

日常をココロ豊かに過ごすためのシナリオを提案するライフスタイル誌

Metro

MIN.

|メトロミニッツ|

媒体資料

MEDIA DATA

2016

従来のフリーペーパーを超えた、トーキョーの新たな“フリーマガジン”

2002年11月、『メトロミニッツ』は東京メトロ駅構内で毎月20日(月刊誌)、無料配布される“メトロマガジン”として創刊。東京メトロとのタイアップにより、東京という最大且つセグメントされたマーケットを効率よく網羅する独自の配布流通網を構築。都心を代表するキーターミナル53駅の改札付近および地下通路に常設済の160台のメトロマガジン専用ラックを拠点に、従来のフリーペーパーの枠を越えたハイクオリティな“フリーマガジン”として発行しています。

- 創刊
2002年
11月
- 体裁
A4判 中綴じ
オールカラー
- 発行日
毎月20日
- 価格
FREE
- 発行部数
106,657部※
- 専用ラック
52駅
160台
- 配布先
東京メトロ
駅常設の
専用ラック

※部数は日本ABC協会公査部数 2014年1~6月平均部数

メトロミニッツ配布駅 ~マガジンラック設置駅/台数 ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ 全9路線52駅160台



都心部
集中配布

エリア	台数/平均部数	ラック設置駅
銀座丸ノ内	【52台】 平均52,000部	大手町 東京 日本橋 新橋 虎ノ門 銀座 日比谷 三越前 東銀座 有楽町 京橋
渋谷表参道青山	【19台】 平均19,000部	表参道 渋谷 恵比寿 外苑前 青山一丁目 明治神宮 代々木公園
六本木赤坂	【23台】 平均23,000部	六本木 赤坂見附 神谷町 溜池山王 赤坂 霞ヶ関 六本木一丁目 麻布十番 白金高輪 広尾 乃木坂
新宿	【12台】 平均12,000部	新宿 新宿三丁目 四ツ谷 早稲田
池袋	【14台】 平均14,000部	池袋 高田馬場 東池袋
神楽坂飯田橋市ヶ谷	【19台】 平均19,000部	神保町 九段下 市ヶ谷 飯田橋 麴町 後楽園 神楽坂 半蔵門 竹橋
東東京	【21台】 平均21,000部	上野 茅場町 秋葉原 八丁堀 御茶ノ水 新御茶ノ水 浅草

配布消化率は常に100%



※人通りの多い通勤動線上に設置

メトロマガジン専用ラックは駅構内の改札付近および地下通路に常設済。乗降客数の多いキーターミナル駅に限定し、毎月20日にラック設置作業を実施。創刊以来全ての号が配布消化率100%を継続し、ほぼ3~4日間で完配する。

Concept & Message

>>>スローガン

「果てしない寄り道はまだ しまったばかり」
もっとトーキョーを、トーキョー人を愉しもう。

>>>コンセプト

日常を心豊かに過ごすための
シナリオを提案するライフスタイル誌

T. P. O. を意識して、暮らしの中に“特別な時”を創り出し、
心豊かな暮らしを編集するための方法や情報をお届けします。

>>>追求テーマ

『トーキョーを、トーキョー人をブランディングする』

東京の街やヒト・モノ・コト、トレンドやカルチャーなど、様々な活動の取材を通じ、
トーキョーを、トーキョー人をメトロミニッツならではの視点でブランディングします。

ロゴ



雑誌名(ロゴ)を表紙のした部分に配した、
フリーマガジンの特性を活かす新しいデザイン。
東京メトロ設置ラックにて強かに存在をアピールする
“アイコン”として機能します。

アートディレクション／グラフィックデザイン

GROOVISIONS [グルーヴィジョンズ]

グラフィック、ムービー、プロダクトなど様々なデザインを行うデザイン集団。
代表作は、顔のパーツは同じだが、髪型、服装、性別を変幻自在にできる
キャラクターの「chappie」シリーズ。

