



オルタナ14年の歩み

There is no profit to be done on a dead planet.

□ David Brower, the founder of Friends of the Earth □

サステナブル・ビジネス・マガジン

alterna

Media Guide January 2021

Index

編集長から	03
Backnumber	07
MEDIA DATA (雑誌オルタナ)	13
MEDIA DATA (オルタナオンライン)	25
MEDIA DATA (オルタナS)	32
長期プラン	37
制作物実績	40
コンサルティングメニュー	44

オルタナは、環境だけの雑誌ではありませ
ん。CSR(企業の社会的責任)だけでもあ
りません。この雑誌の使命は、21世紀のゼ
ジネスのモーションを探ることです。
売上高や利益、ROEなど、20世紀のモ
ーションだけでは、今後の経済社会は立ち行か
ません。社員に優しい経営、地域と共生する
ビジネスなどのテーマも大事です。
私たちは今後とも、オルタナの大きな価値
を感じ何かを探り続けます。二期待下さい。
オルタナの編集長 森 謙

編集長 森 謙



ごあいさつ



株式会社オルタナ代表取締役社長

alterna 編集長：森 撰

武蔵野大学大学院環境学研究科客員教授。

東京外国語大学スペイン語学科を卒業後、日本経済新聞社入社。編集局流通経済部などを経て 1998年-2001年口サンゼルス支局長。2006年9月、株式会社オルタナを設立、現在に至る。主な著書に『未来に選ばれる会社—CSRから始まるソーシャル・ブランディング』（学芸出版社、2015年）、『ブランドのDNA』（日経ビジネス、片平秀貴・元東京大学教授と共著、2005年）など。一般社団法人CSR経営者フォーラム代表理事。特定非営利活動法人在外ジャーナリスト協会理事長。特定非営利活動法人「街角に音楽を」理事

オルタナ宣言 (2006年8月)

私は経済記者として20年以上取材を続けていますが、いまだに解を見出せない命題があります。それは、「企業とは何のために、誰のために存在しているのか」。会社は株主のものか。あるいは経営者や従業員のものか。この古くて新しい問題に多くの人が取り組んでいます。いまだ明快な答えは見出せていません。

しかし、米カリフォルニア州に本社を置く、あるアウトドア・アパレルメーカーの創業者は、一つの重要な提言をしています。彼とは 何度かインタビューの機会を持ちましたが、彼の言葉には他の経営者とは明らかに一線を画す、独特の価値観がありました。それは、次の一文に集約されます。

企業は株主のものではない。経営者や社員のものでもない。地球のものである。地球や資源がなければどんなビジネスも成立しない。

その会社は売上高の1%を毎年、地球のために寄付をしています。その会社は、世界で初めて、オーガニック綿の製品を発売しました。また、ペットボトルから再生したフリースを世界で初めて発売したのもこの会社です。この会社は上場しません。上場すると市場から急速な成長を求められ、正しい経営ができなくなるからです。

私は、こんな会社をもっと増えて主流になれば、私たちの社会や経済がさらに良い段階に進めるのではないかとの思いを強くしました。この会社と同様に、素晴らしいミッション(使命)を持った企業は米国に他にもいくつもありますが、実は米国でも決して主流ではなく、むしろウォールストリートのな資本主義経済とは距離を保っています。

私たちは、国を問わずこうした企業やビジネスを、もっと皆さんに知ってもらおうと、「オルタナ」を立ち上げました。

alterna

サステナブル・ビジネス・マガジン

オルタナはサステナビリティ経営や
SDGs、環境・CSR（企業の社会責任）に
重点を置いたビジネス情報誌です

オルタナの誌名は英語の「alternative（もう一つの）」から採りました。環境とCSRの両方を前面に掲げている雑誌としては日本で唯一の存在です。重点取材分野は、環境／CSR／自然エネルギー／第一次産業／ソーシャル／エシカルなどです。環境や健康、CSR（企業の社会責任）など、新しい（オルタナティブな）ビジネスの価値観で動く企業を積極的に報道し、こうした企業と連携しコミュニティをつくり、相互交流を図ることで私たちの社会に新しいビジネスの価値観を広げていきます。



連載執筆陣 (敬称略)

■ **田坂 広志** (多摩大学大学院名誉教授)
「オルタナティブの風」

■ **田口ランディ** (作家)
「エゴからエコへ」

■ **林 公則** (明治学院大学国際学部国際学科准教授)
「つなぐ金融」

■ **清水 和夫** (モータージャーナリスト)
「モビリティの未来」

■ **徳江 倫明** (らでいっしゅぼーや創業者)
「日本農業 常識と非常識の間」

■ **田中 敦夫** (森林ジャーナリスト)
「『森を守れ』が森を殺す」

■ **井田 徹治** (共同通信編集委員・論説委員)
「人と魚の明日のために」

■ **中島 佳織** (認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン事務局長)
「フェアトレードシフト」

■ **鶴尾 雅隆** (日本ファンドレイジング協会代表理事)
「社会イノベーションとお金の新しい関係」

■ **細田 衛士** (慶応義塾大学経済学部教授)
「論考・サーキュラーエコノミー」

■ **島下 泰久** (モータージャーナリスト)
「モビリティトピックス」

■ **瀬戸内 千代** (海洋ジャーナリスト)
「漁業トピックス」

■ **馬場 正尊** (建築家)
「オルタナティブな空間」

■ **下田屋 毅** (サステナビジョン代表)
「欧州CSR最前線」

■ **CSR48** (女性のCSR担当者からなるグループ)
「CSRトピックス」

■ **南 清貴** (日本オーガニックレストラン協会代表理事)
「KIYOの哲学 考察編」

■ **岡村 貴子** (オーガニック案内人)
「エコでヘルシーな食空間」

■ **生駒 芳子** (ファッションジャーナリスト)
「エシカルファッションの旗手たち」

■ **せきね きょうこ** (ホテルジャーナリスト)
「世界のエコホテル巡礼」

■ **山本 修二** (自転車ジャーナリスト)
「間違いだらけの自転車選び」

■ **希代 準郎** (作家)
「『こころざし』の譜」

backnumber 第一特集テーマ一覧 (60～50号)

オルタナ60号 (2020年3月30日発売)

◆循環経済(サーキュラーエコノミー)はR(リサイクル)よりもR(リデュース)

オルタナ59号 (2019年12月17日発売)

◆動物福祉(アニマルウェルフェア)のリスクと機会

オルタナ58号 (2019年9月30日発売)

◆SDGs時代の地域金融—アウトサイドイン 全国の先進事例

オルタナ57号 (2019年6月24日発売)

◆GAFAの社会的責任

オルタナ56号 (2019年3月29日発売)

◆SDGsビジネス戦略:アウトサイドインは昭和と海外に学べ

オルタナ55号 (2018年12月17日発売)

◆SDGsウォッシュ、回避への9行動

オルタナ54号 (2018年9月28日発売)

◆ストローは序章、世界同時「脱プラ」の衝撃

オルタナ53号 (2018年6月29日発売)

◆世界企業/NGOのパワーバランス、We Mean Businessとは?

オルタナ52号 (2018年3月30日発売)

◆サステナブル・ブランド国際会議2018東京、「グッド・ライフ」はブランド選別の新基準

オルタナ51号 (2017年12月18日発売)

◆戦略的寄付で課題解決に挑む、2020年、日本の寄付は3兆円規模へ

オルタナ50号 (2017年9月29日発売)

◆ミレニアル世代を動かす6法則、[MeからWeへ]



私たちは、地球環境やエネルギーから社会のあり方、食と暮らしのあり方まで、人と社会と地球を大切に「オルタナティブ」な選択肢を発信し続けています

backnumber 第一特集テーマ一覧 (49~40号)

オルタナ49号 (2017年6月29日発売)

◆難民・人権問題でビジネスは無力か

オルタナ48号 (2017年3月31日発売)

◆グリーン・オーシャン大賞2017、社会課題を起点にビジネス創出へ

オルタナ47号 (2016年12月16日発売)

◆SDGs、世界に浸透、日本の出遅れ目立つ

オルタナ46号 (2016年9月29日発売)

◆「持続不可能」な漁業との決別

オルタナ45号 (2016年6月29日発売)

◆木と紙のリスクはグレーゾーンにあり

オルタナ44号 (2016年3月30日発売)

◆5年後からの復興支援

オルタナ43号 (2015年12月17日発売)

◆竹のイノベーション

オルタナ42号 (2015年9月30日発売)

◆報告：米グリーンネイバーフッド

オルタナ41号 (2015年6月29日発売)

◆「なでしこ」な会社のつくり方

オルタナ40号 (2015年3月30日発売)

◆オープン・ソーシャル・イノベーション5つの条件



backnumber 第一特集テーマ一覧 (39～30号)

オルタナ39号 (2014年12月16日発売)

◆障がい者雇用「3%時代」の幕開け

オルタナ38号 (2014年9月29日発売)

◆「CSRか利益か」、議論は終わった

オルタナ37号 (2014年6月30日発売)

◆農水省がおかしい——TPP、ネオニコ、GMO

オルタナ36号 (2014年3月29日発売)

◆いざ鎌倉、危機に企業集う、鎌倉発イノベーション

オルタナ35号 (2013年12月16日発売)

◆ソーシャル・ブランディングの時代

オルタナ34号 (2013年9月30日発売)

◆ダイバーシティ&インクルージョン、D&Iが企業を強くする

オルタナ33号 (2013年6月29日発売)

◆NPO 成長の条件

オルタナ32号 (2013年3月29日発売)

◆ソーシャル・パワー 最後の成長戦略

オルタナ31号 (2012年12月17日発売)

◆ソーシャルな農業—若者たちが社会課題を乗り越える

オルタナ30号 (2012年9月29日発売)

◆環境教育がビジネスを動かす



backnumber 第一特集テーマ一覧 (29～20号)

オルタナ29号 (2012年6月30日発売)

◆エネルギーと民主主義、「自立・分散」の幕開け

オルタナ28号 (2012年3月31日発売)

◆CSRは21世紀の経営戦略、「いいね!」が業績を伸ばす

オルタナ27号 (2011年12月26日発売)

◆善意の循環へ戦略で競おう

オルタナ26号 (2011年9月30日発売)

◆21世紀は「木の世紀」

オルタナ25号 (2011年6月30日発売)

◆ウランも原油も頼れない、エネルギーは地方から変わる

オルタナ24号 (2011年3月31日発売)

◆ISO26000の先駆者たち

オルタナ23号 (2011年1月31日発売)

◆企業×NPO、ベストカップル

オルタナ22号 (2010年11月30日発売)

◆エシカルを着よう。ファッションにCSRを

オルタナ21号 (2010年9月30日発売)

◆GO-KI-GENな組織 7つの共通点

オルタナ20号 (2010年7月30日発売)

◆ドロッカー、コトラ、ポーターのCSR



backnumber 第一特集テーマ一覧 (19~10号)

オルタナ19号 (2010年5月3日発売)

◆間違いだらけの生物多様性

オルタナ18号 (2010年4月発売)

◆環境・CSR経営、世界ベスト100社

オルタナ17号 (2010年2月発売)

◆私が考える農業、宮沢賢治の「農」への思い

オルタナ16号 (2009年11月発売)

◆グリーン革命が始まった、「25%削減」は日本のチャンス

オルタナ15号 (2009年9月発売)

◆「バックキャスト経営」を考える、企業のCO2削減はなぜ長期目標が必要か

オルタナ14号 (2009年7月発売)

◆シャンプーで世界を変える!

