



2020年  
1月号 **ViVi**

# 一生かわいくなりたいから  
# メイクだけ気にしてたら30代になって後悔  
**「20代からのアンチエイジング」特集号**

結構、  
反響ありました!!

## 美容エントリー層の獲得ならViViへ

なぜなら...

インスタ映え命のViVi読者は、もちろんメイクも命

- ・毎月美容に**1万円以上**かけている読者が**50%以上**！ (本誌アンケートより)
- ・**流行に敏感**ですぐ行動！
- ・**“カワイイ”**が原動力！
- ・大人気の**ViViモデル**の起用により多くの固定ファンが動く！

(株)講談社 第二事業局 コミュニケーション事業第二部

お問い合わせ先： TEL:03-5395-3641 FAX:03-3945-9128

2020年1月更新

# 「20代からのアンチエイジング」特集号について



ViVi編集長  
岩田 俊

## 今回の特集企画意図

ViVi誌上初のスキンケア特集です。大人女性誌では当たり前のスキンケア特集ですが、ファッションかつ、20代前後ターゲットのViViが真正面からこのテーマに取り組むのはチャレンジではありました。

とはいえ、無謀な賭に出たと言うわけではなく、いくつかの読者からの兆候がこの特集を組む後押しになりました。

1 つめは、スキンケア企画への読者アンケートの反響がこの1年高まっていたこと。読者の「興味はあるけど知らない（だから教えてほしい）」というインサイトを感じていました。

2 つめは読者のお手本でもあるViViモデルが例外なくこぞってスキンケアを頑張りだしたこと。（これもかつてモデルではあまり見られなかった傾向です）

30代以上の女性ではスキンケアはもちろんのこと、ボディメイクやインナーケアなどビューティーの定義が広がってきましたが、ここに来てその価値観が下の世代にも浸透してきたことを実感しています。

2020年も同様の大会集に続けて行く予定です。どうぞよろしくお願ひいたします。

## 【Q】『ViVi』の美容企画の方向性は、決まったものがあるのでしょうか？

2つの意味で"エントリー"あることを戦略的に意識しています。

1つめは、"大人メイクのエントリー"です。基本的なプロセスを省くことなく、丁寧に誌面を作るようにしています。

2つめは、"大人ブランド(デパートコスメ)のエントリー"です。

ファッションでブランドアイテムとプチプラアイテムを上手にMIXすることと同じで、一流ブランドのアイテムを自分のメイクに取り入れたいViVi読者は潜在的に多いんですね。どのアイテムから購入すればいいのかわかり、読者が安心できるような誌面を心掛けています。

## 【Q】誌面表現として『ViVi』ならではの手法はありますか？

ファッション特集と美容特集でモデルを変えるファッション誌も多いと思いますが、『ViVi』は違います。美容特集でもViViモデルを必ず起用するようにしています。美容専門誌ではないので、トレンドメイクが完成すればOK、というわけにはいきません。ファッション X メイクがイメージ出来ることが必須だからです。あと意図的に、スキンケアは何かしら毎号掲載しています。切実な問題として、読者に寄り添ってきたいからです。

1年半前にスタートしたスキンケア連載は、好きな連載ランキングで1位の常連になるほどの評価を読者から得られていますね。専属モデルのスキンケアへのこだわりもすごいので、彼女たちのお気に入りアイテムやケア方法なども、よく取り上げています。ファッションを疎かにするわけではないのですが、美容企画はもっと強化していきたいと思っています。本格的な美容にエントリーする際、『ViVi』が最も参考にしてもらえるメディアになれるよう頑張ります。

# ファッション誌ならでの、美容企画

ファッション・美容に興味があるが、まだ美容には詳しくない、美意識の高い若年層に情報が届く！

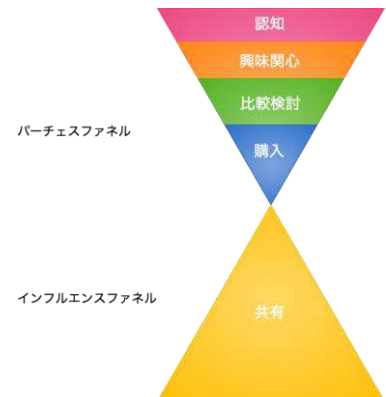
スキンケアなどに興味はあるが、まだ誰も教えてくれないから、情報が新鮮だしキッチンと読んでもらえる！

美容専門誌ではないからターゲットの拡大に役立つ！

美容好きさんでない層にターゲット拡大するには、ファッションやエンタメ、流行記事が盛りだくさんのViViも有用！

しかも、ViVi読者は

- インスタ映え命のViVi読者は、もちろんメイクも命で美意識が高い。
- **毎月美容に1万円以上**かけている読者が**50%以上**！（本誌アンケートより）
- **流行に敏感**ですぐ行動！
- **“カワイイ”**が原動力！
- **大人気のViViモデル**の起用により多くの固定ファンが動く！



# 現状の若年層女性（ViVi読者）の行動傾向

トレンドをすぐにフォローする女の子たちは、他と比べて、新しい物事に飛びつく好奇心の強い人たちです。その彼女たちのインサイトを、こう分析しています。

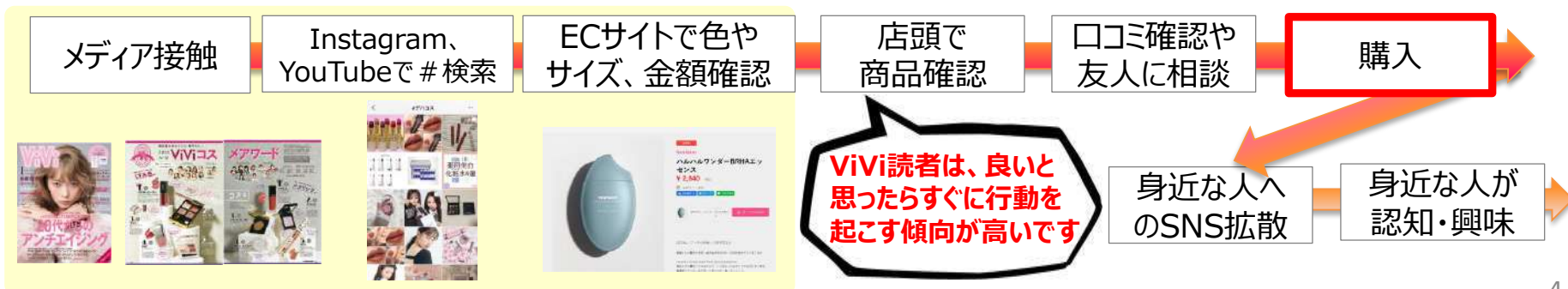
## ・自分の毎日は他の人よりイケてる？という不安を持っている

➤ 証拠を残したいから、Instagram、SNOWアプリ、TikTokなどでアウトプットし、他人からの称賛を得たい

## ・とにかく、得はしなくても損はしたくない

➤ 新しい商品やサービスを、吟味を重ねてから取り入れる。良いと思ったら、すぐに行動！そして周りに拡散！

### ■ 購入や情報判断のプロセスの一例





# 「20代からのアンチエイジング」特集号 美容企画ラインナップ



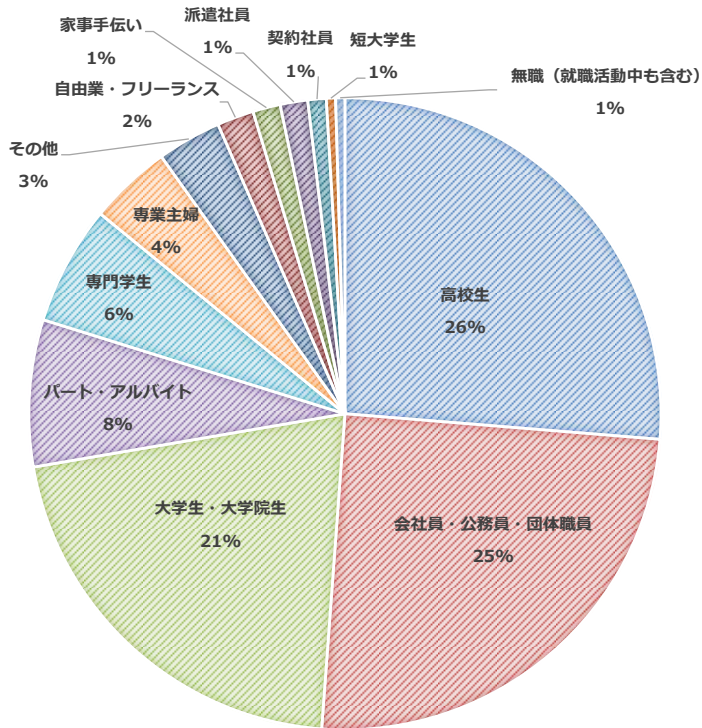
- #一生がわいきたいから #メイクだけ気にしてたら30代になって後悔
- ## 20代からのアンチエイジング
- 120 片寄清太 Special
  - 121 片寄清太 Special
  - 122 片寄清太 Special
  - 123 片寄清太 Special
  - 124 片寄清太 Special
  - 125 片寄清太 Special
  - 126 片寄清太 Special
  - 127 片寄清太 Special
  - 128 片寄清太 Special
  - 129 片寄清太 Special
  - 130 片寄清太 Special
  - 131 片寄清太 Special
  - 132 片寄清太 Special
  - 133 片寄清太 Special
  - 134 片寄清太 Special
  - 135 片寄清太 Special
  - 136 片寄清太 Special
  - 137 片寄清太 Special
  - 138 片寄清太 Special
  - 139 片寄清太 Special
  - 140 片寄清太 Special



