

スピードで躍進。
 豊富なアイデアと
 自社一貫体制による

INTERVIEW
 Hidenori Kosugi
小杉 秀則 氏
 小杉織物株式会社 代表取締役社長

中日新聞社 名古屋			中日新聞社 大阪		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686	大阪支社	〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-43	TEL.06(6346)1115
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791	福井支社	〒910-0005 福井市大手 3-1-8	TEL.0776(28)8606
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483	中日ショッパー	〒435-8557 浜松市東区薬新町45 中日新聞東海本社内	TEL.053(421)9115
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640	東京新聞TODAY	〒210-0006 川崎市川崎区砂子1-1-14 JTBC川崎共同ビル5F	TEL.044(245)5881
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118			

自社一貫体制による豊富なアイデアとスピードで躍進。

Interview

Hidenori Kosugi

小杉 秀則 氏 × 河村 卓

小杉織物株式会社
代表取締役社長

Takashi Kawamura

中日新聞 福井支社
広告部 部長

祖父が創業した小杉織物に1977年に入社。
2003年から代表取締役社長に就任。



— 昨年は新型コロナウイルスの流行で花火大会や祭りなどのイベントが中止となり、浴衣の需要も低下してしまいましたが、御社は「洗える絹マスク」を商品化し、大きく売り上げを伸ばしました。その経緯をお聞かせください。

小杉 弊社は浴衣帯の全国シェアが9割の帯屋ですから、感染拡大に伴い新規の帯の受注は激減してしまいました。昨年3月には生産を半減し、100人の社員も半分休ませ、国の雇用調整助成金でしのぐことにしたのです。国内のマスク不足が伝えられる中、弊社でのマスク生産の可能性を模索しながらも、実は作りたくないという気持ちも当初はありました。使い捨てのイメージがあるマスクを作るということは、高級な帯に携わってきた我々メーカーの誇りを捨てるようなものですからね。

— では、「洗える絹マスク」への転換のきっかけは何だったのでしょうか。

小杉 それが4月初めの社内ミーティングで「マスクの幅と帯の幅は同じじゃないか」と驚きの偶然に気づいたんです。そこから一気に心がマスクの方向に傾きました。稼働を半減していた工場を見回せば、二重織りで抗菌性の高い絹の生地はフィルターに、帯を曲げるための形状記憶素材はワイヤーになる。耳ゴムは子ども用へこ帯に使う横糸を転用し、工場の機械で作ればいい。当時1台だけあったミシンで外国人技能研修生が立体縫製し、6時間ほどで完成した見本のマスクを京都の和装問屋に持って行きました。問屋には最初断られてしまったのですが、帰路の道中で問屋から電話が入り、スマホで撮った写真を和装小売店に見せたところ売れたと言うのです。その注文

数は6千枚から瞬間に増え、週明けには1万5千枚になっていました。それからは社員全員に出勤してもらって増産体制を整え、小杉織物の「洗える絹マスク」は多くの方に喜んでいただける商品になりました。

— 気温の高い夏にはマスクの売り上げも低迷したと聞きます。そんな時に中日新聞の記事をきっかけに、藤井聡太さんが棋聖戦で御社のマスクを着けて勝利し、快挙と同時にこのマスクの話題が全国を駆け巡りました。反響はすごかったそうですね。

小杉 7月半ばのこの頃は大手メーカーが次々と安価なマスクを販売し、弊社の生産はガタ落ちになっていた時期だけに、「こんなにすごい人が大事な勝負の世界でうちのマスクを着てくれた！」と私も本当に嬉しく、話題になると同時に大量の注文が入ってきました。藤井二冠がもたらしてくれたこの効果は、ま



47都道府県の祭りの写真を一つずつプリントしたマスクを製作。コロナ禍で夏祭りや花火大会が中止された状況を憂い、次回の再開を願う思いが込められている。



中日新聞 2020年9月25日 朝刊他計4回掲載 テレビ面左特枠広告

さに「ご褒美」だったように感じています。

— 9月に初めてご出稿されていかがでしたか。

小杉 多数のメディアに取り上げられたもののそう長くは続きませんでした。自力で受注を生み出さなくてはならないと思っていたところに会ったのが、新聞広告でした。その反響たるやもうすごかったです。電話は1日200件ほどが10日は続きました。それまで3回線だった電話回線を8回線に増やしたのです。でも当初は「広告にかける分、返ってくるのかな」と、半信半疑でした。お客様の中には新聞広告を切り抜いて30回かけてようやくつながった方や、8割近くのお客様がリピートでご注文を頂いているなどびっくりしました。申し込みは電話とネットが半々でしたが、ネットをやらないお客様からも電話ですと質問にも丁寧に答えられるなど多くのメリットや気付きがありました。また、広告掲載の場所がテレビ面という目立つスペースだったうえに、中部圏という地域性、じっくり考えながら読む新聞の読者層、それに高級感のあるシルク製マスクを使う年代層、新聞読者には富裕層が多いなどの好条件がマッチしたのだと思います。

— 自社一貫体制は御社の強みでもありますね。絹マスクの特長や現在マスクの種類はどれほど開発されたのでしょうか。

小杉 保湿性がよいため肌に優しく抗菌、消臭効果にも優れた絹の特性を生かし、これまでに作った種類は850種類ほど。弊社はずっと企画からデザイン、製造、販売と自社一貫体制、外注に頼らない帯屋でここまで来ましたから、帯で培った技術に加え、全部自分たちでやるという社員の意識が根付いてい

