

知性が口紅をつけたら、最強。
～働く女性のための美容誌～

etRouge

MEDIA GUIDE

 @etrouge_mag

etRougeとは？

「ビューティ」「ヘルス」を切り口にした“いま”を切り取るカルチャー誌

『etRouge（エルーージュ）』は、社会で日々活躍する女性たちのために、まったく新しい切り口で企画・編集するビューティ&ヘルス誌です。

誌名『etRouge』は「～と赤」「and Red」の意味を持つフランス語。たっぷりでもほんのりでも、口紅に代表される「赤い色」をさすことによって、女性はたちまち華やぐ存在になる——そんな思いを込めてタイトルをつけました。

創刊以来、単なる化粧品カタログに終わらない掘り下げた美容の情報、そして美容分野に限らず「いま会ってみたい」人物のインタビューやエッセイといった多彩なコンテンツを発信してきました。また、紙媒体ならではの何度も眺めたくなるようなヴィジュアルの美しさを追究しています。



etRougeとは？

『etRouge』読者は、特別なアイコンを持たず、自分の審美眼で、生き方も消費財も選ぶ人々です。彼女たちは基本、常に「私（自分）目線」。etRouge誌面は、彼女たちが興味を持ち、共感できるコラム、そして知的興味とイマジネーションをかきたてる、美しい誌面づくりに力を入れています。

文章をしっかりと読み込み、理解するのが好きな頭のよい人たちなので、単に「誰それが使っているから」というミーハー心では、お財布の紐を緩めてはくれません。

だからこそ、製品の紹介ページも、新製品情報に限らず、メーカーの叡智や長年愛される商品を深く掘り下げて紹介するのがetRouge流。リアルとモードのほどよいさじ加減で読者を刺激し、「本当にそのとおり！」とひざを打たせる見出しで、新旧の名品の持ち味を最大限まで引き出すコンテンツが自慢です。

トレンドを追うだけの美容情報ではなく、「私らしさ」を表現してくれるアイテムとの邂逅の場になる媒体、それがetRougeです。

etRouge編集長 麻生 綾



プロフィール

ビューティ・ディレクター／美容編集者。東京育ち。上智大学文学部新聞学科を卒業後、婦人画報社（現ハースト婦人画報社）入社。以来、女性誌の美容ページ担当歴は30年近くにわたり、また『25ans』『婦人画報』（ともにハースト婦人画報社）、『VOGUE JAPAN』（コンデナスト・ジャパン）各誌で副編集長を務める。2014年1月より『etRouge』編集長。

etRougeとは？

働くことにコミットしながらも、「綺麗でいること」を忘れない。外見だけの美しさではなく、内面からの美しさでしなやかに時代を超えていく女性たちを応援する美容誌です。

◆媒体概要

創刊：2014年5月
発行部数：50,000部
発行形態：季刊・年間4冊（3.5.9.11月）
配布方法：無代で自宅に直送



◆配布方法

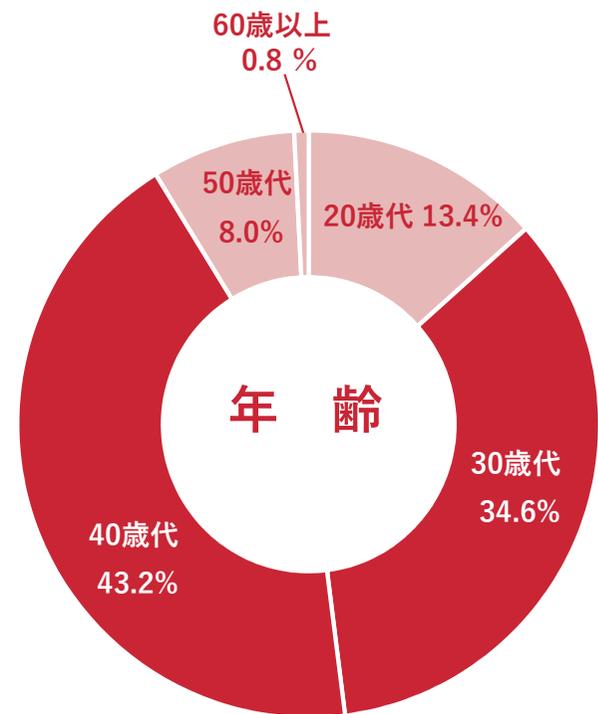
etRougeはリクエストマガジンです。「etRouge」のコンセプトに共感し、購読をリクエストいただいた方は勿論、日経BPが保有するNIKKEI ID（読者データベース）から、能動的に働き、積極的に社会にコミットしている女性をセグメントし、お届けしています。日経BPならではの刊行スタイルで、媒体ロイヤルティの高い読者層を形成しています。

