

## テレビ東京と日本経済新聞社でリクルート対策広告企画を開発

### 【企画概要】

近年、一般消費財を扱う企業だけでなく、企業を相手にビジネスを展開するBtoB企業においてもマスメディア広告を積極的に活用する動きが現れています。この背景には、従来以上に幅広いステークホルダーからの支持を得ることが企業価値上昇に必要とされていることに加え、近年企業の採用活動が活発化し、優秀な人材を確保するために「会社の認知度を高める」ことの重要性が再認識されていることが挙げられます。

そこで、テレビ東京と日本経済新聞社は、学生向けのテレビスポットCMと新聞広告をセットにしたクロスメディア商品を開発し、2社共同でセールスすることとなりました。就職活動を意識する学生が企業研究のために活用する日本経済新聞での広告と、経済報道番組などの編成に特徴のあるテレビ東京でのスポットCM展開により、学生への訴求力を高めます。

### 【実施内容】

企画名: TX & 日経新聞 リクルートパッケージ(仮)

セールス期間: 2007年度10月から2008年3月までの期間

セールス形態: オープンセールス

セールス内容

テレビ東京: 日経新聞掲載期間前後1ヶ月間にスポットCMを展開

日本経済新聞: 日経朝刊(全国版)に企業広告、または記事体広告を15段掲載

日経リサーチ: 日経新聞掲載・テレビ東京のCM放送後に、上記の広告効果をインターネットで調査。企業イメージや就職意識を測定。

<この件に関するお問い合わせ>

株式会社テレビ東京

営業局 スポット営業部

担当: 田中 英樹、横田 純平

☎03-3432-1212(代表)

以上