



GetNavi MEDIA DATA

ONE PUBLISHING
MEDIA SOLUTION



INDEX

P.04_プロフィール

P.09_読者ターゲット

P.14_注力カテゴリ

P.20_ゲットナビの強み

P.27_年間の特集スケジュールと広告料金

ONE PUBLISHING SOLUTION PLANS

PROFILE

GetNaviのプロフィール



モノやコトによって生み出される特別な体験を読者と共有

ゲットナビは20年以上にわたって読者の皆さんに快適で楽しい消費活動を後押ししてきました。その間も世の中は移り変わり、デジタル化も加速し、人々の消費行動や消費の概念も大きく変化してきました。しかし、モノを購入したりサービスを受けるコトで、それが体験となって消費者の心に刻まれていくことは、どんな時代であってもずっと変わらないものだと感じています。編集部では、トレンド情報を伝えていくことはもちろん、モノやコトが人生にもたらす特別な体験を、誌面を通して読者の皆さんと共有することで、皆さんの人生にとって価値ある消費に繋げていきたいと考えています。



GetNavi編集長 小林 利行

2007年～：GetNavi編集部に所属。

AV機器、PC、スマートフォンなどの記事を担当。

2013年 ムック『ミニ四駆 超速ガイド』シリーズを創刊。

2014年 副編集長に就任。

2019年～：学研キッズネット編集長に就任。

自由研究などの記事や、小～高校生向けの教材等を制作。

2021年 農水省「和食」と地域食文化継承推進委託事業 検討委員

2021年～：ビジネスソリューションチームに所属。

雑誌制作のノウハウを生かし、企業のオウンドメディア記事を制作。

JICA（国際協力機構）の広報支援業務を担当。

動画、パンフレット制作等も手掛ける。

基本情報

GetNavi

20年以上の歴史を誇るモノ・トレンド情報誌。

時代の流れとともに人々のライフスタイルや価値観が移り変わるなか、独自の切り口や視点による記事で、読者からの厚い信頼を獲得しています。扱うテーマは、家電やデジタルガジェットのほか、文房具などの日用品、クルマ、フードやエンタメに至るまで多種多様。各ジャンルに精通する編集部員が在籍するだけでなく、業界で高いプレゼンスを誇る評論家やライターとのコネクションも強固で、誌面づくりに生かされています。読者層は30～40代の男性が中心ですが、最近ではファミリー層からの支持も高まっています。

◎創刊：1999年3月

◎刊行形態：月刊（毎月24日発売、年間10冊）

◎発行部数：平均56,367部（*日本雑誌協会調べ。印刷証明付き発行部数。2021年10～12月）

◎体裁：A4変型判（285×210mm）平綴じ

GetNavi
HISTORY



1999.5
創刊号



1999.5
Imode特集



2010.12
家電芸人プレゼン



2012.11
iPhone 5レポート



2022.9
ONE PIECEコラボ

読者の賢い買い物をサポートする モノ・トレンド情報誌

雑誌ならではの独自の切り口・見せ方を追求し、読者にとって価値の高い記事を提供します。

CREDIBLE

読者が知りたい信頼性の高い情報を見やすく整理して伝える

ウェブ上に様々なメディアがあふれているいま、雑誌に求められているのは「整理された情報」と「情報の信頼性」です。独自の取材に基づいた精度の高い情報を、誌面で見やすく展開することを心掛けています。



ORIGINAL

他メディアにないテーマや切り口でここでしか読めない記事を提供する

情報を出すスピードでは、雑誌メディアはウェブメディアに敵いませんが、集めた情報を編集部ならではの視点を持ってしっかりと“料理”し、読者の興味を喚起するバラエティ感たっぷりの特集に仕上がっています。



CREATIVE

写真やページレイアウトにこだわり美しく映える誌面を展開する

紹介する製品・サービスがより魅力的に見えるよう、写真のページレイアウトのクオリティにもこだわっています。一流のカメラマンやエディトリアルデザイナーによるクリエイティブは本誌のウリのひとつです。





