



**6月5日「世界環境デー」  
特集企画のご案内**

2022年4月  
講談社

## 6月5日「世界環境デー」

72年12月国連総会で、環境保全に関心と理解を深め、積極的に保全活動を行う意欲を高めることを目的とし、制定された記念日です。

同日は、世界各国にて環境保全の重要性を認識、行動の契機とするための様々な行事が行われています。

### 【特集企画のご案内】

クーリエ・ジャポンは、2023年6月5日の「世界環境デー」にあわせた特集企画を実施いたします。

温暖化や大気汚染、水質汚染といったものだけでなく生活に即した「騒音問題」から、外来種による生態系問題他、様々な環境問題が存在します。

顧客が企業を支持する指標の一つとして「環境問題への対策姿勢」が重要になっていることは間違いありません。



©Photo by iStock



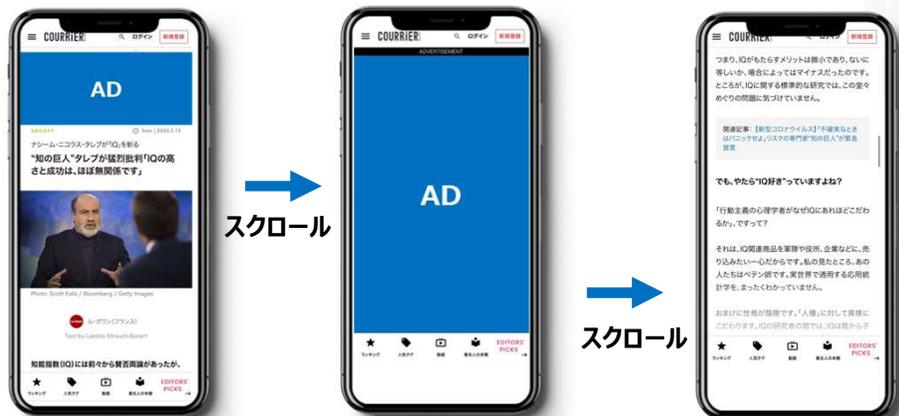
# 企画内容

# メニュー①バナージャック【国際環境デー限定】

PCジャックイメージ（バナーは3か所）



SPジャックイメージ（バナーは2か所）



2023年6月5日の国際環境デーに合わせて、クーリエ・ジャポン内にて、リッチなディスプレイ広告で1ページジャック致します。

※全ページのジャックではございません。

※広告枠の元となる画像素材をご支給いただき作成するため、4週間ほど制作期間を頂きます。

サンプルページ <https://courrier.jp/news/archives/193571/>

## クーリエ・ジャポン ディスプレイAD

掲載期間	5日間 (6月2日(金) 正午ごろ～6月6日(火) 23:59)
想定imp	1,000,000imp
平均CTR	0.2%～0.3%
制作期間	4週間 (広告枠の元となる画像素材をご支給いただきます)
掲載料金	G5,000,000円

# バナージャック【テンプレート】

PC バナーテンプレート

画像	動画	スクロールダウン
<p>トップバナー部</p>	<p>トップバナー部</p>	<p>サイドバナー部に画像</p>
<p>画面の両端までの領域</p>	<p>画面の両端までの領域</p>	<p>サイドバナー部に動画</p>
<p>画面全体で一つの画像</p>	<p>画像と動画</p>	<p>(*) いずれの画像部も マウスオーバーによる エフェクトの追加が可 能です</p>

SP バナーテンプレート

	パターン 1	パターン 2	パターン 3	パターン 4
トップ				
メイン				

※入稿規定の詳細は別途お問合せ下さい

# メニュー②タイアップ広告記事

## 掲載イメージ



<https://courrier.jp/news/archives/242005/>



<https://courrier.jp/news/archives/280958/>



<https://courrier.jp/news/archives/268383/>

## 企画概要

ご担当者様へインタビューを実施し、御社の環境問題への取り組み内容をタイアップ記事として掲載いたします。

PV：12,000PV保証

誘導期間：1ヵ月～/クアリエ誘導枠及び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。

## 実施期間：6月中旬公開

## 実施料金：G1,800,000円

※スケジュールは進行状況に応じて変動いたします。

※遠方ロケの場合、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。

※記事アーカイヴあり

# メニュー③ インタビュー-TU記事+動画

COURRIER

SOCIETY

「夢先遣員」への挑戦  
買いたいもの「めんどくさい」をBNPL(あと払い)で解消したい—D&I文化が育んだ「ペイディ」

株式会社PaidyのCM。右から左へスクロールして、Paidy(D&I)サービス提供の裏面。2022年度の「めんどくさいのあそび」にも活用された。Photo: Ko Sakai