ます。これまで日本一の帯屋になるためにはアイデアとコスト、スピードが欠かせないと思ってやってきましたが、マスクビジネスでは特にスピードが会社を支えています。早朝にアイデアが浮かび、夜の6時には見本ができていることもあるのですよ。何百年という歴史がある帯と違い、マスクはその場その場で対応して商品を考えていかないと、大きなメーカーなどには敵いませんから。

— 1月16日に行われた名古屋城こども王位戦にも協賛していただきました。

小杉 参加する500人のお子様に藤井聡太さんの着用した子供用マスクを提供し、3月の広告掲載の準備も進めています。ゲスト出演の藤井二冠は愛知県瀬戸市出身ですし、中部圏でのなじみは深く、中日新聞の読者の方々の関心も高い。お陰様で中部圏で弊社のマスクのイメージも定着しました。この事業での載録紙面に広告を出す意義はとても大きく、藤井二冠にはもちろん、弊社のマスクを早い段階で使ってくださったご家族にもお礼を言いたいですね。

— 最後に、新聞広告や新聞社へのご意見やご要望がありましたらお話しください。

小杉 マスク生産の開始から、新聞記事に取り上げられたこと、藤井二冠の話題、そして新聞広告での再びのヒットと、弊社のホップ、ステップ、ジャンプでした。新聞広告や記事がなかったら今の弊社はありませんでした。お客様からの電話でも新聞に対する安心感や信用性、信頼度がいかに高いかということを改めて実感しましたね。今まで弊社の名前や商品を知らなかった人たちの多くが新聞広告や記事を見て商品を買ってくださいました。商売をしている人には地方でも、小さな会社でもやれるんだという励みにつながればうれしいですね。私も商品を売るために新聞広告を出すということを自分でやってみて、それが大きな自信につながりました。実は現在、ウェブ広告の取り組みも進めているのですが、新聞ほどの効果は出ないだろうと感じています。マスクの時代がいつまで続くのか先を見通すのは難しく、これからも限界を感じる人が多いと思いますが、限界を感じた時にまた新たなパワーをもらえる。新聞はそんな存在であってほしいですね。

— 貴重なお話をありがとうございました。我々も、新聞を通して新たなパワーを発信してまいります。



一つ一つ手作りでマスクを縫製する女性社員。小杉織物縫製工場にて。

読者が動く

読者を動かす 中日新聞グループのリソース

中日新聞社は地域に密着した情報発信を通して、読者との間に確かな信頼を築いてきました。その信頼は、中日新聞社が持つ様々な機能やサービスにも強く影響を与えています。いずれも新聞広告にプラスαの大きな効果をもたらす地域最強のコンテンツです。ターゲットや目的に応じて、中日新聞社の多彩なコンテンツをご活用ください。

アプリをダウンロードし2,426名が参加!!

オンラインTOKAIウォーク2020

今回で11年目を迎える「TOKAIウォーク」。毎年楽しみにしている参加者も多い。しかし、今回は新型コロナウイルス感染症拡大を受け、一度に約2,000名が集まるウォーキングイベントの開催は難しいと考え、スマートフォンのアプリを使った「オンラインTOKAIウォーク2020」を開催しました。

例年、参加者の約25%強が70代と80代のため、アプリのダウンロードや使用方法など受け入れられるか不安もありましたが、終了してみると70代と80代の参加者が20%とほぼ例年と変わらない状況でした。スマホを持っているものの、アプリダウンロードは初めて...という方も多く、ダウンロード方法から伝え、「当日無事にアプリを起動できた!」とお礼のメールを多くいただきました。中日新聞が運営するアプリということで、信頼してダウンロードしてもらえたことが大きいと感じました。

また、特別協賛のライオン株式会社キャラクター「ライオンちゃん」をアプリ内に登場させて、ウォーキングを応援するような仕組みもできました。「密にならなくて良かった」「コロナでいろいろなイベントが中止になる中、こうして健康的なウォークに参加でき感謝しています」など感謝の声も多く届きましたが、「来年は多くの人と一緒に歩きたい」との声もあり、今後はリアルとオンラインの双方の特性を活かしたイベント展開が求められます。中日新聞社制作のアプリは今後、様々な展開への応用が可能です。ウォーキングイベントだけではなく、ナビと連動させたドライブイベントなど。コロナ禍でもハイブリッドイベントで地域を盛り上げていきます。

東京本社 広告一部 寺島 美香

今年スマートフォンを使っての「オンラインTOKAIウォーク」を実施いたします。「TOKAIウォーク」アプリをダウンロードしていただき、実施期間のお好きな時に歴史散策コースのウォーキングをお楽しみください。

実施期間: 11月20日～12月20日

名古屋歴史散策コース
白川公園コース
清水緑地コース

インターネットで先着順に受付いたします。
参加費: 500円 (75歳以上・小学生以下は無料)

中日新聞 2020年10月17日朝刊 告知広告5段

ただひとつ、変わった時の香り。ただひとつ、変わった時の香り。

この泡量、驚きのイチ押し。この泡量、驚きのイチ押し。

中日新聞 2020年10月24日朝刊 告知2段+純広告5段

中日新聞 2020年11月7日朝刊 告知2段+純広告5段

イベント概要

オンラインTOKAIウォーク2020

コース	【名古屋】ショートコース 9.2km ロングコース 12.7km	【岐阜】ショートコース 9.4km ロングコース 13.6km
日程	2020年11月20日(金)～12月20日(日)	
スタート・ゴール	【名古屋コース】白川公園 【岐阜コース】清水緑地	
申し込み方法	インターネット 特設WEBサイトで先着順申し込み	
参加費	一人 500円(75歳以上・小学生以下は無料)	



リピート希望 100%※

※必ず参加したい48%
予定が合えば参加したい52%

参加総数 2,426名

名古屋1,416名
岐阜1,010名

TOKAIウォーク公式アプリ

アプリトップページ 見どころ チェックポイント

アプリ ゴール画面 ゴール後画面 完歩者プレゼント画面

チャリティーオンラインイベント開催

子ども夢プロジェクト すべての子どもたちに夢を

子どもたちと選手のZoom交流
146名参加

すべての子どもたちに夢を
オンラインで中日ドラゴンズの選手と交流しよう!

