

【報道関係各位】

2020年4月2日
株式会社ベネッセホールディングス
ブランド・広報部

3期連続市販の月刊女性誌 No.1 の『サンキュ!』は創刊 24 周年 女性の「将来への不安」を解消し、この先が楽しみになる 「ちょっといい未来プロジェクト」をスタート

株式会社ベネッセコーポレーション（本社：岡山県岡山市 代表取締役社長：小林 仁）発行の生活情報誌『サンキュ!』は、3期連続市販の月刊女性誌売上 No.1 を獲得し、2020年4月には創刊 24 周年を迎えます。

『サンキュ!』は、生活情報誌としては後発だったものの、20代から40代の女性のインサイトを深く捉えたコンテンツ構成力が高く評価され、雑誌だけではなく電子版や Web ニュース、SNSなどを合わせて、毎月約 1,100 万人の女性層にリーチできるブランドに成長しました。

最近の『サンキュ!』実施の調査や取材では、多くの女性が将来に対してさまざまな不安を抱えていることが判明しています。『サンキュ!』は、そのような女性たちの不安を解消し、この先の人生に希望を持てるように、創刊 24 周年を機に新たなブランドコンセプト「あなたに、ちょっといい未来。」を掲げ、「健康・美容」「サステナビリティ」「夫家事」をテーマにしたプロジェクトを新たにスタートします。今後『サンキュ!』では、新プロジェクトを含め、新ブランドコンセプトに沿った企画を雑誌や Web、イベントなどで展開していきます。※日本 ABC 協会雑誌発行社レポート 2018 年 1 月～2019 年 6 月 月刊誌 販売会社部数。1 号あたり。



女性誌
実売
No.1



あなたに、ちょっといい未来。

『サンキュ!』編集長に聞く「今の女性は、なぜ将来が不安なのか」

『サンキュ!』編集部に集まる、全国の 20 代から 40 代の女性の声を聞いていると、結婚年齢が上がっていること、少子高齢化、共働きの増加で、家庭でも職場でも地域でも年々女性の負担が重くなっていると感じます。若い女性でもこの先の自分の健康、家族との関わり、社会情勢への不安を感じており、時代背景に加えて、女性の負担の重さが将来の不安感の増大に拍車をかけているのではないかと考えられます。そんな状況だからこそ『サンキュ!』はさまざまな角度から、読者の皆さんに「ちょっといい未来」のための新しい提案をしていきたいと思えます。これからの『サンキュ!』にどうぞご期待ください。



（『サンキュ!』編集長 飯塚真希）

【データ】7割以上の女性が自分の将来に不安を感じている

『サンキュ！』が新たなブランドコンセプトとして「未来」をテーマに選んだのには、理由があります。内閣府の世論調査によると、約7割の女性が自分の将来に不安を感じていることが分かっています（右図）。『サンキュ！』は、アンケートや取材で、毎月20代から40代の女性約800名から声を集めています。そこでも、この先の自分の体調や家族、社会についてなど、さまざまな内容で将来に希望が持てないという声が多く上がっていることを課題と考え、これらの課題を解決する新しいコンセプトを決定しました。

(N=974) 内閣府世論調査 2015
年8月データをグラフ化



<24周年企画概要>

『サンキュ！』創刊24周年企画「ちょっといい未来」プロジェクトをスタート

『サンキュ！』は、自分と家族、社会のこの先が楽しみになる情報を提供するブランドコンセプト「あなたに、ちょっといい未来。」を掲げ、読者の関心が特に高い、「健康・美容」「サステナビリティ」「夫家事」の3つのテーマを軸にプロジェクトをスタートします。

●女性の健康・美容問題を解決「サンキュ！わたしのカラダ Lab (仮)」では「女性医療ネットワーク」とコラボレーション

20代から40代の女性は、家族を優先にしがちで、自分の体のことは後回しにしがちです。まずは女性自身の健康が、女性が先への不安を解消し、未来が楽しみになる土台だと『サンキュ！』は考えました。そこで、女性が心身共に健康に生きていくための真の女性医療の実現を目指して結成された女性医療の専門家約500名が所属する「女性医療ネットワーク」(<http://cnet.gr.jp/>)とコラボレーションし、女性が今もこの先も健康で美しく生きることをサポートする「サンキュ！わたしのカラダ Lab (仮)」を立ち上げます。



