



Photo BUNGO TSUCHIYA

ELLE
ACTIVE!
for **SDGs**

【2021年版】ELLE ACTIVE! 協賛メニューのご案内

HEARST
fujingaho
ハースト婦人画報社

ハースト婦人画報社 エル・ビジネスチーム ELLE ACTIVE!担当
magazinead@elle.co.jp

LETTER from EDITORIAL DIRECTOR



初めてエルが環境問題を記事として取り上げたのは2007年のこと。
アル・ゴア元アメリカ副大統領のドキュメンタリー映画『不都合な真実』がアカデミー賞をとり、
その授賞式にレオナルド・ディカプリオがブリースで乗り付けるなど、
温暖化が広く社会問題として認識された頃でした。

2014年からは、エルの中心読者、ユーザの身近なトピックの「ワーキング」をテーマにした
イベント『Women in Society (ウーマン・イン・ソサエティ)』をスタートしました。

モード誌がこういった内容に切り込んでいくことは、私たちにとっても大きなチャレンジでしたが、
多くの反響や共感を得ることができ、年々規模を拡大してまいりました。

そして、そのニーズは働くという視点から、ファッション産業の課題、環境問題など、
社会全体の問題へと視野を広げ、さまざまな角度から考え、話し合う機会へと発展いたしました。

これらの「点」で見せていた課題を「線」へとつなぎ、時代にフィットするサステナブルな取り組みとして
昨年、新たなプロジェクトとして始動したのが、「ELLE ACTIVE!」です。

SDGsが目指す2030年のゴールに向け、そして次世代へつなぐ持続可能な世界へ。
私たちは、何をACTIVE!に行動すべきか、共に歩むプラットフォームを目指します。

エルは「好奇心いっぱいいきる」ことが原点です。

ついシリアスになりがちな社会課題に対しても、ハッピーでポジティブなマインドを忘れず
みなさまと共に取り組んでいきたいと思っております。

エルグループ編集局長 エル（デジタル版）編集長

坂井佳奈子



ELLE WOMEN in SOCIETY から ELLE ACTIVE!へ

1945年パリで「好奇心いっぱい生きて」という掛け声のもとに誕生したエル。イベント「Woman in Society」を通して、女性とそのキャリアを応援してきました。そして2020年、私たちを取り巻くさまざまな課題解決に向け行動を起こす「ELLE ACTIVE!」が始まります。

2014 「エル・ジャポン」創刊25周年を記念して、WOMEN in SOCIETY日本初開催

2015 「幸せになる働き方」
充実したワークライフのヒントや、育児と仕事とのワークライフバランスなど

2016 「～サステナブルワーク～ 人を幸せにする仕事」
他人や社会のために循環する理想の働き方とは

2017 「Future is Yours～私らしい未来を作る」
自分らしく生きるための未来予想図の描き方

2018 「私の未来設計図」
“今”を生きる女性たちの、今とこれからの未来について

2019 「～New Era, New World～ 新時代の女性を生きる」
個人の幸せが尊重され、ワクワクするキャリアとは

2020 ELLE ACTIVE! がスタート
「あなたが見たい変化に、あなたがなる」ために



ELLE ACTIVE! for SDGs

「あなたが見たい変化に、あなたになる」 ELLE ACTIVE!

ELLEユーザーの関心は多様化し、より良い未来へ向けた「変化の一部」になることを求めています。
ひとりひとりに芽生えた気持ちを、社会的ムーブメントへと変えていく
ソーシャルグッドなプラットフォームがELLEACTIVE! for SDGs です。

世界の潮流; コロナで変わったユーザー意識 in Society から for Society へ

- コロナ禍で読者の関心は「公正で豊かな社会」へ
- キャリアだけでなく、より多様な社会課題へのアプローチは必須
- 「私にできること」を社会的ムーブメントにする
ACTION!を呼びかける

