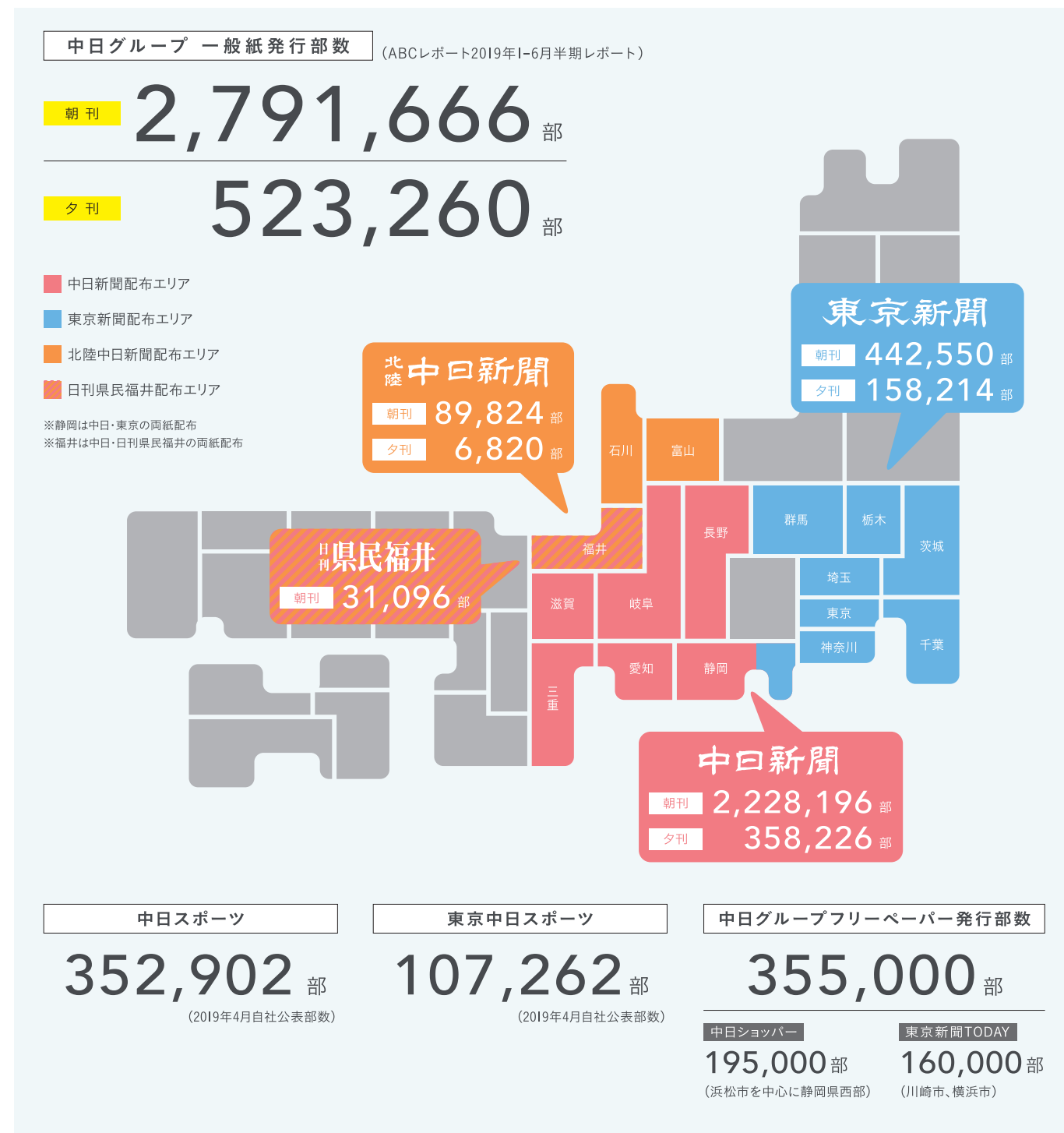




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

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

独自技術とブランディングで
オンリーワン企業に

INTERVIEW Masami Asano
浅野 雅己氏
浅野燃糸株式会社
代表取締役社長

独自技術とブランディングで オンリーワン企業に

Interview

Masami Asano

浅野 雅己 氏 × 高島 雄作

浅野 燃系株式会社
代表取締役社長

Yusaku Takahata

中日新聞 岐阜支社
広告部 部長

大学卒業後、4年間の教職を経て、1987年に父親が経営する浅野燃系に入社。1995年から代表取締役社長。



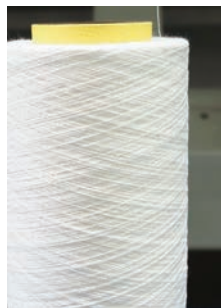
―― 貴社が2007年に販売を開始したタオル「エアーかおる」は、肌触りの良さや吸水性が高い評価を受けて大ヒットし、数々のメディアにも取り上げられています。2014年には、中日新聞社が主催する「第28回中日産業技術賞」で特別奨励賞を受賞されました。エアーかおるはどのように生まれたのでしょうか。

浅野 弊社は社名のとおり燃系メーカーなので、最初からタオルをつくっていたわけではありません。岐阜、とりわけ水の豊富な大垣市や弊社のある安八町^{あんぱち}はもともと紡績が盛んなエリアでしたが、2000年代に入ってから海外の安い製品に押され、弊社も一時は経営が行き詰まる事態になりました。そのときに感じたのは、誰にも真似できないオンリーワンの商品をつくることの必要性です。5年の歳月をかけて、柔らかく毛羽落ちも少ない燃系「スーパーZERO」を開発し、この糸を生かした最終製品として、三重県の老舗タオルメーカーとの共同開発でエアーかおるが誕生しました。

