

中日グループ 一般紙発行部数

(ABCレポート2022年1-6月半期レポート)

朝刊 **2,431,284** 部

夕刊 **369,981** 部

■ 中日新聞配布エリア

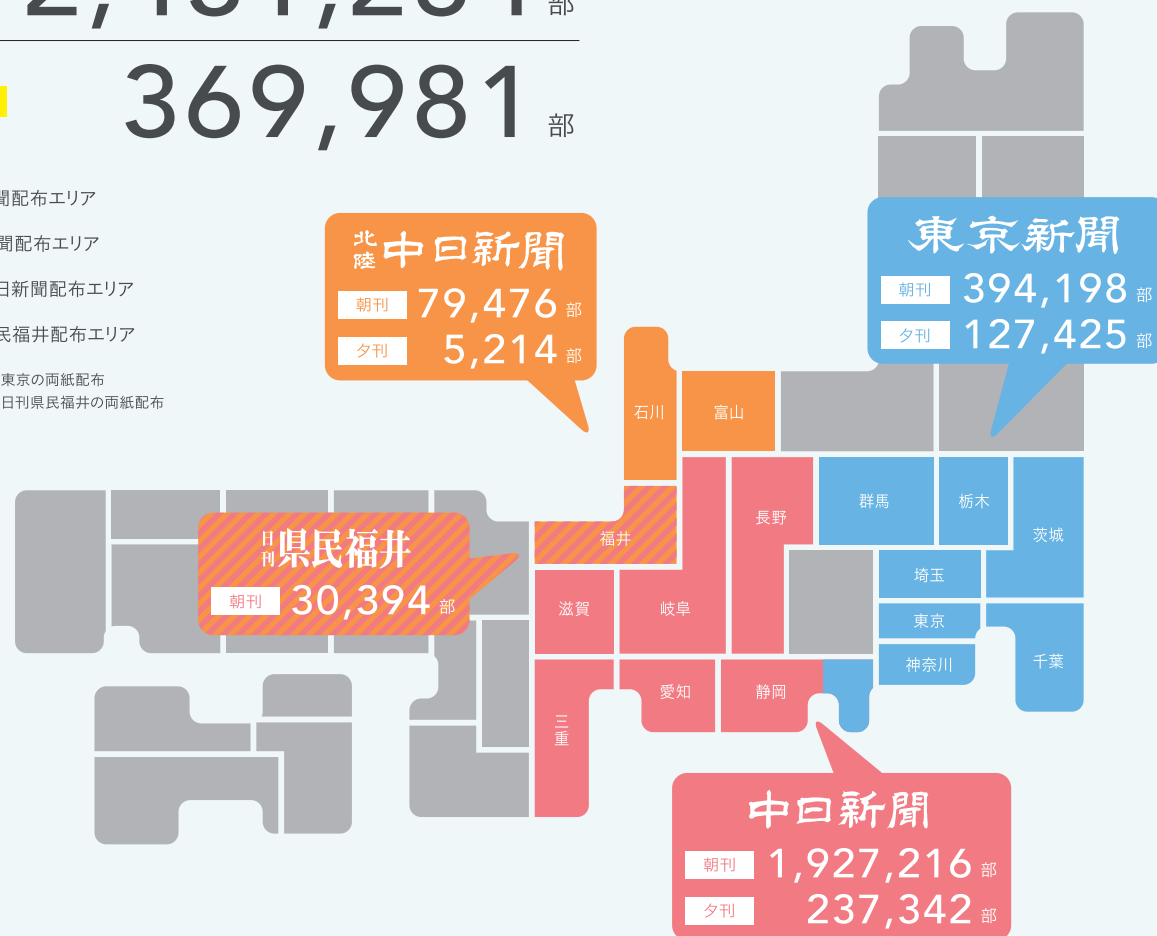
■ 東京新聞配布エリア

■ 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

271,987 部

(2022年10月自社公表部数)

東京中日スポーツ

70,497 部

(2022年10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

(浜松市を中心に静岡県西部)

東京新聞TODAY

160,000 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

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

お客さま、パティシエ、
スタッフが一つに
感謝の気持ちと
ワクワクを紙面から発信

INTER
VIEW

Kiyooki Maeda

前田 清明 氏

株式会社 ジェイアール東海高島屋
販売促進部 部長

お客さま、パティシエ、スタッフが一つに 感謝の気持ちとワクワクを紙面から発信

Interview

Kiyoaki Maeda

前田 清明 氏 × Koji Sugita

株式会社 ジェイアール東海高島屋
販売促進部 部長

中目新聞 名古屋本社
広告一部 部長

1987年、株式会社高島屋へ入社。高島屋大阪
店広報室、高島屋東京本社宣伝部などを経て、
2011年に高島屋泉北店の販売促進室長へ。
2016年から現職。



— この温かく、嬉しくなる広告には社内外から大きな反響がありました。ジェイアール名古屋タカシマヤさまの「アムール・デュ・ショコラ」(以下アムール)は23回目。過去最高の売り上げを記録したとうかがっています。

前田 34億円を超える売り上げでございまして、過去最高を記録しました。これもお客さまのおかげです。感謝の気持ちを伝えたくて、こういう広告になりました。

— 同じコロナ禍でも昨年と違った点はありましたか。

前田 一番大きく違ったのは行動制限が少し緩和されたことです。昨年、一昨年は入場制限を行っていましたが、3年ぶりに入場制限を撤廃して自由に入らせていただきました。朝だけチケット制で、それ以外はフリー。本当にたくさんのお客さま、70万人を超えるお客さまに来ていただきました。

