

第1章

■中日新聞グループ 基本データ 総販売部数・販売エリア・読者率・推定読人口	2
■中日新聞 基本データ 販売部数・販売エリア・読者率・読者プロフィール	3
■REACH MAX	4
■中日新聞 基本データ エリア別朝刊部数と読者率 愛知県	6
■中日新聞 基本データ エリア別朝刊部数と読者率 岐阜県・三重県・静岡県	8
■東京新聞 基本データ 販売部数・販売エリア・読者プロフィール	10
■北陸中日新聞・日刊県民福井 基本データ 販売部数・販売エリア・読者プロフィール	12
■取材拠点	14

第2章

■ネットで広がる新聞広告	16
■よくわかる新聞媒体・広告	20
■中日新聞の特長・魅力	22
■中日新聞 読者像イメージ	23
■J-MONITORによる調査設計、定型調査の質問項目	24
J-MONITORによる定型調査報告書の仕組み	25
J-MONITORの活用術 ①広告接触率の傾向を知る	26
②広告接触率の予測	
③調査票表示名	
④自由設問文	27
⑤個別定型調査の比較	

第3章

■AREA TOPICS 2018愛知	29
■AREA TOPICS 2018岐阜・三重・静岡	30
■東海ゆかりの著名人	31
■イベントスペース マップ&リスト(名古屋)	32

第4章

■イベント	34
■他メディア／他媒体連携	36
■医療・求人	38
■特集紙面	40
■話題の企画	42
■可変印刷	43

第5章

■中日スポーツ・東京中日スポーツ	45
■地域広告版	46
■中日子どもウィークリー／サブメディア	47
■中日新聞グループ主要Webサイト	48
■Web生活情報サイト	49
■中日新聞クラウドファンディング サイト	50
■Web会員制サイト	51
■中日新聞社広告大賞	52
■企画反響レポート	53
■中日新聞社の主催事業 & 表彰事業	54
■読者を動かす中日新聞グループのリソース	55
■入稿ガイド	56
中日新聞グループの歴史	

第1章

中日新聞グループ基本データ

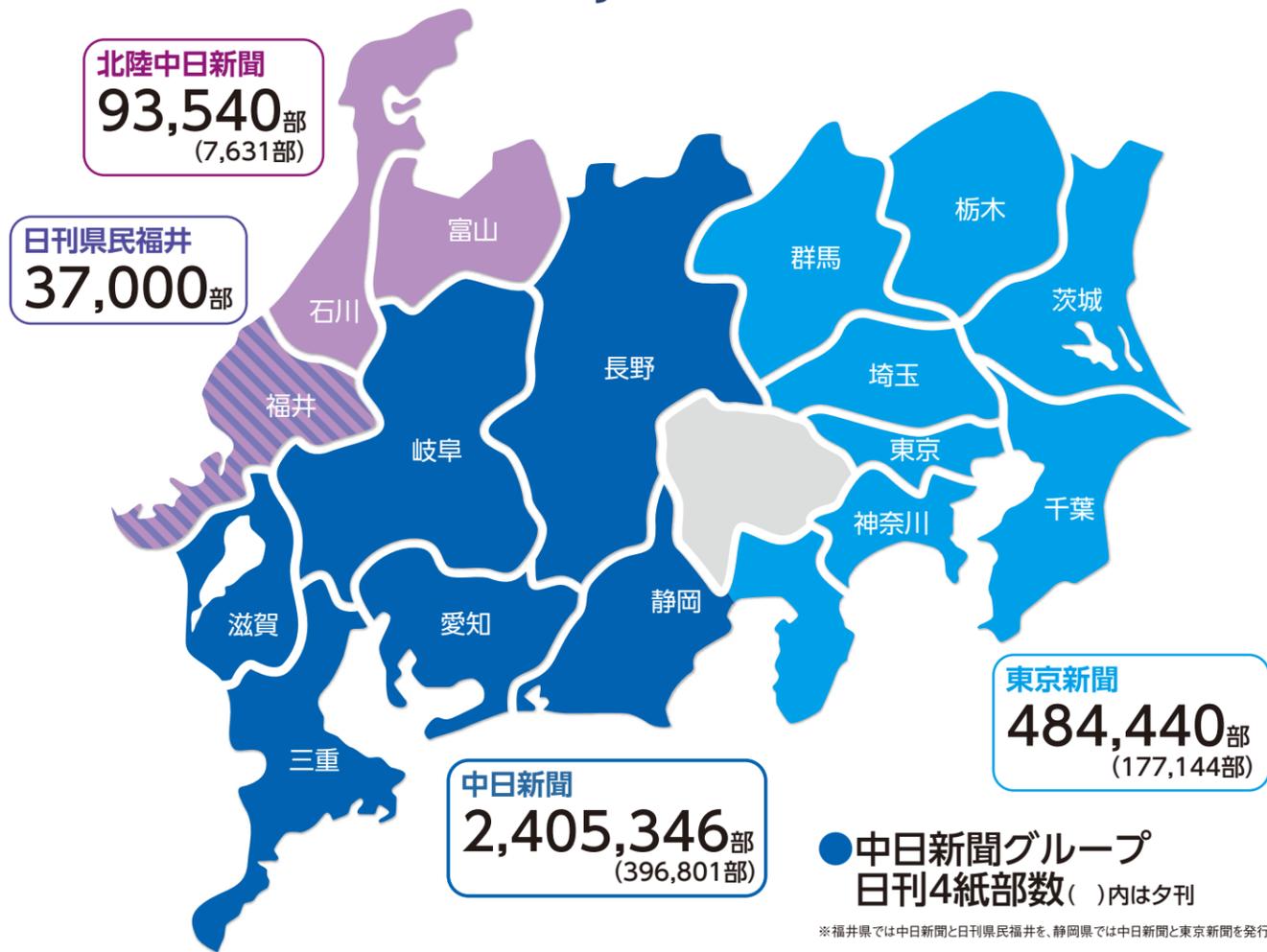
■中日新聞グループ 基本データ 総販売部数・販売エリア・読者率・推定読人口	2
■中日新聞 基本データ 販売部数・販売エリア・読者率・読者プロフィール	3
■REACH MAX	4
■中日新聞 基本データ エリア別朝刊部数と読者率 愛知県	6
■中日新聞 基本データ エリア別朝刊部数と読者率 岐阜県・三重県・静岡県	8
■東京新聞 基本データ 販売部数・販売エリア・読者プロフィール	10
■北陸中日新聞・日刊県民福井 基本データ 販売部数・販売エリア・読者プロフィール	12
■取材拠点	14

1都15県で302万部を発行

中日新聞をはじめ、東京新聞・北陸中日新聞・日刊県民福井と一般紙4紙合計で朝刊302万部を発行する中日新聞グループ。販売エリアは1都15県にわたり、それぞれの地域で培ってきた高い信頼度を背景に、読者と確かな関係を築いています。

中日新聞グループは、首都圏・中部圏などの1都15県で約302万部を発行。

総販売部数 朝刊 **3,020,326部**
夕刊 **581,576部**



●中日新聞グループ 日刊4紙部数()内は夕刊

※福井県では中日新聞と日刊県民福井を、静岡県では中日新聞と東京新聞を発行。

全国紙比較(朝刊)

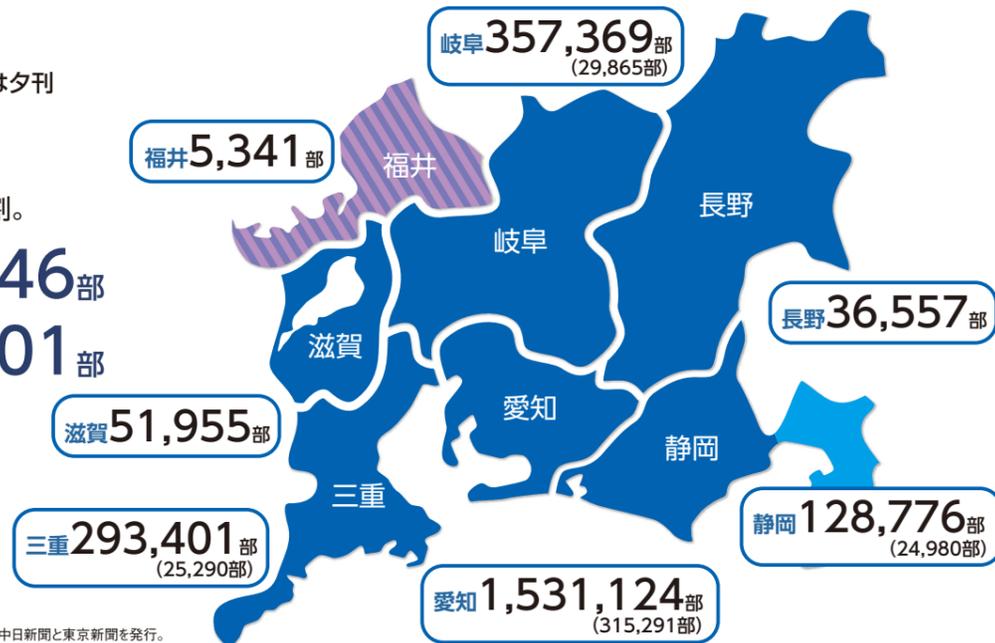
●総販売部数(部)	●読者率(%) (n=88,168)	●推定読者人口(千人)
中日新聞グループ 3,020,326	中日新聞グループ 6.7	中日新聞グループ 8,403
読売新聞 8,830,415	読売新聞 15.8	読売新聞 19,967
朝日新聞 6,258,582	朝日新聞 12.7	朝日新聞 16,166
日本経済新聞 3,016,502	日本経済新聞 5.2	日本経済新聞 6,572
毎日新聞 2,718,263	毎日新聞 3.7	毎日新聞 4,685
産経新聞 1,555,261	産経新聞 2.9	産経新聞 3,719

出典 | ABCレポート 2017年1~6月半期レポート ※日刊県民福井は自社公表部数(2017年1月)
出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施) ※読者率の標本サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数は異なります。

販売部数 ()内は夕刊

中日新聞は中部7県で約240万部を発行。東海3県の読者率は約6割。

朝刊 **2,405,346部**
夕刊 **396,801部**



※福井県では中日新聞と日刊県民福井を、静岡県では中日新聞と東京新聞を発行。

全国紙比較(中部エリア版)

中日新聞朝刊は中部エリアでは圧倒的な部数・読者率。夕刊もエリア部数第2位。

●販売部数(部)

中日新聞・朝刊	2,405,346
中日新聞・夕刊	396,801
朝日新聞 名古屋本社版(愛知・岐阜・三重・静岡)	329,168 (71,505)
日本経済新聞 名古屋支社版(愛知・岐阜・三重)	190,623 (107,696)
読売新聞 中部支社版(愛知・岐阜・三重)	164,765 (夕刊なし)
毎日新聞 中部本社版(愛知・岐阜・三重)	124,852 (28,568)

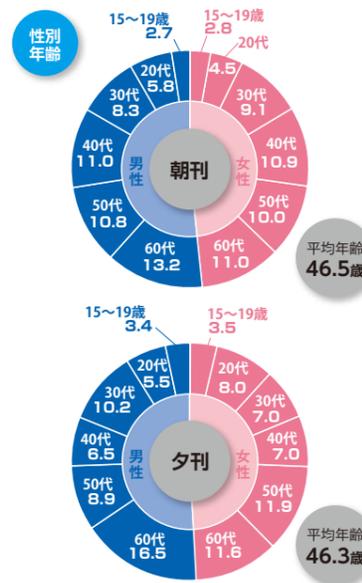
●読者率(%) (愛知・岐阜・三重 n=7,885)

中日新聞・朝刊	55.6
中日新聞・夕刊	9.3
朝日新聞	8.3
日本経済新聞	3.5
読売新聞	3.1
毎日新聞	1.4

読者プロフィール

朝刊(n=5,744) 夕刊(n=1,149)

単位=%



●職業

職業	朝刊	夕刊
給料事務・研究職	13.3	15.5
給料労務・作業職	14.2	11.0
販売・サービス職	9.1	8.5
経営・管理職	4.9	6.5
専門職・自由業	7.1	6.6
商工自営業	3.0	3.2
農・林・漁業	1.8	1.3
主婦	23.5	21.8
無職	11.0	11.1
学生	8.3	10.6
その他	4.0	3.9

●世帯年収

世帯年収	朝刊	夕刊
300万円未満	10.7	11.1
500万円未満	18.1	17.8
800万円未満	30.5	23.9
1000万円未満	13.4	12.2
1500万円未満	15.4	15.9
1500万円以上	4.5	11.2
不明	6.4	6.8
収入なし	0.8	1.1
平均世帯年収	738万円	866万円

●家族形態

家族形態	朝刊	夕刊
単身(1人住まい)世帯	2.8	3.0
夫婦2人だけの世帯	13.5	15.1
親と子・夫婦と親など2世代世帯	59.4	51.1
親と子と孫の3世代以上の世帯	19.0	23.5
兄弟姉妹または友人同士同居	0.4	1.4
その他	4.0	4.5
不明	0.9	1.5

●購読期間

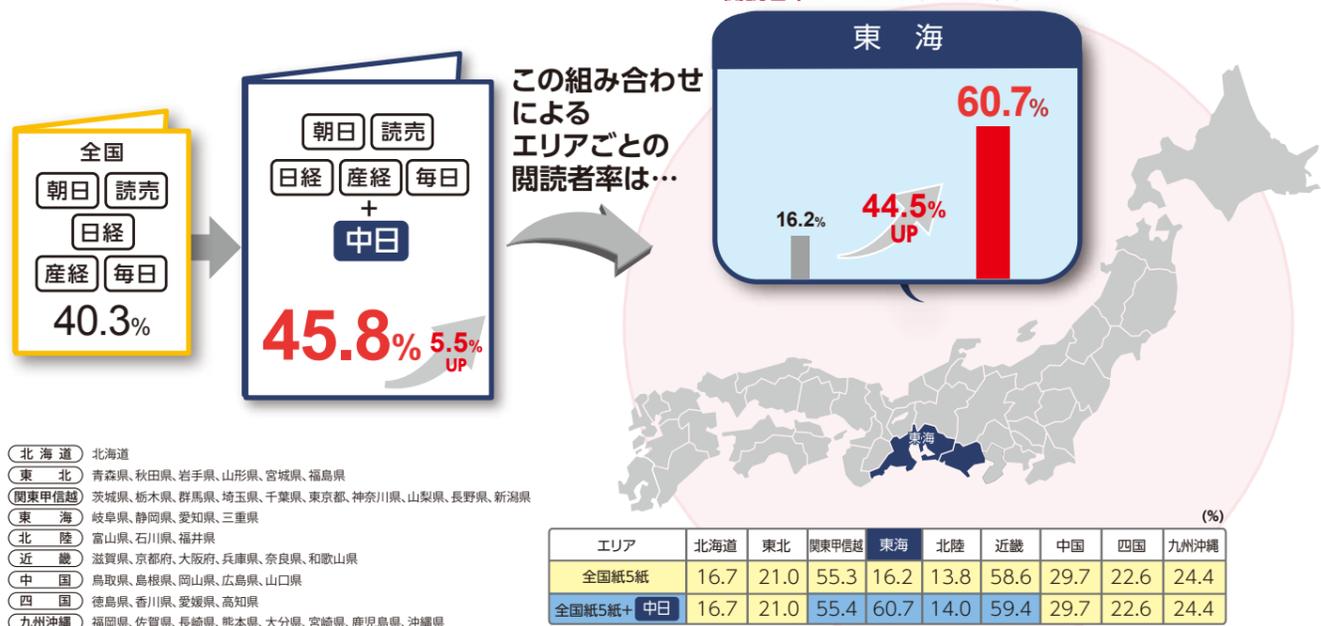
購読期間	朝刊	夕刊
6カ月未満	0.6	0.8
6カ月~1年未満	1.5	0.3
1年~3年未満	2.8	1.5
3年~5年未満	2.6	1.7
5年~10年未満	5.6	5.7
10年~20年未満	17.5	11.7
20年以上	64.5	74.1
不明	1.1	1.2

出典 | ABCレポート 2017年1~6月半期レポート
出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施) ※読者率の標本サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数は異なります。

東海エリアに強い中日新聞

「全国紙5紙」ではメッセージが届かないエリアがあります。日本全国に偏りなく情報発信するためには、全国紙に加え、東海エリアで約6割のシェアを持つ中日新聞が欠かせません。全国紙5紙に出稿しても、東海エリアでの読者率はわずか16.2%。東海エリアでリーチを伸ばすには、圧倒的なシェアを誇る中日新聞が不可欠。関東、近畿に並ぶ大商圏の東海エリアを逃す手はありません。

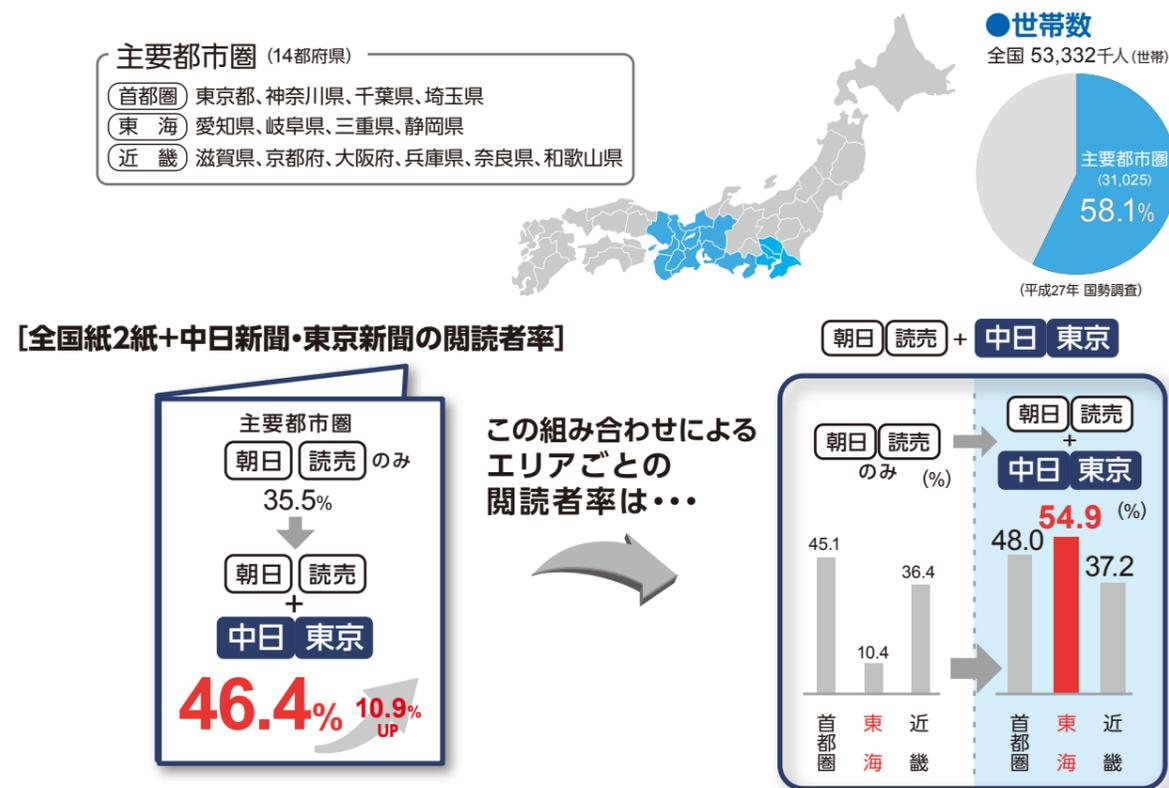
【全国読者率】比較



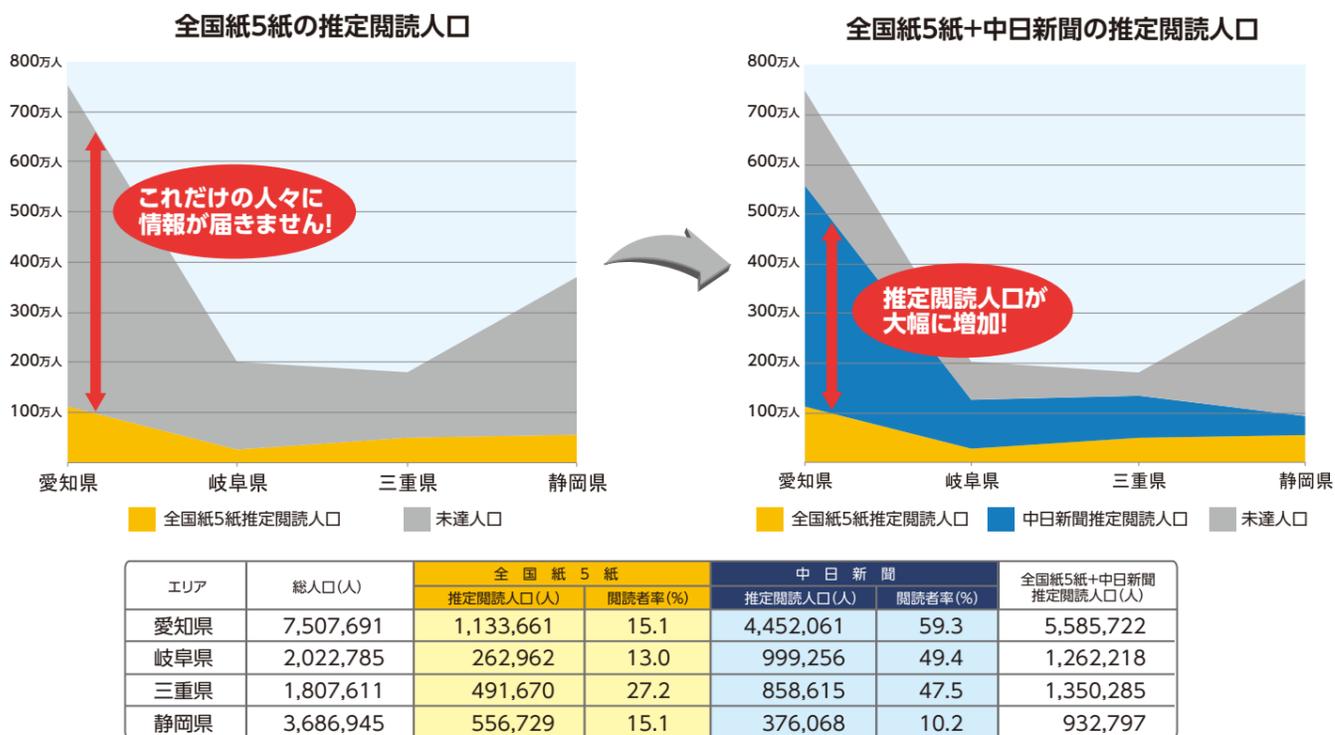
- 北海道 北海道
- 東北 青森県、秋田県、岩手県、山形県、宮城県、福島県
- 関東甲信越 茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、新潟県
- 東海 岐阜県、静岡県、愛知県、三重県
- 北陸 富山県、石川県、福井県
- 近畿 滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県
- 中国 鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県
- 四国 徳島県、香川県、愛媛県、高知県
- 九州沖縄 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県

主要都市圏(東・名・阪)に到達!!

