



KEY TOPIC

さらなる成長で日本を活性化 地域と共に 飛躍する2023年

あけましておめでとうございます。主力商品『地域みっちゃく生活情報誌』と連動したアプリ企画を積極的に実施し地域の活性化、そして日本全国の元気を取り戻すべく奔走した2022年。新年も心意気を変えずに、広告業を通じた地域の活性化にまい進いたします。うさぎのように飛躍を続けてまいりますので、2023年も変わらぬご指導を、よろしくお願い申し上げます。



歩みを止めることなく 挑戦し続ける中広グループ

2022年の締めくくり、1年の漢字に「戦」が選ばれました。戦争の恐ろしさのほか、円安・物価高による生活での「戦い」、スポーツでの「熱戦」や「挑戦」が注目されたことが理由と発表されました。コロナ禍の苦境だけでなく、北京2022冬季オリンピックやFIFAワールドカップ2022など、世界の舞台での日本人の活躍に多くの人が熱狂し、勇気づけられた1年でした。

当社も新体制、新商品、新企画への挑戦、そして新しい仲間を迎え入れての飛躍の年でありました。読者、クライアントに支えられ、「紙

の配布」と「ウェブ」との共創の先駆者として走り続けられましたことに、感謝いたします。日本経済に目を向けると消費の拡大が予想され、なかでもコロナ禍前を超えているとされる飲食店の回復を中心に個人消費への期待が高まっています。2022年上期の商業販売額は前年同期比6.5%増加の約284兆円。百貨店やドラッグストア、コンビニエンスストアなどで販売額の増加が顕著でした。10月には景気動向指数が3カ月連続で改善。コロナ拡大前の水準を上回ったと発表されました。旅館・ホテル、そして飲食店の大幅改善は地域で商業をする人だけでなく、地域全体の元気に繋がりました。我々の使命は広告業を通じて個人の消費を上げることです。そして

情報発信によって、その機運を高めることで、幅広い業種においてコロナ禍以前を上回る活気づくりに貢献できるよう、敏感に消費行動を読み取り、地域を支えていきます。さて、2023年、当社は創業45周年を迎えます。2022年6月に就任しました大島啓社長のもと、DX化を随所に取り入れ広告を科学。引き続き、新しい時代の広告提案を進めてまいります。当社の社訓は「飲水不忘掘井人」です。これは水を飲むときに、井戸を掘った人のことを忘れまいという意味です。45年前の創業に尽力いただいた方、当社の発展のためこれまで叱咤激励いただいた皆様、そして地域読者、クライアントへの感謝を忘れることなく、成長に努めます。

各部門の責任者そして多様な働き方で活躍する社員が2023年の抱負を語ります

地域の課題に真正面から取り組む情報誌



ケイ・クリエイティブ本部長兼
中広名古屋ブロック長
今井大介

世界的に不安定な情勢が続いていますが、地域一人ひとりの人生は変わらず2023年も回っていきます。地域店舗の商売を支え、地域読者の皆さんの日々の生活を彩る。「ハッピーメディア」だからできる本質的な価値をグループ内でのシナジーを高めながら追求していかねばと考えます。ご縁をいただき、現在、愛知県尾張エリアと名古屋エリアという地方と都心の両方を深く担当しておりますが、分かったのは根本的な課題にエリアによる違いはないということです。グループ内での連携をさらに深め、グループ全体の成長に関われるよう、今年もまい進いたします。

真摯な姿勢で行政と地域の暮らしを繋ぐ



中広群馬支社 支社長
武大輔

コロナ禍、不安定な世界情勢、インフレを引き連れて2023年がスタートします。行政の舵取りが重要となる1年であり、行政施策と国民生活はより密接に繋がっていかねばなりません。中広グループとVC社が全国で約1,150万部発行する『地域みっちゃく生活情報誌』1月号では、首長からの新年の挨拶をはじめ多くの行政情報が掲載されています。このように行政と読者を「繋ぐ役割」こそ、私たちの使命です。地域のポストへ毎月一軒一軒手配りして28年、広告業界が激変するなかでも正しい道をまっすぐに、ブレない情報誌づくりにまい進いたします。