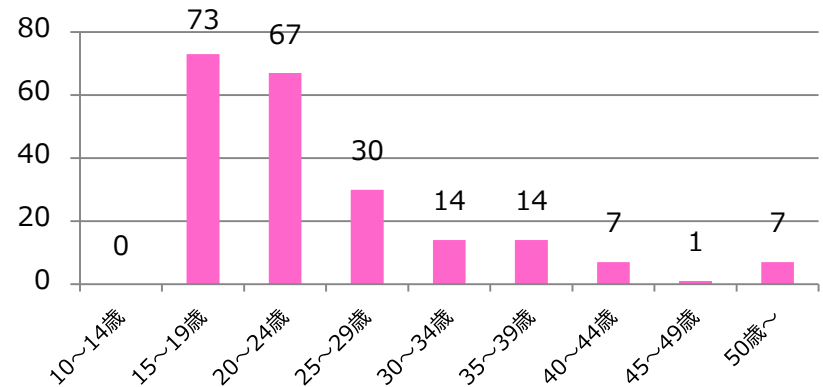
# 読者様の反響は？

2020年1月号 ViVi の読者アンケート結果、読者調査より

— 読者の職業 —



— 読者の年齢 —



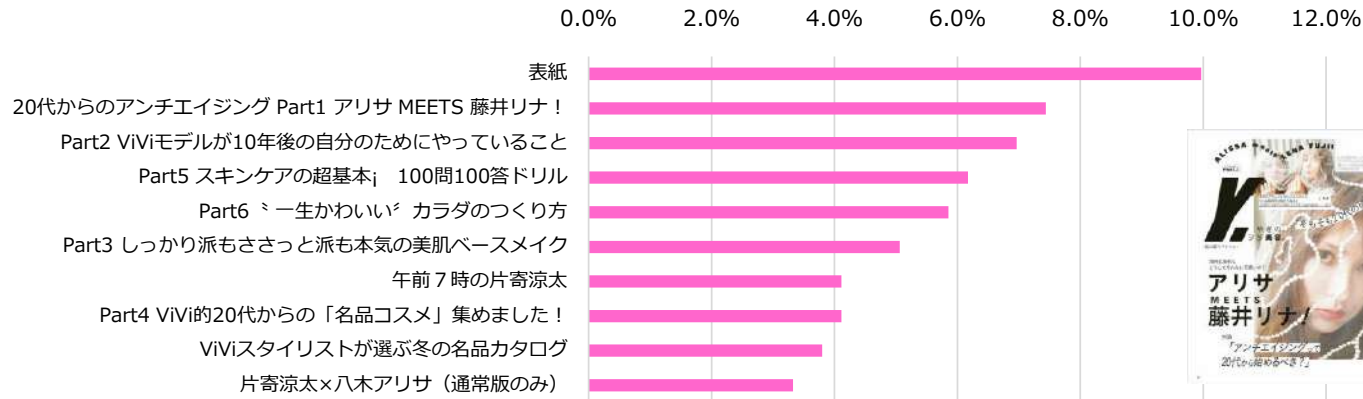
- 高校生
- パート・アルバイト
- その他
- 派遣社員
- 無職 (就職活動中も含む)
- 会社員・公務員・団体職員
- 自由業・フリーランス
- 契約社員
- 大学生・大学院生
- 専門学生
- 専業主婦
- 家事手伝い
- 短大学生



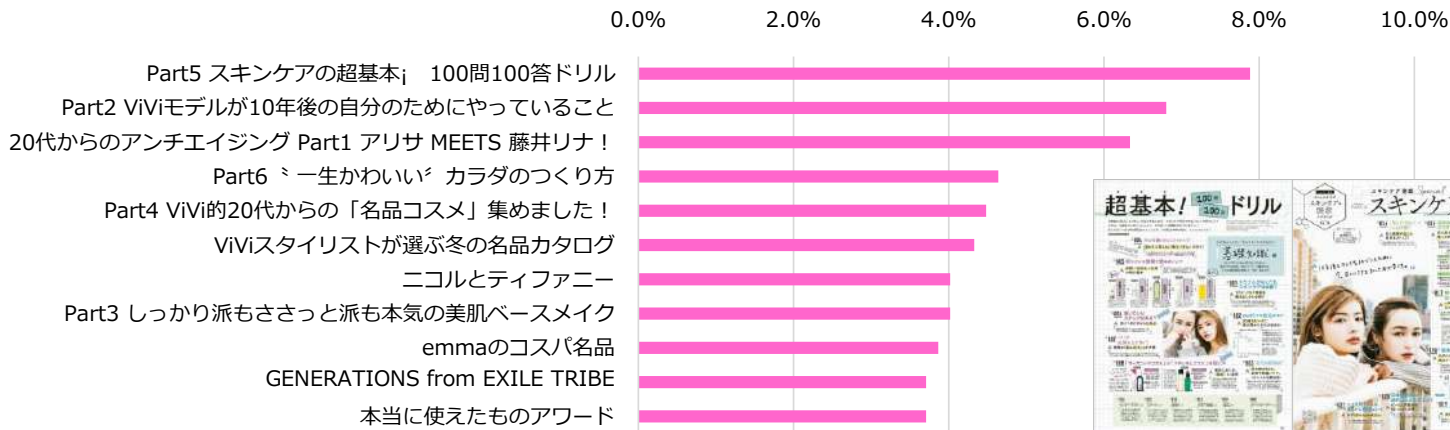
# 読者様の反響は？

## 2020年1月号 ViVi の読者アンケート結果、読者調査より

### — 買うきっかけとなったもの —



### — 読んでおもしろかったもの —



# 読者様の反響は？

## 2020年1月号 ViVi の読者アンケート結果、読者調査より

### ご意見・ご感想

20代からのアンチエイジングというテロップに惹かれて購入しました、ベストコスメももちろんアンチエイジング用の美容法もとても豊富に載っていて時々viviを買っていましたが今まで読んだ物の中でいちばん内容が濃く感じられました！vivi独特の鮮やかさ、他と違う卓越したモデルズの雰囲気やそれを引き立たせる編集部様の雑誌作りが素敵だなと思いました。来月号も楽しみにしています！

20代からのアンチエイジングに惹かれて買いました。10代でも後悔していることがあるのに、30代で後悔したくない！と思い読んでみたくなり購入しました。またやぎちゃんとりさちゃんの写真をインスタで見てかわいい！こんなかわいいモデルがviviにいたのか！と思いました凄く綺麗で美容もファッションも学べて女の子の教科書というような内容でした。初めて読んだのですが想像以上の満足度で、いろいろな雑誌を買っていた私にとって衝撃的でした。両方同じくらい知れるというのはとてもいいです！

20代からのアンチエイジングの特集の編集がオシャレで可愛かったです。

20代だとアンチエイジングには興味を持てなかったが、viviが特集してくれたことで興味を持つことが出来た

20代のアンチエイジングという記事内容がとても気になり購入しました。とても細かいことまでQ&Aやモデルさんが実際にしていることなど色んな事が知れてとても参考になりました。実際私もしておいてよかったことなど知りたかったので良かったです。服に関する記事も可愛い服からかっこいい服までとても見えてよかったです。パリジェンヌのコーデもとてもかわいくてお洒落で真似してみたいと思うコーデがたくさんで良かったです。

VIVIはやや個性的なファッションな気がするので自分が見たいページは少しなんですけど、今月号はスキンケア等、見応えありました

アンチエイジングが特に気になっていたのよかったです！

アンチエイジングの仕方がわかりやすく参考になりました

アンチエイジング系が多くとても参考になりました。コーデももう少し載せて欲しいです。

アンチエイジング特集、本当に参考になりました。20代向けのこういった特集はなかなか今までなかったので嬉しかったです！

エイジングケア特集よかったです！自分の肌への化粧水が向いているのかいつも悩むので、○○肌におすすめとか書いてもらえると助かります！

コーディネートやメイクも大好きで毎月買ってます。冬物だけと暗い色の物ばかりではなく読んでるだけで明るい気持ちになりました！

スキンケアについての情報が沢山ためになったし、読み応えがあった。けみおさんのコーナーが面白いので、これからも続けて欲しい。

スキンケアの基本が分かりました。

スキンケアやアンチエイジングが詳しく紹介されていて、とても楽しく見れました！

スキンケアやメイクアップ品などたくさん特集されていて今後買うのに参考になった。

ずっとpopteenを読んでいましたが今月号から大人な雑誌を読みたくてずっと気になっていたviviにしました。viviを買って読んだらすごく細かくメイクのことやスキンケアなどのことがすごく細かく書いてありもっと美肌を意識しようと思いました！

だーりおちゃんの68、69Pのコルセットとガウンの衣装がとてもかわいかったです^^自分じゃなかなか着れないので、この衣装カワイイなどか見るのが楽しいです！U-3000円で買えるアンチエイジングアイテムも気になるアイテムがあって参考になりましたので、購入します^^ナチュリエのハトムギ化粧水とジェルは私も使ったことがあります。プチプラで優秀なのは前から知ってましたが、ふろくで付いてきて久しぶりに使ったら、やっぱり良かったのでまた使いたいなと思います。ふろくで付いてきて、改めて良さが分かりました。ありがとうございました！これからもViViを楽しみに応援しております！

