



GQ  
JAPAN

雑誌、ウェブサイト、SNS、デジタルマガジン、etc.

## ビジネスとプライベートの両方で、“本質”にこだわる男の 24時間365日の情報源、『GQ JAPAN』

『GQ』は、1957年に米国で創刊し、現在19カ国で発行する、世界で最初のメンズ・ファッション&ライフスタイル誌です。

『GQ JAPAN』は、『GQ』の日本版として、2003年4月に創刊。  
知性・品性・感性を備え、ビジネスとプライベートの両方で“本質”にこだわる男性のための  
24時間365日の情報源として、多くのビジネスパーソンからの支持を得ています。

時代に影響を与えた各界の男性たちを毎年年末に表彰する「GQ Men of the Year」もご好評をいただいています。

ファッション、ビジネス、グルメ、車、ガジェット、旅、海外動向など、世界基準の男に必要な最新情報をお届けします。





## 鈴木 正文

1949年、東京都出身。『GQ JAPAN』編集長。  
慶應義塾大学にてフランス文学を専攻。  
コマーシャル・フィルム製作会社「芸研プロダクション」のアシスタントディレクター、「海事プレス社」海運・造船の業界紙の英字版の記者としてキャリアをスタート。月刊誌『NAVI』（二玄社）、『ENGINE』（新潮社）の編集長を歴任し、2011年11月『GQ JAPAN』編集長に就任。

“

子どものころ、長嶋茂雄が活躍していた。僕はプロ野球の選手になりたいと思った。中学生になって一転、外交官になりたいと思った。ひとつには、野球の腕前がそれほどでもないということを知ったためでもあったけれど、もうひとつには、中学に入って習いはじめた英語が、なんだか未知の世界への知的トビラを開いてくれたように思い、しじゅう英語を使って、しかも日本の外で生活することができそうな職業として15になったころには、アイビー・ファッションに身を飾ることにうつつを抜かすようになった。ビートルズやビーチボーイズにかぶれて、ロックバンドをやったりしたのもそのころだった。人前で一度だけ演奏してみても、即座に解散を決めた。正気を失っていなかったのがせめてもの救いだっただ。

そんな僕が、世の中のこと、つまり、世の中にたいして僕がなし得ることは何なのか、というようなことを考えるようになったのは、ようやく17歳に近づいたころだった。そのきっかけになったのは、ロマン・ロランというフランスの作家が書いた『ジャン・クリストフ』という分厚い本だった。

長嶋茂雄になれることを夢見ていたときは少年雑誌、外交官になりたいと夢見ていたころは探偵小説雑誌と洋物の音楽雑誌、アイビー狂いだったころはメンズのファッション誌やライフスタイル誌を読みふけり、世の中のなかのじぶんを考えるようになってからは、総合誌やジャーナリスティックな週刊誌、文芸誌、オピニオン誌、学術誌など雑誌という雑誌を手当たりしだいに読んでいた。僕のライフは、いつも雑誌とともにあった。僕の男としての骨格の基本は雑誌が形づくった、と信じている。

「GQ JAPAN」は、さまざまな分野でいまの日本を担っている男たちのための雑誌である。男たちが、一度しかないじぶんの人生を、どう送っていかうか、と考えるとき、そこに「GQ JAPAN」があって、彼らの役に立つ、というのが僕たちの願いである。男たちがなんのためにどんな仕事をし、なんのためにどんなライフスタイルをかたちづくり、そして男として、ひとりの人間として、どんな美意識と哲学をもって人生を生きるのか、ということに、かかわっていくことのできる雑誌が「GQ JAPAN」である。

そうそう、それからもうひとつ、「GQ JAPAN」には、他の男性誌にはない大きな特質がある。それは、日本の男性誌のなかでただひとつのインターナショナル・マガジンであるということだ。世界19カ国で男性誌をリードする各国の「GQ」はすべて「GQ JAPAN」の兄弟誌であり、それらの定評のあるコンテンツはつねに「GQ JAPAN」のコンテンツにも反映されている。ファッションやライフスタイル、ビジネスの世界で、いまこの国で、そして世界でなにが起きているのか――

そのことを真にインターナショナルなスケールと視野によって扱っているのが「GQ JAPAN」である。

さらに、強調しておきたいのは、第一級の書き手、フォトグラファー、クリエイターたちのみを動員して、「GQ JAPAN」の世界がつけられている、ということだ。

しかも、「GQ JAPAN」は紙の雑誌のみでそれをするのではない。同じ世界観で日々更新され、より広い、あるいはより狭い分野もどどんと扱うWEBがあり、そしてタブレット端末用に動画や音声込みで独自に編集されたアプリ版もある。プリント、WEB、アプリの、プラットフォームの異なる「GQ JAPAN」があるのだ。さらに、それぞれのプラットフォームは、ひとつの「GQ JAPAN」の世界を、それぞれのプラットフォームに最適化されたかたちで分有することによって、全体としてより豊かな「GQ JAPAN」の世界をつくることに貢献している。「GQ JAPAN」は、僕たちがいうところの「マルチプラットフォーム」の上立った総合メディアなのである。マルチに入口を持つことによって、より多くの、より多様なタイプの、日本を引っ張っていく男たちの要望に応えているのだ。

