

デジタルサイネージで配信する マンガ広告のご紹介

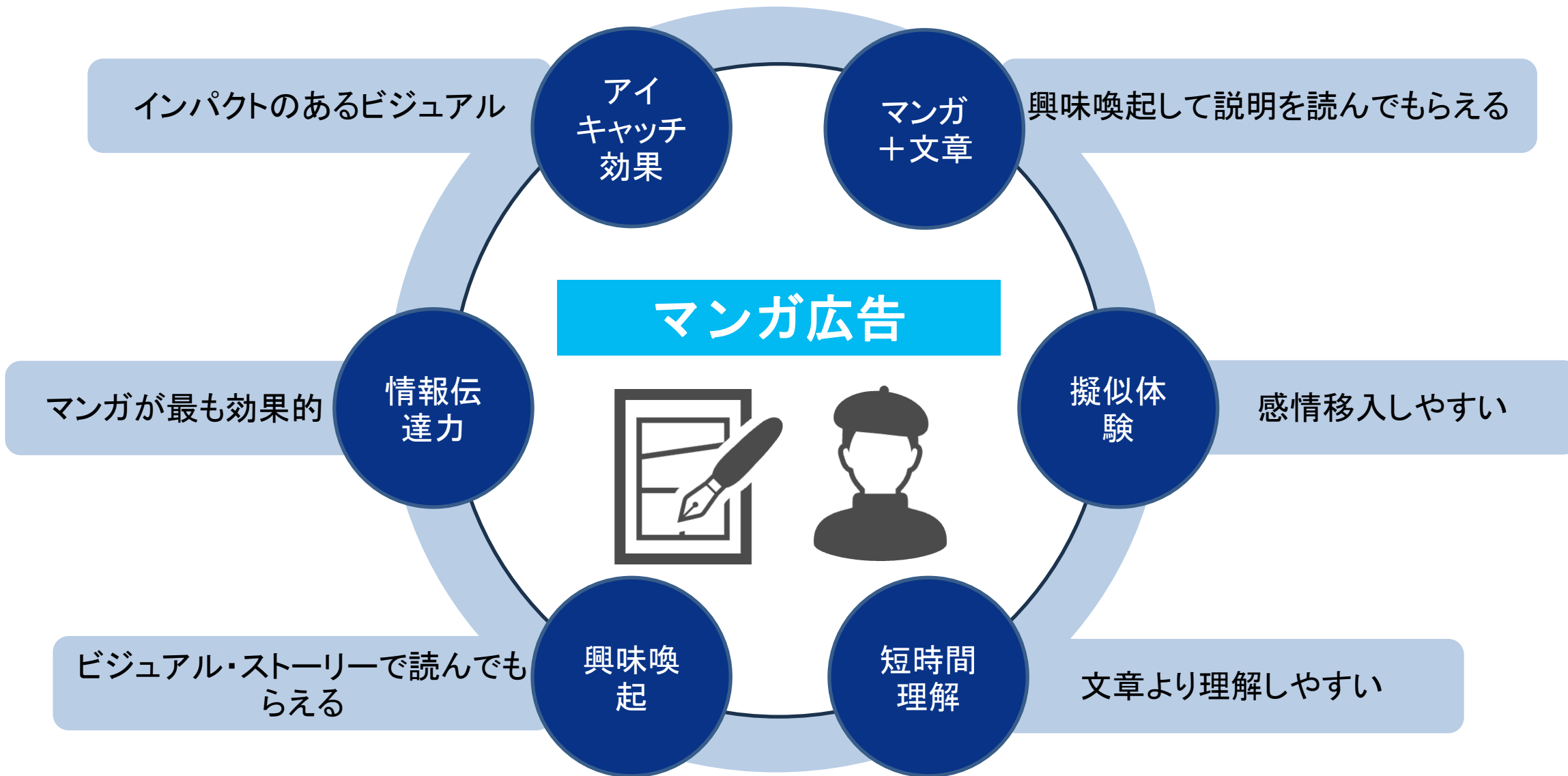
マンガが題材の広告をデジタルサイネージで放映することにより、広告内容をわかりやすく伝達し、商品やサービスの認知度向上に繋がります。通常の広告よりマンガの表現力にインパクトがあり、さらなる広告の効果が期待できます。

マンガ広告

(株)ドレンド・プロが運営する
『マンガに関わる広告の企画・制作』



全国のイオンモール等にあるアミューズメント施設で展開する
(株)イオンファンタジー社の『アミューズメント施設メディア』



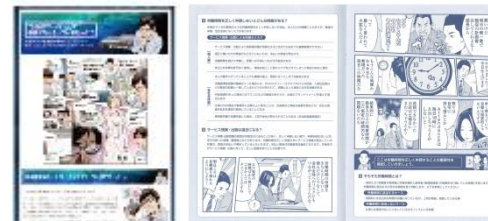
アイキャッチ効果

アイキャッチとは、一目で目に飛び込んでくるもの。それはインパクトのある写真や画像など。インパクトのあるビジュアルで興味を掻き立て、中身を読んでもらう、そういった「流れ」が不可欠です。マンガの場合、有名キャラクターなら間違いないですが、予算の関係上それが難しければ、強烈なキャラクターをオリジナルで作ってしましましょう！