2020.12.20 13:00～17:00
会場: コミュニアeSports Stadium NAGOYA

夢のパワプロ対決 145名応募
6名が当選し参加 (小中高各2名ずつ)

中日新聞 2020年11月26日朝刊 告知広告15段

「子ども夢プロジェクト」のサイトからパワプロ対決、Zoom交流のアーカイブをご覧いただけます。

「子ども夢プロジェクト」サイト

開催概要

第3回 子ども夢プロジェクト～すべての子どもたちに夢を～ オンラインチャリティーイベント

開催期日	2020年12月20日(日) 13:00～17:00	参加選手	大野奨太、福敬登、柳裕也、小笠原慎之介、岡林勇希
配信場所	コミュニアeSports Stadium NAGOYA	主催	中日新聞社 中日スポーツ CBCテレビ
チャリティー寄付先	特別協力 中日ドラゴンズ		

・中日新聞社会事業部を通じて児童福祉に役立てます。
・CBCチャリティー募金に寄付し、愛知県・岐阜県・三重県の共同募金会を通じて児童福祉施設やフードバンク、子ども食堂の支援に役立てます。



今回で3回目の開催となる「子ども夢プロジェクト」。今回はコロナ禍でリアルなイベント実施が難しく、オンラインでの開催となりました。コロナ禍だからこそ、オンラインだからこそやれることを。いろいろと頭を悩ませ、次の5つのイベント『選手vs子どもたち 夢のパワプロ対決』『選手と子どもたちのZoom交流ルーム』『障がいのある子どもたちと選手の交流ルーム』『選手の似顔絵コンテスト』『チャリティーオークション』を企画しました。

パワプロ対決は、実際の野球と同じくCBCアナウンサーの実況解説を入れて実施。eスポーツの可能性を感じることができて、本当に面白い対戦となりました。Zoom交流もじゃんけん大会やクイズ大会など、新しいZoomの使い方に挑戦。また今回のテーマである“すべての子どもたちに夢を”を叶えるため、障がいのある子どもとは、オンラインだからこそたくさんの子たちと繋がることができました。ステイホームの時間を楽しく過ごしてもらうための似顔絵コンテスト、チャリティーオークションにも多くの方にご参加いただき、不安な世の中において、少しは明るく夢のあるイベントを提供できたのではと思います。

名古屋本社 広告二部 大谷 朋子

子ども夢プロジェクトを応援します!

高品質、低遅延なコミュニア10Gサービスを利用した中部地域初の本格的な常設eスポーツスタジアムです。

中日新聞 2021年1月23日朝刊 活動報告5段



参加した中日ドラゴンズ選手5名



憧れの選手と対戦

選手 vs 子どもたち
夢のパワプロ対決

東海エリア2021年プロジェクト動向

注目のリゾート「VISON」とスポーツイベント

三重県に大型複合リゾート施設「VISON」誕生

ウィズコロナ時代の旅行スタイルのひとつとして注目を集めるのがドライブ観光で、混雑した観光地を避け、自然に癒され、のんびりと過ごすスタイルの観光である。東海エリアは自動車の保有率が高く、ドライブ観光が元来主流であったが、このコロナ禍においてはさらにその傾向が強まっている。コロナ禍は予期せぬ事態ではあったが、当面はそんなニーズに十分応えられる施設が人気を呼ぶであろう。

今春、自然豊かな三重県多気町に大型複合リゾート施設「VISON(ヴィゾン)」が誕生する。今の旅行者のニーズの高い「食」と「癒し」をテーマに、宿泊・飲食・温浴・体験・産直市場・薬草園・農場などが集結する。立地は伊勢自動車道・勢和多気JCT近くで、敷地面積約115haのうち開発面積は約53haと多くの自然を残し、森の中にある滞在型複合リゾートとなる。四季を感じる宿泊施設のほか、日本の伝統的な料理道具をはじめ、和食の食材メーカーによる体験型店舗、様々な薬湯を提供する温浴施設、三重県南勢地域の鮮魚や肉、野菜などを販売するマルシェ、ケーキ店や石釜パン店、サスティナブルなオーガニック農園などが揃う商業ゾーンなどのほか、特徴ある飲食施設などが揃う。伊勢自動車道の上り線には、全国初の民間施設直結ICも新設され、伊勢神宮参拝客や伊勢志摩への観光客を呼び込むことも期待される。

その他の集客施設では、愛知県豊田市の「鞍ヶ池公園」がリニューアルし、キャンプ場やカフェなど都市近郊の癒し・ロハス空間として生まれ変わるのが注目される。ウィズコロナ時代の観光のトレンドとして、近場で楽しむマイクロツーリズムや、密を避けた開放的な観光地が人気を集めており、同施設もこうしたニーズに応えるものとなるであろう。



