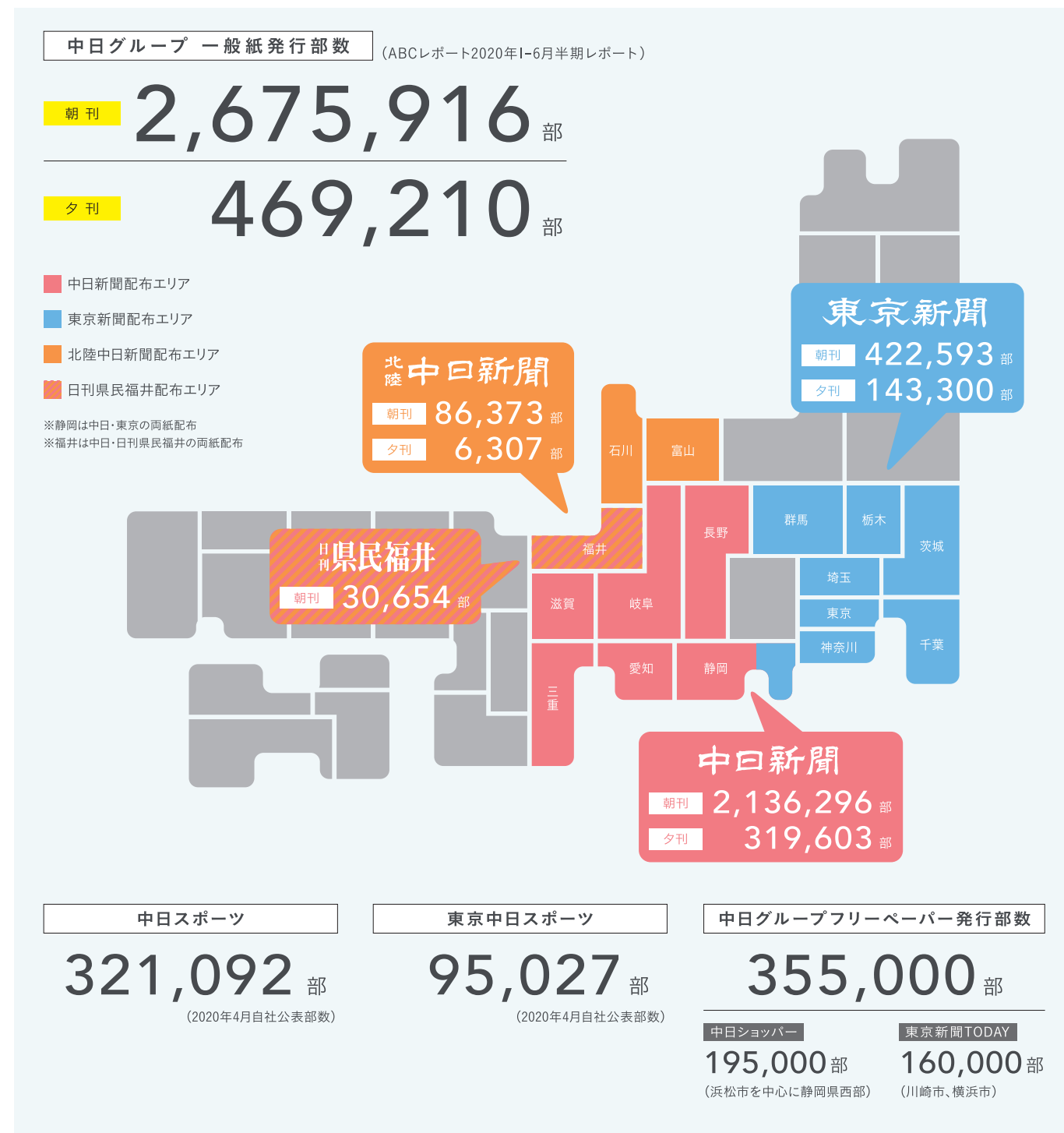




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

大阪支社	〒530-0003 大阪市北区堂島2-1-43	TEL.06(6346)1115
福井支社	〒910-0005 福井市大手 3-1-8	TEL.0776(28)8606
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
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