ちょうどアンチエイジングスキンケアに興味を持ち出したので、特集が組まれていて購入しました。メイク、ファッション、それ以外の掲載バランスが良く、読み応えのある一冊になっていると思いましたあげコスLISTは、母への誕生日プレゼントや職場でのクリスマスプレゼント交換の参考になりました！できれば毎月、あげコソLISTシリーズを連載化して欲しいです

ちょうど頬の赤みと毛穴が気になりだし、保湿をしなればなと思っていたので、アンチエイジング特集をしっかり読んで勉強しようと思いました！ただ、服のコーディネートのページがいつもより少ない印象だったので、少し物足りなかったです。

パリジェンヌの雰囲気好きでした。ベレー帽欲しくなりました。スキンケアの基本も医師監修ですごく勉強になった。もっとコスメの貼り込み付録がいっぱい付いたらもっと楽しいなと思った。(美的とかvoceみたいな感じで。) ディズニーランドのキャンペーンも地味に良かったです。

スキンケアやメイクアップ品など今後買うのに参考になった。

付録でついてきたハトムギ、久しぶりに使ったら、やっぱり良かったのでまた使いたい！

あげコスLISTは、母の誕生日プレや職場でのクリスマスプレの参考になった！



# 読者様の反響は？

## 2020年1月号 ViVi の読者アンケート結果、読者調査より

### ご意見・ご感想

ボディケアやヘアケアなど、お手入れについて詳しく書かれていたのが良かったです
まだ20代になりたてだけでエイジングケアについてとても興味が湧きました
まだいけると思ってたけど、玉城ティナちゃんとかアリサちゃんが二十歳ですすでにアンチエイジングしてたと聞いて、焦りができました。何個か目星つけられました！！あと、ナチュラルなメイクを参考にもできましたし、ベースメイクの基本(コンシーラーとか)知れて良かったです。
メイクに関する記事が多くて嬉しかったです！エイジングケアは何をしていいかわからなかったので、嬉しい情報が多かったです。
メイクの仕方が分かりやすく載っていてよかった
メイクもファッションも参考になるものばかりで嬉しいです！
メイク情報がたくさんあって、コスメを買う際の参考になってとても良かった。
モデルのお気に入り名品や美容について気を付けていることなどが知られたので良かったです。ViViでしか見られない特別感があっていいなと思いました。emmaちゃんとアリサちゃんの2タイプのキャラ別のコーディネートが読んでいて楽しかったです。ガーリー派なので冬の買いものの参考になりました。
楽しい為になる内容で、友人知人にも積極的に教えたいです！
楽しく見えます！此処ならではさがいいですね。家族でみて友達にも勧めたいです。
乾燥の時期になるのでそれに合わせてケア用品の説明等があるこれから役立つのでよかった。
寒くなるにつれてファンデーションを替えようかなと思っていたのでベースメイクの特集や老け顔にならないための特集があって参考になりました！
韓国コスメのランキングが参考になりました。
久しぶりにViViを購入しました。表紙のアリサちゃんのあまりの可愛さに手にとって気づいたらお会計していました。購入してInstagramで投稿したらアリサちゃんからいいねの通知があり嬉しかったです、アリサちゃんありがとう！あとコスメ・スキンケアが大好きな私にとっては20代からのアイチエイジングの目次？が気になって見過ごすことができませんでした。とても勉強になりました。10年後の肌のためにお手本にできることから挑戦してみようとおもいます。そして読めば読むほどemmaちゃんの可愛さにトキメキます。
好きなエリカちゃんがガーリー系の服を着こなしているページがあり、嬉しかった。乾燥の季節にスキンケアやベースメイクを変えたいと考えていて、ランキングにまとまっていて買う際に参考にしたいと思った。メイクの特集が多くてよかった！
黒マリアかっこよくて好き！クリスマスのエマちゃんインスタでもみて可愛くてお気に入りの1枚！！コスメのランキング形式好き！
今までメイクの落とし方や洗顔の仕方、保湿の仕方がいまいち分らなかつたけど今月号を見てとても参考になったので良かったです！
今回は、10問100答ドリルの特集がとても役に立ちました！普段スキンケアは、化粧水と乳液を塗ってけいまいと思っていたけどそれは違ってクレンジングから使うものを肌に合わせてくれることで全く効果が違うことを学びました。自分も疑問に思っていたことがたくさん載っていて本当にためになりました。コスメで試せる商品も紹介して頂いたので私もViViを参考に買ってみたいと思いました！お洋服は、「黒まりあ。」のコーナーがすごくお気に入りでした。私は普段モノトーンを着ることが多いので、今回のコーナーで黒を着たコーデを沢山紹介していたのでとても参考になりました！体型を隠すためにワイドパンツを履くことが多かったけど、アウターを全締めて、ブーツを履いたりすることでスタイルアップするし体型も隠せるということで、また新たな発見もすることが出来ました。また、ムートンコートやブルゾンの首回りをしめるスタイルがたくさん載ってて流れているのかなと思って可愛かったので私も試してみようと思いました。毎月ViViには大きな刺激をもらってます。これからも楽しみにしています！
今月のアンチエイジングの特集とても楽しく読ませて頂きました。特に基本知識などは、普段調べたりすることがなく、勘違いに気付くきっかけになりました。機会があれば、ヘアケアや髪の巻き方の基本についても紹介して頂きたいなと思います。
今月はまりあちゃんのページが多くとても嬉しい気持ちで読ませて頂きました。コスメについてもたくさんのご紹介が知れて、自分でも試してみたいと思う商品が多くありました。ファッション面では、今月もViViをみて勉強してトレンドやマイナーな部分まで追求したいと思いました。また来月も楽しみです！&#9786;
今月はメイクやスキンケアが多くて嬉しかったです！ファッションも私の好きなストリートブランド系が多く、今回は真似しやすいものが多くて助かりました。モデルじゃなきゃ着れないよって服ばかりだとつまらないので、、、。次号も楽しみにしてます！
今月も、参考になるファッションやメイクが多くて良かったです！

ViViモデルが二十歳ですすでにアンチエイジングしてたなんて、焦りができました！

コスメを買う際の参考になってとても良かった！

乾燥の季節にスキンケアやベースメイクを変えたいと考えていて、ランキングが参考になった！

ViViを参考に買ってみたいと思った！

# 読者様の反響は？

## 2020年1月号 ViVi の読者アンケート結果、読者調査より

ご意見・ご感想
美肌メイク特集がとてもタメになった！
美容テーマ満載でとても楽しかったです。ViViコスメアワード、読みごたえありました。美容感度の高い賢者の皆様の一押しアイテム満載で、商品選びの参考になります。特にスキンケア部門が使用感や効果がコメントで知れ、紹介されていたクレンジングアイテム、美容アイテムを早速真似しています。10年後に後悔しないよう、誌面を参考にアンチエイジングを意識したいです。
美容企画満載で大満足です。いつも大好きな雑誌です！
美容系のことが多めでとても参考になって良かったです。初めて購入させて頂きましたが、色んなジャンルのコーデが載っているのもいいなと思いました。
美容特集が面白かったです。
美容品のチョイスが他の雑誌とは違って面白かったです
表紙がとても素敵でした、、！あとビューティの企画が、若いうちにやっておくべき！みたいな視点なのが嬉しかったです。
表紙の八木ちゃんがとにかくかわいい！スキンケア大好き人間なのでとても今月うれしかったです、読み込みます。
片寄んの表紙目当てで初めて買いましたが、20代からのアンチエイジングがとても参考になりました。また、ファッションページの方も自分自身が好きな系統だったため、見ていて楽しかったです。
毎月楽しみに読ませていただいています！20代からのアンチエイジングがとても参考になった
毎月思いますが、モデルがなんとかわいい！！モデルが実際美のためにしていることは一般人の私からはとても興味があることで、知れてよかったです！！
毎月読んでいて、今回は、元ViViモデルのリナさんが登場しているのを知ってすごく楽しみにしていました！そして、美容の事やファッションの事などすごく参考になるものばかりで冬も冬でファッションやメイク、美容を楽しみたいと思います！