グローバルで繋がるELLEの強み; 世界の最新情報をいち早く届ける

- 45の国と地域で展開するELLEは、
世界動向をいち早く届けることが可能
- 各界で発表される2030年、
2050年へのロードマップをユーザーと共有

ELLEとして読者へできること; 多様化する関心に応えるスキーム

- 女性のライフスタイルのあらゆる面を網羅しながら、読者の興味に応えることが可能
- 「FOOD」「DESIGN」「ART」などをキーワードに社会課題解決の場を創出



世界の共通言語であるSDGsを用いて、持続可能な未来へ加速します

だれも取り残さない豊かな未来へのガイドライン「SDGs(持続可能な開発目標)」。
17のゴールを用いることでだれでもわかりやすく、アクセシブルに
ELLEは幅広いパートナーと共に持続可能な未来を目指します。

SUSTANABILITY

日本でも2050年までの排出実質ゼロ、気候非常事態宣言が発表されるなど、システミックチェンジが始まろうとしています。その一方で「プラネタリー・バウンダリー(地球の限界)」は加速度的に迫ってきているといわれ、掛け声だけではない真の「アクション」が求められています。小さな一歩も、大きな変革も、どちらも欠かせない今。「私にできること」を「社会的ムーブメント」にするために、個人と企業の立場を超えたパートナーシップで、サステナブルな社会を目指します。

DIVERSITY

インクルージョンはノーマライゼーション。様々な肌の色や性や国籍や正義、ライフスタイルや美意識に関する問題を中性化し、そこにあった問題をなかったことにしてしまう恐れも。多様性とは人や問題を混ぜて同じ色にするのではなく、その色のままパレットに並べること。#BlackLivesMatterが#AllLivesMatterにインクルード(内包)されることに強く抵抗したのと同様に、真のダイバーシティを支持するコンテンツを作り続けます。

WORK LIFE DESIGN

オフィスや働き方の形態は一気に多様化し、業務においても新たな価値の創造が求められるなど「仕事」への考え方も大きな転換期にあります。ワーク/ライフのバランスをいかに取るかという今までの発想から、ワーク&ライフが融合した「私らしい生き方」ができるよう、さまざまなロールモデルやアイデアを提案します。また、いまなお指摘される「働く女性」を取り巻く問題にもフォーカス。ジェンダー平等を実現し、働きがいも社会的な意義も実現できるようエンパワーします。

上記3つのテーマをSDGsの17ゴールを指標に、わかりやすく発信していきます

SUSTAINABLE DEVELOPEMENT GOALS

ハースト婦人画報社は国連が主導する「SDGメディア・コンパクト」に署名しており、社としてSDGsの推進に取り組むことを社会に対して意思表示しています。
各媒体においてサステナビリティについてのテーマで特集を組み、各種イベントも開催しております。
SDGsのゴールに設定された2030年へ向けて、企業様から積極的に発表されるロードマップやSDGs施策についても、共に活動し発信してまいります。

JAPON (月刊 毎月28日発売) +デジタル版 (http://www.elle.co.jp/)

- ・1月発売号 明るいフードロス対策
- ・3月発売号 新時代のハローワーク
- ・4月発売号 ビューティ的SDGs
- ・5月発売号 グリーン特集
- ・7月発売号 フェミニズム2021
- ・9月発売号 SDGsを知る旅
- ・11月発売号 グリーン特集II

⇒ ELLE デジタル版では、随時本誌企画と連動して転載されます。

デジタル版

- ・ FOCUS ON
アクティビストとしての覚悟を決めた二階堂ふみが、自らカメラを手に、今気になる人やモノにフォーカスする連載。
- ・ その他、海外からSDGsなどに関わるリフト記事をご紹介します。

DÉCOR (年間5回/3月、5月、7月、9月、11月の7日発売)

- ・5月発売号 植物空間術
- ・7月発売号 地球のための未来デザイン学
- ・9月発売号 環境アート
- ・11月発売号 街づくりのデザイン

GOURMET (年間5回/2月、4月、6月、10月、12月の6日発売)

- ・4月発売号 CSA*なフードライフ(*地域支援型産業)
- ・6月発売号 ときどきヴィーガン
- ・10月発売号 整える食

to be announced!

