

男の隠れ家 株式会社 三栄

MEDIA GUIDE 2025

男の隠れ家 とは、どんな雑誌か？

知的好奇心を求める大人たちへ——。

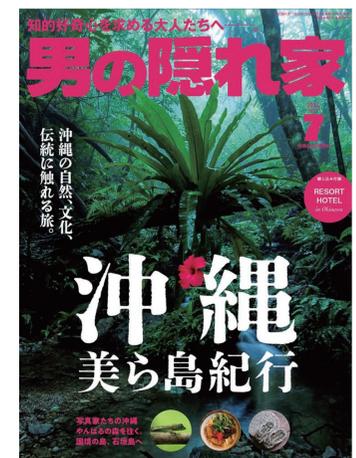
男性は幾つになっても“隠れ家”を求めている。
日常を忘れられる自分だけの空間や時間。

1997年の創刊以来、雑誌「男の隠れ家」は
“隠れ家”を求める男性たちへ向けて
毎月ワンテーマで深く掘り下げ、
以下の3要素を中心に提案し続けています。

確かな情報に
基づく現地取材
ルポ

知りたいことを
常に深掘り
ナレッジ

旬の情報を
逃さず網羅する
トピックス



最高のステータスの「次」にある、 「いいもの」「いいこと」ってなんだろう？

多くの人がいい！と思う物事の、さらに先を見ている生き方。年齢も重ね、最高級や本質を知った男たちが次に求めるのは、やはり自分らしさです。「全員がいい」よりも、これからは「自分にとっていい」を優先したい。その先の人生の集大成となる体験を欲しています。最高の物や体験を知る大人が価格やステータスにとらわれず、真の価値や満足感を追求。本質を見極め、独自の価値やストーリーに共鳴する生き方とは？

Case Study

地位や成功の先にある「本質的な生き方を探求する」男たち。

時代の流れにとらわれず、本来、見過ごしてしまうようなことの中に本当の良さを見出す。

「最高の次にあるものってなんだろう？」を求め「新たなこだわりを発見できる人たち」。そんな男性が主な読者です。

CAR

クルマ

本物と認めたものに対してお金をかけることを惜しまず、いわゆる高級車を購入し乗っていた時期もあるが、いまは時代の最先端をいく電気自動車に乗っている。クラシックカーにも興味あり。

Lifestyle

ライフスタイル

時代の流れ、常に流行りに敏感で新しいものが大好きだが、日本古来の伝統を愛でることも知っている。最先端であることの真逆にあるような物事の「ならではの格好良さ」を自ら見出せる。

Travel

旅

国内外を多く旅し、各地の魅力を知っている。しかし、いわゆる観光地だけにとらわれず、その土地の魅力を追求め「心に響き、記憶に残る旅」を常にテーマにしている。

Food

食

最高の食材を楽しむラグジュアリーさももちろん知っているが、年齢と共に経験を重ね、自分の体を労りつつも、旬の食材をバランスよく食すことを好む。地産地消にも強い関心を持つ。

Outdoor

キャンプ

ハイブランドギアにも敏感でアウトドアシーンを先導。しかし、歳を重ねるごとにそこにある自然そのものを理解し、自然の中で遊ぶことの意味を追求するナチュラルスタイルに。

CAR クルマ

ブランドにとらわれず
時代を先読みした
乗り換えを実践する人



田中健吾さん
(エグゼクティブ / 55歳)

プロフィール: 田中さんは大手企業の役員を務めるエグゼクティブ。長年の努力で社会的地位と経済的な成功を手に入れ、家族との時間や個人の時間も大切にしています。彼はこれまでに複数の高級車を所有してきましたが、現在は本質的な価値とこだわりを持つ車を探しています。

選択肢: ハイブリッドや電気自動車など、環境に配慮しつつも性能やデザインに優れた車。

理由: 田中さんは環境への配慮や持続可能性に関心があり、単なるステータスシンボルではなく、意味のある選択をしたいと考えています。また、車の細部にまでこだわりが感じられるデザインや技術を重視しています。

Lifestyle ライフスタイル

実は身近にある、
本当にいいものを再確認
できる嗅覚を持つ人



島田秀さん
(大学教授 / 50歳)

