

雑誌広告とノベルティ付録

増加する雑誌付録

2009年3月のMRS広告統計対象誌はのべ552冊だった。2年前(2007年)の同月と比べて10冊減少したことになる。広告に目を向けると発行頁数に対する広告比率は18.9%。2年前の同月と比較すると4.3ポイント減少している。

このような状況の中、付録付きの雑誌は増加傾向にある。2年前と比較すると添付比率は22.2%から25.0%に上昇しており、現在では約4冊に1冊添付されていることになる。

【表1】

【表1】2007・2009年3月MRS広告統計対象誌と添付付録

	2007	2009	増減
収録冊数	562	552	-10
広告比率	23.2%	18.9%	
付録添付冊数	125	138	+13
付録添付比率	22.2%	25.0%	

女性向けノベルティの増加

2007年と2009年の付録内容を比較すると、冊子型の付録が多くを占めていることは変わっていない。「Golf Leon」(主婦と生活社)や「GQ DEPARTMENT STORE」(コンデナストジャパン)など定期的に刊行している付録もある。

大きく増加している付録は、ノベルティ(ポーチやベルトなどの小物類)とその他(ポスターやタブロイド型など)。豪華な付録が話題になることも多い女性向けのノベルティが11件増加している。また、その他の増加は、ポスターやタブロイドサイズの付録が増えたことによるもの。

対象別にみると、男性、男女向けの雑誌に大きな動きはなく、女性向けのノベルティが全体を牽引していることが、はっきりとわかる。

【表2】

【表2】2007・2009年3月 雑誌付録件数比較表

付録の形態	対象	2007	2009	増減
冊子型	男性	25	27	+2
	女性	54	53	-1
	男女	24	29	+5
	合計	103	109	+6
ノベルティ	男性	5	7	+2
	女性	22	33	+11
	男女	1	1	0
	合計	28	41	+13
サンプル	女性	3	4	+1
	合計	3	4	+1
CD/DVD	男性	5	2	-3
	女性	2	0	-2
	男女	3	2	-1
	合計	10	4	-6
子供向け	男性	1	1	0
	女性	0	2	+2
	男女	15	10	-5
	合計	16	13	-3
その他(ポスター、タブロイド型など)	男性	1	2	+1
	女性	1	7	+6
	男女	1	2	+1
	合計	3	11	+8
総計	男性	37	39	+2
	女性	82	99	+17
	男女	44	44	0
	合計	163	182	+19

広告出稿とノベルティの定番化

2009年1~5月の広告出稿量を前年同月と比較してみると、対象年月5ヶ月のうち4ヶ月以上出稿が上回った雑誌は25誌あった。そのうち付録が添付されていた雑誌は11誌。宝島社のカジュアル系ファッション誌が5誌入っており、それ以外でもmina(主婦の友社)non・non(集英社)などカジュアル系ファッション誌は好調で、ノベルティ付録が好調要因のひとつと考えられる。【表3】

【表3】前年の広告出稿を上回った付録付き雑誌 <色付きはノベルティ付録>

雑誌名	出版社	2009年3月付録
non・no	集英社	花柄ランチバッグ
mina	主婦の友社	オリジナルコンパクト缶ポーチ キャンバスライフ応援STYLEBOOK
spring	宝島社	ボール&ジョーシスター特製チャームアクセ
mini	宝島社	X-girl x miniサングラス柄コットンポーチ
InRed	宝島社	zuccaポケットダブルバッグ
steady.	宝島社	ロペビクニックマチ付きトート&シュシュ KUMIKYOKU JOURNAL(タブロイド型)
smart	宝島社	ABATHINGAPEソックス2足セット 綾瀬はるかスペシャル写真集
健康	主婦の友社	自宅のできるカンタン厄払いのコツ(冊子型)
sabra	小学館	DVD
月刊コロコロコミック	小学館	ペンギンの問題コンプリートBOOK 子供向け付録
小学四年生	小学館	子供向け付録

これらの雑誌に添付されるノベルティ付録は、ほとんどが誌面に掲載される人気ブランドとコラボレートしたもので、気軽に使うことができるポーチやトートバッグといった袋ものが定番化していて人気も高い。

昨年1年間でSWEET(宝島社)では9件、steady.(宝島社)では10件の袋もの付録が添付されていた。【表4】

【表4】SWEET付録一覧(200808-200907) <色付は、袋もの>

年月	ブランド	品物
200808	deicy	フリースルームシューズ&巾着
200809	ベッツィ ジョンソン	パニティポーチ
200810	クッキーフォーチュン	ふわふわ巾着3点セット
200811	moussy	メタリックポーチ
200812	JILL by JILLSTUART	ボンボンつきチャーム&りんご柄ポーチ
200901	シャーロット ロンソン	トートバッグ
200902	rich	ふわふわソックス
200903	JILL STUART	チェーンつきクラッチ
200904	Cher	トート&ポーチ
200905	ベッツィ ジョンソン	美女メイク専用三面鏡
200906	kitson	ポーチ
200907	ジェラート ビケ	ポーチ&シュシュ

売れ行き好調なブランドムック

宝島社は、5年ほど前からブランドムックという形態のムックを発行している。ブランドのニューアイテムや着こなしを紹介するムックにバッグや傘などの付録がついているのが特徴。価格は、1,000円から3,000円で雑誌付録の拡大版といえる位置づけになっている。8月に発売された人気ブランドCher(シェル)のエコバッグが2点添付されたブランドムックは、初版で70万部が発行されるなど、好調な売れ行きが話題になっている。

ブランドムックやノベルティ付録の添付される雑誌は、カジュアルファッション誌が中心だったが、徐々にモード誌などにも広がりを見せている。7月発売のELLEジャポン（アシェット婦人画報社）には、「ビューティ&ユース×ELLE 特製ランチバッグ」、SPUR（集英社）には「SPUR×マークBYマーク ジェイコブス オリジナル・スライダーケース」が、それぞれ添付された。

しかし、ノベルティ付録は、現在のところファッション誌以外ではあまり見られず、雑誌全体を牽引していくようなムーブメントには発展していない。

ノベルティ付録は雑誌特有の強み

現段階では、有効なジャンルは限られているが、情報と現物を同時に手に入れられるノベルティ付録は、ターゲットが絞られている雑誌特有の強みといえる。他のメディアと比べて付録の自由度も高い。

多くのメディアがある中、雑誌を手にとってもらうために本誌の魅力だけで訴えかけるのは、容易なことではない。付録をきっかけに一度でも手にとってもらい、そこからリピーターを産んでいく狙いがある。またバッグのような付録を街で持っている人がいるということは、広告に派生效果を与え、雑誌広告の新たな魅力となる可能性を持っている。