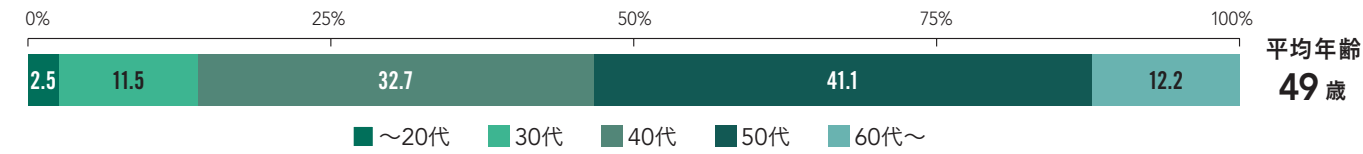
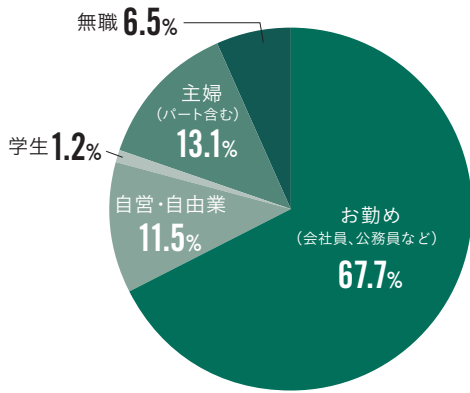


THE NIKKEI MAGAZINE Ai配布地域の日本経済新聞女性読者の平均年齢は、同エリアの他紙読者よりも30代～40代の比率が高く、しっかり自分に投資できるアクティブな女性に読まれています。

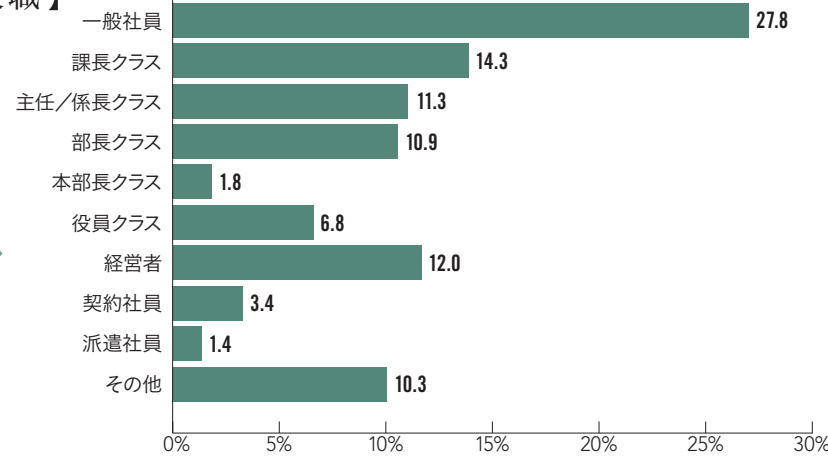
【年齢】



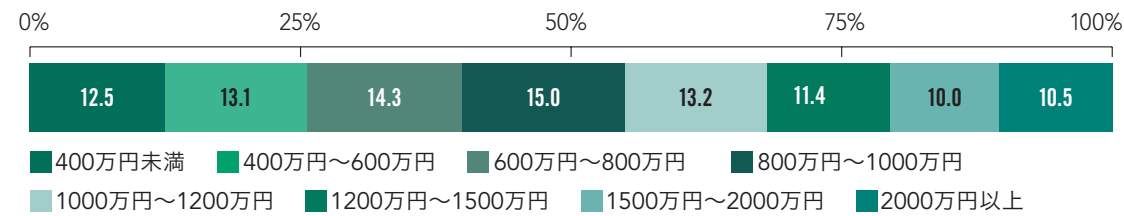
【職業】



【役職】



【世帯年収】



世帯年収**1000万円**以上の高額所得世帯が**45.1%**と全体の半数近くを占めています。

Aiプレミアムクラブ会員の属性データ(2021年2月現在)

広告料金表

メニュー	頁数	料金	原稿サイズ
第1見開き(表2見開き)	2P	¥5,800,000	天地 350mm × 左右 518mm
第2見開き	2P	¥5,500,000	天地 350mm × 左右 518mm
第3見開き	2P	¥5,200,000	天地 350mm × 左右 518mm
第4見開き	2P	¥5,200,000	天地 350mm × 左右 518mm
表4	1P	¥3,600,000	天地 350mm × 左右 259mm
目次&エディターズレター対向	1P	¥2,700,000	天地 350mm × 左右 259mm
コラム対向①	1P	¥2,600,000	天地 350mm × 左右 259mm
コラム対向②	1P	¥2,600,000	天地 350mm × 左右 259mm
中面	1P	¥2,500,000	天地 350mm × 左右 259mm
中面見開き	2P	¥5,000,000	天地 350mm × 左右 518mm

