



## 創造的かつ独創的な 360°メディアソリューションを提供します

当社は日本、アメリカ、フランスという多面的なDNAをもつ、日本で唯一の出版社です。  
2011年7月に、ニューヨークを本拠地とするアメリカ最大級のメディアグループ、  
ハーストの一員となり、さらにダイナミックに進化しています。  
出版社としての長い歴史に裏づけられた当社の価値観は  
「質の高いコンテンツ」「強いブランド力」「発展の原動力となるイノベーション」「卓越したマネジメント」という  
それぞれのメディアの共通点にも表れています。  
これらのメディアを連携させることで新たな付加価値、可能性を創出し  
“ONE HEARST”としての総合力を発揮していきたいと思えます。  
これによりあらゆる面でイノベーションを促し、読者の皆さまには興味の尽きないコンテンツを提供し  
クライアントの皆さまとは革新的なパートナーシップを構築していきます。

今後もプリント、デジタル、ソーシャルメディア、イベントなど360°展開のメディアソリューションを提供する  
メディア企業として、よりいっそう努力を重ねてまいります。

株式会社ハースト婦人画報社  
株式会社ハースト・デジタル・ジャパン  
代表取締役社長  
ニコラ・フロケ

## Hearst Fujingaho provides you with original and creative 360° media solutions

Hearst Fujingaho is the only publisher in Japan to have a multifaceted identity combining Japanese, French and American DNA. In July 2011, we became a member of New York-based Hearst, one of the largest media groups in the United States, and we continue to evolve dynamically. Backed by our long history as a publishing company, our company values of "high quality content," "strong brand power," "innovation" and "outstanding management," are represented in the common characteristics of each media brand. We aim to demonstrate our collective strength as "ONE HEARST," by developing cross-media synergies that create new added values and possibilities. We promote innovation in every aspect of our business, provide our readers with fascinating content and build innovative partnerships with our clients. We will continue to break new ground as a media company that offers 360-degree media solutions integrating print, digital, social media and events.

Nicolas Floquet  
Representative Director & CEO  
Hearst Fujingaho Co., Ltd.  
Hearst Digital Japan Co., Ltd.





## “センスのいい ライフスタイル”を目指す人々に 上質なコンテンツを

食やインテリアといったライフスタイルを充実させることへの関心はいまや、ファッションや美容への関心以上に高まりを見せています。1992年の創刊以来インテリアやデザインの最先端を紹介してきた『エル・デコ』、そして2017年にリニューアルした、おしゃれフーディーのための食トレンドを提案する『エル・グルメ』はまさに、そんな高まるライフスタイルへの関心に応え得る、上質でバリエーションあるコンテンツを発信しています。また2008年に創刊した『エル・マリアージュ』では、センスのいいドレスやジュエリーはもちろん、人生の節目となる新生活に向けたライフスタイル提案もおこなっています。これら3媒体に共通する、グローバル感があり感度の高いコンテンツを、雑誌においては「より深く」、オンラインにおいては「より速く」お届けしていきます。いいものを選ぶ目を養い、おしゃれに暮らすための知識とアイデアが盛り込まれた3つの媒体によって、“センスのいいライフスタイル”の実現をお手伝いしたい、それが編集部の願いです。

エル ライフスタイル部  
編集長 小脇弥香

## High quality contents for people seeking a "tasteful lifestyle"

People are more intrigued by enriching their lifestyle including food and interior, rather than fashion and beauty care. Ever since its launch in 1992, "ELLE DECOR" has inspired its readers through the various contents covering the innovative information of interior and designs, and the renewed "ELLE GROUOMET" since 2017, has consistently proposed food trends to chic foodies. They are delivering diverse and high-quality contents to their audience, catering to their emerging interests towards lifestyles. "ELLE MARIAGE" was launched in 2008 with its mission to propose not only chic bridal gowns and jewelry, but also the key milestone lifestyles for the newly-weds. The three magazines share impeccable initiatives of delivering global and highly sensitive contents "deeply" in print media, and "swiftly" through online media. Editorial team will fulfill the mission to help audience materialize a "tasteful lifestyle" through the three magazines filled with inspirational and resourceful ideas to select the best-in-class items for them to live fashionably.

Mika Kowaki ELLE DECOR EDITOR-IN-CHIEF

## ライフスタイルへの 関心が高い読者、ユーザーへ 6つのメディアを連動させて提案

「エル・デコ」「エル・グルメ」「エル・マリアージュ」とそれぞれのプリントとオンラインでライフスタイル読者、ユーザーへ幅広くリーチしています。今後は、各メディアの広告提案は勿論の事、さらに連動を深め、エル・ライフスタイルとして、多角的な提案を強化して参ります。また、各メディアが持つインフルエンサー起用による立体的な企画も可能となり、プリント、オンラインのタイアップだけではなく、集客力を活かしたイベント提案にも注力して参ります。

ブライダル&ライフスタイル メディア グループ  
ジェネラルマネージャー 清水井 仁

## For the readers and users with high interests towards their lifestyle through collaboration of 6 media

Each print and online media of "ELLE DECOR," "ELLE GROUOMET," and "ELLE MARIAGE" is successfully and extensively reaching out the readers and users seeking a quality lifestyle. More than ever, the inter-media collaboration will leverage our multi-faceted proposals as an "ELLE lifestyle," which in turn will make three-dimensional projects feasible with participation of powerful influencers from each medium. With its high recognition, editorial tie-ups on both print and online media as well as event planning will draw a high turnaround of participants.

