



KODANSHA Media Conference

講談社メディアカンファレンス 2019

メディアアワード 企画一覧

【メディアアワード受賞企画】(ViVi・NETViVi等/2018年10月) 資生堂ジャパン様/「専科」日台同時イン&アウトバウンド企画



KODANSHA
Media Conference
講談社メディアカンファレンス 2019

日本を含むアジア圏で販売されている資生堂様「専科」を、日本・台湾のViViで同時にプロモーション。「すっぴん格上げ」という共通キーワードのもと、日本版ViVi本誌では人気の専属モデル・八木アリサを起用し、台湾版ViViでは現地で人気の高いKOLを起用。さらに台湾・香港からの訪日旅行客に向けて、フリーマガジンや観光情報ウェブメディア上でのタイアップ記事掲載、台湾人気プロガーによるSNS拡散施策などを合わせて実施することで、台湾におけるリーチ最大化と台湾の美容好き女性のカスタマージャーニーをプランしました。

本誌タイアップ (日本版)



専科で、すっぴん格上げ!

日本版ViVi本誌にて、
専属モデル1名起用した2Pタイアップ

台湾版タイアップ



専科で、すっぴん格上げ!

台湾版ViViにて、
人気KOLをモデルに起用した4Pタイアップ

Web展開

(台湾オリジナルWebコンテンツ)



樂吃購!日本
TRAVEL GUIDE

「SUPPIN」トレンド情報と商品情報を、訪日旅行客向けの記事として紹介。月間PV111万人のサイトで専科をアピールしました。

SNS・ブログからの拡散



翻訳転載

旅マエ情報



台湾・香港からの訪日旅行客向けフリーマガジン「BEST COSMETICS 日本」内に、日本版TUの翻訳転載。Web「樂吃購!日本」へQRコードで誘導も。

旅ナカ情報

Vpon

ADネットワーク配信
2000クリック
保証サービス



パートナー各社様/FRaU×SDGsプロジェクト

今話題になっているSDGsを日本で初めて女性誌で丸々1冊特集。重版もするほど業界でも話題になりました！世界各国がSDGsを推進する中、日本での認知率が圧倒的に低く、特に女性による認知が伸び悩んでいることに着目。女性へ分かりやすくそして楽しく伝えるコンテンツとしてFRaUで取り上げることに。今後もプロジェクト化して様々な活動をしていく予定です。SDGs号は2019年末も発行を予定しており、2030年まで継続して行っていく予定です。

FRaU SDGs連載



日本のSDGsの活動を
紹介する連載がスタート。
※FRaU2019年3月発売号

パートナー様



裏表紙にて
ご紹介しました。

誌面



<2018年12月売り>



FRaU web



FRaUwebにSDGsのコーナーを設置。
SDGsに関する記事を読むことができます。



<イベントパートナーシップメニュー>

- FRaU SDGs PARTY
- SDGs WORKSHOP

第一弾として料理通信との
コラボイベントを行いました。



FRaU SDGsTOUR coming soon !

『FRaU』編集長兼プロデューサー関 龍彦が作った
『世界を変える、はじめかた。』
の言葉をテーマにSDGsを特集しました。



Twitter

外務省にも
ツイートされました。



【メディアアワード受賞企画】(週刊ヤングマガジン/ 2019年1-7月)

パートナー各社様/ ヤンマガPRESENTS「86MFGコンセプト2019」プロジェクト



KODANSHA
Media Conference
講談社メディアカンファレンス 2019

累計5000万部突破の『頭文字D』の流れをくむ、新公道最速伝説『MFゴースト』(しげの秀一・著 / ヤングマガジン連載中)の世界観をリアルワールドで再現する、スペシャルプロジェクト。プロジェクト・パートナーとして、小倉クラッチ、トヨタ自動車、ブリヂストン、ブリッド、プロジェクト・ミューの5社(パーツのみの協賛として他に6社)、SUPER GTチャンピオン経験者の脇阪寿一氏 & 山野哲也氏とともに、究極チューニングが施されたトヨタ86=「86MFGコンセプト2019」を開発しました。この特別な「86」を新車でプレゼントするオープン懸賞を合わせて実施。日本有数のメーカーやドライバーが集結した「本気」のプロジェクトをメディアMIXで展開することで、協賛社のみならず、作品のプロモーションにも繋がりました。

【プロジェクト・パートナー】



【プロジェクト・アドバイザー】



『MFゴースト』の世界観から
インスパイアされた「86」をヤ
ングマガジンの企画として製
作し、オープン懸賞化。プロ
ジェクトを通じて、協賛社の
技術力・高品質を広く訴求

**MFG
CONCEPT**



【1台プレゼント】「86MFG
コンセプト2019」試乗イン...



