

媒体資料

送・受信技術専門誌

放送技術

BROADCAST ENGINEERING

兼六館出版株式会社

〒102-0072

東京都千代田区飯田橋2-8-7

TEL (03) 3265-4831

FAX (03) 3265-4833

読者は新しい ものが好き

本誌の読者は非常に勉強家です。視聴者に良い音、良い画像を提供するため常に新しいことを学び、それを自分の職場に取り入れ、他社に遅れをとらないようにと情報の収集をする知識欲旺盛な技術集団なのです。

購入機種選択権の ある読者が 中心です

行動力、発言力、機種選択権のある中堅エンジニアである30歳代の読者が約4割を占めています。また知識欲旺盛で一度覚えた商品イメージは忘れないという20歳代が20%、そして決定権のある管理者多い40歳代が26%、役員クラスの50歳以上が16%を占めています。

20歳代	20%	30歳代	38%
40歳代	26%	50歳代	16%

関東に4割以上の 読者がいます

本誌の読者はキー局および準キー局、ポスプロ・スタジオ関係、制作会社関係のエンジニアに多く読まれていることが、この数字から分かります。このことは、学会誌や他の専門誌とは異なりますが、放送関係の広告媒体として、最も適した読者をつかんでいる、と思われれます。

関東	41.6%	東海	10.1%	近畿	13.2%
中国	4.4%	四国	2.8%	九州	8.3%
東北	7.2%	北海道	7.8%	北陸	2.8%
信越	1.5%	その他(海外)	0.3%		

編集委員は 斯界の権威者

デジタル・マルチメディア時代を迎え、ますます各分野間の「垣根」がなくなってきている現在、「放送技術」のカバーする範囲はきわめて広く、読者が専門家であるというところから、各分野からの情報も厳選して収集していかなければならず、かなりきびしいものがあります。

このような現業技術者の必要とする情報の把握と記事の取り上げ方は斯界の権威者でないと適切な判断はできません。そのために、本誌では創刊当時から編集委員会制度を採用し、常に各分野の権威者に編集委員をお願いしてきました。

その結果、現在では放送技術者および関連技術者の育成とレベルアップには、唯一の雑誌であるとの評をいただき、保存性の高い座右の書として購読されています。

編集委員（令和4年12月13日 現在）

監 修	● NHK 放送技術研究所 所長	今 井 亨
編集委員	● 日本テレビ放送網 技術統括局	中 野 信
	● 株式会社 東芝 技術企画部 グローバルソフトウェア開発推進室	布 川 智
	● 株式会社テレビ東京 技術局 技術開発部 兼 制作技術部	大 崎 雅 典
	● 株式会社テレビ朝日 技術局設備センター	浅 見 聡 様
	● TBSテレビ メディアテクノロジー局 技術管理部 部長	近 藤 洋 一
	● フジテレビジョン 技術局計画部主席調整役	鈴 木 満 秀
	● NHK 技術局 開発センター 制作施設部 部長	齋 藤 至 孝
	● NHK技術局 送受信技術センター 企画部 部長	松 本 純
	● NHK放送技術局 専任局長 報道技術センター長	木 村 広 幸
	● NHK放送技術局 制作技術センター長	溝 渕 俊 憲
	● NHK放送技術研究所 研究企画部 副部長	西 本 友 成
	● 日本電気株式会社 都市インフラソリューション事業部門 第二システム統括部 第二送信メディアシステムG プロフェッショナル	福 本 正 義

（順不同）

時代を反映した 記事内容

昭和23年に創刊された本誌は、戦後の放送技術の進展をすべて報道してきました。民放の開局、白黒テレビの免許、オリンピックの衛星中継、テレビのカラー化など多くの例があります。最近では、4K/8K放送、HDR制作、インターネット放送等に向けた取り組みなどが多く、常に最新情報を取り上げており、まさにその「時代」を反映した内容となっています。読者にとって本誌は、放送関係の仕事をしていくうえで必要不可欠な情報源となっています。そのため、本誌の特色として、「一度購読したら継続して何年でも読んでいる」という読者が多いことが挙げられます。

