

# 婦人公論

Media Guide 2025.11



お問い合わせ先

雑誌・事業局 ビジネス部(cbkoron@chuko.co.jp) TEL:03-5299-1820 / FAX:03-5299-1918

# シニア女性誌のトップランナーとして 輝く女性たちの「知りたい」に応え、その人生に寄り添っていきます

『婦人公論』は、1916年（大正5年）創刊。多くの読者に読み継がれ、2026年には創刊110周年を迎えます。

夫婦、仕事、子育て、人づきあい、恋愛、性、健康など、女性たちに身近で切実なテーマに一貫して取り組んでいます。



## 1. 美麗なカラー写真とともに届ける、旬の人の素顔に迫るグラビア記事

歴史と信頼ある媒体力を生かして、豪華著名人へのインタビューを毎号掲載

## 2. 切り口にこだわった、婦人公論独自の特集・ルポ・独占手記

夫婦・親子・きょうだいといった人間関係や、からだの悩み、お金、老後、介護、終活など、女性が抱える問題に多角的に迫る特集と、渦中の人物が本音を語る独占手記やインタビュー。独自の切り口で毎号充実した内容を提供しています

## 3. 老いにポジティブに向きあう「健康特集」

家族の日常にも気を配る『婦人公論』読者にとって、健康は大きな関心事。生活習慣病、婦人病などの疾病や話題の成分など、専門家がわかりやすく解説します。具体的な商品も紹介し、読者がすぐに実践できるよう工夫しています

## 4. 若さを保つための「美容特集」

アンチエイジング志向のスキンケアを中心に、メイク術、ヘアケアなど、独自のテーマを工夫しています。美しいビジュアルと丁寧な解説は、読み応え十分です

## 5. 食卓を豊かにする「料理特集」

話題の料理研究家を起用し、目新しくて健康的な家庭料理の新スタンダードを提案します。ヘルシーメモや商品の最新事情など、すぐに役立つ情報も。質の高い家庭料理と暮らしを楽しむ心を届けます

## 6. 読者のリアルを大調査する「女性の生き方研究所」

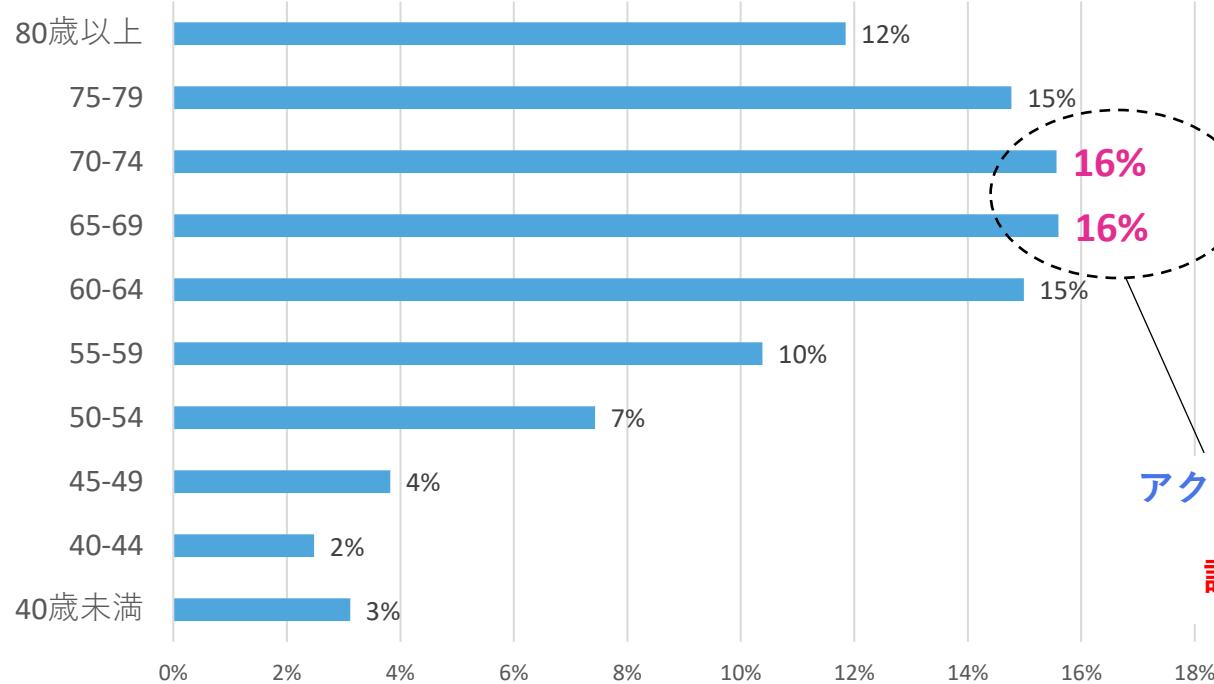
創刊以来、“女性の生き方研究”を積み重ねてきた『婦人公論』。終活、性、家事など、読者らが直面している課題をとりあげアンケートを実施。今を生きる女性たちの本音にせまります