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

中日新聞
東京新聞

北陸中日新聞
日刊県民福井
中日スポーツ
東京中日スポーツ
中日こどもウィークリー
中日ショッパー
東京新聞TODAY

ダスキンと
無理のない衛生を
一緒に。

INTERVIEW
Kazushi Sumimoto
住本 和司氏
株式会社ダスキン
取締役COO 訪販グループ担当
兼訪販グループ戦略本部長

衛生環境を整え、生活を調律する。

Interview

Kazushi Sumimoto

住本 和司 氏 × Hironobu Kaizo 海蔵 浩展

株式会社ダスキン

取締役COO 訪販グループ担当

兼訪販グループ戦略本部長

Hironobu Kaizo

中日新聞 大阪営業支社 支社長

— お掃除を含めた生活調律を事業の柱のひとつとされている中で、新型コロナウイルスによって御社の事業にはどのような影響がありましたか？

住本 緊急事態宣言の発出によって当社の事業所(店舗・飲食店など)市場においては、自治体からの休業要請によりマットや空気清浄機、浄水器などの定期レンタルの一時的なストップや解約が多発しました。家庭市場では外出自粛や在宅勤務などによってお客様のご家庭を訪問し直接会うことが困難になり、新規顧客の開拓ができなかったことから売上に大きく影響を受けました。このような状況下でしたが、需要が増えた商品やサービスもあります。従来のモップ・マット商品に使用している吸着剤・除菌剤・洗剤について第三者機関の試験によりウイルスが減少することを確認した「レンタル」、手指消毒剤やハンドソープなどの「物販」、担当者が訪問して抗菌・抗ウイルスの施工などを行う「役務」の3つに加えて、これら衛生関連の商品やサービスを組み合わせた「イベント衛生サービス」も新たに展開しました。主に人が多く集まる会場やワクチン接種会場などで、除菌抗菌処理やソーシャルディスタンスのオペレーションといった感染対策の提供を行っています。

— 「ダスキンと無理のない衛生を一緒に。」というフレーズに込められた思いとは？また、ご出稿いただくまでの経緯をお聞かせください。

住本 当社は創業当時の経営理念を表現するスローガンである「喜びのタネをまこう」を事業運営の精神としています。そして訪販グループは、多様化する生活スタイルに合わせて

“お客様の生活・事業にしっかり寄り添い、お客様が必要とするものをお届けすることで、生活・事業のリズムを整えるお手伝いがしたい”という想いを込めて2018年より社会に果たす役割として「くらしのリズムを整えよう」をコミュニケーションワードとして発表しました。そして現下のコロナ禍において生活者・事業者の意識や行動に大きな変化がおり、より衛生的な生活環境や事業運営が求められるようになったことを受け、訪販グループは、事業を通じてより一層のお役立ちを果たすことを使命と考え、「衛生環境を整える」をタグラインとして新設し、タグラインを用いた情報の発信とコミュニケーション活動の展開をはじめました。「喜びのタネをまこう」を実践するためにお客様に衛生で安全と安心をお届けしたい。それが私たちの想いです。世の中にコロナ疲れのムードが広がる中、清潔で衛生的な生活環境を保つためには「無理なく衛生対策」を続けていただくことが大切です。毎日の家事にプラスするのではなく、いつもの家事や掃除で衛生対策ができるアイテムの紹介や、自分では手がまわらないところはプロを頼ってみることを提案を表現したいと考え「ダスキンと無理のない衛生を一緒に」を広告フレーズに採用しました。

— 御社が事業者さんや生活者である私たちの安全と安心をサポートされることで皆が幸せな時間を共有することができそうです。まさに「喜びのタネをまこう」のスローガンに通じますね。ところで、消費者とのコミュニケーションではどのようなことに取り組まれましたか？

住本 まず行ったことは、訪販グループのロゴを「衛生環境を



中日新聞 2021年3月29日朝刊

整える」のタグラインで表現することにより、生活者・事業者に向けて「衛生環境を整える」ことを宣言・約束しました。このメッセージのもと、「衛生」のブランディングを中日新聞社様にもお力添えいただき、新聞広告をはじめテレビ、WEBなどのメディアで展開しました。新聞広告は家庭市場向けの衛生イメージ訴求として4大紙と地方紙の計42紙3,164万部に掲載していただきました。また、お客様のお宅に訪問し現場を支えてくれる「お客様係」には、前向きに仕事に取り組んでいただくため、現場の声や訪問先のお客様とのエピソードなどを集めた動画「いまこそ、ダスキン。」を制作し、コロナ禍で元気をなくしたお客様係に少しでも元気になってもらう取り組みを行いました。

— コロナ禍において消費者の意識や行動にどのような変化を感じておられますか？

住本 年代・地域を問わず手指消毒は定着し、清潔で衛生的に暮らすための生活様式も変わりました。従いまして、私たちダスキンは衛生の分野において生活者の暮らしを守る「信頼のおけるパートナー」であることが求められていると実感しています。その想いを体現するべく、ダスキンの強みである衛生商品やサービスを総合的に提案しているところです。生活者の暮らしや事業者の方々の運営の変化に対応できるように「衛生商品・サービス」をワンストップでパッケージ化して提供しています。

「イベント衛生サービス」というパックサービスは、大勢の人が集まるイベントを衛生的に安心して実施していただけるよう、従来のイベント用品のレンタル・設営だけでなく、衛生マットやサーマルカメラ、手指消毒剤などの商品や清掃、除菌・抗菌施工などのサービスを組み合わせた総合的なサポートで、衛生的かつ安心してイベントを開催していただけるよう、お手伝いをしています。

— 今後の展望をお聞かせください。

住本 日常が大きく変化した状況だからこそ、暮らしや職場を新しい形に修正する、もしくはできるだけ元の形に戻すという「調律する力」が必要ではないかと思っています。この生活・事業環境を適切な状態に整えていく「生活調律」を進めていくために3つの領域に注力してまいります。身の回りの衛生に関する薬剤や商品を展開したり、抗菌加工など専門的なサービスを提供する「衛生領域」、コロナ禍で在宅時間が増加したことを受けて、家事の効率化や仕事と暮らしのマネジメントをお手伝いする「ワークライフマネジメント領域」、これからの日本で深刻化する高齢者のニーズにお応えする「高齢者サポート領域」、これら3つの領域を今後、広げてまいります。