— 70万人！すごいですね。

前田 1、2月の寒い中、始発で来ていただいたお客さまも多く、申し訳ないくらいでした。この感謝の気持ちを伝えるため、こういう広告を出そうということになりました。

— 始める前、70万人という数を予想されていたのですか。

前田 いや。想定よりもかなり多くのお客さまに来ていただけた結果になりました。

— 予想以上にたくさんのお客さまがいらっしゃったことで、対策はどのように？

前田 人気のブランドは混雑しますので、整理券の発行などさまざまな対策を行いました。お客さまにはツイッ

ターとホームページでお知らせしましたが、毎日のように入場の仕方が変わり、不便をおかけしたと思います。

— それも改善のためですね。

前田 そうですね。お客さまのご意見も聞きながら。「アムール」はお客さまと一緒に作っていく、広告のメッセージにも書かせていただきましたが、お客さまとパティシエ、そしてスタッフみんなで作り上げているところが、他の催事には無いところです。

— 前田部長はこの催事に関わられて今回で何回目ですか。

前田 2016年からやっていますので7回目になります。

— 今年は過去と比べ、何か特徴的なことはありましたか。

前田 かなりお客さまが詳しくなられたというか、私たちが教えていただくことが増えました。お客さまはどのブランドの何がおいしいか、この商品にはどんな特徴があるかなどかなり細かいところまでご存知です。そこで今年の「アムールアワード」を売上ランキングだけではなく、お客さまの“推し”投票と売上ランキングから順位を決定する方法に変更しました。自分が応援したいものを共有できる、お客さまに推薦してもらったブランドということですね。これをホームページや会場掲示板に掲載しました。

— 「アムール」は全国の高島屋さんで行われていますが、名古屋地区の特徴はありますか。

前田 やはりお客さまとの結び付きが強いと申しますか、他の地域でもパティシエの方が来られることはありますが



中日新聞 2023年2月14日朝刊 15段カラー
パティシエとスタッフが感謝の気持ちを伝える広告

名古屋ほど多くはない。名古屋はパティシエとお客さま、スタッフの一体感が強いです。それと、名古屋ではお客さま同士で「アムール」のファンクラブのようなものができていまして情報交換をされています。多分、他の「アムール」では無い、もちろん他の百貨店でも無いことだと思います。

— 大事な催しに参加するという感じですね。

前田 そう。参加している。販売の催事、イベントではなく、一緒に作って参加してっていう雰囲気だと感じます。今年はECが上がるかと予想していましたが、意外にも店頭の方が多く来ていただきました。お客さま同士のコミュニケーションもあり、単に買いに来るだけではない、体験を買っていただいている部分も大きいと思います。中には地図を付けて、こちらから入場したら早いとか、こう回ればいいとか情報発信されている方もいらっしゃる。そういう意味でも、みんなで作っている感じがします。

— 色々な思いを共有し、語り合う定番イベントですね。そうなるにはどうしたらいいのか色々な企業の方が苦労されている。立派なモデルケースです。そんな中、新聞広告をご出稿いただきました。この企画を作るにあたって、どのような視点があったのですか。

前田 最初はパティシエの方だけを入れていました。コピーを考えながら、やはりスタッフも入れて感謝の気持ちを表現したいとなりました。それと、ECで購入してくださったお客さまに向けて、感謝の気持ちを伝えられるものを作りたいとの思いもありました。



今年の「アムール・デュ・ショコラ」は70万人を超える来場があり、売上は過去最高を記録した。

— いくつか案が出されたのですか。

前田 これは3回目に出たもので、昨年を踏襲した案もありました。パティシエの方とスタッフが並んでいる写真です。その中からこれに決めました。

— 御社内の反響はいかがでしたか。

前田 百貨店の広告というのは従来、展覧会や物産展など、こういうものを企画したので来てください、という新聞広告が多かったと思います。今回は来てください、というよりは「ありがとうございました」というメッセージを伝えなかった。そこはお客さまも、いつもと違うなと感じていただけたのではないかと思います。

— ツイッターで広告の写真を撮影してアップしているのを見かけました。

前田 撮影されることを踏まえてビジュアルは考えました。

— このハートの大きさは新聞ではなかなか見ません(笑)。2023年、具体的に期待されているイベントはありますか。

前田 ユーチューバー東海オンエアさんの展覧会「東海オンエアミュージアム」(3月29日～4月10日)を行います。東海オンエアさんはZ世代に人気です。百貨店は年齢層が高くなりがちですので、色々なターゲットに向け、ワクワクドキドキするイベントを今後開催していきたいと考えているところです。

— 弊社に対し、期待して下さっているところ、あるいはこうしたらもっと良くなるのではということがあれば教えていただけますか。

前田 色々なメディアの中で、新聞社さんの強みは信頼であると考えています。百貨店も同じで、やはり信頼が非常に大事です。新聞社さんにこういった広告を掲載いただき、お客さまと信頼関係が構築できるよう今後もご協力をいただければと思います。

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。

中日新聞 春の大感謝祭

「新しいこと!楽しいこと!発見フェスタ」開催

中日新聞 春の大感謝祭
新しいこと!楽しいこと!発見フェスタ

参加無料
3月18日(土) 10:30-16:00

当日は、入場無料のブースゾーン、有料のセミナー、旅行会社、飲食店のブースが並び、読者参加型のイベントが盛り込まれている。

当日のセミナーは、最新のトレンドや最新の情報を提供し、読者のニーズに応じた内容となっている。

当日の旅行会社は、最新の旅行プランや最新の情報を提供し、読者のニーズに応じた内容となっている。

当日の飲食店は、最新のメニューや最新の情報を提供し、読者のニーズに応じた内容となっている。

中日新聞 2023年2月27日朝刊 15段

定員150名のセミナーに
応募数延べ1,000名以上!