Masashi Shimizui General Manager, Bridal & Lifestyle Media division





# ELLE Global Brand Power

『エル』は46の国と地域で雑誌を発行し、30以上のウェブサイト運営しています。総合女性誌のなかでは、他に類を見ないネットワークを持ち、それを強みとして誌面やサイト作りにも生かしています。また、『エル・デコ』は32、『エル・グルメ』は4の国と地域で出版されています。

ELLE is published as a print title in 46 countries and regions and operates over 30 websites. Boasting a network unrivaled by any other women's title, this strength comes into its own in production of high-quality editorial pages and websites. ELLE DECOR is published in 32 countries and regions; ELLE gourmet have four editions.

## Magazine Network

### 46 Editions of ELLE

ARGENTINA/ AUSTRALIA/ BELGIUM/FL/ BELGIUM/FR/ BRAZIL/ BULGARIA/ CANADA/ CHINA/ CROATIA/ CZECH REPUBLIC/ DENMARK/ FINLAND/ FRANCE/ GERMANY/ GREECE/ HOLLAND/ HONG KONG/ HUNGARY/ INDIA/ INDONESIA/ ITALY/ JAPAN/ KOREA/ MALAYSIA/ MEXICO/ MIDDLE EAST/ NORWAY/ POLAND/ PORTUGAL/ QUEBEC/ ROMANIA/ RUSSIA/ SERBIA/ SINGAPORE/ SLOVENIA/ SOUTH AFRICA/ SPAIN/ SWEDEN/ TAIWAN/ THAILAND/ TURKEY/ UK/ UKRAINE/ USA/ VIETNAM



Over 21 million readers

### 4 Editions of ELLE gourmet

SWEDEN/ FRANCE/ HOLLAND/ JAPAN



Over 1.4 million readers

### 32 Editions of ELLE DECOR

ARGENTINA/ BELGIUM/ CHINA/ CROATIA/ CZECH REPUBLIC/ FRANCE/ GERMANY/ GREECE/ HOLLAND/ HUNGARY/ INDIA/ INDONESIA/ ITALY/ JAPAN/ KOREA/ MEXICO/ NORWAY/ POLAND/ ROMANIA/ RUSSIA/ SERBIA/ SLOVENIA/ SOUTH AFRICA/ SPAIN/ SWEDEN/ THAILAND/ TURKEY/ UK/ USA/ etc.



Over 8.9 million readers



# ELLE Global Brand Power

インターネットの『エル』の世界は無限大

On the internet, the world of ELLE knows no limits.

## Asian Network

アジアのネットワークを強化していきます。  
Asian network enhancement is our priority.



## Web Network



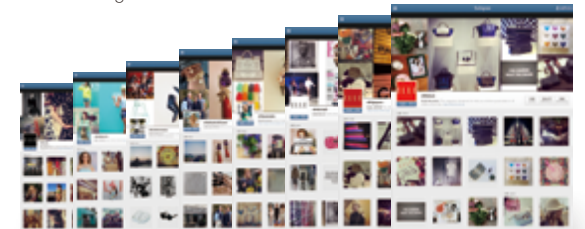
## Facebook Pages

Over 30 Facebook pages



## Instagram Accounts

Over 30 Instagram accounts



## Twitter Accounts

Over 30 Twitter accounts



360° (r)evolution



# ELLE DECOR in Japan

『エル・デコ』のフィールドはプリント媒体のみならず  
多岐にわたっています。これからもますます飛躍します。

Beginning with our highly regarded print edition,  
the multifaceted world of ELLE DECOR continues to expand and diversify.



Magazines & Special Editions



Events



ELLE CLUB

ELLE CLUB/ELLE CAFÉ

Others

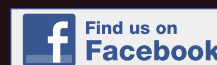


EDIDA

Awards



Digital Magazine



@ELLEDECOR\_Japan

SNS



Online

ELLE DECOR ONLINE

# ELLE DECOR/STYLES



『エル・デコ』は、インテリアとデザインを中心に、“住まい”“アート”“トラベル”など、国際的なネットワークを駆使し、質の高いライフスタイルに欠かせない要素を網羅しています。向上心に満ち、国際的な感覚を備えたアクティブな読者を満足させるべく、彼らが実践したいと願うライフスタイルに役立つ情報を発信していきます。『エル・デコ』は物質的な豊かさだけを追求するのではなく、かけがえのない、個々の時間こそがいちばん大切なものだと考えています。

ELLE DECOR takes advantage of its international network to provide extensive lifestyle coverage, including living, art, and travel, with a focus on interiors and design. The information in ELLE DECOR is targeted at an ambitious, active readership with international sensibilities. Though focusing on material abundance, the ELLE DECOR worldview recognizes the importance of precious private time and seeks to enrich that aspect of readers' lives as well.



# ELLE DECOR/INTERIORS,FURNITURE

“『エル・デコ』は、物質的な豊かさだけを追求するのではなく、かけがえのない、個々の時間こそがいちばん大切なものだと考えています。”

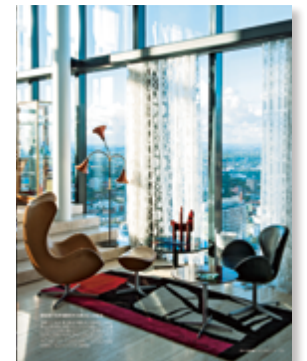
“Though focusing on material abundance, the ELLE DECOR worldview recognizes the importance of precious private time and seeks to enrich that aspect of readers' lives as well.”



INTERIORS



FURNITURE





# ELLE DECOR / ART, FASHION, TRAVEL, PEOPLE

“『エル・デコ』は、物質的な豊かさだけを追求するのではなく、かけがえのない、個々の時間こそがいちばん大切なものだと考えています。”

“Though focusing on material abundance, the ELLE DECOR worldview recognizes the importance of precious private time and seeks to enrich that aspect of readers' lives as well.”



