

旅好きのシニア会員を
サポートする旅行情報誌

JR6社が共同運営する会員誌

ジパング倶楽部

媒体資料

交通新聞社

<https://www.kotsu.co.jp>



- 判型/A4変型判 ●製本/中綴じ
- 発行部数約127万部(会員数/約176万人)
- ※2021年4月時点のデータです。 ※ご夫婦会員へは1冊の送付のため、発行部数と会員数で差異があります。

「ジバング倶楽部」会員向けの旅行情報誌。

それぞれの会員のご自宅に直接届きます。

活発的なシニア世代に、より多く、より楽しい旅行をしていただくために、JR6社が共同運営している組織です。ジバング倶楽部に入会すると、全国のJR線の運賃・料金が2～3割引(一部の列車・設備・期間は除きます)になるなど、旅好きの会員の方々をサポートする様々な特典を用意しています。そんな会員特典のひとつとして、直接ご自宅にお届けする会員誌が、当媒体「ジバング倶楽部」なのです。

会員誌「ジバング倶楽部」の広告媒体としての特性

1 膨大かつ安定した部数

100万部を超える部数が発行されており、広告効果は絶大。なおかつ、会員誌という性質上、号によってのばらつきが少なく、信頼性の高い媒体です。

2 広告ターゲットが明確

会員、すなわち読者は60歳以上に限定されているので、広告ターゲットが明確なのも大きな魅力のひとつです。シニア世代に向けて、より効果的な広告出稿をお考えのクライアント様には、まさにうってつけの媒体といえます。

3 JR6社の信頼性

JR6社が主体となって運営するジバング倶楽部は、社会的な信頼性も抜群。会員誌「ジバング倶楽部」もまた、正確な情報と良識ある編集内容で、読者の心をつかんでいます。会員誌全体が、信頼性とネームバリューを兼ね備えていますので、掲載される広告にも同様の信頼性が得られます。

「ジバング倶楽部」会員属性

※「ジバング倶楽部」会員誌アンケートより。

会員年齢構成比

60～64歳	9%
65～69歳	33%
70～74歳	29%
75歳以上	29%

会員居住地エリア

北海道・東北	11.2%
関東・甲信越	45.3%
東海・北陸	19.8%
近畿・中国	18.8%
四国・九州	4.9%

会員の趣味データ

旅行会員組織という性格上、「旅行」が読者の趣味としての最上位にきます。下のグラフは旅行を除く趣味について、読者からのアンケートを集めた結果を集計したものです。

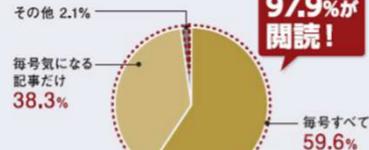
読書	14.9%
グルメ	10.8%
ウォーキング	10.7%
音楽鑑賞	9.8%
パソコン	8.2%
映画鑑賞	8.0%
スポーツ	7.9%
登山・ハイキング	7.8%
カメラ	7.5%
カルチャースクール	5.2%
その他(俳句・ガーデニングなど)	9.2%

読書・グルメ・ウォーキングなどが人気(色)！アクティブで多趣味な読者

会員性別構成比



本誌をどのくらい読んでいる？



	広告スペース	広告料金(税抜)	原稿サイズ(天地×左右)	原稿締切
料金	表4(4C)	2,500,000円	285mm × 200mm (タチキリ)	発行日の35日前
	表2(4C)	1,700,000円	285mm × 210mm (タチキリ)	発行日の35日前
	表3(4C)	1,300,000円	285mm × 210mm (タチキリ)	発行日の35日前
	4C 1P	1,500,000円	285mm × 210mm (タチキリ)	発行日の35日前
	4C 1/3P	550,000円	255mm × 60mm (ケイ囲み)	発行日の35日前

広告掲載基準

会員誌「ジパング倶楽部」では、会員の皆様に充実した倶楽部ライフをお送りいただくため、以下のような掲載基準を設けさせていただいております。クライアント各位におかれましては、ご理解のほどよろしくお願い申し上げます。

1) 出稿に関して

- 全ての広告原稿について、JR担当者の事前審査を必要とし、また交通新聞社の定める雑誌広告掲載基準を満たした広告のみ、本媒体に掲載できるものとする。
- 出稿を希望するクライアントは審査資料として、エントリー時に広告掲載する商品内容(他媒体に掲載した広告見本があればそのコピー)および会社概要を提出すること。