美容品のチョイスが他の雑誌とは違って面白かったです

モデルが実際美のためにしていることは一般人の私からはとても興味があることで、知れてよかったです！



アリサとリナ、信頼できる2人のケアが気になった  
実際に30代の声があるのはすごく良いと思った。



見た目がかわいい。価格帯に幅があったのでそれが良かった。



10年後でも自分に遠いとは思わなかった。



クリスマスに買ったから参考になった  
メタリック部門とかくすみ部門とかあまりみない部門のランキングが良かった。



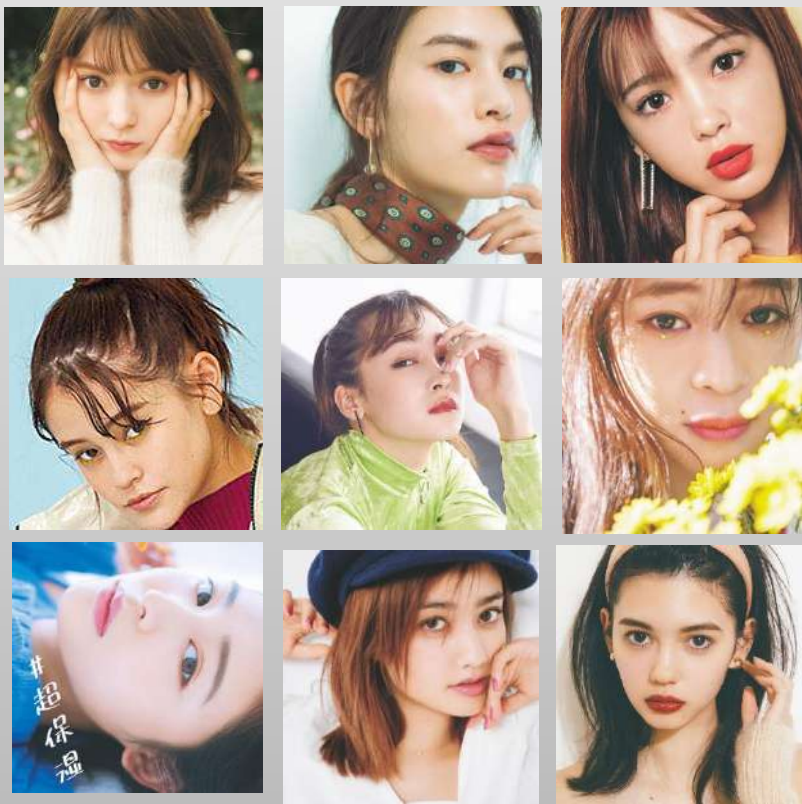
プチプラもあって始めやすいと思った。

# なぜ ViVi に掲載すると美容商品に反響があるのか

## ViViモデルLOVE

八木アリサみたいになりたい！

藤田ニコルと一緒にのものを使いたい！



## ViVi読者は

メイクへの関心が高い！

読者アンケートでも、メイクに関する意見や感想が多い！

スキンケア連載、常に人気No1~2

メイクに関するPVが高い！

ファッションよりメイクに投資している読者急増！

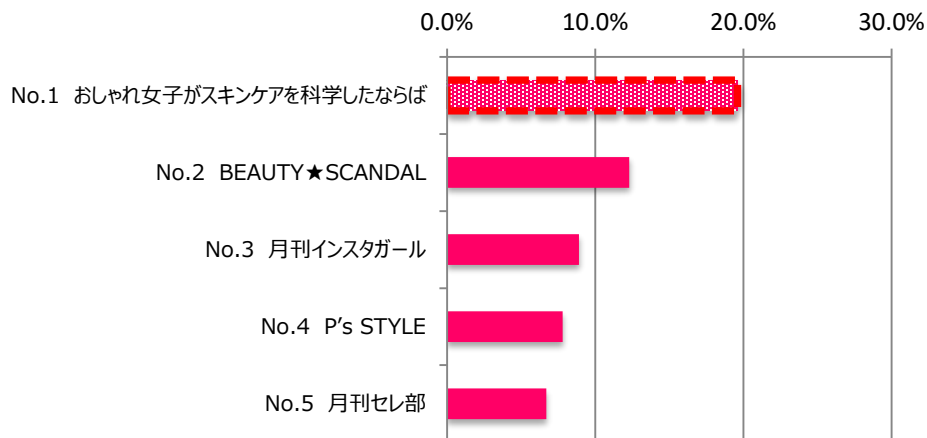
ViVigirlもメイク好きが多い！



# なぜ ViVi に掲載すると美容商品に反響があるのか

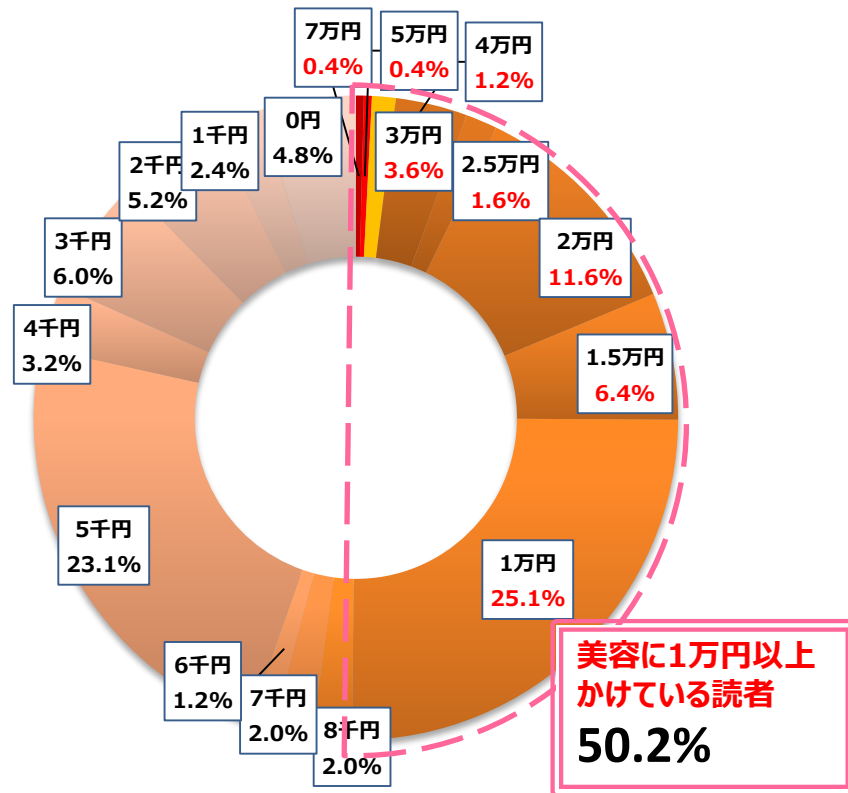
本誌 読者アンケートから、美容意識の高さが伺えます！

連載でよかったもの (2018.11月号アンケートより)



「おしゃれ女子がスキンケアを科学したならば」連載が人気No.1に!!

毎月の美容代 (2018.1月号アンケートより)



毎月美容に1万円以上かけている読者が50%以上！

※毎月の洋服代は1万円以上は79.5%

# 読者様の反響結果を受けて

## ViVi の読者調査より

— 20歳（大学生）東京都 姉と同居 コスメに使う毎月の金額:1~1.5万円

### ■スキンケアはどんなの使ってる？

スキンケアは無印。週2~3回くらいはパックする。使うのは導入化粧水、化粧水、美容液（キールズ）、乳液。メイクはだいたい20~30分くらい。リップとアイシャドウをまず買う。新作は気になる。インスタではブランドページから新作を見たりもする。

### ■付録は雑誌を買うきっかけになる？

なる。前にパレットコスメが付いている雑誌を2回くらい買ったことがある。1000円くらいで高くても、コスメが付いていると買っちゃう。

### ■メイク方法は誌面より動画？

メイクのやり方は動画がわかりやすいから Youtube を見ることが多い。モノ情報は雑誌の方がわかりやすい。インスタだと値段がわからないけど、雑誌だと一気に見れるので参考になる。



アリサとリナ、信頼できる2人のケアが気になった  
実際に30代の声があるのはすごく良いと思った。



10年後でも自分に遠いとは思わなかった。



プチプラもあって始めやすいと思った。

パックを週2~3回・  
美容液も使ってます！

コスメ付き付録、  
買っちゃいます！

メイク方法は動画で！  
モノ情報は雑誌がいい！



見た目がかわいい。価格帯に幅があったのでそれが良かった。



クリスマスに買ったかったから参考になった  
メタリック部門とかくすみ部門とかあまりみない部門のランキングがよかった。

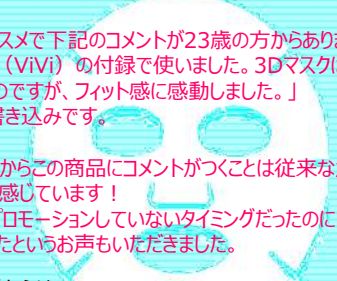
誌面+動画広告企画、  
ご用意してます！

2019/10/23売り号の  
クラシエ様 肌美精 マスク（パック）付録について、  
クライアント様から嬉しいお声をいただきました！

アットコスメで下記のコメントが23歳の方からありました。  
「雑誌（ViVi）の付録で使いました。3Dマスクは初めて使ったのですが、フィット感に感動しました。」  
という書き込みです。

若い方からこの商品にコメントがつくことは従来なかったので、  
反響を感じています！  
また、プロモーションしていないタイミングだったのにPOS（レジ）  
が動いたというお声もいただきました。

読者様からは、  
「付録のマスクも、デートも前の日にさっそく使おうと思います。  
乾燥肌なので嬉しいです。」とお声をいただきました！



---








# 美容広告企画のご紹介



# 女の子のカリスマが集う、ViViの最強メンバー

## ViVi model

それぞれコアなファンを持つ、ViViの専属モデル。

 <p><b>八木 アリサ</b> 生年月日: 1995年7月31日 出身地: 北海道 📷 <b>513,000</b></p>	 <p><b>立花 恵理</b> 生年月日: 1993年8月20日 出身地: 岐阜県 📷 <b>78,100</b></p>	 <p><b>emma</b> 生年月日: 1994年4月1日 出身地: 北海道 📷 <b>801,000</b></p>	 <p><b>谷 まりあ</b> 生年月日: 1995年7月28日 出身地: 東京都 📷 <b>908,000</b></p>	 <p><b>miu</b> 生年月日: 1996年3月4日 出身地: 滋賀県 📷 <b>73,400</b></p>
 <p><b>藤井 サチ</b> 生年月日: 1997年3月6日 出身地: 東京都 📷 <b>280,000</b></p>	 <p><b>古畑 星夏</b> 生年月日: 1996年7月8日 出身地: 東京都 📷 <b>154,000</b></p>	 <p><b>藤田 ニコル</b> 生年月日: 1998年2月20日 出身地: ニュージーランド 📷 <b>3,000,000</b></p>	 <p><b>愛花</b> 生年月日: 2000年8月13日 出身地: 福島県 📷 <b>38,600</b></p>	 <p><b>アリアナさくら</b> 生年月日: 2004年5月9日 出身地: 神奈川県 📷 <b>922</b></p>