こんな男性誌、いままであったらどうか？僕が長嶋茂雄や外交官になりたかったころにはなかった。アイビー狂いのときにも、世の中にたいしてじぶんが貢献できる存在になりたいと思うようになったときにもなかった。なかったからこそ、「GQ JAPAN」には比類ない価値がある、と僕は信じている。

消費者の情報接触が多様化する中、  
雑誌を軸に、ウェブサイト/SNS/デジタルマガジン、  
日経マガジンスタイル/提携カフェ/イベントなど、  
マルチなタッチポイントを持ち、  
24時間365日様々なシーンで  
“本質”にこだわるビジネスリーダーにリーチします。



◇WEBSITE



**WEB**  
-PC  
-Smart Phone



◇DIGITAL MAGAZINE



Facebook  
Twitter  
Instagram  
Pinterest  
YouTube



**APPs**

**SNS**



GQ × NIKKEI MAGAZINE

**PRINT**  
GQ JAPAN

◇GQ × NIKKEI MAGAZINE STYLE



**COLLABORATION**  
-DEPARTMENT STORE  
-CAFE



◇COLLABORATION MITSUKOSHI WORLD WATCH FAIR別冊

**EVENT**



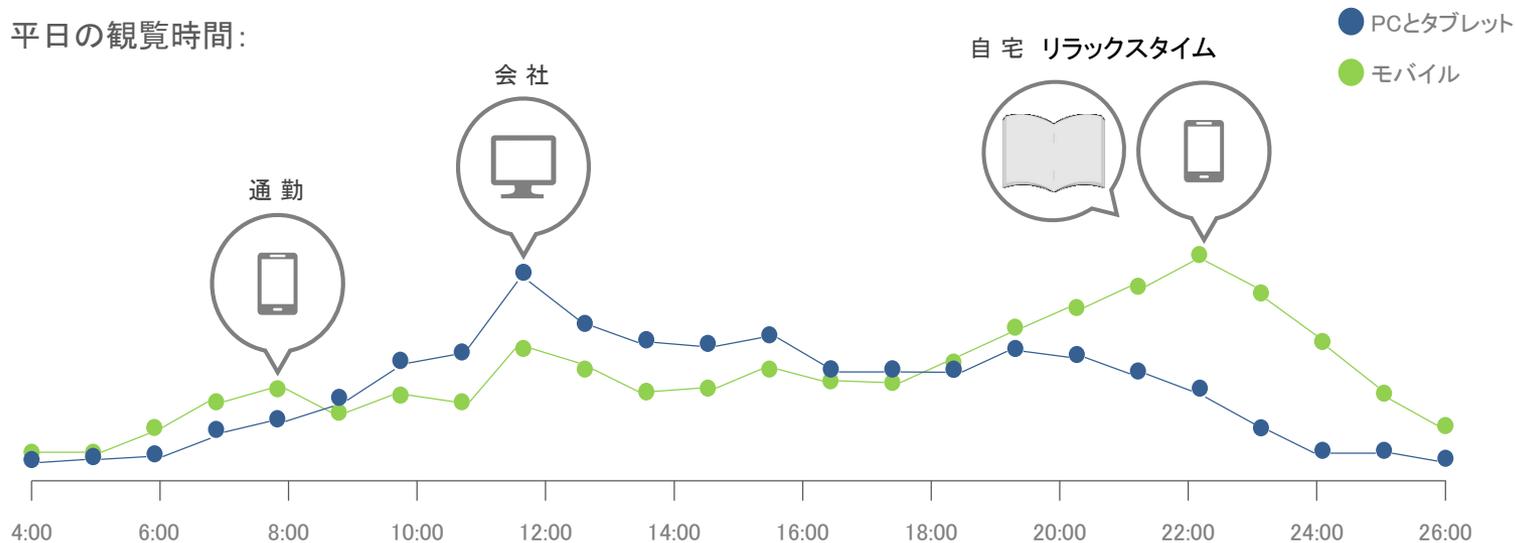
◇EVENT  
Men of the Year  
Most Stylish Man Search  
GQ Live!  
GQ Racing

