

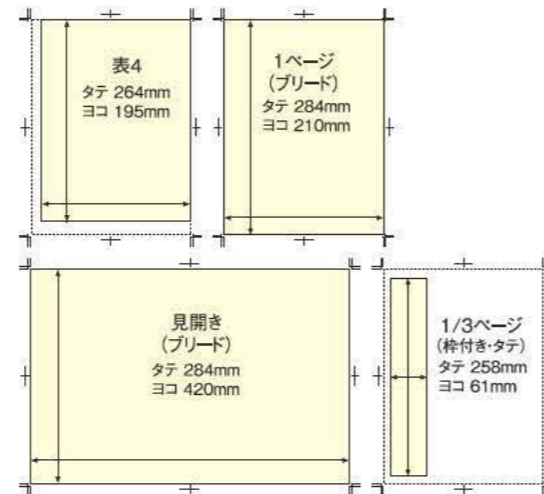
広告料金表

種類	色	スペース	定価(単位:円)		
			年1回出稿	年3回出稿	年6回出稿
本文	4色	1ページ	560,000	540,000	520,000
		1/3ページ	360,000	340,000	320,000
	1色	1ページ	380,000	360,000	340,000
		1/3ページ	180,000	170,000	160,000
表4		1ページ	800,000	750,000	700,000
表2		1ページ	740,000	690,000	640,000
表2見開き		2ページ	1,320,000	1,270,000	1,220,000
表3	4色	1ページ	680,000	630,000	580,000
表3見開き		2ページ	1,150,000	1,100,000	1,050,000
センター見開き		2ページ	1,200,000	1,150,000	1,100,000
目次ページ対向		1ページ	640,000	590,000	540,000

【編集タイアップ】

広告基本料金に、タイアップ料金(取材・原稿・編集・デザイン・制作・撮影費など)を加算し、別途お見積もりいたします。

広告原稿サイズ



広告事例

新製品紹介



バイヤーや売場担当者に商品情報を正確かつ幅広く伝えることができます。

トップインタビュー



経営方針やHCのサポート体制などの企業戦略を訴求するのに最適です。

広告掲載規定事項

【入稿時の確認事項】

- ・サイズ: 広告原稿サイズ+天地左右に各3mmの塗り足しとトンポをつけて作成ください。文字や画像は仕上がり線から左右それぞれ10mm、天地それぞれ3mm内側へ追い込んでください。1/2ページなどの部分広告には仕上がりサイズ上に囲み枠をつけてください。
- ・カラー: プロセス4C (CMYK) で作成ください。※スポットカラー (特色) は不可
- ・フォント: 和文・英文ともにすべての文字をアウトライン化して作成ください。
- ・入稿データ形式: JMPAカラー準拠PDFでの入稿を推奨します (色校正なし)。色校正をご希望の場合は、ネイティブデータで入稿ください。その際、画像はリンクでお願いします。
- ・その他: 出力見本をつけて入稿ください。

★JMPAカラー準拠の制作概要については、マニュアルまたは協会HP (http://www.3djma.jp/seisaku_05.html) を参照ください。

【本誌へのインサージョン】

- ・あらかじめご用意いただいたパンフレットを綴じ込むことが可能です。お気軽にご相談ください。

【編集タイアップ企画の制作費】

- ・上記料金表以外の企画については、スペース料金に編集・制作費が別途加算されます。

【支払い条件】

- ・請求日は掲載号の月末です。お支払いは翌月末日までに現金でお願いします。
- ・新規代理店様とのお取引の場合、前金制とさせていただきます。また、掲載原稿の事前審査をさせていただきます。

会社概要 株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

「流通ビジネスを元気にする」ダイヤモンド社グループの流通情報出版社です。主な定期媒体として、「ダイヤモンド・チェーンストア」「ダイヤモンド・ホームセンター」「ダイヤモンド・ドラッグストア」の雑誌をはじめ、広報・情報誌の制作・発行、販促支援ツールの企画制作、セミナーの企画運営、書籍発行など、流通業界に向けて幅広く事業を展開しています。

会社名 株式会社ダイヤモンド・リテイルメディア

設立 1970年4月

資本金 2,000万円

代表者 石川 純一

所在地 〒101-0051
東京都千代田区神田神保町1-6-1
タキイ東京ビル7階

代表 TEL 03-5259-5943 FAX 03-5259-5944

総マーケティング部 TEL 03-5259-5931 FAX 03-5259-5935

ホームページ <http://www.diamond-rm.net>

E-Mail drm-support@diamond-rm.co.jp

■ 事業内容

① 流通専門誌の発行

- 「DIAMOND Chain Store」
ダイヤモンド・チェーンストア (年22回)
- 「DIAMOND Home Center」
ダイヤモンド・ホームセンター (年6回)
- 「DIAMOND Drug Store」
ダイヤモンド・ドラッグストア (年6回)