TRAVEL



ART & FASHION



FASHION



PEOPLE





# ELLE DECOR readers

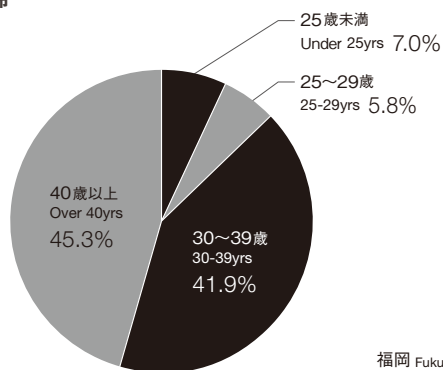
インテリア誌としては男性読者の割合が高いのが特徴です。

インテリアコーディネーターや建築士、デザイナーなどクリエイティブ関連の仕事に就いている人が4割以上います。

The ratio of male readers is high as as an interior magazine.

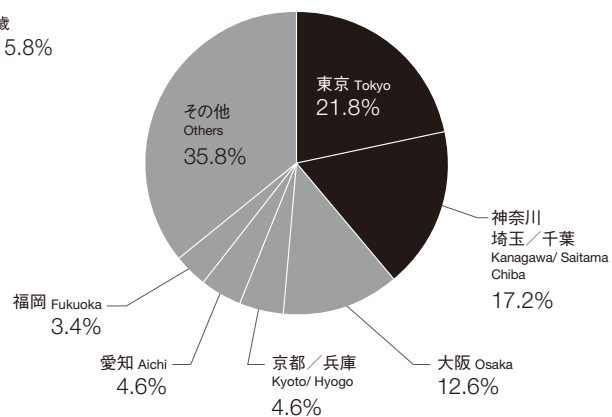
More than 40% of ELLE DECOR readers work in creative fields(interior coordinators, architects, designers, etc.).

## Age 年齢

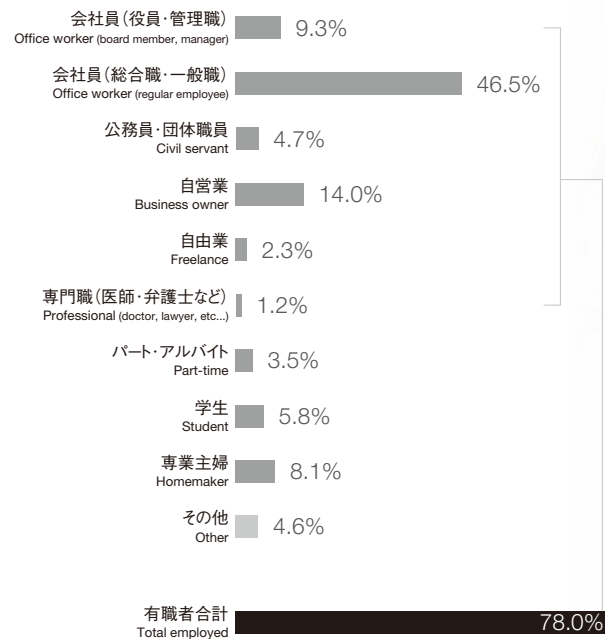


平均年齢 : 39.6歳  
Average age: 39.6

## Area 居住地

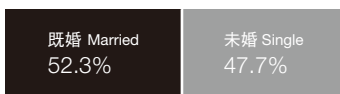


## Occupation 職業



## Marital Status

### 未既婚



## Gender

### 性別

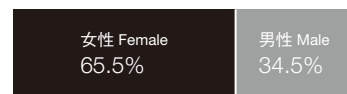


Photo: GILLES TAILLARD

この読者データは、2014年の読者アンケート結果に基づいています。  
Data is based on ELLE DECOR readers' survey in year 2014.



## About ELLE DECOR 本誌について

『エル・デコ』はインテリアと住まいに関する最先端の情報を最新号から収集する一方で、バックナンバーは長期間資料としてアーカイブし、必要な時に再読される保存性の高い雑誌です。インテリア、デザイン、建築などのフィールドで活躍中の、影響力のある人たちに愛読されています。

In addition to combing the latest issue for cutting-edge information about interior design and living, many readers archive back numbers of ELLE DECOR, enabling them to reference them again and again. Also ELLE DECOR is a favorite among influential professionals in interior, design, construction, and related fields.

## How do they read ELLE DECOR ?

『エル・デコ』の読まれ方

毎号／気に入った号を保存している **93.6%**  
Keep every issue / favorite issues of ELLE DECOR

『エル・デコ』海外版も読むことがある **31.6%**  
Sometimes read overseas editions of ELLE DECOR

## Reasons for reading ELLE DECOR

購読する理由

インテリアコーディネーターや  
インテリアアイテム購入の参考に  
For interior coordination ideas and  
reference for purchasing interior items **66.6%**

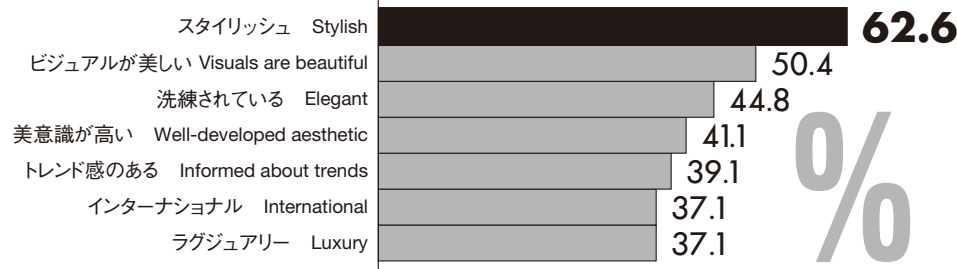
インテリアやトレンドの情報を収集する **53.5%**  
For information on interiors and trends

写真・グラビアが美しいから **52.7%**  
Photos and page layouts are beautiful

新しいライフスタイルの情報を得るため **49.0%**  
For up-to-date lifestyle information

## Readers' impressions

『エル・デコ』のイメージ



## All about ELLE DECOR readers 読者について

『エル・デコ』の読者は年収が高く、可処分所得の多い人たちです。部屋の模様替えに積極的で、リフォームにも関心があり、今後の住宅購入を見込める世代です。クルマの所有率も高く、海外旅行へも頻繁に出かけます。

ELLE DECOR readers report high annual incomes and high disposable incomes as well. They are active redecorators who are also interested in remodeling and are of an age to purchase their own homes. The ratio of automobile ownership is high, and they frequently travel overseas.

