

ミモレ
mi-mollet

mi-mollet.com

2020年下期広告企画

2020年5月更新版 Ver.1.2

株式会社 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: 亀山 (h-kameyama@stf.kodansha.co.jp)
〒112-8001 | 東京都文京区音羽2-12-21
TEL | 03-5395-3641
FAX | 03-3945-9128

No	企画名	金額
1	FSN・時計宝飾クライアント様限定！表参道駅 駅貼りタイアップ	6～11月期 G600万円～
2	ビューティクライアント様限定！日経新聞にてミモレオリジナルタブロイド配布企画	3～11月期 G600万円～
3	超特急で完成させます！ニュース記事企画	G60万円
4	おうちでもショッピング！EC販促支援企画	G70万円/G90万円
5	製品サンプルの有効活用企画	G100万円
6	ミモレ「過去実施タイアップ」の再編集&再掲載企画	G120万円
7	ミモレ #StayHome 『おうち生活のススメ』企画	G150万円
8	【福田真琴さん起用】ファッション限定 インスタライブ&EC活性化企画	G150万円
9	PV保証！30-40代向けFRaU×ミモレ相互リンクタイアップ	G200万円
10	【赤松絵利さん起用】ビューティ関連限定 インスタライブ&EC活性化企画	G250万円
11	5周年特別料金セミナーイベントプラン	G350万円
12	広告活動を横断的にサポート 2次使用パッケージ企画	G400万円～
13	オウンドサイトコンテンツ制作企画	要ご相談
参考	ミモレの広告メニュー想定効果指標とメディアパワー	—

※いずれの企画もアレンジ・カスタマイズすることができます。弊社営業まで、ご相談ください
 ※ご案内しているすべての企画に<PR>表記が入ります
 ※7月期まででは対応できない企画もあります。期中でも企画が変更となる場合があります。

企画概要

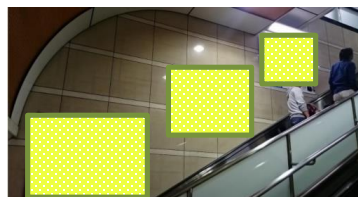
2020年10月、表参道駅構内の駅貼り広告を実施します。
ファッション・時計・宝飾が対象クライアント様となります。

詳細・展開イメージ

掲出場所



掲出イメージ



ファッション好きでおしゃれ感度の高いユーザーが集まる表参道駅構内、銀座・半蔵門線エリアのホームから改札口に繋がる階段・通路の壁面にポスターを掲出します。

表参道駅の一日の利用者数は約18.7万人！※

毎日の通勤や通学で繰り返し広告に接触するため、認知獲得やメッセージの刷り込みに高い効果が期待できます。

※2018年度一日平均（東京メトロ調べ）

媒体位置

表参道駅 銀座・半蔵門線エリア

掲出枚数

B0パネル × 4枚保証

掲出期間

2020年10月19日（月）開始予定の7日間掲出

出稿条件

7社様、決定優先
6月～11月期にG600万円以上のご出稿（ブースト出稿費を含む）

ポスター写真

起用モデルは編集部一任とさせていただきます。
撮影は、8月17日～8月30日までに（予定）、ポスター用に撮り下ろします。

デザイン

編集部一任とさせていただきます。

備考

- ✓ 同期間に、編集コンテンツポスターとして、柱巻き（11本）広告も展開します。こちらのポスターでは、ミモレからのメッセージを発信します。
- ✓ クライアント様ポスターにつきましては、左図の通り、半蔵門線及び銀座線 エスカレーター壁面に掲出いたします。
- ✓ ミモレへのご出稿に付随するサービスとなるため、進行については、ラフコンテ及び校正を1回ずつ、提出させていただきます。また、掲出位置・順序につきましても、編集部にご一任いただきます

金額

5周年特別料金 **G600万円～**

企画概要

日経新聞の11月の土日のどこか1日間、ミモレオリジナルのビューティタブロイドを配布します。表紙と巻頭4Pは大草直子ディレクターが編集ページとして、ミモレのビューティ観を訴求。続くページにクライアント様の秋冬製品をご紹介します。

詳細・展開イメージ

製品とタイミングによっては、大草直子のミモレ内タイアップ及びタブロイド版への起用は可能ですが、ご提案前に弊社までお問合せください。ただし、競合排除は致しません。

掲出イメージ



日経読者の中心層は40代で、ホワイトカラー、経営・管理職が大きな割合を占め、強い購買力・情報発信力を持つ女性管理職や主婦層にも高く支持されています。土日の日経は家でじっくり読まれるため、特にターゲットの女性読者の目に留まりやすくなります。ミモレとのタイアップによりブランドや商品の理解をさらに深め、新規顧客の獲得や購買意欲の促進も期待できます。また、「日経エリア広告別刷り」は日本経済新聞の別刷りのため、「折込広告」に比べて信頼度が高いことも特徴です。

掲載媒体	日本経済新聞折込み「タブロイド版」
配布エリア	首都圏（東京、神奈川、千葉、埼玉）及び関西地区（大阪・神戸）
配布部数	10万部
配布日	2020年11月の土日のどこか1日
掲載枠	4c1pもしくは、4c2p。製品カットのみの掲載となります。
出稿条件・申込締切	2020年3月～11月期に G600万円以上のご出稿（ブースト出稿費含む）でタブロイド4c1p掲載、 G800万円以上のご出稿（ブーストと出稿費含む）でタブロイド4c2p掲載となります。 また、申込締切は8月21日（金）とさせていただきます。
掲載写真・デザイン	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 9月中旬（予定）に製品カットを撮り下ろし予定。 ✓ デザインは編集部一任とさせていただきます。
備考	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 本企画は社数制限はございません ✓ ミモレへのご出稿に付随するサービスとなるため、進行については、ラフコンテ及び校正を1回ずつ、提出させていただきます。また、タブロイドの編成順序につきましても、編集部にご一任いただきます

金額

5周年特別料金 **G600万円～**

企画概要

とにかく急いでがんばります！ 5営業日後には、ミモレで記事掲載！

通常、数週間いただいています企画。この時期だからこそ！ 写真データとリリースをいただいてから、5営業日後には、ミモレにて記事掲載いたします。超特急でニュース記事タイアップを実施されたいとき、ミモレがお手伝いさせていただきます！

詳細・展開イメージ

掲載イメージ (PC/SPサイト)



誘導枠一覧 (PC/SPサイト)



誘導
 ミモレ公式Facebook 1回
 ミモレ公式Twitter 1回
 通常メールマガジン各1回

当企画のPoint!

