

2024年2月よりFUDGE.jpにて

クルマ企画の新連載がスタートいたします！

連載スタートを記念して

Car Life特集を実施いたします！

F U D G E フダジ

Car Life ver.4

特集のご案内（実施月：2024年3月－4月）



FUDGE世代は“エシカル”に敏感なことがニュースタンダード

お洒落を愛し、媚びないスタイルを追求するリアルなファッション & ライフスタイル絵メディアとして2002年より創刊し、2024年は22年目を迎えます。

スタイルのキーワードは、“ジェンダーフリー”、“エイジレス”、タイムレス”。

年齢や属性に縛られないベーシックやトラッドを軸としたカジュアルスタイル。

だけど、見慣れたコーディネートじゃつまらない。流行のエッセンスやひねりの利いた着こなし術を加えて、お洒落マニア心をくすぐるスタイルを提案し続けています。

デジタル版のFUDGE.JPに関しては、雑誌FUDGEの世界観を表現しながらも『リアル』な目線でトレンドやニュースを紹介し、日本人モデルやインフルエンサーも起用しながら、リアリティと共感の拡散をねらって情報を発信し続けております。

FUDGEの読者たちは、ファッショントレンドもさることながら、ライフスタイルやモラルのアップデートにも敏感で、彼女たちにとって何につけても“エシカル”であることは、もはや新たなスタンダードとなっています。

スタンダード・定番を愛するFUDGEにとって、エコロジー・サステナビリティは関心の高いトピックのひとつです。

FUDGE読者に向けて実施したアンケート結果は別記の通り。今後のEVの有り様やデザインなど大いに興味はあるものの、車マニアではないため情報源が見つけれず、知識のアップデートが難しいと感じている様子が伺えます。

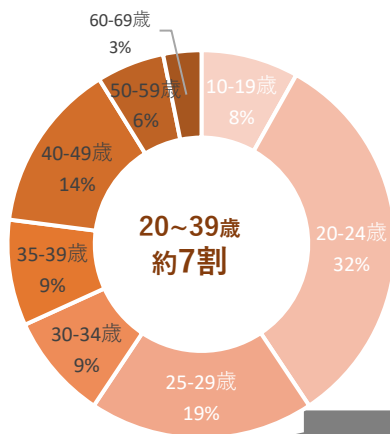
決して偏愛的な熱量をクルマに傾ける世代ではないものの、将来ライフステージの変化に応じてマイカーの購入やシェアカーの利用をライフスタイルとして想定しているZ～Y世代。この世代に多くのファンを持つFUDGEのビジュアル表現を活用して、新たなクルマのあるライフスタイル提案の機会としてみてはいかがでしょうか。



Z世代～30代アクティブ世代にむけた 〈ファッション〉 〈ライフ〉スタイル提案メディア

読者は20代～30代の世代が中心。
デジタルを活用し、将来的にもクルマ購入を検討する世代に向けてアプローチが
可能です。ユーザーの志向に合ったビジュアルと切り口の提案で認知拡大を目指します。

【読者データ】



20代 **51%**
30代 **18%**

【SNS】

Instagram : 61.8万人
(@fudge_magazine)