## Finances

年収

世帯年収平均 **1,145**万円 Average household annual income ¥11,450,000

**39.5%**が世帯年収**1000**万円以上 More than ¥10,000,000, 39.5%

インテリア・建築関係の仕事についている人の内訳

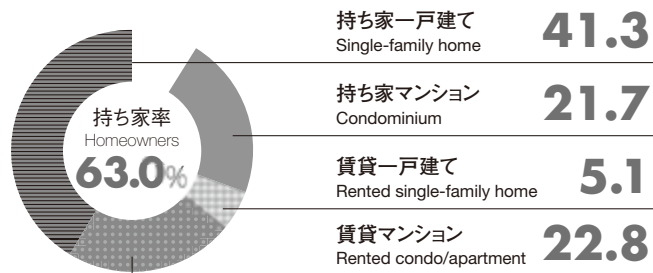
Breakdown of readers working in interior and architectural fields

インテリアコーディネーター Interior coordinators	18.7%	事務・営業 Clerical & sales administration	14.4%
デザイナー・建築家 Designers, architects	34.6%	販売 Retail sales	9.4%
		企画・マーケティング Planning, marketing	11.5%



## Housing

住まい



模様替え・レイアウト変更する頻度  
Frequency of changing decorating scheme/interior layout

半年に1回以上 43.2%  
Once or more every 6 months

1年に1回以上 71.9%  
Once or more every year

住宅リフォームを検討中 33.2%  
Currently considering remodeling

一戸建て購入を検討中 25.9%  
Currently considering purchase of a single-family home

Home purchase budget 住宅購入予算

5000万円以上 31.1% (うち約半数が8000万円以上)

¥50 million or more 31.1% (around half of these indicate budget of ¥80 million or more)

References 情報源

- 1 雑誌の記事・広告 Magazine articles/ads
- 2 ウェブサイトの記事 Website articles
- 3 住宅展示場 Home showroom/exhibit

## Furnishings and interior items

家具・インテリア

Emphasis when purchasing

購入する際のポイント

デザイン Design	91.1%
素材 Materials	64.3%
価格 Price	62.0%

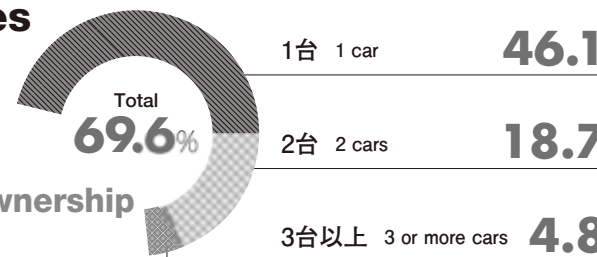
References

情報源

雑誌 Magazine	80.5%
ウェブサイト Website	42.4%
ショップ In-store	36.0%

## Automobiles

クルマ



Automobile ownership

所有台数

70.7%の人が購入予定  
70.7% plan to purchase an automobile

所有台数のうち53.2%が輸入車  
53.2% of automobiles owned are imported models

Emphasis when purchasing

購入する際のポイント

- 1 デザイン Design 53.2%
- 2 サイズ Size 34.6%
- 3 性能 Performance 31.6%
- 4 安全性 Safety 28.1%
- 5 メーカー・ブランド Auto manufacturers, brands 29.4%

## Overseas

海外

今後利用したいサービス  
Services ELLE Decor readers are interested in:

豪華客船での旅行 48.6%  
Luxury cruise

会員制リゾートホテル 13.1%  
Membership resort hotel

1年に2回以上海外旅行に行っている 41.2%  
Travel overseas two or more times per year

海外旅行にかかる費用/1回平均 40.8万円  
Budget for overseas travel per trip ¥408,000 (average)



# ELLE spin-offs

## Magazines

### エル・ジャポン

創刊 1989年  
 刊行形態 月刊  
 発売日 28日  
 発行部数 93,592部\*  
 定価 639円(本体価格)

\*マガジンデータ2014 印刷証明付部数

First issued 1989  
 Frequency Monthly  
 On sale date 28th of every month  
 Circulation 98, 267\*  
 Cover price ¥ 639(base price)

\*Magazine Data 2015, printer-certified figure

ELLE

### エル・グルメ

創刊 2002年  
 刊行形態 隔月刊  
 発売日 偶数月6日  
 (2月/4月/6月/8月/10月/12月)  
 発行部数 60,000部  
 定価 907円(本体価格)

First issued 2002  
 Frequency Bi-monthly  
 On sale date 6th of even months  
 (Feb., Apr., Jun., Aug., Oct., Dec.)  
 Circulation 60, 000  
 Cover Price ¥ 907(base price)

ELLE gourmet

### エル・デコ

創刊 1992年  
 刊行形態 隔月刊  
 発売日 奇数月7日  
 (3月/5月/7月/9月/11月)  
 発行部数 70,000部  
 定価 1,500円(本体価格)

First issued 1992  
 Frequency Bi-monthly  
 On sale date 7th of odd months  
 (Mar., May, Jul., Sep., Nov.)  
 Circulation 70, 000  
 Cover Price ¥ 1, 500(base price)