メイン読者層は60～79歳（62%）で全体の半数以上を占めています。

幅広い年齢層の読者から支持されているメディアです。

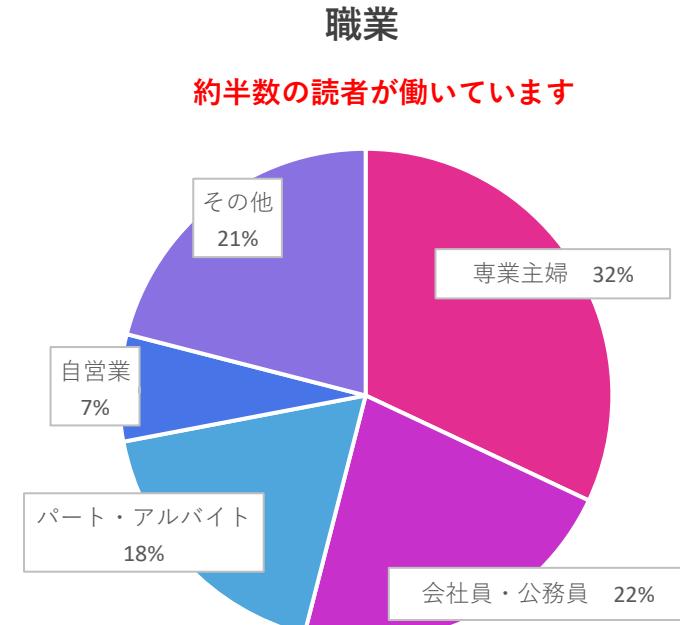
3割が専業主婦ですが、半数近くは会社員、パート、自営業など有職の読者です。

婦人公論 購入者の年齢分布



アクティブシニア（65～74歳）が  
読者全体の32%！

約半数の読者が働いています

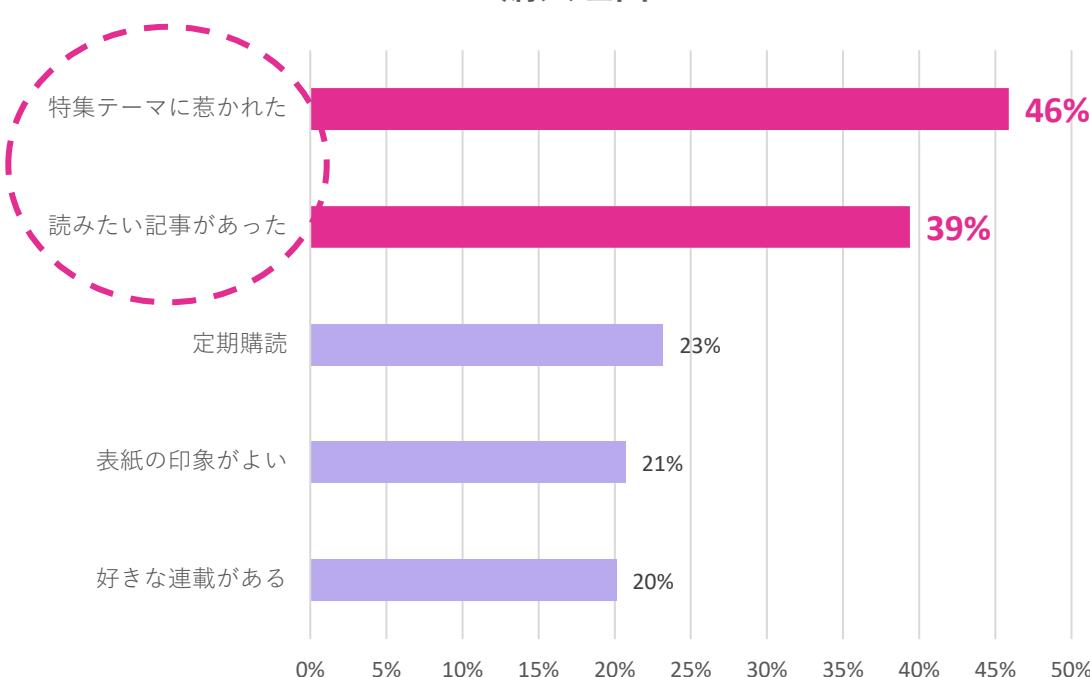


## 婦人公論 読者属性 ②

大都市圏に限らず、日本全国に『婦人公論』の読者がいます。

特集や記事そのものに強い関心を持っているのが特徴的です。

