

A photograph of a sophisticated interior space. On the left, a wall is covered in a dark, tufted diamond-patterned material. In the center, a white tufted chaise longue with a matching pillow sits on a dark, reflective floor. To the right, a chandelier with multiple lit bulbs hangs from the ceiling. The ceiling itself is ornate with a repeating circular pattern. The overall atmosphere is elegant and high-end.

商空間デザインをビジュアルで紹介するとともに、  
その周縁の情報をトータルにお届けします。

**商店建築**  
**MEDIA DATA**

## 地域別読者層

北海道	2.1%
東北	6.3%
関東	38.6%
東海・中部	12.5%
近畿	26.1%
中国	6.1%
四国	2.3%
九州・沖縄	5.1%
海外	0.9%
東京	24%
愛知	9%
大阪	14%

## 仕事の内容

建築設計	21.5%
店舗企画設計	41.2%
インテリアデザイン	16.1%
住宅設計	5.8%
ディスプレイデザイン	1.4%
その他のデザイン	3.7%
施工業務	3.5%
コンサルタント	1.7%
企画販促業務	2.7%
店舗経営	1.7%
その他	0.7%

店舗企画設計 **41.2%**

建築設計 **21.5%**

インテリアデザイン **16.1%**

## 勤務先の会社内容

建築設計事務所	21.9%
インテリアデザイン事務所	15.1%
店舗設計事務所	15.1%
建築業(一式)	6.8%
建築業(専門)	1.4%
店舗設計施工業	17.8%
ディスプレイ業	1.4%
看板サイン業	2.7%
デパート・スーパー	1.4%
小売専門店	2.7%
飲食業	2.7%
学校	1.4%
不動産業	2.7%
建材・設備業	2.7%
家具・インテリアショップ	2.7%
その他	1.5%

建築設計・インテリア関連 **78.1%**

## 次世代に繋ぐ〈商・環・況〉

近年、最大の発明と言われるインターネットが、社会の新しい情報インフラとして定着しました。これは、既存の社会、経済、流通システムに対し、根底から再考を促す大きなインパクトとなりました。またインターネットは、さまざまな「距離」を縮める機能も持ち合わせていました。現時点で日本で起こっている現象は、タイムラグなしに欧米やアジアの諸都市に情報として伝わります。これはクリエイションという才能のインパウンド/アウトパウンドを大きく促進させました。欧米やアジアのクライアントが日本のデザイナーに才能を求める今日的現象を見ればそれは明らかです。今やデザイナーの舞台は国内のみならず、世界各地に用意されているといっても過言ではありません。

私たちが取材対象とするリアルな商業施設は、これまでこうしたバーチャルな世界とは無縁な位置づけにある装置の一つとして考えられてきました。しかし、流通の仕組みや考え方が大きな変化を遂げようとしている今、むしろ主役としてのバーチャル環境に対抗しうる、カウンターパートとしての役割が商業施設に求められるようになっていきます。コミュニケーションする場、実体験する場としての商業施設へのニーズが新たな局面を迎えているといってもいいかもしれません。次世紀に求められる商業施設とは何かという解を求めるとき、今この時代、この時点で何が起きているかを検証する必要があります。

月刊「商店建築」では、最新の商空間デザインをビジュアルに紹介し、またその周縁の情報を丁寧に取材することで、人が商業に何を求め、また何を期待しているかの情報を網羅していきます。