— 本日お聞かせいただきましたお話では、コロナ禍を経験された御社が「我々はどのようなことを提供していけるか」について向き合われ、世に問いかけておられることを実感しました。イベント業界に衛生面から貢献されていることも、御社がこれまで築いてこられた信頼とブランド力によるところが大きいと思います。今後もこの分野で先行して様々なことに取り組んでいかれる御社の姿を私たち新聞社はいかにして読者に伝えるか…。しっかりと考えつつ、これからもお付き合いさせていただければうれしく思います。



株式会社ダスキン
取締役COO 訪販グループ担当
兼訪販グループ戦略本部長

住本 和司 氏
すみもと かずし

1983年(株)ダスキン入社。主力事業であるクリーン・ケア事業部門を経て、イベント用品などのレンタル事業部門、経営企画部門を担当し、現在は、訪販グループ全体の指揮を執っている。

読者が動く

読者を動かす 中日新聞グループのリリース

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。

太陽生命の「いかなキャット」が中日ドラゴンズの「ドアラ」と対面

発祥の地名古屋でPR!『じっは名古屋生まれ』

1893年に創立された太陽生命保険株式会社ですが、名古屋生命として名古屋で誕生したことは意外と知られていません。現在は東京に本社を移しておりますが、じっは名古屋が発祥の地であることをアピールするため、名古屋の人気者である中日ドラゴンズのキャラクター「ドアラ」を起用したプロモーションを展開しました。

紙面では太陽生命のキャラクターである「いかなキャット」と「ドアラ」の手紙のやり取りを表現し、2日間にわたり全面広告で掲載。

SNSでも多くの反響を呼びました。

また「いかなキャット」と「ドアラ」が初対面するプロモーション動画も制作し、WEBやデジタルサイネージで放映したところ、多くの方に視聴頂くことが出来ました。

今後も新聞広告だけでなく、球団やWEBなど中日新聞グループ一体となってクライアントの課題解決に取り組んでいきます。

東京本社 広告二部 佐藤 龍比古



中日新聞・中日スポーツ 2021年5月30日朝刊 15段



中日新聞・中日スポーツ 2021年5月31日朝刊 15段



中日新聞・中日スポーツ 2021年6月22日朝刊 5段



特設WEBページ



ドアラ Twitter

いかなキャットが
ドアラに会いに
生まれ故郷
名古屋へ!!

HEART&DESIGN FOR ALLで ユニバーサルデザインプロダクトを開発

広がれhirariみんなの扇子

2015年9月にスタートした東京新聞のプロジェクト『HEART & DESIGN FOR ALL』では、「誰もが暮らしやすい社会の実現へ」をスローガンに、多様性と包摂性、ユニバーサルな商品やサービスなどについて、様々な企業・自治体・団体の取り組みを紹介してきました。その理念をさらに広げるため、これまでの取材を通して出会った方々とともに啓発ツールプロダクト(製品)の開発に挑戦しました。“片手でひらく、みんなの扇子”「hirari(ヒラリ)」は、

“だれが持っても、ラクラクひらく。すくなく力でもふわっと広がる。ひらいて、ひらひら。みんなが気軽に使える扇子”です。多様性と調和が貴ばれる現在、この扇子がHEART & DESIGN FOR ALLの理念を拡げ、さらなる出会いが、末広がりにつながっていくことを願っています。

東京本社 ビジネス開発部 家田 良二



片手でひらく、
みんなの扇子
「hirari」
(ひらり)



東京新聞 2021年2月3日朝刊 15段



東京新聞 2021年4月22日朝刊 15段



東京新聞 2021年8月1日朝刊 15段

H&D
6周年記念



HEART & DESIGN FOR ALL@ミライロハウス

(丸井錦糸町店)

2021年6月28日～7月11日 紙面展示、hirari展示販売



【特別企画】
東京新聞公開取材
ミライロ社長&製作者座談会

「hirari」展示イベント
開催中!

※営業時間等に変更がある場合があります。

TOKYOエシカルマーケットinコレド室町3

2021年8月5日～31日まで

ぜひ会場で手に取り、
使いやすさを体験してください。

【読者モニターの見解】

- 嘘のように滑らかに開き、柔らかく動かすだけでいい風がきます。前腕に慢性的な痛みがありますが、気になりません。
- 片手でも開閉しやすい誰でも使えるデザインの追求と、作り手さんたちの生きがいに繋がっているのは本当に素敵なプロジェクトだった。

- 障害のある方の自立支援にもなるというのがうれしいことだと思いました。
- SDGsの17の指標に示された課題をいくつもクリアしている製品だなと思いました。

2021 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

岐阜県の道の駅数は全国で2位

地域の観光拠点として、道の駅は目的地化へ

全国の道の駅は、1,193駅へ

国土交通省が登録する「道の駅」は、今年6月の第55回登録で、合計1,193駅(今回登録された今後開業する6駅含む)となった。道の駅は、1993年の制度創設(第1回登録は103駅)以来、四半世紀を経過しており、同省では2020年からは第3ステージ「地方創生・観光を加速する拠点」として位置付けている。

