

野菜・花・果樹の生産情報誌

農耕と園藝

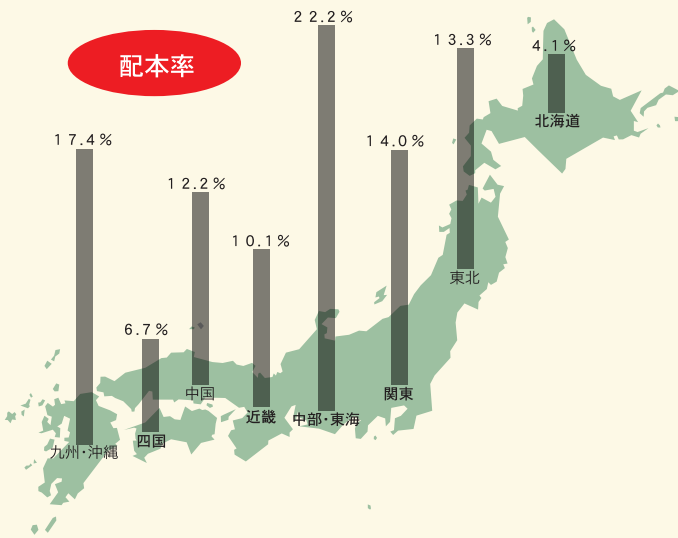
媒体資料

毎月23日発行
B5判・無線とじ

定価 1,050円(税込)

読者プロフィール

読者年齢は40代中心。
進取の気性に富んだ後継者世代。



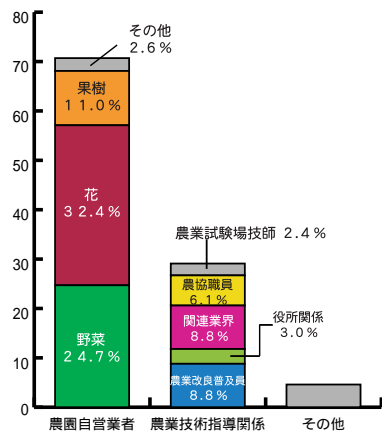
読者の年齢は40代を中心に、30～50代が全体の7割以上を占めています。平均年齢は48.1歳。ここで注目していただきたいのは、30代からの数字が急に増えていること。30代といえば、父親である農園経営者からそろそろ経営権を委譲される年代。「農園自営業者の就業年数」で、平均年齢の割に就業年数10年未満の人が15.0%もいるのも、それだけ後継者世代の人が多いという証でしょう。つまり、農園を引き継いだことで急に農業ビジネスへの関心が高まり、結果として本誌を手にする機会が増えたのだと推測されます。

後継者世代は、進取の気性に富んでいるのが特徴。新しい資機材や経営システムの導入、さらなる業務と販路の拡大にも積極的だと思われます。

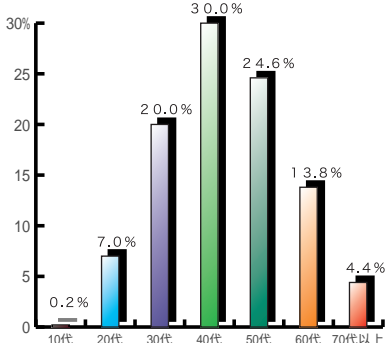
読者は農業・園芸のプロ。 オピニオンリーダーは4人に1人。

本誌の読者層でもうひとつ特徴的なのは、全体の95%以上が農園自営業者と農業技術指導者で占められていること。つまり、ほぼ全員が農業・園芸のプロフェッショナルなのです。さらに、そのうち4人に1人が、農業改良普及員や農業試験場技師など業界のオピニオンリーダーたち。一般の農業就業者に対する影響力、情報発信力には無視できないものがあると考えられます。

