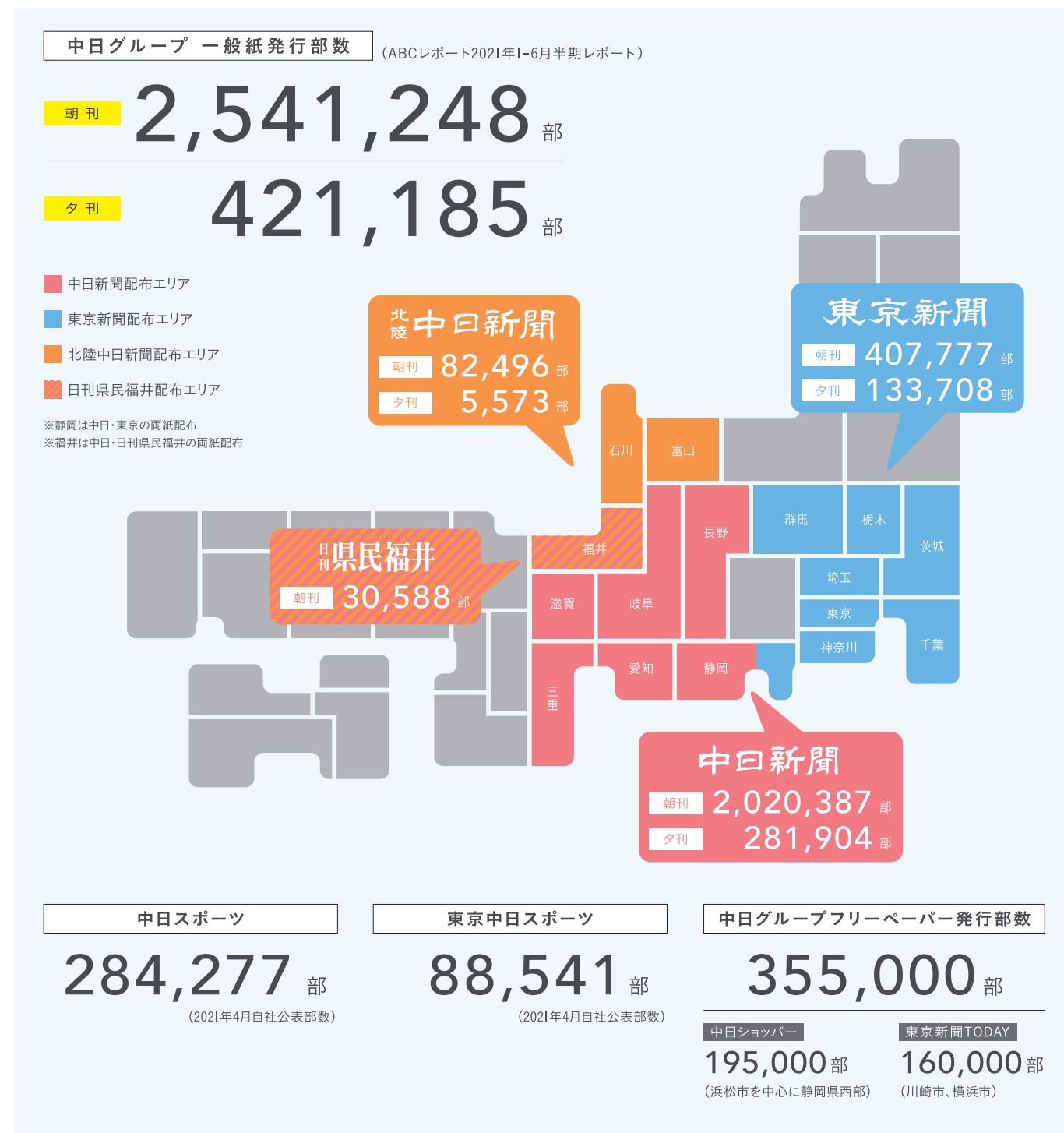




中日新聞社広告局		
名古屋本社	〒460-8511 名古屋市中区三の丸 1-6-1	TEL.052(221)0686
岐阜支社	〒500-8875 岐阜市柳ヶ瀬通 1-12	TEL.058(266)4791
東京本社	〒100-8505 東京都千代田区内幸町2-1-4	TEL.03(6910)2483
北陸本社	〒920-8573 金沢市駅西本町 2-12-30	TEL.076(233)4640
東海本社	〒435-8555 浜松市東区薬新町45	TEL.053(421)9118

