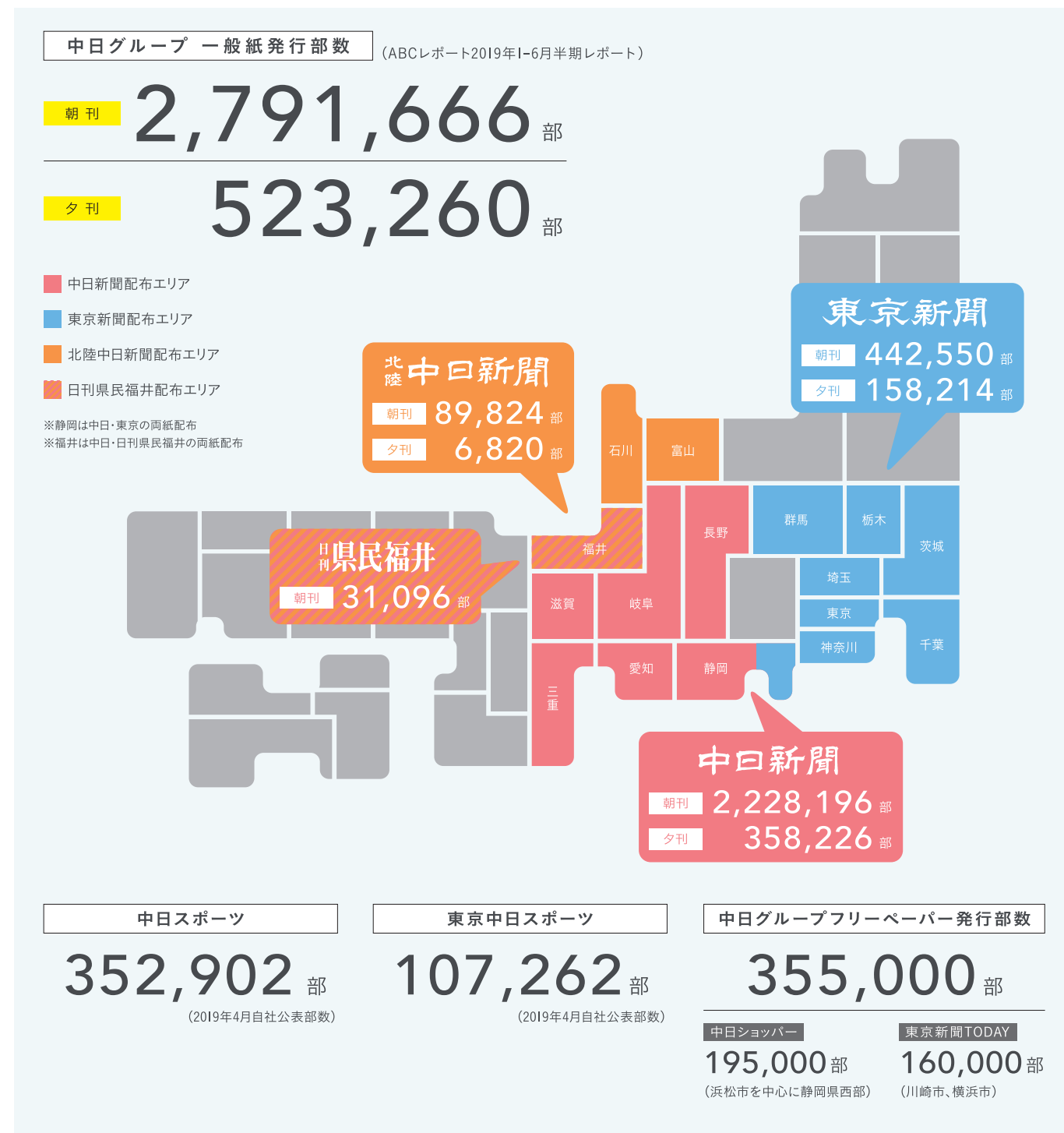




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

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

「あたらしい幸せ」を提供
持続可能な取り組みで

INTERVIEW Masato Koyama
小山 真人氏
株式会社大丸松坂屋百貨店
松坂屋名古屋店長 執行役員

持続可能な取り組みで お客様に「あたらしい幸せ」を提供

Interview

Masato Koyama

小山 真人 氏 × 荒井 康之

株式会社大丸松坂屋百貨店
松坂屋名古屋店長 執行役員

Yasuyuki Arai

荒井 康之

中日新聞 名古屋本社
広告一部 部長

1985年、株式会社松坂屋へ入社。松坂屋名古屋店宣伝課などを経て、2010年に株式会社大丸松坂屋百貨店の本社販売促進部へ。松坂屋静岡店長、大丸梅田店長を歴任し、2018年から現任。



