

AD FILE

No.
367
平成31年
3・4月号

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
中日こどもウイークリー^ー
中日ショッパー
東京新聞TODAY



地域に根ざしたサービスで
課題解決を



Yutaka Sakai

酒井 勇孝 氏

トヨタ自動車株式会社／国内営業部 地区担当員 担当部長

地域に根ざしたサービスで 課題解決を

Interview

Yutaka Sakai

酒井 勇孝 氏 × 熊谷 好真

トヨタ自動車株式会社
国内営業部地区担当員
担当部長

Yoshimasa Kumagai

中日新聞
東京本社広告一部部長

1990年入社以来主に国内営業部門を担当し商品企画、オール
トヨタ販促企画、需給業務を経験。中国地区、関東地区の地区
担当員を経て昨年より現職。



— 15段4ページの広告は大きな話題を呼びました。今回、新聞広告の活用に至った経緯を教えてください。

酒井 昨年1月にトヨタ自動車の国内営業体制が地域ごとの地域営業部体制に変わりました。それまではトヨタ、トヨペット、カローラ、ネッツのチャネル(系列)ごとに区切られていたものが、県単位で4つのチャネルを担当するようになりました。理由は二つあります。モビリティサービスカンパニーへ変わるのは地域に根ざした取り組みが必要です。地域を一番知っているのは販売店さんですので地域全体の課題、その中でもクルマとの関わり方に関する課題について販売店さんと共に取り組んでいこうというのが一点。もうひとつは地域に合わせた販売施策をタイミングで打っていくことが、これからは求められるだろうということ。地域を考えていくことが必要だということですね。媒体として中日新聞を選んだのは、愛知県で圧倒的なカバー率があることが理由です。

— 15段4ページ・全60段でこのクリエイティブとなるとかなり思い切った決断が必要だったのではないでしょうか。

酒井 どちらかというと販売店さんの希望が大きかったですね。トヨタ自動車は将来的に4チャネル併売化する方針ですが、足下におけるそれぞれのチャネル基軸車種の増販を狙いました。一発で打ったほうがインパクトもあり、新たな挑戦の意味もあります。また愛知県にある販売店12社を表

現した「AICHIオールスターズ」はアイコンとしてこれからも継続的に使っていきたいと思っています。

— お客様や販売店さまからの反響・評価についてお聞かせください。

酒井 販売店さんからの評判がすごくいいです。販売店さんによっては新聞を商談スペースに置いて、話のきっかけにしていただいている。新聞を見てお客様がいらっしゃったケースもあったと聞いています。毎週シリーズでやっていたら、ここまで反応は無かったのかもしれません。それだけ目立っていました。これだけやってもらって我々も頑張ろうというインナー効果もありました。ポスターにしてオフィス内で貼っているのですが、愛知県ではこういうことをやっているとアピールにもなる。他県の担当員も知ることで刺激になっています。

— 愛知の地域特性や販売情勢についてお聞かせください。

酒井 競争は販売店間でも非常に激しい。それだけに今回初めて12社が一緒に出稿できたのは大変大きな意義がありました。愛知県の12社はAICHI脱ワーストキャンペーンもやっています。また、みんなのメダルプロジェクトも全国で愛知県が一番集まっています。トヨタ自動車としてやっていきたいことに関して非常に前向きにやってくださっている販売店さんが多い。競争は激しいですが、競争と協調のバランスがいい地域だとも言えます。

また、販売情勢に関しては、販売台数は愛知県がダントンに1位ですし、販売店数も12社と全国一。全国で約1割を愛知県だけで販売しています。そのため、影響力は非常に大



中日新聞 2019年1月11日、2月1日 朝刊

トヨタ自動車販売店の基軸車種4種(クラウン、ハリアー、カローラ、ヴィッツ)の広告。全段見開き×2=4面連続で紹介し大きな反響を集めた。

きいですし、販売店さんにも日々、いろいろな努力をしていただいている。

— 「100年に一度の大変革期」と自動車業界は言われていますが、日々現場をご覧になって、これからの「クルマと人との関係」について感じておられることはありますか。

酒井 トヨタ自動車の課題の一つは、若い方との接点がなかなかつかめずにいることです。トヨタ自動車の定額制サービス「KINTO」やシェアリングなどを通じて、これまでクルマに触れていない人にもいろいろな使い方をしていただきたい。過疎地域におけるクルマとの関わり方も一緒に考えていかなければならぬ時期だと思います。実際に販売店の中には、地域の祭りにおいて、会場までの送迎サービスを行政と連携して行っている販売店さんもいらっしゃいます。そういった新たなクルマとの関わり方を考えていかなくてはいけないと思っています。

