

誌面展開案

※頁構成は変更となる
可能性があります



文藝春秋

2016年
8月号
(7/8発売号)

特別連合企画「未来のための生活空間特集」

広告料金

①4C2Pタイアップ
350万円 (通常実施価格:388万円) ※制作費込

②4C1P純広告+4C1Pタイアップ
340万円 (通常実施価格:368万円) ※制作費込

③4C2P純広告
328万円

④4C1Pタイアップ
180万円 (通常実施価格:194万円) ※制作費込

⑤4C1P純広告
164万円

⑥1C1P純広告
95万円

・企画巻末には、読者アンケート&資料請求連合ハガキをお付けします。
・連合広告企画により、タイアップ広告の誌面デザインは統一させていただきます。
・1P広告ご掲載の際には、広告対向になる可能性があります。

タイアップ

スケジュール

～5月24日(火) … オリエン
～6月 7日(火) … 取材・撮影
6月14日(火) … PDF提出
6月16日(木) … PDFお戻し→入稿
6月21日(火) … 色校提出
6月23日(木) … 色校お戻し→校了

お申込み締切日

5月20日(金)

純広告

お申込み締切日

6月7日(火)

※純広告の原稿は、6月22日(水)までに
JMPA準拠データにて入稿をお願いします。

お問い合わせ

株式会社 文藝春秋 メディア事業局
メディア事業一部

TEL 03-3288-6247 FAX 03-3239-5481

http://koukoku.bunshun.co.jp/

第1部

シニア世代の 上質・安心リフォーム

広告対象

トイレ、バス、窓、ドア、キッチン、間取りの変更、
バリアフリー化、フルリフォーム、耐震補強 など

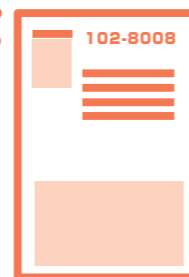
第2部

選べる時代の インフラ活用術

広告対象

電気、電話、インターネット、ケーブルテレビ、蓄電池、
HEMS、太陽光発電システム など

特典
1



資料請求
ハガキ付き!

過去の特集では1社平均
約**500**件のレスポンス

特典
2



タイアップページの
5000部の抜き刷り
を無料でご提供

株式会社文藝春秋 メディア事業局メディア事業一部

ご挨拶

平素は「文藝春秋」にご支援ご協力を賜りありがとうございます。
 創刊94周年目を迎えた日本を代表する総合月刊誌である「文藝春秋」は、多くの皆様にご愛読いただき、実売部数も順調に推移しております。

「文藝春秋」の読者は50～60代以上の富裕層が中心。築20年以上の一戸建てにお住まいの方が65%以上と、将来を見据えた住み替えや建て替えの適齢期とあって、半年に一度実施している「住宅・住設特集」「高齢者住宅・介護特集」は人気の企画となっています。

読者の「将来に向けて、快適に安心して暮らせる環境を整えたい」という声は高まっています。そこで今回は、シニア世代の読者向けに、住宅設備やリフォーム・電気などの、暮らしに不可欠な製品・サービスを紹介する「未来のための生活空間特集」を企画しました。ぜひともこの機会に貴社の広報宣伝活動の一環としてご活用賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

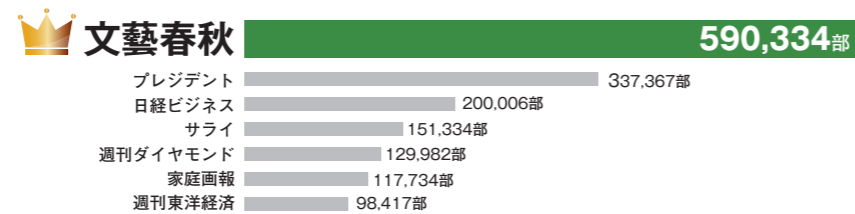
媒体概要

[創刊]大正12年(1923年)1月
 [発売日]毎月10日
 [定価]880円(税込)

発行部数 590,334部
(日本雑誌協会印刷証明付:2015年7月～9月)

実売部数 371,141部
(ABC公表調べ:2015年7月～12月)

