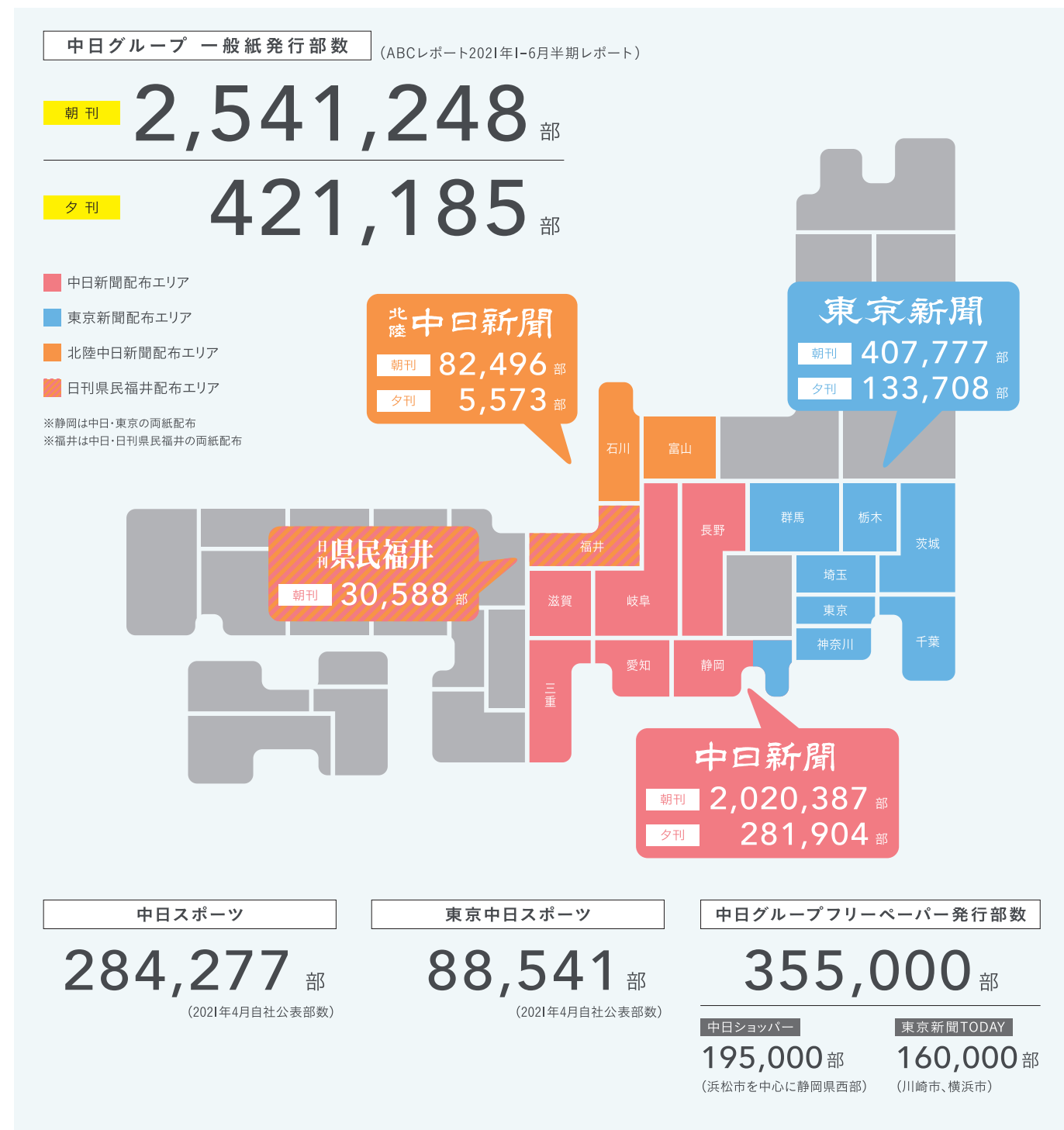




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

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 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/>

元気!長生き!
太陽生命

愛知

AICHI

「じつは名古屋生まれ」が、お邪魔します。

INTERVIEW
tomoe matsushima
松島 智恵
太陽生命保険株式会社
広報部部長

クイズに答えて合計20名様に
ご当地グルメプレゼント!
(2月11日で終了です。
ごめんなさい)

あまり知られていませんが、じつは名古屋創業の太陽生命。
そのマスコットキャラクター「いかなキャット」と、地元愛知を学ぶ旅へ。

発祥の地をアピールする 戦略で認知度を大幅アップ

Interview

Tomoe Matsushima

松島 智恵 氏

太陽生命保険株式会社
広報部部長

Masaki Hashimoto

橋本 正樹

中日新聞 東京本社 広告局
広告二部 部長

1991年、太陽生命に入社。窓口業務や営業企画業務を経て2008年にお客様サービス部課長に就任。人事部内務教育課長や広報部広報課長を歴任したのち、2019年より現職。



―― 2021年5月に、貴社が名古屋発祥だということを周知する広告のお話をいただき、マスコットキャラクター「いかなきゃット」とコラボする形で、中日ドラゴンズのマスコットキャラクター「ドアラ」を起用していただきました。その節はありがとうございました。

松島 太陽生命は、明治26(1893)年5月に名古屋生命として創立し、2023年で130周年を迎えます。発祥が名古屋なので東海エリアはもともとお客様も多いのですが、若年層への認知度はあまり高くなく、もっと知っていただくにはどうすればいいのか中日新聞さんに相談したところ、いかなきゃットがドアラに手紙を出して相談するという内容のご提案をいただきました。その結果、生まれたのが「じつは名古屋生まれ」という広告です。

―― 若年層への認知度があまり高くないというお話がありました。これは以前からそうだったのでしょか。

松島 はい。当社はもともと訪問営業でご契約いただくビジネスモデルだったため、在宅時間が多い主婦や高齢者のお客様が多く、女性比率が約7割、60歳以上の高齢者比率が約6割となっています。そういうなかで、若い世代の皆さんにも太陽生命という名前を覚えていただきたいというのが、課題としてあったんです。

―― 東海エリアでは地元発祥の企業に親しみをを感じる傾向が強いので、地元感を打ち出したほうがインパクトのある広告になるとの判断で、「じつは名古屋生まれ」というご提案をさせていただきました。