— 中日新聞も地域密着が生命線です。扱う商品はクルマと新聞で違いますが、地域との接点は大事ですね。

酒井 これからは地域の生活に根ざしたサービスを考えいかないと。クルマを売るだけではなく販売店のあり方が変わっていくのではないかと思います。

— 今後のキャンペーン展開や施策についてお聞かせください。

酒井 10月には消費税増税が控えています。メーカーとしてクルマを買いやすい施策を考えいかなくてはなりません。もう一つは地域に根ざした販売店になっていかなくてはならないということです。実際、販売店さんが地域のために今もやってくださっていることを、いろいろなお客さまに伝えていくことも私の役割です。「AICHIオールスターズ」は頑張っている、と地域に伝え、ファンづくりのきっかけに

なるようなことをやっていきたい。地域に根ざし、地域で一番いいお店だとお客様に思っていただくことが大事だと思います。

— 新聞広告のみならず、ドラゴンズを含めた中日新聞の資産を使っていただき、御社の課題解決に貢献したいと思っています。2月1日に掲載した小笠原慎之介投手のインタビュー記事の反響はいかがでしたか。

酒井 小笠原投手にクルマの魅力を語っていただき、若い世代へ良いアピールになりました。中日新聞さんは地域に根ざした媒体なので、本当にやりやすい。こういった企画もリーチが高く、費用対効果も大きいと考えています。

— 今後の新聞広告へのご要望をお聞かせください。

酒井 地域での取り組みの中で一緒に見えるものがあればお願いしたい。特に10月以降、クルマの需要への雰囲気づくりにご協力いただきたいと思います。こちらも教えていただきたいことがいっぱいあります。今後ともよろしくお願ひいたします。

— 本日はありがとうございました。



中日新聞 2019年2月1日 朝刊

中日ドラゴンズの人気、実力とともに備えた若手注目株選手、小笠原慎之介投手に登場いただき、クルマや運転についての夢や希望を語ってもらうことで、免許を持っていない若い世代にも自動車の魅力がアピールできた。

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。

新聞でファンから「ありがとう」のメッセージ！

夢チューブ「中日ドラゴンズ引退 三選手記念特集」



中日スポーツ 2019年3月2日 岩瀬投手



中日スポーツ 2019年3月3日 荒木選手



中日スポーツ 2019年3月24日 浅尾投手

2018年シーズンをもってプロ野球の現役生活に幕を下ろしたドラゴンズの功労者岩瀬仁紀、荒木雅博、浅尾拓也の三選手の引退記念特集を初めてクラウドファンディング「夢チューブ」※を使用して実施しました。

中日スポーツに名前掲載に加え、記念フェイスタオルやTシャツなどをセットにしました。グッズチームが作ったオリジナルグッズや関係

各所の努力が奏功し、さらにはSNSでのPRが実り少しづつ件数を積み上げることができました。

最終的には三選手あわせて1,852件800万円超の資金が集まり、パネル化した紙面は選手ご本人にもお渡しすることができました。

※夢チューブがvisa、masterのみ対応のため、現金書留での受付も併用しました。

名古屋本社スポーツ部 小西 秀樹

月刊Grun×夢チューブ「楳崎の1冊」 ～ナラ1プロジェクト～

月刊グラン編集部との雑談レベルの会話で、どこの出版社からも楳崎正剛選手の引退記念本が出る予定がなく、作りたいけど社内で稟議を通すのが厳しいという話が出ました。中日スポーツでの引退記念特集をクラウドファンディングで実施を持ちかけたところ、そうであればいっそ本を作りたいとの話につながりました。

グランパス、楳崎選手が所属する事務所にも話を通し、現在、本人監修のグッズも制作中で、参加者は800人を超えたところです。

最終的には1,500人を超えを目標としており、金額規模ではすでに夢チューブを代表するプロジェクトになっています。



楳崎正剛コンプリートブックに限定グッズなどをセット

夢チューブで
絶賛募集中!
5月8日まで

東京すくすく ハーフバースデーイベント

「すくすく茶話会」開催!!

東京本社が局を横断して運営する子育てサイト「東京すくすく」が昨年9月にオープンしてから3月で誕生半年を迎えました。

子どもが生まれてから半年の日を「ハーフバースデー」として祝うことにならみ、ハーフバースデー記念事業を立案。イベントの狙いは、サイト閲覧者と実際に接することで今後、東京すくすくの継続的なファンとなってもらうこと。未熟なサイト故、集客に不安がありましたが、ふたを開けてみれば定員の1.5倍の応募がありました。

イベントは子ども連れの参加者に快適に過ごしてもらえるよう最大限の配慮を払うため、東京家政大学ヒューマンライフ支援センターに多大なるご協力をいただきました。同大学が板橋区の委託事業として運営する子育て広場「森のサロン」を託児室として活用。イベント会場では保育士職員や学生ボランティアの方々にキッズスペースの運営をしていただき、親も子も安心して楽しめる

