

婦人公論

新年號

婦人公論

婦人公論

Media Guide 2021.2

婦人公論

婦人公論

1/26

創刊100周年
記念号

お問い合わせ先

中央公論新社
雑誌・事業局 コンテンツビジネス部
TEL:03-5299-1820
FAX:03-5299-1918

『婦人公論』は、内面・外面ともに美しく年を重ねる女性たちのために、豊かな人生のヒントを詰めこんだ雑誌です。

1916年(大正5年)の創刊以来、夫婦、仕事、子育て、人づきあい、恋愛、性、健康など女性たちに身近で切実なテーマに一貫して取り組んでいます。多くの読者に読み継がれ、2016年には創刊100周年を、2018年には通巻1500号を迎えることができました。

これからも独自の切り口の特集企画を中心に、旬の芸能人や著名人のことば、話題の作家の小説、美容・ファッション・カルチャーなどの最新情報を盛りこみつつ、輝く女性たちの「知りたい」に応え、その人生に寄り添っていきます。

読み物

夫婦・親子・きょうだいといった人間関係や、からだの悩み、お金、老後、介護、終活など、女性が抱える問題に多角的に迫る特集と、渦中の人物が本音を語る独占手記やインタビュー。独自の切り口で毎号充実した内容を提供しています。

ビューティ

(カラー6P 毎号掲載)

アンチエイジング志向のスキンケアを中心に、メイク術、ヘアケア、サロン情報など、独自のテーマを工夫しています。美しいビジュアルと丁寧な解説は、読み応え十分です。



ファッション

(カラー5P 毎月第2
火曜日号掲載)

ファッションジャーナリズムを牽引してきた菊池直子さんのディレクションのもと、移り変わる流行や時代の空気の中で、確固たる存在感を打ち出してきたメゾンの最新トレンドを、テーマ別に紹介。りょうさんや富永愛さんをはじめとする著名なモデルや女優を起用することで、「婦人公論で紹介されているものは信頼できる」との認識をいただいている読者に、大人の女性が長く愛用できる良質なファッションを届けます。

健康

(カラー5P 毎号掲載)

家族の日常にも気を配る『婦人公論』読者にとって、健康は大きな関心事。生活習慣病、婦人病などの疾病や話題の成分など、専門家がわかりやすく解説します。具体的な商品も紹介し、読者がすぐに実践できるよう工夫しています。

クッキング

(カラー5P 毎月第4
火曜日号掲載)

話題の料理研究家を起用し、目新しく健康的な家庭料理の新スタンダードを提案します。

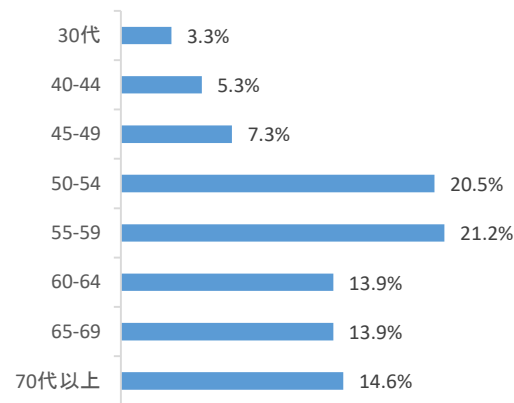
ヘルシーメモや商品の最新事情など、すぐに役立つ情報も。質の高い家庭料理と暮らしを楽しむ心を届けます。

