

年を重ねて似合うもの 60代からの大人の装い

素敵なあの人

★ 発売日 毎月16日発売

★ 創刊 2019年9月

★ 販売部数 **40,449部**※

★ 仕様 L判無線綴

※ABC公査(2021年1~6月)より

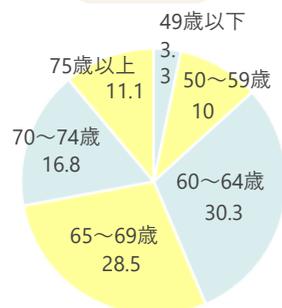


おしゃれに敏感な60代女性のためのファッション&ライフスタイルマガジン。青春時代にファッション誌が創刊され、教科書のように読み込んできたいまの60代は、これまでのシニア層とは違い、いつまでもセンスのいいものを追い求めている新しい大人世代。仕事や子育てを終え、まさに自由を手に入れたところで、経済的にも時間的にも余裕がある読者です。「私たちのための商品がない」と感じ続けてきた、60代（素敵世代）のリアルなニーズを捉えながら、彼女たちがよりイキイキと輝けるような、おしゃれや美容、暮らしの情報をお届けします。

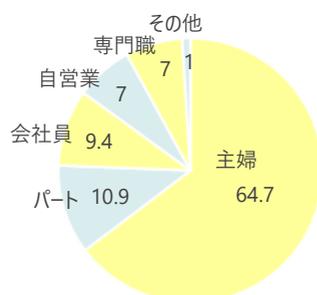
読者データ

単位：%

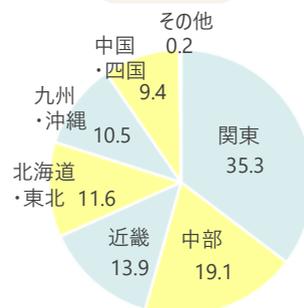
年齢



職業



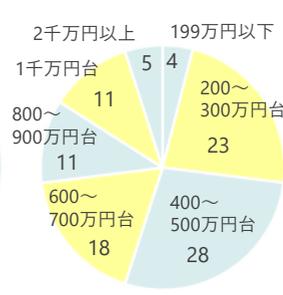
配本



未既婚



世帯年収



『素敵なあの人』編集長
神下敬子
(かみした けいこ)

デジタルデータ



@sutekinaanohito_tkj

フォロワー **2,715人**友だち **4,749人**
YouTube 素敵なあの人
チャンネル登録者数 **1,000人**

料金表

(天地×左右mm)

スペース	料金(円)	サイズ
表4	2,800,000	273×219
表2見開き	3,800,000	297×470
特表2見開き	3,700,000	297×470
目次対向	2,000,000	297×235
表3見開き	3,300,000	297×470
4色1P	1,800,000	297×235
はがき(1色)	1,900,000	—

1 唯一の60代女性向けファッション誌

青春時代にファッション誌が創刊され、いつまでもセンスのいいものを追い求めるいまの60代はこれまでのシニア層と価値観が大きく異なります。そんな彼女たちが本当に欲しい、カジュアルなファッションを紹介する唯一の60代女性向けファッション誌が『素敵なあの人』です。



2 60代女性が欲しいものを知り尽くしたマーケティング力

60代がファッションに求めることに対する知見を活かした商品開発、ブランド立ち上げのお手伝いもさせていただきます。2020年秋、アダストリア様の60代向け新ブランド「ウタオ」の立ち上げにも協力させていただきました。11月に販売したコラボ商品も売れ行き好調で、追加生産になりました。



3 リアルな60代の声が聞けるスター読者を集めてのお茶会

読者が身近に感じ、ファッションのお手本にしているのが、“スター読者”たち。出稿と連動した形で、彼女たちとの意見交換会「お茶会」の開催も承っています。さらに今年はインスタグラムで影響力を持つ60代を「インスタグラマ」と名付け、組織化します。



4 大女優をキャスティング

表紙の結城アンナさんはもちろん大女優とのタイアップ企画も複数ご用意しています。クリケット様との企画では風吹ジュンさんにプロデュース頂き、新ブランド「エシミヤ」のタイアップを実施しました。

【女優候補】

風吹ジュン、加賀まりこ、高橋恵子、原田三枝子、浅田美代子など



著名人・モデル・インフルエンサー



結城アンナ



風吹ジュン



加賀まりこ



高橋恵子



浅田美代子



原田三枝子



岩井ヨシエ



我妻マリ



円谷由佳



結城徳子

2021年メディア露出

『WWD』2021年5月10日

「60代女性を満足させる商品がない」

神下敬子「素敵なあの人」編集長が語る“素敵世代”マーケットの今



WWD：創刊のきっかけは？

神下敬子「素敵なあの人」編集長（以下、神下）：創刊以前から、60代女性に向けた単発のファッションムックを何度か発売したのですが、軒並み売れ行きがよかったです。それだけでなく、電話や八かきなどによる読者からの反響がとても大きく、月刊誌として創刊することを決めました。

WWD：60代女性に着目した理由は？

神下：50代向けまでのファッション誌は、既に市場にありました。しかしその上の世代向けとなると、ハイエンドな雑誌が、70代以上に向けた健康雑誌になってしまい、気楽に読めておしゃれや美容の悩みを解決できる雑誌がなかったんです。今の60代は、若い頃から雑誌を読んできた「マニュアル世代」なので、「60代になったら自分たちのための雑誌がなくて困っている」という声が多くありました。

WWD：ほかに、創刊へと背中を押した声はある？

神下：もう一つの声として特約だったのが、「私たちがターゲットの商品がない」という声です。メーカーや企業の方には、「若い人に向けていないとブランドが継続できない」と考えている人が多い。また、商品企画している人には30～40代が多いので、「シニアってこんな感じでしょ」という思い込みで商品を作ってしまう。そうすると、今の60代は感覚が若いので、自分たちのモノと感じられないんです。この雑誌を作ることで、消費者と企業とのチューニングがうまくできるような存在になりたいと思いました。



神下敬子 / 宝島社 雑誌部「素敵なあの人」編集長 編集長
PHOTO: MAYUMI HOSOKURA

『ニュースシブ5時』2021年12月14日

(NHK)

「60代70代おしゃれに迷う」という特集で『素敵なあの人』がプロデュースした60代向けファッションブランド「ウタオ」と一緒に紹介されました。



『羽鳥慎一モーニングショー』2021年11月15日放送（テレビ朝日）

最初は簡単な取材予定でしたが、取材してみたら面白い！とTV局が気に入り“60代女性向けファッション誌 ヒットの裏側”と題して、10分以上の特集が組まれました。編集長の神下も出演。今の60代が雑誌とともに育ってきた消費に前向きな世代であること、60代がファッションに何を求めているかについて語りました。