ナリエイ・ワシントン (PR)

Text by COURRIER Japan

いま注目されるBNPL(あと払いサービス)の勢いとして、次世代の買いたいものを創造する株式会社Paidy。同社が提供する「ペイディ」は、クレジットカードがある。

いま、オンラインでの決済手段としてBNPLサービスを選ぶ人が業界外で急増している。BNPLとは「Buy Now Pay Later(いま買ってあとで払う)」の略で、送料が無料かつ支払い方法や期限を柔軟に設定できるのが利点だ。

BNPLは、クレジットカードの普及率が低い日本においても急速に利用者が増えてい...

スマートフォンで買いたいものをするにしても、決済時にカードを取り出して番号を入力する手間があります。いまの時代の買いたいものにクレジットカードが最適というわけでは決してありません。

画像

キャッシュレス化が進む日本だが、実はオンライン・ショッピングの決済ではまだまだ多くのユーザーが「代引」を選んでいる。代引は決済時の確実となるのが、現金支払いの手間、そして返品処理だ。ECサイト加盟店にとっても代引時の返品プロセスが複雑な点に加え、配達時の不在で決済が滞るなど、ロスが非常に大きい。

シルビアは日ごろから、ペイディに対するユーザーの声をSNSなどでチェックすることを欠かさない。特に印象的だったのが、「ペイディのおかげで余裕ができた」という投稿だった。単に荷物が買えるというだけでなく、ペイディがあることでユーザーの生活がゆとりが生まれたことが何より嬉しかったという。

画像

サム @same.washed フォローする

ペイディにいつも救われてるんだけど来月まで待たないで来月分まとめてすぐ払い戻してまた救われそう。金どきときに支払えるのは便利

午後11:46 · 2022年3月5日

19 返信 共有

4件の返信を読む

ペイディの「3国あと払い」サービスは、多様性を尊重するPaidyの企業文化から生まれたとシルビアは

## 企画概要

メニュー②に対して、動画収録も追加した形です。

- PV : 12,000PV保証
- 想定動画再生数 : 5,000~15,000
- 動画尺 : 実施内容に応じてご相談
- 誘導期間 : 1か月~/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。

**誘導期間 : 6月中旬公開**

**実施料金 : G3,000,000円~**

- ※インタビュー動画は御社へ納品（二次利用フリー）いたします。
- ※スケジュールは進行状況に応じて変動いたします。
- ※遠方ロケの場合、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。
- ※記事アーカイブあり