オルタナ13号 (2009年5月発売)

◆社内をグリーンにする7つの方法、社長を動かせ、社員を動かせ

オルタナ12号 (2009年3月発売)

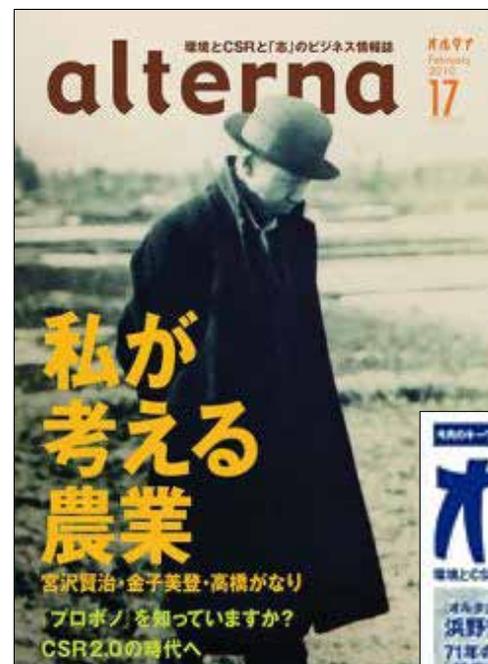
◆ソーシャルなお金の貸し方

オルタナ11号 (2009年1月発売)

◆「環境税は怖くない」

オルタナ10号 (2008年11月発売)

◆ポスト・ブッシュ、環境大国へ オバマとマケイン、「グリーン政策」で競う



backnumber 第一特集テーマ一覧(9~1号)

オルタナ9号(2008年9月発売)

◆頑張れ!自然エネルギー

オルタナ8号(2008年7月発売)

◆森林ビジネス、今がチャンス

オルタナ7号(2008年4月発売)

◆環境・CSR経営、世界ベスト77企業

オルタナ6号(2008年2月発売)

◆不毛なゴミ論争、もう止めよう

オルタナ5号(2007年12月発売)

◆オーガニック1%の壁

オルタナ4号(2007年10月発売)

◆京都議定書 ツケは誰に

オルタナ3号(2007年8月発売)

◆横並びCSRならやめちまえ

オルタナ2号(2007年6月発売)

◆良いバイオマス悪いバイオマス

オルタナ1号(2007年4月発売)

◆良心が経営を変えた、環境・健康・社会貢献——他とは違う51社



サステナブル・ビジネス・マガジン
alterna

Media Guide January 2021

Media Data

日本で唯一の

ソーシャル／環境／SDGsビジネスマガジン

A4変形フルカラー／約80ページ／年4回発行(季刊)

大手資本が入っていない独立系メディア

2007年創刊／発行部数15000部／全国300店で発売中

メインターゲット:環境・SDGsに関心が高いビジネスパーソン

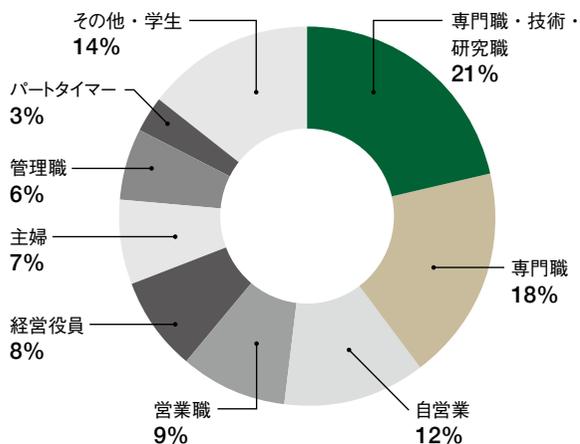
20-40代が主読者。読者は男女半々



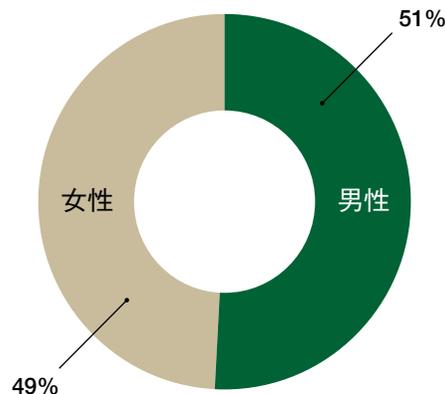
2019年6月発売 57号

職業

職業は分散していますが、専門職・技術・研究職が約1/4と割合が高くなっています。

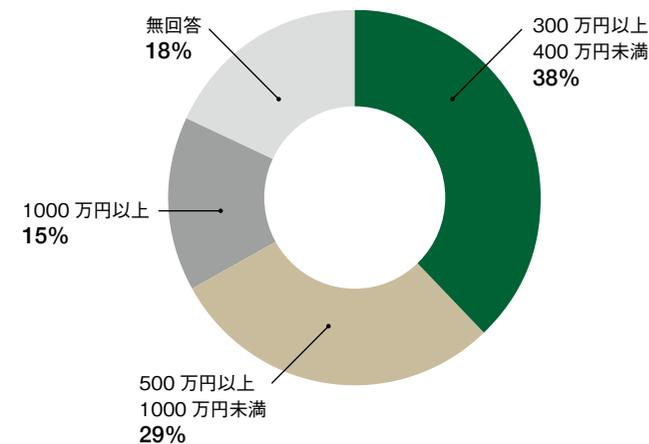


性別



年収

年収は1000万円以上の高所得者が2割近く。



オルタナ式編集タイアップ①

サステナビリティの知見を生かして
「ストーリーテリングカ」で訴求

ASVで企業価値を高める

味の素・西井孝明社長

味の素グループが推進するASVの推進に関する記者会見の様子

味の素グループはASV (Ajinomoto Group Shared Value) を掲げ、事業を通じて社会課題の解決に取り組む。社会とどうも持続的に成長することを目指す。なせサステナビリティの取り組みが企業価値向上につながるのか、西井孝明社長にASVについて聞いた。

2014年にASVを掲げて以来、さまざまな取り組みを進めています。ASVの考え方について教えてください。

「事業そのものが社会課題に貢献している。つまり、事業を通じて社会課題に取り組み、より大きな社会価値を生み出すこと」がASVの考え方です。

ASVで企業価値を高めるという点、日本では企業価値という概念が浸透していません。ASVの考え方を教えてください。

ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

ASVの推進には、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

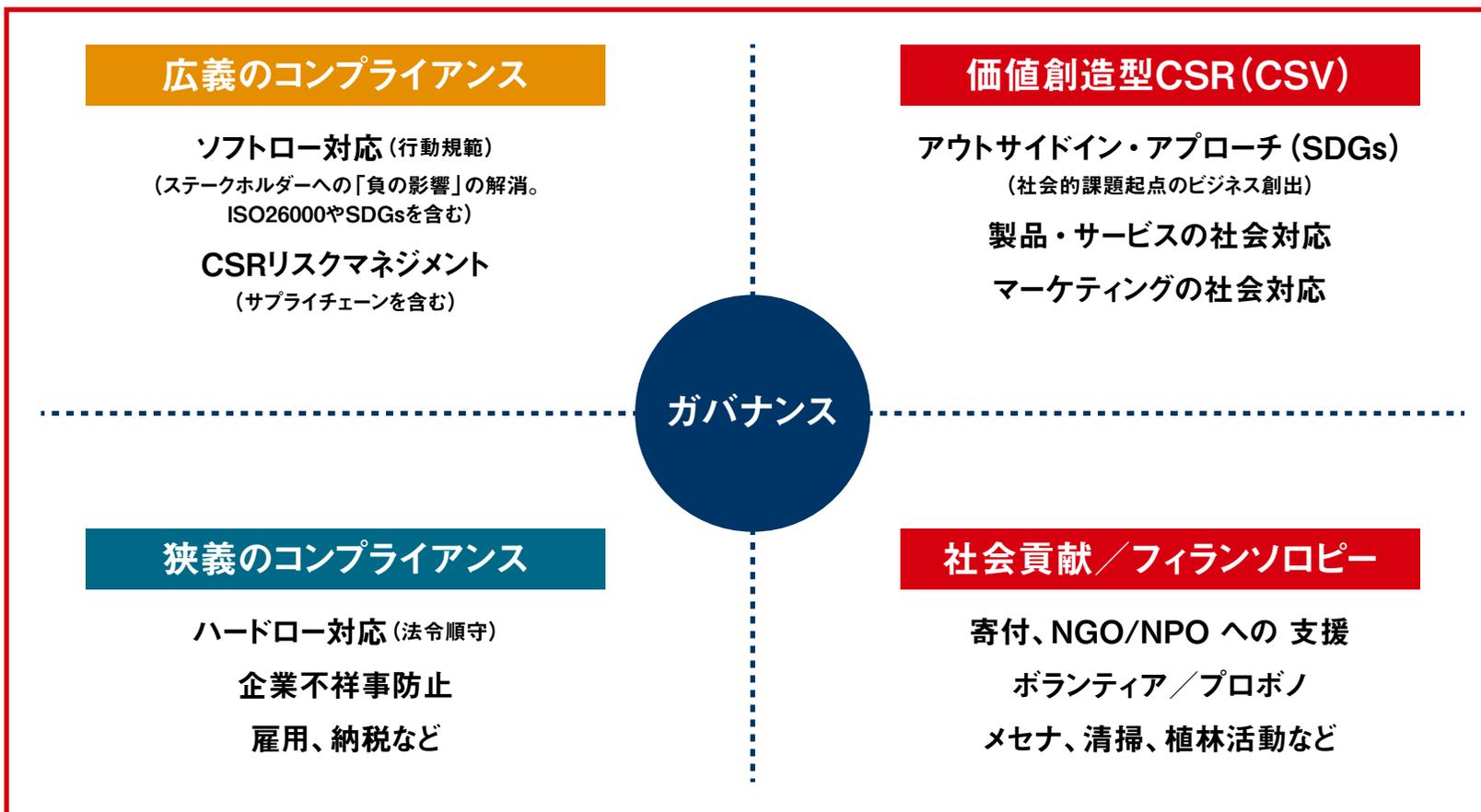
ASVの推進は、各社が持つ強みや特徴を生かして、社会課題の解決に取り組むことが重要です。