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/>

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

知見を生かして社会に貢献
 理学療法士の

紹介 「止ま乗るエスカ」PRアイテム

エスカレーター、止まって乗りたい、人がいる

Escalator Manners

「止ま乗るエスカ」で3つのメリット

混雑緩和
 両側に止まって乗ることで
 より多くの人が移動することが
 混雑が緩和します。

思いやり
 混雑している人います。
 エスカレーターに止まって
 歩かない人がいます。

安心・安全
 エスカレーター上での歩
 転倒や重大事故に繋がる

Ken Morishima
森島 健 氏
 公益社団法人 東京都理学療法士協会 会長

理学療法士の 知見を生かして社会に貢献

Interview

Ken Morishima
森島 健 氏

Kazuo Mori
森 一 夫

公益社団法人
東京都理学療法士協会
会長

中日新聞 東京本社 広告局
広告三部 部長

1983年、理学療法士免許取得し、
東京都理学療法士協会に入会。
2002年から理事、2010年から副会長
を務めたのち、2015年に会長就任。



―― エスカレーターマナーに関する貴団体の広告が、第13回中日新聞社広告大賞一般紙の部で審査員特別賞を受賞されました。社会的な意義の大きい活動だと存じますが、まずはエスカレーターのマナー向上に取り組まれた経緯についてお聞かせください。

森島 東京都理学療法士協会では、毎年学術大会を開催しています。2015年の大会は、ちょうど2020年のオリンピック・パラリンピック大会の東京開催が決まった時期だったため、都民の健康増進をテーマとしたシンポジウムを開催し、パラスキーヤーとして活躍された大日方邦子さんをお招きしました。理学療法士は、ご存じのように身体運動機能の回復や維持・向上を図るという役割を担っているので、大日方さんにもそうした期待について発言していただきたいと思っていたのですが、「東京でエスカレーターの右側を歩く習慣をやめませんか」という意外な提言をいただきました。これが最初のきっかけです。

―― その提言を聞いたときにどう感じられましたか。

森島 ハッとしました。私自身、エスカレーターは立ち止まる人が左、歩く人が右というのが常識だと思っていましたが、左半身に障がいを持たれている方の場合、右の手すりにつかまる必要があるんですね。障がい者や高齢者をサポートするはずの我々理学療法士がこの視点に気づけずにいたのは衝撃だったというのが正直な気持ちです。すぐに対応するため、エスカレーターマナーアップ推進委員会を立ち上げました。以降、駅や自治体などと連携しながら、啓発の

ためのさまざまなイベントやキャンペーンを定期的を実施しています。

―― 委員会での活動に対してはどのような反響がありましたか。

森島 委員会の主催イベントで、いまでも印象に残っている出来事があります。小児まひで左手が不自由な娘さんを連れた女性がいらして、感謝の言葉をいただきました。その娘さんは、これまで右側に立つことができないため、やむを得ず後ろ向きにエスカレーターに乗り、左側の手すりに右手でつかまっていたそうです。こうした実情がなかなか周知されず、不自由な思いをされていたときに、理学療法士が啓発活動をしているということを知り、勇気づけられたとおっしゃっていました。逆に私たちのほうこそ勇気づけられました。

―― 広告をご出稿いただいたのは2021年8月23日。東京パラリンピックの開幕前日でした。この日に掲載することになった経緯を教えてください。

森島 当初、エスカレーターマナーアップ推進委員会の活動は、東京オリンピック・パラリンピックで終了する予定で、この間、先ほどの親子の例のように感謝もいただきましたし、埼玉県ではエスカレーター条例ができるなどの影響はありました。しかし、まだまだ従来の慣習を変えるには至っていないため、以降も継続することになったという経緯があります。広告出稿のタイミングは、東京パラリンピック開幕前日に合わせて、それまでの活動をいったん総

9 読者版 2021年8月23日 朝刊

エスカレーター
止まって乗りたい人がいる

みんなはなぜエスカレーターで歩くのか？
1秒でも早く目的地に着きたいから？まわりの流れに合わせるため？
「大きな荷物を持っている時」「疲れている時」「子どもと手を繋いで乗りたい時」
エスカレーターに止まって乗りたいと思った事はありませんか？

「右側に止まって乗りたい」人がいる事を想像できますか？
左半身にマヒがあり右の手すりにつかまらなと安全に乗れない人
足を怪我して左手で杖をついている人
右の手すりにつかまって乗るのが当然だと思いませんか？

障がい、さまざまな特性や考え方をもちた人々が安心して暮らすことができる街。
(公社)東京都理学療法士協会はそんな街づくりを目指し活動をしています。

エスカレーターに止まって乗ってみませんか？

公益社団法人
東京都理学療法士協会
エスカレーターマナーアップ推進委員会

東京新聞 2021年8月23日朝刊
これまでの活動の総決算でもあり、今後のエスカレーターマナー改善に向けた活動への意思を示した広告。理学療法士をはじめ、多くの人からの賛同の声があった。