実際、ここ数年、各地に誕生する道の駅は、いずれも様々な特徴ある機能が充実していることから人気を呼んでいる。地域における商業・レジャー拠点としてのみならず、広域からの観光拠点となっており、休憩の立寄りのな位置づけから、観光の目的地化している。

道の駅の主な登録要件は、①無料で24時間利用可(十分な駐車場、清潔なトイレ、子育て応援施設)、②道路及び地域情報提供施設の設置、③文化教養施設、観光レクリエーション施設などの地域振興施設の設置、④主要経路のバリアフリー化などであるが、最近では、特に③の施設の充実が観光の目的地化へと導いている。

都道府県別の道の駅数を見ると、1位は北海道の129駅、2位は岐阜県の56駅となっており、岐阜県は過去10数年にわたって、全国2位の道の駅数を維持している。上位に位置する北海道、岐阜県、長野県、新潟県、岩手県などは、面積が広いということもあるが、いずれも観光が盛んな地域であり、ドライブ観光を主とする地域特性も表れている。

東海エリアの道の駅

東海エリアの道の駅は、岐阜県が56駅、静岡県が25駅、愛知県、三重県がそれぞれ18駅と、合計で117駅であり、全国の約1割を占める。この4年間では、5つの道の駅が誕生しており、直近では愛知県設楽町に「道の駅したら」が開業したのが話題だ。コ

ロナ禍における開業となったが、開業当初から多くの人を訪れている。

「道の駅したら」は、愛知県と岐阜県の県境に向かう国道257号沿いに位置し、周辺の美しい森林に囲まれた山里地域にある。施設は、食堂と物販店のほか、地域振興施設として「奥三河郷土館」がある。郷土館は旧郷土館を新築移転したもので、奥三河地方ならではの地域文化を伝える展示がされている。森林地域らしく、ヒノキを使った建築が美しく、国道からも目を惹く。また、廃線になった電車の車両が展示されたり、日本酒造りを体験できる施設も併設されるなど、設楽町ならではの特徴が見られる。

愛知県では、2019年5月開業の「道の駅とよはし」以来であるが、同施設も、既設の農産物市場との併設効果もあり、2年経過した今も人気を維持している。同駅を拠点としたサイクリングや電動バギー(ネクストクルーザー)を使った自然体験ツアーなども行われており、観光目的地かつ観光拠点としても機能しはじめている。

創設四半世紀を経た道の駅は、観光拠点として、また防災拠点としても注目されており、今後さらに進化していく可能性はある。

田中 三文

たなか みつふみ

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



■都道府県別「道の駅」登録箇所(2021年6月11日現在)

(単位:箇所)

順位	都道府県	駅数	順位	都道府県	駅数	順位	都道府県	駅数	順位	都道府県	駅数
1	北海道	129	12	愛媛県	29	25	埼玉県	20	36	岡山県	17
2	岐阜県	56	12	鳥根県	29	25	滋賀県	20	36	福岡県	17
3	長野県	52	15	青森県	28	25	広島県	20	39	富山県	16
4	新潟県	41	16	石川県	26	28	宮城県	18	39	奈良県	16
5	岩手県	35	17	栃木県	25	28	愛知県	18	41	茨城県	15
5	福島県	35	17	静岡県	25	28	三重県	18	42	長崎県	11
5	和歌山県	35	17	大分県	25	31	福井県	18	43	大阪府	10
5	兵庫県	35	20	高知県	24	31	京都府	18	43	沖縄県	10
5	熊本県	35	20	山口県	24	31	香川県	18	45	佐賀県	9
10	秋田県	33	22	鹿児島県	22	31	徳島県	18	46	神奈川県	4
11	群馬県	32	23	山形県	21	31	宮崎県	18	47	東京都	1
12	千葉県	29	23	山梨県	21	36	鳥取県	17		合計	1,193

出典:国土交通省Webサイトを基に作成

■東海エリアの新規オープン「道の駅」(2018年以降)

県	名称	所在地	併用開始
愛知県	したら	設楽町	2021年5月13日
静岡県	伊豆月ヶ瀬	伊豆市	2019年12月14日
愛知県	とよはし	豊橋市	2019年5月26日
岐阜県	パレットピアおおの	大野町	2018年7月11日
三重県	熊野・板屋九郎兵衛の里	熊野市	2018年4月7日

出典:国土交通省Webサイトを基に作成



今年5月に開業した「道の駅したら」

探訪記

東海エリア



文・写真/増田 幸弘(編集者)
[和歌山県 新宮市]



新宮城跡から新宮の街を一望する。熊野川と山のぎりぎりまで家並みが三角形に広がる。

路地の街の大きな変化

はじめて新宮を訪れたのはミカンの季節で、路上で売る人が目についた。朝市というわけではなく、年配のミカン売りが点々と座り込んでいた。たしか大きな黒いゴミ袋いっぱいに入って500円で、ずいぶん安かった。その光景を見て、新宮で生まれ育った作家・中上健次(1946-92)が街を路地でとらえた目線に通じる匂いを感じた。産地なのでおいしいにちがいないと、一袋、買った。もぎたてなのか、ずいぶん鮮烈で、そして甘かった。このわずかな経験が、通りすがりの街を記憶に刻み込んだ。

