



モノ・トレンド誌10期（5年）連続実売No.1

# MonoMax

★ 発売日 毎月9日発売

★ 創刊 2007年12月

★ 販売部数 **81,314部**※

★ 仕様 L判中綴

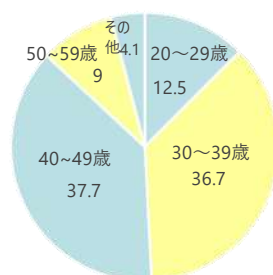
※ABC公査(2021年1~6月)より

「価格以上に価値あるモノを厳選して紹介する」という編集方針のもと、他のモノ雑誌にはない「カッコよさ」を取り入れ、2011年下半期に「モノ誌」ジャンルでABC実売公査No.1を達成。その後、2016年上半期より「モノ・トレンド情報誌」ジャンルで11期（5年半）連続実売No.1を継続中です。メイン読者は30代、40代の働き盛りのビジネスマン。時計、洋服、カバン、靴などのファッションアイテムから、デジタル製品、家電、飲食、文具、アウトドア、車・バイクまで幅広く取り扱っています。目利きのプロ集団（各ジャンルの専門家や編集部員）が優れた商品のみを紹介する内容への信頼を積み重ね、読者より、購買の参考になると高い評価を長年獲得しています。2015年には公式ウェブメディア「MonoMax Web」をスタート。誌面で紹介しきれないオリジナル記事の配信を強化しています。また、「LINE」「SmartNews」「Yahoo!」など、外部ニュース配信メディアとも連携しています。

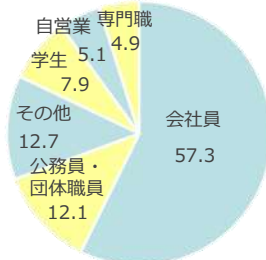
## 読者データ

単位：%

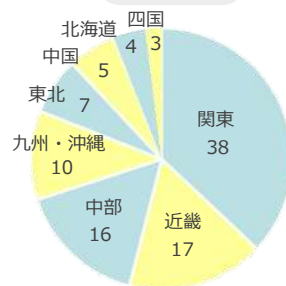
## 年齢



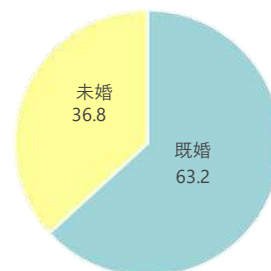
## 職業



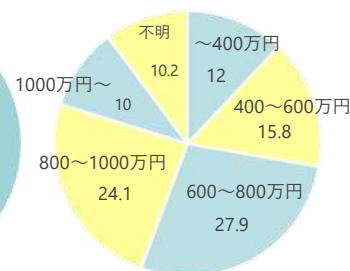
## 配本



## 未既婚



## 世帯年収

『MonoMax』編集長  
奥家 慎二（おくいえ しんじ）

## デジタルデータ

## MonoMax Web

月間PV（自社+外部）

**1,642,380**

\* 2021年7～9月ABC公査数字

 MonoMax Web  
友だち **488,381人**


 @monomax  
フォロワー **22,139人**


 @MonoMaxWeb  
友だち **39,785人**


 @monomax\_tkj  
フォロワー **8,130人**
\* 各種SNSの数字は  
2021年12月6日時点

## 料金表

(天地×左右mm)

スペース	料金(円)	サイズ
表4	2,500,000	273×219
表2見開き	3,500,000	297×470
特表2見開き	3,300,000	297×470
目次対向	1,800,000	297×235
巻頭コラム対向	1,700,000	297×235

(天地×左右mm)

スペース	料金(円)	サイズ
表3（単）	1,600,000	297×235
4色1P	1,600,000	297×235
4色1/3 P	700,000	266×60
はがき（1色）	1,500,000	-

# MonoMax Web

<https://monomax.jp>

『MonoMax』の公式ウェブメディアとして2015年にスタート。誌面同様、コンテンツの質を重視し雑誌編集で培ってきた編集力や構成力、ライターやカメラマンをはじめとした強力なプロスタッフのバックアップのもと、『MonoMax』編集部だからこそできるウェブコンテンツ作りに注力しています。また「LINE」「SmartNews」「Yahoo!」など、外部ニュース配信メディアとも提携し記事を配信しています。

## 人気コンテンツ

ファッションから飲食、車・バイク、家電までオールジャンルのモノ・トレンドをご紹介します。



使って試した実力、素材感、おすすめポイントをわかりやすく動画でも解説。



## 料金



予算に合わせて各種プランをご用意しています。詳細はメディアガイド資料をご参照ください。

- 例)
- ・素材支給TU G80万円～
  - ・物撮りTU G160万円～
  - ・モデル起用TU G200万円～



# 1 圧倒的No.1誌の強み デジタルも好調でさらに パワーアップ中！

「モノ・トレンド情報誌」11期（5年半）連続でABC実売No.1の『MonoMax』。長年の信頼と実績に裏打ちされたタイアップは、記事の質反響ともに良いと評価いただき、リピート出稿を多くいただいています。そして近年「MonoMax Web」を急速に強化したことにより本誌タイアップをWebに転載し「LINE」や「SmartNews」などで良質な記事を広くデジタル拡散する施策も可能になりました。本誌+Webセットが大変好評です。

# 2 目利きのプロ集団！

「価格以上に価値あるモノを厳選して紹介する」という編集方針を創刊以来貫いています。各ジャンルの専門家、編集部が吟味して紹介する誌面は読者から大きな信頼を獲得しており、「掲載アイテムが即完売！」という喜びの声が各クライアント様からたくさん届きます。



# 3 マス層のビジネスマンの 心を掴む編集力！

『MonoMax』は30代、40代の、日本のマス層のビジネスマンから長く大きな支持をいただいています。「女性や周囲へ主張するファッションは苦手だが好感度の高い身だしなみ、清潔感のある格好を目指したい」「買い物好きだけど、自分のこだわりポイントをクリアしているか、本当に購入する価値があるか見極めたい」「自分だけでなく、大切な家族や仲間とのコト消費も楽しみたい」といった、その時代にあった読者の声をしっかり反映し、気持ちに寄り添う内容でNo.1支持を獲得し続けています。

# 4 カッコいい物撮りが得意！

商品が素敵に見える物撮りの写真に、徹底的にこだわっています。オールジャンルの「モノ」をおしゃれに、格好よく、スタイリッシュに見せる物撮りが得意で好評です。



# 5 シーン訴求も得意！

読者が購入後のイメージをしやすくなるような誌面作りで購買を後押ししています。こういうシーンではこういう機能がある、ここのポイントがおすすめという点をプロがしっかり解説します。「1週間ガチで使ってレポート」企画も人気です。



# 6 こどもと暮らし研究会

創刊時から読者の既婚率が上がり、こどものいる方も増えています。コロナ禍で家時間が増えたこともあり、家族と過ごす時間という視点の誌面作りも増えています。『リンネル』とのコラボ企画「こどもと暮らし研究会」も好評です。



# モデル/スタイリスト

## レギュラーモデル



タカシ  
スタイリスト



幸太



ヒカルド



shogo



栃木雅広



近澤一雅



小孫一希

## タレントキャスティング 強化中



つるの剛士さん