大型複合リゾート「VISON」(三重県多気町)イメージ

各地で国際、全国レベルのスポーツイベント開催

今年、東海エリアで注目されるのが、国際レベル、全国レベルのスポーツイベントである。三重県では、「三重とこわか国体・三重とこわか大会」が9～10月にかけて開催される。国体としては、三重県では46年ぶり、東海エリアでは9年ぶりとなる。また、岐阜県では、昨年開催予定が延期となった「ねりんピック岐阜2021」が10～11月にかけて開催される。その他、こちらも昨年開催予定が延期となった国際レベルの自動車ラリー「ラリージャパン2021」が愛知県、岐阜県を舞台に繰り広げられる予定である。

静岡県では、東海エリアでは唯一の東京オリンピック・パラリンピック会場となる伊豆市、小山町で自転車競技が開催される。「トラック・レース」は、オリンピック・パラリンピックともに伊豆ペロドローム(伊豆市)で開催。「マウンテンバイク」(オリンピックのみ)は、伊豆マウンテンバイクコース(伊豆市)が会場となる。オリンピック「ロードレース」のゴールおよび「ロードレース・タイムトライアル」、パラリンピック「ロードレース」は、富士スピードウェイ(小山町)を中心に開催される。

静岡県では、五輪を契機にサイクルスポーツを根付かせ、サイクリストの聖地“ふじのくに”を実現する取り組みも進める。東海エリアでは、2026年に、愛知・名古屋で「第20回アジア競技大会(2026/愛知・名古屋)」の開催が予定されており、これらのスポーツイベント開催の経験を繋げていきたい。

本格的な街のリノベーションが始まった

都市開発においては、リニア新時代に向けて、本格的なまちのリノベーションが始まっている。リニア中央新幹線が開通すると、東海エリアは名古屋を中心とする1時間圏内に7,000万人の大交流圏が生み出されることになり、これまでとは社会、産業、生活が大きく変容する。まだ収束の見えないウィズコロナ時代ではあるが、新しい生活様式に合わせ、都市、地域も新しい時代に向けて、旧来のスタイルから新しいスタイルへとまち自体がリノベーションし始めている。

各地で百貨店や大型商業施設などの閉店が相次ぎ、それらはこれからの新しいスタイルに相応しい姿に生まれ変わろうとしている。名古屋の繁華街、栄の久屋大通公園には昨年9月に「Hisaya-odori Park」が開業し、旧来の都市公園が、全く新しい商業・公園空間に生まれ変わった。栄地区では、栄交差点の一等地の開発も進み、昨年11月にはパルコが運営する複合商業施設「ビーノ栄」が誕生するなど、栄のまちが徐々に変わり始めている。さらに、今後も丸栄百貨店の跡地再開発や、栄交差点の北東側にも複合商業施設などが計画されており、これらが完成すると、また繁華街・栄の様相が大きく変わる。栄

地区では、商業施設のみならず、高層マンションの建設が続々と進んでおり、繁華街としての賑わいだけでなく、定住者が多い繁華街として、ますますの活気を呈そうとしている。

一方、地方都市でも、愛知県豊橋市の駅前地区には市民のサードプレイス的な位置づけの施設としてまちなか図書館(仮称)や新しい発想の食料品店、住宅、広場などで構成される「em CAMPUS」が7月に誕生する。愛知県春日井市の西武百貨店をキータナントとしていた「ザ・モール春日井」が閉店し、新たな商業施設として今秋に生まれ変わる。



建設が進む「emCAMPUS」(愛知県豊橋市)

名二環の全線開通で高速道路ネットワークが充実

社会資本整備では、名二環(名古屋第二環状自動車道)の名古屋西JCTから飛鳥JCT間が2020年度中の開通を予定しており、都市圏環状道路として完全なリングの姿を現すことになる。中部国際空港が開港し、愛・地球博が開催された2005年あたりから、名古屋を中心とする高速道路網は新東名、新名神などの延伸など年々充実を続けてきたが、この名二環の全線開通により、さらに強力な高速道路ネットワークが完成することになる。物流、観光などの移動が至便になるばかりではなく、沿線地域の開発に大きく寄与することになるだろう。

