

“住生活産業の明日”を読むウェブマガジン

Housing Tribune Online

ご活用のご案内 2024

## “住生活産業の明日”を読むウェブマガジン

1986年以来30年以上にわたり、紙媒体の住生活産業専門誌「Housing Tribune」を発行してきました。変革期を迎えている住生活産業のなかで、Today for Tomorrowをモットーに、“時代の一步先を読む”情報を提供し続けています。

「Housing Tribune」で大切にしてきた理念は、「より確かで」「広く」「深く」「一步先行く」記事を提供していくこと。 「Housing Tribune Online」でも、この理念に基づき住生活産業に関する情報を発信していきます。

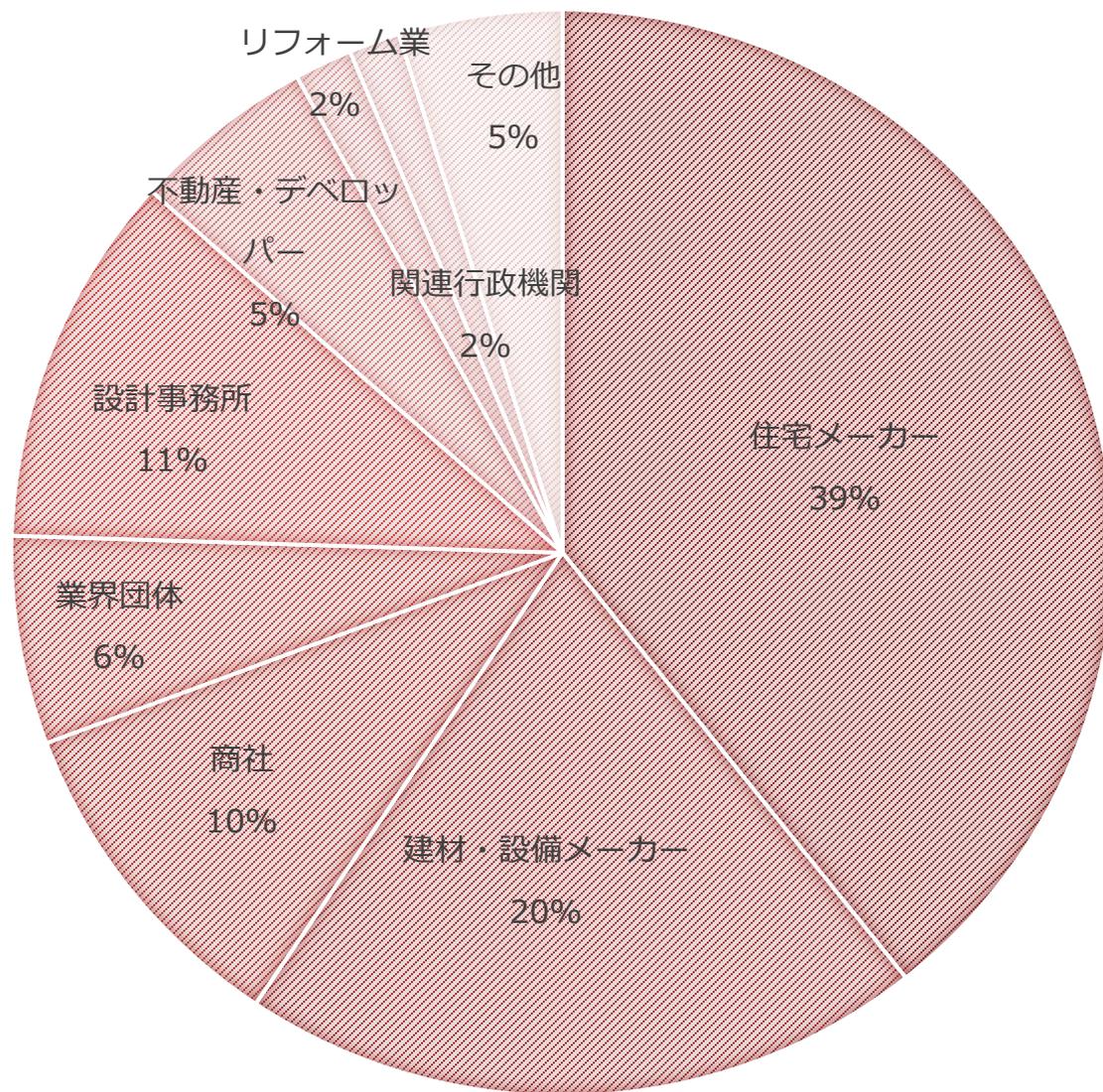
# 1. Housing Tribune Online 基本情報

- ◎全体ページビュー数：300,000PV/月 以上
- ◎読了率75%以上の読者が全体の約40%
- ◎平均セッション時間：1:30～2:30
- ☆グーグルニュースなどニュースサイトに一部記事を提供
- ☆スマートニュースやNewspicksなどのキュレーションメディアを通じた外部発信も