オルタナが考えるCSRの構造と領域

これからのCSR

企業価値の創造 (大)

ネガティブ・インパクト最小化

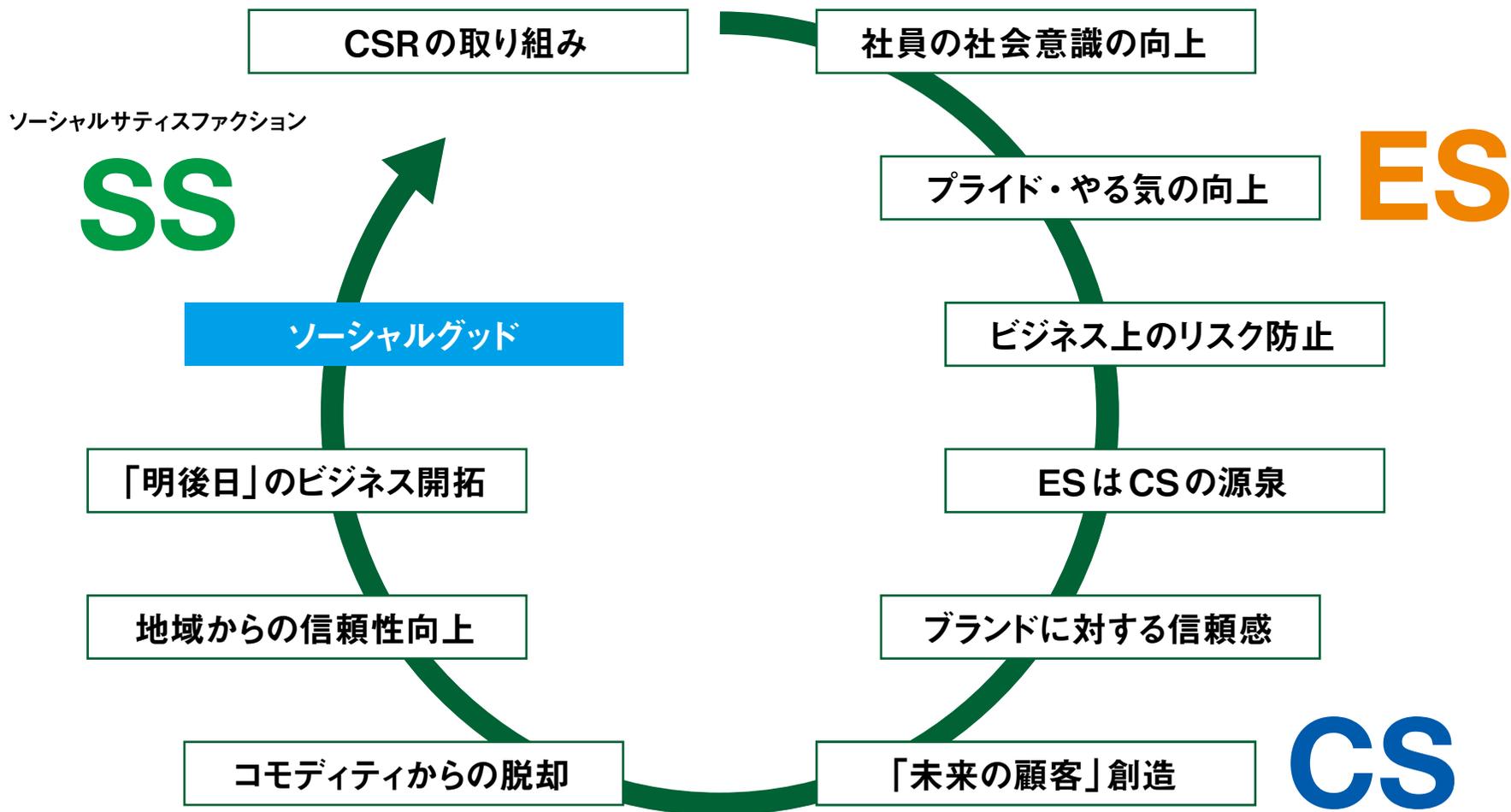


ポジティブ・インパクト最大化

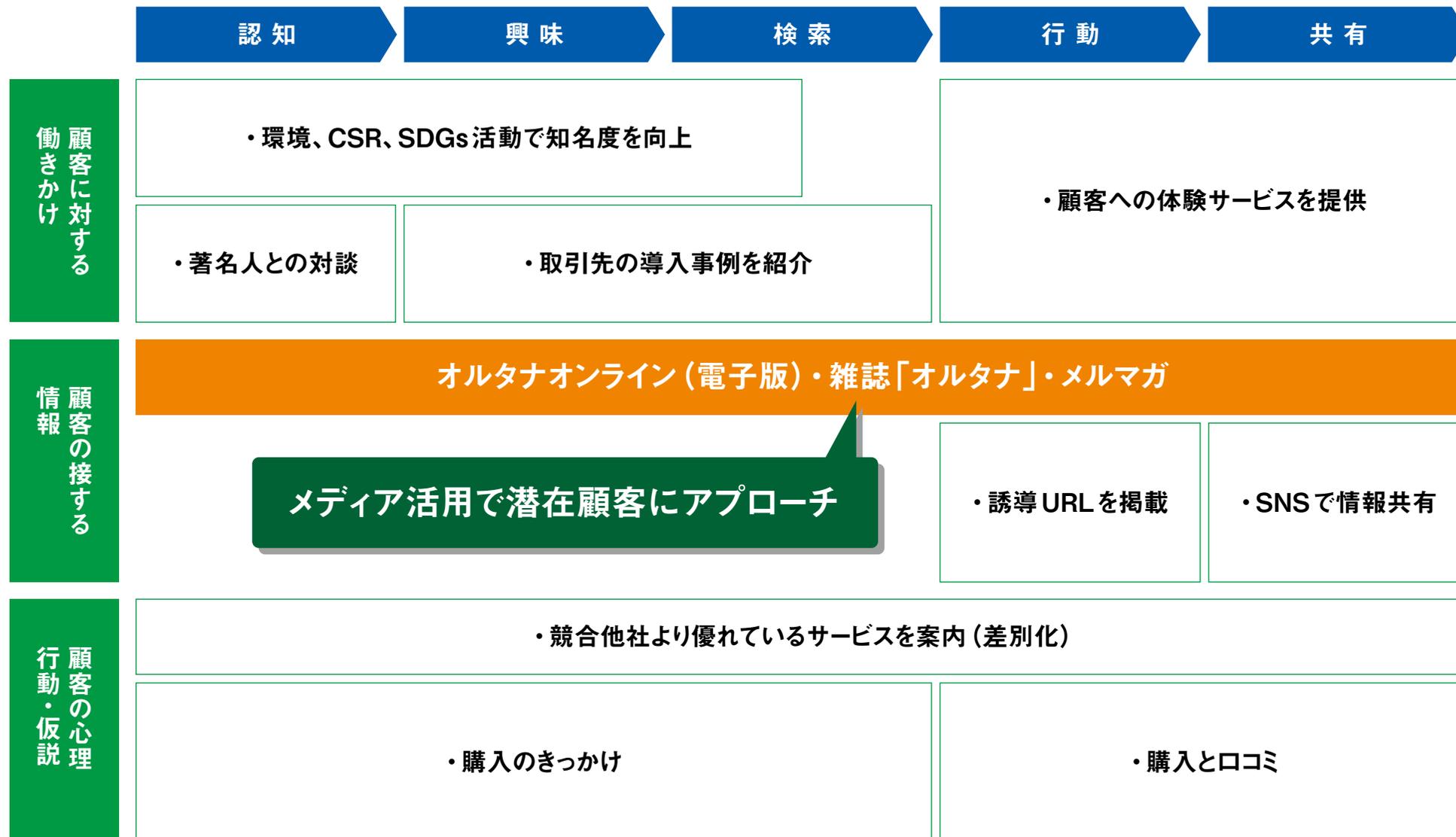
これまでのCSR

企業価値の創造 (小)

ES / CS / SSの向上



プロモーション設計 (AISASの法則)



記事広告事例

実績 1

反響を可視化

記事で発信するだけでなく、サステナビリティに感度の高い読者によるアンケートを実施。反響を可視化へ。

クライアント例: サラヤ様

<http://www.alterna.co.jp/30313>



実績 2

著名人対談

オルタナのネットワークを活かしてサステナビリティに関心のある著名人との対談を企画。

クライアント例: ギンザのサエグサ様



実績 3

読まれやすい純広告

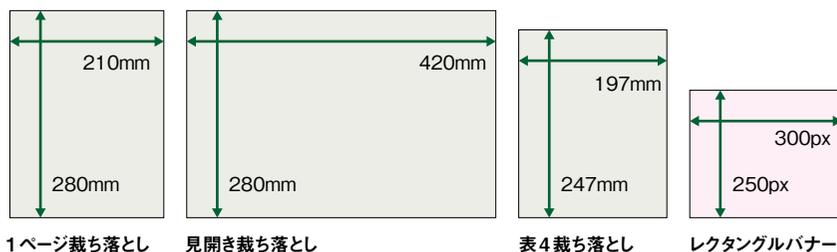
純広告は表2や第一特集、トップインタビューの間に掲載。

クライアント例: 三菱地所様



広告サイズ / 広告費用

広告サイズ



制作ステップ

お申込み⇒取材の切り口ご提案⇒
取材・原稿化⇒修正・ご確認⇒校了
雑誌オルタナは3月末、6月末、9月末、12月末発売

オルタナ本誌の広告

※いずれも記事作成費は1ページ5万円の別途ご請求となります

1ページ	1回 400,000円
2ページ見開き	1回 800,000円
表2または表3見開き	1回 1,000,000円
表4変形広告1ページ	1回 600,000円