―― 当初はなかなか売れずに苦労されたと聞いています。



エアーかおるの最上位シリーズ「エクスタシー」。
ウォッシュタオルからバスタオルまでサイズは4種類を展開



浅野 燃系が生み出したスーパーZEROは、通常の糸よりも空洞が多いため、柔らかさや吸湿性、速乾性などに優れている

徐々に認知されていき、大ヒットになった経緯を教えてください。

浅野 エアーかおるが販売を開始した当時、タオルは買うものではなくもらうものだという考え方が一般的だったので、売れないのも無理はないですね(笑)。ところが、エアーかおるには我々も意識していなかった高い実力ががありました。吸水性や耐久性です。それが口コミで広がり、認知度が上がり、通販番組で紹介していただいたり、テレビ番組で取り上げていただいたりする機会が増えていったんです。現在は生産が追い付かないため、三重だけでなく、愛媛の今治や大阪の泉州でも生産しています。また、スーパーZEROを使いたいという要望に対しては、国内外を問わず供給しています。

―― エアーかおるの原料である燃系のスーパーZEROを供給してしまうと、同等のタオルを販売するライバルが現れることになりませんか？

浅野 タオルに関してはその懸念はありますが、弊社はもともと燃系メーカーですから、スーパーZEROを使いたいという企業にはきちんと供給するのが筋だろうと思っています。また、会社の将来を考えれば、企業規模の大きくない弊社がタオルの売上をライバルと競うことよりも、燃系や製品、そして企業としてのブランディングをしっかりとやっていくほうが得策だと考えています。

―― 2019年10月22日には、本社に隣接する初めての直営ショップ「エアーかおる本丸」をオープンされましたね。直営ショップをオープンした意図、貴社にとっての位置づけはどのようなものなのでしょう。



中日新聞 2019年10月21日 朝刊

エアーかおる本丸のオープンに合わせた全面広告。
他社と売上を競うよりも自社のブランディングを構築することが広告の目的だという

浅野 大きな意味では、これもブランディングの一環です。エアーかおる本丸にはアウトレット商品の売り場もありますし、ショップの裏に先代社長が住んでいた古民家があるのですが、いまはこの家を庭園のあるカフェに改装中です。多くのお客様に来ていただき、観光地として盛り上がれば、弊社にとってイメージアップになるのはもちろん、安八町の活性化にもつながると期待しています。

―― 2022年度中に福島県双葉町に新工場を稼働させる計画が発表されました。中日新聞、東京新聞は、東日本大震災以降、福島についての報道に力を入れてきた経緯もあり、この新工場についてもぜひお聞きしたいと思っていました。

浅野 私は福島大学を卒業しているので、東北地方の東日本大震災からの復興については関心を持っていましたが、具体的に何かをしてきたわけではありません。そんなときに経済産業省「繊維の将来を考える会」を通じて、福島県の工業団地の誘致の話がありました。東日本大震災とは比べるべくもありませんが、実は安八町も1976年の水害で壊滅状態になり、取引先をはじめ、多くの方の助けを借りて復興した経験があります。福島県のなかでも双葉町は、福島第一原発事故後の風評被害に苦しめられた場所ということもあり、現地視察や社内会議



福島県双葉町に建設する新工場は、駅からの見栄えを考慮してデザインされている。「双葉町の復興を発信する役割を担いたい」と浅野社長

の結果、ぜひ復興に貢献したいということで工場建設を決めました。また、双葉町は今後の復興で注目されるので、弊社にとっても自社をブランディングする大きなチャンスです。双葉工場にも「二の



2019年10月22日にオープンしたエアーかおる本丸の外観。通常のショップだけでなく、カフェテリアやアウトレットルームも併設されている

丸」となるショップを併設したいと考えていますし、安八町の本丸同様に多くの方が観光に訪れてくれれば、それが復興の後押しにもなります。そのためには新工場を成功させる必要があると考えています。

―― エアーかおる本丸と双葉町の新工場は、地域貢献やブランディングという点で一続きなのがよくわかりました。エアーかおる本丸のオープン時には新聞広告もご出稿いただきましたが、新聞広告に期待することやご要望などがあればお話しください。

浅野 弊社の広告は、セール情報や先着プレゼントといったものではなく、浅野燃系という会社の考え方をお伝えすることで、企業としての認知度アップやイメージアップ、仕事の広がり、従業員の安心、良い人材の確保などにつなげたいという狙いがあります。そういう意味では広告に対する期待は大きいで



すし、これからもこうした広告は続けていくつもりなので、今後ともよろしくお願いします。
―― 本日は貴重なお話をありがとうございました。

エアーかおる本丸でエアーかおるを手にする浅野社長。販売枚数は累計850万枚以上。

※表紙のビジュアルは浅野燃系工場内の「スチームセッター」です。

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。

中日ドラゴンズ&名古屋オーシャンズの選手と子どもたちが参加！

子ども夢プロジェクト 「チャリティー大運動会」

体験型イベント 中日ドラゴンズ 号外 地域連携



昨年度、医学会総会の開催を記念して始まった「子ども夢プロジェクト」。今年度は中日ドラゴンズと名古屋オーシャンズがコラボし「チャリティー大運動会」という形で実現しました。

運動会が実施できる会場確保に難航する中、お世話になっている医療関係の先生に、製薬会社が親会社であるフットサルチーム「名古屋オーシャンズ」の社長をご紹介いただき、すぐ相談しました。オーシャンズのPRにもなる旨をプレゼンした結果、会場使用を含めご協力いただけることとなりました。この段階でイベント開催まで約2か月。初開催のため、スポンサー集めやプログラム作成、運営準備、ドラゴンズ・オーシャンズ側との調整など次から次へとやることと決めることができましたが、なんとか無事開催にこぎつけることができました。当日は運動会に参加した子どもたちだけでなく、両チームの選手たちからも「楽しかった」という声をもらい、またチャリティーも約73万円を寄付し、地域貢献につながるイベントとなりました。

