

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——
大人的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、いつしか周りと折り合いをつけるための道具になってしまいます……。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」を求めていました。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、読者の皆さん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



平均記事PV数

~1,500 PV



メルマガ会員数
5,020 人 (LINE)



Instagram
フォロワー数
3,718 人



X
フォロワー数
3,693 人



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

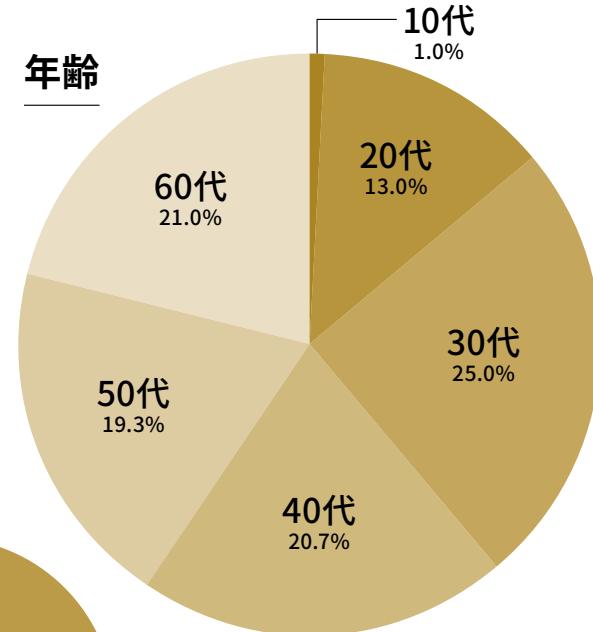
時代に流されず、確かな情報を求める、こだわりの大人たちにリーチします。読者の皆さまは、「モノ」としての雑誌の魅力を感じていただける人々です。また、本誌を中心とした、よりコアなテーマを扱う別冊ムックなども制作しています。同じ特集内容は電子書籍版でもご覧いただけるほか、SNSやWEBサイトでも情報を発信しています。

属性 — ATTRIBUTE —

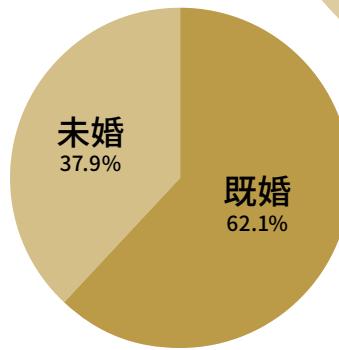
※男の隠れ家読者アンケート回答より抜粋

- 「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る。
- 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しゃいます。
- 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。