プロフィール: 島田さんは大学で教鞭をとる教授。研究と教育に情熱を注ぎつつ、個人の生活でも充実を求めています。社会的地位を確立した今、彼は物質的な豊かさよりも精神的な充実とこだわりを重視しています。

選択肢: 瞑想やヨガなどのマインドフルネス活動を日常に取り入れる。日本の伝統工芸品やアートを収集し、文化的な活動に参加する。週末には自然の中で過ごし、リトリートに参加することも。

理由: 島田さんは物質的な成功を超え、心と精神の豊かさを求めています。彼は静かで内面的な充実をもたらす活動や、本質的な価値を持つ文化や自然とのつながりを大切にし、その選択には強いこだわりがあります。

Travel 旅

派手さはなくとも心に響き、
いつまでも記憶に残る旅を
楽しめる人



山乃上章博さん
(会社経営 / 62歳)

プロフィール: 山乃上さんは企業を営む成功者で、多忙な日々を送る中でも定期的に旅を楽しむことが趣味です。社会的地位を確立し、経済的な余裕もある彼は、今ではただ豪華な旅行ではなく、心に響く本質的な体験を求めています。

選択肢: 地元の文化や自然と深く触れ合うエコツーリズム。例えばサステナブルなツアーや、リトリート施設でのチルアウト体験。また、歴史的な街並みを散策しながら地元の人々と交流する小さな村への旅なども。

理由: 山乃上さんは物質的な豪華さではなく、旅先の自然や文化との深い繋がりを求めています。彼は旅を通じて、新しい視点や内面的な成長を体験し、そのプロセスに強いこだわりがあります。

Food 食

食材の背景を知り、
旬の食材を旬の時に食す
喜びを理解できる人



柴崎孝太郎さん
(フードジャーナリスト / 58歳)

プロフィール: 柴崎さんはフードジャーナリストとして多くのレストランや食材を取材してきた経験があります。社会的成功を取めた今、彼は単なるグルメではなく、本質的な食体験と食材へのこだわりを求めています。

選択肢: 地元の有機農家から直接仕入れた新鮮な食材を使った料理を楽しむ。例えば、自然農法で育てられた野菜を使用するレストランや、自宅でのファーム・トゥ・テーブルディナー。また、伝統的な発酵食品や無添加の食材にこだわる食生活など。

理由: 柴崎さんは、食材の生産背景や料理に込められたストーリーに価値を見出しています。彼は食を通じて健康と幸福を追求し、そのプロセスに対するこだわりを持っています。また、地元の生産者との繋がりがサステナビリティを重視する食体験を大切にしています。

Outdoor キャンプ

見た目だけでなく
自然体験の本質を理解して
非現実を愉しめる人



森瑞樹さん
(マーケティングディレクター / 51歳)

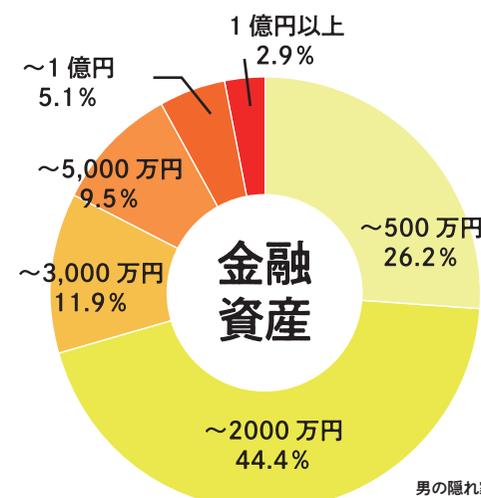
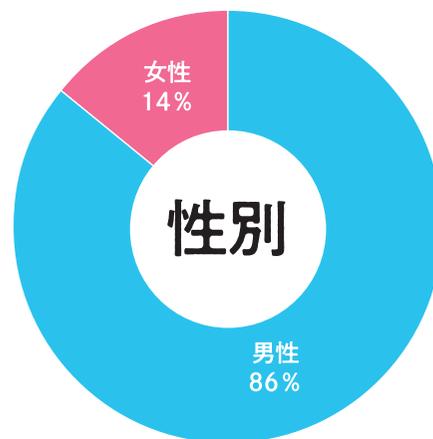
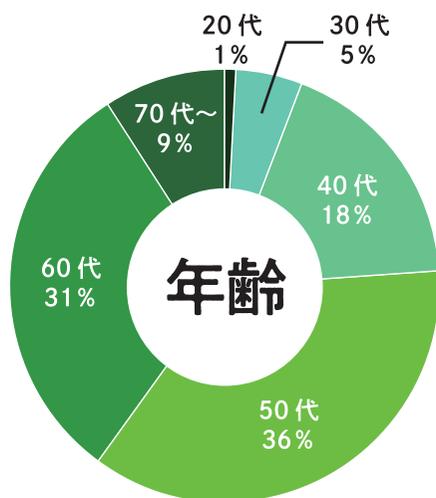
プロフィール: 森さんは都市部で働くマーケティングディレクター。仕事では忙しい日々を過ごしながらも、週末や休暇には自然の中でリラックスすることを好んでいます。彼は子供の頃からキャンプが好きで、大人になってからもその趣味を続けています。