年間記事広告パッケージ

※年間パッケージには、レクタングルバナー、編集長メール配信、オンライン記事配信を無償でお付けいたします

1ページ×4回連載	1,500,000円
2ページ×4回連載	3,000,000円
4ページ×4回連載	5,000,000円

オルタナ本誌の純広告費用

1 ページ:40万円 (税抜き)

制作ステップ

お申込み⇒取材の切り口
ご提案⇒取材・原稿化⇒
修正・ご確認⇒校了

雑誌オルタナは3月末、6月
末、9月末、12月末発売

Brave is Beautiful

誰も知らない、自分だけの道を行く。
本物の自分になるために。
一次片の勇気を通してへにして。

CITIZEN *L*

Eco-Drive

CITIZEN
BETTER STARTS NOW

0120-150-150 (受付時間 9時~20時)
大阪支店 06-6543-1111
東京支店 03-5561-1111
札幌支店 011-241-1111
仙台支店 022-231-1111
名古屋支店 052-231-1111
京都支店 075-231-1111
福岡支店 092-231-1111
沖縄支店 098-231-1111

World Without Waste

すべての容器で廃棄物ゼロをめざす取り組みです。
お客様のニーズにあわせた容器をお選びいただけます。

PETボトルからPETボトルをつくる。

コカ・コーラシステムは、古びんが再利用されているように、使用済みPETボトルから新しいPETボトルを生み出す「ボトルtoボトル」に取り組んでいます。2030年にはリサイクルPETボトルの割合を90%まで高めるとともに、缶を含むすべての容器をサステイナブル素材100%に。心身ともに人々をうるおし、さわがさを提供するとともに、あらゆる人々の生活、地域社会、そして地球にとって前向きな変化をもたらすことを目指します。

Recycling symbol and other details.

world without waste
the better way to consume

アンケート付き記事について

各記事にアンケートを付けて読者の反応を可視化します

*費用は要相談

SDGsにも貢献、エコフィードを知っていますか？

2020年04月15日 | 10:00 | 10分程度 | 読者専用

Twitter Facebook LINE

一般社団法人食品ロス・リバーンセンター（東京・千代田）では、エコフィードを普及しています。エコフィードとは、エコロジカルやエコノミカル（節約する）の「エコ」と飼料を意味する「フィード」を掛け合わせた造語です。原料は食品工場で余った野菜やスーパーの売れ残りなどは、これらを殺菌、発酵処理などを施して飼料にする。（オルタナS編集長＝池田 育雄）



内製飼料の70%以上を食品工場の製造過程ロスを利用した発酵リキッド飼料にしているため、畜産飼料を揃えた均質な共産生産を行っています。2019年にはエコフィード利用の畜産物産家として表彰を受けました。

他牧場の向久澤和仁社長は、「エコフィードで育てた豚の内質はまったく違う。一般のエサではマネできない」と誇ります。

抽選でエコフィードで育てた商品（3000円相当）プレゼント！読者アンケートのご協力願います

エコフィードに関する基礎知識を掲載しております。アンケートにご回答いただいた方の中から抽選で5名様にエコフィードで育てた商品（3000円相当）をプレゼントします。アンケートの締め切りは2021年1月11日（金）20:00まで。

アンケートはこちら

Twitter Facebook LINE

アンケート項目

- 基本属性（年齢・性別・業種・職種など）
- ブランド・サービス認知
- 商品ブランドへの好意度・購入意向
- フリーコメントなど

PRとマーケティングを同時に可能

- 主な読者はサステナビリティの関心層＝サステナビリティに関するサービス・プロダクトの潜在顧客層
- 記事の反響を感度の高い読者アンケートで可視化

サステナブル・ビジネス・マガジン
alterna MEDIA GUIDE

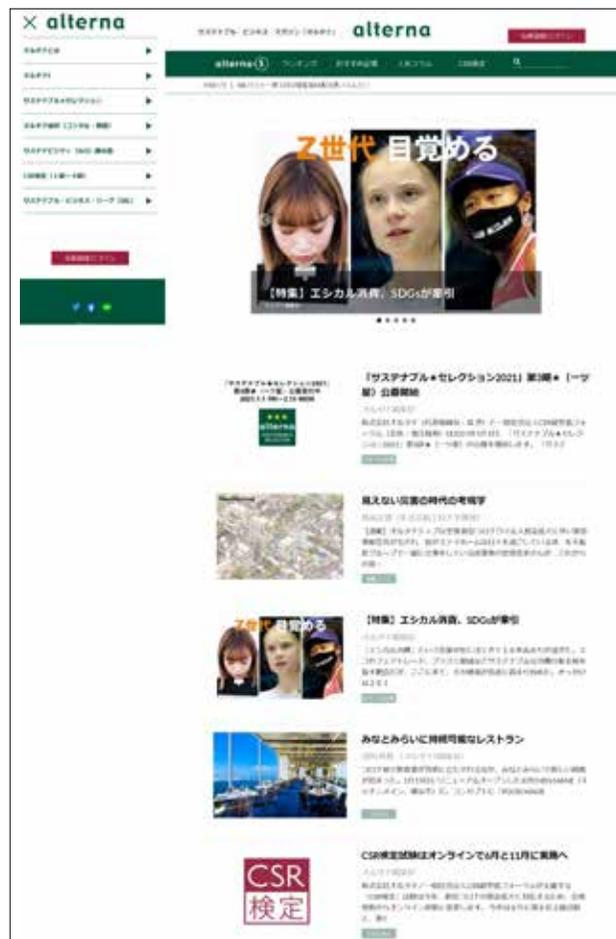
サステナブル・ビジネス・マガジン **online**
alterna
Media Data

オルタナ・オンライン版

<https://www.alterna.co.jp/>

- ・毎日サステナビリティに関するニュースを5本掲載
(世界各国に在住のジャーナリストが記事執筆)
- ・30人を超える豊富なコラムニスト陣

トップページ



記事ページ



オルタナ・オンライン版

<https://www.alterna.co.jp/>

記事ページ

サステナブル・ビジネス・マガジン「オルタナ」 alterna 会員登録ログイン

alterna ランキング おすすめ記事 人気コラム CSR検定

お知らせ | 「絶対に捨てられない大切な記事」ワースト10

■オルタナ「10のCS」 「国内の脱炭素」だけでは気候危機は解決しない

「国内の脱炭素」だけでは気候危機は解決しない

足立 治郎 (「環境・持続社会」研究センター JACSES 事務局長)

12/20(木) 7:09 AM 21

官首相は10月26日、所信表明演説で「日本は2050年までにカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」と表明した。これにより、日本のCO2（二酸化炭素）をはじめとする温室効果ガス削減の取り組みは大きな弾みが付いた。（「環境・持続社会」研究センター JACSES 事務局長＝足立 治郎）

11月19日の衆議院と20日の参議院本会議は「気候非常事態宣言」を決議し、「この危機を克服すべく、一日も早い脱炭素社会の実現に向けて、わが国の経済社会の再設計・取り組みの抜本的強化を行い、国際社会の名譽ある一員として、それに相応しい取り組みを、国を挙げて実践していくことを決意する」と宣言した。

新型コロナ禍の出口が見えないなか、感染症対策と合わせた経済復興策は悠長な課題だ。それに追われ、気候変動対策がおざなりにされることが危惧される中、首相の決意表明と国会決議がされたことはとても意義深い。

早速、2兆円規模の温暖化対応のための基金創設をはじめ、政府・民間セクターの取り組みが活性化し、報道も増えた。ただし、取り組みや報道の多くが「国内の脱炭素」に集中している傾向があることには、注意が必要だ。

Yahoo!ニュースにも配信

YAHOO! JAPAN ニュース IDでもっと便利に新着記事 ログイン 2020TOWNのお買い物で+10%お得に

キーワードを入力

トップ 速報 ライブ 個人 特集 みんなの意見 ランキング

主要 国内 国際 経済 エンタメ スポーツ IT 科学 ライフ

「国内の脱炭素」だけでは気候危機は解決しない

12/20(木) 7:09 AM 21

alterna

足立 治郎 (「環境・持続社会」研究センター事務局長)

官首相は10月26日、所信表明演説で「日本は2050年までにカーボンニュートラル、脱炭素社会の実現を目指す」と表明した。これにより、日本のCO2（二酸化炭素）をはじめとする温室効果ガス削減の取り組みは大きな弾みが付いた。（「環境・持続社会」研究センター事務局長＝足立 治郎）

11月19日の衆議院と20日の参議院本会議は「気候非常事態宣言」を決議し、「この危機を克服すべく、一日も早い脱炭素社会の実現に向けて、わが国の経済社会の再設計・取り組みの抜本的強化を行い、国際社会の名譽ある一員として、それに相応しい取り組みを、国を挙げて実践していくことを決意する」と宣言した。

新型コロナ禍の出口が見えないなか、感染症対策と合わせた経済復興策は悠長な課題だ。それに追われ、気候変動対策がおざなりにされることが危惧される中、首相の決意表明と国会決議がされたことはとても意義深い。

早速、2兆円規模の温暖化対応のための基金創設をはじめ、政府・民間セクターの取り組みが活性化し、報道も増えた。ただし、取り組みや報道の多くが「国内の脱炭素」に集中している傾向があることには、注意が必要だ。

オンライン連載執筆陣 (敬称略)

*月間連載陣

■ 小林 光 (元環境事務次官/オルタナ論説委員)

「小林光のエコめがね」

■ 竹村眞一 (京都芸術大学教授/オルタナ論説委員)

「地球の目線2021」

■ 藻谷浩介 (日本総合研究所主席研究員/オルタナ論説委員)

「藻谷浩介のファクトで考えよう」

■ 原田勝広 (元日本経済新聞社編集委員/オルタナ論説委員)

「原田勝弘の視点焦点」

■ 鈴木雅剛 (ボーダレス・ジャパン副社長)

「ソーシャルビジネスとは何か」

■ 鎌田安里紗 (エシカルファッションプランナー)

「多様で健康的なファッションの未来を考える」

■ 岡田千尋 (認定NPO法人アニマルライツセンター代表理事)

