



### 2006年から2008年に完売！編集部注目の雑誌※

<b>「保険のムダ総点検」</b> <b>『週刊ダイヤモンド』</b> <small>(2008年2月2日号)</small> <small>ダイヤモンド社</small> <small>毎週月曜日発売 定価570円(税込)</small>	<b>「犬のこと」</b> <b>『BRUTUS』</b> <small>(2008年2月15日号)</small> <small>マガジンハウス</small> <small>毎月1日・15日発売 定価550円(税込)</small>	<b>「渡辺恒雄氏が朝日と『共闘』宣言」</b> <b>『論座』</b> <small>(2006年2月号)</small> <small>朝日新聞社</small> <small>毎月1日発売 定価760円(税込)</small>
<b>「特別付録・Cher×REINA 特製ポーチ」</b> <b>『REINA』</b> <small>(2008年3月号)</small> <small>KKベストセラーズ</small> <small>毎月7日発売 定価680円(税込)</small>	<b>「Windows Vista 超完全攻略」</b> <b>『PC fan』</b> <small>(2007年2月1日号)</small> <small>毎日コミュニケーションズ</small> <small>毎月1日・15日発売 定価390円(税込)</small>	<b>「『王JAPAN』 世界一の誇り」</b> <b>『Number』</b> <small>(2006年3月30日発売号)</small> <small>文藝春秋</small> <small>隔週水曜日発行 定価530円(税込)</small>
<b>「JUMP SQUARE 新創刊」</b> <b>『ジャンプSQ.』</b> <small>(2007年11月2日発売・創刊号)</small> <small>集英社</small> <small>毎月4日発売 定価500円(税込)</small>	<b>「初音ミク ~うたう電子の声~」</b> <b>『DTMマガジン』</b> <small>(2007年11月号)</small> <small>寺島情報企画</small> <small>毎月8日発売 定価1,500円(税込)</small>	<b>「荒木飛呂彦 鋼鉄の魂は走りつづける」</b> <b>『ユリイカ』</b> <small>(2007年11月臨時増刊)</small> <small>青土社</small> <small>毎月27日発売 定価1,300円(税込)</small>
<b>「関西ロハスがアツい！」</b> <b>『KANSAI 1週間』</b> <small>(2006年9月12日発売号)</small> <small>講談社</small> <small>隔週火曜日発行 定価320円(税込)</small>	<b>「今、時代はL.A.ガール!!」</b> <b>『ViVi』</b> <small>(2006年4月号)</small> <small>講談社</small> <small>毎月23日発売 定価620円(税込)</small>	<b>「開講！VOCE “目で殺せる女”になるためのすべて アイメイク専科」</b> <b>『VOCE』</b> <small>(2008年3月号)</small> <small>講談社</small> <small>毎月23日発売 定価550円(税込)</small>

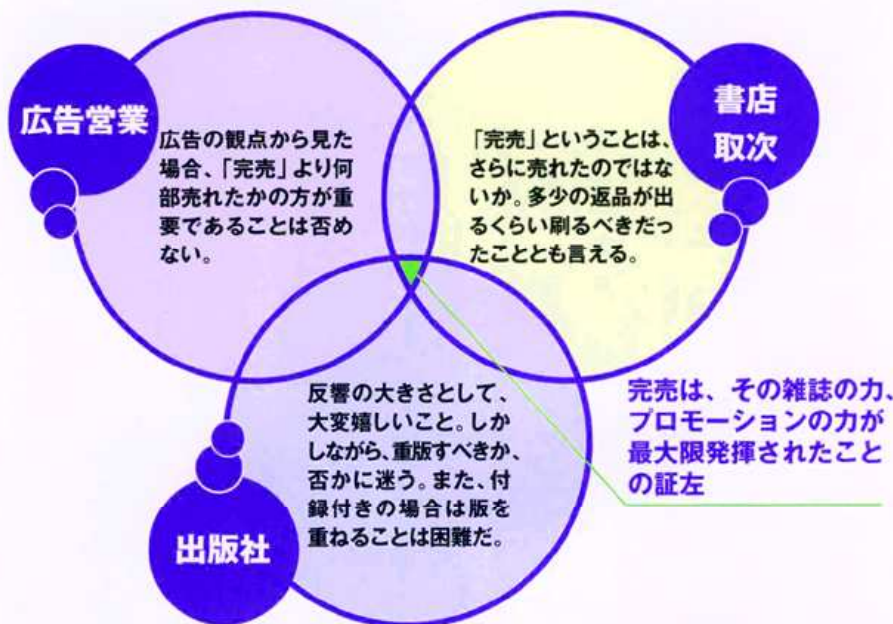
※:この特集で紹介した雑誌は、編集部が各出版社に問い合わせ、ご回答いただいたもののみを掲載しています。

### 出版不況の中、雑誌再興は可能か

# いま、なぜ「完売」か

長い歴史を誇る雑誌が続けて休刊する昨今。ウェブの隆盛、活字離れ……さまざまなことが要因として、まことしやかに囁かれている中で、いま、「完売」する雑誌がある。雑誌不況が声高に叫ばれるいまだからこそ、「生き残る」雑誌の秘密を探りたい。

## 「完売」に対するイメージ



「有益な雑誌」と「無益な紙束」の境界

「新聞・雑誌・ラジオ・テレビ・インターネット」の5媒体のうち、有益な情報もあつちも多しと思ふメディアは?」。

「雑誌」と回答した人は25.5% (ネットリサーチ会社インタネットが2006年に実施した調査:複数回答/11500)。

年代別では30代の減少が最もとも大きく50.0% (2004年) から33.3ポイント減の17.7%だった。

さらに、2007年は雑誌にとつて特筆すべき年だった。休刊点数が調査開始以来最多の218点、創刊点数を上回ったからだ。また、休刊点数が初めて200点を越えた(出版科学研究所調べ)。著名雑誌の休刊も相次ぎ、一般読者レベルでも、雑誌の不調を肌で感じているだろう。

しかし、そんな中でも「完売」している雑誌は確かにある。それは、あえて言うならば、「内容が、価格を上回っている」と判断した人が、流通サイドが予想した購買者数より多かったことこの証ではないだろうか。

では、前述のデータを覆えし、読者に「有益な情報である」と認められた雑誌は、どのような取り組みをもつて、誌面の制作を行っているのか。その「秘密」を探りたい。

