　世界文化社は、大日本印刷と連携して、月刊誌「家庭画報」と通販サイト「家庭画報ショッピングサロン」を融合するブランディングプロジェクトを立ち上げた。
　世界文化社では年6回にわたり、通販カタログ「家庭画報ショッピングサロン」を年間計520万部以上配布している。今回の事業は大日本印刷のＣ＆Ｉ事業部が担当している。

女性誌を持つ出版社はどこも広告費の急落に危機感を強めていて、打開策としてブランドビジネスに参入するようになっている。しかし、このビジネスもすでに飽和状態にあり、出版社の収益を大幅に改善するにはいたっていない。