— 近年、国連が定めた持続可能な開発目標「SDGs(エスディージーズ)」に取り組む企業が増えています。中日新聞にご出稿いただいた貴社の2020年正月用広告もSDGsを踏まえた内容となっていたのが印象的でした。まずは、貴社がSDGsを重視するに至った経緯をお聞かせください。

小山 ご存じのように大丸と松坂屋は2007年9月に経営統合しました。もともと大丸は300年以上の歴史のなかで「先義後利」という社是を大切にしてきましたし、松坂屋は400年以上という長い歴史のなかで、「諸悪莫作、衆善奉行」という社訓を掲げてきました。利益を求める前にまずは善い行いをすることで事業を持続させてきた私どもの姿勢を、よりわかりやすく発信するために、「くらしの『あたらしい幸せ』を発明する。」というグループビジョンを2017年に策定しました。SDGsを重視する大前提がこのグループビジョンです。

— その「あたらしい幸せ」の基盤として、持続可能な社会

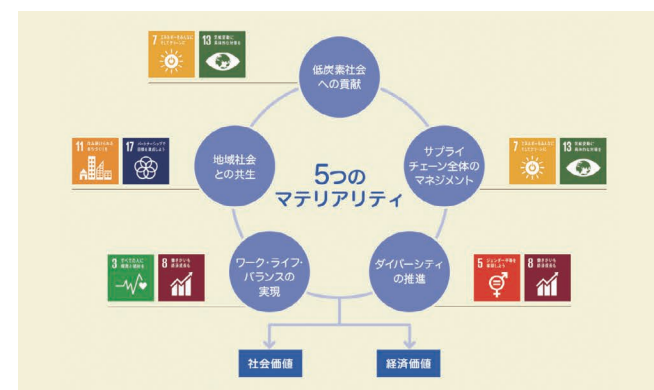
に結びつくのですね。

小山 その通りです。百貨店というのは、お客様と触れ合うことのできる場です。多様な人が集まり出会いが生まれることで、地域の共生や活性化といったことにもつながっていきます。そうした「場」を持っている私どもが、「人びとと共に、地球と共に、環境と共に」をキーワードに、百貨店ならではの社会貢献を考えていこうというのが、SDGsに対する基本的なスタンスです。

— そうしたスタンスのもと、具体的な取り組みとして、「地域社会との共生」「サプライチェーン全体のマネジメント」「低炭素社会への貢献」「ワーク・ライフ・バランスの実現」「ダイバーシティの推進」という5つを掲げておられます。正月広告でもこれらの具体的な事例について発信されていましたね。

小山 実はこれまでも散発的にはさまざまな取り組みをしてきたのですが、改めて5つのマテリアリティに整理をしたうえできちんと発信していこうということになりました。例えば、「サプライチェーン全体のマネジメント」では、不要になった衣料品、靴、バッグなどをショッピングサポートチケットに引き換える「ECOFF リサイクルキャンペーン」を実施しましたが、これは弊社の独断でできることではなく、テナントも含めたサプライチェーン全体の理解と協力が不可欠です。また、「ダイバーシティの推進」では、ベビーカーや車イスに配慮した取り組みのほか、社内的には女性管理職の割合を向上させるなど、多様性を重視する姿勢を打ち出しています。

— 百貨店は地域密着という面があるので、5つのなかでも来店されるお客様に取り組みがわかりやすいのは「地域社会



松坂屋名古屋店が掲げるSDGsのための5つの取り組み。各項目の具体的な取り組みは、特設サイト「松坂屋名古屋店のサステナビリティ」で確認できる。



中日新聞 2020年1月1日 朝刊

2020年1月1日の広告は、従来メインだったクリアランス情報は左下のワンコーナーのみで、SDGsの取り組みを前面に押し出した。メインキャラクターの「さくらパンダ」は小山さん自ら誕生に携わった。

との共生」だと思います。具体的にどのようなことに取り組んでいらっしゃいますか。

小山 一口に「地域社会との共生」といっても、文化、産業、教育、芸術といったさまざまな分野があります。例えば、「ドリームレスンプログラム」という企画では、スポーツやアートなど、各分野の第一人者や専門家がレッスンをを行い、お子様が夢を実現するきっかけづくりのお手伝いをしています。お子様の才能の開花を喜ぶ親御さんから高い支持をいただいていますね。また、松坂屋名古屋店が店を構える栄エリアの活性化を応援する取り組みとしては、栄に事業所を持つ施設による共同販促プロモーション「サカエゴラウンド」があります。名古屋大学と包括連携協定を結び、ICTを活用しながらオープンイノベーションを目指すこの取り組みは、シェアオフィスを活用したセミナーなど、新しいビジネスを生む土壌づくりにも役立っています。