日本全国の世帯の約6割を占める主要都市圏(首都圏・東海・近畿)に効率よく発信するためには、大手全国紙2紙に加えて、中日新聞グループ(中日新聞+東京新聞)の活用が有効です。

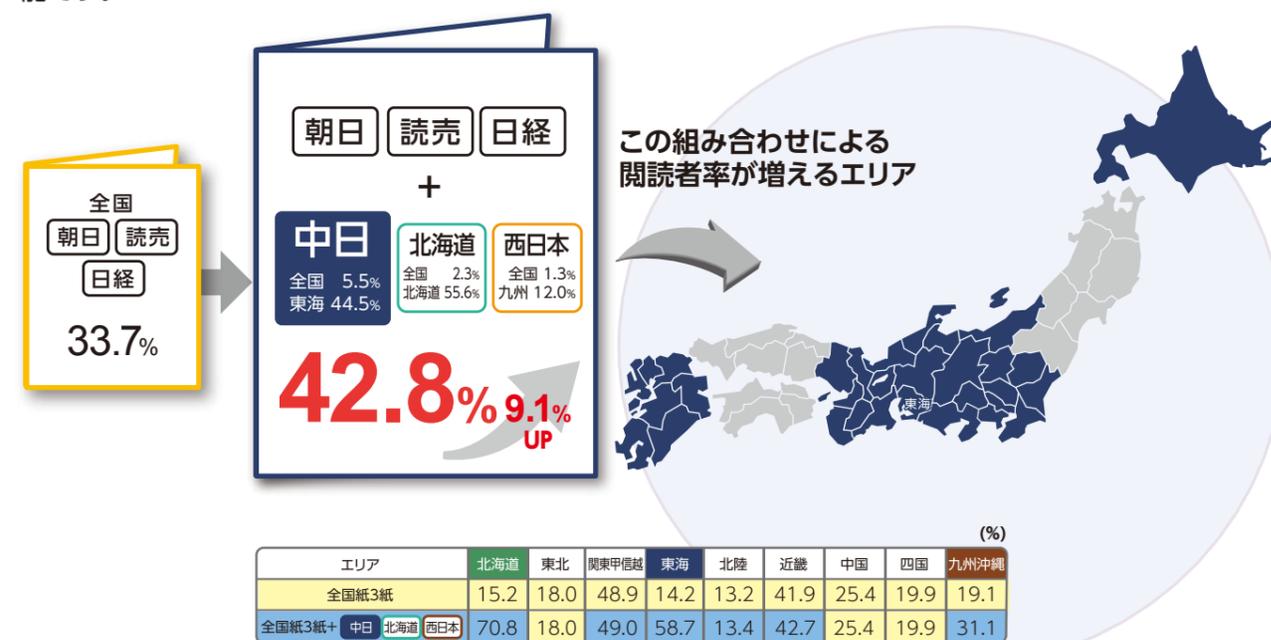


●人口に置き換えた場合の情報到達イメージ



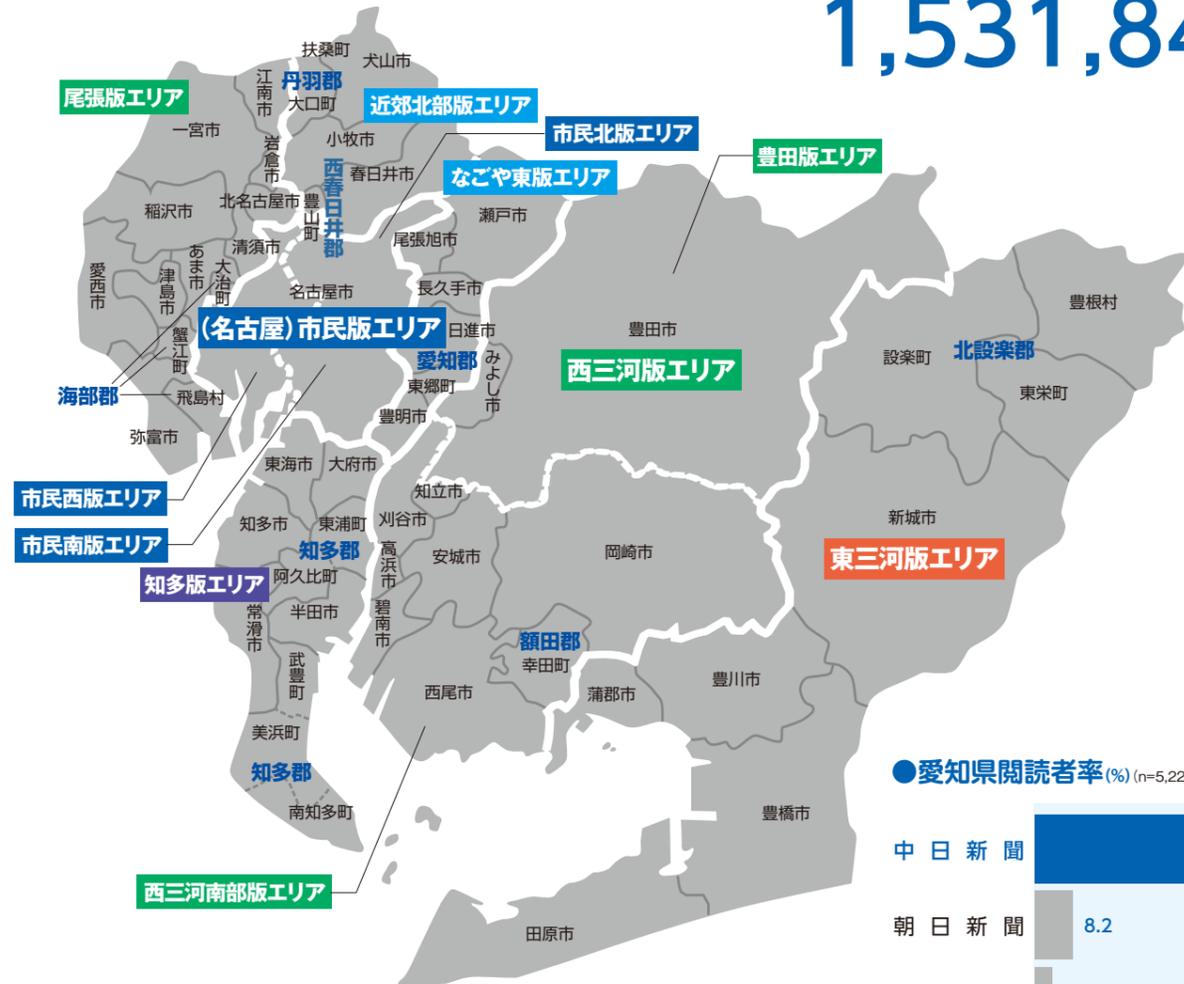
全国を効率的にカバーできます

ブロック紙3紙を活用することで、東海エリアはもちろん北海道、九州でのリーチも大きく伸ばすことが可能です。



中日新聞は、地域の実情に応じたきめ細かい版制をとります。
各地域特性に沿った広告展開が可能になります。

愛知県 1,531,846部



●愛知県読者率 (%) (n=5,225)

中日新聞	59.3
朝日新聞	8.2
日本経済新聞	3.7
読売新聞	2.1
毎日新聞	0.8

●名古屋市読者率 (%) (n=1,599)

中日新聞	55.4
朝日新聞	9.1
日本経済新聞	4.4
読売新聞	3.2
毎日新聞	1.2

●尾張地区読者率 (%) (n=2,003)

中日新聞	60.5
朝日新聞	9.7
日本経済新聞	4.2
読売新聞	2.0
毎日新聞	0.8

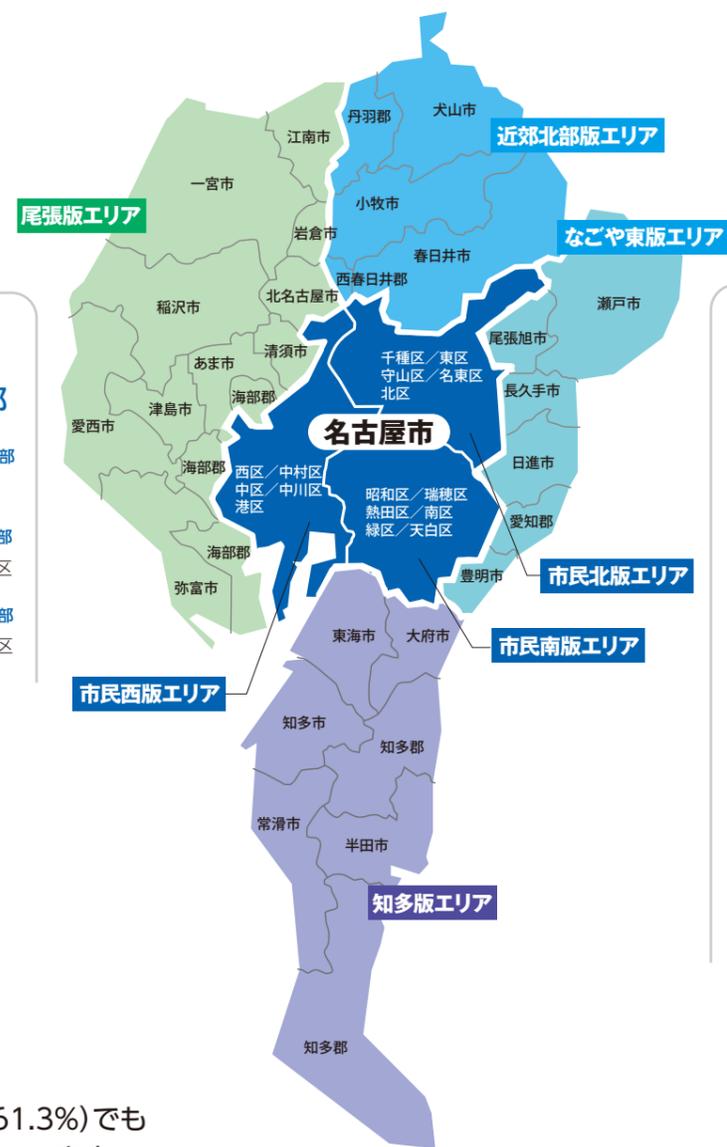
●三河地区読者率 (%) (n=1,586)

中日新聞	61.3
朝日新聞	5.7
日本経済新聞	2.4
読売新聞	1.2
毎日新聞	0.4

中部地区の中心である名古屋市(読者率55.4%)
および尾張地区(読者率60.5%)。
このエリアを確実にカバーできるのが中日新聞の強みです。

市民版
476,085部

- 市民西版 152,558部
西区/中村区/中区/中川区/港区
- 市民北版 152,848部
千種区/東区/守山区/名東区/北区
- 市民南版 170,679部
昭和区/瑞穂区/熱田区/南区/緑区/天白区



全尾張版
595,361部

- 尾張版 246,984部
一宮市/稲沢市/あま市/江南市/津島市/愛西市/岩倉市/清須市/北名古屋市/弥富市/海部郡(大治町・蟹江町・飛島村)
- 近郊通し版
近郊北部版 129,064部
春日井市/小牧市/犬山市/丹羽郡(扶桑町・大口町)/西春日井郡(豊山町)
- なごや東版 91,433部
瀬戸市/尾張旭市/長久手市/日進市/豊明市/愛知郡(東郷町)
- 知多版 127,880部
半田市/東海市/知多市/大府市/常滑市/知多郡(東浦町・阿久比町・武豊町・美浜町・南知多町)

三河地区(読者率61.3%)でも
高い読者率を誇っています。



全三河版
460,400部

- 東三河版 159,156部
豊橋市/豊川市/蒲郡市/新城市/田原市/北設楽郡(設楽町・東栄町・豊根村)
- 西三河版
豊田版 92,068部
豊田市/みよし市
- 西三河南部版 209,176部
岡崎市/安城市/知立市/刈谷市/高浜市/碧南市/西尾市/額田郡(幸田町)

出典 | 自社公表2017年1月~6月 刊別部数(月平均) 出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施) ※読者率の標本サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェット集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。

出典 | 自社公表2017年1月~6月 刊別部数(月平均) 出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施) ※読者率の標本サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェット集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。

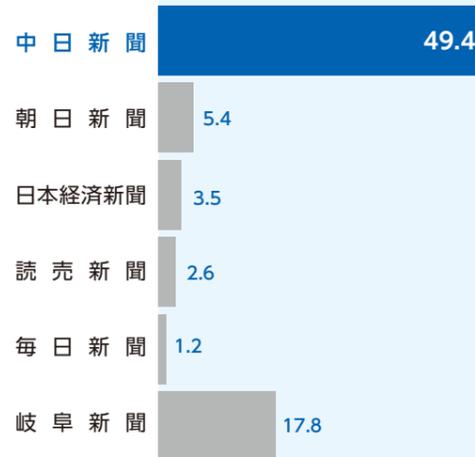
愛知県のみならず、隣接する岐阜県・三重県においても圧倒的な部数で、読者からの厚い信頼を築いています。静岡県でも西部エリアで存在感を発揮しています。



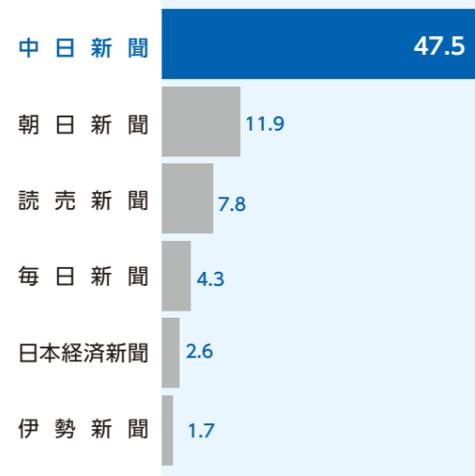
岐阜県版 356,783部

- 岐阜近郊版 120,693部
岐阜市／各務原市／羽島市／山県市／瑞穂市／本巣市／本巣郡(北方町)／羽島郡(岐南町・笠松町)
- 東濃版 99,748部
多治見市／可児市／土岐市／中津川市／瑞浪市／恵那市／可児郡(御嵩町)
- 西濃版 59,615部
大垣市／海津市／揖斐郡(揖斐川町・大野町・池田町)／不破郡(垂井町・関ヶ原町)／安八郡(神戸町・安八町・輪之内町)／養老郡(養老町)
- 中濃版 45,701部
関市／美濃加茂市／美濃市／郡上市／加茂郡(白川町・七宗町・川辺町・八百津町・富加町・坂祝町・東白川村)
- 飛騨版 31,026部
高山市／飛騨市／下呂市／大野郡(白川村)

●岐阜県読者率 (%) (n=1,406)



●三重県読者率 (%) (n=1,254)



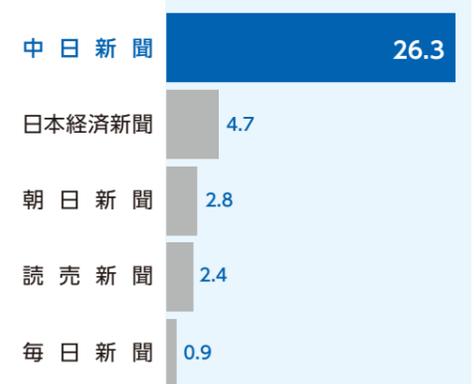
三重県版 293,447部

- 北勢版 153,978部
四日市市／鈴鹿市／亀山市／桑名市／いなべ市／桑名郡(木曾岬町)／三重郡(菟野町・朝日町・川越町)／員弁郡(東員町)
- 中・南勢版 129,490部
津市／松阪市／伊勢市／鳥羽市／志摩市／尾鷲市／多気郡(明和町・多気町・大台町)／度会郡(玉城町・度会町・大紀町・南伊勢町)／北牟婁郡(紀北町)
- 伊賀版 8,045部
名張市／伊賀市
- 紀州版 1,934部
熊野市／南牟婁郡(御浜町・紀宝町)／新宮市／東牟婁郡(那智勝浦町)
紀州版には和歌山県の一部が含まれます

東海本社版(静岡県西部) 128,672部

- 遠州版 124,410部
浜松市／湖西市／磐田市／袋井市／掛川市／御前崎市／菊川市／周智郡(森町)
- 静岡版 4,262部
静岡市／島田市／藤枝市／焼津市／牧之原市／榛原郡(川根本町・吉田町)
- 東京新聞発行エリア
御殿場市／裾野市／沼津市／三島市／熱海市／伊豆の国市／伊豆市／伊東市／下田市／富士宮市／富士市／賀茂郡／駿東郡／田方郡

●遠州版読者率 (%) (n=960)

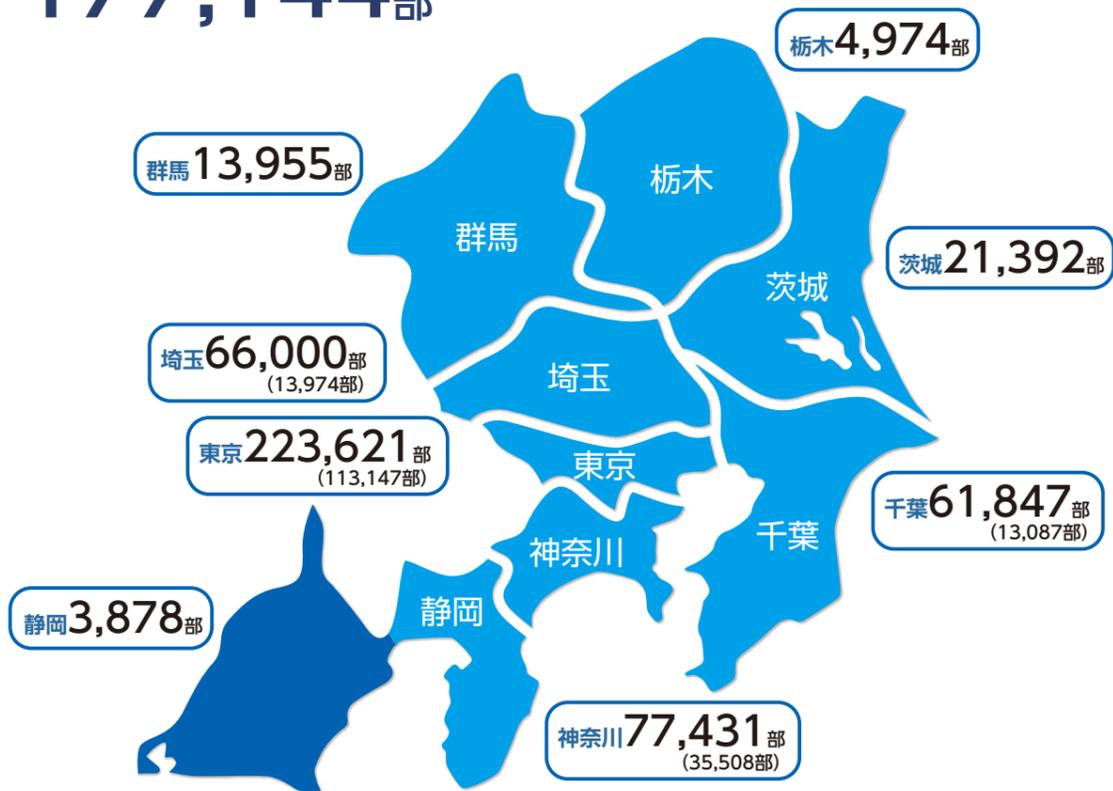


出典 | 自社公表2017年1月～6月 刊別部数(月平均) 出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施) ※読者率の標準サイズは各県の15～69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標準サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。

販売部数 ()内は夕刊

朝刊 **484,440部**
夕刊 **177,144部**

「東京の今」を深く伝える東京唯一の地元紙。
創刊130年を超える伝統が築いたファンは各界各層に。
詳しくは最新の「東京新聞媒体資料」をご参照ください。

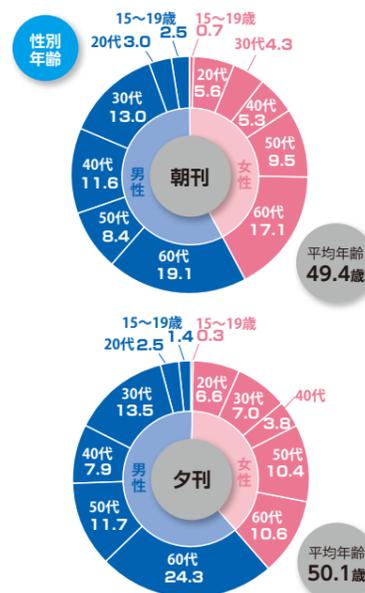


※静岡県では中日新聞と東京新聞を発行。

読者プロフィール

朝刊(n=1,046) 夕刊(n=479)

単位=%



職業

職業	朝刊	夕刊
給料事務・研究職	15.2	18.9
給料労務・作業職	12.6	10.0
販売・サービス職	8.5	6.1
経営・管理職	3.4	*
専門職・自由業	6.9	7.7
商工自営業	1.1	1.9
農・林・漁業	0.6	*
主婦	21.5	18.3
無職	14.8	21.3
学生	7.2	7.0
その他	8.2	8.6

世帯年収

世帯年収	朝刊	夕刊
300万円未満	20.4	24.0
500万円未満	28.3	27.5
800万円未満	24.1	23.2
1000万円未満	10.8	8.6
1500万円未満	8.3	6.1
1500万円以上	4.3	6.6
不明	2.7	1.5
収入なし	1.1	2.5
平均世帯年収	604万円	566万円

家族形態

家族形態	朝刊	夕刊
単身(1人住まい)世帯	8.9	12.0
夫婦2人だけの世帯	28.3	25.2
親と子・夫婦と親など2世代世帯	47.9	49.1
親と子と孫の3世代以上の世帯	11.9	10.2
兄弟姉妹または友人同士の同居	0.8	1.4
その他	1.3	*
不明	0.9	2.1

購読期間

購読期間	朝刊	夕刊
6か月未満	7.9	3.0
6か月～1年未満	7.9	3.4
1年～3年未満	13.3	14.8
3年～5年未満	11.1	7.6
5年～10年未満	12.3	15.6
10年～20年未満	14.8	18.5
20年以上	22.0	28.4
不明	0.1	*

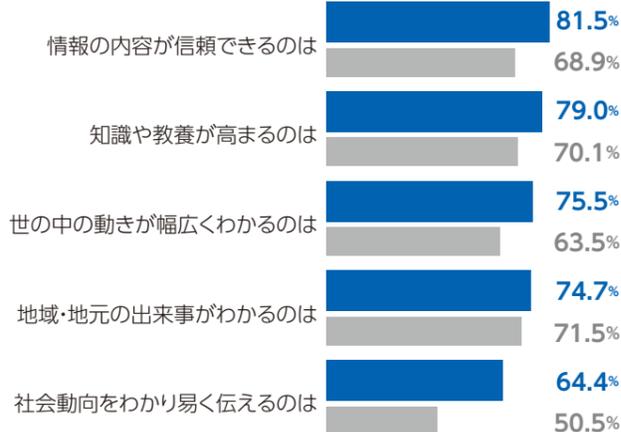
出典 | ABCレポート2017年1～6月半期レポート
出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施)

※標準サイズは各県の15～69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標準サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数は異なります。

東京新聞の特長

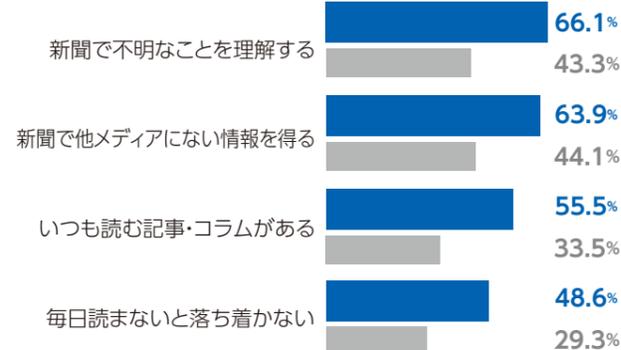
全体(n=88,168) 東京新聞・朝刊(n=1,046)

●新聞の媒体評価



信頼を裏付ける高い評価

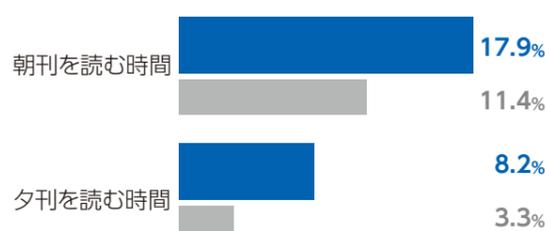
●新聞に関する意識



※全体と比較して特にポイント差が大きかった項目

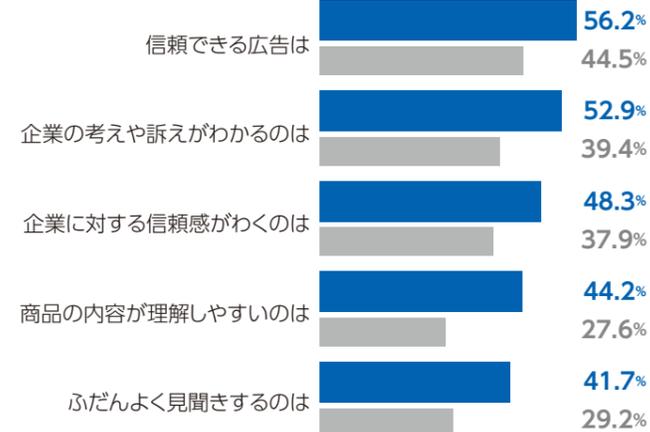
生活の必需品です

●1年前に比べて増えた行動



新聞を読む時間が増えています

●広告媒体としての評価



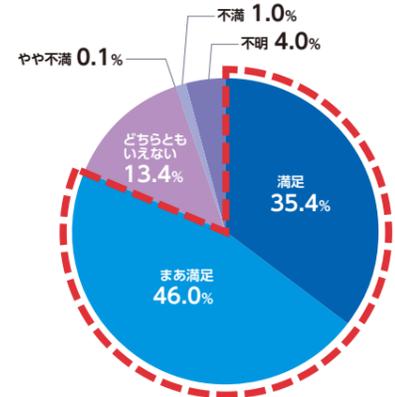
広告の価値を高める媒体

●平均新聞接触時間量



熱心に読む読者が多い

●読者の満足度



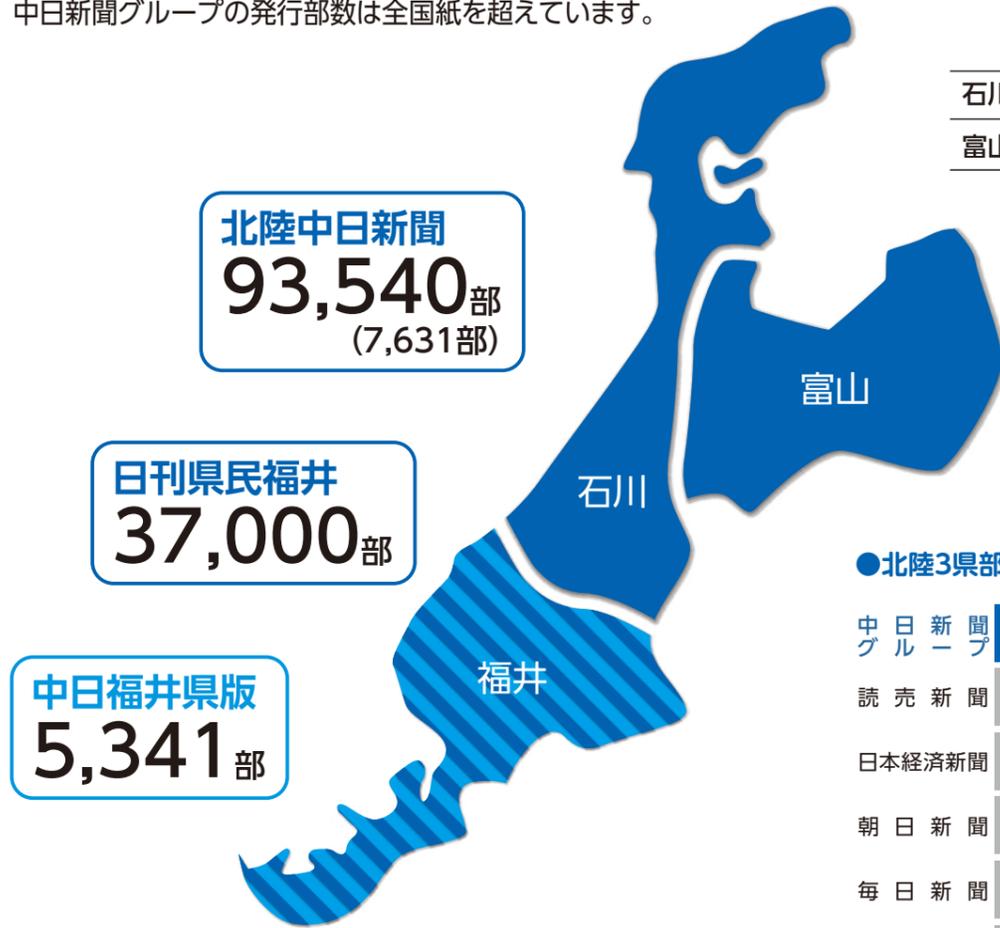
80%を超える読者が満足!