**VIDEO**



◇VIDEO  
Behind the Scene  
Event Report  
Celebrity Interview

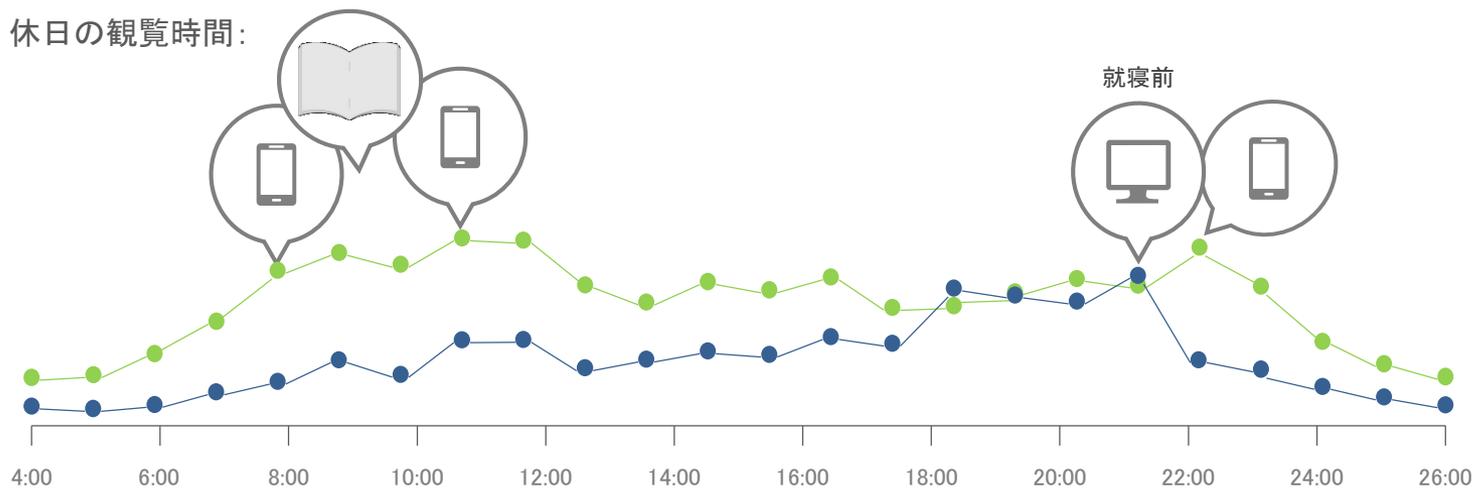
平日の観覧時間:



会社のPCでお昼休みにPCで観覧

平日は自宅に戻り、ゆっくりとコンテンツを見る傾向があります。

休日の観覧時間:



朝起きてからと出かける前の情報収集  
リラックスタイム

食後から就寝前での情報収集

GQ JAPANのオーディエンスは、雑誌だけにとどまりません。  
雑誌を軸に、ウェブサイト、デジタルマガジン、SNSといったマルチプラットフォーム展開を行うことで、  
より広く、より多角的に、消費者の情報接触の多様化にあわせてGQならではの情報を発信します。

## 【Print】

40,017

2016年1-3月 印刷証明付発行部数



## 【WEB】



## Page View

9,000,000

## Unique User

1,200,000

(2016年6月時点 自社調べを基にした公称数値)

