

an・an



広告事例集



2014年2月版
マガジンハウス メディアプロモーション部
03-3545-7100
<http://ad.magazine.co.jp>
お問い合わせ先 an・anチーム

① タレントを起用した表紙連動企画①



表1

表4

大型のタイアップではクライアント様と契約されている芸能人を表紙に起用し、表2見開、表4、中面と連動させる形式も可能です。タイミング、人選などはご相談ください。



表2 見開き純広

中面での連動タイアップ



② タレントを起用した表紙連動企画②



P 6～9 部分



表1 片観音



表 4



表 2 片観音

表紙を片観音形式にした大型の表紙連動タイアップ。

表 1～目次対向の前まで＋表 4 で実施した事例です。

③ 巻頭定例 『アンテナ』 企画

●誌面イメージ：1 p T u p + 1 p 純広

ex.1



TUページ

純広

ex.2



TUページ

純広

<メリット>

- ・定例の『アンテナ』の流れで誌面を構成しますので、自然な流れで読者に訴求します。
- ・通常のタイアップではありえないほど台割が前になります！（特集より前になります！）
- ・しかも格安の料金設定です！

<条件>

- ・1号につき3社まで可能です。決定優先となります。
- ・発売日の2ヶ月前までにご発注ください。
- ・誌面の構成は『アンテナ』のフォーマットを踏襲します。

※掲載可能な業種、商品をご相談となります。

<企画料金>

1 p T u p + 1 p 純広 → 230万円（グロス）
【定価430万円】

※1 p 純広をお持ちでない場合は、編集部が純広風1 P T u p を制作します。
その場合は、2 p T u p → 270万円（グロス）
【定価460万円】

4

2 p TU × 2 回を別刷り化 & 中吊り連動

本誌タイアップ部分 (2 p × 2 回)

編集部作成表紙



純広告(表 4)

クライアント様作成部分

タイアップ連動中吊り

誌面で 2 p タイアップを 2 回実施していただき、その誌面をベースに 8 p の別刷り小冊子を作成いたしました。小冊子の表紙は編集部で別途作成、表 4 は純広を使用、表 3 見開きにあたる部分にはクライアント様で作成いただいた記事を掲載しました。

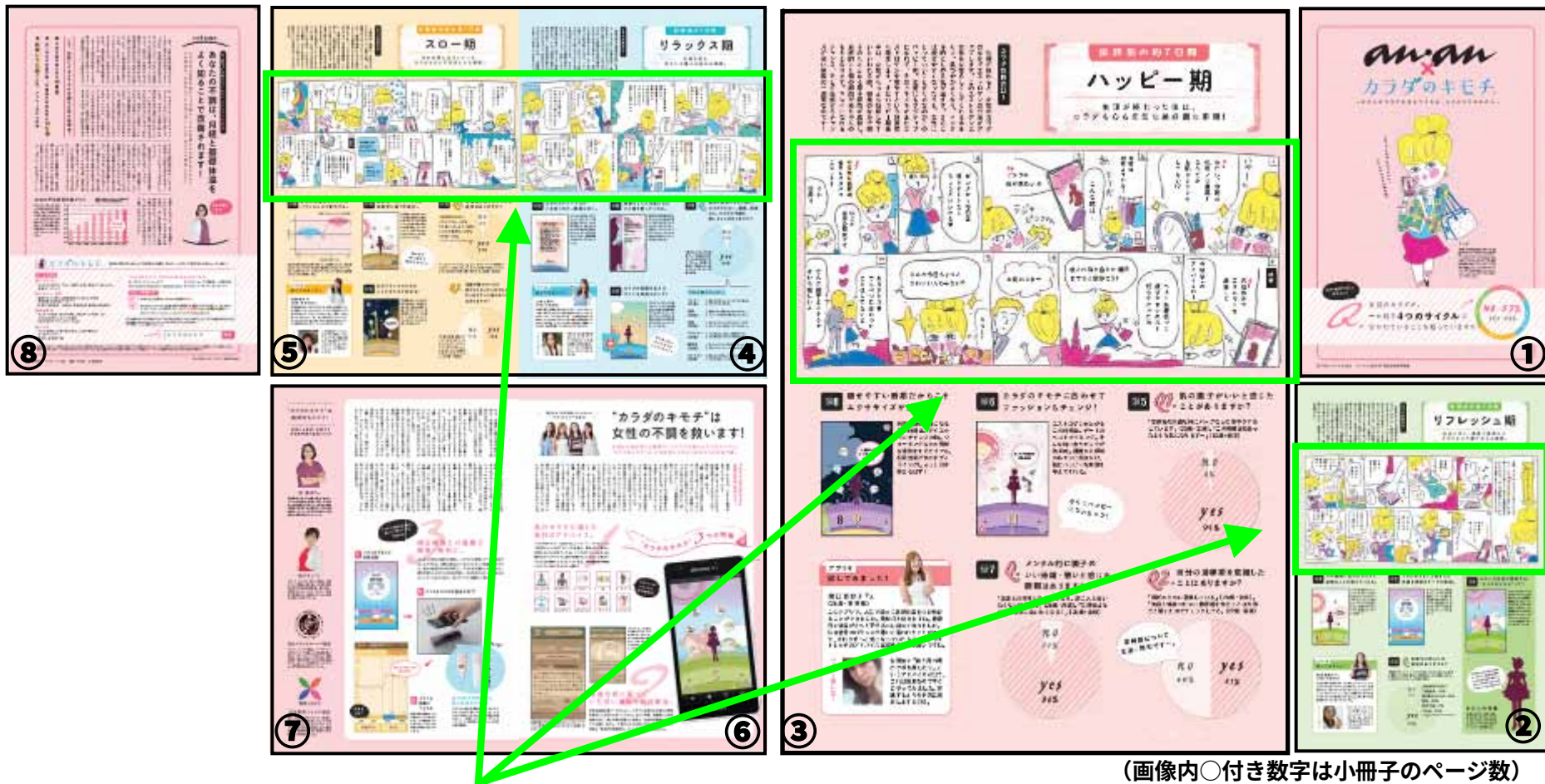
さらに中吊りもタイアップと連動し、誌面をベースとしてそこから立体的に展開をした事例です。

