

2013/6
FACTA AD Menu
—— 誌面、オンライン広告メニューのご案内

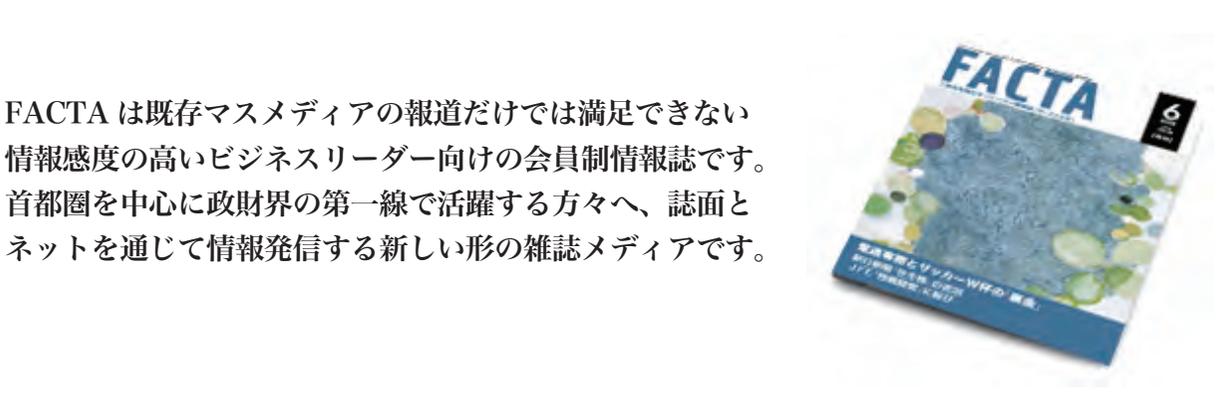
適用期間：2013年6月1日～2013年12月31日

FACTA
<http://facta.co.jp>

ファクタ出版 株式会社

〒101-0052 東京都千代田区神田小川町 3-28-7 6F

TEL : 03-5282-7090 FAX : 03-5282-0955 MAIL : ad@facta.co.jp



FACTA は既存マスメディアの報道だけでは満足できない情報感度の高いビジネスリーダー向けの会員制情報誌です。首都圏を中心に政財界の第一線で活躍する方々へ、誌面とネットを通じて情報発信する新しい形の雑誌メディアです。

紙媒体の本誌に加えて、ネットの速報性を活かして展開する FACTA online の「全記事アーカイブ」や「スクープメール」は、多忙なビジネスパーソンが重要な情報にスピーディにアクセスするためのツールとして活用されています。

膨大な情報が氾濫する中、ターゲットの信頼度が高い媒体に広告を出稿することの重要性は論をまちません。エグゼクティブがじっくり目を通す本誌と、月間平均 12 万の訪問者 (UU) を持つオンライン版の広告メニューは、御社のブランド戦略に効果的なコンタクトポイントをご提供します。

媒体概要			
雑誌名	総合情報誌「FACTA (ザ・ファクタ)」	体裁	B5 判、中綴じ、約 100 ページ
発行人	阿部重夫	一冊単価	1,300 円 (税込)
発行	ファクタ出版株式会社	年間購読	1 年間 (12 冊) 13,200 円 (税・送料込み)
創刊	2006 年 4 月 20 日	3 年間 (36 冊)	31,680 円 (20%OFF、税・送料込み)
発行日	毎月 20 日 (月刊)	発行部数	20,000 部
記事構成	国内外の経済・政治情報、国際情勢、生活関連、独自の調査報道、著名経営者のインタビューなど	広告出稿	日本経済新聞をはじめとする全国紙、およびネット広告を併用

編集長プロフィール



阿部 重夫 *Shigeo ABE*

1948 年、東京生まれ。東京大学文学部社会学科卒。73 年に日本経済新聞社に記者として入社、東京社会部、整理部、金融部、証券部を経て 90 年から論説委員兼編集委員、95～98 年に欧州総局ロンドン駐在編集委員。日経 B P 社に出向、「日経ベンチャー」編集長を経て退社し、ケンブリッジ大学客員研究員としてイラク研究を進める。99～2003 年に月刊誌「選択」編集長。05 年 11 月にファクタ出版株式会社を設立し、06 年 4 月に調査報道を主眼とする月刊誌 FACTA を創刊。

著書「イラク建国」(中央公論)、「有らざらん 壺」(ON BOOK)、共著「だれでもわかる金融」(新潮文庫)、「美の回廊」(日本経済新聞社)、訳書 P・K・ディック「あなたを合成します」、同「ブラッドマナー博士」(サンリオ文庫)。ニュース番組のコメンテーターや、BS11「INsideOUT」の金曜日キャスターなどテレビ出演も多数。発行人ブログ：http://facta.co.jp/blog/

誌面構成

マクロ経済、企業分析を中心とした「BUSINESS」、現地ジャーナリストから届く国際レポート「GLOBAL」、政官界の中枢に迫る「POLITICS」、徹底した独自調査に裏付けられたスクープ満載の「DEEP」、文化・芸術から健康・医療まで身近な問題を幅広く解き明かす「LIFE」、旬の一流人の本音に肉薄する「INTERVIEW」、豪華コラムニストが筆を競う「連載」の 7 コーナーで構成。

