

# 企画広告 事例集

2009年5月～2013年1月

### Jリーグ

- 実施期間：2009年5月～10月
- 内容：『私とJリーグ エッセイ募集』

雑誌NumberとNumber Webの連動企画。  
Jリーグが来場者1億人を記念して「私とJリーグとスタジアム」というテーマでエッセイを雑誌NumberとNumber Webで募集しました。  
応募総数は約1600通、うちWebでの応募は1400通と、予想を大幅に上回る反響を生みました。  
応募作品のレベルが高く、Number Webに優良ユーザーが多いことがわかります。

### 【キーワード】

- 雑誌Number連動企画
- 著名人インタビュー
- 複数ページ展開



## 株式会社島津製作所

- 実施期間：2010年6月
- 内容：雑誌NumberとWebの連動企画。  
島津製作所が企業イメージUPを目的に2回実施。  
1回目はフェンシングの太田雄貴選手、  
2回目はバレーボールの木村沙織選手が登場し、  
雑誌とWebで内容の異なる企画を展開しました。  
木村沙織選手のサイン入りボールプレゼントの  
応募総数は約550通でした。

### 【キーワード】

雑誌Number連動企画

著名人インタビュー

プレゼント企画

企業広告



## サーモス株式会社

- 実施期間：2010年5月～7月
- 内容：雑誌Numberで3回シリーズのタイアップ企画のWeb転載。  
3回のうち2回をソフトバンクの和田選手、  
1回をハードルの為末選手という、著名アスリートを起用したNumber& Number Webらしい企画です。



【キーワード】

雑誌Number連動企画

連載型タイアップ

著名人インタビュー

株式会社ニコン



●実施期間：2009年5月～2010年6月

●内容：雑誌Numberで『ニコン フィールドフォトグラファープログラム』というシリーズのタイアップ企画のWeb転載。1年以上、7回連載の長期大型企画。

【キーワード】

雑誌Number連動企画

著名人インタビュー

プレゼント企画

## 立命館大学



●実施期間：2009年12月

●内容：Number Webオリジナルタイアップ企画。  
スポーツに興味関心の高い読者へ向け、  
2010年4月に創設される立命館大学「スポーツ人間科学部」  
の教授2名にご登場いただき、  
スポーツを学ぶことの素晴らしさ、楽しさを  
語っていただきました。

【キーワード】

複数ページ展開

Webオリジナルタイアップ

連載型タイアップ

アディダス ジャパン株式会社



- 実施期間：2010年6月
- 内容：2010年ワールドカップ開催中、日本代表がベスト8をかけてパラグアイと対戦する当日に、グラントップとワールドカップコーナートップをジャック。それぞれのページがサムライブルーへ染まりました。

Number Web内全ページに特別誘導枠を設置し、インターステイシャル広告も実施。ワールドカップを盛り上げました。

【キーワード】

Webタイアップページ+カテゴリーバナージャック

リッチアド展開

Webオリジナルタイアップ

「N's Impression」

- 実施期間：2010年6月、7月、12月
- 内容：『N's Impression』

期間限定で雑誌Number 4C1P タイアップ企画のWeb転載企画として、「N's Impression」を実施。  
ヤマハとウィーバージャパン、シチズンの3社が掲載しました。



【キーワード】

雑誌Number連動

著名人アサイン

期間限定特別企画



### 株式会社ニューバランス ジャパン



- 実施期間：2010年8月
- 内容：『生島淳43歳、ニューバランスでランニングを始める』

雑誌Number、Number Webで活躍されているライターが生島淳氏が「ナイトレインボー」というニューバランスのランニングシューズを入手し、自ら皇居ランニングに挑戦するという2回連載の企画。書き手自らが体験することにより、リアリティーのある内容になりました。

【キーワード】

連載型タイアップ

Webオリジナルタイアップ

ライター体験企画

サーモス株式会社



【キーワード】

雑誌Number連動企画

連載型タイアップ

著名人インタビュー

プレゼント企画

- 実施期間：2011年4月～8月（6回連載）
- 内容：『トップアスリートを変えた、飛躍の契機』

さまざまなジャンルのトップアスリート6人に「水分補給」の大切さを語っていただいた企画。雑誌4C1PとNumberWeb 1Pセットを6回連載で実施。雑誌とWebで内容を変え、アザーカットを挿入するなど、両方読んだ読者にも楽しんでもらえるよう、手を加えています。

