



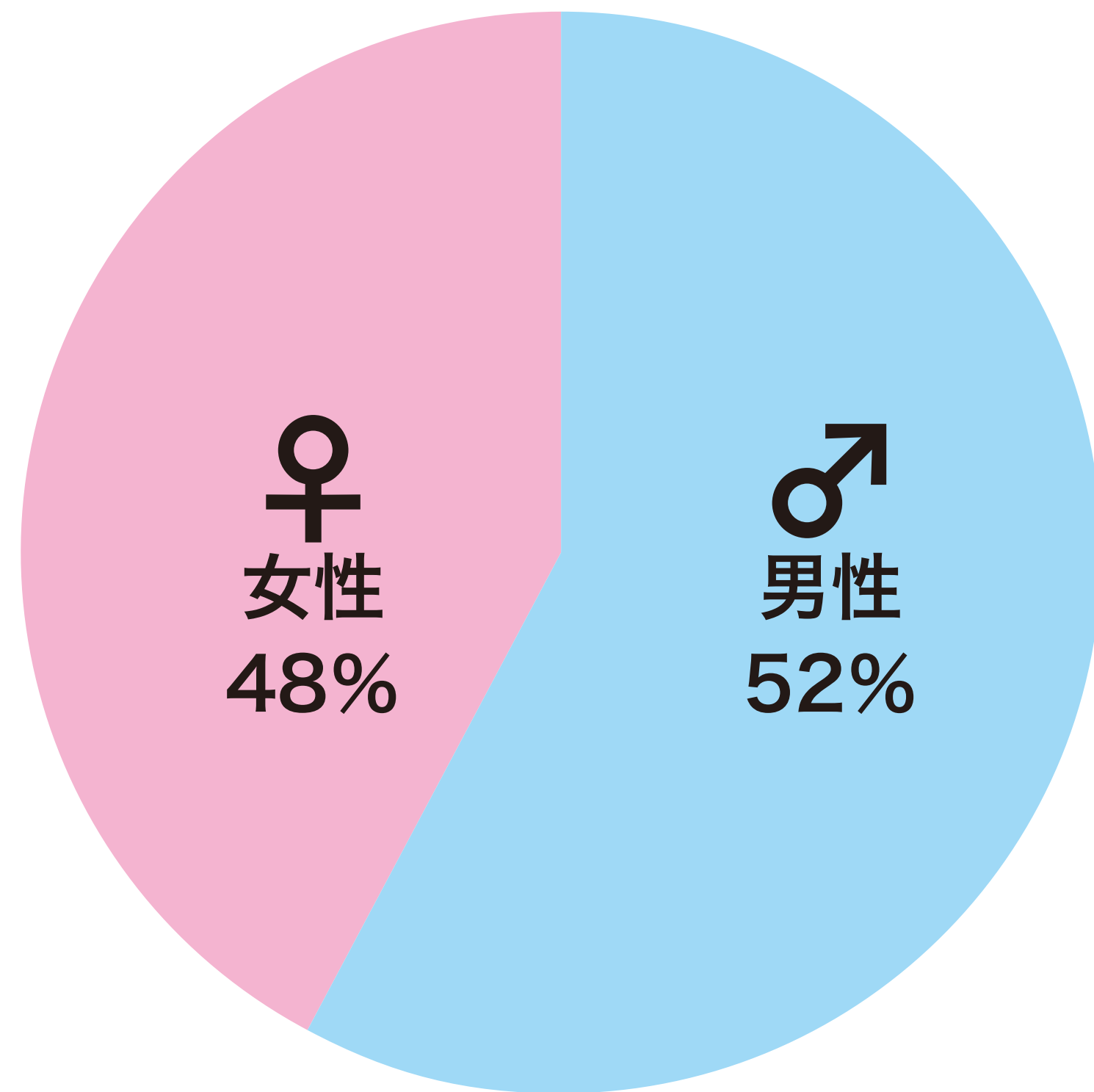
好奇心旺盛なゆとり層