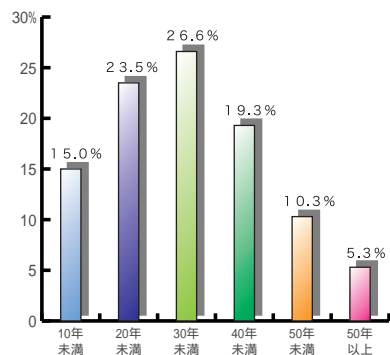
■農園自営業者の就業年数



■読者の年齢

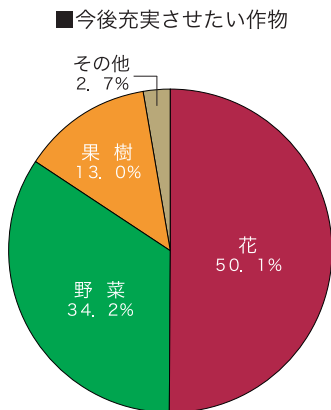


■農園自営業者の就業年数



さらなる業務拡充への意欲。 特に花を重視

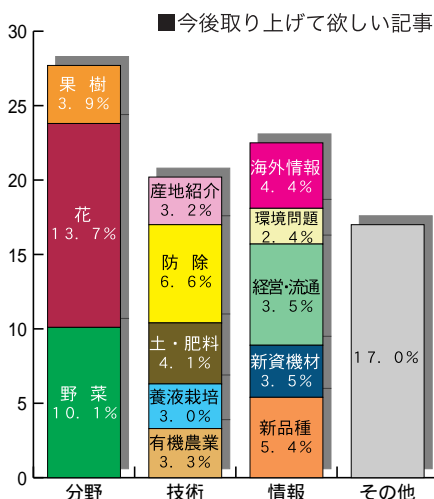
一人の農園自営業者でもある読者は、常に業務拡充への意欲を忘れては居ません。読者アンケートでは、全体の半数の人が今後花を充実させたいと答えています。通販の流行など花の流通経路が拡大止痛ある今日、読者の目も新たなフラワービジネスに向かっていると言えそうです。



多様化するニーズに「農耕と園藝」 の誌面もきめ細かく対応。

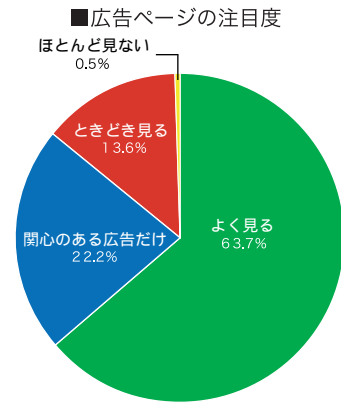
読者が今後取り上げて欲しいと思っている記事は、分野別に見ても、テーマ別に見ても、かなりの多岐にわたっています。それだけ読者ニーズは多様化・細分化してきているのでしょう。

今後私たち「農耕と園藝」に求められるのは、それらの細かな読者ニーズに出来る限り誠実に対応していくこと。従来の誌面構成から読者寄りに一歩踏み込んだ形で、枠にとられない新たな誌面作りに取り組んでいこうと考えています。



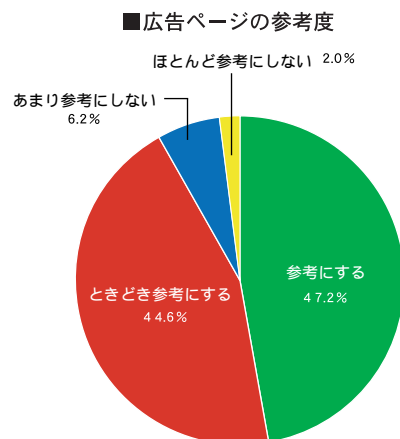
記事同様に興味を持って 読まれている掲載広告

掲載広告をよく見る人が63.7%、関心のある広告だけ見る人が22.2%と、記事同様に高い興味を持って読まれているようです。あるいは、広告も一つの情報として受け取られているのかもしれませんが。広告を出稿なさる立場からすれば、テーマに関係なく広告をよく見る人には新たなニーズの掘り起こしが可能。関心のある広告だけ見る人は、それだけ潜在ニーズが高いわけですから、現実的なターゲットとなり得ます。



掲載広告は実際の 購買活動にも直結。

掲載広告を参考にする人は、参考にする・ときどき参考にするを合わせて91.8%。読者はほぼ全員農業関係のプロですから、広告を何らかの形でみずからの業務に役立てていると考えられます。それらの人の何割かは、ほぼ確実に実際の購買活動と直結するはずで



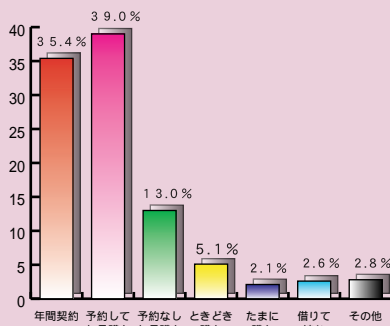
農耕と園藝の読まれ方

購読10年以上が49.6% 一度はじまれば長いお付き合い

購読年数10年以上の人が全体の49.6%もいます。この高い読者定着率は、「農耕と園藝」に対する読者の信頼の証。一度手に取っていただければ、本紙の堅実な編集記事に愛着を持って読むことになり、結果として長いお付き合いになるようです。

