



1989年9月25日生まれ。身長168cm。品の良さと清潔感のあるキレイさを持ち、JJが提唱する「カッコいい女」を体現する存在。表紙登場回数も一番多く、JJの看板モデルとして人気急上昇中。

Audrey Ayaka

Born September 25, 1989. Height:168cm (5'6"). With a sense of beauty that comes from her elegance and freshness, she's a model with the perfect embodiment of our "grown-up look" theme. She has the most appearances on our front cover and her popularity continues to climb as one of JJ's top models.



有末 麻祐子



寛 美和子



藤井 萩花



藤井 夏恋



大川 藍



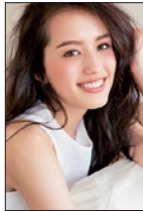
滝沢 カレン



寺本 愛美



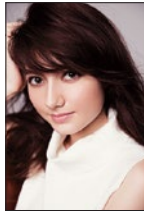
ニコル



菊川 リサ



近藤 カコ



ティファニー 春香



土岐田 麗子



小林 さり



コンセプトは「ガール」から「レディ」へ——。

アラウンド25歳へ「素敵な大人になるための近道」をわかりやすく丁寧に伝えるファッションライフスタイル誌です。今のトレンドだけでなく、未来につながるおしゃれや美容、ライフスタイル情報を毎月お届けします！

Our concept is “Girls” becoming “Ladies.”

We are a fashion and lifestyle magazine that shows women around 25 years old “the shortcuts to becoming a beautiful and sophisticated woman” clearly and kindly. We don't just report on today's trends; every month we have fashion, beauty, and lifestyle advice that leads from now into the future!

JJ編集長 原さやか JJ Editor In Chief, Sayaka Hara



「ガール」から「レディ」へ——。JJは素敵な大人への近道を読者の皆さんと一緒に考えていくリアルでタメになる“今どきレディの入門書”です。メインターゲットはアラウンド25歳の働く女性。四捨五入して30歳。初めて女性が年齢を具体的に意識するのが25歳です。学生時代と同じ“カワイイ”を求めているのはこの先タイカも……。まだまだ若いけれど、初めてそんな焦りを感じる世代です。一生“女のコ”でいるより、年相応の“素敵”を見つけていきたいと思っている20代は増えています。そんな将来のことを考えた読者のための「未来につながるおしゃれ・美容・ライフスタイル」の誌面を盛りだくさんでお届けしているのが今のJJです。情報はいくらかでも手に入る時代、ありふれた情報の中でその速さよりも、質を重視した誌面を作ることこだわっています。単純にトレンド情報を数多く伝えるのではなく、たくさん情報の中から“素敵な大人”に近づくためのもの・ことだけを丁寧に厳選してお伝えし、他の20代向け女性誌の中でも圧倒的に大人っぽい誌面は読者にも好評で、買いたいものがすぐ見つかる、という声をいただいております。また、創刊41周年を迎えたJJは親子2代で読者という生粋のJJファミリーがたくさんいるのが唯一無二の特徴です。そんな家族の影響で幼い頃から身の回りのものに“投資”することの大切さを肌で分かっている読者が多く、値段にかかわらずいいものにはお金をかけます。今の若者はお金を使わない、なんて声はよく聞きますが、自己投資に関して賢くなっているだけです。自分のために時間とお金をたくさん使える若いうちに、おしゃれも生活もたくさん挑戦しよう、というバイタリティにあふれた20代をJJはこれからも全力で応援していきます！

“Girls” becoming “Ladies.” JJ is the beginner's manual for “being a lady in today's world.” We work together with our readers to think of real and useful shortcuts to becoming a beautiful, sophisticated adult. Our main target is working women around 25 years old. Rounding up to 30 years old. Most women start being conscious of age at 25 years old. It would be too bad if they still aimed for the same “cuteness” as they did when they were students. They are still very young, but their generation is feeling impatience for the first time. There are more and more twentysomethings who want to find age-appropriate charm rather than staying a “girl” forever. JJ is now a magazine with pages full of information about “the future of fashion, cosmetics, and lifestyle” for readers who just have started thinking about their own future. In this era, you can get as much information as you want. But in the midst of all the trite, recycled content out there, we place more value on quality than speed, taking special care when creating the pages of our magazine. We don't simply show a bunch of trend reports. Instead, from the multitude of information out there, we carefully select only the things and ideas that are needed to become a “sophisticated adult” and convey them to our readers with care. Even among other magazines for twentysomethings, we have gotten a good response from our readers about their preference for our decisively grownup content, and immediately being able to find things they want to buy. Also, we've celebrated our 41st anniversary and now our unique hallmark is the existence of many “JJ Families” in which two generations—mother and daughter—are readers of the magazine. Because of the influence from the mothers in these families, there are many readers who know the importance of investing in themselves and are willing to spend money on good products, no matter the price. Although we've often heard that the young people of today don't spend money, we think that they are just getting smarter about investing in themselves. At JJ, we will continue to cheer on the twentysomethings who are brimming with energy to keep trying different fashion and lifestyle choices while they are still young and have free time and money to spend on themselves.

