



雑誌・フリーペーパー広告

ご案内資料

■ 雑誌広告とは

メリット

- **ターゲット層を明確に設定できる**

「20代～30代女性向けのファッション誌」「とある趣味に特化した専門誌」など、雑誌ごとに読者層や販売地域が明確になっており、ターゲットを絞ることができます

- **保存性があり長期的な効果が期待できる**

多くの広告媒体では、同じ広告を何度も目にすることは少ないですが、雑誌広告の場合、繰り返し読まれることも少なくないため、反復効果で情報の刷り込みが可能です

- **読者の信頼が厚い**

雑誌は専門性やブランド力が高く、読者から信頼されているため、広告も「厳選された情報」として受け入れられやすいです。編集内容と広告が親和性を持つことで、広告が読者の関心や価値観に響きます

デメリット

- 広告掲載までに時間がかかる

- 効果測定が難しい

■ 雑誌広告の種類

純広告（ディスプレイ広告）

純広告は、雑誌ページの広告枠を購入し掲載する、最も一般的な広告のことです
広告主が自由にデザインした広告を掲載するため、宣伝したい商材のイメージをより具体的に表現することが可能です
特にページ周りの純広告は、読者の目に触れやすいため、より大きな広報効果が期待できます
そのため、商品の認知度アップやブランディングの向上に有効です

記事広告（タイアップ広告）

記事広告は、雑誌の編集部と協力(タイアップ)して作り上げる雑誌広告です
雑誌読者のニーズを理解しているライターが紹介記事を書き、雑誌のテイストに合わせたデザインで掲載されるため、
読者からの信頼もあつく、読み飛ばされにくいことが特徴です
また、文章を中心に広告掲載することから、より詳細に商品の情報を読者に伝えることが可能です

連合広告

連合広告は、1つの特集記事に対して複数の広告主を掲載する広告です
同ジャンルの広告主が同一の枠で掲載されることで、読者は比較検討がしやすくなり、
純広告よりも高い広報効果が得られることもあります
また、1つの広告枠を複数の広告主で分けて利用するため、広告費用が比較的安価で抑えられ、
初めて雑誌広告に掲載する広告主にオススメです

■フリーペーパー広告とは

メリット

- **ターゲット層を絞りやすい**

フリーペーパーは、子育て世代や働くビジネスマンなど読者の興味やニーズに応じた媒体や、特定の地域にのみ配布される媒体など多種多様にあります。最適な媒体を選定することで無駄な広告費用を削減し、効率的な広報が可能です。

- **リピーター獲得につながる**

フリーペーパーは、定期的に配布されることから地域の情報源として信頼されています。複数回の広告掲載が、顧客との信頼関係を築くことにつながり、リピーターの獲得につながります。

- **クーポンなどでひきつけやすい**

フリーペーパーにクーポンや特典情報を掲載することで、読者に広告内容を印象付けるだけでなく、直接的な集客を促進する効果があります。また、クーポンの使用件数を確認することで広告効果を測定することができます。

デメリット

- 広告掲載までに時間がかかる
- 広告枠が多く埋もれてしまう可能性がある
- 単発の掲載では効果が出にくい

■フリーペーパーの種類

タブロイド誌

新聞サイズを小型化したスタイルで、視覚的にわかりやすく情報を提供するフリーペーパーです。

大きな写真やキャッチコピーを活用して、ニュース、エンタメ、文化情報などを分かりやすく提供します。スタイリッシュなレイアウトで、情報感度の高い若年層や都会の読者をターゲットにすることが多く、駅やカフェなどで見かけることが多いです。

新聞拡販誌

新聞拡販誌は、新聞社が発行するフリーペーパーです。

新聞の集金時や新聞ポストイングで配布されるため、新聞購読者に効果的に訴求できます。

暮らしに関わる便利情報や、主婦に嬉しい料理レシピなどが掲載されており、新聞本誌よりも女性の愛読者が多いことも特徴です。

広報・PR誌

広報誌は、自治体や企業、団体が自らの活動や地域の情報を発信するために制作するフリーペーパーです。行政の取り組みや地域のイベント情報、住民サービスの案内など、公的で信頼性の高い内容が特徴です。市町村単位で定期的に発行されることが多く、地域住民への情報伝達手段として重要な役割を担っています。

地方生活情報誌

地方生活情報誌は、生活や暮らしに役立つ情報やコンテンツが掲載されている地域密着型のフリーペーパーです。

地域の店舗やおでかけ情報に加えて、毎日の献立や健康・収納など生活に直結した内容になっていることから、読者の興味をひくことが出来ます。

特定のエリアでのPRにオススメのフリーペーパーです。

広告・クーポンマガジン

広告・クーポンマガジンは、広告や割引クーポンをメインに構成されたフリーペーパーで、消費者の購買意欲を刺激することを目的としています。飲食店、美容サロン、ショッピングなどの割引特典や店舗紹介が中心で、地域密着型の内容が多いです。家庭へのポストイングや店舗への設置によって広く配布され、多くの人に活用されています。

ターゲットメディア

年齢・職種・趣味など、読者の属性を絞ったフリーペーパーです。

子育て世代向けであれば幼稚園から手渡しされたり、富裕層向けであればDM送付や高級マンションへのポストイング配布など、ターゲットに合わせた配布方法も特徴です。