

SNS世代が読む雑誌！

『mini』 前年同期比124%

最新号も、2号続けて完売

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)の株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長: 蓮見清一)が発行する女性誌『mini(ミニ)』1月号(2017年12月1日発売)と2月号(2017年12月29日発売)は、それぞれ16万部、19万部を売り上げ、2号連続で完売。この半年間においても6号中5号が完売となりました。10代~20代前半向けの雑誌が低迷するなか、本誌は10代の購入者が前年同期比5%増で、購入層の約27%と新規の読者を開拓し、確実に売り上げを伸ばしています。一般社団法人日本ABC協会より発表された2017年上半期(1~6月)の雑誌販売部数では、「ライフデザイン・女性ヤング誌」カテゴリーにおいて2期連続No.1となりました。

『mini』は、2000年に創刊した女性向けストリートファッション誌です。創刊以来、その時代ごとの流行を“ストリートファッション”の視点から捉えた誌面作りで、メンズライクなファッションを好む高校生から30代の幅広い層に支持されています。「Tシャツ」「デニム」「スニーカー」を基本スタイルとして、ボーイッシュだけどこわいいスタイルを提案しています。

現在、『mini』の売り上げが伸びている理由として、「音楽発ストリートファッション」の動きをいち早く誌面で取り上げ、今まで雑誌を読んでこなかった10代~20代前半に届くような誌面作りができていることが挙げられます。2000年代初頭に歌手の安室奈美恵さんや浜崎あゆみさんの音楽とファッションがリンクして一大ムーブメントとなったように、最近のファッションには、K-POPなどの影響から韓国のストリートファッションの要素が加わってきています。また、E-girls、Happiness、GENERATIONSといったストリートファッションに身を包んだ日本のアーティストの人気も加速しています。本誌は、ファッションと音楽などのカルチャーをリンクさせることで、「音楽発ファッション」の流れを発信。SNSなどのデジタルメディアに負けない流行の発信力と、コアな情報を盛り込んだ完成度の高い誌面作りで、読者の欲しい情報が詰まった雑誌になっていることが、『mini』好調の要因です。

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2017年上半期(1~6月)より

mini

毎月1日発売
実売143,572部(月間平均)※

「ストリート系女子」がターゲット！！

ファッションも音楽も！
ストリートカルチャーの今を発信！



自分たちの好きなものと、『mini』に必要なもの、
そして読者が求めるものがうまく合致して、
現在の好調があると思います。



2枚目に
編集長インタビュー

編集長 見澤夢美(みさわ むみ)

2004年より『sweet(スイート)』編集部でアルバイトとして勤務。06年宝島社入社、『mini(ミニ)』編集部配属。11年より『mini』編集長に。

編集長 見澤夢美に聞きました！ 女優も、ギャルも、K-POPも『mini』流ストリートに！

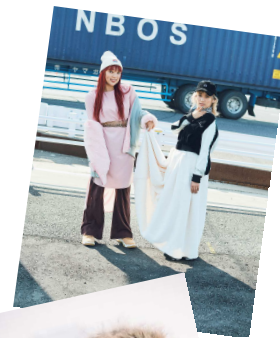
聞き手：富田 薫



**ストリートのファッション誌に
「ヲタ活」をプラスαで新規読者開拓！
「初めて雑誌を買った」という読者の声も！**

ストリート誌としてはいち早くK-POPを取り上げたり、E-girlsのYURINOちゃん&須田アンナちゃんを表紙に起用してきました。共通点は“ファッションがストリート”ということです。普段雑誌を読まない若い子に手に取ってもらうには、K-POPなどについての“ヲタク心”をくすぐるのが一番。雑誌に興味はなくても“ヲタ活”には彼女たちはお金をを出してくれます。

実際、普段からスマホしか見ないデジタルネイティブ世代から、「初めて雑誌を買いました」という声をよくいただき、驚かされます。SNSでは得られないきちんと編集されたコンテンツを、実際の雑誌のサイズ感や重みを感じながら読んだ時の感動もあるようです。そうした読者がリピーターになってくれます。



編集長自身、無類のストリート好きの韓国ヲタ！？

私は年に何度も渡韓するほど韓国やK-POPが好きなのですが、やはり好きじゃないと分からないことも。K-POPのアーティストを紹介する企画ページひとつとってみても、付け焼き刃だとすぐにファンにバレてしまいます。

しかし、本当に自分が好きであれば、例えばインタビューでも「よくぞそこを聞いてくれた」「あの質問ができるのは本物だ」とファンは感じてくれます。もちろんたくさん調べて勉強しますが、多くの雑誌が同じアーティストを取り上げるため、“好き”は必要な要素だと思います。

ストリート感のない女優をあえて表紙に！

編集長になった2011年以降は、新たな雑誌のアイコンとして“ギャル系の鈴木えみちゃん”と“清純派の田中美保ちゃん”と系統の全く違うモデルを看板モデルに。世間のイメージとは関係なく、どちらにもストリートファッションを着てもらいました。

そのコンセプトは今でも変わってなくて、女優の有村架純ちゃん、川口春奈ちゃんや小松菜奈ちゃん、普段はエッジィで派手めのE-girlsのYURINOちゃんと須田アンナちゃんにも、あえて同じテイストのストリートファッションを着てもらっています。それぞれメイクは全く違いますが、ファッションが「ストリート」ということでは共通しています。『mini』の世界観を維持したまま、両者を同じ雑誌で紹介できたことも支持層を広げた要因ではないでしょうか。



目標はイベント開催 「音楽」と「ファッション」のリンクも！

SNS全盛の時代ですが、一方で「SNS疲れ」と言われ、いま改めて同じ場所に集まり、盛り上がるというオフラインの繋がりが求められ始めてるように感じており、そういう側面から「リアル・イベント」を是非やりたい。まだ具体的ではありませんが、久しぶりに「音楽発ファッション」が盛り上がりを見せていて、そこに面白みや大きな可能性を感じますね。

