

日本のファッション雑誌販売部数ランキング発表

グロー
40代女性ファッション誌『GLOW』が初の1位!

★ファッション誌 8年連続 トップシェア

一般社団法人日本ABC協会より、2018年上半期(2018年1～6月)の雑誌販売部数が2018年11月9日(金)に発表されました。同協会に参加する月刊女性ファッション雑誌の販売部数において、株式会社宝島社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:蓮見清一)が発行する、**40代女性向けファッション誌の『GLOW(グロー)』(197,697部)が前期比(2017年7～12月)伸長率143%と部数を伸ばし、初の1位となりました。40代向け女性ファッション誌が1位となるのも今回が初めてです。また、ファッション誌の市場占有率が27%となり、8年連続でトップシェアをキープしています。**

さらに、日本ABC協会に参加する雑誌の平均実売部数(※1)の合計が1,425,100部となり、全39の出版社の中で、**トップとなりました。**

今回、初の1位となった『GLOW』は、2010年に創刊した40代女性向けのファッション雑誌です。5期連続(※2)で、40代女性向けファッション誌No.1の販売部数を維持し、読者から圧倒的な支持を得ています。“40代女子”という言葉の提唱をはじめ、創刊当初から加齢を否定しないポジティブな女性像を打ち出し続け、新たな価値観を浸透させてきました。

宝島社は2010年以降、『リンネル』『GLOW』『大人のおしゃれ手帖』『otona MUSE』『& ROSY』『MonoMaster』の6誌を創刊。新たな雑誌を創刊することで、常に新しい価値観、ライフスタイルを提案するとともに、新市場を創出・開拓してまいりました。今後も雑誌出版のリーディングカンパニーとして、日本を盛り上げていくことに尽力してまいります。

※1 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2018年上半期(1～6月)平均実売部数合計
※2 日本ABC協会 雑誌発行社レポート2016～2018年上半期の累計実売

ファッション雑誌
初の1位

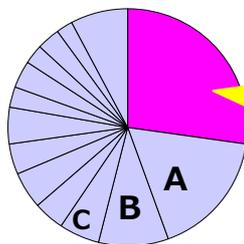
GLOW

40代女性ファッション誌が
1位になるのも初!



★8年連続 ファッション誌トップシェア

※ABC公査に参加している
「ライフデザイン(ティーンズ・ヤング・ヤングアダルト・ミドルエイジ・シニア)」カテゴリにおいて



宝島社
27%

A社...17%
B社...9%
C社...6%

★出版社別 平均実売部数合計

1位 宝島社 1,425,100部

※データは、日本ABC協会2018年上半期(2018年1～6月)雑誌発行社レポートより。
日本ABC協会が発表する部数は、発行部数ではなく実際に売れた実売部数です。

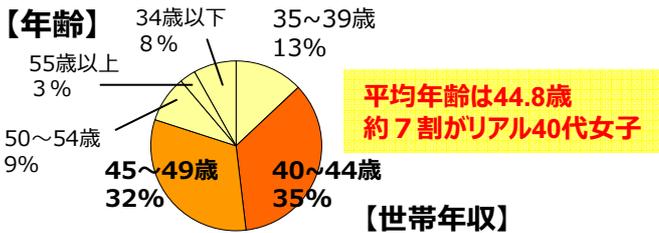
40代女性ファッション誌が初の1位! 『GLOW』とは?

『GLOW』・・・2010年に創刊した40代女性向けファッション誌。

「ツヤっと輝く、大人女子力！」をコンセプトに、創刊当初から、加齢を否定しないポジティブな女性像を打ち出している。これまで、年齢を重ねたからこそその美しさを表現する様々なワードを提唱し、新たな価値観を浸透させてきた。現在は、5期連続で、40代女性ファッション誌販売部数No.1! 誌面には吉田羊さんや篠原涼子さん、石田ゆり子さん、大塚寧々さんなど同世代を代表する華やかな女優陣が登場。毎年、当選倍率3倍を超える大人気の読者イベント「GLOWプレミアムサロン」も実施。



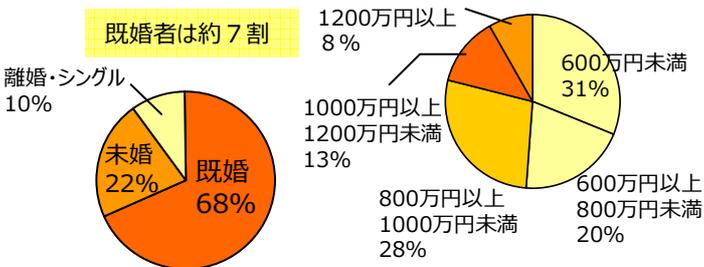
GLOWはこんな人が読んでいます!