## ViVigirl

インスタグラマー、YouTuberやTikTokerなど総フォロワー数180万以上のViVi公認インフルエンサー

 <p><b>アイドル</b> <b>夏焼雅</b> 「Berryz工房」にて活躍後、現在は「PINK CRES.」のリーダー 📷 <b>127,000</b></p>	 <p><b>YouTuber</b> <b>かよこやざき</b> ブラウンリップの動画が13万再生超え！コスメ系YouTuber 📺 <b>32,900</b></p>	 <p><b>起業家</b> <b>石川 晶子</b> 常に前向きでハッピーな超ポジティブガール 📷 <b>28,800</b></p>	 <p><b>インスタグラマー</b> <b>rina</b> ViVigirl1位のフォロワー数！名古屋で活動し、ライブコマースもこなすインフルエンサー 📷 <b>303,000</b></p>
--	---	---	--

## ViVi creator

ViViとタグを組んでトレンドを作り出す「ViVi creator」。ファッションやビューティにとどまらないクリエイションをViViが応援

 <p><b>佐藤 ノア</b> suga/es (シュガレス) のボーカル、ファッションモデル。Instagram、Twitter、YouTubeで同じだけの影響力を持つ 📷 <b>476,000</b>    🐦 <b>376,000</b>    📺 <b>390,000</b></p>	 <p><b>ningen</b> Instagram、Twitterで若い女の子達に人気のイラストレーター 📷 <b>12,200</b>    🐦 <b>15,000</b></p>
--	--

※フォロワー数などは全て2019年11月末日現在のものになります

# 動画WEBタイアップ「動く美容ドリル」企画

コスメ×ViViモデル 美容企画♥

## 企画趣旨

編集企画「動く美容ドリル」に絡めた美容タイアップ企画です。ViViモデルのメイク動画をHow toの説明つきで編集します。ViVi読者はモデルが大好きなので、メイクを参考にしたり、同じアイテムが欲しくなったりします。Instagramに投稿されたモデルのメイクを見て「それ、どこの？」や「私も買いました！」というコメントが寄せられます。NETViViタイアップページ掲出とSNSの誘導はセットとなります。動画と連動した誌面はオプションとなります。クライアントサイトでの掲出やSNSでの拡散は、起用モデルにより可否が異なります。

## 実施条件

【出稿期間】 通年（本誌は半年に1回）

【実施料金】 **G400万円〜**

## 協賛内容

● 動画 + NETViVi ※ NETViVi への誘導 ViVi公式Twitter、Instagramにて各1回誘導【オプション】

★ 本誌への掲載 4C2P 別途 **G250万円**（制作費込）

★ クライアントブランドサイト・SNSでの二次使用は別途見積もり（期間1ヶ月のみ）

## 展開イメージ

※クレジット表記が入ります



## ご協賛の注意点

- ・本誌掲載の場合は、動画撮影時に誌面分も撮影
- ・モデルの指名は受けられません（二次使用がある場合モデルは限られます）
- ・二次使用はブランドサイトとブランドSNSに限ります（通販ページはNG）
- ・NETViVi記事はPRと表記がつかます。
- ・NETViVi記事・SNS誘導はタイアップごとに1回となります。
- ・動画に関してのラフコンテ・台本等はありません。
- ・撮影シューティング時での動画撮影のみ
- ・打ち合わせ時にご希望内容確認し、以後の制作は編集部任せとなります。
- ※ 舞台裏撮影ではありません
- ・動画はYoutube にアップします



## オプション



## オプション

ブランドサイト・公式SNSでの動画二次使用

クライアントブランドサイト  
(期間1カ月のみ)

ViViのチャンネルを使って動画を拡散し、認知・興味関心を高めます

企画趣旨

本誌の読者アンケート「好きな連載」で毎回1位or2位の連載に絡めた美容タイアップ企画です。スキンケア連載で商品に絡む特集を掲載した隣接で、ViViモデルを起用した商品紹介ページを制作します。NETViViタイアップページ掲出とSNSの誘導、誌面と連動したセットのお得なプランとなります。クライアントサイトでの掲出やSNSでの拡散は、起用モデルにより可否が異なります。

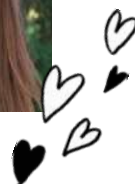
実施条件

- 【出稿期間】 通年
- 【実施料金】 G300万円～

協賛内容

- 編集 4 P隣接 + 誌面タイアップ 2 P
- NETViVi 1記事 (CMS転載)
- ※ NETViVi への誘導 ViVi公式Twitter、Instagramにて各1回誘導
- 【オプション】
- ★ 動画制作 15～30秒 別途見積もり
- ★ クライアントブランドサイト・SNSでの二次使用は別途見積もり (期間1ヶ月のみ)

展開イメージ



ご協賛の注意点

- ・タイアップ撮影時に動画撮影
- ・モデルの指名は受けられません (二次使用がある場合モデルは限られます)
- ・二次使用はブランドサイトとブランドSNSに限ります (通販ページはNG)
- ・NETViVi記事はPRと表記が付きます。
- ・NETViVi記事・SNS誘導はタイアップごとに1回となります。
- ・動画に関してのラフコンテ・台本等はありません。
- ・撮影シューティング時での動画撮影のみ
- ・打ち合わせ時にご希望内容確認し、以後の制作は編集部任せとなります。
- ※ 舞台裏撮影ではありません

編集ページ  
【連載】おしゃれ女子がスキンケアを科学したならば。



タイアップページ  
商品紹介  
TUページ  
該当商品を掲載した隣接ページで商品紹介

NETViVi  
(本誌転載サービス)



誘導

@vivi\_mag\_official  
約38万  
フォロワー  
ViVi OFFICIAL SNS  
約20万  
フォロワー

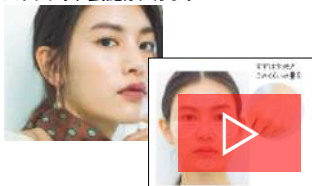
オプション

G200万円～

動画

※クレジット表記が入ります

同時撮影 +



オプション

ブランドサイト・公式  
SNSでの動画二次使用

クライアント  
ブランドサイト  
(期間1カ月のみ)



---

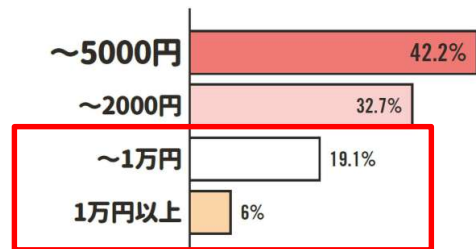
※ご参考資料

# ViVi 2019 美容白書

# ViVi 2019 美容白書

## スキンケア使用金額

Q. スキンケアに月いくらまで出してる？



月に**5000円以上**  
スキンケアにかけている人、  
**25.1%!**

ドラコスをつまぱり使い  
スキンケアは、安くてもいいものをつまぱり使うのがViVi読者流。美容額に投資してる人も多額！

Q. 美容液、使ってる？



## コスメ情報の取得方法

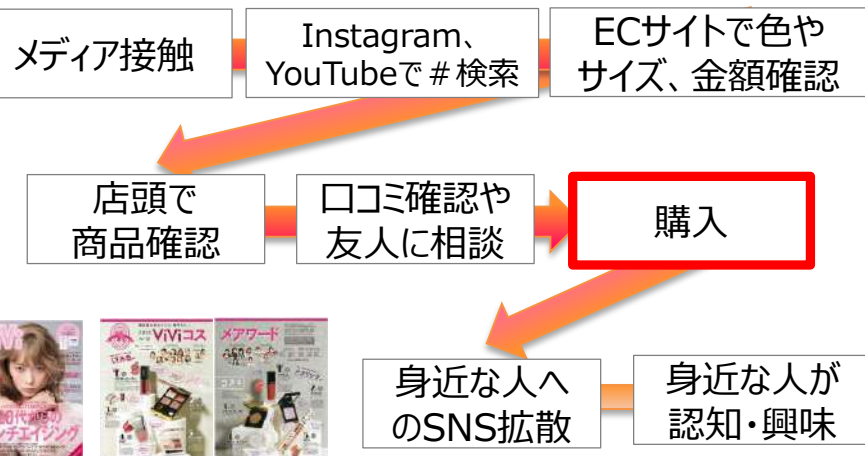
### ■メイク方法は誌面より動画

- メイクのやり方は動画がわかりやすいからYouTube を見る人が多い。
- モノ情報は雑誌の方がわかりやすい。
- インスタだと値段がわからないけど商品はインスタで知ることが多い。
- 雑誌だと一気に見れるので参考になる。

## 美容白書

### スキンケアサマリー

## 購入や情報判断のプロセス



## スキンケアコスメ購入場所

Q. スキンケアコスメ、どこで買ってる？



圧倒的にドラッグストアが人気という結果に!! ドラコスはViVi世代の強い味方  
スキンケアは圧倒的にドラコスが大人気。高単品だからこそ、バラエティショップなども合わせて手軽に購入できることが大きい。

