情報は、各地のJAで開催される愛読者の集いや、誌面で共有されます。



2019年度実績  
全国 274会場 計 88,502人参加



読者が記事を使った日ごろの活動を発表し合う「JA家の光大会」は、各地域のJAが主催する愛読者の集いです。JAで選ばれた発表者は、都道府県大会に進み、最終的には「全国家の光大会」(約2,000名参集)への出場というステップがあるため、活動の集大成の場ともいえます。この大会によって、さらに多くの読者に活動が波及することにつながります。



誌面でも「全国家の光大会」で発表された活動はもちろんのこと、日々のJA女性組織の活動が紹介されます。JA女性組織に所属する読者の活動が掲載されるのは、『家の光』ならではの特徴でもあります。

# 具体的な読者像は？

農業もしながら、仲間と料理や趣味のグループを作って活動するなど、**アクティブな50～70代の女性たち**



都市部よりも同居世帯数は多い。  
**車**もメインの1台から軽トラ、セカンドカーなど**所有数が多く**フットワーク軽く出かけます

食の意識が高く、やっぱり国産のものがいい。  
**料理レシピ**も、WEBより『家の光』の記事を参考に

日頃の**健康管理**はかせない。  
 仲間とのウォーキングはもちろん、漢方、健康食品にも高い関心！

情報元は、WEBよりも「**口コミ**」。  
 LINEは使うけど、それ以外はあまり。  
 中心街が遠いから、通販も積極的。  
 広告も**電話でのレスポンスが圧倒的**に多い。

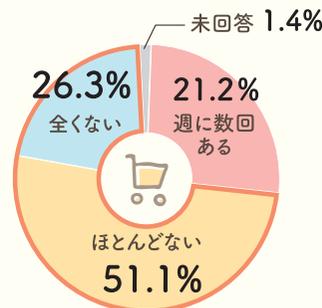
普段は軽いメイクでも、お出かけ時にはバッチリメイク。  
 外作業が多いから、**熱中症やシミ、そばかす、手荒れ**の悩みはつきない。



**Q.** WEB広告から通販を利用したり、情報入手をしますか？

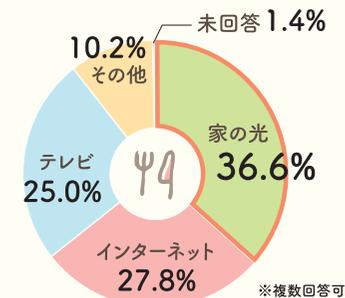
→ 約**80%**近くがほとんどない・全くない

WEBではリーチできない層にリーチできる



**Q.** 料理レシピは何を参考にしますか？

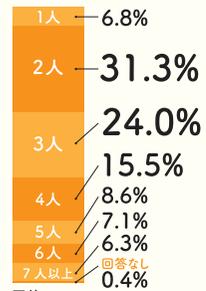
→ 『家の光』が最も多い



# 読者データ①

## 家族 都市部より同居人数、同居世代が多いのが特徴です。

【同居人数】



平均 3.26人 (全国平均 2.33人)

全国平均：総務省「国勢調査（平成27年）」  
 全国平均：厚生労働省「国民生活基礎調査（平成27年）」

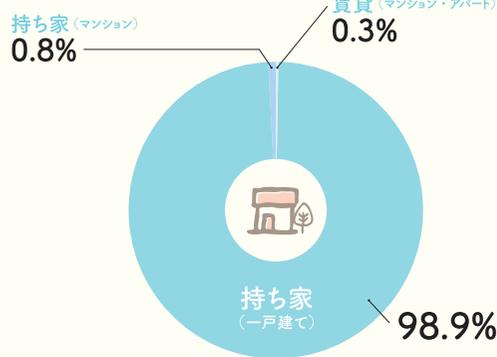
【同居世代数】



3世代以上世帯の割合 20.6% (全国平均 6.5%)

