

nicola

ニコラ クリスマス連合広告企画

「女子中学生のファーストウオッチ」



提案書

2021/9/9

〒162-8711 東京都新宿区矢来町71
03 - 3266 - 5211
株式会社新潮社 広告部
担当：小松あゆみ

【「nicola」（ニコラ）について】



女子中学生の
16人に1人が買っている
No.1メディア

※女子中学生の人数を160万人（文科省データ）として推計

ファッションをはじめ、美容、インテリア、学校、友だち関係...など、
女子中学生の生活全般をおさえた月刊情報誌です。

- 創刊：1997年（平成9年）
- 実売部数：約103,617部 ※ABC20年1月～6月平均販売部数
- 定価：540円
- 発売日：毎月1日
- SNS：YouTube「nicola TV」、Twitter、Instagram、TikTok
- 特徴：女子中学生がメイン読者。主にショッピングモールの書店で売れる雑誌。所属モデル（通称：ニコモ）が大人気で、女子中学生の憧れ、インフルエンサーとなっている。

【企画趣旨】

ニコラの読者アンケートでも2/3人が携帯電話を所持している現在、日常的に腕時計を使用している女子中学生は少ないかもしれません。

しかし、実は彼女達のほぼ大半が腕時計を使用する機会があります。

修学旅行

高校受験

英検、漢検などの
資格テスト

特に高校受験では、持ち物に指定されることがあるほどの必須アイテムです。

そこで、受験勉強が本格化するクリスマスの時期に合わせ、腕時計の魅力をニコラがお伝えします。

彼女達が憧れるニコラモデルが腕時計を着用してビジュアルに訴えるのはもちろん、選ぶ際のポイントや、両親へのおねだり方法まで、ニコラでは伝授します。

中学生にとって腕時計は少し高価な商品ですが、「ファースト腕時計」を親にプレゼントしてもらうことで、大切な人へ腕時計を贈るという意識が根付くことになるでしょう。

彼女達が大人になってから、パートナーや両親など大切な人へのプレゼントに腕時計を選び、そして自身の子供にも「ファースト腕時計」を贈る、そんな習慣をつくりたいと思います。

【企画内容】

◆掲載日：2022年1月号（12/1発売）

◆掲載ボリューム：4～8ページ（予定）

◆誌面構成（予定）：

- ①編集ページで、ファースト腕時計を選ぶ時のポイントを紹介。親へのおねだり方法も伝授。プレゼント付きアンケートについての訴求も。
- ②クライアント様のタイアップページ（1～2P）モデル着用のバスタアップ写真がメインになる予定（モデルは1Pにつき1人までとさせていただきます）

※広告お申込み締め切りは9/30（木）です。

※撮影は10月中旬頃を予定しています。



【企画料金】※価格は全て税別です。

① 4色2ページ誌面タイアップ

⇒ 特別価格 **G260万円** (製作費込)

② 4色1ページ誌面タイアップ

⇒ 特別価格 **G130万円** (製作費込)

※面付けはお任せいただきます。

※競合他社広告が対向になる場合がございます。

③ 追加オプション：Instagramタイアップ投稿

⇒ **G20万円** (製作費込)

※フォロワー5万人保証。モデルが複数名になる場合もございます。

※投稿枚数はモデルアザーカットの静止画1枚。

※「#PR」の記載が入ります。

今企画限定の価格です！

① 定価340万円

② 定価170万円