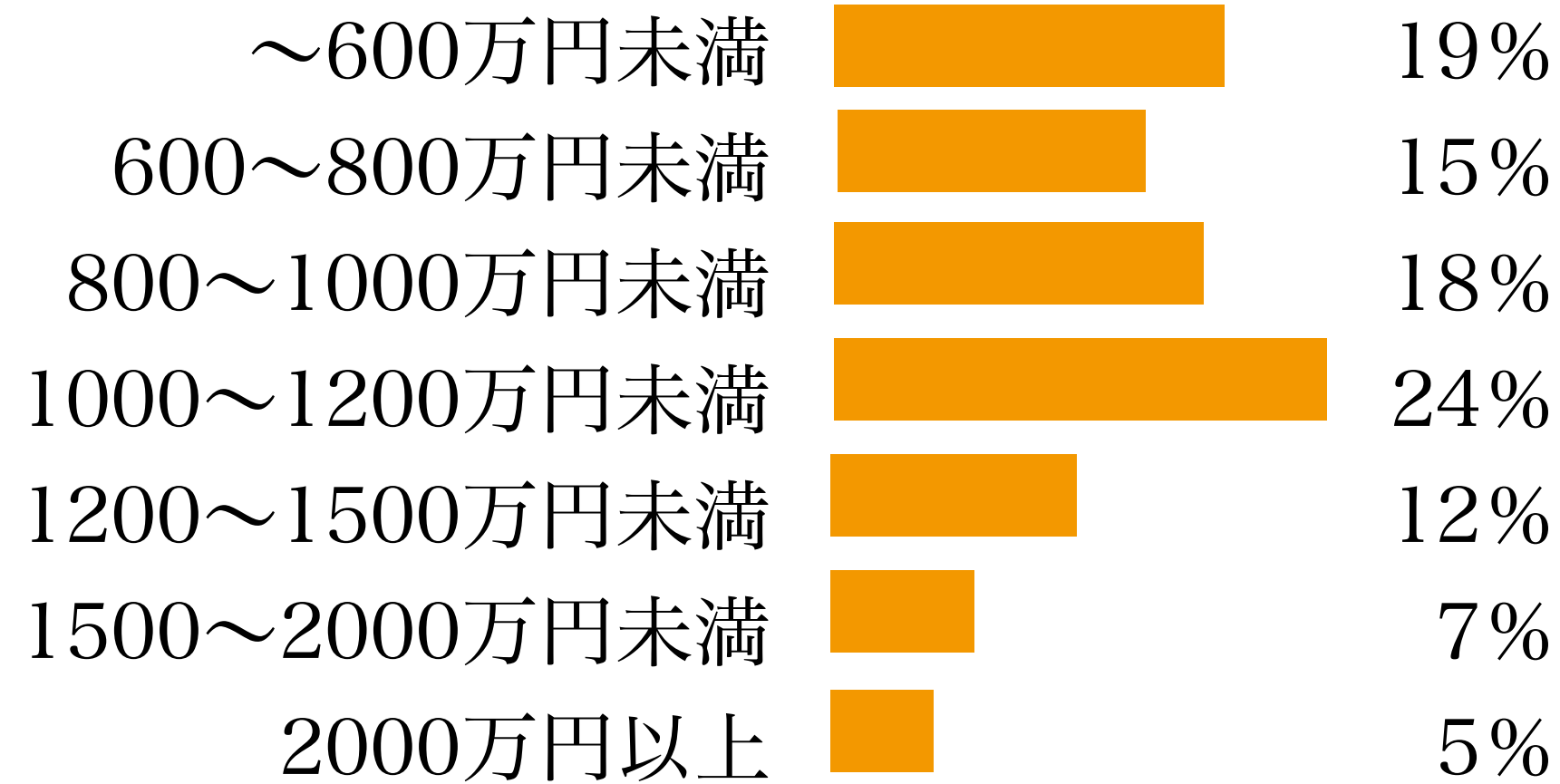
30歳以上89% 年収800万円以上66% 年収1000万円以上48% 知的・情操的情報

