

# COURRIER

JAPAN



SUSTAINABLE  
DEVELOPMENT  
GOALS

2021年10月企画

## 【連合企画】世界食料デー

世界の食料問題を考える日。  
クーリエ・ジャポンの特集を通じて、貴社の食料問題に対する  
考えや取り組みを消費者にわかりやすく伝えます。

## 10月16日は「世界食料デー」です。

### 【世界食料デーとは】

国連が定めた世界の食料問題を考える日です。  
最も重要な基本的人権である「**食料への権利**」を現実のものにし、  
世界に広がる飢餓、栄養不良、極度の貧困を解決することを目的としています。  
毎年、日本のみならず世界各地で食料に関するイベントやシンポジウムなどが  
開催されています。

### 【特集企画のご案内】

クーリエ・ジャポンでは10月16日の「世界食料デー」を記念して、  
世界の食料問題に関する大型特集を実施いたします。  
本企画では国内の食品メーカーをはじめ、フードロスの削減に取り組む  
各企業のご担当者様へインタビューを行い、食料問題に対する考えや  
取り組みを消費者にわかりやすく伝えます。

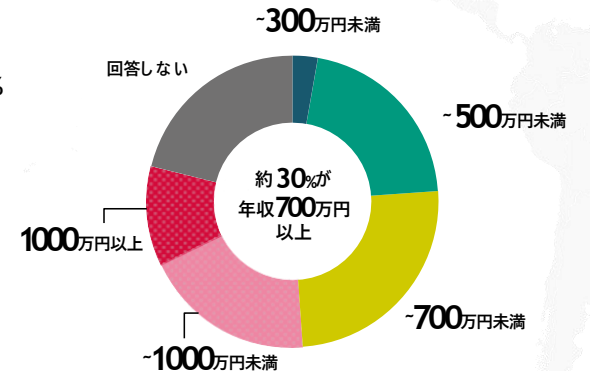
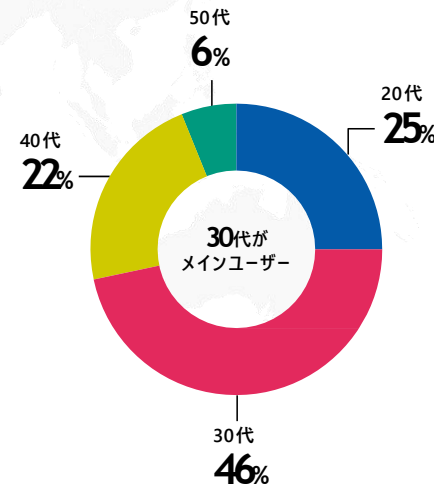


## グローバル志向の読者に 支持される会員制メディア

クーリエ・ジャポンは「世界の潮流」と「多様な価値観」をお届けする会員制ウェブメディアです。  
世界100以上の海外メディアの情報を翻訳し掲載。  
英語圏のみならず、世界中の最良の記事をセレクトし、  
政治からビジネス、カルチャー、SDGsなど世界の情報を  
幅広くお届けしております。