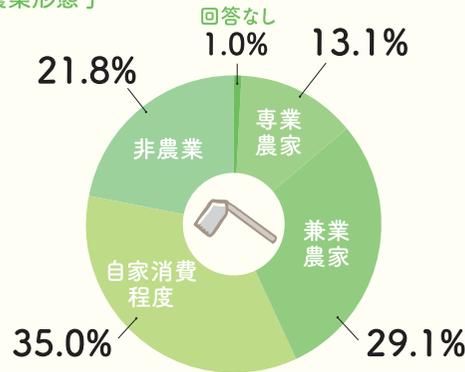
## 住まい 一戸建ての持ち家が多くの特徴です。

【住居タイプ】



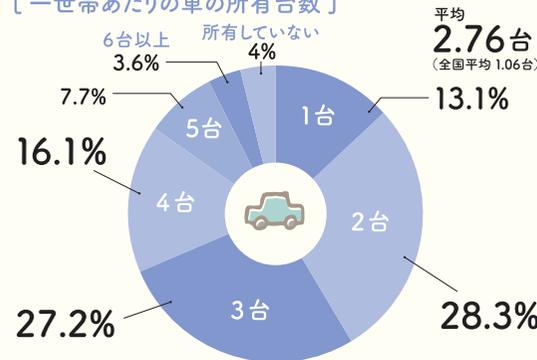
## 農業 農業の関わり合いが深いのが特徴です。

【農業形態】



## 車 都市部よりも自動車を多く所有しています。

【一世帯あたりの車の所有台数】

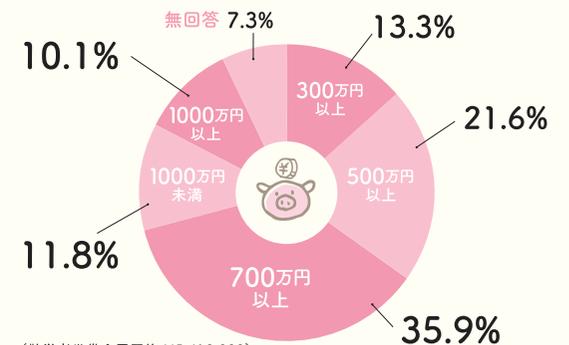


平均 2.76台 (全国平均 1.06台)

全国平均：一般社団法人 自動車検査登録情報協会「自家用自動車の世帯あたり普及台数（平成28年）」

## 収入 都市部よりも豊かな暮らしぶりが特徴です。

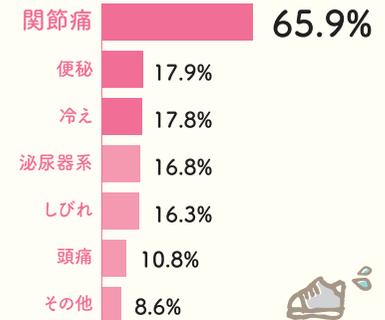
【一世帯あたりの総収入】



(勤労者世帯全国平均 ¥5,419,000)  
 勤労者世帯全国平均：厚生労働省「全国消費実態調査（平成26年）」

## 健康 関節痛をはじめ、冷えや便秘などで悩んでいる方が多いのが特徴です。

【悩んでいる症状】 ※複数回答可



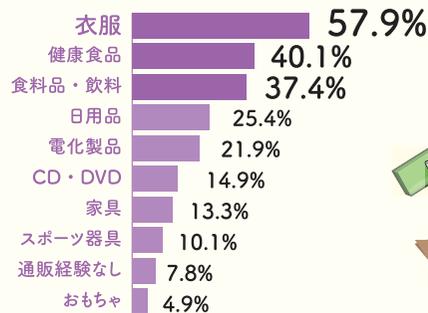
本資料のデータは、『家の光』2021年1月号(N2,448通)および2017年5月号(N2,044通)の誌面で実施した読者調査アンケート結果を元に作成しています。