## 編集方針

- ・デザインと企画の両面で新しい試みがなされた商空間を専門誌の視点でピックアップし、ビジュアルに紹介します。  
「NEW SHOP & ENVIRONMENT」(新作)では話題の大型施設や専門店を中心に、「FEATURE ARTICLE」(業種特集)では近作を業種・業態でまとめて紹介します。
- ・プロフェッショナルの設計業務に役立つよう、素材やエレメントに焦点を当てた技術的特集を適宜組みます。  
「SPECIAL FEATURE」や「ELEMENT FEATURE」では新しいインテリア素材の傾向や性能、プロダクト、各部位のディテールや納まりなどを掘り下げます。
- ・「REPORT」や「FOCUS」では新業態をいち早く取り上げたり、専門分野に特化したレポート記事、エキシビジョンなど、業種業態で括れない様々な情報をピックアップします。
- ・オフィスやセミパブリックスペースといった商空間の先進的デザインが適用されていく空間分野を取り上げます。
- ・ディスプレイ、グラフィック、ロゴ、アート、映像など、関連ジャンルの動きが誌面各所から伝わるよう編集します。  
グローバル化の流れの中で、欧米、アジアなど世界各国の作品やデザイン情報を掲載します。

店舗設計事務所、インテリアデザイン事務所、店舗設計施工会社、ディスプレイ業など、プロの第一線で活躍している読者に幅広く購読されています。

# 商店建築

創刊:1956年8月 発行日:当月1日(発売は前月28日)  
判型:A4規格判(天地297×左右210mm) 製本:あじるとじ左開き  
発行部数:60,000部 定価:2,040円(税込み)



読者の約45%の方が経営者や役員クラス、約80%の方が建材や設備機器などの仕様決定権を持っています。

## 勤務先での地位

経営者・役員クラス	43.8%
部長クラス	5.5%
課長クラス	2.7%
係長・主任クラス	11%
一般社員	31.5%
その他	5.5%

経営者・役員クラス **43.8%**

## 勤務先の従業員数

5人以下	47.9%
6~10人	13.7%
11~30人	13.7%
31~100人	4.1%
101~300人	9.6%
301人以上	8.2%
その他	2.8%

従業員数5人以下 **47.9%**

## 持っている資格

一級建築士	23.3%
二級建築士	17.8%
商業施設士	4.1%
インテリアコーディネーター	8.2%
インテリアプランナー	1.4%
なし	38.4%
その他	6.8%

一級建築士・二級建築士 **41.1%**

## 建築材料・設備の仕様決定への参画

(複数回答)

提案するだけ	16.4%
予算内なら全責任で決定できる	79.5%
指導・承認する立場	27.4%
関与していない	5.5%

仕様決定権を持つ方 **79.5%**

## 月刊『商店建築』の利用方法

(複数回答)

デザインイメージの喚起のため	84.9%
マーケティングデータとして	9.6%
デザインカタログとして	35.6%
技術的参考書として	32.9%
デザイン・アートの潮流を知るため	54.8%
商業環境・都市問題を知るため	19.2%
風俗・流行・社会問題を知るため	12.3%
海外情報を知るため	11.0%
新製品を知るため	58.9%
広告を見るため	19.2%
その他	2.7%

デザインイメージの喚起 **84.9%**

新製品を知るため **58.9%**

読者は、デザインイメージの喚起のため、デザインの潮流を知るため、新製品情報を知るため、などに利用しています。

## 本誌を読む時間帯は

(複数回答)

仕事中	91.8%
プライベート時	42.5%
施主との打合せ時	13.7%

仕事中 **91.8%**

## 年間購入冊数

1~2冊	11.0%
3~6冊	20.5%
7~11冊	6.8%
毎号定期購入	53.4%
増刊号も含めた定期購入	8.3%

毎号定期購入 **53.4%**

増刊号も含めた定期購入 **8.3%**

## 購買料は誰が負担するか

(複数回答)