名古屋本社広告開発部 大倉 伽耶



中日新聞 2019年10月27日朝刊 15段



中日新聞(特別版) 2019年11月30日

移動新聞制作車「ドラゴン号」を出動させ、運動会の様子をその場で号外にし、当日の参加者に配布しました。午前の部、午後の部で写真も差し替えています。



申し込み
合計数
4,197名

来場者数
2,000名



大玉ころりんリレー



みんなで大綱引き



チャリティーオークション



選手と子どもたち



ドラゴンズグッズ販売コーナー



ドラゴンズ&オーシャンズの参加選手

岐阜県初開催の「終活」イベント

『ぎふシニアフェア2019』

名古屋・三河での終活フェアが盛り上がりを見せる中、岐阜でも終活イベントを実施できないかという話があり、今回「ぎふ シニアフェア」という名称で初開催。岐阜市のOKBふれあい会館にて、葬祭・住宅・医療機器などシニア世代を対象とした相談コーナー・体験ブースを設けました。また、ラジオパーソナリティ・蟹江篤子氏によるトークショーや、身元保証・土地活用といったテーマ別の勉強会も実施。事前予約

入場者319名 7割が60代以上！

中日新聞(岐阜版) 2019年11月16日朝刊 15段

【参加者の声】 ※来場者アンケートより抜粋

- 入館したとき、とても気持ちよく、安心感が持てた。(岐阜市60代)
- フットマッサージがすごく気持ちよかったです。遺影撮影もよかったです。(岐阜市70代)
- 各コーナーの説明と対応が大変よくわかりやすく勉強になりました。(瑞穂市60代)



の段階で定員に達しているものもありました。最終的にのべ319人が来場し、会場内は熱心に聴講・相談するお客様の姿で賑わいました。「来年もぜひ実施してほしい」という声もあがるなど、来場者・出展者ともにご満足いただけるイベントとなりました。

岐阜支社広告部 村上 佳穂



ゲストトーク 東海ラジオパーソナリティ 蟹江 篤子氏



フットマッサージ体験の様子



セニアカー試乗体験の様子

2020 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

東海エリア2020年プロジェクト動向

2020年、名古屋・栄地区が大きく変わる



2020年に再開発が進む名古屋・栄地区

名古屋都心部の開発は、名駅から栄へ

今年は東京オリンピック・パラリンピックイヤーということもあり、東京のみならず、日本中がその気運に乗り、活気が呈されることが予想される。東海エリアでも、直接関連するプロジェクトは限られているが、依然、各地でプロジェクトは活発に動いている。

特に、今年は、名古屋・栄地区の再開発ラッシュの動向が注目される。ここ数年、名古屋駅界隈の再開発の動きが目立ったが、もうひとつの繁華街、栄地区においてもさまざまな計画が具体化し、動き始めている。丸栄百貨店の跡地においては暫定施設としての再開発が検討されるほか、栄交差点では、11月を目指し、大丸松坂屋百貨店が新しい商業施設の開発を進めている。また、久屋大通公園の再整備が7月までに行われ、新たな賑わい空間が生まれるほか、夏頃には名古屋テレビ塔もリニューアルオープンし、ホテルなどが誕生する。栄バスターミナル(噴水南のりば)跡地では、暫定利用として、イベント広場と飲食空間などから成る「ミツコシマエ ヒロバス」が2月22日に誕生する。また、栄の地下街「サカエチカ」も昨年11月にリニューアルを終えたほか、地下鉄伏見駅には新たな商業施設「ヨリマチ」も同12月に誕生するなど、着々と栄周辺のまちは新しい繁華街へと姿を変えつつある。その後も、2024年度完成予定で中日ビルの建て替え計画が進むなど来年以降も栄から目が離せない。

また、栄地区周辺では高層マンションの開発が進んでおり、これらの商業施設を地元需要として支える。栄地区はリニア開通により、名古屋駅を経由して東京まで1時間圏内となる地域であり、これからも住宅供給はさらに進むであろう。また、名古屋の弱みとも指摘されていた起業を促す取り組みとして、新しいビジネス拠点として活用できるスタートアップ施設が都心部に続々と誕生しているのも注目される。

大河ドラマ「麒麟がくる」効果に期待

岐阜県で今年最も注目されるのが、大河ドラマ「麒麟がくる」効果である。岐阜県にゆかりの深い戦国武将・明智光秀を主人公として描かれることから、ゆかりの地である各地では、大河ドラマ館を開館するなど、全国からの観光客の来訪に期待している。大河ドラマ館は、岐阜市、可児市、恵那市の3カ所で開館し、いずれも今年の1月11日から来年の1月11日までの1年間開館。各地には大河ドラマ館のみならず、お城などの歴史資源もあり、それらの周遊効果に期待される。

また、岐阜県では、秋に第33回全国健康福祉祭ぎふ大会「ねんりんピック岐阜2020」が開催される。東京オリンピック・パラリンピック閉幕直後の開催となることから、スポーツの全国の祭典として注目される。



「麒麟がくる」の観光効果が期待される岐阜市

三重県では大型リゾート施設「VISON」に注目

今年の秋、自然豊かな三重県多気町に、宿泊・飲食・温浴・体験・産直市場・薬草園・農場などが集結する一大リゾート施設「VISON(ヴィソン)」が誕生する。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。