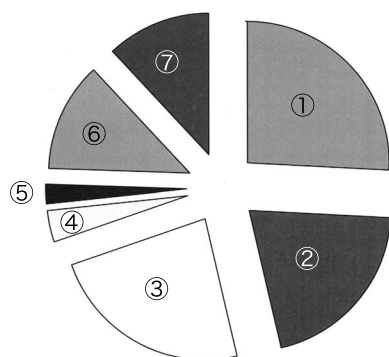
必要な読者に 確実に読まれている

毎月12,000部発行され、90%以上が購読されています。普通この種の専門誌を書店のみで販売した場合20%以上の返本があります。本誌の場合、35%が直接定期購読者で残る65%が書店で購入されています。その65%も、各書店で扱っている定期購読者であるため、返本はほとんどありません。

そのため場所によっては書店で品切れという事態もあります。このことは、戦後からの歴史がすべてを物語っています。「無駄のない配本により必要な読者に確実に読まれている」これが本誌の特色です。



7割の読者が 放送関係者です



- ①NHK関係（本部、研究所、ローカルを含む）……………25.7%
- ②民放関係（キー局、ネット局・ラジオ局・ケーブルテレビおよび系列会社）……………20.7%
- ③番組制作会社・ポストプロダクション・録音スタジオ等……………23.2%
- ④ホールエンジニアおよびPA業（フリーランス含む）……………3.7%
- ⑤販売代理店……………2.2%
- ⑥関連メーカーの技術者……………12.6%
- ⑦学生、その他……………11.9%

海外でも 読まれています

日本の放送技術の水準は、世界のトップレベルにあります。そのため中国、韓国をはじめ世界各地から毎年かなりの人が研修のため来日しています。「放送技術」は、これらの研修生が、日本の技術書として持ち帰り、帰国後も定期購読しています。

広告はよく見る

読者は、広告ページも情報として考えております。約90%の読者は、「よく見る」「一通り見る」とのアンケート結果が出ております。中には、本文よりも広告を先に見るといった読者もいるくらいで、インパクトの強さは、計り知れないものがあります。

創刊の精神は 研究、資料、 意見の発表の場

本誌の母体は、戦前、日本放送協会で技術職員の研鑽と研究発表のために発刊されていた「技術参考資料」という月刊誌でした。しかし戦時中、他の雑誌と同じように発刊の中止を余儀無くされました。そして終戦後、すぐに復刊の強い要望があり用紙不足の中から謄写版刷のB4判6ページ「技術研究情報」が昭和21年6月発刊されました。その後22年1月には誌名を「技術情報」と改題し、同年10月から活版印刷とするため弊社兼六館出版株式会社で印刷を引き受けるようになりました。

活版印刷となり体裁もととのってくると、全国の技術者の研究意欲も向上し、部数も400部から3,000部へと増加して、各地から集まる原稿も収録しきれなくなりました。このような事情と、日本放送協会以外の関心も強くなってきたことから、一般に販売も出来る本格的な体裁の雑誌にしようということになり、昭和23年4月、B5判32ページの「放送技術」が創刊されました。

このときの編集方針は、創刊号に編集委員長であった当時のNHK技術研究所長、溝上銈氏が次のように書いています。

1. あくまでも定期性を確保したい。
2. 放送の現業技術を中心とした研究、資料、意見の発表交換機関としたい。
3. 直接、間接に放送に関係ある部外技術者に対しても参考になるよう努力をしたい。
4. 可能な限り、放送に関係ある海外新技術の紹介に努めたい。
5. 初めからは少し無理であるが、漸次、基礎的方面または、現業に直接関係ある応用技術や、また、受信機方面に対しても講義や総合技術解説的の記事を準備したい。

