

森羅万象を愉しむ。地球と遊ぶ。

Nature & Culture

SINRA

媒体資料
Media Information

■媒体概要

復刊／2014年7月24日
発売日／隔月刊・奇数月24日発売
判型／A4変形(275mm×210mm) 平綴じ
総頁数／160 p
発行部数／70,000 部
定価／1,200 円
発売／株式会社新潮社
発行／株式会社天夢人 TEMJIN
統括編集長／芦原 伸
名誉編集長／玉村豊男

■広告形態

純広告

表2、表3、表4、のほか、目次対向、エッセイ対向、グッズ対向など。すべて記事対向面です。

第2特集(アドヴァトリアル)

広告主様用に16頁のアドヴァトリアル(編集企画)を設けています。SINRA読者との親和性や趣向性をもとに、広告主様とともに編集部が共同制作します。

記事と連動したタイアップ広告

純広告+タイアップ記事で構成。タイアップ記事は純広告の商品や内容に合わせ編集部で制作します。エッセイ、ルポルタージュなど様々な手法で、広告でなく記事として商品をさりげなく紹介します。作家、エッセイスト、その他文化人の起用も可能です。詳細についてはご相談ください。

■広告料金

掲載面	色	広告料金	仕上がり寸法(天地×左右mm)
表4	4C	1,400,000円	255 × 198mm
表2見開き	4C	2,000,000円	275 × 420mm
表2	4C	1,200,000円	275 × 210mm
表3	4C	1,000,000円	275 × 210mm
目次対向	4C	1,000,000円	275 × 210mm
エッセイ対向	4C	900,000円	275 × 210mm
グッズ対向	4C	900,000円	275 × 210mm
中面 1ページ	4C	800,000円	275 × 210mm
中面 見開き	4C	1,500,000円	275 × 420mm

- タイアップページの制作費は1Pあたり30万円(ネット)となります。遠隔地取材、特別取材が発生する場合は実費請求となります。
- お申し込みの締切は掲載日の40日前となります。またタイアップページの締切は掲載日の60日前となります。
- 原稿サイズ、入稿規定については別紙「原稿制作の手引き」をご確認ください。

お問い合わせ
〒107-0052 東京都港区赤坂6-6-24 氷川パークビル3F
株式会社 天夢人 広告部
TEL. 03-6413-8755 FAX.03-6413-8756

新潮社／発売
天夢人 *temjin*／発行・編集

株式会社天夢人 Temjin
〒107-0052 東京都港区赤坂6-6-24 氷川パークビル3F TEL : 03-6413-8755 FAX : 03-6413-8756

SINRA 新しい生き方を提案

統括編集長 芦原 伸

株式会社新潮社と株式会社天夢人は、かつて新潮社より発行されておりましたネイチャーグラフ雑誌『SINRA』の内容を大幅にリニューアルし、2014年7月に復刊いたしました。

新生『SINRA』は「森羅万象を愉しむ」を基本姿勢として、「NATURE（海山の営みや森の命＝自然）& CULTURE（人の暮らしとそのスタイル）」に関わる様々なテーマをとりあげます。そして同時に、「Alternative Life（もうひとつの生き方）」も提案します。

これまでの日本は、経済的成長を追い求めた結果、物質的な豊かさは得られました

が、その過程でいつのまにか美しい自然や文化を忘れ去ってしまいました。

そこで今一度、「NATURE」を見つめなおし、「自然との共生」「田園回帰」「地方での生活」を志向する人々に向けて、自然と共生したスローなライフスタイルを様々な側面からとりあげ、新しい生き方を提案します。それは同時に、物心ともに余裕のある40代以上の読者が、本当の意味での上質な生活を送るための価値ある情報でもあります。



あしはら・しん ●1946年生まれ、名古屋育ち。北海道大学文学部卒業。自然と人間の暮らし、旅がテーマ。開高健の志を継承し、地球規模の取材をベースに「現代」を発信している。著書多数。

