

THE BIG ISSUE

JAPAN ビッグイシュー 日本版

平成22年1月27日
第1回「新しい公共」円卓会議
佐野章二委員提出資料

媒体ご案内

ホームレス問題の解決にチャレンジ。
ホームレスの仕事をつくり、自立を応援する

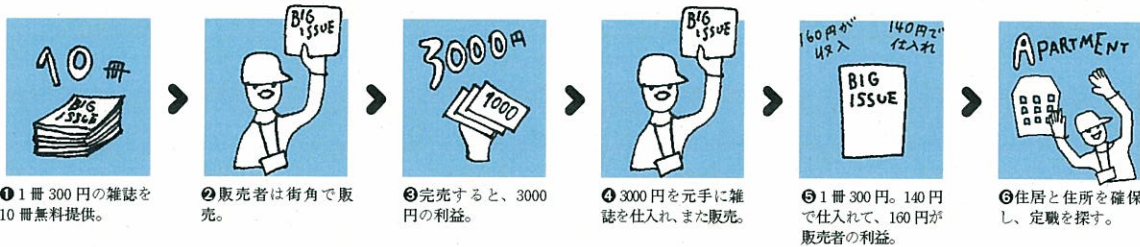
『ビッグイシュー 日本版』は
若者と社会の未来を開くオピニオン誌

ビッグイシューのしくみ

ホームレスの自立応援事業

ビッグイシューは1991年にロンドンで生まれ、日本では2003年9月に創刊されました。ホームレスの人の救済（チャリティ）ではなく、仕事を提供し自立を応援する事業です。定価300円の雑誌をホームレスである販売者が路上で売れば、160円（53%）が彼らの収入になります。最初の10冊は無料で提供し、その売り上げ（3,000円）を元手に、以降は1冊140円で仕入れるという仕組みです。

2004年9月より月2回刊、1回当たりの発行部数は4万冊。5年5ヵ月で（2009年3月15日、114号まで）で登録者は829人、81人が卒業しました。また、この間309万冊を売り、3億7,900万円がホームレスの人の収入になりました。現在、販売者は東京、京阪神など全国12都道府県で約150人。ひとり1日平均20〜25冊程度売っています。



ビッグイシュー4つのコンセプト

おもしろさ & 応援、一石二鳥のドキドキ

30歳前後の人々を読者として想定し、若者の立場から社会問題を取り上げ、若者がマイナスの社会的条件を踏み台にして、未来へのプラスに転換していけるようなオピニオン誌をめざしています。

誌面は、国際記事（※）、国内記事（リアルライフ特集など）、バックビート（音楽、映画など）の3部構成です。

- 世界のビッグイシューネットワークを活かす国際雑誌
- セレブとホームレスと一緒に登場、多様な人間雑誌
- 若い世代が時代のマイナス条件を踏み台にできる情報雑誌
- 意外性を極めるポストエンターテインメント雑誌

（※国際記事については、英国を中心に世界36ヵ国、94の都市・地域のストリートペーパーと連携して編集）

エンターテインメントと社会問題のユニークなコンビネーション

【若者と若者をとりまく問題】

3号 (2003.12.4) トラヴィス 若者とエイズ	32号 (2005.8.1) コールドプレイ アダルト・チルドレンという覚悟	48号 (2006.4.15) ユマ・サーマン 世界のヤングライフ・クライシス	84号 (2007.12.1) オノヨーコ 若者をホームレスにしない方法	102号 (2008.9.1) アンジェリーナ・ジョリー 日本。若者を包摂できる社会へ

【環境への新しい視点】

64号 (2007.1.18/15) ニコル・キッドマン 「水」赤字国、日本水危機を考える	73号 (2007.6.1) オーランド・ブルーム 「水」赤字国、日本水危機を考える	99号 (2008.7.15) まるごと「地球温暖化」のくろろう 地球人の作法	106号 (2008.11.1) 坂本龍一 森。未来をつくる人々	110号 (2009.1.15) ベニチオ・デル・トロ ヒト、クマ、森、生命の水の物語