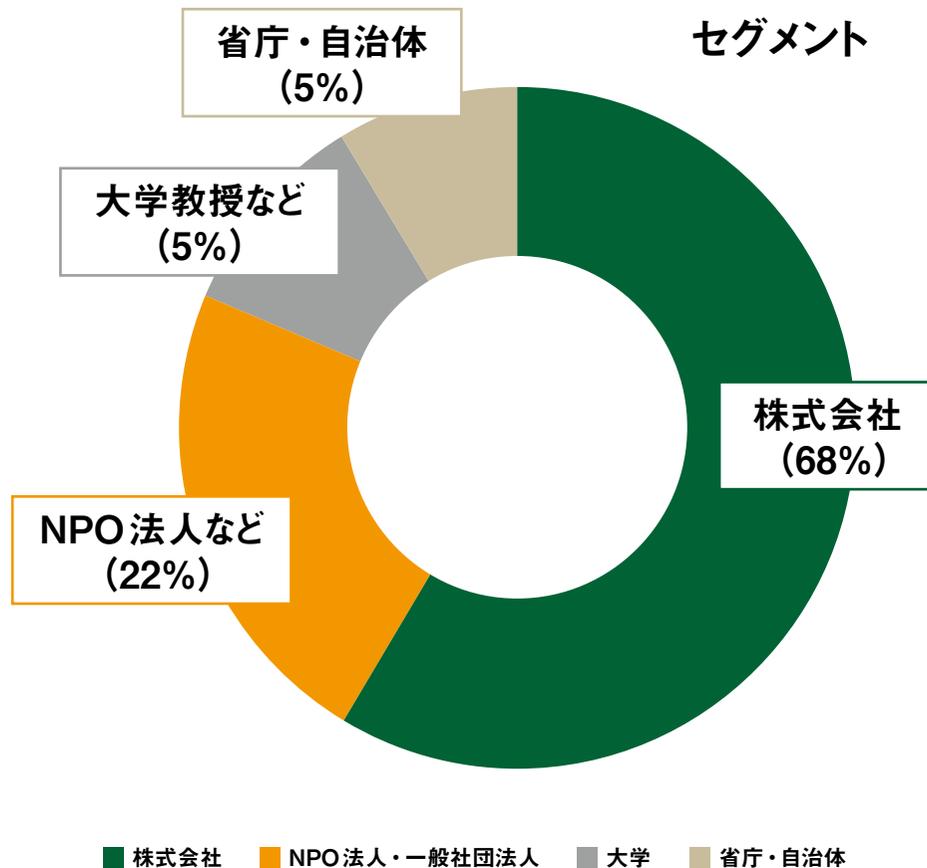
「アニマルウェルフェアのリスクとチャンス」

■ 村木真紀 (認定NPO法人虹色ダイバーシティ代表理事)

「LGBT視点が職場と社会を変える」

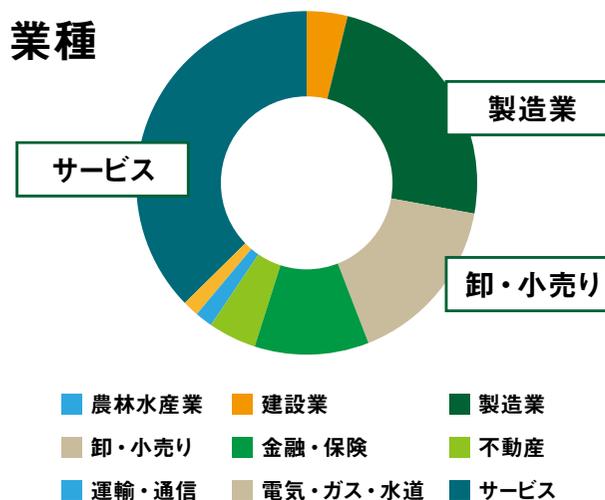
——など30人以上の連載陣

読者構成

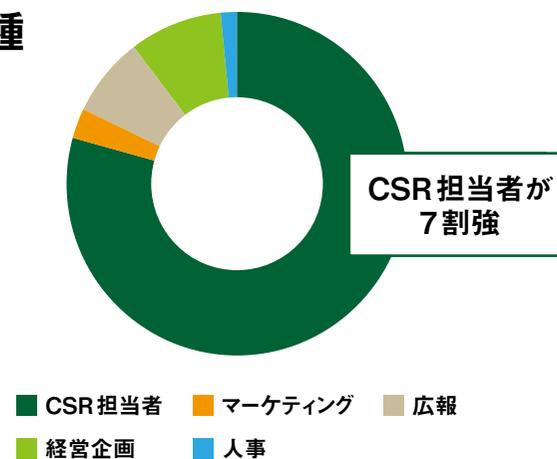


- ・読者7割がサステナビリティに関心のあるビジネスパーソン
- ・3分の2が大手企業
- ・社長・代表理事は3000人以上

業種



職種



読者属性

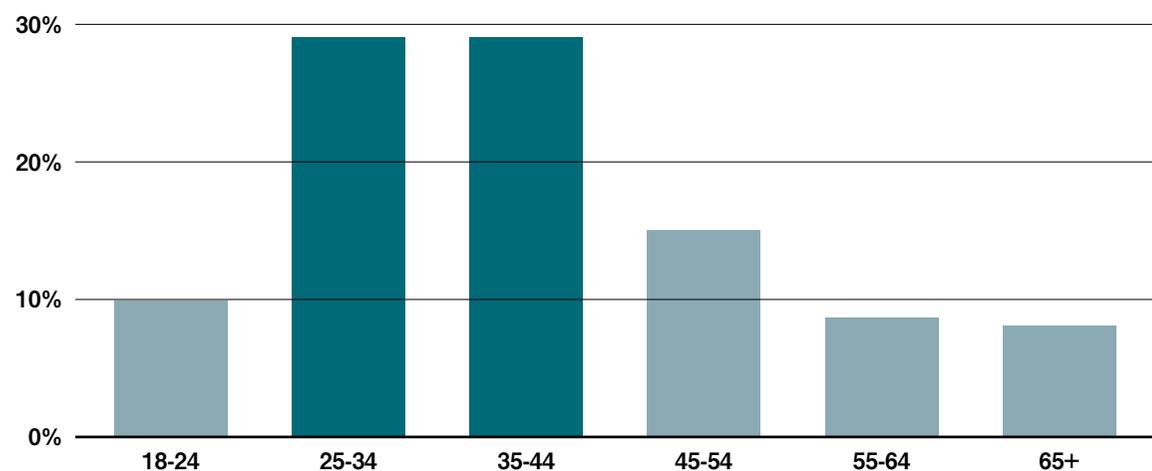
PV:30万(月間)

UU:15万(月間)*サステナビリティに関心のあるビジネスパーソン

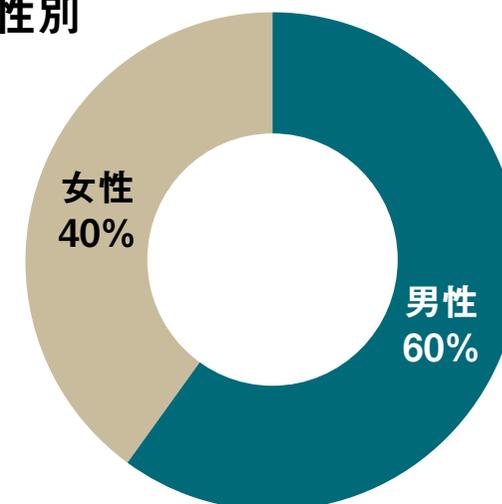
メルマガ:4万5千人(大手企業のCSR担当者ら、毎週月・水・金曜日に配信)

SNS合計:約1万5千人(サステナビリティに関心のあるビジネスパーソンら)

年齢



性別



メニュー一覧表

PC版



スマホ版



*バナーサイズは縦横280×280

① 編集長メルマガ	御社イベントを4万5千人に配信	1回 105,000円
② レクタングルバナー（上参照）	オルタナから御社CSRサイトに誘導	1ヶ月 50,000円
③ 企画記事掲載	オルタナオンライン・オルタナSに配信	1500字 150,000円から

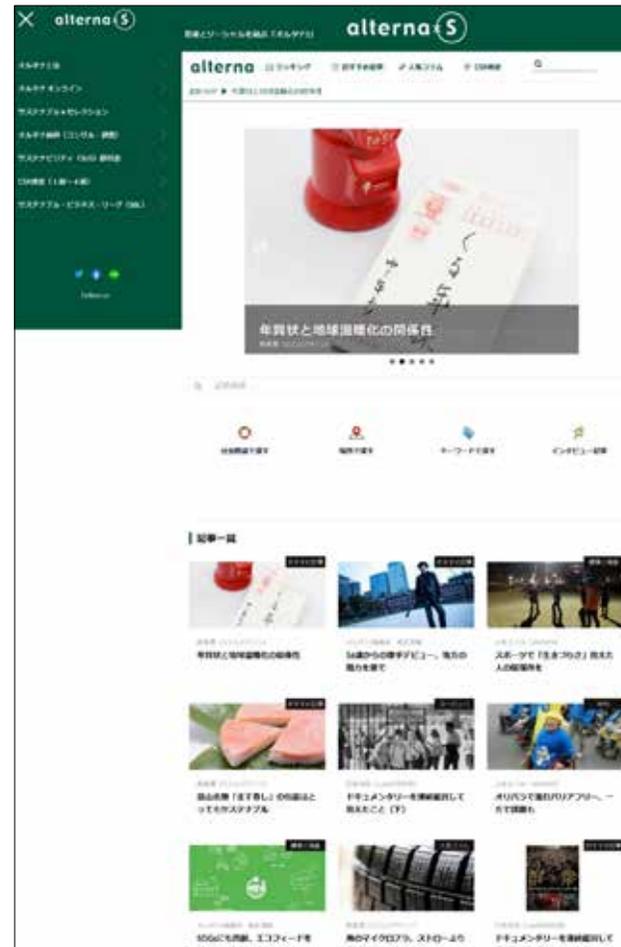
価格は全て税抜き

ALTERNATIVE
alterna MEDIA GUIDE

alterna * **S**
Media Data

<https://s.alterna.co.jp/>

- ・サステナブル・ビジネス・マガジン「オルタナ」の姉妹メディアとして2011年4月22日にスタート
- ・大学生 (Student) とソーシャル (Social) に特化したウェブメディア
- ・若者視点でエコ・エシカル・ソーシャルなニュースや情報を発信