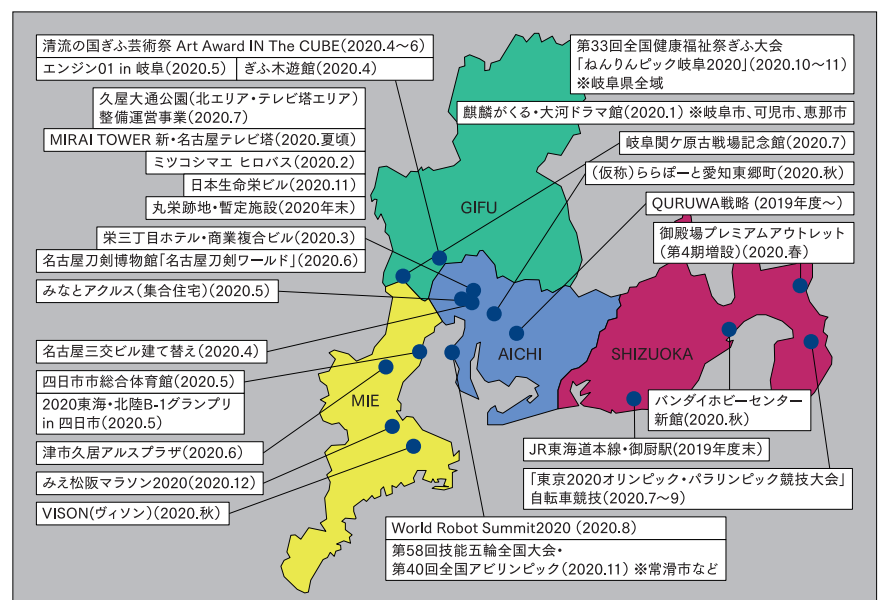
「癒し」と「食」をテーマに、さまざまな施設で構成される。四季を感じる宿泊施設のほか、日本の伝統的な料理道具をはじめ、和食の食材メーカーによる体験型店舗、様々な薬湯を提供する温浴施設、三重県南勢地域の鮮魚や肉、野菜などを販売するマルシェ、ケーキ店や石釜パン店、サスティナブルなオーガニック農園など、約50店が揃う商業ゾーンなどのほか、特徴ある飲食施設などが計画されている。伊勢自動車道の上り線には、全国初の民間施設直結ICも新設され、伊勢神宮参拝帰りの観光客を呼び込むことも期待できる。

東海エリア唯一の東京オリ・パラ会場

静岡県では、東海エリアでは唯一となる東京オリンピック・パラリンピック会場となる伊豆市、小山町の自転車競技会場が注目される。「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ベロドローム(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。

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。五輪以降も、国内外から自転車競技者らを集客し、地域活性につなげる狙いである。

2020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

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



地域の力を発信!「東海エリアデータブック2020」発売中

毎年好評の「東海エリアデータブック」が今年も発売中です!愛知・岐阜・三重・静岡のマーケットデータや、経済動向、地域プロジェクト、消費トレンドなど東海エリアの現況と将来展望を把握できます。お買い求めは全国書店または中日新聞社出版部まで。

TEL:052-221-1714(中日新聞社出版部)
http://www.chunichi.co.jp/nbook/

- 定価:2,000円+税
- 編集:中日新聞広告局・三菱UFJリサーチ&コンサルティング
- 執筆:田中三文
(三菱UFJリサーチ&コンサルティング
政策研究事業本部 上席主任研究員)
内田俊宏(中京大学経済学部 客員教授)ほか
- ISBN:978-4-8062-0760-3

01 中日新聞朝刊 | 2020年広告局年間企画

「シフト～未来をつくろう～」がスタート

〈名古屋本社 広告二部 緒方 直晃〉

グローバル化・技術革新の進展により加速度的に変化する環境下において、いよいよ多くの企業が「シフト」しなければ生き残れない時代となりました。いままで当然のことと考えられていた認識や生活様式、社会全体の価値観などがまさに劇的に変わっています。

ダーウィンの進化論を借りれば、「最も強い者や最も賢い者が生き残る訳ではなく、最も変化に懸命だった者、最も環境変化に適応した者が生き残る」。

そこで中日新聞広告局は、2020年の年間テーマを「シフト」としました。2019年の年間テーマ「変わる」は制度やしぐみ、世の中の変化を伝えてきました。一方で「シフト」は、変化する時代の中で能動的に適応していくこと、それをいざなうのが中日新聞でありたいと考えます。

これまでのトレンドが一気に転換する可能性を秘める2020年の一年間、「シフト」というキーワードで特集紙面を展開していきます。

環境

林業



中日新聞(三重版) 2020年1月25日朝刊 15版

2020のキーワード
シフト～未来をつくろう～

中日新聞は、これまでのトレンドが一気に転換する可能性を秘める2020年の一年間を「シフト」というキーワードで特集していきます。



中日新聞 2019年12月31日朝刊 15版

02 中日新聞(市民版)朝刊 | 専門医の解説により、聞きなれない言葉をわかりやすく発信
11月30日は「人生会議」(＝アドバンス・ケア・プランニング)の日

〈名古屋本社 広告三部 安藤 香〉

人生の最終段階における治療やケアについて、本人の意思を尊重した選択ができるよう本人、家族、医療者などが話し合うプロセスであるACP(アドバンス・ケア・プランニング)が、近年医療・介護の現場で重要性を認識されています。

昨年11月にACPの愛称として「人生会議」という言葉が選定され、11月30日がACPについて話し合うことを推奨する「人生会議の日」とされて以来、各自治体や医師会などによるセミナーが数多く開催されるなど注目度が高まっています。しかし、一般市民における認知度はまだ低いことが課題となっていました。

国立長寿医療研究センターの西川先生に協力を仰ぎ、11月30日付の中日新聞市民版で、読者に向けてACPを知ってもらうきっかけとなる紙面を計画。ACPとは何か、望んだ最期を迎えるためには何をしておけば良いのか、話のきっかけとなる「もしバナゲーム」の活用法などについて発信しました。また、ACPに理解の深い医療機関を愛知県内で募集し、五つの病院から出稿をいただきました。さらに、紙面と連動して読者向けサイト「中日新聞プラス」にて感想を募るアンケートを実施し、2,383件の応募と数多くの反響を得ることができました。

