

140th
読売新聞

企業と読者をつなぐ
企画広告ラインナップ

Nombro
数字は世界の共通語

Tri トライスコフ **scope**
3つの視点で徹底分析!

fUTURE
未来を創る人々

Date
ある日の物語

Dat@
読者の声と企業の答

D!SCCOVERY
企業の魅力を再発見

読売新聞

企画概要

【企画趣旨】

読売新聞は、広告主様の多様なニーズに的確に対応する6種の企画を立案しました。本企画は、読売新聞が実施したJ-MONITOR定型調査のデータを多角的に分析し発見したクリエイティブ制作上のポイント「7hints」を踏まえ、読者の反響を高めるための工夫が満載されています。

本企画を活用していただくことで、貴社の商品、サービスの良さ、企業の魅力を効果的に訴求することができます。ぜひご活用ください。



【掲載概要】

- 掲載媒体: 読売新聞 朝刊または夕刊
- 掲載段数: 原則として15段多色
- 紙面体裁: 右及び別紙レイアウト参照
- 原稿制作: 弊社広告局が制作します。原稿素材をご用意ください。
- 掲載料金: 貴社ご契約料金適用(消費税・制作費別)

【7hints】

本企画はクリエイティブの工夫のポイントを7hintsの視点から紹介しています。原稿制作の参考にご活用ください。

【7hintsとは】

2011年4月～2013年5月の読売新聞朝刊に掲載された15段多色広告1664件のJ-MONITOR定型調査結果を分析し、読まれるためのクリエイティブの工夫を7つにまとめたものです。

- ①コピー: 文字の大きさ、読む順番
- ②色: 暖色系
- ③写真: 大きな写真、読者向きの目線
- ④自分ごと化: 使用感、体験談、How to
- ⑤データ: 図表、グラフ
- ⑥タイミング: ニュース、暦関連
- ⑦テーマ: 知られていない側面を伝える

【企画趣旨】

「Nombro」は世界共通言語のスペイン語で“数”を表します。本企画は、商品スペックやサービスの特徴を象徴する数字を大きくレイアウトすることで多くの読者の注目を集め、貴社の商品やサービスを効果的に訴求することができます。

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 特徴的な数字を大きくレイアウトし、その数字が何を表しているかを下のコピーで表示

【7hints】

大きな文字は目立ち、読みやすくなります。
わかりやすいコピーは理解度アップにつながります。

- 商品、サービスなどの写真、開発者やスタッフなどの写真を掲載

【7hints】

大きな商品写真、読者向きの目線の人物写真を使うことで接触率のアップにつながります。

- 商品、サービスなどの特徴を記事と図表などを用いてわかりやすく解説

【7hints】

図表やグラフなどデータを使うことで、説得力が増します。

企画・制作 株式会社広告局 広告

99.1%

読売調理師学校の進路決定率

「好き、を学ぶ力が
社会に広がってゆく。」

「読者の目線」を捉える工夫
見出しの「99.1%」は、読者の目線を引くための工夫。大きな数字は目立ち、読みやすくなります。また、数字が何を表しているかを下のコピーで表示することで、読者の理解を促しています。

「商品・サービスの写真」を掲載する工夫
読者向きの目線の人物写真を使うことで、接触率のアップにつながります。また、商品やサービスの写真を掲載することで、読者の興味を引くことができます。

「特徴的な数字」を大きくレイアウトする工夫
特徴的な数字を大きくレイアウトすることで、読者の注目を集め、貴社の商品やサービスを効果的に訴求することができます。

「わかりやすいコピー」で理解度をアップさせる工夫
わかりやすいコピーは理解度アップにつながります。また、数字が何を表しているかを下のコピーで表示することで、読者の理解を促しています。

「図表やグラフ」などデータを使う工夫
図表やグラフなどデータを使うことで、説得力が増します。また、数字が何を表しているかを下のコピーで表示することで、読者の理解を促しています。

「読者向きの目線の人物写真」を使う工夫
読者向きの目線の人物写真を使うことで、接触率のアップにつながります。また、商品やサービスの写真を掲載することで、読者の興味を引くことができます。

「大きな商品写真」を使う工夫
大きな商品写真、読者向きの目線の人物写真を使うことで接触率のアップにつながります。

「商品、サービスなどの特徴を記事と図表などを用いてわかりやすく解説」する工夫
商品、サービスなどの特徴を記事と図表などを用いてわかりやすく解説することで、読者の理解を促し、貴社の商品やサービスを効果的に訴求することができます。

読売調理師学校

3つの視点で徹底分析!