マンガと活字の相乗効果

活字だけでは理解されなかったり、大量の活字を最後まで読み切って頂くことができない場合、マンガと活字を合わせた構成が効果的です。役割としては、マンガページで興味喚起し、解説ページに誘導し、解説ページで理解を深める構成が人気です。マンガによって感情を刺激し、活字により頭で理解する、この相乗効果で記憶への定着も期待できます。



疑似体験効果

マンガは実写映像と違って、人の手によっていかなる状況も絵（ビジュアル）にすることができます。効果的なビジュアルにより、読者はマンガの世界に没入でき、あたかも登場人物になった気分で感情移入していきますので、ストーリー次第で読者にお望みの疑似体験をさせることや読後感をプランニングすることが可能です。



短時間に概念理解

難しい内容や大量の文献や資料を読む場合、長時間の労力が必要となります。その点、マンガであれば短時間に大枠の概念を理解することが可能です。大量の文字を読むには、集中力と根気が必要ですが、ビジュアルで訴求できるマンガでは、絵を見るだけでも概要をつかむことができます。概要をつかみ、細部を理解する、これが学習効果を高めるのです。



興味喚起

たとえ興味関心の薄い読者でも、インパクトのある表紙、キャラクター、登場人物、舞台設定、ストーリーをプランニングすることで興味を掻き立て、物語の続きをどこまでも読みたい気持ちにさせることが可能です。ビジュアルとストーリー、両面から読者の興味を喚起させる点において、マンガという表現は優れていると言えます。



情報伝達力はマンガが一番

1分間に伝達できる情報の量は、文字を書いたり、話したり、読んだりするよりマンガが効果的なのがわかります。言葉は理解するために一旦、頭で考える必要がありますが、マンガによるビジュアル表現ですと、瞬時に多くのことが伝わります。



資料：山口 弘明「読得工学」

商業誌での連載経験のある方や、漫画家歴20年の大ベテランまで幅広い漫画家からご希望のタッチをお選びいただくことができます。（登録漫画家約2,000名）届けたいターゲット層によっておススメタッチは異なりますのでご相談ください。





■概要

海外の知育玩具を輸入・販売しているクライアント
親子感のコミュニケーションを増やすことを目的とした知育玩具
「長友先生のワールドセレクション」を紹介するマンガLPを制作

■課題

商品だけでなく企業理念なども押し出し、多くのブランドファンを
獲得できるプロモーションをしたい

■解決策

実際に親が抱えている悩みや商品の魅力をストーリー仕立てで伝える
のため、マンガを制作しマンガLPを掲載

■反響

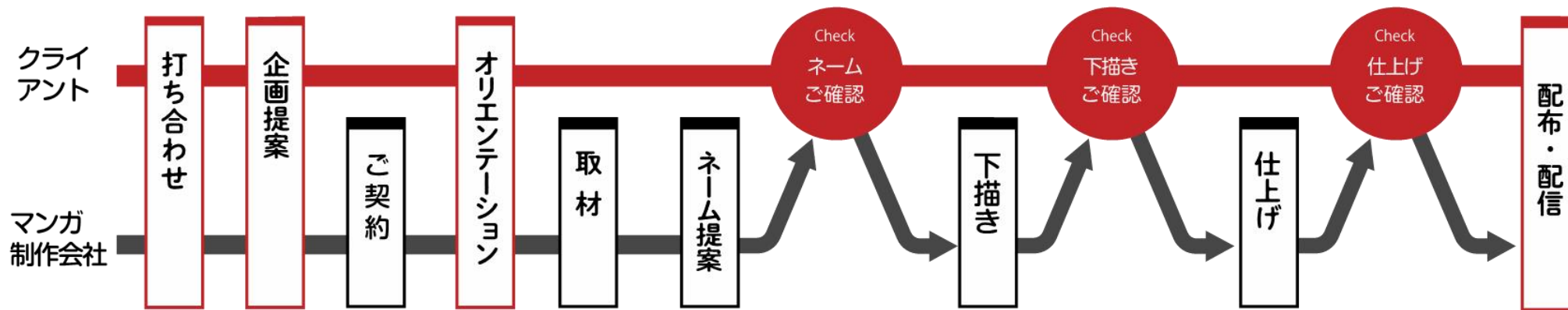
平均の3倍の広告クリック率を達成！
メリットだけでなく思いの伝わるマンガLP



[マンガLP](#)

[詳細はこちら](#)

制作期間：2～3ヶ月程度
(ページ数などで変動あり)



打ち合わせ

企画案検討

取材

マンガプロット案

ストーリーを「ネーム」で展開
ネームは基本設計図。コマ割り、構図、セリフ等が入り完成をイメージできます。

「下描き」で作画のイメージを確定
漫画家がネームをもとに表情やポーズ、配置をアレンジして、グッと魅力が増します。

ペンを入れマンガを仕上げる
下描きを最終確認の後、ペン入れ、着色等を行い、いよいよ完成です。

■二次使用とは

制作前にご指定いただいた媒体以外でマンガ・イラストを使用することを指します。それに伴ってお支払いいただく二次使用料は、使用媒体ごとに発生いたします。印刷物・WEBどちらでも活用したい場合などは、追加二次使用料をお支払いいただくことで可能になります。