MARIAGE (年間2回/6、12月の22日発売)

ELLE ACTIVE! Twitter (@elleactive_jp)

- ・「日めくりSDGs」を毎日更新

ELLEgirl ELLEgirl UNIのメンバーが様々なコンテンツを発信中。

- ・長谷川ミラのDID YOU KNOW?
ガール世代に身近なファッションを通じて、エル・ガール ユニの長谷川ミラと環境問題について考える動画連載。
- ・フェムテック
ガール世代に届けたい、生理中のお悩み改善や、デリケートゾーンケア、フェムケアなど。上野智子によるライブ配信も。
- ・VOICES by ELLEgirl ~ミレニアル女子の脳内モニタリング~ // エル・ガール ユニの本音トーク
ELLEgirl UNI(エル・ガール ユニ)のメンバー&ゲストスピーカーが、「今気になること」「ガール世代に知ってほしいこと」「SNSでは話せない悩み」などさまざまなテーマについて自由におしゃべり。

※内容に変更が生じる場合がございます。

【ライフスタイルにおける意識調査】

“サステナビリティ”に関してどれほど関心がありますか？

58.4%のELLEユーザーが「関心がある」と回答

※一般女性では14.5%

“ダイバーシティ”に関してどれほど関心がありますか？

69.5%のELLEユーザーが「関心がある」と回答

※一般女性では26.7%

【アンケートデータ】

調査手法 : インターネット調査
 調査母集団 : 調査会社のリサーチモニター
 実査期間 : 2020年4月10日～2020年4月20日
 調査対象 : 20代～40代の女性
 サンプルサイズ: エルユーザー 351サンプル / 一般女性 34,165サンプル
 回答属性 : 20代～40代女性
 ※「やや関心がある」「関心がある」「非常に関心がある」と回答した方の総合計を数値としております。

【WOMEN in SOCIETY2019来場者調査】

来場者平均年齢

35.4歳

※30-39歳 44.5%

リピート参加率

今までのWISに参加30%

※1都3県が95%だが関西・中国・沖縄からも参加

【アンケートデータ】

調査手法 : 来場者によるインターネット調査
 調査母集団 : WOMEN in SOCIETY2019 TOKYO 来場者
 調査日 : 2019年6月15日
 サンプルサイズ : 1,118サンプル
 回答属性 : 20代～40代女性

【2020年6月売「グリーン特集」ユーザーアンケートコメント抜粋】

- ・サステナブルな暮らしに興味があったので、**気軽に実生活に活かせそうなアイデア**が得られた。
(京都府 / 会社員 / 24歳)
- ・サステナブルなライフスタイルに感心がありましたが改めて幅広い活動や**自分自身で出来る身近な取り組み**を見つめ直す内容になりました。(埼玉県 / 会社員 / 30歳)
- ・今まさにHOTな話題であるサステナブルについて、多角的にまとめてあったため。大きな視野も身近な取り組みも盛り込んであり、**自分が今すべきアクションが明確**になった。いろいろなジャンルで活躍する女性が出ていたのも興味深い。(千葉県 / 会社員 / 25歳)
- ・今実際に感じている事だった。環境保護の為、**自分自身に出来る事はなにか、と考える**組んでいたところだった為本当に心に刺さった。(大阪府 / 会社員 / 32歳)
- ・サステナブルって言葉を最近よく聞くようになったけど実際何をすれば地球のためになるのかわからなかったけど**この特集を読んで自分にもできそうなことを見つけられた**しとってもためになった。(福島県 / 学生 / 22歳)

ELLE ACTIVE!の掲げるテーマの中で最も気になるコンテンツ

1. サステナビリティ
2. ワークライフデザイン
3. ダイバーシティ

実践しているサステナブルな活動

57.8% フードロスをしていない食事を心掛けている、
またはフードロス対策関連のサービスを利用している

56.2% マイボトルを持ち歩いている

その他...ファッションアイテムはブランドのリサイクルボックスを活用。/古着やヴィンテージ品を購入。/
ゴミを出さないように繰り返し使えるものを選んで購入。

ELLE ACTIVE! for SDGsで印象に残った記事

[シンプルに“生きる”ために行動する一俳優・山田孝之が目指す「原点回帰」なライフスタイル](#)