② 各種流通マーケティング受託事業

③ 書籍・PR誌などの企画制作

④ 書籍出版事業

⑤ セミナーの企画運営

■ ビジネスサポートプログラム

- ディスプレイコンテストの提案・企画サポート
- 流通向けコミュニケーション情報誌の企画編集
- 消費者向け情報誌の企画編集
- 海外流通情報のレポート
- 商品の店頭実験調査およびレポート作成
- 海外流通研修ツアーの企画コーディネート
- 社内勉強会・量販店営業マン向けマニュアル作成
- 上場小売業のランキング・決済データ管理、編集
- 各種セミナーの企画運営
- 量販店向け年間販売企画立案とツール作成
- 消費者向けメニューレシピ作成
- 流通へのアンケート・取材によるレポート作成
- 書籍発行 (ダイヤモンド社提携)
- 店頭売場調査レポート作成
- POS、PI、FSPデータの分析サポート ほか



D I A M O N D Home Center

[ダイヤモンド・ホームセンター]

2017年度媒体資料
(2017年5月号~2018年3月号。年間6回発行)

バイヤーもトップも読む!
需要喚起の情報と事例が満載の
ホームセンターマーケット唯一の専門誌

DIAMOND Home Center 2017 エディトリアルプログラム

「ダイヤモンド・ホームセンター」だけができること

わが国ホームセンターマーケットは約4兆円というボリュームと、独自の存在感を持つ市場です。ホームセンター以外に取り扱いのないカテゴリも多く、近年ではリフォームやプロの職人にもフォーカスするほか、女性のDIYといったトレンドも業界を盛り上げています。「ダイヤモンド・ホームセンター」誌は、常に業界全体、個店、組織、売場を活性化するための実践的かつ多角的な事例と提案を続け、信頼を獲得しています。ホームセンターの経営幹部、そして現場にピンポイントで届く唯一の専門誌。それが「ダイヤモンド・ホームセンター」です。

発行号	発行日	広告 申込日	原稿 締切日	特集1	特集2	特別企画1	特別企画2	MD特集	MD特集
5月号	4/15	3/7	3/14	各社が示す、次なる成長羅針盤	女性向けDIY	【カー用品】 新製品バイヤーズガイド	【ガーデニング】 品揃え最適化研究	刈払機	アクアペット
7月号	6/15	5/8	5/15	HCのイノベーション特集	農業資材	リノベーションDIY	【リフォーム】 自然災害対策リフォーム	接着剤・補修材	省エネ・節電対策
9月号	8/15	7/5	7/12	決算データランキング 2017	JAPAN DIY SHOW プレビュー	【ペット】 顧客の創造と固定化	【プロユース】 売場事例研究2017秋冬	パワーツール	塗料
11月号	10/15	9/1	9/8	バイイング&商品開発	リフォーム市場最前線	【ガーデニング】 種苗新製品バイヤーズガイド	【カー用品】 売場事例研究	年末大掃除	作業用手袋
1月号	12/15	11/2	11/9	販売・販促	店頭プロモーション研究	【ガーデニング】 2018マーケット研究	【防災用品】 売場事例研究	工具	農業資材
3月号	2/15	1/5	1/12	店舗と売場づくりの最新潮流	ホームセンターバイヤーが選ぶ 年間ヒット商品	【プロユース】 売場事例研究2018春夏	【ガーデニング】 不快害虫対策	ペットフード	浄水器&水栓金物

※上記の企画は一部変更されることがあります。

メディアデータ

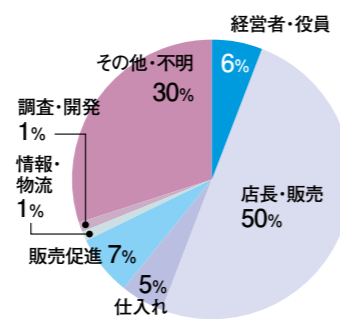
媒体詳細内容

媒体名	DIAMOND Home Center
創刊	1982年4月
発行部数	7,610部(平均回読数:7.4人、100サンプル)
販売方法	年間購読予約制
読者層	小売業 5,251部 69% メーカー・問屋・その他 2,359部 31%
総ページ数	90～100ページ
判型	A4変型(284×210mm)
体裁	オフセット印刷/中綴じ/タテ組み

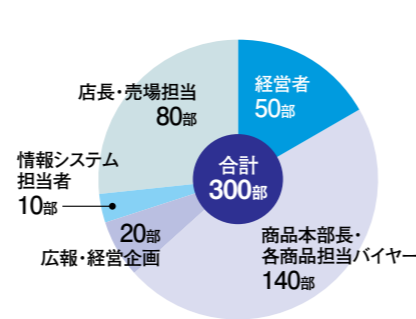
業態別読者数

業態	(%)
ホームセンター	81.0
ディスカウントストア・ドラッグストア	3.4
GMS・SM	1.0
専門店	3.7
その他(生協、農協、家電量販店、など)	10.9
小売業計	100
メーカー	47.4
卸売業	19.8
その他(書店売り、団体、など)	32.8
メーカー・卸売業・その他計	100

