

派手な見出しや、大きな写真を使う編集紙面に負けないインパクトのある変形広告が人気です。商品の形に合わせたものやコピーに凝ったものなど、規定の広告スペースにとられない斬新な露出は、幅広い読者層への訴求到達率をぐっと引き上げます。アイデアとセンスが発揮されるスペース企画は読者に鮮烈な印象を与え、PR効果を高めます。



60段

1ページ15段広告を、4ページも使って大々的に訴求をはかる企画広告。その強烈なインパクトは、注目度抜群です。
ブエナビスタインターナショナルジャパン
2003年7月18日付



マルチ

ほぼ全紙面に広告を出稿するマルチ広告。1面変形や15段カラー、見開きなど、多彩なスペースで圧倒的な訴求力を実現。
CFJ株式会社
2003年9月16日付



天井

広告は通常、紙面下段にあるものという常識を打ち破った天井広告。斬新なイメージと強烈なインパクトを残します。
株式会社小学館
2003年9月5日付

株式会社小学館 2003年9月5日付



片天井

見開き天井広告の片面のみ使う新広告スペースの片天井。その訴求力はもちろん、使い勝手の良さも人気です。
東映株式会社
2003年11月20日付

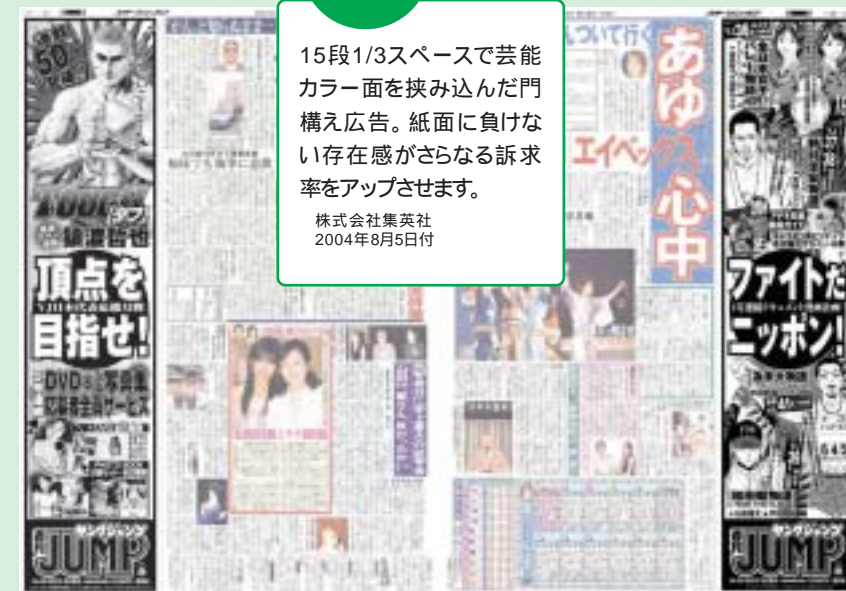
東映株式会社 2003年11月20日付



門構え

15段1/3スペースで芸能カラー面を挟み込んだ門構え広告。紙面に負けない存在感がさらなる訴求率をアップさせます。
株式会社集英社
2004年8月5日付

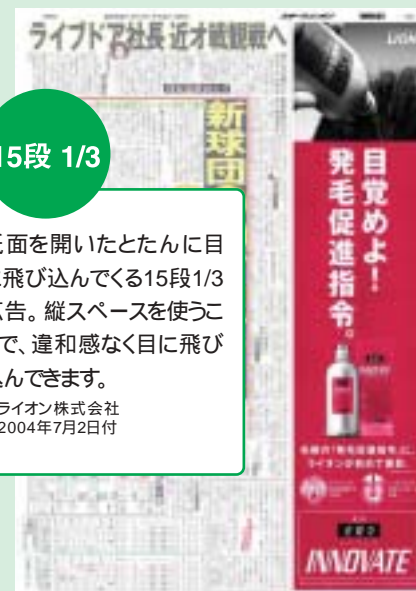
株式会社集英社 2004年8月5日付



15段 1/3

紙面を開いたとたんに目に飛び込んでくる15段1/3広告。縦スペースを使うことで、違和感なく目に飛び込めます。
ライオン株式会社
2004年7月2日付

ライオン株式会社 2004年7月2日付



のどなし見開き

センター(のど)で出来てしまう空白部分を特殊処理でつなげるにより、ワイドな広告スペースを可能にしました。
ブエナビスタインターナショナルジャパン
2003年10月24日付

ブエナビスタインターナショナルジャパン 2003年10月24日付



5段変形

スポーツ新聞の真骨頂ともいえる型破りな変形広告。商品特徴を生かした大胆な発想は、読者に鮮烈な印象を与えます。
日本コカ・コーラ株式会社
2004年6月7日付

日本コカ・コーラ株式会社 2004年6月7日付