## 【SNS】



92,078

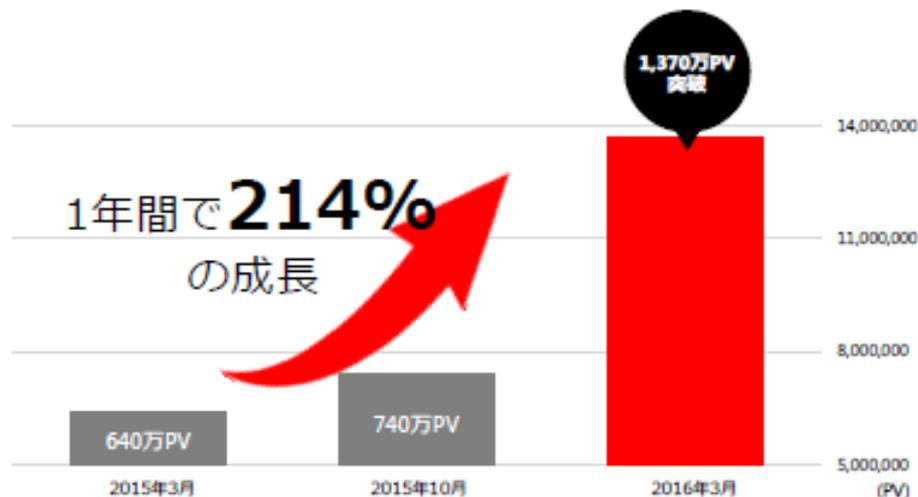


62,992



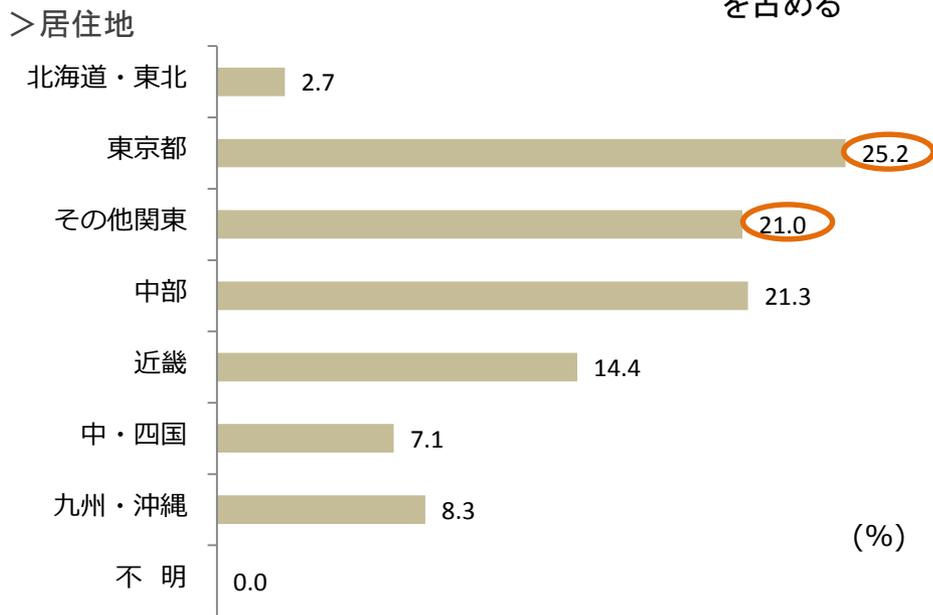
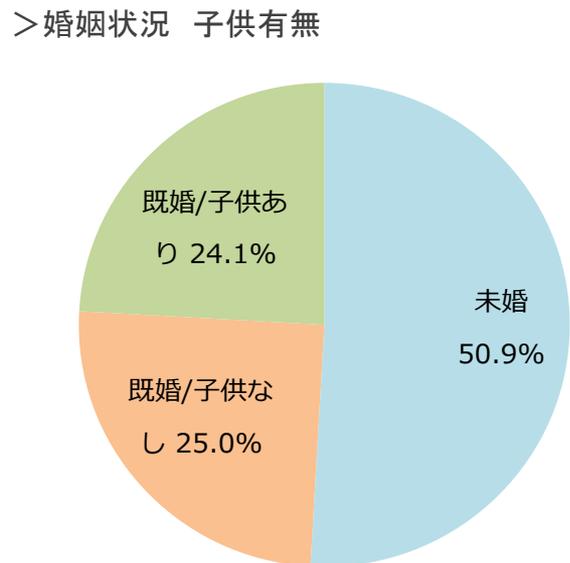
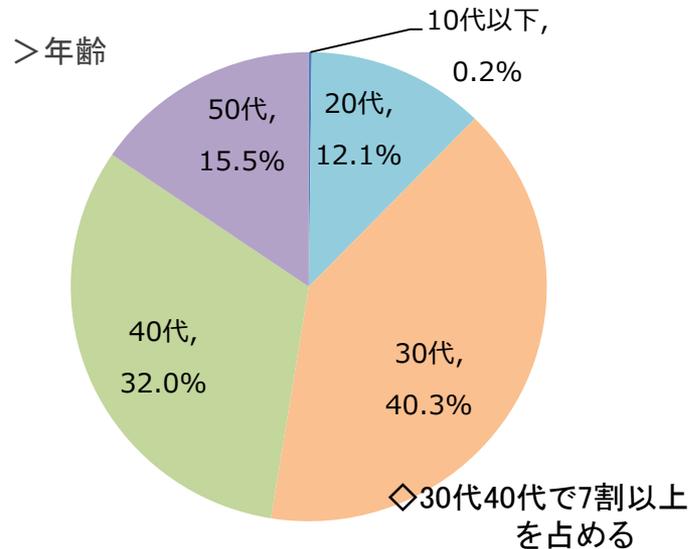
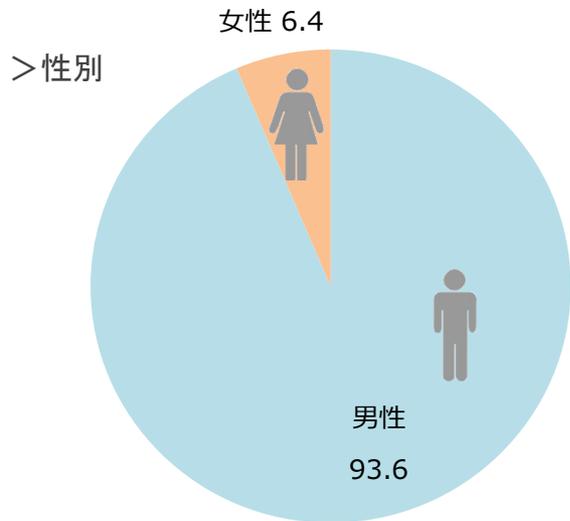
25,600

(2016年6月時点)



◇GQオーディエンス全体の**年齢は平均39才**。30代(40.3%)と40代(32%)がメイン。  
 ◇婚姻状況は未婚者50.9%、既婚者49.1%。居住エリアは関東エリアが45%を占めます。