スペースを提供することができました。

日頃自分の時間を作りにくい母親がほっとできる時間を提供するため、子どもが騒いでもOKな映画上映会と東京すくすくに子育て日記を連載中のミュージシャン、坂本美雨さんのトークショーを実施。坂本さんの子育て秘話に共感する多くの母親がうなずき笑顔になる様子が見て取れました。

来場者アンケートからも、「映画を子ども連れでみることができてとても素晴らしい機会でした」「子連れでこんなに楽しめるイベントに参加できて、とても充実したひとときでした」など、満足度の高いイベントとなりました。次回の茶話会が楽しみという声も聞くことができ、次回開催に向けて動き出したところです。

東京本社営業推進部 山中裕子



3月28日東京家政大学で
「子どもが騒いでもOK」な
映画上映会を開催

坂本美雨さん
子育て日記
東京新聞朝刊
生活面で連載中



東京新聞 2019年2月22日朝刊 告知広告

【参加者の感想】※一部抜粋

- 子どもが先生方と遊んでくれたので、ゆっくり映画を観られました。ありのままの子どもでいいんだと改めて思いました。ありがとうございました。
- 娘と初めて2人で少し遠出をしました。不安いっぱいで来場しましたが、思ったよりちゃんと映画も観れてトークショーも楽しめました。坂本美雨さんが大好きでInstagramは欠かさず拝見しております。参加できてよかったです。
- 映画を子ども連れで見ることができてとても素晴らしい機会だなと思いました。また、映画の内容もとても考えさせるもので良かったです。
- とてもよかったです。すくすく茶話会イベントを作る側もやってみたい!と思いました。



トークショーを終え、坂本美雨さんと一緒に集合写真



約90組の
親子が参加



ぬりえを塗る子ども



「すくすく茶話会」ロゴ入り煎餅
をアンケート回答者に配布

東海エリアのインバウンドは好調に推移

宿泊者数は4県ともに対前年比増、岐阜県は約26%増

好調な東海エリアのインバウンド

2018年のわが国への訪日外国人旅客数は、2017年の2,869万人から8.7%増の3,119万人と3千万人の大台を突破し、過去最高を記録した。国は、2020年の東京オリンピック・パラリンピックイヤーに4千万人の目標を掲げており、さらなる積極的なプロモーション活動を展開している。

東海エリアは、従来から活発な活動の見られる中部北陸9県連携による広域観光周遊エリア「昇龍道」を構成しており、昇龍道の方針に足並みを揃えるとともに、各県独自のプロモーション展開も行ってきた。その結果、東海エリアの延べ外国人宿泊者数は、2017年の約535万人泊に対し、2018年は約631万人泊と前年比11.8%の伸びを示し、全国の伸び率11.2%を上回る結果となった。県別では、岐阜県、静岡県が好調で、岐阜県は前年比25.9%増の約123万人泊、静岡県は同20.7%増の約181万人泊となっている。岐阜県では特に飛騨高山、白川郷の人気が高く、現地を歩く観光客の多くが外国人という状況が続いている。

県別では三重県が唯一全国の伸び率を下回ったが、三重県の特性を活かしたゴルフツーリズムの展開や忍者、海女の文化や食を活かした誘客に期待される。

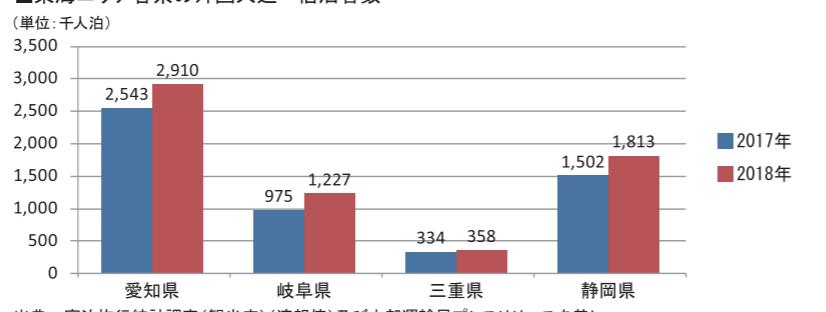
国籍(出身地)別では中国の比率が高い東海エリア

国籍(出身地)別の宿泊者の傾向を見ると、東海エリアは

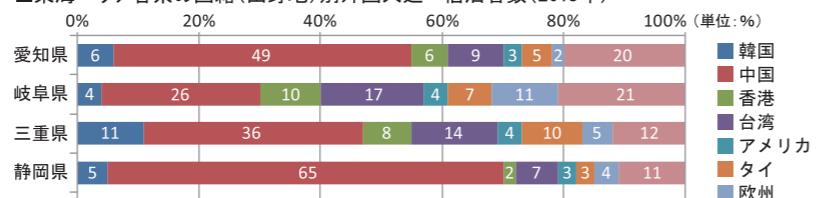


外国人に圧倒的な人気の白川郷

■東海エリア各県の外国人延べ宿泊者数



■東海エリア各県の国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数(2018年)