# ViVi 2019 美容白書



みんな実はちゃんとやってるって本当？ ViVi世代のスキンケア事情を大調査



みんなはメイクアイテムどうしてる？ ViVi読者のリアルコスメ事情を大調査



女子がなりたい顔TOP3は？ みんなの美容のリアルを大調査



誰にも言えないカラダの悩み……。みんなのコンプレックスを調査してみた



# みんな実はちゃんとやってるって本当？ ViVi世代のスキンケア事情を大調査

みんなの周りで流行っている美容って？ メイクにスキンケアにボディのことまで、毎月いくらかけてて、どんなことが気になって、何に悩んでいるのかが知りたーい！ ということで、気になるアレコレをViViがまとめて聞いてみたよ♡ 今回はスキンケアについて大調査！ 愛用のスキンケアコスメは？ 肌悩みは？ ViVi世代のリアリティあふれる回答と自分自身を比べてみると、面白い発見があるかもしれないよ♪ まずは結果をチェック！

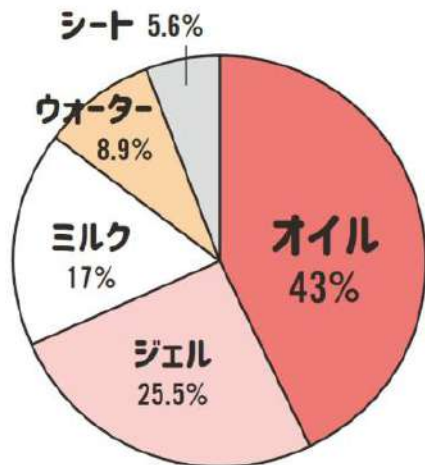
## Q. みんなの肌悩みBEST 3

- 1位：毛穴
- 2位：ニキビ
- 3位：乾燥

毛穴は幅広い年代共通の敵！

皮脂で開いた毛穴から、ニキビがでまっちゃうなんてことも。スキンケアの基礎を見直してみよう。

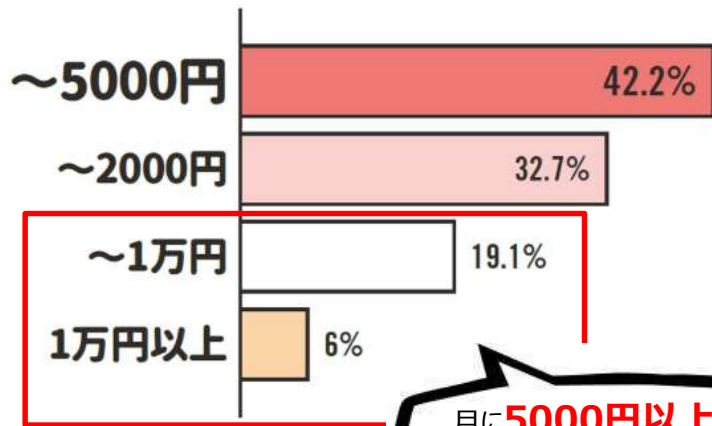
## Q. クレンジング、何派？



クレンジングは意外とバラける？

一番人気はオイルだけど、ジェルやミルク、ウォーターなども意外と多め。しっかり落としたい派の人はオイル好きの傾向が！

## Q. スキンケアに月いくらまで出してる？



月に**5000円以上**  
スキンケアにかけている人、  
**25.1%!**

ドラコスをつっぷり使い

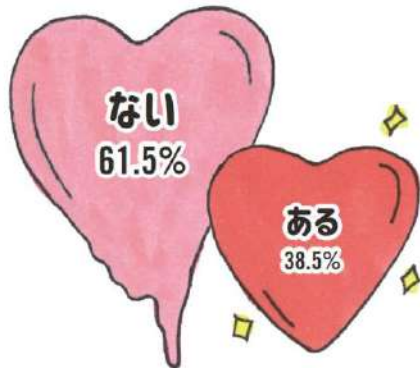
スキンケアは、安くてもいいものをたっぷり使うのがViVi読者流。美容液に投資してる人も多数！





# みんな実はちゃんとやってるって本当？ ViVi世代のスキンケア事情を大調査

Q. ぶっちゃけ、メイク落とさず寝ることがある？



ViViっコたちは美容意識高め！

どんなに疲れている日でも、メイクは必ず落とす派が半数以上。メイクを落とさずに寝るのは、肌荒れの原因になるのでNGです！

Q. 美容液、使ってる？



美肌は永遠の憧れ！

現在の肌がキレイになるのはもちろんのこと、将来シミやシワがない美肌を目指すためにも、美容液を使用している人が多いみたいだよ。

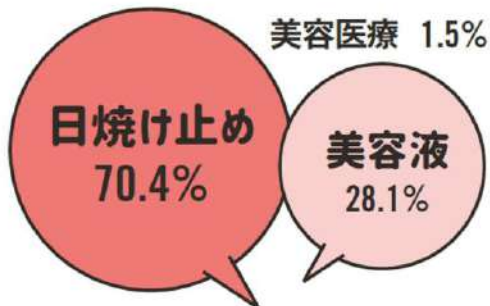
Q. 美容皮膚科、行ったことある？



治療に70万円使った人も……

行ったことのある人は少数だが、ほとんどがニキビ悩みでの通院。中には70万円以上もかけて、肌をキレイに改善させたなんて人も。

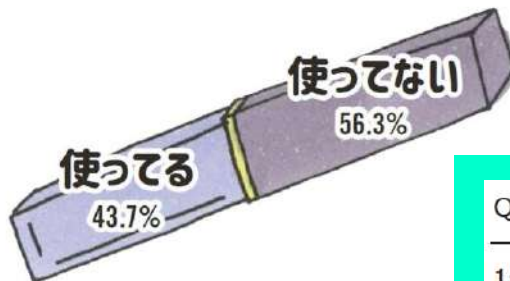
Q. 美白のためにやってることは？



毎日の努力が将来、実を結ぶ？

なんだかんた言っ、美白のためこそ、日焼け止めや美白美容液を使っている人が多数。今からやれば将来的に差が出てくるはず。

Q. まつげ美容液、使ってる？



まだまだ伸びしろがある、まつげ事情

意外にも、まつげ美容液は半数以上が未使用との結果に。

Q. 使ってる人、どこのが効いた？

- 1位：スカルプD
- 2位：DHC
- 3位：フローブシ

美容液に効果を期待！

アイメイクに力を入れているViViっコたちなら、今後はここに気合を入れるのもあり！

# みんなはメイクアイテムどうしてる？ ViVi読者のリアルコスメ事情を大調査

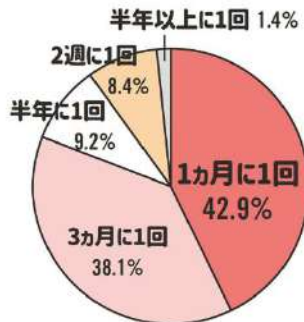
みんなの周りで流行っている美容って？ メイクにスキンケアにボディのことまで、毎月いくらかけてて、どんなことが気になって、何に悩んでいるのかが知りたーい！ 気になるアレコレをViViがまとめて聞いてみたよ♡ 今回はもっと細かく、美容のことを根ほり葉ほり聞いちゃおう！ ということで、まずはメイクについてじっくりリサーチ。NET ViViでアンケートを実施。最も多く回答が集まった項目で1012人が回答。

Q. 1ヵ月でメイクアイテムにけるお金は？



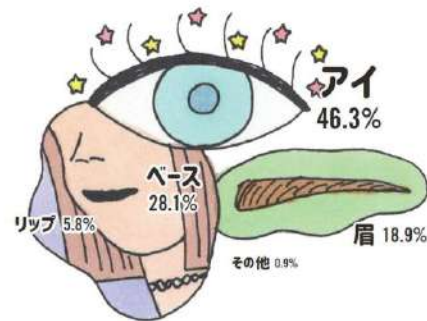
ご褒美&プチプラをバランスよく  
リップ1本やアイシャドウ1個など、アイテムは厳選して購入。プチプラコスメを駆使して、上手にトレンドを取り入れているみたい。

Q. 新しいメイクアイテムどの頻度で買ってる？



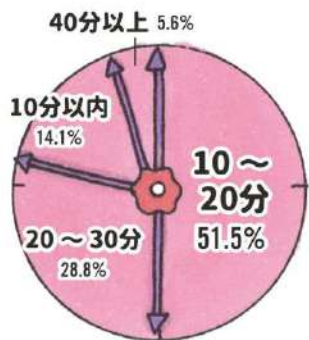
毎月新しいものを購入する、トレンドに敏感な女子が多い！  
さすがViVi読者！ 半数近くのこたちが、月に一度は新アイテムを購入してるそう。「買うとメイクが楽しくなる」なんて声もアリワ