括し、改めてより一層取り組んでいこうという意思の表明でもあります。

―― 健康増進という点では、東京新聞でもフレイルや認知症のリスクを減らすための交流活動の場として、会員組織「東京新聞ヘルスケアメイツ」を立ち上げました。貴団体には、イベントでの運動プログラム作成でご協力いただいています。こうした取り組みについてはどのようにお考えでしょうか。

森島 高齢化が進んで健康寿命を延ばすことの重要性が言われるなか、新聞社が率先して発信していただけることに大きな期待を持っています。これまでも地域では同様の取り組みがありましたが、新聞の規模になると発信力が違います。私たち理学療法士の知見が役立つのなら嬉しく思います。

―― ありがとうございます。貴団体は2013年に公益社団法人を取得されていますが、都民の公益という観点で、エスカレーターマナーアップ推進委員会以外に力を入れている活動があったら教えてください。

森島 災害対策委員会を運営しています。契機になったのは公益社団法人になる前の東日本大震災ですが、近年は自然災

公益社団法人
東京都理学療法士協会
エスカレーターマナーアップ推進委員会

「止まってみようか。」
その想いが、嬉しい。

Escalator
Manners



キャンペーン活動のPRグッズとイベントの様子。
都内の各地でエスカレーターマナーアップを啓発するイベントを開催した。



害の被害が甚大化していますし、南海トラフ巨大地震の可能性も指摘されています。ひとたび災害が起きたときに、理学療法士がどのような形で社会貢献できるのか、地域や他団体と連携しながら体制づくりや人材育成に取り組んでいます。

―― 理学療法士だからこそできる支援がありそうですね。そちらの活動も期待しております。では最後に、新聞広告に対する期待や要望がありましたらお聞かせください。

森島 私たちの活動を多くの方に知っていただくために、さまざまな広報活動を行なっていますが、そのなかで新聞という媒体は、情報の信頼度が高いことと、活字と親しむ世代の方に届きやすいことが特徴だと思います。そういう点では啓発的な広告には向いていると感じますし、御社の広告賞は一次審査が一般読者とのことで、そういう方に評価をいただいたというのは嬉しい限りです。今後も、ヘルスケアメイツともども連携させていただければと思います。

―― こちらこそよろしくお願いいたします。本日はありがとうございました。

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。

地元の高校生が企画！
みんなで一緒にライブ、花火、SDGs

三河High School Fes 2022

来春に高校を卒業する現3年生は新型コロナウイルスの流行と同時に高校へ入学した世代です。残りの高校生活も半年を切りましたが、これまでの2年半、部活動の活動中止や学校行事の中止など多くの制限を強いられてきました。

高校生たちの思い出になればという想いから約1年前に立ち上げた本企画でしたが、地域を盛り上げたいという高校生たちの熱い気持ちを受け、高校生だけが楽しむイベントではなく地域が一体となって盛り上がることのできるイベントにしようと中日新聞と複数の高校で実行委員会を立ち上げました。

イベントのタイトルや内容も全て高校生が自分たちで考え、告知やSNSの運用なども高校生が主体となって準備を進めました。夏には新



型コロナウイルスの第6・7波などもあり開催できるか不安になることもありましたが、10月23日に蒲郡市のラグーナビーチで無事に開催することができました。地元の花火業者による打ち上げ花火やアーティストによる音楽ライブなど、高校生にとって一生の思い出になるイベントになりました。

この縁を更に広げるべく、今後も中日新聞広告一部では地域を盛り上げるイベントを立案していきます。開催にあたり、ご協力賜りました協賛社の皆さま、社内外の関係者の皆さまにこの場を借りて感謝申し上げます。

名古屋本社 広告一部 佐藤 龍比古



中日新聞 2022年11月29日朝刊 15段



中日新聞 2022年10月20日夕刊



中日新聞 2022年10月20日夕刊

三河High School Fes 2022
来場者 約15,000人

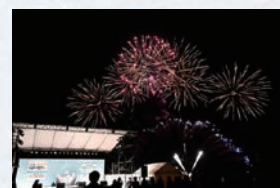
※ファミリー向けイベント「子どもがわらうとせかいがわらう」同時開催



SDGsワークショップ



Rin音氏ライブ



打ち上げ花火

25組の女性アイドルグループが競演！！

トーチウアイドル祭 ～夢のTOCHU～2022



東京中日スポーツ 2022年9月6日
30段、15段×2



ラッピング
広告



出演アイドル25組
来場者 約650名



握手会グッズ販売



会場の様子



東京中日スポーツ 2022年11月6日

東京本社内の局間横断「ブルーオーシャンチーム」のプロジェクトとして開催されることになった「トーチウアイドル祭」。3年前まで広告局のイベントとして名古屋本社で「中スポ音楽祭」を実施していた時と違い、東京本社全体の取り組みとして実施するというで横の展開を意識しました。