ELLE DECOR

### エル・マリアージュ

創刊 2008年  
 刊行形態 年2回  
 発売日 6月/12月 各22日  
 発行部数 70,000部  
 定価 1,500円(本体価格)

First issued 2008  
 Frequency 2 times/year  
 On sale date 22nd of  
 Jun., Sep. & Dec.  
 Circulation 70, 000  
 Cover Price ¥ 1, 500(base price)

ELLE mariage

## Free Magazines



### 別冊エル・グルメ

ELLE gourmet separate volume

刊行形態 不定期刊  
 発行部数 220,000部

Frequency occasional issues  
 Circulation 220, 000



# ELLE DECOR ONLINE

「エル・デコ・オンライン」は、『エル・デコ』本誌と連動展開し、その世界観を踏襲しながらオリジナルのコンテンツも発信。  
国内外の最新スタイルを紹介する特集から、ウェブサイトならではの即時性を生かしたニュースまで、インテリア&デザインに関する最旬トピックスを提供しています。

ELLE DECOR ONLINE is synchronized with our print edition, maintaining the distinctive ELLE DECOR worldview while disseminating a range of original content.  
From features introducing the latest domestic and international style trends to news that takes advantage of the immediacy of the website, content covers the freshest interior and design topics.



「エル・デコ オンライン」トップページ  
ELLE DECOR ONLINE top page

## 人気コンテンツ Popular content



### ◎インテリア・ニュース Interior news

インテリアショップ&ブランドの注目トピックスや、話題の新作アイテムの発売情報、お得なセール情報などを随時更新!

Up-to-the-minute updates on the hot topics of interior shops and brands, the sales information of brand-new items and bargain hunters' guide!



### ◎月刊ハルミジャーナル Harumi journal

ブランディングディレクター福田春美さんが、暮らし上手になれるさまざまなTIPSやヒントをお届け。私物のうつわや行きつけのお店まで惜しみなく公開中。

Harumi Fukuda, branding director, is sharing her tips for you to get the hang of enhancing your lifestyle. Her monthly journal features her favorite plates and dishes, shops, and other valuable information!



### ◎セレブの豪邸インテリア Celebrity interior

憧れの海外セレブは、どんなおうちに住んでいる? 思わず覗き見したくなる、ゴージャスすぎる不動産物件およびプライベートなインテリアを随時公開。

Sneak a look in celebrities' luxurious houses overseas! Can't resist spying on the gorgeous premises and private interior!

### ◎エディターズPICK Editors' pick

### ◎売れ筋アイテム Best-selling items

### ◎イベント・展示 Events, exhibitions





ELLE DECOR Twitter:街角のインテリア情報や、『エル・デコ』最新号についてなど、編集部がキャッチしたインテリアに関するイベントなどをツイートしています。  
Tweets introduce private and commercial interiors encountered out and about, information from the latest issue of ELLE DECOR, and other topics and events of interest picked up by our editor-in-chief.

# EDIDA : ELLE DECO INTERNATIONAL DESIGN AWARDS

EDIDA (エディーダ)とは、デザイン界のアカデミー賞とも称される荣誉あるデザインアワード。

世界32の国と地域で発行中のインターナショナルデザインマガジン『エル・デコ』の編集長たちが、13部門にわたるデザイナー&プロダクトを選出します。

厳正な審査を経て決定された各部門の大賞は、翌年のミラノ・サローネ開催時に発表されると同時に、『エル・デコ』各国版の誌面においても紹介されます。

The Elle Decoration International Design Awards (EDIDA) have been characterized as the “academy awards” of the design world.

Editors of the 32 international editions of ELLE DECOR vote to select designers and products in 13 categories.

After passing the rigorous selection process, the winners in each category are announced at the Milan Furniture Fair the following year and featured in the pages of ELLE DECOR in each country.

## International Awards



2014年授賞式@劇場テアトロ・マンゾーニ  
2014 Awards Ceremony @ Teatro Manzoni



2010年授賞式@リナーテ空港格納庫  
2010 Awards Ceremony  
@ Linate Airport



2013年授賞式@劇場テアトロ・マンゾーニ  
2013 Awards Ceremony  
@ Teatro Manzoni

毎年世界中から著名デザイナー  
が集まるEDIDA授賞式。2010  
年は、イタリア ミラノ リナーテ空  
港格納庫にて開催されました。

Every year, noted designers  
from around the world gather for  
the EDIDA Awards Ceremony. In 2010, the ceremony was held  
in the Breda Hangar at Milan's  
Linate Airport.

## Local Awards



2014年授賞式@アンダーズ東京、パーティ  
@INTERSECT BY LEXUS-TOKYO  
2014 Awards Ceremony @ Andaz Tokyo, Party  
@ INTERSECT BY LEXUS-TOKYO

ミラノでのEDIDA最優秀賞発表に先立  
ち、日本ノミネート授賞式を開催。毎年大  
勢のゲストで授賞式は賑わいます。

An awards ceremony for Japanese  
nominees was held in Japan in advance  
of the international awards ceremony in  
Milan. Every year lots of guests gather  
for this local ceremony.



Photo : NOBUO YANO

# Lectures & Seminars

バイヤーを招いてインテリアコーディネートのレクチャーをしたり、著名なデザイナーによるトークショーなど、読者との距離を縮めるイベントを多く開催しています。

ELLE DECOR sponsors numerous events that bring our readers into our realm, including interior coordination lectures by buyers and noted designers.