\* オーディエンス＝「雑誌の購読者および閲覧者」  
 「ウェブサイト及びデジタルマガジンのユーザー」

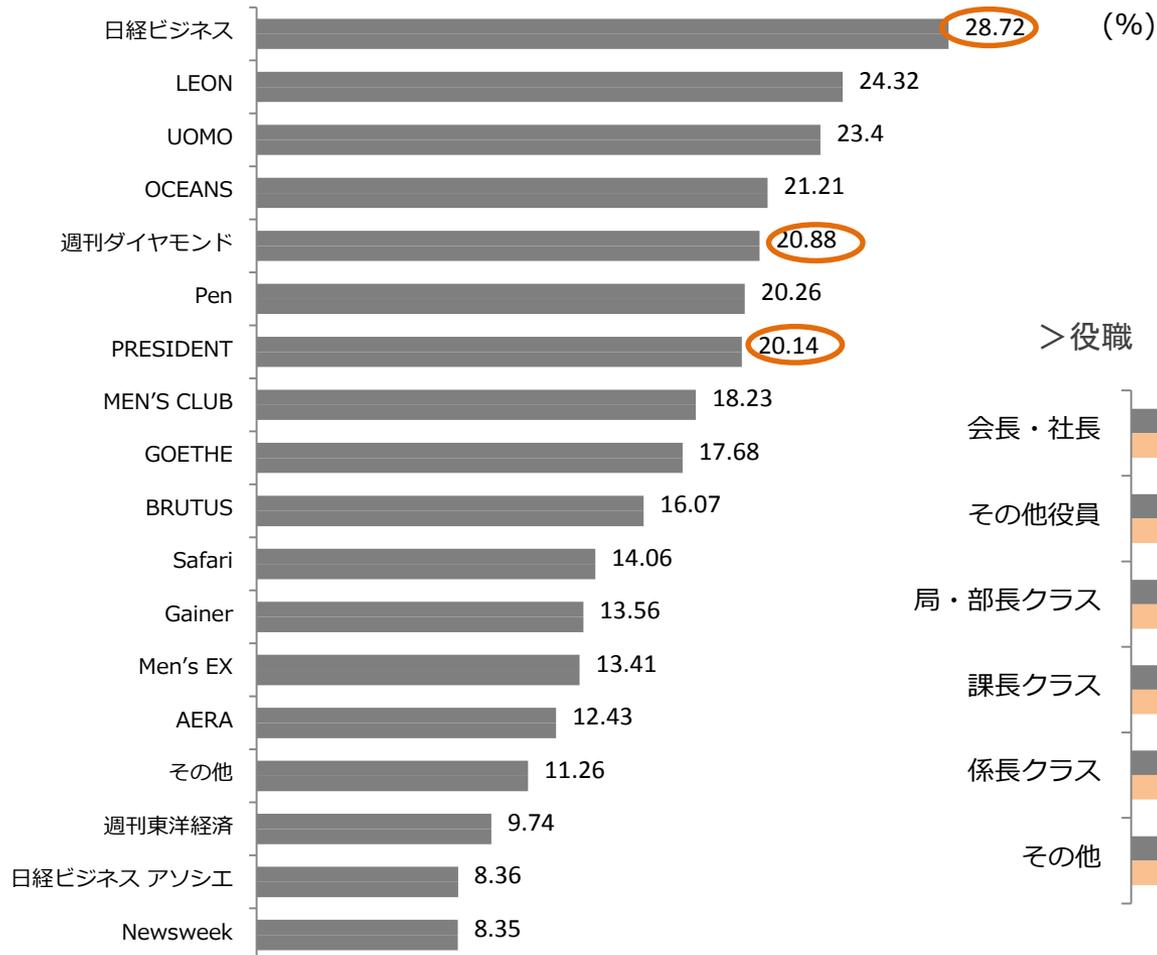


◇ファッション誌以外でも経済・ビジネスへの興味・関心が高い読者が多い傾向にあります。

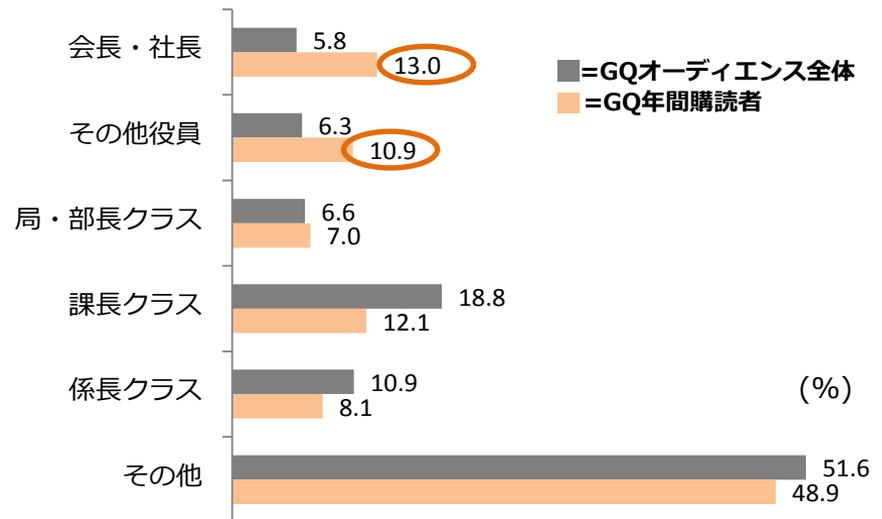
◇年間購読者では「経営者」「会社役員」も多く、“役員クラス以上”が23.9%を占めます。