四半世紀ぶりに新宮を訪れたのは、同じミカンの季節だった。またミカンを買おうと楽しみにしていたが、路上のミカン売りは見当たらなかった。その代わり、ミカンを売るお店がいくつかあった。全国展開するコンビニや飲食店も目につき、路地の街は都会の装いを身にまとい、ありふれた郊外になっていた。かつて感じたにぎわいもなく、なにかが大きく変質したように思えた。しかし、よそ者にはなにがどう変わったのか、よくわからない。一時は和歌山県でいちばん大きかったショッピングセンターができ、人の流れが変わったのだろうとしか思い当たらない。

「根本的な原因はなんといっても人口の減少です。私が子どもだった50年近く前、商店街はいつもにぎわっていました。映画館も4軒ありました。日本全国の地方都市はどこも似たような状況ですが」

新宮にほど近い串本町出身の編集者・河野和憲さんは言う。改めて新宮市の人口を調べて驚かされた。1995年の新宮市の人口は3万6273人であったのに対し、2020年は2万6829人とこの25年で1万人も減少しているのである。この間、日本の総人口は1億2557万人から1億2622万人(ともに国勢調査)へ、少子高齢化のなかでも実は65万人あまり増えているのだから、問題は新宮のような地方の街に偏っているのがわかる。

新宮は総務省の過疎地域自立促進特別措置法で「過疎

地域」に指定されるが、全国1741市町村のうち647市町村もある。さらに25市町村を「みなし過疎」、145市町村を「一部過疎」とし、およそ半数で過疎が進む。過疎より衰退という言葉のほうが現状に即している気もするが、さまざまな施策もなかなか功を奏さないできた。

新宮は熊野川の水運を利用した山峡の集積地として発展し、1946年に生まれた中上が新宮に暮らした時期、3万8931人(1947年)から4万5666人(1960年)と住民がピークを迎える。作品を形成する裏に、勢いのある街があった。1府7県で159店舗を展開するスーパー「オークワ」が新宮で創業したのもこの時期の1959年で、最初は「主婦の店」といった。「新宮の商圈は三重県の熊野市から和歌山県の串本町あたりまでに広がりますが、身の回りのモノを買うのは新宮、大きなモノやブランド品の買い物なら田辺というところでしょうか。新宮は関東方面に木を売っていた歴史もあって東京への意識が強いのに対し、田辺は目が関西に向いています」

都会的な印象は田辺のほうが強いが、新宮には熊野に根ざす文化の香りがするとの地元感覚があるとも河野さんは言う。実際、新宮界限の出身者には作家や文化人が多い。中上健次のほか、作家の佐藤春夫(1892-1964)、文化学院の創立者である西村伊作(1884-1963)らが知られる。



新宮城の古びた石段に歴史を感じる。「丹鶴城」との異名も。天守再建を含む再建計画がある。

01 中日新聞朝刊 | 中日グループの様々な媒体を活用し地元での広報活動を展開

ファーマライズ薬局中日病院店OPEN!

〈大阪支社 広告部 青木 俊輔〉

6月、ファーマライズ薬局が名古屋の中日病院に院内薬局を開局するにあたり、中日グループの様々な媒体を活用した広告を展開しました。まず「ファーマライズ」の認知度向上を目指し、3月に中日新聞・東京新聞・北陸中日新聞・日刊県民福井の4紙で、15段のトップインタビューを掲載。ファーマライズ薬局の特徴などを広く発信しました。

掲載前後には「中日新聞Webプレゼントコーナー」のアンケート機能を活用。東海圏においての同社の認知度を確認するとともに、広告掲載による認知度向上を可視化しました。

開局前日の内覧会に向けては折込広告を制作し、病院周辺に配布。開局当日の6月1日には開局広告を掲載しました。また同日の「バンテリンドーム ナゴヤ」での中日×ロッテ戦を「ファーマライズ薬局 健康サポートマッチ」と銘打ちスポンサーゲームを行いました。

来場者には同社グループのイメージキャラクター「ニャーマライズ先輩」を記載した消毒シートをサンプリング。試合前や試合中には106ビジョンにて、スポンサーゲームに合わせて制作したCMを公開。来場者にファーマライズ薬局を大々的にアピールしました。試合翌日には同社社長が行った始球式などの模様が社内モニターに流れ、「会社が明るくなった」との評価もいただきました。

今回、新聞・Web・折込広告・スポンサーゲームと中日グループのあらゆる媒体を活用しました。今後も新聞広告に留まらず中日新聞グループの媒体力を活用することで広告主が「やって良かった」と思える広告活動を展開していきます。

