

報道関係各位

今求められる男性像「2.5枚目のオトコ」を提案する媒体へ  
『メンズクラブ』イメージキャラクターに俳優平山浩行さんを起用

61周年記念号に合わせパワーアップ！



11月号はダブル表紙になっており、左側の表紙をめくると、平山浩行さんが登場します。



11月号の特集「時代はいま、好印象なオトナだ！」

<「2.5枚目のオトコ」代表 平山浩行>

2.5枚目の好印象なオトコ代表として、『メンズクラブ』は映画やドラマで存在感がさらに高まっている俳優 平山浩行さんをイメージキャラクターに起用します。ファッションからライフスタイルまでを提案する『メンズクラブ』と、絶妙なバランス感覚を操る今まさに時代が求める好印象な存在である平山さんとのタッグで、より充実した情報を発信していきます。

<メンズクラブ編集長 戸賀敬城 コメント>

創刊61周年となるこの11月号では、「時代はいま、好印象なオトナだ！」と題する約120ページの大特集を展開しています。好印象とは、ファッションで考えると、カッコつけすぎず、真面目すぎずの、まさに「半分ラッド」なスタイル。一方、内面は遊ぶことが好きだったり、羊の皮を被った狼的な面も備える、2枚目と3枚目の中間をいく2.5枚目な人物です。そんな好印象なオトナになるためのメソッドが満載の11月号にぜひご期待ください！

株式会社ハースト婦人画報社(本社:東京都港区、代表取締役社長&CEO:イヴ・ブゴン)発行の男性ファッション誌『メンズクラブ』は、2015年9月に創刊61周年を迎えました。9月24日(木)発売の11月号「61周年記念号」から、今の時代に求められる好印象な男性「2.5枚目のオトコ」を伝えるメディアとしてさらにパワーアップします。

<好印象なオトコの秘訣「2.5枚目」>

2015年7月に実施した「意識・消費行動調査」結果から、今の時代に求められる男性像は、バランス感覚に優れ、誰からもリスペクトされ、愛される好印象な男性であるとわかりました。普段は洒落てクールな男性が時折見せるひょうきんさんなど、2枚目と3枚目を行ったり来たり出来る「2.5枚目のオトコ」が今の時代に求められる好印象な男性であると『メンズクラブ』は定義し、そのような男性になる方法を11月号より徹底的に解説していきます。今号では、好印象になるためのメソッドを、服はもちろん、食、車、ゴルフ、遊びまで全網羅でピックアップし特集しています。

**<『メンズクラブ』について>**

1954年創刊、昨年60周年を迎えた男性ファッション誌。35歳の大人に必要な知性や上品さを備えた、日本人に本当に似合うファッションを提案。「好印象」がなによりも重要なこの時代。『メンズクラブ』は「好印象のバイブル」としてメンズファッション誌をリードしていきます。

創刊:1954年 発行サイクル:月刊(毎月24日発売) 印刷証明付き部数:59,784部(マガジンデータ2015)

定価:¥780(税込)

ウェブサイト:<http://www.mensclub.jp/> フェイスブック: [MEN'S CLUB](#) ツイッター: [@mensclubeditors](#)

**<ハースト婦人画報社について>**

株式会社ハースト婦人画報社は、日本、アメリカ、フランスの多角的なDNAを持つメディア企業です。創刊110年の『婦人画報』をはじめ、『エル・ジャポン』、『25ans(ヴァンサンカン)』、『ハーパーズ バザー』、『メンズクラブ』などのファッション誌、カルチャー、インテリア、フード、ウエディングなどの各種ライフスタイル誌を発行しています。また、デジタル戦略に注力し、「エル・オンライン」などのメディアサイトや「エル・ショップ」などのEコマースも展開。さらに、経験豊かな編集者を活かし、企業出版にも積極的に取り組んでいます。

ホームページ: [www.hearst.co.jp](http://www.hearst.co.jp) | ツイッター: [@Hfujingaho](#)

リンクイン: <https://www.linkedin.com/company/hearst-fujingaho>