

【目次】

広告主の声 ユニリーバ・ジャパン株式会社 ― 株式会社インターメスティック ― 掲載事例 各種掲載事例 -配布について 配布可能地域 一 マッピングシステム ― - 13 原稿制作について モデルスケジュール・用紙の種類 -オプション加工・二次利用 ――― 各種原稿のサイズ・入稿データについて 一 題字/欄外情報/社罫 — データで見るエリア広告特集 -

エリア広告特集とは

ブランディングや プロモーションツール として数多くの実績

ブランディングやプロモーションを目的とした掲載事例が数多くあります。タブロイド判からパノラマワイド(ブランケット8頁)までサイズやページ数を、また、更紙から上質紙まで用紙の種類もクライアントニーズに合わせて自由に選択することができます。

効果的な エリアマーケティングが 可能

各種統計データをもとにしたマッピングシステムを活用することで、クライアントの要望にお応えする配布エリアを抽出し、効果的なエリアマーケティングを実施することが可能です。

※一部エリアでは販売店単位の指定ができない場合もあります。詳しくは弊社担当者へご相談ください。

シンプルで わかりやすい 料金設定

部当たり単価×部数=掲載料金 という、分かりやすい料金設定 です。印刷費、用紙費、配送費、 折り込み手数料などがすべて含 まれています。

※消費税は別途頂戴します。遠隔地への配布 など一部別途料金(配送料等)が発生する 場合もあります。詳しくは弊社担当者へご 相談ください。

プロモーションツール として 二次利用も可能

エリア広告特集は、朝日新聞の信頼性をそのままに、題字と欄外情報をつけて発行します。この題字と欄外情報を外して増刷し、プロモーションツールとして二次利用することも可能です。

朝日新聞社では、新聞に折り込む広告媒体として「エリア広告特集」を取り扱っています。

首都圏や都市圏においては販売所(ASA)単位で、それ以外の地域では県単位で配布エリアをお選びいただけます。 また、判型・ページ数・用紙の種類・配布日・特殊加工なども柔軟な対応が可能で、細かなニーズにお応えできます。 貴社商品の販売促進の一環として、ぜひご活用ください。

エリア広告特集

配布可能地域

〈販売所(ASA)単位での配布可能地域〉

下記4エリアから選択できます。→P.12参照

- 東京本社管内 (東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県・茨城県・栃木県・群馬県)
- → 大阪本社管内 (大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・和歌山県・奈良県・三重県の一部)
- **名古屋本社管内** (愛知県・岐阜県・三重県)
- 西部本社管内 (福岡県・下関市・山口市)

※マッピングシステムを活用し、より効果的な配布地域を選定することが可能です。 → P.13参照 ※上記以外の地域は、都道府県単位での配布となります(広告特集)。 弊社担当者までお問い合わせください。

■判型・原稿サイズ

下記3タイプから選択できます。→P.16·18参照

- タブロイド判
- ブランケット判
- パノラマ判

※パノラマ判は商業印刷と異なり、新聞輪転機での印刷となります。 ※その他の判型をご希望の場合は、弊社担当者までお問い合わせください。

■最少発行部数

10万部以上

ユニリーバ・ジャパン株式会社

「CLEAR(クリア)」

プロモーションを後押し サンプル付きエリア広告特集

市場の変化を捉えた新ブランド 大規模なキャンペーンで立ち上げ

2014年4月24日の朝刊に、サッカー選手のクリスチアーノ・ロナウドさん、女優の宮﨑あおいさんがつややかな黒髪をなびかせるエリア広告特集が折り込まれた。この広告には新しいシャンプーとコンディショナーの商品説明とともに、「CLEAR」のサンプルが貼り付けられている。

「CLEAR」は世界47カ国以上で発売されており、シャンプーの売り上げで世界第3位を誇るブランド。日本では消費者の商品選びの基準が厳しいため、日本人の髪質や好みに合うよう10年の歳月をかけて発売にたどり着いた。商品の発売に合わせてテレビCM、新聞、雑誌、デジタル、サンプリングなどを利用し、立体的なプロモーションを展開。中でもサンプリングは大きなウエートを占める。男性誌・女性誌計14媒体・約250万部、朝日新聞エリア広告特集約350万部へのサンプル貼り付けを中心に、約700万個のサンプルを全国配布した。

「女性ユーザーは特に、『まず使って みて、納得したら購入したい』というインサイトが強いのでサンプリングは欠かせません。配布のタイミングも重要で、まずテレビやウェブで十分に認知を獲得し、発売2~3週間後からサンプリングをすることで購入意欲が高まるようです」。ユニリーバ・ジャパンの担当者はそう語る。

「CLEAR」発売から半年経った11 月は、ブランドは認知しているがまだ手が出ない消費者が多い時期と位置づけ、「まだ『CLEAR』を試したことがないあなたへ」というメッセージとともに、トライアル獲得のためにキャンペーンを実施した。

プロモーションツールとして エリア広告特集の特長を引き出す

朝日新聞のエリア広告特集では、デジタル化された地図情報と統計データをもとに配布地域や読者をセグメントする「マッピングシステム」を活用。東京・大阪・福岡・名古屋の4エリアで、30~40代の働く男女が多い世帯に配布した。