婦人公論 読者基本データ

いつまでもときめきを忘れない心と、知的ジャーナリズムに関心を持ち続ける「大人の女性」たち。それが、婦人公論の読者です。

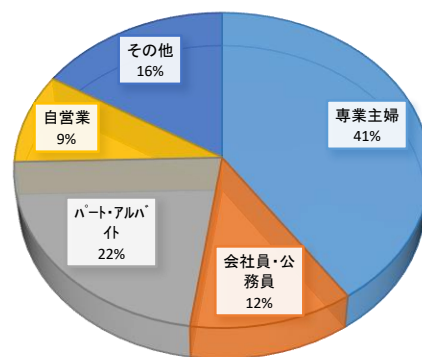
○読者年齢層

50代がメイン読者層



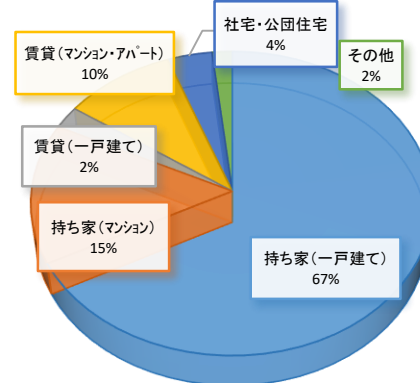
○職業

働く主婦が約半数



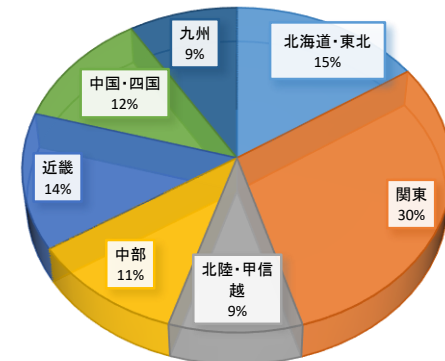
○居住形態

持ち家率約80%



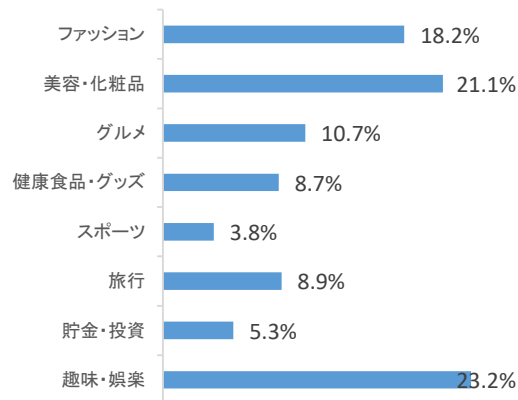
○地域別購読率

北海道から九州まで全国を網羅



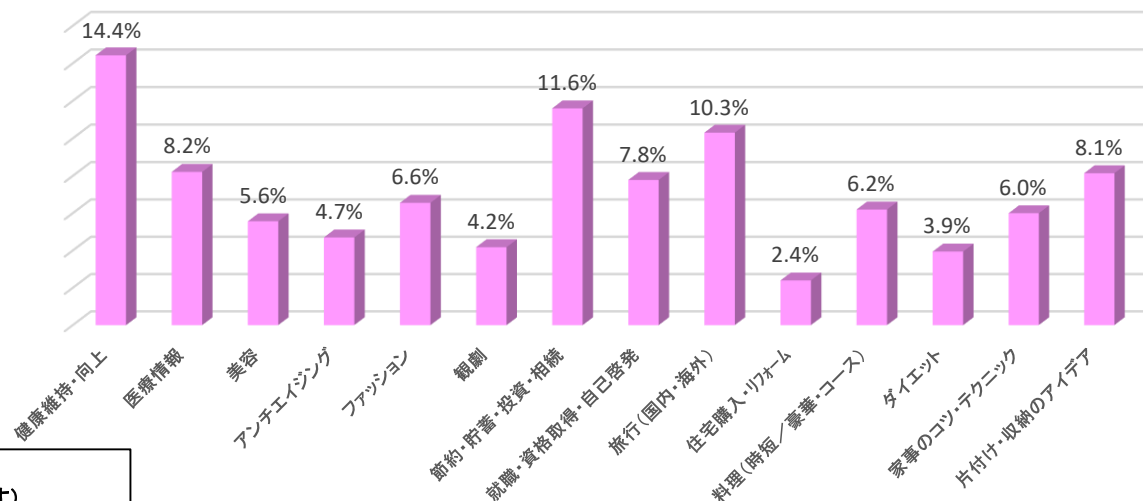
○おこづかいの使い道

流行・トレンドに敏感



○興味・関心

40代～60代のアクティブ世代特有の幅広く多岐にわたる関心ごと



※データは読者アンケートより
(2018年10月～12月発売号挟み込みのアンケートはがきの集計結果です)

婦人公論に寄せられた読者の声

30代

- ・知らないことがたくさん載っていて勉強になります！
- ・自分が**知りたい情報が出ている**
- ・自分だけだと思っていたことが他の人もそう思っていることがわかって**安心**
- ・現代の諸問題・テーマについて知ったり、考えたりするようになりました
- ・**人生に役立つ**ことが載っています
- ・女性の気持ちに**寄り添えました**
- ・いろんな記事を読んでいると、**心に余裕が出てきて温かい気持ち**になります
- ・読み応えのある連載が多い
- ・作り事めいた世界ではなく、赤裸々な本音が満載された『婦人公論』を読むと悩んでいるのは自分一人ではないと**励まされる気持ち**になる

50代

- ・同世代が抱える辛さや楽しさを実感できる記事があると**大変励み**になる
- ・対象年齢と生活レベルのターゲットが広いので**当てはまる**と思うことが多い
- ・周囲の人たちと話題にしにくい内容も掘り下げてあったりするので**共感できる**
- ・医療、病気に関するテーマなど**親子2代で購読できる**内容になっているので大変助かります
- ・**多様な女性の生き方**を紹介してくれて参考になります
- ・政治 経済などわかりにくくて苦手なジャンルでも内容を**噛み砕いて伝えてくれる**ところが助かります
- ・人生の節目で悩んだ時に、同世代の女性のたくさんの意見や考え方を知ることにより、進むべき道へ導いてくれたバイブル的な雑誌です