他誌比較 **ナンバーワンの発行部数で、全国へ情報を届けます。**

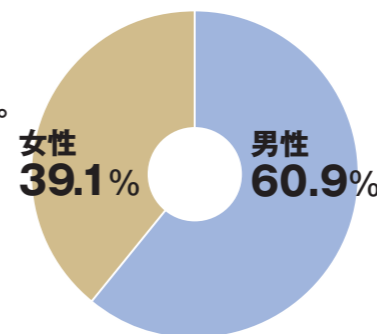


*各誌の数字は、JMPAマガジンデータ(2015年7月～9月)及びABC公表(2015年1月～6月)より

読者プロフィール

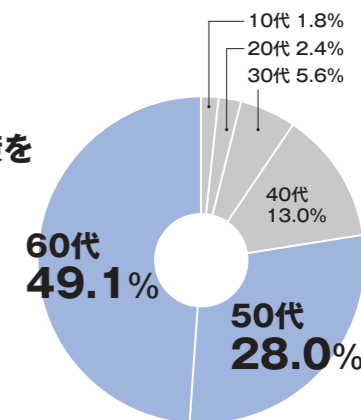
男女比

男女双方から
 バランス良く
 支持されています。



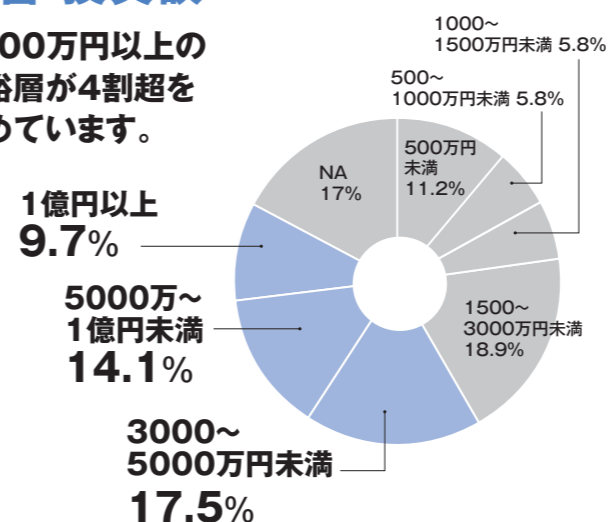
年齢

読者はこの先の
 介護に備えた対策を
 考える世代です。



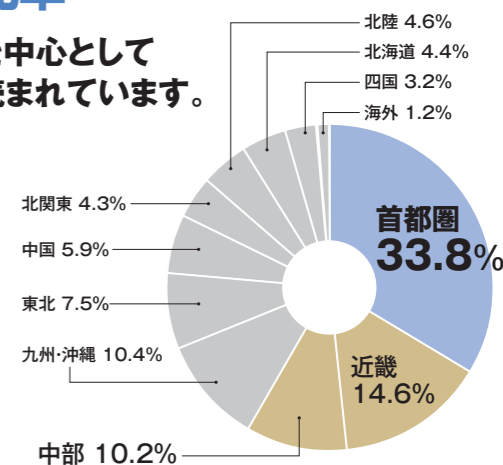
貯蓄・投資額

3000万円以上の
 富裕層が4割超を
 占めています。



配本比率

大都市を中心として
 全国で読まれています。



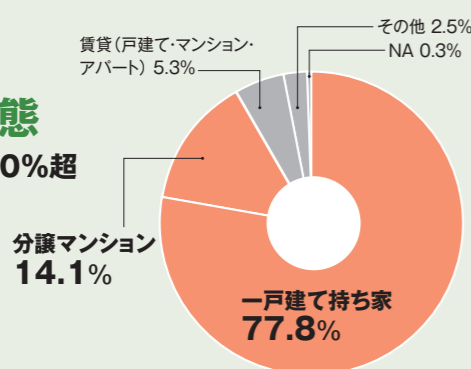
ビデオリサーチ MAGASCENE/ex 2015年より
 貯蓄・投資額のみ 2016年3月号「金融・相続特集」読者アンケートより

暮らしやすさ、経済性、介護の安心… 読者は住まいへ関心を寄せています。

— 戸建て、分譲90%超。6割以上がリフォーム期 —

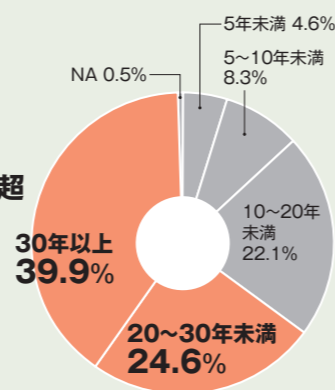
1 居住形態

持ち家率90%超



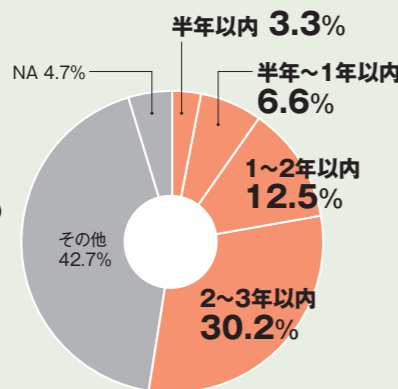
2 築年数

約65%が築20年超



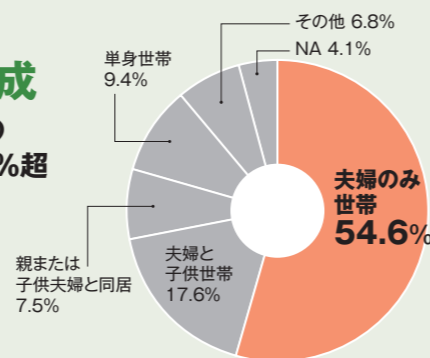
3 施工の予定時期

半数以上が3年以内の施工を希望



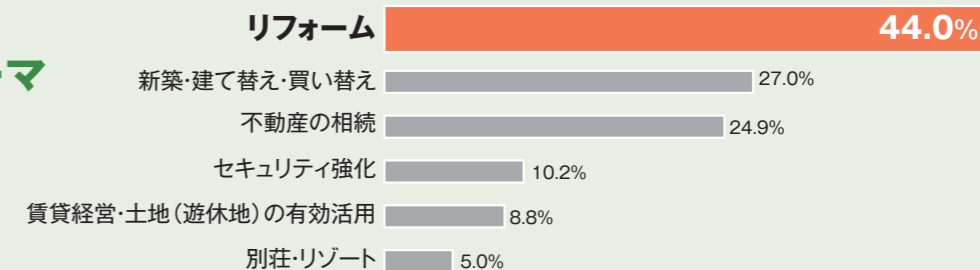
4 家族構成

夫婦のみの世帯が50%超



5 関心のあるテーマ

リフォームに
 半数近くが意欲的



6 リフォームしたい内容

水回りや
 バリアフリー化は
 重要課題

1位	バリアフリー	26.6%
2位	バス	26.3%
3位	キッチン	25.7%
4位	省エネ・エコ対策	21.6%
5位	補強・耐震・耐火の強化	20.5%
6位	トイレ	20.4%
7位	間取りの変更	19.8%

7 電力自由化の認知度

制度開始前から
 7割近くが認識