✓スピード命

✓ これまでにないスピード優先のご対応で、5営業日後にはリリースを掲載します

実施期間

✓ 2020年8月～11月末日まで

保証内容

- ✓ 最新ニュースを伝える『mi-mollet NEWS FLASH』体裁にて掲載。但し、取り上げ内容によっては、from editorsフォーマットを使用する場合もあります。(CMS形式)
- ✓ 1か月間掲載
- ✓ 誘導：ミモレ公式Facebook&Twitter各1回、通常メールマガジン各1回
- ✓ 想定PV数：3,000～8,000

作業工程

- ✓ 写真データと製品リリースのご提出後、3営業日後に初稿を作成します
- ✓ 校正1回のお戻し後、翌営業日に掲載

留意事項

- ✓ 写真データ（高解像度のJpeg）と製品リリースをご用意いただきます
- ✓ オリエンシートをご記入いただけます
- ✓ オリエンの実施はございません
- ✓ 掲載写真点数10点までとさせていただきます

金額

G60万円

企画概要

ミモレ公式IGストーリーズから、ユーザーの買い物欲を引き出します

ミモレがご好評いただいています『ECでの高い購買力』を実感いただける企画です。ミモレ編集スタッフが自宅等からスマホで製品を撮影。貴社ECサイトへダイレクトリンクを飛ばすことで、ECサイトへの送客をご支援いたします。

詳細・展開イメージ

ミモレ公式インスタストーリーズから	貴社ECサイトへ	実施期間 ✓ 2020年8月～11月末日まで
		保証内容 <ul style="list-style-type: none"> ①ミモレ公式Instagramストーリーズ投稿1回（24時間） ✓ ミモレ公式Instagramフィード1回 ②ミモレ公式Instagramストーリーズ投稿2回（48時間） ✓ ミモレ公式Instagramフィード2回
誘導 ミモレ公式Instagramフィード 1回 or 2回		作業工程 <ul style="list-style-type: none"> ✓ オリエン前に、オリエンシートをご記入いただき、撮影する製品 をご送付いただきます ✓ オリエンは、オンライン（Zoom等）で実施いたします
当企画のPoint! <ul style="list-style-type: none"> ✓ EC販促支援・インスタストーリーズ ✓ 店舗・対面販売の自粛・制限によってEC販促を強化している皆様をサポート ✓ ECサイトを持たれているかつ製品のお貸出しが可能なクライアント様に限ります 		金額 <ul style="list-style-type: none"> ① 投稿1回 G70万円 ② 投稿2回 G90万円

企画概要

貴社の製品サンプルやノベルティをミモレユーザーがお試しレポート

イベント実施予定日の変更等により、用途未定となりましたサンプルやノベルティ等をミモレユーザーにお試しいたします。タイアップ記事内では、プレゼント告知と合わせて簡易的なユーザーアンケートを依頼し、その結果も共有させていただきます。

詳細・展開イメージ

「プレゼント&アンケート依頼」タイアップ

プレゼント発送



- ✓ 編集部員の製品使用コメントを含めたタイアップ記事を作成
- ✓ タイアップ記事内でプレゼントの募集および応募者へのアンケートを実施（5～7問）

- ✓ 当選者への発送は、個人情報保護法の観点より、編集部より行います

誘導



ミモレ公式Facebook 1回
ミモレ公式Twitter 1回
通常メールマガジン各1回
ミモレ公式Insagramフィード 1回

当企画のPoint!

サンプルの有効活用

- ✓ イベント・プロモーション中止・延期によって発生したサンプルを有効活用することができます
- ✓ プレゼント応募時にアンケートを実施し、簡易的なテストマーケティングが可能に

実施期間

- ✓ 2020年8月～11月末日まで

保証内容

- ✓ プレゼント募集の告知記事タイアップ（CMS形式）
- ✓ 告知記事内にプレゼント応募用アンケート項目設置（5～7問）
- ✓ 1か月間掲載
- ✓ 誘導：ミモレ公式インスタストーリーズ、Facebook&Twitter各1回、通常メールマガジン各1回
- ✓ 想定PV数：3,000～8,000
- ✓ 当選者へのプレゼント発送（20個まで。21個以上は別途実費をいただきます。）

作業工程

- ✓ オリエンシートをご記入いただけます
- ✓ オリエンは実施いたしません
- ✓ 写真データもしくは、製品と製品リリースをご提出いただけます

留意事項

- ✓ 写真素材は10点まで掲載可能です
- ✓ 編集部の自撮りやスマホ撮影写真が入る可能性があります
- ✓ プレゼント発送は編集部が行います
- ✓ アンケート回答は20名を想定。人数増のご相談可能です

金額

G100万円

企画概要

撮影を省くために、過去にミモレで実施したタイアップを再編集します

人が集まるスタジオでの撮影が難しい今だからこそ、貴社がミモレで過去に実施されたタイアップを再編集して再掲載する企画になります。通年で販売されている製品の訴求にオススメで、再編集することでユーザーには、新たな魅力をお伝えします。

詳細・展開イメージ

過去実施タイアップ素材を



再編集して再掲載



誘導

ミモレ公式Faceook 1回
ミモレ公式Twitter 1回
通常メールマガジン各1回



実施期間	✓ 2020年8月～11月末日まで
保証内容	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 過去に実施したタイアップ記事（CMS形式）の再編集、再掲載 ✓ 1記事あたり1～2ページ程度(SP最適化) ✓ 誘導：ミモレ公式Faceook&Twitter各1回、通常メールマガジン各1回 ✓ 想定PV数：5,000～10,000 PV
作業工程	<ul style="list-style-type: none"> ✓ オリエンシートをご記入いただきます ✓ ご希望がございましたら、オンラインにてオリエンを実施します
留意事項	<ul style="list-style-type: none"> ✓ タイアップ記事の作成には、過去実施のタイアップより写真を「流用し、タイトルと本文を新規で書き起こします ✓ 新規で美容家等のコメントを取材・掲載することも可能です ✓ 新規撮影は、編集・スタッフによるスマホ撮影のみお受けします ✓ 記事内に掲出するURLの数に制限は設けません

当企画のPoint!