Instagram
18歳～24歳 : 9.3%
25歳～34歳 : 50.4%
35歳～44歳 : 29.5%

【WEB】 FUDGE.jp
1記事あたり平均、8000～1万PV



FUDGEファンは、近い将来マイカーを購入する方になります
その方々に向けて、新たなクルマのあるライフスタイル提案の機会としてご活用ください

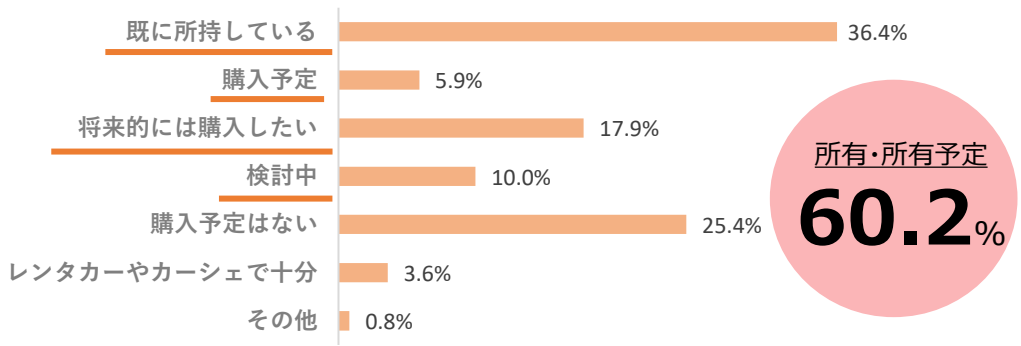
OUTLINE

クルマ所有者・所有予定者多数！

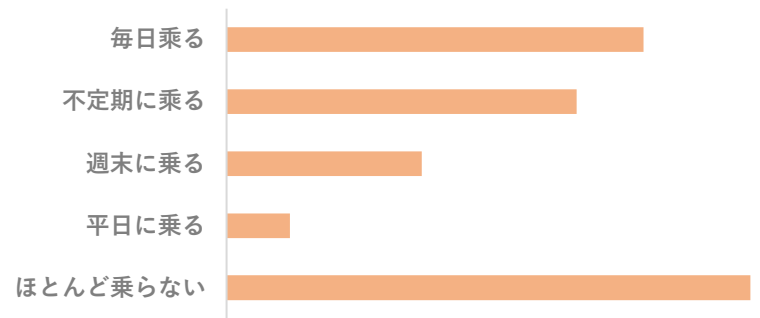
FUDGE読者にクルマに関するアンケートを実施したところ、実に60.2%がクルマをすでに所有している、もしくは所有予定があるという回答結果が得られました。また、クルマ選びのポイントとして“デザインやブランドイメージ”に続き、“燃費の良さ”を気にしている事がわかりました。読者の半数が20代～30代という事もあり、情報源としてはSNSから情報を得る機会が多く、FUDGEのInstagramフォロワー62万人に向けて、FUDGEが提案するビジュアルを通して、ブランドイメージのアップと認知拡大の機会をご提供できると考えます。