【企画趣旨】

本企画は、商品やサービスの特徴を3つの視点から分析し、わかりやすく訴求するものです。「デザイン」「スペック」「開発者コメント」「ユーザーコメント」など、新聞社ならではの視点で多角的に分析・解説することで、効果的に訴求することが可能です。

The image shows a collage of magazine covers and advertisements. The main focus is on three specific features highlighted with colored boxes:

- 撮りおろし写真 (Photography):** A red box highlights a section titled '撮りおろし写真' (Photography) with a large image of a sunset over a beach. The text below it says 'のびやかな旅 雑誌全面の自撮り' (Spacious travel, self-photos on the entire magazine).
- 見やすい地図 (Easy-to-read map):** A red box highlights a section titled '見やすい地図' (Easy-to-read map) with a large map image. The text below it says 'きょうりゅう 地図がすぐわかる' (Easy to read, you can find the map immediately).
- ラクラク検索 (Easy search):** A red box highlights a section titled 'ラクラク検索' (Easy search) with a large image of a laptop keyboard. The text below it says 'お探しのサービス 簡単にさがす' (Find the service you're looking for easily).

Other elements in the collage include a large green box with the text '旅行誌の決定版' (The definitive travel magazine) and a yellow circle around a magazine cover titled '週末、親子旅' (Weekend, family trip) with a photo of a cup of tea.

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 大きな文字のメインコピー

【7hints】

文字の大きさにメリハリをつけて読む順番をわからせることで、文章が読みやすくなります。

- 商品、サービスについて3つの視点から分析し、記事と写真でわかりやすく解説

<3つの視点の例>

デザイン、パッケージ、商品スペック、機能、使用例、アレンジ例、開発者やユーザーのコメント など

【7hints】

商品・サービスのベネフィットを明確にすることで、読者はさらに読み進めやすくなります。

- 商品、サービスの大きな写真

【7hints】

大きな商品写真、読者向きの目線の人物写真を使うことで接触率のアップにつながります。

3つの視点で徹底分析!

Tri Scope 3つの視点で徹底分析!

老舗ホールの実力

観劇の華やかさを演出する1,000人規模の大劇場 読売演劇場

1 快適性
観劇の快適性を追求する

2 音響
最高の音響空間を実現

3 照明
最新の照明技術で演出を演出

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 商品、サービスの大きな写真

【7hints】
大きな商品写真、読者向きの目線の人物写真を使うことで接触率のアップにつながります。

- 大きな文字のメインコピー

【7hints】
文字の大きさにメリハリをつけて読む順番をわからせることで、接触率と理解度アップにつながります。

- 商品、サービスについて3つの視点から分析し、記事と写真でわかりやすく解説

<3つの視点の例>
デザイン、パッケージ、商品スペック、機能、使用例、アレンジ例、開発者やユーザーのコメント など

【7hints】
商品・サービスのベネフィットを明確にすることで、読者はさらに読み進めやすくなります。

【企画趣旨】

本企画は、企業のファンや商品の利用者、株主など様々なステークホルダーに対して企業のトップ自らがその将来像を語ることで、一層の理解促進と支持層拡大を狙うものです。トップ自らの生のメッセージをメインコピーで表現するビジュアルにより、多くの読者の共感を得ることができます。

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 企画タイトルと企業名を近くに配置することで、企画の趣旨と広告主名の一体感を演出

- 企業理念や求める人材など、発信したいメッセージを企業のトップのコメントとしてわかりやすい記事で紹介

- 大きな文字のメインコピーには、企業のトップの考えで象徴的なコメントを記載

【7hints】

大きな文字は目立ち、読みやすくなります。
わかりやすいコピーは理解度アップにつながります。

- メインビジュアルは企業のトップが語りかける姿

【7hints】

読者向き目線の人物写真を大きく使うことで接触率のアップにつながります。

【企画趣旨】

本企画は、企業の創業日や商品の発売日などの記念日をメインビジュアルとして展開するものです。記念日から現在までの歴史的変遷や商品・サービスの特徴をわかりやすく紹介することで、効果的な訴求が可能です。



読まれるためのクリエイティブの工夫

- 紙面全体は手帳をイメージしたデザイン

- 企業や商品、サービスの記念日をメインビジュアルとして大きな文字でレイアウト

【7hints】

文字の大きさに読む順番をわからせることで読みやすくなります。
わかりやすいコピーで接触率と理解度が高まります。

- 企業や商品、サービスの特徴、開発秘話などを記事でわかりやすく紹介

- 歴史的な変遷、現在に至るまでの特筆すべきポイントを年表形式で紹介

【7hints】

図表やグラフ、写真等でデータを示すことで説得力が増します。



読まれるためのクリエイティブの工夫

- 紙面全体は手帳をイメージしたデザイン
- 企業や商品、サービスの記念日をメインビジュアルとして大きな文字でレイアウト

【7hints】

文字の大きさと読む順番をわからせることで読みやすくなります。
わかりやすいコピーで接触率と理解度が高まります。

- 企業や商品、サービスの特徴、開発秘話などを記事でわかりやすく紹介

- 商品の特徴や使い方をわかりやすく紹介

【7hints】

具体的な使用例や使用感を紹介することで、読者は「自分たち向けの」「役に立つ」広告だと思えます。

【企画趣旨】

本企画は、読者が“今”気になっていることを事前調査し、読者のニーズや疑問に広告主が答えるインタラクティブ性をもったものです。モニター調査を活用し事前に読者ニーズや疑問を把握することで、貴社商品やサービスのメリットを的確に訴求できます。