SINRA読者プロフィール

性別



年代別



小数点以下四捨五入、紀伊国屋Publine調べ年収2014年月1～2015年21月号こう読者アンケート2015年1月31日調べ



SINRA

読者：好奇心旺盛なゆとり層

2014年9月号



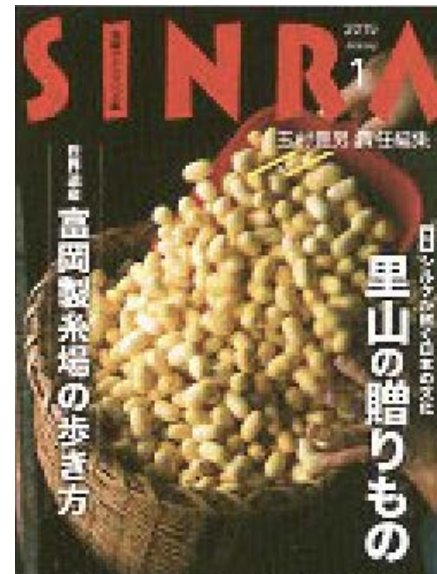
田園回帰の時代

2014年11月号



森のいのち

2015年1月号



里山の贈りもの

2015年3月号



日本ワインを飲もう！

2015年5月号



島へ

2015年7月号



冒険家という名の人生

2015年9月号



森の教科書

2015年11月号



月の誘惑

2016年1月号



京都学入門

2016年3月号



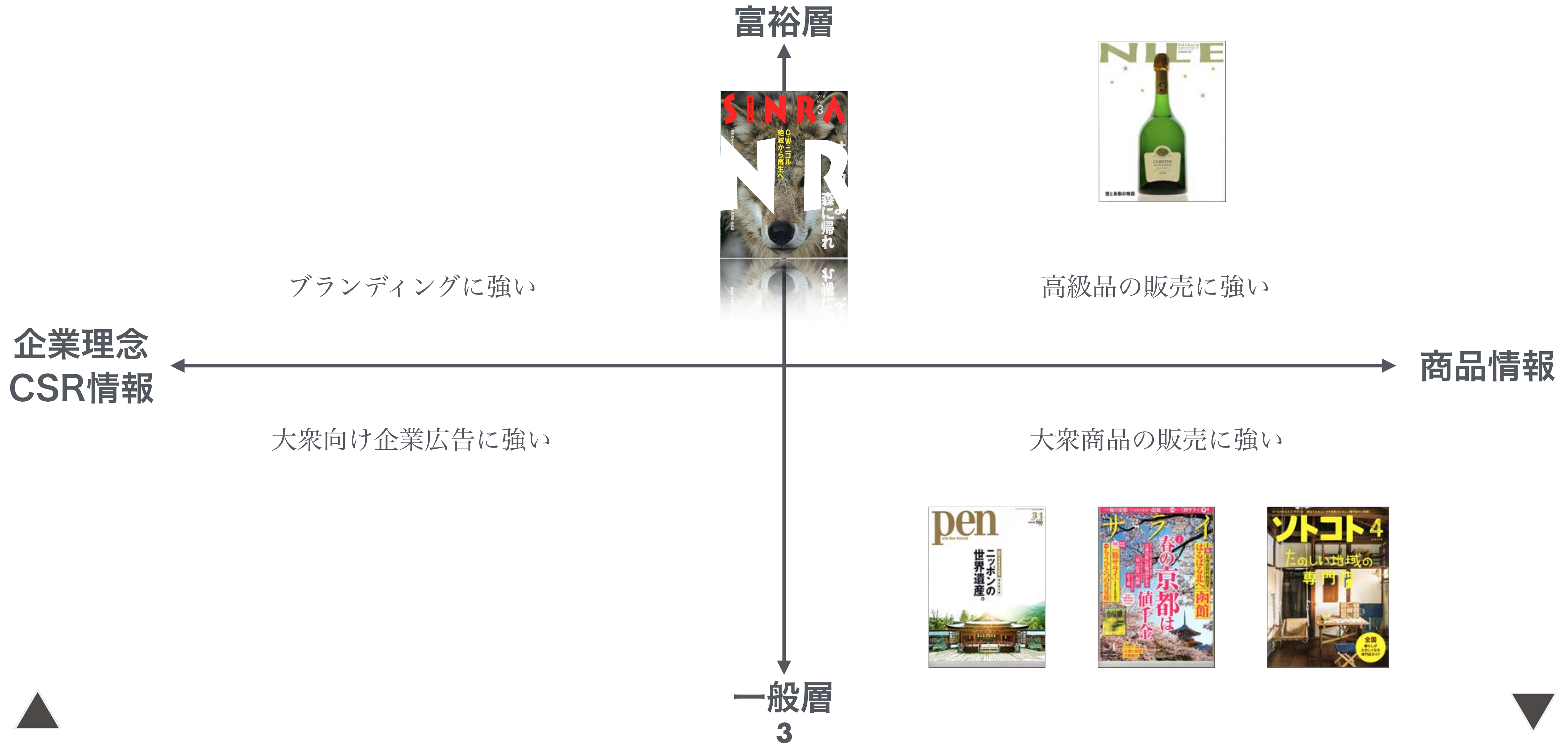
オオカミよ森に帰れ

2016年5月号



神々の聖地へ

企業広告：読者層ポジション



商品等広告：読者層ポジション



TOP

一般誌広告

インパクト×露出数
大量頻繁訴求で認知度を高め
売上拡大を実現

主観的：純 広

目的：購入喚起による売上拡大
手段：広く浅く視覚訴求
表現：インパクト・刷り込み
強み：一般商品の直近の売上拡大
弱み：長期的価値創造 高額商品 高級品

FOR SALES

ブランドストーリー

リアル取材×感動物語
限定内容訴求で品格と価値を高め
ブランディングを実現

客観的：取材&編集+掲載

目的：信頼獲得によるブランディング
手段：狭く深く知性訴求
表現：リアルプロセス読み物・共感共鳴
強み：長期的価値創造 高額商品 高級品
弱み：直近の売上拡大

FOR BRANDING
with Smart Evidence



TOP

BRANDING PROGRAM

SINRA

お問い合わせ

天夢人 Phone.03-6277-8022