— 地域の活性化という観点では、2020年秋、2024年と、栄エリアで新しい商業施設をオープンする計画があると聞いています。今後、栄エリアの開発や活性化について、どのようなビジョンをお持ちでしょうか。

小山 名古屋で再開発といえば、名古屋駅周辺が注目されていますが、名古屋駅エリアは新幹線で他都市とも直結していますし、効率性を重視した街になっていくのだらうと考えています。一方、栄は、「時間消費型」といいますか、もっとゆっくりと過ごせる街になればいいと思います。私どもも街とともに成長し、名古屋オリジナルの文化が息づく、名古屋の人が自慢できるよ



2019年11月30日から12月25日まで開催された「サカエゴラウンドクリスマス2019」では、クリスマスワークショップやスタンプラリー、フォトコンテストなどのコラボイベントが実施された。



「地域社会との共生」として実施されているドリームレスンプログラムのひとつ、東京藝術大学の指導で子どもたちがアート作品をつくる「ちびっこ藝大」。個性豊かなお面が完成。

うな街になれば、栄の活性化もさらに進んでいくのではないのでしょうか。こうして人や文化や暮らしをつなげていくことが、持続可能な社会だと思いますし、松坂屋の原点でもあります。

— 新しい商業施設も含め、栄の活性化に期待しております。「時間消費型」というお話は、じっくり読んでいただく新聞にも通じる話だと思います。最後に新聞に対してご意見、ご要望があればぜひお話しください。

小山 「時間消費型」という点ではたしかに共通項がありますね。私は、新聞の強みは、きちんと編集されていることだと考えています。世間を騒がせる事件もあれば地域のニッチな情報もありますが、ネットニュースのように並列に流れていくのではなく、しっかり裏を取ったうえで強弱がついているので、そこが各新聞社の特色や強みになっているのだと思います。世の中がこれだけ変化しているなか、その変化を伝えるという意味でも新聞の役割は大きいので、これからも期待しています。

— 新聞のあり方を考えるうえでも参考になるご意見をいただきました。貴重なお話をありがとうございます。



ライフ・ワーク・バランスの一環として、バックヤードオフィスも働きやすさを重視。一部を除いてフリーアドレスを採用し業務効率化を図ったほか、リラックスできる座敷スペースも設置されている。

※表紙のビジュアルは松坂屋のロゴマークを背景にした「さくらパンダ」

2020 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

外食消費が高い岐阜市、名古屋市

和食、喫茶代の消費額は全国1位、2位

全国を上回る東海エリアの外食消費

総務省が毎年発表する家計調査(二人以上の世帯:2017年～2019年平均)によれば、東海エリア各県の県庁所在地の年間外食消費額はいずれも全国平均を上回っており、外食が盛んな地域と言える。名古屋市は全国4位の210,347円、岐阜市は6位の207,934円、静岡市は11位の182,090円、津市は17位の175,738円といずれも全国平均の172,378円を上回っている。

外食の品目別に見ると、細分化された15の品目のうち10の品目で、上位5位までに東海エリアの都市がランクインしている。特に、和食と喫茶代は、ともに岐阜市が1位、名古屋市が2位となっている点が注目される。和食では、全国平均23,048円に対し、岐阜市が44,954円、名古屋市が39,540円となっており、岐阜市では全国の倍近い消費がなされている。また、喫茶代も岐阜市が14,522円、名古屋市が12,768円と全国平均の7,005円を大幅に上回る。岐阜市の場合、月平均約1,210円が消費されており、コーヒー1杯を400円とすれば、月平均3回は喫茶代を消費していることになる。両市ともにモーニングサービスが盛んであり、喫茶店文化が市民に浸透していることも要因として、全国トップの消費額となっているものと思われる。他の品目でも名古屋市、岐阜市は上位にランクインしている品目が多くっており、全般的に外食が盛んな都市であることがわかる。