「ターゲットを細かくセグメントし、 販売店単位で配布エリアを指定できるエリア広告特集は、効率的かつ確実 なサンプリング方法です。以前、当社 の別ブランドのプロモーションでも ユーザーの購入意向が圧倒的に高まりました。その知見を『CLEAR』でも生かしました」(同担当者)

クリエーティブは男性用と女性用の 2種類を用意。配布エリアも男性用と 女性用で別々に設定した。

エリア広告特集の効果については、 サンプリングの中でも最も反響が大 きく、「どこで買えるのですか」という問い合わせが相次いだ。また、中面に掲載したプレゼントキャンペーンの応募数も、2週にわたって急激に伸びた。圧倒的な数の消費者にサンプルを届けられたことが奏功したという。11月にエリア広告特集を配布した際には、配布日から5日間トータルで、前月同時期に比べ約4倍の問い合わせがあった。

「サンプル付きのエリア広告特集は、広告としてだけでなく、販促ツールとしても魅力的です。新聞本紙に折り込まれる別刷り媒体なので、繰り返し読んでもらった後、保存してもらえます。中には広告を持って店頭へ来る方もいるほどです。『届く→使ってもらえる→製品の特長が伝わる→購入につながる』という流れを生み出せる有効な媒体です」(同担当者)

同社では、これからも新聞広告を活用したサンプリングには注力していきたいという。



株式会社インターメスティック

TZoff SUNGLASSES STYLE 1

洗練されたビジュアルと商品説明を 掛け合わせ、来店促進

年々伸長するサングラスを 初めて広告の主役に

2015年6月27日(土)、東京・神奈川の一部地域に、メガネブランド「Zoff」のタブロイド判8ページのエリア広告特集が配布された。表紙だけで20点ものサングラスを掲載、中面の読み物も充実している。反響は大きく、「エリア広告特集を配布したエリア内の店舗では、サングラスの売り上げが伸びた」と、インターメスティックマーケティング部の高島郷部長は語る。

同社は、メガネ市場において価格を抑えつつファッション性を打ち出して躍進してきた。主な顧客層は20~30代男女だが、子供から年配層までターゲットごとに取り組みを展開。例えば、10~20代女性向けには人気ファッション誌モデルとのコラボ商品を開発。一方、50~60代読者向けの週刊誌にも広告出稿を開始した。「最近はパソコン用や花粉症対策などメガネの需要が広がっています。目的に応じてメディアを選びますが、顧客には垣根を感じさせず、多くの方へ情報を届けたいと思っています」

そんな中、今回の広告では初めて

サングラスを主役に据えた。ファッションアイテムとしてのメガネが浸透し、紫外線への意識の高まりもあって、サングラスの売り上げも順調に伸びているという。そこで、普段Zoffに足を運んでいない人にも振り向いてもらうことを、さらなるゴールに設定した。

「今回は、まず『Zoffでサングラスを扱っている』ことの認知を獲得し、 来店を促したいと考えました。そこで 本紙広告と併せて選んだのが、エリア 広告特集です」

新聞を読む流れで しっかり読んでもらえた

今回は、サングラスの需要の波に合わせて二段階で構成した。第一弾はゴールデンウィークに向け、2015年4月下旬に本紙全面広告とタブロイド判エリア広告特集を出稿。冒頭で紹介した6月末の第二弾は、次のピークである「海の日」あたりの来店促進を狙った。

第一弾の反響を見て第二弾では配布エリアを再調整し、広告クリエーティブも変更した。第一弾は、表紙を1枚写真で構成しシーズン到来を強調。第二弾は、コレクションごとにページを分

けて、バリエーションを伝える目的で 多くの商品点数をすっきりと紹介した。

「そもそもメガネはセンシティブな 商材なので、伝えたい情報も多いん です。ファッション性を強調しながら、 商品の特長をきちんと伝えるのに、今 回のエリア広告特集は適したメディア でした」と高島氏は話す。

第一弾、第二弾とも、エリア広告特集を店舗や商業施設内にも設置。メガネ購入者へのショッパー封入も行った。また、店舗のスタッフが商品を説明する際に活用された。

「店頭アンケートなどからは、新聞を 読む流れでエリア広告特集もしっかり 読んで来店された様子が分かり、新聞 読者とのマッチングを実感しました」

新聞本紙でも、来店促進のための 広告展開を進めている。8月7日付に 掲載された全面広告では、企業ブラン ディングの要素と商品説明を組み合 わせたビジュアルを試した。「近隣の店 を教えて」と、同社カスタマーセンター へ多く電話が寄せられた。

今後は、新聞読者との親和性を考え、リーディンググラスや機能性レンズなど、特性に合わせたプランを練っていく。



2015年4月25日 タブロイド8頁(表紙) ハイパーエース



2015年6月27日 タブロイド8頁(表紙、6-7面) ハイパーエース



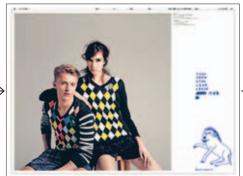
(『広告朝日』第6号〈2015年11月発行〉「Case Study」より)