選択肢: 流行のファッションブルなギアに囲まれることだけに重点をおかず、できるだけミニマムに自然そのものを感じるようなキャンプを心がけています。焚き火や星空観察はもちろん、ネイチャープログラムなどにも参加します。

理由: 自然と触れ合うことでリフレッシュし、心の豊かさを感じています。また、環境への配慮や持続可能な生活を大切にしており、自然を傷つけないよう心がけています。キャンプを通じて得られる静寂や自然との一体感に強いこだわりを持っています。

男の隠れ家 の読者層はどんな人？

自分の独自性にこだわり物事を表面的に見るのではなく、その背景も含めて判断する。
 男のロマンを追求しノスタルジーを愛し、そして常に遊び心を忘れない。
 そんな傾向（2000万円以上が約3割）が見られます。



男の隠れ家読者アンケート回答より抜粋
 ※年齢・性別はCCCデータ参照

自家用車所有率：約78%
 バイク所有率：約21%

持ち家率：約72%
 内戸建て所有率：約60%

興味・関心があること

- 1位 国内旅行
- 2位 外食・グルメ・食べ歩き
- 3位 アウトドア
- 4位 歴史・文化
- 5位 テレビ・映画・動画鑑賞

いま、一番欲しいモノ

- 1位 車・バイク
- 2位 秘密基地（書斎、趣味部屋など）
- 3位 PC・スマホ・ガジェット
- 4位 ひとりで過ごす時間
- 5位 家電

旅で重視するポイント

- 1位 宿（ホテル・旅館）
- 2位 味覚・本場料理・地酒
- 3位 温泉
- 4位 名所・旧跡（世界遺産など）
- 5位 移動手段（車、飛行機、電車など）

男の隠れ家 が、できること。

WEB 媒体

ご予算に合わせ、取材あり / なしで記事作成。
公開された記事はすべて WEB 媒体「男の隠れ家デジタル」
のコンテンツとしてアーカイブが可能です。

小冊子・抜刷り

タイアップ記事を二次利用し、高クオリティな冊子や書籍
の制作が可能です。イベントでの配布やプロモーションに
ご活用いただけます。

※別途、パンフレット等の制作も可能です。

コラボ商品

企業のモノづくりをバックアップし、コラボ商品の発案から
開発、製造、販売までサポートいたします。
また、その模様は各メディアにてレポート記事化が可能。

※PB 商品開発も可能です。

雑誌媒体

本誌「男の隠れ家」にてタイアップ掲載をご提供。
純広告や誌面タイアップ、第3特集、クロスメディアなど
さまざまなニーズにお応えいたします。

※1冊すべてタイアップするカスタムムック制作も可能です。

イベント

読者や内容にあった客層を集客し各種イベントの企画・運
営をいたします。企業や地方自治体がリーチしたいター
ゲットに合わせて、各メディアと連携し開催いたします。

キャスティング

創刊以来、培ってきた豊富な人脈を生かし、タレントをは
じめ有識者や著名人、各分野に特化したライター、カメラ
マンなどのキャスティングが可能です。

EC サイト

EC サイト「男の隠れ家 PREMIUM」では高品質な商品を取
り扱っています。企業や地方自治体がプロモーションし
たい商品を販売・PR することが可能です。

※特集として取材も可能です。

その他、取材で撮り下ろした写真は、一部お貸出、お渡しも可能です。(カメラマン、取材先の著作権、著作権等がクリアできる場合に限り)

