



編集機能



クリエイティブ



他メディア紹介

エイプリルフール企画 「ネスレがビール業界に参入?!」

今年も特報面は、ジョーク記事と広告が満載

東京新聞・特報面は、4月1日にエイプリルフール記事を掲載しており、毎年の恒例企画として多くの人に知られている。同面の広告スペースでも、平成20年から協賛社のご協力により、「モスバーガーがマンモス肉バーガーを発売!」、「タカトミーが遊びを仕事にした子会社を設立」といった、ユーモアと楽しさに溢れたエイプリルフール広告を掲載し、話題を集めてきた。(※平成23年は、東日本大震災のため、紙面自体を休止。)

今年は、ネスレの出稿が決定。新発売のサーバーで注ぐアイスコーヒーが、黒ビールそっくりに見えることに着目。「ネスレが黒ビールを新発売!」のキャッチコピーで、読者に驚きを提供するニュース性の高い広告となった。J-MONITOR紙面調査でも、回答者の76%が評価。1/2の回答者が「家族で話題にした」と答えるなどエイプリルフール企画らしい反応を得られた。また、WEBメディアや、SNSでも取り上げられ、紙面以外への広がりを実感。次年度も、理解ある広告主の皆さまと楽しい話題を提供したい。

(東京本社広告一部 春田 靖浩)

新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR

〈読者の声〉

- ・実際にありそうなので、面白いと思った。(男性30代)
- ・ネスレの広告が、一番スマートで罪がないと思います。(男性50代)
- ・だまされました。
コーヒー会社のビールを飲んでみてもいいかなと思いました。(男性60代)
- ・本気で騙された。記事も含めて一番本当ほく感じられるエイプリルフール広告。(30代女性)
- ・「飲酒は20歳になってから。ですが、アイスコーヒーならもっと前から飲めますよ…」と書いてあるのが良かった。(50代女性)



ネスレが、ビール業界に参入! 明日正午!
黒ビールを新発売
泡香る、コク黒生。
BLACK BEER
アイスクレマ

It all starts with a NESCAFÉ

4月1日東京新聞朝刊「ネスレ」のエイプリルフール広告

日々
チョウカンヌ

今日はエイプリルフール。多くのメディアが冗談ニュースを公開している。うそをつくら午前中に、どのルールもあるそう。誰も傷つかないうそがいいわ。



2018.4.1

Instagram@choukanne

↑4/1の「日々チョウカンヌ」コーナーでも東京新聞非公式キャラ「チョウカンヌ」がエイプリルフールをアビール。