### 購入理由



※複数回答あり

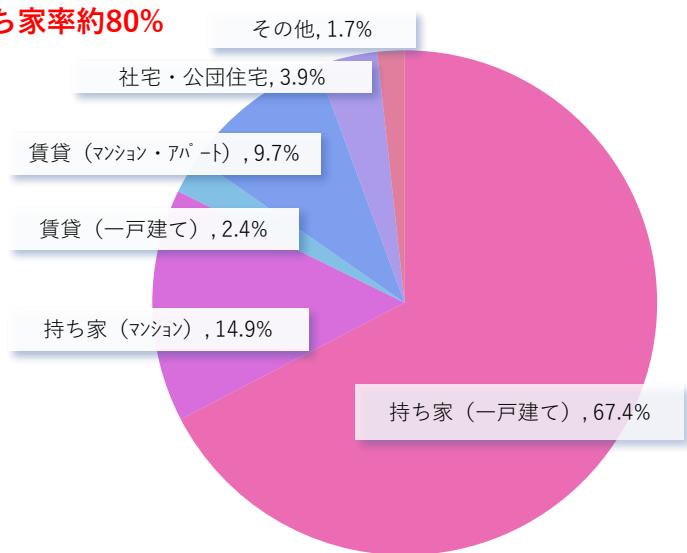
※割合は項目選択者/回答者数

※本誌アンケート（2024年9月～2025年8月）より

## 婦人公論

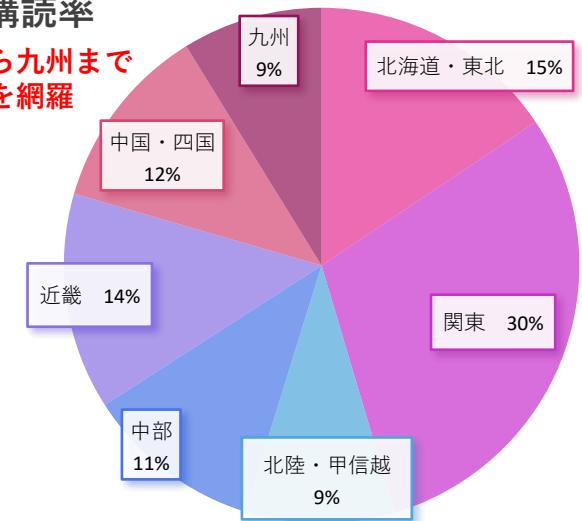
### 居住形態

持ち家率約80%



### 地域別購読率

北海道から九州まで  
全国を網羅



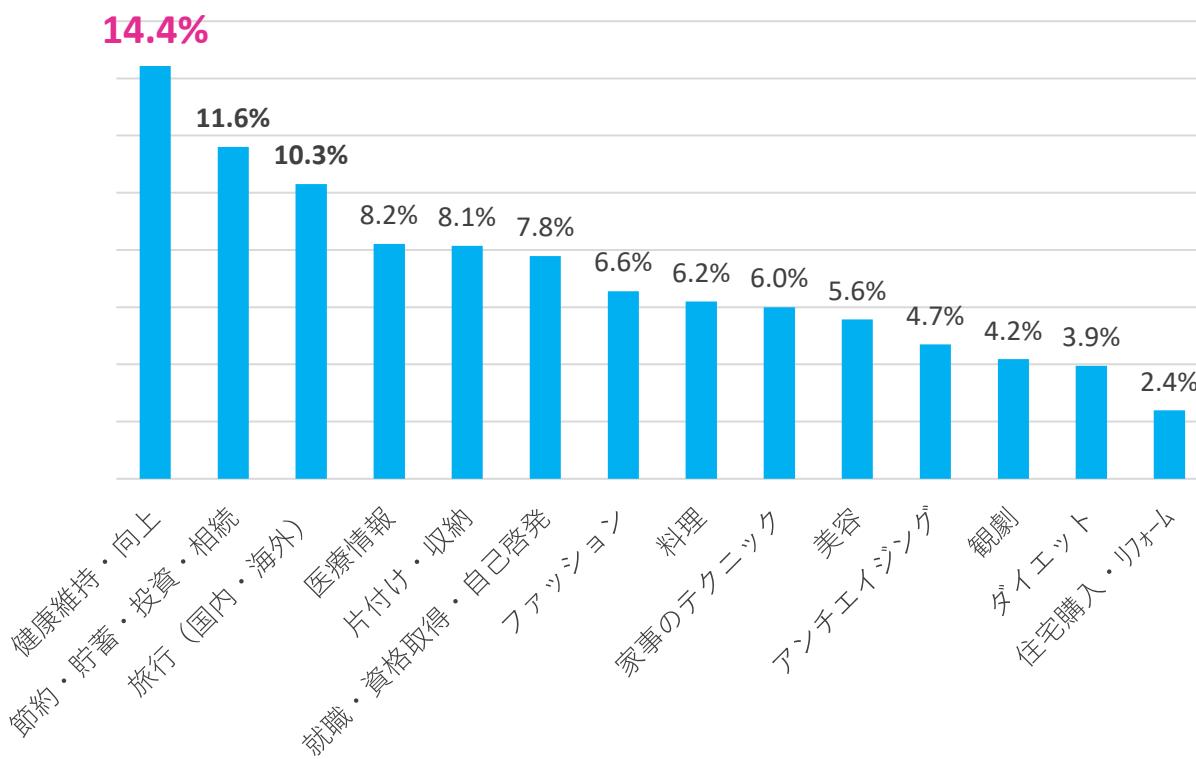
※読者アンケート（2018年10月～12月発売号挟み込みのアンケートはがき及び  
2022年1月～12月号での本誌アンケート調査の集計結果）より

