

## 日本雑誌広告賞【広告賞運営委員会 特別賞】エントリーシート

エントリータイトル	編集長×著名クリエイターの協働クロスメディア企画
広告主名／商品名またはテーマ	A自動車/新型B車
企画全体の実施期間	令和3年4月
出版社	C出版社
核となった雑誌名(月号表記)	エリア情報誌D
活用したその他メディア等 (TV、新聞、OOH、SNS、イベント、店頭等)	屋外広告/テレビCM/店頭販促

## 企画概要

10月公開の映画の主人公を起用したコラボCMを中心とした新車キャンペーン。広告会社E企画とエリア情報誌Dと協働による大型展開。  
エリア情報誌において、主人公を表紙モデルに起用。表4から連動したタイアップも実施し主人公と新車を露出。車内吊・駅デジタルサイネージ・TVCMなどでもタイアップビジュアルを露出。また本誌内では映画の紹介と世界観を活かした特集を組み、隣接する純広も実施。

## 【実施内容】

- 月○日売り『情報誌D』にて表紙～表4連動したタイアップを実施。中面での大型特集や隣接する純広も実施し、一冊丸ごとジャック感を創出。
- テレビCM内で企画実施号の『情報誌D』を露出させた(ON AIR期間・露出量)
- 東京メトロ車内吊、JR東日本主要駅のデジタルサイネージでの屋外広告を実施(掲出期間)
- 当施策オリジナルポスター/ステッカーを作成し、車の販売店でプレゼント(全国約200店舗)

## 成果

クライアントからは売上好調(対目標値120%の販売台数を記録)であると同時に、長年来の課題であった若年層女子ユーザーの取り込みという課題の解決が出来たことが大きく評価された。このキャンペーン自体がニュースTOPICSとなり各種メディア(新聞8紙・TV6局・WEB68媒体など:約1.2億換算)での取り上げも非常に多かった。

担当広告会社	E企画
--------	-----