タブロイド判

新聞の半分の大きさのため、雑誌感覚で読むことができます。

三陽商会(プリングル 1815) 2013年3月16日 タブロイド8頁 オーロラL







インプロブ 2012年9月27日 タブロイド2頁 ハイパーエース









シチズン時計 2013年3月23日 タブロイド4頁 ハイパーエース







カメイ・プロアクト(ハンター) 2012年11月2日 タブロイド4頁 ハイパーエース





小学館・和樂 2012年10月1日 タブロイド12頁 ASマット





 \leftarrow

小学館・プレシャス 2012年4月7日 タブロイド8頁 ASマット





明治から銀製品ひと筋











ブランケット判

新聞とおなじ大きさなので、大きなスペースを利用したダイナミックなクリエーティブが可能です。

日本生命 2013年3月29日 ブランケット8頁 特高白S











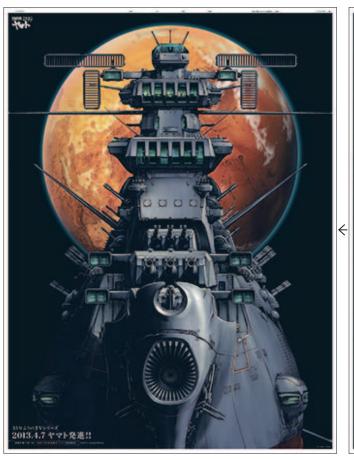
カールツァイスビジョンジャパン 2012年9月29日 ブランケット2頁 ハイパーエース



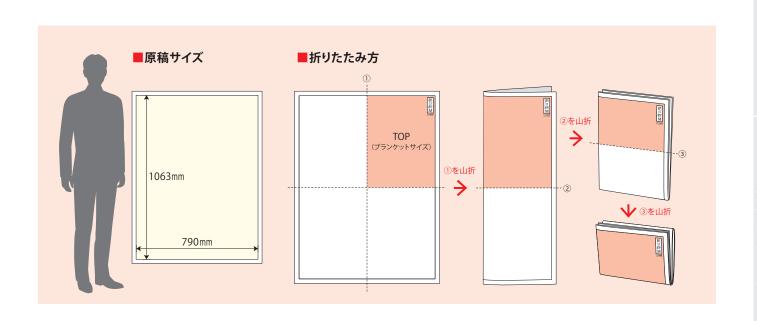


■メガ新聞



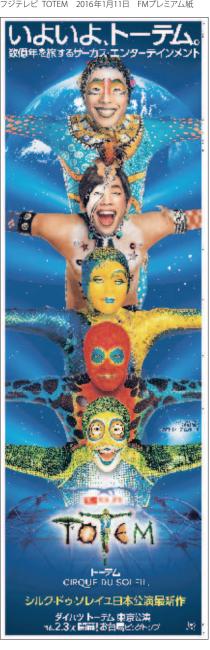






新聞4ページ分を横につなげて見せるタイプで、ビジュアルインパクトはもちろん、工夫を凝らした紙面展開が可能です。

フジテレビ TOTEM 2016年1月11日 FMプレミアム紙









各掲載事例の体裁につきましては、19ページの※1をご覧ください。

新日幹城

ポニーキャニオン 2012年5月30日 特高白S





折り込み可能日

新聞休刊日を除いて各日配布可能です。

ただし一部地域では、月曜日と新聞休刊日・祝日の翌日に配布できない場合があります。 また正月、大型連休期間中についても弊社担当者にお問い合わせください。

広域版と狭域版

- ・「エリア広告特集」は販売所(ASA)単位で配布できます。 (地図中の 部分)
- ・「広告特集」は都道府県単位で配布できます。

最少発行部数 10万部以上

東京本社管内配布エリア

[ASA単位 配布可能エリア]

東京本社

東京都・神奈川県・千葉県・ 埼玉県・茨城県・栃木県・群馬県 ※島部は配布できません。



大阪本社管内配布エリア

[ASA単位 配布可能エリア]

大阪本社

大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・和歌山県・奈良県・三重県の一部



名古屋本社管内配布エリア

[ASA単位 配布可能エリア]

名古屋本社

愛知県・岐阜県・

三重県(名古屋本社管内分のみ)



西部本社管内配布エリア

[ASA単位 配布可能エリア]

西部本社

福岡県・下関市・山口市



都道府県別配布部数

都道府県	世帯数	朝刊部数
北海道	2,738,172	119,730
青森県	586,819	17,963
岩手県	518,383	27,751
宮城県	961,409	64,157
秋田県	425,771	27,945
山形県	408,771	51,853
福島県	767,059	53,368
茨城県	1,197,415	180,786
栃木県	800,853	72,141
群馬県	815,489	89,144
埼玉県	3,124,151	530,463
千葉県	2,735,874	484,204
東京都	6,784,194	994,037
神奈川県	4,150,981	859,641
新潟県	880,005	56,898
富山県	408,370	8,401
石川県	470,024	9,374
福井県	286,201	9,453
山梨県	351,845	26,782
長野県	851,059	47,414
岐阜県	798,069	51,803
		計 88,983
静岡県	1,530,499	T 86,851
		N 2,132
愛知県	3,130,046	216,125
	773,416	計 105,792
三重県		N 84,657
		O 21,135
滋賀県	554,109	99,833
京都府	1,184,484	152,380
大阪府	4,147,504	652,774
兵庫県	2,474,489	416,664
奈良県	580,843	121,653
和歌山県	438,709	82,422
鳥取県	233,650	14,062
島根県	285,854	17,326
岡山県	823,543	68,027
広島県	1,280,555	107,863
山口県	657,547	138,844
徳島県	331,059	11,784
香川県	430,089	48,803
愛媛県	647,461	64,449
高知県	352,813	7,522
福岡県	2,321,718	273,232
佐賀県	323,025	17,358
長崎県	628,227	44,080
熊本県	761,778	34,158
大分県	527,744	45,742
宮崎県	517,715	34,767
鹿児島県	804,220	21,187
		計 1,008
沖縄県	610,129	T 641
		S 367
T:東京本社版 O	:大阪本社版 S:西部	本社版 N:名古屋本社版