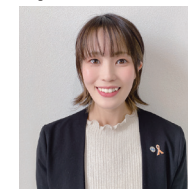
クリエイティブの力で地域から日本を元気に



中広クリエイティブ部 部長
佐藤昌平

「広告は社会を映す鏡」です。コロナ禍で世界の「暮らし」や「商い」は大きく変わりました。そして広告が心や生活にダイレクトに訴える力が強くなりました。クリエイティブの力は、どんな時代においても「新鮮さ」と「驚き」そして「生きる力」を人に届けます。世の中の動きを読み取り、社会や歴史をも動かす力を地域に届ける。我々は「広告の力で日本を元気に！」していきます。2023年の干支は「癸卯（みずのとう）」。これまでの努力が実を結び、勢よく成長し飛躍すると言われます。クリエイティブの力で地域と共に着実に成長してまいります。

時代に合った働き方で必要な情報を地域に届ける



中広三重支社
濱地未帆

2度目の産休・育休から復帰し、1年8カ月が経ちました。復帰後は情勢、街の動き・活気が様変わりしましたが、コロナ禍も今年で4年目に突入し、街は以前の姿を取り戻しつつあります。社会・人との関わりが薄れやすい今の世の中だからこそ、情報誌を通じて地域の人と繋がることできる、役立つ情報を届けていきます。また、育休期間を経たことで社会との繋がりをより強く感じます。生活に充実感をもつことができ、子どもと過ごす限られた時間も大切にできていると感じます。女性・ママ目線、子育て家庭目線の情報誌をつくれるよう、今年も努めてまいります。

知恵の蔵

蔵の扉は、真摯に生きるすべての人に開かれている

あけまして、おめでとうございます。ご家族お揃いで、新しい年を迎えられたこととお喜び申し上げます。旧年中はお世話になり、ありがとうございます。

鳥歌花舞

緑樹交加山鳥啼
緑樹交加して 山鳥啼き

晴風蕩漾落花飛

鳥歌花舞太守酔
鳥は歌い花は舞い 太守は酔う

明日酒醒春已帰

明日酒醒むれば 春已に帰らん

北宋の詩人、歐陽脩の「豊楽亭游春(豊楽亭に春を遊ぶ)」の一節です。「鳥歌い花舞う」ような春が訪れてほしいという願いを込め、新年を寿く詩を冒頭に取り上げました。交加とは枝と枝が交わること、蕩漾とはのどかなゆらぎ、太守は欧陽脩自身であり、春帰るとは春が去ることを意味します。うらかな春の情景が浮かんだでしょうか。

さて、「知恵の蔵」という言葉をご存じでしょうか。昨年鬼籍に入られた稀代の経営者、稲盛和夫氏は「『知恵の蔵』は、真摯に生きるすべての人に開かれています」と語りました。「美しい心を持ち、夢を抱き、懸命に誰にも負けない努力を重ねている人に、神はあたたかも行く先を照らす松明を与えるかのように、「知恵の蔵」から一筋の光明を授けてくれるのではないのでしょうか」と。

我が社で申せば、読者のために、地域社会の経済を活性化するために、地域を元気にするという強い目的意識を持ち、懸命に努力を重ね、この仕事(「ハッピーメディア」の創造)に真摯に向き合えば「知恵の蔵」の扉は開き、叡智を授けてくれると私は信じています。

デジタルを紙で売る 情報誌のハイブリッド化

昨年、新たな仲間が加わり「地域みっちゃく生活情報誌」の総発行部数は1,000万

部を突破、約1,150万部となりました。全国の世帯数は約5,300万といわれます。その約20%のご家庭のポストに毎月情報誌をお届けできるようになりました。有難いことです。