広告料金表 Ad Rates

掲載面 Publishing size	色 Color	スペース Space	広告料 (yen) Advertising rates	寸法 (mm) Size
表4 outside back cover	4 C	1 P	3,200,000	282×222
表2見開 Inside front cover spread	4 C	2 P	4,700,000	297×464
表3見開 Inside back cover spread	4 C	2 P	4,200,000	297×464
目次対向 Single page facing TOC	4 C	1 P	2,500,000	297×232
オフセット Offset	4 C	1 P	2,300,000	297×232
ハガキ Postcard	1 C	1 葉	2,300,000	150×100

●編集タイアップは2ページ以上とし、1ページについて40万円の制作実費をいただきます。
Editorial tie-ups must be 2 pages or more, and production costs are ¥400,000 per page.



MEDIA INFORMATION

メディア・インフォメーション

2016-2017

月刊 毎月23日発売
Monthly, 23rd of every month

定価670円(税込み)
Price 670 yen (tax incl.)

A4変型判 無線とじ
A4 variant unsewn binding

発行部数 149,667部(印刷証明付き発行部数 2015年度10月-12月版)
Circulation of 149,667 copies [from MAGAZINE DATA 2015.10-12]

1975年4月創刊
First published in April 1975

株式会社 光文社

最新ニュースや詳しい情報は

<http://www3.kobunsha.com/ad/>

株式会社 光文社
広告局

〒112-8011 東京都文京区音羽 1-16-6

広告部・広告管理部 TEL. 03・5395・8120-8124 FAX. 03・3942・2175
企画広告部 TEL. 03・5395・8609 FAX. 03・5395・0755
デジタル事業部 TEL. 03・5395・8129 FAX. 03・5395・8226
ブランド事業部 TEL. 03・5395・8143 FAX. 03・5395・8226

<http://www3.kobunsha.com/ad/>

「ガール」から「レディ」へ——。大人になったJJは、2016年もさらに進化します。

“Girls” becoming “Ladies”. JJ, now all grown up, will make even more progress in 2016.

読者データ

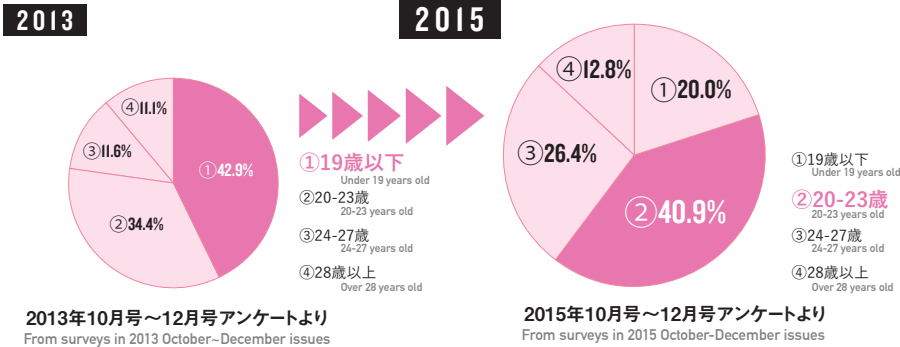
メインターゲットはaround25歳

Reader Data : Our main target is women around 25 years old

“ 2014年8月に表紙をリニューアルし、雑誌のメインターゲットをaround25歳に。読者アンケートデータからも読者年齢の変化が読み取れます。

In August 2014 we revamped our cover and made women around 25 our main target. You can see the change in our readers' age demographics reflected in their survey response data as well.

”



職業	occupation	地域別	region	世帯年収	annual household income	未・既 婚	Marital status
会社員	46.6%	東京30km圏	34.5%	100万円未満	6.9%	既婚	13.3%
大学生	24.0%	関西地区	32.3%	300万円未満	27.8%	未婚	86.7%
専業主婦	4.8%	名古屋地区	20.3%	500万円未満	28.5%		
高校生	4.1%	北部九州地区	4.8%	700万円未満	18.8%		
その他	20.5%	札幌地区	3.8%	1,000万円未満	12.5%		
		仙台地区	2.2%	1,000万円以上	5.6%		
		広島地区	2.1%				

JJ2015年11月号「カラー広告コンクール」読者アンケート、MAGASCENE/ex 2016年4-6月より
JJ November 2015 issue "Color Advertisement Contest" reader survey, from MAGASCENE/ex April-June 2016

SNS

JJ読者はSNSにも積極的。特にInstagramのフォロワーは、雑誌アカウトの中でも上位に位置します。SNS：JJ readers are also active on SNS. Especially on Instagram, our number of followers ranks at the top among magazine accounts.