松島 正直、私は太陽生命という社名を全面に押し出したキャッチコピーがいいと思っていたのですが……(笑)、いまでは的確なご提案をいただいたと思っています。

―― 反響や認知度に対する効果はいかがでしたか。

松島 おかげさまで多くの反響がありました。東海エリアの認知度は、2020年には62.2%でしたが、広告開始以降の調査では69.7%にアップしました。ひとつの広告を経て7%も認知度が上がるというのはなかなかないことなので、大変な広告効果だったと思います。また、社内的にも名古屋支店や東海エリアの支店でモチベーションが上がったようで、広告掲載時に業績が全国トップになりました。ウェブや名古屋駅のサイネージなど、他メディアの横展開もご提案いただいたことでSNSでも反響があり、課題だった若年層への認知度もアップしています。ドアラの人気の高さにも改めて驚きました。

―― 2021年11月から2022年1月にかけては、いかなきゃットが愛知県内を旅して各地の魅力を紹介する4回のシリーズ企画「いかなきゃットが見つけた愛知の魅力プレゼントキャンペーン」を掲載しました。こちらの効果はいかがでしたか。

松島 シリーズで各地を旅するという内容も中日新聞さんのアイデアですし、行く場所も当社ではピックアップできないような素敵なスポットを選んでいただき、広告を出稿した私たちも楽しませていただきました。当初は5段広告では小さいのではないかと懸念もありましたが、シリーズ広告



中日新聞 2021年11月30日朝刊 5段

太陽生命のマスコットキャラクター「いかなきゃット」が愛知県内のスポットを旅するシリーズ企画「いかなきゃットが見つけた愛知の魅力プレゼントキャンペーン」。名古屋編、三河編、尾張編、名古屋編の4回シリーズでご当地グルメのプレゼント企画も実施。



中日新聞 2021年12月20日朝刊 5段



中日新聞 2022年1月13日朝刊 5段



女性が輝くスポーツをサポート。本社にはユニフォームや記念品を展示するコーナーが設置されている。



中日新聞 2022年1月28日朝刊 5段

ということもあって、全面広告に負けないような、読者の印象に残る広告になったと思っています。地域に密着したこういう企画は、まさに地元紙ならではのですね。

―― 先ほど、女性のお客様が多いというお話もありましたが、貴社ではラグビー女子やアイスホッケー女子の日本代表チーム、女子プロゴルファーのテレサ・ルー選手といった女性アスリートのサポートを積極的に行っていると思います。取り組みについてお聞かせください。

松島 もともと青少年の育成や輝く女性を応援したいという考えがあり、2011年に中学生ラグビーの協賛をスタートさせました。当時、高校ラグビーや小学生向けのタグラグビーは全国大会がありましたが、中学生の全国大会がなかったため、当社が特別協賛する形で「太陽生命カップ」を創設したのが始まりです。2013年には、ラグビー女子日本代表とアイスホッケー女子日本代表のサポートを開始したほか、テレサ・ルー選手とも所属契約を締結しました。

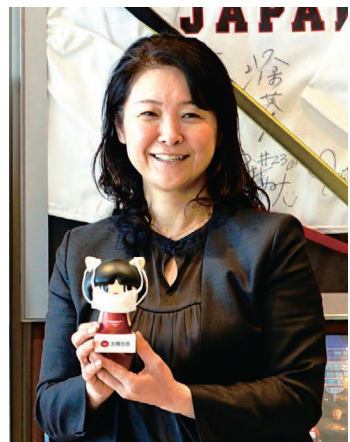
―― 貴社がサポートしている選手やチームは飛躍的に結果を残されている印象です。

松島 アイスホッケー女子もラグビー女子も、スポンサーがない頃はなかなか国際大会の出場権を得られませんでした。当社でサポートを開始してから、オリンピックやワールドカップに安定的に出場できるようになりました。また、テレサ・ルー選手も、所属契約直後からツアーで勝てるようになり、賞金ランキング上位に入るようになりました。これは、協賛がついたことで、競技に集中して打ち込める環境が

整ったからだと思います。今後ががんばっている選手やチームと息の長い関係を築いていきたいと考えています。

―― 息の長い関係を築いてサポートするという点では、社業である保険とも通じるところがありますね。最後に、新聞広告、もしくは当社に対するご意見や期待などありましたらお聞かせください。

松島 今回の一連の広告を通じて、新聞に出稿して終わりではなく、ウェブやSNSもうまく活用していただき、また、テレビやラジオなど、地元の中日新聞さんならではのネットワークも活用させていただいたおかげで、予想以上の効果が上がったと思っています。当社は2023年に130周年を迎えるので、ぜひまたご協力いただきたいと期待しています。――こちらこそ、引き続きさまざまなご提案をさせていただければと思います。本日はありがとうございます。



マスコットキャラクターの「いかなきゃット」のフィギュアを手にする松島さん。公式Instagramの動画に出演したり、ゆるキャラグランプリ2020に出場したりと、広報活動で活躍中。

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。

感染対策を講じ、「新しい日常」での小規模イベントを開催 リアルなススメ

「リアル」で体験できる計8イベントを開催

この約1年、多くのイベントが中止となりました。オンラインを活用したイベントの原動力も衰えましたが、読者と読者を含むコミュニケーションの再開への期待も高まっています。シニア世代を中心にワクチン接種も広がり、「新しい日常」に向けて多くの準備が完了しています。中日新聞社は、地域をとり上げ、読者と読者とのつながりを築くために、11月から12月にかけて小規模イベントの開催を目指します。入念な感染対策を講じ、みなさんに安心して参加いただけるように努めます。読者、読者にもイベントがあればご満足いただけることと楽しみにしています。

参加希望のイベント・ツアーを選択！ 二次元コードを読み取り詳細を確認！ 各イベントページからお申し込み！

新しい日常でのイベント・ツアー。「リアル」で会える喜びを。

相模原市と土地活用のおススメ
ママを応援！お母さんへのベビーマッサージのおススメ
シンパシーを促す生花とファッションのおススメ
みんなでバラスポーツのおススメ
今こそ、近頃「シモ旅」のおススメ
新型コロナウイルス感染症対策

お問い合わせ先：中日新聞広告部 TEL.052-221-0495 (平日10:00~17:00)