出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ2016年実施)

※標準サイズは各県の15～69歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標準サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数は異なります。

販売部数 ()内は夕刊

2015年3月に北陸新幹線が開業し、引き続き好調な北陸3県。中日新聞グループの発行部数は全国紙を超えています。



北陸中日新聞
93,540部
(7,631部)

日刊県民福井
37,000部

中日福井県版
5,341部

	北陸中日新聞(朝刊)
石川県	85,758部
富山県	7,682部

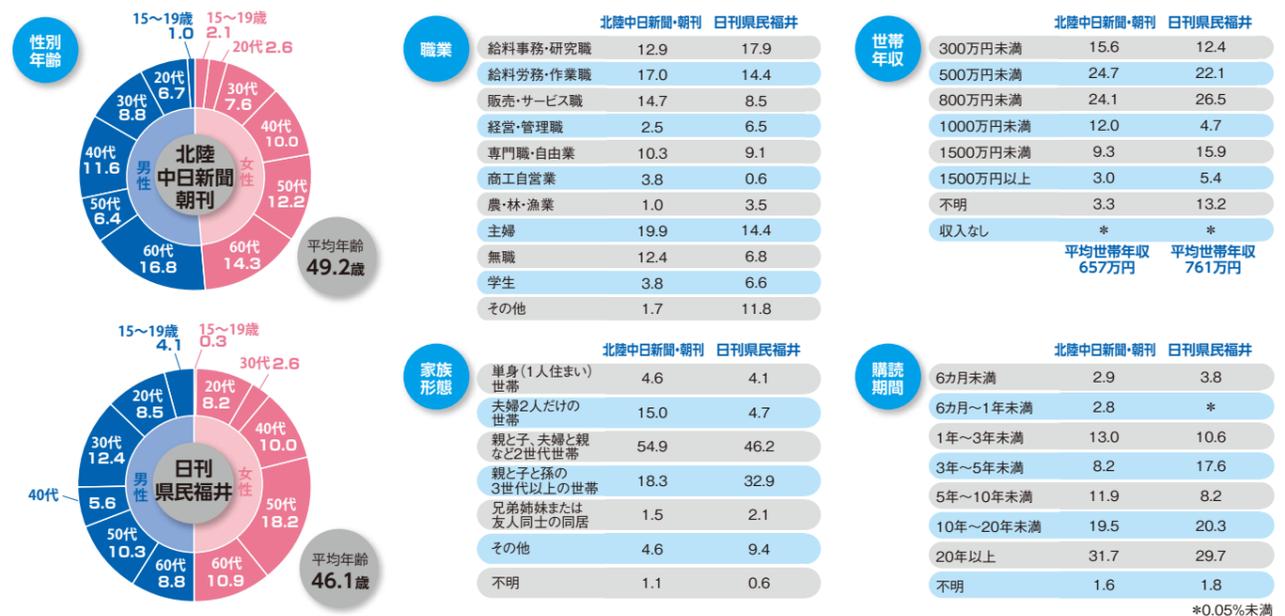
●北陸3県部数比較(朝刊)(部)

中日新聞グループ	135,881
読売新聞	104,922
日本経済新聞	42,832
朝日新聞	24,892
毎日新聞	5,081
産経新聞	3,444

※福井県では中日新聞と日刊県民福井を発行。

読者プロフィール

北陸中日新聞・朝刊(n=246) 夕刊(n=22) 日刊県民福井(n=63) 単位=%



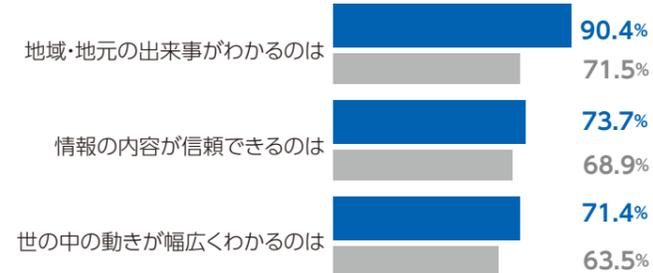
出典 | ABCレポート 2017年1~6月半期レポート ※日刊県民福井は自社公表部数(2017年1月)
出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施)

※標準サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェット集計後の規正標準サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。

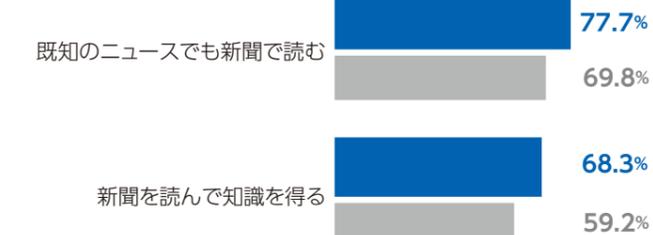
北陸中日新聞の特長

全体(n=88,168) 北陸中日新聞・朝刊(n=246)

●新聞の媒体評価



●新聞に関する意識



※全体と比較して特にポイント差が大きかった項目

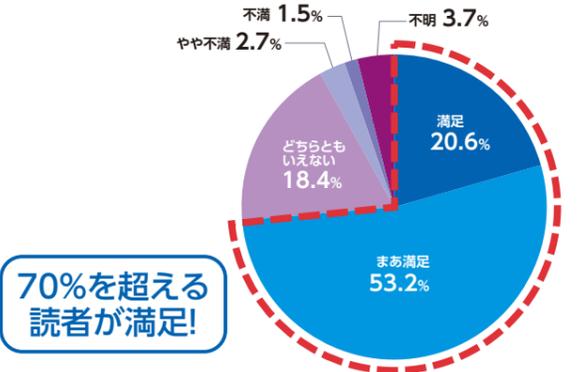
情報源として重宝されています

●平均新聞接触時間量



新聞の接触時間が長い

●読者の満足度



70%を超える読者が満足!

出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ:2016年実施)

※標準サイズは各県の15~69歳人口に合わせたウェット集計後の規正標準サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。

ゆたかな北陸3県の暮らしぶり

1人あたり県民所得

2013年度

全国	306.5万円	(順位)
富山県	315.9万円	7位
石川県	297.2万円	15位
福井県	284.5万円	21位

全国上位の県民所得

実収入(1世帯あたり1ヵ月間)

【勤労者世帯】2015年度

全国	52.5万円	(順位)
富山県	62.9万円	2位
石川県	59.6万円	5位
福井県	54.7万円	20位

全国平均を上回る実収入

消費支出(1世帯あたり1ヵ月間)

【二人以上の世帯】2015年度

全国	28.7万円	(順位)
富山県	31.3万円	5位
石川県	31.0万円	9位
福井県	27.9万円	28位

消費にも積極的

有効求人倍率

平成29年7月

全国	1.52倍	(順位)
富山県	1.83倍	5位
石川県	1.88倍	3位
福井県	2.11倍	1位

高い求人倍率

持ち家比率(対居住世帯あり住宅数)

2013年度

全国	61.7%	(順位)
富山県	79.4%	1位
石川県	70.8%	18位
福井県	76.5%	4位

高い持ち家率

持ち家住宅の延べ面積(1住宅あたり)

2013年度

全国	122.3㎡	(順位)
富山県	177.0㎡	1位
石川県	162.5㎡	4位
福井県	173.3㎡	2位

自宅が広い

出典 | 総務省統計局「統計でみる都道府県のすがた2017」
出典 | 厚生労働省

中日新聞グループの地域を支える取材拠点 合計172箇所

地域にはりめぐらされたきめ細かな取材ネットワークを背景に、親しみやすく信頼できるニュースを配信しています。



名古屋本社	愛知県 28	豊橋総局 刈谷通信局 中部空港支局 江南通信部	岡崎支局 碧南通信局 津島通信局 稲沢通信部	豊田支局 田原通信部 犬山通信局 内海通信部	豊川通信局 設楽通信部 小牧通信局 日進通信部	新城通信局 一宮総局 東海通信局	蒲郡通信局 瀬戸支局 大府通信局	安城通信局 半田支局 常滑通信部	西尾通信局 春日井支局 蟹江通信部	
	三重県 16	三重総局 桑名通信局	伊賀支局 鈴鹿通信局	新宮支局 鳥羽通信局	四日市支局 亀山通信部	伊勢支局 紀伊長島通信部	松阪支局 名張通信部	尾鷲支局 菟野通信部	熊野通信局 志摩通信部	
	長野県 11	長野支局 塩尻通信部	松本支局 岡谷通信部	飯田支局 駒ヶ根通信部	上高地臨時支局	木曾通信局	大町通信局	諏訪通信局	伊那通信局	
	滋賀県 8	大津支局	彦根支局	近江八幡通信局	長浜通信局	甲賀通信局	東近江通信部	草津通信部	木之本通信部	
東京本社	東京都 5	したまち支局	立川支局	武蔵野通信局	八王子通信部	町田通信部				
	神奈川県 10	横浜支局 麻生通信部	横須賀支局 中原通信部	鎌倉通信部	藤沢通信部	小田原通信局	相模原通信局	厚木通信部	川崎支局	
	千葉県 8	千葉支局	木更津通信部	市川通信部	船橋通信局	松戸通信部	柏通信部	成田通信部	成田空港分室	
	埼玉県 7	さいたま支局	熊谷通信局	川越通信部	秩父通信部	羽生通信部	所沢通信部	越谷通信部		
	群馬県 6	前橋支局	高崎通信局	安中通信部	桐生通信部	沼田通信部	太田通信部			
	栃木県 3	宇都宮支局	足利支局	小山通信部						
	茨城県 5	水戸支局	土浦通信部	取手通信部	筑西通信部	つくば通信部				
	福島県 1	福島特別支局								
	北陸本社	石川県 13	小松支局 穴水通信部	七尾支局 能登通信部	白山支局 珠洲通信部	鶴来通信部 津幡通信部	加賀通信局 志賀通信部	輪島通信局	羽咋通信局	能美通信部
		富山県 7	富山支局	高岡支局	黒部通信局	魚津通信局	砺波通信局	氷見通信部	南砺通信部	
東海本社	静岡県 17	掛川支局 静岡総局 牧之原通信部	袋井通信部 沼津支局	菊川・御前崎通信部 島田通信局	湖西支局 熱海通信局	細江通信部 三島通信部	磐田通信局 富士通信部	浜北通信部 伊東通信部	天竜通信部 藤枝通信部	
大阪支社	大阪府 1	大阪支社								
	京都府 1	京都支局								
	奈良県 1	奈良支局								
岐阜支社	岐阜県 17	関支局 養老通信局 各務原通信部	多治見支局 萩原通信局	大垣支局 白鳥通信部	高山支局 可児通信部	美濃加茂通信局 揖斐川通信部	郡上八幡通信局 飛騨通信部	恵那通信局 羽鳥通信部	中津川通信局 北方通信部	
支福社	福井県 7	敦賀支局	小浜通信局	丹南支社	大野支社	坂井支社	鯖江通信部	勝山通信部		

第2章

新聞広告の魅力

- ネットで拡がる新聞広告 16
- よくわかる新聞媒体・広告 20
- 中日新聞の特長・魅力 22
- 中日新聞 読者像イメージ 23
- J-MONITORによる調査設計、定型調査の質問項目 24
- J-MONITORによる定型調査報告書の仕組み 25
- J-MONITORの活用術
 - ① 広告接触率の傾向を知る 26
 - ② 広告接触率の予測
 - ③ 調査票表示名
 - ④ 自由設問文 27
 - ⑤ 個別定型調査の比較

再評価される信頼度

メディア環境が多様化する中、新聞広告の魅力について改めて見つめ直してみました。SNSとの親和性が高く、広告媒体として揺るぎない信頼度を誇ります。また共通調査プラットフォームを利用することにより、比較・分析・効果の検証が可能です。

ネットで広がる新聞広告 SNSによる新聞の“オーディエンス拡張”

新聞広告がツイッターで紹介され、拡散されるケースが増えています。インターネットが普及し始めた時期からは考えられなかった観点から、新聞メディアや新聞広告が存在感を示しているのです。しかも、この傾向は今後も続く予測されます。

では新聞広告はどんな点で注目されているのでしょうか。ブログやSNSなどの「会話」を起点にした「カンパシーショナル・マーケティング」に強みを持つアジャイルメディア・ネットワークの藤崎実さんに聞きました。弊社が活用しているソーシャルメディア解析ツール「クチコミ@係長」(株式会社ホットリンク提供)の分析結果などと合わせてご紹介します。

藤崎 実
アジャイルメディア・ネットワーク株式会社
研究員/クリエイティブディレクター
博報堂、大広インテレクト、読売広告社、TBWA/HAKUHODOを経て現職。日本広告学会会員ほか。著書に『顧客視点の企業戦略 アンバサダープログラムの思考』。現在は企業のファンやアンバサダーを軸にした分野をメインに、企業活動の支援を行っている。



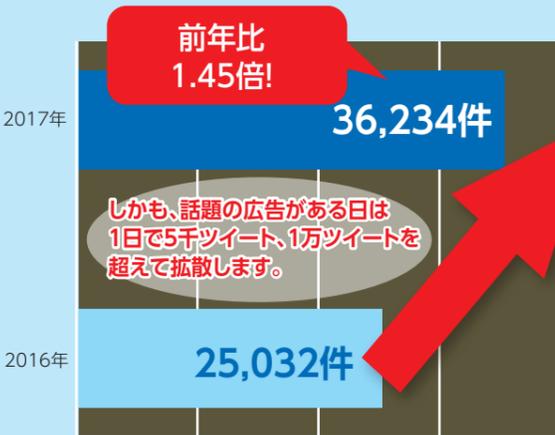
「新聞広告」ツイート、昨年の1.45倍！ 30代以下で8割に



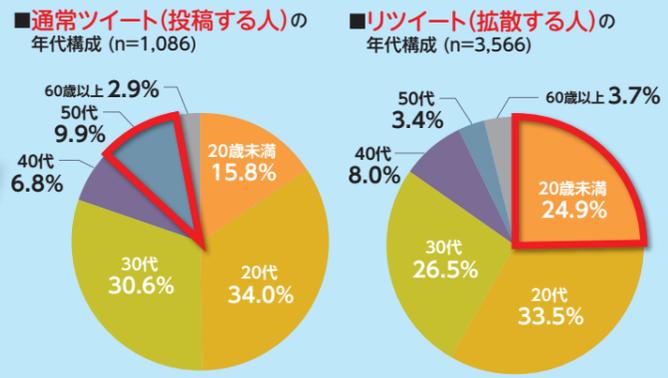
ツイッター上の「新聞広告」ツイートを2017年1月1日から当資料作成中の10月末までで区切り2016年と比較すると、1カ月平均のツイート量で前年比1.45倍に。拡散も見越した新聞広告が多く載り、1日数千ツイートを超える広告が増えたことが要因です。投稿も拡散も30代以下で8割を超え、新聞の読読率や時間

が下がる世代においてもSNSを通じた新聞広告との接点が垣間見えます。その中で、20歳未満は投稿者より拡散者として存在感を示しています。一方、自ら投稿した人の年齢構成では50代が1割近く存在しているのも特徴的です。

■1ヵ月平均ツイート量(1月～10月)

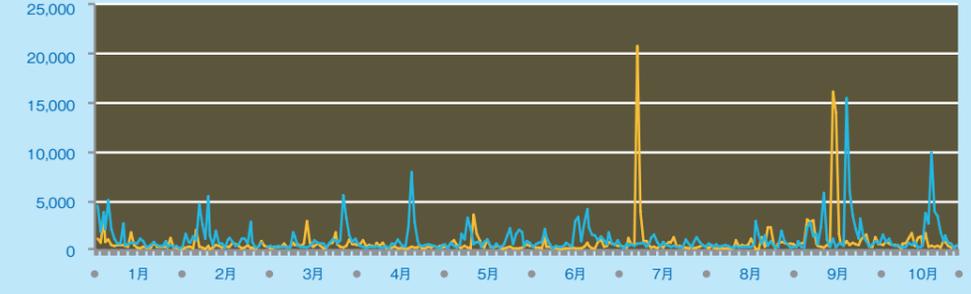


■年代構成



※この抽出条件下では単語として「新聞」と「広告」が入った投稿も若干含まれますが、逆に「新聞」「広告」の2語が揃わずに拡散された新聞広告ツイートはこの集計に入っていない。例えば17-19ページで紹介のツイートのうち、ロッテ、ドラ、キンチョール、SMAP25周年はこの条件の対象外です。

■新聞広告関連ツイート量比較(1月1日～10月31日)



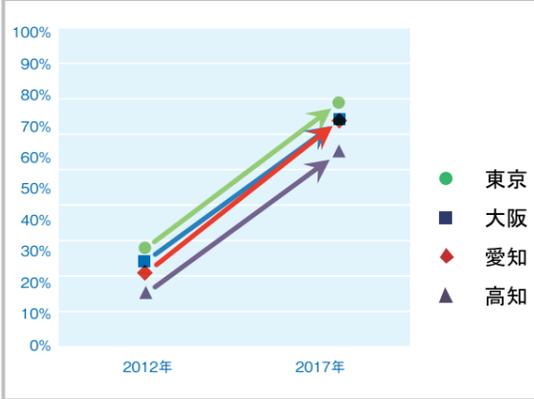
スマホ、ミドルやシニアも

インターネットやSNSの発展により、人と情報の関係は大きく変わりました。その関係を後押ししているのが、個人で情報を気軽に受発信できるスマートフォン(以下、スマホ)の普及です。博報堂DYメディアパートナーズが毎年行う「メディア定点調査2017」によると、スマホ所有率は、東京:77.5%、

大阪:72.2%、愛知:71.9%、高知:61.6%に。2017年は大阪と愛知が初めて70%台となりました。また、スマホ=若年層と思われがちですが、近年の保有率増加の要因はミドル世代やシニア世代への普及です。総務省の調査では、50代の個人保有率が2015年に全体を上回り、翌年に

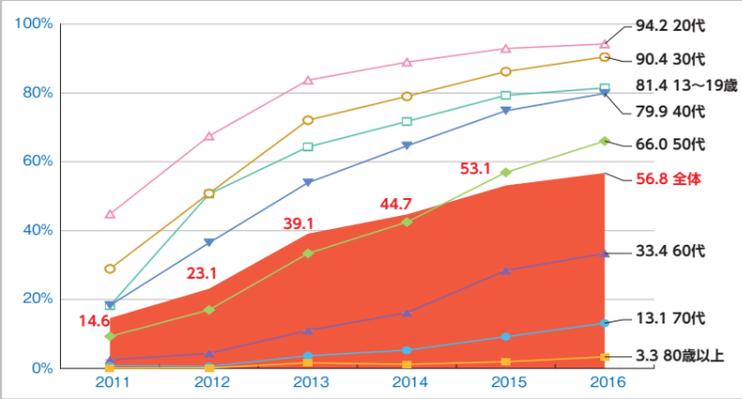
は3人に2人がスマホユーザーに。60代も3分の1まで普及しています。SNSを通じた情報のシェアやその反応の速さは若い世代ほど活発ですが、新聞との親和性が高い層が新聞発のコンテンツの発信・共有を後押ししていても不思議ではありません。

スマートフォン所有状況 地区別



出典 | 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2017」

スマートフォン個人保有率の推移



出典 | 総務省 通信利用動向調査 ※2011年及び2012年の数値は、同調査のインターネット利用率及びインターネット利用機器利用率から推計

新聞広告がスマホカメラの被写体に

情報を「シェア(共有)」する消費者行動は、時代のトレンドです。スマホのカメラ機能が、消費者からの情報発信を加速させています。レストランなどで注目した料理を写真に撮ってSNSにアップしたり、街の風景や広告看板を写真に撮って親しい人に送ったりすることが、最近は新聞広告にも及んでいます。いわゆる、「新聞広告のシェア」現象が起きているのです。

消費者は自分にとって有意義だったり、驚いたり、おもしろいと思った新聞広告をスマホで写真に撮ってツイッターなどのSNSなどに投稿したり、そうした投稿を紹介したり、ブログを書いたりしています。ひとつの話題で盛り上がると、消費者による新聞広告の「会話」がどこかのウェブサイトでまとめられ、そのサイトがさらに第三者によって

シェアされる現象が生まれています。つまり新聞広告は、掲載された紙面を購読者だけが見て終わるわけではなく、話のネタとしてネット上で二次活用され、購読者以外にも加わって「この情報が有益だ」と友人やフォロワーに広め、その連鎖をウェブ専門のニュースサイトやまとめサイトが記事

にして更なる拡散を生み出す流れが、既に確立されています。「新聞広告のシェア」現象は、再びマスメディアにまで波及させるポテンシャルをもっていると言えるでしょう。



新聞広告がウケる3つの要因

写真があれば、コトバはいらない!

新聞広告を伝えるのに、ツイッターの140文字も不要です。スマホで写真を撮るだけで簡単に投稿できます。新聞紙面の大きさは、持ち運び可能な他のどの「スクリーン」よりも大きく視覚的。心に刺さったものなら全面広告に限らず小さな広告でも写真に撮りたくなり、その一枚から、実物から得た体験や高揚感が伝わっていきます。そして後から重なるように、ツイートのリプライ(返信)として言葉も綴られます。

紙(の印刷物)って、リアルだよな

インターネットが発展した結果、むしろアナログが持つ存在感が見直されています。例えば、音楽の楽しみ方としてレコード盤やカセットテープが再評価されるように。バナー広告や動画配信をスクリーンショットに残したい衝動には駆られないけど、印刷された新聞広告ならカメラで撮りたくなる。アナログ=リアルなモノだからこそ、その価値や良さが五感や身体的な記憶に響くようです。

世の中にシェアされた気分!