T:東京本社版 O:大阪本社版 S:西部本社版 N:名古屋本社版 ・部 数:(社)日本ABC協会「新聞発行社レポート普及率

2015年7~12月平均」※部数は定期的に変更されます。 ・世帯数:2015年1月1日現在

(『住民基本台帳人口要覧』〈平成26年度版〉)

※上記部数はエリア広告特集の部数とは異なります。

エリア広告特集向けマッピングシステムの活用

マッピングシステムとは

デジタル化されたさまざまな地図情報と統計データをもとに、 効果的なエリア広告特集の配布地域を作成するコンピューターシステムです。

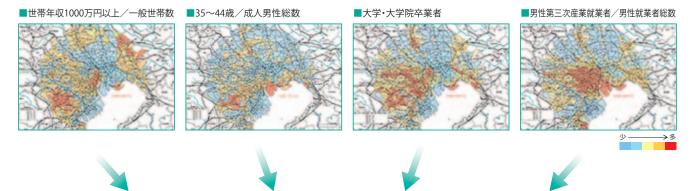
使用頻度の高い統計データ

- ・世帯年収(700万円以上、1,000万円以上など)
- ・職業分類(専門・技術職、管理職など)
- ・学歴(大学・大学院卒など)

- 年齢(40~50歳の男性、35~45歳の男女など)
- ・世帯構成人員(2~4人世帯、1~6人世帯など)

ほか

マッピングシステムの活用例 約60万部を配布想定





[※]株式会社朝日オリコミのAMS(朝日オリコミマッピングシステム)を活用。

[※]参考資料データとしてご活用ください(弊社エリア広告特集の部数表へ反映し、部数確定を行う必要があります)。

モデルスケジュール・用紙の種類

■モデルスケジュール

見積もり

配布エリアや部数・判型・ 用紙についてご要望を うかがい、弊社営業担当 者から具体的な料金を ご提案いたします。

2申し込み

弊社で用紙を調達、生産 設備を確保します。

3入稿•校正

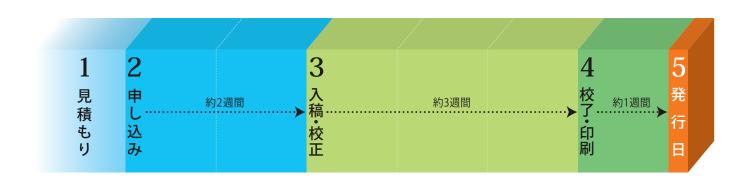
事前審査を終えた、完全 データにて入稿後、校正 作業を2回行います。 (発行希望日の約4週間前)

4 校了 · 印刷

色校正紙で校了した後、 印刷となります。ハガキ 貼付や断裁など加工を 行うときは日数がかか る場合があります。(発行 希望日の約1週間前)

5 発行日

弊社の販売流通網の販売所(ASA)で、朝刊に印刷物を折り込みます。



用紙の種類

エリア広告特集で使用する主要品種

塗工紙	塗工印刷用紙 (コート紙)※1	A2コート(グロスコート)
		A2マット(マットコート)
		A3コート(グロスコート)
		A3マット(マットコート)
	微塗工印刷用紙	微塗工印刷用紙1
		微塗工印刷用紙2
	グラビア用紙	グラビア用紙

	上級印刷用紙※2	印刷用紙A(上質紙)
非塗工紙	中級印刷用紙	印刷用紙C
	更紙	更紙

- ※1 上質紙を原紙とし表面に塗工することで印刷適正を上げた用紙で、商業印刷では最も多く使用される品種です。グロスタイプとマットタイプがあります。
- ※2 印刷用紙の代表品種で汎用性に富み、商業印刷以外に書籍やポスターなどにも使用されます。

●特高白S

〈更紙 米坪量49.0g/m²〉

新聞紙に近い紙質で、白色度がやや高く、ニュース性、アピール性が強調されます。

●オーロラL

〈A3コート(グロスコート) 64.0g/m² 72.3g/m²〉 代表的なA3コート紙。光沢豊かな仕上がりで印刷効果を引き出します。

●ASマット

〈A2マット(マットコート) 72.3g/m² 81.4g/m² 104.7g/m² 朝日新聞特抄品。しっとりとした白紙面と グロス感のある印刷面は表現力抜群です。

●上質紙

〈印刷用紙A(上質紙) 81.4g/m² 127.9g/m²〉

落ち着いた風合いで上品な仕上がりを約束します。 米坪量127.9g/㎡はハガキ対応(ミシン目加工)可能です。

●ハイパーエース

〈微塗工紙 60.0g/m²〉

上質な白さと風合いを兼ね備えた微塗工紙。 鮮やかな紙面が表現されます。

オプション加工・二次利用

ハガキを付けてレスポンス向上の効果

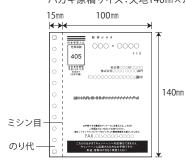
■ハガキの貼付



本体は紙質をご自 由にお選びいただ けます。

※貼付位置につきまして は弊社担当者にご相談 ください。

ハガキ原稿サイズ:天地140mm×左右100mm(のり代15mmは含みません)