2019年(令和元年)11月30日(土曜日) 第15版

話し合い、そして伝えよう 自分が望む最期の医療、ケア

「もしバナゲーム」は、人生の最終段階における医療やケアについて、本人の意思を尊重した選択ができるよう本人、家族、医療者などが話し合うプロセスであるACP(アドバンス・ケア・プランニング)のイメージを伝えるためのゲームです。ACPとは何か、望んだ最期を迎えるためには何をしておけば良いのか、話のきっかけとなる「もしバナゲーム」の活用法などについて発信しました。また、ACPに理解の深い医療機関を愛知県内で募集し、五つの病院から出稿をいただきました。さらに、紙面と連動して読者向けサイト「中日新聞プラス」にて感想を募るアンケートを実施し、2,383件の応募と数多くの反響を得ることができました。

余命わずかの設定で、今の自分にとって大切なことを確認できるツール「もしバナゲーム」

「もしバナゲーム」は、人生の最終段階における医療やケアについて、本人の意思を尊重した選択ができるよう本人、家族、医療者などが話し合うプロセスであるACP(アドバンス・ケア・プランニング)のイメージを伝えるためのゲームです。ACPとは何か、望んだ最期を迎えるためには何をしておけば良いのか、話のきっかけとなる「もしバナゲーム」の活用法などについて発信しました。また、ACPに理解の深い医療機関を愛知県内で募集し、五つの病院から出稿をいただきました。さらに、紙面と連動して読者向けサイト「中日新聞プラス」にて感想を募るアンケートを実施し、2,383件の応募と数多くの反響を得ることができました。

アドバンス・ケア・プランニング特集 読者プレゼント

中日新聞広告部 電話 052-221-0747

読者の声には目録をいただく場合がございます。※当サイトはPC専用です。

外 科・訪問診療 いきいき在宅クリニック

内科 / 呼吸器内科 / 循環器内科

JA 愛知厚生連 江南厚生病院

〒483-8704 愛知県江南市高野町大松原137番地

TEL:0587-51-3333 FAX:0587-51-3300

結ファミリークリニック

いつも笑顔で迎える診療科

〒484-0905 愛知県犬山市宇野比野142番地1

TEL:0568-68-3311 FAX:0568-68-3322

名鉄病院

院長 細井 延行

名古屋西区栄生 2-26-11

TEL 052-551-6121(代)

http://www.meitetsu-hospital.jp/

春日井市民病院

愛知県春日井市春日井1丁目1番地1

TEL:0568-57-0057

11月30日は「人生会議」の日

中日新聞(市民版) 2019年11月30日朝刊 15版

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
2,383件の感想が寄せられました

【読者の声】 ※アンケートより抜粋
※下記、回答者の居住地は全て名古屋市

- 今は夫婦共に元気だが、ACPや「もしバナ」は大事なことと思った(男性79歳)
- 人生をどう終わるかを自分だけでなく、周りと共に共有しておく事が大切だとわかった(女性64歳)
- 少しずつでも、親や子どもと話し合っておくべきだと考えさせられた(男性58歳)
- 親は嫌がるけど、話せるタイミングでどうしたいのかを聞いてみたい(女性46歳)

国立長寿医療研究センター 西川満則医師の協力を得て、
ACPについてわかりやすく発信しました

〈東京本社 広告一部 寺島 美香（前：広告三部）〉

東京新聞が運営する子育て情報サイト「東京すくすく」では、親子で楽しめるイベントを展開しています。その一つとして、「すくすく親子体操教室」を11月10日に開催しました。日本体育大学の協力を得て、午前の部・午後の部合わせて親子62組175名が参加。当初の定員を大幅に上回る申し込みがあったため、日本体育大学のご配慮で会場を広い柔道場に変更し定員を拡大して開催しました。

当日は第一部・第二部の二部制で、第一部では保護者向けの講演会を開催。日本体育大学児童スポーツ教育学部児童スポーツ教育学科助教の河田聖良さんから子どもの運動能力アップにつながる運動遊びについての講演をいただき、保護者は熱心に耳を傾けていました。

第二部では、日本体育大学体操研究室兼任講師の澤井雅志さんから、親子のできるさまざまな運動を教えてくださいました。親子で体全体を使った様々な運動を楽しみ、親子に笑顔が広がっていました。

東京新聞では「東京すくすく」と連動してこれからも子育て世代へ向けたイベントを展開していきます。新聞とイベントを組み合わせたPRとして、ぜひご活用ください。

【参加者の声】 ※アンケートより一部抜粋

- 親子で笑顔で楽しめました。
- ずっと大はしゃぎしていた子ども達は帰り道ですっかり熟睡してしまいました。
- こどもと触れ合いながら遊べる時間も今だけ!これからこどもとたくさん一緒に運動したり、遊んだりしたいなと思います。

リピート
希望者
100%

【主催】東京新聞

【協力】日本体育大学、東京都写真美術館

【協賛】犬吠テラステラス、
ポリショイサーカス・インターナショナル

イベント載録は
東京新聞&東京すくすく掲載

01 SMAPファン有志によるクラウドファンディング広告 「わたしたちは令和も、SMAPファン」

2019年11月18日付東京新聞・中日新聞・北陸中日新聞に、「わたしたちは令和も、SMAPファン」と大きく記載された全面広告が掲載となりました。ごく普通の主婦であるSMAPファン有志6名がクラウドファンディングで支援を募り、掲載を申し込まれたものです。クラウドファンディングに寄せられた支援は2,118名におよび、そのうち1,214名のお名前が紙上に残りました。ツイッターの「SMAPファン」タイムラインは感動のツイートであふれ、トレンド4位に。#令和もSMAPファンはこの日を境に今も使われています。