50代～70代のアクティブ世代特有の幅広く多岐にわたる関心ごとを持っています。

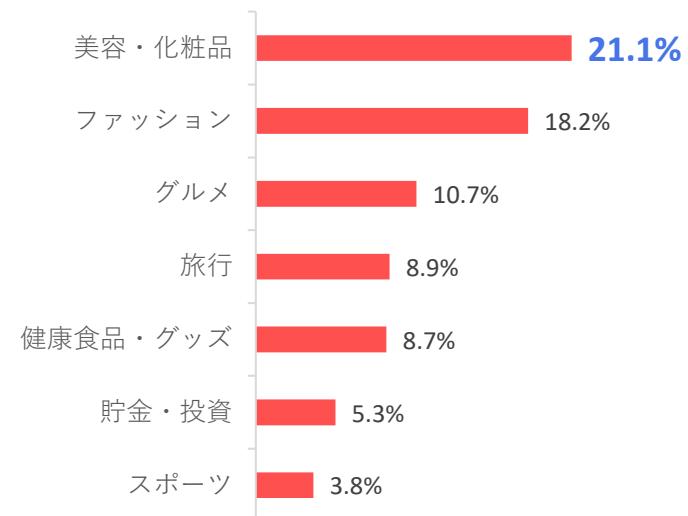
特に、健康維持・向上への興味はきわめて高く

美容やファッショなどにお金を使っており、トレンド意識も強いと言えます。

### 興味・関心のあること



### おこづかいの使い方



キーワード：前向き・共感・安心・女性に寄り添う ⇒ **『婦人公論』のロイヤリティの高さ・定期購読率の高さ**

『婦人公論』は熱心な読者に支えられています。これからも安心して読み継がれる内容をお届けしていきます

## 40代

- ・知らないことがたくさん載っていて勉強になります！
- ・自分が**知りたい情報が出ている**
- ・自分だけだと思っていたことが他の人もそう思っていることがわかつて**安心**
- ・現代の諸問題・テーマについて知ったり、考えたりするようになりました
- ・**人生に役立つ**ことが載っています
- ・女性の気持ちに**寄り添えました**
- ・いろんな記事を読んでいると、**心に余裕が出てきて温かい気持ち**になります
- ・読み応えのある連載が多い
- ・作り事めいた世界ではなく、赤裸々な本音が満載された『婦人公論』を読むと悩んでいるのは自分一人ではないと**励まされる気持ち**になる

## 50代

- ・同世代が抱える辛さや楽しさを実感できる記事があると**大変励み**になる
- ・対象年齢と生活レベルのターゲットが広いので**当てはまる**と思うことが多い
- ・周囲の人たちと話題にしにくい内容も掘り下げてあったりするので**共感できる**
- ・医療、病気に関するテーマなど**親子2代で購読できる**内容になっているので大変助かります
- ・**多様な女性の生き方**を紹介してくれて参考になります
- ・政治、経済などわかりにくくて苦手なジャンルでも内容を**噛み砕いて伝えてくれる**ところが助かります
- ・人生の節目で悩んだ時に、同世代の女性のたくさんの意見や考え方を知ることにより、進むべき道へ導いてくれたバイブル的な雑誌です

## 50代

- ・自分より上の世代向けの内容の時もあるが、今の自分ならどうするか考える契機になる
- ・日々の悩みも皆さん同じような感じなのだと**安心する**し、解決法を知ることもある
- ・男性には理解できない事があるので、**女性目線で書かれている**ことが一番だと思います
- ・悩みなどを**前向きにポジティブな姿勢**にさせてくれる雑誌だなあと思います。読後に「よしがんばろう！」と**元気に意欲的になれます**
- ・特集記事で日々の生活にメリハリ・潤いをつけています