【若者の仕事の問題】

26号 (2005.4.15) 東條秀樹・BAO 捨てて「天職幻想」	42号 (2006.1.18/15) やなせたかしさんとアンパンマン 独学をすすめ	44号 (2006.2.15) キャメロン・ディアス 不遇の美、伝統工芸を仕事にする	67号 (2007.3.1) ニコラス・ケイジ 出口なき若者たちフリーターの今と未来は？	72号 (2007.5.15) BENNIE K 「派遣」生きる30代シングル女性

【文化、芸術、スポーツ】

14号 (2004.10.1) シャーリーズ・セロン 守るよりつくれサッカーから見える社会	47号 (2006.4.1) ジョージ・クルーニー 守るよりつくれサッカーから見える人生	58号 (2006.10.1) パンプ・オブ・チキン コミュニケーション・アート宣言	85号 (2007.12.15) シンパソズ I♥(ラブ) インディーズII	111号 (2009.1.15) メリル・ストリープ 8色のショートストーリー

【社会への新しい視点】

55号 (2006.8.15) マドンナ 愛と暴力の間でD.V.からの出口はある	66号 (2007.2.15) ドリュウ・バロモア 自殺させない社会へ「自死」は防げる	78号 (2007.9.1) ボノ アイディアと革新社会的企業の台頭	81号 (2007.10.15) ジョン・ボン・ジョヴィ 犯罪被害者の権利と回復のために	90号 (2008.3.1) セリーヌ・ディオーン 限界集落の早春

【身体性、価値観】

43号 (2006.2.1) グウィネス・パルトロー いま心考える/茂木健一郎ゲスト編集長	69号 (2007.4.1) 西原理恵子 おからない？だからおもしろい	74号 (2007.6.15) ジョニー・デップ あなへ、夏の香り匂いを考える	95号 (2008.5.15) ジャック・ニコルソン 「発達障害」は個性にできる	107号 (2008.11.15) 茂木健一郎 畑つきアパートと週末小島の狂騒し

企業(団体)として社会に伝えきれていないこと、ありませんか？

どんな企業(団体)にもあるはずの、その企業“ならではの”社会とのつながり。その取り組みや事業にスポットを当て、紹介・広告しませんか？

読みたい人、知りたい人がここにあります。

広告媒体としてのビッグイシューの強み、それは読者です。環境や社会問題に強い関心をもち、9割が記事を精読し、企業(団体)からの社会的発信を敏感に受け止め、考えられる人々です。ビッグイシューは“読ませる広告”を提案します。

例えば、こんな広告いかがでしょうか？

CSR広告

企業の社会貢献やCSR活動を、独自の視点・スタイルの記事広告でご紹介します。

ドラマ広告

ソーシャルベンチャー、企業のダイナミズム(V字回復、名誉挽回など)、企業経営者や若手社員のクローズアップなど、企業存立をめぐるドラマをご紹介します。

社会広告

社会の意識を変えるおもしろい広告、NGO・NPOなどによる斬新な広告、デザインのユニークな広告などを制作します。

広告出稿例

記事広告

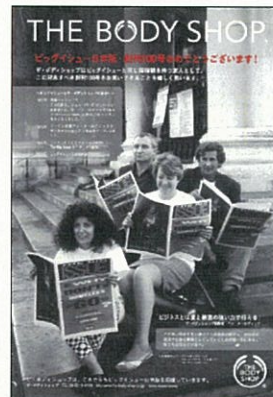
踏み込んだ取材、独自の切り口が光る



株式会社損害保険ジャパン様
(2007年1月1日&1月15日合併号 第64号 記事中見開き)

イメージ広告

企業(団体)イメージを高め、目に見えない財産をつくる



THE BODY SHOP
(株式会社イオン・フォレスト様)
(2008年8月1日号 第100号 表4)



関西学院大学様
(2007年9月1日号 第78号 表2)



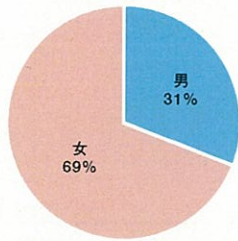
バルシステム生活共同組合連合会様
(2008年8月1日号 第100号 記事中)