◆読者像

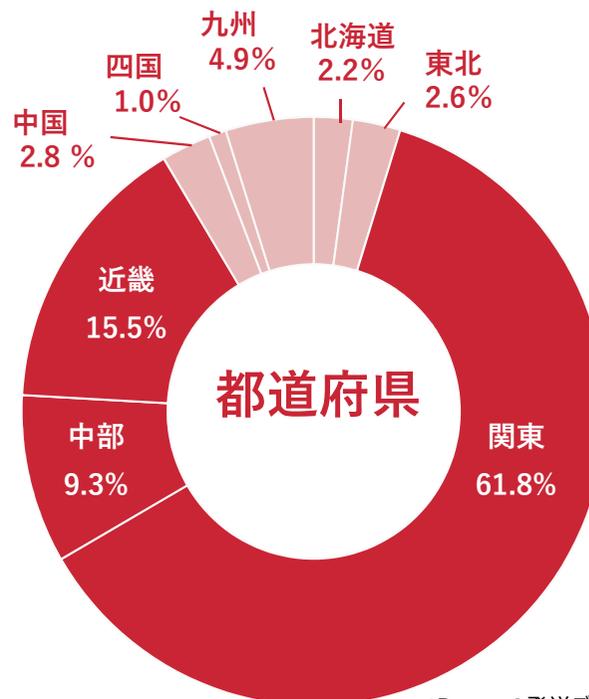
30～40代の社会で活躍する自立した女性たち。コスメフリーク、美容が趣味……というより、社会にコミットする手段として、毎日スキンケアそしてメイクを欠かさない人々です。