浜松市の餃子は2位

図表には示していないが、食に関する他の項目のうち調理食品では、浜松市が餃子で全国2位、うなぎのかば焼きも2位となっており、地域の食文化が消費に表れている。特に、餃子のまちである浜松市と宇都宮市の1位争いは毎年、全国ニュースにもなっており、2019年は宇都宮市にトップを譲っている。2016年以降、宇都宮市と浜松市は毎年1位が交替しており、2020年に浜松市が再びトップに返り咲くか注目される。

一方、果物部門においては、岐阜市が柿の消費が1位である以外は1位の品目はないが、みかんでは静岡市が5位、浜松市が6位と、みかん生産地ならではの順位となっている。外食や加工食品では上位にランクインされてなかった津市は、果物では、梨、いちご、バナナの消費額がいずれも5位となっており、果物の消費が高いことがわかる。

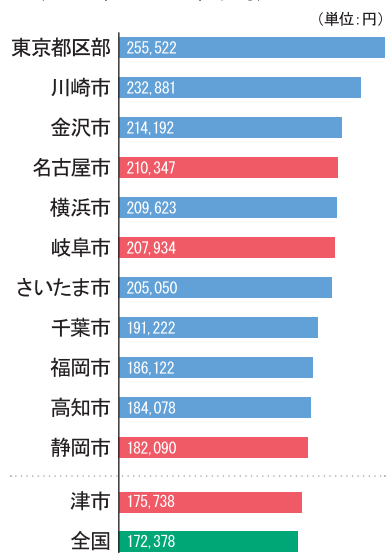
田中 三文

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



■都市別年間外食費 (2017年～2019年平均)



■全国都市別年間外食消費額 (2017年～2019年平均)

		一般外食		食事代		日本そば・うどん		すし(外食)		和食	
順位											
1	東京都区部	246,069	東京都区部	205,261	高松市	14,063	金沢市	23,387	岐阜市	44,954	
2	川崎市	222,889	川崎市	184,361	静岡市	9,866	福井市	22,012	名古屋市	39,540	
3	横浜市	204,375	名古屋市	174,134	福井市	9,801	岐阜市	20,491	佐賀市	37,092	
4	名古屋市	202,217	横浜市	169,338	岐阜市	8,705	甲府市	19,900	福井市	31,696	
5	金沢市	196,136	さいたま市	165,880	福島市	8,522	札幌市	19,850	高松市	31,039	
—	全国	162,297	全国	136,507	全国	6,245	全国	14,885	全国	23,048	

		中華食		洋食		焼肉		ハンバーガー		喫茶	
順位											
1	横浜市	9,232	水戸市	25,665	高知市	14,103	川崎市	5,638	岐阜市	14,522	
2	岐阜市	8,426	宇都宮市	24,208	福井市	13,914	高松市	5,513	名古屋市	12,768	
3	名古屋市	8,187	名古屋市	21,461	大分市	12,574	那覇市	5,474	東京都区部	12,107	
4	静岡市	7,998	横浜市	20,714	金沢市	11,154	名古屋市	5,438	川崎市	10,396	
5	川崎市	7,603	さいたま市	20,121	名古屋市	10,872	岐阜市	5,385	横浜市	9,913	
—	全国	4,838	全国	12,927	全国	7,082	全国	4,141	全国	7,005	

※対象都市は、都道府県庁所在地及び都道府県所在地以外の政令指定都市
出典:家計調査(二人以上の世帯)(総務省)を基に三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成(左記上記グラフとも)

探訪記

東海エリア

Kameyama City,
Mie

文・写真／増田 幸弘(編集者)
[三重県 亀山市]



関駅を出発して加茂方面に向かう関西本線の気動車。

西と東を分ける関所

地方を訪れると、思いもかけなかったことを知ることがある。「どうして関東とか関西というか、知ってます？」

関で江戸時代から 14 代もつづく和菓子屋、深川屋の主・服部吉右衛門亜樹さんに聞かされ、虚を突かれた思いがした。そう、たしかに「関東」「関西」という言葉を子どものころからなにげなく使ってきた。東西の方向感覚から、そんなものだった。でも、「関」ってなんだ？「実はですね、この関から東が関東で、西が関西なんです」

服部さんに言われて調べてみると、なるほど東海道の鈴鹿関、東山道の不破関(岐阜県)、北陸道の愛発関(福井県)を三関といい、かつてはこれより東側が関東とされた。関東を意味する範囲がいまよりぐんと広がったわけである。この鈴鹿関がどこにあったかは諸説あるが、関との見方が有力なのだ。宿場の古い街並みがいまも残る、旧東海道のほど近いところだったらいい。