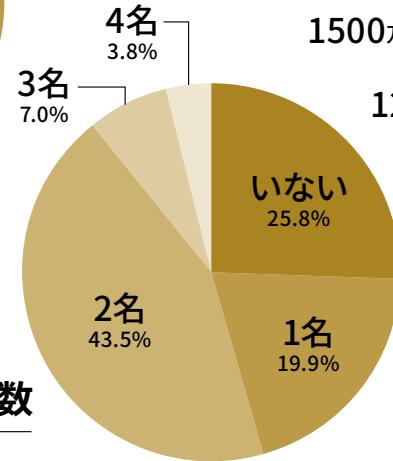
年齢



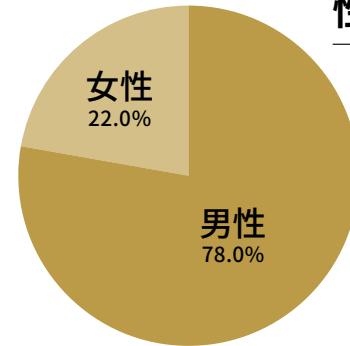
既婚未婚



お子様の人数

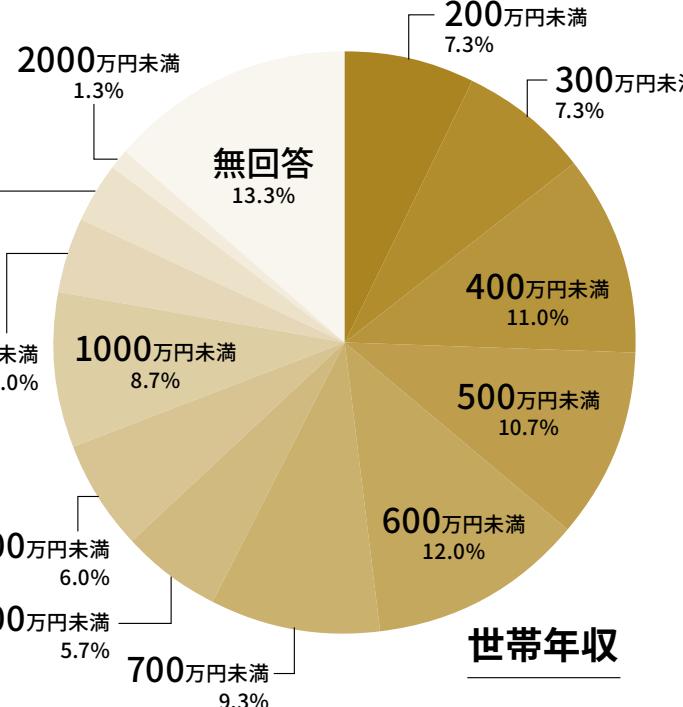


性別



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%

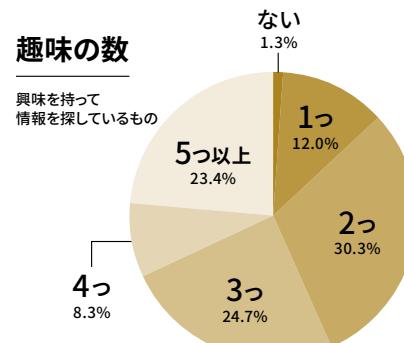


職業

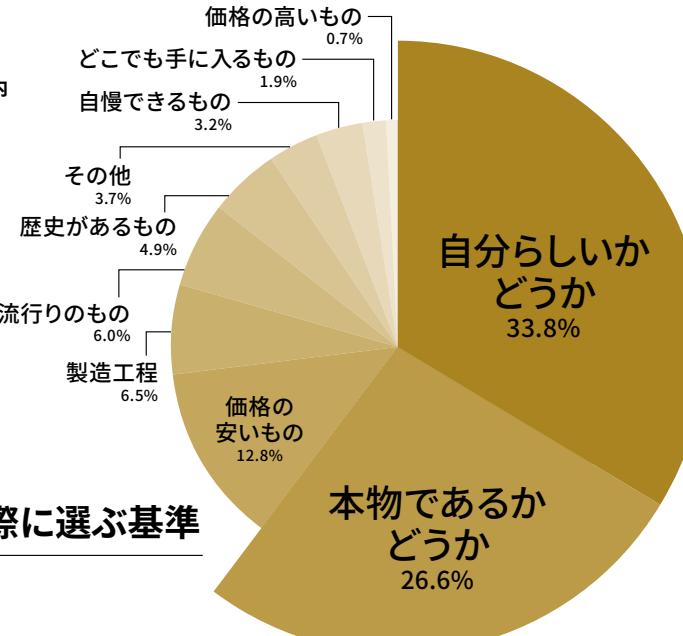
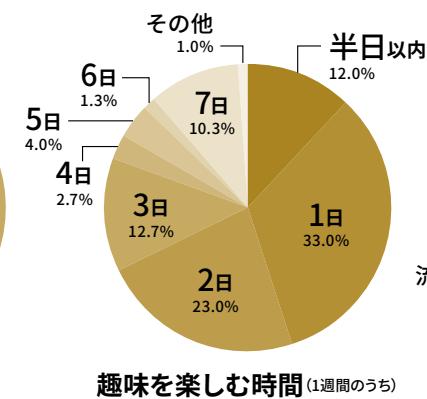
会社員	49.0%
パート・アルバイト	10.7%
無職	8.0%
公務員・団体職員	6.0%
自営業	5.0%
専業主婦・専業主夫	4.0%
会社管理職	3.7%
派遣・契約社員	3.3%
会社役員	3.3%
自由業・専門職	3.0%
その他	2.0%
専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生	2.0%

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みを感じています。
- 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ける時間は、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%。

