

日本のファッション雑誌『リンネル』1位！  
ランキング発表

ファッション誌 11年連続 トップシェア

\*書店・コンビニ実売

一般社団法人日本ABC協会より、2020年下半期(7~12月)の雑誌販売部数が2021年5月19日(水)に発表されました。同協会に参加する月刊女性ファッション雑誌の販売部数において、株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)が発行する『リンネル』(146,383部)が2期ぶりに書店・コンビニの実売(※1)で1位となりました。トップ10内には宝島社の雑誌が5誌入り、3位に『sweet(スウィート)』(119,541部)、6位に『otona MUSE(オトナミュージック)』(110,286部)が入りました。ファッション誌の市場占有率は26%となり、11年連続でトップシェアを獲得しています。(※2)

『リンネル』は、2010年の創刊以来「丁寧で心地よい暮らし」をコンセプトに、“暮らし系女子”という新たな市場を開拓し、10~60代の幅広い年齢層の読者から支持を得ています。近年は雑誌編集のコンテンツ力とマーケティング力を活かし、出版の枠組みを超えて“もの作りも手がける雑誌”として様々な企業とコラボレーションを行ってきました。2020年には30代女性ファッション誌『InRed(インレッド)』と共に、株式会社しまむらとの共同事業としてライフスタイルブランド「SEASON REASON by Lin. & Red(シーズン リーズン バイ リン アンド レッド)」を創設。宝島社のファッション誌が行ってきたアパレル企業との数多くのコラボ事業の中でも最大級の規模となりました。また雑誌の世界観を広げていくため、昨秋には公式YouTubeチャンネルを、今年4月には公式WEBサイトを立ち上げ、紙媒体だけでなく多様なチャネルで『リンネル』のコンテンツを発信しています。

宝島社は、2010年以降に『リンネル』『GLOW(グロー)』『otona MUSE』『大人のおしゃれ手帖』『& ROSY(アンド ロージー)』『MonoMaster(モノマスター)』『素敵なあの人』の7誌を創刊。今後も雑誌出版のリーディングカンパニーとして、業界を盛り上げていくことに尽力してまいります。

※1 自社ECサイト販売分も含む  
※2 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2020年下半期(7~12月)より



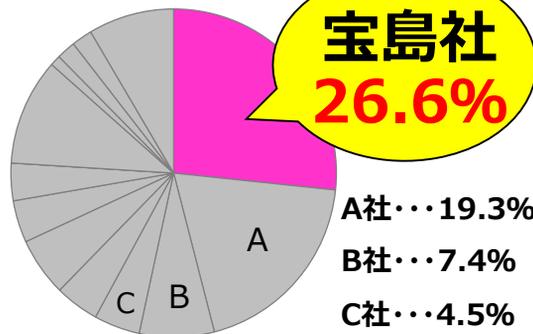
\*書店・コンビニ実売

2期ぶりの1位  
リンネル

公式WEB 公式YouTube



11年連続  
ファッション誌トップシェア



※ ABC公宣に参加している  
【男性】ヤング誌・ヤングアダルト誌・ミドルエイジ誌  
【女性】ティーンズ誌・ヤング誌・ヤングアダルト誌・ミドルエイジ誌・シニア誌の合計を出版社別で構成

3位 Sweet



SDGs特集でも注目!

6位 MUSE



「シスターフード」を体現する雑誌!

※データは、日本ABC協会 雑誌発行社レポート2020年下半期(7~12月)より。日本ABC協会が発表する部数は、発行部数ではなく実際に売れた実売部数です

# 広がる『リンネル』の世界

## リンネル.jp

創刊時から蓄積してきた暮らしに役立つ普遍的な情報のライブラリや、雑誌の刊行ペースでは伝えきれない新鮮な情報を届けるプラットフォームとして2021年4月開設。



## 企業コラボ

『InRed』と共にブランドコンセプトから商品までプロデュースを行っているしまむらとの共同事業「SEASON REASON by Lin. & Red」や、ファッション誌初の一軒家コラボ「カーサリンネル」など、幅広い層に向けて「新しいナチュラルなスタイル」を提案。



## リンネル チャンネル (YouTube)



誌面に登場するモデルや目利きさんのライフスタイルをより体感しやすい動画形式で伝えるために2020年10月に開設。約半年間でチャンネル登録者数1.8万人を突破し、海外視聴者からのコメントもつくなど国内外にリンネルの世界を発信中。



『リンネル』編集長  
西山千香子(にしやま・ちかこ)

2020年に創刊10年の節目を迎え、コンセプトを一番表現できる「雑誌」という幹は変わりませんが、さらにリンネルの世界を様々な形で広げ、届けていきたいと思っています。しまむらとの「SEASON REASON by Lin. & Red」をはじめとしたコラボ商品はリンネルの想いを込めた商品を手に取りやすい場所で買えるように。公式YouTube「リンネル チャンネル」では素敵な目利きさんたちの暮らしぶりを動画で体感できるように。そして4月にオープンした公式サイト「リンネル.jp」は新鮮な情報やバックナンバーに載っていた役立つ情報にアクセスしやすくなるように、と考えて手がけました。「リンネル.jp」では、今後WEBオリジナルの記事や読者参加型のイベントなども提供していきたいと考えています。ゆくゆくは「リンネル」が海外でも通じる言葉になり、世界中で心地よい暮らしの価値観に共感する人が増えれば嬉しいです。

## 『リンネル』

“心地よい暮らしと装い”をコンセプトに、2010年の創刊以来、“毎日の暮らしを大事にしたい”と考える、「暮らし系」という新たな層を創出・開拓。10～60代の幅広い年齢層の読者に支持されています。

『リンネル』読者を対象に、ライフスタイルに関するアンケートを実施したところ、「住まい・暮らしが大事」と考える人が約7割という結果に。様々な企業が「暮らし系」をターゲットにした商品の企画・開発を行うなど、リンネル的暮らし市場が盛り上がっています。

