

FRAU×SDGsプロジェクト企画

ワンテマ・マガジンとして様々なムーブメントを作りだしてきた『FRAU』。2018年12月にはSDGsの認知を高めるため、日本の女性誌として初めて「一冊まるごとSDGs号」を刊行、これまでのSDGs関連書籍や雑誌特集とは違って、ライフスタイルから社会を変える！変えられる！ことを丁寧に訴求しました。同時に、企業、団体、読者と一体になった「FRAU×SDGsプロジェクト」を発足、共創の場を通して、2030年までにソーシャルインパクトを創出することを目指します。

実施活動内容

- 日本の女性誌初1冊丸ごとSDGs号の刊行
(2018年12月20日発売) ※2度の重版
- 出版記念ネットワーキングパーティー(2018年12月20日実施) @講談社
※約150名のパートナー参加
- magazine for twoの実施(2018年12月20日～) @一部書店
※身近な方への話題拡散のため、1冊の値段で2冊セット販売し、1冊を知人にプレゼントすることを促すキャンペーン
- FRAU×料理通信コラボイベント(2019年2月23日実施) @maruta / 調布
- FRAU WEBにSDGs特集タブを設置し、取り組みを継続
- FRAU本誌での連載を開始
- タイアップ記事の二次使用料を1年間無料にし、協賛企業自身の話題拡散を支援
- FRAU×SDGs会員の募集 *2019年9月現在約500名



本誌表3. 19の企業・団体などがパートナーとして協賛

企画の特徴

従来のメディアカ、読者ターゲットの理論から離れ、ワンテマ・マガジンのFRAUらしく、掲げたアジェンダへの共感によりパートナーを集め、パートナーにはコンテンツを共有してプロジェクト自体の拡散を目指しました。

一見難しい課題を雑誌の編集力で身近なストーリーに置き換え、各企業にはそのストーリーにライディングしてもらい、読者にはその活動を理解してもらい、という枠組みを目指しました。

社会的課題を解決しようとする企業の哲学や活動を記事化することで、それを付加価値と感じた読者が「ちょっと高いけどこちらを買おう」と行動する新しい流れがあることを証明しようとしてみました。つまり、モノを推すタイアップとは逆に、各企業の哲学、活動を支援する消費を促すタイアップを作りました。

新しい広告価値として従来の広告メニューにとどまらない協賛

*本誌表3にパートナーとして掲載

アセット協賛

情報・資料、ソリューションの提供やイベント共催など企業のもつアセットを持ち寄っていただく協賛

アンバサダー協賛

本誌を買い上げていただき、自社の顧客や流通に載せて本誌を配布していただき、拡散する協賛

純広・タイアップ協賛

広告出稿

FRAU×SDGsプロジェクト

エグゼクティブ・プロデューサー：関 龍彦 ディレクター&エディター：熱田千鶴
AD：峯崎ノリテル D：正能幸介 I：山口洋佑 プロデューサー：石川淳哉 M：FRAU(31・1)
企画主旨：地球からのポジティブな宿題＝SDGs、日本での認知率はまだ低く、それを打破するために企画。これまで様々なムーブメントを創ってきたFRAUが、今度は社会問題を解決するための企業、自治体、読者との共創の場を提供します。