<u>貼付可能建頁</u> タブロイド判 4・8 頁建 ブランケット判 2・4 頁建

貼付可能面

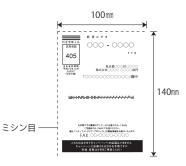
タブロイド判4頁=2、3面 タブロイド判8頁=4、5面 ブランケット判2頁=2面 ブランケット判4頁=4面

- ※貼付位置は紙端から10~12mm離す
- 必要あり。 ※ハガキ印刷3色機の制約として、印刷 面の天地は各2.5mmずつ印刷することが不可能。

■ミシン目加工



原稿中のハガキやクーポン券などの切り取り線に沿ってミシン目を入れることができます。



可能な用紙:

厚さ米坪量127.9g/m²以上 ※ミシン目は二方、四方どちらも可

■個人情報保護のための工夫

●保護シール



2保護シート



❸のりづけ



個人情報を保護するために、シール を貼り付けたり、ハガキの両面を折り 合わせた後に、コインでこすって密着 させる特殊加工もあります。

- ※体裁によっては制約がありますので、事前に 弊社担当者へご相談ください。
- ※価格は配布部数によって異なりますので、弊社 担当者にご相談ください。

エリア広告特集の二次利用例

エリア広告特集



二次利用例



朝日新聞題字と欄外情報(「朝日新聞」のロゴ・発行年月日・曜日・「広告特集」表示・ノンブル〈頁数〉含む)を外し、DMや店頭配布物として活用できます。 二次利用のご希望がある場合は、弊社担当者にお問い合わせください。

伊勢半 2013年2月26日 NPI上質紙

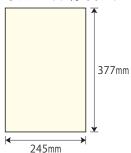
ブロイド判・ブランケット判)

*新聞本紙の原稿サイズとは 異なりますのでご注意くださん

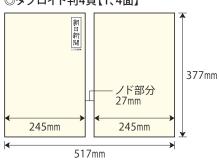
- ※下記のサイズ内に印刷面(デザイン面)を作成してください。
- ※欄外情報(「朝日新聞」のロゴ・発行年月日・曜日・「広告特集」表示・ノンブル〈頁数〉含む)は弊社にて合成します。

タブロイド判原稿サイズ

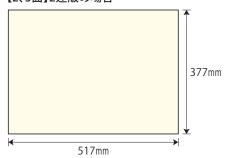
◎タブロイド判1頁サイズ



◎タブロイド判4頁【1、4面】



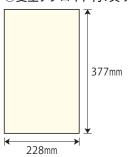
【2、3面】2連版の場合



変型タブロイド判(サンプル貼付時)原稿サイズ

※サンプル貼り付けには制約がありますので、弊社担当者へお問い合わせください。

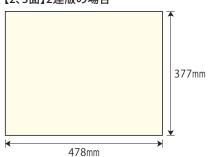
◎変型タブロイド判1頁サイズ



◎変型タブロイド判4頁【1、4面】

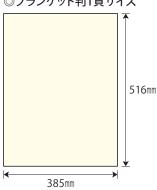


【2、3面】2連版の場合



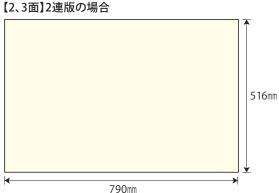
ブランケット判原稿サイズ

◎ブランケット判1頁サイズ



◎ブランケット判4頁【1、4面】





入稿データについて(タブロイド判・ブランケット判)

- ○入稿は完全データにて入稿してください。
 - ・色の修正がある場合は、制作会社・製版会社にて行い、再度原稿データを入稿してください。
 - ・「画像データ」「テキストデータ」の修正は、基本的に印刷会社では行いません。 (例外として「画像データ」の補正等を依頼する場合は、別途費用が発生する場合もあります) (本番印刷時での、紙面全体に対する、色調子合わせは対応可能です)
- ○DTPアプリケーションなどを記した、仕様詳細表(スペックデータ)を添付してください。
- ○センタートンボ(4カ所)を必ず入れてください。
- ○必ず、原寸大で出力見本を添付してください。
- ◎タブロイド4頁以上、ブランケット4頁以上の体裁時は、通常、新聞本紙と同じ開き方が標準となります。 新聞本紙と逆の開き方を希望する際は、事前にお知らせください。
- ◎エリア広告特集・広告特集を配布する地域(大阪・西部・名古屋など)を事前にお知らせください。 配布地域によっては、適地印刷が可能で、印刷物の輸送コストを軽減できる場合があります。
- ◎原稿データは入稿時までに、必ず事前審査を済ませてください。

制作環境 (Macを使用)

	Mac OS X (10.2.4~10.10)
Adobe Photoshop	7 (7.0.1) / CS (8.0.1) / CS2 (9.0.2) / CS3 (10.0.1) / CS4 (11.0.x) / CS5 (12.x.x)
Adobe Illustrator	10 (10.0.3) / CS (11.0.1) / CS2 (12.0.1) / CS3 (13.0.3) / CS4 (14.0.x) / CS5 (15.x.x)
Adobe InDesign	2(2.0.2)/CS(3.0.1)/CS2(4.0.5)/CS3(5.0.4)/CS4(6.0.x)/CS5(7.0.x)/CS5.5(7.5.x)
Adobe Acrobat	9 (9.x.x) / X (10.x.x)

