

日本の美邸

広告掲載料金

スペース	色数	原稿サイズ(天地×左右) ※このサイズは断ち切りサイズです	広告料金(円/税別)
表4	1ページ	4C 270×200mm	1,200,000
表2	1ページ	4C ※285×210mm	1,000,000
表2対向	1ページ	4C ※285×210mm	900,000
表3	1ページ	4C ※285×210mm	800,000
中面	1ページ	4C ※285×210mm	700,000
見開き	2ページ	4C 285×420mm	1,200,000
特表2見開き	2ページ	4C 285×420mm	1,800,000

『日本の美邸』のテイストにあわせた記事風の広告を作成することも可能です。読者がついつい読んでしまう広告は、純広告と一味違った訴求力があります。作成にあたっては、取材等のスケジュールの都合により、発売日の60日前までにお申し込みください。

編集タイアップ 広告料金

2ページ以上 (広告料金 + 編集費 300,000円 / 1件 + 交通宿泊費)
住宅デザインが本誌基準に達していないと判断される時はお断りすることがあります

進行スケジュール

発行号	広告申込締切り	広告原稿締切り	発売日
6号	2020年 5月上旬	2020年 5月下旬	2020年 6月上旬
7号	2020年 11月上旬	2020年 11月下旬	2020年 12月上旬

※申し込み締切り日は変更になる場合がありますので事前にお問い合わせください

原稿制作について

- 広告スペースは掲載場所に限りがありますので、お申し込みの際は必ずご確認ください。
 - 断ち切りサイズは、必ず断ち切り代3mmを付けてください。
 - 広告原稿は完全版下（データ可：MO、CD-R、DVD）または原寸大のポジフィルムをお願いします。データ原稿の場合は出力見本、データ仕様書を添付願います。
- ※お断り：原稿内容が本誌の品位を損なうことがあると判断される時は、広告掲載をお断りすることがあります。

媒体の概要

発行部数	25,000部	発行人	山下 武秀
判型	A4変型(285×210mm) 平綴じ	発行所	風土社
本文	170ページ	販売方法	全国書店・Amazon
別冊発行形態	年2回	取次店	トーハン・日販・楽天ブックネットワークス
定価	1,800円(税別)		全官報・中央社・鎌谷書店・日教販

広告宣伝

『日本の美邸』を発行するごとに、全国版の新聞もしくは、その他地方紙に広告を掲載し、本誌広告主の訴求と販売拡大に努力しています。

日本の美邸

JAPAN QUALITY

鮮やかな写真で紹介する
世界に誇る
日本の住まいと文化

『チルチンびと』別冊



株式会社 風土社

〒101-0065 東京都千代田区西神田1-3-6 ウエタケビル3F

TEL.03-5281-9537 FAX.03-5281-9539

E-mail ad@fudosha.com

「日本の美邸」企画概要

巻頭記事

「作庭家・古川三盛の世界」

延命寺、天上寺、中宮寺、観音寺など、多くの寺社や個人宅と関わる。

住宅実例

「品性のある住宅事例」

泉 幸甫、横内敏人、手嶋 保他「品性のある住宅」「文化意識を持つ住宅」を選び、美しい写真とともに紹介。

エッセイ

「現代 デザインのパイオニア 松葉孝夫」

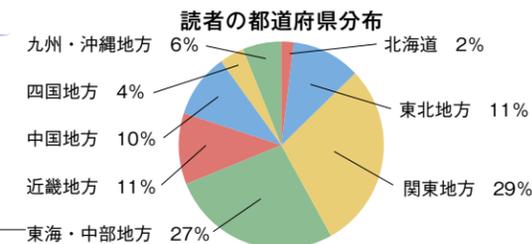
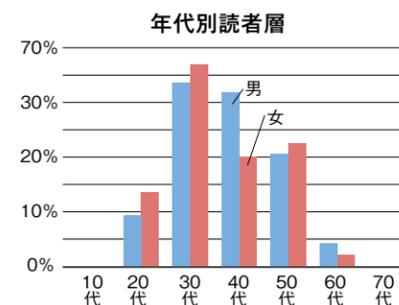
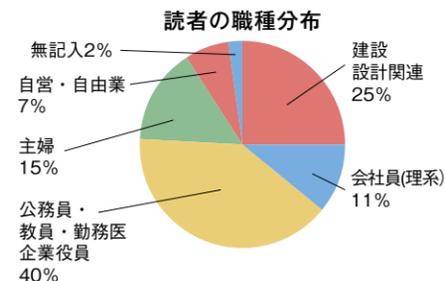
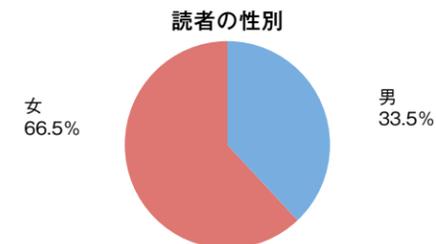
記憶の中に、鮮やかに残るデザインの数々。
1980～2000年代、日本のデザインを切り拓いた、クリエイティブディレクター松葉孝夫の仕事振り返る。

日本の美邸 セレクション

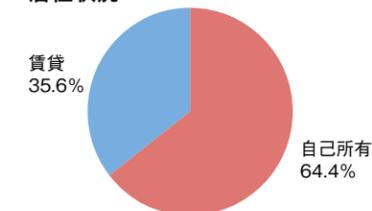
贅を極めた住まいの銘品

システムキッチン、窓、照明、水栓金具、オーディオ機器等を厳選して紹介する。

読者プロフィール



居住状況 持家率 (自己所有と賃貸)



過去掲載の主な建築家



横内敏人
横内敏人建築設計事務所



泉 幸甫
泉幸甫建築研究所



木原千利
木原千利設計工房



竹原義二
無有建築工房

堀部安嗣

堀部安嗣建築設計事務所

手嶋 保

手嶋保建築事務所

木下龍一

一級建築士事務所アトリエRYO

広告担当者 様

あの「チルチンびと」から、高級注文住宅誌『日本の美邸』刊行

『チルチンびと』は、創刊22年。木造注文住宅誌として、デザイン力のある住宅を掲載してきました。この間、掲載工務店の平均受注単価は2,000万円から3,000万円台にアップしました。さらに、4,000万円超、7,000万円～9,000万円台の受注が増加しています。また、掲載建築家の受注単価は1億円を超え、2億円～4億円平均に増加しています。

『チルチンびと』の主力読者層は別表にある「公務員、小中高・大学教員、勤務医、地域企業経営者」ですが、……この他に「企業創業者、病院経営者、上場企業役員、海外駐在経験者」の増加傾向が見られます。特徴的なことは「世界を知っている」読者層であり、「海外の友人を自宅に招く」読者層であることです。取材の中で共通におっしゃる言葉は「日本人としてのアイデンティティー」です。自らの「アイデンティティー」を表現した住宅を、求めておられるのです。

世界で評価される……本物の時代 JAPAN QUALITY 『日本の美邸』 よろしくお願いたします。

編集長 * 山下武秀

(『住宅建築』・営業企画、『Confort』創刊、『チルチンびと』創刊、webチルチンびと広場創設)

編集顧問 * 泉 幸甫、横内敏人

相談役 * 平良敬一 (編集者・建築ジャーナリスト)

対象広告クライアント

高級住宅設計事務所、ハウスメーカー、高級住宅工務店、インテリア、エクステリア、設備機器、高級建築資材、ほか。