多彩な外部メディアと連携

GetNavi

ゲットナビでは、GetNavi webを中心に様々なウェブプラットフォーム上で公式メディアを展開。これらを有機的に連動させることで、記事を最大限に拡散させることが可能です。

 GetNavi web 月間PV数 14,376,669 月間UU数 4,240,498	 SmartNews チャンネル登録者数 459,623	 LINE 友だち数 522,764	 YouTube チャンネル登録者数 31,400
 電子書籍読み放題 月間UU数 87,324 (※日本ABC協会調べ。2022年1-6月平均)	 Twitter フォロワー数 165,203	 Facebook フォロワー数 116,077	 Instagram フォロワー数 1,523

ONE PUBLISHING SOLUTION PLANS

TARGET

GetNaviの読者ターゲット



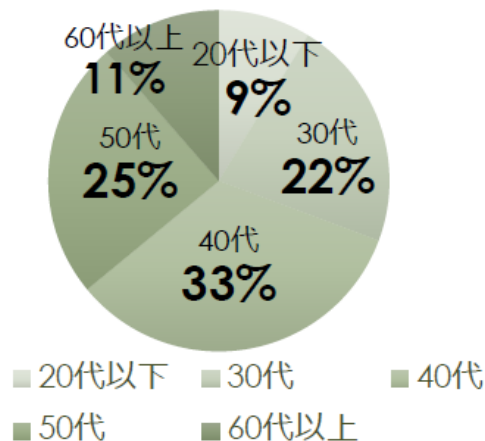


ゲットナビの読者属性① 基本データ

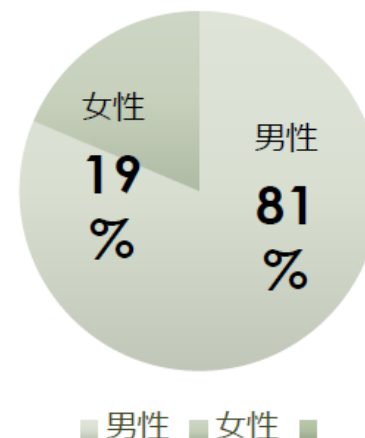
GetNavi

平均年齢は約46歳。子あり世帯の比率が多め

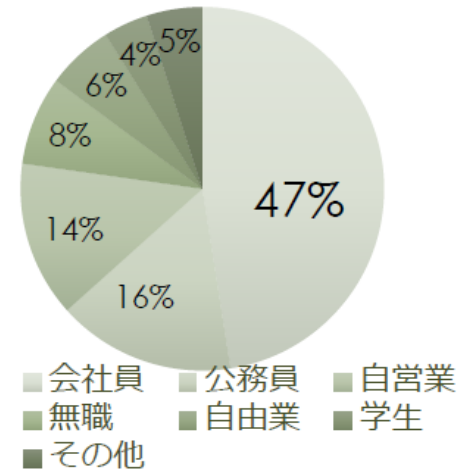
平均年齢 約46.2歳



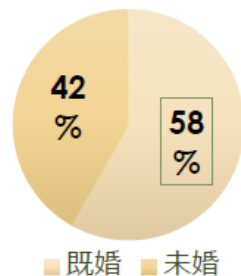
性別 男性8：女性2