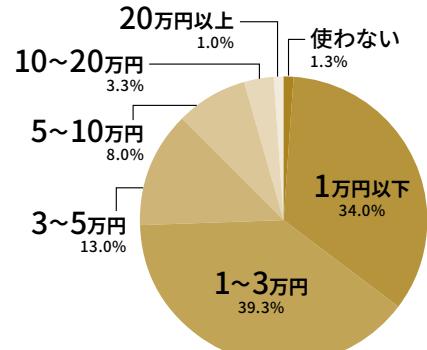


趣味の内容

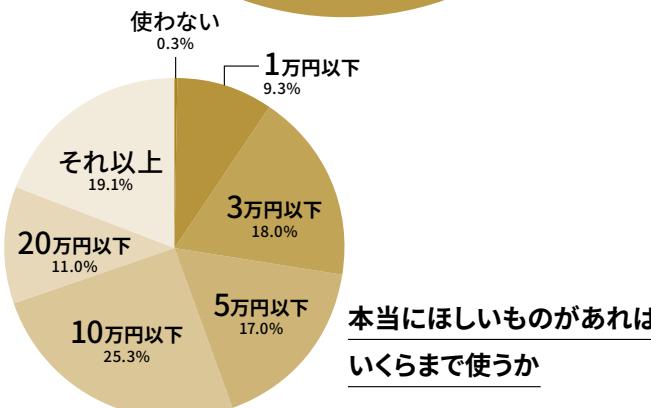
国内旅行	64.8%
グルメ	56.3%
テレビ・動画・映画鑑賞	37.3%
アウトドア	34.5%
スポーツ観戦	32.4%
海外旅行	30.3%
読書	28.2%
パソコン・インターネット	28.2%
マンガ・アニメ	26.8%
健康・運動・ダイエット	26.8%
音楽鑑賞・ライブ・コンサート	24.6%
ファッション	21.8%
ガーデニング・家庭菜園	19.7%
芸術鑑賞	19.0%
その他	0.7%

※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・ブランドの公式サイト	9.3%
YouTubeのレビュー・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%
長く続いている知人・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%

ユーザーデータ

2025.7 Ver.1.0 MEDIA GUIDE

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

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で、
旅情を掻き立てられます

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

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

秘湯案内、
最高でした。
体と心を
温めに行きたいです

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
いただいている

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
(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

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つた

読者の
皆さまの声

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

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

| 美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」つの2つの浴槽を備える。源泉は雲仙地獄から湧き出た錆と硫黄分を含む酸性の湯があり、湧った色味が特徴だ。内風呂の造りも特徴的で、壁面に色々な色のステンドグラスが施されている。朝日が差し込む時間帯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、みながに入る露天風呂も違った趣。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が堪能できる。

| 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 雲仙の夕食は「和華蘭文化」のひとつである卓袱料理(しゃくくりょうり)に欠かせない「萬角煮」をリユットした卓付で始まる。水の代わりに温泉水を使って挽いた雲仙名物「湯せんべい」にこのリユットをつけて味わう一品が今夜の料理の期待をふくらませる。続いで、酢の物・八寸・お造りと一緒に盛り合わせた「宝来盛り」では、卓袱料理の丸い卓上イメージした鮮やかな朱色の器で供される。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、牛肉や豆腐、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 | 凹凸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人の天正遣少・元使節によりヨーロッパから長崎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名字を自分で転写。力加減によって文字の墨が出来ると、自分の手で印刷する味わいを感じられるのも、いまとなっては貴重な体験だ。

Branding 温泉旅館ブランド、23箇所の「界」へ

「界」は星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。「王道なのに、あたらしい」をテーマに、季節の移ろいや和の趣、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、その地域の伝統文化や工芸を体験する「ご当地楽」や、地域の文化に触れる客室「ご当地宿」が特徴であり、2024年4月に宮城県・秋保温泉に「界 秋保温泉」が、9月には岐阜県・奥飛騨温泉郷に「界 奥飛騨」が新規開業した。
<https://hoshinoresorts.com/ja/brands/ka/>

さらに活版印刷体験(元祖)も面白くて和華蘭文化異国情緒を味うことができる宿「界 雲仙」。16室ある客室付き露天風呂(上)には在るその名の通り湯けむりを中心とした空間になつており、目の前の地獄を感じながら湯は極楽そのもの。

また、2種の湯が愉しめる内風呂(左)も素敵だ。鉄分・硫黄を多く含む酸性の湯は源泉掛け湯で再開できるところは、世界にただひとつ。自分だけの旅の思い出を作りたい。

かい うんぜん

長崎県雲仙市小浜町雲仙321
TEL: 0958-94-0044(受付時間: 10時~21時)
客室料金: 2名1室: 11万122円付(万5000円~)(税・サ料込) カード可 部屋数: 51
チケット料金: 1名1枚: 12,000円(税・サ料込)
営業時間: 10時~21時(最終受付: 20時) (祝日・JR
連休前日・祝日) 約1時間半 (長崎空港より約1時間半)
<https://hoshinoresorts.com/ja/hotels/kainzen/>