クルーズ旅や海外旅行の楽しみ方などのセミナーを開催



協賛企業の出展ブース



コロナでいろんなことが止まっていた3年間。海外旅行や飲食店の人数制限など、国の制限も緩和されたのを機に、これまでの我慢を吹飛ばすくらい楽しい情報を読者に届けたいと企画会議をスタート。まずは昨年11月に紙面で「Restart もう一度いろんなことはじめよう」という特集を掲載しました。さらに、久しぶりに「ワクワクすることを始める」ための後押しをするイベントを開催するため、昨年末からセールス開始。メインスポンサーの旅行会社のセミナーとブースのほかに、海外の政府観光局や航空会社などのブース、またマスクOFFの生活に向けてのセミナーや肌チェックブースなど各社の協賛を得てイベントを実施しました。定員150名のセミナー3つに対し、応募は延べ1,000名以上。当日も3つのセミナーともほぼ満席となりました。来場者のアンケートでも「久しぶりに海外に行きたくなった」「マスクを外した時の笑顔作りの参考になった」との声が多く、日常を取りもどすための一助になったのではと思います。

名古屋本社 広告一部 大谷朋子

東海エリアの深掘りメディア
フカボリトウカイ

地域の「ちよっと気になる」話題を新聞社がお届けするローカルニュースサイトです。

中日新聞が運営する
東海エリアの深掘りメディア
『フカボリトウカイ』で紹介しました



東海エリアの話題をお届け

おでかけ・エンタメ・スイーツ・グルメ・カルチャー・どうぶつ・はたらく・ライフなど地域の気になる話題を取り上げます
SmartNews、Microsoft ニュースなどにも記事を配信しています

スポンサードコンテンツにも対応

新聞社のディレクションによる、よみごたえのあるPR記事
広でプロモーションをお手伝いします

関連サイト・SNS

- フカボリトウカイ +plus (中日新聞プラス内)
- フカボリトウカイ PIAZZA出張所 (地域型コミュニティ/名古屋と提携)
- 編集部 Twitter・Instagram

お問い合わせ: 中日新聞社広告局デジタル広告部

北陸新幹線の福井・敦賀延伸は1年後!

福井市と共催で東京新聞フォーラム開催



東京新聞フォーラム 魅惑の北陸 福井

定員150名
応募数600名超

東京新聞 2023年2月28日朝刊 15段

北陸新幹線
福井・敦賀延伸1年前特集

北陸新幹線福井・敦賀延伸1年前
《福井観光案内》

福井県の観光PR
キャラバンが
東京新聞に本社

中日新聞(福井版) 2023年3月18日朝刊、日刊県民福井併載 別刷り4ページ特集

北陸新幹線の福井・敦賀延伸を1年後に控え、福井は新幹線駅の建設や駅前再開発もあり県民の機運は盛り上がっています。しかし、他県で「知っていますか」とアンケートを取っても、圧倒的多数が「知らない」になるのでしょう。

東京や沿線での認知度が低い事は県内自治体も課題と思っており、県都福井市も東京でイベントを、と考えました。そこで新幹線の通る福井ー東京間で新聞を発行する中日グループの強みを生かした「東京新聞フォーラム+沿線キャラバン」を提案。福井市の考えと見事にマッチして今回のイベント開催にこぎつけました。

福井観光のフォーラムで果たして人が来るのかと不安は募りましたが、150の定員に対して600名超の応募。東京・京橋で2月4日に開催したイベントもバッククマクンを始めとした登壇者が会場を盛り上げ大盛況。キャラバンを含めて福井市も満足の結果となりました。来年の開業に向け今後も福井からの情報発信に取り組んでいきます。

福井支社 広告部 小西 秀樹

東京新聞(都心版)
2023年1月28日朝刊

福井県の観光PR
キャラバンが
東京新聞に本社

2023 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

視点により解釈が分かれる雇用関連指標

改善する雇用情勢と深刻化する人手不足

東海経済は足踏み状態だが、雇用は改善

半導体調達難による自動車の生産停滞、原材料価格の高騰などにより、東海経済はこのところ足踏み状態となっている。これまで東海は自動車産業のけん引により、他地域に比べて経済状況が良好な地域と言えたが、足下では、逆に自動車産業が足を引っ張るような状況だ。

そのような中で、雇用状況に関しては改善が続いており、生活の根幹である職の確保という面では、それほど心配ない状況と言える。日本銀行が1月に発表した地域経済報告(さくらレポート)でも、東海地区は、景気全般では「横ばいで推移している」とされたものの、雇用・賃金に関しては「緩やかに改善している」と、上向きが続いていると判断されている。

東名阪の3大都市圏の中核である東京都、愛知県、大阪府について、有効求人倍率(2023年1月の就業地ベース、季節調整値)の動きを見ても、愛知県で1.39倍と、東京都の1.17倍、大阪府の1.12倍に比べて高水準となっている。失業率(2022年10-12月期、季節調整値)を見ても、東海地区は1.9%と完全雇用と言えるような水準であり、南関東の2.5%、近畿の2.9%に比べて低い状態だ。

喜んでばかりはいられない高い求人倍率

雇用関連の経済指標を見ると、愛知県の雇用情勢は他地域に比べ良好であるように見えるが、問題がないわけではない。コロナ前の2019年の平均を基準として、求人数の推移を見ても、愛知県は、東京都、大阪府を下回っており、求人が他地域より

も伸びているわけではない。同様に、求職者数の動きを見ると、愛知県は、東京都、大阪府に比べて低めの水準で推移している。愛知県の求人倍率が高水準であるのは、分母である求職者数が少ないことが影響していると言える。