(画像内○付き数字は小冊子のページ数)



5

イラスト、マンガによるわかりやすい解説



(画像内○付き数字は小冊子のページ数)

マンガを誌面の一部に入れ、わかりやすいストーリーと、
 詳細な説明を同じ誌面内で展開した事例。
 (ミシン目つき、切り離し可能Book in Book内で実施)

本誌体験型タイアップ+ブログ連動

②本誌連動ブログ（体験の経過報告）



②体験の経過報告をモニターのブログで報告。

③体験の結果報告を体験期間終了後、再びタイアップとして掲載。

①本誌で期間3カ月のモニター体験型のタイアップ記事を掲載。



本誌タイアップ（結果報告、ブログ誘導）



①本誌タイアップ（体験企画の告知、ブログ誘導）

⑦ 電車内液晶ディスプレイでの展開



本誌タイアップ



電車内液晶ディスプレイ

本誌で実施したタイアップ記事と連動したスポットを作成し、電車内の液晶ディスプレイで放映した事例。本事例のように、誌面を動画へ二次使用することも可能です。

8 an・anコラボ商品



010 X 000-0000 コスモ企画

彼女の“ご機嫌”を彩にする。
『プレエンゲージ・ピンキーリング』

010 X 000-0000 コスモ企画

「ete」
プレエンゲージリング

ふいに彼女が「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。



ひとつでね!

プレエンゲージリングは、
彼女が「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。

重ねづけでも!

プレエンゲージリングは、
彼女が「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。
「えっ、なに?」と聞いてきたら、
「プレエンゲージリング」をさりげなく見せてあげよう。



恋する女の子に『ete』が贈る、
“プレエンゲージ・ピンキーリング”。

恋する女の子に『ete』が贈る、
“プレエンゲージ・ピンキーリング”。

恋する女の子に『ete』が贈る、
“プレエンゲージ・ピンキーリング”。

誌面でのご紹介だけでなく、コラボ商品を制作することも可能です。an・an読者にどのような商品が響くのか考えながらデザインを決定していきます。コラボの形態等は随時ご相談ください。

⑨ ブックインブック串刺し企画



an・an、クロワッサン、Hanakoの三誌が連動して、同一のブックインブックを貼り込んだ事例です。

8 pブックインブック



10 タイアップ連載の多様な形態 (1)

クレジットを入れずに、読み物風のページとして実施した事例。
読者にタイアップと気づかせずに、
自然な訴求を可能にします。



このストーリーは『コールド・ストーン・クリーマリー』ルミネエスト新宿店の小川愛さんのインタビューより構成しています。小川さんは2011年、ルミネ全店のショップスタッフの接客スキルを競うコンテスト「ルミネスト2011」でゴールド特別賞を受賞されました。



漫画家を起用して実施した例。
漫画形式で読みやすくし、検索窓を
下部に設けることでネット上の
コンテンツへの自然な誘導を可能に
しています。

11 多様なタイアップ連載の形態 (2)



商品を直接的に紹介しながらも、ページ内にコラムや人を立てたインタビューなどを盛り込むことによって読者の興味に訴えかけるページ作りが可能です。

大型の連載では、「拡大版」として表4からの逆読みを作成した事例もあります。

12 企画純広を作成しての表4逆読み



表4 企画純広



表3 見開き



中面でのタイアップ

表4用に企画純広を編集部で制作、そこからの逆読みタイアップを実施していただいた事例。企画純広を他の号でも掲載することで、露出を増やせます。