男の隠れ家 AD MENU

広告メニュー

男の隠れ家 AD MENU ①

「純広告」「誌面タイアップ」はともに、最もベーシックなタイアップメニューです。

純広告

雑誌広告の中で最も標準的な広告です。特に表紙・裏表紙まわりや目次対向などでの掲出は露出が大きく、商品やサービスの認知拡大やターゲット層へのアプローチが可能です。

制作 完全版下の原稿入稿、または支給素材にて制作

スペース 表 4、表 2 見開き、表 3、目次対向
コラム対向、4C1P

ページ数 4C1P / 4C2P を基本とする

料金 ¥1,800,000 (表 4 の場合)～
※その他スペースの掲載料金は「料金表」参照

- 素材について：広告原稿は完全版下、完全データにてお願いします。
- 申込締切について：申込は発売日 60 日前、広告原稿締切は 20 日前です。
- 原稿サイズについて：料金表にて記載。
- 広告内容が不相当と思われる場合、その掲載をお断りすることがあります。
- 編集部にて原稿を制作する場合、別途、制作費が発生いたします。

誌面タイアップ

編集部が制作する記事広告です。各分野に特化した制作スタッフが商品やサービスを取材・撮影します。第三者視点でのレビューは読者の信頼を得やすいといわれます。

制作 編集部にて取材、または支給素材にて制作

キャスティング 著名人・タレントの起用が可能
※別途、出演料が発生します

ページ数 ご予算・ご要望に合わせて対応可能

料金 ¥1,575,000 (4C1P の場合)～

- 素材について：支給素材で制作する場合、商品や写真の提供をお願いします。
- 申込締切について：申込は発売日 60 日前です。
- キャスティングについて：著名人・タレントのアサインに時間を要する場合があります。ご希望の際は早めにご相談ください。詳細についてはお問合せください。
- ページ数について：1～5P 程度まで幅広く対応いたします。
- 掲載料金のほか別途、制作費が発生いたします。料金表をご参照ください。遠方取材時、別途費用。
- 1 冊全てをタイアップする「カスタムムック」の制作も可能です。

男の隠れ家 AD MENU ②

より詳細に雑誌を構成する企画の一つとして「取材」を敢行。訴求力のあるタイアップメニューです。

Book in Book

綴込み冊子形式のタイアップ広告です。雑誌記事との差別化が大きく、ページ数も豊富です。また掲載後、小冊子（※別途料金）で納品もできるのでイベントなどでの配布が可能です。

制作 編集部にて取材、または支給素材にて制作

キャスティング 著名人・タレントの起用が可能
※別途、出演料が発生します

ページ数 ご予算・ご要望に合わせて対応可能

料金 ¥4,500,000 (8P)～

● 素材について：支給素材で制作する場合、商品や写真の提供をお願いします。● 申込締切について：申込は発売日 60 日前です。● キャスティングについて：著名人・タレントのアサインに時間を要する場合があります。ご希望の際は早めにご相談ください。詳細についてはお問合せください。● ページ数について：16P から幅広く対応いたします。● 掲載料金のほか別途、制作費が発生いたします。料金表をご参照ください。● サイズは 275×210mm、センター配置となります。

第3特集

特集の一つとして掲載可能な広告です。普段から記事を作成する熟練スタッフが、商品やサービスを深く掘り下げた取材を行い、雑誌コンテンツの一部として読者へアプローチします。

制作 編集部にて取材、または支給素材にて制作

キャスティング 著名人・タレントの起用が可能
※別途、出演料が発生します

ページ数 5～9P が基本的なページ構成

料金 ¥3,500,000 (7P)～

● 素材について：支給素材で制作する場合、商品や写真の提供をお願いします。● 申込締切について：申込は発売日 60 日前です。● キャスティングについて：著名人・タレントのアサインに時間を要する場合があります。ご希望の際は早めにご相談ください。詳細についてはお問合せください。● ページ数について：5～7P が基本ページ数です。詳細はご相談ください。● 掲載料金のほか別途、制作費が発生いたします。料金表をご参照ください。