深く鋭い「先読み」

「ユーロ断末魔」伊仏も延焼 2011 年 12 月号

パバンドレウ、ベルルスコーニが退陣しても、国債の売り攻勢はやまず。いよいよフランスまで火ダルマか。

欧州発でアジア「貸し剥がし」 2011 年 11 月号

デクシア破綻などで資金繰り難の欧州銀行が、韓国やブラジルなど「優等生」新興国からマネー引き揚げ。

欧米金融機関「3 年目の断崖」 2011 年 10 月号

ギリシャが破綻すれば、独仏伊の大手銀まで危うい。ドル資金の命綱が米国投信だから「共倒れ」も。

世界デフレ「第 2 波」に備えよ 2011 年 9 月号

欧米も難題は「カン蹴り」経済 2011 年 8 月号

注目「企業」を徹底分析

快進撃アップルに「強敵」HTML5 2011 年 12 月号

グーグルとともに、アプリ配信は二強の寡占。テラ銭搾取を迂回する「Web アプリ」で風穴。

スマホに活路サムスンの「有機 EL」 2011 年 12 月号

有機 EL を搭載した「ギャラクシー」でアップルの iPhone や iPad に真っ向勝負。年間 2 億枚生産体制の勢いだ。

iPhone4S で通信「土管化」 2011 年 11 月号

稀代のカリスマ最後のガジェット。KDDI 併売で人気沸騰だが、通信事業は「渋滞」に追い詰められていく。

「老害」経営に成り下がったホンダ 2011 年 11 月号

カリスマ元副社長が介入するから幹部人事が混乱する。ホンダ凋落の元凶にメス！

佐藤みずほ総帥が仕掛けた「劇薬」 2011 年 11 月号

メガバンクが信託銀行を吸収統合したら、不動産業界は死活問題。佐藤社長の「暴走」か。

政経塾栄えてパナソニック減ぶ 2011 年 10 月号

日立・三菱重「破鏡」の真相 2011 年 9 月号

マードック帝国は四面楚歌 2011 年 9 月号

悪の道に走る「泡沫」監査法人 2011 年 9 月号

一流人の本音に肉薄

山口 壯氏 (外務副大臣) 2011 年 12 月号

胡 舒立氏 (「財新メディア」総発行人兼総編集) 2011 年 11 月号

斎藤 勝利氏 (第一生命保険会長) 2011 年 10 月号

大野 直竹氏 (大和ハウス工業社長) 2011 年 9 月号

チェルノブイリ以下の「汚染車管理」 2011 年 12 月号

続々判明「危ない活断層」 2011 年 11 月号

貞観時代が教える「ここが危ない」 2011 年 10 月号

「ええカッコしい」桂三枝の文枝襲名 2011 年 9 月号



海外の現地から「産直」報道

タイ洪水「外資優先排水」に反発 2011 年 12 月号

美女首相に非難の嵐。家が水浸しの住民が「なぜ日本企業などの工業団地の排水を優先するのか」とむくれる。

中国「団派」李李コンビの天下 2011 年 11 月号

「北戴河会議」後の地方人事で共青团派が完勝。次期政権は李克強と李源潮の二枚看板か。

「リビアの次」シリアが粘れる理由 2011 年 10 月号

中国「サイバー諜報局」の素顔 2011 年 10 月号

国家の「中枢」に迫る

「野田増税」G20の恥さらし 2011 年 12 月号

デフレと震災禍の日本に、不条理すぎる重い靴。財務省の無理無体な論理を、完膚なきまでに論破する。

野田政権の火薬庫「前原誠司」 2011 年 11 月号

竹中平蔵を師と仰ぎ、「反増税・反財務省」に傾く「言うだけ番長」。自民党の「上げ潮派」、中川秀直の二の舞いか。

「民公連携」鍵握る細川と成田 2011 年 10 月号

「変人」石破茂政調会長の崖っぷち 2011 年 9 月号

先頭を切って調査報道

決定版「オリンパス」不正人脈 2011 年 12 月号

悪い奴ほどよく眠る。世界のメディアをぶっちぎって、本誌がオリンパス疑惑の全貌を暴く。

「DeNA 球団」疑惑の株価 2011 年 11 月号

「清武の乱」でナベツネの威光に陰り。しかも横浜買収報道前の不自然な株価に、証券監視委が動き出した。

「東北談合復活」鹿島一番乗り 2011 年 11 月号

「寝たふり」ゼネコンが息吹き返す。石巻のガレキ処理が突破口。限りなくクロだが、県は見て見ぬふりだ。

セラーテム「強制調査」で崩壊へ 2011 年 11 月号

電通の FIFA「贈賄」密約 2011 年 9 月号

手嶋龍一式 INTELLIGENCE
したたかな「最古の民主主義国」 / 情報小国が繰る「真珠湾の真」脱

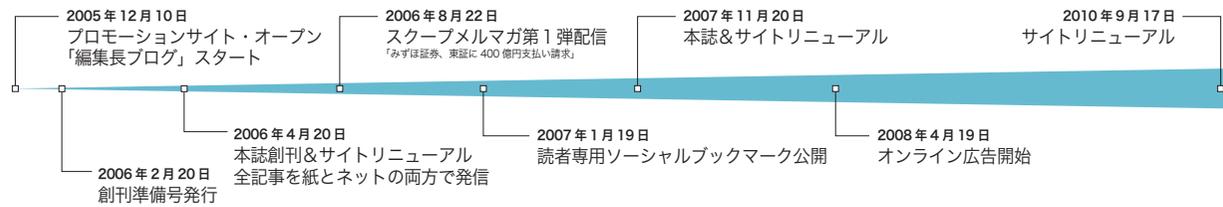
田勢康弘 ～硯の海 当世「言の葉」考～
「ふら下がり」中止は当然 / 野田流「竹下政治」の復活 / 小沢一郎はいずこ