バンテリンドーム ナゴヤの
106ビジョンにて、
制作したCMを放映

中日
ドラゴンズ
スポンサー
ゲーム

来場者に、
ファーマライズグループの
イメージキャラクターを
デザインした消毒シートを
サンプリング

02 中日新聞朝刊 | withコロナ時代におけるフレイル・認知症予防を啓発
「第32回日本老年学会総会」対談企画

〈名古屋本社 広告二部 菊田 圭祐(現:岐阜支社広告部)/名古屋本社 広告二部 長津 政宏〉

2021年6月11日(金)～7月4日(日)の間にて、「第32回日本老年学会総会」が事務局:名古屋大学大学院医学系研究科、総会会長:井口昭久教授(名古屋大学名誉教授・愛知淑徳大学教授)の元、地元開催されました。「成熟社会への課題～高齢者は幸せになったか～」をテーマに、各領域の専門家が集い、議論が交わされる本学会の趣旨を、高齢者の多い新聞読者に向けて広く啓発するため、学会の企画・運営を取り仕切るコンベンション会社に直接交渉。総会会長 井口昭久教授と国立研究開発法人国立長寿医療研究センター 大島伸一名誉総長による、高齢者医療の現在と未来を議論する対談記事広告の出稿を獲得しました。対談に併せ、新型コロナウイルスによりWEB開催となった市民公開講座の告知および視聴誘導(メルマガ配信、問い合わせ対応等)も中日新聞にて実施。紙面掲載のみならず立体的なサポートを行い、広告主にも満足いただける結果となりました。

03 中日新聞朝刊 | 国内最大規模の国公立大学病院と地域の医療機関を紹介
「明るい未来を切り拓く」名古屋市立大学の3大学病院誕生

〈名古屋本社 広告二部 菊田 圭祐(現:岐阜支社広告部)〉

2021年4月、名古屋市立東部医療センター・西部医療センターが、公立大学法人名古屋市立大学医学部附属の病院となりました。3病院合わせ約1800もの病床数となり、国公立大学病院群としては国内最大規模です。3病院体制でより質の高い医療を地域に提供する。新しい「名古屋市立大学病院」を読者に向けて紹介してはと名古屋市立大学に直接提案しました。また、関係病院やクリニックの名刺広告を掲載するために、中日アド企画の協力を得て営業を開始、最終的に130件を集めることができました。上の記事部分では3つの大学病院が誕生したメリットや地域の医療機関との連携の可能性等を紹介、下は130件の名刺連合でボリューム感のある30段二連版を作り上げることができました。



中日新聞 2021年3月29日朝刊 15段
東京新聞、北陸中日新聞、日刊県民福井併載



中日新聞 2021年6月1日朝刊 5段
北陸中日新聞、日刊県民福井併載

折込
広告

内覧会に
合わせて
中日病院の
周辺に配布



中日新聞 2021年7月17日朝刊 30段

関係病院、クリニック
130件の名刺広告

04 中日新聞(東海本社版)朝刊 | まちの「節目」のニュースを新聞でしっかりお届け

浜松市市民音楽ホール(サーラ音楽ホール)/浜松市制110周年特集

〈東海本社 営業局 広告部 鷹野 正道 / 村木 志寿子〉

東海本社では6、7月に2つの大型特集を掲載しました。一つ目は浜松市市民音楽ホール(サーラ音楽ホール)開館特集。主に市民の音楽活動や学習成果の発表の場として期待される同ホールのオープンを記念して、本紙内4ページの特集を掲載しました。施設の概要や館長インタビューを掲載したほか、ネーミングライツを持つサーラグループ、運営団体である浜松市文化振興財団のほか、楽器メーカーや楽器店から協賛を得ることができました。

「サーラ音楽ホール」開館 4ページ特集



中日新聞(東海本社版) 2021年6月1朝刊

浜松市制110周年 8ページ特集



中日新聞(東海本社版) 2021年7月1朝刊



中日新聞(東海本社版) 2021年7月2朝刊

05 中日新聞(西三河版)朝刊 | 碧海地域を潤した「明治用水」

岡本兵松生誕200年記念企画

〈名古屋本社 三河アドセンター 高木 悠(現:東京本社 出版・エンタテインメント広告部)〉

草原や小松原が広がる碧海郡は水不足で争いの絶えない地でしたが、明治用水の整備によって日本デンマークと呼ばれるまでに農業が発展しました。この明治用水開発の功労者、岡本兵松が今年で生誕200年を迎え、安城通信局の四方記者によって記事として取り上げられました。

岡本兵松は成し遂げた偉業に対して地元西三河エリアでも未だ知名度が低く、西三河版の広告企画としても改めて情報発信したいと考えました。兵松の銅像が立つ安城市石井町の岡本兵松生誕200年実行委員会も巻き込み、記事広告9段+連合広告6段の15段紙面を企画。当初はコロナ禍もありセールスに苦戦する

広告特集 西三河版 15段



中日新聞(西三河版) 2021年6月5朝刊



中日新聞(西三河版) 2021年4月6朝刊

西三河エリアのJAほか
12社が紙面協賛

06 中日新聞(岐阜版)朝刊 | 岐阜県西濃地方が舞台の地方創生ムービー
出資映画「ブルーヘブンを君に」関連特集

〈名古屋本社 広告一部 仲家 祐未〉

岐阜を舞台にした地方創生映画「ブルーヘブンを君に」は、製作発表のあった2018年からコロナ禍を経て、ようやく本年6月11日に全国公開となりました。

公開前特集として、夕刊にて対談企画を実施。主演の由紀さおりさんと、主人公のモデルとなった実際に青いバラ「ブルーヘブン」を岐阜県大野町で作り上げた育種家・河本純子さんに映画への思いを語っていただきました。

