

男の隠れ家

MEDIA GUIDE

2025.7
Ver.1.0



雑誌概要	03
MESSAGE	04
TOTAL REACH	05
ユーザーデータ	06
PROJECT NEWS	09
雑誌料金表	19





上質な時間が、心を満たす。 知的好奇心を刺激する 大人の ライフカルチャーマガジン

秘密基地、車中泊、キャンプ、温泉、日本酒、バー巡り——
大人の好奇心をくすぐる多彩なテーマを通して、
日常の余白を満たす深掘り特集を提案します。
人生をちょっと楽しく豊かにする「きっかけ」に出会える雑誌です。

発売日／隔月27日(奇数月) 発行部数／3.5万部
判型／120ページフルカラー(+ブックインブック) A4変型
全国書店とコンビニエンスストアで発売



男の隠れ家
PREMIUM



男の隠れ家 デジタル



人を突き動かす「知的好奇心」というエネルギー

見るものすべてが新鮮で、輝いていた少年時代。

そのときワクワクした思い出は、誰にとっても大切な宝箱のようなものです。しかしふとした瞬間、大人になるにつれて自分は「つまらない」大人になっていないかと、問いかけることはないでしょうか。子どもの頃に抱いていた純粋な感動や興奮が、ありふれた経験に変化し、たくわえてきた知識は、いつしか周りとの折り合いをつけるための道具になってしまう……。いつまでも生き生きとしているカッコいい大人たちは、目が輝いていると感じます。子どもの頃のような「知的好奇心」を忘れず、趣味や仕事に夢中になることで、充実した人生を送っているからです。

男性はいくつになっても自分だけの「隠れ家」を求めています。月刊誌「男の隠れ家」は1997年に創刊しました。以来、時代は大きく変化し、今や性別を問わず、多くの大人たちが隠れ家という「心の拠り所」、つまり「ホッ」とできる場所や時間を大切にするようになりました。あるいは憧れのあの人を追いかけるとき、彼らもまた挫折を繰り返して、自分の道を歩んできたことを知ります。どんな人にとっても「人生とは一つの旅路」です。旅に出かけるとき、旅先で待つ出会いと風景はいつもとは違う世界を知るきっかけになります。また、大好きなものを手にいれるとき、少年のような情熱を思い出すことができます。それは自分自身の大切なアイデンティティです。束の間の日常を忘れて、何かに「夢中」になれる時間。それこそが最高のぜいたくだと「知的好奇心」あふれる大人たちは知っています。「男の隠れ家」がこれまで大切にしてきたのは「大人のための旅と趣味の雑誌」というコンセプト。紙面でお伝えする写真と文章は、取材者たちが出会ったそのとき、その瞬間のワクワクするような体験です。「男の隠れ家」では雑誌を通じて、そうした感動と興奮を共有することに全身全霊を注いでいます。そして、それがいつか、読者の皆さまにとってそれぞれの実体験とともに大切な人生の一ページとなることを願っています。これからも「知的好奇心」というエネルギーを原動力にして、「男の隠れ家」は誰もがワクワクするような特集をお届けしていきます。

男の隠れ家 編集長

末松 敏樹

Toshiki Suematsu

PROFILE

編集プロダクションで旅行誌などの編集を経て、2012年、株式会社プラネットライツに入社。旅を通じてその土地の文化や歴史、人に出会うことが楽しい。2017年より歴史雑誌「時空旅人」編集長、2024年9月から「男の隠れ家」編集長を務める。

男の隠れ家 デジタル

月間 **196,205** PV

月間 **79,813** UU



Instagram
フォロワー数
3,718人



X
フォロワー数
3,693人

(男の隠れ家編集部+男の隠れ家デジタル)



Facebook
フォロワー数
928人



YouTube
チャンネル登録者数
499人



本誌公称発行部数 **35,000**部

平均記事PV数

~**1,500** PV



メルマガ会員数
5,020人 (LINE)

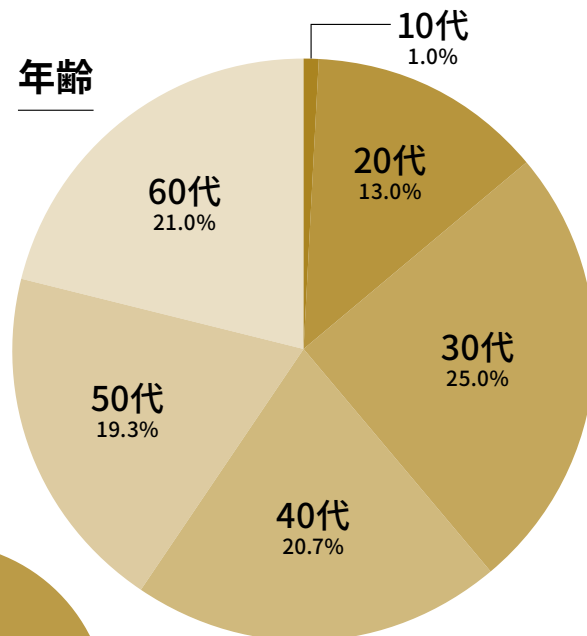
時代に流されず、確かな情報を求める、こだわりの大人たちにリーチします。
読者の皆さまは、「モノ」としての雑誌の魅力を感じていただける人々です。
また、本誌を中核としながら、よりコアなテーマを扱う別冊ムックなども制作しています。同じ特集内容は電子書籍版でもご覧いただけるほか、SNSやWEBサイトでも情報を発信しています。