Contents

トーキョー・ビジネスパーソンの余暇時間を上質化するためのシナリオ&ヒント集

“TPO”を意識して、時間を上手に使いこなす、ココロ豊かなオトナたちへ
日常でも気軽に愉しめる、ちょっと優雅なひと時、“上質な時間の過ごし方”を
ライフスタイル全般に渡り、メトロミニッツならではの視点でご提案いたします。

特集 Feature

東京のトレンド&カルチャー、ニュースポット、映画、音楽、アートなどのエンタメ、
食トレンド、旅やおでかけ等の余暇時間の過ごし方まで、毎号異なる旬かつユニークな
話題をテーマに約20Pボリュームで特集。

マルチトピックス Multiple Topics

上記の東京トレンド&カルチャーに加え、ファッション、デジタル&グッズ、
インタビュー、グルメ、お酒など、新旧問わず幅広いテーマで1ネタにつき
1~2ページ単位で構成された、暮らしをアップサイズする実用的な情報。
この『マルチトピック』は数多くの広告主様にご出稿いただいている
タイアップとしても、読者にも企業様にも人気の高いコーナーです。

お酒×コミュニケーション

会社帰りにすぐに行けるお店をご紹介したり、週末に愉しむつまみのレシピをご紹介したり。
メトロミニッツはお酒を愉しむ大人のコミュニケーションを誘発します。

グルメ・エンタメ・コラム

映画、音楽、本、アート、イベントなどのエンタメ情報を、ジャンルを限定せずバラエティにご紹介。

デジタル&グッズ

多忙なビジネスパーソンに、仕事に役立つ最新機器情報や、自宅でのひとときをより心豊かにしてくれる
「朝食の時間が待ち遠しくなるキッチン家電」「スポーツ観戦が楽しみになる大画面テレビ」など
TPOに合わせた商品をご紹介。

ファッション&アイテム

ネクタイ、シャツ、バッグ、シューズ、ベルト、時計、財布など。
颯爽と働くトーキョー・ビジネスマンに着用してもらいたいファッションアイテムをご紹介。
「初対面の顧客との打ち合せに履くべきシューズは？」「1泊3日の海外出張に、持参すべきスーツケースは？」など

心・美・体

心の摩擦や身体の疲れなど、フィジカルケアとメンタルケアをテーマに、スキンケアやスカルプケア、デンタルケア、
ランニング、ヨガなど、心と体を健康的な状態に保つための商品やサービスをご紹介。

※トピックスの内容は毎号変わります。詳しくは弊社営業担当までお問合せください

Readers' Profile 01

『メトロミニッツ』の読者とは？

都心で働くトーキョー・ビジネスパーソン

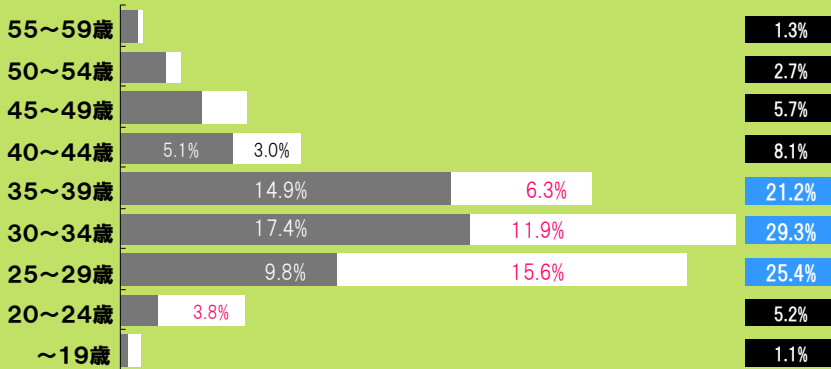
“TPO”を意識して、時間を上手に使いこなす

「小粋で心豊かなオトナ」たち

東京メトロを利用し、都心の一等地で働くビジネスパーソン。消費意欲旺盛で情報感度が高く、コミュニケーション上手なだけに情報波及力が高く、個人においても、社会的、組織的にもイニシアティブを持ち、ライフスタイルを質的に向上させようと常に意欲的なトーキョー人です。働き盛りで日々多忙ではあるけれど、そんな日常を漫然と過ごすのではなく、新たな発見や刺激を求め、僅かな余暇時間を自分なりの価値観やスタイルで優雅に愉しもうとする賢い時間消費者であり、心の豊かさを求めるオトナたちです。