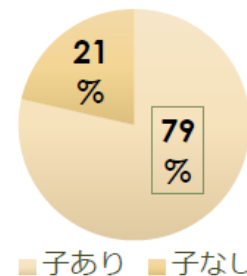
職業 約半数が会社員



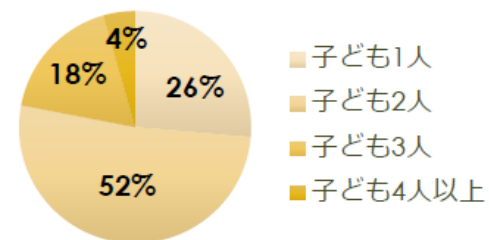
家族構成 既婚者が約6割、そのうち約8割が子あり世帯



既婚者のうち
子どもの有無



子あり世帯のうち
子どもの数



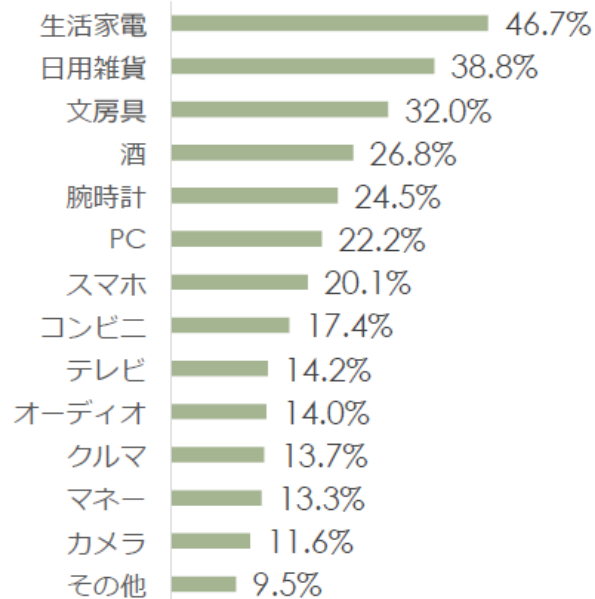


ゲットナビの読者属性② 関心カテゴリ

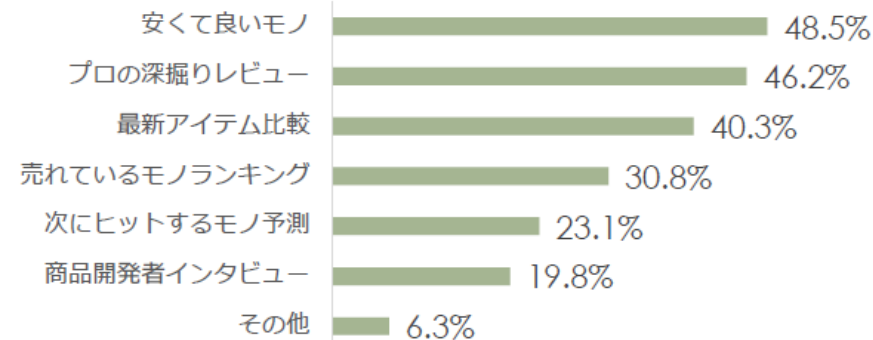
GetNavi

生活家電を中心に、暮らしに身近なアイテムへの興味が深いです。日用雑貨や文房具といった「非通電モノ」への注目度が高いのもゲットナビ読者の特徴といえます。また、酒、腕時計、オーディオビジュアル、クルマといった「大人の嗜み」製品も根強い人気を誇っており、特集ではコスパの高いアイテムを紹介する記事や、専門家がそれらの機能を深掘りする記事が好まれています。

関心のあるカテゴリ



好きな特集



代表的な読者の声

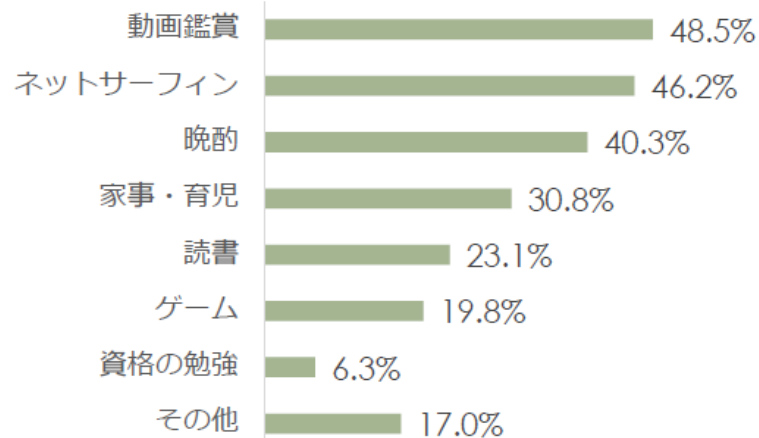
◎家電を買い替えるときはいつも特集記事を参考にしています。（50代・男性）◎製品の基本的な説明だけでなく、実際に使ってみての感想も書かれているのがうれしいです。（40代・女性）◎家電やガジェットが好きですが、それ以外にも興味のあるジャンルが多いので、読んでいて楽しいです。（40代・女性）