ネット社会の今日、紙のメディアを一軒一軒手配りする手法は時代遅れだと、よく耳にします。ウェブ上の情報を入手することは容易になり、日常が便利になったのは確かです。しかし今、紙のメディアはネット社会における情報提供の補完として、新たな役割が求められています。IT大手のアマゾンジャパンは「デジタルは紙で売る」と、紙の導きがあつてこそ、デジタルは有効であると喝破しています。紙のメディアとネットメディアのハイブリッド化であります。



鳥歌花舞

『地域みっちゃく生活情報誌』を開いていただければ、お分りの通り、紙上の情報だけではなくネットへ誘導し情報を補完する、最も有効な広告媒体となっています。紙の媒体だからこそ、「デジタルを販売」できるのです。昨年は、その価値が認知され始めた年であり、いよいよハイブリッド広告の時代が到来したという、そんな熱い思いを抱いて新年を迎えました。しかし、我々の中身はまだ未熟であります。目的である「地域の元気に」、十分な役割は果たせていません。「知恵の蔵」から叡智を授かるために、たゆまぬ努力と誰にも負けないひたむきさが要求されています。

情報誌は「生きもの」です。情報誌を手に取り、ページをめくっていただいた読者の心を癒し温かくできるかどうか。読者のハッピーに貢献できるかどうか。そのために最も必要なことは、作り手である我々の地域愛、そして報恩謝徳の精神に他なりません。

私の夢は、日本全国5,000万世帯へ、報恩謝徳の精神に溢れた「生きた」情報誌をお届けすることです。昨年は、その夢を共有する仲間が増え感謝しています。本年2023年は2,000万部を目指してまいります。

次なる大きな一歩へ 叡智の松明が届く

昨年来、物価高が続いています。およそ40年ぶりの上昇幅です。大きな原因がロシアによるウクライナ侵略であることは言うまでもありません。この戦争がどう決着するのか、いつまで続くのか、誰にも分かりません。ということは、世界経済の混乱も日本のインフレも取まらないわけです。この国は30年間、デフレが続いてきました。安倍政権下で日銀は2%の物価上昇を目標としてきましたが、容易には解消できずにいました。昨年、消費者物価は3.2%に跳ね上がり、一気にインフレです。インフレを否定しインフレに抵抗するから、ややこしいのであって、インフレを受け入れ、賃金をアップすれば良いわけです。緑樹に啼く山鳥たちは「インフレを恐れるな。インフレを経済成長の活力源にしようではないか」と囁いているのかも知れません。

また、世界各地で気候変動による災害が多発しています。森林火災や干ばつ、豪雨や台風による洪水や土砂崩れなど、世界気象機関(WMO)は過去50年間で5倍に増加したと明らかにしました。人の命はもちろんのこと、世界的な経済損失は莫大な額に上ります。

地球で生きるものはすべて、地球の摂理のもとに生かされています。この惑星で人間が暮らし続けるためにも、SDGsへの取り組みは急務で責務であります。

のどかな春の日、たゆたう花びらを見ながら酔いに身を任せ、巡る季節に感じ入るのも、すこやかな自然の営みに包まれてのこと。社会的な防衛策も必要ですが、一人ひとりが身近にできるSDGsに取り組んでいかなければならないでしょう。我が社もSDGsに本格的に取り組んでまいります。

コロナ禍の3年間、中広グループの仲間にはよく耐えました。誰にも負けぬ努力をしました。耐雪梅花麗(雪に耐えて梅花麗し)であります。今年2023年は、次なる大きな一歩を進め、「知恵の蔵」からの素晴らしい叡智の松明が届くことを祈っています。

2023・元旦・岐阜城からご来光に合掌、如水こと2代目・後藤数次

初！ナゴヤ防災サミット™リアルイベント開催！

11月2日、3日に名古屋市内でナゴヤ防災サミット™が開催され、当社ではイベント内の一部企画運営と掲示物の制作を担当しました。イベントは「防災をもっとカジュアルに」をモットーに、防災について楽しく気軽に知ってもらうことを目的に開催されました。

