

# 日経エンタテインメント!

ENTERTAINMENT

## 編集連動企画



初代編集長、品田英雄が取材！

ヒットの仕掛け人が語る“マーケティングの裏側”

『最新CM徹底研究（仮）』



日経BP社

Nikkei Business Publications, Inc.

## ■ 企画趣旨

数多くあるヒット商品、じわじわと口コミで広がるモノや、話題のCMなどコミュニケーション戦略が秀逸なモノなど、ヒットの要因はいろいろあります。

日経エンタテインメント!では、いままでも数々のコミュニケーション戦略に隠されたヒミツを紐解き、商品/サービスへの理解度・好感度を高めてきました。

本企画は単なるCM紹介ではなく、ヒット研究所の品田英雄(初代日経エンタテインメント!編集長)による“記事目線”での取材となりますので、最新マーケティングを紹介すると共に、読み物としても楽しめる記事構成としてご紹介していきます。

## ■ 企画概要

- 媒体：日経エンタテインメント!
- 掲載時期：随時(毎号掲載可能)
- 記事内容：ひとつのCMにフォーカスし、企画からクリエイティブなどインタビューを通して検証していきます。

## ■ タイトル案

担当者が語る“メイキングストーリー”  
**最新CM徹底研究(仮)**

【サブタイトル】(案)  
だから人気! ヒットCMの裏話  
流行秘話2015  
CM・メイキング・ヒストリー  
伝説のプロモーション など



エンタ編集記事  
2014年11月号

## ■ 想定される企画内容

- 最近のヒットCM、現在ヒット中のCMに注目し、ヒットに至る仕組みや流れを、そのCMに関係したご担当者様にインタビューしながら検証していきます。
- 「今回のプロモーションがどのように生み出されてきたのか」にフォーカスし、以下のような内容からストーリーを構成。制作サイドの狙い、マーケットの動向やオンエアの反響、また消費者の購買欲を刺激していくポイントなど“注目CM”として語っていきます。
- 商品/サービスの最大のウリはこれ！
- 独創的な発想・アイデアは、こうして生まれた！
- ロングセラー商品を振り返り、商品ターゲットとコミュニケーションの変遷を探る
- アイデアからコンセプトへ。CMになるまでカタチを創った力と技。
- マーケティング勝利の法則。新市場の創造/ライバルとの競争(差別化戦略)
- プロモーションの戦略とキーワード。  
広告・CMがねらったターゲットとは。「こんなニーズ、こんなシーンの提案が効いた！」
- CMという限られた場でいかに消費者の心をつかみ取るか、最後の決め手となったポイント
- ヒットの条件とは何か(対象商品のケース・一般論として)

etc.

## ■ 掲載費用

【定価】  
掲載費 110万円×2ページ=220万円  
制作費 30万円×2ページ=60万円  
合計 280万円



## 【企画特別料金】

**200万円**(税別)

(掲載費140万円 制作費60万円)