東京中日スポーツへの記事掲載やタレントのブッキングでは東中総局、ラッピング紙面や当日の新聞販売では販売局、イベント運営では事業局や東中企業、トーチウ電子版の試し読みチラシの配布では電子メディア局、ポスターの制作・販売では写真部、技術局と一緒に仕事に取り組みました。

イベント当日はよみうりランド内の日テレらんらんホールにてOCHA NORMAなど全25組のアイドルがライブを行い、約650名の有料入場者が来場しました。

今後は規模を拡大し、他メディアとの連携やスポンサーの獲得、新規購読者の獲得を目指したいと思います。

東京本社 広告三部 糸井 嘉啓
スポーツ部 安井 新悟



東京新聞オフィシャルショップ



トーチウアイドル祭
@chuspoongakusai
音楽の力で地元を元気に！
トーチウアイドル祭の公式アカウントです。
第一回ありがとうございました！
次回開催をお楽しみに

公式
Twitterで
告知・拡散
しました

出演アイドルの
ポスターを
社内で作成し
販売しました

2022 MARKET IN

— 東海のナンバーワン & オンリーワン —

注目が高まる東海エリアのeスポーツ市場

アジア競技大会2026年愛知・名古屋に向けて動きが活発化

盛り上がるeスポーツ

東京五輪に先駆けてIOCが開催した「Olympic Virtual Series」では野球やモータースポーツなど5種目のサイバー・スポーツ競技が行われ、世界から選手が参加した。日本では茨城国体の文化プログラムとして「全国都道府県対抗eスポーツ選手権2019 IBARAKI」が開催されて以降毎年開催されており、2022 TOCHIGI大会は東京都が総合優勝となった。このeスポーツは世界中で大会が開催されており、2021年にスウェーデンで開催されたDota 2の公式世界大会「The International 10」は賞金総額40,018,195ドル(約59億円)と高額な賞金が支払われている。これらの大会で賞金を稼ぐプロゲーマーが活躍しており、年収1億円を超えるプレイヤーが多数誕生している。国内では2021年にNTTドコモがeスポーツリーグ「X-MOMENT」を設立し、「PUBG MOBILE」と「レインボーシックス シージ」の2つのリーグを運営するなど、eスポーツは活況を呈している。

成長するeスポーツ市場

市場調査会社Newzooによると、2022年のeスポーツ産業の世界の売上高は前年比22%アップの13億8000万ドル(約2042億円)に成長すると予測されている。日本eスポーツ白書2022によると、日本eスポーツ市場は「スポンサー」収入が6割強と最大となっている。成長するeスポーツ市場には、ソフトバンク、コカ・コーラ、NTTドコモ、DMM.com、日清食品、Cygames、吉本興業、Intelなど数多くの企業が参入しており、Z世代をはじめとする若い世代を対象としたビジネス展開を進めている。

東海エリアの産業動向

eモータースポーツでは、TOYOTA GAZOO Racingがプレイステーション4の「グランツーリスモSPORT」で「GR Supra GT Cup」を開催しており、2019年の大会では約3万人が参加した。プロeスポーツチームでは名古屋OJAが設立され、おやつカンパニーとカードゲーム部門「名古屋OJAベビースター」を立ち上げた。eスポーツ施設では、中部テレコミュニケーションがコミュファeSports Stadium NAGOYAを名古屋パルコに開設した他、NTセブンスが栄にNTP Esports PLAZAを立ち上げ、選手育成の拠点づくりを進めている。アジア競技大会2026年愛知・名古屋では正式種目として採用されることが有望視されており、愛知eスポーツ連合は「産業をつくる」「夢をつくる」「社会に応える」という3つの理念に沿って注力している。東海エリアでのeスポーツの産業生態系の形成が進んでおり、2026年に向けて企業の市場参入が加速することが見込まれる。

長尾 尚訓

ながお ひさのり

三菱UFJリサーチ&コンサルティング
政策研究事業本部
研究開発第1部(名古屋)
主任研究員



東海エリア初の常設eスポーツ施設「コミュファ eSports Stadium NAGOYA」



オンラインでオープニングイベントを開いた「NTP Esports PLAZA」

探訪記

東海
エリア



文・写真／増田 幸弘（編集者）
[三重県 松阪市(旧飯高町)]



飯高町を拠点にしたのは、「東京はもうわかった」との思いもあった

(フィルム撮影、山崎さん提供)

“バズる”時代に見つけた自分らしさ

ひょんなことから「ブルースト」という歌をSNSで知った。ブルーストといえば20世紀を代表するフランスの文学者だが、肩肘張った歌ではなく、若い男女が互いの恋愛を思い起こす一コマをとらえた淡い心象を描く。「“ブルースト現象”という言葉を知り、“エモい”ことだと思ってつくりました」