その一方で、購読年数3年未満の人も15.6%います。20代以下の読者は7.2%しか居ないわけですから、これらの人の半数は最近父親の跡を継いだ農業後継者の人ではないでしょうか。また購読年数1年未満の人は4.6%で、読者全体の5%程度が毎年世代交代していくと推測できます。

■読者の購入形態

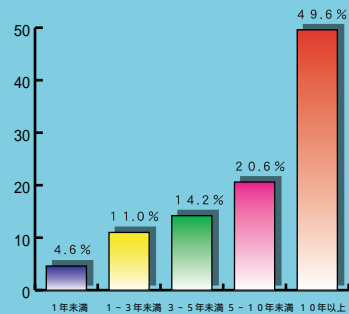


固定読者に毎号読まれている 業界のスタンダード誌

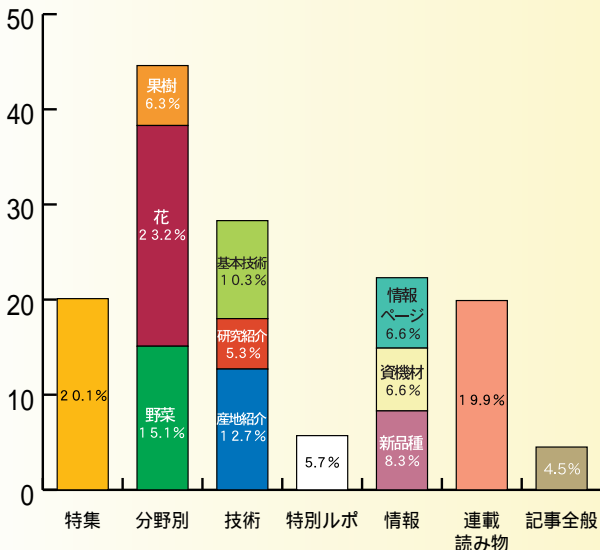
全体の87.4%までが、本誌を毎号読んでいただいている固定読者。特筆すべきは、年間契約者が35.4%もいることです。

これはそのまま、「農耕と園藝」が業界のスタンダード誌として広く認知されていることの証でしょう。つまり、野菜・花果樹の栽培に携わる人にとって、「農耕と園藝」は日頃から欠かせない情報源になっているのだと考えられます。

■読者の購入年数



■読者の良く読む記事(複数回答)



読者は花と栽培技術と タイムリーな情報に敏感。

読者の良く読む記事を分野別に見ると、花に関する物が突出しています。近年、花きは農業商品として特に注目を集めており、読者も市場の動向には敏感なようです。

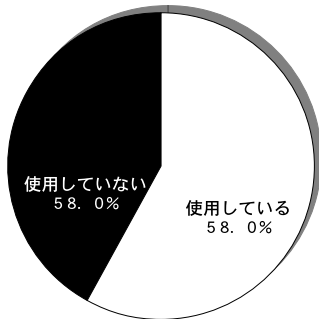
テーマ別に見ると、良く読まれている記事は産地紹介、基本技術、新品種情報。読者は専門技術の習得に熱心であると同時に、新たな農業ビジネスの可能性を前向きに検討していることが伺われます。

また、季節に合わせてタイムリーな情報を提供している特集記事にも強い関心を抱いているようです。連載・読み物が良く読まれているのは、それだけ読者定着率の高いことを物語ってい

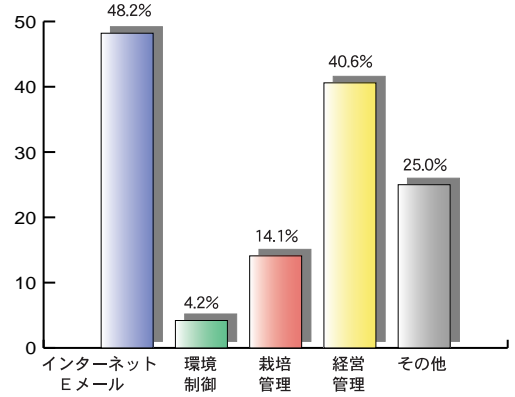
いま注目を集めている

IT（情報技術）への取り組み。

パソコン、携帯電話の普及や情報処理技術の進展によって、今やあらゆる業種でIT化が進んでいます。もちろん、農業ビジネスも例外ではありません。読者にパソコンの利用状況を伺ったところ、全体の8割近くの人がパソコンを使用し、インターネットの利用や栽培・経営管理に使用しているとか。今後、読者に何かを訴えていこうと考えたとき、パソコン利用という視点は欠かせない、と言えるかもしれません。