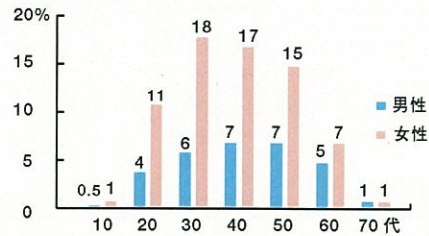
株式会社フェリシモ様
(2008年8月1日号 第100号 記事中)

ビッグイシューの読者は30代女性を中心に、社会の最前線で活躍する世代です。

男女比

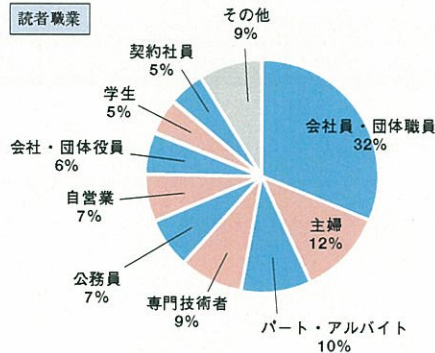


年代別男女内訳



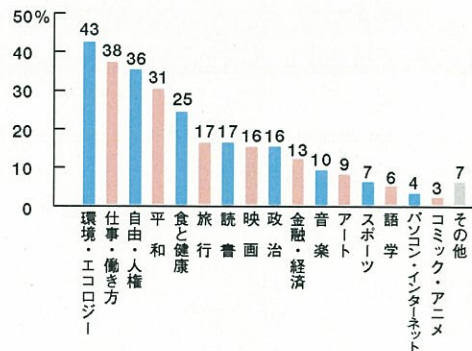
OL、ビジネスマンを中心に、ビジネスシーンにおいても影響力のある人たちです。また、エコ・LOHASブームの牽引役である主婦層が多いのも特徴です。

読者職業



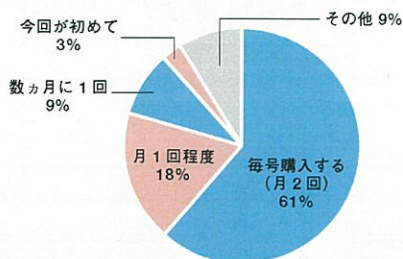
環境・労働・人権・平和など、「人と人」・「人と地球」が共存できる社会を真剣に考えている人たちです。

ビッグイシュー日本版の読者が興味のあることは？



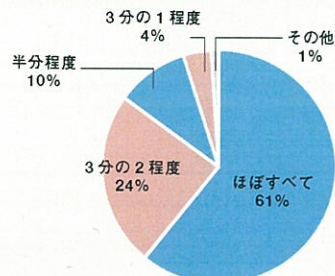
ビッグイシュー日本版は隔々まで読まれ、多くのリピーター読者に支えられています。

ビッグイシュー日本版の購入頻度



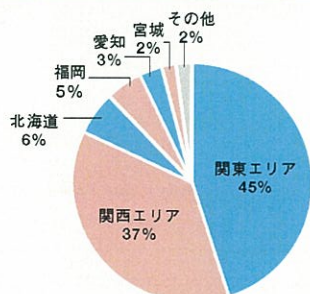
ビッグイシュー日本版の精読率

(ビッグイシュー日本版の記事をどれくらい読んでいますか?)



日本全国12都道府県で事業を展開しています。

都道府県別販売数分布(2007年11月~2008年10月調べ)



ビッグイシュー日本版の読者が毎月趣味に使うお金の平均は
.....21,200円

ビッグイシュー日本版の読者が毎週趣味に使う時間の平均は
.....14時間

ビッグイシュー日本版一冊を
回し読みしている人数の平均は
.....約1.86人



*データは弊社独自のアンケート調査
(2008年5月東京、大阪で実施。配布6000枚、回収数865枚)より



ビッグイシュー 広告料金表

※料金はすべて税込みです。

原稿スペース	記事広告 見開き2ページ	1ページ	1/2ページ	1/3ページ	1/4ページ	1/8ページ
表2(表紙うら)	—	367,500円	—	—	—	—
表3(裏表紙うら)	—	336,000円	201,600円	—	112,000円	56,000円
表4(裏表紙)	—	409,500円	245,700円	—	—	—
記事中	483,000円	252,000円	151,200円	100,800円	—	—
デザイン料	100,000円	50,000円	30,000円	20,000円	15,000円	8,000円

