

PRESS RELEASE

2016年10月20日

報道関係各位

**成功した男性に向けたハイエンド・ファッション誌
『Esquire The Big Black Book』日本版を10月24日創刊！
ハースト婦人画報社のネットワークを活かし、富裕男性に確実にリーチ**



『Esquire The Big Black Book』
Fall/Winter 2016 Issue No.1
252ページ、1,200円(税込)

株式会社ハースト婦人画報社(本社:東京都港区、代表取締役社長&CEO:イヴ・ブゴン)は、世界有数の男性誌『Esquire(エスクエア)』の精神を引き継ぎつつ、「The Style Manual for Successful Men(成功者のためのスタイルマニュアル)」をコンセプトにしたハイエンド・ファッション誌『Esquire The Big Black Book(エスクエア・ザ・ビッグ・ブラック・ブック)』日本版を2016年10月24日(月)に創刊します。

『Esquire』は、1933年にアメリカで誕生し、ファッションやライフスタイルにとどまらず、アート、カルチャー、時事ニュースなどを届けてきた男性誌です。その『Esquire』から、ファッションに特化し、よりラグジュアリー感を高めたのが『Esquire The Big Black Book』です。アメリカでは、今年創刊10周年を迎え、世界各国で出版し成功を収めており、日本版は12エディション目となります。年に2回しか発行されないプレミアムな雑誌です。

コンテンツ面では、国際誌の強みを生かし、US版やUK版から上質な記事を転載し、そこへ日本オリジナルのコンテンツを加えてお届けします。創刊号の表紙は、日本を代表し、世界で活躍する俳優・渡辺謙さんです。特集のテーマは「The Best of the Best」。スーツ、カジュアルウェア、旅のガジェットなど、成功者のために選び抜いたパーマナントコレクションを、ラグジュアリーな世界感でお届けします。

主となる読者ターゲットは年収2,500万円以上の男性です。国税庁の調査によると、年収2,000万円以上の男性の割合は0.7%*です。この限られた男性にリーチするため、全国の書店における販売に加えて、ラグジュアリーマーケットを得意とするハースト婦人画報社が培ってきたネットワークを駆使して、確実にターゲット読者に届くスキームを構築しています。100年以上の歴史を持つ『婦人画報』、「Ultimate Luxury(究極のラグジュアリー)」をテーマとする『Richesse(リシェス)』、エレガントな女性のためのクラスマガジン『25ans(ヴァンサンカン)』、これらの女性向けハイエンド誌のパートナーに、本誌を直送します。また、ヨットや高級外車オーナー、百貨店顧客、高級ホテル、航空会社のラウンジなどにも直送、または雑誌を設置します。

日本版創刊にあたり、編集長の戸賀敬城は、「新しい時代の日本をけん引するパワーエリートに向けて、エレガントなファッションスタイルを提案し、男性誌マーケットで唯一無二のハイエンド誌として育てていきたい」とコメントしています。

*国税庁「民間給与実態統計調査」平成27年9月

『Esquire The Big Black Book』創刊号概要

- 創刊日:2016年10月24日
- 発行頻度:年2回 2017年は4月24日、10月24日発行予定
- 発行部数:56,000部
- 判型:A4変形
- 創刊号価格:1,200円(税込)
- 電子雑誌:App Store や kindle ストアをはじめとした、主要電子書店で販売
- 創刊記念イベント:
 - 2016年10月24日(月)~11月13日(日):COVA TOKYO(東京・有楽町)
ミラノの老舗カフェ「COVA TOKYO」にて、『Esquire』のアーカイブポスターを展示し、創刊当初『Esquire』に寄稿をしていたヘミングウェイが考案したカクテル「Death in the Afternoon」を特別なコースターとともに期間限定で提供し、『Esquire』の世界感を体験いただけます。
 - 2016年10月24日(月)~11月7日(月):STRASBURGO 銀座店(東京・銀座)
銀座の外堀通り沿いに面した STRASBURGO 銀座店を『Esquire The Big Black Book』がジャックします。店舗入り口のウィンドウ、店内装飾を行い、フォトブースを設置します。
 - 2016年11月4日(金):ミッドランドスクエア(愛知・名古屋)
『メンズクラブ』と合同で、ミニクリスマスパーティを開催します。※ご応募は締め切りました。

<『Esquire The Big Black Book』について>

1933年のアメリカでの創刊以来、『Esquire(エスクエア)』は一貫して、教養、ユーモア、スタイルへのこだわり、モノに対する審美眼とフェティシズムといった「紳士の持つべき素養」を提示してきた世界有数の男性誌です。その精神を引き継ぎつつ、ファッションに特化し、ラグジュアリー感を高めた雑誌が、2006年に創刊した『Esquire The Big Black Book(エスクエア・ザ・ビッグ・ブラック・ブック)』です。今回創刊された日本版を含め、世界で12エディションが発行され、各国で成功を収めています。URL: <http://www.hearst.co.jp/brands/esquire>

<ハースト婦人画報社について>

株式会社ハースト婦人画報社は、日本、アメリカ、フランスの多角的なDNAを持つメディア企業です。『婦人画報』をはじめ、『エル・ジャポン』、『25ans(ヴァンサンカン)』、『ハーパーズ バザー』、『メンズクラブ』などのファッション誌、そして、カルチャー、インテリア、フード、ウエディングなどの各種ライフスタイル誌を発行しています。また、デジタル戦略に注力し、2016年に20周年を迎えた「エル・オンライン」、2016年1月にデジタルのみでローンチした「コスモポリタン」などのメディアサイトや、「エル・ショップ」などのEコマースも展開。さらに、経験豊かな編集者を活かし、企業出版にも積極的に取り組んでいます。

URL: www.hearst.co.jp | ツイッター: <https://twitter.com/HFujingaho>

リンクイン: <https://www.linkedin.com/company/hearst-fujingaho>