[見た目重視! おしゃれコンポストおすすめ15選](#)

[エディターが愛用するおしゃれ脱プラキッチンアイテム12](#)

[女性ファッションデザイナーに影響を与えた8人の女性とは?](#)

[生理用品の無料配布、割引も。「生理の貧困」に立ち向かう11の企業・団体](#)

[おしゃれは幸せをもたらす?“ファッションセラピー”の効用とパンデミック](#)

【アンケートデータ】

調査手法 : インターネット調査
調査母集団 : ELLE DIGITAL「エル デジタル 2月・3月のプレゼント」応募者
調査日 : 2021年2月18日～4月17日
サンプルサイズ : 669サンプル



ELLE ACTIVE!では、「SUSTANABILITY」「DIVERSITY」「WORK LIFE DESIGN」「SDGs」をメインに発信しながら、プロジェクトに賛同いただけるパートナー様に向けたメニューをご用意しております。条件として、以下を設けています。

1.透明性のある広報活動

オウンドメディアにサステナビリティレポート等でSDGsに関わる活動・理念を掲載しており、ユーザーに透明性をもって広報活動していること

2.未来を見据えたサービス提供

2030年のSDGs達成にとどまらず、未来を見据えてサステナブルな製品づくり、サービスなどをユーザーへ提供していること

3.ELLE ACTIVE!への共感

ELLE ACTIVE! が掲げるキーワード「SUSTANABILITY」「DIVERSITY」「WORK LIFE DESIGN」「SDGs」に共感し、ユーザーの期待に応えるコンテンツ制作を共に行なってくれること

サステナブルなどの社会的な 이슈を通して課題解決を共に目指す、パートナー企業様のための年間サポートメニューです。定期的な発信をご一緒にさせていただきます。メニューのカスタマイズも可能なので、お気軽にお問い合わせください。

**1【年間】ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNERとして、
ELLE デジタル版ELLE ACTIVE!ページにてブランドロゴを掲載**

2【年1回】本誌連載企画「ELLE ACTIVE!」編集記事体裁ページ2P



**3【年4回】ELLE ACTIVE! Twitter +
ELLE デジタル版ニュース記事**



ELLE デジタル版でも掲載

メニュー	ELLE ACTIVE! PARTNERSHIP (年間協賛メニュー)
協賛料金	2,500,000円G~ ※ご相談内容に合わせてご提案いたします。
基本内容	<p>①【年間】ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNERとして、ELLE DIGITAL内ELLE ACTIVE!ページにてブランドロゴを掲載</p> <p>②【年1回】本誌連載企画「ELLE ACTIVE!」編集記事体裁ページ2P - ELLE DIGITAL転載記事 (フォーマットタイアップ) - ELLE Facebook, Twitter / ELLE ACTIVE! Twitter投稿各1回 ⇒掲載月に関しては要ご相談となります。編集記事に隣接して掲載されます。AD1Pの対向に記事1Pにて構成することも可能です。 ※撮影は物撮影・ポートレート撮影程度</p> <p>③【年4回】ELLE DIGITALニュース記事+ELLE ACTIVE! Twitterへ投稿 ⇒サステナブルやSDGsに関わるブランドニュースをニュース記事作成の上、Twitterで投稿いたします。(すべてご提供素材で構成いたします。)</p>
申込期限	協賛開始タイミングに関しては随時ご相談。②は2か月前に進行開始します。
備考	<p>※企画料金のため、マージン一律20%となります。</p> <p>※事前にサステナブルなCSR活動をされているか確認させていただく場合があります。</p> <p>※本企画はあくまでもサステナブル、SDGs等に関連するトピックのみお取り上げします。商品訴求だけの構成はいたしません。</p> <p>※詳しい実施料金は各営業担当にお問い合わせ下さい。</p> <p>※二次使用ご希望の場合も各営業担当にお問い合わせください。</p> <p>※詳細のスケジュールは各営業担当にお問い合わせください。</p> <p>※あくまで編集記事のため内容についてはご相談の上、編集部が判断いたします。</p> <p>※同号で同じ企画の別ブランドの記事が連続して掲載される場合があります。</p> <p>※タイアップページ内のロゴ使用はできません。</p> <p>※協賛いただく編集協力記事の対向または直前のページに、編集コンテンツのELLE ACTIVE!連載が掲載されます。</p>