ゲットナビの読者属性③ ライフスタイル

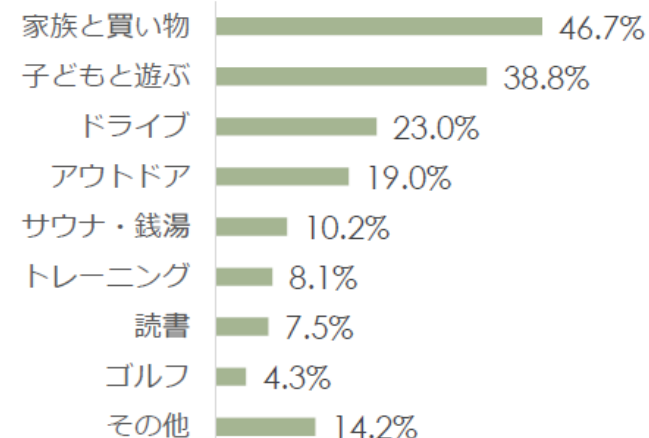
GetNavi

平日の夜は、仕事を終えた帰宅後、スマホやPCに向かってくつろぐなど、自宅で一人の時間を楽しむ人が多いようです。一方休日は、家族と一緒に過ごすという人が多数で、日中から買い物を楽しんだりアウトドアへ出かけたりとアクティブな活動が目立ち、キャンプやサウナなど、トレンド性の高いアクティビティへの興味も見受けられます。

平日夜の過ごし方



休日の過ごし方



代表的な読者の声

◎小学校低学年の子どもがいるので、休日はほぼ家族一緒に過ごしています（40代・男性）◎平日の夜は毎日晚酌しています。YouTubeをサーフィンしながらのひとときが至福（30代・男性）◎個室サウナにハマっています。（40代・女性）



ゲットナビの読者属性④ ペルソナ

GetNavi

ペルソナA

愛知県在住40代男性
戸建てで妻、子、ペットと生活



年齢	42歳
性別	男性
職業	会社員（製造業）／課長
年収	650万円
家族	妻、子ども（8歳男、5歳女）犬1頭
学歴	愛知県内の私立大学 経済学部卒業
趣味	ドライブ、キャンプ、買い物
利用SNS	Twitter

ペルソナB

神奈川県在住50代男性
マンションで妻と2人暮らし



年齢	56歳
性別	男性
職業	公務員
年収	700万円
家族	妻
学歴	都内国立大学卒業
趣味	映画鑑賞、読書
利用SNS	Facebook

ペルソナC

東京都在住30代男性
アパートで一人暮らし



年齢	31歳
性別	男性
職業	会社員
年収	540万円
家族	一人暮らし
学歴	都内の私立大学 工学部卒業
趣味	スマホゲーム、フットサル
利用SNS	Twitter、Instagram

ONE PUBLISHING SOLUTION PLANS

CATEGORY

GetNaviの注力カテゴリ

生活家電は毎号大きくピックアップ

GetNavi

生活家電はゲットナビの“柱”というべきカテゴリ。一般投票によるアワード「家電大賞」を年に一度開催しているほか、毎号大きな特集を組んで新製品を中心に紹介しています。

SPECIAL

GetNavi × 家電 Watch PRESENTS
家電大賞
2021~2022 KADER AWARDS

家電大賞

インプレス「家電 Watch」との協業で2016年にスタートした生活家電のアワード。その年に発売された製品のなかから、読者が良かったと思うものに投票してもらい、大賞を決定します。



記事

例年11月にノミネート製品が発表され、読者投票がスタート。翌年3月に総合の金、銀、銅賞と各部門の金、銀、銅賞が発表されます



動画
配信

YouTube「家電トーク」では、家電女優の奈津子さんや家電芸人の松橋周太呂さんらが出演。家電に関するトークを繰り広げます



記事

評論家やライター、編集部員が買うべき家電をレポートする記事は人気が高く、製品のメリット・デメリットをユーザー視点から本音でレポートします



記事

季節に合わせて様々なジャンルの家電をフィーチャー。各製品の性能・使い勝手・価格・サイズなどを総合してフラットに評価します



記事

ひとつの家電を深掘りレビューする記事も好評です。革新的な製品に使われているメーカー独自のテクノロジーをじっくりと解説



#01 HOME APPLIANCES
GetNaviの得意カテゴリ
家電製品

“一般誌最強”のオーディオメディア

GetNavi

嗜好性が高く、ややもすると難しいと思われがちなオーディオを、よりわかりやすく魅力的に紹介することに取り組んでいます。ビジネスやゲーム用途のデバイスが増えるなか、多彩な切り口を提案可能です。