私共はこの「放送技術」創刊にあたってこのような大体の方針をたてたが、もちろん、これらは今後の読者各位のご注文によって如何にも改善して行きたいと考えている。

以上は「創刊の辞」からの抜粋ですが、この編集方針は現在も変わらずに受け継がれています。

● 誌名	放送技術
● 創刊	昭和23年4月
● 発行部数	12,000部
● 判型	B5判
● 総ページ普通号	200ページ
● 用紙	広告：アート紙 グラビア：コート紙 目次：アート紙 本文：アート紙
● 広告原稿締切	発行日の前月末の20日

送・受信技術専門誌

放送技術

BROADCAST ENGINEERING

広告料金表

兼六館出版株式会社

東京都千代田区飯田橋2-8-7

TEL 03 (3265) 4831

FAX 03 (3265) 4833

<http://www.kenroku-kan.co.jp/>

スペース	料金 (税別)	備考
表2	¥400,000	4色 (カラー)
表2 見開	¥780,000	//
表3	¥370,000	//
表4	¥430,000	//
4色1頁	¥360,000	//
2色1頁	¥170,000	2色 (ブルー)
グラビア	¥180,000	1色 (モノクロ)
グラビア記事下	¥66,000	//
1色1頁	¥150,000	//
1色1頁 (中付・色紙頁)	¥160,000	//
1色1/2頁	¥80,000	//
1色1/4頁 (記事下)	¥55,000	//
記事広告	¥150,000	1色 (モノクロ) 中付 フォーマットは弊社指定 原稿制作含む

〈2022年12月13日現在〉

- 誌名 放送技術
- 創刊 1948年 (昭和23年) 4月
- 発行部数 12,000部
- 判型 B5判
- 総ページ 普通号200ページ
- 発売日 毎月28日

※ タイアップ広告や販売店広告の頁、その他の記事広告については別途御相談ください。

(注) 広告原稿はデータにて申し受けます。
場所指定の場合は10%増しとさせていただきます。

■ 原稿の大きさと締切

1頁の大きさ	ヨコ 182 × タテ 257mm (断切版) ※断切部分3mm大きく取ってください。
//	ヨコ 155 × タテ 230mm (普通版・枠付)
1/2 頁	ヨコ 155 × タテ 110mm (枠付)
1/4 頁	ヨコ 155 × タテ 55mm (枠付)
申込締切	発行月の前月の20日
原稿締切	発行日の前月の末日