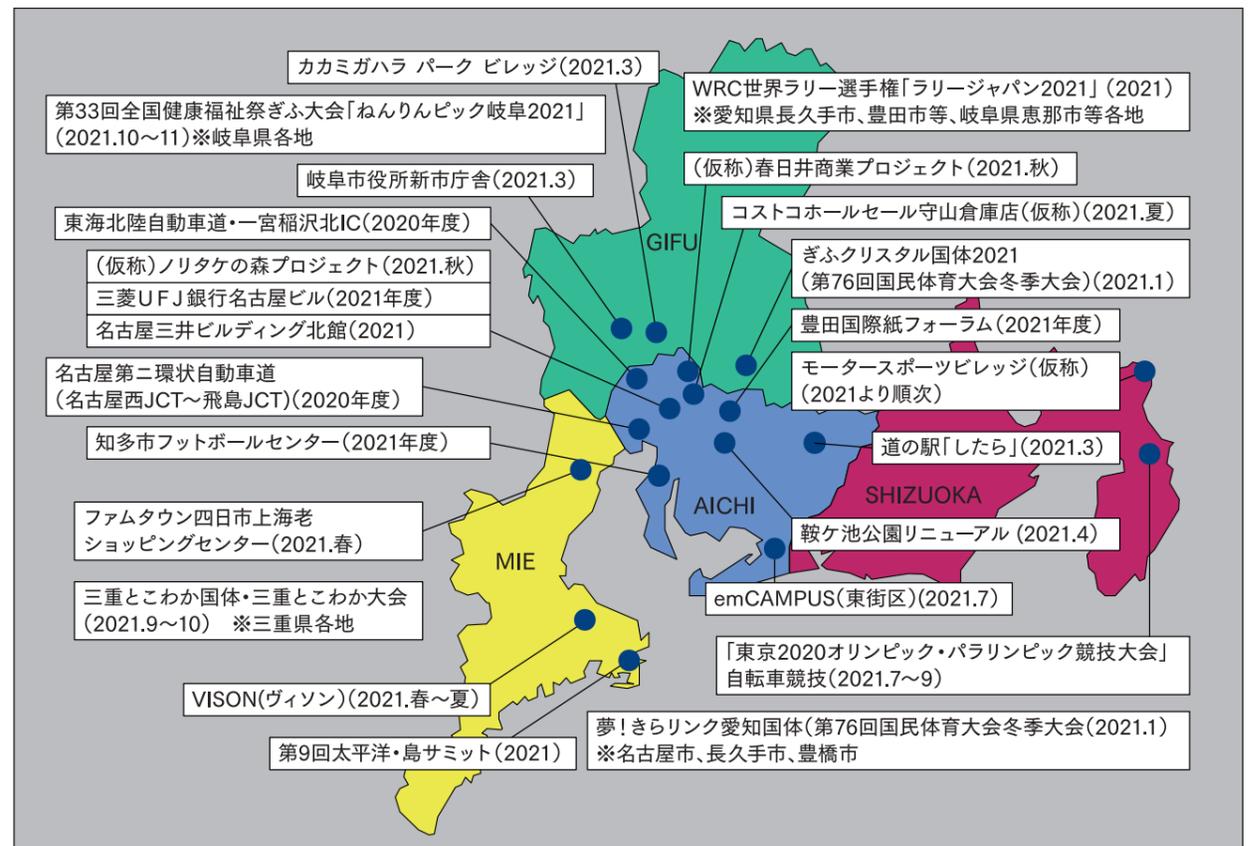


田中 三文

たなか みつあき
三菱UFJリサーチ & コンサルティング(株)
政策研究事業本部
席主任研究員

2021年 東海エリアの主なプロジェクト

()内は竣工・開業・開催予定年月



出典:各種資料より三菱UFJリサーチ & コンサルティング(株)作成

AD BALLOON

01 東京新聞朝刊 | 次代を担う若い世代のSDGsを応援!! 若者たちのSDGs

〈東京本社 広告二部 佐橋 俊彦〉

世界規模で、2030年までによりよい未来を築くために設定された目標、優先課題であるSDGs。日本が2015年の国連サミットでSDGsに積極的に取り組むことを表明してから約5年、このワードの認知度は急速に高まってきました。目標の実現まであと10年、首都圏の地元紙東京新聞として出来ることはと考え、地域振興や活性化のために、目標実現の2030年には社会の第一線で活躍している若者たちの地域活動を取り上げようとスタートしたのが「若者たちのSDGs」企画です。

第1回は相模原市と町田市の大学を中心として、魅力ある地域社会を創ることを目的とした「さがまちコンソーシアム」、その中で活動する「さがまち学生Club」の学生たちのSDGsの取り組みを紹介しました。第2回はさいたま市の農場を舞台に青空実験教室を通して、大学生たちが子どもたちに自然の現象や恵みを伝えるために定期的に行っている活動「農かがく」を取り上げました。これからは東京新聞では若者たちのSDGsに関連する活動を定期的に情報発信していきます。

相模原市×町田市×大学「さがまちコンソーシアム」



東京新聞 2020年12月5日朝刊 15段

大学生が教える青空実験教室「農かがく」



東京新聞 2021年1月1日朝刊 15段

SDGsを日常的に実践するためのヒント

- ① SDGsを意識した商品は増えている。その商品を使うだけでも関わっているのでは
- ② 17のゴールに向けて頑張ろうではなく、自分の興味あることから始めることで楽しく続けられる
- ③ 難しく考えずに、まずはやってみよう!

【読者の声】 ※一部抜粋

- タイムリーなテーマだと思った。(男性29歳以下)
- 若者たちとSDGsを結びつけた本広告をととても新鮮に思えた。本紙には今後もこの企画を継続的に掲載することを期待したい。(男性60代)
- とても良い広告だと思います。SDGsをよく知らなかったのが、知る機会になり幅広くみんなに知ってもらえると良いと思いました。(女性40代)
- 若者の記事は元気を与えてくれます。その見返りにもっと応援をしていかなくてはと思います。(女性60代)
- SDGsは今話題になっている言葉。それが身近に考える機会になる広告。家族で考えるいい広告だと思う。(女性60代)



02 中日新聞(岐阜版)朝刊 | 「部活動の集大成」をテーマに、読者と地元企業が高校生を応援!! ぎふ部活動思い出選手権

〈岐阜支社 広告部 村上 佳穂〉

新型コロナウイルス感染症の影響で、高校生のスポーツや文化活動の地区予選、全国大会は次々と中止になりました。せめて部活動引退を迎えた高校生の姿や思いを紙面上で残したいと考え、本企画を立案しました。

岐阜県教育委員会と岐阜県私立中学高等学校協会の後援を取り付け、岐阜県内の全高校から「部活動の集大成」をテーマに写真とコメントを募集。11高校・13部活動から応募があり、紙面と特設サイトで紹介しました。また、特設サイトでは読者投票も実施。1週間に444票もの投票があり、特典として最多となる158票を獲得した岐阜県立中津商業高校硬式野球部