【メディアアワード受賞企画】(クーリエ・ジャポン/2019年5月~8月)

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc./スタディーツアー in ポートランド



KODANSHA
Media Conference
講談社メディアカンファレンス 2019

「**そう、ビジネスには、これがある。**」というメッセージを展開し、スモールビジネスのサポートに力を入れている、アメリカン・エクスプレスとともに、起業家の支援（バックアップ）を体験し、グローバルな視点からビジネスのヒントを得る機会として、クーリエ・ジャポンの読者を対象に、全米有数の起業の街であるポートランドへのスタディーツアーを実施した。多くのスモールビジネスが生まれているポートランドらしい「失敗するかどうかより、挑戦することに意味がある」というメッセージを受け取った、群馬、東京、広島、福岡から集まった13名の参加者からは、非常に刺激を受けたとの感想が集まった。参加者同士の交流はツアー終了後も続いている。それだけではなく、経営する企業の社員研修でツアーの内容をシェアする参加者がいたり、このツアー参加者以外への広がりも生まれている。

■スタディーツアー in ポートランド■



<スタディーツアーで学べること>

- ①柔軟な思考法
- ②コミュニティを通じた集客術
- ③起業家精神
- ④土地柄を生かしたビジネス展開
- ⑤ストーリーで共感を集める力

■スタディーツアー日程 (3泊5日)

<6/23>

午前：US-J CONNECT宮石具朗CEOレクチャー
午後：B-LINEフランクリン・ジョーンズCEOレクチャー

<6/24>

午前：現地の起業家3人によるトークセッション
午後：ナイキ本社キャンパスを視察

<6/25>

午前：農場経営者訪問
午後：人気ブルワリー経営者訪問



ツアーの様様や参加者の学びをまとめた
4本のレポート記事

ツアーレポート



ポートランドを魅力的にしているのは「起業家を支える仕組み」だった



「支えとなる存在」があるからこそ、挑戦する姿勢を保ち続けられる



「やりたいこと」のある人が自己実現できる仕組みが日本社会にも必要だ



旅先での「刺激」が新たなビジネスを生み、世界を少しずつ変えていく



宝くじをViVi世代の女子たちに自分ゴト化してもらいたい！というのが今回のお題。そこで、イケメン×ViViモデルという鉄板企画を採用し、ViViモデルの藤井サチ、俳優の小関祐太さんが出演する「宝くじデートプラン」動画を4本制作しました。さらには動画は小関さんの顔をあえてわからないように編集し、「このイケメンを誰か当てた人にはプレゼント」というSNSで拡散が最大化するようなクイズキャンペーンを行いました。動画はViViのSNS、WEBサイト、主要駅デジタルサイネージでも流し、SNSとリアルの両方でキャンペーンの認知を図りました。

クライアントの課題

**宝くじの
 “自分ゴト化”**



宝くじをキーアイテムにし、ViVi世代の共感を得られやすいデート&イケメン出演の動画を制作。
 SNSとWEBサイト、本誌、サイネージ、ViViNightを組み合わせて、デジタルとリアルを掛け合わせて「イケメン当てクイズキャンペーン」を実施し、広く認知を図りました。

動画×SNS

動画では小関さんの顔がわからないようにし、「このイケメンは誰？」というクイズキャンペーンをSNSで実施。楽しく拡散してもらいました。



**藤井サチも拡散!!
 6万を超える再生数に!**

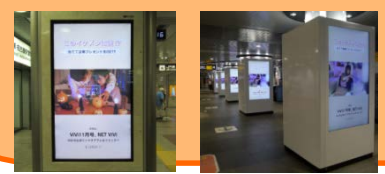
ViVi誌面 4P

誌面では宝くじデートを実況中継しながらキャンペーンの詳細を説明。



動画の他メディア展開

東京、名古屋、大阪、福岡の主要駅にあるデジタルサイネージでも動画を流し、SNSとリアルの両方でキャンペーンの認知を図りました。



リアルイベント

ViViNightのステージでついに正解 = イケメンを発表!
 本誌・WEB・SNS・リアルで実施したクイズキャンペーンの正解発表をリアルの場であるViViNightで実施。藤井サチと一緒に小関祐太が登場すると会場は大盛り上がり! そのステージの様子は、ViViのinstagramでもほぼリアルタイムでレポートされ話題化につなげました。



小関祐太さんも拡散!!
2,093いいね
225リツイート

盛り上がり最大化

**本企画のユニークさは、
 Yahoo!ニュースやテレビでも
 取り上げられました!**





アガツマ様/「ねんDo！」ヘンゼルとグレーテル 読み聞かせ連動企画

『おともだち』で毎号連載している「世界名作おはなし」で「ヘンゼルとグレーテル」を取り上げ、立体造形作家の森井ユカさんを起用して、こむぎねんどのねんDo！とのタイアップ企画を実施。

また、ねんDo！でつくったお菓子の家や絵本の登場人物をつかって、YouTubeチャンネル『キッズボンボン』の人気コンテンツである「絵本の読み聞かせ動画」を制作。動画の後半では、いちー&なるが、ねんDo！でお菓子作りに挑戦し、誌面と動画でより読者に分かりやすく説明することができました。