個人	46.2%
会社	53.8%

会社で購入 **74.0%**

## 一冊を何人で読むか

1人	28.8%
2~3人	39.7%
4~10人	21.9%
11人以上	9.6%

平均 **3.4人**

## 何回ぐらい繰り返し読むか

買ったその日だけ	1.3%
1週間に何回か	5.5%
1ヵ月に何回か	9.6%
必要に応じて何回も	83.6%

必要に応じて何回も読む **83.6%**

## 本誌の保存とその期間は

特に決めていない	26.0%
必要な号のみ	2.7%
1年間	4.1%
1年以上	6.8%
3年以上	13.7%
ほとんど保存している	46.7%

バックナンバーの長期保存 **67.2%**

読者のほとんどが定期購読者、半数以上の会社でバックナンバーを長期間保存しています。

読者は使用製品を常に模索しているプロであり、広告や製品情報に非常に敏感です。  
 興味をもった広告の製品には、電話や資料請求カード、FAX、インターネットなどで  
 すぐに行動を起こします。また、請求した資料の製品の製品を90%以上の読者が実際に採用しています。

## 広告をどのように 役立てているか

(複数回答)

新製品の情報を知る	83.6%
仕様決定の参考にする	47.9%
建材・設備・什器の動向を知る	38.4%
技術開発の参考にする	16.4%
機能・性能などの概要を知る	34.2%
製品情報としてファイルする	17.8%
その他	1.4%

新製品の情報を知りたい **83.6%**

## 広告を見て資料請求する時の手段

ホームページ	41.2%
挿込ハガキ	24.7%
Eメール	15.3%
電話	10.0%
FAX	8.8%

当社のホームページを利用 **41.2%**

## 請求したカタログの活用方法

(複数回答)

図面に書き込む際の資料として	63.0%
合見積りのための資料として	19.2%
ファイルし保存	23.3%
施工方法を知るため	38.4%
ディテールを知るため	50.7%
会社内容を知るため	4.1%
他社製品との比較のため	42.5%
勉強のため	30.1%
その他	1.4%

図面に書き込むため **63.0%**

## 広告を見た後の行動

(複数回答)

資料請求ハガキを利用する	50.7%
当社のホームページから資料請求する	39.7%
電話・FAXでメーカーに直接資料請求する	45.2%
セールスマンに来てもらう	11.0%
広告主のホームページにアクセスする	35.6%
施主や仕事仲間に見せ話し合う	16.4%

いずれかの方法ですぐに資料請求 **45.2%**

## 資料請求した製品を 実際に採用したこと

よくある	19.2%
時々ある	47.9%
たまにある	24.7%
ない	8.2%

製品を採用した **91.8%**

## 株式会社 商店建築社

本社 東京都新宿区西新宿7丁目22番36号 三井花桐ビル2階 〒160-0023  
 電話03-3363-5760 FAX03-3363-5751

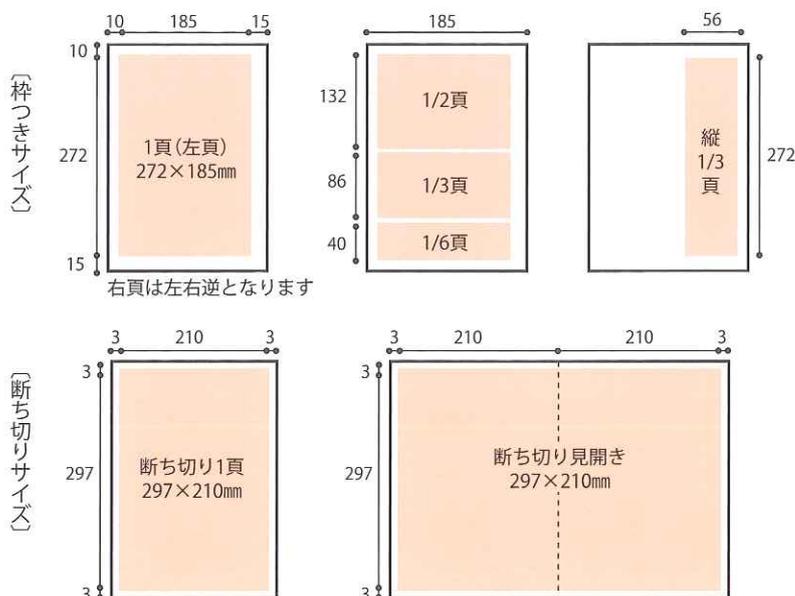
支社 大阪市中央区西心斎橋1丁目9番28号 リーストラクチャー西心斎橋 〒542-0086  
 電話06-6251-6523 FAX06-6251-6460