- ✓ **既存素材の活用で3密回避**
- ✓ 新たな撮影の実施が難しい状況下でも、既存資産を再活用することでプロモーションの実施が可能となります。
- ✓ 通常のタイアップ実施で想定される3密（対面オリエン、複数名による撮影立ち合い等）を全て回避します。

金額

G120万円

企画概要

ミモレ編集部が、自宅での過ごし方をご提案する企画です

#StayHomeのハッシュタグを用いて、ミモレ編集スタッフが貴社製品を使って『おうち生活の楽しみ方』をご提案するタイアップ企画です。製品撮影と編集部スタッフの自撮り等は、スマホで対応させていただきます。

詳細・展開イメージ

掲載イメージ (PCサイト)



掲載イメージ (SPサイト)



誘導



ミモレ公式Faceook 1回
ミモレ公式Twitter 1回
通常メールマガジン各1回

当企画のPoint!

- ✓ 編集部員からおうちでの楽しみ方を提案
- ✓ 製品のお貸出し・ご送付が可能なクライアント様に限りです
- ✓ おうちの中での楽しみ方という文脈に即した楽しみ方を提唱します

実施期間

✓ 2020年8月～11月末日まで

保証内容

- ✓ タイアップアップ記事 (1記事、CMS形式)
- ✓ 誘導: ミモレ公式Faceook&Twitter各1回、通常メールマガジン各1回
- ✓ 想定PV数: 5,000～10,000 PV

作業工程

- ✓ オリエンシートをご記入いただきます
- ✓ ご希望がございましたら、オンラインにてオリエンを実施します

留意事項

- ✓ タイアップ記事の作成には、スマホ撮影による製品写真、編集部員の自撮り写真を中心とした素材を使用します (モデル撮影をご希望の際は、ご相談ください)
- ✓ 掲載写真点数10点まで
- ✓ 記事内に掲出するURLの数に制限は設けません

金額

G150万円

企画概要

ミモレでも大人気のスタイリスト、福田麻琴さんとミモレレギュラー出演陣でお届けするファッションアイテム「指名買い」インスタライブ♪
買い物欲が高まったインスタライブ後のストーリーズから、ECサイトへの送客もご支援します。

詳細・展開イメージ

福田麻琴さんの“売る力”



福田 麻琴 Makoto Fukuda

ブランドAのCase
コラボオケージョン服が完売。
完売実績をもとに
新規でワンピースも発売中

ブランドBのCase
継続的に評判が良いため
何期もコラボアイテムを発売

文化服装学院を卒業後、アパレル会社勤務を経てスタイリストへ転身。

2009年にフランスへ留学後、女性誌を中心に広告、CM、カタログ、タレントのスタイリストとして活動中の1児の母。身長161cm。

mi-molletでは、フレンチ企画などで大人気。

著書に、最新刊『ただ着るだけでおしゃれになるワンツーコーデ』のほか、『38歳から着たい服 本当に似合うものだけ少量持つ』(以上すずる舎刊)、『THE FRENCH STYLE BOOK カジュアルで女性らしいパリジェンヌな着こなし』(KADOKAWA刊)がある。

Instagram : @makoto087

フォロワー数 : 11,651 (2020年5月時点)

金額

特別料金 **G150万円**

展開概要

*企画展開の詳細は、次ページを参照ください。



詳細・展開イメージ

インスタライブ事前告知
&メインアイテム紹介

インスタライブ実施

インスタライブ後



インスタストーリーから貴社サイトへ誘導



ライブ配信動画も格納し見逃し配信対応



- ✓ ミモレWEBサイトでのイベント告知&アイテム紹介記事 1本
- ✓ ミモレ公式Instagramフィード 1回
- ✓ ミモレ公式Instagramストーリー 1回

- ✓ ミモレ公式Instagramライブ 1回
- ✓ インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのフィードに使用した商品紹介 1回ポスト(Instagramフィード)

- ✓ ミモレ公式Instagramのストーリーから、貴社ECサイトへ誘導
- ✓ インスタライブ収録動画はミモレ公式InstagramのIGTVとミモレYouTubeチャンネルに1ヶ月アップ

インスタライブの事前告知として、ライブで紹介するメインアイテムを掲載するニュース記事タイアップを実施します。
ファッションにアンテナの高い読者だけでなく、ブランドを初めて知るお客様まで幅広い層に情報をお届けします。

福田麻琴さんとミモレレギュラー出演陣でお届けするファッションアイテム「指名買い」ライブ。
ブランドのこだわりをミモレがネタ切りします。

ライブ終了後は、買い物熱が冷めない間にECサイトへのダイレクトリンクが可能はインスタストーリーへ掲載。
ライブ動画は、IGTV & Youtubeミモレチャンネルに1ヶ月格納します。

想定効果

- ✓ ミモレWEBイベント告知TU : 3000~6000PV
- ✓ ミモレ公式インスタフィード : 1~2万imp
- ✓ ミモレ公式ストーリー : 3000~6000imp

- ✓ 動画視聴回数 : 累計 約11,000回
インスタライブ (リアルタイム1000名、IGTV 10000名程) Youtube : 1,000回

*想定効果の数値は過去実績に基づく試算のため、結果を保証するものではありません。

実施期間	2020年11月末まで
露出	インスタライブ 1回 インスタライブの事前告知と製品紹介のタイアップ記事 1本（事後レポートはなし） ※PR表記付き
掲載開始日	平日任意（イベント実施の1ヶ月前程度）
制作ページ数	1回あたり1ページ程度（CMS型 SP最適化）
レポート	PC・SP別のPV数、外部誘導クリック数
拡散施策	① インスタライブ前、ミモレ公式Instagramフィード枠・ストーリーズ枠で各1回ずつ告知 ② インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのフィードに使用した商品紹介1回ポスト(Instagramフィード) ③ インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのストーリーズ枠1回（インスタストーリーズから貴社サイトもしくは貴社ECサイトへのダイレクトリンクが可能です） ④ インスタライブ収録動画をミモレYoutubeチャンネルに1ヶ月アップ ⑤ ミモレ公式InstagramのIGTVに格納
備考	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情勢に応じて、2画面でのインスタライブ配信となる場合があります。 ✓ 福田さんご本人の状況に応じて、社数制限をかけさせていただく場合があります。 ✓ 人物起用・ページ増量・連載方式等は別途お見積りとさせていただきます。 ✓ 基本新規撮影は含まれておりません。インスタライブ時以外の新規撮影実施ご希望の場合は別途制作費を頂戴致します。 ✓ 店舗、プレスルーム、講談社スタジオ等、Wi-Fi環境と収録に耐えうる音響環境があれば場所は選びません。ただし、出張収録版の会場費やスタッフなどの交通費、宿泊費などは別途お見積りさせていただきます。 ✓ 出演者は編集部員2名まで+ゲスト1名です。ゲストの人选は編集部一任とさせていただきますが、ご希望がある場合は、別途出演料を頂きます。 ✓ ミモレ公式Instagramのフィードとストーリーズの内容は編集部に一任いただきます。 ✓ ※ 各誘導枠に〔PR〕を記載します。 ✓ ※ ページ内に〔PR〕、提供クライアント名を記載します。

