

Men's JOKER

メンズジョーカー (毎月10日発売)



“**メンズジョーカー**”は **キーワードは男らしさ、シンプル!**
20代の社会人男性のスタイルマガジンです。

Style Magazine



Mens **JOKER** は自分の「スタイル」を求める社会人男性に対して、ON&OFFがもっと楽しくなるようなファッションを提案します。

メンズジョーカーってこんな雑誌です



シンプルかつ
インパクトのある
グラビア誌面

巻頭のグラビアページはインパクトのある誌面で読者を惹きつけます。イメージだけでなく、読者にとって参考にしやすいスタイルも特長です。

圧倒的な情報量と
分かりやすい解説

編集部が厳選してセレクトした商品を、徹底的に分かりやすく紹介。コーディネートテクニック解説も毎号読者に好評!



メンズジョーカー読者って
こんな人です

Life Style

- 自分が興味を持ったモノにはとことんお金をかける。
- 男友達と遊ぶことが多い。
- 好きな音楽はロック系。
- 通勤電車では、ケータイで情報収集。
- 映画、海外ドラマもさり気なくチェック。
- コンビニエンスストアはほぼ毎日利用している。

- ただ単に流行りに追随するのではなく、リアルなスタイルを追求することが本当のおしゃれ。(=実生活で着られるファッションを楽しむ)
- ブランドに固執しすぎず、アイテム自体のカッコよさを優先して商品を購入。
- シンプルだけど、さり気なくトレンド感のあるファッションが好き。
- オフはもちろん、オンスタイルにもこだわる。
- ハリウッドセレブのプライベートファッションもお手本のひとつとしてチェック。
- 時計はコーディネートに合わせて変えられるように、カジュアルなものを複数所有。

Fashion

Beauty

- 美容アイテムは昔から気に入ったものを長く使用している。
- 年齢的に、美容、健康には非常に関心が高いが、知識は浅い。
- 現状は、あまりお金をかけない初～中級者が多い。

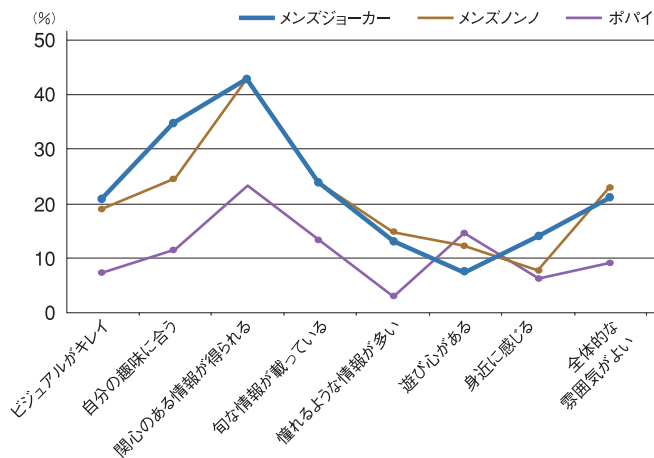
- 買い物はセレクトショップ、ファッションビルが多い。
- 最近はネット通販での買い物も多い。
- 買い物は1人で行く事が多く、雑誌のコーディネートを参考にしている。