中日新聞 2021年10月28日朝刊 15段

70歳からの
シンプルな生き方と
ファッションのおススメ



トークショーの様子

今こそ、近頃。
"シモ旅"のおススメ

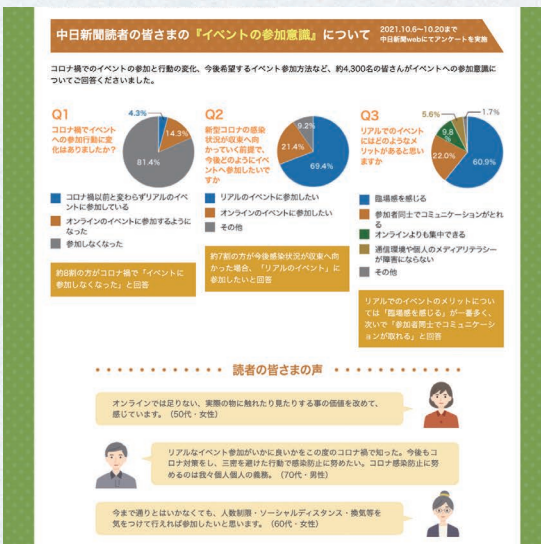


体験モニターツアーの様子を動画で紹介



この約2年間、新型コロナウイルスの影響を受けて数々のイベントが中止となりました。新聞社においても、読者と広告主をつなぐ大切な機会を失いました。夏以降、新聞社のコアターゲットであるシニア層においてはワクチン接種が普及。これをきっかけに、withコロナの局面におけるイベントの在り方を模索するためにも、小規模リアルイベントの開催を目指しセールスを開始。感染状況の変化もめまぐるしく苦戦も予想されましたが、賛同いただいた協賛社様とともに、11月から12月にかけて計8イベントを実施。トークショー・セミナーからベビーマッサージやパラスポーツの体験、モニターツアーなど、愛知県内各地で幅広いイベントを実施。読者にとっても、久しぶりにオンラインではなく「リアル」で体験できる喜びを感じる機会となり、好評のうちに全イベントを終了しました。読者と企業・地域を結ぶのが媒体社の役割。今後も感染対策を講じながら、リアルな場を提供していきます。

名古屋本社 広告一部 竹内 慎太郎



『リアルなススメ』
WEBページはこちら！



東海エリアの野球を頑張る子どもたちを全力応援！！

「リポビタンPRESENTS 未来応援プロジェクトー東海エリアー」企画

大正製薬と中日新聞は、夢や目標に向かって野球を頑張る子どもたちをサポートするため、「リポビタンPRESENTS未来応援プロジェクトー東海エリアー」を立ち上げました。中日ドラゴンズとスギ薬局とも連携し、愛知・岐阜・三重・静岡県のスギ薬局店舗で、キャンペーン対象商品を購入すると、売上の一部がNPB12球団ジュニアトーナメントに出場する中日ドラゴンズジュニアの協賛に充てられる仕組みです。

また、地元の野球を頑張る子どもたちを応援するため、中日ドラゴンズOBの山崎武司氏と川上憲伸氏をコーチに迎え野球教室を開催。2日間の野球教室では、合計およそ200名の小学6年生が参加し、山崎氏と川上氏からの熱心な指導で笑顔溢れる教室とな

りました。さらに、保護者向けには、中日ドラゴンズOBの山本昌さんを講師に迎え「野球を通して子どもの成長を考える」と題したオンライン講演会も開催。

新聞広告では、キャンペーンの告知だけではなく、中日ドラゴンズジュニアチームの取材や、中日ドラゴンズ選手からドラゴンズジュニアへの応援コメントを掲載しました。

今後も、新聞広告だけではなく中日ドラゴンズやイベントなどを組み合わせ、中日新聞グループ一体となってクライアントと共に地域の子どもたちを応援するプロジェクトに取り組んでいきます。

東京本社 広告一部 寺島 美香

リポビタン PRESENTS 子どもの未来のために
東海エリア 未来応援プロジェクト

愛知県・岐阜県・三重県・静岡県の野球を頑張る子どもたちを全力応援！
期間中にスギ薬局で対象のリポビタンシリーズ商品を購入して、キャンペーンに応募しよう。

キャンペーン期間 2021.11.1 - 2022.1.4

対象エリア(店舗)：東海エリア(愛知県・岐阜県・三重県・静岡県)の「スギ薬局」

1 中日ドラゴンズジュニアを応援
リポビタンシリーズの商品を購入すると、抽選で中日ドラゴンズジュニアのユニフォームが当たる。抽選は11月25日(木)19:00に実施される。

2 レジェンドOBオンライン講演会
リポビタンシリーズの商品を購入すると、抽選で山本昌さんのオンライン講演会に参加できる。抽選は11月25日(木)19:00に実施される。

中日ドラゴンズジュニアとは？
NPB12球団ジュニアの代表チーム。2021年は2021年(10歳)の選手が中心で、2022年は2022年(11歳)の選手が中心となる。

山本昌さん
野球を通して子どもの成長を考える
2022.122 (SAT) 18:00~19:00

中日新聞 2021年11月2日朝刊 7段



2日間でおおよそ200名の地元野球少年が参加！

中日ドラゴンズOB
山崎武司氏と
川上憲伸氏の
野球教室を開催

東海エリアの
スギ薬局店舗で
キャンペーンを実施



売上の一部で野球少年を応援！

中日ドラゴンズOB
山本昌さんの
オンライン講演会



保護者向け「野球を通して子どもの成長を考える」



中日新聞 2021年11月25日朝刊 7段



中日新聞 2021年12月6日朝刊 7段

2022 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

東海エリア2022年プロジェクト動向

国内外から注目の「ジブリパーク」が今年11月に誕生

愛知県長久手市に「ジブリパーク」誕生

今年の東海エリアで最も注目されるプロジェクトはなんといっても「ジブリパーク」である。2005年の愛・地球博(愛知万博)開催から17年、その跡地である愛・地球博記念公園(愛知県長久手市)の一面にスタジオジブリの世界観に浸れる公園施設「ジブリパーク」が誕生する。

まず11月に第1期として「ジブリの大倉庫」「青春の丘」「どんどこ森」が開園し、その後第2期として「魔女の谷」「もののけの里」が来年度の開園を予定する。3エリア開園時の年間想定来園者数は約100万人、5エリア開園時には約180万人となっており、東海エリアを代表する集客施設が新たに加わることになる。スタジオジブリの作品は国内のみならず、アジアをはじめ世界中で知られていることから、全国各地からはもとより、インバウンドが回復する頃には、世界中からの来訪にも期待される。尚、管理運営は、スタジオジブリと中日新聞社が共同設立した株式会社ジブリパークが担う。

