

### おかげさまで 創刊60周年。 さらなる新しい時代へ

『女性自身』が創刊されたのは1958年12月。

創刊のちょうど1カ月前に発表されたのが、美智子さまのご婚約でした。 創刊以降、皇室ニュースを雑誌の柱のひとつとしてきた『女性自身』が、 昨年12月に創刊60周年を迎え、そしていま、新しい時代を迎えています。 現在の本誌読者の年齢層は50代前後の方々がいちばんの山です。 人生100年時代ともいわれる今、読者世代の女性たちは、 以前とは比較にならないほどアクティブで前向きに人生を考えています。 健康やマネーなど、暮らしや家族を守る生活ニュース、

そして美容やエンタメなど、自らの人生を充実させるための情報など、 『女性自身』は常に、読者世代のニーズに対応する誌面作りを心がけてきました。 日本の全世代を対象に1993年以降、

毎日新聞では「読書世論調査」というものを実施しています。 「この1ヵ月に読んだ週刊誌」という調査項目では、

2016年度を除いてこれまでずっと、『女性自身』は最多数の首位となってきました。 令和となる新時代も、多くの読者から支持される「国民的雑誌」で ありたいと思っております。

今後とも皆さまのご支援とご声援を心よりお願い申し上げます。

女性自身編集長 内野成礼 Chief Editor Yoshiyuki Uchino

### \ 月間8200万PV! /

### 「WEB女性自身」の情報発信力を ご活用ください!!

芸能スクープ記事をはじめ、料理や美容、ねこに関する記事など女性の「見たい、知りたい」に幅広く応えるサイトです。Yahoo! ニュースやグノシー、スマートニュースなど多くのニュースサイトに記事コンテンツを提供して、それらニュースサイトからの流入が、月間8200万PV、1600万UU(2019年3月現在)という大きな数字につながっています。



### WEBでのタイアップも 増加中です!

本誌からコンテンツ転載の タイアップのほかに、 「WEB女性自身」 オリジナルの タイアップ事例も増えてきています。 お気軽にお問い合わせください。



### https://jishin.jp/

### 広告料金表

掲載面	色	スペース	広告料(円)	寸法 (mm)
表4	4C	1P	3,100,000	245×200
表2見開き	4C	2P	5,200,000	260×420
表3見開き	4C	2P	4,100,000	260×420
表3(1P)	4C	1P	1,700,000	260×210
オフセット	4C	1P	2,400,000	260×210
		タテ1/3	1,100,000	250×60 ★
中質オフセット	4C	1P	1,800,000	260×210
オフセット	1C	1P	1,200,000	260×210
		タテ1/3	600,000	250×60 ★
活版	10	1P	800,000	230×180
		タテ1/3	360,000	216×60 ★
		∃⊐1/4	270,000	50×180 ★
		突出し	175,000	90×55 ★
		角雑報	143,000	50×50 ★
ハガキ	1C	1葉	2,600,000	150×100

編集タイアップページは1ページ以上とし、1ページについて4C、1Cは40万円(グロス)、活版は20万円(グロス)の制作実費をいただきます。 ★印は枠付きの原稿サイズです。

株式会社 光文社

広告部 TEL.03・5395・8120~8124 FAX.03・3942・2175 企画広告部 TEL.03・5395・8609 FAX.03・5395・0755 雑誌コンテンツ事業部 TEL.03・5395・8225 FAX.03・3942・5038 ブランド事業部 TEL.03・5395・8143 FAX.03・5395・8226

〒112-8011 東京都文京区音羽1-16-6 http://www3.kobunsha.com/ad/

# たくさんの女性たちに愛されて創刊60周年

女性を元気にする情報を毎週お届けします!



MEDIA INFORMATION

2019-2020

- ●週刊/毎週火曜日発売
- ●定価420円(税込み)
- ●AB判/中綴じ
- ●1958年12月創刊
- ●印刷証明付発行部数/336,909部
- (JMPA印刷部数公表2018年10~12月)





各媒体のニュースや詳しい情報は http://www3.kobunsha.com/ad/



# ありがとう、創刊60周年!

# これからも女性のために信頼される役立つ情報を発信!!





創刊当時は結婚前の働く20代 女性を対象読者とした誌面内容 で、女性を取り巻く社会派の記 事やパリコレなど海外のニュース 記事なども多くありました。

1958年 \*女性自身、のための 大衆雑誌として誕生しました

て創刊されました。創刊以来世代を超えて多数の女性に愛読され 女性誌の〝ルーツ〟とも呼ぶべき雑誌です。 て、まさに、国民的雑誌、として歴史を重ねてきました。

は誰もが使う日常語の「OL」という言葉も『女性自身』の誌上から 誕生したものです。ほかにも「カスピ海ヨーグルト」「ビーズニュース」

現在の上皇・上皇后両陛下ご成婚の前年にあたる1958年に創 など『女性自身』の企画から始まった流行は数多くあります。当社 刊された『女性自身』は、日本で最初の本格的な「女性だけを読から発行される女性誌の数々も、『女性自身』の別冊としてスタート 者の対象にした、女性のための情報を掲載」する大衆の雑誌とし した『JJ』から派生したものが多く、『女性自身』は言わば光文社

そのようにさまざまなコンテンツがぎっしり詰まった『女性自身』は世代 たくさんの女性の支持を受けた『女性自身』は、世の中の流行や を超えて多くの女性に愛読されて、美容室、病院、銀行、携帯 社会現象のきっかけとなる記事も多数生み出してきました。現在で 電話ショップなど、多くの女性が集まる場所に置かれることも多く、そ の回読者数の多さは実売部数以上の広告効果を発揮しています。