放送技術

広告制作について

広告サイズ・・・・・・・・・・・・・・・・ 1~3

塗り足しについて・・・・・・・・・・・・ 4

データ入稿についてのお願い・・・・・・・・ 5

その他・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5

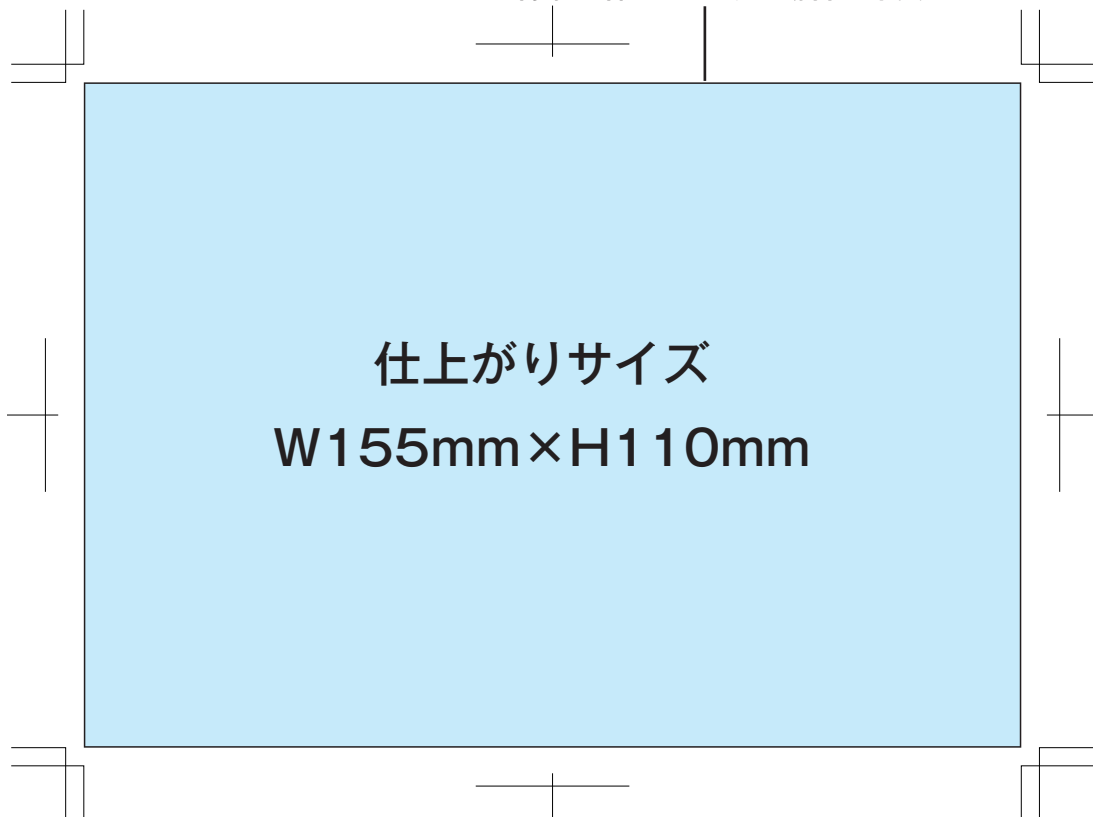
A 1/4 サイズ

ケイで囲んでください。
背景全体に色がある場合は不要。

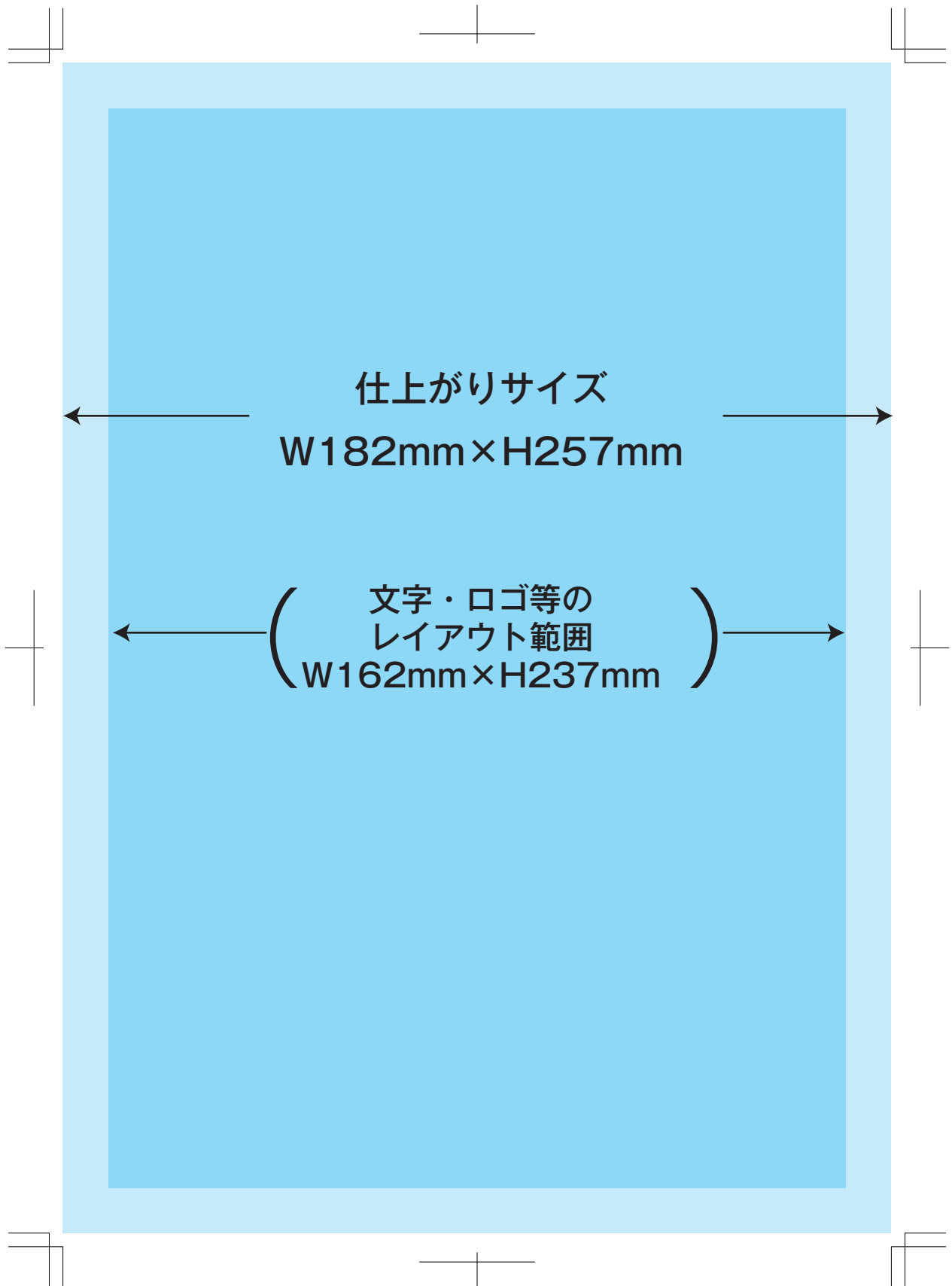


