

「親子で朝日新聞を読みたくなる」
プロモーション企画

～付箋で伝える、僕の私の注目記事～

応募者ID:5482D1C333


Key formula

 $親子 \times \text{朝日新聞} + \text{付箋} = \text{コミュニケーション}$

家庭における親子のコミュニケーションツールとして「朝日新聞と付箋」を活用。

多くの家庭では、朝6～8時に朝刊が読まれており、これは朝食前後の時間帯に読まれていることとなります。*1

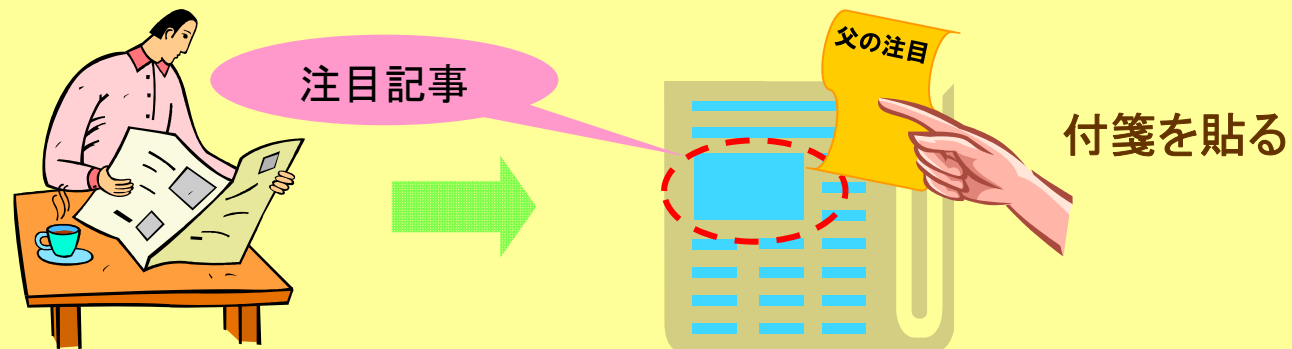
しかし、家族みんなの「起床時間、朝食時間、出勤・登校時間」はマチマチである場合が多いため、朝刊記事をネタに会話をする時間は無いと考えられます。

そこで、付箋  を活用した朝の時差式閲覧&夜の記事ネタ・トークが、今後の家庭内コミュニケーション・スタイルの1つとして提案できるのです。

* 1: 日本新聞協会「2009年全国メディア接触・評価調査」(2009年10月)データによる。
<http://www.pressnet.or.jp/adarc/data/data01/08.html>

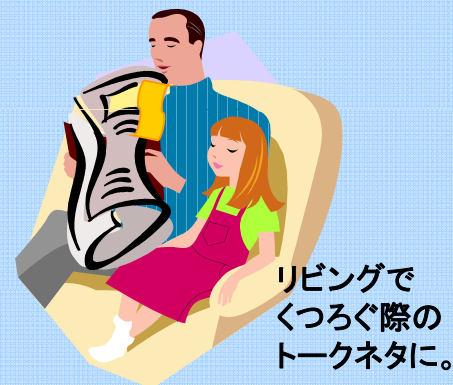
朝の風景 (4人家族の場合)

- 父 : 出社前に読む「朝日新聞」注目記事に付箋を貼る。
- 息子、娘 : 登校前に読む「朝日新聞」注目記事に付箋を貼る。
- 母 : 家族を見送ってから読む「朝日新聞」注目記事に付箋を貼る。




夜の風景

家庭内における様々なシーンで、父と母や子供が注目した記事について語り合います。



Key point

親子が毎朝、朝日新聞に張りたくなる  を作る。

テーブル(食卓)の上でも邪魔にならず、張りやすく、見て楽しい付箋。



このように、ユニークな「顔イラスト」で、父、母、娘、息子の付箋ブロックをそれぞれ2~3パターンを作成。

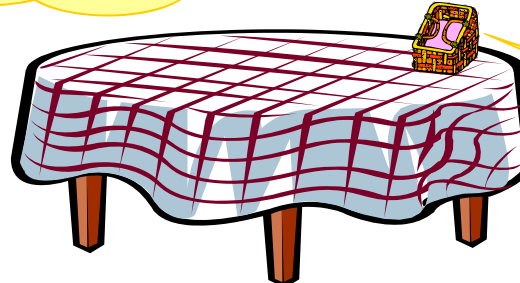


付箋が取り出し易くて、多用途に使える小型の組み立て式ペーパー・ケース(バスケット)を作成。

テーブルでも邪魔にならない小型ペーパー・ケース(バスケット)



