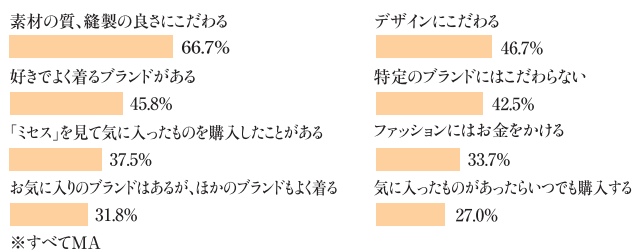


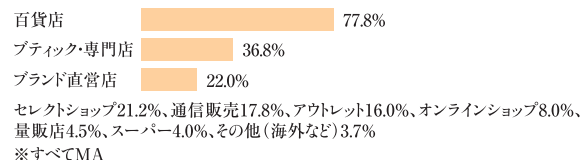
Fashion

読者のファッションへの関心はとて高く、真におしゃれ好きな女性たちです。基本的に、洗練されたスタイルを愛し、トレンドをほどよく取り入れたり、甘すぎない大人の可愛らしさを表現したスタイルを好みます。きちんとした外出着はもちろん、カジュアルウェアでも、大切なことは、「品のあること」。高額だから良いという価値観ではなく、長く大切にできる上質なものを、身に着ける喜びや満足を与えてくれるものを求めています。これは「ミセス」のファッション提案の大原則でもあります。

ファッションに興味がある 76.0%



ファッションの購入場所



Jewelry & Watch

読者は、美しいという感動はもちろん、深い愛情を長く持てるものを好みます。物作りへの関心も高く、作り手が情熱を注ぎ、丹念な工程を経て生み出される「物語のあるもの」に対してひとときわ愛着を感じる女性たちです。洋服、革小物もちろんですが、ジュエリーやウォッチブランドの価値観やブランドストーリーに触れる企画にも熱心な反応がうかがえます。

信頼できる百貨店、直営店で購入する



価格よりも品質やデザインの良さを重視する



特定のブランドにこだわらない



家族から受け継いで大切に使っているものがある



自分へのご褒美として購入する



※すべてMA

最近1年間のファッション購入額 平均 45.0万円

100万円以上 12.5% 最高500万円

所有している最も高額なジュエリーの購入額

100万円以上 27.1%
（*うち、300万円以上 5.3%） 最高1,500万円

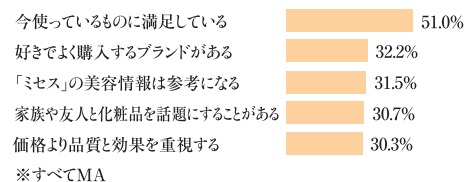
所有している最も高額な時計の購入額

100万円以上 9.8%
（*うち、300万円以上 0.8%） 最高2,000万円

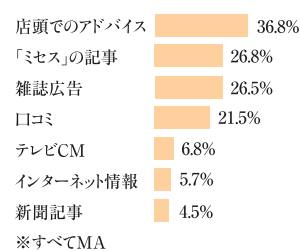
Beauty

読者の3大悩みは、しみ、たるみ、しわ。自分が納得したスキンケア製品には高額な出費も惜しみません。理想とする肌を実現するための探究心は旺盛で化粧品に対する熱意に溢れています。ただし、いわゆる美容マニアとは一線を画し、十分に吟味して選択している傾向が見られます。情報は自分の美感、価値観にじっくり信賴できるものから得よう。頻繁なブランドスイッチはしないものの3割近くの読者はブランドスイッチのきっかけが「ミセス」の美容情報によると答えています。

化粧品に興味がある 54.2%



化粧品を購入するときに参考にするのは



5年以内に、現在使用している
スキンケア製品に
ブランドスイッチしたきっかけ

1位 雑誌広告 30.9%
2位 「ミセス」の記事 29.2%
3位 口コミ 27.5%
※すべてMA

美容の悩み

1位 しみ 4位 くすみ
2位 たるみ 5位 髪の毛のボリューム
3位 しわ 5位 毛穴
※すべてMA

化粧品の購入場所



ドラッグストア15.3%、通信販売14.7%、オンラインショップ7.5%、訪問販売5.3%、スーパー1.2%、その他（エステティックサロン、美容室、海外クリニックなど）12.5%
※すべてMA

1か月の化粧品購入額 平均 1.6万円

2万円以上 32.1% 最高10万円