## 2. Housing Tribune Online ユーザーデータ

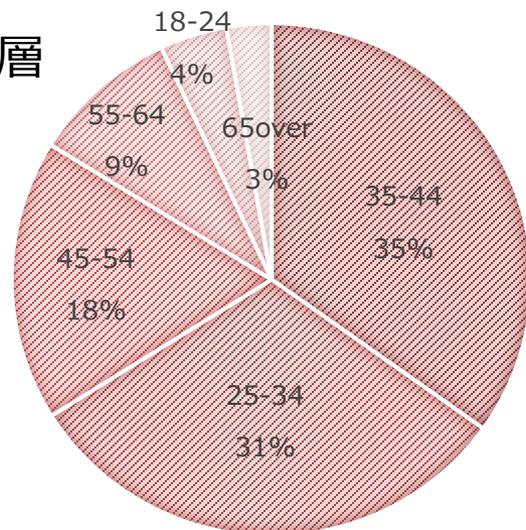
### 業種

★住宅メーカーを中心とする  
プロユーザーが閲覧

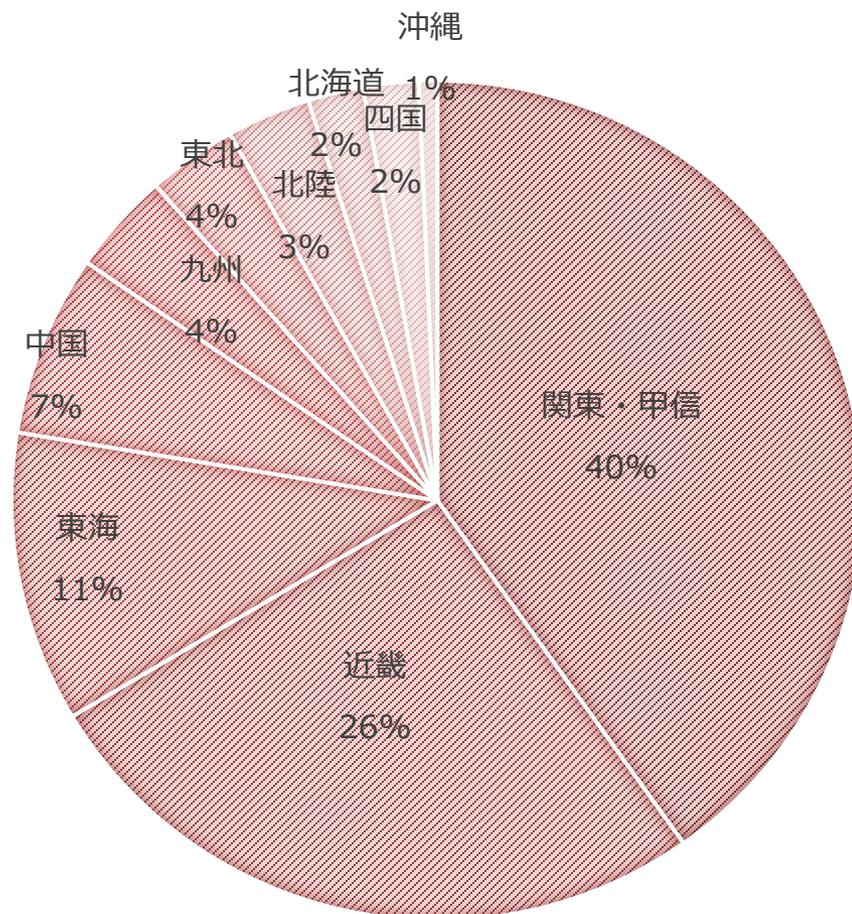


## 2. Housing Tribune Online ユーザーデータ

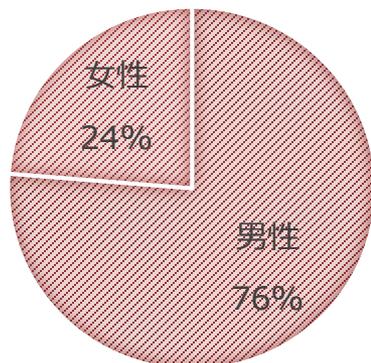
### 年齢



### 地域



### 性別

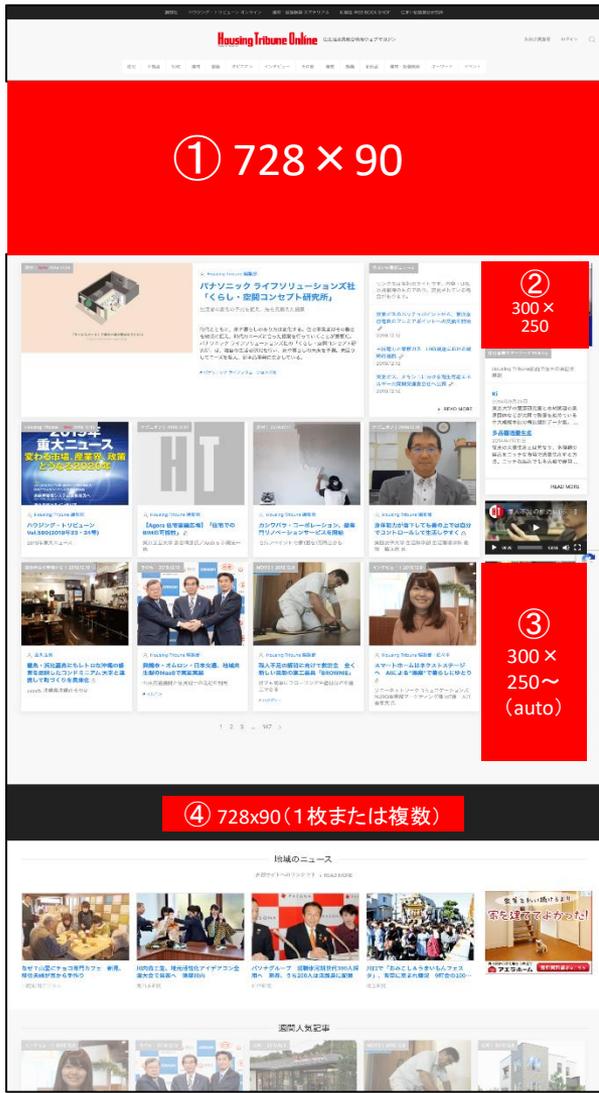


★比較的女性の読者層が多いことも特徴

# 3. Housing Tribune Online バナー広告

## バナー広告で認知度向上が図れるシンプルなプラン

名称／掲載位置	
①	ウェルカムバナー (トップページ題字下)
②	プレミアムウインドウバナー (トップページ窓)
③	トップページサイドバナー (トップページ右端「住まいの最新ニュース」下)
④	トップページセンターバナー (「地域のニュース」上)
⑤	ニュースページトップバナー (記事ページ題字下)
⑥	ニュースページウインドウバナー (記事ページ窓)
⑦	ニュースページサイドバナー (記事ページ右端)