属性 — ATTRIBUTE —

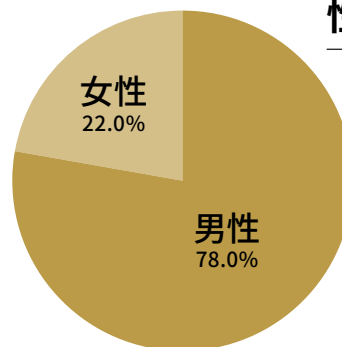
※男の隠れ家読者アンケート回答より抜粋

- ✓ 「男の隠れ家」の読者は男性が中心ですが、近年は女性読者も増えており、性別を問わない特集内容にご好評をいただいています。
- ✓ 世帯年収「700万～2000万円未満」の合計構成比が37%。1000万円以上の高年収層が約10%存在します。
- ✓ 首都圏・関西圏が中心ですが、都市部だけでなく各地に読者がいらっやいます。
- ✓ 6割の方々が既婚です。子どもは2人という方が最も多いです。

年齢



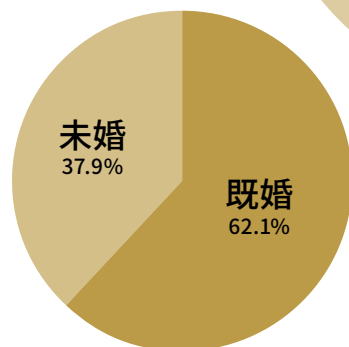
性別



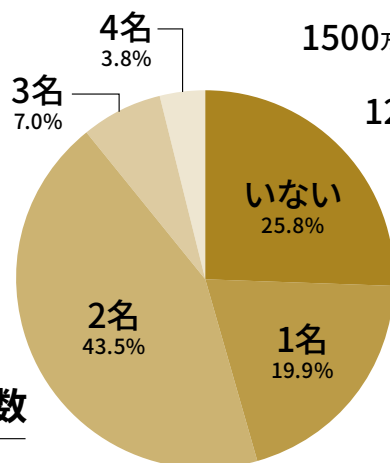
都道府県

東京都	11.6%
埼玉県	11.6%
神奈川県	7.0%
大阪府	6.6%
北海道	5.6%
千葉県	5.3%
愛知県	4.7%
群馬県	4.3%
兵庫県	3.7%
広島県	3.3%
福岡県	2.7%
静岡県	2.3%
宮城県	2.3%

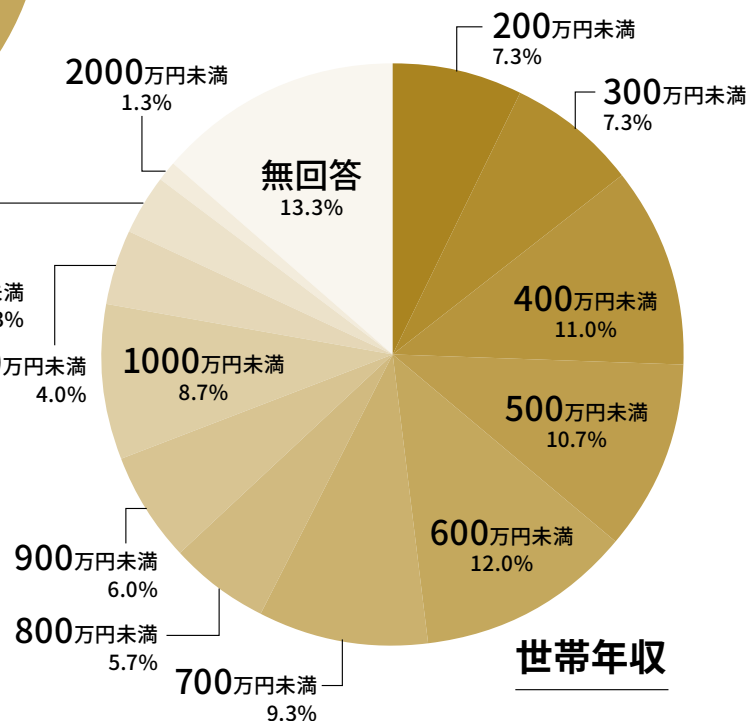
既婚未婚



お子様の人数



世帯年収



職業

会社員	49.0%
パート・アルバイト	10.7%
無職	8.0%
公務員・団体職員	6.0%
自営業	5.0%
専業主婦・専業主夫	4.0%
会社管理職	3.7%
派遣・契約社員	3.3%
会社役員	3.3%
自由業・専門職	3.0%
その他	2.0%
専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生	2.0%