東海エリアでは、昨春、自然豊かな三重県多気町に「食」と「癒し」をテーマとした大型複合リゾート施設「VISON(ヴィソン)」が誕生し、人気を集めている。タイプは異なるものの、全国から注目される集客施設が立て続けに誕生することになる。

また、今年は、国内最大規模の国際芸術祭「あいち2022」(愛知県名古屋市、一宮市、常滑市)が7月30日から10月10日までの73日間開催される。テーマは「STILL ALIVE」。芸術監督に片岡真実氏(森美術館館長、国際美術館会議会長)を迎え、国内外の80組程度のアーティスト及びグループの作品が展示される。こちらも全国各地からの来訪に期待される。



ジブリパーク「ジブリの大倉庫」
© Studio Ghibli

高級ホテルや新たな商業施設、MICE施設等の展開

今年の東海エリアは、世界ブランドのホテルが続々誕生することも注目される。3月には、インターコンチネンタル・ホテルズ・グループの「ホテルインディゴ犬山有楽苑」(愛知県犬山市)とマリオット・インターナショナルの「コートヤード・バイ・マリオット名古屋」(名古屋市中区)、秋には、ハイアットが展開する「富士スピードウェイホテル」(静岡県小山町)が開業する。同ホテルには、トヨタ博物館が監修する「富士モータースポーツミュージアム」も併設されることも注目される。これらのホテルはいずれも東海エリアにはこれまでなかったタイプであり、国際的なブランド力を生かした観光・ビジネス等の新しい需要が創出されるであろう。犬山市には、昨年7月に名鉄グループの「ホテルミュースタイル犬山エクスペリエンス」が開業しており、国宝犬山城や博物館明治村などを巡る滞在型観光地としての魅力がさらに充実することになる。

また、商業施設では、「(仮称)イオンモール土岐」(岐阜県土岐市)や「イオンタウン北方」(岐阜県北方町)等が今秋新規オープンを予定するほか、既存施設の閉店・閉館後の再活用・利用により生まれ変わる施設も誕生する。主なものでは、丸栄百貨店(名古屋市中区)跡地の再開発施設が3月に予定されるほか、「三越豊田」(愛知県豊田市)も昨年閉店した松坂屋跡地の一部に出店、イオン上飯田店は、新たなイオンブランドである都市型SC「イオンそよ上飯田」(名古屋市北区)として再生されるなど、各地で新しい展開が進んでいる。

集客施設系で注目されるのが、今年10月に開業を予定するポートメッセなごや(名古屋国際展示場)新第1展示館である。現第1展示館を移転整備するもので、施設規模は現在の1.4倍となる約2万㎡に拡張される。無柱の展示館としては国内最大級で、移動式観覧席5,800席が設けられ、アリーナコンサートでは観客1万5,000人の収容規模となる。展示会のみならず、スポーツやコンサートや各種イベント等、多様なニーズに応える施設となる。



建設が進む「ポートメッセなごや・新第1展示館」(名古屋市中区)※2022年1月8日撮影

都市開発の新たな動き

東海エリアにおいて大きな転換期となるビッグ・プロジェクトが2027年以降に予定されるリニア中央新幹線の開通である。既に、名古屋の都心部においてはリニア開通後をにらんだ都市開発が進んでおり、特に、栄や錦などの中心部においては、大規模マンション開発が続くほか、商業施設やホテル、オフィス等を含む複合施設の計画・構想も目白押しの状況である。リニア中央新幹線の開通は名古屋、愛知県をはじめとする東海エリアの生活、社会、都市の姿を大きく変えていくことは間違いない。

そして、地方都市においても駅前あるいは繁華街立地の商業ビル等のスクラップ&ビルドの動きが続き、まちのリノベーションが進んでいる。愛知県豊橋市では、昨秋に旧商業ビルの跡地に、まちなか図書館や食品ショップやまちなか広場、マンション、オフィス等からなる「em Campus」が開業し、新たな賑わいを創出するとともに、市民のコミュニケーションの場として機能している。さらに隣接地の旧商業ビルも解体され再開発が進み、現施設と一体化し完成を見ることになる。岐阜県岐阜市の「柳ヶ瀬グラスル35」は、同市最大の繁華街に位置する再開発で、岐阜県下最大戸数の335戸のタワーマンションが来年度内に完成する。三重県亀山市ではJR亀山駅前の再開発ビル「Kitto terrace」が完成する。こちらも今年マンションが竣工し、来年には図書館が開館する予定となっている。愛知県小牧市においても、昨年3月に

名鉄・小牧駅前に小牧市立図書館が開館しており、図書館がまちの中心部における機能として、また市民が気軽に立ち寄れるサードプレイスとしても注目されていることがわかる。

また、都市開発を大きな視点で見れば、これからの社会に適合する未来都市づくりへの動きからも目が離せない。コロナによって生活様式が変わったばかりではなく、デジタル社会やSDGsへの都市としての対応等の取り組みが各地で始動している。トヨタ自動車が静岡県裾野市で開発を進める注目の未来実験都市「WOVEN CITY」(ウーブン・シティ)も昨年2月に着工し、徐々に姿を表してくることになる。愛知県常滑市では「あいち・とこなめスーパーシティ構想」が掲げられるなど、東海エリア各地の都市においても、スーパーシティ、スマートシティ、SDGs都市などを標榜する未来都市に向けた動きからも目が離せない。