### 3. Housing Tribune バナー広告 (料金表)

	名称 (サイズ: px)	表示形式/枠数	掲載期間	広告料金 (円・税込)
①	ウェルカムバナー (1) 横728×縦90 (2) 横320×縦100	貼付け/1枠 貼付け/1枠	4週間 4週間	330,000 220,000
②	プレミアムウィンドウバナー (横300×縦250)	貼付け/1枠	4週間	220,000
③	トップページサイドバナー (横300×縦250)	貼付け/3枠	4週間	165,000
④	トップページセンターバナー (横728×縦90)	貼付け/2枠	4週間	165,000
⑤	ニュースページトップバナー (横728×縦90)	貼付け/1枠	4週間	165,000
⑥	ニュースページウィンドウバナー (横300×縦250)	貼付け/1枠	4週間	165,000
⑦	ニュースページサイドバナー (横300×縦250)	貼付け/3枠	4週間	165,000

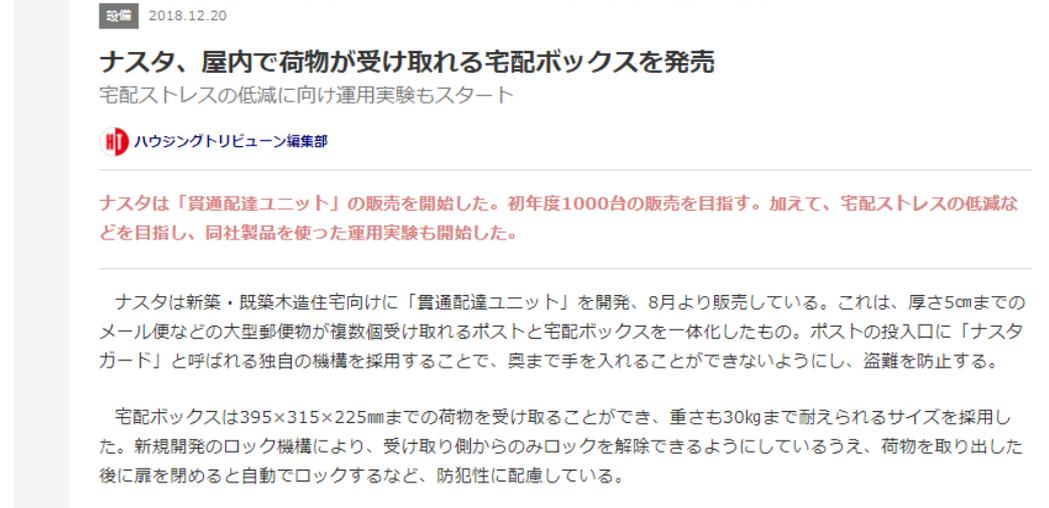
◎ **ファイル形式** : GIF、JPEG、PNGのいずれかのファイル形式でお願いします。透過、アニメーションファイルは受け付けません。リンク先URLは1カ所をお願いします。

◎ **ファイルサイズ** : 最大150KB

# 4. Housing Tribune Online 記事広告 (Web限定)

## 取材・記事作成・レイアウトを一貫して行うWeb限定の記事広告

フォーマットが決められた“ベーシック”と独自のデザインでPRできる“オリジナル”の2つのプランを用意。



プラン	原稿仕様	料金 (税込)
ベーシック	2,000字前後 (画像4点前後)	550,000円
	1,000字前後 (画像4点前後)	330,000円
オリジナル	1 ページ	要相談

を採用することで高気密性・高断熱性能を確保、住宅の熱効率を落とさない。高気密性・高断熱性能を確保しているため、北海道などの寒い地域でも使用できる。雨の日などで外に出たくないときでも室内から荷物を受け取ることができる。宅配ボックスに確認できるため、好きなタイミングでストレスなく荷物を受け取る

う本体色にライトグレーとダークブラウンの2色を用意し、それぞれにシルバーメッシュパネルシートを5色揃えた。本体価格は22万円で、すでにタマホームをはじめという。初年度1000台の販売を目指す。



# 5. Housing Tribune Online メールマガジン広告 (イメージ)

## 週2回配信のメールマガジンを活用したコミュニケーション

Housing Tribune Onlineの掲載記事のニュースを週2回で配信。1回の配信数は約15,000通。

このメールは創樹社のウェブマガジン「Housing Tribune Online」で無料会員のご登録をいただいた方、雑誌「ハウジング・トリビューン」をご購読をいただいている方、弊社社員と名刺交換をさせていただいた方にお送りしています。