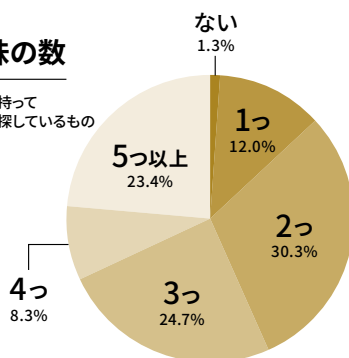
趣味 — HOBBY —

※男の隠れ家読者アンケート回答より抜粋

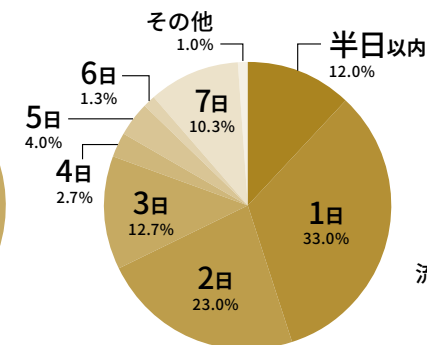
- ✓ 雑誌が有力な情報源となっており、紙メディアの影響力が根強いのが特徴です。
- ✓ 30～50代は趣味にお金と時間をかける主力層であり、情報も多角的に収集しています。
- ✓ 自由に使えるお金は3万円未満が最多です。無理のない範囲で「趣味への投資＝日常の充実」に充てています。
- ✓ 趣味の数は2つが多く、30～40代は3～5つ以上も多い。多趣味であり、深掘りすることに楽しんでいます。
- ✓ 国内旅行やグルメ、アウトドアなど活動的な内容が趣味の内容の上位にランクイン。
- ✓ 学びへの思いも強く、読書や映画鑑賞、音楽鑑賞、芸術鑑賞なども目立ちます。
- ✓ 一週間のうち趣味にかかる時間は、2日以上で54%を占めています。
- ✓ 本当に自分がほしいものへの投資は「10万円～それ以上」という回答が30%。

趣味の数

興味を持って
情報を探しているもの



趣味を楽しむ時間 (1週間のうち)

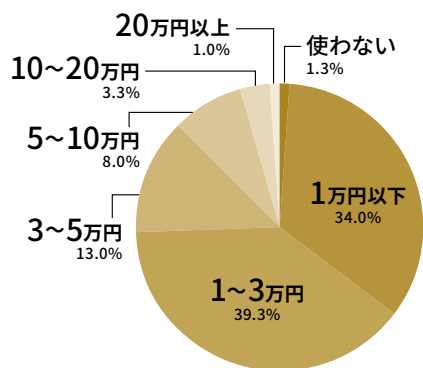


趣味の内容

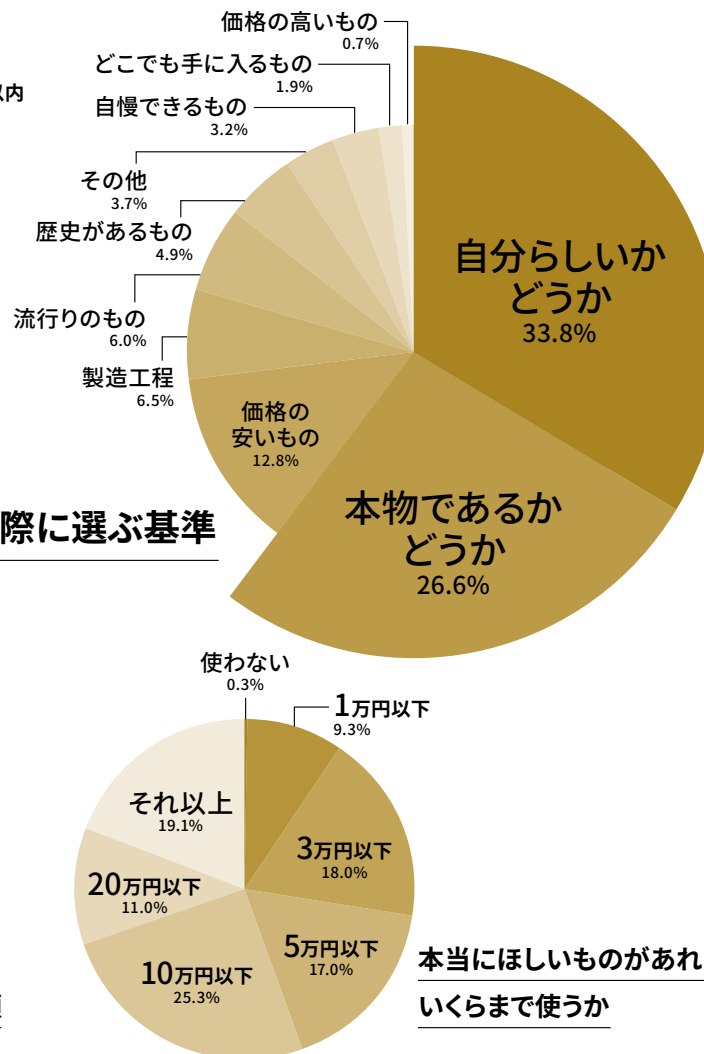
国内旅行	64.8%
グルメ	56.3%
テレビ・動画・映画鑑賞	37.3%
アウトドア	34.5%
スポーツ観戦	32.4%
海外旅行	30.3%
読書	28.2%
パソコン・インターネット	28.2%
マンガ・アニメ	26.8%
健康・運動・ダイエット	26.8%
音楽鑑賞・ライブ・コンサート	24.6%
ファッション	21.8%
ガーデニング・家庭菜園	19.7%
芸術鑑賞	19.0%
その他	0.7%

※本アンケートは男の隠れ家2025年5月号アンケートより
抜粋 複数回答

趣味の買い物をする際に選ぶ基準



趣味に使う毎月の平均金額



本当にほしいものがあれば いくらまで使うか

趣味の買い物をする際の調べ方

雑誌 19.6%

Googleなどの検索エンジン	14.2%
メーカーやブランドの公式サイト	9.3%
YouTubeのレビューや紹介動画	8.8%
SNS (Instagram・X・TikTokなど)	8.3%
店舗で直接スタッフに聞く・実物を見る	8.2%
ネット通販サイトの口コミ・レビューをチェックする (Amazon、楽天など)	5.9%
ブログ・個人サイト・レビュー記事	5.8%
テレビ・ラジオ	5.5%
専門書	5.1%
ニュースサイト	4.5%
友人・知人・コミュニティの口コミ	4.3%
その他	0.6%