【広告料金規定】

1ページを分割した料金は、1/2分割→3/5、1/3分割→2/5、1/4分割→1/3、1/8分割→1/6とします。

市民活動団体、NPO・NGOは上記料金表の2割引とします。

※記事広告を当方にて制作する場合、広告料金に加え、取材費・カメラマン費・デザイン料などが別途必要となります。

【入稿締め切り】

完全デザイン原稿入稿の場合、発行日の2週間前
デザインを当方制作の場合、発行日の1ヵ月前

【制作ソフト】

イラストレーター、フォトショップなど。
詳しくはお問い合わせください。

【広告サイズ】

詳しくはお問い合わせください。

【媒体概要】

発行形態：毎月1日、15日発行
発行部数：4万部
版型：A4判・中とじ
版式：オールカラー印刷
ページ数：36ページ

ビッグイシューがめざすもの

ビッグイシューは社会的企業です

1 民間の力を強める社会的企業

社会的企業とは、ビジネスの戦略と手法で社会問題の解決にチャレンジする企業のことです。ビッグイシューは、NPOではなく“有限会社”としてホームレスの人々の仕事をたくさんつくりまします。また、販売者は私たちのビジネスパートナーであり、代理店、自営業者です。社会的責任活動(CSR)を展開する企業と連携して、ホームレス問題の解決を手はじめに日本社会再生キャンペーンを行い、民間の力による社会改革を進めます。

2 ホームレスの人びと、自立へのステップ

自立とは自らの力で生活を立てているという“自覚”と“誇り”ではないか？

私たちは自立へ、3つのステップを考えています。

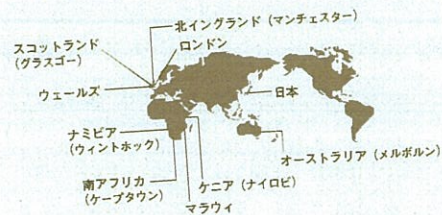
第1ステップで、雑誌を普通(1人1日平均20~25冊)に売れば、簡易宿泊所(1泊1000円前後)やネットカフェなどに泊まり、路上生活からの脱出が可能になります。第2では、1日30~35冊売れば、毎日1,000円程度を貯金、アパートを借り住所を持てます。第3に、住所を持って新たな就職活動をしなす。ビッグイシューは、ネットカフェなどに起居する不安定就労者や若いホームレスの人びとのセーフティネットの役割も果たします。

3 再挑戦を応援！ NPO ビッグイシュー基金の設立

ホームレスの人びとの自立を多面的に支援するため、別組織としてNPO ビッグイシュー基金をつくり、市民が市民をサポートする“再チャレンジ”応援事業を行っています。その事業内容は、社会とのつながりを回復できる生活自立、就業トレーニング、生きる喜びを感じられるスポーツ・文化活動の3つです。また、「路上脱出ガイド」の作成・配布や、当事者と市民が直接話し合える「ホームレス会議」などを開いています。(基金 URL <http://www.bigissue.or.jp>)

BIG ISSUE 世界のネットワーク

ロンドンから始まった雑誌「ビッグイシュー」は現在、英国に4誌、世界に6誌あり、それぞれ独立した雑誌ですが、記事や情報交換などで協力し合っています。
また、世界各地でホームレスの人々の自立応援のため発行されるストリートペーパーの国際ネットワーク International Network of Street Paper (INSP) があります。世界36カ国から94誌が参加しています。<http://www.street-papers.org/>



有限会社 ビッグイシュー日本

Eメール info@bigissue.jp ホームページ <http://www.bigissue.jp>

大阪本社

〒530-0003 大阪市北区堂島2丁目3-2 堂北ビル4F

TEL 06-6344-2260 FAX 06-6457-1358

東京事務所

〒162-0065 東京都新宿区住吉町8-5 シンカイビル201号室

TEL 03-6802-6073 FAX 03-6802-6074

THE BIG ISSUE

ホームレスの仕事をつくり自立を応援する

JAPAN ビッグイシュー 日本版

新春号
134号
2010.1.1



今年

よろ

「**緑の地球ネットワーク**」の18年

スペシャルインタビュー
西原理恵子

300円のうち、160円が販売者の収入になります **300**円