Shopping

メンズジョーカーのイメージ&部数データ

雑誌イメージ

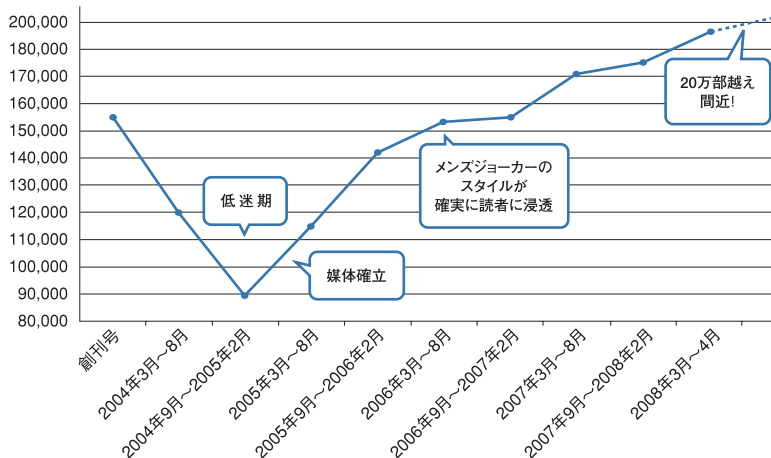
他誌と比較しても、雑誌の内容の面白さだけでなく、ビジュアルのきれいさ、関心のある商品、懂れや旬の情報が充実しているのが特長です。



MAGASCENE2007 (ビデオリサーチ制作)

刷り部数推移

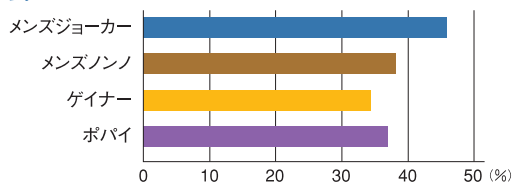
創刊わずか4年で順調な伸び率。書店、取り次ぎからも、近年ここまで伸びたメンズファッション誌は他にはないと言われるほど流通からの期待と需要が高く、今後も部数増が見込まれます。



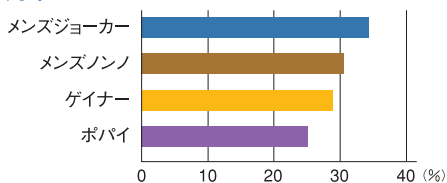
競合誌との掲載商品意識比較

読者が商品購入に至るまでのパターンが断トツに強い! = “メンズジョーカーを見ていると商品が欲しくなる”

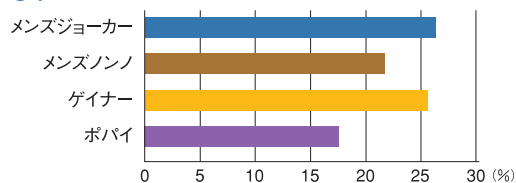
1. 雑誌広告を見て商品を知る



2. 雑誌広告を見て商品に興味をもつ



3. 雑誌広告を見て商品が欲しくなる



MAGASCENE2007 (ビデオリサーチ制作)

メンズジョーカーのタイアップ広告掲載事例

掲載商品の完売続出!! 絶対的な高い反響!



ファッション タイアップ

Fashion tie-up

メンズジョーカーなりの視点で各ブランドを表現。反響とイメージの両面を訴求していきます。クライアントのさまざまな要望に応え、信頼と好評を得ています。



時計 タイアップ

Watch tie-up

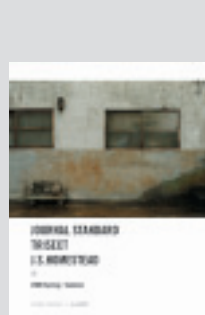
イメージを追求する見せ方(=商品そのもののカッコよさ)、モデルが着用しての紹介(=自分に置き換えてのイメージのしやすさ)、構成もさまざま。読者の興味を惹きつけます。