読者プロフィール 1

読者の多くは30歳～40歳代。都市部に住み、会社員や専門職など、それぞれの分野で活躍しています。

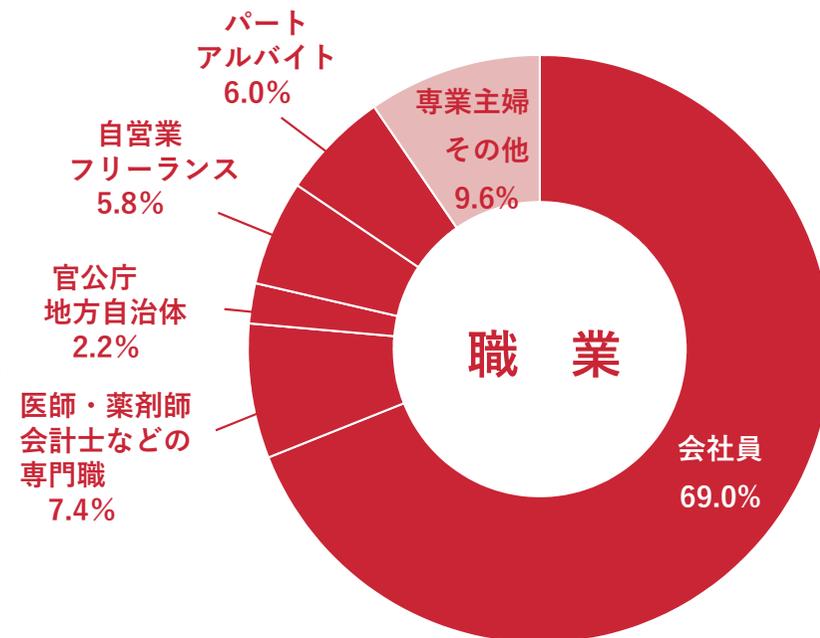


読者の約8割が30～40歳代
平均年齢は39歳



etRougeの発送データに基づく比率

関東・中部・近畿地方など
都市部で86%

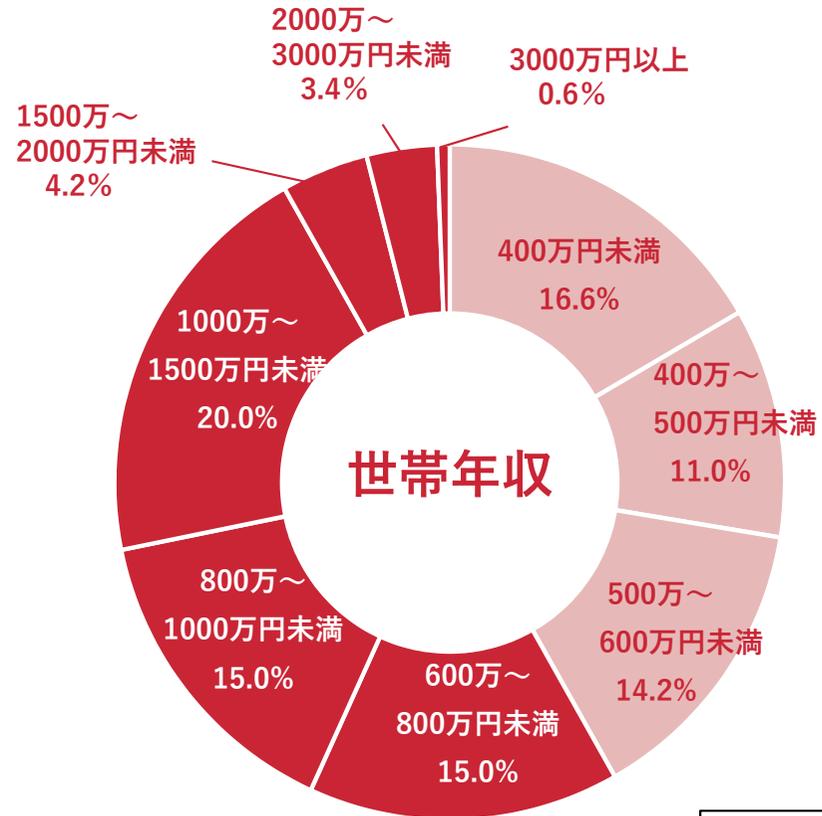
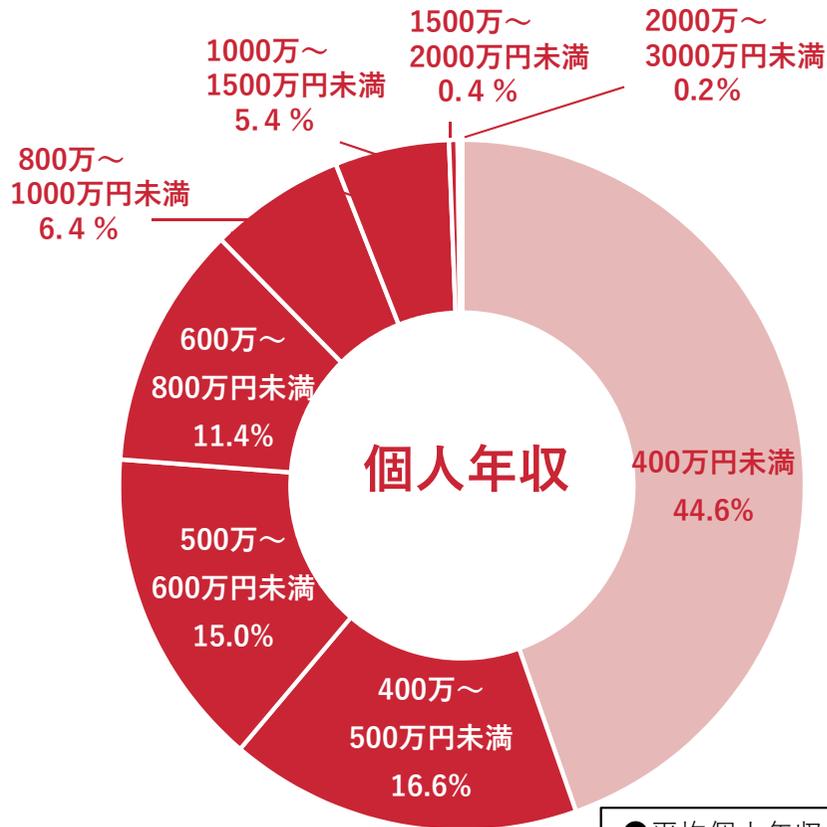


有職者が約9割

「etRouge」に関するアンケート
etRouge読者から無作為抽出した約8000件に調査依頼メールを送付し、インターネット上の回答受付システムAIDAで回答を収集●調査期間：2015年8月 ●有効回答件数：500件 ●調査実施：日経BPコンサルティング