	Mac OS 9.0∼9.2.2
Adobe Photoshop	6 (6.0.1) / 7 (7.0.1)
Adobe Illustrator	5.5~10(10.0.3)
Adobe InDesign	2 (2.0.2)
Adobe Acrobat	_

データ形式

原稿データの形式(拡張子)は、「EPS」「AI」「PDF/X-1a」のいずれかで入稿願います。

カラー画像

「RGB」モードではなく、「CMYK」モードで入稿してください。 色分解オプション/色分解の種類は「UCR」としてください。 インキの総使用量の制限は、新聞更紙であれば「300%」以内、コート紙は「320%」以内を前提とします。

単色原稿

CMYKカラーモデルを使用して作成し、C(シアン)版を色版として、シアン版とスミ版のみを使い、色指定願います。

使用フォント

使用フォントは、すべてアウトライン化してください。

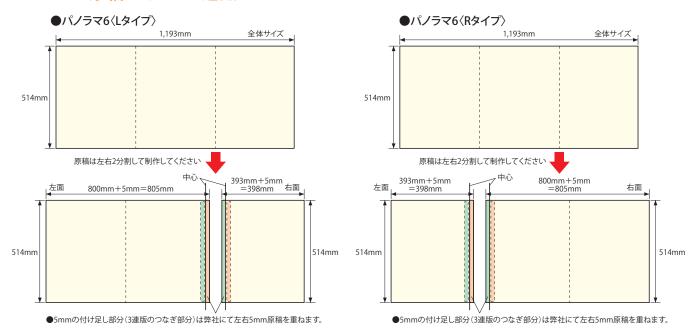
各印刷用紙に対応する「線数」

新聞更紙・特高白S	133線
上質紙・ハイパーエース	150線
ASマット・オーロラL	175線

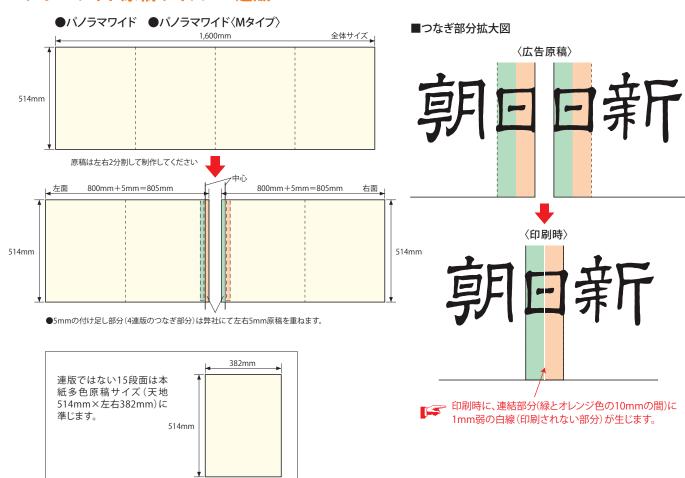
原稿のサイズ(パノラマ6・パノラマワイド)

- ※下記のサイズ内に印刷面(デザイン面)を作成してください。
- ※欄外情報(「朝日新聞」のロゴ・発行年月日・曜日・「広告特集」表示・ノンブル〈頁数〉含む)は弊社にて合成します。
- ※商業印刷用のサイズとは異なります。

パノラマ6原稿サイズ 3連版

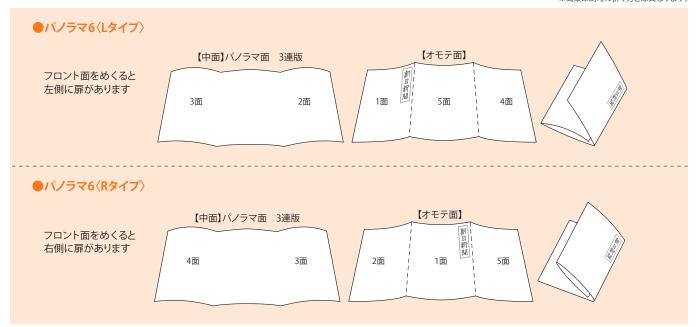


パノラマワイド原稿サイズ 4連版



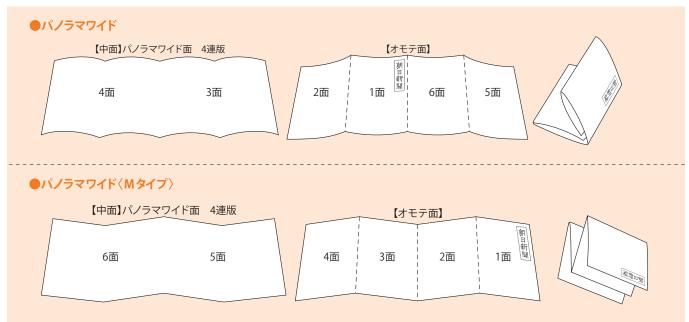
パノラマ6の折り方・面並び 3連版

※商業印刷時の折り方とは異なります。



パノラマワイドの折り方・面並び 4連版

※商業印刷時の折り方とは異なります。



※ 1 … 10、11ページの掲載事例について

通常のパノラマワイド(Mタイプ)は、1面が右端となります。

「フジテレビ TOTEM」の事例のように、左端に1面を配置する場合は、事前準備が必要ですので、

編成管理センター・サブメディアチーム員に、お問い合わせください。

「東京スカイツリー企画」…パノラマワイド〈タイプ:Mタイプ、別刷り特集のため、題字データが異なります〉 「ポニーキャニオン」…パノラマワイド〈タイプ:Mタイプ、エリア広告特集、1面題字の配置向きについては応相談〉

