

2026年7月1日

報道関係者各位

株式会社ハースト婦人画報社

『RICHESSE（リシェス）』新編集長に関口 優が就任

雑誌 × デジタル × SNSを横断し、富裕層読者との深い関係性を育み
ラグジュアリー市場における独自のハイエンドメディアとして、さらなる進化を目指す

株式会社ハースト婦人画報社（本社：東京都港区、代表取締役社長：ニコラ・フロケ）は、2026年7月1日付けで『RICHESSE（リシェス）』の新編集長に関口 優が就任することをお知らせします。関口は過去2年間にわたり『RICHESSE Digital』の編集長を務め、雑誌を含むブランド全体の運営やコンテンツ制作に深く関わってまいりました。今後は雑誌『RICHESSE』および『RICHESSE Digital』の両エディトリアルを統括し、ブランドの発展を推進していきます。



RICHESSE（リシェス）新編集長 関口 優 / Photo: fumitoshibasaki

2012年の創刊以来、『Richesse』は日本有数の富裕層読者との深い信頼関係を築きながら、ラグジュアリーブランドの価値や背景にある文脈を本質的に伝えるメディアとして進化を続けてまいりました。

独自の富裕層インサイトに基づく質の高いコンテンツ発信をはじめ、各界のオーソリティとの強固なネットワーク、そしてブランドから支持される高い品格と信頼性を強みとし、ラグジュアリーメディア市場において独自のポジションを確立しています。現在は雑誌のみならず、デジタル、SNS、動画などを通じて次世代の富裕層との接点も拡大中。メディアの枠を超え、データ、コミュニティ、コンテンツを基盤に、イベントを含む多様なチャンネルを横断的に活用することで、富裕層との多面的な接点を構築してまいります。

■ 新編集長・関口 優よりご挨拶

新たなラグジュアリーの地平へ：Richesseが紡ぐ、 贅沢のハイコンテクスト

14年前、世界が大きな胎動を迎えていた時代に“豊かさ”を掲げて『Richesse』は誕生しました。それから歳月が流れ、世界の富める国は変化し、富裕層の顔ぶれも新たになり、私たちが求める「豊かさ」の定義もまた、劇的な変化を遂げています。

今、真の贅沢とは、これみよがしな所有ではありません。そのブランドのルーツ、歴史、あるいはその場に流れるしきたりやならわし――すなわち、目に見えない「ハイコンテクスト（高度な文脈）」を理解し、咀嚼することそのものが、現代における至高の贅沢となっています。生活を送るのに本来不要なものという意味を内包するラグジュアリーというものに、なぜ私たちはこれほどまでに惹かれてしまうのか。その答えは、文脈の中にしかありません。

しかし私たちがありたい姿は、その「コンテクストを、五感で体験するメディア」です。

創刊時から変わらない、美意識の最前線にいる人々の「リアルな肉声」。それを、息を呑むような美しい誌面だけでなく、あらゆるプラットフォームへと解き放ちます。ある時は、アトリエでデザイナーが情熱を生で語る動画として。またある時は、本来非公開であるハイジュエラーの秘密の夜会の空気を、リアルな音と映像で。あるいは、ある美術展の素晴らしさを、キュレーターや表現者たちのフィルターを通して、ありありと伝えていく。

伝統的なビジュアルの美しさはそのままに、静止画とテキストの枠を超え、ラグジュアリー熱量を「生きた体験」としてお届けしていきます。拠点を固定しない方々にとって、いつでも、どんな場所からでも極上の知性に触れられるように。

世界で最も繊細にコンテクストを読み解く日本という社会だからこそ、ラグジュアリーを発信する無二のメディアへと。新しい『Richesse』はその本質を軽やかに、そして大胆に解き明かすラグジュアリーの“専門誌”として、歩みを進めてまいります。

■ 関口 優（せきぐち ゆう）プロフィール

1984年生まれ、埼玉県出身。2016年より腕時計専門誌編集長に就任し、業界最年少編集長にして同誌を専門誌売上NO.1に導く。2019年9月より『HODINKEE Japan』編集長に就任。2020年12月にはHODINKEE Magazine Japan Editionも創刊。2023年10月より、ラグジュアリーメディア『Richesse Digital』を創刊し、編集長兼任を経て現職に就任。2025年1月より、『Richesse』、『Esquire』、『Hodinkee』、『Women's Health』を統括する編集局長。

■ 今回の新体制について

2012年の創刊以来、14年間にわたり編集長として『Richesse』を牽引してきた十河 ひろ美は、このたびの体制変更に伴い、編集長を退任いたします。今回の新体制発表に際し、十河は次のようにコメントを寄せています。「コミュニティ、デジタル、イベントを融合し、新しいハイエンドメディアの可能性に挑戦してきた関口のもと、『Richesse』が次のステージへと発展していくことを楽しみにしています」。

創刊以来培ってきた唯一無二のDNAと信頼の絆は、メディアの最前線で新たな価値を創造し続ける関口新編集長率いる新体制へと確実に引き継がれ、次なる時代に向けてさらなる進化を遂げてまいります。

■ 『Richesse』について

2012年夏、ラグジュアリーの代名詞である『25ans』をさらに極めた最高峰のメディアとして創刊。創刊号の表紙に掲げた「ULTIMATE LUXURY（究極のラグジュアリー）」を体現し続ける、ハイエンド季刊誌。デジタルシフトが進む現代において、あえて「手元に残したい」と思わせる圧倒的な美しさと特別感にこだわり、独自の切り口で真の豊かさを提案。本物志向の読者へ向けた特別な価値を発信し続けている。2027年、創刊15周年を迎える。

<https://www.hearst.co.jp/brands/richesse/>

■ ハースト婦人画報社／ハースト・デジタル・ジャパンについて

株式会社ハースト婦人画報社は、アメリカに本社を置き、世界40か国で情報、サービス、メディア事業を展開するグローバル企業、ハーストの一員です。株式会社ハースト・デジタル・ジャパンは、2016年に設立された株式会社ハースト婦人画報社の100%子会社です。



PRESS RELEASE

1905年に創刊した『婦人画報』をはじめ、『ELLE（エル）』、『25ans（ヴァンサンカン）』、『Harper's BAZAAR（ハーパーズ バザー）』、『Esquire（エスクァイア）』などを中心に、ファッション、ライフスタイルなどに関する多数のデジタルメディアの運営と雑誌の発行を手掛けています。『ELLE SHOP（エル・ショップ）』をはじめとするEコマース事業も収益の柱に成長。近年はクライアント企業のマーケティング活動をトータルにサポートする『HEARST made（ハーストメイド）』、データに基づくブランドマーケティング支援を行う『HEARST Data Solutions（ハースト データ ソリューションズ）』を立ち上げるなど、コンテンツ制作における知見にデジタルとデータを融合した企業活動を展開しています。またISO14001を取得しサステナビリティに配慮した経営を実践しています。

コーポレートサイト：<https://www.hearst.co.jp>

Instagram：[@heardstfujingaho](https://www.instagram.com/heardstfujingaho)

X (旧Twitter)：[@heardstfujingaho](https://twitter.com/heardstfujingaho)

LinkedIn：<https://www.linkedin.com/company/heardst-fujingaho>