## バーニーズ ニューヨーク

BARNEYS NEW YORK

バーニーズ ニューヨーク神戸店オープン1周年を記念して行われた、読者を招いてのトークイベント。オリエンタルホテルの一室をバーニーズが特別にプロデュースし、デザイナー、ジョナサン・アドラーのインテリアテクニクやその素顔を紹介しました。

Readers were invited to attend a panel discussion to mark the first anniversary of the opening of Barneys New York in Kobe. Barneys New York produced the decoration for a suite in Kobe's Oriental Hotel introducing the techniques and materials favored by designer Jonathan Adler.



本誌タイアップページ  
Tie-up page in ELLE DECOR



「エル・オンライン」上での告知  
Publicity on ELLE ONLINE

## カトリーヌ・メミ

CATHERINE MEMMI

『エル・デコ』編集長とカトリーヌ・メミによるトークショーとパーティを開催。フランスの洗練された暮らしを提案する彼女がもつシンプルでラグジュアリーな世界観を読者の皆さんと共有しました。

A panel discussion and reception with ELLE DECOR editor-in-chief and Parisian creator Catherine Memmi provided readers with an opportunity to come in contact with the designer's worldview of luxury founded in simplicity.



本誌タイアップページ  
Tie-up page in ELLE DECOR



「エル・オンライン」上での告知  
Publicity on ELLE ONLINE

# Interior Coordination

例えば高級マンションの一室をショールームとして、またSOHOのワークスペースをおしゃれなオフィスに『エル・デコ』編集部がコーディネート。  
個人法人、物件の大小を問わず、『エル・デコ』オリジナルのインテリアコーディネートを手がけています。

Members of the ELLE DECOR editorial staff can create lifestyle showrooms for luxury condominium projects or a transform a SOHO into a stylish workplace.  
Our interior coordination services are available for projects large or small, for individuals or business clients.



コーディネート例  
Coordination examples





# PRINT MEDIA PRODUCTION

## 商品開発サポート



### ウォルト・ディズニー・ジャパン

“くまのプーさん”を起用した実用的な家具を著名デザイナーと製作。「エル・デコ」を通して、有名ライセンス会社と著名デザイナーとの商品開発をアシストし、本誌で独占公開。「エル・デコ」は、企業の商品開発のための橋渡しもお手伝いしております。

### Walt Disney Japan

A prominent designer was commissioned to produce practical furnishings featuring Winnie-the-Pooh. In addition to assisting the leading licensing agent and designer in the product development process, ELLE DECOR produced an exclusive feature introducing the line.

## 商品開発サポート



### ARITA

2016年に400周年を迎えた有田焼きは、周年に向けて産業復興プロジェクトを立ち上げました。「2016/project」は、エル・デコ インターナショナル デザインアワードのテーブルウェア部門賞を2013年に受賞した「1616/arita japan」が母体となるプロジェクト。16の国際的なデザイナーと16の有田の窯元と商社が一体となって海外マーケットで通用する新しい製品を生み出し、2016年にミラノサローネで発表。エル・デコでは佐賀県のサポートを得て2014年から連載を行ないました。国際的なマガジンであるエル・デコは、海外進出をねらう日本の企業（地方自治体）、マニュファクチャーの挑戦をサポートしています。

### ARITA

Commemorating the 400th anniversary in 2016, ARITA ware launched an industrial revival anniversary project. Derived from "1616/arita japan" that ARITA won the award of the Tableware Section in the ELLE DECOR International Design Award in 2013, the "2016/project" bloomed in the various ways. 16 international prominent designers and 16 potteries and trading firms created and unveiled new world-class products in the MilanoSalone (Salone del Mobile.Milano) 2016. With a support from Saga Prefecture in Japan, ELLE DECOR began editorial series from 2014. While supporting the challenges of Japanese corporations, local municipalities and manufacturers, ELLE DECOR will walk the path together for them to go to the international markets.

# PRINT MEDIA PRODUCTION

## ブック イン ブック Book-in-book



ブック イン ブック  
Book-in-book

増刷  
Reprint

FINNAIRのオーロラキャンペーンのタイミングに合わせ、Book in bookを製作。ELLE ONLINEとも連動し、WEB BOOKも展開。デザインコンシャスな読者に向けて、フィンランドの旅の魅力を紹介するとともに、イベントなどでも増刷りを配布。

A book-in-book insert produced to coincide with a FINNAIR Aurora campaign was also deployed as a web book via ELLE ONLINE. In addition to introducing the appeal of Finland as a destination to our design-conscious readers, the insert was also reprinted for distribution at events and other locations.

## 海外商談用ツール Overseas business tools



「JAPAN BRAND」カタログ  
"JAPAN BRAND" Catalog

日本のよいものを伝えるため、全国商工会連合会および中小企業庁からの依頼で制作。『エル・デコ』の海外ネットワークを利用し、「メゾン・エ・オブジェ」会場にもカタログを設置し、配布しました。

Working together with The Small and Medium Enterprise Agency and The Central Federation of Societies of Commerce and Industry, we produced Japan Brand catalogs introducing quality items made in Japan. The catalogs were distributed through our overseas network, including the MAISON&OBJET international trade show in Paris.

## タブロイド制作 Tabloid production



「HANEDA UPPER DECK TOKYO JOURNAL」

本格的な国際空港化に際し、新生・羽田空港のブランディングの一環としてタブロイドを制作しました。国際的で都会的、洗練されたアップパークラスのビジネスマンをターゲットにした新しいメディアです。

We produced a tabloid newsletter as one aspect of branding activities for the launch of full-fledged international services out of Tokyo's Haneda Airport. This new media was conceived to appeal to refined, urbane business travelers with international sensibilities.