- ・**女性の立場**から真に向き合って深いところまできちんと記事にしてくれていると感じます
- ・**記事内容の正確さ**、深さ、こんな話題の人が出てるなんて！と感心するほどのスピード感に溢れています
- ・内容の濃さのわりに、**価格が安い**

## 60代

- ・他人の人生、生き方など参考になり、**背中を押してくれた**。30代の頃から愛読しています
- ・本音や人の見えない苦労を読んで私はまだまだだと思える
- ・自分の年代にも合う記事、特集があり**共感する**ことが多い
- ・全国の女性の悩みや苦労を知り自分の甘さを知り、**前向き**に頑張ろうと思えた
- ・70歳手前でまだ**頑張れるぞ**と思えたり、前向きに物事を捉える大切さを知りました
- ・覗き見趣味的な取材源の曖昧な記事がないので、**信用がおけ**ます。雑誌としての歴史と矜持を感じます
- ・取り上げたテーマの**具体例が豊富**で内容面に応じた詳細な記述が認識を深めます。おかげで社会情勢などへの視野が広がり事件と物事の背景についても考えるようになりました

# スポンサー・メニュー① カラータイアップ【特集連動企画】

婦人公論

## 本誌 タイアップ・特集連動企画

『婦人公論』本誌を手掛ける制作スタッフと編集部担当がタイアップ誌面を制作することにより、説得力のあるリアルな記事を実現いたします。

さらに、健康・美容・料理・マネーなど読者の興味や関心高い特集に隣接するタイアップ広告は連動感が高く、訴求力も抜群です。

【広告主】マキチエ  
「ライフスタイルに合った  
補聴器で、毎日をもっと楽しく」



## 大特集連動



【広告主】中銀ライフケア  
「ハッピーリタイア」実現にむけて  
自由で快適な住まいを考える

## 特集扉



## 特集ページ



## 美容特集連動



【広告主】ヤクルト  
「乳酸菌発酵スキンケアで  
大人の肌にハリとつやを」



## 特集ページ



【広告主】ロート製薬  
「胃によかれとっている  
ヘルシーな食事、実は逆効果かも!?」



## 特集扉

## 健康特集連動



【広告主】日清食品  
「悩み多き大人こそ、  
『塗る』から『飲む』へ」



【広告主】和漢薬研究所  
「自然由来の生薬で、  
弱った体に活力を与える」



## 特集扉

# スポンサー・メニュー① モノクロタイアップ【特集連動企画】

婦人公論

## 本誌 タイアップ・特集連動企画

タイアップ広告はカラーだけでなくモノクロでも。  
本誌の隅々まで熟読してもらえる『婦人公論』だからこそ、  
特集のモノクロページに隣接したタイアップも効果的です。

