

角川グループが発行している若い女性向け月刊情報誌『ChouChou（シュシュ）』の休刊が明らかになった（9月19日付け朝日新聞）。

「紙以外の新しい媒体を模索するため雑誌のラインアップを見直した結果という。93年創刊で、公称約6万2000部」とのこと。

つい先日、集英社の『PINKY』の休刊が発表されたばかり。今後は、この世代の女性誌は相次いで休刊されていく可能性が高い。大手広告代理店9社の雑誌広告への出稿量は、前年比で70%に達していない。この広告不況が、女性誌を直撃している。

しかし、本当の原因は別だ。それは、この世代の紙離れが一気に進み、もう紙には戻ってこないことが判明したからである。『ChouChou』の場合、すでに2007年には、関西版が休刊している。『ChouChou』は、角川グループが1990年代初めに大ヒットさせた『〇〇ウォーカー』の女性版として創刊された情報誌だが、もはや、情報を紙で得ようとする若い女性はほんといないだろう。



ライフスタイル誌への転換もうまくいかなかった

それでも今年の4月、『ChouChou』は大幅にリニューアルされ、サイズも大きくした。そして、それまであったテレビ欄をなくした。情報誌から、トレンド&ライフスタイル誌に生まれ変わろうとしたわけだが、この消費不況下では、女性たちが憧れるライフスタイルなどほとんどない。

イベントやショップなどの都会のトレンド情報に、2週間分のテレビ欄があるという「ウォーカー的」コンセプトは、もはや完全に過去のものとなった。