クラウドファンディング広告

支援者
2,118名

7 第2章 「2019年11月1日」の「SMAP」について 0100 | 0101 | 0102 | 0103 | 0104 | 0105 | 0106 | 0107 | 0108 | 0109 | 0110 | 0111 | 0112 | 0113 | 0114 | 0115 | 0116 | 0117 | 0118 | 0119 | 0120 | 0121 | 0122 | 0123 | 0124 | 0125 | 0126 | 0127 | 0128 | 0129 | 0130 | 0131 | 0132 | 0133 | 0134 | 0135 | 0136 | 0137 | 0138 | 0139 | 0140 | 0141 | 0142 | 0143 | 0144 | 0145 | 0146 | 0147 | 0148 | 0149 | 0150 | 0151 | 0152 | 0153 | 0154 | 0155 | 0156 | 0157 | 0158 | 0159 | 0160 | 0161 | 0162 | 0163 | 0164 | 0165 | 0166 | 0167 | 0168 | 0169 | 0170 | 0171 | 0172 | 0173 | 0174 | 0175 | 0176 | 0177 | 0178 | 0179 | 0180 | 0181 | 0182 | 0183 | 0184 | 0185 | 0186 | 0187 | 0188 | 0189 | 0190 | 0191 | 0192 | 0193 | 0194 | 0195 | 0196 | 0197 | 0198 | 0199 | 0200 | 0201 | 0202 | 0203 | 0204 | 0205 | 0206 | 0207 | 0208 | 0209 | 0210 | 0211 | 0212 | 0213 | 0214 | 0215 | 0216 | 0217 | 0218 | 0219 | 0220 | 0221 | 0222 | 0223 | 0224 | 0225 | 0226 | 0227 | 0228 | 0229 | 0230 | 0231 | 0232 | 0233 | 0234 | 0235 | 0236 | 0237 | 0238 | 0239 | 0240 | 0241 | 0242 | 0243 | 0244 | 0245 | 0246 | 0247 | 0248 | 0249 | 0250 | 0251 | 0252 | 0253 | 0254 | 0255 | 0256 | 0257 | 0258 | 0259 | 0260 | 0261 | 0262 | 0263 | 0264 | 0265 | 0266 | 0267 | 0268 | 0269 | 0270 | 0271 | 0272 | 0273 | 0274 | 0275 | 0276 | 0277 | 0278 | 0279 | 0280 | 0281 | 0282 | 0283 | 0284 | 0285 | 0286 | 0287 | 0288 | 0289 | 0290 | 0291 | 0292 | 0293 | 0294 | 0295 | 0296 | 0297 | 0298 | 0299 | 0300 | 0301 | 0302 | 0303 | 0304 | 0305 | 0306 | 0307 | 0308 | 0309 | 0310 | 0311 | 0312 | 0313 | 0314 | 0315 | 0316 | 0317 | 0318 | 0319 | 0320 | 0321 | 0322 | 0323 | 0324 | 0325 | 0326 | 0327 | 0328 | 0329 | 0330 | 0331 | 0332 | 0333 | 0334 | 0335 | 0336 | 0337 | 0338 | 0339 | 0340 | 0341 | 0342 | 0343 | 0344 | 0345 | 0346 | 0347 | 0348 | 0349 | 0350 | 0351 | 0352 | 0353 | 0354 | 0355 | 0356 | 0357 | 0358 | 0359 | 0360 | 0361 | 0362 | 0363 | 0364 | 0365 | 0366 | 0367 | 0368 | 0369 | 0370 | 0371 | 0372 | 0373 | 0374 | 0375 | 0376 | 0377 | 0378 | 0379 | 0380 | 0381 | 0382 | 0383 | 0384 | 0385 | 0386 | 0387 | 0388 | 0389 | 0390 | 0391 | 0392 | 0393 | 0394 | 0395 | 0396 | 0397 | 0398 | 0399 | 0400 | 0401 | 0402 | 0403 | 0404 | 0405 | 0406 | 0407 | 0408 | 0409 | 0410 | 0411 | 0412 | 0413 | 0414 | 0415 | 0416 | 0417 | 0418 | 0419 | 0420 | 0421 | 0422 | 0423 | 0424 | 0425 | 0426 | 0427 | 0428 | 0429 | 0430 | 0431 | 0432 | 0433 | 0434 | 0435 | 0436 | 0437 | 0438 | 0439 | 0440 | 0441 | 0442 | 0443 | 0444 | 0445 | 0446 | 0447 | 0448 | 0449 | 0450 | 0451 | 0452 | 0453 | 0454 | 0455 | 0456 | 0457 | 0458 | 0459 | 0460 | 0461 | 0462 | 0463 | 0464 | 0465 | 0466 | 0467 | 0468 | 0469 | 0470 | 0471 | 0472 | 0473 | 0474 | 0475 | 0476 | 0477 | 0478 | 0479 | 0480 | 0481 | 0482 | 0483 | 0484 | 0485 | 0486 | 0487 | 0488 | 0489 | 0490 | 0491 | 0492 | 0493 | 0494 | 0495 | 0496 | 0497 | 0498 | 0499 | 0500 | 0501 | 0502 | 0503 | 0504 | 0505 | 0506 | 0507 | 0508 | 0509 | 0510 | 0511 | 0512 | 0513 | 0514 | 0515 | 0516 | 0517 | 0518 | 0519 | 0520 | 0521 | 0522 | 0523 | 0524 | 0525 | 0526 | 0527 | 0528 | 0529 | 0530 | 0531 | 0532 | 0533 | 0534 | 0535 | 0536 | 0537 | 0538 | 0539 | 0540 | 0541 | 0542 | 0543 | 0544 | 0545 | 0546 | 0547 | 0548 | 0549 | 0550 | 0551 | 0552 | 0553 | 0554 | 0555 | 0556 | 0557 | 0558 | 0559 | 0560 | 0561 | 0562 | 0563 | 0564 | 0565 | 0566 | 0567 | 0568 | 0569 | 0570 | 0571 | 0572 | 0573 | 0574 | 0575 | 0576 | 0577 | 0578 | 0579 | 0580 | 0581 | 0582 | 0583 | 0584 | 0585 | 0586 | 0587 | 0588 | 0589 | 0590 | 0591 | 0592 | 0593 | 0594 | 0595 | 0596 | 0597 | 0598 | 0599 | 0600 | 0601 | 0602 | 0603 | 0604 | 0605 | 0606 | 0607 | 0608 | 0609 | 0610 | 0611 | 0612 | 0613 | 0614 | 0615 | 0616 | 0617 | 0618 | 0619 | 0620 | 0621 | 0622 | 0623 | 0624 | 0625 | 0626 | 0627 | 0628 | 0629 | 0630 | 0631 | 0632 | 0633 | 0634 | 0635 | 0636 | 0637 | 0638 | 0639 | 0640 | 0641 | 0642 | 0643 | 0644 | 0645 | 0646 | 0647 | 0648 | 0649 | 0650 | 0651 | 0652 | 0653 | 0654 | 0655 | 0656 | 0657 | 0658 | 0659 | 0660 | 0661 | 0662 | 0663 | 0664 | 0665 | 0666 | 0667 | 0668 | 0669 | 0670 | 0671 | 0672 | 0673 | 0674 | 0675 | 0676 | 0677 | 0678 | 0679 | 0680 | 0681 | 0682 | 0683 | 0684 | 0685 | 0686 | 0687 | 0688 | 0689 | 0690 | 0691 | 0692 | 0693 | 0694 | 0695 | 0696 | 0697 | 0698 | 0699 | 0700 | 0701 | 0702 | 0703 | 0704 | 0705 | 0706 | 0707 | 0708 | 0709 | 0710 | 0711 | 0712 | 0713 | 0714 | 0715 | 0716 | 0717 | 0718 | 0719 | 0720 | 0721 | 0722 | 0723 | 0724 | 0725 | 0726 | 0727 | 0728 | 0729 | 0730 | 0731 | 0732 | 0733 | 0734 | 0735 | 0736 | 0737 | 0738 | 0739 | 0740 | 0741 | 0742 | 0743 | 0744 | 0745 | 0746 | 0747 | 0748 | 0749 | 0750 | 0751 | 0752 | 0753 | 0754 | 0755 | 0756 | 0757 | 0758 | 0759 | 0760 | 0761 | 0762 | 0763 | 0764 | 0765 | 0766 | 0767 | 0768 | 0769 | 0770 | 0771 | 0772 | 0773 | 077