● FUDGE読者の自動車関心度 (読者アンケートから抜粋) ※2023年3月実施アンケートより

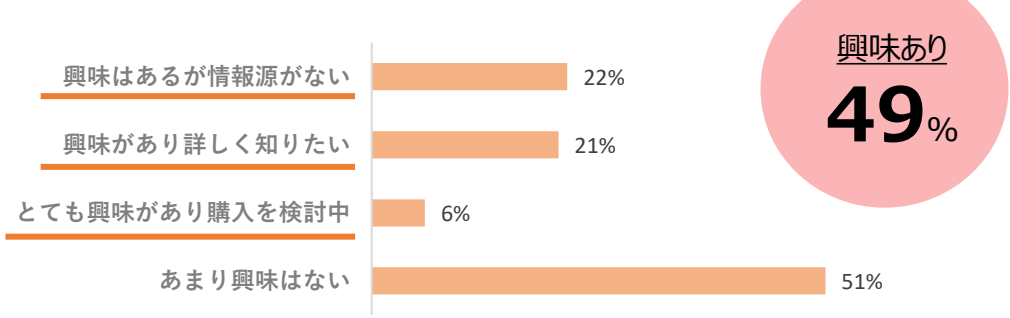
★自動車を購入する予定はありますか？



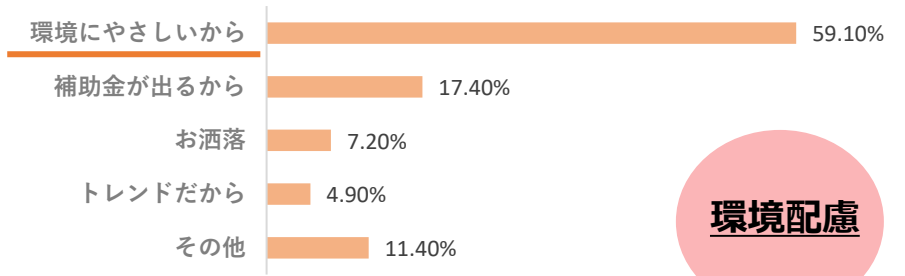
★自動車使用頻度



★EVもしくはPHEVに興味はありますか？



★EVもしくはPHEVに興味のある理由は？



春のおでかけドライブ特集

FUDGE.jpにて、2月～3月にかけて春のおでかけドライブ特集を実施いたします。
春のぽかぽか陽気でおでかけしたくなる時期。いつもより少し足を延ばして、FUDGENAが注目する気になる観光スポットやお洒落スポットを巡ります。クルマに乗ってLet's GO！

【ドライブ人選イメージ】



FUDGENA SPECIALIST
宮崎葉 @you_miyazaki



FUDGENA SPECIALIST
Riko @riko_yamamoto



FUDGENA SPECIALIST
真雪 @fujitamayuki__



※特集内容は変更になる可能性があります。

COMMUNICATION PLAN ①



「お取り組み概要」

【FUDGE.jp】

- ・タイヤアップ掲載 : FUDGE.jpにてインフルエンサー起用タイヤアップ掲載 (モデル2名) 国内撮影
インフルエンサー候補 : riko (@rikoyamamoto:8.5万人フォロワー)
宮崎葉 (@you_miyazaki:3万人フォロワー)
真雪 (@fujitamayuki__:10.6万人フォロワー)

etc.

【Instagram】

- ・FUDGE公式Instagram : @fudge_magazineにてST 1回投稿
STに関しては、fudge.jp掲載記事へ遷移させます
- ・モデルの本人SNS投稿付き

【本誌】

- ・FUDGE本誌にて4C1P (タイヤアップビジュアルを本誌にて記事化いたします)
※本誌掲載時期は、3月12日発売号もしくは4月12日発売号を予定



※参考記事

実施料金 : 200万円～

COMMUNICATION PLAN オプション付き (動画・マーケティングデータ付き)



「お取組み概要」

【FUDGE.jp】

- ・タイヤアップ掲載 : FUDGE.jpにてインフルエンサー起用タイヤアップ掲載 (モデル2名) 国内撮影
インフルエンサー候補 : riko (@rikoyamamoto:8.5万人フォロワー)
宮崎葉 (@you_miyazaki:3万人フォロワー)
真雪 (@fujitamayuki__:10.6万人フォロワー)

etc.

【Instagram】

- ・FUDGE公式Instagram : @fudge_magazineにてFD・ST 1回投稿
STに関しては、fudge.jp掲載記事へ遷移させます
- ・モデルの本人SNS投稿付き

【本誌】

- ・FUDGE本誌にて4C1P (タイヤアップビジュアルを記事化いたします)
※本誌掲載時期は、3月12日発売号もしくは4月12日発売号を予定

オプション①ショート動画

- ・SNS用動画制作 (MAX30秒 : 1種)



※動画参考

オプション②マーケティングデータとして活用

三栄メディアを活用したマーケティングデータ取得

クルマ好きコアファンからクルマのエントリー層まで幅広いユーザーに向けて市場調査が可能となります

- データ取得方法 : ①三栄ID (クルマメディア総合マーケティングデータ) にてアンケート調査実施 (23万人) ※ユーザーデータは別途資料をお渡しいたします
- ②FUDGE読者に向けたアンケート調査実施 (本誌読者3万人+インスタフォロワー61万人)
※各3問までのアンケート調査が可能です

実施料金 : 400万円~