先に触れたように愛知県の失業率は他地域に比べて低水準である。「住民基本台帳移動報告」から人口移動の状況を見ても、東京都、大阪府で人口流入が続いている一方、愛知県では人口流出が続いている。これらが、愛知県における求職者数の水準の低さにつながっていると考えられる。

求人倍率が高いということは、職を探す人にとっては良いことであるが、視点を変えて企業側から見ると、人手不足で困った状態とも言える。失業率が低く、求職者数が少ない中で、求人倍率が高いというのは、むしろ人手不足が深刻で困った事態との解釈も可能であろう。

塚田 裕昭

つかだ ひろあき

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

調査開発本部 調査部

主任研究員



探訪記

東海エリア



文・写真/増田 幸弘(編集者)

[三重県 松阪市]



名古屋市内のホールで開かれたコンサートでピアノを弾く野呂明音さん。粒立ちのよい音を奏でる。

音楽で障害を乗り越えて

松阪には人と人が結びつく、不思議な地力がある。勘違いかもしれない。気のせいかもしれない。でも、全国各地取材してきたなかで、これほど縁に恵まれる場所はほかに思い当たらないのだ。

「松阪が商人の街だったのはあるかもしれませんが、だれがお客さんになるかわかりませんから、人を大切にしないといけません」

松阪に生まれ育ち、いまま松阪で暮らす野呂敏弘さんは言う。「おかげさまで」「おたがいさま」という言葉がかつて日本の経済成長を支えていたが、あまり聞かなくなって社会は停滞し、分断が進んだ。

野呂さん家族とは娘の明音さんという知的障害のあるピアニストを通じて知り合った。初対面のとき、母の庸子さんが席を外し、楽屋のようなところで二人きりになって気まずかったのか、おもむろにバッハのフリーズを暗譜で弾きはじめた。その音色は水面の波紋のように揺らぎ、アンビエントと呼ばれる環境音楽を思わせ、心にしみた。

「明音がそんな曲を弾きましたか。譜面通りにしか弾けないはずなのですが……」

鮮烈な印象を話すと、庸子さんはなぜか戸惑っていた。障害がわかったのは3歳児健診のとき。最初はいくつかの知的障害が混じっているとされ、小学生のときにコミュニケーション障害と診断された。

ピアノ教室をしている庸子さんにとって、音楽が子どもを育てるうえで救いになった。明音さんも5歳からピアノをはじめ、いやがらず、熱心に練習した。小中は普通校の普通学級に通った。家族ぐるみで勉強をみた。計算は得意だったが、国語はいくらやってもつまずき、算数でも文章題はできなかった。

高校は音楽系に進み、さらに名古屋の音大で学んだ。弟の有我さんも音大に進み、作曲家として活動する音楽一家だ。「ピアノが明音の支えになっていたのはたしかです。音楽がなかったら大学ばかりか、高校に行くのもむずかしかったで

しょうね」

敏弘さんは言葉を噛み締めて振り返る。卒業後はケアハウスで寮母として働き、今年で16年目になる。食事の介助や掃除が主な仕事だが、コロナ禍で中止になっているものの、月1回の誕生日会では明音さんのピアノに合わせて歌をうたったりしている。

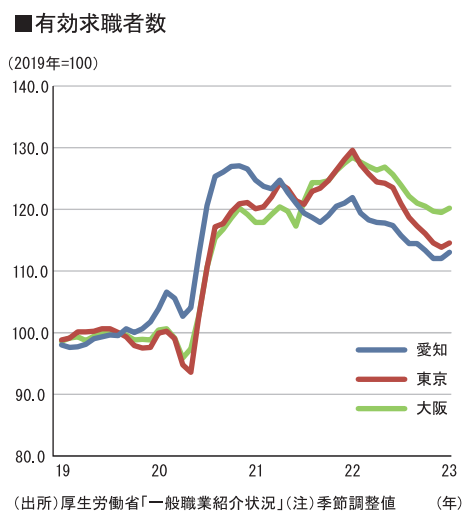
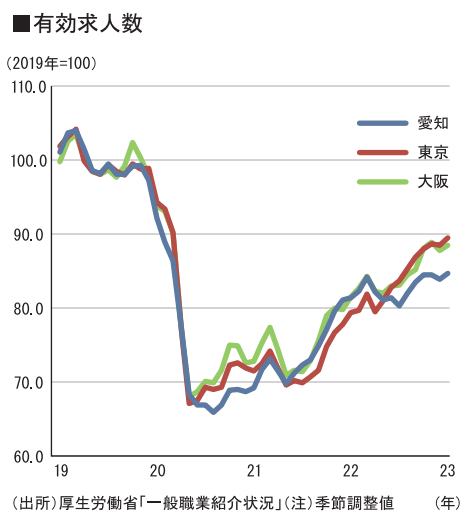
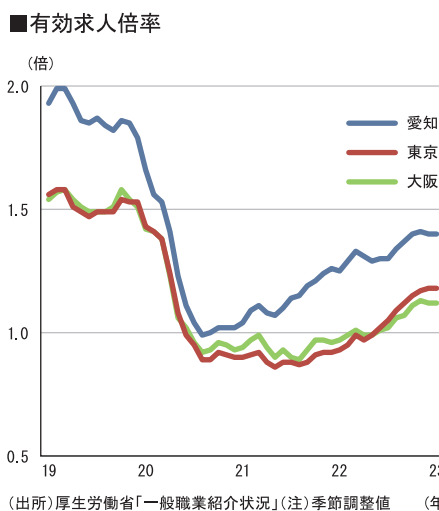
入居者が何人いるのか、庸子さんがこれまでいくら尋ねても返事はなかったというが、改めて聞いてみたところ「47人」と本人の口からはっきり聞けた。言葉はいっぱい知っているのに、それが出てこない、出てきにくいのだと医師から説明されているそうだが、それでもこうしたやりとりが明音さんと会うたび、断片的ながらもあった。