わたしたちは大量の情報に瞬時にアクセスできる反面、「どの情報が信頼できるのか」という新しい問題に直面しています。「フェイクニュース」という言葉が駆け巡るのは、情報の信頼度にこそ価値がある裏返しです。紙の新聞だからこそ、例えば全面広告でファンが推し人やキャラクターが載れば、社会に共有されたような喜びと、友だちに知らせたい衝動が沸くのでしょう。

こうした要因から、新聞広告が拡散されるのは、**ネットの外で世の中にお披露目され、それが視覚に訴えかけるからこそ**。そこに「意外性のある」「想定外の」コンテンツや広告クリエイティブが合わさると、より感情を揺さぶります。キャラが立った広告はもちろんですが、例

えば「ほかの新聞にも載っているのかな?」「うちの新聞にも載っていた!」「地域や新聞によって原稿が変わっている!!」といったことも、新聞広告だからこそ会話のネタとして成立するのでしょう。



根底に、新聞と新聞広告への信頼感

2017年に行った総務省の調査によると、新聞の信頼度は依然として全メディアの中で1位でした。この結果は10代、20代でも同様です。また、博報堂DYメディア環境研究所「メディア定点調査2017」によると、2016年から2017年にかけて「世の中の情報量は多すぎる」は10ポイント近く上昇し52.0%に。さらに「インターネットの情報は、うのみにはできない」も7.3ポイント上昇し、約8割の人がネット情報の信頼性に対して疑問を抱いているようです。これらから、日ごろ購読していない若年層であっても新聞は最も信頼できる存在で、この信頼が新聞広告の価値を引き上げていると考えられます。

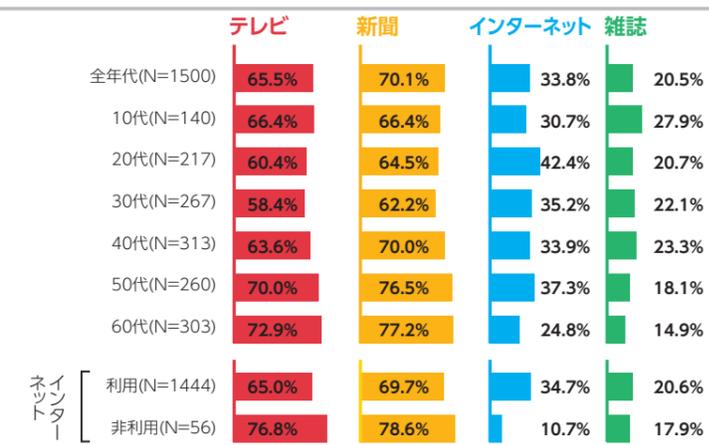


若者を始め多くの人にとって、新聞広告はインターネット広告やテレビCMなどに比べて「承認された証」という特別の価値—喜びあるいは安堵

につながっています。また、堅苦しいと思った新聞に、実はこんなにもおもしろいもの、自分に向けたことが載っていたという、いい意味で想定外の出来事が(SNSを介してであっても)新聞特有の「偶然の出会い」となり、その日の話題にしたいかなるのでしょうか。そう、毎日発行され「その日」にリーチする力に長けた新聞広告だからこそ、SNSの拡散と仲がいいのです。

こうした新聞広告の特性を上手に扱う広告主や広告会社が、今後も増えると思定されます。到達するオーディエンスを一気に増幅させるような新聞広告は、デジタルシフトと言われているからこそ、その存在感が増していくと思えてなりません。

H28 各メディアの信頼度



出典 | 総務省「平成28年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

メディアや情報に関する意識・態度

(2017年30%以上で前年比±5ポイント以上の増減ポイント順)

	2016年	2017年	増減
世の中の情報量は多すぎる	42.1%	52.0%	+9.9
インターネットの情報は、うのみにはできない	71.7%	79.0%	+7.3
スマートフォンを寝床に持ち込むことがある	49.4%	56.3%	+6.9
世の中の情報の発信元は、テレビ、ラジオなどのマスメディアだ	33.4%	39.5%	+6.1
朝起きて、最初に触れるのはスマートフォンだ	35.8%	41.6%	+5.8
気になるニュースは複数の情報源で確かめる	59.1%	64.4%	+5.3
情報やコンテンツは無料で手に入れるものだけで十分だ	46.0%	39.2%	-6.8

出典 | 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所 定点調査コラム「溢れる情報の中、確かな情報を求める生活者」～メディア定点調査2017時系列分析から～新美上 席研究員(2017年6月29日)

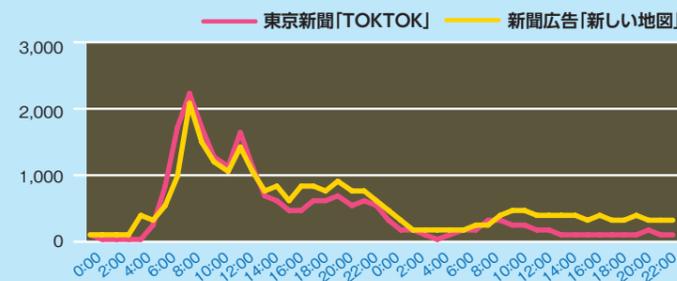
(拡散事例) SNSが生んだSMAPファンの個人広告と「新しい地図」

2016年8月に発表されたSMAPの年内解散を受けて、CDデビュー25周年となる9月9日にお祝いしたいファンたちが、東京新聞の個人広告欄「TOKTOK」(現在は「T-Voice」にリニューアル)にメッセージ広告を載せることでカタチにしようと、ツイッター上で呼びかけあいました。その動きは他の地方紙にも波及し、ファンは以降も様々な機会に東京新聞「TOKTOK」を通じた発信を続けるなど、新聞広告を使って想いを伝えてきました。そうした現象から1年後、メンバーだった稲垣吾郎さん、草薙剛さん、香取慎吾さんが独立後の活動の発表を、「新しい地図」を旗印とした東京新聞と朝日新聞

の30段広告で“返信”。それらはツイッターをはじめとした拡散を呼び、ファン同士の会話となりました。



■①東京新聞「TOKTOK」②新聞広告「新しい地図」48時間の拡散状況



【使用ツール】「クチコミ@係長」指定ワード全量収集
【抽出条件】SPAMツイートをフィルターで排除した上で、以下の条件を設定
①東京新聞「TOKTOK」…「東京新聞」を含むツイートを全量収集したのち、2016年9月9日～10日分の関連ツイート※1
②新聞広告「新しい地図」…「新聞広告」を含むツイートを全量収集したのち※2から、2017年9月22日～23日分の関連ツイート※3
※1 「SMAP」「スマップ」のほかメンバーのフルネームや呼び名をor条件に
※2 16ページグラフと同じ「新聞広告」抽出条件で、別途全量収集したのち※3 ※1に「新しい地図」を追加

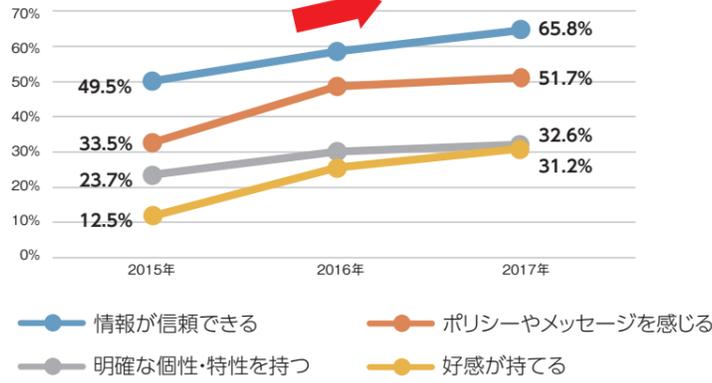
2紙に掲載された「新しい地図」の反響もさることながら、2016年9月9日の「東京新聞」だけでも同様の拡散を示している点に、当時の個人広告のインパクトが感じられます。共通する現象として、①自発的に投稿されたフォロワーのツイートを拡散(リツイート)する人が多い

ほど、レバレッジが利きます ②朝刊が宅配された後、8～9時の通勤時間帯に広がっていると、更なる拡散を生み出します ③ユーザーの行動をネットメディアやマスメディアがウェブ上で記事にしたり、ニュースサイト・アプリのトップに載ることで12時以降の午後の拡散が持続されていきます

メディアの評価

●信頼度 NO.1 ※1

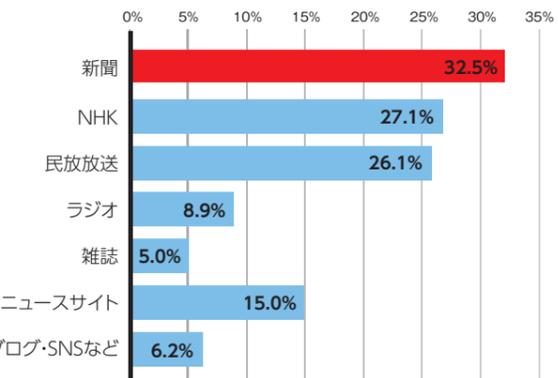
新聞の回復したメディアイメージ



博報堂DYメディアパートナーズ メディア研究所が、消費者のメディア別の接触時間やイメージ評価などを調査する「メディア定点調査」によると、新聞に対するイメージは、左記項目が回復。各項目とも2年連続で上昇し、特に「好感が持てる」では、12.5%⇒26.3%⇒31.2%と2年間で倍増しました。
インターネット、スマホの急速な普及により、様々な情報が溢れる中、信頼できる情報元として、再度メディアの評価が上がって来ています。

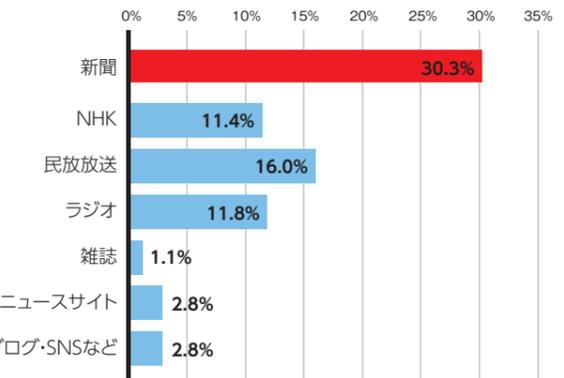
●必要度 NO.1 ※2

情報源として欠かせない (n=3,845)



●浸透度 NO.1 ※2

地域に密着している (n=3,845)

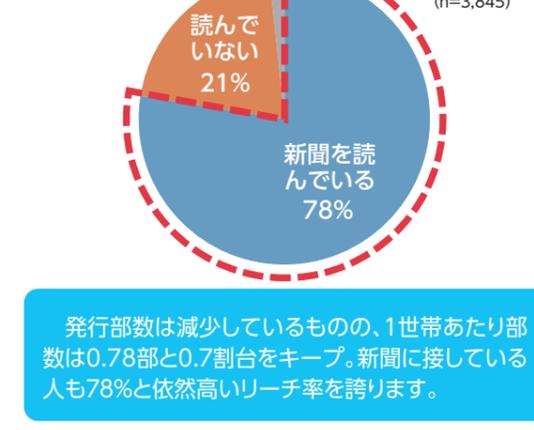


リーチ率

●総発行部数 ※3

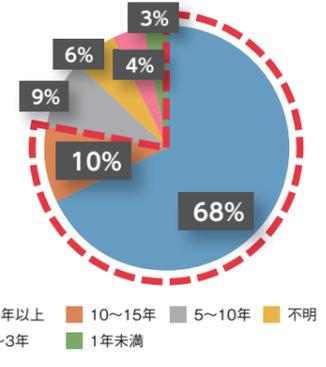


●接触率 ※2



継続性

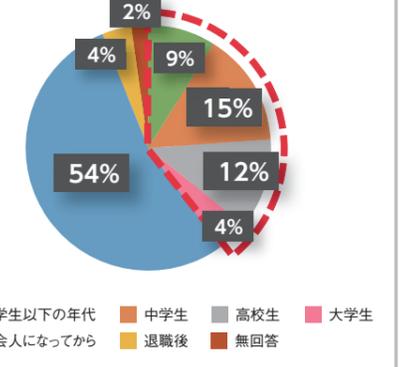
●新聞購読期間 ※1 (n=2,745)



10年以上前から購読している読者が78%。また社会人になる前から読み始めた人が40%と、お付き合いが長い媒体です。

平均購読年数14.6年

●新聞を継続して読み始めた時期 ※1 (n=2,989)

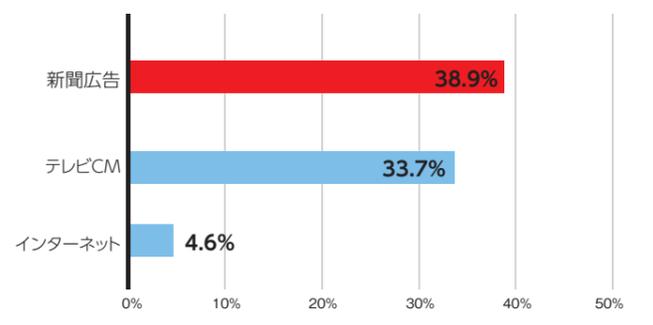


新聞広告の魅力

新聞広告の特長

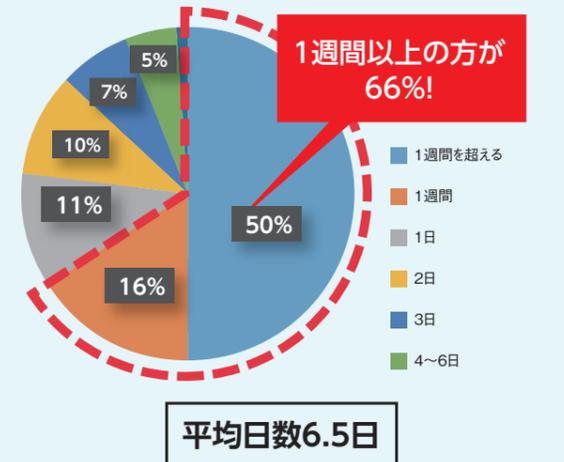
●信頼度が高い

情報が信頼できる ※1 (n=3,845)



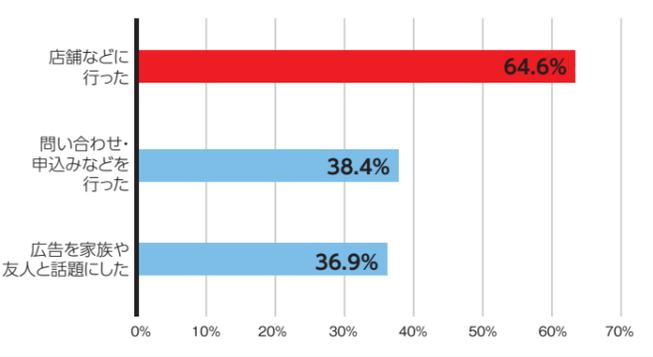
●保存性が高い

新聞の保存期間 ※1 (n=2,745)



●行動に直結

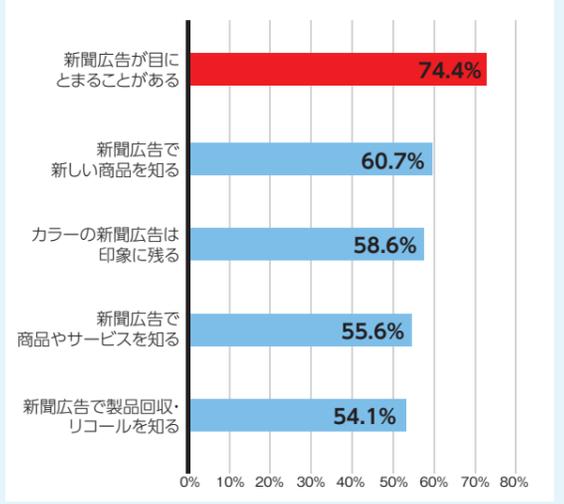
新聞広告を見ての行動(1年間) ※2 (n=88,168)



※店舗などに行ったは、「新聞広告を見て、地元の催し・イベントに行った」、「新聞広告を見て、映画に行った」など、「行った」に該当する項目の合計
※問い合わせ・申込みなどを行ったは、「新聞広告を見て、懸賞やクイズなどに応募した」、「新聞広告を見て、その商品やサービスについて問い合わせや資料・サンプル請求をした」など、「問い合わせ・申込み」に該当する項目の合計

●訴求効果が高い

新聞広告に関する意識BEST5 ※2 (n=88,168)



※回答が「あてはまる」+「まああてはまる」の合計

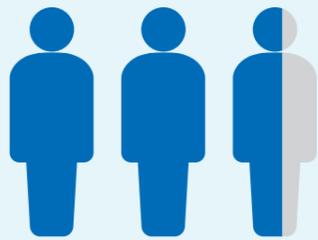
※1 出典 | 博報堂DYメディアパートナーズ メディア環境研究所「メディア定点調査2017」
※2 出典 | 日本新聞協会「2015年全国メディア接触・評価調査」
※3 出典 | 日本新聞協会「新聞の発行部数と世帯数の推移」

※1 出典 | 日本新聞協会「2015年全国メディア接触・評価調査」
※2 出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ2016年実施)
※3 出典 | ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ2016年実施)

東海地区での圧倒的な普及率に加えて、全国紙や他メディアと比べて、中日新聞にはまだまだ数多くの強みがあります。

全国紙との比較

●平均読人数が多いです

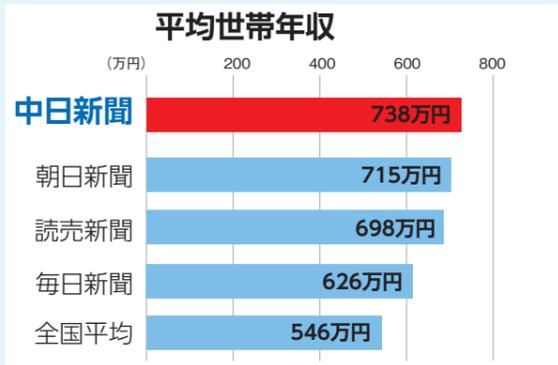


平均読人数
2.6人

中日新聞	2.6人
読売新聞	2.4人
朝日新聞	2.3人
毎日新聞	2.2人
日本経済新聞	1.8人

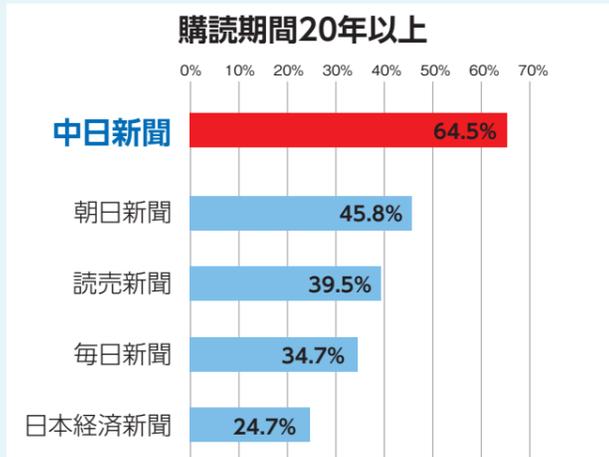
発行部数以上の
広告効果が
期待できます。

●読者の平均世帯年収が高いです

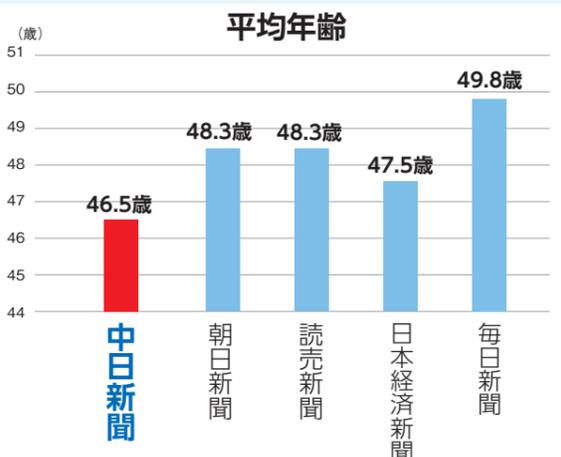


全国平均・各紙を大きく上回り、裕福な世帯が多いです。

●読者との関係が長いです

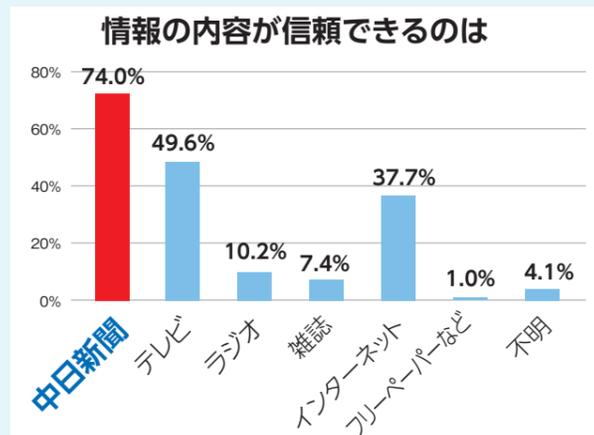


●読者平均年齢が若いです

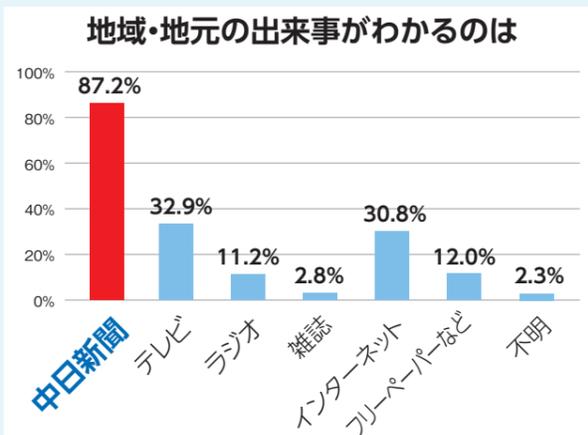


他メディアとの比較

●読者から信頼されています



●地域に根差しています



ビデオリサーチ「第16回全国新聞総合調査」(J-READ2016年実施)の調査結果に基づき、各質問項目で最もポイントが高い、また平均値を基に、中日新聞の読者像をイメージしました。

家族構成

●男性 (n=2,945)
年齢:46.7歳
職業:メーカー系勤務のサラリーマン(20.2%)
1ヶ月のおこづかい:27,502円
趣味:①パソコン(45.0%)
②プロ野球観戦(26.4%)
③ウォーキング(23.4%)
スマホ所有率:64.1%
好きな球団:中日ドラゴンズ(57.7%)
好きなJリーグチーム:
名古屋グランパス(52.2%)



●女性 (n=2,800)
年齢:46.3歳
職業:専業主婦(48.7%)
1ヶ月のおこづかい:16,002円
趣味:①ガーデニング(28.4%)
②読書(27.3%)、③音楽鑑賞(26.1%)
スマホ所有率:69.7%
今後してみたいこと:旅行※1(48.2%)
食べ歩き(27.9%)
ヨガ(25.4%)
行ってみたい所:北海道(63.4%)
沖縄(54.8%)
京都(52.7%)

※1 旅行は、日帰り、国内、海外旅行の合計

平均同居人数:3.8人
夫婦+子ども2名(中~高校生)

親と子、夫婦と親など2世代世帯	59.4%
親と子と孫の3世代以上の世帯	19.0%
夫婦2人だけの世帯	13.5%

くらし

●自宅 (n=5,744)



持ち家
一戸建て
81.6%

一戸建て持ち家	81.6%
借家、賃貸マンション/アパート	5.6%
分譲マンション	4.9%

●自家用車 (n=5,744)



所有率※
84.5%

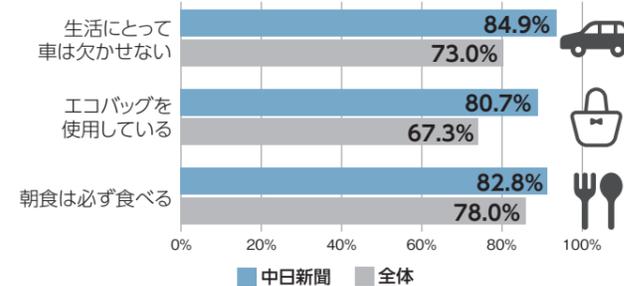
※耐久財などの所有・欲求/持っている/のうち「ミニバン」、「軽自動車」、「輸入自動車」など車に関する項目の合計

●平均金融資産 (n=5,744)



1,743万円

●こだわっていること (中日n=5,744 全体n=88,168)



※社会・生活意識「はい」回答のみ。全体と比較して大きなポイント差が見られた項目を抜粋。

●今後欲しいモノBEST3 (n=5,744)

1位 4Kテレビ	24.4%
2位 ロボット掃除機	24.3%
3位 マッサージチェア	20.1%

※耐久財などの所有・欲求/ほしいの上位3品目

中日新聞社は新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR」を中日新聞、東京新聞で採用しています。読者モニターパネルを参加紙共通の手続き、手順で募集・運用し、同じ条件、同じ方法で紙面調査を行うものです。新聞広告調査の「標準」ともいえる客観的調査手法と多くの蓄積データにより、様々な比較、分析、効果検証が可能です。

調査設計

	調査対象者	調査エリア	抽出方法	調査方法	標本サイズ	調査時間	調査機関
中日新聞	朝刊購読者 15歳～69歳の 男女個人	愛知・岐阜・三重	新聞広告による 紙面公募(※)	インターネット	900 (1系列300)	広告掲載翌日 0:00～24:00	ビデオリサーチ
東京新聞		東京・神奈川・ 埼玉・千葉			600 (1系列300)		

