

CONDÉ NAST

JAPAN

読者/ユーザーの皆さま、パートナー各社の皆さまへ

2020年5月15日

新型コロナウイルス感染症に罹患された方々のご家族や関係者の皆さま、感染症拡大により生活に影響を受けている皆さまに心よりお見舞いを申し上げますと同時に、亡くなられた方々に心よりご冥福をお祈り申し上げます。

また、感染拡大防止のためご尽力されている医療従事者の皆さまをはじめ、公共交通機関や物流、小売店などで最前線の現場に立ち、私たちの生活への影響を最小限にとどめてくださっている方々に対し、心より感謝を申し上げます。

世界的な新型コロナウイルス感染症拡大が続く中、日本政府および各自治体の方針に従い、弊社コンデナスト・ジャパンでは、2020年2月25日（火）より在宅勤務を継続しています。急速に、そして甚大な影響を及ぼしている今回のパンデミックは、働きかただけではなく、私たちの今までの日常、そして今後の生活自体を大きく変えてしまうことになりました。この困難な状況の中、コンデナスト・ジャパンも皆さまと同様に創意工夫をし、メディアとして、コンテンツ・メイカーとしての創造性を最大限に発揮して、その役割を果たしていきたいと考えております。

コンデナストは、クオリティーの高いコンテンツによって読者の皆さまやコミュニティにインスピレーションや新たな展望を提供していくことにコミットしています。コンテンツや創造性に磨きをかけ、読者の皆さまやコミュニティとのつながりをより強くし、パートナー各社の皆さまとの幅広い協働を通じて、1日も早くパンデミック後の新たな世界を構築することに貢献して参ります。最近の取り組みの一部をご紹介しますので、ご意見やアイデアがございましたら是非フィードバックいただければ幸いです。

- **ライブ配信プロジェクト**：4月7日から17日にかけて『VOGUE JAPAN』『GQ JAPAN』『WIRED』日本版は、ソーシャルメディアを活用したトークセッションを行いました。ファッション業界の現在を知ることや日本発のファッションブランド支援を目的に行われた『VOGUE JAPAN』のライブ配信では、編集長・渡辺三津子とデザイナー森永邦彦氏による対談が行われ、約2万人の視聴者を集めました。このシリーズは、日本の10ブランドを取り上げ、Eコマースとも連動したウェブ連載「[日本ブランド応援企画](#)」として継続されています。『GQ JAPAN』編集長・鈴木正文はコロナ時代のメディアの役割を語り、『WIRED』日本版では編集長・松島倫明がテレワーク（Twitter：#リモートワーク学）や2020年代を生きるリテラリーを語る「[WIRED University](#)」を展開しています。今後もライブ配信や映像を駆使し、新たなコンテンツシリーズをお届けしていきます。
- **新たなコンテンツ開発**
 - [『VOGUE CHANGE』](#)：2020年3月31日、『VOGUE JAPAN』は新たに「VOGUE CHANGE」プロジェクトを開始しました。女性のエンパワーメントやサステナビリティ、ダイバーシティ、生きかたを中心としたコンテンツを発信している「Vogue Change」は、読者の皆さまやパートナーの皆さまと共に考えるオープンな「場」として社会課題の啓発や国内外の事例を展開しています。ローンチ1ヶ月でユニークユーザーは早くも約25万となり、平均滞在時間は約3分40秒となりました。また、「Vogue Change」公式Twitterアカウントのフォロワー数も15,000を超えています。パンデミックが終息した後も、グローバルチーム、そして読者の皆さまと共に「VOGUE CHANGE」を発展させて参ります。
 - [『WIRED Depot』](#)：『WIRED』日本版は、2020年4月18日から、「ポストコロナ」時代に日本という国で生きていくための示唆を得る「いま大切にしたいもの」、そしてパンデミック後の「カルチャーの役割」と「テクノロジーにできること」を探る緊急特集「WIRED DEPOT」をスタートしました。識者による寄稿シリーズとなる本企画は、第1回の『WIRED』日本版編集長・松島倫明から始まり、第2回はSF作家の樋口恭介氏、第3回はゲーム・eスポーツ業界のアナリストである但木一真氏が特別寄稿しており、5月11日現在第14回まで展開しています。この特集には約3週間で約67,500名の読者がアクセスし、平均滞在時間は2分30秒となっています。
- **デジタルアセットの影響力拡大**：コンデナスト・ジャパンは、コンテンツ制作環境に制限が出ている中でも、皆さまのニーズにマッチするコンテンツを発信すべく活動しています。『VOGUE JAPAN』では、NYやモスクワ、香港、ミラノなどに住むジャーナリストがパンデミック下の状況や生活を綴る「[私の街では今](#)」シリーズの連載を開始しました。『GQ JAPAN』では公式サイトに「[特集：COVID-19](#)」セクションを設け、在宅を楽しむためのTipsや、世界の自動車業界の状況などをレポートしています。『VOGUE GIRL』のLINEの友だち数は120