松阪らしいのが“おかあさんコーラス”でピアノの伴奏を頼まれるなど、障害というハンディを越え、地域に根ざした音楽活動をつづけられていることだ。たとえテンポを間違えても、歌のほうで引っ張り、なにごとにもなかったようにつづける度量の広さがある。昨2022年にはじまり、この3月で7回目を数える、子どもがクラシック音楽に触れ親しむコンサート「おんいく」(中日新聞社後援)にも、ピアニストの一人に招かれている。

親が年を重ねたいま、明音さん一人残されてからのことが懸案になっているが、グループホームなどではピアノを自由に弾くのがむずかしいといった壁に直面している。



旅行好きの家族で、左から野呂敏弘さん、有我さん、明音さん、庸子さん。写真＝長崎県の端島(軍艦島)で。ご家族提供。



01 Twitterを活用し、笑える話から泣ける話まで応募総数1,542作品 「東海道新幹線の思い出」募集キャンペーン

〈名古屋本社 デジタル広告部 桂木 沙織 / 広告一部 佐藤 龍比古〉

3月13日からマスク着用義務が緩和され、5月8日から新型コロナウイルスが5類に移行するなど、我々の生活は少しずつではありますが、確実にアフターコロナに向かっていきます。

この3年間、なかなか行くことの出来なかった新幹線を使った旅行や帰省を計画している方も多いと思います。

そこで中日新聞広告局では東海旅客鉄道株式会社様の協力のもと、読者を中心に東海道新幹線にまつわる思い出やエピソード

を募集するキャンペーンを実施しました。

キャンペーン告知には紙面・WEBだけでなくTwitterを活用。笑える話から泣ける話まで全国から1,500を超えるエピソードが集まり、多くの反響を頂きました。

まだ新型コロナが完全に収束したわけではありませんが、遠距離移動に飢える皆様に最適な情報をお届けできるよう、新たな企画に取り組んでいます。

この記事をシェアする

企画・制作/中日新聞広告局

JR東海 × 中日新聞

新幹線にまつわるたくさんの思い出やエピソードをありがとうございました!

結果発表!

結果発表

応募について

川上憲伸さん・福留孝介さんのエピソード

3年ぶりに行動制限がなく、天候にも恵まれた年末年始は、東海道新幹線を利用した人の数が、コロナ前のおよそ9割の水準に回復しました。久しぶりに新幹線に乗車し、新幹線の楽しさが甦った方もいらっしゃることでしょう。コロナ禍はまだ続きますが、JR東海では、皆さまから新幹線にまつわる思い出やエピソードを募集いたしました。この度、応募総数1,542作品の中から厳正な審査を行い、計16作品の受賞作品が決定しました。たくさんのご応募をいただきありがとうございました。

結果発表

最優秀賞

あずあずさん

23年前、高校を卒業して仕事を始める為に1人で東京へ行く日の朝、父から「名古屋駅を発車して5分後に駅の外を見る」と言われ見ていると河川敷で白いタオルを大きく振って頑張っている姿を見つけている父を見つめ、新幹線の車内で泣きながらその姿を眺めていました。自分の門出をお祝いしてくれた父と泣きながら見送ってくれた母に感謝しています。今でも私の大切な思い出です。

JR東海 × 中日新聞「東海道新幹線の思い出」WEBページ

元・中日ドラゴンズのスター選手だった
川上憲伸さんと福留孝介さんにも新幹線にまつわる
思い出やエピソードを語っていただきました。

川上憲伸さん



福留孝介さん



応募総数
1,542作品の中から
16作品が受賞!



東海道新幹線の思い出大募集!

2月26日(日)

JR東海 東海道新幹線の思い出募集事務局

@shinkansen_ept

皆さんの東海道新幹線にまつわる思い出やエピソードを募集するキャンペーンを開催中! 出張や旅行での思い出など、ほっこり、楽しい、感動的なエピソードが集まりました。入選作品を特設サイトでご覧ください!

入選された皆さまのエピソードを紹介

東海道新幹線がもたらした思い出や感動を皆さんに紹介いたします。皆さんの投稿が、多くの人に感動を与えています。入選された皆さまのエピソードを、特設サイトで紹介します。ぜひご覧ください。

中日新聞 2023年3月12日朝刊 3段

02 中日新聞朝刊 | CNCIグループ×中日ドラゴンズ×中日新聞社

「みらいへつなごう みんなでつくる SDGs」イベント実施

〈名古屋本社 広告一部 岡庭 三佳〉

3月19日(日)、CNCIグループと中日ドラゴンズ、中日新聞社が共同で、「未来へつなごうみんなでつくるSDGs」と題した活動を、中日ドラゴンズのオープン戦に合わせてイオンモールナゴヤドーム前で行いました。家庭で余っている食品を集め、地域の児童福祉施設やひとり親家庭などに届ける「フードドライブ活動」と、中日ドラゴンズの選手が使用した「折れたバットからキーホルダーにアップサイクルするワークショップ」を実施、当日は抽選

で選ばれた小学生とその保護者30組60名がワークショップに参加し、楽しみながらSDGsについて理解を深めました。フードドライブ活動についても、活動を多くの方々に知っていただく良い機会となりました。いずれも愛知学院大学の学生ボランティアをはじめ多くの方々にご協力いただき、今後も継続して広告主、協力団体と共に、地域に寄り添いともに歩む企業として、SDGsに関する取り組みを実施していきたいと思っています。

3月19日 未来へつなごう みんなでつくる SDGs

合計130組 260名様

CNCIグループ×中日ドラゴンズ×中日新聞社 プレゼンツ

参加者大募集!!