企画レポート

AD BALLOON

01 中日新聞夕刊 | 夕刊1面～12面をジャックした「かわる・みち」マルチ企画

新名神高速道路(新四日市JCT-亀山西JCT間)
東海環状自動車道(東員IC-大安IC間)開通特集

名古屋本社 広告三部 三重アドセンター 中村 広樹

3月17日に新名神高速道路(新四日市JCT-亀山西JCT間)、東海環状自動車道(東員IC-大安IC間)が開通しました。これを特集する企画紙面を、開通日前日の16日付朝刊三重版と夕刊に掲載しています。三重県内の道路開通ですが、この道路を使い県外からゲストを呼び込みたい広告主は多いと考え、東海エリアに広く届く夕刊の併載としました。三重版は抜き取りもできるセンター4ページの展開、夕刊はほぼ全ての広告スペースを使った

“マルチ”紙面としています。メイン記事として、三重県の鈴木英敬知事と中日本高速道路(株)の宮池克人 代表取締役社長CEOの対談を掲載。新しい道路への期待や今後の計画などを語って頂きました。また、紙面と連動させて、開通区間の空撮動画も制作、公開したところ開通日までに1万回以上の視聴回数を記録しています。

この企画紙面には三重県内の主要な観光施設、ゴルフ場、菓子会社、宿泊施設などから広告出稿を頂きました。

中日新聞 2019年3月16日夕刊 マルチ企画

▼上から順に
6面、7面、8面、9面



三重県
×
中日本高速道路
対談



▲上から順に10面、11面、12面



▲5面



▲上から順に1面、2面、3面

中日新聞(三重版) 2019年3月16日朝刊 センター4ページ



開通日まで
1万回以上の
視聴回数



開通区間の空撮動画

02 中日新聞朝刊 | 中部スケート場応援企画

宇野昌磨選手を起用し注目度アップ!

〈名古屋本社 広告三部 仲家 祐未〉

中日新聞 2019年2月27日朝刊

愛知版

現在レジャーの多様化や少子化を背景に、スケート場の利用者は減少の一途を辿っています。施設の廃業が相次いでおり、冬季オリンピックによるウィンタースポーツ人気向上の中でも、依然として経営の厳しい状態が続いています。

昨年2月、大須スケートリンクが事務局を務める「中部スケート場連盟」から、これまで積み立ててきた予算の活用方法を相談されました。スケート場の抱える問題を読者に伝える企画として、一年越しで紙面化を実現。カット部分では2019年四大陸選手権で優勝した宇野昌磨選手や中部の有名選手に登場いただきました。また連盟予算に加え、中部の各スケート場から予算を細かく集め、切り替えで各地のスケート場を大きく紹介しました。掲載後は紙面をポスター化し、各スケート場に掲示してもらっています。JOCへの確認等、煩雑な作業もありましたが、スケート場の現状、課題を読者に伝える社会的意義のある企画となりました。

宇野選手をはじめ
多くのスケート選手の故郷、
中部地方はスケート熱で
盛り上がっています!

地方版切替



岐阜
三重
長野版

12/9名古屋で
マガジンハウスが
「兄・宇野昌磨」著者サイン会を実施

滋賀
福井版
北陸中日新聞
併載



中日新聞 2018年11月29日朝刊 半5段

03 中日新聞市民版 | 名古屋市と協力し、啓蒙企画を実施!

「ワンコインがん検診」「認知症カフェ」

〈名古屋本社 広告三部 長津 政宏・安藤 香〉

「あいちオレンジタウン構想」の補助金を活用した企画を実施。認知症カフェの周知や認知症センターの育成推進に注力している名古屋市健康福祉局地域ケア推進課が主体となり、地元の愛知東邦大学、大同大学、同志社大学の学生たちに名東区、中村区、南区の認知症に対する取り組みを体験してもらい、その様子や実際に活動に参加した感想などを紹介する紙面を作成。認知症をめぐる社会での情報共有、支援団体の横つながり構築、当事者以外にも認知症に関する知識を広め認知症患者が暮らしやすい街づくりを目指す取り組みとして、紙面化することで周知に繋がりました。

中日新聞(市民版) 2019年1月30日朝刊 全3段カラー(以下左より、1月31日、2月1日、2月2日、2月10日、2月14日、2月15日、2月17日、2月20日、2月26日)

がん検
10回連載

認知症
カフェ

中日新聞(市民版) 2019年2月27日朝刊 全5段カラー



CHUNICHI AREA ADVERTISING AWARD 2018

中日新聞 エリア広告賞 決定

2月21日、「2018中日新聞エリア広告賞」表彰式を東京第一ホテル錦にて開催、受賞社など80人の皆さんにご参加頂きました。

27回目を迎えた同賞は、2018年1月1日から12月31日までに、中日新聞地方版の各版(市内・尾張・三河・岐阜・三重・静岡・滋賀・長野・福井)に掲載された、5段以上の「企画広告」が対象。応募総作品数は275点で、「暮らしに役立つ地域情報が得られる」、「社会性のあるテーマで提言性があり、地域文化の向上に役立つ」、「レイアウトが斬新で楽しさがある」の3点を基準に、全エリアより大賞1点、各エリアより最優秀賞1点・優秀賞2点、全エリアより特別賞1点・奨励賞1点の合計25点が選出されました。