万を突破し、公式サイトに加えソーシャルでも多くの皆さまにコンテンツをお楽しみいただいています。『WIRED』日本版ではサブスクリプション・サービス「[WIRED SZ Membership](#)」でのロングリードの記事展開に加え、4月23日にはメンバー向けにオンラインミートアップを開催しました。このようなコンテンツに注目いただいた結果、月間ユニークユーザーは『VOGUE JAPAN』で330万、『GQ JAPAN』で230万、『VOGUE GIRL』で450万と安定しており、『WIRED』日本版では史上最大規模となるおよそ900万に至っています。

- **デジタル版の無料開放と、雑誌定期購読50%ディスカウントキャンペーン**：『VOGUE JAPAN』『GQ JAPAN』では、ID登録メンバー向けにバックナンバーを無料でお楽しみいただける[キャンペーンを5月1日より開始](#)しました。2020年5月31日までにキャンペーン登録を行うと、『VOGUE JAPAN』の2012年10月号～2020年5月号までの約100号、『GQ JAPAN』の2012年6月号～2020年5月号までの約90号のバックナンバーPDFを2020年7月31日までいつでもお楽しみいただけます。（応募概要：『[VOGUE JAPAN](#)』『[GQ JAPAN](#)』）また、『VOGUE JAPAN』『GQ JAPAN』では、Fujisan.co.jpで新たに**定期購読をお申し込みいただいた読者の皆さまへ、2020年4月13日より50%割引キャンペーン**も開始しております。皆さまの在宅時間が増える中、これらのキャンペーンを是非ご活用いただければ幸いです。
- **支援活動**：コンデナストは、グループ全体で「**Condé Nast Cares（コンデナスト・ケア）**」プロジェクトを開始いたしました。この活動は、医療従事者の皆さまや子供たち、恵まれない方々を支援することを目的とし、世界31の国と地域で事業を展開するコンデナスト・グループ各社が各国で取り組んでいます。コンデナスト・ジャパンでは、**災害救護や国際活動、赤十字病院の運営をはじめとした幅広い活動を展開している日本赤十字社（赤十字月間特設HP）**へ、**コンデナストの従業員による寄付活動を推進**しています。また、ビジネスパートナーによるチャリティー活動については、広告バナーの無償提供や、チャリティー活動に関する告知記事提供など積極的なサポートを展開しています。今後もコンデナスト・グループとして様々な支援活動を継続して参ります。
- **「VOGUE Global Conversations」**：世界で最も影響力の高いメディアブランドである『VOGUE』は、ファッション業界の多くの企業やデザイナーが行なっている寄付やチャリティー活動を支援し、待ち受ける未来について対話するため、2020年4月14日から17日の4日間、オンライン（Zoom）でのグローバルカンファレンス「VOGUE Global Conversations」を開催しました。創造性、サステナビリティ、ファッションショー、Eコマース、実店舗といったキーワードを手がかりに、エドワード・エニンフル（『VOGUE』UK版編集長）、エウジェニア・デ・ラ・トリエンテ（『VOGUE』スペイン版編集長）、[マーク・ジェイコブス](#)、ステラ・マッカートニーなどのキーパーソンがトークを繰り広げました。2020年5月6日には早くも第2弾が実施され、コンデナストのアーティスティック・ディレクターであり『VOGUE』US版編集長のアナ・ウィンターらが登壇し「[危機の中での創造性](#)」について語っています。今後もこのようなグローバルレベルの活動を推進して参ります。
- **Consumer Sentiment**：「日常」が変化する中、日本を含むコンデナストのリサーチチームは、2020年3月24日～4月2日にかけてオンラインサーベイを実施しました。目的は、オーディエンスの感情や振る舞いがどのように変化しているのか、またそれに対してコンデナストはどのようなコンテンツを届けることができるのかを知るためでした。米国、英国、インド、スペイン、フランス、日本の6カ国で、コンデナストと一般のオーディエンスを合わせ約2,500人が参加したサーベイの結果、オーディエンスが“楽しく（Entertaining）”、“情報として信頼性が高く（Trustworthy, Informative）”、“困難な状況でも「正気を保ち」、「心身ともに安定して」「より前向きに実践的に日々を改善できる」コンテンツを期待していることがわかりました。こういった「ポジティブさ」は、“コロナ時代”だけではなく、変化の多い現代においてコンデナストのメディアでは重要なテーマになってきました。3月30日発売の『[WIRED](#)』日本版 Vol.36では「FUTURES LITERACY」を特集し、2020年代を想像し、創造していくために必要なリテラシーを問うており、日本のオーディエンスが期待する「実践的」な情報への期待に応えようとしているものになっています。コンデナストは、今後もデータ/リサーチを活用し、読者の皆さまの期待を超えるコンテンツを発信して参ります。

新型コロナウイルス感染症そのものについて、またその影響を受ける経済や社会、私たちの生活についても先行き不透明な状況が続く中、私たちコンデナストは、皆さまのニーズとご期待を超える良質なコンテンツ、そしてイノベティブなソリューションをご提供して参ります。また、感染症拡大防止のため従業員およびパートナーの皆さまの安全を最優先に活動すると共に、サステナビリティ、ダイバーシティ&インクルージョンといった地球全体の課題に対しても社会の一員として全力で取り組んで参ります。

引き続きご支援とご鞭撻のほどよろしくお願い申し上げます。

コンデナスト・ジャパン
社長 北田 淳