趣味の情報源として信頼できるものは

雑誌 22.1%

公式サイトやメーカーの情報	12.7%
専門書	10.7%
自分の経験・直感	9.8%
実店舗のスタッフや販売員のアドバイス	8.4%
長く続けている知人・友人からの口コミ	8.0%
YouTubeなどのレビュー動画	6.7%
ネット通販のレビュー・評価 (Amazon、楽天など)	5.8%
SNS (Instagram・X・TikTokなど)	5.5%
信頼できるブロガー・インフルエンサーの発信	4.2%
テレビ・ラジオ	3.5%
趣味のオンライン・オンラインコミュニティ	2.2%
その他	0.4%

マイホーム購入にあたり、
書斎の造り方の
参考になりました

お洒落で大人、
こだわりの知識と情報、
女性でも楽しく拝見しています

ほかの媒体では
取り上げない
細かい地域を
的確に紹介していて
感銘を受けました

北陸特集を見て、
旅行の計画を
立てようと思いました！

日本の名建築について
特集を希望します

歴史と伝統を知ること、
旅情を掻き立てられます

湯案内、
最高でした。
体と心を
温めたいです

地酒の記事を見て、
地域の特色がよくわかり、
購入の参考になりました

大人の教養を
身につける
記事が満載で、
楽しく読ませて
いただいています

夫婦で楽しく読んでいます。
たくさんの元気なエネルギーを
チャージできています

マンション住まいなので、
リノベーションのアイデアは
とても参考になります

読者の
皆さまの声

普通の観光本と違って、歴史的背景や
暮らしや文化まで掘り下げているのが面白い

最近日本酒が好きに
なってきたので、最高の
タイミングの特集でした

車中泊のような
へ暮らせる車で、
定年後は旅をしてみたい

老後のために、
時間の使い方特集
をお願いしたい！

車中泊、城、酒。
自分の趣味が
男臭いものだと
再認識しました

坂本龍一さんの特集は、
多面的に取材されていて
大満足。永久保存版です

写真がすごく綺麗で、
憧れのリゾートホテルに
宿泊したくなりました

ランドクルーザーの
カスタマイズ情報が
ほしい～～！

書斎のシンプルで無駄を感じさせず、
センスの良さが感じられる内容がとても良かった

中面タイアップ

●タイプ

編集部による取材、素材提供

●クライアント

星野リゾート 様

●ご要望

温泉特集に合わせ、星野リゾート「界」ブランド周知とその宿と名湯の魅力を発信したいというご要望。特集ボリュームを見ながら九州地域にある「界雲仙」がピックアップされた。ただし、特集連動でありながらも、あくまでもタイアップページに見えないようなデザインと構成をご希望いただいた。

● 内容詳細

4C2P展開。界ブランドのなかでも人気を誇る「界 雲仙」。その魅力をコンパクトにまとめた。また、部屋や温泉、食事意外に「界」の大きなセールスポイントである「ご当地楽(界 雲仙の場合は活版印刷)」の魅力もご紹介。地域密着型の温泉宿である点にポイントを置き、ピックアップした。

●キャスティング

なし

●デジタル転載

あり

SNS PR

なし

異なるロケーションで湯浴み |

2種の温泉はまさに「雲仙地獄」からの恵み

内風呂は源泉かけ流しの「あつ湯」と「ぬる湯」の2つの浴槽を備える。源泉は雲仙地獄から湧き出た鉄と硫黄を含み酸性の湯であり、濁った色味が特徴だ。内風呂の造りも特徴的で、壁面に色鮮やかなステンドグラスが施されている。朝日で差し込む時間帯は特に色とりどりの光が湯面に映り美しく輝く。一方、露天風呂は雲仙地獄の湯けむりを眺める最高のロケーション。ダイナミックな風景を愉しみながら入る岩風呂また違った趣。雲仙温泉中に広がる独特な硫黄の香る湯けむりに包まれながら、「静の内風呂」と「動の露天風呂」を愉しむ。界 雲仙ならではの全く異なる湯浴み堪能できる。

「長崎ならではの食材へのこだわり」異国情緒を感じる会席料理に舌鼓

界 雲仙の食文化は「和華蘭文化」のひとつである発酵料理（しぼくりょう）に欠かせない「豚角煮」をエッセイに先に付て触れま。水の代わりには温泉水を使って、焼いた雲仙名物「湯せんべい」にこのリズトをつけて味わう一品が今夜の料理の期待感をよくまします。続いて、薪の物火入す。お通りを一緒に盛り合わせた「宝来盛り」では、辛味料理の丸い円盤をイメージした群ややかな朱色の器に盛り込まれる。さらに、特別会席のメインは「あご出汁しゃぶしゃぶ」。上品な旨味を感じるあご出汁に、牛肉やアワ、伊勢海老などよくくらせて愉しむ一品で、最後は島原名産のうどんを入れて締める。

「文字を学ぶ愉しさを再発見」「門口」の魅力に触れる活版印刷体験

界 雲仙のご当地楽（ごとうちがく）は、凹凸の魅力を感じる貴重な「活版印刷体験」だ。4人の天正遣欧少年使節によりヨーロッパから長崎県島原半島に運び込まれたこの活版印刷のルーツを学んだ後、様々な書体のアルファベットやひらがな、漢字の活字を選んで配置する。最後に活版印刷機でカードに文字を自分で転写。力加減によって文字の抜けが出るなど、自らの手で印刷する味わいを感じ取れるのも、いまとなるとは貴重な体験だ。