雑誌では写真を大きく使用して見応えのあるページを作り、Webではアーカイブのように6人の集合ページを作成。さらには登場アスリートのサイン入りグッズのプレゼント募集をするなど、媒体の長所を生かした企画になっており、大変好評でした。

数値もトップページの累計が約7万PV。各記事ページも平均3万PVを達成するなど、連載ならではのパフォーマンスを発揮しました。

ゼビオ株式会社

**好評ですのO! 夏制服発表**  
本号「オンもオフも夏を快適に過ごす」  
**オンもオフも夏を快適に過ごす**  
夏は汗をかく季節。快適に過ごすには、汗をかく季節に合った服装が大切です。ゼビオの「ドライプラス」シリーズは、汗をかく季節に最適な服装です。ドライプラスの汗をかく季節に最適な服装は、汗をかく季節に最適な服装です。汗をかく季節に最適な服装は、汗をかく季節に最適な服装です。

**オンもオフも夏を快適に過ごす**  
夏は汗をかく季節。快適に過ごすには、汗をかく季節に合った服装が大切です。ゼビオの「ドライプラス」シリーズは、汗をかく季節に最適な服装です。ドライプラスの汗をかく季節に最適な服装は、汗をかく季節に最適な服装です。汗をかく季節に最適な服装は、汗をかく季節に最適な服装です。

**夏のスペシャル「ドライプラス」から  
贈り物で着た高品質のシャツ**  
夏のスペシャル「ドライプラス」から、贈り物で着た高品質のシャツ。夏のスペシャル「ドライプラス」から、贈り物で着た高品質のシャツ。夏のスペシャル「ドライプラス」から、贈り物で着た高品質のシャツ。

**夏を快適に過ごす  
ドライプラス・ポロの商品紹介**  
ドライプラス・ポロの商品紹介。ドライプラス・ポロの商品紹介。ドライプラス・ポロの商品紹介。

**Webオリジナル部分**

- 実施期間：2011年5月
- 内容：スポーツジャーナリストの中西哲生氏に出演いただき、「オンもオフも夏を快適に過ごす」というテーマでドライプラス・ポロを活用したクール・ビズのすすめを語っていただきました。

雑誌4C2Pのタイアップ、Number Web転載、Yahoo!スポーツからの誘導枠と全てのタイアップオプションを付けた企画です。雑誌からの転載のみならず、ECサイト誘導用のコンテンツをWebオリジナルで追加。コンバージョンも期待できる立体的なタイアップ企画です。

【キーワード】

雑誌Number連動企画 Yahoo!誘導枠使用

Webオリジナルコンテンツ追加

## アップルジャパン株式会社



- 実施期間：2011年12月
- 内容：グランドトップページのファーストビューに特別広告スペースを設置し、HTML5のリッチアドを掲載。背景も通常時の黒から白へと変更し、広告との親和性を高めました。ブラウザごとの配信制限など、ターゲットを設定した広告配信も可能です。

### 【キーワード】

グランドトップ バナージャック

背景色の変更

ターゲット配信

リッチアド(HTML5)

## 株式会社トヨタマーケティングジャパン



●実施期間：2011年11月

●内容：『LEXUS CT200h×中西哲生「進化は日本から始まる」』

スポーツジャーナリストとして幅広い分野で活躍中の中西哲生氏を起用し、TOYOTA「LEXUS CT200h」と日本サッカーを「進化は日本から始まる」という視点から関連付けて語っていただきました。