「エリア広告大賞」受賞作品は、中日NEXT 浜松支社による「浜松国際ピアノコンクール」です。音楽の都・浜松で3年ごとに開催される同コンクールですが、これを題材にした小説「蜜蜂と遠雷」が直木賞、本屋大賞を受賞するなど、大会への注目度は高いものでした。この企画では、本作の著者で作家の恩田陸さんと鈴木康友浜松市長の対談記事を核とした特集を開展し、読者の関心を集めています。

なお、「2019中日新聞エリア広告賞」の募集も開始しています。選考対象は、2019年1月1日～12月31日までに地方版に掲載された企画広告となります。本年多くのご応募をよろしくお願いいたします。

(名古屋本社 広告局営業推進部)

エリア広告大賞

浜松国際ピアノコンクール

静岡版10/19(金)
(株)中日NEXT 浜松支社

[受賞広告会社コメント]

音楽の都・浜松で、3年ごとに開催される浜松国際ピアノコンクール。若きピアニストたちが集うこのコンクールを題材にした小説「蜜蜂と遠雷」が、直木賞・本屋大賞を受賞するなど、本大会の注目度は高いものでした。著者の恩田陸さんと鈴木康友浜松市長の対談記事が、より一層読者の関心を高められたのではないかでしょうか。



2018 中日新聞エリア広告賞入賞作品一覧

企画名	受賞広告会社
エリア広告大賞(全エリア対象)	
静岡 浜松国際ピアノコンクール	株中日NEXT 浜松支社
市内の部	
最優秀賞 歩道橋ネーミングライツ企画	株中日NEXT
優秀賞 名古屋市の街を語る企画(瑞穂区編)	株DGコミュニケーションズ 名古屋支社
優秀賞 サ高住入居者施策 医療編、居住者編	株アサツーディ・ケイ
尾張の部	
最優秀賞 祝・東海商工会議所創立20周年	株宣通
優秀賞 尾張から冬の長野へ	株中日アド企画 尾張支社
優秀賞 愛知ディオーネ開幕特集	株中日総合サービス 尾張支社
三河の部	
最優秀賞 豊川用水通水50周年企画	株一声社
優秀賞 新生活応援企画	株サンアド
優秀賞 三河から宇宙へ…	株中日アド企画 三河支社
岐阜の部	
最優秀賞 大垣市制100周年関連特集	株旭エージェンシー
優秀賞 世界糖尿病デー特集	株中日アド企画 岐阜支社
優秀賞 「パレットピアおおの」開駅特集	株中日アド企画 岐阜支社
三重の部	
最優秀賞 みえの女性の健康を考える	株中日アド企画 三重支社
優秀賞 高田本山専修寺国宝企画	株神広エージェンシー
優秀賞 STOP特殊詐欺企画	株アド三愛
静岡の部	
最優秀賞 学習塾特集	株中部日本広告社 浜松支社
優秀賞 専門学校特集	株中日アド企画 東海支社
優秀賞 愛の献血企画	株折込広告社
滋賀・長野・福井の部	
最優秀賞 「福井国体・競技日程ガイド」企画	株福井中日広告
優秀賞 近江鉄道開業120周年企画	有)中日新聞広告社
優秀賞 がんばれ御嶽海・祝初優勝御嶽海関	有)中日新聞長野広告社
特別賞(全エリア対象)	
愛知・岐阜 ショッパー特別版	
三重・静岡 公園特集 第1弾 第2弾	株日東通信
奨励賞(全エリア対象)	
尾張 最新不動産情報	株日東通信

最優秀賞 特別賞・奨励賞

市内の部	尾張の部	三河の部
歩道橋ネーミングライツ企画	祝・東海商工会議所創立20周年	豊川用水通水50周年企画
8/25(土) (株)中日NEXT	6/1(金) (株)宣通	6/1(金) (株)一声社
		
岐阜の部	三重の部	静岡の部
大垣市制100周年関連特集	みえの女性の健康を考える	学習塾特集
1/16(火)〈一部抜粋〉 (株)旭エージェンシー	7/31(火)〈一部抜粋〉 (株)中日アド企画 三重支社	1/21(日)〈一部抜粋〉 (株)中部日本広告社 浜松支社
		
滋賀・長野・福井の部	特別賞(全エリア対象)	最新不動産情報 尾張版
「福井国体・競技日程ガイド」企画	ショッパー特別版 公園特集 第1弾 第2弾	最新不動産情報をお届けします
福井版9/28(金)〈一部抜粋〉 (株)福井中日広告	市民・尾張・三河・岐阜・北勢・静岡版 3/16(金)〈一部抜粋〉 (株)日東通信	5/19(土)〈一部抜粋〉 (株)日東通信
		