雲仙温泉

●長崎県雲仙市

界 雲仙

雲仙地獄の三分之一に触れる
異国情緒を存分に愉しめる湯宿

かい うんぜん

長崎県雲仙市小浜町雲仙321
TEL: 0958-94-0044(受付時間: 10時~21時)
客室料金: 2名1室: 11万122円付(万5000円~)(税・サ料込) カード可 部屋数: 51
チケット料金: 1名1枚: 12,000円(税・サ料込)
営業時間: 10時~21時(最終受付: 20時) (祝日・JR
連休前日・祝日) 約1時間半 (長崎空港より約1時間半)
<https://hoshinoresorts.com/ja/hotels/kainzen/>

075 男の隠れ家 December 2024 取材協力: 星野リゾート

December 2024 男の隠れ家 074

09

PROJECT NEWS

2025.7 Ver.1.0

男の隠れ家

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



PROJECT NEWS

2025.7 Ver.1.0

男の隠れ家

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きとのご要望でした。

● 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



バイきんぐ 西村瑞樹が語る オレとホルモン料理



抜刷り冊子の
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

富士フィルム株式会社 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にまとめでご紹介。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



GFX 100RF

07 実機見のアスペクト比
08 実用ギヤで手軽に簡単に使える
09 富士フィルムだからできる色表現
10 2Dのフィルムリターン機能
11 こだわりある人を撮る
12 「Aeon」「SOM」「SCM」
13 3D現のデジタルレンズ交換システム
14 ハイレベルなトラッキング性能
15 ラージフォーマットの撮像範囲
16 飲食店にも最適

GFX 100RF

01 実機見のアスペクト比
02 実用ギヤで手軽に簡単に使える
03 実用ギヤで手軽に簡単に使える
04 実機見のアスペクト比
05 実機見のアスペクト比
06 実機見のアスペクト比
07 実機見のアスペクト比
08 実機見のアスペクト比
09 実機見のアスペクト比
10 実機見のアスペクト比
11 実機見のアスペクト比
12 実機見のアスペクト比
13 実機見のアスペクト比
14 実機見のアスペクト比
15 実機見のアスペクト比
16 実機見のアスペクト比

GFX 100RF

**新規店舗もまた、ここでも新しい風景
新規店舗店舗**

01 新規店舗もまた、ここでも新しい風景
新規店舗店舗

おまかせの旅

02 おまかせの旅

五十四里酒造

03 五十四里酒造

五十四里酒造

PROJECT NEWS

2025.7 Ver.1.0

男の隠れ家

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

にはんしゅ(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)

この日のためにわざわざ鹿児島から駆けつけてくれた濱田酒造ブレンダードレーラーの大庭栄作さん。

香りが伸びないよう温度を落とすカゼキライティング。これで氷が溶けにくく、フレンド技術の基盤を形成した。

Ryukyu cuisine

①(鹿児島県産ブリのお造り)は甘い鹿児島の瀬戸内海で育った魚です。②それそれ自分好みの飲み方で「うかぜ」と利き味を味わう。③メイドイン鹿児島県鹿児島と鹿屋の梅林酒場。

Fun event

①スタートから終了まで会場を盛り上げ続けていたのはんしゅ(02人)。②うかぜと相性がよかった料理の紹介では皆さん興奮するものでした。③参加者にはお土産に1人1本「うかぜ」をプレゼント。

Event venue
「本格麦焼酎 うかぜ」
ピックアップハイボールを飲む女性はささが特徴的な本格麦焼酎「うかぜ」。本格麦焼酎の味わいがあり、新規の方でもお手堅くお召し頂ける商品である。
本格麦焼酎
アルコール度数: 25度
希望小売価格: 1,000ml瓶 1,640円
900ml瓶 1,540円
(問) 濱田酒造株式会社販賣部 090-51-5820

Event venue
「本格麦焼酎料理
「芋蔵 葦原」
本格麦焼酎と恵少穂の地鶏が別格に楽しめるお店。美味しい料理と10種類の地鶏のセラーグリル!
東京都墨田区向島2-10-1
電話番号: 03-3720-5417
アクセス: 東京メトロ南北線「向島」駅 徒歩3分

003 銀の巻内面 February 2025

002 銀の巻内面 February 2025

大盛況のスペシャル試飲会レポート!

濱田酒造「本格麦焼酎 うかぜ」と鹿児島料理に盛り上がる夜

Event Report



PROJECT NEWS

2025.7 Ver.1.0

男の隠れ家

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 タケダバーべキュー

●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 「一番零」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データにてお願ひいたします。

●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ございますので、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