サッカーコラムの中にクルマの話が巧く融合したNumber Webらしい企画です。Yahooの誘導枠を設置した初めての企画でもあり、高いPV数を記録しました。

### 【キーワード】

Webオリジナルタイヤップ

複数ページ展開

著名人インタビュー

Yahoo 誘導枠設置

富士重工業株式会社

## SUBARU 『インプレッサ G4』



●実施期間：2012年4月

●内容：『ゴルフと車の素敵な関係』

女子プロゴルフ界のホープ・笠りつ子プロ×スバルの4ドアスポーツ「インプレッサG4」のタイヤップ企画。スポーツのある生活にとって、なくてはならない存在がクルマ。コースや練習場にクラブ等を運ぶ必要のあるゴルフは、クルマと最も親和性の高いスポーツの一つといえる。18歳で免許を取ってから、クルマとはほぼ毎日一緒に過ごしているという笠りつ子プロにゴルフとクルマの密接な関係をインタビュー。インタビュー記事に加え、インプレッサG4を実際に試乗していただき、その様子を動画にて展開。リッチコンテンツを組み込んだことにより、説得力のあるタイヤップとなりました。

### 【キーワード】

複数ページ展開

著名人インタビュー

Number Do

動画掲載

## TOYOTA 『プリウス』



●実施期間：2012年6月

●内容：『須藤元気が魅せられたプリウスPHVの「静」と「動」』

格闘家として名を馳せ、現在は指導者として後進の育成に励む傍ら、作家やミュージシャンなど、幅広く活躍する須藤氏。「知」と「体」、「静」と「動」を自在に操る生き様は電気自動車とハイブリットカーの長所を融合したプリウスPHVとシンクロする。同氏にプリウスPHVを試乗体験していただき、須藤氏とPHVの一日を追う企画として掲載しました。

メインビジュアルはFlashで制作。須藤氏の行動をタイムスケジュール形式で掲示。須藤氏の格好のパートナーとして活躍するPHVを自然な形で表現することができました。

### 【キーワード】

メインビジュアルでFlash使用

Webオリジナルタイアップ

著名人インタビュー

COACH JAPAN



●実施期間：2012年6月～7月

●内容：アクセシブルな低価格帯で高品質な商品を提供するブランド、COACHからベースボールをテーマにしたコレクションが登場。ベースボールをはじめ、スポーツと繋がり深い同ブランドにちなんで、プロ野球解説者の赤星憲広氏と、元ラグビー日本代表の大畑大介氏による対談形式にて、それぞれの競技生活を始める原点から、ベースボールコレクションについてまで大いに語っていただきました。

「NumberWeb」に加え「YOMIURI ONLINE」「DIAMOND ONLINE」の3媒体が同じ座組みでタイアップを展開。各媒体でスポーツ解説者や有識者が対談し、経験や価値観を語り合うと同時に、COACHのベースボールシリーズのイメージなどにも言及。スポーツ好きなユーザーへの啓蒙を図り、大変ご好評をいただきました。

【キーワード】

複数Web媒体連合タイアップ

著名人インタビュー

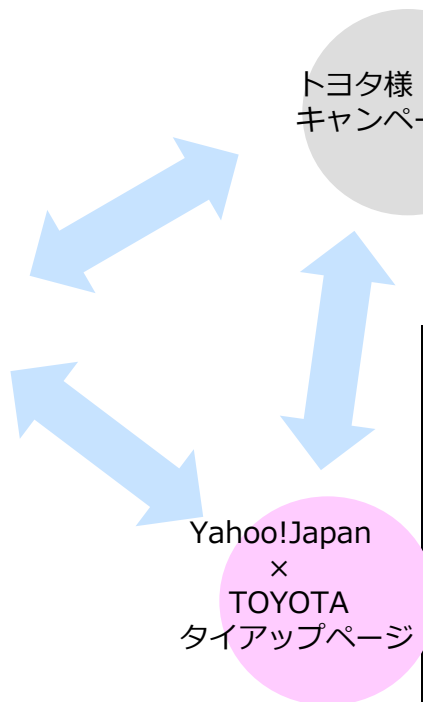
複数ページ展開



# Yahoo!Japan×TOYOTA



トヨタ様  
キャンペーンページ



- 実施期間：2012年6月～9月
- 内容：『ロンドン五輪 日本代表選手コラボ企画』

ロンドン五輪のシンボルアスリート4名に焦点をあてた特設応援サイトをNumber Web内に設置。また、Yahoo!Japanの特設サイトにはNumber Webが制作したスペシャルコンテンツを掲載し、それぞれからトヨタキャンペーンサイトへの誘導を行いました。3社の相互リンクによるサイト間の回遊性を高めることで、キャンペーンの認知拡大を図りました。