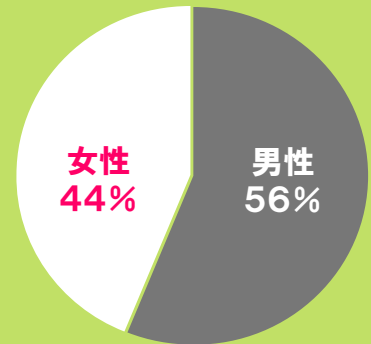
[男女別年齢構成比]

男性 女性



25歳から30代までが読者のボリュームゾーンとなっています。特に男性は30代に多く、女性は25歳~34歳に集中しています。

[男女比率]



メトロミニッツの読者は働き盛りの20代後半~30代が中心。特に30代の男性から強い支持を得られています。

25歳~39歳未満の読者合計 76%

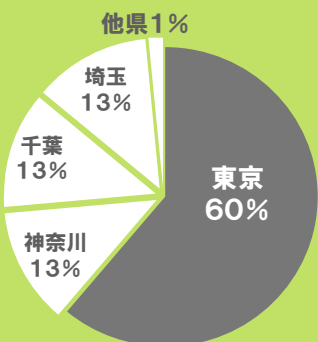
○男性 30~39歳 33%/100%

○女性 25~34歳 28%/100%

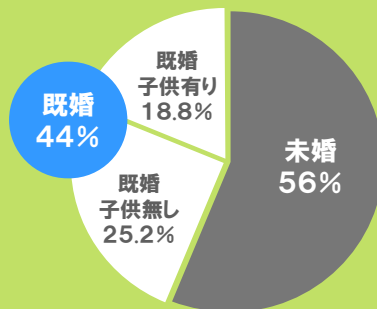
男性読者は30代が最も多く、女性読者は20代後半から30代前半がボリュームゾーンとなっています。



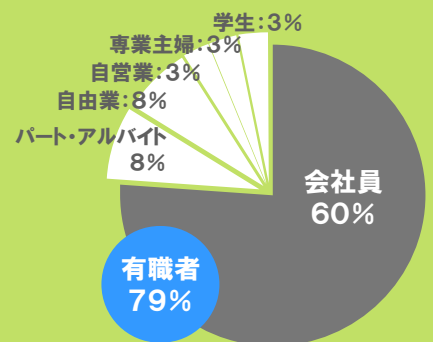
[居住地]



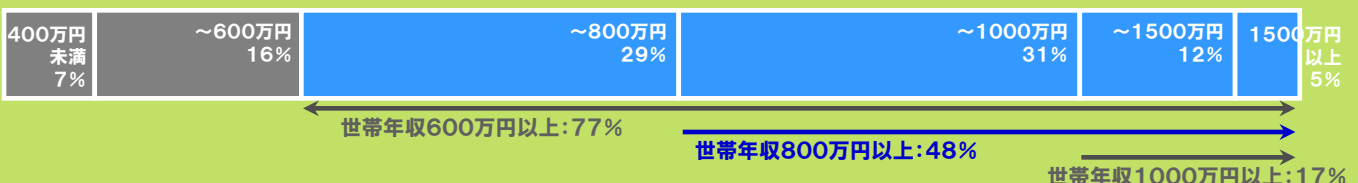
[未既婚]



[職業]



[世帯年収]