当社はイベントの目玉となるスタンプラリーを企画・運営しました。スタンプラリーは防災に関係のあるゲームアニメのアイドルとコラボし、スタンプを集めた人にはナゴヤ防災サミット™だけで手に入る限定グッズをプレゼントしました。また、参加者にはチェックポイントを回りながら、会場周辺にある「そなえ」にまつわる物を撮影し、SNS上で「#NBS2022ミッション」のタグをつけて投稿してもらいました。参加費が有料にもかかわらず、若い世代を中心に2日間で約200人に参加いただき、身近にある「そなえ」について意識してもらうきっかけになりました。2022年は各地でイベントの復活が見られました。当社ではさまざまなイベントの企画・運営などもしております。何かありましたら、お気軽にご相談ください。

(名古屋支社・磯元)

地元高校の創立100周年を誌面で祝福！

「まいなあが」(和歌山県岩出市・紀の川市)11月号で、岩出市にある和歌山県立那賀高等学校の創立100周年を表紙・巻頭特集で取り上げました。創立100周年記念事業を通じ取材・撮影にご協力いただき、先輩や教職員、学校関係者が長きにわたり積み上げてきた「那高」の歴史と伝統を紐解きました。

地域をあげてお祝いしたい思いで、巻頭連動のふたつの協賛企画を実施。ひとつは「創立100周年おめでとうございます」と題し、OB・OGをはじめ地元のみなさんのお祝いコメントを寄せ書き風に掲載しました。ふたつ目の「地元再発見・那賀高校周辺ブラッと秋さんぽ!」では、MAPを用いて周辺スポットの魅力を紹介。計8ページと、誌面を通じて多くのお祝いの気持ちを届けることができました。発行後は読者から続々と反響が届き、地元の繋がりを感しました。記念すべき節目に立ち合え、『まいなあが』で特集できたことを光栄に思います。『まいなあが』も11月で6周年を迎えました。100周年を目指し、一年一年、着実に地元へ根付いていきたいと思っております。

(和歌山ブロック・山田)

地域防犯強化を目的とした「和泉ばどロール隊」結成

「ばど泉州版」を発行する泉州広告株式会社は、大阪府岸和田市・泉佐野市・熊取町・田尻町・泉南市・阪南市・岬町に続き、和泉市でも情報誌「ばど」と「和泉警察署」とのコラボレーションによる「和泉ばどロール隊」を結成し、地域防犯を強化する取り組みを行うことになりました。

を組織しており、特製の防犯首かけホルダーを装着し情報誌を配布することで、犯罪発生防止を狙いとするものです。かねてより地域犯罪の抑止手法を模索していた和泉警察署と考えが一致し、この組織を「和泉ばどロール隊」と命名し、活動を開始いたします。これからも地域になくてはならない情報誌をめざし取り組んでまいります。



▲「和泉ばどロール隊」発足式の様子

発行エリア内の個別学習塾をPR

愛知県名古屋市で発行している「NAGOYA FURIMO」「緑区フリモ」、豊橋市で発行している「HANAMARU PLUS」、三重県津市で発行している「つっぴーす」にて、全国で個別教室を展開する株式会社トライグループに出稿いただきました。多くの人が見たことのある有名なTVCMや折込チラシをメインに販促され、教室全体のブランディングおよび生徒募集を行ってききましたが、地域の一つひとつの教室のブランディングや集客を強化したいとの要望があり、『地域みっちゃん生活情報誌』のカバー率を評価いただき、掲載に繋がりました。発行日が中学生の定期テスト返却時期と重なるということもあり、テスト結果を意識した無料学習診断や、授業料1か月無料企画をエリア内の該当教室で実施。「フリモ」アプリへも誘導できるようにQRコードを掲載いたしました。現在、効果測定の間ですが、地域へのアピールができる誌面となりました。全国で複数直営展開されている学習塾やその他事業所、各教室&店舗ごとのブランディングや集客を『地域みっちゃん生活情報誌』で効果的にできます。

(名古屋支社・高塚)