※応募者は「J-READ」の当該地域・対象者における性×年齢等の属性に従い割付。紙面公募の不足分は、インターネット調査モニターパネルへの公募で補充

2種類の調査手法

J-MONITORでは、個別の広告の反響や効果測定が可能で、質問項目を固定した「定型調査」と、設問を自由に設定できる「カスタム調査」があります。調査回数には3カ月ごとに上限があり、中日新聞は3系列合計37回(日)、東京新聞は2系列合計22回(日)までです。



定型調査の質問項目

「●●●●」に調査対象広告の「広告主名または商品ブランド名」を入れて行います。

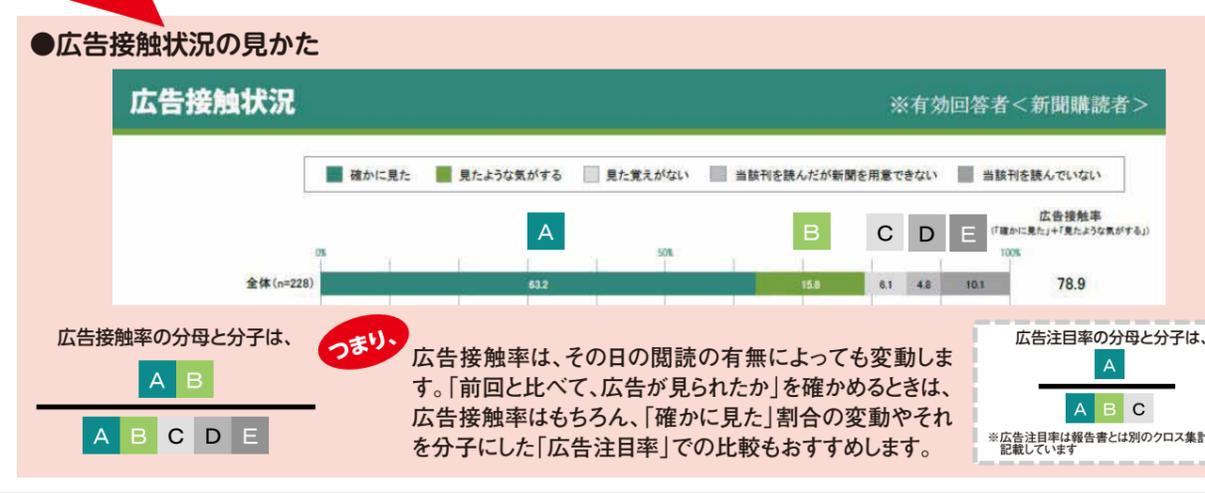
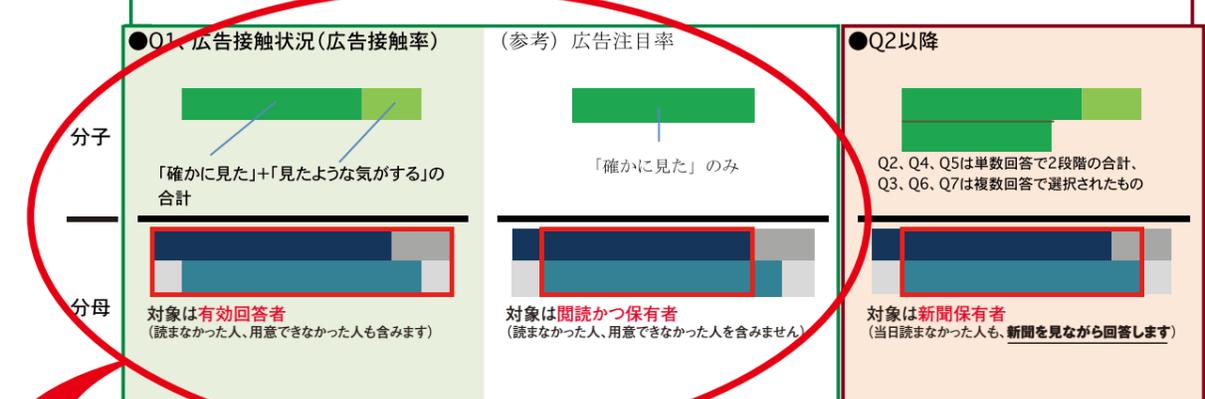
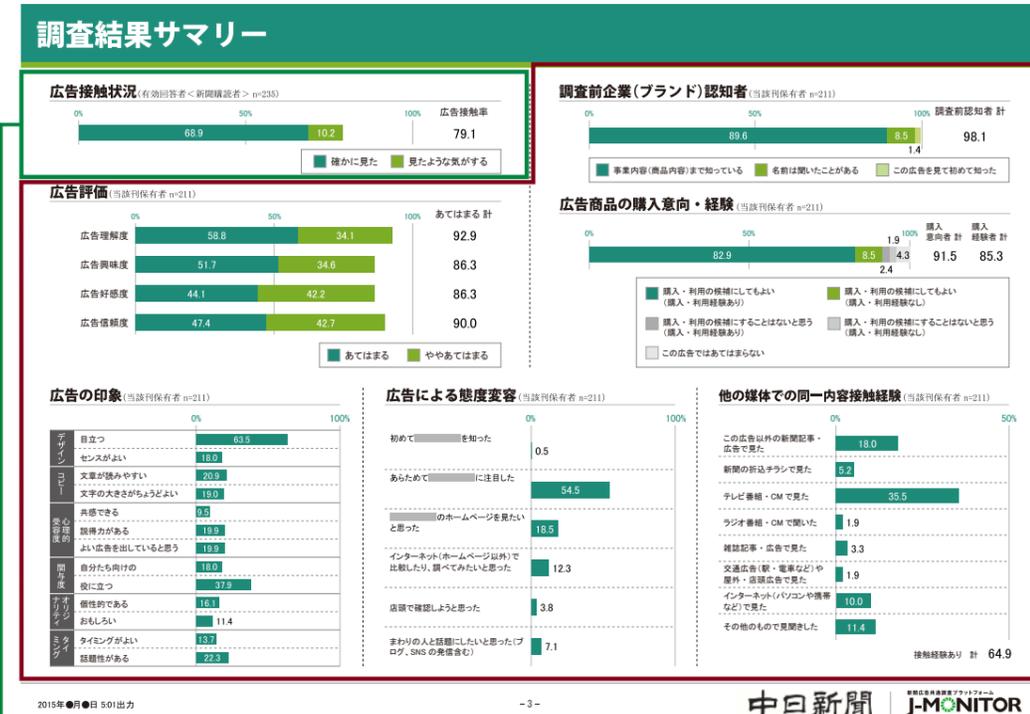
- 広告接触状況**
 Q1 | (●面をご覧ください) あなたは●面の下記的位置にある広告をご覧になりましたか。
 ① 確かに見た
 ② 見たような気がする
 ③ 見た覚えがない
 - 広告評価(理解度・興味度・好感度・信頼度)**
 Q2 | あなたは「●●●●」の広告をご覧になって、どのように感じましたか。
 ① 広告が理解できた
 ② 広告に興味を持った
 ③ 広告に好感を持った
 ④ 広告が信頼できる
 - 広告の印象**
 Q3 | あなたは「●●●●」の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。
 あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)
 ① 目立つ
 ② センスがよい
 ③ 文章が読みやすい
 ④ 文字の大きさがちょうどよい
 ⑤ 共感できる
 ⑥ 説得力がある
 ⑦ よい広告を出していると思う
 - 広告接触前企業(ブランド)認知**
 Q4 | あなたはこの広告をご覧になる前から「●●●●」をご存じでしたか。
 ① 事業内容(商品内容)まで知っている
 ② 名前が聞いたことがある
 ③ この広告を見て初めて知った
 ④ わからない
 - 商品・サービスに対する購入・利用の経験や意向**
 Q5 | あなたはこの広告をご覧になって「●●●●」の商品・サービスを今後機会があれば購入・利用の候補にしてもよいと思いませんか。
 ① 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験あり)
 ② 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験なし)
 ③ 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験あり)
 ④ 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験なし)
 ⑤ この広告ではあてはまらない
 - 広告による態度変容**
 Q6 | この広告をご覧になって、あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)
 ① 初めて「●●●●」を知った
 ② あらためて「●●●●」に注目した
 ③ 「●●●●」のホームページを見たいと思った
 ④ インターネット(ホームページ以外)で比較したり、調べてみたいと思った
 ⑤ 店頭で確認しようと思った
 ⑥ まわりの人と話題にしたいと思った(ブログ、SNSの発信含む)
 ⑦ この中ではあてはまるものはない
 - 他媒体での同一内容広告接触経験**
 Q7 | あなたはこの広告の内容を今回の広告以外で見聞きしましたか。(複数回答)
 ① この広告以外の新聞記事・広告で見た
 ② 新聞の折込チラシで見た
 ③ テレビ番組・CMで見た
 ④ ラジオ番組・CMで聞いた
 ⑤ 雑誌記事・広告で見た
 ⑥ 交通広告(駅・電車など)や屋外・店頭広告で見た
 ⑦ インターネット(パソコンや携帯など)で見た
 ⑧ その他のもので見聞きした
 ⑨ 見聞きしていない
 - 自由回答**
 ※指定がない場合(Q8、この広告についての感想や意見を自由にご記入ください。)
- ※質問項目は今後変更になる場合があります

- J-MONITOR実施エリア**
 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)
 近畿圏(大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県)
 中京圏(愛知県、岐阜県、三重県)
 北海道、宮城県、新潟県、長野県、静岡県、岡山県、広島県、福岡県

※中日新聞・東京新聞以外の参加紙は、朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、河北新報、新潟日報、信濃毎日新聞、静岡新聞、京都新聞、神戸新聞、山陽新聞、中国新聞、西日本新聞、スポーツ報知、日刊スポーツ
 ※記載の内容は2017年12月現在のものです

定型調査 報告書の仕組み

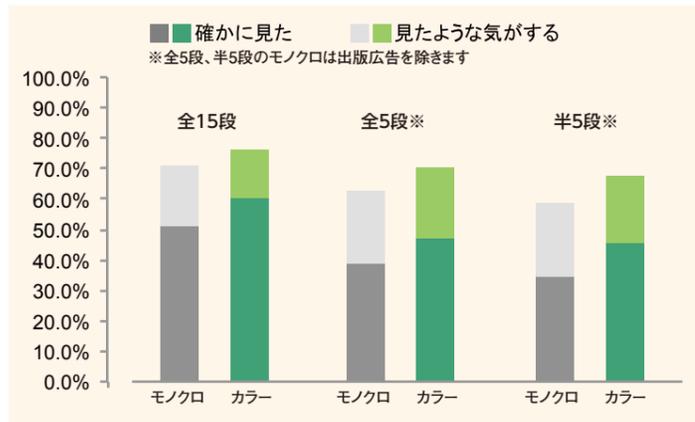
定型調査の定量値は、「Q1、広告接触状況」と「Q2、広告評価」以降で対象となる分母が異なります。



J-MONITORの活用術① 広告接触率の傾向を知る

J-MONITORによる公式な広告接触率の平均値は、規定により無作為に行う年間24回の定期広告接触率調査の直近3年分(半期更新)の結果から算出します。

●中日新聞朝刊 主要段数の広告接触率平均(2014年10月~2017年9月の調査結果を対象に算出)



平均値	サンプル数	広告接触率	うち「確実に見た」	
全15段	カラー	184	76.4%	60.0%
	モノクロ	138	71.0%	51.3%
全5段	カラー	165	70.1%	47.1%
	モノクロ	301	62.9%	38.9%
半5段	カラー	32	67.8%	45.6%
	モノクロ	181	58.5%	34.4%

平均値のばらつき	標準偏差	広告接触率平均±標準偏差の区間	
全15段	カラー	4.90	71.5% ~ 81.3%
	モノクロ	5.62	65.4% ~ 76.6%
全5段	カラー	5.93	64.2% ~ 76.0%
	モノクロ	6.87	56.0% ~ 69.8%
半5段	カラー	7.60	60.2% ~ 75.4%
	モノクロ	7.38	51.1% ~ 65.9%

※正規分布の場合、上記区間に68.3%のデータが含まれます(全体の約16%は区間の上限よりも高い値をとり、結果がそれに該当するものは特によい広告接触状況だったと言えます)

広告接触指標の読み方

- ◎段数による違いは、広告接触率(「確実に見た」+「見たような気がする」)だけでなく、「確実に見た」の差もあります
- ◎原稿サイズが小さくなるほどスコアにばらつきが生じる傾向です
- ◎モノクロからカラーに変えると「確実に見た」が大きく向上します

▶原稿サイズを大きく、またはカラーで掲載することにより、より見られやすい広告に!

J-MONITORの活用術② 広告接触率の予測

中日新聞ではスマホでも使える「広告接触率試算ツール」をご用意しています。3年で2,000広告を超える中日新聞の調査結果を元に、「段数」「業種」「掲載面」「刊別」「色」「広告種類」「曜日」の7要素から、中日新聞に出稿時の目安となる広告接触率が算出可能です。J-MONITOR定期広告接触率調査の参加全紙の平均値とも比較できます。

※過去3年分(計72日分)のデータから数量化I類という分析手法で算出した予測値です。実際の広告接触率を保証するものではありません。
※実際の広告接触率は原稿内容・デザインを始め多様な要素により変動します。

お手元のスマートフォン・タブレット端末でお試しいただけます。

※画面はイメージ



J-MONITORの活用術③ 調査票表示名

個別定型調査では、調査票のひな型にあらかじめ設定した調査票表示名と自由設問文が自動で表示されます。調査結果を左右しかねないのが、**調査票表示名のつけ方**です。

調査票表示名は、Q2からQ6までの各問に表示されます(24ページ参照)。30字まで可能です。特にQ4「調査前認知」Q5「購入意向・経験」Q6「態度変容」は、同一広告主・原稿でも調査票表示名に対してモニターが回答するため、定型設問文とのつながりに違和感なく、かつ広告原稿に記載のある表示名をお勧めします。

また、同一商品・ブランド・企業の広告で複数回調査をする際、調査票の表示名を揃えていると、条件の違いなく過去の調査結果と比較できます。カタカナとローマ字で、あるいはローマ字も半角と全角の違いで、モニターへの伝わり方が変わる場合もあるのでご注意ください。

【個別定型調査Q2、Q3とQ4~Q6の違い】

例)Q3(広告の印象)

Q あなたは「●●●●●」の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

<input type="checkbox"/> 目立つ	<input type="checkbox"/> 共感できる	<input type="checkbox"/> 役に立つ	<input type="checkbox"/> タイミングがよい
<input type="checkbox"/> センスがよい	<input type="checkbox"/> 説得力がある	<input type="checkbox"/> 魅力的である	<input type="checkbox"/> 話題性がある
<input type="checkbox"/> 文章が読みやすい	<input type="checkbox"/> よい広告を出していると思う	<input type="checkbox"/> おもしろい	<input type="checkbox"/> この中ではない
<input type="checkbox"/> 文字の大きさがちょうどよい	<input type="checkbox"/> 自分たち向けの		

Q2、Q3は、「●●●●●」の広告という聞き方です。

例)Q5(購入意向・経験) Q6(態度変容)

Q あなたはこの広告をご覧になって、「●●●●●」の商品・サービスを今後機会があれば購入・利用の候補にしてもよいと思いませんか。
※広告内容が商品・サービスの購入・利用にそぐわないと思う場合は「この広告ではあてはまらない」をお選びください

購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験あり)
 購入・利用の候補にしてもよい(購入・利用経験なし)
 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験あり)
 購入・利用の候補にすることはないと思う(購入・利用経験なし)
 この広告ではあてはまらない

Q この広告をご覧になって、あてはまるものをすべてお選びください。

初めて「●●●●●」を知った
 あらためて「●●●●●」に注目した
 「●●●●●」のホームページを見たと思った
 インターネット(ホームページ以外)で比較したり、調べてみたと思った
 店頭で確認しようと思った
 まわりの人と話題にしたいと思った(ブログ、SNSの発信含む)
 この中にあてはまるものはなし

Q4~Q6は、「●●●●●」という聞き方に。

Q2、Q3は手元の新聞広告に対して、Q4~Q6は調査票表示名に対してモニターが回答します。

J-MONITORの活用術④ 自由設問文

個別定型調査のQ8(自由設問文)は、200字以内で自由に答えられます。約200人(回答数の目安)の声を集められるので、広告原稿への意見・感想以外にも、貴社商品・ブランド・企業・プロモーション活動がどう伝わっているかの確認など、使い道は豊富です。

(文例)

- という企業、ブランド、商品全般について、印象や感想、意見などを自由にご記入ください。
- あなたにとって○○○○はどのような存在ですか。感想や意見を自由にご記入ください。
- 国内外の○○○○メーカーの中で、「○○○○」について思い浮かぶ印象、感想、意見など自由にご記入ください。
- の、商品およびユーザーについて、どのようなイメージをお持ちでしょうか。
- 「品質のいい○○○○」と聞いて、思い浮かぶメーカー・ブランド、その理由を自由にご記入ください。

- ※バイアスがなく、どのモニターも受け止め方が変わらない設問文をご用意ください。
- ※一度に複数の質問にせず、かつモニターがすぐに記入しやすい設問文をお勧めします。
- ※設問文のつくり方によってはリサーチャーより修正提案があります。

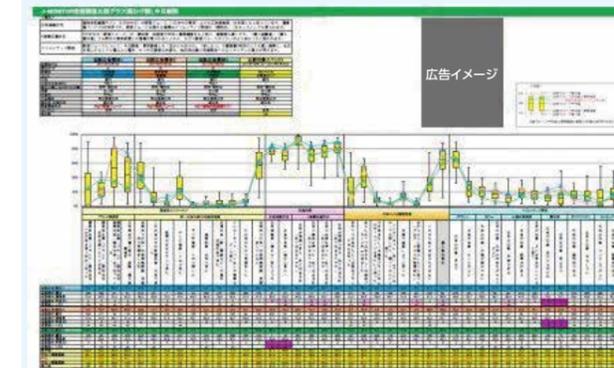
- について知っていることや感想・意見などご記入ください。○○○○そのものについても、テレビCMなどプロモーション活動についても構いません。
- 日ごろの○○○○の広報活動について、思うことを自由にご記入ください。
- この広告に掲載の商品で関心を持ったものがあれば、その商品と理由をご記入ください。
- この広告に登場する○○○○さんについて、知っていることや日ごろお持ちの印象など自由にご記入ください。
- あなたは○○○○に関してどのようなことが知りたいですか。ご自由にお書き下さい。

J-MONITORの活用術⑤ 個別定型調査の比較

個別定型調査の報告オプションとして、弊社ではJ-MONITOR連絡協議会の定型調査比較ツールによる報告もご用意しています。偏差値、有意差、判定など、より充実した機能で分析可能です。

●表示形式は2種類

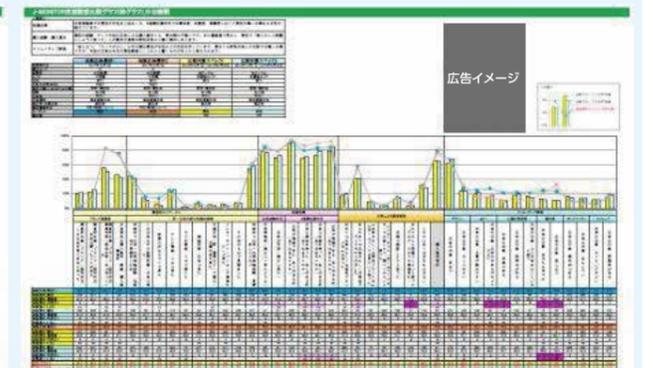
①箱ひげ図



比較対象を平均値だけでなく、最大値、最小値、ばらつきの範囲も含めて箱ひげで表すものです。対象広告の位置づけが把握しやすく、同業種、原稿サイズ内での全体比較や複数回の出稿を1枚で検証するのに適しています。

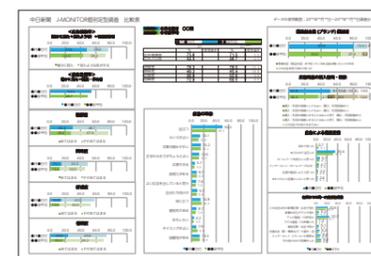
※表はイメージです(J-MONITOR連絡協議会で用意された基本仕様から、弊社用に報告書としてコメント等を加筆しています)

②棒グラフ



各指標の平均値を棒グラフで表し、対象広告の折れ線グラフと比較します。比較対象の棒グラフは2種類まで表示可能なので、例えば対象広告を「男女」「40代と50代」「女性と40代」と分けて分析するのに便利です。

定型調査比較ツールで比較対象の抽出条件を設定しきれない場合など、弊社仕様の比較表で代用する場合があります。



新聞全体の平均値などは公式サイトで公開中



産業の集積地であることに加え、郷土三英傑など日本の歴史のエッセンスにもふれることができ、観光施設の充実も進む愛知・名古屋への注目度は高まる一方です。



第3章

東海エリアの紹介

- AREA TOPICS 2018愛知 29
- AREA TOPICS 2018岐阜・三重・静岡 30
- 東海ゆかりの著名人 31
- イベントスペース マップ&リスト(名古屋) 32

奥深く多様な表情

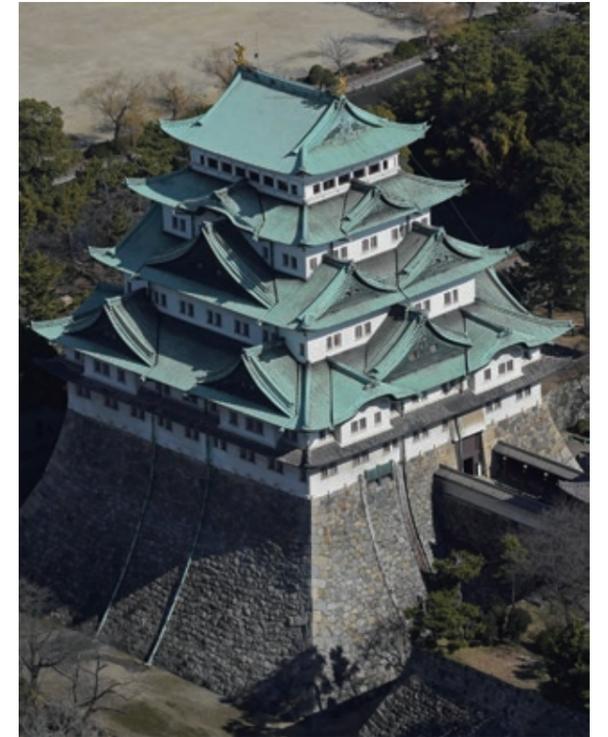
東海エリアは、古くから東西を結ぶ交通の要衝として栄え、東西文化の影響を受けながらも独自の文化を形成してきました。また、自動車産業や航空機産業など製造業の集積地として発展し、日本経済を牽引する強固な経済基盤を持つ地域です。

各地域で進行中の大型プロジェクトやイベントの一部をご紹介します。

名古屋城本丸御殿 復元

名古屋城の本丸御殿は1615年に建てられ、初代尾張藩主・徳川義直が居住して以降は、将軍の上洛の際などに利用されました。1930年に国宝指定されましたが、45年に太平洋戦争の空襲で焼失。その後、復元を求める市民運動が起き、2009年から総事業費約150億円の復元工事が始まっています。13年に玄関や表書院、16年6月には対面所や下御膳所をそれぞれ公開しました。現在、将軍が宿泊した上洛殿などの整備が進み、18年6月8日に全面公開が予定されています。

また、名古屋市は、名古屋城本丸御殿の全体工事完成に合わせ、名古屋城周辺で飲食や買い物が楽しめる集客施設「金シャチ横丁」を整備、18年3月29日に開業を予定しています。名古屋の武家文化のシンボルである名古屋城およびその周辺の魅力を高め、国内外からの来訪者に名古屋の魅力を発信します。名古屋城正門側の「義直ゾーン」と東門側の「宗春ゾーン」に分かれ、飲食店など計19店舗が軒を連ねる予定です。



名古屋城

LEGOLAND® Japan Hotel (レゴランド®・ジャパン・ホテル) / SEA LIFE Nagoya (シーライフ名古屋)

2017年4月1日、名古屋市港区の金城ふ頭に、「レゴ®ブロック」の世界をテーマとした屋外型キッズテーマパーク「LEGOLAND® Japan」がオープンしました。国内では初、世界でも8カ所目の開業となり、オープンから約半年間で来場者100万人を突破、順調なスタートを切っています。

2018年には、「LEGOLAND Japan」の隣接地に直営ホテルと水族館を開業し、「LEGOLAND® Japan Resort」として規模を拡大します。ホテル「LEGOLAND® Japan Hotel」は4月28日、ホテル内併設の水族館「SEA LIFE Nagoya」は4月15日にオープンする予定です。

「LEGOLAND Japan Hotel」の客室数は、252室。キッズ向けを重視し、1階にはレゴブロックで自由に遊べるスペースやウォーターエリア、客室には宝探しなどの仕掛けが詰まった部屋などを設けます。

併設の「SEA LIFE Nagoya」もレゴの世界を表現し、体験型の水族館となる見込み。子どもたちが楽しみながら、海洋生物の生態などを学べる施設となります。

また、「LEGOLAND Japan」とセットで、宿泊や入場が割安になる料金設定も導入する予定です。3つの施設が一体となって、家族連れのレジャー需要を取り込みます。

※掲載内容は2017年11月時点のもので、今後変更される場合もあります。



「LEGOLAND Japan Hotel」イメージ



「SEA LIFE Nagoya」イメージ
©2017 The LEGO Group.