2018中日新聞エリア広告賞 入賞作品集		
ご希望の方に差し上げます。 下記にお問い合わせください。 中日新聞名古屋本社 広告局営業推進部 TEL.052-221-0483		

Topics
01 中日新聞社が愛知会場トーナメントサプライヤー契約を締結!
ラグビーワールドカップ2019™日本大会特集

東京本社 広告二部 佐橋 優彦

1年前
特集

中日新聞 2018年9月20日朝刊

チケット一般販売開始



中日新聞 2019年1月19日朝刊

半年前
特集

中日新聞 2019年3月20日朝刊

Topics
02 創刊記念日特集ラッピング!
中日スポーツは65周年を迎えた

名古屋本社 スポーツ部 小西 秀樹

中日スポーツが産声を上げたのは1954(昭和29)年。ドラゴンズが球団史上初の日本一を勝ち取った年でした。そして今年の2月25日、皆様のおかげで創刊から65年を迎える事ができました。

当日付の中日スポーツはラッピング4頁の創刊記念日特集を掲載。巻頭ページはモノクロ復刻版としドラゴンズ与田新監督のコメントと、現役時代を中心に監督が中日スポーツの1面を飾った紙面を掲載。他にもプロ野球、オリンピック、サッカー、大相撲など、創刊時から色々なスポーツに寄り添ってきた「中

日スポーツ」の歴史をまとめた特集となりました。

また3月25日付からのプロ野球開幕ウイークでは、愛知県出身のジョン・オソンさんのイラストを使った1面で開幕カウントダウン広告企画を5連載、29日付では8ページのプロ野球開幕特集を掲載、さらに2~5面の野球面でも、記事、広告ともにドラゴンズファンの盛り上がりに応える紙面を展開しました。

今年のドラゴンズはこれまでと一味違うはず。そんなファンの期待を裏切らない紙面を、今年の中日スポーツは読者に提供していきます。

ラッピング4ページ特集



中日スポーツ 2019年2月25日



プロ野球開幕カウントダウン広告

中日スポーツ 2019年3月25日(月)
～3月29日(金)

3月28日付 半3段

3月29日付

3月27日付

3月26日付

3月25日付

3月29日付

3月27日付

3月26日付

3月25日付

3月29日付

3月27日付

3月26日付

中日スポーツ媒体資料刷新



中日スポーツ 2019年3月29日



探訪記

東海
エリヤ



地元の味が全国区になるまで

紀伊半島の海沿いは志摩から熊野にかけて、小さな湾の入り組むアス式海岸がつづく。紀勢自動車道を走っているうちはよいものの、海岸線に出た途端、方向感覚を失うほど地形が複雑だ。白石湖はそんな海岸にある汽水湖で、船津川が流れ込み、河口付近で跳子川が加わって熊野灘へと注ぐ。「このあたりは降水量がとても多く、汽水湖といつてもほぼ真水になることがあります。環境変化が激しいため、ここで生まれたカキしかここでは育ちません。よその稚貝では死んでしまうのです」

白石湖でカキを養殖する畠地水産の畠地宏哉さんは言う。このため7月から8月にかけての夏の時期、稚貝をとることから渡利カキの仕事はじまる。「渡利」は住所では省略される地区の名前で、急な坂道を下りた湖畔に張り付くように畠地さんの作業小屋はある。稚貝は2週間ほど水中を自由に浮遊したのち、硬いものに付着する性質がある。それを利用してホタテ貝の貝殻を筏の下に吊るし、そこにつくようにしている。採苗から出荷までを同じ場所で一貫しておこなう产地は全国的に珍しいのだそうだ。

名古屋の大学で経済を学んだ畠地さんは卒業後、大手メーカーに就職する。父親からは3代つづく家業を継がないでもいいといわれていた。白石湖でカキを養殖する業者は数えるほどで生産量も少なく、ほとんどが地元で消費してきた。寿司ネタになるなど、現地に行かなくては口にできない「幻のカキ」として知る人ぞ知る存在でもあった。旨みが強いわりに癖がない、ほかにはないカキだからだ。

転機は父親が倒れたときに訪れた。ほどなく出荷できるカキをそのままにしておくのはもったいない。治療費も要る。それで船の免許を取り、父親と仕事をしていた母親の手伝いをはじめる。平日はサラリーマン、土日は養殖に取り組む二重生活だった。休みなしに働く日々を5年もつづいたある日、このままでは身体がもたないと想い、カキづくりに専念する。このとき畠地さんは35歳になっていた。

「つい言いたいことを言ってしまい、会社組織にははじめないところがあり、大きな決断をしたとはあまり思いませんでした。ただとにかくお金の面で回していくのがたいへんでした。遊んでいたら入ってこないのはもちろん、猛暑だと稚貝がたくさん死んでしまうなど、自然相手はなにが起きるかわからないからです」