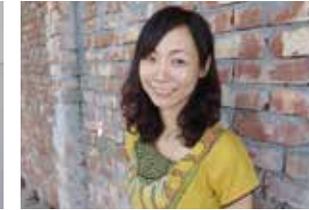


大学生の活動を積極的に配信



- 記事は平日で3~4本、土日で1本ずつ毎日更新
- なかでも主に取り上げているのが大学生の活動で、平均で月に15本取り上げています。

識者・専門家



社会起業家

若者向けに
ソーシャルなテーマで取材
記事総数約6000本
(2011年3月～2020年1月)

大学生・NPO

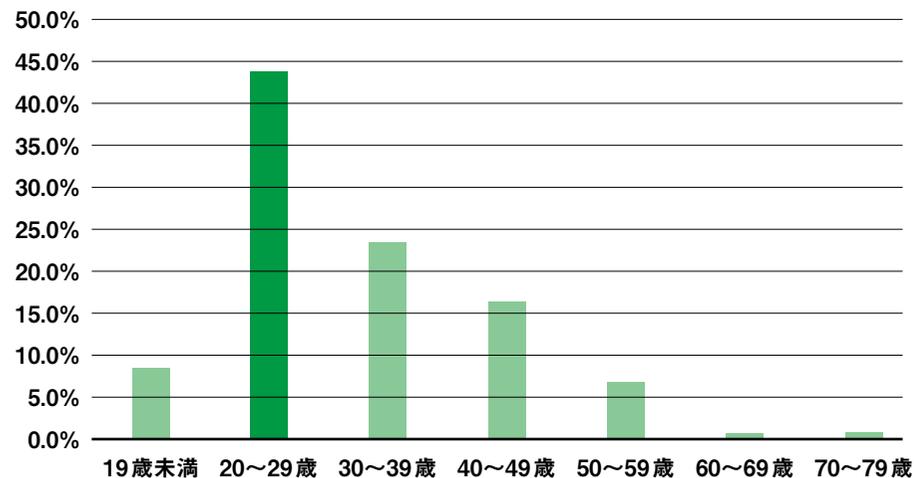


タレント

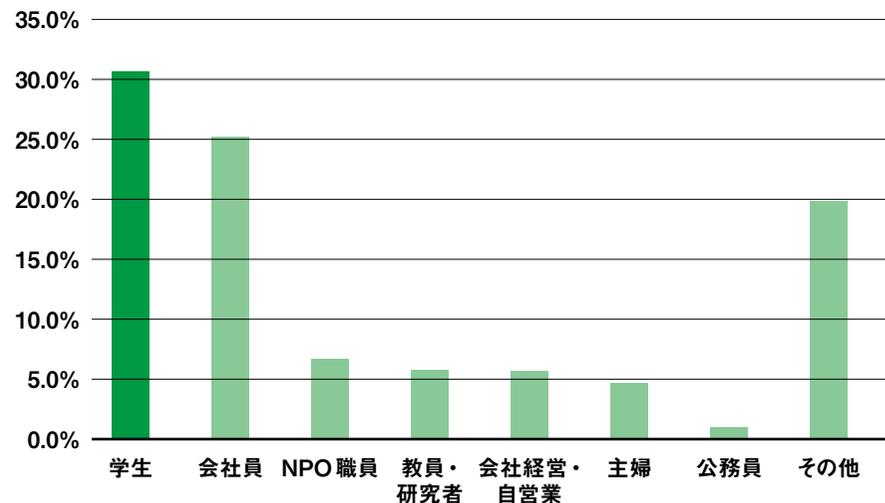


読者層

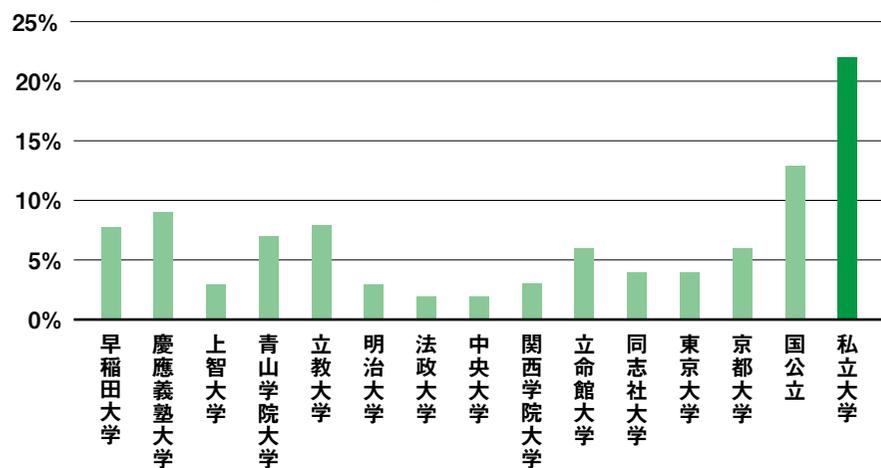
年齢



職業



大学別



- 読者の7割が10~30代前半
- 主な読者層は大学生
- 有名私大を始め偏差値高め

長期プラン一覧

オルタナ本誌を活用したプラン

	スタンダード (記事2本)	プレミアム(1年間) (記事4本)	プレミアム(2年間) (記事8本)
期間	6カ月	12カ月	24カ月
オルタナ本誌	毎号1P(記事広告) 記事広告(1P): 40万円(税抜)	毎号2P(記事広告)	毎号2P(記事広告)
オルタナオンライン	・記事転載 ・バナー掲載	・記事転載 ・バナー掲載	・記事転載 ・バナー掲載
オルタナS	・記事転載 ・バナー掲載	・記事転載 ・バナー掲載	・記事転載 ・バナー掲載
メルマガ	毎月1回配信	毎週1回配信	毎週1回配信
アンケート	1回(5問、追加は別途費用)	1回(5問、追加は別途費用)	2回(5問、追加は別途費用)
金額(税抜)	1,200,000	3,600,000	6,000,000

オプションメニュー (下記のメニューもオプションとして可能です。別途費用有)

- ・著名人対談プロデュース
- ・得意先企業やNPO担当者とのマッチング
- ・自社CSRやサステナビリティのイベントやキャンペーン展開
- ・CSRコンサルティング(CSRやサステナビリティと経営の統合、CSRの社内浸透やSDGsの進め方に関するアドバイス、CSRレポート/統合報告書/コーポレートサイトのレビュー、統合報告書に関するESG情報開示のアドバイス、GRI対照表の作成や情報開示についてのアドバイス、マテリアリティの特定に関するアドバイス、ステークホルダーエンゲージメントの運営アドバイスなど)

オンラインを活用した基本プラン

	スタンダード (記事3本)	プレミアム(1年間) (記事6本)	プレミアム(2年間) (記事12本)
期間	6カ月	12カ月	24カ月
オルタナオンライン	<ul style="list-style-type: none"> ・記事掲載 ・バナー掲載 <small>※記事の掲載はオルタナもしくはオルタナSのどちらかを選べます</small>	<ul style="list-style-type: none"> ・記事掲載 ・バナー掲載 <small>※記事の掲載はオルタナもしくはオルタナSのどちらかを選べます</small>	<ul style="list-style-type: none"> ・記事掲載 ・バナー掲載 <small>※記事の掲載はオルタナもしくはオルタナSのどちらかを選べます</small>
メルマガ	毎月1回配信	毎月1回配信	毎月1回配信
アンケート	1回5問、別途費用	1回5問、別途費用	1回5問、別途費用
金額(税抜)	900,000	1,800,000	3,600,000

オプションメニュー (別途費用)

- ・著名人対談プロデュース
- ・得意先企業やNPO担当者とのマッチング
- ・自社CSRやサステナビリティのイベントやキャンペーン展開
- ・CSRコンサルティング (CSRやサステナビリティと経営の統合、CSRの社内浸透やSDGsの進め方に関するアドバイス、CSRレポート/統合報告書/コーポレートサイトのレビュー、統合報告書に関するESG情報開示のアドバイス、GRI対照表の作成や情報開示についてのアドバイス、マテリアリティの特定に関するアドバイス、ステークホルダーエンゲージメントの運営アドバイスなど)

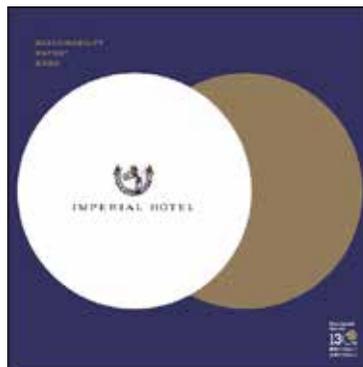
制作物実績

制作物実績①

アビームコンサルティング CSRレポート



帝国ホテル サステナビリティレポート



ヤフー トップメッセージ



制作物実績②

アビームコンサルティング CSRレポート



帝国ホテル サステナビリティレポート



日本最大のソーシャルビジネスコンテスト
「みんなの夢アワード」大会公式パンフレット



制作物実績③

ブリタジャパン リーフレット



帝国ホテル サステナビリティレポート



コンサルティングメニューのご紹介

SUS (サステナビリティ) 部員塾



企業のCSR担当者に特化した連続セミナー「CSR部員塾」は、企業のCSR担当者にCSRについての知見とネットワークを提供することを目的として2011年にスタートしました。

CSR部員塾の目的

企業のCSR担当者にCSRについての幅広い知見を提供する「基礎セミナー」「中級セミナー」と、セミナーに連動した「実践的ワークショップ」によって、世界の潮流と基礎知識を企業のCSR活動に反映するとともに、NPOとの協働や、CSR活動と本業との統合などが主体的に行える、より深いCSRリテラシーとスキルを身につけていただくことを目的としています。

*上期と下期(各5回)で実施

これまでの参加企業(一部、敬称略)