長谷川幸洋 ～政々堂々～
内向きニッポンの TPP / 東電「第三者委」は体裁だけ / 海江田の古賀「闘い殺し」

連載

会員制雑誌ならではの「紙とネットの融合」サービス。多忙なビジネスリーダーとの貴重なコンタクトポイントに。

本誌創刊に先がけて4カ月前からブログを使ったプロモーションを開始。独自ニュースで注目を集め、「編集長ブログ」の先駆的存在に。本誌創刊後は、全ての記事をネットから読める「記事アーカイブ」や会員専用の「ソーシャルブックマーク」を導入するなど読者の利便性を追求。他の雑誌媒体とは一線を画したクロスメディア戦略を展開中。



全バックナンバーが読める「本誌記事アーカイブ」

定期購読者は最新号から過去記事までオンラインで閲覧可能。本誌の国内外への配送タイムラグをなくすため、最新号は発行日の前日にオンラインで先行掲載し、同時に目次メールマガジンを配信。本誌に掲載できなかったスクープを速報メールで配信することも。



時にはスクープも発信「発行人ブログ」

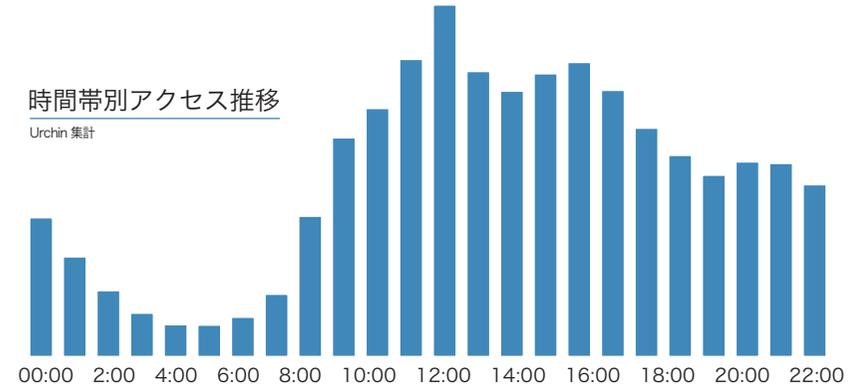
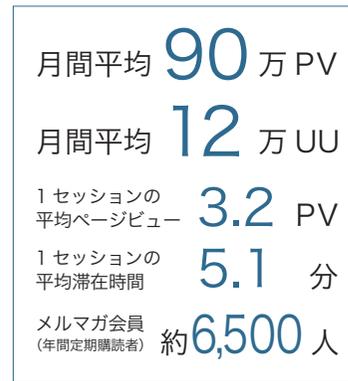
本誌創刊前からスタートしたちょっとした“有名ブログ”。取材の裏話から各界先端人へのインタビュー、本誌とは一味違った書評など読みどころ満載。このブログをきっかけに本誌を購読したという声沢山寄せられるほど、FACTAの世界観を多くの方に伝える重要な位置づけになっています。



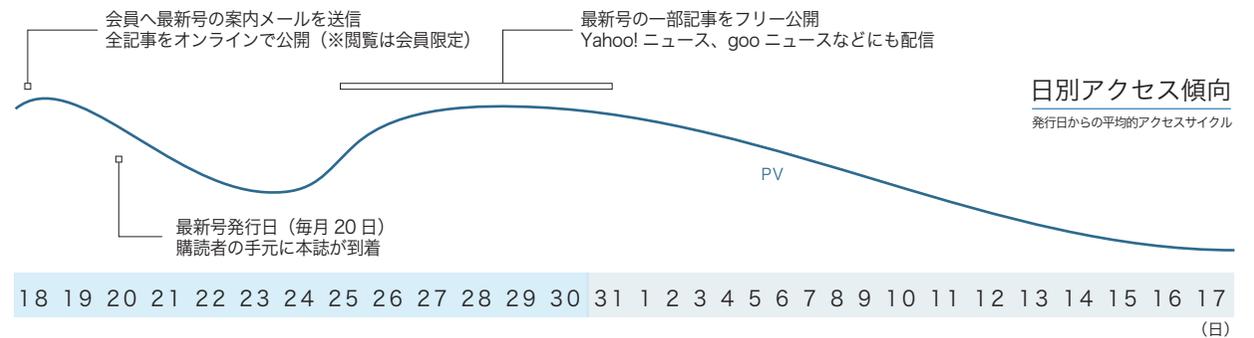
先端のソーシャルメディアへの対応

会員同士で記事やニュースのブックマークを共有できる独自の「SHARE」機能をはじめ、Twitter や SNS をはじめとするソーシャルメディアとの連携機能を随時追加。常に最先端の情報を求める読者層へのサービスを