【OPTION】ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNER (年間協賛メニュー) ＝【Instagram】LIVE配信 & 【DIGITAL】ウェビナー開催

年間協賛メニューにプラスして、オンライン上でユーザーとコミュニケーションがとれるInstagramライブ配信とウェビナー（オンラインセッション）をオプションとしてご案内します。

【Instagram】LIVE配信 (延べ10,000～15,000視聴想定)

ELLEのInstagramにて、広いリーチを取りながら、ユーザーにサステナブルやSDGsについて共に考えてもらいます。

■内容

- ・IG TVライブ配信 事前SNS告知 1回
- ・IG TVライブ配信 1回 (10分程度～最大60分)
- ・ライブ配信内 ブランド名と商品のご紹介
- ・動画アーカイブ (1カ月間保証)
- ・配信終了後 (or 前) 特集ページ掲載 (掲載期間1カ月間)

※著名なゲストを起用される場合は、別途起用費が発生します。



¥ 2,000,000

【DIGITAL】ウェビナー開催

ZOOMなどのウェビナーシステムを用いり、深いコミュニケーションを取りながらユーザーにサステナブルやSDGsについて共に考えてもらいます。クローズドの開催予定です。

■内容

- ・告知ニュースページ + SNS告知1回 (参加者は事前抽選制)
- ・ZOOM等、オンラインツールを使用しての配信 1回 (30分～1時間想定)
- ・ライブ配信終了後、収録動画を参加者にお送りします。

■想定参加者数：30名～50名程度 ※クローズド開催
※著名なゲストを起用される場合は、別途起用費が発生します。

WEBINAR



¥ 1,500,000

※画像はイメージです。

2021年3月、ガール世代のための学べるオンラインコミュニティ「ELLEgirl NEXT LAB」がスタートしました。

コンセプトは“未来を描くYZ世代の働き方入門”！

💡 エル・ガール ネクストラボとは？

Z・Y世代の意欲的なガールを対象に提供する、登録制（会員制）オンラインセッション。

コロナ禍により学びと体験の機会が減った学生～20代中盤までの新社会人ガールに向けて、新しい時代のキャリアパスや、社会課題との関わり方、固定概念に依存しない自立した将来設計のヒントを提供するオンラインカリキュラム。
毎回有識者ゲストと交流しながら学び、ときに具体的なアクションを起こしていくプロジェクト型の企画も検討中です。