男の隠れ家 AD MENU ③

弊社が持つ他媒体との連携や、コラボ商品開発などスペシャルなタイアップメニューです。

クロスメディア

制作は編集部が行い「男の隠れ家」での掲載と同時に、弊社が運営する多種多様な媒体にも広告掲出ができます。これにより比較的安価に多媒体で露出、多くの読者へリーチが可能です。

制作 編集部にて取材、または支給素材にて制作

キャスティング 著名人・タレントの起用が可能
※別途、出演料が発生します

ページ数 ご予算・ご要望に合わせて対応

料金 媒体によってご相談

- 素材について：支給素材で制作する場合、商品や写真の提供をお願いします。
- 申込締切について：申込は発売日 60 日前です。
- キャスティングについて：著名人・タレントのアサインに時間を要する場合があります。ご希望の際は早めにご相談ください。詳細についてはお問合せください。
- ページ数について：1～5P 程度まで幅広く対応いたします。
- 掲載料金のほか別途、制作費が発生いたします。料金表をご参照ください。

コラボ商品

雑誌と連動してコラボ商品の企画・開発から販売までをサポートします。商品が発売されるまでの様子を毎月レポート記事として掲載するので長期間で読者へのアプローチが可能です。

制作 レポート記事は編集部にて制作

商品開発 企画から編集部が参加

ページ数 ご予算・ご要望に合わせて対応

料金 案件により異なる

- レポート記事について：開発から発売までドキュメンタリー形式で毎号掲載します。
- 商品開発について：よりよい形で商品をローンチできるよう適宜ご相談の上、編集部スタッフおよびプロデューサーなどが参加いたします。
- プロモーションについて：WEB・SNS でのプロモーションを行います。
- ページ数について：毎号、最新情報含む告知・レポート記事を掲載。
- その他の詳細についてはお問合せください。

男の隠れ家 AD MENU ④

イベントのプロデュースや、デジタルに特化した形でのタイアップメニューです。

イベント

10名程度を集めた小規模ツアーやイベントから、地方自治体と組んだ大規模なイベントのサポート・オーガナイズ、そして運営までを集客人数や形式にこだわらず対応いたします。

制作	レポート記事は編集部にて制作
イベント	企画・集客・実施・レポートまで全面サポート
ページ数	ご予算・ご要望に合わせて対応
料金	案件により異なる

- レポート・告知記事について：ドキュメンタリー形式で毎号掲載可能。（ご予算別途）
- イベントについて：これまでの知見を生かし企画立案から参加しサポート、オーガナイズに関わります。10名規模から数万人を集客するものまでお任せください。
- プロモーションについて：WEB・SNSでのプロモーションを行います。
- ページ数について：1～5P程度で毎号、最新情報含む告知・レポート記事を掲載可能。
- その他の詳細についてはお問合せください。

デジタル

WEB媒体「男の隠れ家デジタル」（月間200万PV）と関連SNS（LINE・Twitter・Instagram・Facebook）で展開するタイアップです。デジタル関連の商材は特におすすめです。

制作	編集部にて取材、または支給素材にて制作
掲載ボリューム	1P（画像3～10点、テキスト3000文字程度）
想定PV	2000～PV/月
料金	¥600,000～（掲載料金＋制作費）

- メニューについて：取材での制作と支給素材での制作では料金が変わります。詳しくは別途メディアシートにてご案内しますのでお問合せください。● 「企画部PR」の表記が入ります。● 競合調整はいたしません。● 企画内容により、想定PV数に変動があります。● 撮影素材の二次利用ご希望の場合、別途費用が発生いたします。● 追加撮影、追加取材が必要な場合は別途お見積りいたします。● 校正は原則として1回とさせていただきます。

男の隠れ家 料金表

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)	269 × 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	¥ 1,400,000 (税込 ¥ 1,540,000)	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：毎月 27 日

判型：A4 変型 (285 × 210) mm

製本：中綴じ右開き

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。

男の隠れ家 CASES

事例紹介：メディアタイアップ事例

男の隠れ家 CASES ②

誌面タイアップ

タイプ 編集部による取材、撮影にて制作

クライアント APIO 様

詳細

4C4Pにて年間隔月6回の連載型広告です。
クライアントの商品(カスタム車)にて、旅をする企画で、宿やグルメ、観光要素を盛り込んだ読み応えのある広告を展開しました。