Instagram

フォロワー：約61,600人
*2016年4月12日現在
Followers: approx. 61,600
*as of April 12, 2016



Twitter

フォロワー：約26,600人
*2016年4月12日現在
Followers: approx. 26,600
*as of April 12, 2016



LINE

友だち：約30,500人
*2016年4月12日現在
Friends: approx. 30,500
*as of April 12, 2016

JJnet

2016年4月23日にフルリニューアル

JJnet : Fully redesigned site launched on April 23, 2016

Point 1

スマホファーストのサイトデザイン

サイトデザインも全面リニューアル。ユーザーの8割以上は、モバイルからのアクセスのため、スマホファーストで更新性が見える&回遊性が高いデザインに生まれ変わります。

Smartphone-compatible site design

We've fully redesigned our website. 80% of viewers access our website from mobile phones so we've given it a new, noticeably different, smartphone-compatible design that's easier to navigate.



Point 2

毎日更新するコンテンツ

ファッション、ビューティ、ライフスタイル、ウェディングの4つをメインコンテンツとして、雑誌発売日に縛られず、JJnetならではの記事を毎日更新していきます。

New content posted every day

With fashion, beauty, lifestyle, and weddings as our four main contents, JJnet isn't tied to the magazine's publishing date, so new articles are available daily.



Point 3

WEBオリジナルのタイアップ

本誌連動はもちろん、WEBオリジナルのタイアップ企画や、SNSを活用した参加型キャンペーンなどを積極的に実施していきます。

Web-original tie-ups

We are proactively implementing web-original tie-ups, participatory campaigns using SNS, of course coupled closely with the print magazine.



ADVERTISING

「本誌+α」で広がる広告展開

ADVERTISING : "JJ magazine +α" Advertising Development and Expansion

SNS連動コラボ企画

SNS Collaboration Projects

毎回、大反響をいただいているコラ商品開発企画。本誌掲載にとどまらず、JJnetでの転載からブランド様ECサイトへの送客、編集部・JJモデルのSNSでの拡散、キュレーションメディアとの連携など、コラ商品をとことん訴求します。

Our collaboration products always have a huge impact. It doesn't just stop at the pages of the magazine--collaboration products are thoroughly promoted on sites such as JJnet, the e-commerce sites of our clients' brands, the SNS accounts of JJ's editorial department and JJ models, and in cooperation with media curation sites.



■本誌

Magazine



■コラ商品作成

Collaboration Product Design



■JJnet転載からブランド様サイトへ誘導

Directing JJnet visitors to the brand's own site



■JJモデルや編集部のSNSで拡散

*寛美和子 Instagram @miwakokakei より

Spreading information via JJ models and

JJ editorial department SNS accounts

From Miwako Kakei's Instagram @miwakokakei

動画企画

Video Projects

本誌タイアップのスチール撮影の同日に、誌面内容と連動した動画を撮影。単純な舞台裏撮影ではなく、「動画版JJ」として、動画を撮りおろし&編集します。

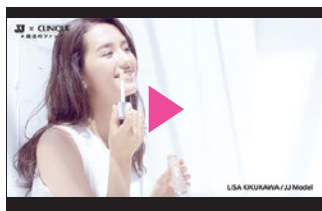
動画の掲出先は、JJのSNSはもちろん、OOHやクライアント様サイトなど、様々なところにカスタマイズ可能です。

On the day of a photo shoot of a tie-up for the magazine, we also shoot video footage to go along with the printed content. This is not just a simple behind the scenes shoot--instead, it's recorded and edited to be "the video version of JJ." The video will of course be posted on JJ's SNS accounts, and it's also possible to post in various other places such as our client's site, OOH ads, and others.



■本誌

Magazine



■動画制作

Video Production

OOHなど
カスタマイズできる
掲出先

The display of
advertisements is customizable,
using OOH ads, etc.



ウェディング企画・ジュエリー企画

Wedding Project・Jewelry Project

大人ターゲットになってから、読者の「結婚」「ジュエリー」への興味関心がアップ。2015年11月号で実施したJJ初のウェディング別冊付録は、読者アンケートで第一特集に次いで2位の反響でした。2016年秋には、JJnetをからめ、パワーアップした「ウェディング別冊付録&本誌ジュエリー企画」を予定しています。

Since adult women have become our target audience, our readers' interest in the topics "weddings" and "jewelry" has gone up. JJ's first special wedding supplement, was named by readers in a survey as their #2 favorite special issue. In autumn 2016, in connection with JJnet, we are planning our new and improved "special wedding supplement and jewelry magazine feature."



■ウェディング別冊付録

Special Wedding Supplement



■ジュエリー企画

Jewelry Project

インスタグラム投稿企画

Instagram Post Projects

Instagramを利用した読者参加型キャンペーンを実施。クライアント様の商材に合ったテーマを設定することで、商品やブランドの拡散&訴求が見込めます。

2016年3月号で実施した「myデニムコンテスト」企画では、企画ハッシュタグをつけた投稿が270件に。

We have been doing participatory projects with our readers using Instagram. We set a theme that goes along with our client's needs, with the aim of gaining more shares and appeal for their brand and products. In our March 2016 issue, the "My Denim Contest" got 270 photos uploaded with the contest hashtag.



■JJnet

JJnet



■JJモデルが審査員

JJ Models as the judges



■ユーザーの応募

User submissions