CAREER



FEMTECH



SUSTAINABILITY



GENDER

SDGsネイティブ世代に潜在ニーズの高いカテゴリーに特化。



Z・Y世代に向けて、クローズドのコミュニティならではの、深いブランド理解を促すことが可能です。

事前告知



※ELLEgirl各SNS

レポート掲載



※ELLEgirl ニュース記事

ウェビナー開催

CSR活動について

アウトプット

体験型コンテンツ

メニュー	ELLEgirl NEXT LAB協賛企画
料金	¥2,000,000GN (通常定価¥2,500,000GN) 媒体費 ¥1,000,000- (Gross) 制作費 ¥1,000,000- (Net)
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・オンラインセッション事前SNS告知 1回 ・オンラインセッション1回 (30分程度～最大60分) ライブ配信内 ブランド名・商品のご紹介 ・配信終了後 レポートページ掲載 (掲載期間1カ月間)
ライブ配信	協賛ブランド名のご紹介 番組内にて商品のご紹介 ※お取り上げ商品・点数に関しては番組内容によって編集部お任せとなります
想定参加者数	最大100名 ※内容によって変動する可能性があります。
想定商材	ファッション、ビューティ、ガジェット・家電、消費財、フィットネスなど
申込期限	40営業日前
レポート	<ul style="list-style-type: none"> ・参加者の参加率、コメント数、チャット数など ・参加者への事前アンケート、事後フィードバック ・レポートページ (PV数、UU数)
備考	<p>※代理店/レップマージンは、一律20%と致します</p> <p>※セッションのテーマに沿ったブランドさまに限り ※1セッション、1ブランドさま限定となります ※配信日時・番組内容・構成に関しては、事前にご相談の上決定となります ※ゲストは事前にご提案いたします。人選によっては別途費用がかかります ※配信番組内にはPR表記が付き ※照明や音響などの機器が必要な場合、別途お見積りとなります ※その他実施条件などは、各営業担当までお問合せ下さい</p>
配信に関する注意事項	インターネット回線の状況やZOOMサーバーの負荷、その他視聴者のインターネット環境により、映像が途切れたり停止するなど正常に視聴できない場合がございます。 10～20分 (実施時間の2/3) 以上正常に配信できない場合は、別日程にて再度配信を実施いたします。再配信の際、ゲスト・内容が変更になる場合がございます。

【OPTION】ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNER (年間協賛メニュー)
 ELLEgirl NEXT LAB コラボレーションプラン
 -ELLEgirlUNI 長谷川ミラ Youtube番組「DID YOU KNOW?」コラボ企画

「ユニクロ」発、“服を捨てない”プロジェクト!
 「Uniqlo U」リサイクルダウンジャケットの生産背景とは?
<https://www.youtube.com/watch?v=fL0Xg9sw9-Q>



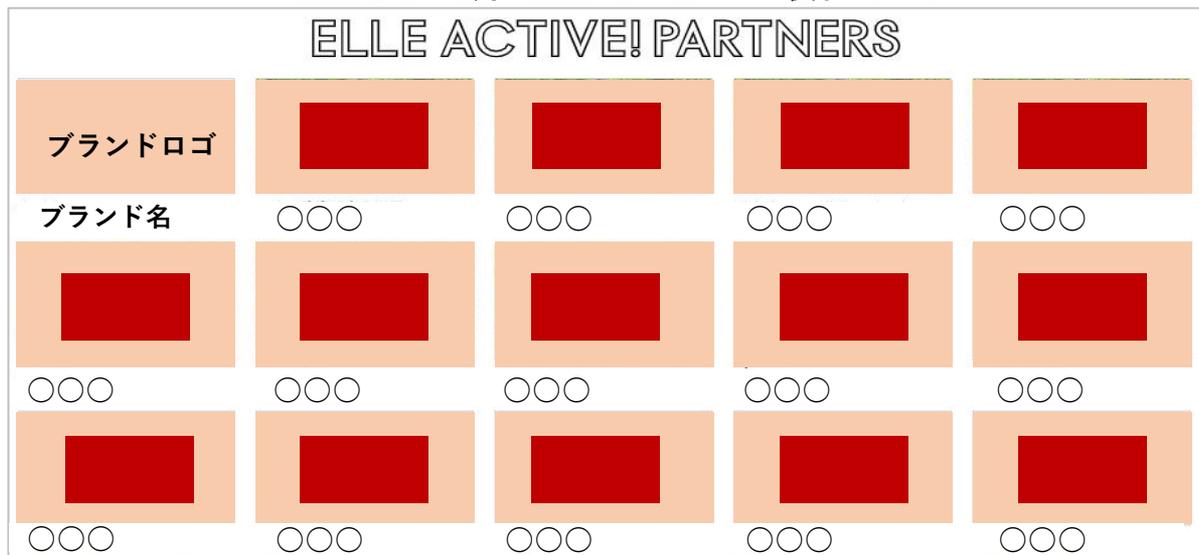
エコな洗剤はなぜ高い?