読者プロフィール 2

平均個人年収が530.2万円、経済的にも自立した女性たちです。



年収400万円以上が半数以上
平均個人年収：530.2万円

●平均個人年収について
美容誌他誌との比較

A誌：138万円
B誌：186万円
C誌：206万円

※MAGASCENE2014年調査による

世帯年収600万円以上が半数以上
平均世帯年収：855.2万円

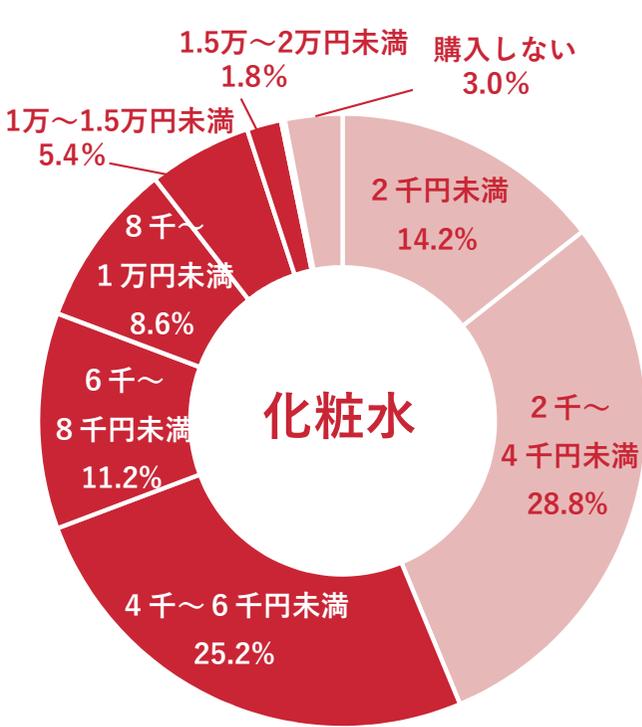
●平均世帯年収について
美容誌他誌との比較

A誌：703万円
B誌：669万円
C誌：726万円

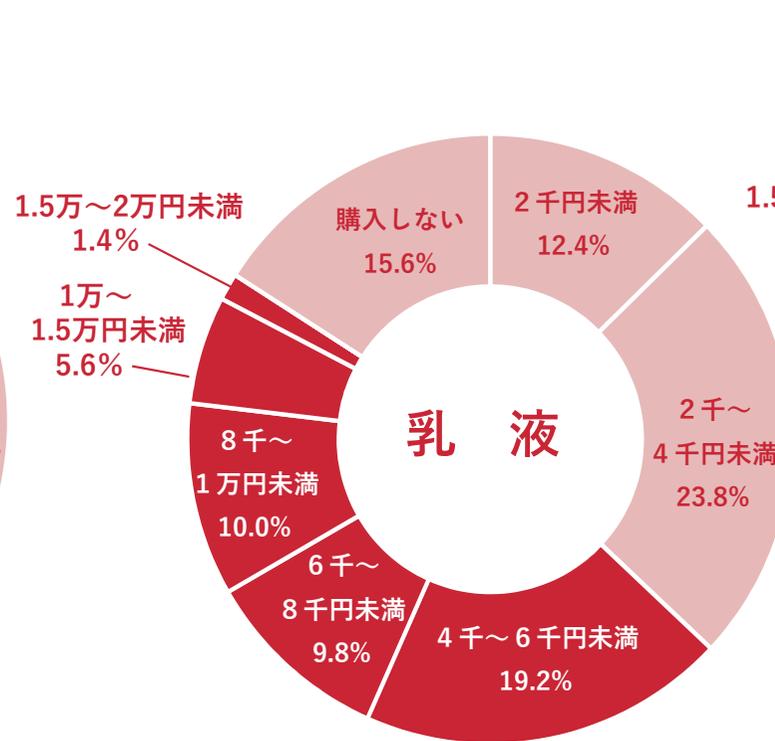
※MAGASCENE2014年調査による

高いレベルの個人所得を持つからこそ、興味のあるアイテムを購入することができます。
読者が1ヶ月間で美容にかける金額は、**平均：16,339円**です。

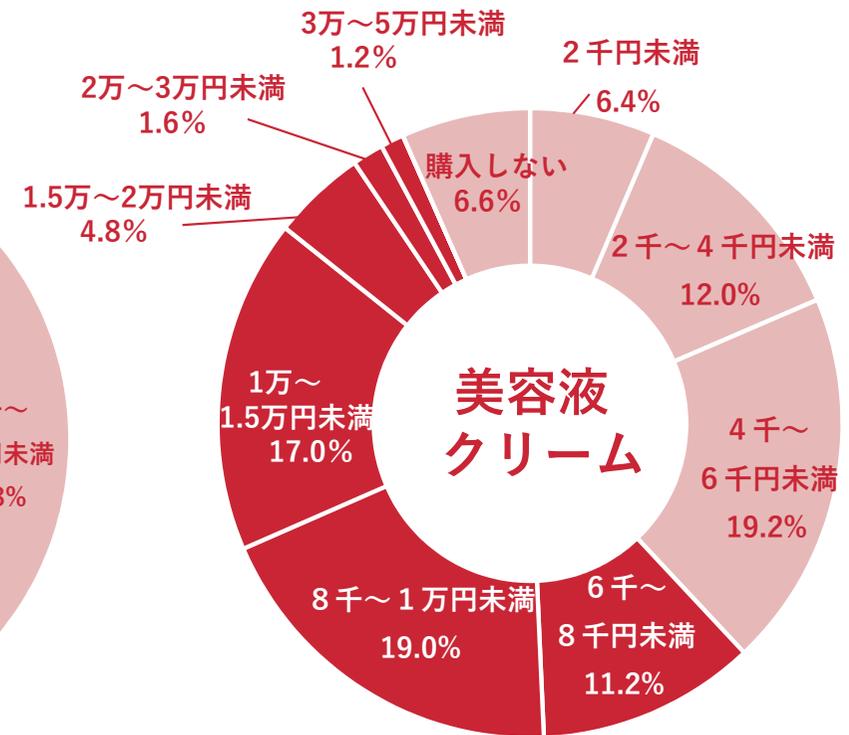
◆スキンケアアイテムの1点あたりの購入予算



購入予算平均：5,099円
予算4千円以上が約半分



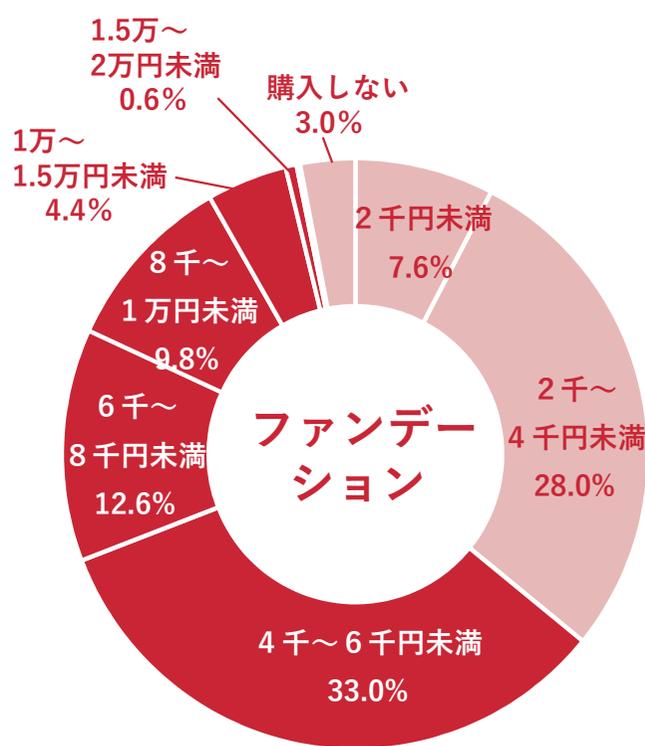
購入予算平均：5,266円
予算4千円以上が約半分



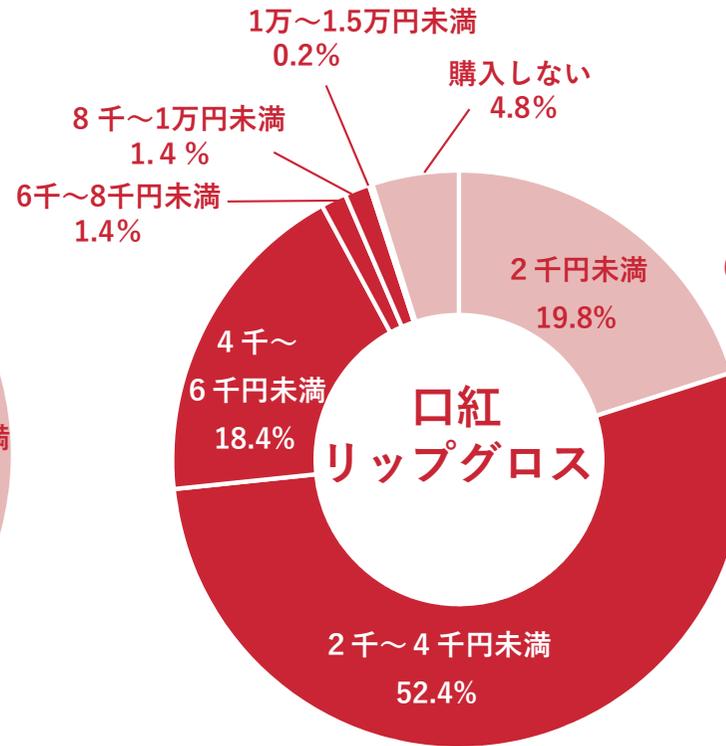
購入予算平均：8,538円
予算6千円以上が約半分

