

業界唯一の川柳雑誌「川柳マガジン」は、どんな戦略にも柔軟に対応、効果的なアプローチが可能な万能文芸誌！



川柳マガジンはこんな雑誌です。



『川柳マガジン』とは？

全国の川柳情報と、皆様方の川柳や論文などを発信し、愛読者による愛読者のための川柳雑誌で、川柳投句欄を筆頭とした読者参加ページを多数設け、川柳をつかったコミュニケーションに重点をおき、読者全員参加というとても新しいことにチャレンジする雑誌です。

第一線川柳作家による読者サービスページが満載！

他媒体のコンセプトと大きく違うところは、川柳を使ったコミュニケーションコーナーが盛り沢山なところ。編集部がユーザーへサービスするだけでなく、川柳界の有名作家たちが読者サービスする、それが「川柳マガジン」です。

日本一の柳壇数、選者も全て有名川柳作家です。

全国の有名川柳作家との強力なパイプラインを持つ本誌だからこそ実現するオールスターが登場する誌面に、日本一の柳壇数。投句数も月に1万句以上あり、ハイレベル、ハイクオリティな作品が集まる雑誌と言われています。

ほとんどの川柳情報は、センマガからの発信です。

川柳界へ発信する雑誌は「川柳マガジン」だけです。従いまして川柳情報の収集をするのも小誌のほかにはありません。これらの情報は全国の川柳愛好者、川柳結社から寄せられるものですので、小さな情報も見逃さず掲載。

川柳マガジンの特徴

川柳界で独占的シェアを誇っています。

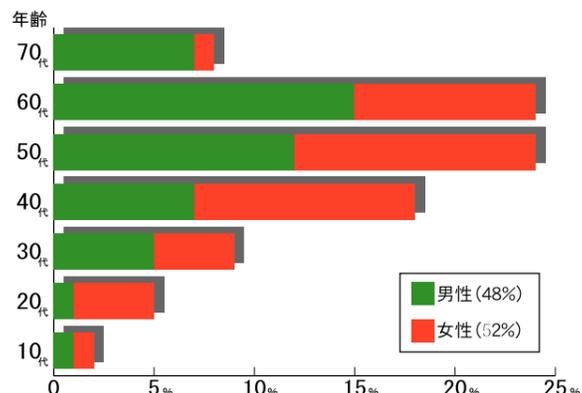
全国の層から投句を集めることができます。

毎月の平均投句数は1万句を超えています。

営業ツール・商品や会社のPR・各種イベント、
どんなコンセプトにも対応出来る文芸誌です。

川柳マガジンの読者層

今は川柳ブームの真っ盛り。そしてこのブームは一過性のものでなく今後もさらにその愛好者の層を拡げてゆく傾向にあります。高齢化社会にともなう生涯学習意識の高まりの結果と考えられるからです。それにまして、商業コピーのなかで育った若い世代が五七五の韻文を受け入れやすい体質をもったと同時に、間接的自己表現をする手軽な詩形を好む体質、すなわち重厚より軽小、ハードよりソフトを大切にする風潮に多く起因するものと考えられます。そんな世代やそれに追従しやすい体質をもつ、いわゆる団塊の世代が今日の川柳ブームを形成しています。



(「川柳マガジン編集長」齊藤大輔)

愛読者の74%が
定期購読者。

カルチャー教室のテキストとして、
川柳指導のテキストとしても。

本誌回読率6.7人。

2003年本誌読者アンケート結果。

既存川柳愛好者50万人 (社団法人 全日本川柳協会発表)
川柳結社・団体数1000社以上
川柳イベント年間10000回以上。

これら川柳界のほとんどの団体やイベントが
本誌の強力パイプライン。
川柳戦略でも絶大な効果を図れます。

笑いと、知的さを求める団塊の世代をターゲットにした川柳企画
その川柳を操ることのできる雑誌、それが川柳マガジンです。

①川柳マガジンの募集告知を見る



文学文芸に憧れをもつ人は少なくありません。中でも川柳は誰でも気軽に作れ、人を選びません。

②鉛筆片手に考える



川柳のお題をにらみ、考えます。それは御社を、商品のことを考えることです。

③電車に乗っても考える



ひらめくまで、良い作品が出来るまでひたすら御社を、商品のことを考えます。

④川柳の結果を待ちます



入選作品の発表、いわゆる御社からの結果を楽しみに待ちます。

⑤入選結果を見る



御社の結果、雑誌に掲載されるステータスと喜びは絶大。

⑥入選者が知人へ連絡する



単なる懸賞ではなく、川柳という文芸での入選。その喜びは格別で、FAXなどで知人に連絡する方までいらっしゃる。もちろん御社の冠のついた誌面です。

募集後も川柳戦略は続きます。

①御社商品パッケージなどへ作品を掲載。

文芸と言っても、川柳は楽しく面白いものです。そのパッケージをみたユーザーらは、御社を、商品を深く理解することでしょう。また、「掲載される」というステータスは応募数も左右します。

②入選作品は宣伝コピーとなります。

七五調という韻を踏む川柳は、ユーザーの目に耳に心地よく響きます。それら作品は一人歩きし、第二次宣伝効果、第三次宣伝効果を生み出します。

③絶大なパワーを発揮する入選作品集。

ユーザーの声としてまとまった御社PRコピー群。そのパワーは絶大で、御社のPR、また代理店や販売店などの営業ツールとしての活用も出来ます。また、書籍形態になることで、さらなる戦略が実行できます。