山、川、森などの景勝地や名所旧跡に恵まれるこのエリア。文化、歴史、特産品など訪れる内外の観光客にとって魅力が尽きない地です。

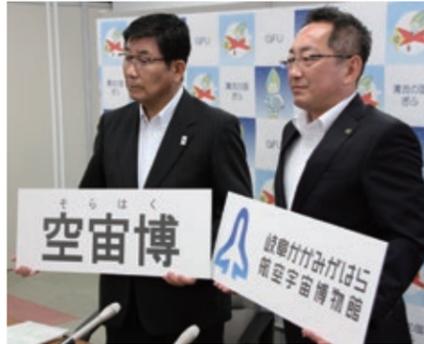


岐阜かかみがはら航空宇宙博物館

国内有数の航空宇宙産業拠点の岐阜県。その岐阜県各務原市に航空宇宙産業に関する文化・教育施設として1996年に開館した「かかみがはら航空宇宙科学博物館」が、展示の充実などにより博物館の魅力を高めるため、2018年3月に全館リニューアルオープン。それを期に「岐阜かかみがはら航空宇宙博物館」と改称され、愛称は「空宙博(そらはく)」となります。

リニューアルの基本コンセプトは「空・宇宙への挑み～かかみがはらから日本へ、そして世界へ～」。展示面積は現行の1.7倍の約9,400㎡となり、同種の博物館では日本最大規模となります。リニューアル総事業費は

48.8億円(見込み)。各務原市の所有、管理から、リニューアル後は岐阜県と各務原市が共同所有。運営は両自治体が設立した一般財団法人が行います。



岐阜かかみがはら航空宇宙博物館

三重・菟野町 湯の山温泉 開湯1300年

三重県菟野町の湯の山温泉は、718(養老2)年に淨薫(じょうくん)和尚が夢のお告げで発見したと伝えられ、2018年に開湯1300年を迎えます。18年4月から19年3月まで、「歴史と湯の旅 湯の山」をテーマにさまざまな記念事業が予定され注目を集めています。

同地域では御在所ロープウェイが、18年7月に新型ゴンドラの運行を始め、御在所岳の山上公園駅に展望レストランをオープンするなどリニューアルを予定。同18年度内には新名神高速道路の新四日市JCT～亀山西JCTの開通に併せて菟野ICも供用開始が予定されるなど、同地域への観光客の増加も期待されます。



湯の山温泉

富士山静岡空港 増築・改修

富士山静岡空港は、2018年10月の完成を目指し、旅客ターミナルビルの増築・改修工事が行われています。現在の旅客ターミナルビルの西側に国内線エリアを増築、集約するとともに、ビル東側も一部増築して、国際線エリアを拡大。この工事により、旅客ターミナルビルは現在の延床面積の1.5倍となる約1万8,200㎡へと増床されます。受け入れ可能な国際線の便数も増え、海外からの旅行者の増加につながります。

また同年春、同じ島田市内の「旧島田市お茶の郷」が

「ふじのくに茶の都ミュージアム」としてリニューアルオープンを予定、「茶の都しずおか」の発信拠点となります。富士山静岡空港の利用拡大につながることも期待されます。



富士山静岡空港

トップアスリート、縦横無尽に活躍する俳優・タレント、おしゃれ感度の高いファッションモデル、新進気鋭の若手作家から才能豊かな映画監督まで、多彩な人材を輩出しています。

愛知県

俳優・女優・歌手・タレント

青木 さやか(タレント)	小沢 一歌(スピードワゴン)(タレント)	佐藤 かよ(タレント)	戸田 恵子(女優)	光浦 靖子(オアシズ)(タレント)
浅井 健一(歌手)	加藤 あい(女優)	加藤 仁(女優)	名古屋おもてなし武将隊(タレント)	三ツ矢 雄二(声優)
浅田 舞(タレント)	かとう かず子(女優)	神野 三枝(タレント)	西山 真以(モデル)	水沢 エレナ(女優)
天野 鎮雄(俳優)	加藤 晴彦(タレント)	スギちゃん(タレント)	日南 響子(タレント)	水野 裕子(タレント)
天野 ひるゆき(キャイーン)(タレント)	加藤 ミリヤ(歌手)	スキマスイッチ(歌手)	兵藤 ゆき(タレント)	向井 慧(パンサー)(タレント)
有馬 綾香(モデル)	金田 哲(はんにゃ)(タレント)	鈴木 サチ(モデル)	平泉 成(俳優)	森川 葵(女優)
伊沢 勉(俳優)	狩人(歌手)	清野 菜名(モデル)	平野 綾(声優)	森下 千里(タレント)
石川 ひとみ(歌手)	香里奈(タレント)	瀬戸 朝香(女優)	廣瀬 菜都美(女優)	森本 レオ(俳優)
一路 真輝(女優)	北原 里英(NGT48)(歌手)	滝藤 賢一(俳優)	福田 彩乃(タレント)	森山 周一郎(俳優・声優)
井戸田 潤(スピードワゴン)(タレント)	藤川 真亜子(タレント)	武井 咲(女優)	城戸 美紀(歌手)	八神 純子(歌手)
岩田 剛典(三代目 Soul Brothers)(歌手)	キンタロー(タレント)	竹下 景子(女優)	舟木 一夫(歌手)	山田 昌(女優)
SKE48(歌手)	ケイコリー(歌手)	館 ひろし(俳優)	BOYS AND MEN(タレント)	山本 優希(モデル)
大久保 佳代子(オアシズ)(タレント)	ケント・モリ(ダンサー)	玉木 宏(俳優)	松井 珠理奈(SKE48)(歌手)	渡辺 いっけい(俳優)
大橋 隆志(ジェイル大橋)(ギタリスト)	今 陽子(歌手)	田山 涼成(俳優)	松井 玲奈(元SKE48)(タレント)	渡辺 美奈代(タレント)
大東 めぐみ(タレント)	近藤 芳正(俳優)	チェリッシュ(歌手)	松尾 洋介(ザブングル)(タレント)	
大和田 隼(俳優)	近藤 勇之助(歌手)	チームしゃほこ(歌手)	松下 由樹(女優)	
岡村 孝子(歌手)	紺野 ゆり(モデル)	つボイノリオ(ラジオDJ)	松平 健(俳優)	
奥田 瑛二(俳優)	斎藤 洋介(俳優)	徳川家康と服部半蔵忍者隊(タレント)	真山 景子(モデル)	

スポーツ

秋田 豊(サッカー)	稲葉 篤紀(野球)	近藤 亜美(柔道)	中嶋 悟(モータースポーツ)	村上 佳菜子(フィギュアスケート)
浅尾 拓也(中日ドラゴンズ)	岩瀬 仁紀(中日ドラゴンズ)	坂上 晴美(ゴルフ)	中嶋 大祐(モータースポーツ)	室伏 広治(陸上)
浅田 真央(フィギュアスケート)	宇野 昌磨(フィギュアスケート)	鈴木 明子(フィギュアスケート)	中西 哲生(サッカー)	山崎 武司(野球)
安藤 美姫(フィギュアスケート)	大島 洋平(中日ドラゴンズ)	谷本 歩実(柔道)	服部 真太(ゴルフ)	山本 左近(モータースポーツ)
石川 祐希(バレーボール)	大庭 雅(フィギュアスケート)	寺本 明日香(体操)	羽根田 卓也(カヌー)	吉田 秀彦(柔道・格闘技)
イチロー(野球)	金田 久美子(ゴルフ)	堂林 翔太(野球)	原 江里菜(ゴルフ)	
伊藤 みどり(フィギュアスケート)	工藤 公康(野球)	中嶋 一貴(モータースポーツ)	宮市 亮(サッカー)	

文芸・学術・その他の文化等

碧野 圭(作家)	大島 真寿美(作家)	清水 義範(作家)	外山 滋比古(言語学者)	松岡 錠司(演出家・映画監督)
浅井 慎平(写真家)	越智 久美子(パレエダンサー)	鈴木 敏夫(アニメ映画プロデューサー)	鳥山 明(漫画家)	水谷 研治(経済学者)
飛鳥井 千砂(作家)	加納 典明(写真家)	諏訪 哲史(漫画家)	長尾 謙一郎(漫画家)	水野 敬也(作家)
天野 純希(作家)	きくち 寛(作曲家)	園 子温(映画監督)	中村 文則(作家)	宮城 昌光(作家)
家田 荘子(作家)	岸 勇希(コミュニケーションデザイナー)	高木 綾子(フルーツ奏者)	林 修(予備校講師)	森 博嗣(作家)
井沢 元彦(作家)	喜多郎(作曲家)	竹澤 恭子(バイオリニスト)	平野 啓一郎(作家)	森田 正光(気象予報士)
石田 雄太(スポーツジャーナリスト)	くるねこ大和(漫画家)	種村 有菜(漫画家)	藤井 聡太(将棋)	山崎 亮(コミュニティデザイナー)
伊藤 キム(ダンサー・演出家)	高 信太郎(漫画家)	月尾 嘉男(設計・システム工学)	堀田 あけみ(作家)	山田 詩子(絵本作家)
今井 夏木(演出家・映画監督)	小柴 昌俊(物理学者)	小柴 昌俊(物理学者)	佃 典彦(作家)	山田 宗樹(作家)
牛田 智大(ピアニスト)	小林 誠(物理学者)	堤 幸彦(演出家・映画監督)	益川 敏英(物理学者)	吉川 トリコ(作家)
江川 達也(漫画家)	三遊亭 円丈(落語家)	坪田 信貴(塾経営者)	松尾 菜子(指揮者)	
大沢 在昌(作家)	栗井 脩介(作家)	利根川 進(生物学者)	松岡 圭祐(作家)	

岐阜県

俳優・女優・歌手・タレント

敦士(俳優)	岡田 義徳(俳優)	小西 美帆(女優)	田村 歩実(たむらばん)(歌手)	長谷部 優(女優)
綾野 剛(俳優)	神奈月(タレント)	酒井 敏也(俳優)	寺崎 康文(俳優)	細川 茂樹(俳優)
石原 詢子(歌手)	菊池 亜希子(モデル)	さとう 宗幸(歌手)	中条 きよし(歌手)	Mr.マリック(タレント)
伊藤 英明(俳優)	清春(歌手)	清水 ミチコ(タレント)	西田 有沙(タレント)	
岡田 奈々(女優)	熊田 曜子(タレント)	鈴木 ちなみ(モデル)	野口 五郎(歌手)	

スポーツ

朝倉 健太(野球)	鈴木 亨(ゴルフ)	田中 恒成(ボクシング)	英智(野球)	森山 泰行(サッカー)
今井 月(水泳)	鈴木 守道(野球)	棚橋 弘至(プロレス)	ミノワマン(美濃輪 育久)(レスリング)	和田 一浩(野球)
金石 昭人(野球)	高橋 尚子(陸上)	勅使川原 郁恵(スピードスケート)	森 祐晶(野球)	

文芸・学術・その他の文化等

朝井 リョウ(作家)	小栗 左多里(漫画家)	近藤 サト(フリーアナウンサー)	日比野 克彦(芸術家)	米澤 穂信(作家)
池井戸 潤(作家)	奥田 英朗(作家)	櫻木 瑠子(アナウンサー)	堀江 敏幸(作家)	
イシコ(石原 英一)(エッセイスト)	神山 征二郎(映画監督)	篠田 正浩(映画監督)	村上 康成(絵本作家)	
沖方 丁(作家)	北川 悦史(脚本家)	中村 航(作家)	山田 貴敏(漫画家)	
大今 良時(漫画家)	草野 満代(フリーアナウンサー)	中山 七里(作家)	山本 寛斎(デザイナー)	

三重県

俳優・女優・歌手・タレント

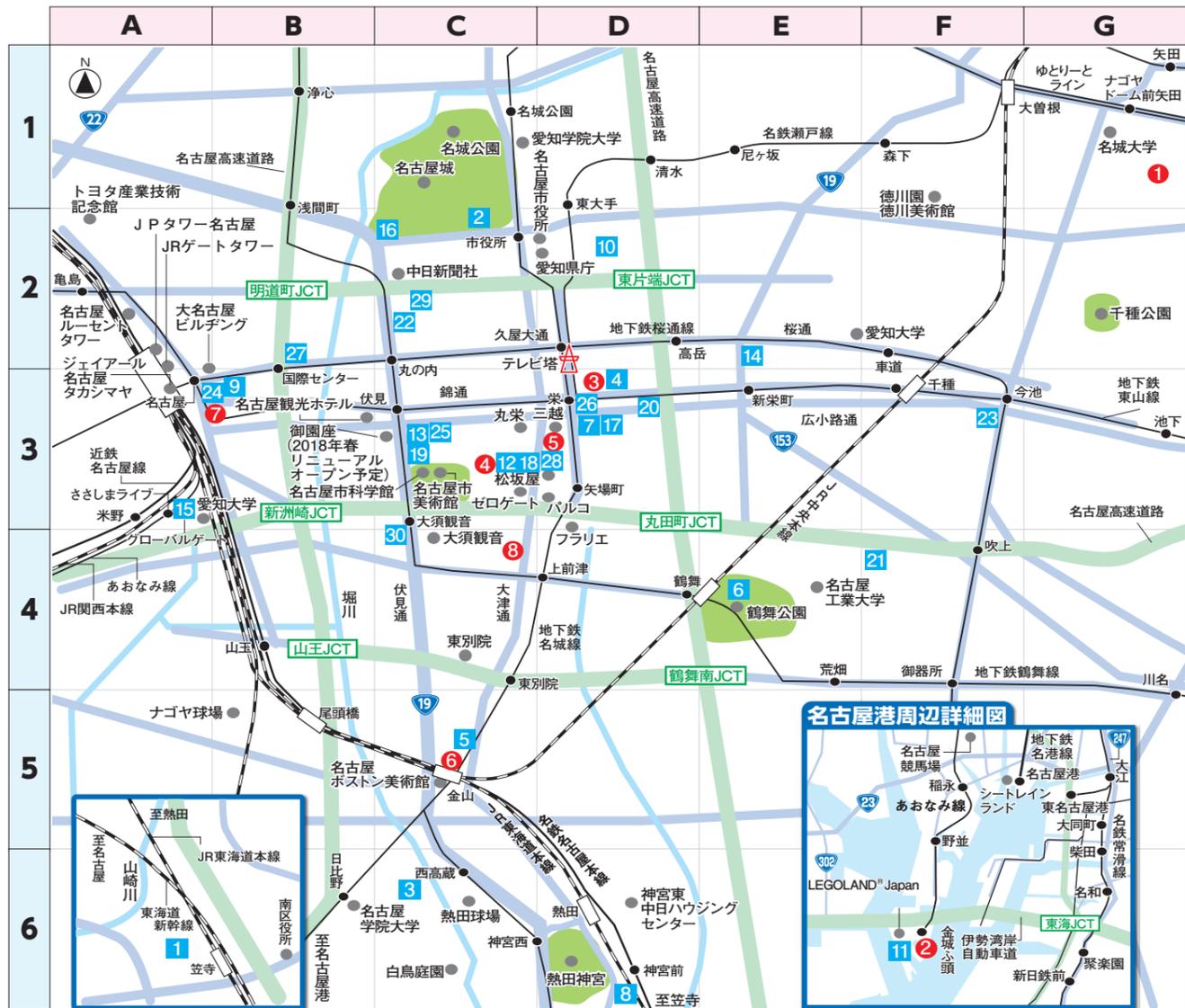
あべ 静江(歌手)	加藤 歩(ザブングル)(タレント)	重盛 さと美(タレント)	西野 カナ(歌手)	水田 わさび(声優)
磯野 貴理子(タレント)	加藤 紀子(タレント)	田中 哲司(俳優)	広海・深海(タレント)	水野 美紀(女優)
小倉 久寛(タレント)	葛山 信吾(俳優)	鳥羽 一郎(歌手)	平井 堅(歌手)	山川 豊(歌手)
香川 絵馬(モデル)	椎名 桔平(俳優)	夏樹 陽子(女優)	Ms.OOJA(歌手)	渡瀬 マキ(歌手)

スポーツ

浅尾 美和(ビーチバレー)	小倉 隆史(サッカー)	瀬古 利彦(陸上)	服部 尚真(モータースポーツ)	山口 舞(バレーボール)
浅野 拓磨(サッカー)	笠松 茂(体操)	土性 沙羅(レスリング)	宮下 蓮(バレーボール)	山口 蛍(サッカー)
小椋 久美子(バドミントン)	金崎 夢生(サッカー)	野口 みずき(陸上)	向田 真優(レスリング)	吉田 沙保里(レスリング)

文芸・学術・その他の文化等

天野 良春(フリーアナウンサー)	現代 洋子(漫画家)	ドン小西(ファッションデザイナー)	村上 いしい(童話作家)	
石原 恒和(ゲームクリエイター)	笹野 頼子(作家)	橋本 紡(作家)	山村 美智(フリーアナウンサー)	
楠田 枝里子(フリーアナウンサー)	高畑 勲(アニメ映画監督)	村尾 信尚(キャスター)	吉本 佳生(経済学者)	



【シンポジウム・セミナー向けホール】=00

会場名称	収容人数	所在地	電話番号	地図索引
1 日本ガイシスポーツプラザ 日本ガイシホール	10,000	南区東又兵衛町5-1-16	052-614-3111	別冊地図左
2 愛知県体育館 第1競技場	7,407	中区二の丸1-1	052-971-2516	2-C
3 愛知県体育館 第2競技場	550			
名古屋国際会議場 センチュリーホール	3,012			
イベントホール	1,480			
4 白鳥ホール	1,280	熱田区熱田西町1-1	052-683-7711	6-C
レセプションホール	720			
国際会議室	336			
5 愛知芸術文化センター 愛知県芸術劇場大ホール	2,500	東区東桜1-13-2	052-971-5511	3-D
日本特殊陶業市民会館 フォレストホール	2,291	中区金山1-5-1	052-331-2141	5-C
6 名古屋公会堂 大ホール	1,994	昭和区鶴舞1-1-3	052-339-5330	4-E
7 中日劇場	1,420	中区栄4-1-1 中日ビル9階	052-263-7171	3-D
8 名古屋市教育センター 講堂	864	熱田区神宮3-6-14	052-683-6402	6-D
9 ウィンクあいち 大ホール	801	中村区名駅4-4-38	052-571-6131	3-B
10 ユニオンホール	800	東区上野杉町1	052-962-2511	2-D
11 ポートメッセごや 名古屋国際展示場 イベントホール	750	港区金城ふ頭2-2	052-398-1771	別冊地図右
12 青少年文化センター (アートピア)	724	中区栄3-18-1 ナディアパーク内	052-265-2088	3-C
13 三井住友海上しらかわホール	693	中区栄2-9-15	052-222-7110	3-C
14 芸術創造センター	640	東区葵1-3-27	052-931-1811	2-E
15 名古屋コンベンションホール メインホール	616	中村区平池町4-60-12	052-339-5330	3-A
大会議室406+407	412	グローバルゲート		

会場名称	収容人数	所在地	電話番号	地図索引
16 名古屋能楽堂	630	中区三の丸1-1-1	052-231-0088	2-C
17 中區役所ホール (平成29年10月1日~平成30年9月30日まで休館予定)	507	中区栄4-1-8	052-265-2214	3-D
18 デザインホール	500	中区栄3-18-1 ナディアパーク内	052-265-2001	3-C
19 名古屋商工会議所 大会議室	500	中区栄2-10-19	052-223-5620	3-C
20 中電ホール	444	東区東新町1	052-951-6908	3-D
21 名古屋中小企業振興会館 (吹上ホール) メインホール	430	千種区吹上2-6-3	052-735-2111	4-F
22 東建ホール・丸の内	428	中区丸の内2-1-33	052-232-8070	2-C
23 今池ガスホール	356	千種区今池1-8-8	052-731-7670	3-F
24 ミッドランドホール	320	中村区名駅4-7-1	052-527-8500	3-A
25 電気文化会館 イベントホール	300	中区栄2-2-5	052-204-1133	3-C
26 中井ビル クラウンホール (平成30年12月31日まで営業終了予定)	300	中区栄4-1-1 中日ビル5階	052-261-8851	3-D
27 名古屋国際センター ホール別棟	250	中村区那古野町1-47-1	052-581-5679	2-B
28 栄ガスホール	250	中区栄3-15-33	052-731-7670	3-D
29 アイリス愛知 大会議室コスモス	240	中区丸の内2-5-10	052-223-3751	2-C
30 名古屋インターナショナルホール	350	中区大須1-7-26	052-228-7780	4-C

【展示・集客イベント向けスペース】=00

会場名称	収容人数	所在地	電話番号	地図索引
1 ナゴヤドーム	13,200名	東区大幸南1-1-1	052-719-2120	1-G
2 ポートメッセごや 第1展示館	13,870名	港区金城ふ頭2-2	052-398-1771	別冊地図右
3 オアシス21 銀河の広場	約850名	東区東桜1-11-1	052-951-7101	3-D
4 ナディアパーク 2階アトリウム	160名	中区栄3-18-1	052-265-2199	3-C
5 LACHIC ラシックパサージュ	156.5名	中区栄3-6-1 LACHIC 階	052-259-6140	3-D
6 アスナル金山 明日なる広場	約620名	中区金山1-17-1	052-324-8577	5-C
7 ミッドランドスクエア アトリウムイベントスペース	約90名	中村区名駅4-7-1	052-462-1833	3-A
8 万松寺ビル イベントスペース	56.8名	中区大須3-29-12	052-262-5558	4-C

※2017年10月現在。 ※詳細は各施設までお問い合わせください。

第4章

企画・広告事例紹介

- イベント 34
- 他メディア/他媒体連携 36
- 医療・求人 38
- 特集紙面 40
- 話題の企画 42
- 可変印刷 43

アイデアと新聞社機能をフル活用

中日新聞グループでは、新聞の発行にとどまらず多様な機能・財産を持っています。広告主の課題解決に対して、これら機能を組み合わせ、広告効果の最大化を図ります。昨年取り組んだ事例の一部を紹介します。

なごや母娘(ははこ)サミット

“なごや母娘”のムーブメント

中目

母親と娘が仲が良く、母娘消費が盛んな東海地方。母娘600組が集結した「なごや母娘サミット」は今回で4回目。回を重ねるごとに応募数が増えてきています。

新聞広告とイベントでのブース展開だけでなく、地元のCBCテレビ「ゴゴスマ」での商品・サービスの紹介やインフォマーシャルを用意。立体的に母娘へ情報を届けることができます。



【開催日】
2017年7月17日(月・祝)

【場所】
名古屋観光ホテル

【定員】
600組1,200名

【主催】
中目新聞社

【共催】
CBCテレビ

【協賛】
エスプリライン、大塚製薬
花王ソフィーナ、カゴメ
クラブツーリズム、全日本空輸
大正製薬、TEAM
ホーユー(50音順)

応募総数
1,891組
3,782名



中日新聞2017年8月23日付

第61回 全国選抜長良川中日花火大会

夏の夜空に読者の歓声

中目



中日新聞2017年7月8日付

61回目の開催を迎えた「全国選抜長良川中日花火大会」は、清流長良川を舞台に全国から選りすぐりの花火師が伝統技や最新作など質・量ともに最高の花火を披露しました。



大会の様子

感謝の花火「感佩の華」や、協賛社特典として花火を絶好のポイントで見られる「特別シート」の提供などを実施。また例年協賛頂いているサントリーは毎年好評の「金麦特等席」でよく冷えた金麦を提供。当選した読者からは、大好評のイベントとなりました。

【開催日】
2017年7月29日(土)
正午～午後8時35分
(夜花火の開始は午後7時20分)

【場所】
岐阜市長良川河畔
(長良橋下流～金華橋上流)

【主催】
中目新聞社

【後援】
岐阜県、岐阜市、東海ラジオ放送
東海テレビ放送、CBCテレビ
名古屋鉄道、東海旅客鉄道
岐阜県バス協会



いい街発見!地方の暮らしフェア2017

地域の魅力を発信

中目

移住・交流や地域おこしをテーマとした「第2回いい街発見!地方の暮らしフェア2017」を、8月25日、26日にウイングあいちで開催。全国各地から67の団体が参加

しました。会場では、移住実践者や自治体職員による、地方の暮らしや魅力に関する講演会、セミナー、相談ブースを設置。移住者の生の声や、各自治体の最新情報を元にしたセミナーなどで、熱心に話を聞く来場者が多く、会場は熱気に包まれました。また、25日の18:30からは、移住者交流サロンを設け、仕事帰りの人達と移住実践者の交流の場を作ったほか、地域おこし協力隊トークショー、ふるさと納税PRコーナー、各自治体の資料コーナーも設け、各地の特産品が当たるスタンプラリーを実施し周遊券を回りました。