の魅力を紹介する記事を制作、後日掲載しました。

企業には紙面のロゴと特設サイトのリンクバナー掲載をセットでセールスをしたところ、「コロナ禍で晴れ舞台を迎えられず引退となった高校3年生を応援する」という切り口が刺さり、高校生を新卒採用しているBtoB企業を中心に協賛を獲得。通常では出稿が無い企業からも問い合わせをいただきました。

部活動に対する高校3年生のリアルな声を掲載した紙面への反響は大きく、掲載高校・教育委員会・広告主いずれからも高い評価をいただきました。

13部活動に
読者から
444投票

特設
サイト



最多158票獲得
岐阜県立
中津商業高校
硬式野球部を取材



中日新聞(岐阜版) 2020年11月21日朝刊 15段

高校生を新卒採用している
BtoB企業を中心に協賛



中日新聞(岐阜版) 2020年12月26日朝刊 5段

03 中日新聞(市民版、尾張版)朝刊 | 中日WEBの活用で最新の終活情報を広く発信! 大型特集紙面で「終活フェア」

〈名古屋本社 広告三部 安井 新悟 / デジタル広告部 岡庭 三佳〉

2016年から毎年お盆に名鉄百貨店借事場にて開催している終活フェアが昨年はコロナ禍により開催困難となりました。当初はお盆から時期をずらしての開催も検討しましたが、最終的にはやむを得ず中止という判断を下しました。

しかし、最新の終活情報を提供すること自体にはニーズがあるため、発信の機会を設けることを目的に紙面での大型特集化を試みました。結果的に計10社の協賛によって市民版+尾張版の一部エリアに掲載の4ページ特集となり、終活情報を

発信したいという協賛社それぞれの声を反映させながら紙面作りをしていきました。

また、今回は1日だけの特集という形にはしないよう中日WEBでのタイアップ記事も制作。紙面カット部分もWEBページに活かすなど工夫し、想定より多くのPVを得ることができました。

今年はこういった形で終活フェアを続けていけるか模索中ですが、終活情報を発信する場を引き続き作っていきます。

センター4ページ特集

中日WEB
タイアップ
記事



中日新聞(市民版、尾張版) 2020年12月1日朝刊

04 中日新聞朝刊 | 信頼性のある新聞で認知度UP!寄付について考えるきっかけに 「遺贈寄付」企画

〈東京本社 広告二部 伊藤 元〉

人生を全うしたあとの未来を少しでも良くするためにできること、それが遺贈寄付(いぞうきふ)です。個人が遺言によって財産の一部、または全てを公益財団法人やNPO法人、学校法人などに寄付することができるものです。

「遺贈寄付」という言葉を初めて聞かれた方も多いのではないのでしょうか。実際J-MONITOR調査でも初めて知ったという方が8割弱いらっしゃいました。

今回の企画提案に「交通遺児育英会」「ジャパンハート」「スマイリングホスピタルジャパン」「世界の医療団」「日本盲導犬協会」「日本ユニセフ協会」の6団体からご出稿頂きましたが、その

他ご提案した法人や団体からも、次回また企画があるのであれば是非ご提案いただきたいとのありがたいお声も頂戴しております。

紙面と中日プラスで受付した資料請求の応募総数も585件となり、中部エリアの関心の高さを表す結果となりました。中日プラスで1ヶ月間受付をしたことでより多くの資料請求の数にも繋がりました。また企画にチャレンジし、「遺贈」という言葉をもっと多くの方に広めていきたいと思っています。

新聞&WEBで
「遺贈」について
内容理解
資料請求
585件



中日新聞 2020年12月12日朝刊 15版

【読者の声】 ※一部抜粋

- 遺贈寄付は初めて聞く言葉で、じっくり読んだ。こういった活動は積極的に進めるべきだと感じた。(男性29歳以下)
- この広告を見て遺贈寄付を知りました。まず多くの方に知ってもらう事が大切と思っています。(男性50代)
- 遺贈寄付を初めて知りました。意思を尊重します。一部でも遺贈寄付したいと思いました。良いことをして心豊かに旅立ちたいと思います。(男性60代)



「遺贈」認知度

- 内容まで知っている 4.9%
- 名前は聞いたことがある 10.6%
- この広告を見てはじめて知った 78.8%

- 大きな地震災害の時に、寄付をした事はありますが、記事を読んで、世界に目を向ける必要があるなと感じました。遺贈寄付という言葉は初めて知りました。家族で話し合ってみるのも良いかなと感じました。(女性50代)
- 同年代の友人たちとも話してみたいと思う。(女性60代)

J-MONITOR

01 首都圏の地元紙として銚子電鉄を応援!!
東京新聞スマイル上映会『電車を止めるな!』

東京本社 広告三部 糸井 嘉啓

『東京新聞えがおプロジェクト』は、「新聞が伝える情報の先に笑顔が見える」をキーワードに東京本社の各局が横断的に協力し、紙面、イベント、広告、販売現場等でさまざまな企画を進めています。

広告局では、2020年8月12日付東京新聞朝刊に掲載された「銚電を止めるな!」の記事をヒントに、銚子電気鉄道製作の映画「電車を止めるな!」の上映会を開催する企画を立ち上げました。首都圏の地元紙として廃線の危機に直面する銚子電鉄を応援することが、その主眼です。

今回の企画は、銚子電鉄犬吠駅が最寄りであるレジャー施設「犬吠テラス」に主旨に賛同して頂き協賛を頂きました。会場ではポスターの掲示、参加者へのチラシの配布を行い「銚子=犬吠テラス」の認知を高めることができました。