事実、関を隔てて東と西を分ける地理的な感覚はいまも息づく。名古屋から関に向かう関西本線は途中亀山で、加茂行きに乗り換える。一両編成か二両編成の気動車だが、時間帯によっては 20 分、30 分と待たなくてはならず、接続が妙に悪い。どうしてだろうと思って尋ねたら、名古屋から亀山は JR 東海、亀山から難波は JR 西日本の管轄なのだという。

それで厄介な目にあった。手持ちのパスモで名古屋から乗り、関で降りようとしたところ、自動改札がどこにもないのだ。夜で、駅にだれもおらず、途方に暮れた。無賃乗車をしてしまったと自責の念に駆られ、朝一で駅に行った。駅員は相変わらずいなかったが、案内所があったので聞いてみた。「電車のなかで改札していませんか？」

言われてみればたしかに、車内に行列ができていた。でも、大きな荷物があり、通路が通りにくかったので開いていたドアから外に出てしまった。「都会から来た人はみんなやるんだよね。帰りに名古屋駅で事情を話せば清算してくれますよ」

案内所の男は笑った。IC カードが普及し、ずいぶん便利になった。切符売り場に並ぶこともなく、運賃表で行き先までいくらかを調べなくてもすむ。でも、自動改札がなければどうにもならない。バッテリーがなくなればカメラも電話もなんの役にも立たない、デジタル時代ならではの落とし穴だろう。結局、帰り、亀山駅での長い接続時間に難なく清算できたものの、滞在中、ずっとうしろめたい気持ちにつきまとわれた。実は服部さん、あの服部半蔵とも縁がある家系で、和菓子屋は忍びの隠れ蓑としてはじまったとの逸話がある。伊賀の里と関はたいして離れておらず、なんともリアルである。「うちのあんこ、秘伝の忍術を応用したもので、腐らないですよ」

忍びの活動をしているとき、空腹を満たすのに食べたレシピが伝わる。だれにも教えていなかったことをこっそり教えている、そんな服部さんのそぶりや仕草に、忍びの血を感じないでもない。和菓子といっても大福や団子ではなく、関の戸という銘菓で知られる。500円玉ほどの小さなもので、和三盆の上品な甘みが口に広がり、たいへん美味。裏面には賞味期限が 15 日間とある。さすがに忍術のことはおおびらにはできず、そうするのが“関の山”のようだ(この言葉も関に由来し、関が京都の祭りに出す山車が立派なことからきた)。



いまから230年前、菓子を京都の御室御所に届けていた道中着が飾られる深川屋店内。

中日新聞 エリア広告賞 決定

2月20日、「2019中日新聞エリア広告賞」表彰式を東京第一ホテル錦(名古屋市中区)で開催し、受賞社など80人の方にご参加頂きました。

同賞は、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」が対象です。「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点を基準に審査します。28回目となる今回は、2019年1月1日から12月31日まで265点の応募があり、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1～2点、全エリアより特別賞2点の合計23点が選出されました。

「エリア広告大賞」受賞作品は、旭クリエイトによる「かわる岐阜県特集シリーズ」です。岐阜県内でも意外と知られていない岐阜の魅力を伝えるべく、「伝統工芸品」「スポーツ」「歴史・文化」「遺産・文化」「豊かな地場産物」「世界に誇る産業」の6つのジャンルで特集を展開。協賛企業はロゴマークで紹介し、全6回にわたり岐阜版にて各全15段の企画紙面を掲載しました。

なお、「2020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、2020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。本年も多くのご応募をよろしくお願いいたします。

(名古屋本社 広告局ビジネス開発部)

エリア広告大賞

かわる岐阜県特集シリーズ

「伝統工芸品」「スポーツ」「歴史・文化」「遺産・文化」「豊かな地場産物」「世界に誇る産業」

岐阜版 2/16(土)、3/8(金)、3/29(金)ほか(抜粋) (株)旭クリエイト

[受賞広告会社コメント]