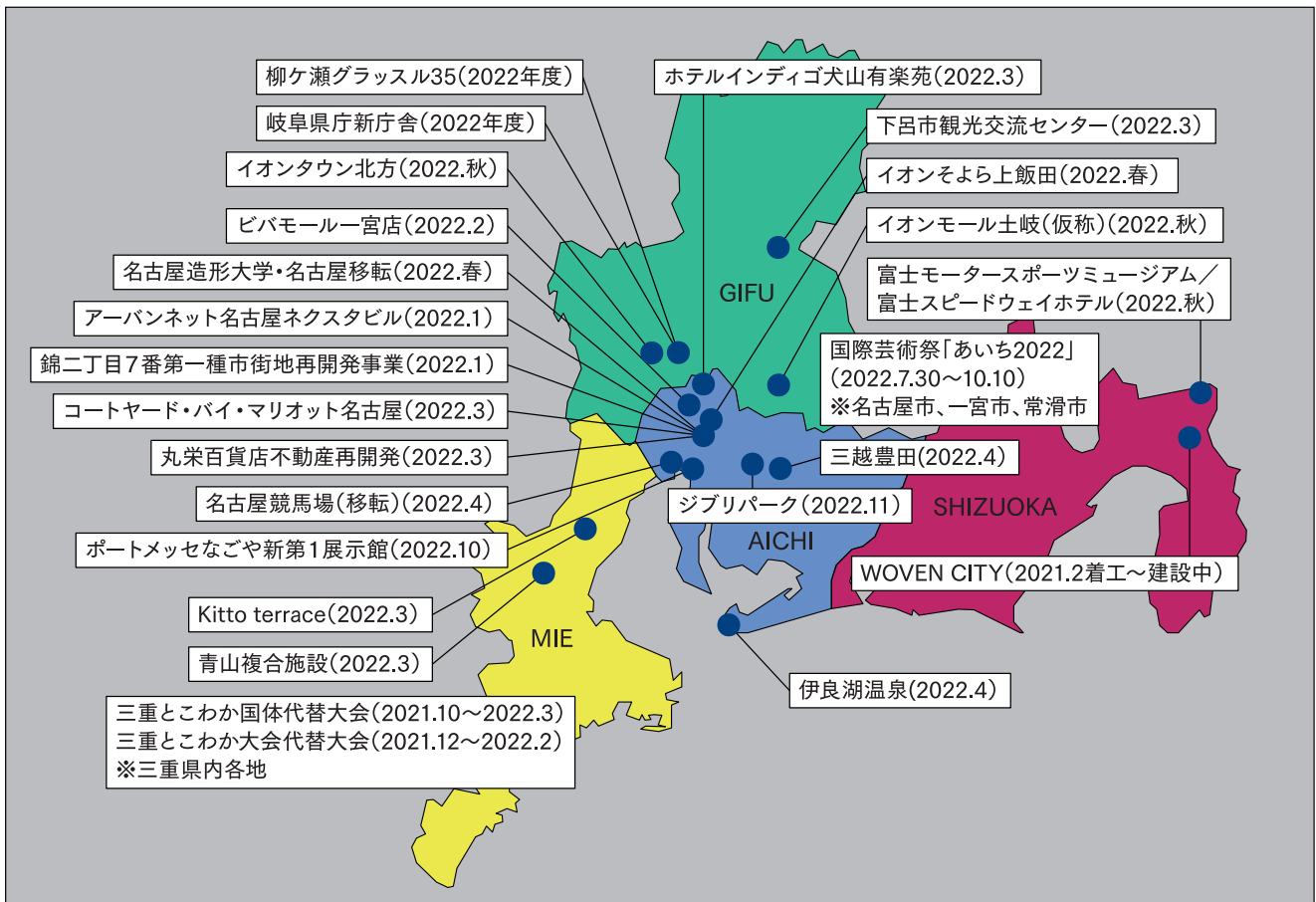


田中 三文

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

2022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



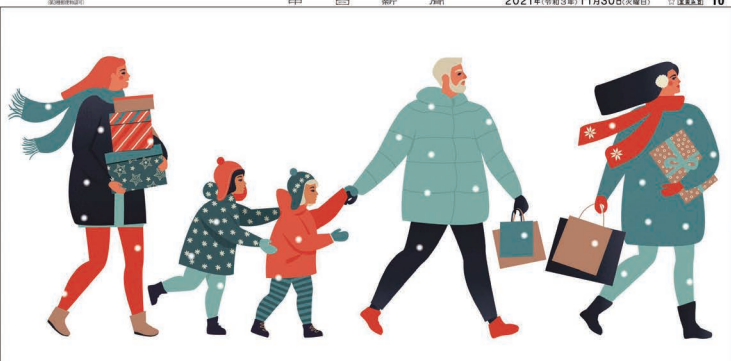
出典: 各種資料より三菱UFJリサーチ & コンサルティング(株)作成

01 中日新聞朝刊 | 名古屋市内の7商業施設連合メッセージ企画

2021年、冬。おしゃれやグルメを楽しみましょう。

〈名古屋本社 広告一部 桂木 沙織〉

地元名古屋の百貨店・流通が合同でメッセージを発信



2021年、冬。
おしゃれやグルメを
楽しみましょう。

自粛が続いたこの街に、冬がやってくる。
クリスマスやお正月、
家族や友人や恋人と、
人とのつながりを感じる季節。
ファッション・グルメと楽しみが尽きない季節。

何を話そう？何を買おう？何を食おう？
ワクワクする時間。
そんな日常の楽しみは、
必要な時間だった。

今年は素敵な冬になるといいな。
あなたを笑顔にできるように、
あなたの大切な人を笑顔にできるように、
私たちはいつもの場所でお待ちしています。

JR Takashimaya GATE TOWER MALL Matsuzakaya PARCO MITSUKOSHI RAKI meiieisu

私たちは名古屋の中心部や主要な商業施設に集まる百貨店であり、これらも百貨店・流通の代表者として、この街に暮らす人々を笑顔にしたいと考えています。百貨店は、地域の活性化や経済の発展に貢献しています。百貨店は、地域の活性化や経済の発展に貢献しています。

中日新聞 2021年11月30日朝刊 15段

【読者の声】 ※一部抜粋

- 本当に素敵な広告だと思った。素敵な冬になってほしい。いつもの日常に早く戻ってほしい。ライバル企業同士が手を組んだ広告はとても共感できた。(男性40代)
- 個々の力ではなく、名古屋の力を集結して盛り上げていこうというスタンスに非常に共鳴した。すごくいいことだと思う。(男性60代)
- 素敵な広告でした。言葉がひとことひとこと身にしました。百貨店業界も大変だったと思いますが、頑張ってください。(女性40代)

- イラストも文章も、百貨店の良いところが伝わってきます。大好きな百貨店にまた行こう、という気持ちになります。(女性40代)
- イラスト、メッセージにほっこりする。今年はゆっくり買い物、外食ができるかなと少し期待感を持たせる広告だと思う。(女性50代)