【キーワード】

コンテンツ提供

Webオリジナルタイアップ

Web媒体連合企画

## 株式会社ケイ・オプティコム

●実施期間：2012年6月～10月（計5回）

●内容：さまざまなジャンルの著名人に「走ること（ランニング）」へのこだわりを語っていただいた企画。毎月著名人1名にインタビューし掲載。5か月のシリーズタイアップとなりました。

### 【アサインした著名人】

- ・谷川真理さん（女子マラソン）
- ・柏原竜二さん（男子マラソン）
- ・茂木健一郎さん（脳科学者）
- ・中田有紀さん（フリーアナウンサー）
- ・坂本雄次さん（ランニングプロデューサー）

また掲載したコラムはクライアントサイトでも展開。  
NumberWebとクライアントサイトの双方から、同社がスポンサーードする大阪マラソンの応援サイトへ誘導を図りました。



### 【キーワード】

メインビジュアルでFlash使用

Webオリジナルタイアップ

著名人インタビュー

コンテンツ提供

パシフィックリーグマーケティング株式会社  
『パ・リーグTV』



●実施期間：2012年9月

●内容：『決戦!! パ・リーグ一リーグ優勝ノクライマックスシリーズ』

シーズン佳境のパ・リーグを、パ・リーグTVのスペシャル動画コンテンツとNumberWebの最新コラムで、その激闘を読み解くという企画。動画サムネイルをクリックするとパ・リーグTVサイトの当該動画へ誘導されるというフローで展開。

**グランドトップにも特設誘導枠を設置。**



NumberWeb Top 誘導枠

【キーワード】

企画特設ページを設置

Gトップへ特設誘導枠を設置

## 株式会社mmbi 『NOTTV』



●実施期間：2012年10月～2013年3月

●内容：『世界最高峰のサッカーはNOTTVで！』

日本初のスマホ向け放送局「NOTTV」。NOTTVで堪能できるサッカー番組「UEFAチャンピオンズリーグ12/13」をはじめ、魅力のサッカーコンテンツを対応スマホで気軽に見ることができる同サービスを啓蒙しております。

また、「海外サッカー」カテゴリの広告バナージャックとWEBタイアップページの両軸で半年間に渡り展開していく大型企画となっております。

【キーワード】

Webタイアップページ+カテゴリバナージャック

長期間掲載 Webオリジナルタイアップ

テラーメード ゴルフ株式会社



●実施期間：2012年11月

●内容：『GOLF Climax 2012』

2012年プロゴルフツアーのシーズン後半から終盤戦を、既存のタイアップページではなく、特設コーナーとして展開**（特設ページ買い切り）**。  
Gトップページ・ブランドパネルの下にボリューム感のあるバナーを設置し誘導。特設コーナー内ではクライアントサイト誘導のためのバナー広告（レクタングル/スーパーバナー）をジャックし、ゴルフファンの購買意欲を刺激。



【キーワード】

企画特設ページを設置

特設ページバナージャック

Webオリジナルタイアップ

コニカミノルタホールディングス株式会社



●実施期間：2013年1月

●内容：『忙しいランナー必見！コニカミノルタ陸上競技部秘伝のランニングメソッドがここに。ワンランク上のランナーを目指そう！』

ニューイヤー駅伝で優勝したコニカミノルタ陸上競技部。その陣頭指揮をとる磯松コーチ直伝のトレーニングメソッドを公開！忙しいビジネスマンのためのトレーニング、ケガをしたときのトレーニング、理想的なフォームで走るためのトレーニングなど、ランニングの質を向上し「もっと速く、もっと長く、もっと楽しく」を実感できるような情報をダイジェストで掲載。ビジネスマンユーザーの多いNumberWebならではの効果的なプロモーションとなりました。

【キーワード】

素材入稿型

Webオリジナルタイアップ

企業広告