特集扉



大特集連動



【広告主】ミヤリサン製薬

「筋肉を減らさないために"菌トレ"を始めよう」



【広告主】ヤマハ音楽振興会  
「歌って踊って心身が若返る！新たな楽しみが日々の刺激に」

小特集連動



特集扉



【広告主】リジェンティス  
「健康長寿のための正しい口腔ケアを教えてください」



特集扉



大特集連動



【広告主】マキチ  
「会話も笑顔も増える  
補聴器の正しい選び方は？」

# スポンサー・メニュー② タイアップ【オリジナルメニュー】

婦人公論

## 本誌タイアップ オリジナルメニュー

### ハガキ添付

より高い訴求効果が期待できるとともにレスポンスの集約が可能になります。

### 増し刷り

本誌に掲載されたタイアップ誌面を抜き刷りして、お客様に配布するなど活用いただけます。



モノクロTUから  
カラーの増し刷りも  
可能です



### ■ハガキ付タイアップ

【広告主】 社会福祉法人 黎明会 ゆとりあの郷



## 本誌タイアップ オリジナル特集

### ‘女を磨く旅’

女性のための旅をご提案する企画。

豪華な旅先案内人と『婦人公論』ティストの誌面レポートにより、旅の素晴らしさを訴求し誘引を図ります。



【広告主】 南アフリカ観光局  
【タイトル】 雄大な自然が五感を刺激する  
南アフリカ紀行  
【構成】 編集ページ4P+タイアップ2P



【広告主】 JR東海  
【タイトル】 大仏さまの光をいただく奈良・東大寺  
【構成】 編集ページ4P+タイアップ2P



# スポンサード・メニュー③ 特別広告企画 折込チラシ

婦人公論

## 本誌 折込チラシ

『婦人公論』特別広告企画です。  
折込チラシ広告を毎号1クライアントで展開。  
表裏とも広告誌面として活用できます。

※購入申込用のはがき付ける場合は値引きなどの二重価格表記はできません。（購入申込がWeb、電話、FAXの場合はその限りではありません。）

【広告主】久原本家グループ  
【商品】茅乃舎だし



表も裏も！



【広告主】中田食品  
【商品】しらら

【広告主】HABA  
【商品】スкувалан

【広告主】ライオン  
【商品】グッスミン

【広告主】ノース・モール  
【商品】衣料品・食品 10

# スポンサー・メニュー④ 読者訴求企画 イベント/サンプリング

## 読者イベント

クライアント様の事業や商品の魅力を『婦人公論』読者に直接感じてもらう  
体験型イベントとしてご活用いただけます。



イベント  
実施



イベント  
採録

『婦人公論』本誌



WEB  
転載

参加者がセルフカラーを体験！

をしても、軽く髪に生えてくる白髪……、自宅で染められたら束だけれど、かかるか心配とためらう人も多いはず。

ユーハ長年、白髪染めの間に持つてきただ本さんによると、「最近のホ

は香りも色持ちも良く、伸びた部分だけをタッカできます」と心強いこ

は2名の参加者が「ビッグ・香りのアカラクリーム」を使って、染本さん

で、塗りからドライまで完了。きれいに染まった髪を見て「思ったよりも簡

、お二人とも満足。



## 定期購読者サンプリング

熱心な愛読者である定期購読者向けに商品、資料やサンプルをお届けする企画です。

弊社からの直接送付により、確実に情報を届けることが可能です。

※サンプリング用商品の体裁については  
事前にご相談させていただきます

イベント、WEB「婦人公論.jp」の資料もございます  
各企画についてのお問い合わせは弊社担当まで

これから健やかは、今日の私から。



実施例  
【広告主】大塚製薬

※チラシ5,000部を定期購読者に送付

# キャスティング

## 本誌タイアップ 出演者事例

著名の方々にご出演いただいた近年のタイアップ広告記事です。他にも美容・料理分野の第一人者から文化人・タレント・作家まで、『婦人公論』のネットワークの強みを活かした幅広いジャンルの著名人・有名人のキャスティングをご提案いたします。