ノロウイルスが流行ったときは大きな試練を迎えた。価格が低迷したうえに出荷量が減り、業者に買い叩かれた。それも自然相手の商売だから仕方ないと納得していたが、店頭には例年と変わらぬ値段で売られ、いつものようにお客さんが喜んで買っていく光景をたまたま見てしまった。そのとき市場に翻弄されないためにも、ブランド化が欠かせないと強く思った。同じ三重県の产地でも全国的に名高い矢に比べ、渡利のカキはあくまで地元の味だった。そこで同業者が力を合わせて「渡利牡蠣まつり」を企画するなど、努力を重ねてきた。

「安くないと売れないとと思っていた人も、次第に自信をもつようになりました」

畠地さんは誇らしげに振り返る。安いものを欲しがる人は安いから買うのであって、リピーターにはならない。ネット販売が定着するこの10年の変化を見てきた畠地さんの観察だ。



ホタテの貝殻についたカキの稚貝。渡利カキは小粒で、黄みを帯びる。グルタミン酸が多い証だ。



名古屋の健康意識と運動習慣

人生100年という時代、健康に毎日を過ごせる「健康寿命」を延ばすことへの関心も高いと思います。

そのためにできることのひとつとして、運動があげられるでしょう。

今回は名古屋の人々の健康意識の実態を、ビデオリサーチの生活者データACR/exでみていくと思います。

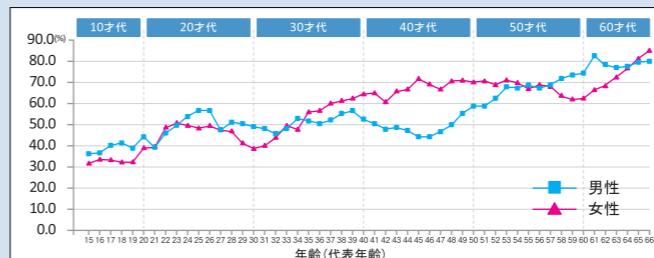


ACR/ex(エーシーエルエクス)は、日本主要マーケット7地区の生活者をフラットに捉えるシングルソースデータです。同一サンプルに対し「生活者属性」「メディア接触」「商品関与」という3つの視点で網羅的に調査しているため、人・メディア・ブランドを多角的にそして正確に捉えることが可能です。

年を重ねると強まる健康意識

ACR/ex名古屋地区で「健康について強い関心を持っている」に『はい』と回答する人の割合(以下、健康関心者率)は57.6%(男女12-69才)、約6割は健康関心者でした。これを年齢ごとにみると、女性では30代半ばあたりから関心が高まる一方、男性では50才前後まで意識が高まらないことがわかります。40代は男女で健康への関心に温度差があるようです。

【図表1】名古屋地区の各齢での健康関心者出現率
(2018年ACR/ex名古屋地区)



※横軸は代表年齢で、これはラベルの年齢±2才の人(20才の場合、18才~22才)を表しています。

新聞読者の健康意識

年齢以外の切り口でもみてみました。名古屋地区の新聞宅配購読者と非宅配購読者で健康関心者率を比較すると、新聞宅配購読者で62.1%に対し、非宅配購読者で52.9%でした。新聞宅配購読者のほうが、健康意識が高いようです。健康関心者の新聞閲読記事ジャンルランキング(図表2)をみると、「健康・医療関係」が7位にランクイン、新聞が健康に関する情報源であることがわかります。

【図表2】名古屋地区健康関心者の閲読新聞記事ジャンルベスト10
(2018年ACR/ex名古屋地区)

順位	新聞閲読記事	健康関心者	(参考)全體 (男女12-69才)
1位	テレビ欄	41	36
2位	国政・中央の政治	36	30
3位	地域・地元の政治	35	30
4位	気象情報	34	27
5位	国内の社会・事件	31	27
6位	地域・地元の社会・事件	30	27
7位	健康・医療関係	24	17
8位	プロ野球	23	20
9位	国際記事(ニュース)	23	20
10位	国内経済	21	19

健康意識の高い人が日ごろする運動

健康関心者は日ごろどんな運動をやっているのでしょうか?「日頃よくするレジャー・趣味活動(スポーツ)」の項目から運動(ウォーキング等軽い運動を除く)に該当するもので、健康関心者と非関心者(先の質問で『いいえ』の人)で比較しました(図表3)。これをみると、ジョギング・ランニングが目立つ結果です。スポーツクラブやゴルフ、テニスよりも手軽に始められることが要因かもしれません。