2) JR各社の事業との競合業種に関して

- 旅行商品や会員組織の会員募集等、JR各社および各社ジパング倶楽部の事業と競合する広告は基本的に掲載できない。また、JR各社および各社ジパング倶楽部の事業と誤認されかねない広告表現(広告面での「ジパング」あるいは「ジパング倶楽部」等の名称表記)を用いることもできない。

3) 健康食品、健康器具、化粧品等の広告掲載

- 健康食品、健康器具およびそれに類するものの広告掲載は不可とする。ただし、厚生労働省並びにその外郭団体が許可した食品(特定保健用食品、特別用途食品、日本健康・栄養食品協会認定食品)、および東証1部・2部上場企業とそのグループ企業、またそれに準ずる企業による商品は社会的信用が高いと認められるため、他の健康食品とは一線を画し掲載を可とするが、それらに属する商品の広告についても最終的な掲載の可否はJR各社および交通新聞社の判断による。
- 薬機法、健康増進法、不当景品類及び不当表示防止法に抵触しない内容であることを前提とする。
- あたかも医薬品であるかのような表現や、疾病や身体のおもわしくない状態を快方に向かわせるという誤解を与える表現は不可。
- 上記項目に関連して、例えば宣伝商品(A)があり、(A)は「摂取すれば健康になる(C)とされる成分(B)を含んでいる」というような表現も不可。表向きは「(A) = (B)」であっても「(A) = (B) = (C)」のための誘導表現と見なし、不可とする。
- 医師や大学教授など、医学的な面で読者に影響をおよぼす力の強い立場の人間が宣伝商品のPRをすることは、その商品に医学的な効果効果があるような誤解を生じさせるため、掲載不可。

4) 通信販売の広告掲載

- JR各社並びに交通新聞社が運営するもの、通販カタログの無料進呈を主旨とした広告以外の通信販売広告は、次の①②または③を満たすことを基本条件に、JR各社並びに交通新聞社によって社会的信用が高いと判断されたものに限り、掲載を認めることとする。
 - ①メーカー直運営、海外メーカー-日本法人(国内子会社)直運営のもの。
 - ②東証1部、2部上場企業、またはこれに準ずる企業のもの。
 - ③東証1部、2部上場企業、またはこれに準ずる規模の物販系通販会社のもの。
- 表2・3・4の各スペースに関しては相応しい原稿内容であると判断された場合に限り掲載を認めるものとする。

5) 生命保険、損害保険等の広告掲載

- 生命保険、損害保険等の広告は、資力信用を有すると判断されたものに限り掲載を可とする。

6) シルバーマンションの広告掲載

- シルバーマンションの広告掲載については、交通新聞社の定める掲載基準を満たした企業、および国または地方公共団体が出資・運営する企業に限定し、1号あたり2クライアントまでの掲載とする。表2・3・4の各スペースには掲載不可とする。

7) その他

- 審査の際、会員誌の品位を著しく損なう可能性があるかと判断された場合、掲載不可となることがある。
- 「ジパング倶楽部が運営する事業である」との誤解を避けるため、資料請求や問合せハガキの表面サンプルに「ジパング倶楽部係あて」のような表記は不可とする。
- 「ジパング会員限定サービス」のような表記も、「ジパング倶楽部が運営する事業である」との誤解が生じやすいため、掲載不可とする。
- 掲載する広告は原則として原稿の2/3以上を写真、イラスト、余白等、文字での説明以外で構成された原稿とし、会員の皆様にわかりやすい形で問合せ先電話番号を掲載することを条件とする。
- 会員誌のカラー1ページの広告原稿には、読者への配慮から「(PR)」の文字を入れることとする(フォントは10P、書体は太ゴシック。入れる位置はページ下部の左右センター)。
- ある特定の人間に効果をもたらすものが、必ずしも全ての人間に有効であるとは見解に基づき、広告面において、直接間接を問わず何らかの使用効果を標榜した体験談の掲載を不可とする。
- ホテル、旅館などの広告を掲載する際は、JR各社の利用を促進するため、JRグループ協定旅館ホテル連盟に加盟していることを条件とする。
- クライアントが仮差押、仮処分、強制執行の申立てを受け、又は競売、破産、民事再生、会社更生の申立てを受け、もしくはこれらの申立てをした場合、交通新聞社は、クライアントに対して催告の手続きを経ず、ただちに広告掲載契約を解除できる。