B 1/2 サイズ

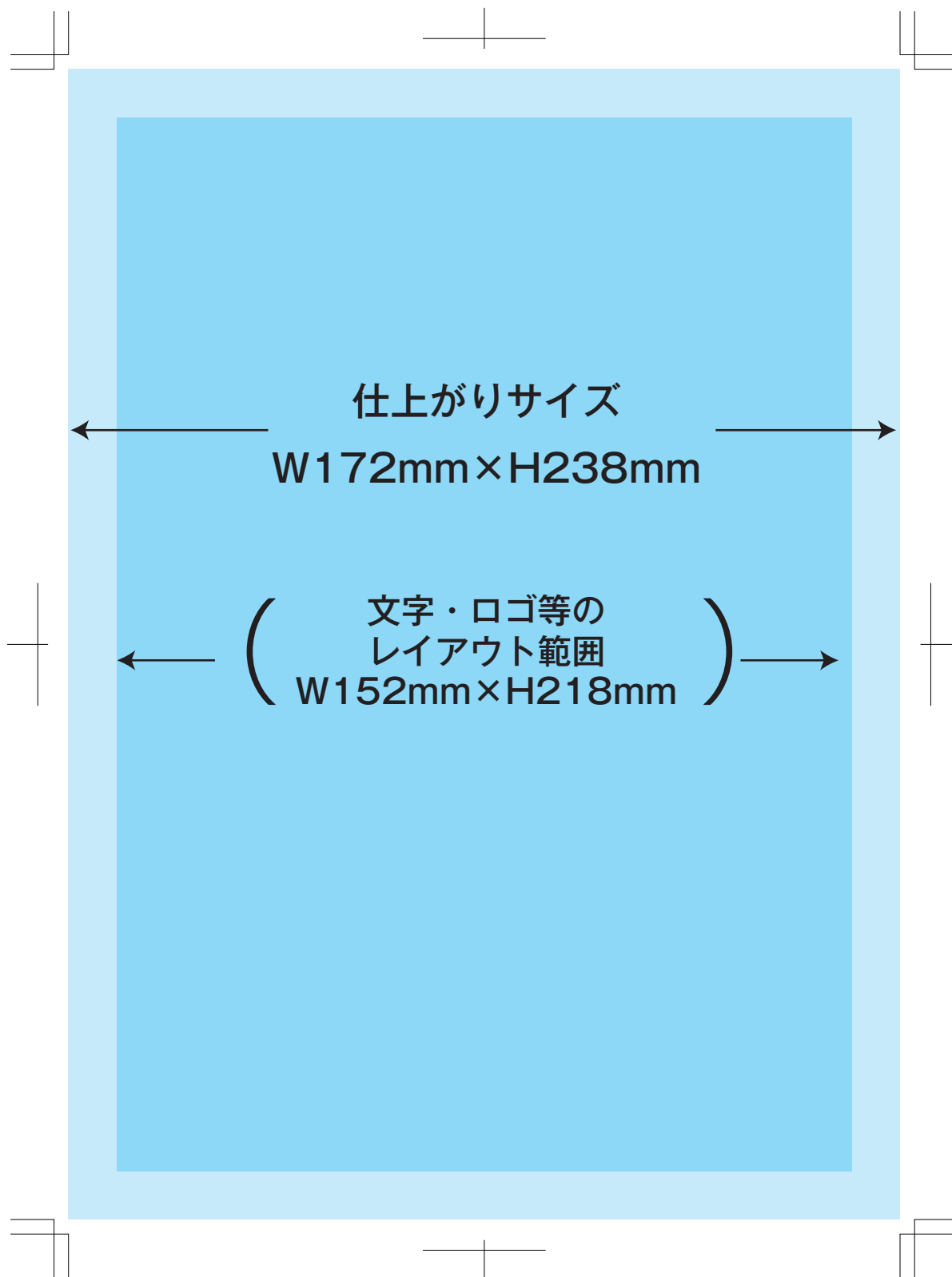
ケイで囲んでください。
背景全体に色がある場合は不要。



C 1面サイズ



D 1面サイズ (表4用)