●タイアップは別途1ページにつき¥375,000(グロス)の制作費が必要です。
●料金はすべて消費税別となります。

発行部数:61.5万部
(首都圏50万部、関西圏10万部、名古屋1.5万部)
発行形態:デリバリー
(原則として日本経済新聞の第4日曜日に折り込み)

【広告掲載及び広告原稿に関する窓口】

講談社
第二事業局
コミュニケーション事業第二部
〒112-8001 東京都文京区音羽2-12-21
TEL 03-5395-3641 FAX 03-3945-9128

日本経済新聞社
メディアビジネス広告コミュニケーション
ユニットプロデュース部
〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7
TEL 03-6256-7480 FAX 03-6256-7526

THE NIKKEI MAGAZINE



MEDIA GUIDE 2022

日本経済新聞女性読者、なかでも特にビジネスの最前線で活躍する35歳から49歳の女性に向けたファッションマガジン「THE NIKKEI MAGAZINE Ai」。海外モード誌にも比肩するハイクオリティでお届けしています。



2015年3月の創刊以来、その圧倒的な読者レスポンスによってラグジュアリー・ファッションマガジンにおける独自の地位を確立したAiですが、コロナ禍においてはその強みがいっそう発揮されていることを実感しています。すなわち日本経済新聞に折り込んでの「宅配」という刊行形態が、いまほど読者・消費者の生活様式にマッチしている時代はありません。加えてリモートワークが増えオンライン疲れに陥りがちなワーキングウーマンにとって、上質な紙媒体であるAiは格好の息抜き、癒やしの時間を提供しています。不透明な時代にますます存在感を増しているAiをどうぞよろしくお願ひ申し上げます。

THE NIKKEI MAGAZINE Ai 編集長 藤谷英志

KODANSHA

広告企画や特集内容の情報は「AD STATION」 <https://ad.kodansha.net/>

上質な読者の圧倒的なレスポンス! 新しい生活様式のなかでも確実に届く。それが「Aiの影響力」です!

Aiとは、35歳から49歳の大人の女性です。

都会で働くワーキングウーマンが主な読者。さらにビジネスエリート世帯でも多く読まれています。仕事もプライベートも充実した毎日を送っている女性たちです。

社会の最前線にいる。

既婚・未婚を問わず大手企業の総合職に就いている。管理職や管理職予備軍も多く、総じてキャリア志向が強い。世帯年収は1000万円以上、金融資産は3000万円以上。



トレンドは大事、定番も大事。

流行はもちろんチェックするが、信頼できるブランドの長く使える定番も選ぶ。素材や仕立て、機能のよいものを見極める目を持つ。



情報収集に積極的。

あらゆる行動において、事前の情報収集は当然。インターネットだけでなく、友人ネットワークも大切な情報源。

ラグジュアリーブランドは日常。

20代の頃にブランドの洗礼を受けており、購入は大手百貨店がメイン。また、自分へのご褒美と称した高額消費にも積極的。



- ・今欲しいものだけを厳選し、ストレートに購買意欲に結びつく大胆で美しいビジュアルが、世界のラグジュアリーブランド本国からも高評価。
- ・在宅時間が長くなった新しい生活様式のもとでも、確実に手元に届き、ターゲットにきちんと刺さる満足度の高いラインナップ。



61.5万部、しかも的確なリーチで、確実に数字が動きます!

創刊から7年。美しいビジュアルと刺さるコピーにこだわったページは読者の“今必要なもの、今欲しいもの”に直結。「Aiに掲載されていたから」が購買動機になります。

タイアップを実施するとすぐに反応がある。今期はすべての予算をAiに寄せました (ファッション)



新聞折り込みのおかげか、当初のターゲットだけでなく、妻や母へのプレゼント需要という意外な掘り起こしも (化粧品)

コラム枠に提供画像で掲載されたジュエリーが、発行当日に店舗に問い合わせが殺到 (宝飾)



百貨店送客を見込んだタイアップ企画が大成功。新客が増えました (美容家電)



とにかく他の媒体と比べて反響がストレート。電話での問い合わせ、お取り置きなどの行動が早い (ファッション)

ビジュアルが美しく、自社商品を一番美しく魅せてくれる媒体だと思う (化粧品)