

新刊書籍のご案内

今こそ！雑誌 活用マーケティング

編集部とつくる 動画・イベント・商品が大反響！

『雑誌広告 2.0』発売

マーケティング・広告・広報の専門誌を発行する株式会社宣伝会議（本社：東京都港区）は、『雑誌広告 2.0』を、全国の有力書店とオンライン書店にて9月1日に発売いたしました。

雑誌の販売額や広告費は減少しているにもかかわらず、雑誌コンテンツの価値が改めて評価されています。大量生産・大量消費を前提としたマーケティングが効きづらくなるなかで、オンライン・オフライン問わず、ターゲットに深く刺さるマーケティングを実施したい広告主は、熱量の高い読者コミュニティを有する雑誌の特性をよく理解し、上手く活用しています。また出版社のデジタルシフトは進んでおり、広告収入のうちデジタル広告が半数を占める出版社もあります。雑誌編集部と「動画」を制作してプロモーションをしたり、雑誌読者を「インフルエンサー」として起用したり、雑誌コラボ商品をつかってECサイトで販売したりと、広告主と雑誌の組み方は広がりを見せています。雑誌本誌に広告を掲載する従来の雑誌広告が「1.0」だとすると、「2.0」とも言える変化をとらえ、どのように雑誌メディアを活用していけばいいのか。メディアプランを立てたい方に役立つ1冊です。



●雑誌コラボの成功事例

「理解・興味・購買意向」の促進を得意とする
雑誌メディアを徹底活用

- ・雑誌の世界観をもとに「動画」を制作、SNSで拡散
- ・読者向け「イベント」で一生涯のファンをつくる
- ・雑誌コラボ商品が全国で反響、完売
- ・企業のオウンドメディアを雑誌編集部が運営 等

●編集長がつかむ読者インサイト

読者を夢中にさせるコンテンツの源泉に、
編集者の「インサイト把握力」「ストーリー構築力」がある

『VERY』『BRUTUS』『ViVi』『ハルメク』『リンネル』『Safari』『dancyu』
『サライ』『レタスクラブ』『ナンバー』『ニコラ』『日経ビジネス』『エクラ』

●読者インフルエンサーの影響力

雑誌の読者組織は、インフルエンサー集団に

株式会社 宣伝会議 書籍編集部 編
定価：本体 2200 円+税 196 ページ

◆連絡先

株式会社宣伝会議 書籍部 info@sendenkaigi.co.jp TEL : 03-3475-3010

〒107-8550 東京都港区南青山 3-11-13 新青山東急ビル 9 階 <https://www.sendenkaigi.com>

『雑誌広告 2.0』

<CHAPTER1>

読者に深く寄り添う雑誌のメディア価値

▶ 雑誌と組んでファンを呼び込む デジタル時代の雑誌メディアの使い方

日本たばこ産業 パブリックリレーション部長 佐藤圭 氏/資生堂ジャパン メディア統括部 平池綾子 氏

▶ 人を動かすことに秀でたメディア 「ミドルファンネル」における雑誌の役割

電通 出版ビジネス・プロデュース局 出版業務推進部 中村一喜 氏

▶ 熱量の高い「コミュニティ」 どのように生まれているか

『ニコラ』小島知夏 編集長(新潮社)/『日経ビジネス』東昌樹 編集長(日経 BP)

▶ 掲載すると商品が動く、その理由は？ 情報受容度の高い読者と雑誌の関係

『エクラ』長内育子 編集長(集英社)

<CHAPTER2>

雑誌×デジタル・イベント・商品開発

広告主の雑誌活用事例

<インサイトをつかんだ、深く刺さるコンテンツで行動促進したい>

▶ コーセー「ヴィセ」×講談社『ViVi』

専属モデルと人気俳優を起用したラブストーリー動画が拡散

▶ ポケモン『ポケモン GO』×ハルメク『ハルメク』

読者の声から商品の訴求ポイントを発掘 イベント実施やガイドブック作成も

▶ 愛知ドビー「バーミキュラ ライスポット」×光文社『VERY』

Instagram アカウント「Cooking VERY」を開設 毎日使える調理器具を訴求

▶ アサヒ飲料「カルピス」×ベネッセコーポレーション『サンキュ!』

お手伝いできる子になってほしい 母親読者のインサイトをついた誌面づくり

ほか

<雑誌のネットワークを活用した注目度の高い取り組みで、ユーザーの関心を高めたい>

▶ Honda、ユニクロ、日本コカ・コーラ、森永製菓×集英社『週刊少年ジャンプ』

創刊 50 周年を盛り上げる人気キャラクターのコラボ企画

▶ プリモ・ジャパン「アイプリモ」×『with』『ViVi』『JJ』『ar』『sweet』

女性誌 5 誌連動 モデル・女優がブライダルジュエリー店舗を訪問

▶ 日本マクドナルド「گران」×東京カレンダー「東京カレンダーWEB」

シズルのある動画で反響大 WEB からテレビCM へ二次活用

<雑誌コラボでユニークな商品を開発したい、オウンドメディアをつくりたい>

▶ ZOZO「Zozotown」×マガジンハウス『BRUTUS』

「夢を叶える」アイテムを開発して大特集 EC サイトで購入できる仕掛け

▶ パナソニック「J コンcept」×小学館『サライ』

アクティブシニア層が乗りたいと思える電動アシスト自転車の開発

▶ カーサプロジェクト「カーサカーリーナ」×宝島社『リンネル』

暮らしの心地よさを軸に住宅全体をプロデュース

<CHAPTER3>

関心を集め、人を動かす編集力

『VERY』今尾朝子 編集長(光文社)

『BRUTUS』西田善太 発行人・編集長(マガジンハウス)

『ViVi』岩田俊 編集長(講談社)

『ハルメク』山岡朝子 編集長(ハルメク)

『リンネル』西山千香子 編集長(宝島社)

『Safari』榎原達弥 発行人・編集長(日之出出版)

『dancyu』植野広生 編集長(プレジデント社)

『サライ』小坂真吾 編集長(小学館)

『レタスクラブ』松田紀子 元編集長(KADOKAWA)

『Sports Graphic Number』宇賀康之 編集長(文藝春秋)

<CHAPTER4>

デジタル時代の出版コンテンツのこれから

マガジンハウス 代表取締役社長 片桐隆雄氏 ほか