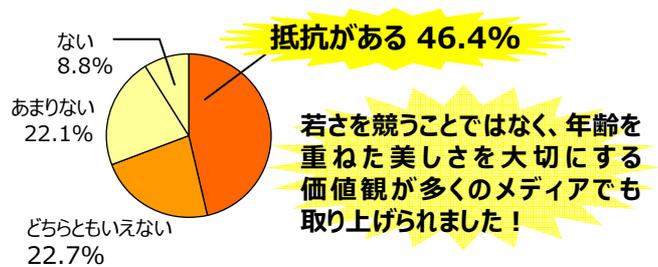
【Q1】あなたの「一番輝いている(いた)自分」は、いつの自分だと思いませんか?



【未既婚】 約半数が800万円以上



【Q2】あなたは「アンチエイジング」に抵抗がありますか?



編集長に聞いた! 『GLOW』 ~40代女性の変化、誌面づくりの工夫~

◆創刊から8年、40代女性と市場の変化

一番変わったと思うことは、40代女性に対する世間のイメージです。大きく「いい感じ」「ウェルカムな感じ」に変わったと思います。創刊時には「40代が市場になるのか?」「40代でも女子?」などと揶揄され、「私たち輝きます!」と宣言せざるをえない状況でしたが、今では「40代=おばさん」という図式も過去の遺物。大人向けの商品の開発や選択肢が増え、何より40代女性がどんどん元気になり、自信を持ち始めました。その自信が自然体な美しさを求める流れに繋がったのだと思います。これから40代を迎える世代なら、それすらも意識しなくなる。そのくらい大きな変化が起こっていると感じます。

◆『GLOW』世代は、「重ねてきた年齢は魅力」「お洒落にも私らしさが大切」と考える

経験を重ねると「貫禄がついた」と言われがちですが、むしろ軽やかで柔らかな、自由な雰囲気の人たち。ファッションも「一見シンプル」に見えて、「どこかに個性」を出す遊び心のあるお洒落を好み、美容に関しても、「若さ」よりも「今の自分の美しさ」を追求する美意識の持ち主です。

◆誌面はファッションだけではなく、美容や健康、心の充実も

中心読者である45才は、主に更年期などから心身ともに大きな変化を迎える時期。魅力的でいるためには、ファッションだけではなく、より美容・健康、時には心の充実というような要素が必要になっていきます。それゆえに、『GLOW』はファッションと美容を2本柱とし、より幅広い分野を取り込むよう心がけ、デザイン面では、憧れと分かりやすさの共存を心がけています。



『GLOW』編集長 大平洋子 (おおひら・ようこ) プロフィール



1968年1月、東京都生まれ。大学卒業後、ファッション業界誌を扱う(株)ギャップ・ジャパンを経て、1992年に宝島社に入社し、『CUTiE (キューティ)』編集部へ。1995年、創刊準備から『SPRING (スプリング)』へ異動、1998年より編集長に。2003年には、30代女性誌『InRed (インレッド)』の創刊編集長となる。それまで、キャリア雑誌かママ雑誌しかなかった30代女性誌市場に、「30代女子」「大人女子」という新しい言葉でブームを仕掛け、市場を開拓。2010年、「40代女子」という言葉とともに、『GLOW (グロー)』を創刊し、40代女性ファッション誌No.1へと成長させた。現在は、美容業界誌『THE BEAUTREC』での連載や朝日新聞との共同プロジェクト「Aging Gracefully (エイジンググレイスフリー)」への参加を通じ、優雅に年齢を重ねるための女性に役立つ、そして励みになる情報を幅広く発信している。