

日本のファッション雑誌 ランキング発表

*書店・コンビニ実売

ファッション誌 **12年連続No.1** シェア**3割超!**トップ10に**7誌**ランクイン! 『大人のおしゃれ手帖』初の**トップ5**入り

一般社団法人日本ABC協会より、2021年下半期(7~12月)の雑誌販売部数が2022年5月20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『リンネル』(月間平均販売部数(※1)132,815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**7誌**入り、**2位**『sweet(スウィート)』(118,594部)、**4位**『otona MUSE(オトナミューズ)』(103,708部)、**5位**は初の**トップ5**入りとなる『大人のおしゃれ手帖』(101,512部)、**6位**『GLOW(グロー)』(98,154部)、**7位**『InRed(インレッド)』(84,229部)、**10位**『mini(ミニ)』(78,914部)となっています。ファッション誌の市場占有率は**37%**となり、**12年連続**で**トップシェア**を獲得しました。(※2)

また、**モノ雑誌**『MonoMax(モノマックス)』(105,621部)が伸長率**121%**、**美容誌**『& ROSY(アンド ロージー)』(58,890部)が伸長率**186%**と好調を維持しています。(※3)

宝島社は、2010年以降に『リンネル』『GLOW』『otona MUSE』『大人のおしゃれ手帖』『& ROSY』『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。また、2021年12月には男女ファッション誌13誌合同のフェムテック啓発プロジェクト「もっと話そう! Hello Femtech(ハローフェムテック)」を始動。**10~60代の幅広い世代に対して女性誌および男性誌を発行する強みを生かし**、世代・性別の垣根を越えて情報を発信することで、女性の健康を取り巻く価値観のアップデートを目指してまいります。

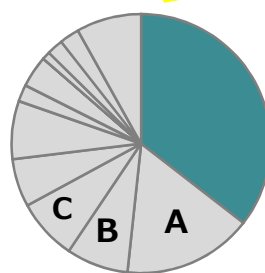
※1 自社ECサイト販売分も含む ※2 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2021年下半期(7~12月)より ※3 前年同期比(2020年7~12月)

宝島社のファッション誌が
トップ10に7誌ランクイン!

1位 リンネル
2位 Sweet
4位 MUSE
5位 大人のおしゃれ手帖
6位 GLOW **7位** InRed **10位** mini

*書店・コンビニ実売 (※1)

初のトップ5入り!

12年連続
ファッション誌**トップシェア**宝島社
37%

A社...15%

B社...8%

C社...6%

※ABC公宣に参加している
【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

初の**トップ5**入り! **大人のおしゃれ手帖**とは...

2014年3月創刊。コンセプトは“50代女性の日常のおしゃれと暮らしを素敵にする”大人のライフスタイル誌。生活感が高い層がターゲット。ラグジュアリー誌やコンサバ誌、実用系主婦誌とは違い、生活全般をどのようにおしゃれで心地よく快適にすることができるか、という読者ニーズに応えています。ファッションは、毎日のおしゃれが楽しくなることを提案。また、「更年期」による心身の変化に対処するための情報や商品も積極的に紹介しています。ファッション、健康、美容、更年期など、あらゆる50代女性の悩みに寄り添い、ともに歩いていく雑誌です。

モノ雑誌、美容誌も好調!

MonoMax

伸長率**121%**※

& ROSY

伸長率**186%**※

※前年同期比(2020年7月~12月)



データは、日本ABC協会 雑誌発行社レポート2021年下半期(7~12月)より。日本ABC協会が発表する部数は、発行部数ではなく実際に売れた実売部数です

もっと話そう！ Hello Femtech 男女ファッション誌13誌合同！ フェムテック啓発プロジェクトを始動

宝島社は、女性が抱える様々な悩みをテクノロジーによって解決に導く商品やサービスを指す「フェムテック」の認知度向上を通じて、男女関係なく皆が輝ける社会を目指すための活動として、「もっと話そう！ Hello Femtech (ハローフェムテック)」プロジェクトを2021年12月より始動。



宝島社は、「for INDEPENDENT GIRLS」をテーマに掲げ1989年に創刊した『CUTiE(キューティ)』を皮切りに、「大人カワイイ」という価値観を広めた『sweet(スウィート)』、「30代・40代女子(大人女子)」を生み出した『InRed(インレッド)』『GLOW(グロー)』、「暮らし系」市場を開拓した『リンネル』など、常に新しい価値観を提案してきました。今後も10～60代の幅広い世代に対して女性誌および男性誌を発行する強みを生かし、世代・性別の垣根を越えて情報を発信することで、女性の健康を取り巻く価値観のアップデートを目指してまいります。

※フェムテックとはFemale(女性)とTechnology(技術)を掛け合わせた造語で、女性が抱える様々な悩みをテクノロジーによって解決に導く商品やサービスを指します

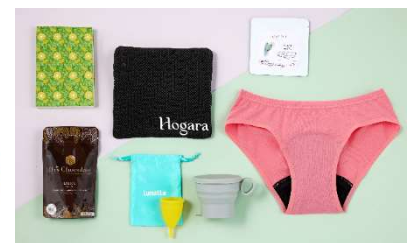
男性誌を含む 10～60代の各世代・計13誌 で発信！



◆雑誌編集部がセレクト！ フェムテック商品の詰め合わせボックスを発売

「はじめてのフェムテック」をテーマに、気になるけど使ったことがない方に「はじめてのフェムテック体験」をお届けすべく、『& ROSY(アンド ロージー)』をはじめとした編集部がボックスをプロデュースしました。

吸水ショーツ・月経カップなどを
詰め合わせに！



◆第1回企業向けオンラインセミナー開催

女性の就労における
生理・妊娠妊活・
男性理解

第一部では経済産業省の春口浩子氏をお招きし、日本の女性のライフステージと健康課題、日本のフェムテック市場について解説していただきました。第二部は『SPRING(スプリング)』編集長・丸山摩紗、『& ROSY』編集長・梅田美佐子、『MonoMax(モノマックス)』編集長・奥家慎二の3名がフェムテックスピーカーとして登壇。読者の声や悩みについて鼎談しました。