SPECIAL



ポタ-1 グランプリ

2017年にスタートしたポータブルオーディオのアワード。「家電大賞」と同じく一般投票によりポータブルオーディオ製品の年間王者を決定します。投票の結果は年末にYouTubeの生配信で発表。



記事

イヤホンやヘッドホンなどのジャンルと価格帯別に20前後の部門を用意。例年10月にノミネート製品が発表され、その後1か月あまりの投票期間となります



動画
配信

YouTube「ポタ-1 TV」は月1生配信。声優の小岩井ことりさんと、ライターのだいせんせいこと工藤寛顕さんがMC。年末は「ポタ-1グランプリ」授賞式を開催



記事

生活家電と同様、プロがオススめるアイテムの企画は好評です。特に選択肢の多いワイヤレスイヤホンの記事は、購入前の参考になっている読者が多数



記事

ここ最近ではゲーミング向けに開発されたイヤホン・ヘッドホンが注目度急上昇中。専門家や編集部員によるロングランレビューで使い勝手をレポートします



記事

革新的な製品の開発者インタビューも人気の高い記事のひとつ。少しマニアックなオーディオの世界をわかりやすい言葉で解き明かしていきます



#02 A U D I O
GetNaviの得意カテゴリ
オーディオ

文房具は立体的な企画で掘り下げる

GetNavi

文房具の世界は、オーディオと同じく“沼”と言われるほど深遠。ゲットナビでは、嗜好性の高いアイテムだけでなく、日常生活で「はかどる」文房具にも注目。リアルイベントを絡めた立体的な企画を展開中です。

SPECIAL



文房具総選挙

2022年で10周年を迎えた、“はかどり文房具”のナンバーワンを決めるアワード。「家電大賞」や「ボタ-1グランプリ」と同じく、一般投票により大賞が決定します。10周年の記念ムックも発行。



記事

例年3月にノミネート製品が発表され、5月に大賞と各部門賞が決まります。「テレワーク」や「SDGs」など年ごとに時流を捉えた部門を用意



イベント

銀座 伊東屋やイオンモールなどで、投票できるタッチ&トライイベントを開催。文房具の識者によるトークショーも好評を博しています



記事

文房具のトレンドは社会を映す鏡。テレワークを快適にするグッズや、環境に配慮したエコなアイテムが近年は注目を集めています



記事

文具ソムリエールの菅 未里さん、放送作家の古川 耕さん、ライターのきだて たくさんによるディープなトーク記事は必読。沼へと誘います



記事

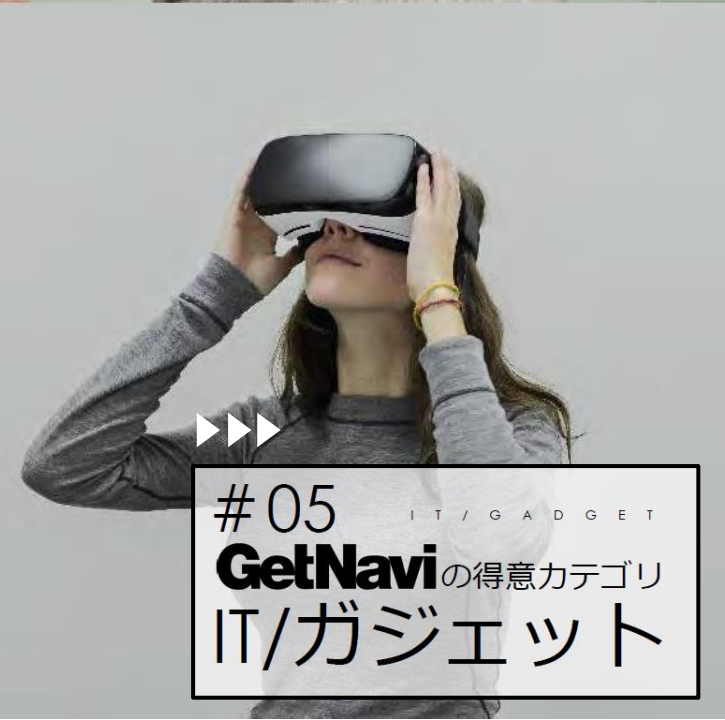
レトロな文房具を特集したり、古き良き文房具店を訪れたり、バラエティ豊かな記事を制作。世代・性別を問わず楽しめる記事が満載です

