



ニコ☆プチ

は、こんな雑誌メディアです



日本唯一！小学生女子のためのファッション情報誌
「ニコ☆プチ」

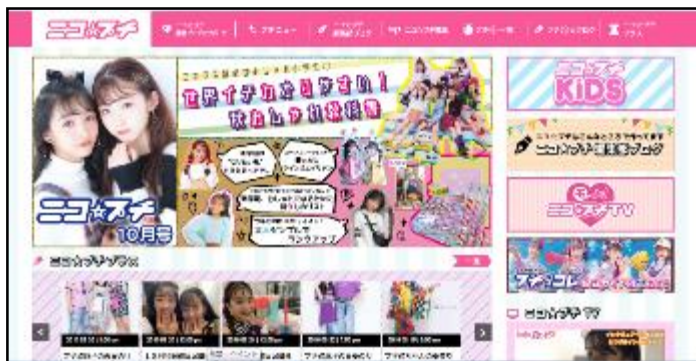
- 偶数月22日発売
- 印刷平均発行約10万部(ABC2018年下期調べ)
- 実売平均約7万部(ABC2018年下期調べ)

＜読者の特徴＞

ファッション＝自己表現に興味関心・情報感度の高い
小学生高学年女兒(とその保護者)

オシャレや流行に対してポジティブでアクティブ

周囲への発信力・影響力が高い



できること① 商品作りに役立つ「生の意見」やリアルデータの収集

“リアル”な小学生の姿を追求

「ニコ☆プチ」は読者の声、読者の姿も誌面に多く登場するのが特長です。

読者がページ登場ができる

「コーディネート選手権」(通称コーデ選手権)には全国から1,000通以上の応募があり、当選者は保護者と一緒に東京会場へやってきます。

ヘアメイクはお母さんが担当され、会場内では読者と保護者へ直接ヒアリングが可能です。(1日2部制で約60組前後が参加)

この年齢のターゲットゾーンにまとめてヒアリングできるのは「ニコ☆プチ」だけの強みです。

→2019年6月号掲載「アイルズ」様の読者コラボ水着事例。コーデ選手権で絵型アンケートを配布して、実際に商品化。
 <「ニコ☆プチ」で人気のアクセサリブランド「ルココネ」さん。保護者同伴なのでセール商品物販なども実施いただけます。
 ↓保護者も読者も、撮影準備の合間のブース訪問を楽しみに参加してくれています。「参加しました」をSNSや口コミで発信するのがコーデ選手権参加者の特長でもあります。



できること②リアルデータに基づいた「売れる」商品コラボ

1:「ニコ☆プチ」コラボ

編集部の監修、読者の声、さらにハイセンスで感度の高い「ニコ☆プチ」専属モデルへのヒアリングをデザインへ反映できます。

誌面で経過を伝え、投票してもらうなどにより「わたしたちのための、わたしたちの意見が採用された、わたしたちに相応しい商品」と認知が高まります。

限定ノベルティや、本誌抜き刷り配布物制作、店頭POP二次使用など売り場でも連動感を高めます。

※年間最低出稿本数や品数制限など、業種・商品内容によって制約がございます。詳細は別途お問い合わせください。



↑「ニューヴォガール」様コラボブーツ。限定ノベルティに誌面使用ロゴを使った缶バッジを配布されました。
↓「JINS」様コラボメガネ。KIDSカテゴリで異例の売れ行きを記録されました。





できること②リアルデータに基づいた「売れる」商品コラボ-2

2:「ニコ☆プチスクール」コラボ

「n☆p school」(ニコ☆プチスクール)はライセンス商品群となります。通常コラボ開発とは異なり、最低本誌出稿本数といったハードルを極力排除しています。

「オシャレに興味関心・感度の高い女子小学生の学校を含んだ日常」に寄り添う、「ニコ☆プチ」の世界観に合ったデザイン性の高い商品開発を「ニコ☆プチ」と一緒に取り組むのが「ニコ☆プチスクール」コラボです。

ロゴ(アレンジ含め可)のデータ使用、「ニコ☆プチ」ブランドタグ(共通)のご利用、本誌画像二次使用提供可(※商品カテゴリによって条件が異なります、個別にお問い合わせください)、また本誌編集ページなどでも積極的に紹介をして、ブレない「ニコ☆プチ」ワールドを読者に届け、企業様の商品認知増、実際の購入へとつながるように取り組んでいます。