祖父、祖母のバージョンは、ニーズによって検討する。



付箋入れイメージ



アジェンダ (フェーズ1)

1. 付箋&ケース入りパッケージ作成

ポイント → 父母+息子・娘の4人家族で配布用のモデル・パッケージ作成。
父、母、息子、娘の別顔バージョンはバラで対応。

2. プロモーションのトライアル実施エリアを選定

ポイント → 一戸建て、大型マンション・アパートの多いエリア（扶養家族世帯が多い地区）を選定。

3. トライアル実施エリアのASA(朝日新聞販売所)へ、モデル・パッケージ付箋 & バラ付箋を送付して配布開始。

ポイント → 朝日新聞本社で用意した、購読中お客様用、未購読お客様用の配布案内状サンプルを元に、各ASAが独自の趣向を凝らしてメッセージを加えたオリジナル案内状を作成。

購読中のお客様への配布

朝刊または夕刊の配達時に、モデル・パッケージ(案内状付き)を無料配布。

…家族構成上、息子もう1個欲しい、娘もう1個欲しいというリクエストは、案内状記載のASAへ電話注文。

未購読のお客様への配布

全く新聞を購読していない家庭へは、試読用朝刊と共に無料配布。

…その際は、モデル・パッケージ&バラを用意して、家族構成にあわせた数で、好きな付箋顔を選んでもらい配布。

アジェンダ (フェーズ2)

1. トライアル地区の全中学校で、朝日新聞社社員による「出前授業」を実施。
「新聞社の仕事」と題して、会社のしくみ、仕事内容、苦労話しを紹介。

ポイント → 授業の最後に、「親子のコミュニケーションに新聞が果たす役割」と題して、親子で世の中の出来事に注目する機会を増やす必要性を説く。
そして、最後に「付箋&ケース (モデル・パッケージ)」を配布。

2. 付箋に対する購読者の反応を測定するため、利用実態アンケートを実施。

ポイント → 朝日新聞本社で用意した、アンケート用紙&返信用封筒 (送料受取り人払い) を、ASAスタッフで配布。
新聞購読料を訪問集金しているお客様には、集金時に回答のお願いや回収を実施。

3. アンケート集計 & 結果分析。トライアル地区の新規購読件数増減チェック。

ポイント → 朝日新聞本社で最終的に回収された「アンケート用紙」を集計。
付箋に好反応かどうか・・・が焦点。
トライアル地区での新規購読者が増えていれば、間違いなく好反応。

ファイナルフェーズ

好反応なら、一気に「全国展開」へ。

アジェンダ (ファイナルフェーズ)

TV CM



<http://www.asahi.com/shimbun/release/20101111.html>

CMストーリー(案)

のび太一家の夕食シーンから。ドラえもんが「ドラ焼きの広告」に付箋を貼っているのを、のび太が発見。ただ、当の本人はテレビ欄に付箋を貼っていた。そして、パパとママは・・・。

キャンペーン



<http://info.asahi.com/dora1/>

付箋の顔イラストを、ドラえもん、のび太家族、ジャイアン、すね夫、しずちゃん、ドラミへ変更して新規購読者へのプレゼント・キャンペーンを展開。

サイト上における「購読中のお客様へのご案内」は、最寄の各ASAへお問い合わせいただくよう掲載する。
* 全国の各ASAは、その「お問合せ」に応じて無料配布する。

スローガン・コピー

新しいこと、もっと聞きたい。

キャッチ・コピー

付箋で伝える、僕の私の注目記事。