※役員クラス以上:会長・社長・その他役員の合計

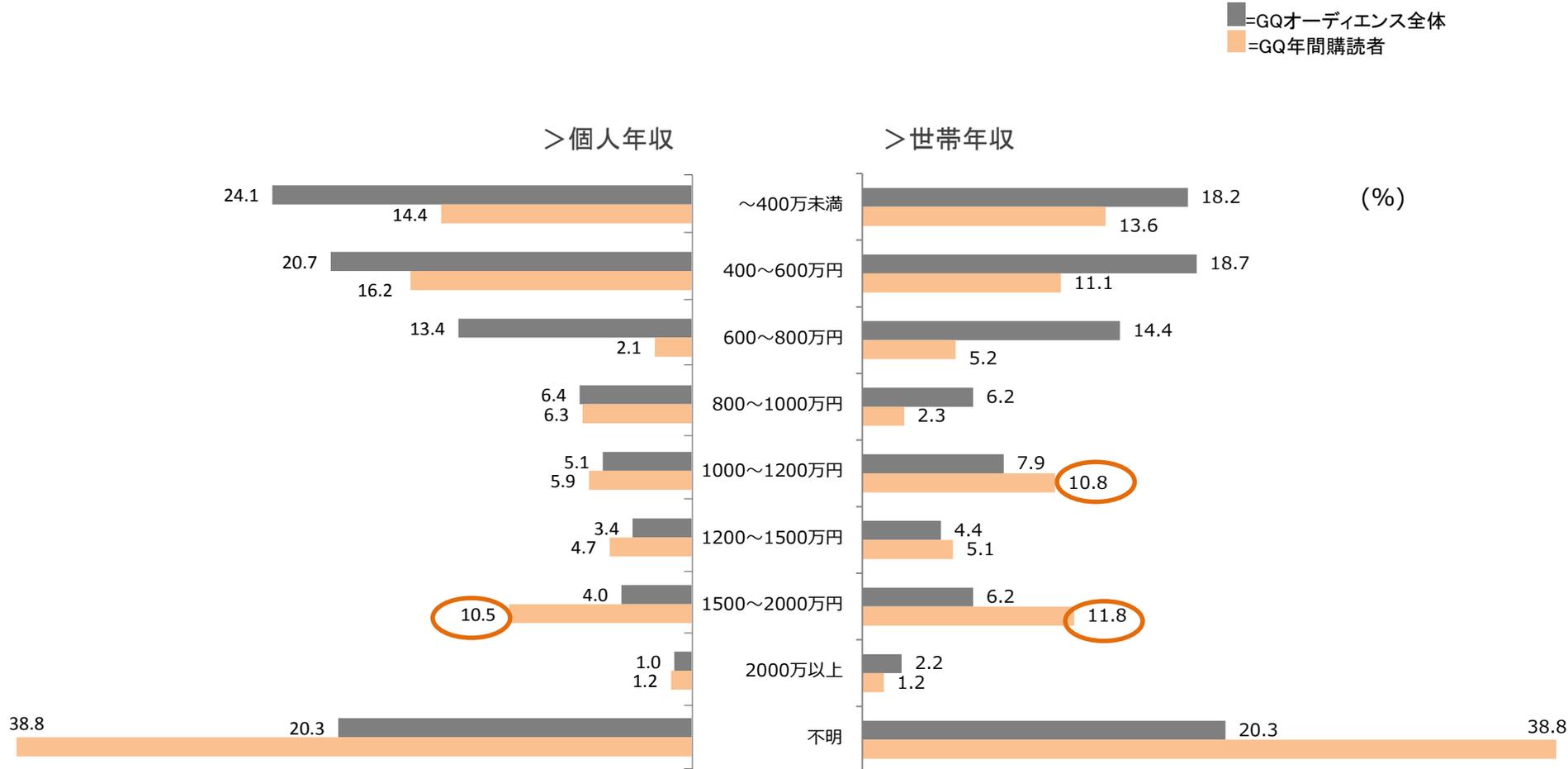
### > 併読誌



### > 役職



◇年間購読者は、より高額収入者が多く個人年収平均856万・世帯年収平均923万円。



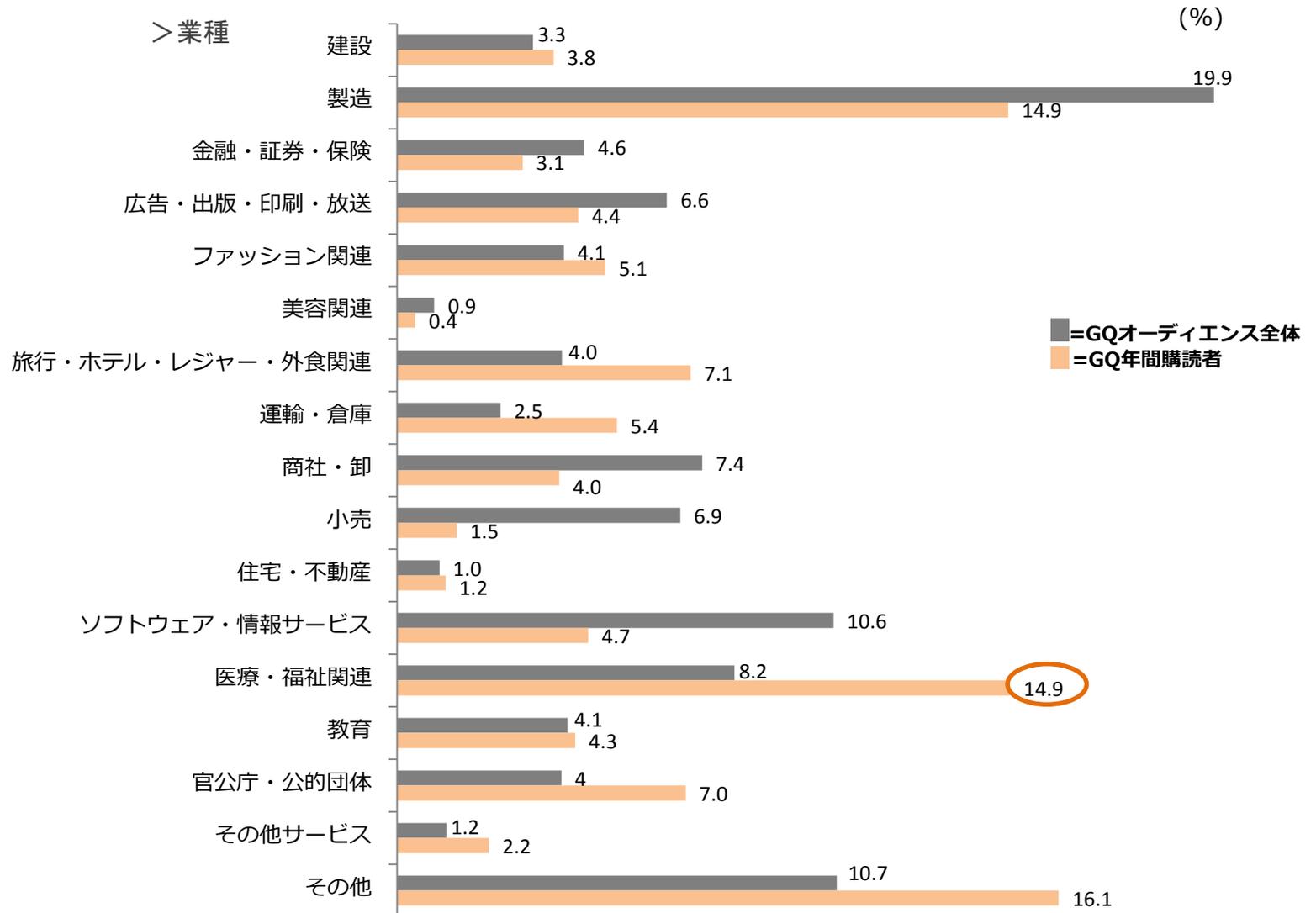
個人年収

◇GQオーディエンス全体平均:651万円  
GQ年間購読者平均:856万円

世帯年収

◇GQオーディエンス全体平均:777万円  
GQ年間購読者平均:923万円

◇業種は「製造」、「ソフトウェア・情報サービス」、「医療・福祉関係」が多い傾向です。  
特に年間購読者は「医療・福祉関連」(14.9%)が多いです。





## SHOW CASE



MAGAZINE



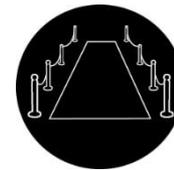
ONLINE



SOCIAL



VIDEO



EVENT

# GQ Men of the Year 2015

生き方、仕事、スタイルにおいて「GQ JAPAN」読者をインスパイアし、その年に、各分野において圧倒的な活躍を見せた男性に贈る賞。

## GQ MEN OF THE YEAR 2015

in association with

TIFFANY & Co.