塗り足しについて

C 1面サイズ

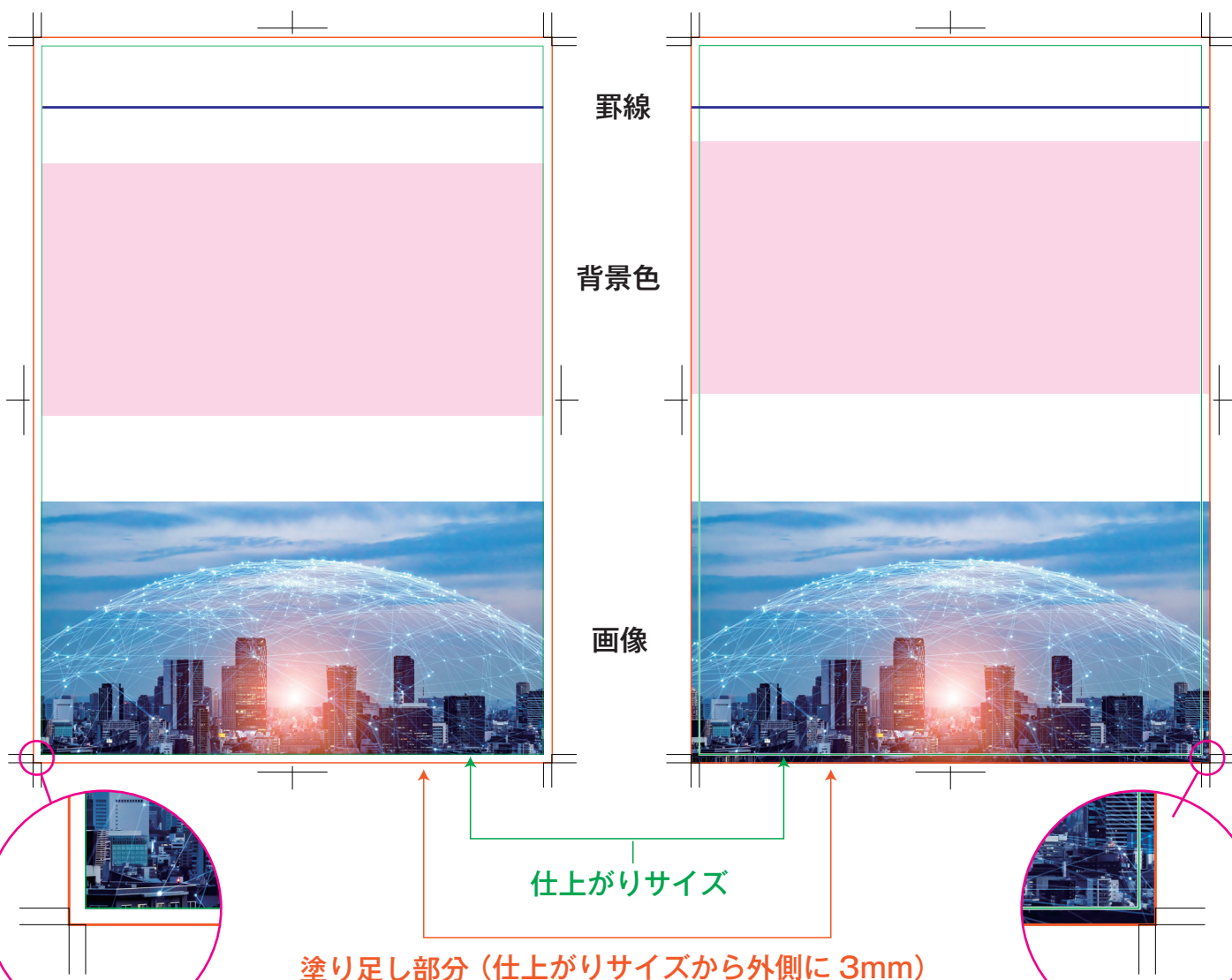
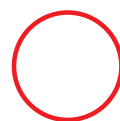
D 1面サイズ (表4用)

罫線・背景色・画像などを仕上がりサイズいっぱい配置した場合

必ず「塗り足し」をつけてください

仕上がりサイズより 3mm 以上はみださせる。

紙を断裁した時に白い部分がでてしまいます。



データ入稿についてのお願い

- 制作データが必ず 1C（1C 広告）
もしくは CMYK（2C・4C 広告）になっているかご確認ください。
- アウトラインデータでご入稿ください。
- 画像有の場合、画像データも一緒に入稿していただくか
埋め込んでください。
※画像のカラーモードもグレースケール（1C 広告）
もしくは CMYK（2C・4C 広告）になっているかご確認ください。
- 確認用のデータもご入稿ください。（PDF、jpg 等、軽いもので OK です）
- 不要なオブジェクトやレイヤーは削除してください。
※フォーマットの「仕上がり枠」「文字情報範囲」レイヤー等
- 広告 A・B 仕上がりケイを入れてください。
 ※背景全体に色がある場合は不要です。
- 広告 C・D 塗り足しが必要な箇所についているか、ご確認ください。
 ※必要な箇所は P4 をご覧ください。

その他

※広告 A について 従来とサイズが若干異なっています（約 0.3mm）
 従来の広告のマイナーチェンジであれば、
 上書き入稿で OK です。
 新規広告の場合はフォーマットから制作お願いします。

※広告 B・C・D に関してもサイズ・トリムマーク・塗り足し等を確認
していただき、問題がなければ OK です。