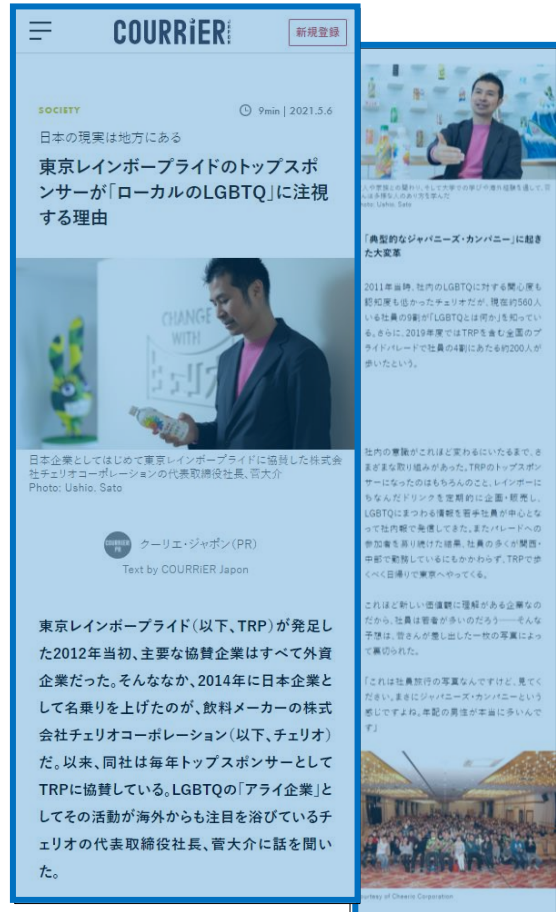
**#SDGs #LGBTQ #国際政治**  
**#新しい働き方 #スタートアップ**

**PV:33,500,000+ UU:15,400,000+**  
**有料会員:11,500+**



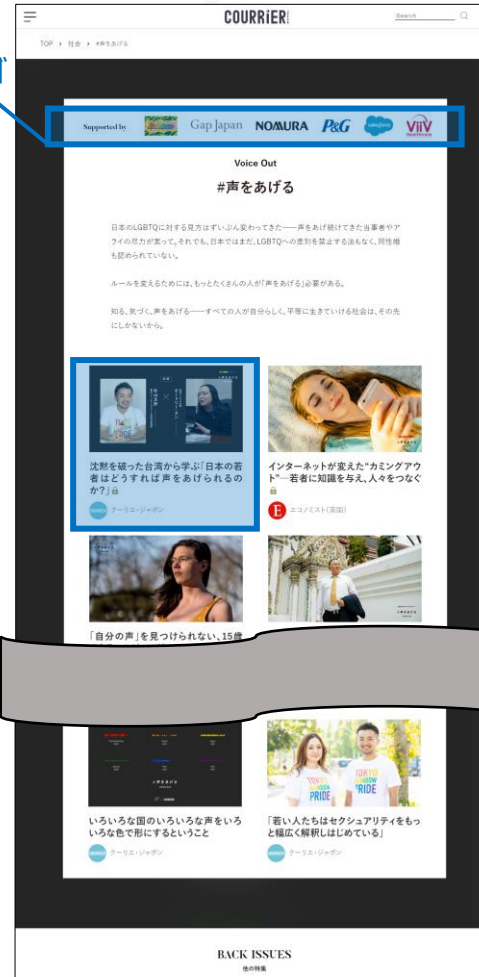


## ① インタビューTU記事



## ② 特集ページ スポンサー

協賛社ロゴ  
掲出



## ● 企画概要

協賛社のご担当者へインタビューを実施。企業の取り組みをタイアップ記事として掲載いたします。  
また、サイト内にはインタビューTU記事をはじめとする当企画の特集ページを設置。特集ページをスポンサーの形でヘッダー部分に「Supported by 協賛社ロゴ」を掲出いたします。

PV：12,000PV保証

誘導期間：1ヵ月～/クーリエ誘導枠及びSNS

リンク：本文中テキスト

広告表記：誘導枠・記事タイトルには「PR」、記事中には広告主様名を表記します。

### 実施料金：G1,800,000円

※遠方ロケや出演者により、別途制作費が発生する場合があります。

※外部誘導を行う可能性があります。

クーリエ・ジャポンウェブサイトから  
1か月間の誘導

COURRIER JAPAN



クーリエ・ジャポン公式SNSアカウントより  
TU記事を各1回ポスト

COURRIER JAPAN



## ①インタビューTU記事

新規登録

SOCIETY 9min | 2021.5.6

日本の現実とは地方にある  
東京レインボープライドのトップスポンサーが「ローカルのLGBTQ」に注視する理由

「典型的なジャパニーズ・カンパニー」に起きた大変革

2011年当時、社内のLGBTQに対する関心度も認知度も低かったチェリオだが、現在約560人いる社員の9割が「LGBTQとは何か」を知っている。さらに、2019年度ではTRPを含む全員のプライドパレードで社員の4割にあたる約200人が参加したという。

