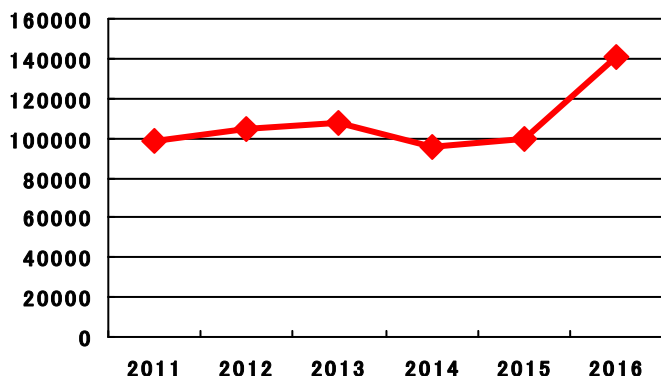


# コト消費を創出し、モノ雑誌 No.1!

モノマックス 販売部数  
『MonoMax』150%で伸びています!

## 『MonoMax』実売部数の推移



※日本ABC協会「雑誌発行社レポート」より年平均実売部数を算出

プロダクトの情報を紹介しています。

『MonoMax』が圧倒的な支持を得ている理由は、“目的消費=コト消費”に着目した誌面作りにあります。雑誌というメディアの強みを活かし、実物大のサイズで商品を紹介したり、カタログ的な商品写真ではなく、実際の使用シーンを誌面で表現し、購入後読者がどのように使用するかをリアルに想像できる誌面作りをしています。詳しくは2枚目をご参照ください。

宝島社は、企業理念「人と社会を楽しく元気に」のもと、今後もより多くの方に喜んでいただけるコンテンツを企画開発・提供してまいります。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2016年上半期(1~6月)より

モノマックス

『MonoMax』 毎月10日発行  
実売141,078部 (月間平均)



本当に質の高い情報  
のみを届けるべく、プロの  
目で情報をしっかり吟味  
することを誌面作りでは  
徹底しています!

編集長 柚木 昌久 (ゆずきまさひさ)

1975年、静岡県生まれ。日本大学芸術学部卒業後、99年に宝島社に入社。

男性ファッション誌『smart (スマート)』などの編集者を経て、2009年モノ雑誌『MonoMax』編集長に就任。



2017年1月号  
ブランドアイテム付録  
「BEAMS BIGトートバッグ」



『MonoMax』  
毎月10日発売

# 編集長・柚木に聞きました！ モノ・トレンド情報誌No.1! 『MonoMax』ヒットの秘密!!

## ポイント1 カタログ誌を脱却！実物大の写真でコト消費を表現！

買い物に失敗したくない、確かなモノを買いたいという「吟味と堅実」の消費傾向が強まっている近年。人は必要に迫られたり、感情を動かされたほうが出費しやすくなっていると考えます。そこで、

### 目的消費=コト消費に着目！

誌面では、カタログ的な商品の陳列の写真ではなく、読者が使うときをイメージしやすいよう、使用シーンを再現した写真を掲載しています。  
また、スマートフォンにはない雑誌の強みである大きさを活かし、実物大の写真に掲載し、実際に使った感想を紹介しています。

実物大のサイズで商品を紹介！  
実際に着用した時のサイズ感や商品の情報が1枚の写真で伝える！



実際に紙幣や小銭、カードを入れて使用しているシーンをイメージしやすい写真で紹介！

## ポイント2

### 『MonoMax WEB』を見て、雑誌『MonoMax』を購入する人が2割！ 高いWEBとの親和性！

『MonoMax WEB』  
毎日ニュースを配信中！

LINE公式アカウント  
『MonoMax WEB』  
毎週火・木曜日にニュースを配信中！

『MonoMax』編集部は、WEBサイト『MonoMax WEB』も運営しています。『MonoMax WEB』では、“WEB”の強みである速報性を重視し、流行アイテムや話題のお店などのニュースを毎日配信しています。  
雑誌の対抗馬として“WEB”を挙げられることが多いですが、『MonoMax WEB』読者の2割が本誌『MonoMax』を購入しており、“WEB”の運動性と拡散力を活かすことで新規読者の開拓しています。  
また、2016年6月28日から「LINE公式アカウント」を開設し、週2回のニュース配信を行っています。現在フォロワー数は27万人を超えています。

## ポイント3 『MonoMax』編集部員は“モノ専門家集団”

ファッションのみならず、家電や自動車に文房具まで、ありとあらゆるジャンルを網羅する『MonoMax』。編集部員は、それぞれ担当ジャンルの専門知識を持つ最強のモノ専門家集団です！  
情報収集は、展示会を回り尽くし、現場の声を聞きながら行っています。プロの目でしっかり吟味した商品を詳しく紹介する誌面作りを徹底しています。

『MonoMax』編集長/  
「オールアバウト」  
メンズファッション公式ガイド  
柚木昌久

アパレル・アウトドアの  
ことなら！  
高田 淳

付録・腕時計・車  
のことなら！  
奥家慎二

カバン・革小物  
のことなら！  
石堂智愛

文房具・鞆のことなら！  
浅野由加

デジモノのことなら！  
齋藤由佳

お酒のことなら！  
山崎大貴