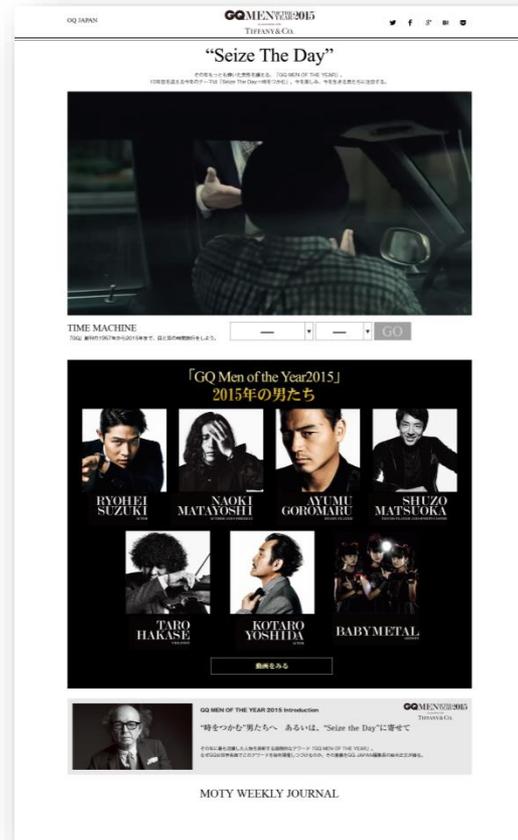
> 本誌



> Event



> Website



# GQ Most Stylish Man Search 2015

日本一の洒落男を探すプロジェクト&イベント。



## > 本誌



## > Event



## > SNS



## > Website



# GQ Live! 2015

一週間にわたり、有楽町「阪急MEN 'S TOKYO」をGQ JAPANがジャック。一週間のうち一日は、豪華ゲストとともにショッピング・イベントを楽しめる。



> Event



> Website



> 別冊



> タブロイド

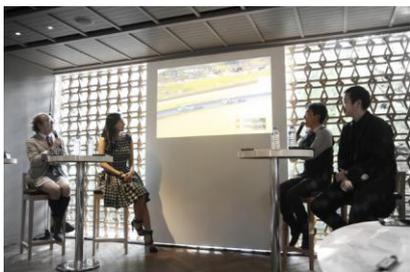


# GQ Racing

モータースポーツ認知向上のためのAll In Oneプロジェクト。



## > Event



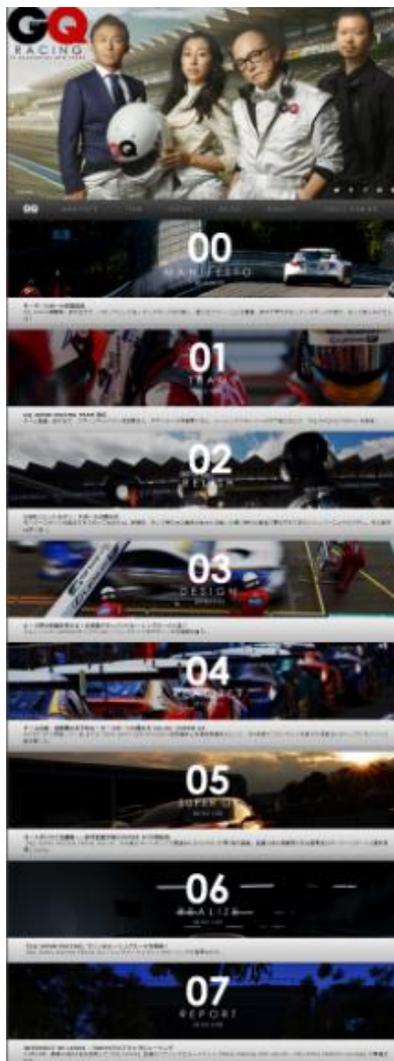
## > 本誌



## > Lexusオフィシャル Web Site



## > Website



## > Video



	～5p	6p～11p	12p～23p	24p～
回数(年間頁数)割引率		10%	15%	20%
Position				
4c1p	1,500	1,350	1,275	1,200
4c2p	3,000	2,700	2,550	2,400
表紙片観音 Gatefold	8,000	7,200	6,800	6,400
第一見開き First DPS	4,000	3,600	3,400	3,200
第二見開き Second DPS	3,800	3,420	3,230	3,040
目次前見開き DPS before T.O.C	3,600	3,240	3,060	2,880
目次対向1 Single page facing T.O.C	2,000	1,800	1,700	1,600
目次間見開き DPS Between T.O.C	3,500	3,150	2,975	2,800
目次対向2 Single page facing T.O.C	1,900	1,710	1,615	1,520
目次後第一見開き First DPS after T.O.C	3,400	3,060	2,890	2,720
目次後見開き DPS after T.O.C	3,300	2,970	2,805	2,640
Editor's Letter対向 Single page facing "Editor's Letter"	1,800	1,620	1,530	1,440
Editor's Letter対向後見開き DPS after "Editor's Letter"	3,250	2,925	2,763	2,600
コラム対向 Single page facing "Column"	1,700	1,530	1,445	1,360
コラム後第一見開き First DPS after "Column"	3,200	2,880	2,720	2,560
コラム後見開き DPS after "Column"	3,100	2,790	2,635	2,480
表3 Inside back cover(Third cover)single page	1,500	1,350	1,275	1,200
表4 Back cover(Forth cover)	2,500	2,250	2,125	2,000

#### 広告料金表(単位:千円)

- ・編集タイアップにつきましては、4c2p以上からお受けいたします。
- ・上記広告料金に消費税は含まれません。
- ・編集タイアップや特殊広告につきましては上記スペース料金のほか、別途制作費が必要です。詳しくは弊社広告部までお問い合わせください。

#### 入稿形態について

- ・入稿形態: ●入稿形態: デジタルデータ(J-PDF校了のみとなります)  
●【J-PDF】4点セット(データ、出力見本、PDF仕様書、プリフライトレポート)

注意事項: データに不備がない事をご確認頂き、必ず複製データで入稿し、オリジナルデータは保存願います。

出力見本は原寸大のものを添付ください。

- ・注意事項: データに不備がない事をご確認頂き、必ず複製データで入稿し、オリジナルデータは保存願います。出力見本は原寸大のものを添付ください。  
色見本を添付される場合は、同一データによるものを添付願います。

掲載面	印刷様式	ページ数	掲載寸法(天地×左右)
1頁	4色オフセット	1	287mm×220mm
見開き	4色オフセット	2	287mm×440mm
表4	4色オフセット	1	272mm×209mm

#### 判型

- ・A4変型判
- ・無線綴じ
- ・仕上がり寸法 天地 287 mm × 左右 220 mm
- ・左開き

コンデナスト・ジャパン

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-11-8 大菅ビル3階

ビジネスソリューション部 電話：03-5485-8720



各種お問い合わせはこちらまでお願いします。

E-mail: [gq-sales@condenast.jp](mailto:gq-sales@condenast.jp)