新聞広告共通調査プラットフォーム J-MONITOR

02 中日新聞(市民版、岐阜版、尾張版)朝刊 | タイムリーな社会問題について情報発信! 「生産緑地 2022年問題を考える」企画

〈名古屋本社 広告三部 太田 貴也(現:名古屋本社 広告整理部) / 岐阜支社 広告部 村上 佳穂〉

新聞広告社ではタイムリーな社会問題も切り口として企画広告を実施しております。

今回は、地方版の不動産担当者がチームとなって、生産緑地の2022年問題に焦点を当てたテーマを設定いたしました。生産緑地に指定された土地は、生産緑地法によって“30年の営農義務”が課せられる代わりに、固定資産税の軽減や相続税の納税猶予といった税制優遇が受けられるものです。そしてその多くが1992年に定められた生産緑地法によって指定されたため、2022年に指定解除の期限を迎えることとなります。

私たちはこれにあわせて、そもそも生産緑地の2022年に起こ

る問題とはなにか、そして今後どのような対応策が考えられるのか、を記事広告体裁で情報を発信。同記事広告の下に、生産緑地を抱えるエリアの読者に対し、土地活用や不動産仲介の企業様などをご案内し、広告協賛をいただくことができました。

一見シンプルな記事広告ですが、広告主様からは読者からの反響が大きかったと御礼のお言葉をいただくことができました。

私たちはこれからもニュース性や新聞との親和性のあるテーマを切り口に、引き続き企画を立案してまいります。ご興味をお持ちいただけましたら、お気軽にお問い合わせください。

地元不動産会社様からの広告協賛



生産緑地とは、都市計画で定められた用途地域で、農地として利用されている土地のことです。生産緑地には、固定資産税の軽減や相続税の納税猶予などの税制優遇が受けられます。しかし、生産緑地には、30年の営農義務が課せられます。2022年には、生産緑地の指定解除の期限を迎えることとなります。このため、生産緑地の所有者は、2022年に生産緑地の指定解除を受けるかどうかを判断する必要があります。生産緑地の指定解除を受ける場合は、固定資産税の増徴や相続税の増徴などのデメリットがあります。生産緑地の指定解除を受けない場合は、30年の営農義務を続ける必要があります。生産緑地の指定解除を受けるかどうかを判断するためには、生産緑地の所有者は、2022年に生産緑地の指定解除を受けるかどうかを判断する必要があります。生産緑地の指定解除を受ける場合は、固定資産税の増徴や相続税の増徴などのデメリットがあります。生産緑地の指定解除を受けない場合は、30年の営農義務を続ける必要があります。



稲沢の不要な不動産 現状でお譲りください!!

どんな土地でもご相談下さい!!

服部相互不動産 信頼の地域密着 40年

0120-564-025

中日新聞(市民版) 2021年11月19日朝刊 15段



ご存じですか? 生産緑地問題のこと

どんな不動産でもご相談下さい!!

林早川不動産 信頼の地域密着 40年

0567-28-2971

中日新聞(岐阜版) 2021年11月20日朝刊 15段



ご存じですか? 生産緑地問題のこと

どんな不動産でもご相談下さい!!

リベラルハウス 信頼の地域密着 40年

0567-28-2971

中日新聞(尾張版) 2022年1月28日朝刊 15段

立浪新監督特集で盛り上げる今年のドラゴンズ！

〈名古屋本社 広告一部 大谷 朋子〉

昨年10月、与田監督が今季限りで退任し、後任として立浪和義氏に監督就任を打診というニュースが飛び込んできました。中日一筋22年の「ミスタードラゴンズ」が満を持しての新監督就任ということで、ファンだけではなく社内の期待も大きく、各局が年間を通して様々な企画で盛り上げていくという命題が与えられました。

第一弾として、まずはお正月紙面で新監督インタビュー特集の実施が決定。例年の新年作業に加え、2Pの新たな特集。でき

ば、新監督やドラゴンズを応援する広告主で掲載したい。すでに新年作業がはじまり、実績広告主へのアプローチが難しい中、広告会社の力も借りながら、仕事納めまであと1週間のところで4社の掲載が決まりました。

第二弾はキャンプ直前の立浪新監督就任特集で、今年のドラゴンズを応援する特集を掲載。今後は、3月下旬のドラゴンズ開幕特集、WE LOVE DRAGONS企画など、ファンと共に作り上げる紙面も企画。今年のドラゴンズを大いに盛り上げていきます。

読者から新監督への質問＆応援する地元企業広告



中日新聞 2022年1月3日朝刊 30段

ドラゴンズ
キャンプ
直前特集

中日新聞 2022年1月30日朝刊 15段

【読者の声】 ※一部抜粋

- 地元の企業がドラゴンズを応援して盛り上げてほしい。(男性40代)
- 待望のミスタードラゴンズ立浪監督は期待せずにいられない。強いドラゴンズ復活を願っています。(男性40代)
- 中日ドラゴンズの復活に向けて、立浪監督の指導力に期待しています。地元企業の支援・応援も大きな力になると思います。(男性60代)
- 立浪監督の誕生で、今季のドラゴンズはとても期待ができ楽しみにしています。(女性40代)
- 立浪監督に代わって、選手の皆さんも引き締まったような感じがします。立浪監督が実際に采配をしてどんな野球をするのか楽しみです。(女性50代)

新聞広告共通調査プラットフォーム
J-MONITOR

応援しているドラゴンズの選手を描こう「こども似顔絵コンテスト」

〈名古屋本社 スポーツ部 中嶋 秀和〉

昨シーズンも「コロナ禍」でドラゴンズ絡みのイベントができずにシーズン終了となりましたが、球団より「ONLINE竜陣祭」の話を聞き、その1コンテンツを中日スポーツで使わせてもらえるよう依頼しました。多くのアイデアの中から球団と交渉の末、「似顔絵コンテスト」を実施し、「ONLINE竜陣祭」内で選手に最終選考をしてもらう形で実施することに決まりました。

協賛社集めについては球団との交渉が難航したり(イベント協賛社の既得権益の関係)、選考に使える時間が7分とごく短い時間だったことから選考作品をかなり絞り込んだりと苦労しましたが、協賛社は2社取り込み、最終選考も6作品にするなどして着

