

報道関係各位  
プレスリリース

2021年3月15日  
コンデナスト・ジャパン

『VOGUE JAPAN』を発行するコンデナスト・ジャパンが、長年のラグジュアリービジネスのノウハウを活かした「コンデナスト富裕層総研」を設立。



『VOGUE JAPAN』『GQ JAPAN』を発行しているコンデナスト・ジャパン（東京都渋谷区、社長兼職務執行者 北田淳）は、富裕層をターゲットにしている顧客企業のマーケティングおよびコンテンツ/クリエイティブ制作を支援する「コンデナスト富裕層総研（英語名：CONDÉ NAST HNWI Lab.）」を2021年3月より開始することを発表いたしました。

コンデナストが保有するクリエイティブエージェンシー事業部門である『CNX』（読み：シー エヌ エックス URL：<https://condenast.jp/cnx/>）とデータ分析のエキスパートである「データソリューションセンター」のメンバーが中心となり、これまで長年にわたりラグジュアリー業界で蓄積した富裕層向け施策のノウハウを専門的に提供します。

#### 【コンデナスト富裕層総研サービス概要】

■コンデナスト・ジャパンが発行する『VOGUE JAPAN』『VOGUE GIRL』『VOGUE Wedding』『GQ JAPAN』『WIRED』のメディアから得られる各種コンテンツ消費データやインサイト、読者や登録会員をベースにしたリサーチの実施などを通じて、顧客の富裕層マーケティングに対するコンサルテーションを実施。

■顧客のオウンドメディア等のアセット向けにコンデナスト・クオリティのコンテンツ/クリエイティブ制作の納品、Web サイトやソーシャルメディアの運用支援、イベントの実施運営など、各種アウトプットの提供。

■『VOGUE JAPAN』『VOGUE GIRL』『VOGUE Wedding』『GQ JAPAN』『WIRED』メディアを活用した富裕層向け広告プロモーションの提供。

■コンデナストがマッチングハブとなり、富裕層をターゲットにしているクライアント同士の WIN-WIN のコラボレーション機会を提案することで、相乗効果を創出。

コンデナスト富裕層総研は、下記2点の優位性を保有する組織として、クライアントや広告代理店など関係する企業の皆様と共に独自性のあるポジションの確立を目指して参ります。

- ・ 5 億人規模のオーディエンスを保有するグローバルメディア企業が母体であり、配信記事の分析等を通じて富裕層の嗜好やトレンドを直接把握できること
- ・ コンデナストのクリエイティブエージェンシー事業部門『CNX』内の組織として、提案・提言に加えて自らソリューション実行力を持つこと

### 【CNX の実績事例】

■ Mercedes-Benz LIVE!

<http://mb-live.jp/>



メルセデス・ベンツに似合うファッション、乗って出かけた場所、高感度なメルセデス・オーナーがおすすめるスポットなどメルセデスの多彩な車種に重なる、クルマにまつわる多彩なコンテンツを制作。

■ AUDEMARS PIGUET

<https://borninlebrassus.audemarspiguets.com/>



世界的高級時計オーデマ・ピゲの日本向けオウンドメディアの制作。日本でのデジタルコミュニケーションを強化、また顧客のデータを収集し、最適な広告配信とコミュニケーションを実施。

<お知らせ>

「宣伝会議」主催の「アドタイ・デイズ」にて、本事業のオンライン説明会を実施いたします。  
視聴は事前登録制となりますので、下記詳細をご確認の上、ご参加ください！

日時：3月18日（木）16:00～

登壇者：『コンデナスト富裕層総研』 責任者 石田 樹

>> 詳細はコチラ

URL：[https://www.sendenkaigi.com/event/advertimes-days\\_2021\\_spring/#day2](https://www.sendenkaigi.com/event/advertimes-days_2021_spring/#day2)