Branding

温泉旅館ブランド、23箇所へ「界」へ

「界」は夏野リゾートが全国に23施設を展開する温泉旅館ブランド、「王蓮」のなかに、あたらしい」をテーマに、季節の趣みや和の趣、伝統を生かしながら現代のニーズに合わせたおもてなしを追求している。また、その地域の歴史文化や工芸を体験する「ご当地楽」、地域の文化に触れる客室「ご当地部屋」が特徴であり、2024年4月に宮城県・秋保温泉に「界 奥羽」が新規開業した。

<https://hoshinorizort.jp/ja/brands/kai/>

さらに活版印刷体験「ふ」も面白く、仕事時、活版印刷にお世話になった身元が、まさか長崎で再開できることに、世界にただひとつ、自分だけの旅の思い出を作った。

075 界の隠れ家 December 2024 取材協力：夏野リゾート

雲仙温泉

●長崎県雲仙市

雲仙地域のバウリーに、
異国情緒を存分に味わえる湯宿

界雲仙

「地域の文化に融れる空間」

全51の客室にご当地部屋「和華蘭の間」

地域の文化に融れるご当地部屋が特徴の「界」。客室のパーテーションやスタンドライフトに長崎の文化である和華蘭(わからん/日本、中国、オランダが混ざりあった長崎独特の文化)の要素を取り入れている。全51室のうち16室は湯浴みを中心に滞在できる客室となっており、客室タイプをえて「客室付き露天風呂」と名付け、滞在スペースの半分以上が露天風呂スペースという特徴のある空間となっている。

地獄・雲仙地獄からの思ひ、そして和華蘭の異国情緒を味わうことができる宿「界・雲仙」。16室ある客室付き露天風呂「界」上は、その名の通り湯浴みを中心に滞在できる空間になっており、目の前の地獄を感じながら浸かる湯は絶景そのもの。