<掲載約3週間前>

<調査から5営業日後>



読まれるためのクリエイティブの工夫

- 調査結果を踏まえ、貴社商品・サービスに関連する代表的な結果をメインコピーにレイアウト

【7hints】
文字の大きさと読み順番をわからせることで、読みやすくなります。わかりやすいコピーで接触率と理解度がアップします。
- 調査結果について、表やグラフなどをインフォグラフィクスを用いて視覚的にわかりやすくレイアウト

【7hints】
データを示すことで説得力が増します。
- 調査の自由回答で寄せられた疑問について、Q&Aスタイルでわかりやすく回答、解説

【7hints】
使用方法や体験談などを具体的に示すことで、読者は「自分たち向けの」広告だと思います。

<掲載約3週間前>

<調査から5営業日後>




アンケート!
「バックツアーを選ぶときに重視すること」は?

価格よりも企画性!

オリジナルの魅力的な企画に期待したい
80代女性

項目	割合
対応	28%
サービス	44%
価格	62%
企画性	75%
安心	87%

楽しい旅には対応の良さが必須! 気持ちよく出かけたい
30代女性

価格は高すぎず安すぎずが理想
20代男性

安心できるのは絶対条件!
50代男性

Q 結婚30周年の両親にぴったりのツアーはありますか?

A 京都、秋のグルメツアーがおすすめです!

yomi ツアーズ

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 調査結果を踏まえ、貴社商品・サービスに関連する代表的な結果をメインコピーにレイアウト

【7hints】
文字の大きさと読み順番をわからせることで、読みやすくなります。わかりやすいコピーで接触率と理解度がアップします。

- 調査結果について、業種に応じたビジュアルで表やグラフを大きくレイアウト

【7hints】
特徴的で大きなイラストにより接触率がアップします。データを示すことで説得力が増します。使用方法や体験談などを具体的に示すことで、読者は「自分たち向けの」広告だと思います。

- 調査の自由回答で寄せられた疑問について、Q&Aスタイルでわかりやすく回答、解説

【企画趣旨】

企業活動には、一般的に良く知られている事業展開だけでなく、一般的にはあまり知られていなくてもその企業の中核を担う事業や、社会全体を支える上で重要な事業もあります。本企画は、認知度の高い事業展開とあわせてもうひとつの主要・中核事業を紹介し、その企業の価値・重要性を広く一般読者に理解してもらうものです。

読まれるためのクリエイティブの工夫

- 企業のひろく一般的に知られる事業を紹介

- 一般的にはあまり知られていないが、その企業の中核となる事業、世の中に大きな影響力を持つ事業を紹介

【7hints】
企業の知られていない側面を紹介すると、読者は「良い広告を出している」と思います。

- 事業内容や社員の取り組みなどについて記事でわかりやすく解説

【7hints】
図表やグラフなどデータを使うことで、読者は説得力がある広告だと思えます。

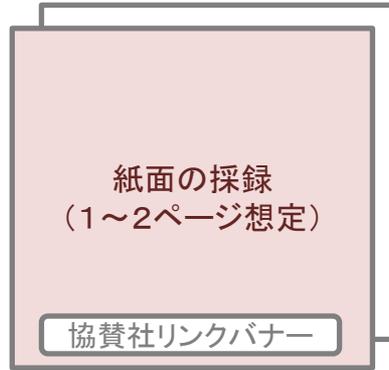
本企画は、YOMIURI ONLINEを活用したWEB展開も可能です！

【YOL展開イメージ】

<YOMIURI ONLINE各種誘導枠(例)>



<タイアップページ>



<貴社サイト>



誘導

遷移

※Top面などYOL各種誘導枠からタイアップページへ誘導をかけます。誘導枠については商品内容に応じてプランを組みます。

【タイアップページプラン案】

- 情報量 : A4×1P~2P程度
- 掲載期間 : 2週間
- 目標PV : 1万PV
- タイアップ料金 : 150万円 (グロス・税抜)
- ※目標PV数に応じて、タイアップ料金・期間も変更が可能です。
詳しくは担当営業までお問い合わせください。
- 申込期限 : 掲載開始 14営業日前

※新聞紙面の掲載料金は含みません。
 ※タイアップページの制作費は弊社で負担いたします。
 ※新聞紙面とタイアップページの同日掲載をご希望の場合は、制作スケジュールにご注意ください。詳しくは弊社担当までお問い合わせください。
 ※タイアップページ下部に貴社HPへ遷移するリンクバナーを設置いたします。リンク先のご指示をお願いいたします。

YOMIURI ONLINE

YOMIURI ONLINE (月間PV3億8000万、UU800万)は誰でも閲覧可能な無料ニュースサイトです。
 速報性の高いニュース面に合わせ、金融、医療、教育など様々な情報が豊富！現役就労世代が8割以上を占めるビジネスユーザーがYOLのコアユーザーとなっています。
 さらに15の多彩なWEBマガジン(下記参照)で、女性、若者、団塊世代などをターゲットとし訴求することも可能！
 商品内容に応じて、誘導枠プランを組みますので、詳しくは担当営業までご連絡ください。