トヨタ自動車株式会社、三井物産株式会社、味の素株式会社、株式会社テレビ東京ホールディングス、凸版印刷株式会社、キヤノンマーケティングジャパン株式会社、大和ハウス工業株式会社、株式会社WOWOW、カゴメ株式会社、株式会社竹中工務店、アクセンチュア株式会社、株式会社TBSテレビ、株式会社リクルートホールディングス、キリン株式会社、株式会社野村総合研究所、ソニー株式会社、コクヨ株式会社、株式会社ベネッセホールディングス、スターバックスコーヒージャパン株式会社、パナソニック株式会社、株式会社三菱総合研究所、株式会社オリエンタルランド、伊藤忠商事株式会社、株式会社大和証券グループ、株式会社ニコン、ハーゲンダッツジャパン株式会社、本田技研工業株式会社、東京ガス株式会社、全日本空輸株式会社、日産自動車株式会社、ダイキン工業株式会社、株式会社クラレ、日本ゼオン株式会社、東レ株式会社、住友商事株式会社、富士電機株式会社、三菱地所株式会社、株式会社LIXIL、アステラス製薬株式会社、日本オラル株式会社、株式会社ファンケル、株式会社ティップネス、JNC株式会社、大阪ガス株式会社、株式会社ブリヂストン、ダノンジャパン株式会社、ソニー生命保険株式会社、東京エレクトロン株式会社、株式会社電通、セガサミーホールディングス株式会社、株式会社日立製作所、西日本旅客鉄道株式会社(JR西日本)、株式会社日清製粉グループ本社、日本ハム株式会社、オムロン株式会社、キヤノン株式会社、三井化学株式会社、三菱電機株式会社、富士通株式会社、株式会社ニチレイ、株式会社J-オイルミルズ、YKK株式会社、株式会社明治、株式会社良品計画 ほか

<https://www.csr-today.biz/school>

CSR検定



3級の受験実績

受験実績						
試験名称	申込者	受験者	合格者	合格率	平均点	満点合格者
第1回試験 (2015年3月8日)	538人	493人	467人	94.7%	36.2点	28人
第2回試験 (2015年10月4日)	337人	313人	184人	58.7%	31.5点	1人
第3回試験 (2016年2月28日)	513人	484人	358人	73.9%	33.6点	4人
第4回試験 (2016年10月30日)	476人	455人	358人	78.9%	34.1点	9人
第5回試験 (2017年4月16日)	498人	473人	273人	57.7%	31.5点	1人
第6回試験 (2017年10月22日)	490人	433人	344人	77.65%	34.5点	42人
第7回試験 (2018年4月22日)	414人	377人	263人	69.8%	33.2点	8人
第8回試験 (2018年10月21日)	604人	551人	425人	77.1%	34.1点	14人
第9回試験 (2019年4月21日)	660人	606人	368人	60.7%	31.7点	4人
第10回試験 (2019年10月27日)	1335人	1224人	905人	73.94%	33.35点	11人
累計	5865人	5409人	3945人	—	—	122人

2級の受験実績

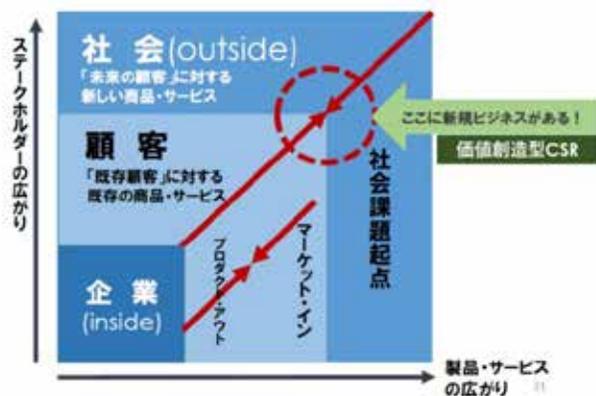
受験実績						
試験名称	申込者	受験者	合格者	合格率	平均点	最高得点
第1回試験 (2016年10月30日)	232人	217人	121人	55.7%	34.8点	42点
第2回試験 (2017年10月22日)	191人	170人	103人	60.6%	35.6点	42点
第3回試験 (2018年4月22日)	135人	119人	71人	59.7%	35.5点	44点
第4回試験 (2019年4月21日)	276人	246人	140人	56.9%	34.98点	44点
累計	834人	752人	435人	—	—	—

1級の受験実績

受験実績						
試験名称	申込者	受験者	合格者	合格率	平均点	満点合格者
第1回一次試験 (2019年10月27日)	79人	73人	23人	31.5%	29.9点	0人
第1回二次試験 (2020年2月9日)	20人	20人	13人	17.8%	32.9点	0人
一次試験 累計	79人	73人	23人	—	—	0人
二次試験 累計	20人	20人	13人	—	—	0人

SDGsアウトサイド・インワークショップ

SDGsの企業行動指針「SDGコンパス」では、世界的・社会的なニーズに基づいて、事業目標を設定し、そのギャップを埋めていく「アウトサイド・イン（社会課題起点）」のビジネスアプローチを推奨しています。オルタナが考案したワークショップでは、「アウトサイド・イン」の発想でリスクとチャンスにどう対応していくのか、グループに分かれて議論します。



※写真はヤフー株式会社での実施例
 ワークショップのレポートはこちら⇒ <https://about.yahoo.co.jp/csr/report/013.html>

イベント・キャンペーンプロデュース 事例①

サステナブル・ブランド国際会議 (2017年～2019年)

CSRとブランディングの統合を考えるサステナブル・ブランド国際会議の日本展開をプロデュース。イベントには2日間で約1200人を動員。ネスレ日本社長やサントリー社長ら約100人の登壇者をブッキング。公式メディア(サステナブル・ブランドジャパン)も運営



イベント・キャンペーンプロデュース 事例②

住友理工株式会社様 (2015年～)

大学生向けのPRとして、「SDGs学生小論文アワードby住友理工」を企画。SDGsやサステナビリティをテーマに大学生・院生から小論文を募集。毎年約100本エントリーあり。オルタナではテーマ選定のアドバイス、募集、審査、表彰式の運営まで行う。



企業が持続的に成長するために、SDGsにどう取り組みれば良いのか？

募集テーマ

第6回
SDGs学生小論文アワード
by 住友理工
最優秀賞 100万円 (1名)

2020年6月15日 (月) 締め切り

住友理工株式会社
SUMITOMO RIKO Company Limited

【注目】SDGs学生小論文アワード表彰式

最優秀賞は 東大・中島さん

「ローカルな経実力」でSDGsに貢献

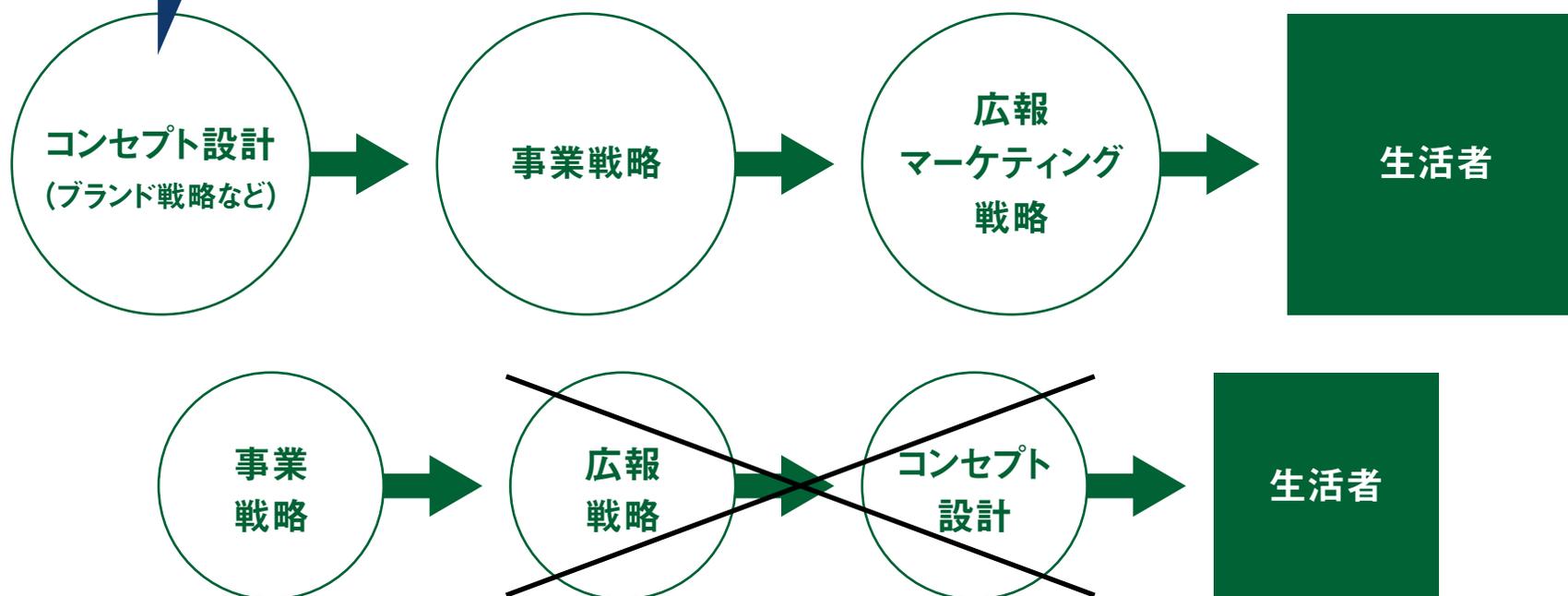
SDGs学生小論文アワード表彰式の様子が掲載された記事のスクリーンショット。記事には受賞者の写真とインタビュー内容が掲載されている。