と言うシンガーソングライターの山崎くるみさんは今年、長らく住んだ東京から故郷の三重に戻り、山間の飯高町を拠点に活動をはじめた。SNSにアップする林道の木漏れ日や山並みの写真はいずれも近所の風景で、あえてフィルムカメラで撮る。「現像するまで映っているかどうかわからない仕組みがいんです。デジタルには出せない“エモさ”があります」

1998年生まれの山崎さんにとって、物心のついたころにはフィルムからデジタルになり、スマホが急速に普及した。デジタルネイティブとして成長したZ世代がフィルムカメラやレコードを再発見して久しい。

幼いころから歌うことが好きだった。高校では吹奏楽部に在籍した。プロをめざして卒業後、メーザー・ハウスという音楽専門学校でボーカルを学んだ。惜しまれつつ2020年に閉校したが、第一線のミュージシャンが教えるプロへの登竜門として知られた。「学校というより養成所みたいなところで、行ってよかったと思います。ここでなかったら、つづけていなかったかもしれません」

プロになるとはオーディションを受けて音楽事務所などに入り、だれかのつくった歌を歌うことだと考えていたが、実際にはずいぶんちがった。そこで在学中、ギターと作詞作曲をはじめ、シンガーソングライターとして目覚めていく。

2018年に卒業してオトノグラムというバンドを7人で結成する。カバー曲を中心にYouTubeなどにアップし、都会的なセンスが人気を呼ぶ。窓の外に東京の街並みが見え

るなど、映像にも凝った。「ブルースト」はこのとき生まれた山崎さんのオリジナルだ。

再生回数が20万台、30万台に達する動画もあり、「心に響く」「早くメジャーデビューを」「もっと伸びて欲しい」といった応援メッセージがたくさん書き込まれる。そんななか音楽学校で一緒だった瑛人がSNSで人気になり、2020年には紅白歌合戦にも出る。

「あまりにも売れた人が身近にいて、自分はどういう目的をもって音楽活動をしているのだろうかと考えてしまいました」

以前はレコード会社や所属事務所が仕掛けて売り出したが、いまは「バズる」ことが求められる。そのための努力をみんなですてきたバンドは2021年、「芽が出なかった」と自ら判断して活動を休止。コロナで都外に住むメンバーの移動に規制があったり、ライブハウスが休業したのが大きかった。進学など各々のおかれた状況の変化も重なった。

そしてこの春、山崎さんは「大好きな地元で、自分のペースで音楽をつくりたい」と、林業で働く父のトラックで帰郷し、アルバイトを掛け持ちして音楽をつづける。ときどき東京でもライブをし、Podcastで同級生とたわいもないおしゃべりを発信する。

「通勤の車中で歌っているので、歌がうまくなったかなと思います。東京だとスタジオを借りないと声を出せませんでしたから」

売れるよりもどうつづけるかだと模索する山崎さんはすっかり肩の力が抜け、とても楽しそうなのである。



オリジナル曲「イニシエーションラブ」のビデオより。多彩なSNSを活用している。YouTubeのチャンネル(<https://onl.bz/vKtUTN4>)

01 中日新聞朝刊 | 男性の育休取得を促進!新聞紙面が保存版冊子に 現代の子育てと働き方を考える「育児のミカタ」

〈名古屋本社 広告二部 小関 順康〉

いつの時代も家族の形や子育てには明確な正解というものはなく、それぞれの家庭にそれぞれの形があり、それぞれの正解があって然るべきもの。社会が多様性を受け入れ、新聞を通じて様々な世代が現代の育児を知ることでほんの少しでも優しく、困った人の味方になれたのなら…そんな思いを込めて、“産後パパ育休”や“育休の分割取得”といった制度がスタートする10月1日に「育児のミカタ」を立ち上げました。

紙面には岐阜県出身の漫画家宮川サトシ先生に実体験に基づいた子育て漫画を書き下ろしてもらい、新聞紙面に切り込

みを入れることで冊子に変形するという奇抜な紙面で構成。

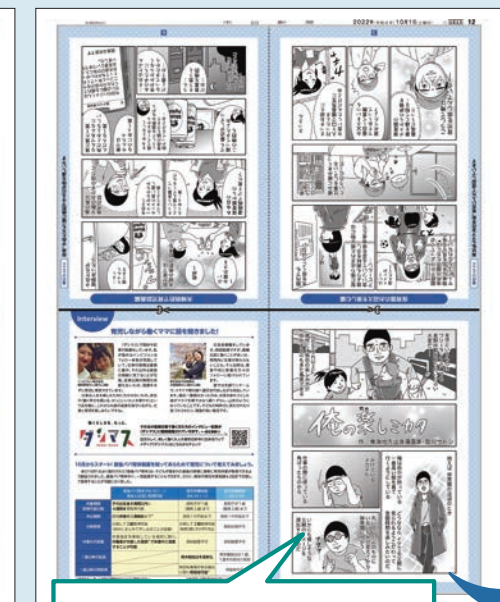
また、ウェブメディア「ダシマス愛知」協力の下、本企画の協賛企業で育児をしながら働く従業員取材し記事化。令和時代のリアルな子育てを「ダシマス愛知」に順次掲載していく予定です。