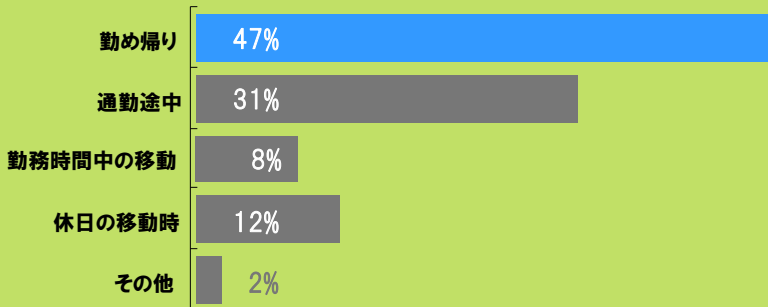


※データは、'10.10.20号“メトロミニッツ”HP上にて読後アンケート調査を実施 [n=1458] を集計した結果です。

Readers' Profile 02

帰宅時にメトロミニッツを入手し、車中で自分の気に入った記事を探し、読みながら帰るスタイルが定着しているようです。読者の空いた時間、隙間時間（暇）に確実に入り込んでいます。

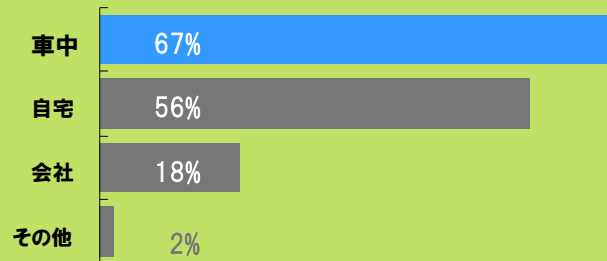
[本誌をいつ取りましたか？]



「朝より、帰宅時の方が気分的にゆとりがある」

読者の約半数は帰宅途中にゆとりを持って入手する傾向があります。朝、改札から会社までは急いでいるため、ゆとりは余りないようです。

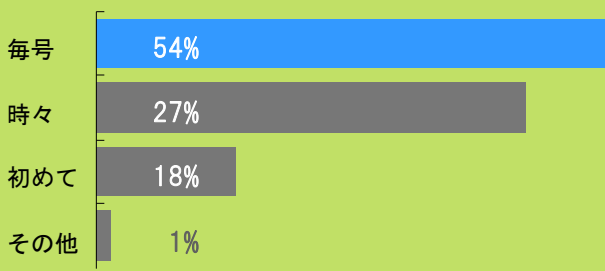
[本誌をどこで読みましたか？]



「読者の暇な時間に入り込めるメトロミニッツ」

帰りの車中はもちろんのこと、自宅のリビングやベッドの上、オンタイムの休憩中、メトロミニッツは読まれているようです。ちょっとした空き時間に読まれる傾向が見受けられます。

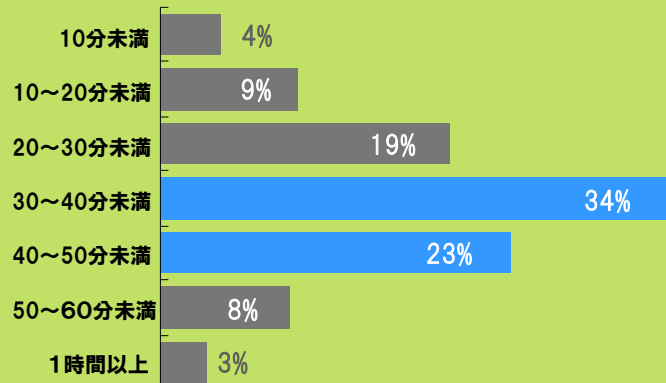
[本誌を入手する頻度は？]



「毎月の傾向として、継続読者80%：新規読者20%」

読者の約80%がファン層で、毎月メトロミニッツの情報を通じて、コミュニケーションが生まれています。日々、利用する駅は特定されているので、毎月継続的にメトロミニッツを入手する傾向が見受けられます。「時々」は入手タイミングが影響しているようです。

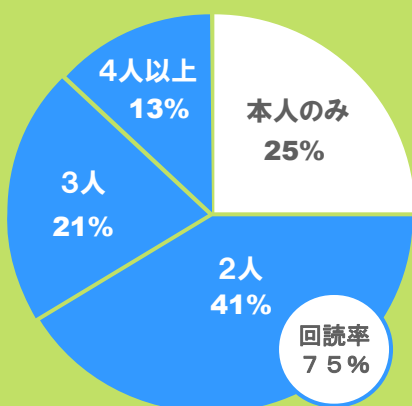
[本誌をどのくらい読みましたか？]