## 読者データ②

### 通販利用

衣服をはじめ、幅広い商品の購入に利用している方が多いのが特徴です。

〔通販で購入したもの〕 ※複数回答可



### 農作業時の大きな負担、悩み

ひざや腰の痛み、日焼けによるシミ・そばかすで悩んでいる方が多いのが特徴です。

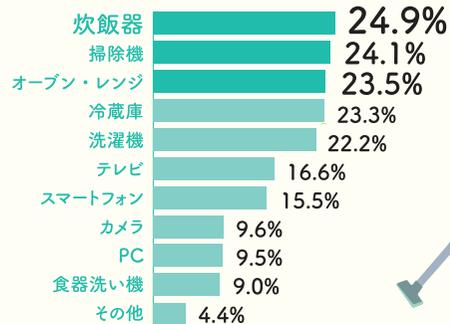
〔農作業時の負担、悩み〕 ※複数回答可



### 電化製品

家事に関する電化製品を購入したいと思っている方が多いのが特徴です。

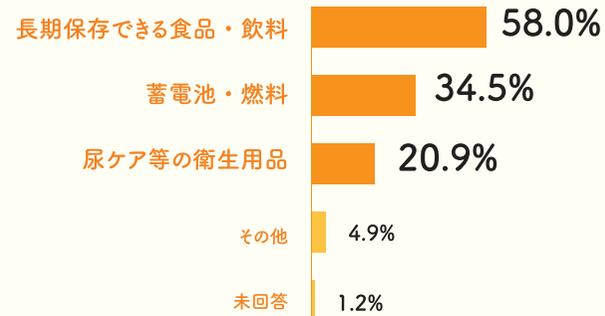
〔購入したい電化製品〕 ※複数回答可



### 防災

自然災害の備えへの意識が高いのが特徴です。

〔備え、新たに準備したいもの〕 ※複数回答可



本資料のデータは、『家の光』2021年1月号(N2,448通)および2017年5月号(N2,044通)の誌面で実施した読者調査アンケート結果を元に作成しています。

## 広告事例

複数年はもちろん、10年、20年以上ご出稿いただき、  
長く読者との関係を築かれている企業様も多数います。  
継続出稿いただくことで、読者との信頼性もより増します。

Check!

### 農業



Check!

### 食品



Check!

### 化粧品



Check!

### 健康食品



Check!

### 医療品



これまでの出稿企業様  
(一例)

- 花王様
- クラシエ薬品様
- 新日本製薬様
- フローラ様
- 三井自動車様
- 救心製薬様
- グンゼ様
- スズキ様
- パナソニック様
- 養命酒製造様
- キューピー様
- 元気堂本舗様
- ダイハツ様
- ピーエス様
- ファーウェイ様
- クボタ様
- 三省製薬様
- ツムラ様
- ミズノ様
- アートネイチャー様



# 綴じ込み型広告

視認率が非常に高く、インパクトのある広告展開となります。

## 【広告仕様】

- ・A4判変型 2つ折り
- ・ハガキ用ミシン目 あり / なし

	190ミリ	190ミリ	15ミリ	
279ミリ		折山	はがき	279ミリ



(備考)

- 通常の広告締め切りより早い申し込みとなります。  
目安：売り月の120日前  
(売り月によっては多少前後する場合がございますので、事前にご相談ください。)

※綴じ込みでなく、チラシ等のラッピング同梱展開は、  
官公庁、JAグループの広告のみ実施可能です。

# 『家の光』地域情報版

全国の3つに分けた各エリアへの出稿が可能です。

『家の光』は、**東日本版**・**中日本版**・**西日本版**の3版があります。(各版の部数は、約1/3ずつの約13万部)

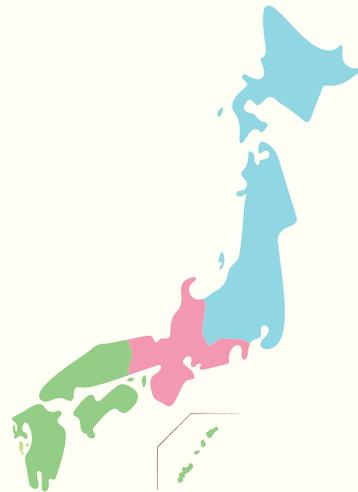
全212ページのうち、巻末に掲載されている地域情報版については、版ごとにローカル情報を載せており、読者には居住している地域の版が届きます。後ろ付けとなりますが、この地域情報版の中へのご出稿も可能です。