Q. ふだん、どのメイクに入ってる？



メイクのかたちはやっぱり目元！  
ViViっ子たちのメイクの基本は、やっぱり目元。盛れるが盛れないかで、その日のコンディションやテンションも左右されるよね。

Q. 朝、メイクにかかる時間は？



6割近くのこが最短メイクを実施  
朝の時間を有効に使うためにも、メイクは手早く完璧に、20分以内に終わらせる人が半数以上、ViViっ子たちはメイク上手が多い！

Q. いちばん持ってるメイクアイテムは？



リップが圧倒的!!  
1本でメイクの印象を左右するリップでトレンド感をプラスしている人が多いみたい。質感の違いでも遊べるアイテムの一つ。



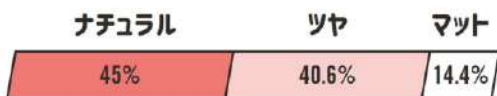
# みんなはメイクアイテムどうしてる？ ViVi読者のリアルコスメ事情を大調査

Q. ベースアイテムでよく買うブランドは？

- 1位：RMK
- 2位：PAUL&JOE
- 3位：マキアージュ
- 4位：KATE
- 5位：インテグレート

不動の王者はRMK！  
RMKのベース、ポール&ジョーの下地は長年愛されているロングセラーコスメ。マキアージュの下地はくすみにくさに定評！

Q. 好きな肌の仕上がりは？



自然な仕上がりが理想的！  
厚塗り感がなく曇らない、ナチュラルな肌がみんなの憧れ。「コンシーラーでカバーするだけ」なんて人も多数！

Q. カラーアイテムでよく買うブランド

- 1位：M・A・C
- 2位：CANMAKE
- 3位：メイベリン
- 4位：YSL
- 5位：ワイセ

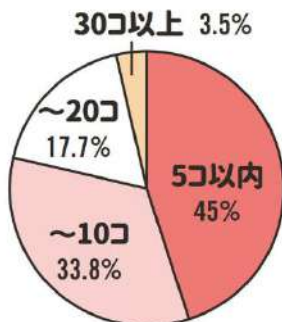
発色の良さとM・A・Cが人気に！  
おしゃべりカラバリが喜ぶで発色の良さも兼ね備えたブランドがトップ5に。プチプラ、憧れブランドがバランスよくランクイン。

Q. 一番好きなリップ、どこの？

- 1位：M・A・C
- 2位：Dior
- 3位：シャネル
- 4位：YSL
- 5位：メイベリン

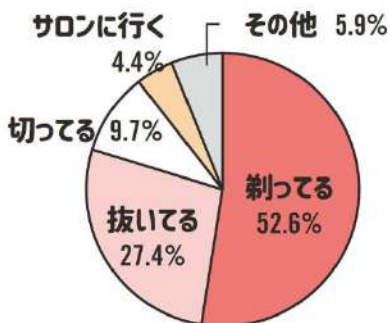
高級ブランドに人気が集中！  
やっぱり欲しいのは高級で人気の高いブランドリップ。高行りのカラーや質感などを押さえた3ブランドが支持されているみたい！

Q. アイシャドウ、いくつ持ってる？



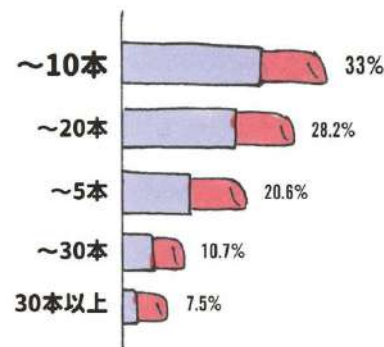
パレット系は厳選して購入  
約半数が5種以内と、リップに比べるとアイシャドウは厳選して購入する傾向に。ただし中には30種以上持っているなんていう人も。

Q. 肩のお手入れ、どうしてる？



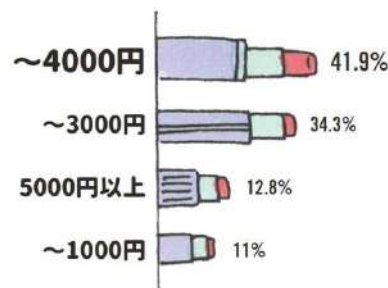
セルフケアが脱毛の基本  
肩はサロンに行くよりもセルフケアをする人が大多数。週に1度くらいのペースで剃ったり抜いたりしてる様子。

Q. リップ、何本持ってる？



リップは何本でも欲しくなる！ 毎シーズン買い足す人も！  
一番人気コスメのリップは、みんなが持っている本数も多め。「何本持っても足りない」なんて欲張りな声も多かったよ。

Q. リップ1本にいくらまで出せる？



リップはハイブランドでもOK！  
リップはちょっと高くてもOK。人気ブランドのリップは、ポーチの中に入れておくだけで自慢できちゃうから持っておくと◎。

# 女子がなりた顔TOP 3は？みんなの美容のリアルを大調査

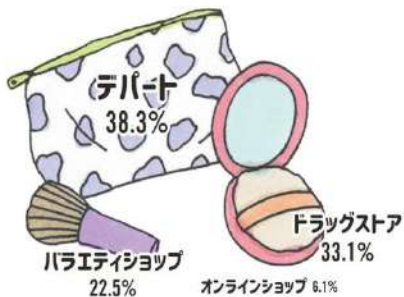
みんなの周りで流行っている美容って？メイクにスキンケアにボディのことまで、毎月いくらかけてて、どんなことが気になって、何に悩んでいるのかが知りたーーい！ということで、気になるアレコレをViViがまとめて聞いてみたよ♡今回はみんなの“美容のリアル”。意外と知らない、みんながコスメを買う場所や憧れの顔&ボディのこと。NET ViViでアンケートを実施。最も多く回答が集まった項目で1012人が回答。

Q. スキンケアコスメ、どこで買ってる？



圧倒的にドラッグストアが人気という結果に!! ドラッグストアはViVi世代の強い味方♡ スキンケアは圧倒的にドラッグストアが人気。消耗品だからこそ、バラエティショップなどわざわざ手廻りに購入する必要がある。

Q. メイクアイテム、どこで買ってる？



デパートとドラッグストアが拮抗しつつある結果に。欲しいものによって買い分け必要！トレンドが一発でわかるメイクアイテムには、お金をかける人多。ドラッグストアとデパートともに人気で、メイク感覚の高さがうかがえる。

Q. デパートのカウンター行く？



行く人も約半数！カウンターで新たな発見も、デパートが欲しくて、敷居が高くて足を運んでない人もいます。新たな発見も生まれる場所なので、ぜひ行く行ってみたい！

Q. 憧れのビューティーブランドは？

- 1位：シャネル
- 2位：Dior
- 3位：YSL
- 4位：TOM FORD
- 5位：M・A・C

音伸びしても買いたいブランドたち！やっぱり人気なのは、音伸びしても買いたいブランドたち。リップやアイシャドウなどお金を貯めて買っても多いみたいだよ！持っているだけで気分もUP♡

Q. なりたい顔は？



- 1位：小松菜奈さん
- 2位：今田美桜さん
- 3位：橋本環奈さん

キュートな顔に人気が集まる♡みんなが憧れるのは、ViViの巻頭も飾った小松菜奈さん。可愛いだけじゃなくて、個性が光る女のこたごの顔になりたいという声。

Q. なりたいカラダは？



- 1位：ローラさん
- 2位：菜々緒さん
- 3位：藤田ニコルさん

なりたいカラダは女性らしいライン♡スタイルの良さが際立つ名前がランクイン。ただ頼りよりも女性らしくメリハリのあるボディラインに、羨望の声が集まっている様子。

Q. なりたい30代の女性は？

- 1位：石原さとみさん
- 2位：深田慧子さん
- 3位：長谷川潤さん

可愛いのに色気がある大人女子が大人気♡可愛らしさもあるのに、きちんと色っぽい、そんな30代女性たちがランクイン。長谷川潤さんはその完璧ボディも憧れの対象！

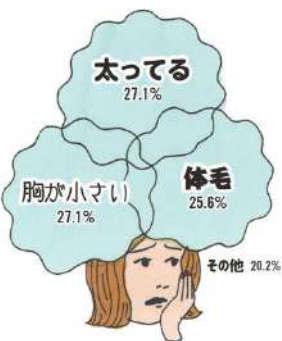




# 誰にも言えないカラダの悩み……。みんなのコンプレックスを調査してみた

みんなの周りで流行っている美容って？ メイクにスキンケアにボディのことまで、毎月いくらかけてて、どんなことが気になって、何に悩んでいるのかが知りたーーい！ ということで、気になるアレコレをViviがまとめて聞いてみたよ♡ 今回は絶対に外せないボディについても大調査！ ダイエット事情から、誰にも言えない悩みまで。

Q. 体でコンプレックスに感じることは？



ボディの悩みは永遠に尽きないもの  
完璧に見える人だって、悩みは尽きないもの。アンケートで、バストサイズで悩む人が意外と多いという新事実も判明。

Q. ダイエットしてる？



気持ちはいつもダイエット者一途多数  
過度なダイエットをしているというよりも、ダイエットをいっつも意識してる人が多いみたい。年中ダイエット者が多数いたよ！

Q. ダイエット成功したことある？



努力が実を結ぶ結果に！  
半数以上の方がダイエット成功体験あり、一度成功すると、その時の感覚を思い出して頑張るそう。ダイエット後のキープに悩む人も。

Q. どんなダイエットが成功した？



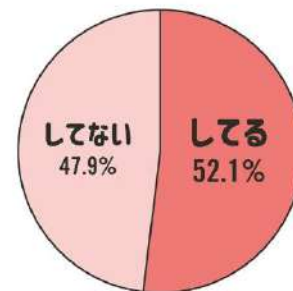
カロリー過多は肥満の原因に  
ダイエットを成功させたいなら、食事制限はマストな模様。だけど、やりすぎると体調を崩すこともあるので注意しながら楽しんで。