40代

- ・自分より上の世代向けの内容の時もあるが、今の自分ならどうするか考える契機になる
- ・日々の悩みも皆さん同じような感じなのだと**安心する**し、解決法を知ることもある
- ・男性には理解できない事があるので、**女性目線で書かれている**ことが一番だと思います
- ・悩みなどを**前向きにポジティブな姿勢**にさせてくれる雑誌だなあと、思います。読後に「よしがんばろう！」と**元気に意欲的**になれます
- ・特集記事で日々の生活にメリハリ・潤いをつけています
- ・**女性の立場**から真に向き合って深いところまできちんと記事にしてくれていると感じます
- ・**記事内容の正確さ**、深さ、こんな話題の人が出てるなんて！と感心するほどのスピード感に溢れています
- ・内容の濃さのわりに、**価格が安い**

60代以上

- ・他人の人生、生き方など参考になり、**背中を押してくれた**。30代の頃から愛読しています
- ・本音や人の見えない苦勞を読んで私はまだまだだと思える
- ・自分の年代にも合う記事、特集があり**共感する**ことが多い
- ・全国の女性の悩みや苦勞を知り自分の甘さを知り、**前向き**に頑張ろうと思えた
- ・70歳手前でまだ**頑張れるぞ**と思えたり、前向きに物事を捉える大切さを知りました
- ・覗き見趣味的な取材源の曖昧な記事がないので、**信用がおけ**ます。雑誌としての歴史と矜持を感じます
- ・取り上げたテーマの**具体例が豊富**で内容面に応じた詳細な記述が認識を深めます。おかげで社会情勢などへの視野が広がり事件と物事の背景についても考えるようになりました

キーワード: 前向き・共感・安心・女性に寄り添う⇒『婦人公論』のロイヤルティの高さ・定期購読率の高さ

『婦人公論』は熱心な読者に支えられています。これからも安心して読み継がれる内容をお届けしていきます

スポンサード・メニュー①タイアップ 特集連動企画

本誌 タイアップ・特集連動企画

『婦人公論』本誌を手掛ける製作スタッフと編集部担当がタイアップ誌面を製作することにより、説得力のあるリアルな記事を実現いたします。さらに、健康・美容・料理・マネーなど読者の興味や関心高い特集に隣接するタイアップ広告は連動感が高く、訴求力も抜群です



■美容特集「ビューティ手帖」連動
【広告主】資生堂
【タイトル】無理せずマイペースにきれいになる方法



■美容特集「ビューティ手帖」連動
【広告主】資生堂
【タイトル】リッチなうるおいとハリつやで“まるでエステ”の満足感



■美容特集「ビューティ手帖」連動
【広告主】第一三共ヘルスケア
【タイトル】ドクターが教えるお風呂対策講座



■美容特集「ビューティ手帖」連動
【広告主】花王
【タイトル】健やかな髪と地肌、気持ちまでハッピー！
自分のためのヘアケア習慣始めませんか？



■健康特集「こころと体の養生学」連動
【広告主】花王
【タイトル】つらいときは甘えていい。上手に頼って、笑顔で介護を



■健康特集「こころと体の養生学」連動
【広告主】武田コンシューマーヘルスケア
【タイトル】健やかな毎日のために漢方の力を取り入れてみませんか？



■料理特集「ヘルシーキッチン」連動
【広告主】サラヤ
【タイトル】砂糖を天然甘味料に替えていつもの料理をヘルシーに

スポンサード・メニュー②タイアップ オリジナルメニュー 1

本誌 タイアップ オリジナルメニュー

『婦人公論』オリジナルのタイアップメニューです。キャラクターとの組み合わせやハガキ添付により、より高い訴求効果が期待できるとともにレスポンスの集約が可能になります



■『婦人公論』オリジナルキャラクター
‘婦人公論センパイ’
【広告主】グンゼ
【タイトル】縫い目ナシで肌触り抜群！寒い冬を
乗り切れる幸せ肌着を



■ハガキ付タイアップ
【広告主】社会福祉法人 黎明会 ゆとりあの郷
【タイトル】安心して包まれながら熱海で自分らしく暮らす

本誌 タイアップ 出演者事例

著名人を起用したタイアップ広告記事にご出演いただいた過去実績です。
他にも美容・料理分野の第一人者から文化人・タレントまで、『婦人公論』のネットワークの強みを活かした幅広いジャンルの著名人・有名人のキャスティングをご提案いたします。