## メニュー②③スケジュール（6月中旬記事公開）

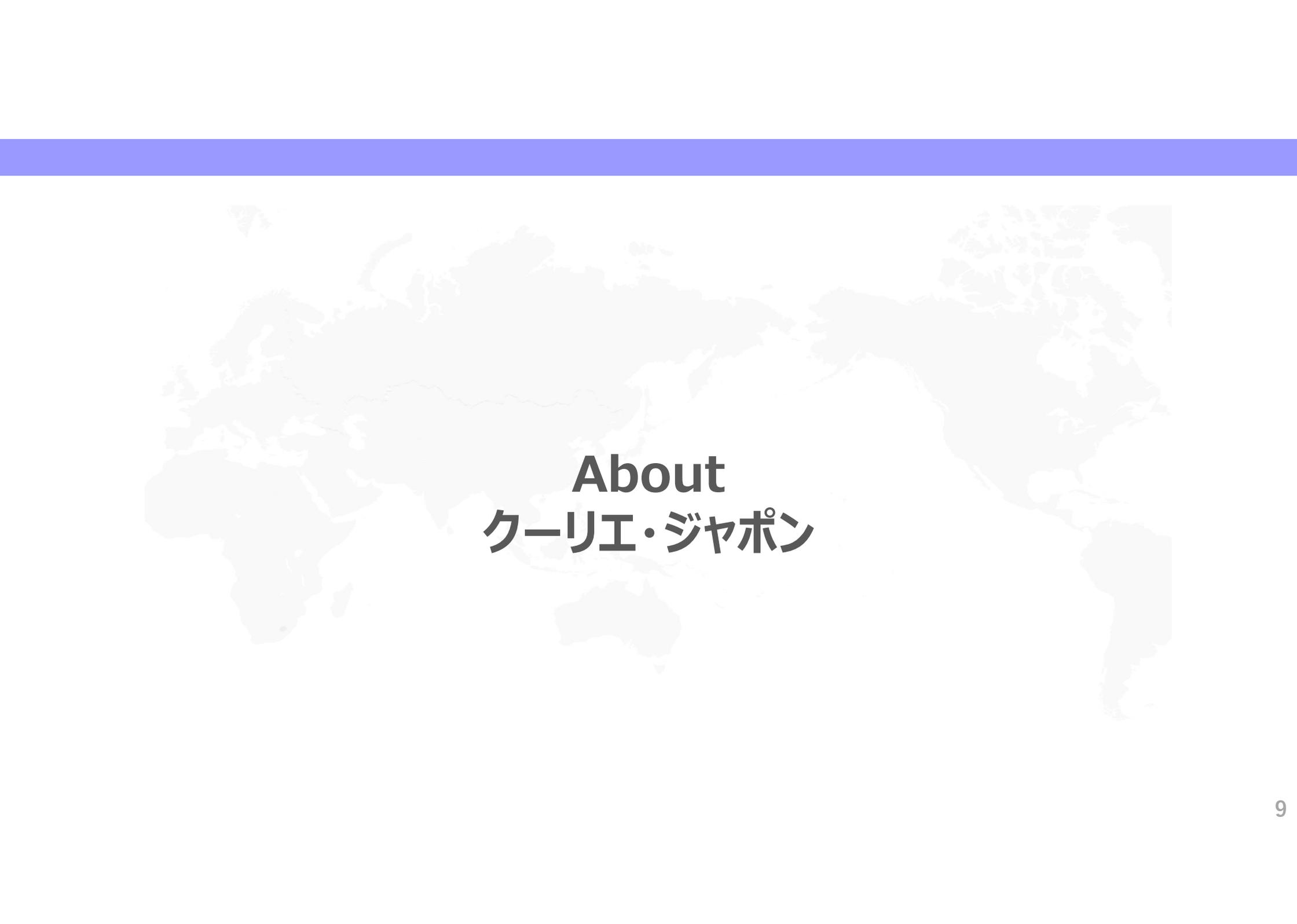


（記事スケジュールの目安）

- お申込み締切：4月末
- 打ち合わせ：5月上旬まで
- 取材・撮影：5月中旬まで
- 記事校正：6月上旬
- 掲載開始：6月中旬（予定）

（記事スケジュールの目安）

- お申込み締切：4月末
- 打ち合わせ：5月中旬まで
- 取材・撮影：5月中旬まで
- 記事校正：6月上旬
- 掲載開始：6月中旬（予定）



**About  
クーリエ・ジャポン**

## 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し、英語圏のみならず、世界中の最良の記事を厳選中。  
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。



提携メディア一覧

**100+**  
掲載している  
海外メディアの数

**MEDIA** 日本で唯一の「世界標準マガジン」

英語圏の情報だけでなく  
世界中の有カメディアから  
最良の記事をセレクト。

フランスの知識人に支持されている週刊新聞「クーリエ・アン  
テルナショナル」と連携し、「ニューヨーク・タイムズ」や「ガー  
ディアン」、「ル・モンド」といった世界中のメディアから「最  
も重要な情報」だけを厳選してお届けしています。

Logos shown include: FT (Financial Times), Guardian, Spiegel Online, VIVA!, Khabar 24, Komzomorskaya Pravda, Izvestiya, Agony, Kommersant, Rottman Management, Wolras, Figaro, Monde, Libération, L'Espresso, Le Monde Diplomatique, Step, Asia Times, Asia Weekly, Far Eastern Economic Review, Ming Pao, South China Morning Post, Korea Herald, Korea JoongAng Daily, East Asia, Atlantic, New York Times, Inc., Arab News, Al Jazeera, India Today, Outlook, Straits Times, Sydney Morning Herald, The Age, Australian, The New Zealand Herald, Folha, Forth, San Paulo, Sina, Snec, LN, Clarin.