東京新聞・中日新聞・北陸中日新聞 2019年11月18日朝刊 15段

【読者の声】 ※一部抜粋

- ズラッと支援者の名前が書いてあり、愛されているんだなと感じた。星のマークがたくさんある中に、顔が書いてありメンバーの特徴を示した星があるのがニクいと思った。しかも5つではなく、6つあるのがすごい。(男性29歳以下)
 - 同じ想いの仲間が集まって行動を起こすことはとても素敵でいいことだと思った。(男性40代)
 - 沢山の名前が書かれているところが壮観で、2,118人の方のSMAPへの変わらぬ愛を感じられる広告に感動して、誰かとシェアしたくなるような広告内容だと感じました。(女性30代)
 - 世界中のファンがこのような活動を始めたことがSMAPのメンバーにも伝わると思うので、新聞の利用方法としては有効。(女性50代)
- 出典元

日本経済新聞「スマップファンクラブ」

出典元

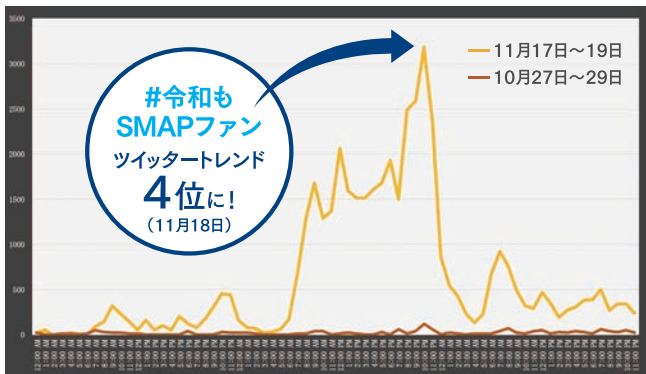
新聞広告共通調査プラットフォーム
I-MONITOR

東京本社 広告一部 寺島 美香 (前:広告三部)

東京新聞では、個人の方でも掲載できるメッセージ広告欄「T-Voice!」を毎週火曜・木曜・土曜で掲載しています。このメッセージ広告欄には、現在も元SMAPメンバーを応援するメッセージが寄せられています。今回の全面広告も、東京新聞で長く続いている個人メッセージ広告の流れから思い立ったとのこと。「令和になっても、SMAPファンは変わらず存在し続けることをカタチにして新聞広告で広く伝えたい!」という皆さまの熱い想いに、改めて新聞広告が果たす役割を感じられる広告となりました。

SMAPファン有志がSNSで呼びかけ参加者を募りました。

#令和もSMAPファン
を合言葉に、SMAP
「SHAKE」発売日の
11月18日に全面広告を
掲載しました。



「SMAPファン」ツイート数を広告掲載日前後3日間と
話題になる以前の同じ曜日(日月火)で比較

[illegible]



七里御浜の海。海岸に沿って国道42号線がつづく。浜松から和歌山まで延長500キロもある。

国道の風景

三木清の書いた「旅について」という一文を読んだのはたしか、現代国語の教科書だった。旅は過程であるとしたうえで、到達点や結果が問題ではなく、過程が大切なのだとした。さすが哲学者の書いたものだけに、高校生のときからいまにいたるまで、ふとした折に思い出す。

三重県のなかでも尾鷲から熊野、そして熊野川を隔てて広がる和歌山県の新宮にかけての地域はそんな過程の多い地域である。海あり山ありの地形で、公共交通機関で思い通りに移動するのがむずかしく、しかも移動距離が長いのもあるだろう。目的地に辿り着くまで山のなかの道を延々と走ったり、海沿いの道を走ったりする。