岐阜県内の方にも意外と知られていない岐阜の魅力を知って頂きたいという思いから企画しました。

全6回にわたってジャンル別に魅力を紹介、広告には企業のロゴマークを使用し、広告にも注目頂けるような紙面づくりとしました。



2019 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)	
岐阜	かわる岐阜県特集シリーズ 「伝統工芸品」「スポーツ」「歴史・文化」 「遺産・文化」「豊かな地場産物」 「世界に誇る産業」 (株)旭クリエイト
市内の部	
最優秀賞	介護サービス事業者 自己評価・ユーザー評価事業企画 (株)中日アド企画
優秀賞	名古屋市制130年企画 (株)中日NEXT
優秀賞	錦二丁目再開発企画 (株)読売広告社 名古屋支社
尾張の部	
最優秀賞	かわるシリーズ 「東海市」「武豊町」「常滑市」「瀬戸市」 (株)中日アド企画 尾張支社
優秀賞	いちのみや中央プラザオープン特集 (株)中日総合サービス
優秀賞	ショッパー特別版「TRY(トライ)」 (株)日東通信
三河の部	
最優秀賞	アウトドア特集 (株)サンアド
優秀賞	NEXT西三河 (株)中日アド企画 三河支社
優秀賞	就学支援金特集 (株)中日NEXT
岐阜の部	
最優秀賞	介護人材育成事業者認定制度 (株)中日アド企画 岐阜支社
優秀賞	ぎふシニアフェア2019 (株)中日アド企画 岐阜支社
優秀賞	医療機能評価認定病院特集 (株)中広
三重の部	
最優秀賞	国体応援・三重の女子アスリート企画 (株)中日アド企画 三重支社
優秀賞	あおり運転撲滅企画 (株)アド三愛
優秀賞	読者写真投稿企画 (株)神広エージェンシー
静岡の部	
最優秀賞	食品ロス企画 (株)中日NEXT 浜松支社
優秀賞	ビューティーエイジングフェア (株)中日アド企画 東海支社
優秀賞	大嘗祭企画 (株)中部日本広告社 浜松支社
滋賀・長野・福井の部	
最優秀賞	飯田商工会議所100周年企画 (有)中日新聞長野広告社
優秀賞	「三國の台所・つまみ食いWALK」載録特集 (株)福井中日広告
特別賞(全エリア対象)	
市民・尾張・三河	スター選手生んだ中部のスケートリンクへ行こう (株)中日アド企画
岐阜・三重・滋賀	
長野・福井	
市民・尾張・三河	大嘗祭企画 (株)東宣エイディ



最優秀賞 特別賞

市内の部

介護サービス事業者
自己評価・ユーザー評価事業企画

6/28(金)

(株) 中日アド企画



岐阜の部

介護人材育成事業者認定制度

11/8(金)

(株) 中日アド企画 岐阜支社



滋賀・長野・福井の部

飯田商工会議所100周年企画

長野版 9/14(土)

(有) 中日新聞長野広告社



尾張の部

かわるシリーズ
「東海市」「武豊町」「常滑市」「瀬戸市」

5/31(金)ほか(抜粋)

(株) 中日アド企画 尾張支社



三重の部

国体応援・三重の女子アスリート企画

9/21(土)ほか(抜粋)

(株) 中日アド企画 三重支社



特別賞(全エリア対象)

スター選手生んだ
中部のスケートリンクへ行こう

市民・尾張・三河・岐阜・三重・滋賀・長野・福井版
2/27(水) (株) 中日アド企画



三河の部

アウトドア特集

7/5(金)

(株) サンアド



静岡の部

食品ロス企画

12/10(火)

(株) 中日NEXT 浜松支社



大嘗祭企画

市民・尾張・三河版
11/14(木) (株) 東宣エイディ



2019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
広告局ビジネス開発部

TEL.052-221-0483

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。

編集機能

地域連携



「北陸新時代」

北陸新幹線5周年特集



北陸中日新聞 2020年3月14日朝刊 4ページ特集



東京新聞 2020年3月14日朝刊

【読者の声】 ※一部抜粋

- 温泉や食べ物等、視覚から興味をそそられる！行ってみたいと思わせる広告。(女性30代)
- フルカラーで色彩豊かな風景と美味しそうな料理の魅力が充分に伝わってくる、よい広告だと思う。新幹線の長さを生かしたメッセージとイラストも可愛かった。(女性60代)
- 出身地が金沢で、北陸新幹線ができて5年たったことを、改めて知りました。(男性50代)

出典元

新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR

県外・海外からの観光客数を大幅に増やす原動力となった北陸新幹線が5周年を迎えた。2014年の開通以来、北陸中日新聞と東京新聞で毎年3月14日の開通日に本特集を掲載している。5周年の節目となる本年は、JR西日本も例年以上に盛大なキャンペーンを予定しており、北陸中日新聞も地元紙としてその後押しになればと、編集局の協力を仰ぎ4頁の特集を展開。東京新聞でも首都圏にも発信するなど北陸新幹線5周年を大いに盛り上げた。