アクセスはビジネスタイムに集中。執務中の“情報収集”と空き時間の“読み物”として活用されています。

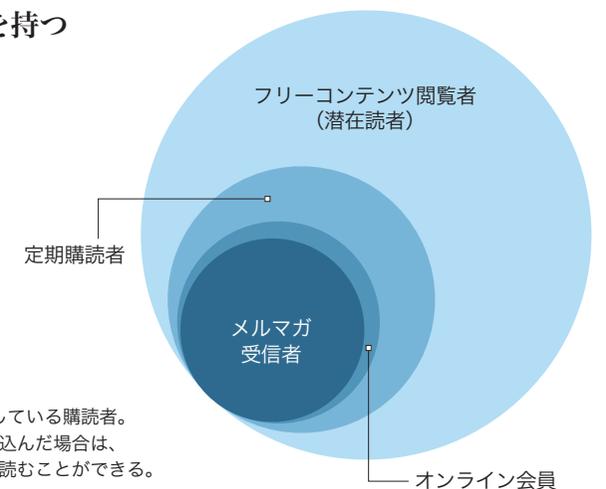


定期購読会員は発行日の前日に最新記事をチェック。配信先のポータルサイトなどからも記事内容に興味を持った潜在読者が訪問。



本誌購読者以外にもビジネス・ニュースに関心を持つ情報感度の高い層 (潜在読者) にリーチ!

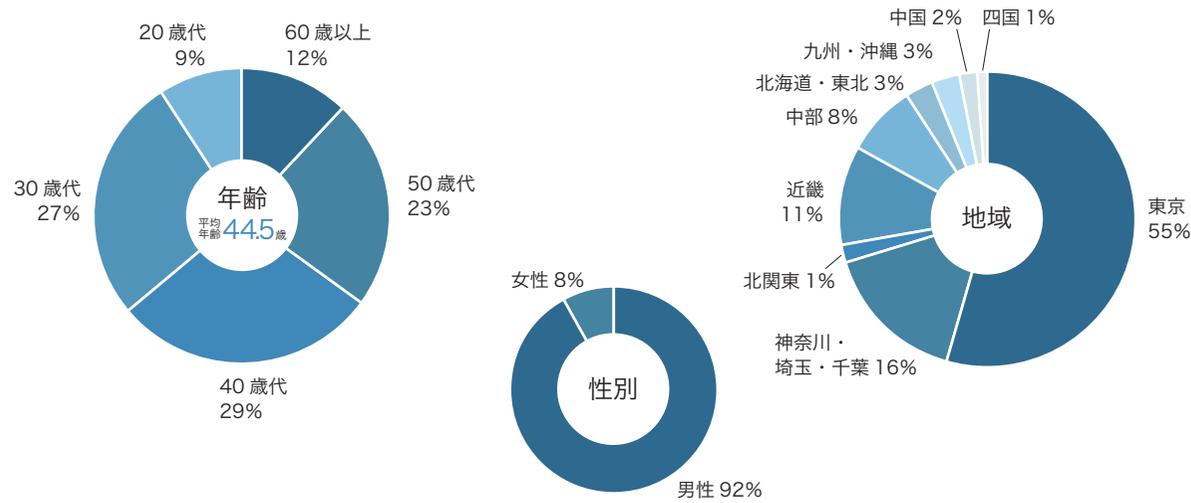
オンラインを利用するユーザーは、サイト滞在時間が長く参照 PV 数が多いオンライン会員 (年間定期購読者) と深掘りニュースに関心を持って訪れる潜在読者の二層構造。購読申込者の多くが、購読のきっかけとしてオンラインで無料で読める「発行人ブログ」や「フリー・コンテンツ」を挙げており、サイト訪問者の多くが潜在読者と考えられる。



- オンライン会員・・・オンラインで記事を読むためのIDを登録している購読者。購読をオンラインからクレジットカードで申し込んだ場合は、すぐに最新号からバックナンバーまで全記事を読むことができる。
- メルマガ受信者・・・購読者限定メールマガジンの受信者。オンライン上で記事は読まないがスクープ・メールやお知らせメールは必要という購読者。
- 購読者・・・本誌の年間定期購読者。購読期間は1年と3年がある。
- フリーコンテンツ閲覧者・・・オンラインで無料公開している記事を読んでいる潜在読者層。