また6月2日が「ローズの日」であることから、バラをテーマにした企画を実施。バラに関する豆知識をカットに盛り込みつつ、同じく

バラの育種家が主人公のフランス映画「ローズメイカー」も企画に取り込みました。

岐阜支社にも協力いただき、岐阜版にてロケ地マップ企画も実施。直近の舞台挨拶の情報も載せつつ、各自治体の撮影場所を紹介しました。

文化センターでのポスター掲出や中日新聞クラウドファンディング「夢チューブ」を使って映画の応援者を募集するなど、様々な中日の財産を活用して映画を盛り上げました。



中日新聞 2021年6月10日夕刊 10段



中日新聞(岐阜版) 2018年12月4日朝刊

映画製作
発表記事

中日新聞
クラウドファンディング
「夢チューブ」を使って
映画の応援者を募集



主演
由紀さおりさん
×
育種家
河本純子さん
対談企画



中日新聞 2021年5月28日夕刊 10段

6月2日は
「ローズの日」
バラ企画

バラの豆知識と
バラをテーマにした
2作品を紹介

ロケ地マップ
企画



中日新聞(岐阜版) 2021年6月4日朝刊 15段

TOPICS トピックス

01 中日新聞教育プロジェクトSDGs出張授業
中学1年生が楽しく学んだ経済のしくみー名古屋市立日比野中学校ー

名古屋本社 広告二部 緒方 真晃

6月25日に名古屋市立日比野中学校(熱田区)の1年生全員を対象に、SDGsに取り組む企業と教育現場をつなぐ「中日新聞教育プロジェクト@SDGs出張授業」を開催しました。「金融リテラシーを高める」をテーマに、『みんなの経済カードゲーム』を使い、クラス対抗で競いながら、経済のしくみを学習。経済を学ぶのは初めてという生徒たちは、ゲームが始まる

とすぐにグループで話し合い、積極的にカード交換を開始!グループ同士で協力し“合同会社”をつくるなど、自由な発想で取り組みました。安藤証券の竹内さんは、「ヒト・モノ・お金で成り立つ経済。自分の生活にどれだけ関わっているか考えていってほしい」と呼びかけ、生徒たちも真剣に聞き入っていました。



中日新聞 2021年7月22日朝刊 5段

クラス対抗
みんなの
経済カードゲーム
に夢中になる
生徒たち



内田 颯真さん
日比野中学校1年

なかなか触れる機会のないテーマでしたが、自分たちに深く関わり、地域や国の発展につながる大切なことだと改めて感じました。将来は、経済を発展させ、社会に貢献できるような仕事ができればと思います。

竹内 りさん
日比野中学校1年

授業だと堅苦しくなりそうなテーマも、遊びを通して、みんなで楽しく学ぶことができました。これまであまり関わりがないと思っていましたが、今後は経済にも意識を向けて生活していきたいです。

大野 英一先生
日比野中学校
第一学年主任

子どもたちにわかりやすく説明するのが難しい「経済」。ゲームという形で、体感的な理解を促すことができました。SDGsや職業適性にも触れられ、今後につながるキャリア教育になったと感じています。

竹内 麻里子さん
安藤証券
営業企画部

子どもたちにとって、お金と自分のつながりがわかる場となったと思います。弊社も子どもたちの学びに貢献することでSDGsへの取り組みを進めていきたいです。今回は、証券会社の存在を知っていただける貴重な機会となりました。

SDGs出張授業の
様子はYoutubeにて
公開中



ナゴヤのシンボルがまちを元気に！ 「名古屋城金シャチ特別展覧」企画

名古屋本社 広告三部 高橋 ゆい

新型コロナウイルス感染症の終息を願い、4月10日から7月11日まで栄の「ミツコシマエ ヒロバス」で「名古屋城金シャチ特別展覧」が開催されました。名古屋のシンボル、名古屋城の金シャチが地上に降り立ち、直接触れることができるというイベントです。この主催事業を盛り上げるべく、市民版で企画を掲載しました。2018年6月名古屋城本丸御殿が完成した際に掲載した、「本丸御殿完成公開企画」の続編として、名古屋を元気にしたいという思いを込めています。

新型コロナウイルス感染症が蔓延してから観光業は大打撃、どこも苦しい状況が続いています。5月には愛知にも緊急事態宣言が発令され、徐々に来場者も減っていましたが、企画掲載後、宣言が解除されたことも後押しし会場は初日並みの賑わいを見せました。新型コロナウイルスが終息を迎えるのはもう少し先になるかもしれませんが、少しでも人々の心が明るくなりますように。今後も楽しい話題を提供していきたいと思っています。