ポイントメイクやファンデーションなど、色合わせが重要なアイテムは、デパートや百貨店で美容部員の意見を参考に購入する読者が多く、購入予算も高めです。

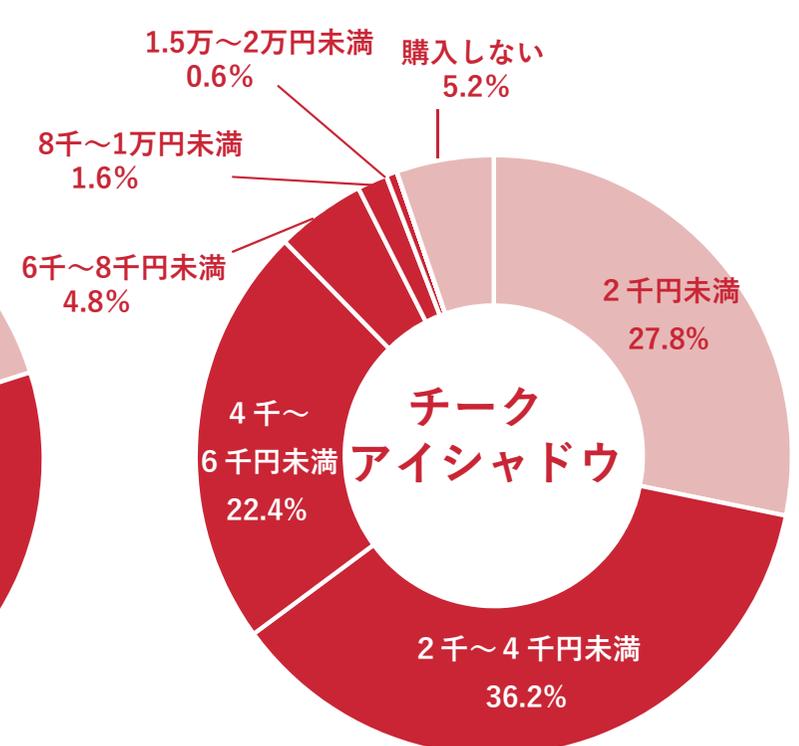
◆メイクアップアイテムの1点あたりの購入予算



購入予算平均：5,234円
 予算4千円以上が約6割



購入予算平均：3,140円
 予算2千円以上が7割以上



購入予算平均：3,254円
 予算2千円以上が約7割

読者からの反響

毎号実施している読者アンケートでは、etRougeを愛読して下さっている皆様からの、思いのこもったメッセージが数多く寄せられます。読者の媒体ロイヤルティの高さは、etRougeの特長の一つです。



会社員 34歳

ポストを開けてetRougeを見つけるとテンションがあがる、それくらい待ち遠しく思っている自分があります。適度に元気を与えてくれる鮮やかな写真と読みごたえのある読み物で、仕事の疲れも吹き飛びました。年度末で疲れも溜まってきている中、春の訪れを感じさせてくれるコスメが、キラキラした雰囲気掲載されていて、とても元気が出ました。あれもこれも買ってしまいそうです(笑) 今後も楽しみにしています。

写真が美しく、**気になる商品がたくさん紹介**されていて、肌悩みに効きそうでとても参考になりました！専門家の一般的な紹介、編集部からの紹介記事、様々な記事に期待しております。毎号、女子力を頑張ってお高めようとモチベーションになるのでバイブル的な大好きな一冊です。



会社員 45歳



会社員 29歳