那智黒石の職人を訪ね、熊野の山深くに向かったときのことだった。ナビは県道34号線のルートと、国道309号線のルートの二つを示した。どちらも同じくらいの時間がかかるようだが、県道は熊野の市街地からほぼ一直線で距離が短そうだった。迷わずそちらを選び、森に囲まれた道を気持ちよく走っていた。しかし、突然、工事中を示すバリケードが道に並び、行く手を阻んだ。なにがあったのかはとくに書いていなかった。すぐ近くの工場で、どうなっているのか、働いている男に尋ねてみた。約束の時間が迫り、焦っていた。「大丈夫だよ。今朝、うちの従業員も通ってきたって言うてるから」

地元の人からそう言われ、きっとバリケードはまじないのようなもので、通行注意くらいに受け止めた。林道などではよくあることだ。ナビで見ると目的地はすぐそこで、あと2、3キロにまで迫っていた。道は森に吸い込まれるにしたがって細く、険しくなった。これが熊野かと宇宙的ななにかを感じていると、予期せぬ進入に驚いた工事の人が車の前に立ちはだかった。

「土砂崩れで、この先、通れません」

地元の人に聞いたことを説明したら、あんなところを通ったのかと目を丸くしている。どうにもならないので引き返し、

迂回するので約束の時間よりだいぶ遅れると伝えた。よくあることらしく、すぐに話は通じた。山間に住むとはこういうことなのだろう。熊野市街まで逆戻りし、今度は国道のルートで向かった。途中、小さな店の軒先で特産のミカンを売っていた。

「どれがおいしいですか」

店の人に聞いてみた。産地や銘柄などをブランドにして判断しがちだが、地元の人はそんなレッテルなど当てにせず、に識別できるはずだと期待した。

「好みだからね」

なんだかつれない返事がかえってきて、テンションが下がった。それでも一袋買い求め、さっそくひとつ、食べてみた。どうやら自分の庭でとれたものらしく、可もなく不可もなくというところだった。道は湖畔に出て、大きなダムが見えてきた。十字路のところに先ほど走った県道が路側決壊で全面通行止との案内が出ていた。

用事を終えて来た道をまた引き返す。こんな山深くまでくすることはもうないかもしれないと思いながら、景色を味わう。熊野市街から七里御浜に出るとすでに夕暮れ近くになっていた。浜でだれかが投げ釣りをしているのを、車を停めてしばらく眺めていた。なにが釣れるのか気になった。自分でもやってみたことがあるが、釣れたためしがないからだ。なんてことはない、こうした過程が熊野の記憶として、いちばん残っている。



国道309号線は熊野の深い山を奈良を経て大阪まで抜ける。「酷道」との異名を取る難所も。

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1回

「名古屋の人は出身高校を気にしがち」

第1回のテーマは、「名古屋の人は出身高校を気にしがち」ということについて。

以前、銀座の喫茶店で食事をしていたら隣席の男性が偶然同郷だとわかり、さらに同じ高校(僕は愛知県立松蔭高校の出身です)の先輩だとわかって驚いたことがあります。また、東京で知り合い2人と食事をしたところ、僕以外の2人が同じ高校出身だとわかって盛り上がったこともありました。いずれも話の早い段階で出身高校の話題になったわけです。

名古屋の人は同郷の人に出身高校を訊ねることが非常に多いと思っていました。

ために愛知県出身の方に「同郷の人と知り合ったとき、どの学校歴を聞きましたか?」というアンケートをとってみたところ、「高校」が13人、「中学」が9人、「小学校」が1人、「大学」は0人という結果になりました。やはり高校が気になるようです。

大きな理由として名古屋の人はそれぞれの高校についてよく知っているということが挙げられます。名古屋市内には公立、私立あわせて67の高校がありますが、「市内であれば高校の名前がある程度わかり、その学校名でその人の人となりがなんとなくわかる」(34歳・ライター)、「各高校の所在地を把握しているので地元トークを膨らませやすい」(42歳・会社員)という回答がありました。

愛知県(名古屋市)は公立高校が上位進学校を占める「公立王国」と言われています。これは私立の中高一貫校が大学受験に強いとされる全国の大都市の中でも非常に珍しい現象です。なかでも旭丘高校、明和高校をはじめとする、1973年から88年まで実施されていた「学校群制度」の15校は進学実績とともに高い知名度を誇ります。

地域ごとに2校ずつ2つの学校群に所属する「複合学校群」という全国でも珍しい制度が採用されていたことから、学校名を聞けばだいたいの地域にある学校かわかりました。また、創立100年を超える伝統校、戦後すぐに創立された学校がほとんどであり、それぞ

れの高校が地域に根付いて発展を遂げています。「出身高校を聞けば、だいたいの遊びに行く地域の範囲と文化圏が分かって話がしやすい」(40歳・マスコミ)という回答もありました。



▲出身高校を気にする名古屋の人

また、中京大中京高校、東邦高校、愛工大名電高校、享栄高校の高校野球「私学4強」と呼ばれる強豪校をはじめとするスポーツの有名校もよく知られています。「各高校の硬式野球部の実績や出身プロ野球選手を把握しているので話が広がって仲良くなれる」(42歳・会社員)という回答も。

名古屋文化研究家で愛知県立長久手高校出身の川合登志和さんは「高校の話題は名古屋の人にとって最も共通性が高い話題の一つ」と指摘しています。「年代が離れていても高校の話題なら共有できますし、共通の知り合いがいる可能性もあります。『高校時代から名古屋で過ごしていたなら名古屋人として認めよう』という気持ちも働いているかもしれません。つまり名古屋の高校に通っていたかどうかで『名古屋人』かどうかを判別しているのです」

それぞれ個性があり、地域文化と結びついているのが名古屋の高校です。愛知県、とりわけ名古屋市は「高校文化」が非常に強い地域だと言えると思います。



ドア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 登志和氏との共著『名古屋 あるある』などがあり、昨年、共著『ドアラドリル』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(主には後者の理由)名古屋出身、東京在住のフリーライター。



東京中日スポーツ 2020年1月16日

首都圏の中日ファン向けイベント「東京竜電トークライブ」ではドラゴンズ芸人たちと東京でのドラゴンズを盛り上げている。

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