例) 地域情報版  
東日本版

## 【広告仕様】

- ・ 4C1P
- ・ 4C2P見開き
- ・ 4Cタテ 1/3P



### エリア

- |             |   |
|-------------|---|
| <b>東日本版</b> | ／北海道・青森・岩手・秋田・宮城・山形・福島・茨城・栃木・群馬・埼玉・千葉・東京・神奈川・山梨・長野・新潟 |
| <b>中日本版</b> | ／富山・石川・福井・岐阜・静岡・愛知・三重・滋賀・京都・大阪・兵庫・奈良・和歌山              |
| <b>西日本版</b> | ／鳥取・島根・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛・高知・福岡・佐賀・長崎・熊本・大分・宮崎・鹿児島・沖縄  |

(備考)

●1P出稿の場合、ページ差し込み対応になる場合があり、裏面が弊社事業やイベントの告知になる可能性があること、ご了承ください。

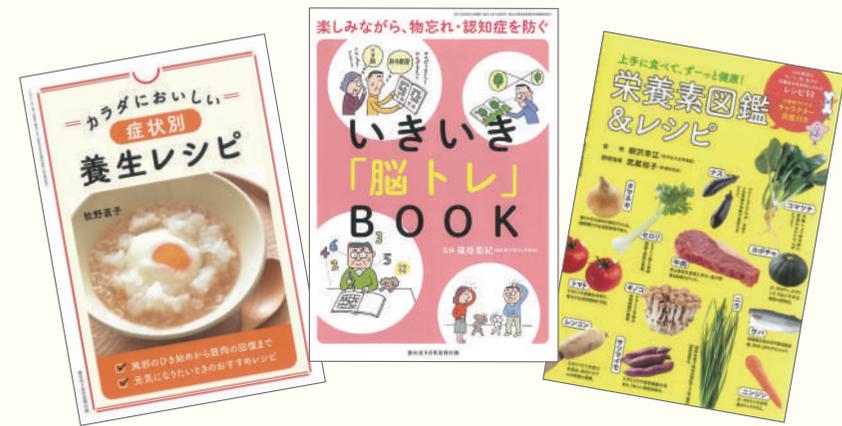
●売り月の3か月前の中旬までにお申込み下さい。  
(例：11月売り＝8月中旬)

## 別冊付録

本誌にラッピング同梱される別冊付録(年6回発行)への出稿も可能です。

毎号読者の関心の高い1つのテーマを中心に構成され、料理レシピから健康、介護、菜園など幅広いジャンルを掲載します。

読者の家庭での保存率が高いのが特徴です。



### 【広告仕様】

- ・表 4
- ・表 2
- ・表 3

(備考)

●基本、商材バッティングNGです。

●出稿例 [健康食品、衣類、園芸、食品等]



●本誌よりも校了日が早く、売り月の2か月前の中旬となります。(例:6月売り=4月中旬)

# 広告付帯プラン

Check!

## 広告モニターアンケート

JA女性組織メンバーを中心とした読者で、  
一般誌では収集しづらいローカルエリアの  
生の声や、広告反響が収集できます。

- 【提出回答数】 100～120人分程度
- 【設問数】 10問以下(選択回答式)
- 【調査方法】 調査依頼文書を郵送  
→二次元コード読み込み型での回答・集計
- 【期間】 送付からデータご提出まで、約1か月  
\* 調査項目の作成・決定期間は除く

(備考) ●質問項目は審査があります。



Check!

## 商品サンプリング

全国の読者関連のイベント・行事等において、  
商材サンプリングを実施することにより、  
口コミ波及を含めた認知度向上に貢献できます。

- 【配布先】 主に、各地域でのJA家の光大会(愛読者の集い)や、  
JA女性組織のイベント
- 【商材】 事前審査あり(サイズ含む)  
\* NG:生鮮食品、健康食品、医薬品、JA事業との競合商材
- 【個数】 約1000個～  
(備考) ●配布エリアは基本弊会一任となります。

\* いずれのプランも一定量のご出稿が条件となります。

料金の詳細はお問合せください。

家の光協会 広告部 TEL.03-3266-9031

