

2013年7月号（6月4日発売）



広告企画「進化する住宅」

徹 底 解 説

安心・安全・快適を実現する
最新住宅建材&設備

2013/3 日経BP社生活情報グループ

主旨

震災以降、生活意識の変化や電力環境の変化に伴い、住宅に対する機能的欲求が変化しています。安全や安心を求める意識の高まりを受けて、太陽光発電や家庭用蓄電池などの省エネ関連製品はもとより、地震対策としての制震/免震装置、抗菌などの効果を謳う光触媒建材など健康対策など数多くの製品などが発売されています。

新商品は様々な技術革新の結果、従来製品との差別化が進んでいる一方、通常のコミュニケーションでは伝えきれていない機能や効果などが散見されます。

そこで、モノやサービスに強いこだわりを持ち、自らの価値観に合った物への購買意欲の高い日経トレンディ読者に対し、進化する住宅関連商品の情報を提供する企画を実施します。

自社製品の持つ付加価値訴求によって他社製品との差別化を図る絶好の機会です。是非ご出稿のほどよろしく申し上げます。

技術革新による
製品価値の差異化

×

消費者による
理解深耕

=

価値訴求による
価格競争からの脱却

読者属性

※MAGASCENE2012より抜粋

3大都市圏※1に妻&子供と共に※3**一戸建て**に居住し、※2
オフィスに勤務する**44歳男性ビジネスマン**。
トレンドに敏感で**情報発信力が高く**、自らの価値観に
合った商品をしつかりと見極め購入する**プロシューマー**。

平均年収は**543万円**、**年収700万円以上が27.7%**。

※1 約9割が3大都市圏に居住

※2 既婚率81.8%、63.6%が子供を持つ

※3 戸建て持ち家比率は72.8%、マンション所有は12.8%。

**情報感度が高く、こだわりのモノ選びを好む先端消費者に
対して、価値訴求に基づいた導入提案の企画です。**

企画内容

○実施号

日経トレンディ2013年7月号（6月4日発売）

○企画記事構成（仮）

タイトル 進化する住宅～安心&安全への備えから健康、快適空間実現へ～

内容 変化する住宅トレンド

注目最新設備とそのポイント

○ページ数

企画記事3～4ページ+各社タイアップ

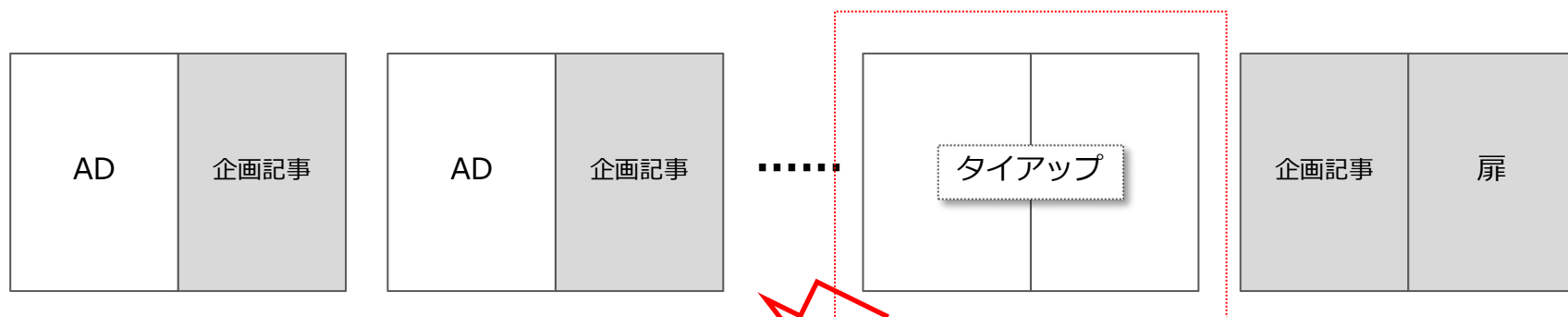
※出稿状況によってページ数は多少増減します。

○広告対象製品

太陽光発電、住宅用蓄電池、耐震/免震装置、冷暖房設備、防犯装置

機能性建材など

企画体裁



上記レイアウトはあくまでイメージです。取材内容などによって変更になります。

料金 & スケジュール

○広告メニュー

- ・ カラー 2 ページタイアップ 360万円
- ・ カラー 1 ページタイアップ 180万円

上記に加え、カラー 1 ページ純広告ご掲載の場合 +30万円

※タイアップは基本フォーマットとなります。

※上記金額には制作費が含まれます。但し特殊な撮影、遠隔地への取材などの場合別途実費が発生します。

○スケジュール

- ・ タイアップ申込締切日 4月12日 (金)
- ・ 純広告申込締切日 4月24日 (水)
- ・ 原稿締切日 5月21日 (火)
- ・ 発売日 6月 4日 (火)

お問合せ

日経BP社生活情報グループ広告部 Tel.03-6811-8218 担当：中田 tnakata@nikkeibp.co.jp