中日ドラゴンズ × 東北楽天ゴールデンイーグルス

日程 | 2023年3月19日 14:00試合開始 | 会場 | パンテリンドーム ナゴヤ

プレミアム体験 ご招待!!

希望者の中から抽選で

始球式 13時

折れたバットで「キーホルダー」を作る

小学生 小学生

フードドライブ活動にご協力ください!

所 | イオンモール ナゴヤドーム前

イベント | フードドライブ活動

日時 | 3月19日 11:30-15:30

お問い合わせ先 | 株式会社コミュニティネットワークセンター 営業本部 TEL:052-955-5162 受付時間:平日9:00~18:00

中日新聞 2023年2月19日朝刊 全5段

未来へつなごう みんなでつくる SDGs

イベント実施のご報告

3月19日(日)、CNCIグループと中日ドラゴンズ、中日新聞社が手を取り、「未来へつなごうみんなでつくるSDGs」と題した活動を中日ドラゴンズのオープン戦に合わせてイオンモールナゴヤドーム前で行いました。愛知学院大学の学生にもボランティアで参加いただき、家庭で余っている食品を集めて地域の児童福祉施設やひとり親家庭などに届ける「フードドライブ活動」と、中日ドラゴンズの「折れたバットからキーホルダーにアップサイクルするワークショップ」を実施しました。またイベントでは中日ドラゴンズのオープン戦に280名をご招待しました。

フードドライブ

ワークショップ

オープン戦

中日新聞 2023年3月28日朝刊 半5段



「フードドライブ活動」家庭で余っている食品を集めました



折れたバットからキーホルダーにアップサイクルするワークショップ

03 中日新聞東京本社で四日市市の魅力を発信！ 「四日の市」開催

〈 東京本社 広告二部 橋本 真実 〉

2023年 3月8日(水)～11日(土) 会場 日比谷中日ビル (中日新聞東京本社) 1Fロビー・1F会議室 入場無料

OPEN 11:00～ CLOSE 17:00 ※11日は16:00まで

1 四日市市特産品・名産品
四日市市のふるさと納税返礼品を中心に特産品、名産品を紹介・販売します。
3月10日(金)・11日(土) 会場 日比谷中日ビル (中日新聞東京本社) 1Fロビー・1F会議室 入場無料

2 四日市市を知るセミナー
四日市市のふるさと納税返礼品、特産品などの紹介！
3月11日(土) ①11:30～②14:00～ 各回先着20名様 夢舞台会場は 日比谷中日ビル (中日新聞東京本社) 1F会議室

3 四日市工場夜景写真展
四日市市は工場夜景を三重県を代表する全日本有数の工場夜景都市。工場夜景の魅力を「四日市市」の魅力を発信します。ぜひ、ご鑑覧ください！
3月8日(水)～11日(土) 会場 日比谷中日ビル (中日新聞東京本社) 1Fロビー・1F会議室 入場無料

主催 東京新聞 四日市市 (東京新聞タイプロモーション事業実行委員会) お問い合わせ 四日市市 東京事務所 TEL: 03-3263-3038 (夜7時～の相談は、東京新聞広告部 TEL: 03-6910-2487まで)

東京新聞 2023年3月3日朝刊 半5段 告知広告

四日市工場夜景写真展



名物「なが餅」や萬古焼などの特産品、
四日市の産品「キンミヤ焼酎」など
地酒も販売しました。



中日新聞東京本社(東京新聞)1階ロビー & ホールで開催

中日新聞北勢版
(三重県四日市
市発行エリア)に
セミナーの
記事を掲載



中日新聞(北勢版) 2023年3月14日朝刊

三重県四日市市は三重県最大の都市で、工場夜景や萬古焼の土鍋が有名です。それは中部地区では知られていますが、東京ではどうでしょう？そこで、四日市市の魅力発信イベント「四日の市」を中日新聞東京本社で1階エントランスにて、四日市市東京事務所と東京新聞の主催で実施しました。

中日新聞東京本社の最寄り駅は霞ヶ関駅。すぐ近くに中央省庁が並びいわゆる官公庁街で、アクセス抜群の立地であるという部分も、四日市市東京事務所の方から気に入っていただき、実施にこぎつけました。

期間は3月8日(水)～11日(土)。工場夜景の写真展と物産展、最終日には定員20名の四日市の魅力セミナーを行いました。

当ビル、平日は勤務している人が1,200人います。写真展の段階で工場夜景に足を止めて見入る人が多数。また、物産展では社員以外にも多くの方が訪れ、目標としていた売り上げを大きく超えることができました。

今回実施して印象的だったのは、一般の方以外に、三重県出身の国会議員や、銀行、企業の方が訪れていたこと。また、実施後には記事も掲載。東京新聞朝刊のほか、中日新聞北勢版にも記事を掲載し、四日市市の読者にもこの取り組みを届けました。

今後も自治体の東京でのPRのお役に立ち、地方を盛り上げる取り組みを行っていきます。

04 中日新聞夕刊 | 今春スタートの朝ドラ主人公モデル「牧野富太郎」ゆかりの地 「さかわ特集」「高知県特集」

〈 大阪営業支社 広告部 青木 俊輔 〉

牧野富太郎の出身町である 高知県佐川町の観光スポットを紹介

高知(高知・佐川)へ旅に出ませんか。

高知(高知・佐川)へ旅に出ませんか。というテーマで、高知県の観光スポットや牧野富太郎の出身地に関する情報を紹介するポスター。

中日新聞 2023年1月28日夕刊 10段

高知県内の主要観光スポットと 牧野富太郎の関係性を観光MAPに

高知県の観光MAP。高知県の主要観光スポットと牧野富太郎の関係性を紹介する地図。

中日新聞 2023年3月18日夕刊 10段

今春から放送される朝ドラの主人公モデルになっているのが、植物学者の「牧野富太郎」です。牧野富太郎の出身県である高知県では、ドラマ放送に合わせて年間イベント「牧野博士の新休日」を開催するなど力を入れています。