また、2種の湯が楽しめる内風呂「界」上にも素晴らしい。鉄分と硫酸を多く含む酸性の湯は源泉掛け流し。露天風呂は地獄と一体になるかのよう自然のバウリーが感じられる。

湯浴み後の夕食「界」上は、地元食材を使った会席料理が並ぶ。特にメインの「あこし汁」や「かぶし」は、最後の一滴まで味わい、尽きたくなるほど絶品であった。

かい うんぜん

長崎県雲仙市小浜町雲仙321
☎090-334-8082(予約センター)
※宿泊料: 2名客室(1泊)12,000円(5,000円
〜(税・料込) カード/現金 振込可 / 51
チェックイン: 15:00〜12:00 風呂/ 部
件: 各泊1泊〜1泊2泊、アパルト、(1泊1
泊) 1泊2泊、1泊3泊、1泊4泊、1泊5泊、1泊6泊、1泊7泊、1泊8泊、1泊9泊、1泊10泊、1泊11泊、1泊12泊、1泊13泊、1泊14泊、1泊15泊、1泊16泊、1泊17泊、1泊18泊、1泊19泊、1泊20泊、1泊21泊、1泊22泊、1泊23泊、1泊24泊、1泊25泊、1泊26泊、1泊27泊、1泊28泊、1泊29泊、1泊30泊、1泊31泊、1泊32泊、1泊33泊、1泊34泊、1泊35泊、1泊36泊、1泊37泊、1泊38泊、1泊39泊、1泊40泊、1泊41泊、1泊42泊、1泊43泊、1泊44泊、1泊45泊、1泊46泊、1泊47泊、1泊48泊、1泊49泊、1泊50泊、1泊51泊、1泊52泊、1泊53泊、1泊54泊、1泊55泊、1泊56泊、1泊57泊、1泊58泊、1泊59泊、1泊60泊、1泊61泊、1泊62泊、1泊63泊、1泊64泊、1泊65泊、1泊66泊、1泊67泊、1泊68泊、1泊69泊、1泊70泊、1泊71泊、1泊72泊、1泊73泊、1泊74泊、1泊75泊、1泊76泊、1泊77泊、1泊78泊、1泊79泊、1泊80泊、1泊81泊、1泊82泊、1泊83泊、1泊84泊、1泊85泊、1泊86泊、1泊87泊、1泊88泊、1泊89泊、1泊90泊、1泊91泊、1泊92泊、1泊93泊、1泊94泊、1泊95泊、1泊96泊、1泊97泊、1泊98泊、1泊99泊、1泊100泊、1泊101泊、1泊102泊、1泊103泊、1泊104泊、1泊105泊、1泊106泊、1泊107泊、1泊108泊、1泊109泊、1泊110泊、1泊111泊、1泊112泊、1泊113泊、1泊114泊、1泊115泊、1泊116泊、1泊117泊、1泊118泊、1泊119泊、1泊120泊、1泊121泊、1泊122泊、1泊123泊、1泊124泊、1泊125泊、1泊126泊、1泊127泊、1泊128泊、1泊129泊、1泊130泊、1泊131泊、1泊132泊、1泊133泊、1泊134泊、1泊135泊、1泊136泊、1泊137泊、1泊138泊、1泊139泊、1泊140泊、1泊141泊、1泊142泊、1泊143泊、1泊144泊、1泊145泊、1泊146泊、1泊147泊、1泊148泊、1泊149泊、1泊150泊、1泊151泊、1泊152泊、1泊153泊、1泊154泊、1泊155泊、1泊156泊、1泊157泊、1泊158泊、1泊159泊、1泊160泊、1泊161泊、1泊162泊、1泊163泊、1泊164泊、1泊165泊、1泊166泊、1泊167泊、1泊168泊、1泊169泊、1泊170泊、1泊171泊、1泊172泊、1泊173泊、1泊174泊、1泊175泊、1泊176泊、1泊177泊、1泊178泊、1泊179泊、1泊180泊、1泊181泊、1泊182泊、1泊183泊、1泊184泊、1泊185泊、1泊186泊、1泊187泊、1泊188泊、1泊189泊、1泊190泊、1泊191泊、1泊192泊、1泊193泊、1泊194泊、1泊195泊、1泊196泊、1泊197泊、1泊198泊、1泊199泊、1泊200泊、1泊201泊、1泊202泊、1泊203泊、1泊204泊、1泊205泊、1泊206泊、1泊207泊、1泊208泊、1泊209泊、1泊210泊、1泊211泊、1泊212泊、1泊213泊、1泊214泊、1泊215泊、1泊216泊、1泊217泊、1泊218泊、1泊219泊、1泊220泊、1泊221泊、1泊222泊、1泊223泊、1泊224泊、1泊225泊、1泊226泊、1泊227泊、1泊228泊、1泊229泊、1泊230泊、1泊231泊、1泊232泊、1泊233泊、1泊234泊、1泊235泊、1泊236泊、1泊237泊、1泊238泊、1泊239泊、1泊240泊、1泊241泊、1泊242泊、1泊243泊、1泊244泊、1泊245泊、1泊246泊、1泊247泊、1泊248泊、1泊249泊、1泊250泊、1泊251泊、1泊252泊、1泊253泊、1泊254泊、1泊255泊、1泊256泊、1泊257泊、1泊258泊、1泊259泊、1泊260泊、1泊261泊、1泊262泊、1泊263泊、1泊264泊、1泊265泊、1泊266泊、1泊267泊、1泊268泊、1泊269泊、1泊270泊、1泊271泊、1泊272泊、1泊273泊、1泊274泊、1泊275泊、1泊276泊、1泊277泊、1泊278泊、1泊279泊、1泊280泊、1泊281泊、1泊282泊、1泊283泊、1泊284泊、1泊285泊、1泊286泊、1泊287泊、1泊288泊、1泊289泊、1泊290泊、1泊291泊、1泊292泊、1泊293泊、1泊294泊、1泊295泊、1泊296泊、1泊297泊、1泊298泊、1泊299泊、1泊300泊、1泊301泊、1泊302泊、1泊303泊、1泊304泊、1泊305泊、1泊306泊、1泊307泊、1泊308泊、1泊309泊、1泊310泊、1泊311泊、1泊312泊、1泊313泊、1泊314泊、1泊315泊、1泊316泊、1泊317泊、1泊318泊、1泊319泊、1泊320泊、1泊321泊、1泊322泊、1泊323泊、1泊324泊、1泊325泊、1泊326泊、1泊327泊、1泊328泊、1泊329泊、1泊330泊、1泊331泊、1泊332泊、1泊333泊、1泊334泊、1泊335泊、1泊336泊、1泊337泊、1泊338泊、1泊339泊、1泊340泊、1泊341泊、1泊342泊、1泊343泊、1泊344泊、1泊345泊、1泊346泊、1泊347泊、1泊348泊、1泊349泊、1泊350泊、1泊351泊、1泊352泊、1泊353泊、1泊354泊、1泊355泊、1泊356泊、1泊357泊、1泊358泊、1泊359泊、1泊360泊、1泊361泊、1泊362泊、1泊363泊、1泊364泊、1泊365泊、1泊366泊、1泊367泊、1泊368泊、1泊369泊、1泊370泊、1泊371泊、1泊372泊、1泊373泊、1泊374泊、1泊375泊、1泊376泊、1泊377泊、1泊378泊、1泊379泊、1泊380泊、1泊381泊、1泊382泊、1泊383泊、1泊384泊、1泊385泊、1泊386泊、1泊387泊、1泊388泊、1泊389泊、1泊390泊、1泊391泊、1泊392泊、1泊393泊、1泊394泊、1泊395泊、1泊396泊、1泊397泊、1泊398泊、1泊399泊、1泊400泊、1泊401泊、1泊402泊、1泊403泊、1泊404泊、1泊405泊、1泊406泊、1泊407泊、1泊408泊、1泊409泊、1泊410泊、1泊411泊、1泊412泊、1泊413泊、1泊414泊、1泊415泊、1泊416泊、1泊417泊、1泊418泊、1泊419泊、1泊420泊、1泊421泊、1泊422泊、1泊423泊、1泊424泊、1泊425泊、1泊426泊、1泊427泊、1泊428泊、1泊429泊、1泊430泊、1泊431泊、1泊432泊、1泊433泊、1泊434泊、1泊435泊、1泊436泊、1泊437泊、1泊438泊、1泊439泊、1泊440泊、1泊441泊、1泊442泊、1泊443泊、1泊444泊、1泊445泊、1泊446泊、1泊447泊、1泊448泊、1泊449泊、1泊450泊、1泊451泊、1泊452泊、1泊453泊、1泊454泊、1泊455泊、1