地させました。

応募は全部で84作品。最終選考は小笠原選手と梅津選手が担当し、岡林選手の似顔絵に対して「こういう顔でロッカールームにいるわ」とのコメントもあり大いに盛り上がりました。受賞のご家庭に連絡すると「子どもがとても喜んでた。ありがとう」などのお言葉をちょうだいしました。一次選考を通過した作品(20作品)は紙面で、全作品は中日スポーツWEBで紹介しています。

来シーズンこそはこのような子どもが喜ぶイベントをリアルで実施できたらと思っています。

一次選考を通過した20作品



中日スポーツ 2021年12月3日 15段

全作品は中日スポーツWEBで
紹介しています12月4日開催
ONLINE
竜陣祭

中日スポーツ 2021年12月5日

Topics

01 HEART & DESIGN FOR ALL アートを通して考える 誰もが暮らしやすい社会とは

東京本社 出版・エンタテインメント広告部 高橋 郁子

「どうやって?」という疑問と好奇心から手にとった本書籍、『目の見えない白鳥さんとアートを見に行く』。盲目の白鳥さんに筆者の川内さんがアート作品を語る過程は、アートのことが詳細に分かるというよりも、「健常者・障がい者」や、「目が見える・見えない」といった境界線を取り払い、色々な視点や未知なる発見にたくさん出会うことでした。

東京新聞の企画、「HEART & DESIGN FOR ALL」のスローガンである「誰もが暮らしやすい社会の実現へ」はまさに、この書籍の内容がそのままあてはまるもの。

既存概念の中でいかに人は生きているか、そこに気づくためには、色眼鏡を通さず様々な人と出会い、会話をすること。寛容で豊かで自由なアートがクッションとなり、人と人を結びつけ、視野を広げてくれることを、本書籍は伝えてくれます。

川内さんと白鳥さんの対談を通し、書籍はもちろん、お二人の人間味あふれる魅力を全面広告で紹介できました。

見えない世界が見えてくると、見えている世界がもっと面白く興味深くなる。本企画で実感したことです。

HEART
&
DESIGN
FOR ALL



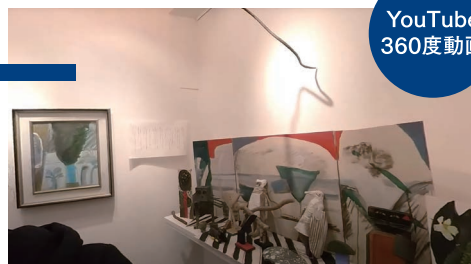
東京新聞 2021年12月27日朝刊 15段



Webでは、
紙面では紹介できなかった
全対談を掲載



スマホの角度を変えると白鳥さんに説明をする様子を見ることができます



YouTube
360度動画

中日新聞グループ媒体ガイド「APPROACH2022」

東京本社 ビジネス開発部 高橋 りう

コンセプトは「伝わる」。コロナ禍で信頼できる情報へのニーズが高まる中、WEBなどに比べ「受け入れられやすいメディア」である新聞は、発信力を増しています。内容構成やデータ、巻頭インタビュー、表紙デザインを通して、いま情報が正しく、確実に「伝わる」ために中

日新聞にできることは何かを、考えた資料になっています。APPROACH表紙では日々発行する新聞自体に焦点を当て、メッセージが波となって伝わっていく様子を描きました。東京新聞媒体資料表紙は、コロナ収束後の爽やかな東京をイメージしています。

APPROACH2022

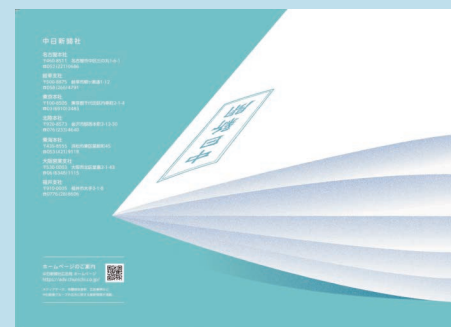


表4



表1

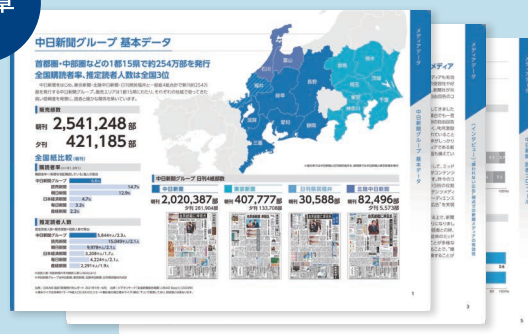
東京新聞媒体資料2022



内容を1章・2章に整理

第1章

基本データ



第2章

東海エリア特性グループリソース



紙面実績をWEB版にアーカイブ

銘柄と
掲載年で
検索可能



クリックで
拡大
プレビュー



冊子内の企画紙面紹介は一部に留め、その他特集紙面についてはWEB APPROACHにまとめました。ぜひご覧ください。

目的に合わせて参照しやすいよう、内容を前半と後半に整理しました。部数や読者プロフィールを1章に、東海エリアの地域性や、注目トピックス、グループの取り組みなどを2章にまとめています。

WEB APPROACH
特集アーカイブ



文・写真／増田 幸弘（編集者）
[三重県 津市/関町]

初音(関町)の鰻重。鰻が何切れかで値段が決まる。

鰻の地方色

土用の丑の日に鰻を食べるようになったのは、江戸時代中ごろ、平賀源内(1728-80)という奇才が「夏は鰻が売れない」と相談されてキャッチコピーを考え、いつのまにかそれが根づいたとの通説がある。本当かどうかは定かではないが、広告やマーケティングの考えがすでに芽生えていたのはたしかなのだろう。

この逸話の通り、実際の鰻の旬は冬なのだが、それは天然物の話で、市中に出回る養殖物は土用の丑に合わせて育てられているので、夏がいちばんおいしいともいわれるから話は厄介である。しかも近年、絶滅が危惧されるほどシラスウナギの不漁がつづき、鰻の値段が高騰。おいそれとは口にできなくなっている。それでも芳ばしい煙の匂いがどこからともなく流れてくると、財布の紐を緩めてつい暖簾をぐぐりたくなる。

鰻は思いのほか地方色豊かな料理だ。関東は背開きしたものを蒸すのに対し、関西は腹開きしたものを蒸さずに焼くという違いは基本中の基本で、さらに地域によって、あるいは店によってちがいがでくる。三重にも三重ならではの鰻がある。