中日新聞2017年8月19日付



来場者数
870名



スポーツ遊・演・知2017

中日スポーツが新規スポーツイベントを企画、実施

中スポ



中日スポーツ2017年6月1日付

各種スポーツの魅力発信するイベント「スポーツ遊・演・知2017」を、6月3、4日の2日間、名古屋・栄のオアシス21で開催。2026年の夏季アジア競技大会が愛知県で開催されることを見据え、県内で盛んなスポーツを知ってもらおう目的で初めて実施しました。

バスケットやバレーボールの選手や山本昌さん・吉田沙保里さんを招いてのトークショー、タレント・稲村亜美さんのスピードガン測定などメニューてんこもり。多くの来場者でにぎわいました。協賛企業・団体、チーム関係者、来場者のいずれからも大きな評価を得られました。



麒麟・田村裕さんも参加して3ON3対決も



バレーボール選手のトークショーには多くの女性ファンが詰めかけた



来場者数
82,183名

※オアシス21調べ

城南信用金庫スマホ向け公式アプリ

SNS×ニュースサイト×新聞広告

東京

城南信用金庫では、来店しなくても新規口座の開設や、高いセキュリティに保護されたインターネットバンキングが利用できるスマートフォン向けの公式アプリを2017年4月24日から公開しました。

当アプリをPRするため、東京新聞のLINE公式アカウントで配信できる広告枠(Digest Spot for アカウントメディア)、Smart News東京新聞チャンネル内広告枠を活用して、東京新聞WEBに公開した城南信用金庫タイアップページに誘導する企画を実施。LINEは若い女性、Smart Newsは4、50代男性からの誘導に効果を発揮し、ダウンロード数に貢献しました。

●東京新聞のLINE公式アカウント



{Digest Spot for} アカウントメディア



●新聞でもPR



東京新聞2017年7月10日付5段

●TOKYO Web特集ページ



「名鉄なつたび」企画

Instagramを活用した夏休みSNS写真投稿キャンペーン

中日

夏休みをもっと楽しんでもらおうと、「名鉄なつたび」企画を立案。名鉄沿線や周辺の観光地での夏の思い出を「Instagram」に投稿し、キャンペーンに参加してもらい、グランプリと準グランプリに選ばれた11作品を、2017年9月28日の中日新聞朝刊紙面上で発表しました。

テーマは「夏の思い出」、8月2日～31日までを募集期間としました。新聞広告に加え主要駅のポスターや車内広告、Facebookを活用した立体的な告知が功を奏し、家族で出かけた様子や、絶景ポイント、グルメや隠れた

観光スポットなど、幅広い層から1,166件の個性あふれる写真が投稿され、夏休み期間中の観光需要の拡大に寄与できました。



中日新聞2017年8月13日付

投稿件数
1,166件



中日新聞2017年9月28日付

特設サイトでは投稿作品全て(*)を公開



※「名鉄なつたび」アカウントをフォローし、「#名鉄なつたび」「#撮影場所」のハッシュタグをつけて、Instagramに投稿された作品

中日新聞×読売新聞共催セミナー

全国紙と連携しセミナーを開催

中日 東京

中日新聞社、読売新聞社の2社による共催セミナー(協賛:大東建託)を名古屋、東京の2都市で開催。当共催セミナーは、2015年度から開催されており、2017年度で3回目を迎えました。2社がお互いの強みや特長を活かしたセミナーでは、それぞれの主要発行エリアで多くの応募を獲得。また当日は、最近の不動産状況を的確に捉えたセミナー内容だったため、名古屋、東京両会場ともに歩留まりも高く、盛況のうちに終了。クライアントからも好評でした。

得。また当日は、最近の不動産状況を的確に捉えたセミナー内容だったため、名古屋、東京両会場ともに歩留まりも高く、盛況のうちに終了。クライアントからも好評でした。



中日新聞2017年8月17日付



読売新聞2017年6月26日付

【開催概要】

	日時	会場	募集媒体
名古屋会場	9月9日(土) 9:30~12:00	中日パレス	中日×読売
東京会場	7月22日(土) 10:00~12:10	品川イーストワンタワー	東京×読売



WE LOVE DRAGONS

SNSでの大反響を受け、グッズ化も!

中日 中スポ



中日新聞2017年3月27日~31日付

企業が中日ドラゴンズを応援する企画「WE LOVE DRAGONS」では、2017年3月、中日新聞と中日スポーツに「プロ野球開幕カウントダウン広告」を掲載。セ・リーグの他球団を連想させるイラストと球団マスコットのドラアを表現したクリエイティブがSNSなどを中心に一躍話題となりました。5月~6月には交流戦バージョンの新聞広告を掲載、さらにはグッズの発売もスタートしました。セ・リーグバージョンのグッズは、ネットショップ「47CLUB」で販売され、売り切れ商品が続出しました。

この企画では、広告会社や制作会社、中日ドラゴンズ球団などとの連携により、オリジナルグッズの開発・制作・販売を行い、大反響を呼びました。

【協賛】(掲載順)
 〈開幕時〉
 中日新聞
 CBCテレビ、エディオン、全日本空輸
 東海テレビ放送、スギヤマ薬品
 中日スポーツ
 CBCテレビ、東海テレビ放送
 エディオン、ぴあ
 〈交流戦時〉
 中日新聞
 CBCテレビ、中京テレビ、エディオン
 キクチメガネ、東海テレビ放送、全日本空輸
 中日スポーツ
 CBCテレビ、東海テレビ放送、エディオン
 損害保険ジャパン日本興亜



47CLUB
6/22~29
売れ筋ランキング
独占!!

日本脳神経外科学会第76回学術総会对談特集

医療の取り組みを市民に広く啓発

中日

医療の学会は毎年、各地で開催されており、そのプログラムの中で市民公開講座の開催など、市民への疾患啓発も学会にとって重要なことと位置付けている会も多い。今回の日本脳神経外科学会第76回学術総会では、市民に対して脳神経外科領域の疾患について啓発は行いたいものの、市民公開講座の開催はなかったため、学会開催当日に広く紙面で伝える対談企画を提案しました。学会からの広告予算では全面での特集が難しかったため、関連病院などから広告協賛をいただいた過去事例を提案。趣意書の作成から、関連病院への連絡、原稿作成までを手配し掲載にこぎつけました。

この紙面は学会当日にも増し刷りで5000部を配布し、学術総会大会長にも満足いただけました。



中日新聞2017年10月12日付



中日健康フェア

5年目を迎え、新しいコンテンツ「大人の健康テスト」を実施

中日



中日新聞2017年8月14日付

健康に関する情報を一堂に集約し、最新・最先端の医療情報をわかりやすく届ける「中日健康フェア」。参加者が楽しみながら健康意識を高められるイベントとして5回目の開催となりました。2017年は、自分の健康知識レベルを試せる「大人の健康テスト」も有料催事として実施。参加者は学生気分に戻って受験しました。無料で受けられる講座も80講座以上あり、総来場者数は9,800名で過去最高、大盛況のうちに終了しました。



- 【開催日】2017年9月2日(土)3日(日)
- 【場所】名古屋医専 総合校舎 スパイラルタワーズ
- 【内容】講座、展示、体験、簡易健康チェックブースなど
- 【主催】中日新聞社
- 【特別協力】学校法人日本教育財団 名古屋医専
- 【後援】名古屋市、愛知県、岐阜県、三重県、愛知県医師会、三重県医師会、愛知県看護協会、愛知県薬剤師会、三重県薬剤師会、日本作業療法士協会、愛知県作業療法士会
- 【特別協賛】セキスイハイム中部

来場者数 **9,800名**

知ってほしい甲状腺の病気

世界甲状腺デーにあわせて啓発

中日

認知度の少ない5月25日世界甲状腺デーにあわせた啓発を半年以上前から提案。2017年の日本甲状腺学会のテーマ「もの忘れと甲状腺」について、認知症専門医で甲状腺についてお話いただける先生を探るところから関わり、15段の掲載にまでいたりしました。

甲状腺疾患のシンボルマーク「パタフライリボン」のピンバッジのプレゼントには、初日から100件を超える応募があり、本企画の感想欄には、「この紙面を永久保存したい」などと、ありがたいコメントも寄せられました。疾患啓発は継続が重要。紙面の反響が来年につながる結果となりました。



中日新聞2017年5月21日付



初日から応募100件を超えた「パタフライリボン」のピンバッジプレゼント

医療・介護・福祉のシゴトとサービス

医療・介護・福祉業界で働く人々や活動を紹介

東京

昨年度に5回掲載した「医療・介護・福祉のシゴトとサービス」シリーズ。2017年度は東京都と高齢者福祉施設協議会6回、東京都理学療法士協会4回、介護福祉士・社会福祉士・保育士・栄養士・作業療法士をテーマに展開しました。東京新聞では、本特集を通じて医療・介護・福祉業界で働く方々の応援とその活動の発信に取り組んでいきます。



●東京都高齢者福祉施設協議会編

●東京都理学療法士協会編

●介護福祉士編



東京新聞2017年5月15日付



東京新聞2017年5月17日付



東京新聞2017年6月3日付

NIE全国大会 名古屋大会

様々な特集や企画を展開

中日

2017年8月3、4日に第22回NIE全国大会名古屋大会が名古屋市の名古屋国際会議場で開催されました。

NIEとは、「Newspaper in Education(教育に新聞を)」の略称で、新聞を教材として学校教育に役立てようとする取り組みのこと。「新聞を開く 世界をひらく」をスローガンとする本大会には教育・新聞関係者など約2,300人が参加しました。

この大会の主管社である中日新聞社では、7月29日付の中日こどもウィークリーNIE特別号センター版4P、8月3、4日付の中日新聞朝刊別刷各8ページ、3日付夕刊セクション折4Pなど様々な特集や企画を実施しました。数多くの企業や教育機関など幅広い広告主から集稿することができ、充実の紙面となりました。



大会会場のブースエリアにて実施企画の紹介と新聞の配布を実施



中日新聞2017年8月4日付別刷



LEGOLAND® Japan

オフィシャルマーケティングパートナー

中日

レゴランド®が名古屋市金城ふ頭に、日本初となるテーマパーク LEGOLAND® Japanを2017年4月にオープンさせました。中日新聞では、オフィシャルマーケティングパートナーとして、様々な特集を掲載しました。



中日新聞2017年3月18日付

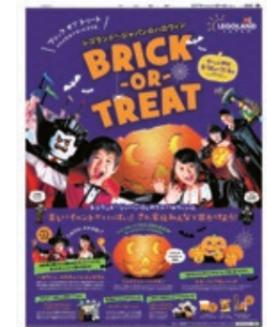


中日新聞2017年4月1日付

©2017 The LEGO Group.



中日新聞2017年7月15日付



中日新聞2017年9月14日付

「新聞で学ぼう!」企画

新聞をきっかけに学びを深める

中日

中スポ

中日

中日新聞・中日スポーツでは、2017年、NIE全国大会 名古屋大会が開催されるのをきっかけに年間を通じて「新聞で学ぼう!」企画を展開。読んで学べる紙面とともに様々なサービスや新商品など、読者の暮らしに役立つ情報を発信しました。「最新型スマートハウス特集」では、エネルギー自給自足について特集。新時代の「スマートハウス」を切り口にわかりやすく解説しました。「子ども記者体験」企画では作文で選ばれた5人の小学生がナゴヤドームの裏側を取材、まとめた記事の中日新聞の載録紙面に掲載しました。



中日新聞2017年1月27日付



中日新聞2017年3月10日付



中日ライフスタイルマガジン

高所得者向け新メディアを発刊

中日

以前から『名古屋地区の高所得者層にターゲットを絞って、情報を届けられないか』というご要望は多々頂いていました。効果的に高所得者層にリーチする「上質な暮らしを提案」をキーワードにした新メディア『中日ライフスタイルマガジン』を2017年11月19日に発刊しました。

初刊は世帯年収が1000万円を超える世帯が多く住む名古屋市東部から西三河地区にかけて約20万部を新聞折り込みしました。また、Web上でも見られるように、中日プラス内にページ掲出。2018年は、仕様を改善しつつより「上質」を目指して3~4回の発行を目指しています。

●CHUNICHI LIFESTYLE MAGAZINE



表紙

【仕様】

サイズ	A4
ページ数	16P
発行部数	20万部
配布形式	新聞折り込み

【Webサイト】
中日新聞プラス・紙面ビュー



<http://chuplus.jp/local/index.php>

HEART & DESIGN FOR ALL

誰もが暮らしやすい社会の実現へ

東京

“誰もが暮らしやすい社会の実現へ”を目標に、障がい者、高齢者、LGBT、外国人…など様々な個性・多様性を持つすべての人にとって暮らしやすくなる社会に近づけるよう、新聞紙面の掲載にとどまらず、Webサイト・SNSでの情報発信やイベントを通じて、理解促進に役立つ取り組みを実施しています。

LGBT編



東京新聞2017年4月29日付

パラスポーツ編



東京新聞2017年9月30日付



Facebookでも配信中

リポビタンD中日ドラゴンズボトル

「リポビタンDナイター」開催

中日 中スポ

2017年シーズン“熱い応援にファイト イッパーツ!”を合言葉に、大正製薬のリポビタンD限定商品『リポビタンD中日ドラゴンズボトル』が数量限定・販売地域限定で発売されました。その発売を記念して開催された『リポビタンDサンプリング(試飲会)』を実施し、来場者に約6,000本を配布、ドラゴンズファンの熱い声援を後押しする強力な源となりました。



中日新聞・中日スポーツ2017年5月16日付



当日のナゴヤドーム



サンプリングの様子



FC東京後半戦応援4P特集

ドド〜んと7種類の特別版で後押し

東中

中日グループでは、フレキシブルな多品種印刷やバリエーション印刷など、一部一部違う印刷の発行が可能です。イベントの話題づくりやイベント参加者へのサービスなど、様々なサービスとして利用しています。

2017年では、シーズン途中で劣勢に立たされていたJリーグ1部FC東京を盛り上げるべく、8月13日のホーム戦当日に東京中日スポーツで特集を掲載。その1ページを含む4ページを特別版として発行。フロントページを、大久保選手をはじめとする7選手で切り替えを行い、特別版として2万部を味の素スタジアムで配布しました。「全種類欲しい」というファンがいるほど、好評を得ました。



フロント紙面



4P



東京中日スポーツ2017年8月13日付

2-3P



第5章

インフォメーション

- 中日スポーツ・東京中日スポーツ 45
- 地域広告版 46
- 中日こどもウイークリー／サブメディア 47
- 中日新聞グループ主要Webサイト 48
- Web生活情報サイト 49
- 中日新聞クラウドファンディング サイト 50
- Web会員制サイト 51
- 中日新聞社広告大賞 52
- 企画反響レポート 53
- 中日新聞社の主催事業 & 表彰事業 54
- 読者を動かす中日新聞グループのリソース 55
- 入稿ガイド 56

中日新聞グループの歴史

中日スポーツ

中日ドラゴンズや名古屋グランパスをはじめとした地元チームの手厚い報道はもちろん、アマチュアスポーツなどの地域スポーツ、F1、公営競技、芸能や娯楽、釣り、レジャーなどのエンターテインメント情報まで幅広くカバー。広告も変形広告や記事体広告、リアルタイムアドなど多彩な展開が可能です。スポーツ紙の枠にとどまらないエンターテインメント紙として読者、広告主から高い評価をいただいています。



2017年8月7日付



2017年10月11日付



2017年3月4日付



2017年7月20日付

東京中日スポーツ

モータースポーツや中日ドラゴンズについての情報が充実。サッカーJリーグ・FC東京にフォーカスしたコンテンツも好評です。スポーツ紙では唯一、大学スポーツをメインに取り上げる「首都圏スポーツ」は、読者だけではなく学生スポーツ関係者からも支持をいただいています。広告企画も、ダイナミックなレイアウト、印象的なビジュアルで多彩な展開が可能です。



2017年3月4日付



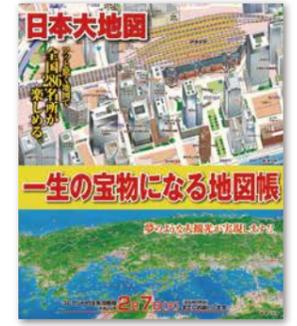
2017年4月28日付



2017年10月13日付

手軽さプラス新聞の信頼性。
 予算や内容に応じて、サイズやページ数、配布部数、エリアを選択可能。

- 新聞の信頼性の高さを手軽に活用
 中日新聞や東京新聞の題字やノンブルが刷り込まれます。
 手軽さ・迅速さに加えて、中日新聞社に寄せられる信頼性を活用いただけます。
- ページ数・サイズ・紙質ともご希望に応じて選べます!
 企画内容やご予算に応じて、ページ建てやサイズ、紙質の選択が可能です。
- DM、手配りなど他用途向きの増刷も対応OK!
 配布用の印刷以外の増刷もご相談ください。DMなどのセールスツールとしてご利用いただくことも可能です。
- 冊子タイプ、ハガキ付き、ミシン目入り印刷なども可能!
 保存性を高める冊子型、資料請求などに便利な返信用のハガキ貼り付けやミシン目を入れることもできます。

<p>ブランケット判</p>	<p>新聞と同じ大きさで、新聞広告と同じビジュアル効果が期待されます。</p>	<p>冊子型</p>	<p>冊子型は保存性を高めます。</p>
 <p>名鉄百貨店</p>	 <p>名古屋三越</p>	 <p>ユーキャン</p>	 <p>表紙</p>

ジョイントパンoram 新聞見開き紙面の両端を糊付けし紙面を更に左右につなぎ観音開きができます。使用目的が広がり、広大さとボリュームのある広告を実現できます。

AbemaTV (8ページ)



でらワイド 最大で新聞4ページ分の紙面(横幅1600mm)をつなげることにより注目率を飛躍的に高め、ワイドな紙面がインパクト抜群です(下の画像は3ページ分の紙面)。

発信できる情報は最大タタミ1畳分(新聞8ページ)!!

表



三交不動産 (6ページ片観音右開きタイプ)

裏

1200mm

中部9県の小学生を持つ家庭をターゲットとした「中日こどもウィークリー」。文字が大きく、ほぼ全ての漢字が振り仮名つき。ニュースを分かりやすく解説するほか地域の話題も豊富に盛り込んでいます。親子で楽しく学び、自分の頭で考える、活字の力で社会性を育む媒体として注目されています。



体裁:タブロイド判12Pオールカラー
 発行エリア:中部9県
 発行日:毎週土曜日

サブメディア フリーペーパー・フリーマガジン・雑誌

各エリアに密着したフリーペーパー・フリーマガジンのほか、3種類の雑誌を発行。中日新聞社発行という信用力に加え、明確なターゲット設定による広告コミュニケーションに最適です。

<p>●フリーペーパー</p>  <p>《静岡県西部》 中日ショッパー 発行エリア:浜松市を中心に県西部地区 部数: 195,000部 発行日:毎週金曜日</p>	<p>●フリーマガジン</p>  <p>《神奈川》 東京新聞TODAY 発行エリア:川崎市・横浜市鶴見区 部数: 160,000部 発行日:月3回金曜日</p>	<p>●フリーマガジン</p>  <p>《東海三県》 ami 配布先:名古屋を中心に東海三県のオフィス 部数: 140,000部 発行日:毎月第1金曜日</p>
---	--	--

●雑誌

 <p>月刊ドラゴンズ 80,000部 発行日:毎月22日</p>	 <p>GRUN(グラン) 50,000部 発行日:毎月12日</p>
---	---

●データブック

東海エリアデータブック 2018

東海エリアの今とこれからがわかるデータ集。愛知・岐阜・三重・静岡のエリア・マーケット動向の分析のほか、2018年以降のプロジェクトも詳しく紹介しています。

BS判:200頁
 定価:2,000円(税抜き)
 編集:中日新聞広告局、三菱UFJリサーチ&コンサルティング
 発行日:2017年12月22日(金)

中日新聞グループ主要Webサイト

「中日新聞 CHUNICHI Web」、「東京新聞 TOKYO Web」、「中日スポーツ・東京中日スポーツHP」はそれぞれが、ニュースサイトとして多くのアクセスを集めています。新聞社のサイトという特性から信頼を伴うブランディングにも優れており、広告展開には欠かせない媒体です。

中日新聞 CHUNICHI Web

http://www.chunichi.co.jp/ **5,008,896PV/月**

ニュース速報から地域ニュース、生活情報まで充実した情報を提供。東海エリアからのアクセスはもちろん、関東からも多くのアクセスを集めます。

スーパーバナー
テキスト広告
ラージレクタングル

東京新聞 TOKYO Web

http://www.tokyo-np.co.jp/ **6,851,123PV/月**

東京発の情報を日本全国に発信、東京の「今」が分かるサイト。国内、海外のニュースの発信はもちろん、ポータルサイトとしても多くのアクセスを集めています。

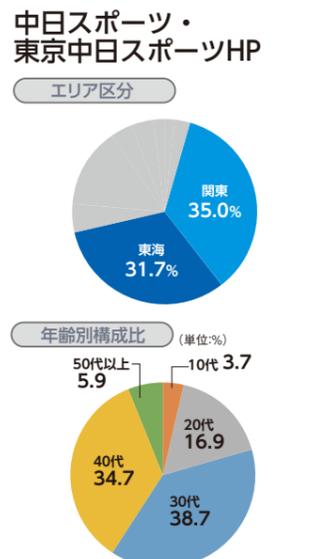
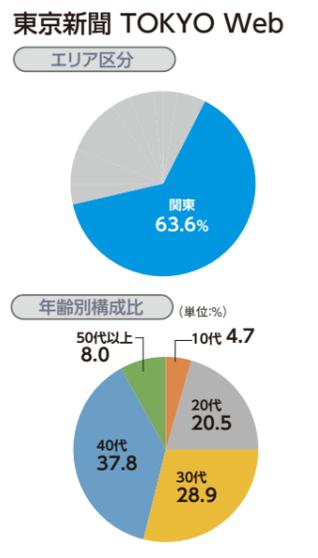
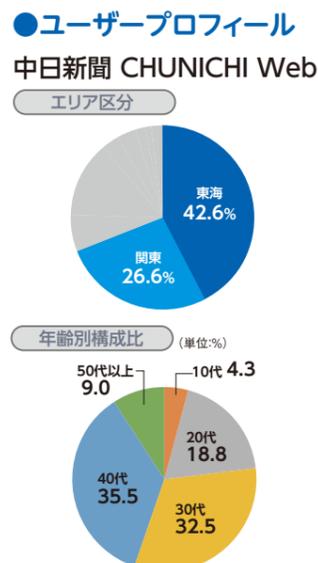
スーパーバナー
テキスト広告
ラージレクタングル

中日スポーツ・東京中日スポーツHP

http://www.chunichi.co.jp/chuspo/ **2,876,480PV/月**

ドラゴンズ、グランパスニュースはもちろん、FC東京、大リーグ、芸能ニュースなど幅広くニュースを発信。好奇心旺盛なユーザーが集まるサイトです。

スーパーバナー
テキスト広告
ラージレクタングル



Web生活情報サイト

様々な広告展開を検討する上で、ターゲットとなるユーザーにダイレクトに訴求する最適なサブサイトを取り揃えています。

オピ・リーナ

東海エリアの女性が集まる総合サイト。話題のトレンド情報を毎月紹介する特集をはじめ、美容、ファッション、グルメに関する情報、ブログ、コラムなどのコンテンツを提供しています。

約**35万** PV/月

PC版 スマホ版 <http://opi-rina.chunichi.co.jp/>

中日旅行ナビ「ぶらっ人」

旅を愛するユーザーに向けた旅サイト。様々な旅のスタイルを届けるコラムや観光地ブログ、おでかけ情報、旅行会社によるツアー情報などコンテンツ満載です。

約**10万** PV/月

PC版 スマホ版 <http://tabi.chunichi.co.jp/>

中日住宅ナビ

愛知・岐阜・三重の住まいに関する情報サイトです。このエリアの豊富な物件情報に加えて地域の住まいに関する様々なニュースを日々発信。紙面企画と連動した特集ページの展開も可能です。

約**10万** PV/月

PC版 スマホ版 <http://house.chunichi.co.jp/>

中日しごと情報

中部エリアを中心とする求人情報を提供しています。企業や団体の採用活動をサポートする各種プランを取り揃えており、充実した就職・転職情報を掲載しています。

約**8万** PV/月

PC版 <http://job.chunichi.co.jp/top.php>
 スマホ版 <http://job.chunichi.co.jp/sp/>
 携帯版 <http://job.chunichi.co.jp/m/>

中日ハートフルジョブ

医療・介護・福祉業界の求人情報を発信するサイトです。就職イベント、見学会・ボランティア情報などのほか、豆知識なども掲載中。業界を目指す人材と、法人をつなぐサポートをしています。

約**1万** PV/月

PC版 スマホ版 <https://heartfuljob.chunichi.co.jp/>

中日メディカルサイト

ユーザーの様々な要望に応える医療サイトです。地域の医療機関ニュースのほか、中部エリアを中心とした病院検索、最先端の医療情報、イベント情報、編集委員によるブログなどを掲載しています。

約**10万** PV/月

PC版 <http://iryuu.chunichi.co.jp/>

中日進学ナビ

中部地区の大学進学情報を発信。入試カレンダーで受験スケジュールを確認でき、願書・資料の一括請求も可能です。大学担当者が直接入力している最新情報も必見です。

約**10万** PV/月

PC版 <http://edu.chunichi.co.jp/>
 スマホ版 <http://edu.chunichi.co.jp/smp/>

中日環境net

中部地区の最新環境ニュースやコラム、エコイベントを紹介しています。愛知・名古屋は環境がテーマとなった万博やESDユネスコ世界会議が開催されるなど、環境への意識が高いエリアです。

約**1万** PV/月

PC版 <http://eco.chunichi.co.jp/>

中日 看護師のたまごナビ

看護師として医療現場を目指す方向けの求職サイトです。実際に働いている方からのメッセージや最新ガイダンス情報、見学会・インターンシップ情報などを発信しています。

約**2万** PV/月

PC版 <http://job.chunichi.co.jp/tamago/>
 スマホ版 <http://job.chunichi.co.jp/tamago/sp/>
 携帯版 <http://job.chunichi.co.jp/tamago/m/>

中スポゴルフナビ

中日スポーツ・東京中日スポーツと連動した総合ゴルフ情報サイト。スマホにも対応し紙面掲載のゴルフ場予約情報をウェブ上で確認できます。

約**1万** PV/月

PC版 <http://speed.chunichi.co.jp/golf/>
 スマホ版 <http://speed.chunichi.co.jp/golf/sp/>

※User Insightによる計測(期間:2017年1月1日~6月30日)
 ※エリア区分は、推定視聴ページ数別で集計しています。

※PVデータは年間平均です

インフォメーション

夢チューブ 中部エリアの地域活性化を応援!