2021年の男性の育児休業の取得率は13.97%と政府目標の30%にはまだまだ及びません。本企画を通じて少しでも多くの人が育児と働き方について考えるきっかけになればと思っています。

令和時代の育児のミカタ(見方・味方・楽しみ方)を発信!



中日新聞 2022年10月1日 朝刊 15段×2



岐阜県出身の漫画家宮川サトシ先生の書き下ろし子育て漫画

特設ページは
こちら



“産後パパ育休”
“育休の分割取得”
10月1日より施行



新聞を切り折りして
小冊子が完成!

企業インタビュー
(東京海上日動 様)

本企画の協賛企業で実際に育児をしながら働く従業員取材しダシマス愛知にて掲載。今後も協賛社の記事が随時掲載予定です。

02 東京新聞朝刊 | 2022年は夫婦の年!

パートナーと一緒に学ぶ「夫婦の笑学校」

〈東京本社 広告一部 佐藤 滋〉

東京本社が取り組む「えがおプロジェクト」の広告局企画実践チームは今年8月に夫婦・パートナーを対象としたイベント「夫婦の笑学校の日」を東京本社1階ホールで開催しました。「妻がどんどん好きになる」の著者でフリーアナウンサーの梶原しげるさんのトークショー、キャンプ入門講座、ジャズ入門講座の内容で、多数の応募から抽選で選ばれた20組40名が参加しました。

イベント終了後のアンケートで、特に人気のあったキャンプ入門講座の参加者から「実際に夫婦でキャンプを体験してみたい」と

の声が多く、チームメンバーで検討し、「夫婦の笑学校課外授業」として東京・奥多摩のキャンプ場で実践講座も実施。8月に入門講座を担当していただいたライターで「キャンプの達人」の重信秀年さんを講師に迎え、テント・タープの張り方や焚き火の準備など初心者向けに行い、参加者からは大変好評でした。

イベントの載録を、11月22日「いい夫婦の日」に掲載。コロナ禍で暗いニュースが多い中、読者に笑顔を届けるという企画実践チームの集大成となる紙面になりました。

「夫婦の笑学校の日」



東京新聞 2022年9月22日 朝刊 15段

11月22日は「いい夫婦の日」



東京新聞 2022年11月22日 朝刊 15段



梶原しげるさんのトークショー
「妻がどんどん好きになる」



「課外授業」として
キャンプ実践講座を行いました

【参加者の声】 入門講座イベント終了後のアンケートより※一部抜粋

- 夫婦の年、とても素敵な一年にしたいです。貴重なお話にとっても感動しました。これからも元気に仲良く夫婦の時間を楽しんでいきたいと思えます。(50代男性)
- 奥様を大事にしなければ。(60代男性)
- 日比谷公園を手をつないで散歩した。ウン十年ぶりの気分を楽しみました。(60代女性)
- キャンプの楽しさとともに、夫婦二人の時間を楽しむことの大切さを実感できました。(50代女性)
- 夫婦の時間を考えるよいきっかけとなった。(60代男性)

豊山町町制50周年「とよやま子ども記者プロジェクト」

〈名古屋本社 広告三部 末永 響子 / 河合 巧太郎〉

本年4月1日に愛知県豊山町が町制50周年を迎えました。県内で最も面積が小さく、町域の3分の1を県営名古屋空港が占める豊山町。その誕生から半世紀の節目を契機とした地域プロモーションを、中日新聞としてサポートできないかと「豊山町町制50周年記念特集」と「とよやま子ども記者プロジェクト」の2つの企画を提案。地元企業・団体からの協賛もいただきながら、いずれの企画も町役場と二人三脚で取り組みました。

町制50周年記念事業の一つとして実施した「とよやま子ども記者プロジェクト」では、公募で集まった地元の小学4年生～6年生20名を「とよやま子ども記者」に任命し、新聞記者講習会、町内取材、壁新聞づくり、町長への成果発表会までの一連の企画を広告局がプロデュース。記者講習会では、教育報道部の記者に協力い