入稿データについて (パノラマ6・パノラマワイド)

- ○入稿は完全データにて入稿してください。
 - 色の修正がある場合は、制作会社・製版会社にて行い、再度原稿データを入稿してください。
- ○DTPアプリケーションなどを記した、仕様詳細表(スペックデータ)を添付してください。
- ◎ EPSデータで入稿する場合は、原稿イメージ面積を判読するための「内トンボ(対角で一対)」を面ごとに付けてください。 **PDFデータで入稿する場合は内トンボは不要です。規定の原稿サイズ(余白部分を含む)でデータ入稿をお願いします。
- ○必ず、原寸大で出力見本を添付してください。
- ○エリア広告特集・広告特集を配布する地域(大阪・西部・名古屋など)を事前にお知らせください。 配布地域・部数によって、輸送コストやスケジュールが変動します。
- ◎原稿データは入稿時までに、必ず事前審査を済ませてください。

制作環境 (Macを使用)

	Mac OS X (10.2.4~10.10)
Adobe Photoshop	7 (7.0.1) / CS (8.0.1) / CS2 (9.0.2) / CS3 (10.0.1) / CS4 (11.0.x) / CS5 (12.x.x)
Adobe Illustrator	10 (10.0.3) / CS (11.0.1) / CS2 (12.0.1) / CS3 (13.0.3) / CS4 (14.0.x) / CS5 (15.x.x)
Adobe InDesign	2 (2.0.2) / CS (3.0.1) / CS2 (4.0.5) / CS3 (5.0.4) / CS4 (6.0.x) / CS5 (7.0.x) / CS5.5 (7.5.x)
Adobe Acrobat	9 (9.x.x) / X (10.x.x)

	Mac OS 9.0∼9.2.2
Adobe Photoshop	6 (6.0.1) / 7 (7.0.1)
Adobe Illustrator	5.5~10(10.0.3)
Adobe InDesign	2 (2.0.2)
Adobe Acrobat	_

- ※これ以外のバージョンのアプリケーションを使用する場合は、PDF送稿をご利用ください。
- ※記載の環境は、朝日新聞社で検証済みのものです(すべて日本語版)。 アプリケーションについては、メーカーよりアップデータが配布されて いる場合があります。詳しくはメーカーにお問い合わせください。

データ形式

原稿データの形式(拡張子)は、基本的に「PDF/X-1a」で入稿願います。従来通りの「EPS」でも受け付けます。 ※PDF入稿の場合は、『朝日新聞広告制作マニュアル あっと! デジタル』ver.9のP.13~16をご参照ください。 ※原稿データは左右2分割して制作し、それぞれ1メディアに入れてください。

データサイズ

PDF/X-1a形式の場合、15段で「250MB」、EPS形式は、単独15段面「250MB」、連版30段面で「250MB」以内で作成してください。 制作アプリケーションに配置する画像データをEPS保存する場合は、エンコーディングの設定を「JPEG-最高画質(低圧縮率)」にすると、 データ容量を小さく抑えることができます。

※「ASCII85」「ASCII」「バイナリ」に比べ効果的です

※必ずしも容量が小さくなるとは限りません。写真画像の使い方や、レイアウトによっては効果が得られないケースもあります。

カラー画像

「RGB」モードではなく、「CMYK」モードで入稿してください。 色分解オプション/色分解の種類は「UCR」としてください。 インキの総使用量の制限は、「250%」以内としてください。

単色原稿

CMYKカラーモデルを使用して作成し、C(シアン)版を色版として、シアン版とスミ版のみを使い、色指定願います。

使用フォント

使用フォントは、すべてアウトライン化してください。

題字/欄外情報/社罫

題 字

- ◎原稿の1頁目に題字を必ず入れてください。(題字は一発行物につき一つです。二つ以上入れないでください)
- ○題字データは事前にepsデータでお渡しします。 変倍処理、配置の変更処理などは絶対に行わないでください。
- ○1頁目に「朝日新聞」の題字、各頁の欄外に「年月日・曜日・頁番号(ノンブル)」など欄外情報が表記されます。
- ○題字は原稿イメージの絵柄・図柄の上にはオーバーラップで配置しないでください。特に英文字題字は四方が罫で囲まれていないため、ご注意ください。
 - ※欄外情報は弊社にて合成します。



題字サイズ

	日本語表記	欧文表記
表示位置	・タテ型題字の場合は、1頁目の右上に配置。ヨコ型題字の場合、1頁目の右上または左上に配置 ・原稿の上辺および右辺(左辺)から離す場合はそれぞれ20mm以内程度に配置	・原稿の上辺及び右辺(左辺)から50mm以内の位置に題字下罫が収まるよう配置・人物・風景画ではなく、単色の絵で同化してしまう場合は、白抜きロゴをで使用ください
ブランケット判	短辺37.5mm	ョコ型のみ長辺160mm
タブロイド判	短辺28mm(ブランケット判の75%)	ヨコ型のみ長辺120mm (ブランケット判の75%)