<https://www.youtube.com/watch?v=JbjuG-a45eE>



メニュー	ELLEgirl UNI長谷川ミラYoutube番組「DID YOU KNOW?」コラボ企画
料金	¥2,500,000N
内容	サステナビリティへの興味・関心の高い特にZ世代向け、モデル、アクティビストとしてELLEgirl読者にお馴染みのELLEgirl UNI長谷川ミラの持続可能な未来の実現に向けて、地球や地域、ウーマンエンパワメントをリードする企業にフィーチャーし、その活動を紹介するYoutube番組「ミラのDID YOU KNOW?」のコラボ動画を制作。
構成	Youtube動画構成レポート記事 + Youtube動画IGTV転載
想定商材	ファッション、ビューティ、ガジェット・家電、消費財、
想定再生数	Youtube+IGTV 5,000再生
申込期限	60営業日前
レポート	・動画再生数
注意事項	<オプション> 動画納品 (オウンド・SNS) 1,000,000¥N

※ELLE DIGITAL内 ELLE ACTIVE! ページ表示イメージ



掲出概要

■ ロゴ

- 形式 : JPEG / PNG (PSDも可)
- サイズ : w1280px / h800px

■ ブランド名

- 表記方法 : 日本語表記のみ (欧文表記NG)

■ リンク先

- サステナブルやSDGsの活動が分かる公式ホームページのURL1本を入稿願います。(※パラメータ付与不可)
- 基本的には掲載後のURL差し替えは行っておりません。

■ 掲出期間

- 2021年12月31日まで (掲載開始日は要ご相談)

■ 掲出順

- パートナーご決定いただいた順に掲出いたします。パートナーが増えた場合には、弊社側の任意で五十音順等に並び替えをする可能性がございます。

w1280px

h800px



ご予算、ご要望に合わせたメニューもご用意しております。

オンラインワークショップ

料金 : 2,000,000円G～（内容によりご相談）

内容 : 以下が含まれます。

①ライブ配信告知

ニュースページ+ELLE ACTIVE!Twitter投稿1回（参加者は事前抽選制）

通常のELLEの公式Facebook、Twitterでも1回投稿します。

②ライブ配信

ZOOM等、オンラインツールを使用しての配信 1回（30分～1時間想定）

③ライブ配信録画

録画した動画は、ライブ配信終了後、参加者にお送りさせていただきます。

想定参加者数 : 30名～50名程度 ※クローズド開催

申込期限 : 40営業日前

本誌AD1P

料金 : 800,000円G

内容 : ELLE Japon 本誌内 中面 1P
掲載月要ご相談となります。

申込期限 : 40営業日前

※企業CSRに関わるビジュアル・内容にさせていただきます。広告ビジュアルを事前にチェックさせていただきます。

※ご希望の場合は、提供素材にて記事広告を制作いたします。（別途費用発生）

本誌AD1P+オンラインニュース記事+ELLE ACTIVE!Twitter投稿

料金 : 1,000,000円G

内容 : 以下が含まれます。

①ELLE Japon 本誌内 中面 1P

掲載月要ご相談となります。

②ELLE ONLINEニュース記事+ELLE ACTIVE!Twitter投稿1回

通常のELLEの公式Facebook、Twitterでも1回投稿します。

申込期限 : 40営業日前

※企業CSRに関わるビジュアル・内容にさせていただきます。広告ビジュアルを事前にチェックさせていただきます。

※ご希望の場合は、提供素材にて記事広告を制作いたします。（別途費用発生）

オンラインニュース記事+ELLE ACTIVE!Twitter投稿

料金 : 500,000円G

内容 : ELLE ONLINEニュース記事+ELLE ACTIVE!Twitter投稿1回
記事は提供素材で構成します。
通常のELLEの公式Facebook、Twitterでも1回投稿します。