ソーシャルコンセプトの設計から広報まで

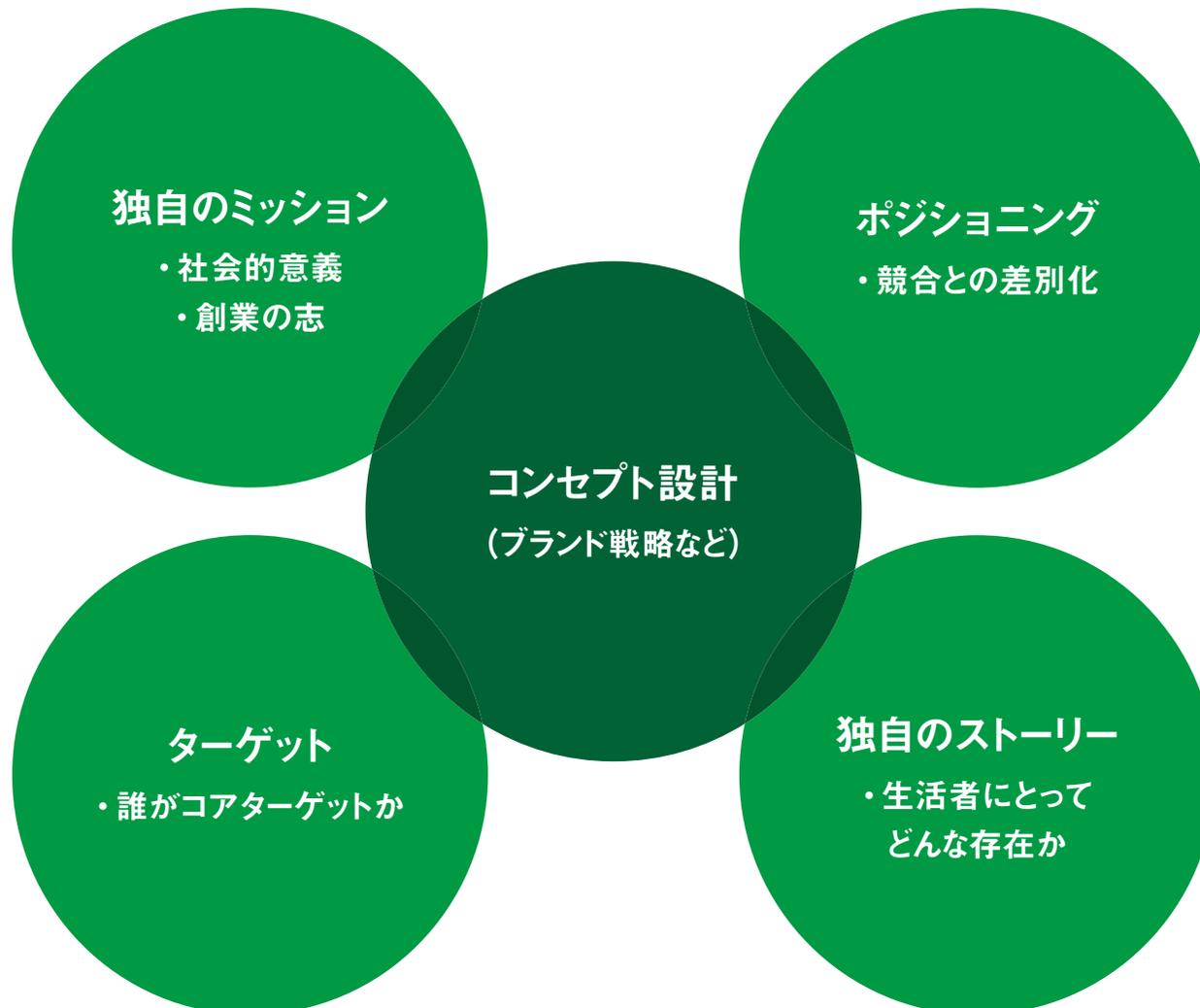
理想的なコンセプトづくり

ただ「おしゃれ」や「キャッチー」を目指せばいいわけではない。コンセプト設計は事業戦略を含めた経営戦略

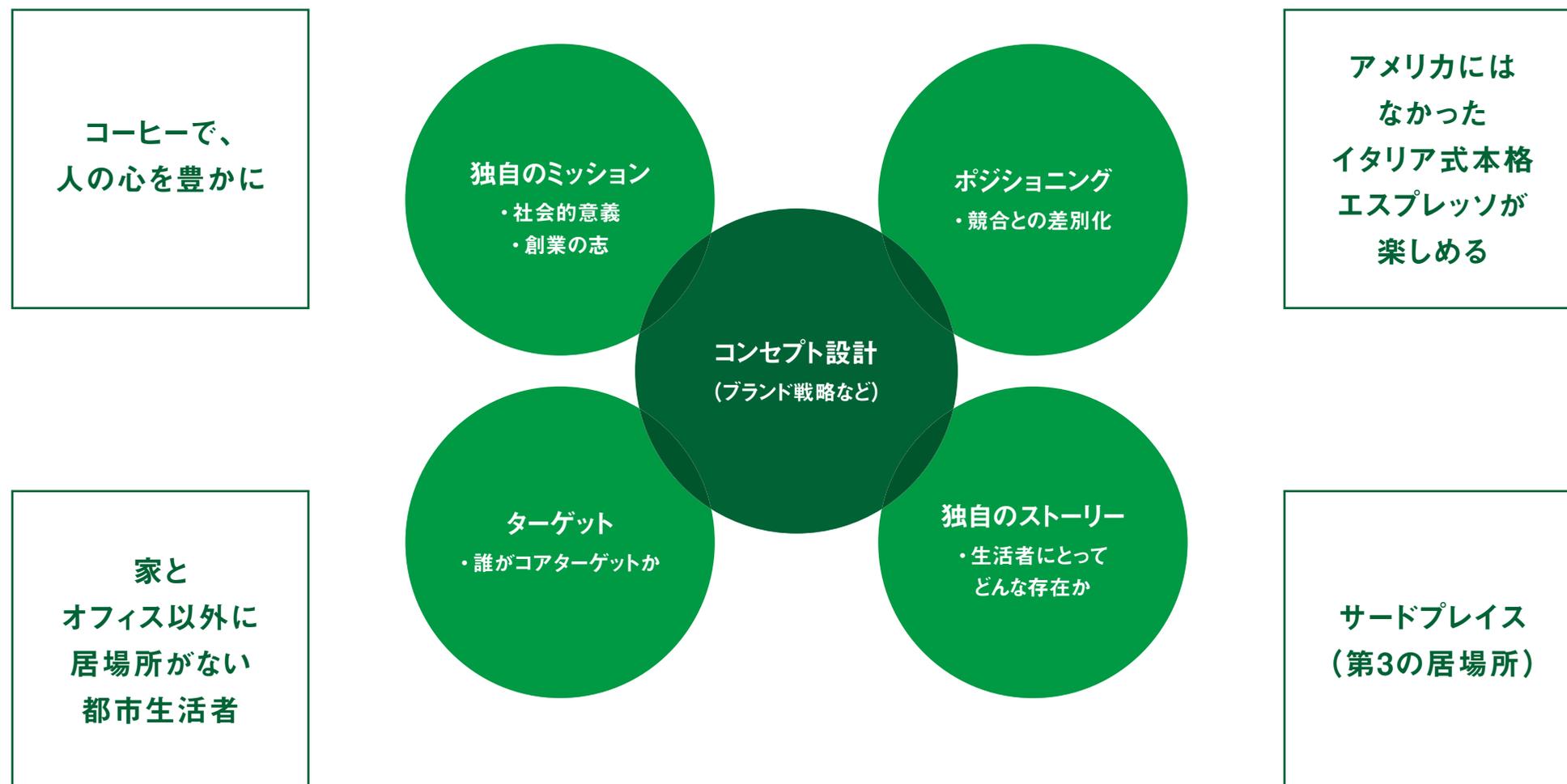
ソーシャルグッドを含めて考える



コンセプトを決める4つの要素

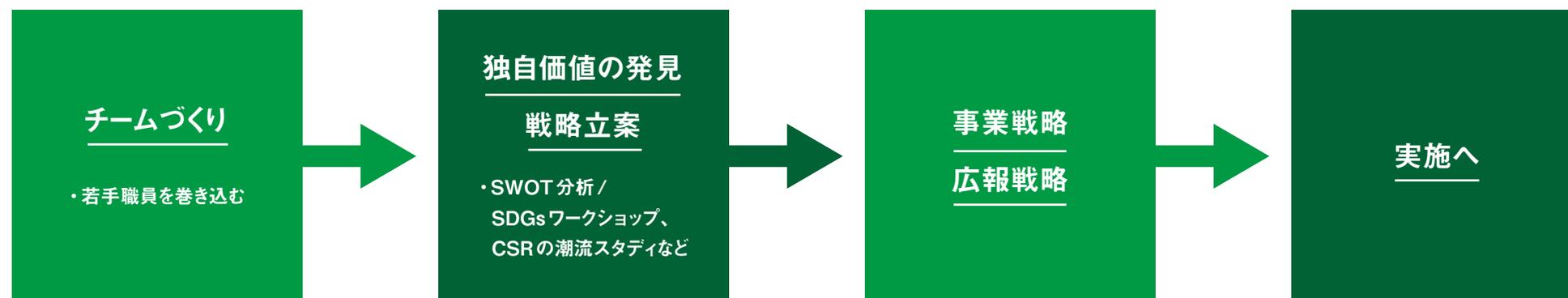


コンセプトを決める4つの要素 / スターバックスコーヒーの例



コンセプトメイキングのフロー

チームづくりからコンセプト設計、広報までオルタナが支援します

**進行スケジュール**※半年間～1年間契約（ソーシャルコンセプト以外にもお客様のサステナビリティのお悩みの解決をご支援します）

- ・毎月の定例会議（コンセプト設計支援や広報アドバイスなど）
 - ・得意先企業やNPO担当者とのマッチング
 - ・自社CSRやサステナビリティのイベントやキャンペーン展開
 - ・都度記事掲載（アウトプットができたタイミングで）
 - ・都度メルマガ配信（アウトプットができたタイミングで）
- など

コンサルティングメニュー基本プラン

	スタンダード	プレミアム(1年間)	プレミアム(2年間)
期間	6カ月	12カ月	24カ月
定例 MTG	原則毎月1回(2時間程度、広報 アドバイス、最新サステナビリティ 情報のレクチャー)	原則毎月1回(2時間程度、広報 アドバイス、最新サステナビリティ 情報のレクチャー)	原則毎月1回(2時間程度、広報 アドバイス、最新サステナビリティ 情報のレクチャー)
メルマガ	都度配信	都度配信	都度配信
記事化	都度ご相談	都度ご相談	都度ご相談
バナー	オルタナ/オルタナS	オルタナ/オルタナS	オルタナ/オルタナS
金額(税抜)	1,500,000 ~	3,000,000 ~	6,000,000 ~

オプションメニュー (別途費用)

- ・著名人対談プロデュース
- ・得意先企業やNPO担当者とのマッチング
- ・自社CSRやサステナビリティのイベントやキャンペーン展開
- ・CSRコンサルティング(CSRやサステナビリティと経営の統合、CSRの社内浸透やSDGsの進め方に関するアドバイス、CSRレポート/統合報告書/コーポレートサイトのレビュー、統合報告書に関するESG情報開示のアドバイス、GRI対照表の作成や情報開示についてのアドバイス、マテリアリティの特定に関するアドバイス、ステークホルダーエンゲージメントの運営アドバイスなど)

お問い合わせ：株式会社オルタナ

info@alterna.co.jp

03-6407-0266