

13年連続 モノ雑誌 No.1 MonoMax

LINE NEWS AWARD 2024 LINEメディア賞 2年連続受賞！

MonoMax Webも好調 昨対比137%！

※1

ファッション雑誌販売部数トップシェア※2の株式会社宝島社が発行するモノ・トレンド誌『MonoMax (モノマックス)』が運営するWebサイト「MonoMax Web」が、「LINE NEWS AWARDS 2024 LINEメディア賞」の「モノ・ファッション部門」において、2年連続で大賞を受賞しました。

この賞は、「LINEアカウントメディア」に参画している520以上のメディアを13ジャンルに分け、ユーザー満足度を独自の指標で「エンゲージメントランク」としてランキング化し、優れたメディアに贈られるものです。エンゲージメントランクとは、PVだけではなく「継続的にフォローされているか」「どのくらいの頻度で記事が読まれているか」「1回の配信でどのくらいの記事に興味を持たれているか」など、ユーザーの記事配信に対するアクションをLINE独自の算出方法でスコア化し、ランキング化したものです。MonoMax Webは、参加メディアのなかで唯一12カ月連続でエンゲージメントランク1位を獲得。“記事配信に対するユーザーの満足度”が高いメディアとして評価を受けました。

『MonoMax』は2007年に創刊したモノ雑誌で、創刊時はPCやガジェットなどをメインにスペック情報を中心に掲載した情報誌でしたが、“生活を豊かにする”をコンセプトに、いち早く“こと消費”に着目した誌面にリニューアル。「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、「この商品を所持するとどのような変化がもたらせるか」シーンや実用性が伝わる徹底した誌面作りにより、13年連続でモノ雑誌No.1※2を独走中です。

また掲載商品の反響も大きく、『MonoMax』『MonoMax Web』読者の6割以上が記事を見て購入したことがあるなど、モノを買いたくなる雑誌であることも特徴です。

※1: 2023年、2024年の MonoMax Web年間オーガニックPV数の比較

※2: 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2024年上半年(1~6月)より

『MonoMax』を見てモノを買ったことがある人は6割超！ 読者にモノを買ってもらえるメディアとは？

①ターゲットの世代や性別はあえて絞らない!?

もともとは男性読者が多い雑誌ですが、コロナ禍を経て、家族やパートナーと楽しめる情報のニーズが高まり、その傾向が現在も続いています。そのため、Webでは誌面よりも広いジャンルを扱ってきました。これにより、Webでは女性読者の割合が半数を占め、まだ『MonoMax』を知らない新規読者の獲得にもつながっています。

さらに、昨今は趣味嗜好が細分化して、「30代男性は皆これが好き」などカテゴライズが難しくなりました。裏を返せば、「暮らしを豊かにするモノ」が好きな人には性別や年齢も関係ないということ。そのため、あえてターゲットを絞り込みすぎず、「生活を豊かにするモノが知りたい読者」という軸で、横に広がりをもたせた記事ジャンルを展開しています。

2枚目に続く



MonoMax 編集長
奥家慎二



毎月9日発売



【2/7(金) 発売！ 3月号特別付録】

Coleman [コールマン]
荷物を上からも横からも取り出せる！
超便利トートバッグ

『MonoMax』とは…

13年連続モノ雑誌販売部数No.1。「価格以上に価値あるモノ」をコンセプトに、ファッションからデジモノ、家電、自動車、インテリア、ホビーに至るまで、様々なモノが持つ面白さ・楽しさ・かっこよさ・いとおしさ、作り手の技と想いを多角的にお届けする月刊誌です。

『MonoMax』を見てモノを買ったことがある人は6割超！ 読むと“買いたくなる記事”とは

雑誌もWebも、一番の目的は「見て商品を買ってもらうこと」。MonoMaxで取り上げるからには売れてほしい！この気持ちでいつも記事を制作しています。実際に、『MonoMax』または『MonoMax Web』を見て掲載商品を買ったことがあるという読者は、6割を超えています。

②実用性&使用シーンが想定できるモノの見せ方を徹底

カッコいい世界観やビジュアルをメインとした、抽象的な記事はあまり作りません。例えば、カバンなら荷物を詰めて、ガバツと開いて収納力を見せる。お財布や時計なら、雑誌というメディアの大きさも活かして実寸大で紹介。

読者がイメージしやすいよう、使用シーンを再現した写真を掲載するなど、その商品を得ることで「こんなメリットがある」「生活がどう変化するか」が想像しやすい記事作りを徹底しています。

そのため、記事にする前には実際に使ってみて、その魅力を体験！使ってみた結果、ときにはメーカーが想定していない使い方や魅力に気づき、それを紹介することもあります。



③1記事あたりのPV数はモノ雑誌ダントツNo.1！クオリティの高さも魅力です！



独自執筆記事が多く、その読み応えクオリティの高さからリピート率の高い『MonoMax Web』。昨対比137%と月間PV数が伸びており、1記事あたりのPV数はモノ雑誌ダントツNo.1です。

本誌のメイン読者は男性ですが、女性読者も2割。また「家族やパートナーと楽しめる商品」記事のニーズも高いことから、Webで扱う商品は「ライフスタイルを良くするモノ全般」に。

ドン・キホーテや成城石井、ワークマン、コンビニスイーツ、ファミリーレストランなど、本誌ではカバーしきれない領域まで、「MonoMaxらしい記事」として積極的に配信することで、Web読者は女性が半数近くを占めています。女性メディアでよく紹介されているコンテンツも、MonoMaxならではのライフハック的な記事にすることで、男女ともに楽しめる記事になっています。

④専門家集団

ファッションのみならず、家電から自動車、文房具まで、ありとあらゆるジャンルを網羅する『MonoMax』。編集部員やライターは、それぞれ担当ジャンルの専門知識を持つ最強のモノ専門家集団で、プロの目でしっかり吟味した商品を詳しく紹介する誌面作りを徹底しています。

Webでは編集長の
お墨付きコーナーが大人気！



Webのことなら！
アウトドア、時計、バッグの
靴のことなら！
ことなら！



編集部・菊地 編集部・中本 編集部・浅野

時計、ファッション、車、
アウトドア、家電など
あらゆるジャンルを担当！



編集長・奥家 慎二

『ホンマでっか!?TV』(フジテレビ)には便利グッズ評論家として出演。『ZIP!』『午前0時の森』(ともに日本テレビ)にはモノのプロとして出演するなど、テレビ、雑誌、Webなどメディアに多数出演。

時計、ファッション、家電、ガジェット、車、乗り物の
靴のことなら！ 文具のことなら！ ことなら！
ファッション、アウトドア、食レポ、ライフ
ハックのことなら！



専任ライター
横山氏



ライター
金山氏



ライター
近藤氏



スタイリスト
小林氏



ライター
松本氏