メルマガ配信停止、メールアドレス変更のご希望は、お手数ですが [support@sohjusha.co.jp](mailto:support@sohjusha.co.jp) にお知らせください。

PR

★★★住生活産業情報メディアHousing Tribune Online★★★

他のメディアにはない日々の業務に役立つ情報収集を！

期間限定で無料会員登録申し込み受け付け中！

<https://honline.sohjusha.co.jp/>

株式会社創樹社

Housing Tribune Online 新着記事

【インタビュー】BIMが変える住宅建築 木造住宅分野こそBIM普及の可能性大

[https://honline.sohjusha.co.jp/560-024/?utm\\_source=mailmagazine&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=listac](https://honline.sohjusha.co.jp/560-024/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

★(公社)日本建築積算協会副会長 専務理事 加納恒也氏インタビュー記事です

【その他】民泊で業界横断の取組み加速 エアビーが36社とプラットフォーム

[https://honline.sohjusha.co.jp/560-018/?utm\\_source=mailmagazine&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=listac](https://honline.sohjusha.co.jp/560-018/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

PR

★★★住生活産業情報メディアHousing Tribune Online★★★

他のメディアにはない日々の業務に役立つ情報収集を！

期間限定で無料会員登録申し込み受け付け中！

<https://honline.sohjusha.co.jp/>

株式会社創樹社

住宅用建材・設備の情報サイト「スマテリアル」より

光触媒+セラミックコートでより長く美しさを保つ外壁材「新生「光セラ」」

[https://honline.sohjusha.co.jp/sumaterial/2017-080/?](https://honline.sohjusha.co.jp/sumaterial/2017-080/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

[utm\\_source=mailmagazine&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=listac](https://honline.sohjusha.co.jp/sumaterial/2017-080/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

ヘッダー

フッター

業界初、鏡面仕上げを施した窯業系内外壁材「COOL」  
[https://honline.sohjusha.co.jp/sumaterial/2017-082/?utm\\_source=mailmagazine&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=listac](https://honline.sohjusha.co.jp/sumaterial/2017-082/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

Housing Tribune Vol.561 (2018年14号) 7月27日 (金) 発売予定

特集は「どうなる!?生産緑地の2022年問題 都市農地と宅地の良好な関係へ 求められる新発想の活用法」です。

[https://store.sohjusha.co.jp/h/?utm\\_source=mailmagazine&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=listac](https://store.sohjusha.co.jp/h/?utm_source=mailmagazine&utm_medium=email&utm_campaign=listac)

PR

★★★住生活産業の“明日”が読めるウェブマガジン★★★

Housing Tribune Online創刊！！

株式会社創樹社は、1986年以来30年以上にわたり、

紙媒体の住生活産業専門誌「Housing Tribune」を発行してきました。変革期を迎えている住生活産業のなかで、Today for Tomorrowをモットーに、

“時代の一歩先を読む”情報を提供し続けています。

「Housing Tribune」で大切にしてきた理念は、

「より確かで」「広く」「深く」「一歩先行く」記事を提供していくということ。

「Housing Tribune Online」でも、

この理念に基づき住生活産業に関する情報を発信していきます。

☆SNSから最新情報をチェック

facebook: <https://www.facebook.com/HousingTribune/>

twitter: <https://twitter.com/HousingTribune>

※記事の無断転載・再配信等は一切お断りします。

【発行者】株式会社 創樹社

〒113-0034 東京都文京区湯島1-1-2 ATMビル

メール: [support@sohjusha.co.jp](mailto:support@sohjusha.co.jp)

電話番号: 03-6237-1175 (平日10:00-18:00)

ウェブサイト: <http://www.sohjusha.co.jp/>

ミドル

## 5. Housing Tribune Online メールマガジン広告（料金表）

### レギュラータイプ

	掲載位置	枠数	原稿仕様	料金（税込）
①	ヘッダー	2	全角38文字（半角76文字）以内×5行	220,000円/8回
②	ミドル	1	全角38文字（半角76文字）以内×5行	165,000円/8回
③	フッター	1	全角38文字（半角76文字）以内×20行	275,000円/8回

