

新媒 体

おしゃれなブックカバーが広告媒体に

Click! 2006 JANUARY

書

店の店頭で置かれた専用ラックから、自由に持っていける文庫用のブックカバーが人気だ。この「ブラジャケ」は、広告会社「セットアップ」が、03年にスタートさせた新しい広告媒体。配布期間は2週間1クールだが、実際には最初の数日でなくなってしまうほど好評だという。「ブラジャケ」とは、ブランドジャケットの略。

「何か今までにない広告コミュニケーションの方法はないかと考えていたときに、電車の中で好きな紙で自作のブックカバーを付けている女性が多いことに気づきました。そこでエンドユーザーに喜ばれるような、見た目がきれいで使いやすいブックカバーを作れば、新しい広告媒体になり得るのでは、と考えました」(セットアップBJ事業部 濱口潤氏)。

純粋な広告物でありながら、エンドユーザーの方から能動的に選んでもらうことで、より「質の高い接触」ができる。そのためにこだわったのは、材質と形。発色を良くするためエンボス紙にニスコーティングし、片側を折るだけで簡単に使えるデザインになっている。広告費は紙代込み65万円から、さまざまなプランがある。<http://www.b-j.jp>



「ブラジャケ」利用者の約7割が女性。上からNTT東日本キャラクター電報、雑誌「VOGUE」、BMW miniのブラジャケ。両面を利用できるので、異なる絵柄でリバーシブルタイプにもできる。三角形の羽は、しおりとして使える。



首都圏と関西106店舗に設置されている「ブラジャケ」のラック。



交通広告とブラジャケを組み合わせた「ステーションブラジャケ」もスタート。ディシラ「ラサントール」のブラジャケは、しおりの裏面をこするとバラの香りがする。