題字に付加する表記

1 ASA単位 ………「エリア広告特集」2 都道府県単位 ……「広告特集」3 英語題字 ………「AD supplement」

・書体、文字の色…「ゴシック体」で「黒」

•サイズ ……… ブランケット判32級(約22ポイント)/タブロイド判24級(約16ポイント)

・文字が原稿のバック地と同化してしまう場合は、白抜き文字としてください。

欄外情報

欄外情報とは、「朝日新聞」のロゴ、「発行年月日」、「曜日」、「広告特集」表示、「ノンブル(頁数)」を含む記載情報です。 入稿後の欄外情報の作成は弊社で行います。

●ブランケット判用欄外情報

1 広告特集 2016年(平成28年) 3月1日 火爆日 享月 巨 第斤 陽同

●タブロイド判用欄外情報

十 罫

- ○パノラマ以外を印刷する商業印刷では、社罫が存在しません。広告罫で囲むことを推奨します。
- ○上辺に広告枠や囲み罫がない場合は、弊社にて罫を入れさせていただきます。
- ◎見開き連版原稿の場合、欄外情報は頁をまたいだ形になりますので、上辺の罫はつながったものとなります。

データで見るエリア広告特集

エリア広告特集に付加される「朝日新聞」の題字や欄外情報(「朝日新聞」のロゴ・発行年月日・曜日・「広告特集」表示・ノンブル 〈頁数〉含む)は、他の折り込み広告との差別化を可能にします。朝日新聞社の発行物として、読者から高い信頼を得ることができます。

エリア広告特集は多くの読者に認知され、読まれています。

エリア広告特集は9割以上の方に認知され、そのうちの8割以上の方が読んだ経験があります。

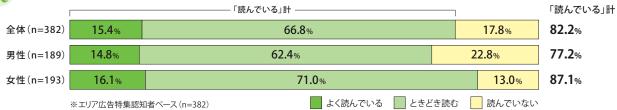


朝日新聞に折り込まれた広告特集の冊子(『エリア広告特集』)を見かけたことがありますか。





『エリア広告特集』を読んだことがありますか。

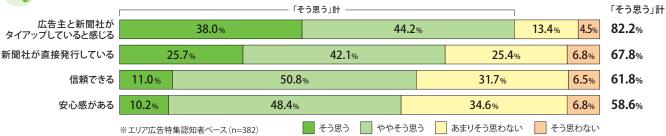


題字・欄外情報が入ることで信頼感が醸成されます。

「朝日新聞」の題字、欄外情報が入ることで新聞社が発行している信頼感、タイアップ感が醸成されます。



「朝日新聞」の題字や、紙面欄外に「朝日新聞」の文字や日付などが記載されていることについて、どのように思いますか。

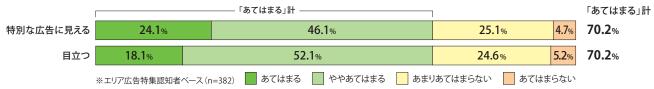


エリア広告特集は「特別な広告に見える」

通常の折り込み広告と比較した印象では、「特別」で「目立つ」と評価されています。



「朝日新聞」の題字や、紙面欄外に「朝日新聞」の文字や日付などが記載されている『エリア広告特集』は、 それらが記載されていない「折り込み広告」と比べて、印象に違いはありますか。



エリア広告特集に寄せられた読者の声

- ●大きな紙面を有効に使っており、新聞のように読めるのが他の広告と違う。(30代・男性)
- ●広告の読み物として読んでいて楽しく、情報をキャッチできるところが良いと思う。(50代・男性)
- ●商品の紹介など特別な関心を持って見ています。良い商品を責任を持って提供していると思います。(60代・男性)
- ●紙の質が違うので、特別な広告という印象を受ける。他のチラシはまとめてさっと見る程度だが、この広告は新聞と一緒にとっておいて後からじっくりと見ることが多い。広告の内容も充実しているように感じる。(60代・男性)
- ●朝日新聞というロゴが付いていると特別な広告のように感じます。普通の広告と比べて見てみようという気分になります。(29歳以下・女性)
- ●内容がしっかりとしているので、普通の広告よりも面白いなと思います。(30代・女性)
- ●普段目にしている折り込み広告より目立つので、印象に残ります。(40代・女性)
- ●広告主が力を入れているのが分かります。雑誌を読むような感覚で読む(見る)ことができるので、他のチラシよりも丁寧に見ます。(50代・女性)

「調査概要」 新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」調べ

調査地域:首都圏 (東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県) 回収数:420(70.4%) 調査実施日:2016年1月29日(金)、2月5日(金) 調査実施機関:(株)ビデオリサーチ

朝日新聞

東京本社	── 〒104-8011 東京都中央区築地5-3-2 TEL.03-3545-0131 (大代表)
大阪本社————	── 〒530-8211 大阪市北区中之島2-3-18 TEL.06-6231-0131(大代表)
西 部 本 社	——[福岡本部]〒812-8511福岡市博多区博多駅前2-1-1 TEL.092-411-1131(大代表)
名古屋本社 ——————	── 〒460-8488 名古屋市中区栄1-3-3 TEL.052-231-8131 (大代表)
北海道支社 —————	── 〒060-8602 札幌市中央区北2条西1-1-1 TEL.011-281-2131(大代表)

朝日新聞デジタルホームページ http://www.asahi.com

ウェブサイト「@ADV」 http://adv.asahi.com