キャスティング なし

デジタル転載 なし

SNS PR なし

107 男の隠れ家 August 2024

105 男の隠れ家 August 2024

男の隠れ家 CASES ④

誌面タイアップ + 抜刷り冊子

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

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（バイキング）を起用。誌面掲載とともに抜刷り冊子も制作しました。

キャスティング バイキング・西村瑞樹氏（タレント）を起用

デジタル転載 なし

SNS PR なし



男の隠れ家 CASES ⑤

Book in Book

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

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



男の隠れ家 CASES ⑥

連載コラボ タイアップ

タイプ 編集部による取材、撮影にて制作
 クライアント 濱田酒造 様

詳細 様々な酒類の新たな魅力を紹介する本誌コラム連載と連動し、4C4Pにて酒造を現地取材。商品の製造工程、ブレンダーとの対談、地元・鹿児島料理とのペアリングを軸に紹介しました。

キャストिंग なし
 デジタル転載 あり
 SNS PR なし

デジタル掲載記事



男の隠れ家 CASES ⑧

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

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。



デジタル掲載記事



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 冒険用品 様 (ヨコザワテッパン)

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。



デジタル掲載記事



男の隠れ家 CASES ⑪

デジタル

タイプ Motor Fan.jp 編集部による取材、撮影

クライアント ゼネラルモーターズ・ジャパン 様

詳細

弊社自動車媒体【Motor Fan.jp】と「男の隠れ家 デジタル」のセットプラン。各媒体の特性を生かし、異なる視点で幅広いユーザーにキャデラックの魅力アプローチしました。

キャストイング なし

本誌掲載 なし

SNS PR なし

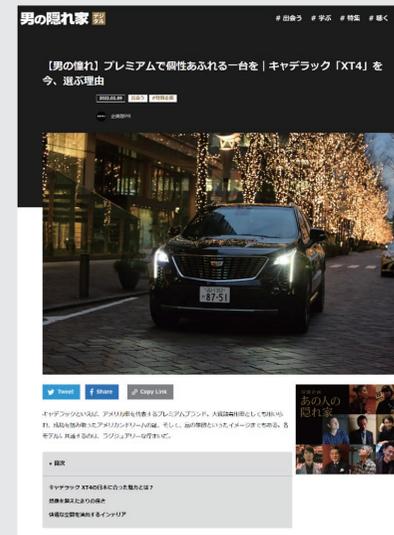
Motor Fan.jp



Motor Fan.jp 掲載記事



男の隠れ家デジタル



男の隠れ家デジタル 掲載記事



男の隠れ家 OTHERS

事業概要および会社紹介

男の隠れ家 メディアについて

本誌

男の隠れ家



月刊誌「男の隠れ家」は 1997 年の創刊より、歴史や文化、多彩な趣味に特化して毎月ワンテーマで特集を実施。近年は秘密基地（書斎や趣味部屋など）・旅・アウトドア・衣食住などが人気コンテンツです。

発行 毎月 27 日発売
判型 A4 変型 (285×210mm)
製本 中綴じ右開き

バック
ナンバー



WEB

男の隠れ家 デジタル



雑誌制作で培った取材力や編集力をベースに 2020 年にオープンした WEB「男の隠れ家デジタル」。本誌記事やオリジナルコンテンツを展開し、コロナ禍の 2021 年 9 月には月間 430 万 PV を達成しました。

月間 PV 2,042,163
月間 UU 1,309,697
※2022 年 9 月時点

TOP



EC

男の隠れ家 PREMIUM



長い年月をかけ、さまざまな日本の“よいもの”や“匠の技”に出会ってきた男の隠れ家が、読者やユーザーに本当におすすめできるプレミアムな逸品を紹介・販売する EC サイトを 2023 年に公開しました。

2023 年 3 月 27 日
オープン！

TOP



公式 SNS



男の隠れ家デジタル
外部配信先



CAMPANY

株式会社 三栄 (SAN-EI CORPORATION)

マーケティング事業本部 広告ビジネス部
第二営業企画局

担当 高橋宏昭
高橋正文

koukoku@san-ei-corp.co.jp

〒163-1126 東京都新宿区西新宿 6-22-1
新宿スクエアタワー 26F
<https://san-ei-corp.co.jp/>