太陽と風を感じる暮らし。森羅万象を愉しむ。

編集方針

1

NATURE & CULTURE

自然と文化をテーマに、都会の人も地方の人も、自然と楽しく共生できる新しいライフスタイルを提案します。

2

“地域”復活宣言

SINRAでは地方にこそ、魅力的な価値があると考えます。地域ごとの風土や文化などの個性に重点を置き、その土地が持つ本質的な価値を見出して読者に伝えます。

3

ワンテーマ主義を徹底

ワンテーマ主義のゴージャスな新書版という誌面構成を目指し、グラフページ以外にも読み物コーナーを充実させ、カフェでも書斎でも楽しく読める完全保存版雑誌とします。

4

“次の人生”を考える、すべての世代へ

人生三毛作の時代です。第一の人生を成功した男女に、心豊かな第二の人生、第三の人生の選択を案内します。

5

かつての読者を取り込み「新生」

対象読者層は、自然派志向の知識層。かつての『SINRA』ファン（団塊世代前後）を取り込みながら、新生『SINRA』は中心読者を42歳に設定し、35～50歳の購買能力の高い男女に訴求します。

田園回帰の時代



2014年9月号

森のいのち



2014年11月号

里山の贈りもの



2015年9月1月号

日本ワインを飲もう!



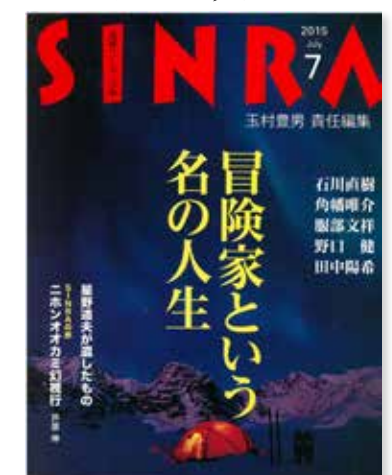
2015年3月号

島へ。



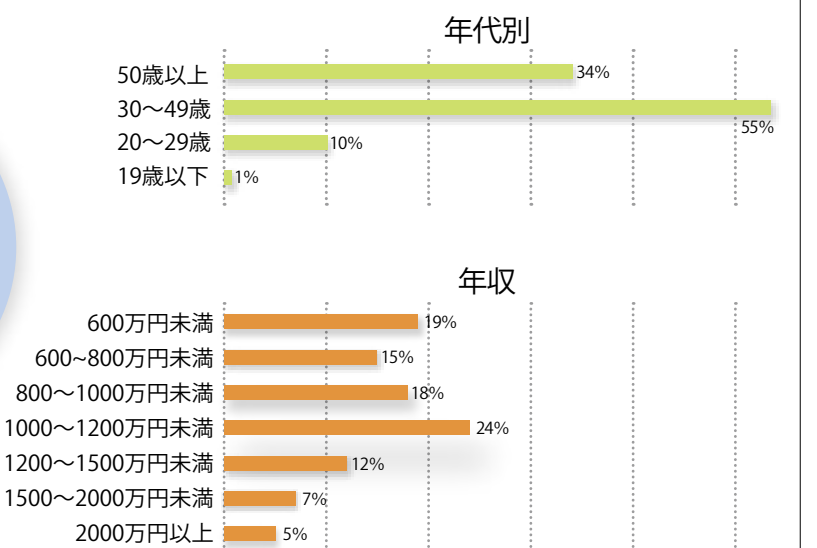
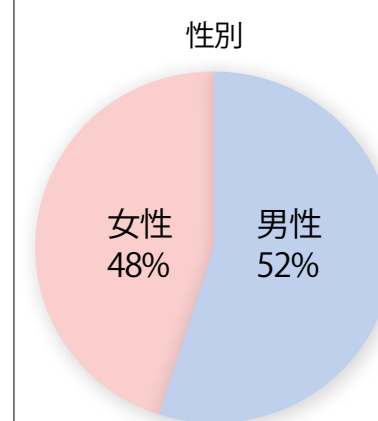
2015年5月号

冒険家という名の人生



2015年7月号

『SINRA』読者プロフィール



※小数点以下は四捨五入しています
 ※紀伊国屋 PubLine 調べ
 ※2014年9月号～2015年1月号購読者
 (2015年1月31日調べ)