中日新聞社では、2017年9月、クラウドファンディングサイト「夢チューブ」をスタートしました。中部エリアにおける様々な夢を叶える「場」とし、地域活性化や伝統文化の保存、社会をより良くする取組などに挑戦する人と、それを応援する人とを、インターネットを通じてつないでいきます。

「夢チューブ」への起案は法人・団体を対象とし、中部エリアを中心に幅広く募集しています。サイトへの起案掲載は無料で、プロジェクト成立時のみ手数料が必要となります。

仕組みは、支援に対して相当なモノやコトをリターンする「購入型クラウドファンディング」。事前に支援を募って事業を実現する手法となるため、低リスクでチャレンジを行うことが可能です。

資金調達は、目標金額に到達した場合のみ実施する「目標達成型」と、目標金額に到達しない場合でも集まった金額を調達して実施する「実行確約型」の2種類。掲載にあたっては中日新聞社による審査が必要条件となります。サイト告知は、中日新聞のほか、ホームページなども活用し、新聞読者を中心に幅広くリーチします。

【クラウドファンディングイメージ】



●「夢チューブ」のWebサイト



<https://chunichi-yume.en-jine.com/>

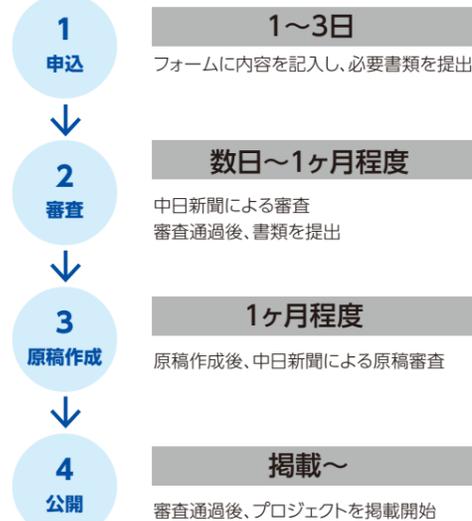
【様々なメリット】

資金集めだけでなく、PRや予約販売など様々な効果。課題解決ツールのひとつとして活用が可能。

- +** 予約販売・事前集客
商品発売前・イベント開催前などに受付、在庫調整。
- +** テストマーケティング
価格・カラー・機能などニーズを把握。
- +** プロモーション/PR
支援者のSNS等での拡散、メディア掲載が期待される。
- +** 販売チャネル開拓
クラウドファンディング実績により交渉力が高まる。
- +** ブランディング
可視化された支援により信用力が高まる。

【プロジェクト掲載までの流れ】

審査完了後、掲載まで最短1ヶ月程度です。



中日新聞プラス

<http://chuplus.jp>

中日新聞・北陸中日新聞・日刊県民福井の定期購読者向けの会員制サービスです

会員の対象は、新聞を定期購読している世帯の個人。家族それぞれが会員となります。会員=新聞読者のため、新聞広告との連動やエリア限定のプロモーションに最適です。また、メールマガジン「中日プラスウィークリー」も定期配信。新聞読者への情報発信にご活用いただけます。

主なコンテンツ

中部9県/紙面ビュー/過去記事/ニュース特別便/中日ボイス/サンデー懸賞/プレゼント/クーポン/イベント/達人に聞け/天気・道路・鉄道・航空情報 など

広告枠

- スーパーバナー (トップ・中面)
- ラージレクタングル (トップ・中面)
- テキスト広告 (トップ・中面)
- スマホバナー (トップ・中面)

アクセス数

- 3デバイス合計 4,714,295PV/月
- スマホ版 2,558,320PV/月
- PC版 2,077,793PV/月
- 携帯版 78,182PV/月

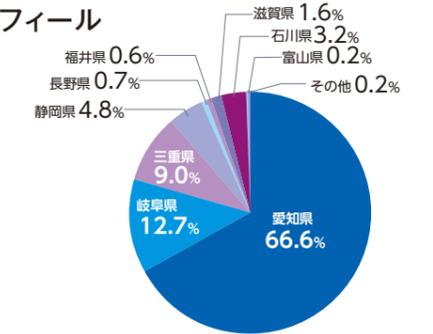
※PVは2017年1~6月の総PV1ヶ月あたりの平均値です。



会員数 303,753人

会員プロフィール

居住地域



※会員数・会員のプロフィールは2017年9月1日現在の数値です。

東京新聞電子版(有料)

東京新聞電子版は、紙面をそのまま、スマホ、タブレット、PCでいつでもどこでも読むことができます。過去5年間の記事の検索が可能で、「スクラップ帳」機能もあります。



ドラゴンズ情報(有料)

ドラゴンズの全試合をほぼリアルタイムで伝える実況中継のほか、選手の最新トピックスなどドラゴンズ専用サイトの掲載のコンテンツでお届けしています。スマートフォン版は選手へのインタビューの動画等も楽しめます。



トーチュウF1 EXPRESS(有料)

F1、WGPなどをはじめ、モータースポーツ情報が満載のサイト。40カテゴリー以上にわたるメニューを用意し、最新ニュースやレーサーコメントなどを配信中です。



中日新聞社が発行する中日新聞、東京新聞、中日スポーツ、東京中日スポーツにご出稿いただいた広告を対象とし、部門ごとに審査を実施、選ばれた新聞広告の中から最優秀賞・優秀賞を決定します。読者自身が日常の視点で新聞広告を評価し選出されたものを専門家が審査するのが特長です。

第8回中日新聞社広告大賞

一般紙の部
最優秀賞
東京都交通局



東京新聞2016年5月20日付朝刊ほか 2段×50回・7段×5回・15段×2回(シリーズ)

スポーツ紙の部
最優秀賞
株式会社横浜DeNAベイスターズ



東京中日スポーツ2016年9月29日付

第8回中日新聞社広告大賞の受賞作品、過去の受賞作品は ▼



http://www.tokyo-np.co.jp/approach/awards/s_chu.html

第9回中日新聞社広告大賞 実施要項

対象期間	2017年4月1日付から2018年3月31日付	
対象広告／一般紙の部	中日新聞・東京新聞朝・夕刊のいずれかに掲載された記事下広告及び小枠広告(連合広告をのぞく)シリーズ広告は全体で一点とする。	
スポーツ紙の部	中日スポーツ・東京中日スポーツのいずれかに掲載された記事下広告及び小枠広告(連合広告をのぞく)シリーズ広告は全体で一点とする。	
お問い合わせ先	「中日新聞社広告大賞」事務局 中日新聞名古屋本社広告局営業推進部 東京新聞(中日新聞東京本社)広告局営業推進部 TEL 052-221-0483 TEL 03-6910-2483	

※第10回中日新聞社広告大賞は2018年5月頃にご案内予定です。

AD FILE

中日新聞グループ各紙の最新ニュースをはじめ各種の業界情報や地域の話、掲載事例や反響データなどの情報発信を目的としています。



編集発行:中日新聞社広告局
発行形態:A4版16頁フルカラー(隔月発行)予定

印刷部数:約1,700部

送付先:広告主(宣伝担当者宛)、取引広告会社、関連会社、制作会社などへ郵送

「AD FILE」バックナンバー
<http://www.tokyo-np.co.jp/approach/adfile/new/saishin.html>

ACTION 企画反響レポート

中日新聞グループの広告事例をメールで配信し、新聞広告を活用した具体的なマーケティング手法を紹介しています。



中日新聞Vol.310「AICHI脱ワースト2017秋の交通安全県民運動」



東京新聞Vol.112「全国餃子まつり in かわさき」

編集発行
中日新聞社広告局

配信形式
メール配信

配信頻度
随時

配信先
広告会社、制作会社など
広告業界の方を中心とした希望者
(2017年10月時点では約2,000名に配信)

「ACTION」バックナンバー
http://www.tokyo-np.co.jp/approach/capli/capli_ind.html

中日新聞社は、展覧会・スポーツ・シンポジウムなどの大型イベントをはじめ、地域に親しまれ密着した事業を各地で開催しています。また例年、幅広い社会活動分野での表彰事業も実施しています。

●おもな主催事業[2017年]

月	イベント名	場所
1月	ゴッホとゴーギャン展	愛知県美術館
	永青文庫展	名古屋市美術館
	改組新第3回日展東海展	愛知県美術館ギャラリー
2月	名古屋フィギュアスケートフェスティバル	日本ガイシアリーナ
	常陸宮賜杯第67回中部日本スキー大会	岐阜県上山市・ダイヤモンド、ディリー郡上・牧野の聖クロスカントリーコース
	第35回犬山国際友好シティマラソン	犬山市
	第38回中日西濃駅伝	大垣市～海津市～輪之内町
	第10回美(うま)し国三重市町対抗駅伝	津市～伊勢市
	ワンワンといっしょ!夢のキャラクター大集合	日本ガイシホール
	スター・ウォーズ展	名古屋城天守閣
	わんにゃんドーム2017	ナゴヤドーム
	HAPPY MAMA FESTA	ナゴヤドーム
	宝塚歌劇雪組公演「星逢一夜」[Greatest HITS]	中日劇場
3月	三菱東京UFJ銀行賞賛資料展 歌川広重 東海道五拾三次展	名古屋ポストン美術館
	名古屋シティマラソン2017	愛知県名古屋市
	名古屋ウィメンズマラソン2017	愛知県名古屋市
	第8回穂の国・豊橋ハーフマラソン	豊橋市内
4月	東山動物園開園80周年記念事業	東山動物園
	京都市美術館名品展-京の美人画100年の系譜	岡崎市美術館
	東山魁夷 唐招提寺御影堂障壁画展	豊田市美術館
	トヨタ・マスター・プレイヤーズ、ウィーン	日本特殊陶業市民会館フォレストホール
5月	2017さくら道国際ネイチャーラン	名古屋市～郡上市～金沢市
	第7回高橋尚子杯びっく清流ハーフマラソン	岐阜市内
	第58回中日クラウンズ	名古屋ゴルフ倶楽部
	奥三河パワートレイル	愛知県新城市、設楽町、豊根村
6月	フタエみらい花フェスタ	久屋大通庭園フラリエ
	第42回中日いけばな芸術展	松坂屋名古屋本店7階
7月	家康の肖像と東照宮信仰展	岡崎市美術館
	日本デパート150周年記念 スケートマークの芸術家村	碧南市藤井達吉現代美術館

月	イベント名	場所
6月	ボストン美術館 パリジェンヌ展	名古屋ボストン美術館
	ミュージカル「グレート・ギャツビー」	中日劇場
7月	開館35周年記念 テオ・ヤンセン展	三重県立美術館
	奈良美智展	豊田市美術館
	田淵俊夫展	メナード美術館
8月	大相撲名古屋場所	愛知県体育館
	ゴジラ展	名古屋市博物館
	中日新聞のESD 地球未来こども塾	中部国際空港他
	ロボカップ2017名古屋世界大会	ポートメッセなごや
9月	2017中日ドラゴンズカップ中学硬式野球大会	ナゴヤドームほか
	第47回中部日本地区選抜中学軟式野球大会	ナゴヤドーム
	につぼんど真ん中祭り	名古屋市内各所他
	漫画界のレジェンド 松本零士展	豊橋市美術館
10月	英国・国立ウェールズ美術館展-ターナーからモネへ	岡崎市美術館
	ナゴヤドーム6時間リレーマラソン2017	ナゴヤドーム
	メニコンカップ2017日本クラブユースサッカー東西対抗戦(U-15)	パロマ瑞穂ラグビー場
	ミュージカル「レ・ミゼラブル」	中日劇場
11月	開館30周年記念 コレクション名作展 メナード美術館30のテーマ	メナード美術館
	ランス美術館展	名古屋美術館
	名匠狂言会	名古屋能楽堂
	将棋日本シリーズ Jプロ公式戦/テーブルマーク子ども大会	ポートメッセなごや
12月	やっとかめ文化祭	名古屋市内各所
	備える!中日サバイバルキャンプ	名古屋大学減災館、鞍ヶ池公園
	ボストン美術館浮世絵名品展 鈴木春信	名古屋ボストン美術館
	再興102回院展	松坂屋美術館
1月	いびがわマラソン	岐阜県揖斐川町
	JAバンクあいちドームドッジ2017 in ナゴヤ	ナゴヤドーム
2月	シャガール展	名古屋市美術館
	豊田国際体操競技大会	スカイホール豊田

「名古屋ウィメンズマラソン」

国際陸上競技連盟 (IAAF) による世界ロードレースの格付けにおいて、最高位に位置する「ゴールドラベル」に認定された世界も注目するマラソン大会です。大会期間中、ナゴヤドームではマラソンEXPOも同時開催されます。

「大相撲名古屋場所」

1958年より日本相撲協会と共催で名古屋場所を開催しています。年6場所のうち、日本相撲協会以外が主催元に名を連ねる唯一の本場所です。



●おもな表彰事業

- 中日体育賞 / 日本アマチュアスポーツ界で最も顕著な成績を挙げた個人、団体を対象。
- 中日農業賞 / 中部9県で新しい農業と地域振興に取り組む青年農業者らに贈呈。
- 中日文化賞 / 優れた文化的業績を挙げた中部地区に関係する人や団体を表彰。
- 中日教育賞 / 教育現場で優れた業績を挙げた中部地区の教育者を表彰。
- 中日産業技術賞 / 独創的、先端的な技術・製品を開発した企業や団体などを表彰。



住まいづくりの情報拠点
「中日ハウジングセンター」

中日ハウジングセンターは、愛知・岐阜・静岡で計7会場を展開する中日新聞社主催の総合住宅展示場です。人気ハウスメーカーの最新モデルハウスが多数展示されているのはもちろん、週末には各種イベントや相談会なども開催。ファミリー層を中心に多くの来場者で賑わっています。

また、子育てママや地区で活動するシニアの団体に、会議スペースやイベントステージを無料で提供しており、住まいづくりの情報拠点としてだけでなく、地域コミュニティの場としての役割も担っています。

実物大の住まいを体験



住宅展示場一覧

- <愛知県> 神宮東中日ハウジングセンター (名古屋市熱田区)
- 黒川東中日ハウジングセンター (名古屋市北区)
- 岡崎中日ハウジングセンター (岡崎市昭和町)
- 豊橋中日ハウジングセンター (豊川市篠東町)
- <岐阜県> 大垣中日ハウジングセンター (大垣市鶴見町)
- 可児中日ハウジングセンター (可児市下恵土)
- <静岡県> 浜北中日ハウジングセンター (浜松市浜北区)

※各会場の詳細はホームページよりご確認ください。
<http://www.chunichi-hc.ne.jp/>



地域の情報ステーション
「中日新聞販売店」

■「数字で見る中日新聞販売店」

- 販売店の数 ⇒ 約1,400店 (愛知県・岐阜県・三重県・滋賀県・長野県・福井県・静岡県)
- 従業員数 ⇒ 約34,000人
約19,000人が地元の女性従業員 (平成29年10月1日現在)
- 販売店が協力する地域事業の数 ⇒ 年間1,800回以上

■中日新聞販売店の顕著な地域貢献例

〈地域で行われる夏の盆踊りへのやぐら貸し出し、設営〉
名古屋市の中日新聞販売店会ではやぐらを数十基所有。毎年夏に地域で行われる盆踊り大会に無償で貸し出ししており、地域の住民から大変喜ばれています。こうした活動が評価され、「中日新聞名古屋中日会」は日本新聞協会「地域貢献賞」を受賞しました。



販促・イベントに活用
「中日ビル」

中日ビルは、名古屋の繁華街・栄地区のランドマークとして、半世紀にわたって地域に親しまれてきました。地下鉄「栄」駅に直結する抜群の利便性と、ショッピング、観劇、カルチャースクールといった様々な目的の来場者で賑わうのが特徴です。

「中日劇場」「中日文化センター」「中日パレス」をはじめ、飲食からファッション・雑貨などの専門店街「中日ビルタウン」、地域情報を発信する都道府県の名古屋事務所が集まる「全国物産観光センター」など多彩な施設が入居しています。

中日ビルは2019年3月の閉館が決まっており、2020年代半ばに新たな文化・交流の拠点として生まれ変わる予定です。



中日ビル全景

■活用事例
face to faceで読者に直接アプローチ
(新聞広告+戸別手渡し配布)

名古屋市内に270以上の販売店を有する中日新聞。地域に根ざす事業展開を生かした商品が新聞販売店による「ナゴヤ戸別手渡し配布」です。冊子やチラシ、サンプル品を一軒ごと、玄関先で確実に「手渡し」する販促プラン。新聞広告でリーチを稼ぐとともにダイレクトなアプローチによる告知展開が可能です。



■実施例

缶ビールの新商品発売にあわせ、集金時にサンプル品とキャンペーンチラシを配布。キャンペーン告知を効果的に行いました。

- ※戸別手渡し配布は新聞広告出稿とセットで承ります。
- ※新聞購読料の集金時に情報紙「Life(シーライフ)」や領収書と一緒に手渡します。
- ※自動振替などの読者宅にはポスティングによる配布が可能です。
- ※名古屋市以外での実施についてはご相談ください。

●ターゲットを絞って効率よく!セグメント配布

一戸建て住宅と集合住宅の住居形態別など、中日新聞販売店の情報網を最大限に活用し、広告主のニーズにあわせたセグメント配布に対応します。実施可能なセグメント内容についてはお問い合わせください。

中日新聞グループ各紙では、独自の広告掲載システムをとっています。
 確かなタイミング・面による、さらに高い注目率と効果を手に入ってください。

広告掲載システム

ご出稿を早目にお申し込みいただくことで、ご希望に沿った掲載日、掲載面を早期に確定できます。受付は次の3段階に分けて実施いたします。

- 第一次／掲載日のみを確定してお返事します。
- 第二次および第三次／掲載日と面を確定してお返事します。(一部保留させていただくこともあります)
- 第三次以降／従来通り受け付けお返事します。

※特定面とは、一面、社会面、第2社会面、ラジオ面特枠(中日新聞朝刊)、TV面です。
 ※左記の日程は、当日が土・日・祝日の場合、申込日は繰り上げとなります。
 ※場合によっては一部保留させていただくこともあります。
 ※小枠広告は前月15日が締切になります。当日が土・日・祝日の場合は繰り上げとなります。

	第一次	第二次	第三次
締め切り	前々月20日	前月10日 (特定面については前月の5日)	前月20日

原稿サイズと提稿

■原稿サイズ

縦のサイズ							横のサイズ			
全15段	10段	7段	5段	3段	2段	1段	見開き	全幅	半幅 (1/2割)	1/4割
514mm	342mm	239mm	170mm	101mm	66mm	32mm	788mm	382mm	190mm	94mm

■小枠広告

中日新聞・東京新聞の小枠広告についての詳細は、「小枠広告ガイド」をご参照下さい。
 サイズと料金を掲載しています。



●必要色ゲラ枚数

- 中日新聞朝刊 …… 22枚
- 中日新聞夕刊 …… 11枚
- 中日スポーツ …… 15枚
- 東京新聞朝刊 …… 8枚
- 東京新聞夕刊 …… 8枚
- 東京中日スポーツ …… 3枚
- 北陸中日新聞朝刊 …… 3枚
- 北陸中日新聞夕刊 …… 3枚
- 日刊県民福井 …… 3枚

■提稿について

1) オフラインでの送稿(モノクロ)

- ・原稿の提稿締切時間…朝刊は組日夕方5時まで
夕刊は前日夕方5時まで(日・祝除く)
- ・原稿の提稿方法…CDなどのメディア及び出力見本と掲載データ確認書

2) オフラインでの送稿(カラー)

- ・原稿の提稿締切時間…朝夕刊とも組日3日前(日・祝除く)
- ・原稿の提稿方法…CDなどのメディア及び必要枚数の色ゲラと掲載データ確認書

3) オンライン(デジタルSEND)での送稿(モノクロ、カラーとも)

- ・中日グループでは、デジタルSENDを利用したオンライン送稿に対応しています。
- ・カラー広告の色ゲラに関しては、別途必要枚数を送付願います。

詳しい情報は、ホームページ(<http://www.chunichi.co.jp/approach/>)内のデジタル入稿ガイドをご覧ください。

※Photoshopでのデータ入稿は受け付けておりません。

※変形広告の場合は早めの提稿をお願いいたします。なお、事前にダミー版によるサイズ確認等を行うことがありますので、詳しい提稿スケジュールは広告局整理部までお問い合わせください。

お問い合わせは

中日新聞名古屋本社 広告局整理部 …… 052(221)0716
 中日新聞東京本社 広告局整理部 …… 03(6910)2507

[中日新聞グループの歴史]

年	出来事
明治 17.9.25	東京・銀座「新聞町」にて『今日新聞』創刊
19.3	大島宇吉ら自由民権運動の同志が、名古屋市宮町で『無題号』を、また竹内善七ら文化人が『金城たより』創刊
20.7.31	無題号を発展、日刊『愛知絵入新聞』を創刊
21.7.5	愛知絵入新聞を『新愛知』と改題
21.11.16	今日新聞を『みやこ新聞』と改題
22.2.1	みやこ新聞を『都新聞』と改題
23.2.1	『国民新聞』創刊
27.4.21	金城たよりを『真金城』と改題
29.7.7	真金城を『中京新報』と改題
39.11.3	中京新報を譲り受けて『名古屋新聞』を創刊、真金城からの紙齢を引き継ぐ
昭和 8.5.1	新愛知が『国民新聞』の経営権を譲り受け、東京に進出
17.9.1	新愛知と名古屋新聞社が合併、株式会社中部日本新聞社を設立。『中部日本新聞』を創刊
17.10.1	都新聞と国民新聞が合併、『東京新聞』を創刊
27.3	『北陸新聞』創刊
29.2.25	『中日スポーツ』創刊
31.2.23	『東京中日新聞』創刊
35.11.1	『北陸中日新聞』創刊。北陸新聞から紙齢を引き継ぐ
38.11.1	中部日本新聞社と東京新聞社が業務提携
40.1.1	中部日本新聞を『中日新聞』と改題
42.10.1	東京新聞社の営業権譲り受け、『東京新聞』を発行。品川の新社屋に中日新聞東京本社を置く
45.3.1	東京中日新聞を『東京中日スポーツ』と改題
52.7.1	『日刊福井』創刊
56.4.25	東海本社開設 4本社体制となる
平成 5.1	中日新聞社と日刊福井業務提携
6.6.15	日刊福井を『日刊県民福井』と改題
18.10.1	中日新聞東京本社を品川から日比谷へ移転
22.10.12	中日新聞北陸本社を移転
22.12.1	品川フロントビル完成
23.8.6	『中日子どもウイークリー』創刊
24.6.12	会員制インターネットサービス『中日新聞プラス』サービス開始
26.8.1	『東京新聞電子版』サービス開始
28.9.1	中日新聞社創業130周年