杏さん



安藤 和津さん



菊池 桃子さん



高橋 ひとみさん



柴田 理恵さん



ヤマザキマリさん

スポンサード・メニュー②タイアップ オリジナルメニュー 2

本誌 タイアップ・オリジナル特集
女を磨く旅／健康レポート／News & Topics

‘女を磨く旅’
女性のための旅をご提案する企画。豪華な
旅先案内人と『婦人公論』テイストの誌面レ
ポートにより、旅の素晴らしさを訴求し誘引を
図ります



【広告主】JR東海
【タイトル】大仏さまの光をいただく奈良・東大寺
【構成】編集ページ4P+タイアップ2P



【広告主】南アフリカ観光局
【タイトル】雄大な自然が五感を刺激する
南アフリカ紀行
【構成】編集ページ4P+タイアップ2P

‘健康レポート’
健康特集に隣接し、主に成分訴求を
行うノン・クレタイアップ企画として展開



【タイトル】今、知っておきたい「エクオール」のすべて
【構成】4C2P

‘News & Topics’
商品訴求などスポット的に展開する
タイアップ



【広告主】武田コンシューマーヘルスケア
【構成】4C1P

スポンサード・メニュー③ 特別広告企画 B4サイズ折込チラシ

本誌 B4サイズ折込チラシ

『婦人公論』特別広告企画です。
B4サイズの折込チラシ広告を毎月
1クライアントで展開。表裏とも広告誌面と
して活用できるほか、購入申込用のはがき
付けることにより、読者へダイレクトに
購入促進が可能となります。

(チラシ表面)



(チラシ裏面)



【広告主】中田食品
【商品】しらら



【広告主】ファンケル
【商品】ビューティブーク



【広告主】ライオン
【商品】グッスミン

スポンサード・メニュー④ 読者訴求企画 イベント／サンプリング

読者イベント

『婦人公論』読者イベントと協賛クライアント様のサンプリングや商品説明会をコラボして開催。読者に直接ご協賛商品を提供できる体験型イベントとして活用いただけます

実施プラン・案)

場所: 弊社32F レストラン

内容: 愛読者参加トークイベント

(『婦人公論』出演タレント・作家)

+

商品プロモーション

サンプリング



愛読者参加

トークイベント

at 32Fレストラン



創刊100周年読者イベントの様子
(誌面再録事例)

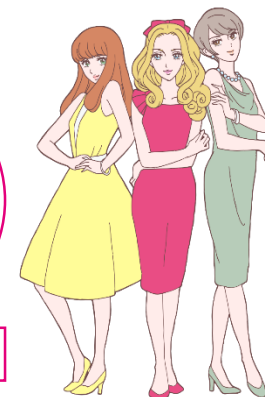
定期購読者 サンプリング

熱心な愛読者である定期購読者向けに商品資料やサンプルをお届けする企画です。弊社からの直接送付により、確実に情報を届けることが可能です。

サンプリング用商品の体裁については事前にご相談させていただきます



各企画についてのお問い合わせは弊社担当まで。
お待ちしております



スポンサード・メニュー 料金表

掲載面	色 スペース	料金	原稿サイズ
			天地×左右(mm)
表4	4色1P	2,150,000	259×194
表2(見開き)	4色1P(2P)	1,600,000(2,900,000)	275×210(275×420)
表3(見開き)	4色1P(2P)	1,400,000(2,800,000)	275×210(275×420)
目次対向	4色1P	1,500,000	275×210
センター見開き	4色2P	2,900,000	275×420
中面	4色1P	1,400,000	275×210
中面(小枠囲み罫)	4色1/3P	650,000	縦243×56
中面	1色1P	900,000	275×210
中面(小枠囲み罫)	1色1/3P	400,000	243×56
中面(小枠囲み罫)	1色1/6P	200,000	117×56
ハガキ	1色表・裏	1,400,000	官製ハガキサイズ

【広告に関する注意事項】

※編集タイアップは2ページから承ります。

制作費として4色1頁あたり¥300,000、1色1頁あたり¥200,000を頂戴いたします。

※中綴じ製本の都合上、掲載面により左右のサイズが多少異なります。切れてはいけないロゴ・ネームなどは左右より10～15mmずつ内側にレイアウトしてください。

※その他、詳細についてはお問い合わせください。

【メディアプロフィール】

創刊

1916(大正5年)

発売日

毎月第2・第4火曜日

判型

A4変形、中綴じ、オフセット

印刷証明部数

130,583部

(日本雑誌協会、2020年1～6月)

価格

定価600円(本体545円)

販売

書店、キヨスク、コンビニエンスストア
病院売店など