最先端の美容情報が詰まっていて、その一つひとつの情報がシンプルだけど魅力的に感じるように記載してあるので**全部の商品を欲しくなります**。

普段なかなか触れることのない**高級化粧品の情報**を得られ助かりました。それだけでなく、読み物としても楽しめるなと感じました。上手い言葉が出てきませんが、「センスを磨ける」雑誌だと思います。次号も楽しみです。



管理職 40歳



専門職 42歳

コスメ情報がいつもうれしいです。**新作チェックがゆっくりおうちでできるのはありがたいです**。あと、女性の経営者などのトップにいる方々のインタビューが面白いです。年代も近いので、一流の方がどう考えているのかとても参考になります。

メイク、ファッション、旅など情報も盛りだくさんで、誌面も美しく、楽しく読ませていただいています。今、**新しい香水を探していたので、今回の特集はいいタイミングでとても参考になりました**。



医師 51歳



管理職 42歳

新発売の化粧品、初めて知るブランドを目にすると、とてもワクワク幸せな気持ちになります。それを叶えてくれるのがetRougeです。毎回刺激のある、モチベーションの上がる情報を、楽しく拝見しています！

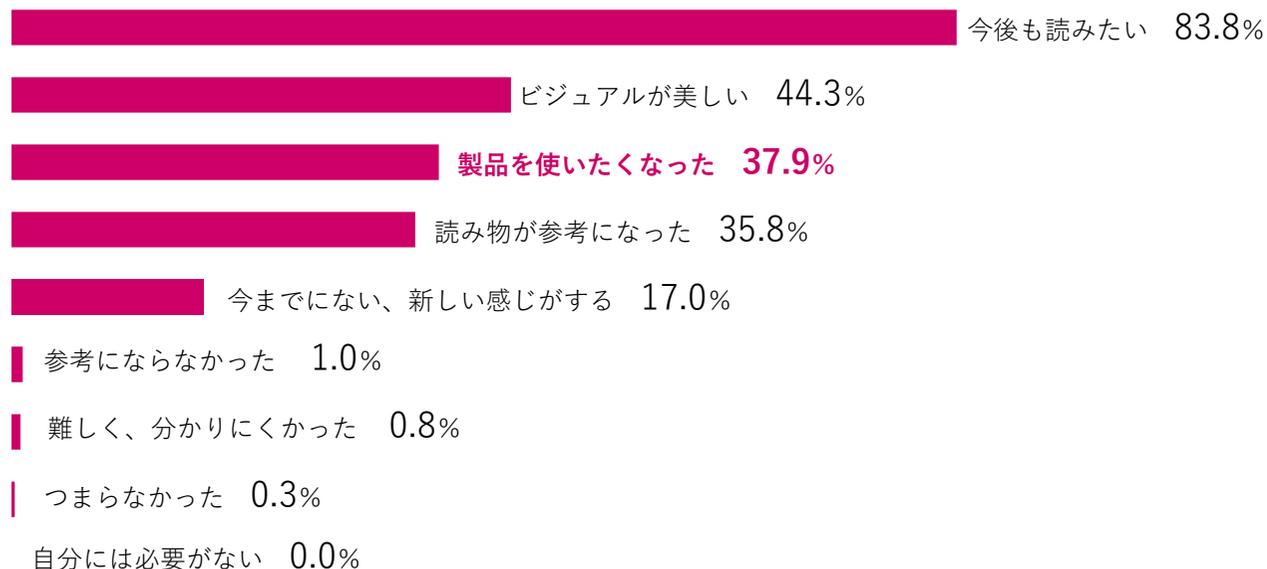
春夏にかけてのコスメをたくさん見ることができて、購入の参考になりました。もう少しカラーアイテムを紹介してほしかった気がします。また、文章も興味深い内容が多く、じっくり楽しむことができました。来号も楽しみにしています。