## コンテンツテーマ

国が違えば意見が異なるのもあたりまえ。ひとつの出来事を多面的に紹介できるのもクーリエ・ジャポンの特徴です。ダイバーシティへの意識の高まりを先んじて捉えてきました。



#SDGs



# LGBTQ



# 国際政治



# 新しい働き方

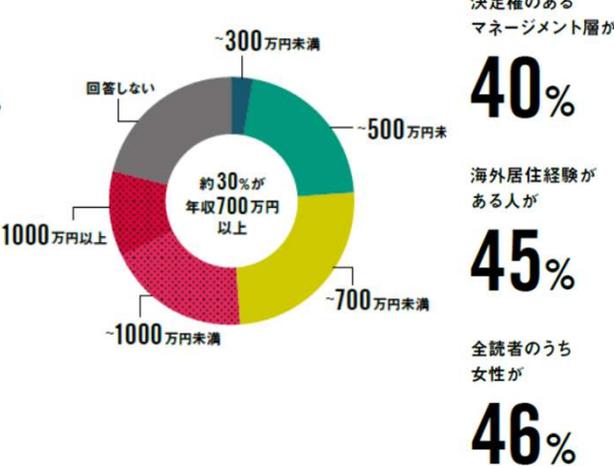
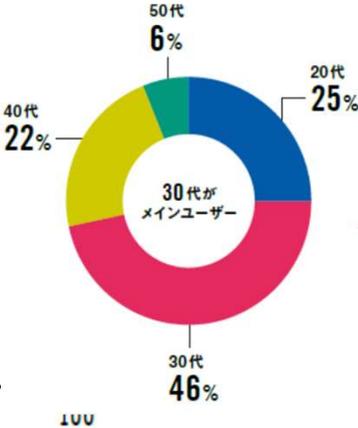
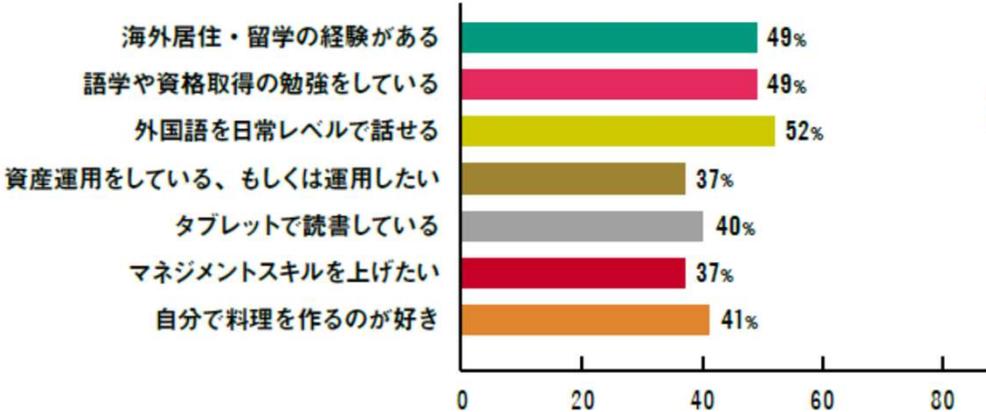


# スタートアップ

## 読者プロフィール

クーリエ・ジャポンの読者層の中心は30代~40代のグローバルに活躍するビジネスパーソンです。海外市場の変化に敏感な意思決定者であるマネジメント層、自己投資に積極的な読者が多く、15,000人ほどの有料会員（月額980円・税別）が登録しています。