【図表3】日ごろよくする運動ベスト5(2018年ACR/ex名古屋地区) 単位:%

順位	日頃よくする運動	健康関心者	非関心者	(参考)全體 (男女12-69才)
1位	ジョギング・ランニング	6.6	2.7	5.0
2位	スポーツクラブ・フィットネスクラブ	6.4	2.1	4.6
3位	ゴルフ(コース)	4.6	3.4	4.1
4位	ゴルフ(練習場)	4.6	3.9	4.3
5位	テニス	4.3	2.1	3.3

平均寿命が過去最高を更新し続ける昨今、寿命だけでなく健康に生きられる時間も延ばしたいものです。まずは手軽にはじめられるジョギングで健康を維持したいですね。

【イベント事例】



「名古屋ウィメンズ・シティマラソン完走者新聞」

中日新聞社は今年も可変印刷で個人個人の完走者新聞を作成。1面見出しには、ランナーの名前と完走タイムを掲載。中面にはタイム順の掲載も。完走の記念に毎年好評です。



株式会社ビデオリサーチ ソリューション事業局
マーケティングソリューション部
吉田 正寛

2008年ビデオリサーチに入社。ネット調査実務やメーカー営業担当、商品企画担当を経て現職。ビデオリサーチ保有のデータやノウハウを用いたコンサルティング業務に従事。主な専門は広告出稿配分分析や広告効果検証の分析。

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	6月分	7月分	8月分
第1次 前々月 20日	4/19(金)	5/20(月)	6/20(木)
第2次 前月 10日	5/10(金)	6/10(月)	7/10(水)
第3次 前月 20日	5/20(月)	6/20(木)	7/19(金)
特定面 前月 5日	4/26(金)	6/5(水)	7/5(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。

中日新聞グループは
首都圏・中部圏などの
1都15県で発行

中日グループ 一般紙発行部数

(ABCレポート2018年1-6月半期レポート)

朝刊

2,903,839 部

夕刊

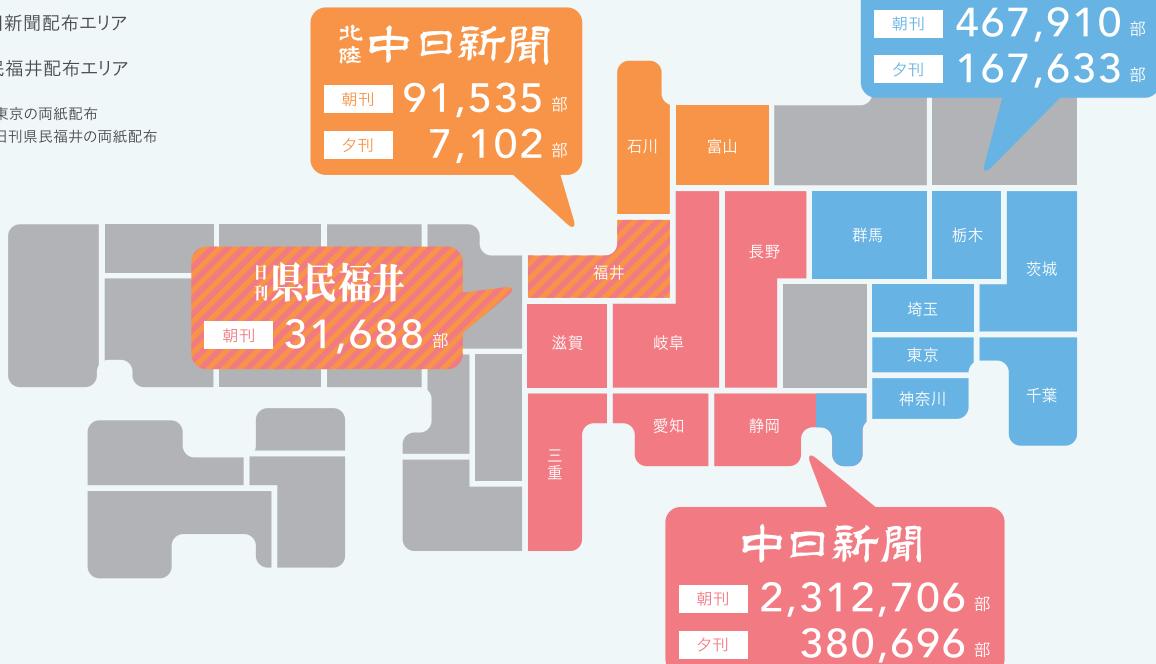
555,431 部

■ 中日新聞配布エリア

■ 東京新聞配布エリア

■ 北陸中日新聞配布エリア

■ 日刊県民福井配布エリア

※静岡は中日・東京の両紙配布
※福井は中日・日刊県民福井の両紙配布

中日スポーツ

371,497 部

(2018年4月自社公表部数)

東京中日スポーツ

114,019 部

(2018年4月自社公表部数)

中日グループフリーペーパー発行部数

355,000 部

中日ショッパー	195,000 部
東京新聞TODAY	160,000 部

(浜松市を中心に静岡県西部) (川崎市、横浜市)

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