上映会では、銚子電気鉄道株式会社の竹本勝紀社長にお越し頂き、トークイベントも開催。700名を超える応募者の中から抽選で選ばれた約30名の観客が参加しました。経営難に果敢に立ち向かい「売れるものは何でも売る!」と語る竹本社長の強い姿勢に、共感していました。



映画上映会
告知広告

東京新聞 2020年11月12日朝刊 5版

企画のきっかけとなった廃線危機回避のための映画製作の記事

東京新聞 2020年8月12日朝刊

編集局の協力で銚子の観光記事を夕刊1面で大きく紹介

東京新聞 2020年12月2日夕刊 1面

映画上映会
トーク
イベント



銚子電鉄竹本社長としたまち支局井上支局長

中日新聞グループ媒体ガイド「APPROACH 2021」は、中日新聞・東京新聞・北陸中日新聞・日刊県民福井など弊社発行媒体の情報を紹介しています。カラフルでポップな表紙は、金沢市在住の中学生でアーティストのわじまかんとさんのSDGsをイメージしたイラストを採用しました。2020年北陸中日新聞の60周年キャンペーンポスターをわじまさんに描いていただいたご縁がきっかけとなりました。中面でも、弊社の愛知万博・COP10等を経た中日新聞のSDGsへ

の取組みについて特集しています。また、中日新聞社広告局ホームページ「WEB APPROACH」にあるイベントや企画事例を紹介する「ACTION」のアーカイブをQRコードで活用いただくなど、コンパクトで立体的な資料となりました。

「東京新聞媒体資料2021」は、基本情報に加え、環境や政治に関心が高い東京新聞読者の特性をご紹介。東海・北陸エリア・首都圏のマーケティングに、冊子版・WEB版もあわせてご活用ください。

中日新聞社広告局ホームページから、「APPROACH 2021」を閲覧することができます。過去に掲載した広告事例も掲載しています。中日新聞グループを活用したマーケティングの参考にご利用ください。

AD FILE		企画反響レポート ACTION	
編集発行	中日新聞社広告局	編集発行	中日新聞社広告局
発行形態	A4版16頁フルカラー (隔月発行) 予定	配信先	広告会社、制作会社など広告業界の方を中心とした希望者 (2020年10月時点では約2,000名に配信)
印刷部数	約1,700部	配信形式	メール配信
送付先	広告主(宣伝担当宛)、取引広告会社、関連会社、制作会社などへ郵送	配信頻度	随時

- 新聞広告の入稿方法や原稿制作について資料をダウンロードできます
- 新聞広告の料金(定価)を算出、表示いたします
- 媒体資料などをダウンロードできます

中日新聞社広告局 ホームページ WEB APPROACH
https://adv.chunichi.co.jp/



文・写真／増田 幸弘（編集者）
[三重県 熊野市]



休校中の木造校舎を活用。職員室が事務所に、教室がトマトの選別所や梅酒の醸造所に。

洗剤メーカーの取り組む地方再生

ヤシノミ洗剤で家庭でも馴染み深いサラヤが、熊野で梅酒をつくっている。なんとも意外な組み合わせで、しかも住所を頼りに山中の道をひたすら走り、ようやく辿り着いたのは古い木造校舎。ますます謎は深まるばかりだった。「実は創業者の出身地なのです。代々、林業を営む家でした。それが緑で農業体験をはじめ、新入社員の研修などをおこなうようになりました」

とサラヤ株式会社熊野食品製造グループの赤阪寅生さん。赤阪さんは山をひとつ隔てた集落の出身で、長らく東海3県で営業の仕事に携わってきたが、地元で貢献したいの思いから50代半ばで転職した。仕事はハローワークで見つけた。「小さなころからこの学校のことを知っています。いまから40年ほど前、高校生のときには生物部の部活動でここに合宿し、下の小川で魚などを捕って観察しました。そのころはお店がたくさんあって人通りも多く、にぎやかでしたよ」

育生中学校は戦争が終わって間もない1947年に開校し、いちばん多いときには351人の生徒が学んだ。しかし、高度経済成長期に仕事に限られる山間を離れて都会に出る若者が増え、赤阪さんが合宿したときにはすでに生徒数が少なくなりはじめ、2004年に3人の生徒が卒業したのを最後に休校となった。

その校舎を借り受け、サラヤは2013年に梅酒の製造をはじめ。きっかけは2009年に熊野市が構造改革特別区域によるどぶろく・リキュール特区に選ばれたこと。それにより酒税法で年間6キロリットルに定められている最低醸造量が、1/4にあたる1.5キロリットル(1升瓶にして800本強に相当)になり、参入しやすくなったのである。「特産の南高梅と、砂糖の代わりにラカントを使って漬け込み、カロリーを抑えた点に特徴があります。まずいくつかの配合を試してみ、いちばんいいものを選びました」

ラカントとは中国の桂林地方で栽培される羅漢果(ラカン

カ)という果実から抽出された甘味料で、サラヤが1995年に商品化した。こうしてできた梅酒は熊野古道にちなんで「梅野古道」と名づけられ、近隣の道の駅などで販売されるほか、自社のホームページを通じて通信販売をしている。

ほかにも隣接する保育所だった建物ではブルーベリーやイチゴのジャムをつくっている。めざすのは農業の6次産業化。生産だけでなく、加工と流通を取り込むことで、第一次産業を活性化させる考え。経済学者の今村奈良臣さん(1934-2020)が提唱し、それが地方の再生につながる。6次産業は「1次産業×2次産業×3次産業」に由来する(もとは足し算だったが、のちに掛け算に改められた)。