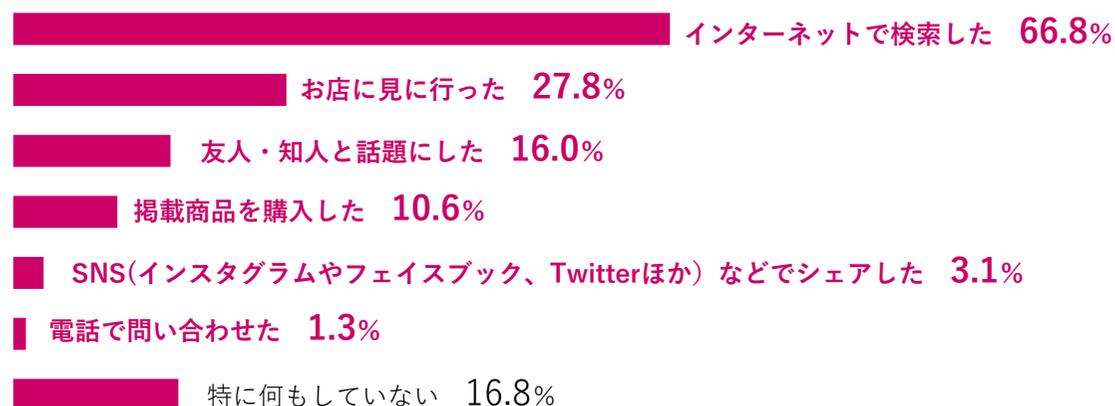
公務員・教員 42歳

4割近くの読者がetRougeを読んで「製品を使いたくなった」と回答。そして実に8割以上の読者達が、実際に商品をインターネットで検索したり、店頭に見に行くなど、何らかのアクションを起こしています。

◆etRougeを読んで、持った印象（複数回答）



◆etRougeを読んで取った行動（複数回答）



83.2%の読者が、etRougeを読んで、何らかのアクションを起こしています。

3月号「Black & White」 発売日：3月20日（金）

ときにはGrayという選択もある。

- ・2020年、美白の行方（ゆくえ）。
- ・この春、ベースメイクの常識が変わる。

5月号「Action」 発売日：5月22日（金）

思考せよ、行動せよ

- ・都会派のサマーメイク指南。この夏、試したい7つのこと。
- ・夏の香りに恋をして。

9月・11月合併号「Next Stage」 発売日：10月6日（火）

- ・メイクを変えて、私を上げる。
- ・スキンケア冬支度。

※特集予定は変更になる場合がございます。

広告料金

◆広告料金・原稿サイズ

	料金(単位：円)	原稿サイズ (天地×左右mm)
表 4	2,400,000	297×222
表 2 見開き	3,500,000	297×464
第 2 表 2 見開き	3,400,000	297×464
第 3 表 2 見開き	3,300,000	297×464
Editor'sNote対向	1,800,000	297×232
目次対向	1,700,000	297×232
特集前見開き	3,200,000	297×464
4色1ページ	1,500,000	297×232
4色見開き	3,000,000	297×464

※タイアップ広告はスペース料金の他に製作費として1ページ当たり400,000円（税別・グロス）をいただきます。

◆入稿スケジュール

発行号	発行日	タイアップ 申込締切日	純広申込 締切日	オフライン データ締切日	オンライン データ締切日
2020年3月号	3月20日（金）	1月22日（水）	2月14日（金）	3月4日（水）	3月6日（金）
2020年5月号	5月22日（金）	3月23日（月）	4月14日（火）	4月24日（金）	5月8日（金）
2020年9月 /11月合併号	10月6日（火）	8月3日（月）	8月31日（月）	9月16日（水）	9月18日（金）