#03 STATIONERY
GetNaviの得意カテゴリ
文房具



▶▶▶

#04 LIQUER
GetNaviの得意カテゴリ
酒・フード



▶▶▶

#05 IT / GADGET
GetNaviの得意カテゴリ
IT/ガジェット

業界の最新動向をキャッチし続ける

GetNavi

酒を含むフード業界は新製品が多く、目まぐるしくトレンドが移り変わります。IT/ガジェット業界でも絶えず技術革新が起こり続けており、どちらも最新動向を把握しながら、より魅力的な特集を企画しています。

酒・嗜好品

PICK UP ▶▶▶



好評連載中
高田 秋の
「家飲みだヨ！
全員しゅー合」

唎酒師の資格を持ち、テレビの飲み歩き番組などで活躍する高田 秋さんが「家飲み」追求。自身でも日本酒をプロデュースするほどのお酒愛があふれます！



コンビニやスーパーで買える話題の銘柄をはじめ、酒のトレンドを先取り。さらに手軽に楽しめるおつまみの紹介や、手軽に作れるレシピ記事も人気です

IT/ガジェット

PICK UP ▶▶▶



好評連載中
西田宗千佳の
「週刊GetNavi」

IT業界きってのジャーナリストとして知られる西田宗千佳さんによる、最新デジタル市場を読み解く連載。本誌連載のほか、GetNavi webで毎週コラムがアップデートされる。



Apple製品など注目度の高い新製品を取り上げるほか、それらを“使いこなす”ことまで提案。ライフスタイルに応じてオーパスペックにならないための選び方も指南します

大人の嗜好品も使い勝手を重視

GetNavi

クルマや腕時計は創刊以来根強い人気を誇るカテゴリ。嗜好性の高いカテゴリではあるものの、ファミリーとしてのニーズを踏まえて、デザインだけでなく使い勝手も重視した特集を展開します。

#06 VEHICLE GetNaviの得意カテゴリ クルマ

クルマ



PICK
UP ▶▶▶

好評連載中
永福ランプの
「クルマの神は細部に宿る」

フェラーリをこよなく愛する自動車評論家、永福ランプこと清水草一さんのコラム。本誌連載は200回を超え、これまで二度ムック化されている。



SUVなどの人気車種は定期的特集。クルマ本体だけでなく安全運転支援システムにもフォーカスすることも。EVの記事も強化中です

腕時計



PICK
UP ▶▶▶

WATCHNAVI

2000年に創刊した腕時計専門誌。年4冊発行の季刊誌で、国内外の高級ブランドを中心に様々なモデルを取り扱う。GetNaviの兄弟誌であり、コラボ記事も多く手掛ける。



いわゆる“雲上ブランド”だけでなく、現実的に買える価格帯の腕時計もセレクトしているのは、専門誌ならではの。G-SHOCKなどカジュアルな人気アイテムまで網羅します

#07 WATCH GetNaviの得意カテゴリ 腕時計

A professional wrestler with long brown hair is captured mid-air, performing a move on another wrestler. The wrestler in the air is wearing a black singlet with a logo on the back and black pants with a logo on the side. The wrestler on the ground is looking up at the incoming move. The background is dark, and the wrestling ring ropes are visible.

