

情報に敏感な高所得層の男性にダイレクトにリーチ。

## 【コンデナストジャパン／GQ】 GQ別冊配布／年間購読申し込み促進



【GQ】3月号表紙

配布用冊子はビニル袋に入れて配布されました。中には、年間購読申し込みの返信ハガキが入っています。



【GQ】オリジナルバック



- 実施時期：2006年2月24日(木)～3月中旬
- 実施場所：GQがターゲットとする読者層が来店する、エリア内のハイセンスなレストラン・バーのみで展開。品川・新宿・丸の内 計)13店舗
- 実施目的：GQの購入促進
- ターゲット：20代後半～40代のビジネスマン
- 実施内容：GQ3月号別冊配布
- 弊社具体的実施内容：店舗開拓・実施・配布・巡回



【MANHATTAN GRILL／品川】



【BALIax THE GARDEN／新宿】

文化系女子に向けて定期的にアプローチ。

## 【フリーマガジン マルシー】設置

- 実施時期：2005年12月より季刊発行～現在発行中
- 実施場所：首都圏/名古屋 200店舗のカフェ  
全国HMV/全国三省堂書店
- 実施目的：キャラクターの認知
- ターゲット：10～30代のカルチャー志向の女性
- 実施内容：
  - ・レジ横での設置
  - ・フリーペーパー枠にて設置  
(合計27,000部配布)



平置き設置



アドカード特設ラック設置

競合誌との差別化を図るため厳選したカフェで展開。

## 【月刊テレビガイド Muse】

### 増刊号 設置

- 実施時期：2008年8月
- 実施場所：情報に敏感な層が来店する、カフェ・レストラン  
(都内約50店舗)
- 実施目的：媒体の認知度アップ
- ターゲット：20代～30代のOL
- 実施内容：
  - ・レジ横/フリースペースでの設置(合計5,000部配布)

・競合誌との差別化を狙うため、  
カフェ利用者に読んでもらい、  
本誌の購入を狙う。

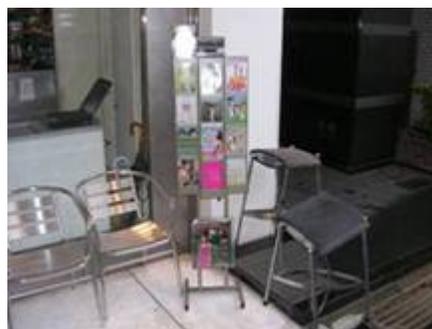


## 【花王ソフィーナAUBE】 コンセプトブック設置

- 実施時期：2005年夏 / 1ヶ月
- 実施場所：都内40店舗にて実施
- 実施目的：AUBEの認知向上
- ターゲット：20代女性
- 実施内容：
  - ・ 特製ラックの設置
  - ・ アドカードフリーペーパー枠にて配布

## 【アニエスベー】カタログ設置

- 実施時期：2007年11月 / 1ヶ月
- 実施場所：青山・表参道・代官山 カフェ40店舗にて実施
- 実施目的：カタログの訴求
- ターゲット：20代～30代女性
- 実施内容：
  - ・ B5サイズカタログの平置き設置



## 【ぴあ】クリスマスブック設置

- 実施時期：2006年12月
- 実施場所：原宿・表参道・渋谷のカフェ/アパレルショップ
- 実施目的：情報の訴求
- ターゲット：10～20代のカルチャー志向の女性
- 実施内容：
  - ・レジ横での設置  
(合計3,000部配布)



## 【esquire 別冊】設置

- 実施時期：2007年～2008年にかけて実施
- 実施場所：青山～表参道のカフェ(約30店舗)
- 実施目的：ターゲットへの商品訴求
- ターゲット：20代～40代の高所得者男性
- 実施内容：
  - ・レジ横/フリースペースでの設置