中面タイアップ

●タイプ

中面タイアップ4ページ 編集部による取材、撮影にて制作

●クライアント

高知県様

●ご要望

地元出身のタレントを起用し高知県の魅力を紹介したいということでした。
4C4Pにて高知県の奥四万十の魅力をお伝えする「ひとり旅」をテーマに制作しました。
ナビゲーターにプロ野球阪神 監督の藤川球児氏を起用。歴史や食、アクティビティを紹介。

●キャスティング

藤川球児氏(現・プロ野球阪神タイガース監督)を起用

●デジタル転載

なし

●SNS PR

なし



中面タイアップと抜き刷り

●タイプ

編集部による取材、撮影にて制作

●クライアント

一般社団法人 日本畜産副産物協会 様

●ご要望

日本畜産副産物協会への理解を深めてもらうべく、著名人を起用して併せてメニューの提案もしていただいのご要望でした。

●内容詳細

4C6Pにてホルモン料理の美味しさを伝える内容で、ホルモン料理が有名な広島県出身の西村瑞樹氏(バイきんぐ)を起用。誌面とともに抜き刷り冊子も制作しました。

●キャスティング

バイきんぐ・西村瑞樹氏(タレント)を起用

●デジタル転載

なし

●SNS PR

なし

抜き刷り冊子の
表1(右)と表4(左)



ブックインブックと抜き刷り

●タイプ

編集部による取材、撮影にて制作

●クライアント

和歌山県かつらぎ町 様

●ご要望

掲載面の抜き刷りを前提として、高野山の麓のかつらぎ町の文化、歴史、移住、食材をテーマに旅情感あふれる構成で考えてほしい。

●内容詳細

豊かな自然や歴史、文化に恵まれた和歌山県かつらぎ町に古くから根付く「祈り(信仰)」や、豊かな「実り(産業)」に焦点をあて魅力を紹介。抜き刷り冊子は観光案内所などで頒布しPRに活用。

●キャスティング

なし

●デジタル転載

なし

●SNS PR

なし



ブックインブック

●タイプ

編集部による取材、撮影にて制作

●クライアント

富士フイルム株式会社 様

●ご要望

新発表になる「GFX 100RF」の機能性を、カメラファンの多い小誌読者に周知できる構成をご希望。また、カメラそのものの機能性のご紹介だけではなく、著名人を起用し実際に撮影を行い、実際にご本人が撮影したバリエーション豊かな作例を掲載してほしいというご要望をいただいた。

●内容詳細

新発表「GFX 100RF」の機能性を、まずコンパクトに2Pにまとめてご紹介。その後のページは、アルピニスト・野口健氏が実際に撮影に出向き「GFX 100RF」で様々な景色を撮影した。結果、自然や街、食事など「GFX 100RF」が得意とする表現(アスペクト比、色表現など)を作例を用いて誌面に落とし込んだ。

●キャスティング

野口健(アルピニスト)を起用

●デジタル転載

なし

●SNS PR

なし



クロスメディアと原稿制作

●タイプ

編集部による取材、撮影にて制作

●クライアント

日産自動車株式会社 様

●ご要望

全国紙の全15段での原稿制作と、併せて本誌とデジタルの取材撮影のご依頼をいただきました。

●内容詳細

新聞とのクロスメディアで実施したコラボタイアップ。男の隠れ家編集部が、本誌・新聞両方の原稿制作を担当し読み応えある雑誌クオリティ紙面を新聞に掲載、併せてデジタルでも公開しました。

●キャスティング

なし

●デジタル転載

なし

SNS PR

あり (SmartNews、lineにてブースト)



イベント

●タイプ

トータルプロデュース

●クライアント

公益社団法人 和歌山県観光連盟 様

●ご要望

和歌山県「アドベンチャーワールド」のパンダファミリーの認知拡大のため
タレントを起用してイベントを実施したいというご要望。

●内容詳細

杉浦太陽氏を起用して「アドベンチャーワールド」のパンダファミリーの認知拡大のためのファミリー層に向けた観光PRイベントと実施。リアルとオンラインで総勢500名規模で開催。オリジナル冊子も制作・配布。事前事後の告知も併せて実施。

●キャスティング

杉浦太陽氏 (俳優・タレント)

●デジタル転載

あり

●SNS PR

なし



イベント

●タイプ

編集部によるイベント構築、運営、集客、告知・報告ページ制作

●クライアント

濱田酒造株式会社 様

●ご要望

本格麦焼酎「うかぜ」の発売、さらに芋焼酎ブランド以外の焼酎ジャンルをさらに広めたいという想いで、少人数限定イベント開催をご要望。

●内容詳細

男の隠れ家制作チームにてイベント事業部を新たに立ち上げ、運営を一括して担当。集客においては26名限定とし、HP上と誌面で告知・集客を行った（開催1カ月半前に発表、約1週間で満席）。イベント当日は銀座「芋蔵」を会場とし、本格麦焼酎「うかぜ」のご紹介、ブレンダーとにほんしゅ（利き酒漫才師）との対談、鹿児島料理と本格麦焼酎「うかぜ」の会食を行った。