Q. ジム行ってる？



ジムではなくセルフケア派が多め  
月額数千円かかることもあるジム代は、できれば払いたくない人がほとんど。自宅でストレッチなどして体質キープに励む人も。

Q. 脱毛してる？



2人に1人が脱毛する時代！  
半数以上が脱毛に通っているという事実が判明。

Q. 脱毛してる人、どこをしてる？

- 1位：全身
- 2位：ワキだけ
- 3位：ワキとVIO

令和は全身ケアが当たり前！  
脱毛してる人の多くが全身ケアを行っているそう。ツルツル女子の時代が到来の予感。



# 誰にも言えないカラダの悩み……。みんなのコンプレックスを調査してみた

## Q. お口の悩み教えて

- 1位：歯の色
- 2位：口臭
- 3位：歯並び

歯にコンプレックスを持つ人が多数！

人によってお口の悩みは異なるけど、歯の色汚れが1位という結果に、大人になってから歯列矯正する人なども多いみたいだよ！

## Q. パスト、何カップ？

- 1位：Cカップ
- 2位：Dカップ
- 3位：Bカップ

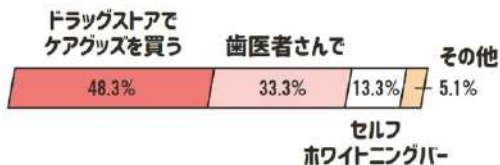
成人女性の平均はBかC！

パストで使っている人は、一度ランジェリーショップで測ってみると正確なサイズがわかるはず。大きなバストの人右いるけど、成人女性の平均はこれくらいだよ！

## Q. 歯のホワイトニングしてる？



## Q. してる人は、どんなホワイトニングしてる？



じわじわ来るセルフホワイトニング！

まだまだ数高が感じるホワイトニングだけど、最近では自宅でもできるキットなども売ってるよ。続けられやすさが手に入るかも？

## Q. 誰にも言えないカラダの悩み、教えて



コッソリ悩み、当てはまるものは？

「もしがして、自分だけ？」と思っていたことも、同じ悩みを持っている人がいることを知ったら気持ちが少しはラクになるはず。

---

# カスタム広告事例のご紹介

# コーセー様「Visse」 広告事例／動画制作×SNSバズらせプラン企画 (2017年8月、2018年2月)

ViViプロデュースの動画の作成。キャストはViViモデル谷まりあ&劇団EXILEの町田圭太。町田圭太はEXILE系のタレントでSNSでの影響力の強さ、ターゲット女性のファン層が多いのが魅力。ViVi本誌のタイアップ撮影に合わせて動画の撮影も実施し、本誌・NETViVi・ViViSNS・出演者個人SNS・プロモフレンド等、多くのチャンネルで本コンテンツを活用し、多くのリーチを獲得することに成功。一連の動画の総再生回数は260万回強！！第2弾ではアイデアを募ってユーザー参加型の動画を作りました。

- 雑誌タイアップ
- Authority 著名人
- 店頭誘導
- イベント
- Social 拡散
- WEBタイアップ
- 他メディア 連動
- 読者・モニター
- 2次使用
- 動画

## 第1弾

コーセー様がTwitterのプロモトレンドを実施



1,246,122 view

ViVi本誌、NETViVi タイアップ&動画のUP



4,505 click

ViViのSNSで動画をUPし多くのリーチを獲得！



5,125 tweet  
※プレゼントキャンペーンを伴うツイート数

谷&町田の個人インスタにてタイアップ&動画を告知投稿



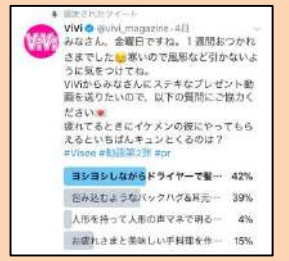
インスタ内で総再生回数 107万回超！！

動画の再生回数は 12万7,000回超！

総再生回数は 260万回強!!  
※一連の動画

## 第2弾

Twitterアンケートでユーザーの声、谷&町田の胸キュンポイントを聞いてユーザー参加型の動画を作成



事前にユーザーを巻き込んだことによるティザー効果もあり！



日本を含むアジア圏で販売されている資生堂様「専科」を、日本・台湾のViViで同時にプロモーション。「すっぴん格上げ」という共通キーワードのもと、日本版ViVi本誌では人気の専属モデル・八木アリサを起用し、台湾版ViViでは現地で人気の高いKOLを起用。さらに台湾・香港からの訪日旅行者に向けて、フリーマガジンや観光情報ウェブメディア上でのタイアップ記事掲載、台湾人気プロガーによるSNS拡散施策などを合わせて実施することで、台湾におけるリーチ最大化を図りました。

- |              |                  |        |      |              |
|--------------|------------------|--------|------|--------------|
| 雑誌<br>タイアップ  | Authority<br>著名人 | 店頭誘導   | イベント | Social<br>拡散 |
| WEB<br>タイアップ | モデル<br>連動        | サンプリング | 2次使用 | 動画           |

## 本誌タイアップ (日本版)



専科で、すっぴん格上げ!

日本版ViVi本誌にて、  
専属モデル1名起用した2Pタイアップ

## 本誌タイアップ (台湾版)



専科で、すっぴん格上げ!

台湾版ViViにて、  
人気KOLをモデルに起用した4Pタイアップ

## Web展開

(台湾オリジナルWebコンテンツ)



樂吃購!日本  
TRAVEL GUIDE

「SUPPIN」トレンド  
情報と商品情報を、  
訪日旅行者向けの  
記事として紹介。  
※サイト月間PV：  
111万人

## SNS・ブログからの拡散



翻訳転載



## 旅マエ情報



## 旅ナカ情報

Vpon

ADネットワーク配信  
2000クリック  
保証サービス

台湾・香港からの訪日旅行者向けフリーマガジン  
「BEST COSMETICS日本」内に、日本版TUの翻訳  
転載。Web「樂吃購!日本」へQRコードで誘導も。

# イミュ様「dejavu」広告事例／

## 人気専属モデル起用＋クリエイティブカ＋動画等二次拡散企画

(2018年2月)

ViVi専属モデルの藤田ニコルを起用し、本誌&デジタル&動画タイアップを実施しました。本誌12Pボリュームで、アイライナーを使った七体のメイク提案を行い、NET ViViに転載。さらにデジタルでは、3種類のニコル起用動画を制作し、ViVi公式SNSだけでなく、バラエティショップ店頭や駅貼り、サイネージ、パナー等でも二次活用。デジャヴのキャンペーン実施タイミングに合わせ、各所で一気に露出を図りました。その結果、ViVi編集部にはニコル使用色や商品に関する問い合わせが殺到し、非常に大きな反響がありました。



本誌12PTU  
(藤田ニコル起用)



**ポイント ①** 専属モデルの藤田ニコル発信！という形で、アイライナー全色を使った7体のメイクを提案。TUコンテンツでも読者人の高い企画

二次使用  
4P小冊子を  
バラエティショップに  
設置

転載

NET ViVi転載 (CMS)



※本誌のボリュームに合わせて、2本に切り分けて掲載

ViVi公式LINE



ViVi公式SNS



クリック数8,300click

**ポイント ②** ViVi公式SNSをフル活用し、**トータル144.1万人**に一気に拡散！！



総再生回数：約5,000回

告知・誘導

イベント

YouTube ViViチャンネル

**ポイント ③** 目的と用途に合わせ、ViVi編集部が3種の動画を作成。



総再生回数  
約68,000回

二次使用

- ・サイネージ
- ・バラエティショップ
- ・駅貼り
- ・パナー など

動画使用



編集部への問い合わせや売り切れ色続出。大きな効果が店頭にも！



ViViの強みでもあるInstagramにて、SHISEIDOタイアップの告知を兼ねたライブ配信を実施しました。ViVi専属モデルの小敷千豊さんをゲストに迎え、同じく専属モデルの藤井サチと一緒に、旬のアイメイクを紹介。その後、NET ViViにて、ライブ配信動画（録画ver.）を3日間限定掲載し、メインとなるSHISEIDOタイアップへと繋がりました。また、同時にit LIFE by FRaUとVOCEウェブサイトでもタイアップを行い、相互リンクを貼ることで、回遊率を高めることに成功しました。

- 雑誌タイアップ
- Authority 著名人
- 店頭誘導
- イベント
- Social 拡散
- WEB タイアップ
- 他メディア 連動
- 読者・モニター
- 2次使用
- 動画

**SNS事前告知**  
ViVi・FRaU・VOCE各誌SNS 及び  
タレント、モデルのSNSにて  
インスタライブ配信告知の実施

**3日間限定掲載 (NET ViVi)**



**本誌+NET ViVi**

**FRaU** 本誌+itLIFE by FRaU

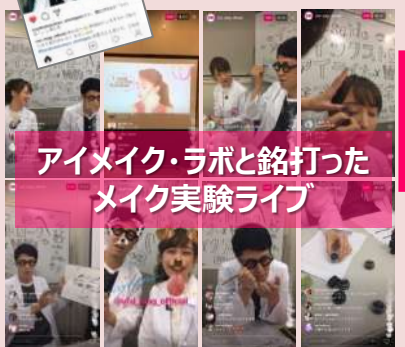
インスタライブ配信動画の録画Ver.を  
ライブ配信レポートと合わせて掲載

ViVi 2017年9月号  
本誌2PTU+ウェブTU+動画

FRaU8月号  
2PTU+ウェブTU+動画

**インスタライブ配信 (ViVi)**

ViVi Instagram  
フォロワー  
264,000人  
(2017.6月現在)



アイメイク・ラボと銘打った  
メイク実験ライブ

**視聴数  
11,000  
超え!!!**



**20,000PV  
超え!!!**



**67,000PV  
超え!!!**

Instagramライブ  
配信動画

VOCE WEB, itLIFE  
by FRaUからも3日間  
限定でNET ViViへ誘  
導を実施。

メインとなるTUの告知



相互回遊



相互回遊

インスタライブで告知したスペシャル動画を掲載



相互回遊



相互回遊

相互回遊

現品プレゼントのハッシュタグキャン  
ペーンを実施し、拡散を図りました。