ただき、取材の心得や記事のまとめ方を子ども記者にレクチャーしました。町内取材は「市場チーム」「特産品チーム」「空港チーム」の3チームに分かれて行い、子ども記者にとって魅力的な取材体験になるよう、取材受け入れ先の企業・団体と綿密な調整を経て実施。学校も学年も違う初対面の子どもたちが、限られた時間のなかで団結して壁新聞を作り上げられるかという不安もありましたが、結果的には子どもらしい視点がふんだんに盛り込まれた個性豊かな壁新聞が完成し、事業の主催者である豊山町からも、プロジェクト全体に対し高い評価をいただきました。

自治体の周年に際した地域プロモーションは、地元密着の新聞社が地域の役に立てる絶好の機会です。今回の豊山町のプロジェクトが、その新しい事例の一つになれば幸いです。

豊山町町制50周年特集



中日新聞（近郊通し版）2022年4月1日朝刊 15段

とよやま子ども記者プロジェクト載録



中日新聞（近郊通し版）2022年10月21日朝刊 15段

とよやま子ども新聞 [空港版]完成！



各チームが個性豊かな新聞を作成しました

とよやま子ども記者プロジェクト



町内の小学生20名を「とよやま子ども記者」に任命



3チームが町内を取材「空港チーム」@県営名古屋空港



豊山町長への成果発表会



豊山町役場などに子ども新聞を掲出

宝達高等学校創立50周年

〈北陸本社 広告部 伊藤 敦〉

石川県内の県立高校では本年七校がキリのいい周年を迎えました。北陸中日新聞では、毎年、周年を迎える高校の企画に取り組んでいます。形に残る新聞広告は周年事業を記録する媒体として親和性が高いものの紙面広告で紹介するだけではなく、生徒や思い出に残る広がりを追加することが出来ないかということに常に議題が上がっていました。

そこでデジタル技術を活用することと記憶に残る実体験として、スマホ上で制服を着せ替えるフォトフレームと記念花火をい

くつかの高校に提案、新しいことに前向きな宝達高校が実施に至りました。

花火の実施に際しては新型コロナウイルスの影響で需要の減少している煙火会社からも花火の在庫消費という点で感謝され、三方良しの枠組みとなりました。今後の周年特集でも活用していきたい事例ができました。なお、他の学校ではWeb上で“周年のあゆみ”のスライド展開を実施しました。今後も紙面だけに収まらない周年特集に取り組んでいきます。



北陸中日新聞 2022年10月28日朝刊 7段



北陸中日新聞 2022年10月30日朝刊

地元企業が協賛し、打ち上げ花火で 周年を彩りました！



制服を着る疑似体験で懐かしさを感じ、撮影した写真をシェアすることで、旧友とのつながりが強まります

Topics

02 新聞とWebで神戸の観光情報を発信

劇場型アクアリウム「átoa」と楽しむ! 大満足!神戸トリップ♪

大阪営業支社 広告部 青木 俊輔 / 名古屋本社 デジタル広告部 小嶋 一輝



中日新聞 2022年10月1日朝刊 テレビ面左特枠

中日新聞Webで
タイアップページを展開!
紙面では伝えきれない
「átoa」と神戸の
観光情報を発信!

これぞSNS映え!
動画や写真で
「átoa」を紹介



合わせて巡りたい!
神戸の観光
スポットも掲載



名古屋からの
日帰り神戸トリップを
発信しました!

12年ぶりの日本開催は愛知・岐阜が舞台！ 世界ラリー選手権(WRC)最終戦「フォーラムエイト・ラリージャパン2022」

東京本社 広告一部 甲地 正幸 / スポーツ部 大倉 甲人

世界ラリー選手権(WRC)の今季最終戦として「フォーラムエイト・ラリージャパン2022」が11月10～13日に、愛知・岐阜の両県で開催されました。本大会はもともと2020年に開催予定でしたが、新型コロナウイルスの影響で延期となっており、3年越しの待ちに待った開催となりました。

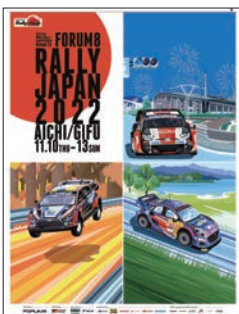
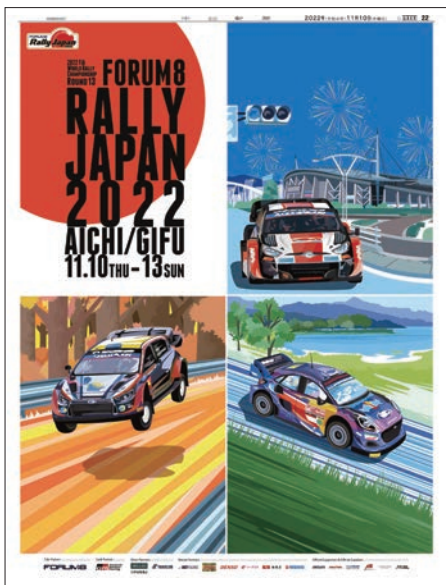
中日新聞社はメディアパートナーとして盛り上げに尽力すべく、約1か月前から大型特集等を実施してきました。その集大成として中日スポーツ・東京中日スポーツ“特別版”を3,000部、セレモニア