ご協賛の注意点

- インターネット回線の状況やInstagramのサーバーの負荷、その他視聴者のスマートフォン環境により、映像が途切れたり停止するなど正常に視聴できない場合がございます。20分（実施時間の2/3以上）正常に視聴できない場合は、別日にてライブ配信させていただきます。

オプション

- Instagramポスト **G20万円**
- Twitterポスト **G20万円**

企画概要

30～40代ユーザーをもつFRaU×mi-mollet連携PV保証企画

30～40代女性に影響力を有するmi-molletとFRaU。両メディアのタイアップページにて、相互リンクが可能になります。OTAKADブーストをセットにし、20,000PV保証にてご提供いたします。※「mi-mollet」30～40代ユーザー（58%）／「FRaU web」30～40代ユーザー（48%）

詳細・展開イメージ

FRaU, mi-mollet それぞれのタイアップに
相互リンクを設置
各誌誘導枠&OTAKADOによって
20,000PV保証

mi-molletへのリンク ← → FRaUへのリンク

実施期間	✓ 2020年8月～11月末日まで
保証内容	FRaU、ミモレタイアップの累計PV数20,000PV保証 ●ミモレタイアップ（CMS形式、4週間掲出） ✓ 誘導：ミモレ公式Facebook&twitter各1回、通常メールマガジン1回 ●FRaUタイアップ（CMS形式、4週間掲出） ✓ 誘導：FRaU公式Facebook&Twitter 各1回 ●OTAKADによる誘導
作業工程	✓ オリエンシートをご記入いただきます ✓ オリエン前までに、写真データとリリースをご提出いただきます ✓ オリエン：オンライン（Zoom等）での実施いたします
留意事項	✓ ご提出いただいた写真データと製品リリースをもとに記事を作成します 撮影がご希望の場合は、編集スタッフの自宅でスマホによる製品撮影や自撮りになります ✓ 掲載開始と同時に両メディアにおいて相互リンクを設置します（それぞれの掲出期間である4週間以内であれば、掲載開始日程を変更することができます）

誘導

FRaU公式Faceook 1回
FRaU公式Twitter 1回

ミモレ公式Faceook 1回
ミモレ公式Twitter 1回
通常メールマガジン各1回

金額

G200万円

企画概要

令和時代のネクストブレイク筆頭候補！！ヘア&メイクアップアーティスト赤松絵利さん
SNSは積極的ではないものの、リアルに赤松さんと接する機会のある美容業界、モデル・芸能界にはファン多数。
人気急上昇中の赤松さんとミモレ編集部による、楽しくためになるインスタライブ企画です。

詳細・展開イメージ

令和のネクストブレイク筆頭候補

赤松 絵利 Eri Akamatsu



ESPER代表/ヘア&メイクアップアーティスト。
雑誌・広告・ヘアメイクプランナーとして活躍。
蒼井優、綾瀬はるか、多部未華子、常盤貴子、
松岡茉優（敬称略、五十音順） など多くの女優
を担当。著書『世界一シンプルなナチュラルメイク
の教科書』（講談社）



展開概要

*企画展開の詳細は、次ページを参照ください。



地上波テレビ局からテレカンにおけるメイクに関する
取材が入るなど、活躍の幅を拡大中です

金額

特別料金 **G250万円**

詳細・展開イメージ

インスタライブ事前告知 &メインアイテム紹介

インスタライブ実施

インスタライブ後



インスタストーリーから貴社サイトへ誘導



ライブ配信動画も格納し見逃し配信対応



- ✓ ミモレWEBサイトでのイベント告知&アイテム紹介記事 1本
- ✓ ミモレ公式Instagramフィード 1回
- ✓ ミモレ公式Instagramストーリーズ 1回

- ✓ ミモレ公式Instagramライブ 1回
- ✓ インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのフィードに使用した商品紹介 1回ポスト(Instagramフィード)

- ✓ ミモレ公式Instagramのストーリーズから、貴社ECサイトへ誘導
- ✓ インスタライブ収録動画はミモレ公式InstagramのIGTVとミモレYoutubeチャンネルに1ヶ月アップ

インスタライブの事前告知として、ライブで紹介するメインアイテムを掲載するニュース記事タイアップを実施します。
ビューティ感度の高い読者だけでなく、ブランドを初めて知るお客様まで幅広い層に情報をお届けします。

赤松絵利さんとミモレレギュラー出演陣でお届けするビューティティップスのHOW TOライブ。
訴求したいポイントをわかりやすく解説します。

ライブ終了後は、買い物熱が冷めない間にECサイトへのダイレクトリンクが可能はインスタストーリーへ掲載。
ライブ動画は、IGTV & Youtubeミモレチャンネルに1ヶ月格納します。

想定効果

- ✓ ミモレWEBイベント告知TU : 3000~6000PV
- ✓ ミモレ公式インスタフィード : 1~2万imp
- ✓ ミモレ公式ストーリーズ : 3000~6000imp

