



モノ・トレンド誌13期（6年半）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 **55,482部**※

仕様 L判中綴

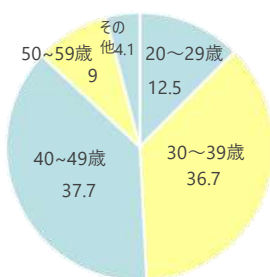
※ABC公査(2022年1~6月)より

「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13期（6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。

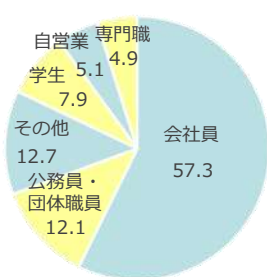
読者データ

単位：%

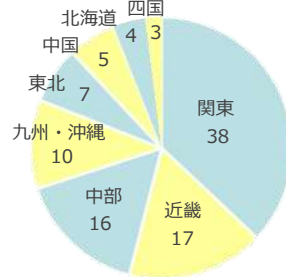
年齢



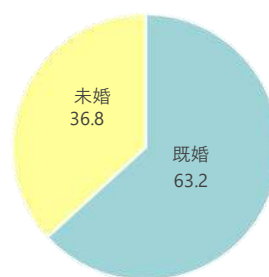
職業



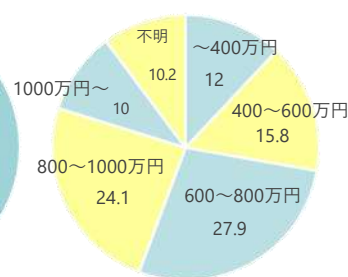
配本



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）

1,642,996

* 2022年4~6月ABC公査数字



MonoMax Web

友だち **515,581人**

@monomax

フォロワー **21,980人**

@MonoMaxWeb

友だち **70,495人**

@monomax_tkj

フォロワー **8,418人**

* 2023年1月現在

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。

動画



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 G250万円～

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」13期（6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しました。本誌+Webセットが大変好評です。Webの総月間PVはまもなく1,000万に到達間近です！

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や編集部が、目利きの力&取材力を活かした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 大賞企画に絶大な信頼！ 受賞ロゴ使用が大人気

『MonoMax』といえば、様々なジャンルのアイテムをテーマにした大賞企画が読者から支持されています。「カバン」「財布」「家電」「雑貨」「乗り物」「カーグッズ」「文房具」「アイデア道具」「カップ麺」「ヘルスケア」「ホームセンター」など。販促用に店頭やWEBサイトで受賞ロゴを二次使用するケースも増えています。



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 TV・新聞・ラジオなど 他メディアへの露出増加

編集長の奥家を中心に、TV、新聞、ラジオなど多くのメディアへの出演オファーが増えているMonoMax編集部。昨年は20件以上の出演がありました。雑誌の認知度はもちろん、目利きのプロとして意見を求められることが増えています。広告クライアントさんの公式YouTubeやインスタライブなどへの出演依頼も多いです。



モデル/スタイリスト

レギュラーモデル



タカシ



幸太



ヒカルド



shogo



山下晃和

スタイリスト



栃木雅広



近澤一雅



小孫一希