

2025 AW Recommend Menu | SHOP取材企画 [WEB & SNS展開]

各媒体の世界観を活かし、ショップの魅力をWEB記事とSNSで発信。ターゲットに響く切り口で、ブランド価値を高めます。

秋冬シーズンは、新規オープンやリニューアル、秋冬コレクションの立ち上がりなど、ショップの動きが最も活発になる時期です。同時に、ファッションやライフスタイルに敏感なユーザーの購買意欲も高まり、リアル店舗への来訪動機が生まれやすくなります。本企画では、各媒体の世界観を活かし、ショップの魅力をWEB記事とSNSで効果的に発信。商品や空間の魅力だけでなく、ショップストーリーまで丁寧に届けることで、ブランドの認知拡大と来店促進を同時に狙います。

企画概要

各媒体の編集部やFRIENDがショップを取材し、その魅力をWEB記事+SNSで発信するデジタル施策です。

POINT

📷 商品や空間、ショップならではのストーリーまで丁寧に取材

🌐 媒体公式WEBに1ヶ月掲載（アーカイブあり）

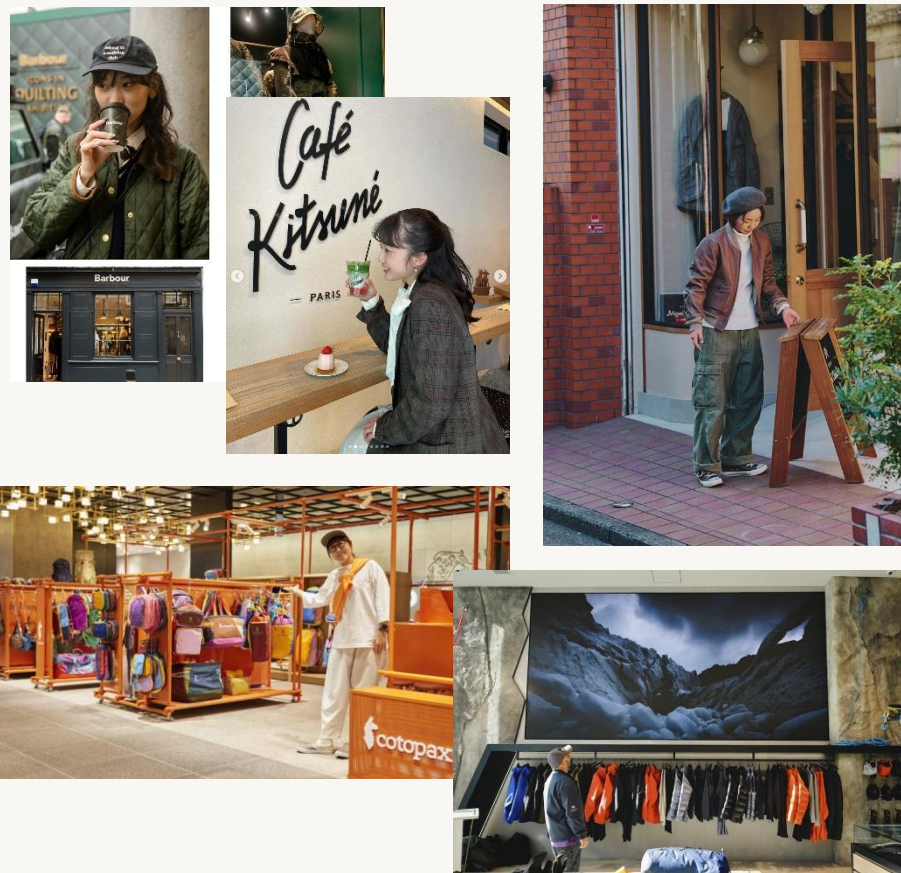
💬 公式SNSやFRIENDアカウントからも拡散

🏪 認知拡大と来店促進の双方を狙える

| 対象媒体：FUDGE / GO OUT / ONKUL

| 形式：WEB記事+SNS投稿（媒体・プランにより異なる）

| 展開期間：1ヶ月（アーカイブあり）



Plan：媒体別プラン紹介

Plan	FUDGE.jp	GO OUT WEB	ONKUL WEB
FRIEND/有識者 起用	○ (G100万円～)	○ (G100万円～)	○ (G100万円～)
編集部取材	○ (G80万円～)	○ (G80万円～)	○ (G80万円～)

媒体別詳細

F U D G E . j p

20～30代女性、ファッション感度高め



<https://fudge.jp/>
想定PV：3,000～5,000PV/月



@fudge_magazine
(66.9万人フォロワー)

おすすめPOINT

- FUDGE FRIEND起用で体験取材
→ SNS拡散力と親和性が高い
- WEB + SNSの両輪で若年女性層に強くリーチ

参考記事は
以下よりご確認ください



GO OUT

20～40代男性中心、アウトドア好き



<https://web.goout.jp/>
想定PV：6,000PV/月



@gooutjpn
(21.5万人フォロワー)

おすすめPOINT

- 有識者起用で専門性あるレビュー・取材が可能
- 編集部による信頼性ある記事とSNS拡散で集客力◎

参考記事は
以下よりご確認ください



ONKUL

30～40代女性、ライフスタイル志向・上質志向



<https://fudge.jp/onkul/>
想定PV：1,000～3,000PV/月



@onkul_magazine
(7.3万人フォロワー)

おすすめPOINT

- ショップやブランドの世界観を
「ライフスタイル文脈」で伝えられる
- 編集部取材で“暮らしとファッション”を丁寧に発信

参考記事は
以下よりご確認ください