ONE PUBLISHING SOLUTION PLANS

SPECIALITY

GetNaviの強み

dマガジン

01

GetNaviは、
dマガジン
に強い。

d-magazine

月刊男性誌でNO,1

GetNavi

数多くの雑誌の電子書籍が定額で読み放題のサービス「dマガジン」でも、ゲットナビは大人気。幅広いジャンルの特集記事が支持され、月刊男性誌では1位、月刊誌のUU数では常に5位以内にランクインしています。



月間媒体UU数
87,324

月間ページUU数合計
10,301,961

毎号の配信（＝発行）後すぐに多くの特集が人気記事ランキング入り。週刊誌を含めた雑誌全体でのUU数は20位前後、月刊誌では5位前後を常にキープしています。10万人前後のユーザーが読んでいる計算に。

（＊dマガジン調べ。2022年6月）



趣味やグルメなどの
カテゴリでも特集が
人気上位に

Amazon Kindleでも絶好調！

dマガジン以外の電子書籍プラットフォームでも
ゲットナビは好調。Amazon Kindleではカテゴリ別
のベストセラー1位となる期間が長いです





02 GetNaviは、 動画配信 に強い。 MOVIE SOLUTION

レビューからグルメ、ゲーム実況まで

GetNavi

ゲットナビでは雑誌とウェブにとどまらない多彩なメディアミックス展開を仕掛けています。動画配信はそのひとつ。社内に動画制作チームを抱え、ハイクオリティなコンテンツをスピーディに提供可能です。



昨今のメディアプロモーションは、「動画」なしには語れません。ゲットナビでは、編集部と動画制作チームとの連携により、企画・撮影・ディレクション・編集・拡散をワンストップで進行。幅広いニーズに応じて、ハイクオリティなコンテンツをスピーディに制作できる体制を整えています。ゲットナビ公式チャンネルで公開することはもちろん、コンテンツのみを納品し、ご活用いただくことも可能です。

特定のジャンルに特化した
サブチャンネルも大好評！

家電トーク



家電芸人たちによるトークや、最新の生活家電に関する情報を発信しています

ポタ-1 TV



ポータブルオーディオに特化。声優の小岩井ことりさんらがMCで月イチ生配信



03 GetNaviは、 家電芸人に強い。

HOME APPLIANCES×COMEDIAN

多彩な視点を生かした記事作り

GetNavi

テレビなどのメディアで活躍する、人気の「家電芸人」をキャスティング可能。
芸人さんそれぞれが持つ独自の視点を取り入れた構成で、アイキャッチとなる記事を制作できます。



土田晃之さん



天野ひろゆきさん



劇団ひとりさん



ヒデさん
(ペナルティ)



かじがや卓哉さん



松橋周太呂さん



水田信二さん
(和牛)



ユウキロックさん

本誌で15年以上も白物家電の連載を続ける土田晃之さんをはじめ、「家事えもん」こと松橋周太呂さんや、iPhone芸人としておなじみのかじがや卓哉さんなどの新鋭も「ゲットナビファミリー」。それぞれの持ち味を生かしたユニークなコンテンツを提案します。また、芸人の皆さんに商品をインプットすることで、テレビなどでの二次波及も期待できます。

記事事例



松橋周太呂さんは家電だけでなく家事全般に精通。様々な角度からトレンドを占います



元祖・家電芸人ともいうべき土田晃之さんは15年以上も連載中

かじがや卓哉さんはデジタル機器が得意。本場の“買い”を教えます





04 GetNaviは、 インフルエンサーに強い。 INFLUENCER

メディアの枠を越えて世に広める

GetNavi

YouTuberやインスタグラマー、ブロガーなど、インターネット上で厚い支持を集めるインフルエンサーのアサインも可能。様々なジャンルや嗜好の製品・サービスに対応します。



はあちゅうさん
Instagramフォロワー
13万2000人



Kazuさん
YouTubeチャンネル登録者数
186万人



Masuoさん
YouTubeチャンネル登録者数
120万人



ないとーさん
(おるたなChannel)
YouTubeチャンネル登録者数
244万人



橋下美好さん
Instagramフォロワー
27万1000人



小岩井ことりさん
Twitterフォロワー数
14万1000人



MBさん
YouTubeチャンネル登録者数
38.4万人



金山大成さん
Instagramフォロワー
21万6000人

本誌記事で展開→本人のSNSアカウントに投稿という流れで、効率良く拡散。緻密なターゲティングが可能となり、意図通りのリーチを実現できます。また、ワン・パブリッシングには、橋下美好をはじめインフルエンサー／モデルが3名所属。彼女たちの拡散力を活用し、商品やサービスをさらに世の中へ広めることもできます。