福岡西エリア クリスマススタンプラリー

「マイタウン西新・姪浜」「マイタウン伊都」の2誌を活用した「フリモ」アプリのデジタルスタンプラリーを実施しました。企画段階では、アウトレットモール「マリノアシティ福岡」の担当者へ提案。福岡市内の別エリアに大型の商業施設がオープンし、博多駅からも近いため、そちらに目が向いてしまうことを懸念し今回の企画立案に至りました。提案時、当社の過去事例にもある「スタンプラリー」「謎解き」などをイノベーション事業部クリエイティブ部の協力で制作。地元へ目を戻すためにはエリア一体となった企画が必要だということで、多方面に企画提案をし7施設に賛同いただき実施できました。開催時期は、マイタウンの発行と各施設のクリスマスフェアなどに合わせ、イルミネーションやスタンプラリー目的で施設に来てもらえるよう設定。スタンプラリーの景品は施設内で使える商品券を増やすことで、その後の再来にも繋げる意図もありました。第2弾、第3弾と継続して実施していけるよう、各施設やエリア内の顧客と連携していきます。

(九州支社・田中)

※QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です

2023年新卒者内定式を開催

寒さが日ごとに増すなか、12月2日、名古屋市内において2023年新卒者内定式を開催いたしました。7名の内定者が出席し、はじめは役員および先輩社員を前に少し緊張した面持ちでした。しかし、自己紹介が終わりBINGOゲーム、コンセンサスゲームをするうちに徐々に表情がやわらいでいきました。これから一緒に成長していく同期、そして先輩社員と親睦を深めてもらったのではないかと感じます。厳しい就職活動を乗り越えてきた内定者には、残りの学生生活を悔いのないよう過ごしていただき、来春からは当社の一員として共に同じ目標に向かって進んでいけるよう、全社員が心待ちにしています。

(人事課・細野)



日本地域情報コンテンツ大賞2022「優秀賞」を受賞



「太田フリモ」「桐生みどりフリモ」合同でエントリーした「2022年9月号群馬クレインサンダース誌面ジャック」が、「日本地域情報コンテンツ大賞2022」において、ライフスタイル部門「優秀賞」を受賞いたしました。2020-21シーズンから本拠地を太田市に移した地元のバスケットボールチームを地域一丸となって応援し、地元へ根付いてほしいとの思いからできた一冊を、日本出版学会会長・跡見学園女子大学の富川淳子教授をはじめとする審査員の皆さんから評価いただき、大変うれしく思います。表紙の迫力を大切に、このテーマでのいろいろな企画をどんどん深掘りしていきたいと、改めて企画を考える素晴らしい機会となりました。今後も情報誌を通じて街を元気にする情報をお届けします。

(群馬支社・新島)

宮城を盛り上げる熱い合同会議開催！

11月28日、仙台市内にて「中広宮城ブロック」と「CMS仙台支局」の合同会議を開催いたしました。会議には後藤会長、大島社長、CMS・釜社長、忠取締役も出席。両社の全従業員総勢40人超が一堂に会しました。冒頭、後藤会長より、両社一体となり宮城県内シェアをより高めて盛り上げていく今後の展開など、方針を発表。大島社長、釜社長は今後のビジョンや理念などを全メンバーに向けて熱く語りました。両社メンバーの交流をはかり、絆も深めることができました。7月から中広グループ化となりましたが、改めて同じ志をもつ仲間同士、一緒になって宮城県を盛り上げていく意思統一の有意義な場になりました。今後の展開に向け、さらに一体化して引き続き取り組んでまいります。

(VC/広域FM事業部・岡崎)



拝啓同期殿 -vol.1-

実は同じ入社年のこの方々。入社した時の中広について、そして同期へのメッセージを聞きました。

■ 1993年入社 田中耕太郎/岡部康宏

1993年、中広は15周年を迎えるこの年、中島副会長が常務に就任しました。また、東京・銀座に東京支社が開設され、入ったばかりの私たちも家族連れのハワイ社員旅行で豪遊するなど、バブルの余韻を堪能させていただきました！社内では、中広マーケティングリサーチが開始。当時から、広告はマーケティングであるという考えが深く根付いていた当社。この考えは今もCDMR(中広デジタルマーケティングリサーチ)として形を変えて取り組まれています。