- ✓ 動画視聴回数 : 累計 約11,000回
インスタライブ (リアルタイム1000名、IGTV 10000名程) Youtube : 1,000回

*想定効果の数値は過去実績に基づく試算のため、結果を保証するものではありません。

実施期間	2020年11月末まで
露出	インスタライブ 1回 インスタライブの事前告知と製品紹介のタイアップ記事 1本（事後レポートはなし） ※PR表記付き
掲載開始日	平日任意（イベント実施の1ヶ月前程度）
制作ページ数	1回あたり1ページ程度（CMS型 SP最適化）
レポート	PC・SP別のPV数、外部誘導クリック数
拡散施策	<ul style="list-style-type: none"> ① インスタライブ前、ミモレ公式Instagramフィード枠・ストーリーズ枠で各1回ずつ告知 ② インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのフィードに使用した商品紹介1回ポスト(Instagramフィード) ③ インスタライブ終了後、ミモレ公式Instagramのストーリーズ枠1回（インスタストーリーズから貴社サイトもしくは貴社ECサイトへのダイレクトリンクが可能です） ④ インスタライブ収録動画をミモレYoutubeチャンネルに1ヶ月アップ ⑤ ミモレ公式InstagramのIGTVに格納
備考	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情勢に応じて、2画面でのインスタライブ配信となる場合があります。 ✓ 赤松さんご本人の状況に応じて、社数制限をかけさせていただく場合があります。 ✓ 人物起用・ページ増量・連載方式等は別途お見積りとさせていただきます。 ✓ 基本新規撮影は含まれておりません。インスタライブ時以外の新規撮影実施ご希望の場合は別途制作費を頂戴致します。 ✓ 店舗、プレスルーム、講談社スタジオ等、Wi-Fi環境と収録に耐えうる音響環境があれば場所は選びません。ただし、出張収録版の会場費やスタッフなどの交通費、宿泊費などは別途お見積りさせていただきます。 ✓ 出演者は編集部員2名まで+ゲスト1名です。ゲストの人选は編集部一任とさせていただきますが、ご希望がある場合は、別途出演料を頂きます。 ✓ ミモレ公式Instagramのフィードとストーリーズの内容は編集部に一任いただきます。 ✓ ※ 各誘導枠に〔PR〕を記載します。 ✓ ※ ページ内に〔PR〕、提供クライアント名を記載します。

ご協賛の注意点

- インターネット回線の状況やInstagramのサーバーの負荷、その他視聴者のスマートフォン環境により、映像が途切れたり停止するなど正常に視聴できない場合がございます。20分（実施時間の2/3以上）正常に視聴できない場合は、別日にてライブ配信させていただきます。

オプション

- Instagramポスト **G20万円**
- Twitterポスト **G20万円**

企画概要

エンゲージメントの高い読者イベントを数多く開催してきた編集部が、トークイベントをプロデュース！
クライアント様と一緒に参加者の課題やお悩みを解決することで、ブランドの理解や愛着を高めます！

詳細・展開イメージ

商品・サービス紹介 & イベント告知



事前取材を行い、記事制作&掲載。
ミモレ読者に向けて、貴社ブランドの
魅力をお伝えするとともに、イベントの
告知・参加募集も行います。
参加者のセレクト～イベント誘導まで
ミモレ編集部が対応します。

コラボイベント開催



講談社にて、ミモレレギュラー出演陣
(編集部員+a) のトークイベントを
開催します。
イベント内容はアレンジ可能です。
受付、著者のアテンド、司会進行は
ミモレ編集部が対応します。

タイトル	ミモレ5周年～婦人のひと休み～ Presented by ○○○○
開催場所	講談社26Fレセプションルーム他
出演者	ミモレレギュラー出演陣 (編集部員+a)
参加人数	ミモレ読者20～30名程度
露出	ミモレwebサイトでのイベント募集告知と製品紹介のタイアップ記事1本 (イベント事後レポート無し) イベント後、ミモレ公式Instagramの「フィード」に使用した商品もしくは、イベント風景を1回ポスト(Instagramフィード)
開催日時	月～金曜日 (土・日・祝日を除く) で応相談
手配機材	受付看板、音響・映像機器 (マイク、スピーカー、プロジェクター、スクリーン)
想定時間	18:30 受付開始 19:00 開会挨拶 (ミモレ編集部) トークセッション (ミモレレギュラー出演陣×クライアント様) タッチ&トライ、ワークショップなど 20:30 閉会挨拶 (ミモレ編集部) 21:00 完全撤収

金額

5周年特別料金 **G350万円**

露出	<p>1回 イベントの募集告知と製品紹介のタイアップ記事1本（事後レポートはなし） ※PR表記付き ミモレ公式Instagramの「フィード」に使用した商品もしくはイベント風景を1回ポスト(Instagramフィード) ※投稿期間はイベント終了日から10日以内とさせていただきます。 ※ハッシュタグは各5個まで。PR表記あり。投稿前に、ネームを1回確認</p>
掲載開始日	平日任意（イベント実施の1ヶ月前程度）
制作ページ数	1回あたり1ページ程度（CMS型 SP最適化）
レポート	PC・SP別のPV数、外部誘導クリック数
備考	<p> ✓ 人物起用・ページ増量・連載方式・動画撮影等は別途お見積りとさせていただきます。 ✓ 基本新規撮影は含まれておりません。イベント時以外の新規撮影実施ご希望の場合は別途制作費を頂戴致します。 ✓ 月1社限定 ✓ イベント開催日時は月～金曜日（土・日・祝日を除く）で応相談 ✓ イベント出演人選に関してはご相談となります。スケジュールの都合上、ご希望に添えない可能性がございますことをご了承下さい。 ✓ イベントをInstagramでライブ中継、イベント前もしくは終了後に、クライアント様商品もしくはイベント風景をインスタストーリーで24時間UPする場合がありますが、編集部任意となります。 </p> <p> ※ 各誘導枠に〔PR〕を記載します。 ※ ページ内に〔PR〕、提供クライアント名を記載します。 </p>

ご協賛の注意点

- Bプラン以上のTUご出稿とセットの場合は、当企画料金をG100万円ディスカウントさせていただきます。
- クライアント様ご希望の場所への出張も可能です。ただし、会場費、出演者などの交通費、宿泊費、イベント運営費は、別途 お見積りとさせていただきます。

オプション

- 読者アンケート **G40万円**
- インスタライブ **G120万円**

ロイヤル コペンハーゲンで自分のための時間を豊かに



1

光野桃さんを囲んで！ロイヤル コペンハーゲンのティーパーティにご招待！[PR]

2016.8.9



公開するやいなや大きな反響を呼んだ光野桃さんのインタビュー。熱いリクエストを受けて、今回、ロイヤル コペンハーゲンの全面協力により、光野桃さんとミモレ読者によるスペシャルイベントが開催されることになりました！ロイヤル コペンハーゲンのテーブルウェアで揃えたティーパーティで特別な時間を過ごしませんか。知っているようで知らないロイヤル コペンハーゲンの世界を一緒に堪能しましょう！