新型コロナウイルス感染症による影響で、出稿を取りやめるレギュラー広告主が少なくなかったが、スタッフ一丸となり新規を獲得し、なんとか掲載にこぎつけた。

北陸地方では、2023年の北陸新幹線敦賀(福井県)延伸を見据え、大型ホテルや商業施設が開業を予定している。引き続き地域の魅力を発信する紙面づくりに知恵を絞っていききたい。

北陸本社広告部 伊藤 敦

企画レポート

AD BALLOON

01 中日新聞(市民版)朝刊 | 認知症への正しい知識を普及啓発

「もの忘れ検診」「認知症支援」

〈名古屋本社 広告三部 安井 新悟・安藤 香(現:広告二部)〉

2020年4月1日施行の「名古屋市認知症の人と家族が安心して暮らせるまちづくり条例」に関連し、二つの企画を実施しました。

まず一つが、今年1月からスタートした「もの忘れ検診」。65歳以上の市民なら誰でも無料で、認知症の検診が受けられます。名古屋市健康福祉局の純広告とともに、市内の検診が受けられる医療機関13件による連合広告を企画。専門医の先生に検診の意義や認知症の種類について伺いました。

次に、市内の高校生が各区の認知症支援に関する取り組みに参加した様子を紹介。認知症への正しい知識を普及啓発するとともに、読者の関心を高めることに貢献しました。同時に、中日プラスでもwebページで記事を公開しアンケートを実施。1,150件の回答と、「若い人の取り組みに感心させられる」「身近なことに感じた」などの感想が集まりました。

中日新聞の定期購読者向け
サービスサイト
「中日新聞プラス」で
1,150件の感想が寄せられました

中日新聞
プラス



中日新聞(市民版) 2020年3月28日朝刊 15版

4月1日施行
「名古屋市認知症の人と家族が安心して暮らせるまちづくり条例」



中日新聞(市民版) 2020年2月18日朝刊 5版

【読者の声】 ※一部抜粋

- 高校生の頃から関心を持つことは大事だと思う。
- 若い人たちがわれわれ年配者に関心を深めて、認知症を知って支援する活動をしていることは実に頼もしく思います。
- 地域で見守る大切さを考えるよい機会になりました。
- 認知症を自分事と考えられる社会を目指す取り組みに感動しました。

昨年は大学生、
今年は高校生が参加

01 市内各社の協賛で魅力を発信！ 「名古屋市営バス90周年」企画

名古屋本社 広告三部 安井 新悟

昭和5年の2月1日から運行を開始した名古屋市営バスが今年で90周年を迎えました。現在では1日に平均約35万人が使用され、市民の生活の基盤となっている市営バスの90周年ということで改めて魅力や利便性を伝える紙面特集を掲載しました。

沿線にはオフィス・住宅地だけでなく、史跡や観光施設など多様な需要のある市営バスの特集ということで名古屋市内・バス沿線の企業が中心となって協賛。1ページで名古屋市内の魅力を伝える紙面となりました。

名古屋市はこの90周年を周知するために昨年11月にイベントを開催。市営バスの限定グッズ販売や記念の展示が行われました。多くの来場者を集めて話題を呼び、市営バスへの市民の関心の高さを窺い知ることができます。

観光資源豊富な名古屋市の魅力をさらに読者に伝えるべく、これからも様々な切り口から情報を発信していきます。

名古屋市営バス
沿線の協賛社



中日新聞(市民版) 2020年2月1日朝刊 15段

02 栄バスターミナル跡地に新たなオープンスペースが誕生！ 「ミツコシマエ ヒロバス」特集

名古屋本社 営業推進部 小松 亮太(現:広告三部)

名古屋市、栄バスターミナル噴水南のりば跡地に「ミツコシマエ ヒロバス」が開業しました。70メートルのミニトラックを広場中央に配したデザインが特徴で、来場するすべての人々が、新しい発見や体験と出会い、明日に向かうエネルギーを受け取れる、そんなコンセプトに基づき、スポーツをテーマとしたイベントを始め、多種多様な取組みを進めます。

公園の供用開始とコンビニエンスストア「ファミリーマート」の開店日であった2月22日にはオープンを記念したセレモニーを実施。当日の朝刊で広場を紹介する特集紙面を掲載しました。28日には名古屋初出店のイタリアンレストラン「TOKYO MERCATO(トウキョウ メルカート)」もオープン。