■ 同期へMessage



入社から30年を超えても、まだまだ踏ん張って頑張ろうぜ！
(田中)



中広波乱万丈の歴史を駆け抜けてきたけれど、これからもよろしく！
(岡部)

ケイ・クリエイト 『くれよん一宮・稲沢版』編集室



▲「くれよん一宮・稲沢版」編集室スタッフ

「くれよん一宮・稲沢版」は愛知県尾張西部に位置する一宮市・稲沢市にて約20万部発行しています。一宮市は、古くから繊維業を中心に名古屋市のベッドタウンとして発展してきました。モーニング発祥の地としても有名で、エリア内では数多くのカフェがそれぞれ特色のあるメニューを提供し朝からにぎわっています。ツインアーチ138がシンボルの広々とした国営木曽三川公園のほか、緑豊かな公園が点在しており、子育てに優れた環境です。稲沢市は、肥沃な土壌と温和な気候を生かし、鎌倉時代から続く植木の産地として有名です。日本三大奇祭に数えられる有名なはだか祭や、市の北西部に位置する祖父江町では晩秋になると約1万本のイチヨウの木が街を黄金色に染め上げ、多くの観光客が訪れます。

20年以上にわたり発行してきた「くれよん」は、一宮市・稲沢市の生活に寄り添い生活に必要な情報を発信し続けています。この街に「感謝」の心を忘れずに、人々の暮らしを豊かにするため、そして今後も益々エリアの発展へと繋がるよう、日々努力してまいります。

(くれよん一宮・稲沢版編集室・安藤)

編集後記

あけましておめでとうございます。今年の5月で中広は45周年を迎えます。当社の歴史に触れる際、役員は社外の方に対して、「失敗の方が多く会社です」と笑ってお伝えしています。沿革を振り返ってみても、確かに。本当に多くの失敗を重ねてきたことが思い出されます。しかしながら、幕を下ろした事業や商品を含め、すべてが中広の挑戦の歴史。その経験の上にも、私たちの歩む道があります。そして、多くの経験があるからこそ、「その方法では上手くいきませんでしたよ」とお伝えできるのだと、前向きにとらえています。今年も多くの失敗をするかもしれません。しかし失敗は成功の種です。すべては地域のみなさんのために、そして日本の元氣のために。知恵を絞って貢献していきたいと考えております。さあ2023年、跳ねる1年にしてまいりましょう！
(業務執行戦略室・岡本)



経験から生まれた4つのこだわり 読者・広告主・地域全体へ付加価値を

「地域みっちゃく生活情報誌®」事業を始めて28年。さまざまな成功・失敗を積み重ね、ノウハウを構築してきました。そのなかで生まれた、「4つのこだわり」は、読者・広告主・地域が「三方よし」となるための効果を最大限発揮できるよう、大切にしている基本軸です。当社が大切にしている「4つのこだわり」を紹介します。

1 一軒一軒手配りにこだわる

「地域みっちゃく生活情報誌®」は、都市部でも山間部でも、発行エリアと定めた地域の各家庭のポストに直接、投函しています。

「毎月、必ず届ける」そして「発行部数を偽らない」。これは発行元として当然の責任です。昨今、新聞社による「押し紙」の裁判が多発しています。当社では毎月、配布委託先に対して厳格な配布証明書の発行を義務付けると共に、読者を対象とした「配布に関するお問い合わせ」の窓口を設置しています。

広告は実際に読者まで届く数(部数)と訴求率によって効果に差が生じます。訴求率はどんな企画に何が掲載されているかで上下しますが、届く数は発行元の誠意が問われる点であり、商品価値に直結します。

「地域みっちゃく生活情報誌®」は手に取る人を「待つ」媒体ではなく、「届ける」地域密着のプッシュ型広告です。その部数に偽りはありません。

2 全世代が安心して読める

「地域みっちゃく生活情報誌®」は、幅広い人に届くことが広告効果を高めるという考えから、家庭のリビングで回覧いただける、また家族団らんの真ん中に置いてあっても不快でないことを理想としています。