# MULTI MEDIA APPROACH

CITIZEN



## Global tie-up

「エル・デコ」が、シチズンのミラノサローネ初出展のブランディング活動をサポート。「エル・デコ」(日本版)が制作したタイアップを翻訳しイタリア版にも掲載。また日本も含め6ヶ国の「エル・デコ・ONLINE」でもバナー広告を掲出。海外ネットワークを活用したマルチメディアアプローチで、日本企業を支援。日本企業の活動を「エル・デコ」(日本版)から海外に発信した事例です。

ELLE DECOR provided support for Citizen's first appearance at the Milan Furniture Fair (Salone Internazionale del Mobile). A tie-up promotion produced for the Japanese edition of ELLE DECOR was translated for publication in the Italian edition of the magazine. Banner ads also appeared on ELLE DECOR ONLINE sites in six countries including Japan. Leveraging our international network to support a local client, this multifaceted initiative is one example of how the Japanese edition of ELLE DECOR can disseminate the activities of Japanese corporations in overseas markets.



# MULTI MEDIA APPROACH

Miele

## ブック イン ブック+イベント告知 Book-in-book + Event publicity

ELLE DECOR



ブック イン ブック  
Book-in-book



## イベント Event



## 多方向からの商品価値訴求

12ページのブックインブックを製作し高感度な『エル・デコ』読者にアプローチ。「エル・オンライン」プロガータイアップは、インテリアに関心の高いおしゃれな女性たちに人気を博しました。またJ-WAVE(81.3FM)の人気プログラムのコーナーを協賛し、商品を広く紹介。番組ナビゲーターを進行役に迎え、六本木ヒルズ内で『エル・デコ』編集長らのトークセッションとライブイベントも同時開催しました。4方向からのアプローチにより読者やユーザー、リスナーなど多くのオーディエンスの目を引く企画を次々と実現し、商品のイメージアップや認知度向上に成功した好例です。

## Multifaceted approach builds value

A 12-page book-in-book insert was produced to appeal to attuned ELLE DECOR readers. A related tie-up with ELLE ONLINE bloggers proved popular among stylish women with an interest in interior design. The product was also introduced to a wide audience via a sponsored segment of a popular J-WAVE (81.3FM) radio program. The radio personality was brought in as the emcee for a talk session and live event at a Roppongi Hills venue featuring ELLE DECOR editor-in-chief. This successful example of a four-way approach caught the attention of readers, website visitors, listeners and live audience members, boosting product awareness and building a positive product image.



ELLE ONLINE

プロガータイアップ  
Tie-up with bloggers



「Miele A SPICE OF LIFE」コーナー提供  
Sponsored radio program  
"Miele A SPICE OF LIFE"

## イベント報告 Event report



ELLE ONLINE (ELLE TV)



ELLE DECOR

# MULTI MEDIA APPROACH

TOTO

ELLE DECOR Design Walk  
エル・デコ デザインウォーク

Tokyo Designers' Week  
東京デザイナーズウィーク

タブロイド協賛+イベント告知  
Tabloid sponsorship + Event publicity

イベント  
Event



本会場のTOTOブース  
TOTO booth



タブロイド  
Tabloid



トークライブ会場  
Panel talk show at the tent

東京デザイナーズウィークに先立って配布される、エル・デコデザインウォークタブロイドに「TOTO FORUM」の告知を掲載、イベントの認知を上げました。また「エル・オンライン」上でもスーパーバナーを掲出。露出の機会を広げ、読者およびユーザーをイベント会場に誘導しました。

Sponsorship was solicited for the ELLE DECOR Design Walk tabloid distributed in advance of Tokyo's Designers Week, effectively boosting awareness of the TOTO FORUM event. A super banner ad on ELLE ONLINE expanded exposure and contributed to attracting visitors to the event.



東京デザイナーズウィーク敷地内に設営された巨大テントの中で「TOTO FORUM」を開催。デザイナー佐藤オオキさんを招いて“水まわりのデザイン”についての活発な意見交換で盛り上がりました。会場に詰めかけた出席者は、佐藤さんのデザイントークとトークセッションを聞くだけでなく、本会場のTOTOブースにて実際にシャワーの水流を体験しました。

The TOTO FORUM was held in a mammoth tent set up within the grounds of the Tokyo Designers' Week exhibit. Designer Oki Sato was invited to participate in an exchange of views on plumbing product design. Visitors not only enjoyed the presentation and discussion, but also were able to experience the possibility of new designs for showers and other TOTO products.

# Case Studies



IDC OTSUKA presents

## Life Design Lab

edited by ELLE DECOR

快適でデザインコンシャス、そしてより豊かな人生を送るための新しいライフスタイルを提案する番組「ライフ デザイン ラボ」が全国無料のBS放送局 BS12ch TwellIVでオンエア。

Comfortable and design-conscious, suggesting a variety of new styles for rewarding living. *Life Design Lab* debuts on nationwide free satellite network, BS 12ch TwellIV.



Photo YANO NOBUO

出演中の富永愛さん、ブランドディレクター木田隆子、佐藤オオキさん  
Ai Tominaga, Ryuko Kida (ELLE DECOR brand director), Oki Sato

『エル・デコ』がテレビ番組を初めて全面監修。IDC大塚家具プレゼンツにより、インテリアを中心に、デザイン・雑貨・ファッションなどライフスタイルに関わる様々な視聴者の疑問にお答えします。『エル・デコ』が注目するクリエイターの視点も交え、新しい気づきや喜びを提供する暮らしのバイブルとして、これからのライフスタイルを提案していきます。番組には、国際的な経験を豊富に持つモデル・富永愛と『エル・デコ』ブランドディレクター・木田隆子が、新しいライフスタイルへと誘う案内人としてMCをつとめます。

*Life Design Lab* is the first television program masterminded by ELLE DECOR. Presented by IDC Otsuka, this new program addresses viewers' questions about design, items, fashion and other lifestyle topics with a focus on interiors. Intermingling the viewpoints of creators of note, the program aims to be a lifestyle bible, introducing new sources of pleasure and topics of interest for modern living. Viewers are invited to discover new lifestyles by program hosts, international model Ai Tominaga and ELLE DECOR brand director Ryuko Kida.