記事事例



小岩井ことりさんは「やりすぎ!?ことりズム」を連載中。オーディオ機器が大好き



若者を中心に人気モデル橋下美好さんが本誌付録を実使用レビュー

次にヒットする製品・サービスを、高感度のはあちゅうさんが予想



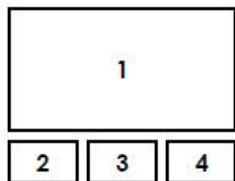
ヒットしたモノ・話題になったコトを総ざらい！
売れたモノSELECTION

「ヒットした／しているモノ・コト」をオールジャンルで縦ざらいする特集は、半期に一度実施（6月と年末）。ヒットの裏付け（エビデンス）を数字で明確にしつつ、売れた理由を専門家が掘り下げていくスタイルが読者に好評です。開発者へのインタビューや、実使用レビューなど、見せ方や切り口にも工夫し、バラエティに富んだ記事を展開しています。

POINT.01 各界の専門家と編集部員が幅広いジャンルを網羅

POINT.02 ヒットをエビデンス入りで紹介しわかりやすい

POINT.03 機能の深掘りや開発者取材など“一歩先”の情報



- ① 22年8月号同特集のトビラ。5つのカテゴリに分けて抽出
- ② トレンドワードや製品名を大きく見出しにあしらい見やすく
- ③ 話題の製品の開発者への取材を通してヒットの本質を追究
- ④ 編集部員が実際に並んで購入するなど体当たり取材も敢行



専門家、編集部員が次に来るモノ・コトを読む！

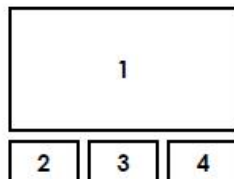
NEXTトレンド予報

「次にヒットするモノ・コト」をオールジャンルで専門家が予想する特集は半期に一度実施（7月、年末）。インフルエンサーの注目株や、各ジャンルの評論家による市場分析など、様々な視点からネクストトレンドを読み解きます。各製品・サービスにおけるヒットの「特性」を分類するペンタゴンのレーダーチャート「ヒットアナリティクス」もわかりやすいと読者から好評です。

POINT.01 家電から日用品、フードまで全ジャンルを網羅

POINT.02 各界の専門家がヒットする“根拠”を緻密に分析

POINT.03 ただの羅列でなく読み物として楽しめる特集に



- ① 22年9月号同特集のトビウ。様々な切り口で次のヒットを先読み
- ② 各界のインフルエンサーがイチオシのNEXTヒットネタを公開
- ③ 大型テレビの二大潮流「有機EL」と「ミニLED」を徹底比較
- ④ 男性にも普及が進む美容家電をフィーチャー。注目製品を紹介



ONE PUBLISHING SOLUTION PLANS

SCHEDULE/PRICING

特集スケジュール/広告料金表

THIS MONTH

			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

種類	スペース	原稿サイズ 天地×左右 (mm)	広告掲載料金 (税別)
表4	1ページ	268×200	1,800,000円
表2	2ページ (見開き)	285×420	2,800,000円
表2	1ページ (シングル)	285×210	1,500,000円
表3	1ページ	285×210	1,300,000円
目次対向	1ページ	285×210	1,450,000円
コラム対向	1ページ	285×210	1,400,000円
中面	1ページ	285×210	1,300,000円
	タテ1/3ページ	255×60 (枠)	550,000円
はがき	1葉	150×100	1,100,000円
dマガジン掲載	4C1ページ	—	800,000円

※編集タイアップ制作費1P／375,000円 (別途)



広告のお問い合わせ

株式会社ワン・パブリッシング

メディアソリューション部

Mail web-ad@one-publishing.co.jp

GetNavi