グルーミング タイアップ

Grooming in book tie-up

商品にフォーカスするだけでなく、日常のシチュエーションも交えながら、リアルに見せていきます。他誌にはない誌面構成で、スタイリッシュなイメージを作り上げます。



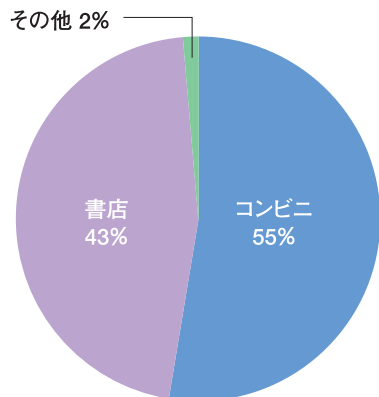
BOOK IN BOOK タイアップ

Book in book tie-up

掲載すると大きな話題になるBOOK IN BOOK。増し刷りをして店頭での販促ツールにもお使いいただけます。

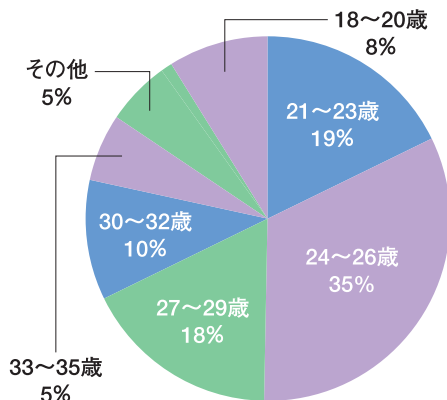
メンズジョーカーの特長

1. コンビニエンスストアが強い



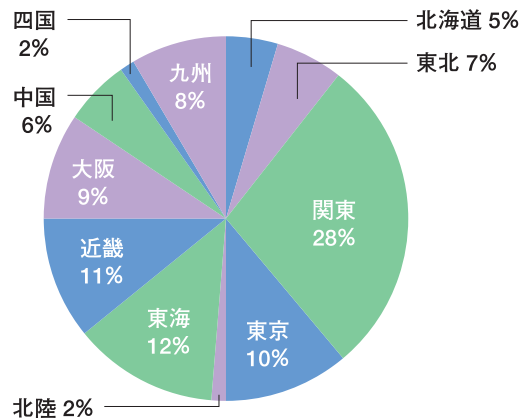
ファッション誌の配本率としては比較的(5~10%)コンビニの割合が高い。ファッション誌をコンビニで買う20代男性が多いので効果的。

2. 中心年齢 25~26歳



20代の読者が7割を占め、なかでも21~26歳が半数以上と、数あるファッション誌の中でも年齢セグメントがより出ている。

3. 読者が全国に多数いる



偏りがなく全国的に読者が平均して分散している。地方に強いのもレスポンスが高いひとつの要因となっている。

20代の社会人に向けて“リアルクローズ・ファッション”を提案。「メンズジョーカー」は20代の社会人男性のオン&オフが、もっと楽しくなるようなファッションを提案していきます。ファッションコーディネートでメインになるのは、ベーシックで、普遍的なアイテム&スタイルに、小物やアクセサリなどで、トレンド感をプラスして作る、さり気ないおしゃれが光るスタイリング。肩肘を張らずに、デイリーにリアルクローズを紹介します。2008年で5周年を迎え、今後もますますパワーアップをして読者にとっての“実用性”、広告主様にとっての“確実なレスポンス”を考え、その為に常に充実した誌面づくりを続けていきます! (メンズジョーカー編集長 橋本太郎)

版型:L版・中綴じ / 毎月10日発売 / 定価650円

掲載面	料金	寸法(天地左右)mm	原稿締め切り日
表4	1,500,000	279×223	発40日前
表2見開き	2,500,000	297×470	発40日前
表3	1,000,000	297×235	発40日前
センター見開き	2,500,000	297×470	発40日前
目次前見開き	2,400,000	297×470	発40日前
目次対向	1,200,000	297×235	発40日前
目次前4C1P	1,200,000	297×235	発40日前
中面4C1P	1,000,000	297×235	発40日前
4Cタテ1/3	450,000	272×68	発40日前
ハガキ	1,200,000	100×150	発40日前

- タイアップ制作費は1Pにつき実費30万円かかります。 ● 原稿中の商品や、ネーム等は、仕上がり寸法により10ミリ内側に入れてください。
- 表3は表3見開きにする事も可能です。 ● 上記料金には消費税は含まれておりません。

広告のお申し込み、お問い合わせは下記

KKベストセラーズ広告宣伝本部

TEL:03-5961-2330 FAX:03-5961-2331 〒170-0004 東京都豊島区北大塚2-10-5