Website for *Life Design Lab*

ELLE ONLINE

ELLE DECOR



Tabloid

# Rate Card



Photo:DAVID SLUPER

スペース Space	ページ数 Number of pages	掲載寸法天地×左右 (cm) Size (cm)	広告料金 (円) Advertising rates (Yen)
中面 Top	4C1P	27.9×21.0	1,300,000
表4 Outside back cover	4C1P	26.6×20.0	1,800,000
表3 Inside back cover	4C1P	27.9×21.0	1,300,000
表2見開き Inside front cover dps	4C2P	27.9×42.0	3,250,000
目次前見開き Dps before toc	4C2P	27.9×42.0	2,860,000
目次対向 Facing toc	4C1P	27.9×21.0	1,500,000
コントリビューター対向 Facing contributor	4C1P	27.9×21.0	1,400,000

2022年1月現在 As of January, 2022

◎タイアップには、4C1Pあたり300,000円の制作費が必要になります。

◎記事形式の広告の場合、内容・デザイン等に一定の制約がありますので、事前にご相談ください。

◎広告内容が不適当と思われる場合、掲載をお断りする場合がございます。また、掲載広告の内容に起因する名誉毀損、プライバシーの侵害、著作権等の諸問題に関し、弊社はその責任を負いかねます。

◎ELLE ONLINEの広告料金につきましては右記URLをご覧ください。 <http://www.hearst.co.jp/ad/elleonline/>

◎Production cost for advertorials: ¥ 300, 000/ page

◎Advertorial placement is subject to certain restrictions with regard to content, design, etc. Please contact us for further information.

◎The publisher reserves the right to reject any advertising whose content is deemed inappropriate. The publisher shall not be held liable for any claims, such as defamation, violation of privacy, or infringement of copyright, that may arise from the content or subject matter of any advertisement placed.

◎For advertising rates of ELLE ONLINE, please refer to : <http://www.hearst.co.jp/ad/elleonline/>

No.	月号 Cover month	発売日 On-sale date	タイアップ申込締切日 Order deadline for advertorials	純広申込締切日 Order deadline for advertisements	オフライン校了締切日 Offline proof deadline	オンライン校了締切日時 16:00 Online proof deadline
174	4月号 April	3/7	1/7	1/17	2/4	2/10
175	6月号 June	5/7	3/10	3/17	4/6	4/12
176	8月号 August	7/7	5/11	5/17	6/10	6/16
177	10月号 October	9/7	7/8	7/15	8/12	8/18
178	12月号 December	11/7	9/12	9/19	10/11	10/17

- ◎印刷はオフセット印刷です。
- ◎12級以下の抜き文字、10%以下の網ふせは印刷仕上がりが不鮮明になる場合がありますので、できるだけ避けてください。
- ◎製本で切れてはいけない広告中の重要な文字や絵柄は、天地・左右ともに頁端から5mm以上内側に入れてください。
- ◎綴じは無線綴じになりますので、ノドの部分の絵柄がもぐります。見開きでレイアウトする場合、写真やイラスト、文字がノドにかからないよう注意してください。やむを得ずかかる場合には、ダブル製版した原稿を入稿してください。
- ◎入稿に際しては、雑誌広告デジタル送稿推進協議会が策定した製作ルールに則り、原稿データをご用意ください。オフライン入稿の際は、最新の仕様書とプリフライトレポート、出力見本を適宜添付のうえ、入稿してください。詳しくは、<http://www.3djma.jp/>をご参照ください。
- ◎オンライン入稿はデジタル送稿のシステム利用(Quick Printチェック済み原稿)に限ります。
- ◎オンライン校了締切日時に16:00と表記していますが、これは弊社着の時間です。
- ◎J-PDF校了への完全移行に伴い、流用の受け付けは終了しています。
- ◎要返却の記載のない広告原稿につきましては、返却せずに弊社で溶解処分しています。あらかじめご了承ください。
- ◎QRコードはセルサイズ0.35mmで作成したスミ1C100%のデータを使用してください。QRコードの直下と周辺には地網や文字などを配置しないでください。
- ◎申込締切日以降の掲載取り消しはお受けできませんので、あらかじめご了承ください。
- ◎上記のスケジュールは今後の予定となります。

◎Printing method: Offset

◎Light-color (white) 12-point or smaller type on a dark background or screened type (10% or less), which may appear blurred in the final print, should be avoided as much as possible.

◎Any critical text or illustration that must not be cut off in the binding process must allow a minimum 5mm safety margin for any trim edge (top, bottom, right and left).

◎The magazine will be perfect-bound, therefore any spread should be laid out in such a way as to prevent parts of a picture, illustration or text from being trapped in the gutter. In case gutter bleed is inevitable, double pre-press artwork must be submitted.

◎Digital data must be prepared according to production rules set by Digital Data Delivery committee for Japanese Magazine Ad (3djma). In case of offline data transmission, digital data must be accompanied by the latest specification sheet formulated by 3djma, preflight report and print-out as required. Please refer to <http://www.3djma.jp/> for more details.

◎Online transmission uses a system administered by Digital Send and is limited to data validated with QuickPrint.

◎16:00 deadline for online proofs indicates deadline for receipt at our offices.

◎Due to full transition to J-PDF, duplication data is no longer accepted.

◎As setting QR Codes, it must be printed K 100% and white, not CMYK black. It also must have a white background and a white margin around it. The module size must be 0.35mm.

◎Please be aware that cancellations after the booking deadline are not accepted.

◎Schedules are subject to change.