ロイヤル コペンハーゲンがつくる美しい時間



1775年デンマークの王室御用達の製陶所として創業し、2015年に240周年を迎えたロイヤル コペンハーゲン。日本では、かしくまったイメージが強いですが、本国デンマークでは家族代々受け継がれるテーブルウェアとして日常に受け入れられたブランドなのです。写真は「ブルーフ

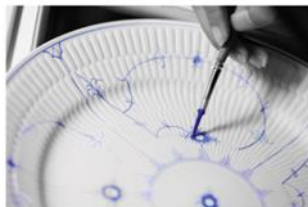
け込んだブランドなのです。写真は「ブルーフルーテッド プレイン」シリーズの伝統的なテーブルセッティング。

世界中で愛される「ブルーフルーテッド」の魅力

ロイヤル コペンハーゲンの工場の開業当初からある象徴的なシリーズが、皆さんもご存知のロイヤルブルーの絵柄が美しい「ブルーフルーテッド」です。1884年に新アートディレクターとなったアーノルド・クローが、「ブルーフルーテッド プレイン」にさらに繊細なレースと緑取りを取り入れ、一気に世界中に広まったと言われています。アーノルド・クローは、日本の焼き物の絵付けにも影響を受けたとか。日本人のテーブルにも馴染みやすいはずですね。

ブルーフルーテッドには3つのデザインがあります。シンプルで飽きのこないデザインの「ブルーフルーテッド プレイン」、レースの緑取りがエレガントな「ブルーフルーテッド ハーフレース」、緑取りのレースがオープンワークになっている「ブルーフルーテッド フルレース」です。

また最近では、「ブルーフルーテッド プレイン」の 패턴の一部を大胆に拡大することによって、まったく新しい印象を作り出した「ブルーフルーテッド メガ」も人気があります。

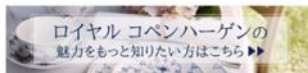


その繊細なパターンは、熟練したペインターによるハンドペイントで装飾されています。「ブルーフルーテッド プレイン」のペインティングを任せられるようになるまで10年近い経験が必要だそうです。



「ブルーフルーテッド プレイン」は、デイリーに使うほどにその美しさへ愛着が。朝食やホッとひと息つくお茶時間など、日常のひとときをアップグレードしてくれます！

来客用や贈呈用というイメージがありますが、良さの分かるミモレ世代だからこそ、自分のために自分の気に入ったものを少しずつ揃えてみてはいかがでしょうか。



光野桃さんとのスペシャルティーパーティ開催決定！



光野桃 (みつの・もも) 作家・エッセイスト 東京生まれ。ミモレ掲載のインタビューはこちら「[第1回 光野桃さんが経験した、仕途なおしゃれ更年期。そして今...](#)」、「[第2回 光野桃さんが思うおしゃれ更年期の処方箋](#)」

限定20名様無料ご招待！

ロイヤル コペンハーゲンの世界を堪能して

ロイヤル コペンハーゲン丸の内本店にて、ミモレ読者の方限定20名様をお招きして、光野桃さんとアフタヌーンティーをお楽しみいただけます。ロイヤル コペンハーゲンの伝統的なティーテーブルのご紹介のほか、よりモダンなテーブルコーディネートのご紹介、新作「ブラックフルーテッド メガ」のお披露目など、スペシャルな企画を予定しております。当日は、編集長大草直子はじめミモレ編集部一同でお待ちしております。ぜひご応募ください！



<イベント詳細>

■日時：9月15日 (木)

14:30 開場

15:00 開演

17:30 終了予定

■会場：ロイヤル コペンハーゲン丸の内本店

千代田区有楽町1-12-1 新有楽町ビル1階

■ご招待：ミモレ読者限定20名様

※おひとりずつのご招待となります。会場の都合上、ご同僚者、お子様の同伴をご遠慮願いますようお願いいたします。

■応募締め切り：8月23日11:59まで

※応募多数の場合、抽選となります。
※当選者の方のみ詳細を連絡させていただきます。

※ご応募はページ下部の応募ボタンからお願いたします。

(こちらの募集は締め切らせていただきました。たくさんのご応募ありがとうございました。)

お問い合わせ先/ロイヤル コペンハーゲン ジャパン tel. 0120-665-827

写真/目黒智子(光野桃さん)、ロイヤル コペンハーゲン提供(静物) 文/川端里恵(編集部)



「アンタイトル エssenシャルクルー Glow-up SALON×ミモレ大学」



秋のトレンドメイクを徹底解説！「長井かおりさんのメイクレッスン」



小林照子さん&高橋みどりさんから教わる「人生100年時代を明るく、楽しく生きるために」



浜田敬子さんと考える「女性が自分らしく働く環境をデザインする方法」



秋のトレンドメイクを徹底解説！「長井かおりさんのメイクレッスン」

子育てに仕事にとバタバタ荒ただしく日々過ごしているので滅多にない機会に感謝の気持ちで一杯です。
また最近メイクが面倒になっていたので良い刺激を受けました。長井先生の分かりやすいレクチャー、早速試しました。
沢山お土産も頂きさっそく愛用しております。

長井さんにちょっと教えていただくともっと習いたくなりますね。もう少し時間があればじっくりできたけれど、それも難しいですね。
イベント後、MiMCに走りました！

ぜひ、これからもこのような企画をしていただきたいです。
これを機にご婦人たちは、形から入ります！
若い頃より余裕があります！
コスメを購入したり、それに合った服を選び、おいしいものやステキな場所へ出掛けるようになればいいなと思います。少しずつですが経済が回るといいなと思います。

長井かおりさんはとてもきれいで明るくキラキラしていました。ベースからポイント、仕上げまでわかりやすく教えていただきました。しかも、記念撮影の直前に口紅を手直していただいたときは嬉しくて涙が出そうになりました！

教えていただいた崩れにくいメイク、ポイントメイクを活用してしっかり定着させたいと思います。
このようなイベントがあるとしばらく生活に潤いと幸福感に包まれるので（笑）、
またチャンスがありましたら是非伺いたいです。
ますますミモレファンになってしまいました♪

素敵なイベントに参加することが出来、本当にありがとうございました。
場所が会議室と思いきや綺麗に演出されていて編集部の皆様のおもてなしを感じました！

企画概要

貴社の広告活動を横断的にサポートする2次使用パッケージ企画

ミモレで活躍するスタイリスト「福田麻琴」さんやビューティコラムニスト「福本敦子」さんをはじめとする、各ジャンルのスペシャリストの起用も可能。横断的な広告活動にも、ご活用いただきやすい2次使用パッケージ企画を準備しました。