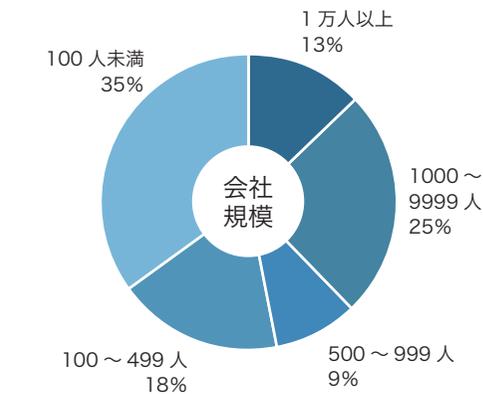
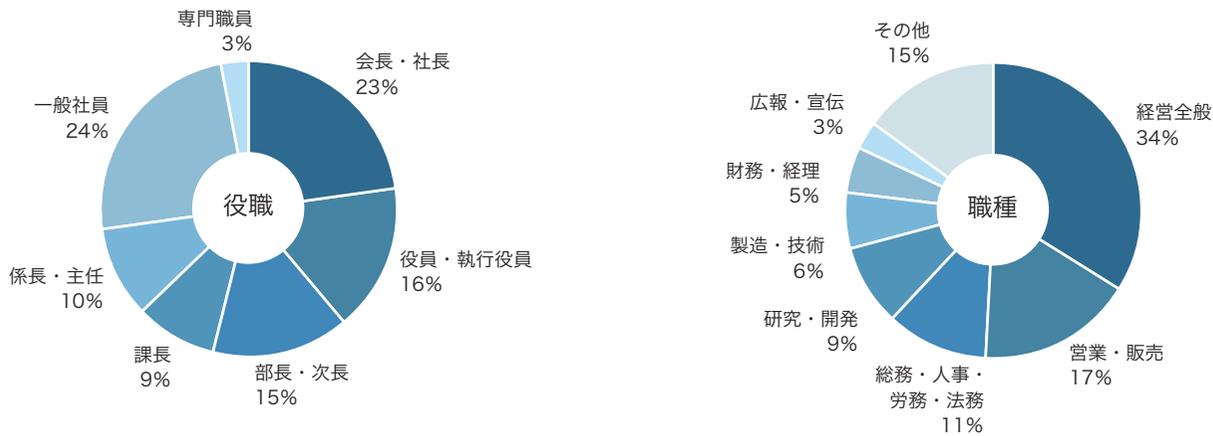
第一線で働く 30～50代の男性がコア読者。

地域別では首都圏が7割。大企業が集まる近畿、中部の都市部も多い。



意思決定に“確かな情報”を必要とする経営層と管理職層が中心。

業種は「金融・保険・証券」「製造」「情報・通信・IT」が上位。



※2008年5月末時点での集計

FACTAは企業の経営層をはじめ、第一線で活躍するビジネスリーダー、エコノミスト、アナリスト、弁護士、公認会計士、研究者、政治家、官僚、マスコミ関係者など、本物の価値ある情報を必要とする皆様に愛読されています。

- | | | |
|---------------------------------------|---------------------------|------------------------------|
| 青柳 俊 (医師、元日本医師会常任理事) | 北尾 吉孝 (SBIホールディングス CEO) | 成毛 眞 (インスパイア取締役フェンダー) |
| 赤井 泉 (弁護士、サリヴァンアンドクロムウェル外国法共同事業法律事務所) | 喜田村 洋一 (弁護士、ミネルバ法律事務所) | 南場 智子 (ディー・エヌ・エー社長) |
| 麻生 太郎 (元総理大臣、衆議院議員) | 木村 皓一 (ミキハウス社長) | 新浪 剛史 (ローソン社長) |
| 池上 彰 (ジャーナリスト) | 草川 昭三 (参議院議員、公明党副代表) | 西村 元延 (マンダム社長) |
| 池田 守男 (資生堂相談役) | 桑原 稔 ('週刊金融財政事情' 編集主幹) | 西村 康稔 (衆議院議員) |
| 上田 清司 (埼玉県知事) | 見城 徹 (幻冬舎社長) | 西村 吉正 (早稲田大学教授、元大蔵省銀行局長) |
| 上田 準二 (ファミリーマート社長) | 江 弘毅 (140B 取締役、「ミーツ」前編集長) | 丹羽 宇一郎 (伊藤忠商事会長) |
| 槍田 松瑩 (三井物産会長) | 小林 朴 (元警察庁刑事局長) | 原 良也 (大和証券グループ本社最高顧問) |
| 岡野 光喜 (スルガ銀行社長) | 佐々木 ベジ (フリージア・グループ会長) | 樋口 武男 (大和ハウス工業会長兼 CEO) |
| 岡本 行夫 (岡本アソシエイツ代表) | 志太 勤 (シダックス会長) | 伏見 泰治 (ツネイシホールディングス会長) |
| 荻野 洋 (日本レストランエンタプライズ会長) | 柴崎 正勝 (東京大学大学院薬学系研究科教授) | 藤澤 義之 (前メリリルンチ日本証券会長) |
| 小田 與之彦 (加賀屋副社長) | 鳥 信彦 (ジャーナリスト) | 古川 元久 (衆議院議員、内閣府副大臣) |
| 蔭山 真人 (トーマンエレクトロニクス会長) | 白井 芳夫 (日野自動車社長) | 古瀬 誠 (山陰合同銀行頭取) |
| 笠井 和彦 (ソフトバンク取締役) | 千本 倅生 (イー・モバイル会長兼 CEO) | 堀 義人 (グロービス・グループ代表) |
| 片山 利雄 (ニッセンホールディングス社長) | 高木 陽介 (衆議院議員) | 松浦 正則 (松浦機械製作所会長) |
| 片山 龍太郎 (ジュリアーニ・コンプライアンス・ジャパン会長兼社長) | 立石 泰則 (ノンフィクション作家) | 宮島 和美 (ファンケル会長) |
| 勝俣 宣夫 (丸紅会長) | 谷口 恒明 (日本生産性本部理事) | 村上 愛三 (弁護士、紀尾井総合法律事務所) |
| 加藤 典 (京王電鉄会長) | 田村 耕太郎 (参議院議員) | 森 稔 (森ビル社長) |
| 川上 和久 (明治学院大学副学長) | 津野 正則 (GPM パートナース代表取締役) | 山口 信夫 (旭化成会長) |
| 川村 晃司 (テレビ朝日コメンテーター) | 蔵川 隆雄 (インサイドライン編集長) | 吉越 亘 (コーポレート ディレクション ファウンダー) |
| 菅 直人 (総理大臣、衆議院議員) | 中沢 孝夫 (兵庫県立大学教授) | 渡辺 喜美 (みんなの党代表、衆議院議員) |