そのため、関係諸法規に則った掲載基準や表記基準、各種ガイドラインを設け、どなたにも安心して読んでいただける媒体づくりを心がけています。他社の媒体には掲載できなかった広告を掲載いただけないケースも発生しています。

肌の露出が多い広告やきわどい表現を多用する広告は、内容の変更をお願いしています。保護者が子どもに見せたくないものや、思春期の子どもが目にして不快に思うものなど、配慮がない冊子は短命です。目に触れさせないように、捨てられてしまうからです。

たとえ1社であっても、そのような情報を掲載することは冊子全体の広告効果を下げ要因となります。読者にとって有益であり心地の良い情報の集合体であることが、出稿いただいた広告主全体の利益になると考えています。

3 ご当地の話題にこだわる

「地域みっちゃく生活情報誌®」は一般的なマスメディアと比べ、狭い地域に特化してきました。ですから、その土地の自然や文化、歴史、人物、活動を表紙や巻頭特集で取り上げています。地域の人に登場いただくことに重きを置き、毎号200人の掲載を目指しています。

地元の人が登場することで情報誌をより身近に、「自分ごと」として感じていただけるよう作成しています。

マス媒体では表紙を飾ることがない、地域に特化した取り組みや中学校の部活動、市民参加のイベントなどが、当社の情報誌では表紙や巻頭特集に登場します。過疎化の波にのめられない、自立した強い地域をつくるには、地域の人が地域の魅力を理解しなければいけません。

情報誌で取り上げることで「載っていたね」と話題にし、絆を深めていただきたいのです。また、首長に登場いただくことで少しでも自分が暮らす街の行政に目を向けて欲しい。興味を

もち魅力を感じ、その一員であることに誇りを持ち、住み続けたいと思っていだきたい。そんな思いで毎月、編集しています。

4 反響にこだわる

「地域みっちゃく生活情報誌®」はフリーメディアです。広告出稿料によって発行しています。毎月、地域に届け続けるためには、広告料金に対して効果があったかが問われます。一冊に編集された情報が届け保存されるため、同じ号に掲載される情報はワンチームであると捉えています。一社だけが目立てば良いのではなく、すべての情報が掛け算である必要があります。純広告を除いて、編集室がおすすりポイントを紹介する視点で編集。編集室が発信する記事表現としています。

表紙はページを開き中ページの広告情報へと誘う、さっかけです。万人受けし、興味関心を一番惹き付ける、その号を象徴する「顔」でなくてはなりません。一冊の最後まで、しっかりと読み切れるページボリュームにもこだわります。一冊をストーリーで繋ぎ、違和感なく一気に最後までめくり切れるページ割りを心掛けています。そのために季節感あるフレッシュな企画や過去の事例に倣った高反響な企画を改良し提案しています。

各広告についてのQRコードの読み取り回数を自動で取得できるよう設計し、反響の計測をしています。中広の社員はいつ、どこで、どんな広告に、一番の反響があったのか検索できます。反対も同じで、何が良くて何が良くなかったのかを理解することで、社歴に関わらず、より効果を高めた広告提案が可能な環境にあります。

会社概要 商号 株式会社 中広 (CHUCO CO., LTD.) 東証・名証 証券コード[2139] 創業 1978年 資本金 4億430万円 従業員 445名(2022年12月末現在) グループ全体 578名 事業内容 フリーマガジン事業 セールスプロモーション事業 クロスメディア事業 イベント・セミナー事業 通信販売事業 VC事業(ボランティア・チェーン) 理念 広告業を通して「地域社会への貢献」(地方創生に!) 社は 人が命・人が宝・人が財産 機会損失の排除(社員が輝く組織に!) 社訓 飲水不忘掘井人(感謝の心で!) グループ会社 株式会社アド通信社西部本社 http://www.adtsu.co.jp 株式会社中広メディアソリューションズ http://www.k-create.co.jp 株式会社ケイ・クリエイト http://www.post-kps.co.jp 株式会社ケイビーエス

第45期 基本方針 スローガン 愚直なまでに報恩謝徳の精神で テーマ DX時代を駆け抜けろ!