サンプル貼り付け



純広告、編集タイアップ誌面にサンプルを貼り付けることが可能です。
サンプルの形状により個別にお見積りいたします。

サンプル投げ込み



etRougeを発送する封筒に、サンプルを貼り付けたリーフレットを
同封して読者に配布をすることが可能です。
サンプルは、宛名台紙と本紙の間に封入します。
都道府県単位でのセグメントが可能で、
販促強化エリアへのピンポイントなサンプリングも可能です。

封入物1個あたり、**65円**。最低個数は5000個～。
同号への広告掲載（タイアップでも可）が条件となります。



NikkeiLUXEとは

社会で活躍し日々を多忙に過ごす日経IDホルダーの女性が、キャリアだけでなくプライベートも充実させていくためのラグジュアリーサイト。購買力ありながら、多忙な毎日の中、上質なライフスタイル情報にリーチできていない、日経グループの優良な女性ユーザーへアプローチします。LUXE会員にも訴求することで、クライアントの皆さまが求める新顧客を集客、イベントなどへの送客を目指します。誰に対して何を届けるのか、を重視した新しい形のサイトです。

LUXE会員登録数

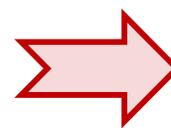
11,882人

ページビュー

約54万/月間

UB数

約6.4万/月
(2019年8月末現在)



日経BPアクティブ・ターゲティングメール

日経BP社の顧客データベースから女性をセグメントし、イベントの集客、キャンペーン告知、新製品のご案内などのメールを直接お送り頂けます。年齢・都道府県でのセグメントが可能です。

最低実施料金**30万円**。1通あたり**40円**。

読者イベント(WOMAN EXPO TOKYO)

etRouge



WOMAN
EXPO TOKYO
2020

働く女性を応援する日経グループの
読者イベント **WOMAN EXPO TOKYO**



etRougeへの広告出稿と連動したサンプリング協賛、ブース協賛、セミナー協賛など様々な展開が可能です。こんなにターゲットの女性が集まる場はない、と某女性誌も協賛したイベント。

etRouge編集長:麻生とNikkeiLUXE編集長:米川のコスメ放談も人気セミナーの1つです。

タイアップイベント実施例

etRougeやNikkeiLUXEと、企業様のコラボレーションでイベントを実施する事も可能です。メディアの強みを活かし、質の高い読者達を集客。ブランドや製品の魅力をダイレクトに訴求いただけます。

Case Study ラ・プレリー様

「ラ・プレリー× NikkeiLUXE スペシャルイベント」

「WOMAN EXPO TOKYO 2018」に合わせて六本木ミッドタウン内のカフェで実施。ラ・プレリーのスキンケアメソッドをトレーナーからレクチャー後、参加者がスキンケアを体験。ラ・プレリーのブランドカラーをイメージした特別なスイーツも振舞われ、和気藹々とした雰囲気の中、質問タイムでは美容の悩みについて、活発なトークが展開されました。

◆日時：2018年5月18日（日）

◆参加者：24名

◆会場：東京ミッドタウンukafe

◆当日プログラム

- etRouge編集長 麻生綾と、NikkeiLUXE編集長 米川瑞穂の挨拶
- ブランドストーリー解説、ブランドムービー上映
- ラ・プレリーのトレーナーによるスキンケア講座
- 参加者スキンケア体験
- ティータイム
(ブランドをイメージしたオリジナルスイーツを提供)
- 質問タイム
- 体験チケット贈呈



Case Study パナソニック様

「Panasonic Beauty PREMIUM × NikkeiLUXE読者限定シークレットセミナー」

Panasonic Beauty SALON銀座にてNikkeiLUXE読者限定のシークレットイベントを開催。新製品「RF美容器」をひとり一台ずつ使用し、その機能を実際に体験。またNikkeiLUXE編集長 米川瑞穂による最新の美容トレンド紹介も。イベント終了後、参加者達はPanasonic Beauty SALON内の他のフロアに移り、さまざまな美容器を自由に体験しました。

◆日時：2018年6月19日（火）

◆会場：Panasonic Beauty SALON銀座

◆当日プログラム

- NikkeiLUXE編集長 米川瑞穂より、挨拶と最新の美容トレンドの紹介
- Panasonic Beauty PREMIUM担当者がRF美容器の特徴や使い方をレクチャー
- 参加者スキンケア体験
- ギフト贈呈
- Panasonic Beauty SALON内の他のフロアで、さまざまな美容器を自由に体験



日経BP

お問い合わせ先

日経BP 経済メディア広告部

TEL:03-6811-8218

E-mail :erg-ad@nikkeibp.co.jp