実際こうして働く場ができることで、赤阪さんのように早めに定年し、故郷に戻って第二の人生を歩み始めるのも可能になる。

「ずっと営業職だったものですから、製造業、まして口にするものをつくっているの、気の遣い方がちがいます。新たに覚えることも多く、間をあけるとたいへんです。でも、都会の仕事とちがいで、のんびりしていますよ」

サラヤは「衛生」「環境」「健康」を事業の柱としている。ヤシノミ洗剤は「環境」、ラカントは「健康」、学校や駅などで見慣れた緑色の手洗い石鹸は「衛生」というわけである。そのサラヤが熊野の山峡でおこなう試みには、地方再生の具体的なヒントに満ちている。(所属等は取材時のものです)



仕事を求めて都会に出た赤阪寅生さんは、定年を前に故郷に戻ってきた。

ナゴヤ文化研究所

ナゴヤ人ならではのふるふるなど、ローカルな魅力溢れる名古屋の情報をお届けします。

ナゴ研
第7回

新型コロナウイルスと名古屋カルチャー

新型コロナウイルスの感染拡大により、名古屋をはじめとする東海圏にお住まいのみなさん、企業のみなさん、お店を営むみなさんなどにも甚大な影響が出ていると思います。私もこのお正月は家族での名古屋への帰省をあきらめて東京の自宅で過ごしました。早く新型コロナウイルスが収束してくれることを心から願っています。

このコーナーでは名古屋のことをずっと考えてきたのですが、最近ひとつの仮説を思いつきました。それは「名古屋カルチャーは新型コロナウイルスに強いのではないか?」ということです。そこで名古屋研究家の川合登志和さんにお話を伺ってみると、「新型コロナウイルスに負けない名古屋カルチャー」の4つのポイントを教えてくださいました。

その1、製造業が多く、雇用が安定していること。とはいえ、新型コロナウイルスの影響はやはりありました。中部地方の雇用情勢は長らく人手不足でしたが、昨年は大幅に悪化しました。東海財務局が発表した2020年4月～6月の愛知、岐阜、三重、静岡の法人企業景気予測調査によると、雇用の過不足感を示す従業員数判断指数は5.5%の「過剰気味」でした。それまでの人手不足が景気の悪化の影響を受けて9年ぶりに「過剰」になったのです。それでも、同年10月～12月の調査を見ると、5.6%の「不足気味」に戻ってきています。雇用の安定は、生活の安定、ひいては心の安定につながります。今後このような傾向が続いてほしいものです。

その2、移動手段の多くが「車」であること。全国的には新型コロナウイルス対策で公共交通機関の利用を避け、車で通勤する人が増加しています。大都市圏の中でも車で通勤する人が多い愛知県は感染リスクを抑えるのに有効だと考えられます。自家用車を持ってなくても、名古屋はタクシーのサービスが発達しているところが心強いですね。

その3、繁華街での人と人の距離が広いこと。100メートル道路に代表される広い大通りと歩道、広々とした地下街など、名古屋はもともと「ソーシャルディスタンス都市」だったと言っても過言ではありません。東京や大阪の繁華街に行くと、人の密集ぶりに驚かされますが、名古屋の繁華街はいつだって広々。現在でも感染対策に注意した上で安全に街歩きを楽しむこともできます。感染拡大期



は家で過ごすことが増えると思いますが、たまには外を散歩したほうがストレス解消にも役立つはず。

その4、「黙食」文化があること。現在は、感染防止のため複数人の夜の会食やランチを控えるように呼びかけられており、「黙って食べる」という意味の「黙食」という言葉が広まりつつあります。名古屋は喫茶店文化が発展していますが、老若男女が一人で入ることができて、スポーツ新聞などが置かれている喫茶店は「黙食」に最適。新型コロナウイルス以前から喫茶店でモーニングを「黙食」していた人も多いと思います。毎週日曜日に喫茶店に行っていた私の家族も、それぞれがマンガを読みながらモーニングを「黙食」していたことを思い出しました。ちなみに「一宮モーニング」を推奨する愛知県一宮市の「一宮モーニング協議会」加盟店100店舗のうち、新型コロナウイルスの影響で閉店した個人経営の喫茶店はゼロなのだそう。

東京にも大阪にもない名古屋カルチャーには新型コロナウイルスに負けない良いところがたくさんあります。これからも各自で感染対策を取りつつ、名古屋ライフを楽しんでいきましょう。



今や全国展開のコメダ珈琲店も名古屋発祥



写真提供
名古屋研究家川合登志和さん



ドラアドリルを手に持つ大山氏

フリーライター
大山 くまお

著書に「中日ドラゴンズあるある」や名古屋文化研究家の川合登志和氏との共著「名古屋あるある」などがあり、昨年、共著『ドラアドリル』シリーズを発売し子供のドラゴンズファン増にも寄与している。孫の顔を親に見せるためと中日ドラゴンズの試合観戦のために名古屋に帰ることの多い(主に後者の理由)名古屋出身、東京在住のフリーライター。

中日新聞・東京新聞 新聞広告受付締切スケジュール

広告原稿の刷り入稿サイズにつきましてはホームページ内の「中日新聞グループ・PDF/EPS広告入稿ガイド」をご確認ください。

締切	4月分	5月分	6月分
第1次 前々月 20日	2/19(金)	3/19(金)	4/20(火)
第2次 前月 10日	3/10(水)	4/9(金)	5/10(月)
第3次 前月 20日	3/19(金)	4/20(火)	5/20(木)
特定面 前月 5日	3/5(金)	4/5(月)	4/30(金)

※当該日が土日祝の場合は繰り上げた営業日となります。