3月26日には、中部国際空港から高知龍馬空港への空路が新規就航。中部圏から高知県へのアクセスがより便利になりました。

「朝ドラ」「新空路」など、中部圏から高知観光への機運が高まるなか、中日新聞 夕刊で、1月に「さかわ特集」3月に「高知県特集」を掲載しました。

「さかわ特集」では、牧野富太郎の出身町である高知県佐川町の観光スポットを紹介。さかわ観光協会様からご提供頂いたブルーベリージャムを読者プレゼントとしたところ、ハガキと中日新聞Webプレゼントページから、合計で約8,000件ものご応募を頂きました。プレゼントページで実施したアンケートでは、「これまで朝ドラを見たことがありますか？」という質問に対して、「いつも見ている」と答えた割合が、20代は13.2%、60代は40.5%と大きな差が見られました。朝ドラとリンクした特集の掲載媒体として、新聞読者層との親和性を確認することができました。

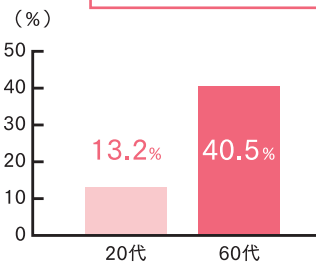
3月には「牧野富太郎と高知県」というテーマで、高知県特集を掲載。高知県内の主要観光スポットと牧野富太郎の関係性を軸に、観光MAPを掲載しました。

ここ数年、映画やドラマ放送後の「聖地巡礼」が話題になっています。ドラマの盛り上がりが予想されるなか、牧野富太郎ゆかりの地である高知県を巡礼頂けるよう、継続して読者に観光情報を発信していきます。

地元の特産品プレゼントに
約8,000件の応募

Q これまで朝ドラを見たことがありますか？

「いつも見ている」と答えた割合



※中日新聞Webプレゼントページアンケート

新聞
読者層と
高い
親和性

お焼屋×津商業高校 SDGs合同事業連載企画

〈名古屋本社 広告三部 三重アドセンター 松浦 光紀〉

三重県津市に位置する1865年創業の老舗和菓子屋お焼屋から年間3回の連載企画にて広告を獲得し、2月17日付にて連載企画の最終回を掲載しました。

この事業は、SDGsの一環として、お焼屋と県立津商業高校が産学連携をし、出張事業・企業見学・販売実習などを通じて、学生と地域の関わりを生み出すことが目的の事業であり、今年で3回目の実施となります。昨年、フリーペーパーにて広告掲載があり、今年は新聞にて出稿ができないかと直提案をしたところ、「新聞のブランド力」

「安価に広域へと周知できること」などを事由に連載企画の実施にいたりしました。

連載の中で、記者発表の場を用意したり、広告記事を学生に書いてもらうなどより学生が深く関われるような工夫をしたことにより、広告主であるお焼屋だけでなく津商業高校からも生徒が新聞を通して、文章に触れ合う機会を増やせることに満足いただけました。

今後も地元企業や地元学校との関係を深めながら企画実施に取り組んでいきます。

三重県立津商業高校の3年生が
地元企業と連携し地域をPR！



中日新聞(三重版) 2022年7月10日朝刊 半5段



中日新聞(三重版) 2022年11月4日朝刊 半5段



中日新聞(三重版) 2023年2月17日朝刊 半5段



工場見学



お焼屋見学

地元高校生が
1年かけて地域をアピールする
商品ステッカーを作成。
工場見学や実演販売も行いました



三重銘菓「地上の星」

Topics

01「東京新聞SDGsアクション！」ハゼを通じて東京の水辺の環境を考える「ハゼ釣り教室」と「ハゼを食べる会」を開催！

東京本社 ビジネス開発部 柴本 弥生

東京本社SDGs推進チームでは、「東京新聞SDGsアクション！海と川の豊かさを考える」と題し、2022年9月25日、東京都墨田区内を流れる北十間川で「ハゼ釣り教室」を、2023年1月28日、東京都中央区の豊海おさかなミュージアムで「ハゼを食べる会」を開催しました。

東京湾のハゼは、高度経済成長期から続く開発で減少。2007年以降は漁業としては途絶えてしまいました。泳ぎが得意ではなく底を這うように動くハゼは、水中に溶ける酸素量が減ると息苦そのものが難しくなる環境変化に敏感な魚。ハゼに注目したのは、東京

湾沿岸のハゼの漁獲量を調べることで東京の水辺の環境や水質状態を推測できるためです。

「ハゼ釣り教室」には、約100人の親子が参加。「ハゼを食べる会」にはかつて東京湾でたくさんハゼが釣れた頃、その味を楽しんだ世代の方々から、初めてハゼを食べるお子様まで約70人が参加。ふわっとした食感のハゼの味を楽しみながら、東京湾の歴史や環境について考える時間を過ごして頂きました。これからも東京に暮らす人々とともに、生活者の視座でSDGsを考える取り組みを続けていきます。