婦人公論

掲載面	色・スペース	定価掲載料金 (¥)	原稿サイズ 天地×左右(mm)
表4	4色1P	2,150,000	281×194
表2 (見開き)	4色1P(2P)	1,600,000 (2,900,000)	297×210
表3 (見開き)	4色1P(2P)	1,400,000 (2,800,000)	297×210
目次対向	4色1P	1,500,000	297×210
センター見開き	4色2P	2,900,000	297×420
中面	4色1P	1,400,000	297×210
中面 (小枠囲み専)	4色1/3P	650,000	要相談
中面	1色1P	900,000	297×210
中面 (小枠囲み専)	1色1/3P	400,000	240×56
中面 (小枠囲み専)	1色1/6P	200,000	117×56
はがき	1色表・裏	1,400,000	官製はがきサイズ

### 【広告に関する注意事項】

※**編集タイアップ**は原則2ページから承ります。制作費として

4C1Pあたり¥300,000

1C1Pあたり¥200,000を頂戴いたします。

※切れてはいけないロゴ・ネームなどは

左右より10~15mmずつ内側にレイアウトしてください。

※中綴じ製本の都合上、掲載面により左右のサイズが多少異なります。

※その他、詳細についてはお問い合わせください。

### 【メディア・プロフィール】

創刊	1916 (大正5年)
発売日	毎月 15日
編集長	紙浦政美
判型	A4正寸、中綴じ、オフセット
印刷証明付き	
発行部数	139,333部 (25年4月~6月)
価格	特別定価860円 (本体782円)
販売	書店、コンビニエンスストア キヨスク、病院売店など

# アクティブシニア層への訴求は

## 婦人公論 女性の生き方研究所 におまかせください

### 「婦人公論 女性の生き方研究所」の強み

#### 100年続く雑誌の取材力と編集力

引き込まれ、共感を呼ぶ表現で、商品やサービスのポイントを的確に読み手にアピールします



#### 女性の抱える悩みのプロ

アクティブシニア女性が抱えがちな問題のツボを知っているから、解決につながるプロセスをしっかり組み立てて、わかりやすく伝えます

#### 長年の信頼関係に基づいたキャスティング力

「『婦人公論』だから話せる」。登場してくださる方々から信頼されるメディアとして、幅広い分野での出演交渉が可能です



### 「婦人公論 女性の生き方研究所」でできること

#### 紙面製作

タイアップ広告制作、パンフレット制作など

#### デジタル

WEBサイト「婦人公論.jp」のネイティブアド、

オウンドメディア用コンテンツの制作など

#### キャスティング

「婦人公論」が築いてきた人脈のご活用

#### イベント

イベントの企画・運営・プロモーションなど

#### グループ連携

読売グループの各社との連携、活用

#### 動画制作

プロモーション動画制作など



### 「婦人公論 女性の生き方研究所」とは

「婦人公論 女性の生き方研究所」は雑誌『婦人公論』の編集ノウハウをもとに企業や社会の課題を解決するチームです。

『婦人公論』が培ってきた編集力を駆使してアクティブシニアに御社の商品やサービスを届けるご支援します。

なかでも、成熟世代の女性たちが直面している

「終活」「お金」「健康」「介護」は、私たちにおまかせください。



### 「婦人公論 ff俱楽部」とは

2023年にスタートした『婦人公論』のデジタル会員組織です。デジタルに特化することで会員（1.6万人超\*）の属性の把握や、スピーディーなコミュニケーションが実現しました。

『婦人公論 女性の生き方研究所』と連動して、さまざまなソリューションの提案が可能です。



\* 2025年11月時点のデータです

#### 会員向けサービス

- ・プレゼント応募「ff Room」
- ・イベントや講座への参加(トークライブ、編集者とのお茶会、最新映画の試写会、美容イベント)
- ・メルマガ（最新号告知、会員限定YouTube）

#### 例えばこんなことができます

- ・アンケート調査
- ・会員モニター
- ・各種協賛イベント
- ・商品やサービスの共同開発
- ・サンプリング etc.