

データマーケティングで 広告主と生活者をつなぐ提案

読売新聞東京本社は、2023年6月に社長直属部署と広告局の一部を再編・統合し、イノベーション本部を新設しました。新聞社らしい公共性・公益性を兼ね備えた営業・企画立案部署として、読売新聞グループのリソースも活用しながら、広告に限らないさまざまな課題解決を提案していきます。

グループリソース活用の一例が、「YOMIURI X-SOLUTIONS(YxS)」です。ソニーグループでマーケティングテクノロジー事業を行うSMN株式会社との業務提携を通じて設立し、独自の広告配信ブ

ラットフォームである「YxS Ad Platform」によるデジタル広告配信サービスを提供しています。

読売グループが保有する530万のID属性に加えて、グループ各社が運営するサイトの閲覧履歴など2.4億ユニークブラウザ分のデータを蓄積したデータ基盤である「yomiuri ONE」、インターネット接続テレビ1000万台分のテレビ視聴データを持つSMN社の「TVBridge」、800万IDを抱える大日本印刷のハイブリッド書店「honto」のアクセスデータも活用可能で、

読売新聞東京本社
イノベーション本部専門委員
國谷 一樹 氏 (くにや・かずき)

3マス媒体を起点とするデータマーケティングを可能にしました。

YxS設立2年目の23年度は、自動車メーカー、外資系製薬会社、大手金融会社などから、すでに前年度を上回る件数を受注しています。また「yomiuri ONE」とタイアップページを組み合わせ、ユーザー分析とターゲティング広告配信を繰り返し行い、広告キャンペーンを総合的にプロデュースした事例もあります。

イノベーション本部では、データをはじめとするグループ資源を総合的に活用し、よみうりランドのイベントや、東京ドームの大型ビジョン、読売旅行の主催ツアーなど新聞以外のさまざまなタッチポイントも生かして、広告主と生活者をつなぐための提案を生み出していきます。

※各種データは、2023年11月1日現在



YOMIURI X-SOLUTIONS



詳しくはこちらから

「うまい森青いもり」で県の魅力発信

東奥日報社は、青森県内の多彩な食と物産の魅力を県内外に発信する「うまい森青いもり事業」を2016年から実施しています。

青森県の食と言えば、「大間のまぐろ」やリンゴが全国的に有名ですが、その他にも全国に誇れる県産品が多数あります。しかし、多くの市町村が、効率的にどうPRすればよいか、悩んでいました。

そこで、当社が持つあらゆるメディアコンテンツを活用した効率的なPR、さらに実収入につながるイベントを展開する新企画を立案し、各自治体に働きかけました。現在は「魅力ある事業」として、県内40市町村のうち35市町村が協賛しています。

事業の主な内容は①首長が自慢の一品を紹介する特集紙面②地域活性化アイドルがナビゲーター役で各市町村を訪ね、逸品を

東奥日報社
広告局営業部長
柏崎 広樹 氏 (かしわざき・ひろき)



22年11月29日開催の物産フェア(青森市)スを出店し、大きな関心を集めました。固定ファンも多く、今では秋の恒例行事として人気を呼び、来場者からは「一度にいろいろな市町村の特産品を買うことができうれしい」という声が多く寄せられています。

中には、フェア後、もう一度購入したいと現地を訪れる県民もいます。まさに事業の狙いはそこにあります。「地域のために」をさらに推進していくため、今後、より一層、魅力ある事業を展開していきたいと考えています。



2023年5月29日付

紹介する連載記事及び動画配信③物産フェアの開催——の三つです。

事業の目玉が物産フェアです。2年前までは青森、弘前両市で開催し、2日間で約1万5千人が来場しました。さらに、22年からは全国的に有名な八戸市の館鼻岸壁朝市にもブー

心豊かに長寿社会を生きるためのプラットフォーム 信州健康長寿研究室

信濃毎日新聞は2023年7月、創刊150周年を迎えました。その節目を記念して、高齢化社会を心豊かに“生き抜く”ためのプラットフォーム「信州健康長寿研究室」を立ち上げました。

