

Angling BASS

媒体資料



2018年
(株)コスミック出版
広告部

Angling **BASS** CONCEPT

入門者から中級者のバス釣りファンに長くバス釣りを楽しんでもらいたい。
“これからのアングラー”そして“これからを担う様々な方々”と一緒にバス釣りの楽しさを伝えたい。

本誌はバス釣りの原点、オカッパリを中心に誌面を構成。そして2018年2月のリニューアルに伴い、ボートの世界観も取り入れ、バス釣りの趣向を意図的に多く掲載して参ります。

AnglingBASSはバスに関わる様々な方々とともに成長したいと考えるバスフィッシング雑誌です。



Angling **BASS** の特長

【1】陸っぱりを中心とした等身大企画満載

バス釣りのスタイルで大半をしめるのが陸っぱりアングラーです。

本誌はバス釣り愛好者、底辺層の拡大に 取り組むためにも陸っぱりを中心に取材を行います。その上で陸っパリの延長線上にある様々なバス釣りのスタイルや楽しさを紹介します。

【2】若手アングラーの登用

メディア露出の機会の少ない実力ある若手アングラーを積極的に紹介。

フレッシュさを誌面に出してまいります。

【3】読者目線でモノ情報にもこだわる！

読者の単純な興味に対して真摯に向き合います。道具を購入することもバス釣りの楽しさのひとつです。本誌では単なるカタログ掲載ではなく、実際にインプレッションを行い編集部という言葉でタックルを紹介します。

【4】読者第一主義

コスミック出版のコンセプトとして“読者第一主義”です。

既存誌である『Angling Fan』『Angling Salt』各種MOOKもこのスタンスで誌面づくりをしております。いかに多くの読者の手元に届けることができるか？この一心で雑誌づくりと営業活動を行っております。

【5】こだわりのなさを誌面に反映

基本コンセプトはございますが、最終的には読者が喜んでくれる企画をなんでも積極的に誌面へ反映していきたいと考えております。

新規参入ならではの強みとして、歴史や既成概念にとらわれないことにもチャレンジしてまいります。

【6】専用サイトの強化

「AnglingBASS.net」やYou Tube内での「AnglingBASS チャンネル」などSNSやWEBと連動し、誌面では伝えきれない旬の情報（製品や話題）を頻繁に更新。

新製品やイベントの情報も随時アップしてまいります。

SNS全盛の昨今、読者とリアルタイムで繋がることで、親近感のある雑誌を目指します。

全体データ (vol.1~vol.10の読者アンケートより)

【1】読者層



【総括】

Angling BASSのコンセプトである若い読者への波及が予想どおりにきていると考えております。将来的にバスプロを希望する若い読者も多く、ステップアップするための雑誌として、さらに10代読者層の獲得を目指してまいります。

【2】男女比

男性…96%
女性…4%

圧倒的に男性の読者。女性の取り込みがキーワードと言いたいところですが特に意識しない誌面づくりをおこないます。

【3】購入頻度

毎月購入…52%
初めて購入…30%

発刊1年ということで認知も含めてまだまだと言えますが同時にかなりの伸びしろがあると考えております。

【4】読者釣り歴

1位…10年以上 43%
2位…1年未満 19%
3位…1~2年 15%
4位…3~4年 13%
5位…4~5年 10%

2位以下、5年未満の占有率が57%に着目。10年以上の読者との共通点と相違点を把握することが今後の課題。

【5】釣行頻度(月間)

1位…5回以上 43%
2位…4回 27%
3位…2回 14%
4位…3回 11%
その他 5%

熱心なバスアングラが多い。弊誌としては【4】の釣り歴とリンクさせて今後のテーマを模索したいと考えております。

【6】釣り具購入額(月間)

※リール、ロッドを除く

1位… 5,000~10,000円 35%
2位…10,000~20,000円 24%
3位… 5,000円以内 20%
4位…20,000~30,000円 12%

一見すると少なく感じますが【4】【6】の集計に当てはめ、世相を鑑みた場合、弊誌読者は積極的に購入している層が多いと考えております。

【7】購入場所

書店58%
釣具店42%

釣具店の扱いのほうが多いバス雑誌もある中でコスミック出版の強みである書店配本の強さが表れています。釣具店の占有をより上げることが今後の課題。