※敬称略、五十音順。読者からアトラダムに選びました。

読者の声

麻生太郎

衆議院議員 元総理大臣

専大にも卑屈にもならないのが一人前の態度というものです。鏡に映る自分をニセモノだ、などと思うのは一種の病態であります。虚心に眺めれば、今の日本は戦前戦後の振り子が大きく揺れる時期を経て、やっと民主主義の落ち着きを得ました。東は西へ、西は東へ、それぞれ翼を伸ばし、ユーラシアの外縁に沿って「自由と繁栄の弧」を広げていこうという日本の新しい「価値の外交」によって、幅広い視野の FACTA はきっといい伴走者になります。「浪人」時代の編集長を見ていて、身の丈にあった穏やかな自尊心を持つ人と見受けました。大人の態度だからこそ、蓋世の心意気を示す雑誌になれると信じます。

川上和久

明治学院大学副学長

「戦争とは血が流れる政治であり、政治とは、血が流れない戦争である」という。権力闘争のダイナミズムは、どんな組織でも、人間の集団が形作られる以上、タテマエだけでは窺い知れない複雑さを秘めた、いわば「戦争」なのだ。政治分析をする際にも、一般のメディアがタテマエでしか描き得ない部分のホンネに迫らなければ、本質を知らないままの分析とその浅薄さを嘲笑されてしまう。その点、FACTA の筆致には、タテマエが描き得ない深層のホンネに迫ろうとする迫力がいつも感じられる。それも、三流メディアにありがちな、推測半分のガセネタを飛ばすのではなく、綿密な取材に基づき、取材対象の「人間関係」「権力闘争」の深奥からダイナミズムを読み取っていかしている。一歩先の深層を掘るツールとして、その情報価値は、私にとって計り知れないものがある。

中島 洋

国際大学 (グローコム) 教授

毎号、FACTA のページをめくりながら胸に深く突き刺さってくるのは、個々の事実の摘発、論評などの文章の底に流れる、いわば「倫理観」からの叫びである。単なる興味本位の事実の暴露ではなく、時に、進行する不正義の告発、時に、様々な分野で起こりつつある変化の予告と警鐘という形で現れてくるが、そこにはある価値観に裏打ちされた信念が感じられる。読者が受け取るのは「良質の価値観」からのメッセージだ。一流のジャーナリストを筆者集団として抱えなければ作れない。読者に驚きを与える事実の掘りや優れて価値意識の高い記事、背後に高い倫理観をもつ論評をさらに期待したい。

三浦博史

選挙プランナー (アスク社長)

FACTA を読む時間、それは私にとって貴重な情報戦力のリセットタイムです。選挙のキーワードは情報戦です。選挙戦では嘘も事実も真実も、そして時には架空の作り話も、文書や口コミ、最近ではインターネット上に溢れ出します。様々なメディア戦の中で、何が事実で何が嘘かということに即座に見極めるためには、日頃から事実と真実を発信し続ける媒体に接触し続けることが一番です。私は創刊以来、FACTA で自らの情報戦力を磨いています。継続して事実を伝達し続ける姿勢、記事に心から敬服しています。

小野里 光博

東京工業品取引所 理事

FACTA の魅力は三つある。一つは防衛利権問題に代表される骨太のスクープ。二つ目は事の深層・本質に切り込む気迫と分析力である。いずれも目先の華やかさを追うのではなく、ボディーブローのように後からじわじわ効いてくる。予備知識のないテーマの中には読みづらいものもあるが、もとより大手メディアの通り一遍の記事に飽き足らない見聞者を想定した雑誌であるから、これは過大な要求かもしれない。三つ目は「編集後記」。雑誌は多かれ少なかれ編集者の個性が反映される。編集後記は FACTA を開封するときの密かな楽しみの一つである。

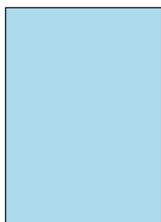
誌面広告メニュー

FACTAの本誌では、下記の5種類の広告メニューをご用意しています。広告枠のご契約は号単位、掲載回数により料金は異なります（毎月20日発行）。その他、ネット連動広告や企画広告も承っておりますのでお気軽にご相談ください。

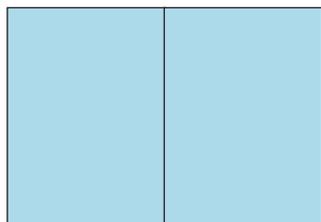
(単位：タテ×ヨコmm)



