



漫画のキャラクターと電話で話せるコンテンツを展開し、各キャラクターの声優ファンに対する雑誌の認知拡大キャンペーンを実施！

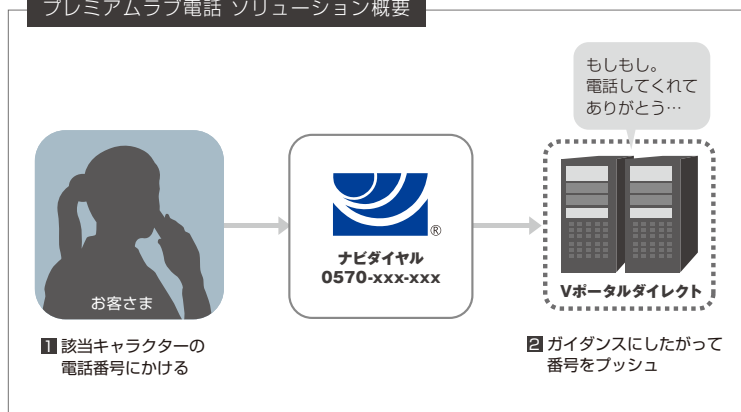
株式会社小学館 様

電話をかけると少女漫画のキャラクターが甘い言葉をささやいてくれるシークレットボイスで雑誌の存在をアピール。

● Vポータルダイレクト導入前の課題とソリューション

- 小学館が発行する月刊漫画雑誌『Cheese!』では、新規読者の獲得に向けて、読者との新しい関係性作りの方法を模索していた。
- 雑誌は連載中の作品を読者に知ってもらうためのポータルや広告としての役割を担っており、最終的にコミックスのファンを作っていくうえでも新規読者の獲得は大きな課題だった。

プレミアムラブ電話 ソリューション概要



■ 作品の登場人物が電話で“甘いメッセージ”をささやく

雑誌『Cheese!』では、過去に制作したドラマCDの経験から、声優コンテンツと漫画コンテンツの親和性の高さは認知していたものの、ドラマCDは既存読者へのサービスという側面が強く、新規読者に対しては効果的なアプローチができずにいた。そこで今回は声優のファンをターゲットにした、「プレミアムラブ電話」キャンペーンを実施。専用の番号に電話をかけると、『Cheese!』にて連載中の『10万分の1』と『虹、甘えてよ』の2作品に登場するキャラクターにつながり、“甘いメッセージ”を聴くことができる。キャンペーン開始時に発売していた『Cheese!』8月号には「プレミアムラブ電話」をさらに楽しむことができるショートストーリーを掲載。さらに、2作品のコミックス最新巻の帯に付属しているパスワードを入力すると追加のメッセージを聴くことができるなど、本当にキャラクターと電話で話しているような臨場感を演出。

■ コンテンツを通して「体験」を提供する

昨今は音声、動画、画像などのコンテンツは容易にコピーが可能となり、コンテンツ自体の価値が変わり、コンテンツを通して得られる「体験」が価値を持つようになってきている。本施策では電話で視聴できる音声コンテンツを通して、本当にキャラクターと話しているような臨場感を、自分だけの「体験」として読者に提供することに成功した。誰でも簡単に使えることが電話というツールを選択する際の大きなポイントだったが、会話の臨場感や一対一のコミュニケーションを演出するうえでも電話は最適なツールだった。

● 導入決定のポイント

- 誰でも簡単に使えるツールで音声コンテンツを視聴できること。
- ストーリーの分岐など、音声コンテンツの内容を自由にカスタマイズできること。
- 安価なコストで実現できること。

● 導入の効果

- 今まで取り上げられなかったWebメディアに取り上げられ、認知度の向上に成功した。
- コミック系だけでなく声優系やアニメ系のサイトにも取り上げられ、企画時に狙っていた層に効果的にアプローチすることができた。
- 読者からは「本当に電話の向こうにキャラクターがいる気がする」などの反応があった。