本誌タイアップ

おともだち8月号（2019年7月1日発売）

表4



中面タイアップ



▲中面タイアップに使用した「おかしはいえ」の造形を流用して、表4の純広を構成。

ねんDo！を使用して▶「ヘンゼルとグレーテル」のおはなしの造形を製作。

おはなしの後には、ねんDo！でつくる「おかしはいえ」の作り方を紹介。



動画タイアップ

キッズボンボン（2019年7月公開）



前半

◀本誌タイアップの造形を使った、読み聞かせ動画。

キッズボンボンにレギュラーで出演するいちー・なるの二人による読み聞かせ。

後半

本誌に掲載した▶「おかしはいえ」のお菓子の作り方を、動画でも紹介。



動画の再生は2.6万回。“読み聞かせが上手くて聞きやすかったです。粘土もリアルで上手いですね。”などのコメントが寄せられた。誌面＆動画を連動させることで、ねんDo！の遊び方と魅力を立体的に表現した。

【メディアアワード受賞企画】(ViVi・NETViVi等/2018年5月) トヨタ自動車様/「Vitz Amie」コラボインスタグラム企画



KODANSHA
Media Conference
講談社メディアカンファレンス 2019

創刊35周年を迎えるファッション誌「ViVi」と、トヨタのAmie発売を記念したコラボレーション企画。メインキャラクターにはViVi専属モデル八木アリサさんを起用。ViVi編集部だけでなく、ViViブランドに関わるさまざまなスタッフや、ViV公式インフルエンサー集団ViVigirlも一緒になってAmieと一緒に「映えるスポット」におでかけ。遊びネタを知っていく中で車離れしている若者に、Amieでお出かけすれば遊ぶ幅がぐんと広がり、思い出豊かになるものだという事を訴求。

新Instagramアカウント「ViVi&Amie」を開設 & プロデュース！

オシャレでカワイイ、イマドキの気分寄り添ったViViならではのこだわりの世界観のもとで作り出す“おでかけ写真”を毎日公開する【ViVi&Amie100デイズ投稿キャンペーン】を@vivi_amieアカウントで5/21～8/28の100日間実施。通常投稿に加え、ストーリーズ投稿（読者参加型のアンケート企画など）や、インスタライブなども実施！

Amieプレゼントキャンペーン！ 約**3,000件**の投稿があり大反響！

八木アリサさんが@vivi_amieキャンペーンで実際に乗車 & 撮影したAmieを抽選で1名様にプレゼントするInstagramハッシュタグ投稿キャンペーン (#amiestagram) を実施。



ViVi的世界観でクオリティの高い投稿に！



ViViがアカウントを運営したことでユーザーとのコミュニケーションが起き、購入者による報告多数！

約**8,300**フォロワー獲得！！
合計約**336万**リーチ数！！
平均エンゲージメント率が**大幅アップ**！！



オウンドCPサイトにViVi×Amieの特設ページを開設



インスタ投稿をサイト内にかわいく格納。

本誌 TU



店頭販促ツール 4P



ネット店店頭用ポスターも。

ViVi公式 Instagramポスト



ViVi公式アカウントからも誘導を実施。

<その結果、かつてない成功事例に！>

- 20代女性の購入比率が大幅にアップ！
- コラボアカウントにて20代女性のアプローチが効果的にできた！
- マス投下のないキャンペーンでの成功体験になった
- 過去に類を見ない販売店のキャンペーン参加率となった

<p>目標販売台数 130%</p>	<p>購入者 20代女性比率 3.3倍 (4%→13%)</p>	<p>販売店参加率 約80% (Netz店81/105店)</p>
-------------------------------	---	--



サントリー食品インターナショナル株式会社様/
「伊右衛門」漫画家にも、ここに、お茶を。「先生、ここに一息、入れてください」企画

サントリー緑茶「伊右衛門」と講談社「モーニング」とのコラボレーション企画として、「漫画家にも、ここに、お茶を。」というコンセプトのもと「モーニング」に連載中の人気漫画家4名に、リレー形式で1週間の休暇をプレゼントするプロジェクトを実施。漫画家の休暇中には、別の漫画家が代わりに描き下ろした作品のイラストとメッセージで構成されるスペシャルコンテンツが誌面に掲載。週刊連載中の漫画家三田紀房先生（『ドラゴン桜2』）、小山宙哉先生（『宇宙兄弟』）、ツジトモ先生（『GIANT KILLING』）、鈴ノ木ユウ先生（『コウノドリ』）4名のお休みをサポートしました。

モーニング2019年7月4日発売号 表4



▲企画開始時の、ブランドからのメッセージ広告

休載中は他の漫画家によるスペシャル描き下ろしコンテンツを本誌に掲載

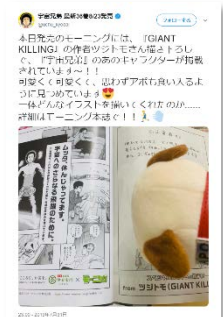


▲スペシャル描き下ろし絵手紙 from 鈴ノ木ユウ(コウノドリ)

モーニング2019年8月8日発売号 表4



▲企画終了時の、漫画家からの御礼広告



◀ 小山宙哉先生公式Twitterアカウントでのツイート



◀ 三田紀房先生は休暇を利用し、元・プロ野球選手の里崎智也氏との対談を実現しました。



▲ クライアント特別サイトでも各先生の休暇の様子を公開