

## SNS世代のファッションの教科書

## ストリートファッション雑誌『mini』4期連続No.1!

ファッション雑誌販売部数トップシェア(※)の株式会社宝島社(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、20代前半をターゲットとしたストリートファッション誌『mini』は、今のトレンドを牽引する誌面作りでSNS世代の読者を開拓し好調です。**ABC協会発表の調査では、女性ヤング誌部門で4期連続1位となりました。**

※日本ABC協会 雑誌発行社レポート2018年上半期(1~6月)より

## 3種の神器は、「Tシャツ」「デニム」「スニーカー」

『mini』は、2000年に創刊した女性向けのストリートファッション誌で、「Tシャツ」「デニム」「スニーカー」を基本スタイルとした“ボーイッシュでかわいい”スタイルを提案しています。昨今は、基本のボーイッシュスタイルにプラスして、しっかりとメイクをする女の子らしい新しいストリートスタイルを確立し、ファッションの他にメイクやヘアスタイルの特集にも力をいれています。スポーツブランドの人気や90年代ファッションのリバイバルも追い風となり、街には『mini』流のストリートファッションを着た若者があふれています。



## SNS世代は実はファッションの迷える子羊! 『mini』がファッションの教科書に!

『mini』は、ひと目見れば誰でも理解できる誌面作りで、「そのまま同じコーディネートでおしゃれになれる!」「雑誌の手順通りにメイクすれば今どきになれる」といった読者の声も多数。流行のファッションを方程式にして教科書のようにわかりやすく紹介しています。紙媒体ならではの魅力も活かし、スマホの画面では味わえない大きな写真と見やすいレイアウトで編集しています。

## 『mini』独自の編集ルール! 「SNSで簡単に得られる情報は掲載しない」

“ストリートスナップはしない”“商品を並べただけにしない”など『mini』独自の編集ルールを設定し、汎用性のあるコーディネートを紹介。SNSで情報を集めることに慣れている世代から、「どのページも想像を超えたかわいさ」「特集が本当に参考になる」「『mini』で雑誌デビューをしました」との声が上がっています。

## ファッションの教科書『mini』



ストリートファッションに合うメイクやヘアスタイルの基本をHOW TO形式で丁寧に紹介。



ストリートスナップや商品だけのページは作らず、着まわしの参考になるコーディネートにより多く掲載!



ストリート感のない女優もあえて表紙に!

“清纯派の女優さん”も“派手めのアーティスト”も

『mini』流ストリートに!

普段はきれいめな服装をしている女優さんのストリートファッション姿は、『mini』でしか見られないという特別感も。川口春奈さんも中条あやみさんもE-girlsのYURINOさん、須田アンナさんもみんな『mini』流ストリートを着てもらうことで『mini』のファン層を広げています!





インスタやtwitterで『mini』の読者の反応をみていると、みんな『mini』のことが好きなんだな、と感じます。

そんなSNS全盛の時代ですが、一方で「SNS疲れ」と言われ、いま改めて同じ場所に集まり、盛り上がるというオフラインの繋がりが求められ始めているように感じており、そういう側面から「リアル・イベント」を是非やりたい。まだ具体的ではありませんが、久しぶりに「音楽発ファッション」が盛り上がりを見せていて、そこに面白みや大きな可能性を感じますね。

### 編集長・見澤夢美(みさわ むみ)

2004年より『sweet(スウィート)』編集部勤務。06年宝島社入社、『mini(ミニ)』編集部配属。11年より『mini』編集長に。

## 編集長・見澤が分析！ 『mini』の読者ってこんな人

### 『mini』大好き！ ボーイッシュ系miniっこ

メンズブランドを着たり、メンズ雑誌をチェックすることもある従来のmini読者で、男子のようなスタイルを女子の目線で着こなす。



ボーイッシュ系

### フェスで盛り上がる！ アクティブ系miniっこ

一見濃いめのギャルメイクだが、ファッションはストリート系というE-girlsのようなスタイル。フェスやスポーツも楽しむアクティブ派。



アクティブ系

### 韓流サードウェーブ！ K-POP系miniっこ

韓国のファッションや音楽シーンが大好き。K-POPに憧れがあり、ヴィヴィッドな髪色やメイクを楽しみ、少し奇抜なファッションも好む。



K-POP系

## ストリート服好きが今、街にあふれています！

### 1週間で約6000投稿！「#ストリート服が好き」

WEAR×佐藤栞里×『mini』のコラボ企画！ストリートコーデをWEARに投稿して佐藤栞里さんと一緒に『mini』の誌面でモデルデビューできるキャンペーンでは、1週間で約6000投稿を記録！



1週間で約6000投稿は、WEARで実施してきた企画のなかでもかなり高い数字です！

「#ストリート服が好き」は女性のための募集でしたが、男性による投稿数も多く、性別問わず今勢いのあるスタイルなんだと実感！

WEARは比較的シンプルなコーデが多いので、ストリート服で投稿数が伸びたのはWEAR担当者としても驚きでした^^



WEARイノベーション推進部  
尾田典子さん