> 皇室報道、社会ニュース、健康、お金、美容やエンタメ 話題のグルメスポット紹介、人気タレントのグラビアまで、 『女性自身』の記事は多岐にわたります。なかでも近年は 生活に身近な、役立つ、実用情報が支持されています。

健康、お金、美容、旅行など実用的な情報からエンタメまで、

# 女性の知りたい情報をタイムリーに、 わかりやすく発信します!



健康は『女性自身』読者にも最も関心の高い テーマ。健康に関する情報も難しい内容ではなく、 健康によい食材の紹介とその調理法の特集や、 病気を予防する生活習慣の紹介など、わかりや すい内容で多くの女性に支持されています。



ショッピング、温泉での癒しや話題の観光名所 めぐりなど、母娘での2人旅や孫も含めた3世 代での旅、友達との旅行など、温泉やグルメを 楽しめる国内の小旅行や日帰りのバスツアー まで、旅は大人気のコンテンツです。



年齢的に夫が定年退職をする世代の読者も 多く、退職金の使い方や老後の資金計画、 年金受給の開始年齢をどうするか、家計の節 約などお金にまつわる記事も人気です。病気 にかかった場合に必要となる医療費や保険な どの特集も好評です。



親世代を介護するという読者や、すでに介護を している人、これからやってくる家族の介護に備 えて知識や情報を持ちたいという読者も多く、 介護に関するサービスや商品のニーズが高く なっています。著名人による介護体験のインタ ビュー記事なども人気の企画で、たびたび掲載 しています。



元気な50代、60代の読者が多いため、エイジ ングケアの特集が人気です。また、お肌のケア の特集のほかに、加齢とともにハリやコシがなく なってきた頭髪への関心も非常に高いのが特 徴。50歳以上の女性向けに開発された化粧品 の広告にはピッタリの媒体です。



人生の終末を意識し始める人も多い世代。親 夫など家族にもしものときは何をすべきか、その ときに慌てないようにあらかじめ知っておきたい というニーズも強く、また自分も子どもたちに迷 惑をかけないために何を準備すべきか、「終活」 の情報は年々重要性を増しています。

调刊誌ならではの機動力と長年蓄積された経験で、

# 要望に沿った最適な 企画提案が可能です!

美容はいつの時代も女性にとって重要な情報です。 近年各社から発売される50代、60代向けの新ブランド化粧品、 あるいは昔からあるロングセラーの化粧品も、 編集の美容特集と連動した企画のご提案が可能です。

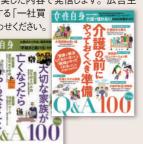


### 別冊ムックも大好評です!

『女性自身』のブランドと、長年培った編集力を生かして刊行した別冊ムックも 好評を博しています。『女性自身』の読者層に向けて、健康や介護、お金、 終活など関心の高いテーマをわかりやすく充実した内容で発信します。広告主 様が発信したい情報をまるまる一冊ムックにする「一社買 11414年

い切り」なども実施可能ですので、お問い合わせください。 迅速にお見積もりをご用意いたします。

亡くなったらやるべきことQ&A100』 (左)、2019年2月に発行した「介護の前 にやっておくべき準備Q&A100 (右)。 いずれも大きな文字とイラストや図を中 心とした誌面構成で、わかりやすいと 好評をいただいています。



本誌での掲載だけでなく、販促ツールの作成も含めて、迅速にご要望に応 えます。ここでは紹介できないさまざまな掲載事例から、近い事例をご提示 してわかりやすく提案できるのが『女性自身』のタイアップ企画の強みです。

健康への関心がとても高い読者層なので、 医薬品、機能性食品、医療機器など健康をテーマにした タイアップ広告への関心も高く、高い回読者数とともに 多くの女性へ認知度を高めることが可能になります。





企業が社会に貢献するCSR活動が ますます盛んになっています。 多くの女性に愛読され、 社会的ニュースも扱う『女性自身』は、 CSR活動をアピールする 絶好のメディアです。

口コミ感あふれる活版タイアップは オールカラーの雑誌にはない強みです。 様々な場所で読まれる特性ゆえ、 息の長いレスポンスがあるのも 本誌タイアップの特徴です。



「オーガニック チャップアップ シャンプー|

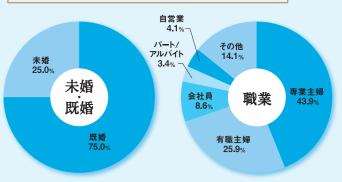
このほか、ここでは紹介しきれない掲載事例がたくさんあります。お気軽にお問い合わせください。

### 75歳以上 71~74歳 31~38歳 北関東 九州·沖縄 11.4% 10.2% ~42歳 居住地 分布 55~58贵

40代、50代、60代を中心に、20代 から70代まで多くの女性に愛読されてい ます。健康やお金、旅行など各世代に 共通するテーマなど、女性全般へ発信 するには非常に効果的なメディアです。

中部地方をはじめ、中国・四国地方、 首都圏、近畿圏など全国の女性に広く 愛読されています。これほど日本全国で 愛読されている一般誌はなく。まさに 「国民的雑誌 と言えます。

### 数字で見る『女性自身』 読者プロフィール



創刊当時の読者はOL中心でしたが、 読者とともに年齢を重ねて、多くの主婦 に愛される雑誌に。自分自身に役立つ 情報を中心にしつつも、家族に有益な 情報は口コミで教えたくなります。

専業主婦、有職主婦で約70%と読者 の大多数を占めるように、読者の生活 基盤は、家庭、にあります。

※読者アンケート結果より