

高級住宅地へのセグメント配布で 富裕層女性を確実にとらえる

アップルプラス『apple』



◆媒体概要

版 型	A4変形サイズ・オールカラー
創 刊	1998年11月
配布エリア	世田谷区、目黒区、大田区、渋谷区、港区、品川区、千代田区、新宿区、豊島区、杉並区
発行部数	24万部
発行サイクル	毎月1日発行



「apple」7月号の表紙（左）と、コスメの連載企画（右）。「今年、多くの女性誌で着物・浴衣を取り上げているので、あえて“履きもの”を取り上げました。こうしたほかとは違う切り口の情報を掲載することが、読者から支持されています」（堺氏a）。

今年で創刊10周年を迎えるフリーマガジン『apple』。まだフリーペーパー・マガジンが多く発行しておらず、あまり定着していなかった頃から、配布エリアと読者を限定することで富裕層に確実に届くルートを開拓。近年“富裕層に訴求したい”という企業が増える中、注目が高まっている。

■ コンシェルジュを通じて 高級マンションにも設置

『apple』は創刊当初から現在まで読者のセグメントにこだわってきた。「城南、城西エリアを中心とした都心の高級住宅地に限定してポストインしているのが、富裕層に確実に届く」と語るのは、代表取締役の生方文朗氏。エリア内の物件を選別してポストインしているのが、より高い精度で読者を絞り込むことができる。

富裕層を対象とした商品・サービスは、ターゲットが限定されているだけに、いかに効率良く情報を届けられるかがカギとなる。だが、マス媒体では予算が掛かりすぎるし、かといってダイレクトプロモーションによるアプローチも難しい。特に、富裕層が多く住む高級マンションの場合は、館

内中に入っただけのポストインを断られるケースも多い。

そうした中でappleは、高級マンションや高級物件にコンシェルジュサービスを提供する企業と提携。本誌を直接フロントに送り、コンシェルジュによる設置や配布などで、ほかでは真似できない富裕層へのアプローチを実現している。「コンシェルジュサービスを提供する企業が“居住者へのサービス”として配布しています。そうしたエリアに長期に渡り配布している実績があるからこそ、アプローチが可能なのです」と、apple編集長の堺 和裕氏は語る。現在コンシェルジュを通じた設置・配布は100棟を超え、その世帯数は1万を大きく上回る。

■ 富裕層の奥様に響く こだわりの誌面づくり

こうした特別ルートで配布できる大きな理由は「読んでもらうことが居住者へのサービスになる」と感じてもらえるほどの誌面内容の充実。「今年2月からは“40歳前後の富裕層の奥様”を明確にターゲットとして誌面を徐々にリニューアルしました。美容・健康といった暮らしに即した質の高

い情報を増やしています。この層の女性は、バブル景気もその後の崩壊も体験しているためモノを見る目が非常に厳しい。彼女たちに誌面を通じて発見や驚きを提供するためにも、新たな切り口を日々模索し、掲載する情報を厳選しています」と堺氏は語る。

最新の8月号からは、富裕層奥様の自宅を訪問するという読者登場企画をスタートさせる。ファッションだけでなく、富裕層のリアルなライフスタイルを、自身も富裕層である読者協力のもとで取材、紹介していく企画だ。広告主にとってはこうした記事を読むことで、ターゲットとなる「読者の顔」を確認することができるわけだ。

「今後は、『apple』が主体となり、読者を巻き込んだイベントも実施して行きたい」と語る生方氏。富裕層向け商材を持つ企業にとっては、効率良く確実にアプローチできるメディアではないだろうか。

●お問い合わせ

株式会社アップルプラス

東京都渋谷区渋谷3-6-12 プライア渋谷908

TEL : 03-6418-6590

URL : www.apple-plus.co.jp