詳細・展開イメージ

起用人物候補

福田 麻琴

Makoto Fukuda



ジャンル：ファッション・食品等
女性誌を中心に広告、CM、カタログ、タレントのスタイリストとして活動中の1児の母。

Instagram：@makoto087
フォロワー数：11,651 (2020年5月時点)

福本 敦子

Atsuko Fukumoto



ジャンル：ビューティ・ライフスタイル等
ビューティコラムニストとして活躍。ライフスタイルに寄り添った独自のオーガニック美容論は、各方面から大人気。旅を愛し、占星術にも精通。

Instagram：@uoza_26
フォロワー数：58,382 (2020年5月時点)

展開概要

ミモレタイアップ素材を、貴社サイト・店舗で更には貴社広告活動にまでご活用いただけます



2次使用活用イメージ例



*上記画像はイメージです。2次使用ビジュアルを規定するものではありません。

上記候補者をはじめ、クライアント様・訴求される商品・サービス内容に応じて、ミモレ編集部から最適な人選をご提案させていただきます。

金額

G400万円～

*ご要望に応じて、金額が変動いたしますので詳細はお問合せください

広告活動を横断的にサポート 2次使用パッケージ企画②

2次使用パッケージ企画に関する項目			G400万円～	G470万円～	要ご相談		
基本プランの保証内容	ミモレでのタイアップ記事（1記事、CMS形式、想定PV数：5,000～10,000 PV）		○	○	○		
	ミモレでのタイアップ記事への誘導枠（ミモレ公式Faceook&Twitter各1回、通常メールマガジン各1回）		○	○	○		
2次使用可能な素材	ミモレロゴもしくは名称		○	○	○		
	タイアップ出演スタイリスト・美容家（1名）の名前		○	○	○		
	タイアップ出演スタイリスト・美容家（1名）の顔丸写真		○	○	○		
	タイアップで使用したモデル写真素材（最大：8カット）		○	○	○		
	タイアップで使用したコメント		○	○	○		
2次使用の期間	原則、タイアップ掲載開始日から1か月まで。（1か月以上をご希望の場合は別途費用が発生します。）		-	-	-		
2次使用の範囲	貴社関連メディア内	Digital	公式WEBサイト	○	○	○	
			LINE	○	○	○	
			公式SNS	Instagram	○	○	○
		Twitter	○	○	○		
		Facebook	○	○	○		
		公式メルマガ・DM・アプリ	-	○	○	○	
	リアル・店舗	店頭ポスター	○	○	○		
		店頭POP	○	○	○		
		店舗内リーフレット・冊子等	○	○	○		
		貴社関連メディア外	Digital	広告配信（GDN,YDN等）	静止画（バナー）	×	○
	SNS配信（静止画）			LINE	×	○	○
				Instagram	×	○	○
			Twitter	×	○	○	
	Facebook		×	○	○		
交通	電車内・駅構内広告を想定		* サイネージ含む	×	×	●	
新聞	新聞広告を想定		×	×	●		
チラシ	チラシ内を想定		×	×	●		
その他	屋外広告、ラジオ等		×	×	要相談		
全体	2次使用素材をもとに作られたビジュアルは全て、修正可能なタイミングで編集部のクリエイティブ確認を必須とさせていただきます。ご発注時までに使用可能性のある2次使用範囲・期間は全てご提出ください。オリエン以降の2次使用範囲・期間の変更は、基本的にはご対応不可とさせていただきます。タイアップに起用する人物およびスタッフ（カメラマン等）によっては、上記の2次使用内容・範囲が変更となる可能性があります。						
留意点	2次使用可能な素材	モデルのご指定は不可とさせていただきます（日本人モデル想定）					
	2次使用の範囲	モデルの希望がある場合は、別途料金が発生することや2次使用範囲・期間に制限が生じる場合があります。上記記載内容以外のご要望については、別途ご相談ください。					
2次使用の範囲	貴社公式ECサイト以外の第三者ECサイトでの2次使用は不可とさせていただきます。貴社関連のリアル・店舗での2次使用素材を使ったビジュアルサイズはB0（1030 × 1456mm）以下とさせていただきます。貴社関連のリアル・店舗での2次使用素材を使った販促物（リーフレット・小冊子等）は10万個以下とさせていただきます。貴社関連メディア外での広告配信・展開先によっては、NGとさせていただきます。						
実施時期	2020年11月末まで						
レポート	PC・SP別のPV数、外部誘導クリック数						

企画概要

ミモレが貴社オウンドサイトのコンテンツを制作し、送客もセットでご支援します！！

ミモレ編集陣が、貴社オウンドサイトで中長期的に展開されるオリジナルコンテンツの制作を承ります。
ミモレ公式サイトからの送客も加え、貴社オウンドサイトの活性化を図ります。

詳細・展開イメージ

*実施期間は、3か月以上を条件とさせていただきます。

*案件実施の最低3か月前を目安にご相談いただき、個別にご提案させていただきます。

オウンドサイトコンテンツ制作のポイント



「伝える」を「伝わる」情報に

WEB単独メディアを飛躍的に成長させる中で培ったミモレ編集陣のコミュニケーションノウハウをご提供します。
貴社が伝えたい情報を、これまでとは異なる切り口や訴求方法でより伝わる情報へと昇華させていただきます。

ミモレ編集陣



川良咲子
ミモレ編集長



川端里恵
ブランドマネージャー、
ビューティ担当



舩亜希子
ファッション担当



片岡千晶
ビューティ担当

貴社オウンドサイトへの送客もご支援

制作だけではなく、ミモレのメディアから送客もセットに

ミモレ公式WEBサイト中のタイアップ記事やミモレ公式SNSアカウントを活用し、制作させていただく貴社オウンドサイトのページへの送客もセットでご支援させていただきます。