できること③ 認知→実際の購入、そしてさらに参加へ イベント企画

1:年に1度の大型祭典、読者憧れの「プチコレ」イベント

完全招待制、世界でもおそらく唯一の「女子小学生参加型ファッションショーイベント」が「ニコ☆プチ ガールズコレクション」、通称「プチコレ」です。

参加は協賛クライアント企業様の商品購入の上、ショーステージ参加へ応募をいただく形式です。全国ほぼすべての都道府県から応募があり、編集部が選考をした合格者だけがステージに立てる、夢の空間となっています。

当日は、ステージ参加読者と、一般観覧読者の抽選当選者約3000名（保護者同伴）が会場を埋め尽くします。

※参加者詳細情報は、「プチコレ」開催報告書をご参照ください

ステージ協賛だけでなく、ブース協賛、サンプリング協賛も可能。

ブースは、ショーステージの合間に「プチコレ限定商品」購入や新商品タッチ&トライ、アンケートと交換のノベルティ集めなど、積極的に読者が訪れるゾーンになっています。

コラボ商品や、イベント限定商品は、「今日の記念」「思い出のスーベニア」といった感覚で、保護者の方も積極的にお買い求めになります。



2:店頭イベント

アパレルブランド企業様、商業施設様での実施実績が数多い、店頭イベント。

モデルのトークショーや、質問大会、抽選会やモデルと記念撮影(読者のカメラにてスタッフが撮影)など、購入参加特典とすることで商品購入のブッシュアップをします。

特にモデルとの記念撮影会は人気企画です。

企業様が出店されている商業施設に、「ニコ☆プチ」掲載の他ブランド様や企業様がある場合は、コラボイベントなども提案・ご紹介ができるケースもあります。

※本誌撮影を優先としているため、またモデルが未成年で地方在住者も多いことから、イベント実施可能時期、開催時間帯が制限されます。予めご了承ください。交通費、宿泊費などの諸経費も必要となります。お見積りお問い合わせください。



モデルのトークショーや抽選会、3ショット撮影会など購入特典として参加整理券を配布。
「京王百貨店」様イベントでは、館内出店のブランド各社が参加、協賛をして「夏のファッションショー」を開催されました。
ショー会場の横には、おもちゃ売り場取扱い商品の体験ブースも用意され、多くのお子様が来店し楽しんでいました。



広告掲載料金



おしゃれに興味のある女子小学生で知らない人はいないほどの認知度を誇る、女子小学生ファッションブームの火付け役。

近年では全国各地での百貨店、ショッピングモールでのイベントも増えています。アクティブな読者はファッションアパレル各社にとっては「顧客」であり、雑誌と連動したマストバイキャンペーンなどの効果が高いとご好評いただいております。

1年に一度の大イベント「ニコ☆プチ ガールズコレクション」は昨年で9回目を迎え(2020年は未実施)、全国から売り場を経由した数千件の応募の中から選ばれた約800名が夢のランウェイを歩きます。(来場者は親子合わせて約3000名/観覧読者含む)
親子の距離が非常に近い事も特徴です。

掲載面	色数	スペース	料金(円)	原稿サイズ(mm) 天地×左右	
表4	4C	1P	1,700,000	265x200	部分タチ切り
表2	4C	2P見開き	3,000,000	284x420	タチ切り
目次対向	4C	1P	1,500,000	284x210	タチ切り
表3	4C	1P	1,400,000	284x210	タチ切り
中面	4C	1P	1,400,000	284x210	タチ切り
	4C	タテ1/3P	550,000	265x57	枠付
ハガキ	1C	一葉	1,500,000	147x100	

◆オールオフセット

◆中綴じのため、4C1Pの文字・ロゴなどは左右195mm以内におさめてください。

◆バック地は210mmの寸法で仕上げてください。

◆タイアップ広告の締切は発売日の60日前です。2ページからで、制作費は1ページにつき30万円(ネット)申し受けます。その他特別取材(モデル指定、遠隔地取材、共同商品開発など)は別途、実費請求とします。