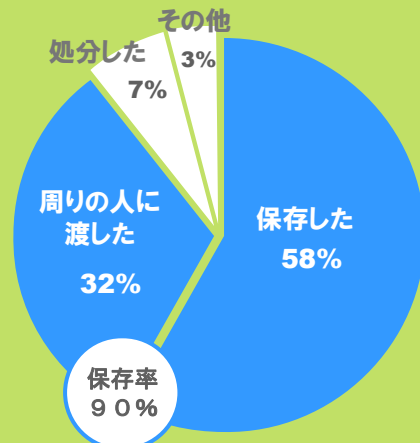
「毎月1回、メトロミニッツのために時間をください！」

およそ6割以上の読者が毎号メトロミニッツを読むために30分以上の時間を使用しているようです。忙しいビジネスマンたちの僅かな隙間時間に入り込めているようです。

[回読人数]



[読後動向]



広告料金と掲載注意事項

掲載面	サイズ(天地×左右)	料金
表4 [4C1P]	297×200	¥2,200,000
表2見開き [4C2P]	297×420	¥3,200,000
表3 [4C1P]	297×210	¥1,400,000
中面 [4C1P]	297×210	¥1,400,000
ハガキ [1C/1C]	—————	¥1,400,000

■注意事項

- ハガキは、1頁以上の広告との併載を条件とさせていただきます。貼り付け位置など詳しくは弊社営業担当までお問い合わせください。
 - タイアップ広告は、掲載料金の他に編集制作費として1頁あたり40万円(グロス、税別※2016年4月20日発行号より適用)を申し受けいたします。(但し、著名人や特定モデルの起用、宿泊を要するロケ等、特別な制作内容を要する場合は、この限りではございません)
 - 特殊面(表2見開き、表3、表4)以外の掲載お申し込みにつきましては、掲載場所のご指定はお受けできません。
 - 特殊な企画広告(規定以外広告)をご希望の場合は、弊社営業担当までお問い合わせ下さい。
 - 広告申込み締切日以降の掲載の取り消しはできません。
 - 掲載広告の内容に起因する名誉毀損、プライバシーの侵害、著作権の侵害、その他を理由とする賠償請求や、その他の請求に関して弊社は一切その責任を負いません。
 - 広告原稿の内容や体裁が不適切と思われるものに関しては、掲載をお断りすることや掲載号の変更をすることがあります。
 - 不動産、通信教育、通信販売、代理店募集、人材募集、健康食品、エステ、美容院、病院、消費者金融等の広告は、お申込み時に原稿内容を確認させていただく場合があります。
- ※お申込みの広告の掲載は、スターツ出版および東京メトロの広告掲載基準によります。

■入稿方法

- 原稿はフルデータまたはJMPA準拠のデータでご入稿願います。
- データ入稿(MO/CDR)の場合は所定のデータ仕様書と原寸大カラー最終出力見本(カラーカンブ)を添付の上、入稿願います。
- 印刷は全て4色オフセット印刷、線数175線となります。
- 12級以下のヌキ文字、10%以下の網伏せは正確な印刷再現が困難な場合がございます。
- 断切り版原稿の場合、社名、マーク、コピー等断裁の際に切れてはいけないものについては、仕上がり面より10ミリ以上内側へ取めて下さい。
- 純広告申込み締切りは原則として配布日の50日前、広告原稿締切りは40日前とさせていただきます。
※タイアップ広告の申込み締切りにつきましては、原則として配布日の60日前とさせていただきます。
- 2回の校正をご要望の際は、弊社広告進行担当にお問い合わせ下さい。
※年末年始、GW、お盆などイベント時期については、特別進行となります。スケジュールについては、お問い合わせ下さい。

(広告に関するお問い合わせ) **スターツ出版株式会社 メディアプランニング部**

〒103-0027 東京都中央区京橋1-3-1 八重洲口大栄ビル7F

TEL : 03(6202)0387 FAX : 03(5203)1700

<http://www.metromin.net/>

※この媒体資料は上記URLからダウンロードできます。