

雑誌販売部数トップシェア

# 宝島社が女性誌2誌を同時創刊 40代、50代の“**大人市場**”を開拓！

3/7『大人のおしゃれ手帖』、3/26『オトナミューズMUSE』

雑誌販売部数トップシェアの株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)は、2014年3月、“大人女子”をターゲットにした女性誌『大人のおしゃれ手帖』『オトナミューズ』の2誌を創刊します。弊社のファッション雑誌はこれまで主に20代を中心とする若年層をターゲットとしていましたが、すでに既存雑誌においてもすべて読者ターゲットの年齢を上げ、全般的にファッション雑誌の「大人化」を図っており、さらに今回2誌を創刊することによって、本格的に大人市場に参入する狙いです。

最近では、雑誌のみならず食品、音楽、アパレルなどの様々な業界で商品の「大人化」が進み、大人をターゲットとした商品やサービスが人気を集めています。こうした背景には、日本人の平均年齢が44.9歳と高まっていること、また、日本の人口の6割以上を40代以上が占めているなど、“日本という国が急速にオトナ化していることが理由”と、経済学者の竹中平蔵氏はコメント(※)しています。

今回創刊する2誌はこれまで年に数回、ムックとして不定期に刊行していましたが、両誌とも毎号読者を増やしてきたことから、月刊創刊を決定しました。『大人のおしゃれ手帖』は、40代、50代の日々の生活を大事にしたい知的な女性に向けて、また、『オトナミューズ』は、40歳前後のいつまでもファッションを楽しみたい女性に向けて届けてまいります。

宝島社は、2010年に『GLOW(グロー)』『リンネル』の2誌を創刊、おかげさまでいずれも各ジャンルで一番誌となりました。このたびの2誌創刊により、弊社のファッション雑誌はあわせて12誌となります。今後も、雑誌のリーディングカンパニーとして、大人世代をターゲットとした新たな雑誌を創刊することで、雑誌市場全体の拡大を図るとともに、業界の活性化に寄与していきたいと考えております。

※日本経済新聞 2014/1/17付

## 宝島社のファッション雑誌が「大人化」しています！



40代、50代女性誌  
3月に2誌創刊！



『大人のおしゃれ手帖』 『オトナミューズ』

# 大人のおしゃれ手帖

- 創刊日：2014年3月7日
- 予価：722円(税抜)
- 発行部数：20万部
- 判型：L判(297×235cm)
- 編集長：西山千香子(にしやま ちかこ)
- 表紙：桐島かれん(創刊号)
- ブランドアイテム：sou・sou の和柄ポーチ(創刊号)
- コンセプト：もっと素敵に
- ターゲット：日々の暮らしを大切にしたい40代、50代の女性
- 内容：「家でも外でもおしゃれをしましょう」という“日常のおしゃれ”に加え、健康、美容、食、趣味、人間関係など、毎日の暮らしをより豊かにするための生活情報を紹介し、暮らし全般のおしゃれを提案。
- ムックとしての刊行：vol.1 2012/5/22 発売、vol.2 2012/10/19 発売、vol.3 2013/2/26 発売、vol.4 2013/5/23 発売、vol.5 2013/9/6 発売、vol.6 2013/12/6 発売



※創刊号の表紙とは異なります。

オトナミューズ

# MUSE

- 創刊日：2014年3月26日
- 予価：722円(税抜)
- 発行部数：30万部
- 判型：L判(297×235cm)
- 編集長：渡辺佳代子(わたなべ かよこ)
- 表紙：梨花(創刊号)
- ターゲット：『sweet』卒業生および、気持ちはガールな40歳前後の女性
- ブランドアイテム：Cher デザイン！オトナのトートバッグ(創刊号)
- コンセプト：すべての女神たちへ
- 内容：主婦やキャリアという枠を超えた、純粋におしゃれを楽しみたい女性に向けたファッション雑誌。ミューズやおしゃれ業界人のリアルなライフスタイルをお手本に、ファッションからビューティ、インテリア、旅まで、物欲を刺激する情報を紹介。美容に関しては、“加齢”を受け入れず、アンチエイジングに徹底した情報を発信。
- ムックとしての刊行：vol.1 2012/10/26 発売、vol.2 2013/4/25 発売、vol.3 2013/10/24 発売、vol.4 2014/1/28 発売



※創刊号の表紙とは異なります。