KAORU SAITO's Special Essays in Weekly Bunshun

# 齋藤薫の人間。見た目学

美容ジャーナリストの先駆者であり、女性の生き方と美にまつわるエッセイの書き手として、 読者の絶大な支持を得てきた齋藤薫さん。数多くの女性誌から、新聞、webと活躍のフィールドを広げ、 ついに「週刊文春」でも新たなプロジェクト「人間・見た目学」が始まりました。

〈ふだん"女性誌を読まない人"にも、美の提案をしたい〉という試みです。「週刊文春」の女性読者比率は45%。 社会への関心が高いのはもちろんのこと、美容や身だしなみに対しても意識が高いことは、データが裏付けています。 また、「週刊文春」の女性読者の数は、実は、売り上げトップレベルの女性誌の読者数と並びます。「人間・見た目学」は、 質でも数でも他誌から抜きんでる「週刊文春」の女性読者たちに向けて、

齋藤薫さんならではの着眼点・切り口で貴社製品の魅力をアピールできる絶好の企画です。



# 齋藤薫

美容ジャーナリスト/エッセイスト

集者を経て独立。女性誌にお )企画、化粧品の開発・アドバ NPO 法人日本ホリスティックビ ィ協会理事など幅広く活躍。『Ya hoo! ニュース「個人」」 でコラムを執筆 中。新刊『"一生美人"力 人生の質が 高まる108の気づき』(朝日新聞出版)他 "服"で人生は変わる」(講談社)、 『あなたには"躾"があるか 365 日で変 わる本』(講談社)など多数。

齋藤 薫さんから

雑誌で

П

チ、

提案で

ア

に寝室まで つはずです

美の 生きてき

### 展開について

商品の魅力を美しいグラビアで見せてもいいですし、活字好きが大半の読者に 齋藤薫さんの文章力を前面に出して訴えることも効果的です。カラー純広告と連動した 展開も可能です。ご予算、ご要望に応じて魅力的な誌面展開をご提案致します。

#### 誌面展開例

[ 4C 2P タイアップ]

企画料金 360 万円 (製作費込み)



[ 4C 1P 純広告+活版1Pタイアップ 企画料金 230 万円 (製作費込み)



「 活版 2 Pタイアップ ] 企画料金 190万円(製作費込み)



週刊文春グラビアページ「the Style Beauty」 タイアップ企画だけでなく、年に数回、グラビア編集 ページでも、齋藤薫さんの美容記事を掲載しています。 「週刊文春で、いま注目の化粧品の情報を知ることが できるのは嬉しい | という女性読者の声が届いています。



お問い合わせ

文藝春秋メディア事業局「週刊文春」齋藤薫さん企画担当 TEL03-3288-6247

# データでみる週刊文春

政治、芸能、スポーツなどでスクープを連発し、その取材力では他誌、他メディアの追随を許さぬ「週刊文春」。 総合週刊誌で発行部数も実売部数も13年連続ナンバーワンです。

発行部数:659,000 部 (2017年4月~6月JMPA印刷証明部数) 実売部数:431,612 部 (2016年1月~12月ABC公查)

男女比(%)

女性読者も

多いのです。

### 回読者数

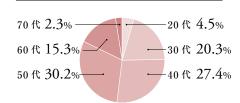
3.2人

閲読者数/購読者数。美容院、クリニック、銀行などに置かれ、家庭でも回し読みされています。

推定女性読者数 600,000

実売部数×女性読者比率×回読者数。これだけの女性読者がいます。

### 女性読者年代比率

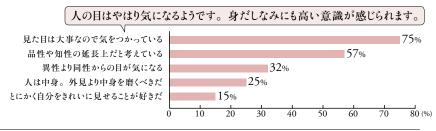


平均年齢: 49歳 未婚者: 既婚者=33:67

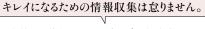
# 女性読者の美容や身だしなみに対する意識と行動

週刊文春メルマガ会員に対してアンケートを実施しました。(n=354)

# 1. あなたは美容や身だしなみついてどう考えていますか?



### 2. 美容や身だしなみについて具体的にどのような行動をしていますか?



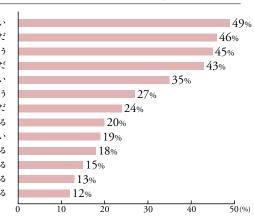
化粧品、美容に関する記事やブログを参考にしている 36% 美容のためにサプリメントを摂っている 29% 定期的にパックやマッサージを行っている 25% 新発売の化粧品やヘアケア商品はいつもチェックしている 22% 美容ライターや美容部員などプロの評価を参考にしている 15% 美容家電 (スキンケア、ヘアケアなど) を使っている 15% 8% ボディのシェイプアップ機器を買うことがある 友達が薦める化粧品などを使うようにしている 8% 化粧品が好きで调に1回は店でチェックしている 定期的にエステに通っている 35

## 3. 美容系商材についてどういう意識をお持ちですか?

商品選びも自分に 合うものを賢く選択する 傾向がみられます。

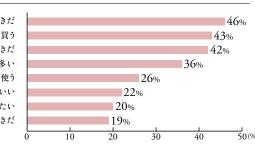
a. 化粧品を中心としたフェイシャルケア商品

国産ブランドの化粧品を買うことが多い 肌への刺激が少ない化粧品が好きだ 価格より品質や効能を重視して買う 素顔に近い自然なメークが好きだ エイジング対策は早めに取り組んだほうがいい 自然派、オーガニック派の化粧品を好んで使う 科学的根拠があるスキンケア商品が好きだ 季節ごとにスキンケア商品を使い分けている お金がかかっても肌の悩みは解消したい 寝る前のスキンケアには時間をかけている 高価格の化粧品を買うことに喜びを感じる 5年後、10年後を見据えたスキンケアをしている 美容家電は効果的だと思っている



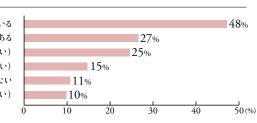
### b. ヘアケア商品

ナチュラルなヘアスタイルが好きだ 価格より品質や効能を重視して買う 髪への負担が少ないヘアケア商品が好きだ 国産ブランドのヘアケア商品を買うことが多い 自然派、オーガニック系のヘアケア商品を好んで使う エイジング対策は早めに取り組んだほうがいい お金がかかっても髪の悩みは解消したい 科学的根拠があるヘアケア商品が好きだ



#### C. スタイルケア商品

スタイル維持を常に心掛けている
スタイルケアのためのサブリ、機能性食品などに関心がある
フィットネスクラブに通っている(通いたい)
体型維持のため自宅でエクササイズマシンを活用している(活用したい)
お金がかかってもスタイルの悩みは解消したい
ボディエステを利用している(利用したい)



### 4 購入はどのようなところでしていますか?

