

日本のファッション雑誌 ランキング発表

ファッション誌シェア **12年連続No.1**

*書店・コンビニ実売

昨対伸長率が大幅アップ! 『mini』153% 『素敵なあの人』138%

一般社団法人日本ABC協会より、2022年上半期(1~6月)の雑誌販売部数が2022年11月11日(金)に発表されました。同協会に参加する月刊男性・女性ファッション雑誌の販売部数において、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『GLOW(グロー)』(月間平均販売部数(※1)136,662部)が1位となりました。トップ10内には、宝島社のファッション誌が5誌入り、3位『リンネル』(93,872部)、6位『mini(ミニ)』(71,772部)、8位『大人のおしゃれ手帖』(65,600部)、10位『sweet(スウィート)』(58,522部)となっています。ファッション誌の市場占有率は31%となり、12年連続でトップシェアとなりました。(※2)

昨対(2021年1~6月)で伸長率が最も高かったのが20代女性向けファッション誌『mini』で153%、次いで60代女性向けファッション誌『素敵なあの人』で138%と部数を伸ばしました。

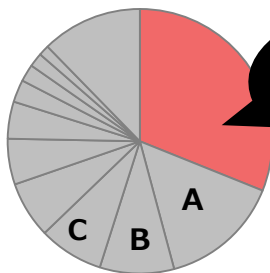
また、モノ雑誌『MonoMax(モノマックス)』(55,482部)もモノ・トレンド情報誌カテゴリで1位となり、好調を維持しています。

宝島社は、2010年以降に『リンネル』『GLOW』『otona MUSE(オトナミューズ)』『大人のおしゃれ手帖』『& ROSY(アンド ロージー)』『MonoMaster(モノマスター)』『素敵なあの人』の7誌を創刊。今後も雑誌出版のリーディングカンパニーとして、業界を盛り上げていくことに尽力してまいります。

※1 自社ECサイト販売分も含む ※2 日本ABC協会 雑誌発行人レポート2022年上半期(1~6月)より

12年連続 ファッション誌トップシェア

※ABC公査に参加している
【男性】ヤング誌・ヤングアダルト誌・ミドルエイジ誌
【女性】ティーンズ誌・ヤング誌・ヤングアダルト誌・ミドルエイジ誌・シニア誌の合計を出版社別で構成



宝島社 31%

*書店・コンビニ実売

A社...15%

B社...9%

C社...8%

ミニ mini 伸長率153%

『mini』は、男性ファッション誌『smart(スマート)』のガールフレンド版として2000年に創刊したストリートファッション誌です。「Tシャツ」「デニム」「スニーカー」を三種の神器として、流行をストリートファッションで捉える誌面が10~30代の幅広い読者から支持を得てきました。昨年、「ジェンダーフリー宣言」を打ち出し、ユニセックスなブランドやメンズモデルも起用。男女で洋服をシェアするコーディネートや男性のメイク&ネイルページなども掲載しています。



素敵なあの人 伸長率138%

2019年9月に月刊創刊した日本初となる60代女性向けファッション誌です。これまで消費のメインターゲットではないと捉えられていた60代のファッション、ライフスタイルの需要を可視化しました。今年から編集部ブログ「素敵総研」を開設。誌面では伝えきれなかった情報、読者からの質問に対する答えなど、編集長の神下敬子がお答えしています。さらに、月1回程度、60代女性の市場調査をし、ニュースレターで発表。60代のマーケティングに役立つリアルな情報もお届けしています。