女性医療ネットワークのHP

※特設サイト (<https://505039.jp/39watalab>) は、4月27日にオープン。

●親子でサステナビリティを考える「未来のために親子でできること」

『サンキュ！』の取材や調査で、20代から40代の女性の意識が「子どもたちに残す未来」に向いていることから、親子でサステナビリティを考える機会を提供する「未来のために親子でできること」の連載を雑誌とWebで始めることにしました。読者調査では、6割以上が「SDGsに取り組む企業の商品・サービスを利用したい」と思っており、さらに6割弱が「社会貢献の観点で商品を選ぶ」と答えています（下部<参考データ>参照）。

●女性の社会進出を助ける「うちパパ向上委員会」リニューアル



パートナーが主体的に家事育児を行うかどうかで女性の社会進出の大変さが違ってきます。『サンキュ!』では、家事育児を主体的に行う夫を「うちパパ」と呼んだプロジェクトが5年目を迎えます。2020年度は人気のパパ著名人・ユージさん、Doragon Ash 桜井誠さん、フリーアナウンサー安東弘樹さんのリレー連載をリニューアルし、「うちパピンスタグラマー」も10名のチームで登場します。<https://39mag.benesse.ne.jp/tags/?id=382>



アーティスト
ユージさん
「男は黙って
筋肉家事」



Doragon Ash
桜井誠さん
「休日ランチは
夫の仕事だ!」



フリー
アナウンサー
安東弘樹さん
「#育休パパ
に突撃インタ
ビュー」

① 『サンキュ!』公式インフルエンサー募集

『サンキュ!』に多数登場する憧れアイコン・公式インフルエンサーを今年も大募集。「サンキュ!スタイルライター」や「サンキュ!グラマー」として、雑誌やWeb、InstagramなどのSNSで活躍できます。選考では、創刊24周年のテーマに合わせて、「ちょっといい未来」に関する要件にも着目していく予定です。
<https://39.benesse.ne.jp/share/dokumoboshu/>

② 創刊24周年記念・豪華プレゼント

創刊24周年を記念し、2号連続企画でクオカードを100名様にプレゼント
<https://lifsmile.benesse.ne.jp/entry/oubo/ouboinput/?oubo=LSOP15000100041>。ほかにも、生活家電や電動アシスト付き自転車のプレゼントに応募ができます。

③ 創刊24周年記念号は付録4冊とスペシャル企画が満載

創刊24周年企画以外にもスペシャル企画が目白押しです。

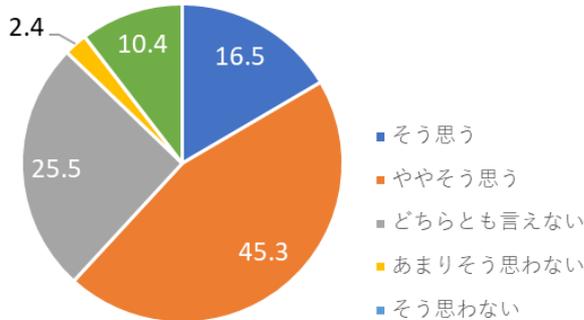
特別別冊付録『殿堂入りおかずBEST48』、第一特集「1000万円貯めてる人の暮らし 朝・昼・晩」第二特集「疲れとイライラは収納で解決できる!」ほか健康美容と気になるジャンルの全てを網羅します。

<https://39mag.benesse.ne.jp/library/>

<参考データ>

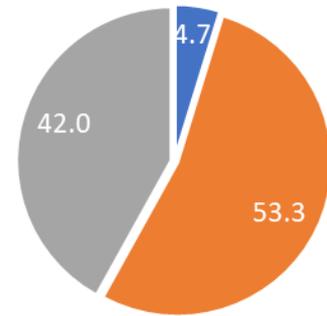
20代から40代の読者の6割以上が、「SDGsに取り組む企業の商品やサービスを利用したい」と考え、実際に社会貢献の観点で商品を選ぶ率が6割弱。エコバックやマイボトルの所持率は100%に近い。

SDGsに取り組む企業の商品・サービスを利用したいと思うか



※そう思わないは0%

社会貢献の観点で商品を選ぶ



■いつもある ■ときどきある ■ない

(N=207) 『サンキュ!』モニターアンケート 2019年11月

●サンキュ! 商品・サービスのご紹介



サンキュ!
月刊誌
毎月2日全国発売



サンキュ! ムック



サンキュ! Web・ニュース



アプリ
totonou

本プレスリリースに関するお問い合わせ先
株式会社ベネッセホールディングス ブランド・広報部 宮本・萩澤・齋藤
TEL: 042-357-3658 FAX: 042-389-1757