中日新聞(市民版) 2021年6月18日朝刊 15段

名古屋城
金シャチ
特別展覧



中日新聞(市民版) 2018年6月8日朝刊 15段

名古屋城
本丸御殿
完成



会場となった栄の「ミツコシマエ ヒロバス」



来場8万人突破！おもてなし武将隊と記念写真



尾張名古屋は城でもつ。
その名古屋城大天守に輝く金シャチは、
名古屋のシンボル中のシンボルです。



名古屋城金シャチ特別展覧開催記念イベント「金シャチさん、ありがとう」

ナゴヤ愛はどこにある？

第3回 400年前から来たTikToker

空前の歴史ブームです。週末には日本中の城に歴女たちが押し寄せます。そのブームに一役買っているのが戦国武将などに扮して観光PRを行う武将隊です。その先駆けの「名古屋おもてなし武将隊」は2021年で活動12周年。

武将6名+陣笠隊4名の10名で行う華麗な演武やコミカルな寸劇は高いエンタメ性で見ると魅了します。

昨年からのコロナ禍で、武将隊の活動はどのように変わったのでしょうか？緊急事態宣言中で、武将隊が「おもてなし」を行う名古屋城は土日閉園という状況の中、武将隊の「顔」ともいえる織田信長公と陣笠隊最長の10年目を迎えた踊舞さんにお話を伺いました。

コロナ禍で大変だったことは？という問いには「我らの仕事は名古屋城を訪れる者に『おもてなし』をすることじゃが、活動が『全否定』されたのがこのコロナ禍であった」と信長公。

お客さまを握手や会話でもてなすことが難しくなり、移動もできず、イベントが軒並み中止に追い込まれたことで、どう活動すべきか模索する日々が続きました。

そんな中で活路を見出したのがSNSの活用です。Twitterから始まりYouTubeの動画を経て、ついにはTikTokまで開始。

彼らはそもそも、ナゴヤを世界一の観光都市にすべく、400年前より蘇った人々。スマホは「カラクリ」、写真は「写し絵」と言葉はクラシカルです。しかし信長公が「わしは400年前から新しもの好きだったのじゃ」とおっしゃる通り、感覚までクラシックではありません。信長公が現代に生まれていたら、誰よりも早くスマホを使いこなしていたことでしょう。私は拙著『ナゴヤ愛』に葛飾北斎は江戸のYouTuberだと書きましたが、気の短い(失礼)信長公はまさに戦国のTikToker。

信長公曰く、名古屋城が武将隊の店舗だとすれば、TikTokは訪問販売のようなもの。武将隊を知らない人の玄関を叩いて扉を開けてもらイメージだそう。

今までは名古屋城やイベントに来てくれる人にしか伝えられなかったナゴヤの魅力を、SNSなら全国、いえ全世界に発信できるのです。考えようによっては、コロナ禍によって大きな可能性に気づかされたと言えるかもしれません。



▲取材中もこの型を崩さないお二人



陣笠隊の踊舞さんは華麗に舞う大道芸人。人を楽しませたという芸人魂から、TikTokも1日3回せつせと投稿。その結果フォロワー数4万人を超え、今では踊舞さんはすっかり「てつとつく(TikTok)の人」として有名に。TikTokで踊舞さんを知り、名古屋城に来てくれる人も増えているとのこと。

コロナが収まったら何をしたいですか？との問いには、名古屋城で10人全員そろって演武がしたいと即答。以前は月に一度は全員演武を行っていたのがこの1年以上、まったくできていないのだそう。

今後力を入れたいことは「名古屋城の魅力発信」です。復元工事が進む名古屋城では、木造の本丸御殿が数年前に完成。ヒノキは経年変化して色が濃くなります。明るい色の木肌を見られるのはほんの数年、城の長い歴史の中で創建時の武士階級と現代に生きる我々だけなのです。これはまたとない貴重な機会であると信長公。なるほど、面白い視点です。確かにその通り！今ならまだ間に合います、名古屋城へ急げ！です。

信長公は「街道の交わる笹島に城を建てたい」、踊舞さんは「10年記念の踊舞カルタをつくりたい」など、野望は尽きません。コロナ禍を逆手に武将隊の快進撃は続きます。

(写真撮影：宮田雄平)



▲TikTokは武将隊流・訪問販売？



▲マスク姿が見られるのも今だけ！



新刊『ナゴヤ愛』
発売時の
インタビュー動画

TikTok

織田信長 (@odanobunaga0512)
足軽の踊舞(とうま) (@toma1560)



イラストレーター&文筆家&漫画家

陽菜 ひよ子 Hina Hiyoko

愛知県清須市生まれ。3歳より名古屋市在住。関西に2年、関東に14年住んだのちUターン。2006年『やさしい写仏めり絵帖』(ダイヤモンド社)、2015年『アトビーの夫と暮らしています』(PHP研究所)、2020年『ナゴヤ愛』(秀和システム)を出版。イラスト実績はNHKテレビ番組・書籍・広告・新聞小説・自治体・イラスト講師など多数。

中日新聞・東京新聞 新聞広告受付締切スケジュール

広告原稿の刷寸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	10月分	11月分	12月分
第1次 前々月 20日	8/20(金)	9/17(金)	10/20(水)
第2次 前月 10日	9/10(金)	10/8(金)	11/10(水)
第3次 前月 20日	9/17(金)	10/20(水)	11/19(金)
特定面 前月 5日	9/3(金)	10/5(火)	11/5(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。