URL <http://www.shotenkenchiku.com> E-mail [ad@shotenkenchiku.com](mailto:ad@shotenkenchiku.com)



# 月刊『商店建築』広告料金表

スペース	枠付きサイズ (天地×左右mm)	断ち切りサイズ (天地×左右mm)	料金(円)
<b>カラー</b>			
表4		282×195	630,000
表2		297×210	530,000
表3		297×210	490,000
表2対向		297×210	510,000
第1ブロック		297×210	490,000
目次対向		297×210	490,000
記事対向1頁		297×210	490,000
普通頁1頁		297×210	450,000
普通頁1/2頁	132×185		250,000
記事中縦1/3頁(後付)	272×56		180,000
<b>モノクロ</b>			
<b>前付頁</b>			
普通頁1頁		297×210	185,000
普通頁1/2頁	132×185		95,000
<b>後付頁</b>			
普通頁1頁		297×210	150,000
普通頁1/2頁	132×185		85,000
普通頁1/3頁	86×185		60,000
普通頁1/6頁	40×185		35,000
<b>情報コーナー(人材募集・学校案内)</b>			
普通頁1頁	270×185		150,000
普通頁1/2頁	132×185		85,000
普通頁1/3頁	86×185		60,000
普通頁1/6頁	40×185		35,000



## お願い

- 広告料金には別途消費税5%がかかります。
- 上記料金は月1回の掲載料金です。原稿制作費は広告主負担になっております。
- 広告原稿は、雑誌広告デジタル送稿推進協議会策定の制作ルールに準拠したデジタルデータでご入稿ください (<http://www.3djma.jp/>参照)
- 特殊頁以外の掲載場所を指定する場合は、ページ指定10%増料金となります。
- 原稿の内容が社会的規約に反し、また雑誌の品位を保つことができないと判断した場合は、その広告掲載をお断りすることがあります。

## タイアップ広告

- 掲載料の他に別途原稿制作実費(1頁 100,000円〜)をいただきます。
- 制作費には、企画/取材/撮影(1物件)/原稿デザイン費が含まれます。なお、モデル・スタイリスト・家具リース・搬入出日・出張、その他の経費が生じる場合は、実費を請求させていただきます。
- 最初のページに[商店建築アドバトリアル]の文字が入ります。
- 申込み締切日は、取材・その他の関係上、お早めのお申込みをお勧めいたします。
- 撮りおろし写真の著作権は商店建築社に、著作物はカメラマンに帰属します。自社のカタログ・パンフレットに使用する場合には、当社規定によりポジフィルムまたはデータをお買い上げいただくこととなります。但し、他社出版社での使用についてはお断りいたします。
- 詳細は「タイアップ広告媒体資料」をご覧ください。

## 進行スケジュール

発売日……………前月28日  
 広告申込締切日……前々月の15日  
 広告原稿締切日……前々月の20日



\*なお、諸事情により、スケジュールを変更させていただくことがありますので、あらかじめ当社広告部までお問合せください。

## 広告サイズ

- 普通頁1/2・1/3・1/6、記事中縦1/3広告の断ち切り原稿はお受けできません。
- 1頁原稿の断ち切りは、仕上がり線(297×210mm)の外に3mmの断ち切り分をとってください。
- 断ち切り原稿は、マーク・社名・コピーなどを仕上がり線より10mm以上内側に納めてください。〔資料請求番号〕が地から9mm、中央の位置に入ります。
- 見開き原稿は、A3(天地297×左右420mm)で製作願います。
- 表4の原稿は、右端から15mm、地から15mmの余白を内側へとってください。

部分が広告スペースです。