### 号外タイプ（テキスト版）

原稿仕様	料金（税込）
全角1000文字程度まで	300,000円/1回

※号外タイプはHTML版も可能です。上記料金とは異なります。

### ・メールマガジン配信数:約15,000通

一般的に、BtoBのメールマガジンの開封率は約20%と言われているため、 $15,000 \times 0.2 = 3,000$ 通 は開封されていると想定されます。

### ・ウェルカムバナーの平均インプレッション数:10万回以上 (4週間掲載の場合)

一般的に、BtoBのバナー広告のクリック率は約0.46%と言われているため、 $100,000 \times 0.0046 = 460$ 回 クリックされることが想定されます。

※実数での測定は行っておりません。

※数値はあくまで平均値から想定される期待値です。予めご了承ください。

# 7. Housing Tribune Online 動画広告

## 視覚と聴覚に訴える動画広告プラン

動画を活用した広告プラン。一から動画を作成する“オリジナル動画制作”プランを用意。

住宅 2018.7.4

### 積水ハウス 施工ロボット開発の最新現場から ロボットで住宅をつくる時代へ

深刻化する労働力不足への処方箋

ハウジングトリビューン編集部・佐々木

住宅施工現場へのロボットの導入が現実になりつつある。これまで、研究施設などでの実験レベルだったが、ハウスメーカーやゼネコンで、実用化に向けた取り組みが本格化している。こうしたなか、積水ハウスが同社の教育訓練センター・訓練校で最新の取り組みを公開。弊誌記者が実際に見て、体験し、その可能性を探った。

#### 施工力の確保は死活問題 ロボット活用がキーに

少子高齢化で労働力不足問題が深刻化してきているが、特に建設業で深刻だ。就業者数は1997年は685万人だったが2016年には492万人と、この20年ほどのあいだに200万人近くも減少。加えて、高齢化も加速、建設業就業者の約3割は55歳以上で29歳以下は1割程度しかおらず、今後のさらなる労働力不足が懸念される。

BIMとは「Building Information Modeling」のことで、3次元の建物のデジタルモデルに、設計から施工、維持管理に関する情報を組み込んだシステムのこと。ロボットとBIMを連携させることで、事前に細かな数値をプログラミングしなくてもBIMのデータに基づいて作業できるようになり、施工現場へロボットを導入するメリットを最大化できる。

テムザックの高本社長によると、ロボットだけで施工を行うためには、こうしたBIMのデータに加えて現場での実地のデータも必要であり、「これから実際の施工現場でデータを蓄積し、住宅施工に特化したAIを構築していきたい」としている。今後、住宅施工情報の**ビッグデータ**化と住宅施工用AIの開発が進めば、ロボットだけで作られた家の実現も夢ではなくなるかもしれない。



プラン	仕様	料金 (税込)
オリジナル動画制作	別紙参照	別紙参照

## 8. Housing Tribune Online 記事広告（HT誌面活用）

### 誌面に掲載した記事広告をWebに割安で掲載する広告プラン

雑誌Housing Tribuneに掲載した記事広告をオンラインに掲載する際に、割安で、また、付加価値を与えて掲載するプラン。付加価値プランには、表示位置固定や動画追加などをラインナップ。

誌面記事広告体裁	転載価格（税込）
4色2頁（見開き）	275,000円
4色1頁	165,000円
1色2頁（見開き）	275,000円
1色1頁	165,000円
3頁以上など	要相談



付加価値プラン	価格（税込）
持込み動画添付 ※3MBまで	55,000円
メルマガ位置固定 （ヘッダー）	88,000円／8回
トップページ 記事位置固定 （トップページ窓）	88,000円／4週間
その他	要相談

## お問い合わせ先

株式会社創樹社 営業・企画課  
〒113-0034  
東京都文京区湯島1-1-2 ATMビル  
TEL03-6273-1175  
FAX03-6273-1176  
s-murata@sohjusha.co.jp