■使用権買取とは

上記の追加二次使用料を都度お支払いいただく必要なく、自由*にマンガやイラストを使用できます。マンガに登場するキャラクターを活用したバナーやHP、印刷資料など幅広く利用されたい場合は、こちらの使用権買取がおススメです。

※マンガ・イラストのクオリティを著しく損なうような、拡大・縮小や反転・色の変更などはご遠慮いただいております。

「ファンタジーメディア」とは
全国のイオンモール等にあるアミューズメント施設で展開する
(株)イオンファンタジー社の『アミューズメント施設メディア』

全国 約**540**店舗で展開

月間 約**1,200**万人が来場

アミューズメント施設運営企業**No.1**

JAPAN

540

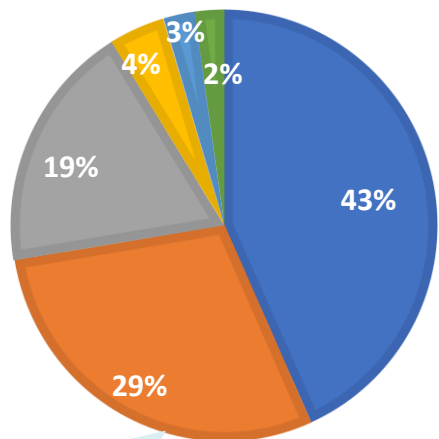
※モーリーファンタジー、キッズーナなど併設する店舗については2店舗と計算しています。
※上記店舗数 2022年12月末現在
※店舗は月ごとに新店・閉店及び設置店舗の移転等ございますのでご了承ください。



モリーファンタジーは **お子様連れのファミリー層** とともに **ゲームに関心がある小中高大学生** など幅広い年齢層の約 **1,200万人** (月間) が来場する日本のママの6割以上が知っている **日本最大級のアミューズメント施設**

来店頻度

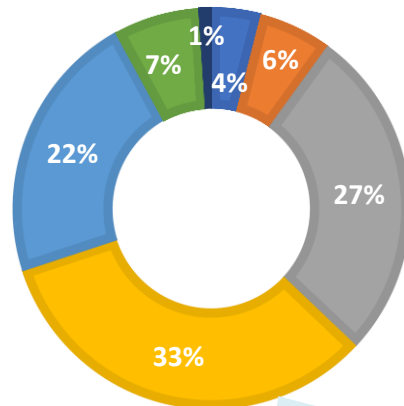
■月1回 ■月2~3回 ■週1回 ■週2~3回 ■週4~5回 ■ほぼ毎日



イオンファンタジー全店舗の約9割がイオンモールなどのイオン関連施設に出店しているため、映画館やこども向けの衣料品店、飲食店、食品スーパーを利用するファミリー層が数多く遊びに訪れます！

来訪者（保護者年齢）

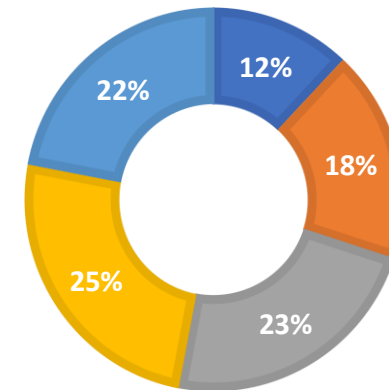
■50歳以上 ■45-49歳 ■40-44歳 ■35-39歳
■30-34歳 ■25-29歳 ■24歳以下



お子様がイオンファンタジーで遊んでいる間にパパ・ママに利用してもらうネットサービスの告知などにも最適です！

来訪者（お子さま年齢）

■13歳以上 ■10-12歳 ■7-9歳 ■4-6歳 ■0-3歳



小学校高学年から中高生が約3割となっており、未就学児から小学校低学年が約5割を占めています。



施設内設置のサインージ広告とオンラインクレーンゲーム広告を組み合わせた複合訴求が可能です

クレーンゲームサインージ
「プライズサインージ」



3,000面

モーリーファンタジー
「店頭サインージ」



421面

PALO
TOYS SPOT PALO
(カプセルトイ専門店)
「店頭サインージ」



約**120**面

オンラインクレーンゲーム
「モーリーオンライン」
TOPページ バナー



MOLLY.
ONLINE

※TOPページ カルーセルバナー

約**500,000**imp

※上記面数 2022年12月末現在

※面数は店舗の都合、工事などの理由等により変動がございますのでご了承ください。

本件に関するお問合せはこちらへご連絡ください

SB Creative

S B クリエイティブ株式会社

企画広告事業部

tell

03-5549-1262

mail

ds@cr.softbank.co.jp

〒106-0032 東京都港区六本木2-4-5

HP : <https://ds.signagemedia.jp/>



「ファンタジーメディアの広告掲出相談」とお伝え下さい。



「会社名・ご担当者名・ご連絡先・媒体名・検討時期・予算」をご記入ください。