*企画展開の詳細は、次ページを参照ください。

ご提供
コンテンツ例

ミモレの名称もしくはロゴ、編集陣のコメント、編集陣の顔写真等

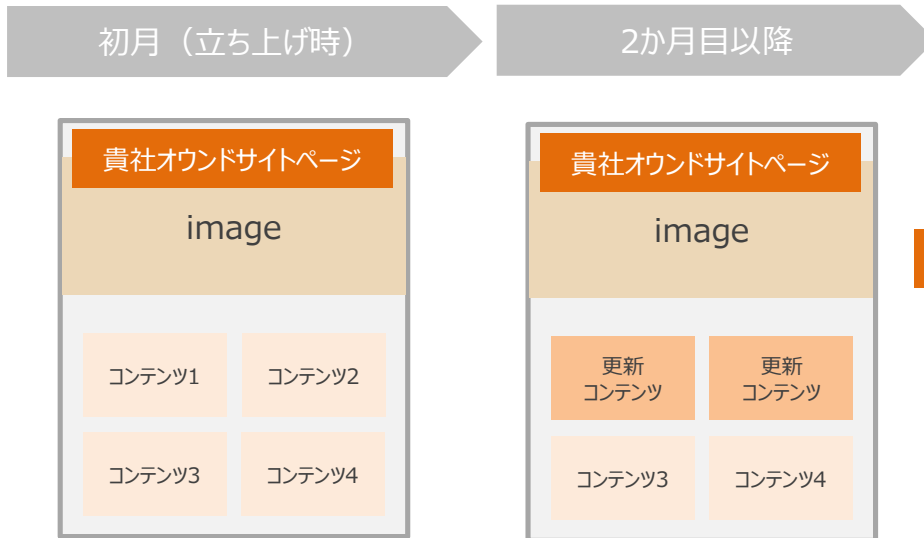
*上記コンテンツのご提供は確約ではありません。

金額

要ご相談

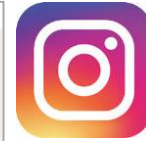
詳細・展開イメージ

貴社オウンドサイト制作イメージ



- ✓ 貴社とのご相談の上、オウンドサイトコンテンツの制作仕様・内容を決定させていただきます
- ✓ 初月（サイト立ち上げ時）は、サイト内容を充実させるためコンテンツ（記事）を4本展開想定
- ✓ 2か月目以降は、コンテンツ（記事）を月2本展開想定

貴社オウンドサイトへの送客セットメニュー



◆送客支援施策 / 月

- ①ミモレWEBニュース記事TU 2回
想定効果：3000~5000PV/回
- ②ミモレ公式ストーリーズ：投稿2回
想定効果：3000~6000imp/回

*上記画像はイメージです。

送客ご支援

参考：ミモレメディアパワー

mi-mollet メディアパワー		3か月平均（2020年2-4月）	
公式サイト	PV	16,164,893	月平均
	UU	2,772,783	月平均
公式SNS	Instagram	45,616	月平均フォロワー／登録者数
	Twitter	13,332	月平均フォロワー／登録者数
	facebook	14,387	月平均フォロワー／登録者数
	Youtube	10,180	月平均フォロワー／登録者数

オウンドサイトコンテンツ制作企画④

オウンドサイトコンテンツ制作&送客支援企画に関する項目				初月 (立ち上げ時)	2か月目以降	
基本プランの保証内容	コンテンツ内容	サイトのページ	オリジナルコンテンツ構成提案	○	×	
			オリジナルコンテンツサイトデザイン一式	要ご相談	×	
			コンテンツ（記事）制作	4本	2本	
		ミモレ関連要素	ミモレロゴもしくは名称	○	○	
			編集陣によるコメント	○	○	
			編集陣の本人・顔写真	○	○	
	送客支援	ミモレでのニュース記事タイアップ（CMS形式、想定PV数：3,000～6,000 PV/回、貴社オウンドサイトへ誘導）		2回	2回	
		-	ミモレでのニュース記事タイアップへの誘導枠	ミモレ公式Facebook投稿	2回	2回
		-		ミモレ公式Twitter投稿	2回	2回
		-		ミモレメールマガジン	2回	2回
ミモレ公式Instagram ストーリーズ投稿（想定：3000～6000imp/回、貴社オウンドサイトへ誘導）		2回	2回			
概算費用				G500万円～	G300万円～	
留意点	全体	期間は、3か月以上を条件とさせていただきます。				
		案件実施の最低3か月前を目安にご相談いただき、個別にご提案させていただきます。				
	上記基本プラン保証内容および費用は、提案・実施時の概算参考費用として記載しております。					
	広告会社様へ：ご提案前に、ご提案先（クライアント様、商品・サービス等）をお問合せください。					
コンテンツ内容	業種・業態、商品・サービス内容、技術的な問題等によって、ご対応いたしかねる場合もあります。					
	貴社オウンドサイトコンテンツの制作内容は、貴社とのご相談の上、仕様・内容を決定させていただきます					
	編集陣のコメントに対するご要望・変更は、基本にお断りさせていただきます。					
	ミモレ編集陣以外の人物起用については、本企画に含まれていません。別途ご相談ください。					
送客支援	“基本プランの保証内容”以外の項目をご希望される場合は、別途ご相談ください。					
	本企画で制作したオウンドサイト内でのコンテンツの使用範囲が、オウンドサイト以外の可能性がある場合は企画立案時にご相談ください。					
実施期間	2020年11月末まで					
レポート	PC・SP別のPV数、外部誘導クリック数					

参考：ミモレの広告メニュー想定効果指標とメディアパワー

広告メニューに関する想定指標		想定効果数値	単位
公式WEBサイト	タイアップ	5000~10000	PV
	ニュース・ブログ記事タイアップ	3000~5000	PV
公式SNS施策	Instagram フィード	10000~20000	imp
	Instagram ストーリーズ	3000~6000	imp
リアル	リアル	1000	人前後
	視聴者数 IGTV	9000	人前後
	延べ	10000	人前後
	募集WEBタイアップ	3000~5000	PV
公式インスタライブ	ライブ前 Instagram フィード	10000~20000	imp
	Instagram ストーリーズ	3000~6000	imp
	ライブ後 Instagram フィード	10000~20000	imp
	Instagram ストーリーズ	3000~6000	imp
リアルイベント	募集WEBタイアップ	3000~5000	PV
	Instagram フィード	10000~20000	imp

* 上記想定効果数値は、ミモレ過去広告施策および類似編集企画の過去実績に基づき試算しています。
* 広告施策の結果を保証するものではありません。

mi-mollet メディアパワー		3か月平均（2020年2-4月）	
公式サイト	PV	16,164,893	月平均
	UU	2,772,783	月平均
公式SNS	Instagram	45,616	月平均フォロワー/登録者数
	Twitter	13,332	月平均フォロワー/登録者数
	facebook	14,387	月平均フォロワー/登録者数
	Youtube	10,180	月平均フォロワー/登録者数

Data : 2020年2~4月平均