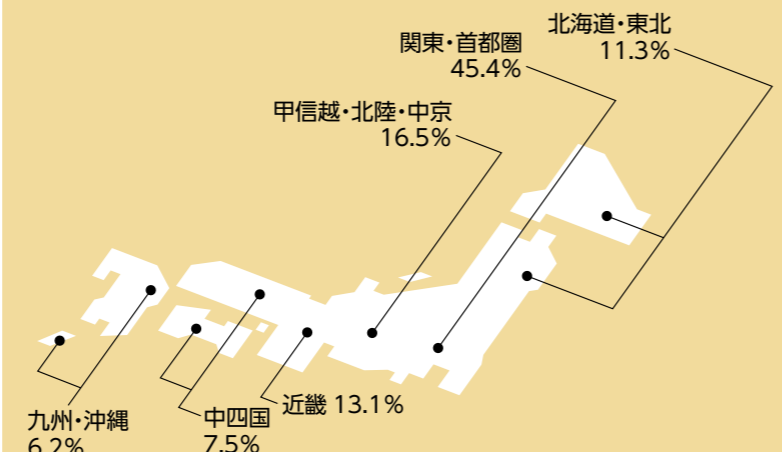
小売業職種別構成比



小売有資格配布部数

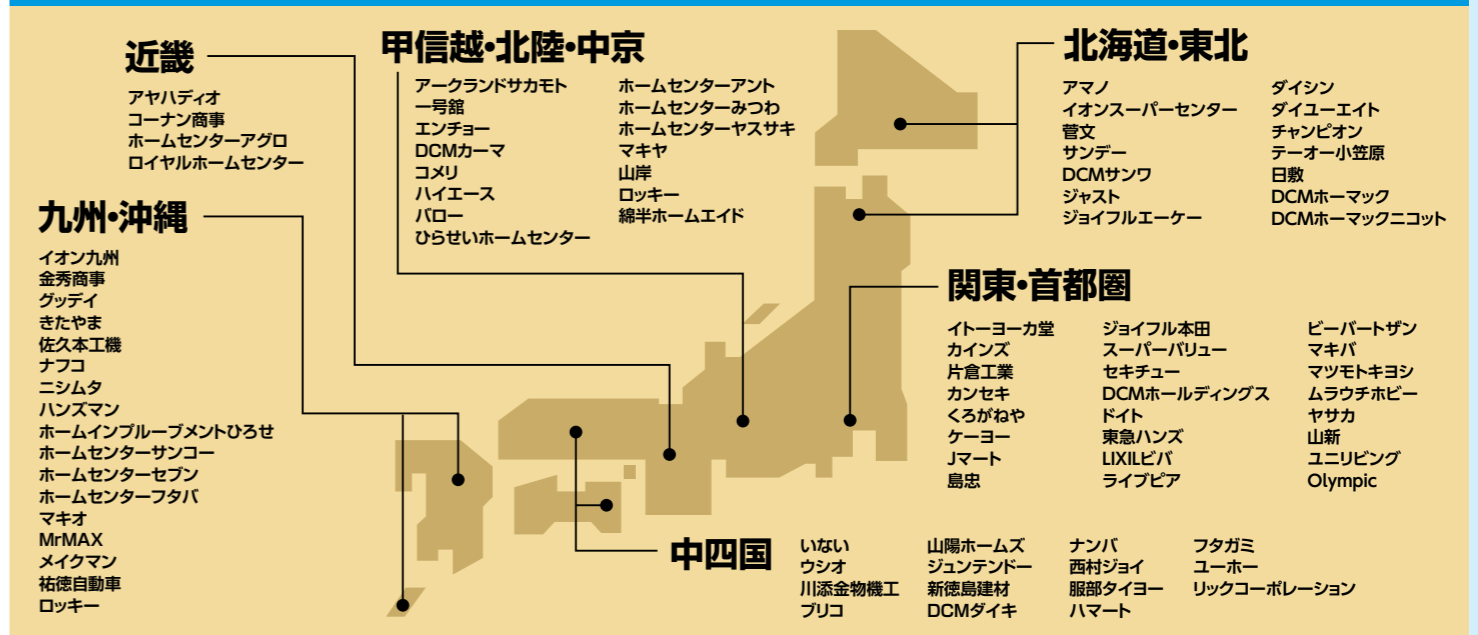


地域別読者構成比



「ダイヤモンド・ホームセンター」誌は ホームチャンネル企業にご愛読いただいています。

(本部所在地)



読者コメント

- 決算分析や企業ランキングなどのデータは資料的価値が高いので完全保存版にしている。(関東、HC、経営企画)
- 海外視察のルートガイド、視察企業、視察のポイントなどわかりやすく解説されているので毎回参考にしている。(九州、HC、経営)
- ホームセンター業界のトレンドがわかるので毎号欠かさず読んでいます。(関東、メーカー、広報)
- 他社の事例、店長の取り組みは大変参考になり実践している。(近畿、HC、店長)
- 写真やグラフが多く掲載されておりカラーで見やすく読みやすい。(東北、HC、仕入れ)
- 需要期直前の商品特集がMDのヒントになる。(関東、HC、店長)
- 他社のMDやメーカーの取り組みを参考にしている。(中四国、HC、仕入れ)