### 【CNX について】

コンデナストがグローバルで展開しているフルサービス・クリエイティブ・エージェンシー組織です。2019年11月1日付で『CNX JAPAN』としての活動を開始し、コンデナストのグローバルチーム、そしてコンデナスト・ジャパンの各組織とも連携しながら次のサービスをクライアントの皆様へ展開しています。

- ・ 「VOGUE STUDIO」「GQ STUDIO」「WIRED STUDIO」によるカスタムソリューション提供、及びこれに関係するコンサルティングや戦略立案・推進
- ・ 「CONDÉ NAST CREATIVE STUDIO」によるホワイトレーベルでのクリエイティブ・ソリューション提供、及びこれに関係するコンサルティングや戦略立案・推進
- ・ 「EXPERIENCE DESIGN CENTER」（旧 COMMUNICATION DESIGN CENTER より改称）によるエクスペリエンス（イベント）企画/制作（ブランデッド、ホワイトレーベル）
- ・ 「SOCIAL MEDIA CENTER」との連携を通じたソーシャルメディア戦略立案と推進
- ・ 「CNX」専門セールスチームによる新規顧客・ビジネス開発

『CNX』（読み：シー エヌ エックス URL：<https://condenast.jp/cnx/>）

### 【コンデナストについて】

コンデナストは、Vogue、The New Yorker、GQ、Glamour、AD、Vanity Fair、Wired などの象徴的なブランドを擁したグローバルメディア企業です。同社の受賞歴を誇るコンテンツは、印刷物で 7,200 万人、デジタルで 3 億 4,400 万人、ソーシャルプラットフォームで 4 億 5,100 万人の消費者に届けられ、毎月 10 億回以上の動画視聴を得ています。同社はニューヨークとロンドンに本社を置き、世界中の現地ライセンスパートナーとの提携のもとに、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、メキシコ、ラテンアメリカ、ロシア、スペイン、台湾、英国、米国を含む世界 32 の市場で事業を展開しています。2011 年に発足した Condé Nast Entertainment (CNÉ) は、映画、テレビ、ソーシャルビデオ、デジタルビデオ、バーチャルリアリティにわたるプログラミングを作成する、数々の賞を受賞した制作および配信スタジオです。コンデナスト・ジャパンは、1997 年の設立以来、20 年以上にわたりハイクオリティーでプレミアムなコンテンツを発信してきました。1999 年に創刊した『VOGUE JAPAN』をはじめ、『GQ JAPAN』『WIRED』日本版、『VOGUE Girl』『VOGUE Wedding』を日本で展開しています。雑誌、デジタルマガジン、ウェブサイトでのコンテンツ発信に加え、「VOGUE FASHION'S NIGHT OUT (FNO)」「VOGUE JAPAN Women of the Year」、そして「GQ Men of the Year」では、強力なエクスペリエンス（体験）をオーディエンスの皆様へ提供しています。また、日本市場の複雑なニーズと絶え間なく変化するメディア環境に対応するため、2014

年にホワイトレーベルのクリエイティブスタジオ事業「Condé Nast Creative Studio」をローンチし、2020年1月にはこれをフルサービス・クリエイティブ・エージェンシー「CNX」としてリブランディングしました。2016年にはビデオコンテンツを扱う「Condé Nast Video」事業を立ち上げ、映像事業領域でもプレミアムプレーヤーとしていち早く活動を開始しました。さらに、Gen Z に向けた新たなプロジェクト「Rumor Me」や Condé Nast Social Talent Agency を 2019 年に立ち上げ、ソーシャルメディア、次世代のクリエイティブ・インフルエンサーとの事業を開始しています。

コンデナスト・ジャパン 公式サイト：www.condenast.jp

LinkedIn 公式アカウント：www.linkedin.com/company/condenastjapan

コンデナスト・グローバル 公式サイト：condenast.com

インターネットへ掲載の場合、次の URL を掲載の上リンクしてください。

<https://condenast.jp/cnx/>

**【本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先】**

コンデナスト富裕層総研 PR (担当：冨田) masayoshi.tomita@condenast.jp

<https://condenast.jp/cnx/>