

学園交渉人（仮） 販促計画書

拝金主義の毒舌系主人公と、
正義感と借金まみれヒロインによる
学園トラブル解決コメディ！

著者：柚本悠斗

【著者紹介】

著者・柚本悠斗について

第7回GA文庫大賞を受賞し、

『姉(かのじょ)と妹(カノジョ)の下着事情。』でデビュー。
前作のフェチズムを押し出したコメディから一新して、
学園内の治外法権という特異な存在の主人公が
数々の難題を知恵を使って強引に解決していく、
といった少しミステリー要素も含んだ学園コメディに挑戦。

※デビュー作書影



※「うさぎ強盗には死んでもらう」書影

イラストレーター・米山舞について

大手アニメ制作会社のTRIGGER所属のアニメーター。
直近では第一回カクヨムコンテストで大賞を受賞した
『うさぎ強盗には死んでもらう』のイラストを担当。
鮮やかな配色や動きのあるイラストが特徴。



【販促概要】

1. 作家個人でも販促活動を行うことで、作品に対する話題作りを目的とする。
そのため、一つ一つ販促活動に対して費用対効果の最大化だけを求めるだけではなく、販促活動そのものが販促となるような狙った訴求をしていく。
2. 販促活動を複数同時に展開をすることで、読者との**接触回数（タッチポイント）**を増やすことで作品の認知を拡大させる。

【読者層への認知拡大を重視する理由】

現在のライトノベル市場を賑わせているWEB小説作品が多く受け入れられている理由として、WEB小説の既存読者の応援というのは欠かせないものと考えられる。

WEB小説の新作と通常の新作との大きな違いは、WEB小説の場合、**発売前の作品内容を認知・理解している良質な顧客が多く存在する可能性が高い、**という点が考えられる。

そのため、今回の作品に関しては、**作品の認知を拡大すべく読者層・潜在顧客へのプロモーションが必要**だと考えた。



【販促プラン】

A. ラノベ既存読者層向け販促 — 購入意欲の向上と認知

(1) SNS広告

- ・ TWITTER広告
作品の認知と購入意欲向上
- ・ YOUTUBE動画広告
作品PVの掲出による作品理解と認知

(2) リスティング広告・GOOGLEADWORDS プロモーション広告

(3) 街頭サンプリング

B. ラノベ未読者層向け販促 — 注目度向上による認知

(4) 大型ビジョン広告（動画）

- ・ Q'sEYE（渋谷）、アルタビジョン（新宿）
宣伝手法への注目による作品認知の効果向上

(5) WEBライター

C. 全ユーザー向け販促

(6) デジタルサイネージ

(7) 駅貼りポスター

【販促補足 ビジョン広告】

【Q'z E Y E】

1. 広告場所
渋谷スクランブル交差点前のガラス張りビジョン
2. 広告内容
作品PVを15秒／1H で二日間掲出
3. ハチ公改札利用者数
平均約40万人／日



Q z E Y E外観

【アルタビジョン】

1. 広告場所
新宿駅東口のスタジオアルタの大型ビジョン
2. 広告内容
作品PVを15秒／1h で一日掲出
3. アルタ前通行者数
平日平均19万人／休日平均23万人



アルタビジョン外観

【販促補足 WEBメディア】

【WEBライター】

- ・ エンタメ記事中心のインターネットメディアへの出稿を準備中

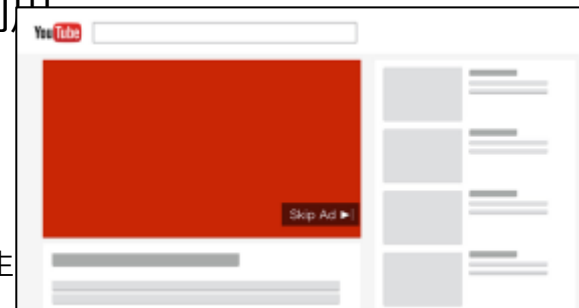
【TWITTER広告】

- ・ 広告画像のデザインは外注し、広告用画像を作成（外注先は未定）
二種類作成し、ターゲット切り分けて訴求。
効果の高いキャンペーンを数日で見極め、
配信を片方によせていく。



【YOUTUBE広告】

- ・ YOUTUBEの動画再生前に流れるTRUEVIEW広告を利用
CPV課金（COST PER VIEW ※）のため、
無駄のない認知活動を行うことが可能



※TRUEVIEWを利用する場合は、

30秒未満の動画は視聴者に動画を最後まで再生した場合のみ課金が発生
動画をスキップされた場合は支払いが発生しない仕組み

【販促補足】

【MCV】

1. 広告掲載依頼について
個人事業主として掲出が可能。内容の意匠審査および与信審査をあり。
審査は申込みの有無にかかわらず受付可能。当日～翌営業日に回答。

2. 広告枠の販売について
→MVC単駅1MONTHスポット 秋葉原駅での購入開放時期。
6月分→2/8(水)以降開放
7月分→3/8(水)以降開放
8月分→4/10(月)以降開放



【GOOGLE ADWORS】

1. 学生はスマホユーザーが多いため、グーグルのリスティング広告はターゲットと被るツールで有効。
ネットリテラシーがヤフー広告と比べて高め。

【街頭サンプリング】

1. 配布物(下記いずれかを想定)
チラシの場合:400~500部程度
クリアファイルの場合:1,000部前後
ポケットティッシュ:3,000部前後 ※ツール作成費用は著者もち

【販促スケジュール】 7月刊行の場合

項目	発売日予定													
	3月1日まで	3月上旬	5月1日	5月15日	5月20日	6月1日	6月10日	6月15日	6月25日	7月1日	7月8日	7月13日	7月20日	7月31日
作品イラスト (参考)	イラストレーター決定		イラスト仕様書提出	⇒	キャラデザ完成	カバーイラスト完成	口絵完成	⇒	⇒	デザイン完成				
Twitterイラスト読者参加型企画				キャラデザアンケート					デザインアンケート					
街頭サンプリング						デザイン仕様作成	⇒	デザイン依頼	印刷依頼	⇒	納品	サンプル配布		
動画		放映枠販売開始								納品	放映1回目	放映2回目		
サインージ		放映枠販売開始				デザイン仕様作成	⇒	デザイン依頼	納品	放映	⇒	⇒	⇒	放映終了
Twitter広告						デザイン仕様作成	⇒	デザイン依頼	広告設定準備	広告開始	⇒	⇒	広告終了	
リスティング広告								テキスト検討	広告設定準備	広告開始	⇒	⇒	広告終了	

以上、よろしくお願ひ致します。