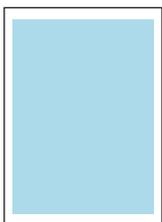
表4 1ページ
257×172mm



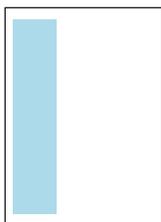
1ページ断ち切り版
257×182mm



見開き断ち切り版
257×364mm



1ページ普通版
225×155mm



1/3ページ
220×50mm

■広告掲載料金

掲載スペース	掲載料金 (1回)	割引率			原稿締め切り日
		5%OFF	10%OFF	30%OFF	
表4 (4色)	1,200,000	1,140,000	1,080,000	840,000	発行日の35日前
	3,420,000	6,480,000	10,080,000		
表2 (4色)	1,000,000	950,000	900,000	700,000	発行日の35日前
	2,850,000	5,400,000	8,400,000		
表3 (4色)	900,000	855,000	810,000	630,000	発行日の35日前
	2,565,000	4,860,000	7,560,000		
4色見開き	1,600,000	1,520,000	1,440,000	1,120,000	発行日の35日前
	4,560,000	8,640,000	13,440,000		
4色1ページ	850,000	810,000	765,000	595,000	発行日の35日前
	2,430,000	4,590,000	7,140,000		
1色1ページ	650,000	610,000	585,000	455,000	発行日の25日前
	1,830,000	3,510,000	5,460,000		
1色1/3ページ	250,000	238,000	225,000	175,000	発行日の25日前
	714,000	1,350,000	2,100,000		

(単位：円)

◇ 本誌はB5判の全ページ、オフセット印刷です。

◇ 回数割引料金は、1年以内に掲載される広告について適用されます。

◇ 下段の料金表示は、その回数の総額を示すものです。

◇ 表4、表2、表3以外の掲載面、または場所の指定はお受けできません。

◇ 雑誌発行日は毎月20日です。

◇ 広告申込締切日は発行日の前月の10日です。

◇ 申込締切日は予定より早くなる場合があります。

◇ 入稿形態、校正紙出力回数により、締切日は異なります。

■広告原稿入稿時のお願い

◇ 広告原稿は完全データおよび原寸大の製版ポジフィルムでの入稿をお願いします。

◇ 完全データ入稿の際は、最終出力見本およびデータ出力指示書を必ず添付してください。

◇ 製版ポジフィルムで入稿の場合のスクリーン線数は通常、カラーが175線、モノクロが135線、アミ指定は10%単位でお願いします。

◇ 1ページ広告の断ち切り版原稿は、断ち切ってはならないマーク、社名、写真、文字等を仕上がり面から10mm以上、内側に配置してください。

◇ 1/3ページ広告の断ち切り版はお受けできません。

◇ 表4には、左側に10mmの法定文字を入れますので、ご注意ください。

◇ 仕切りサイズに天地左右各3mmの断ち切りスペースを付け加えてください。

◇ 校正紙はデジタルブルー（DDCP、レーザープリンター出力等）となります。

オンライン広告メニュー

FACTAの読者向けウェブサイト「FACTA online」(http://facta.co.jp)では、下記の3種類の広告メニューをご用意しています。広告枠のご契約はインプレッション (imp) 保証となります。掲載期間につきましてはご相談ください。

①ラージ・レクタングル

¥300,000 / 150,000imp 保証

トップ+全記事ページに掲載

原稿サイズ：左右300×天地250px

ファイルサイズ：gif jpeg 40KB 以内、flash50KB 以内

掲載期間：応相談

②テキスト・バナー

¥250,000 / 250,000imp 保証

トップ+全記事ページに掲載

原稿サイズ：全角28文字×1行

掲載期間：応相談

③メール広告

¥150,000 / 回

定期購読者限定のHTML/テキストメールに掲載。

毎月18日（最新号の案内など）+不定期発行

原稿サイズ：HTMLメール 左右200×天地200

テキストメール 37文字×5行

ファイルサイズ：gif jpeg 20KB 以内

配信数：6,500通/回

FACTA online トップページ



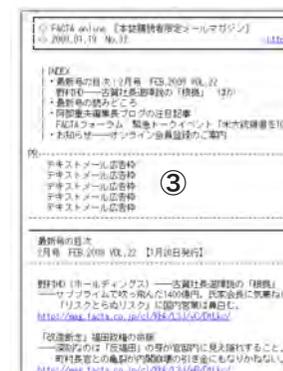
FACTA online 記事ページ



HTMLメール



テキストメール



■掲載結果レポートについて

◇ サイト内広告につきましては、掲載終了後に期間中のインプレッション、CTR、クリック数の日別レポートを提出いたします。

◇ メール広告につきましては、HTMLメールとテキストメールそれぞれのクリック数の日別レポート（1週間分）を提出いたします。

■広告原稿入稿時のお願い

◇ 広告申込締切日は掲載開始日の7営業日前です。入稿期限は5営業日前です。完全データでのメール入稿をお願いします。

◇ 掲載期間は原則として1カ月以内です。特別な期間設定をご希望の場合は、ご相談ください。

◇ レクタングル広告はアニメーション可（30秒以内、無限ループ可）、メール広告は不可。点滅や速い動きについては、制作前にご相談ください。

◇ Flash原稿は、.swf（オブジェクト）、.gif（Flash非表示用）、.fla（確認用）、パブリッシュ時に生成されたHTML、リンク先URL（1箇所）をセットで入稿してください。バージョンは「Flash6」で書き出してください。