長野県は、平均寿命の長さとともに、自立した生活を続けられる「健康寿命」でも

全国トップクラスの地域。日本が世界中でも長寿国になっていることを考えると、長野県は世界に誇る長寿県である、とも言えます。「人生100年時代」とも言われる中、単に命を長らえるだけでなく、心身ともに健やかに生きる「健康長寿」への県民の関心は、年を追うごとに高まっています。



2023年7月5日付(別刷り特集)

「信州健康長寿研究室」は、健康長寿のための取り組みへの機運を高め、長野県をその関連産業の先進地域にすることを目指してスタートしました。その最初として、広くこの狙いを知ってもらうために24ページの別刷り広告特集を発行しました。

特集紙面では、「自分の内面に気づいて、自分をよりよく整える『マインドフルネス』に取り組もう」(『スタンフォード・ソーシャルイノベーション・レ

信濃毎日新聞社
マーケティング局営業部次長
藤森 栄志 氏 (ふじもり・えいじ)

ビュー日本版」共同発起人の井上英之さん)、「世界の視点から気づく信州の発酵食の魅力と価値」(世界の台所探検家、岡根谷実里さん)など、さまざまな立場から健康長寿のあり方を提案。長野県内各地の特徴的な取り組みも紹介しながら、「信州で心豊かに長い人生を生きていこう」と訴えかけました。

続いて信濃毎日新聞が提供する「信濃毎日新聞デジタル」内に「信州健康長寿研究室」のサイトを開設。別刷り紙面では収めきれなかった、識者の考え方や思いを深掘りして伝えています。同サイトではさらに、健康長寿に特化した情報や製品販売など、新たなコンテンツを増やしていく予定。スポンサーや地域住民とともに、「一生楽しめる地域」づくりに参与したいと考えています。



詳しくはこちらから

地域の民俗芸能、継承の契機に ユネスコ無形文化遺産登録特集

2022年11月、国連教育科学文化機関(ユネスコ)の無形文化遺産に24都府県の風流踊41件が登録されました。香川県からは「綾子踊」(まんのう町)と「滝宮の念仏踊」(綾川町)の2件が含まれ、四国新聞は23年3月24日付で本紙8ページの登録記念特集を掲載しました。

「登録は古里の踊りを受け継いできた人々にとって、これ以上ない喜び。踊りの

歴史を紹介する記事だけでなく、紙面で何か記念に残ることができないか」——。特集の広告面では、両町の担当者と議論を重ねた末に、地元出身の画家・池原昭治さんに二つの踊りを新作として描いてもらい、特集の目玉となる見開き2ページの広告が実現しました。

池原さんは、テレビ番組「まんが日本昔ばなし」の作画担当などで知られる画家で

四国新聞社
広告局企画開発部長
広瀬 大 氏 (ひろせ・だい)

す。短い制作日数でしたが、里山ののどかな風景の中、素朴で愛らしい踊り手たちが舞い踊る素晴らしい作品を仕上げてくださいました。紙面は関係者に好評を得て、うち綾川町は池原さんの原画を購入。23年8月下旬に行われた「滝宮の念仏踊」では、原画を印刷した竹製のうちわを制作し、奉納会場で来場者に配布しました。

登録された二つの風流踊は、毎年のように水不足に悩まされる香川県を代表する「雨乞い踊り」です。とはいえ、全国的に知名度の高い行事ではありません。地域の人々が黙々と懸命に守り伝えてきた踊りです。そうした伝統行事は今回登録されたものに限らず、香川県にも全国にも多数存在し、いずれも少子化などに伴う担い手不足に直面しています。郷土の宝である民俗芸能の保存継承に、地方紙として記事はもちろろん、広告でも貢献できるはずだとの思いを新たにしました。



2023年3月24日付 15面



3月24日付 18・19面