東京新聞 2022年10月8日朝刊

ハゼ釣り教室
親子約100名参加

特設サイトでハゼ自由大研究や
専門家インタビュー動画も公開中です

東京新聞SDGsアクション！
海と川の豊かさを守ろう！

東京湾や河口の汽水域にひっそりとハゼが暮らしているって知っていますか？ハゼを通じて、江戸の歴史や文化、水辺の環境問題をのぞいてみませんか？



特設サイトはこちら



東京新聞 2023年2月11日朝刊

ハゼを食べる会
約70名参加

モータースポーツのパネル展やファンミーティングを開催！ 東京中日スポーツ春のキャンペーン

東京本社 スポーツ部 大倉 甲人

2月1日～17日まで、“東京中日スポーツ春のキャンペーン”と題し、東京本社1Fロビーにてモータースポーツに関する展示とイベントを実施しました。国内最高峰のレース「スーパーGT」の2022年シーズン各ラウンド優勝マシン（GT500、300各クラス）の写真や、レース翌日の結果記事紙面をパネル化し展示しました。また、昨年より“トーチュウモタスポアンバサダー”に就任した女性プロドリフトドライバー下田紗弥加選手の写真や実際のレーシングスーツ、ヘルメット等も展示し、普段近くで見ることのできない貴重な展示となりました。

また12日には下田紗弥加選手にお越し頂き、ファンミーティング（トークショー並びにサイン会）を実施しました。自身初となるファンミーティングとのことで、年齢性別問わず多くのファンにご参加頂くことができました。参加者からは、「さすがモータースポーツのトーチュウさん。このようなイベントを開催してくれてありがとうございます。」など感謝の言葉を多く頂きました。

これからもトーチュウのキラコンテツであるモータースポーツを活用した企画を実施していきたいと思ひます。

スーパーGTの写真や“トーチュウモタスポアンバサダー”に就任した女性プロドリフトドライバー下田紗弥加選手のレーシングスーツやヘルメットを展示



東京中日スポーツ 2023年2月2日

実際に展示した写真にドライバー等のサインを入れて来場者に抽選でプレゼントしました。



東京中日スポーツ 2023年2月13日



愛知県や三重県など遠方からの参加者もいました。

ナゴヤ愛はどこにある？

第13回 「ナゴヤ愛」は「鯨」の形

2022年5月、Twitterのトレンドに入った「和菓子離れ」という言葉。同時に注目を集めたのが、明治40年創業の老舗「元祖鯨もなか本店」の投稿でした。「看板商品の鯨もなかは大正10年生まれ。名古屋の象徴・金鯨の形のもなかは、名古屋銘菓として長く愛されてきました。しかし、2020年、鯨もなかは99歳でこの世から消えようとしていたのです」老舗の告白に、日本中から応援の声が届きました。



▲「元祖鯨もなか本店」古田花恵さんと夫の憲司さん

材料にこだわった職人手作りの菓子を、大量生産の菓子と同じ価格で提供してきた同店。「大変そうな両親の姿を見て育った」という4代目社長の古田花恵さん。コロナ禍もあり、先代限りで店じまいすることが決定。そこに疑問を投げかけたのが、花恵さんの夫の憲司さんでした。「100年も続くお店がなくなるのは、もったいないのでは？」そんな折、お店の経営が苦しいことを知ったお客さんからも「老舗の味を守って欲しい」という声が。そうした声に背中を押されて、花恵さんは4代目になることを決意。SNSを開始し、ECサイトを整え、プレスリリースを作って流しました。2021年秋からは、憲司さんも不動産の自営業の傍らTwitterを担当するように。

店内にイートインスペースを作ろうと、2022年1月に挑戦したクラウドファンディングでは、目標額の300万円にはなかなか届かず・・・そんな中、誰かがつぶやいた「SHACHIの出番だともうんだ」というTwitter上の言葉が、ミラクルを起こします。SHACHIとは、名古屋のご当地アイドル・TEAM SHACHI(チームシャチ)のこと。そのつぶやきは、TEAM SHACHIのファンを動かし、目標額を上回る360万円を達成。TEAM SHACHIとのコラボ商品まで生まれました。

冒頭の2022年5月には、Twitterのフォロワーは1万6千人を超え、毎日「鯨もなか」の投稿を見かけるようになっていました。



▲もなかには、ひとつずつ丁寧に餡子を詰める



それでもまだ経営は楽ではありませんでした。バズった他老舗店の菓子を食べては投稿したり、リツイートの数だけ縄跳びに挑戦したりと、話題にし



▲3代目の父・寛さんがはじめた洋菓子も絶品。

てもらうために、あらゆることをしたといいます。

そんな中「和菓子離れ」の中でも、今後も頑張る『決意表明』をしたことが、大きな「バズ」になりました。さらに、7月に将棋の藤井聡太五冠のおやつに選ばれたことも追い風に。

現在、Twitterのフォロワーは4万人近くになりました。かわいい鯨アイコンの「おは鯨です！」に毎朝ほっこりします。

花恵さんは、家業の傍ら製菓の学校に入学。強敵ぞろいの中、校内のコンテストでなんと優勝！優勝したケーキは、金鯨の見事なデコレーション(右イラスト)。やはり鯨愛、最強です。

この鯨もなか、「幸せを運ぶ鯨もなか」とも呼ばれているのだそう。

「ナゴヤ愛を形にしたら、きっと『鯨の形』なのではないだろうか？名古屋城の金鯨は夫婦。花恵さんと憲司さんのような睦まじい夫婦に違いない！」

そう考えながら、鯨もなかを頬張ると、1つでは止まらず、つい2つ食べてしまうのでした。

(写真撮影：宮田雄平)



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)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。



好評発売中！
『ナゴヤ愛 地元民も知らないスゴイ魅力』(秀和システム)

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広告制作ガイド」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 (木)	5/19 (金)	6/20 (火)
第2次 前月 10日	5/10 (水)	6/9 (金)	7/10 (月)
第3次 前月 20日	5/19 (金)	6/20 (火)	7/20 (木)
特定面 前月 5日	5/2 (火)	6/5 (月)	7/5 (水)

※当該日が土日祝の場合は繰り上げた営業日となります。