◇ テキスト広告の原稿には機種依存文字のご使用はお控えください。

◇ テキストメール広告のリンク先URLの前には必ず半角スペースを入れてください。

セット広告メニュー

ビジュアルを活かした“認知”から、クライアント・サイトへの“誘導”まで、“紙とネットの融合”メディアだから可能なワンストップ広告プラン。

①スタンダード 誌面カラー1ページ + ラージ・レクタングル

¥1,020,000 / 月 (正価¥1,200,000 ~ 1,400,000、15%OFF)

【誌面】表2~4のカラー1ページ

【オンライン】トップ+全記事ページのラージ・レクタングル (15万 imp 保証)



1ページ

ラージ・レクタングル

②トライアングル 誌面カラー1ページ + ラージ・レクタングル + メールマガジン広告

¥1,080,000 / 月 (¥1,350,000 ~ 1,650,000、20%OFF)

【誌面】表2~4のカラー1ページ

【オンライン】トップ+全記事ページのラージ・レクタングル (15万 imp 保証)

【メルマガ】19日発行の最新号案内メールに掲載



1ページ

ラージ・レクタングル

メールマガジン広告

③パワー 誌面カラー見開き + ラージ・レクタングル + テキスト・バナー + メールマガジン広告

¥1,725,000 / 月 (正価¥2,300,000、25%OFF)

【誌面】中面カラー見開き

【オンライン】トップ+全記事ページのラージ・レクタングル (15万 imp 保証) とテキスト・バナー (25万 imp 保証)

【メルマガ】19日発行の最新号案内メールに掲載



見開き

ラージ・レクタングル
& テキスト・バナー

メールマガジン広告

◇掲載期間は原則として1カ月間単位です。上記以外の組み合わせや掲載期間の設定をご希望の場合は、ご相談ください。

◇原稿の入稿方法と締切日は各広告メニューと同様です。

記事広告メニュー

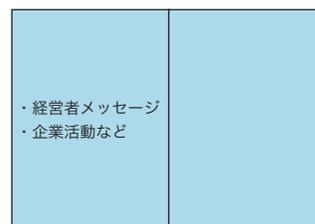
企業メッセージを“質の高い読者層”に深く伝える広告企画。経営トップが関心を寄せるテーマについて FACTA が独自に取材することも可能です。

マスメディアが取り上げない企業の“きめ細かい活動”をPRする場としてお使いください。

“読者が信頼する”FACTAの記事を通してPRすることで、御社への理解がより一層深まります。

広告企画 Type A 誌面カラー2ページのタイアップ記事

¥1,500,000 / 月



記事ページ (取材・構成: FACTA)

テーマ例

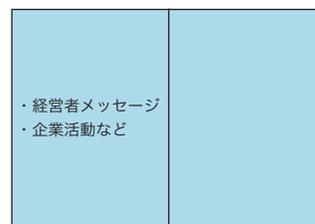
- ・グローバル企業に求められるCSRとは?
- ・社員のワークライフバランスを考える
- ・ダイバーシティと経済成長
- ・前進する砂漠化とどう闘うか

クロスメディアで相乗効果

FACTA オンラインの広告枠から特設サイトへ誘導 (1カ月間)。

広告企画 Type B 誌面カラー2ページのタイアップ記事 + 特設サイト + 誘導広告枠

¥2,300,000 / 月



記事ページ (取材・構成: FACTA)



特設サイト
2~3ページ
・誌面記事の転載
・追加記事など



ラージ・レクタングル 15万 imp 保証
テキスト・バナー 25万 imp 保証

◇広告申込締切日は掲載日から2カ月前までを基本とさせていただきます。掲載期間は原則として1カ月間単位です。

◇企業紹介ページ、記事ページ、誘導広告につきましてはファクタ出版が制作いたします。基本的な制作費は上記料金に含まれておりますが、遠方取材・撮影が必要な場合などは、別途実費を加算させていただきます。

◇特設サイトの設置 URL は「http://facta.co.jp/ac/●●●●/」となります。

同梱広告メニュー

定期購読者へお届けする最新号に御社のカタログやパンフレットを同梱。高い開封率が期待できる広告手法です。

持ち込み印刷物同梱 最新号の送付封筒に同梱

¥1,400,000 / 全国 10000部 同梱費 単価 140円 × 10,000部 = 1,400,000円

¥980,000 / 首都圏 7000部 (東京・神奈川・埼玉・千葉) 同梱費 単価 140円 × 7,000部 = 980,000円

サイズ: B5 (257×182mm)、重量: 150g未滿、厚み: 5mm未滿

◇企業・団体が複数部契約している読者は送付先に含まれてません。

◇同梱の印刷物については、弊社にて内容、形状の審査を行いますので、必ず事前に現物をご提出ください。

◇重量が150gを超えるなど、上記規定に見合わない印刷物の同梱については担当者までご相談ください。

◇首都圏以外の送付地域の選択については担当者までご相談ください。