新聞紙面だけでなく、新たなコミュニケーションの舞台としてミツコシマエ ヒロバスを活用し、地域のにぎわいに貢献していきます。



中日新聞 2020年2月22日朝刊 15段

【読者の声】 ※一部抜粋

- 名古屋初出店のレストランやスポーツイベントが楽しめる広場もあるので利用してみたいと思った。(女性30代)
- 広々とした空間で、緑もあり、心地よさそうだなと思った。ドラゴンズの自販機が気になる。(女性30代)
- 栄がどんどん新しく開発されていくのは楽しみだし行ってみたいと思う。(女性40代)
- 自分の目で確かめてみたいです。天気の良い日と和の時にぶらっと出掛けてみたいです。面白いと思います!!(男性60代)

新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR

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2回

名古屋人のスーパー銭湯・サウナ好き

広々とした浴場、いろいろな種類のお風呂、開放的で趣のある露天風呂、高温のサウナにキンキンに冷えた水風呂、美味しいごはんがあるレストランに、ゆったりとした休憩室……。

名古屋の実家に帰省するときの楽しみは、スーパー銭湯とサウナです。私が今住んでいる東京の場合、広々としたスーパー銭湯を楽しむには、かなり離れた郊外まで出かけるなければいけません。名古屋には市内にも近郊にも本当に素敵なお店がたくさんあります。

そう、名古屋の人たちはスーパー銭湯とサウナが大好き。東京都は人口1,395万人につき、スーパー銭湯は107施設ですが、愛知県は人口755万人につき、76施設。「スーパー銭湯密度」は愛知県に軍配が上がります(施設の数字は「スーパー銭湯全国検索」より)。ツイッターで愛知県在住の方たちにアンケートを募ったところ、月に1〜5回行くと答えた人は27%、10回以上行くと答えた猛者も7%いました。

「名古屋はスーパー銭湯発祥の地」との噂もありますが、正確には「名古屋はスーパー銭湯がブレイクした地」。1980年代に大阪や北陸で生まれたスーパー銭湯でしたが、あまり普及はしませんでした。一方、名古屋では1990年に「竜泉寺の湯」が開業するとこれが大ヒット。1995年は1年で15店が新規出店するほどの大ブームに。

普及のカギは「お値打ち感」。これまでサウナは2,000円以上かかったり、銭湯の料金とは別に200円ほどの料金がかかったりしていましたが、「竜泉寺の湯」は330円(平日料金、当時の価格)に統一。銭湯並の値段でいろいろなお風呂やサウナを楽しめるようにして、名古屋の人たちに大いに受けました(中日新聞「ナゴヤ特走隊」2007年9月18日)。

次のカギは「三世代」。名古屋研究家の川合登志和さんは名古屋の人たちがスーパー銭湯を愛する理由として「三世代に対応できる娯楽施設だから」を挙げます。「名古屋は三世代同居率が高く、また一緒に住んでいなくても、近隣に住んでいることが非常に多いです。そんな状況下で、おじいちゃん・おばあちゃんも満足できて、孫も楽しめる、気軽に行けるレジャーといえば、真っ先にスーパー銭湯が思い浮かびます」(川合さん)

最後のカギは「おもてなし」。「お客様に居心地良く過ごしていただきたいというホスピタリティ(おもてなし)が優れているのが名古屋のスーパー銭湯とサウナの特徴だと思います」と話す

のは、株式会社ウェルビーの若山誠さん。ウェルビーは本格的なフィンランドサウナをいち早く取り入れるなど、日本のサウナ界をリードする存在。サウナ界で大流行している「ロウリュ(熱波を送ること)」も同社が全国に広めました。「ウェルビー栄」は日本中からサウナ好きが集まってくるほどの名店です。

「東京の文化と大阪の文化に挟まれた名古屋は『おもてなし』で勝負するという文化があるのかもしれませんが。喫茶店のモーニングと同じような感覚ですね。名古屋は土地があるので大きな規模の施設も作れますし、長い滞在時間を居心地よく過ごしていただきたいと考えております」(若山さん)

お値打ちで、家族みんなで楽しめて、おもてなし精神にあふれたスーパー銭湯とサウナが名古屋の人たちは大好きなのです。



中日新聞 2018年12月27日



中日新聞(市民版) 2007年9月18日



ドラ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の共著『名古屋あるある』などがあり、昨年、共著『ドラドリル』シリーズを発売し子供のドラゴンズファン増

加にも寄与している。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	4/20(月)	5/20(水)	6/19(金)
第2次 前月 10日	5/8(金)	6/10(水)	7/10(金)
第3次 前月 20日	5/20(水)	6/19(金)	7/20(月)
特定面 前月 5日	5/1(金)	6/5(金)	7/3(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。