



出版広告の効果的な実例を掲載

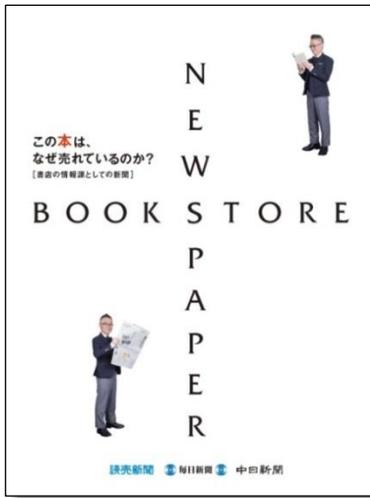
中日新聞×読売新聞×毎日新聞

『NEWSPAPER×BOOKSTORE 書店の情報源としての新聞』発行

中日新聞社は読売新聞社、毎日新聞社と共同で、書店員が新聞をどう活用しているかを紹介する冊子、『NEWSPAPER×BOOKSTORE 書店の情報源としての新聞』を作成した。活字文化の振興に取り組む3社が新聞の情報を書店の魅力アップにつなげ、出版広告の活性化を図ろうと企画した。東京、名古屋の書店員座談会、各紙で書評を担当する記者座談会などを掲載し、書店に向けて出版広告や書評など本を売るためのツールとして新聞をアピールする。

他にも新聞広告を上手く活用している出版社の実例も掲載。小学館の佐藤愛子「九十歳。何がめでたい」では、11歳の女の子からこの本について投書された紙面を使った新聞広告で売り上げを伸ばし、中央公論新社の呉座勇一「応仁の乱」では、関西限定の新聞広告で関西弁のコピーを使い読者の興味をそそり、サンマーク出版のEiko「どんなに体がいたい人でもベターッと開脚できるようになるすごい方法」では、テレビで紹介された後に新聞広告を掲載することで広告効果を増加させた。出版各社の担当者が見た新聞広告の効果的な使い方は出版広告のプロモーション展開に役立ちます。是非ご覧ください！

(東京本社出版・エンタテインメント広告部/伊藤元)



書店員座談会
本の情報源としての
新聞の役割・活用の仕方

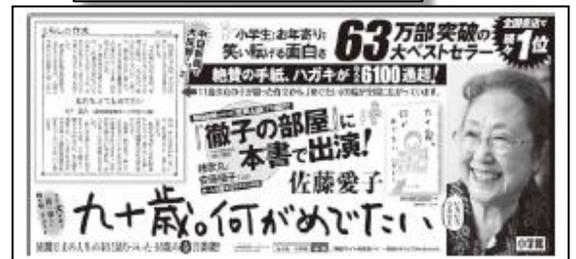


記者座談会
書評担当記者が語る
紹介したくなる本

A4版
20ページ



出版者に聞く
ベストセラーと書店と
新聞との関係性
新聞広告を活用している
出版社の事例紹介



▲小学館「九十歳。何がめでたい」



▲中央公論新社「応仁の乱」



▲サンマーク出版「どんなに体がいたい人でもベターッと開脚できるようになるすごい方法」