読者の特徴



# 環境問題コンテンツ（編集記事・事例）

「クーリエ・ジャポン」は2005年の創刊当時から環境問題をテーマにした記事を多数掲載し、18年夏にはSDGs特設ページを開設。サステナビリティに敏感な欧米社会の動向や、企業の取り組みをいち早く伝えてきました。



カーボンニュートラル

### Google CEOが語る「本気で気候変動に取り組んでいるビジネス的な理由」

GoogleのCEOスンダー・ピチャイは、同社が2030年までにオフィスやデータセンターのCO2排出量ゼロを目指すことを発表。すべてのGoogle検索やGメール、ユーチューブ動画再生に必要な電力が、24時間を通して各地域のクリーンエネルギーのみで供給されるというのだ。これはグローバル企業のなかでも前例のない偉業となる。

<https://courrier.jp/news/archives/273257/>



フードロス

### 無駄に廃棄される食料をポップに「アップサイクル」して収益化するビジネスモデル

カナダのスタートアップ「ループ・ミッション」は、廃棄されてしまう農産物を買上げ、ジュースや炭酸飲料、ビール、石鹸、クッキーとして生まれ変わらせ、できるだけ安く値付けて販売を加速、在庫を動かしている。同社の地球を助けつつ利益を生み出すよう設計されたやり方をレポート。

<https://courrier.jp/news/archives/287726/>



気候変動

### 保護団体が衝撃的な動画で警鐘 米北西部のコロンビア川で「ベニザケ」に不吉な異変が起きている理由

記録的な熱波が押し寄せたアメリカ太平洋岸の北西部でコロンビア川を遡上するベニザケに不吉な異変が起きている——。痛々しい病斑を発症したベニザケの群、川の水温は摂氏21度を超え、サケにとっては、長時間さらされれば致命的な温度だ。水質汚染防止法では、コロンビア川の水温が摂氏20度を超えてはいけないと定められているが。。。

<https://courrier.jp/news/archives/256064/>

# 環境問題コンテンツ（タイアップ記事・事例）



北欧文化

**イケアから始まる「地球にも人にも優しい暮らし」スウェーデンから見た「日本のサステナブル度」は何点？**  
 イケア・ジャパン様  
 スウェーデン出身の環境コンサルタントに聞く「なぜ北欧のサステナビリティ活動に積極的なのか？」スウェーデンと日本の意識の違いの理由、教育、文化、その他さまざまな要因から、イケアが取り組む2030年までのサステナビリティ戦略について話を伺った。

<https://courrier.jp/news/archives/162329/>



カーボンニュートラル

**マイクロソフト「Surface」シリーズはいかにして「SDGs」と「使いやすさ」を両立させたのか** マイクロソフト様  
 Surfaceが、製造・使用・廃棄のプロセスにおいて多大な環境負荷をかけている実態にマイクロソフト社はこの事実を早くから直視。Surface シリーズなどに解決策を反映させている。高い機能性と、SDGsへの貢献——両立が難しい「2つの課題」に対してどう向き合うべきなのか。同社の挑戦の裏側に迫る。

<https://courrier.jp/news/archives/265469/>



気候変動

**伊藤忠商事が取り組むSDGs「ブロックチェーン」でコーヒー生産の持続可能性を向上させる方法とは** 伊藤忠商事様  
 コーヒー豆を世界中から輸入している伊藤忠商事。気候変動や生産者問題から2050年に世界的にコーヒー豆が不足する「2050年問題」に対し、原産地の持続可能性と、製品のトレーサビリティ（追跡可能性）により、コーヒー事業におけるSDGsの達成を目指す姿を担当様に伺った。

<https://courrier.jp/news/archives/280702/>

# お問い合わせ

## 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 小原 勲

TEL:03-5395-3642

[sales\\_courrierjp@kodansha.co.jp](mailto:sales_courrierjp@kodansha.co.jp)

クーリエ・ジャポン <https://courrier.jp/>

媒体資料 [https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20221207140559\\_37233489.pdf](https://ad.kodansha.net/media/image.html?filename=20221207140559_37233489.pdf)

企画予定一覧 <https://ad.kodansha.net/detail/35/>