社内の意識がこれほど変わっているまで、さまざまな取り組みがあった。TRPのトップスポンサーになったのはもちろんのこと、レインボーにちなみドリンクも定期的に企画・販売し、LGBTQにまつわる情報を管理社員が中心となって社内報で発信してきた。またパレードへの参加者を選び続けた結果、社員の多くが関西・中部で勤務しているにもかかわらず、TRPで歩くべく日帰り東京へやってくる。

これほど新しい意識が理解がある企業なのだから、社員は皆多いのだろう——そんな予感は、皆さんが差し出した一枚の写真によって裏切られた。

「これは社員旅行の写真なんですけど、見てください。まさにジャパニーズ・カンパニーという感じですね。年配の男性が本当に多いんです」

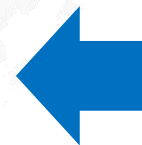
（courtesy of Cherie Corporation）

日本企業としてはじめて東京レインボープライドに協賛した株式会社チェリオコーポレーションの代表取締役社長、菅大介  
Photo: Ushio, Sato

クーリエ・ジャポン (PR)  
Text by COURRIER Japan

東京レインボープライド（以下、TRP）が発足した2012年当初、主要な協賛企業はすべて外資企業だった。そんななか、2014年に日本企業として名乗りを上げたのが、飲料メーカーの株式会社チェリオコーポレーション（以下、チェリオ）だ。以来、同社は毎年トップスポンサーとしてTRPに協賛している。LGBTQの「アライ企業」としてその活動が海外からも注目を浴びているチェリオの代表取締役社長、菅大介に話を聞いた。

協賛社ロゴ  
掲出



## ②特集ページ スポンサー

TOP / 社会 / 特集ページ

Supported by Gap Japan NOAMURA P&G Viiv

Voice Out  
#声をあげる

日本のLGBTQに対する見方は少しずつ変わってきた——声をあげ続けてきた当事者やタイの法務官が語って、それでも、日本ではまだLGBTQへの差別を禁止する法もなく、同性婚も認められていない。

声をあげるためには、もっとたくさんの人が「声をあげる」必要がある。

知る、気づく、声をあげる——すべての人が自分らしく、平等に生き抜ける社会は、その先にしかないから。

沈黙を破った台湾から学ぶ「日本の若者はどうすれば声をあげられるのか？」

「自分の声」を見つけれない、15歳

「若い人たちはセクシュアリティをもっと幅広く解釈してほしい」

BACK ISSUES  
他の特集

# 申し込みスケジュール



- お申込み締切：21年9月10日（金）まで
- 打ち合わせ：21年9月中旬まで
- 取材・撮影：21年9月中旬から下旬まで
- 校了：21年10月上旬
- 掲載開始：21年10月11日（予定）

※ご協賛企業様が3社様未満の場合は開催を見送る可能性があります点、ご了承ください。

## ●企画に関するお問い合わせ

講談社 第一事業局 コミュニケーション事業第一部

TEL:03-5395-3642

メール：[courrier@kodansha.co.jp](mailto:courrier@kodansha.co.jp) (クーリエ・ジャポン 広告掲載フォーム)

## ●クーリエ・ジャポンのHP

<https://courrier.jp/>

## ●クーリエ・ジャポンの媒体資料

[https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20210615172235\\_2d5f032f.pdf](https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20210615172235_2d5f032f.pdf)

## ●クーリエ・ジャポンの企画予定一覧

[https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20210806202752\\_2f1244b9.pdf](https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20210806202752_2f1244b9.pdf)