■パソコン使用用途(複数回答)



新商材発表の広告を。

本誌では最新技術を早く、そして確かな情報としてお伝えしています。そのため情報収集に熱心な読者は、新しい情報にとっても敏感。新技術や他にはないポイントをアピールすることで、認知度が大きく広がるでしょう。

また、大規模な生産設備を持つ読者が多い事も特長のひとつ。広告掲載で商品を知り、数年後には大型発注を行うことも珍しくありません。新商材を今後の主力として成長させるための布石としても有効でしょう。

専門的・技術的に説得力のある広告を。

読者のほとんどが実際に終業している農業のプロフェッショナル。イメージ的な美辞麗句を連ねるよりも、訴求したいポイントを専門技術的に詳しく解説した方が、読者はより敏感に反応するはず。内容が多少難解でも、読者の3割近くは業界のオピニオンリーダーですから、一般自営業者へのトップダウン効果も見込めます。

ブランドを浸透させるための定期掲載を。

人は同じ社名・商品名を反復して目にする事で、その社名・商品名をブランドとして認知します。本誌の場合、ほとんどが定期購読者ですから、例えば小さなスペースでも数ヶ月連続して広告を掲載することで、訴求したい社名・商品名を一つのブランドとして読者に浸透させる事が出来るでしょう。

季節を先取りしたタイムリーな広告を。

読者の9割近くが本誌を毎月読んでいる定期購読者。読者にとって本誌はいわば月単位のカレンダーでもあります。作物の栽培時期を少しだけ先取りした形で広告を出せば、読者の関心も集まるはず。たとえば、情報歳時記のようなスタイルの広告なら、忙しい読者に作業の準備を促すことにもなり、好感度は高まるでしょう。

カラー（CMYK・4色）

表紙 4	4色 1 頁	天地 225 × 左右 150mm	650,000
表紙 2	4色 1 頁	天地 257 × 左右 182mm	500,000
表紙 3	4色 1 頁	天地 257 × 左右 182mm	420,000
目次対向 1～4 (表紙 2 対向からP8まで)	4色 1 頁	天地 257 × 左右 182mm	400,000
	4色 1/2頁	天地 110 × 左右 150mm	230,000
記事 中編集面	4色 1 頁	天地 257 × 左右 182mm	360,000
	4色 1/2頁 (枠付)	天地 110 × 左右 180mm	220,000

モノクロ（単色・黒1色）

中面コート紙	1色 1 頁	天地 257 × 左右 182mm	180,000
	1色 1/2頁 (枠付)	天地 110 × 左右 150mm	100,000
記事 中・黒1色	1色 1 頁 (枠付)	天地 220 × 左右 143mm	170,000
	1色 1/2頁 (枠付)	天地 105 × 左右 143mm	90,000
	1色 1/3頁 (枠付)	天地 220 × 左右 47 mm	70,000
	1色 1/5頁 (枠付)	天地 40 × 左右 143mm	45,000
後付	1色 1 頁 (枠付)	天地 220 × 左右 143mm	150,000
	1色 1/2頁 (枠付)	天地 105 × 左右 143mm	80,000
	1色 1/5頁 (枠付)	天地 40 × 左右 143mm	40,000
	1色 1/10頁 (枠付)	天地 40 × 左右 70 mm	30,000

上記広告料金に別途消費税が加算されます。

タイアップ広告、記事広告など企画広告は別途お見積もり致します。

原稿サイズは内トンボ寸法です。仕上りサイズ：B5（天地257 × 左右182）

入稿は完全データ、完全版下、もしくは原寸カラーフィルムでお願いします。

データ入稿の場合は、使用OS、作成ソフト、使用フォントなどの仕様明細書、および出力見本を添付してください。

紙焼き・カラーフィルムで入稿の場合の線数は、

カラー（4色・中面濃紺1色）175線、記事中モノクロ（1色）133線をお願いします。

■締切日

広告申込 発行日の35日前

広告原稿 発行日の30日前

 株式会社 誠文堂新光社 編集広告局 広告部

〒113-0033 東京都文京区本郷3-3-11

Tel.03-5800-5755 Fax.03-5800-5721