●キャスティング

にほんしゅ（利き酒漫才師）を司会進行として起用

●デジタル転載

あり

●SNS PR

あり（ブーストあり）



イベント

●タイプ

編集部によるイベント構築、運営、集客、告知・報告ページ制作

●クライアント

鹿児島県肝属郡・東串良町 様

●ご要望

鹿児島県で一番小さな町「東串良町」の町おこしをメインに、アウトドアで盛り上げたいとのご要望。

●内容詳細

イベントトータルプロデュース

2023年11月3日・4日に鹿児島県肝属郡・東串良町で行われた「体験型」アウトドアイベント「KAGOSHIMA outside Festival」をトータルプロデュース。企画・運営すべてを受託。さまざまなアクティビティ、地元参加型のイベントで盛り上がり、2日間で延べ1万5000人を集客。

●キャスティング

田中ケン タケダバーベキュー

●デジタル転載

あり

●SNS PR

あり (Instagram、Facebook、Twitterブースト)



コラボ商品

●タイプ

男の隠れ家 オリジナル企画

●コラボ企業

大海酒造 様

●内容詳細

男の隠れ家 × 大海酒造
「一番雫」の限定オリジナル
芋焼酎を企画。企業・商品
のブランド力向上の取り組み
として、生レモンと炭酸で
割る専用の芋焼酎を、限定
500本で開発しました。



●タイプ

男の隠れ家オリジナル企画

●コラボ企業

冒険用品 様(ヨコザワテッパン)

●内容詳細

キャンプギアで人気の鉄板の中でも元祖と
呼ばれる冒険用品様の「ヨコザワテッパン」
と男の隠れ家がコラボ。どこにでも持ち出せ
るミニサイズの「ヨコザワテッパンポケット」
を開発しました。



各スペースの広告料金表です。ご予算・ご要望などお気軽にご相談ください。

スペース	掲載料金	サイズ (天地×左右 mm)
表4	¥1,800,000 (税込¥1,980,000)	296×200
表2見開き	¥2,600,000 (税込¥2,860,000)	285×420
表3	¥1,200,000 (税込¥1,320,000)	285×210
目次対向	¥1,800,000 (税込¥1,980,000)	285×210
コラム対向	¥1,300,000 (税込¥1,430,000)	285×210
4C1P	¥1,200,000 (税込¥1,320,000)	285×210
Book in Book	¥4,500,000 (税込¥4,950,000)	275×210
制作費(1P)	¥375,000 (税込¥412,500)	—

発行：隔月27日(奇数月)
判型：A4変型(285×210mm)
製本：平綴じ右開き
オーダー締切日：発売日の60日前
原稿締切日：発売日の20日前(入稿校了)

※入稿はJMPAカラー準拠の
J-PDFデータにてお願いいたします。

●注意事項

- ・掲載料金については、消費税は含まれておりません。
- ・受領確認後のお申し込みキャンセルについては承っておりません。全額キャンセル料となりますので予めご了承ください。
- ・掲載スタートは通常AM10:00とします。
- ・各広告枠の料金、枠数、在庫、仕様は予告なく変更される可能性がありますので、必ず事前確認をお願いします。

●広告掲載規定 — 以下に示す表現を含む広告は、掲載できません。

- ・ユーザーに不快感を与えるような広告表現
- ・誇大表現・虚偽表現と判断されかねない広告表現
- ・違法行為を連想させ、または助長するような広告表現
- ・その他、弊社で不適切と判断する広告表現

●広告掲載の可否決定については、弊社が一切の権利を有するものとし、可否の理由を説明する義務を負いません。

一例として、以下の内容の広告掲載は原則お断りしております。あらかじめご確認ください。

- ・責任の所在が不明確なもの。
- ・暴力、賭博、麻薬、売春などの違法行為を連想させ、誘発させるおそれのあるもの。
- ・いわゆるマルチ商法など、特定商取引法に反する、またはそれに準ずる内容を含むもの。
- ・グロテスクな表現など、ユーザーに不快感を与えるおそれがあるもの。
- ・わいせつ表現に該当するような、いたずらに性的興奮を煽るもの。
- ・投機心、射幸心をいたずらに煽るもの。
- ・プライバシー権を侵害するおそれがあるもの。
- ・薬事法に抵触するような医療品、医薬品、化粧品、健康食品に関するもの。
- ・非科学的または迷信に類するもので、ユーザーに不安を与えるおそれがあるもの。
- ・商標、著作物などを無断で利用したもの。
- ・弊社と競合するサイト、サービス提供会社の広告に該当するもの。
- ・過去にユーザーからのクレームを招いたことがあるもの。
- ・その他、弊社が不適当と判断するもの。

●免責事項について

- 広告入稿・差し替え、リンク先ページにつきまして、期日までにご対応いただけない場合、掲載開始日を遅らせる場合がございます。
- 当社の事情により記事の掲載される位置が変更される場合がございます。あらかじめご了承ください。
- 弊社は、利用規約に反するとみなした広告を拒否または削除する権利を留保し、規約に反する事実が明らかとなった場合直ちに当該広告の掲載を停止し、当該広告により被った損害の賠償を請求致します。
- 広告記事における著作権、商標権、意匠権等の知的財産権に関する責任を含む、記事の作成・掲載によって生ずる一切の責任は広告主様が負うものとします。
- SNSプラットフォーム側の事情により起きた現象においては、責任を負いかねます。
- 火災、停電、天災地変等の不可抗力、システムの定期的なメンテナンスや移管等または三栄の責によらない不具合等により、広告が掲載及び配信されない時間が発生する場合がございます。その場合、月間48時間を超えない場合は免責といたしますので御了承ください。

男の隠れ家

株式会社三栄

男の隠れ家 広告に関するお問い合わせ先

第二営業企画局

koukoku@san-ei-corp.co.jp