中心となるのは津で、ざっと20軒あまりの鰻屋がある。なんでも人口比でいちばん多いと言われるほどなのだが、全国的には鰻の街とのイメージは薄く、意外な気もする。生産量は圧倒的に鹿児島が多いいまも、鰻と聞けば浜名湖を思い浮かべるのとは対照的だ。

津に鰻屋が多いのは、戦前から戦後にかけてこの地で養鰻業が盛んだったものの、1959年の伊勢湾台風で壊滅的な被害を受けてすたれた名残である。一方、この台風で水田を流されたのを機に養鰻業へ転換し、全国2位にまで成長したのが一色町(愛知県)だった。

新玉亭という津で1890(明治23)年に創業した鰻屋に行ってみた。昔ながらの老舗を想像していたら、4階建てのビルだった。3階と4階は宴会席で、合わせて250席もあ

るというのだから、それだけで津の人たちと鰻の深い関係が見て取れる。

おもしろいのがメニューだ。普通、鰻といえば松竹梅に分かれている。きつと肉質に差があるのだろうと思って店の人に尋ねるたび、どこにいても蒲焼きの大きさだと言われ、そのうち気にならなくなった。その点、新玉亭では小井(1切)、並井(2切)、中井(3切)、上井(4切)、特上井(5切)という具合に、鰻が何切、ご飯の上に乗っているかで分けているのがわかりやすく、なんだかおもしろい。

関にある初音も同じく「梅うなぎ井(二切れ)」「竹うなぎ井(三切れ)」とメニューにあった。たった二軒を比べただけで三重では鰻を何切れかで表示するのが習わしとは言えないが、それでもそうしている店が少なくないのはわかる。この初音も店の規模が大きく、しかもびっくりするほどの人気店だった。整理券を受け取り、店外の電光掲示板に番号が表示されるまで車のなかで待つ仕組みになっている。待っている人と立ち話をしたところ、なんでも滋賀県からはるばる定期的に通っているとのことだった。

ともに鰻は蒸さない関西風。ぱりとした食感で、焼いた魚に共通した風味が口いっぱいに広がる。関東の蒸した鰻に慣れているせいも、鰻もまた魚なのだという当たり前の事実を突きつけられる。どちらがおいしいかというわけではなく、この食文化の豊かな多様性が日本という国の風土なのである。



新玉亭の鰻井。大盛は中盛を完食できた人だけが挑戦できる。

ナゴヤ愛はどこにある？

第6回

利用者ファーストのハイテク図書館

東海道新幹線「三河安城駅」のある街・愛知県安城市。半田市出身の童話作家・新美南吉が、女学校の教師として短い生涯の中でも充実した時間を過ごした土地としても知られています。安城市の自慢のひとつが、「安城市中心市街地拠点施設アンフォーレ」とアンフォーレ本館の2階から4階にある「安城市図書館情報館」です。

安城市図書館情報館は2020年、先進的な活動を行う図書館に対して贈られる「Library of the Year」優秀賞・オーディエンス賞をダブル受賞。評価ポイントとなったハイテクさや充実したサービスについて、お話を伺いました。



▲Library of the Year 2020優秀賞受賞

2017年開館の同館は、全国で50ほどある同規模の自治体(人口15万人~20万人未満)の中で、年間の本の貸出数が全国1位。特に力を入れているヤングアダルトを中心としたコーナーは、「Light」「Like」「Love」の「ら」をとり「らBooks」と名付けられ、2万2千冊を誇る充実ぶりです。

蔵書冊数だけではなく、ハード・ソフト面でも、とことんまで利用者目線にこだわった、さまざまな工夫がされています。

まずは本の並べ方。国内の図書館で採用されている日本十進分類法(NDC)に加え、独自に設定した13のジャンル別に並べることで、利用者が本を探しやすくなっています。

約870席ある座席では、おしゃべりも飲食も自由※。一般向けフロアでは、なんと飲酒も可能です。「静かにしないでいい図書館」では幼い子ども連れの来館者も増えています。(※コロナ禍では飲み物のみOK)

館内には「読書通帳機」を設置。1冊300円(市内在住の中学生以下無料)で購入できる専用の読書通帳を機械に通すと、借りた本のタイトルと価格が印字されます。本を借りれば借りるほど貯金がたまるので、どんどん借りたくなりますね。

通常の図書館では見かけないサービスが、ビジネス支援センター機能です。

会社経営など事業に関する



▲読めば読むほどお金持ちに!?

専門アドバイザーに無料で相談が可能。壁には、「頑張る事業者を『お節介なほど』『何度でも』徹底応援します」との文字が踊ります。これほど相談するハードルを下げて



▲スタイリッシュな外観で街のランドマークに

くれる、心強い言葉があるでしょう。

広いバックヤードからは、コンテナに詰められた本が市の公民館や小中学校全29校へと配送されていきます。小中学校へは、朝の読書や調べ学習の本を貸し出ししています。これは全国的にも珍しい先進的な取り組みです。

建物脇には予約した本を時間外に受け取れる「予約本受取機」が設置されています。利用者カードを入れると、取り出し口から予約した本が出てくる仕組みです。借りた本を時間外に返却できる「返却ポスト」のある図書館は数多くありますが、予約本受取機のある図書館は、同館だけのこと。さすがハイテク図書館!

同館では、全国どこに住んでいても貸出カードを作成できます。これは、帰省や出張などで来安された方々にもぜひ利用してほしいという配慮から決まったこと。

「図書館は『市民の知る権利』を保障する施設ですので、市民に『コレについて知りたい』と言われれば『草の根を分けても探し出す』という姿勢でサービスに努めています」とは、同館司書の言葉。利用者への愛にあふれたハイテク図書館、一度は行くべし!



▲街角のベンチに南吉さん

(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歳より名古屋市長在住。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『アトピ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	4月分	5月分	6月分
第1次 前々月 20日	2/18 (金)	3/18 (金)	4/20 (水)
第2次 前月 10日	3/10 (木)	4/ 8 (金)	5/10 (火)
第3次 前月 20日	3/18 (金)	4/20 (水)	5/20 (金)
特定面 前月 5日	3/ 4 (金)	4/ 5 (火)	5/ 2 (月)

※当該日が土日祝の場合は繰り上げた営業日となります。