ルスタートが行われた豊田スタジアムにて、来場者に手配り配布致しました。

特別版特集内では、本大会の展望記事やWRCの今シーズン振り返り記事に加え、元SKE48で自身も本大会にコドライバーとして参戦した梅本まどか氏による「梅ちゃん先生のラリージャパン講座」を掲載しました。ラリー初心者の方にも分かりやすい内容となっており、新規ラリーファンを増やす狙いにもふさわしい、見どころ満載の紙面になったのではないかと思います。



中日新聞 2022年11月10日朝刊 15段×2



中日スポーツ・東京中日スポーツ 2022年11月10日 特別版

※ラリーはドライバーとコドライバー(ナビゲーター)が二人一組となり、助手席のコドライバーの指示で走行する競技です。

ナゴヤ愛はどこにある？



第11回 元鉄道マン、名古屋落語のルールを敷く

全国に約1000人いる落語家のうち、名古屋には何人いるかご存じでしょうか？約600人が東京、約300人が大阪。そして名古屋の落語家は、なんと4人！

2021年、名古屋落語界に13年ぶりに誕生した、4人目の落語家が、登龍亭獅鉄さんです。

2018年、獅鉄さんは28歳で登龍亭獅範師匠に入門。

当時、名古屋には前座がいまませんでした。獅鉄さんは、前座の仕事も作法もすべて、東西(東京や大阪)の兄さん方から教わったのです。東西で作法が異なる場合、どちらを取り入れるかを決めるのも獅鉄さんの仕事。つまり、獅鉄さんの決定や行動が今後、東京とも大阪とも違う、名古屋落語界独自のルールになります。

落語のような伝統芸能の世界は「前例主義」です。獅鉄さん自身が前例を作り、「名古屋の落語家ができること」の幅をどれだけ広げられるか。それを常に考えるといいます。

たとえば、2022年1月には吉本興業主催のピン芸人コンクール「R-1グランプリ」に出場。惜しくも2回戦で敗退しますが、獅鉄さん曰く「私が出場したことで、後輩が続くことができます」「『出場した』という事実が大事なのだそう。

落語界では通常、できるだけ多くの師匠に稽古をつけてもらいます。これは「一人の師匠だけに習うと、その師匠のクセがつく」と言われるから。また「若手は流派に関わらず、落語界共通の財産」という意識があるためとか。

名古屋では、古典落語を習うなら幸福師匠が中心です。獅範師匠は「本番を見て覚えろ！」派、福三兄さんは新作落語がメイン。頼みの綱の東西の師匠方は、コロナ禍で来名がすべてストップしてしまいました。

こうして多くの師匠から古典落語を習うことが難しくなった獅鉄さん。彼が編み出したのが、元鉄道マンという経歴や演劇経験を活かした新作落語です。

身振り手振りを交えて、



▲大須のシンボル・招き猫と獅鉄さん



▲名古屋落語の本拠・大須演芸場



▲落語会@和かふえ富士屋(2022年6月)

全力で演じる様子はものすごい迫力。お客さんは拍手喝采。落語会後のグッズ販売でも飛ぶように売れていきます。

面白い噺を作る秘訣は？意外にも『面白いもの』を作っちゃダメだと思っています」と獅鉄さん。え？それは一体どういう意味？『面白いもの』とは、すでにある、既存の価値



▲落語会@喫茶スズ焙煎所(2022年9月)

獅鉄さんが、落語の新しい可能性を見出しているのがイベントとのコラボ。たとえば、防災イベントで防災がテーマの落語を披露し、好評を得ています。これからの落語界については、「地域性が求められていく」と考えているそうです。長く東京と大阪の二極集中の続いた落語界。しかし最近では地方のアマチュア大会のレベルが高く、地元での活躍の場が広がって来ています。

獅鉄さんの目標は、名古屋を舞台にした自作の落語が名古屋の落語家たちに受け継がれていくこと。遠い未来には、名古屋を舞台にした落語が、古典落語と呼ばれるようになっていくこと。

そんな目標を胸に、元鉄道マンの落語家は、今日も名古屋落語界にルールを敷きつづけます。

(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	2月分	3月分	4月分
第1次 前々月 20日	12/20 (火)	1/20 (金)	2/20 (月)
第2次 前月 10日	1/10 (火)	2/10 (金)	3/10 (金)
第3次 前月 20日	1/20 (金)	2/20 (月)	3/20 (月)
特定面 前月 5日	1/ 5 (木)	2/ 3 (金)	3/ 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。