申込期限 : 20営業日前

【全メニュー共通の備考】

※企画料金のため、マージン一律20%となります。

※事前にブランドにてサステナブルなCSR活動をされているか確認させていただく場合があります。

※本企画はあくまでもサステナブル、SDGs等に関連するトピックのみお取り上げします。商品訴求だけの構成はいたしません。

※詳細のスケジュールは各営業担当にお問い合わせください。

※タイアップページ内のロゴ使用はできません。

2021年から本格始動した「ELLE ACTIVE! for SDGs」。各メディアからの注目も集めています。

▼朝日新聞（朝刊）より
2021年1月6日掲載
「ファッション界 古い線引き無意味」
ELLEグループ編集局長
坂井佳奈子インタビュー記事



▼HUFFPOSTより
2021年1月22日掲載
[アボカド食べて、チューリップを飾るのはもはや罪？→「SDGsに向かう確信があった」ELLE編集局長に新しいファッションのあり方を聞いた](#)



▼朝日新聞デジタルより
2021年3月4日掲載
[ハリス副大統領、女性誌の表紙に日本の政治家も可能？](#)



▼AdverTimes（アドタイ）by 宣伝会議より
2021年2月3日掲載
[H&M × 『ELLE』 × Z世代起業家の特別対談！ファッション業界に見るサステナブルの自分ごと化とは？](#)



▼TEAM SDGsより
2021年5月6日掲載
[個人が自由に発信できる時代だからこそ 継続性と本気の取り組みでメディアの底力を発揮](#)



クライアント	モナコ政府観光会議局
実施メニュー	ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNER (年間協賛メニュー)
URL	モナコが世界をリードするレスポンスブル・ラグジュアリーとしてのSDGs【モナコの豊さとSDGs①】 日常に息づく大規模な自然エネルギー・システム【モナコの豊かさとSDGs②】 進化し続けるモナコの女性たち【モナコの豊さとSDGs③】
内容	SDGsへの取組みで世界をリードするモナコ公国。「豊かな」モノ・コト・ヒトがもつ地球への責任や環境施策、変化をもたらした女性たちについてご紹介。モナコの「レスポンスブル・ラグジュアリー」をご案内しています。(随時更新予定)





クライアント	バリラジャパン
実施メニュー	ELLE ACTIVE! for SDGs PARTNER (年間協賛メニュー)
URL	あなたと地球のために。「バリラ」のブルーボックスを選ぶ理由
内容	使い捨てプラスチックの削減を目指し、紙製のボックスに生まれ変わった「バリラ」のパスタ。「あなたに良いもの、それは地球にも良いもの」を掲げるバリラの未来に繋がる持続可能な「食」のためにさまざまな取り組みをご紹介します。(その他、NEWS記事を随時更新予定)



三 ELLE 2023 SHOP 2023pt

あなたと地球のために。「バリラ」のブルーボックスを選ぶ理由

イタリアのNo.1ブランドとして世界中で愛されているバリラのスパゲティのブルーのパッケージが、この年から紙製のボックスに生まれ変わった。新しいパッケージは環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。このパッケージは、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。

1. 持続可能性のアイコンとなる新パッケージ

「ブルーボックスブランドのDNA」とは、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。このパッケージは、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。

2. 体にもいざずは地球にもいい! ダブルダイヤモンドの秘密

環境にやさしく、体にもいい。ダブルダイヤモンドの秘密は、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。このパッケージは、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。

3. 環境にもやさしく、体にもいい。ダブルダイヤモンドの秘密

環境にもやさしく、体にもいい。ダブルダイヤモンドの秘密は、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。このパッケージは、環境にもやさしく、見た目も美しい。また、使い捨てプラスチックの削減も実現している。

今後も定期的にELLE ACTIVE!としてコンテンツ発信をしてまいります。



1月発売号
明るいフードロス対策



3月発売号
新時代のハローワーク



4月発売号
ワーキング特集
ビューティ的SDGs

5月発売号 グリーン特集

7月発売号 フェミニズム2021

9月発売号 SDGsを知る旅

11月発売号 グリーン特集Ⅱ

※詳細は内容確定次第改めてお伝えいたします。

ELLE ACTIVE! Twitterも日々更新中!

>>>follow us<<<

@elleactive_jp