オフィシャル運営サイト ●中広企業サイト ●中広採用サイト ●フリモ(WEB) ●講演会インフォ ●わくわく生活(楽天)他 ●フリモール ●フリモールブログ ●飯取blog ●HAPPY MEDIA GUIDE(情報誌見直し) ●ハッピーメディア®児童虐待防止運動 ●日本地域メディアネットワーク(JLMMN) 公式アカウント ●Facebook ●YouTube ●Instagram ●Twitter リンク集はこちら 加盟団体 ●JLAA 一般社団法人日本地域広告協会

次世代育成支援対策推進法に基づく「くろみん」認定企業です 女性活躍推進法に基づく「えるぼし」認定企業です 2017年取得 2016年取得

営業拠点

■本社 岐阜本社 岐阜市東興町27 名古屋本社 名古屋市中村区名駅1-1-1 24F 営業本部 フリーマガジン事業部(北海道) SORA編集部 滝川市東町6-1-11 TEL.0125-74-6169 旭川市東光6条6-4-7 TEL.0166-85-6158 宮城県 ともいず編集部 仙台市泉区泉中央1-33-7 2F TEL.022-341-4809 千葉県 都上市八幡町小野91-1 TEL.0575-67-0655 茨城県 水戸市手倉田字調訪532-1 1F西 TEL.022-797-8541 埼玉県 さきっぱ編集部 大崎市古川旭5-3-2 2F TEL.0229-25-8792 群馬県 高崎フリモ編集部 高崎市新保町139-1 2F [高崎]TEL.027-353-8714 [前橋北西版]TEL.027-353-8711 [前橋南東版]TEL.027-353-8713 広域営業部 TEL.027-353-8714 玉村フリモ・伊勢崎フリモ 太田フリモ編集部 伊勢崎市茂呂町2-35-22 6F TEL.0270-61-6117 桐生みどりフリモ編集部 桐生市本町6-27-1 3F TEL.0277-47-7635 3誌合同企画/岐阜県東濃エリア 結婚で地元を離れる若者を引き留めるべくプライダ関連企業に呼びかけ、地元で結婚するメリットをセンター版で企画。掲載店を巡るバスツアーも開催し、実店舗でもPR。

こだわりの光ったヒット企画 SARUBOBO12 たんとん 6 TOWA vol.19

月刊さるぼぼ/岐阜県高山市 毎年取り上げる市民ミュージカルや高山市民合唱団など、市民が主役の表紙が盛りだくさん。高山市民合唱団のXmasソングが流れる表紙は、読み込み回数1,000回と、地域への高い訴求力を見せた。

たんとんくらぶ/岐阜県各務原市 地元の特産品と地元店が情報誌の呼びかけによりコラボ。地元の特産品を使ったオリジナルメニューの開発をし、街を上げてPRした。

	社のあゆみ	HAPPY MEDIAのあゆみ
1978	設立 後藤数次社長就任	
1983	求人情報紙事業開始	
1986	後藤一俊社長就任	
1991	従業員数70人	
1993	イベント・セミナー事業開始	
1994		●岐阜県/[かにさんくらぶ]創刊
1997		●滋賀県進出
1998	従業員数150人 通信販売事業開始	
2006		●三重県進出
2007	名古屋証券取引所セントレックス上場 従業員数200人	●50万部達成
2008		●福井県進出 講演会インフォ公式ウェブページ開始
2009		●100万部達成
2010		●愛知県進出
2012	名古屋証券取引所第二部上場 VC事業開始	●全国展開開始(VC) ●福岡県・山梨県・兵庫県・和歌山県進出 ●200万部達成
2013		●山形県・茨城県・鳥取県進出 ●300万部達成
2014	東京証券取引所第二部上場	●栃木県・宮城県・新潟県・群馬県・大阪府進出 ●岐阜県広報「岐阜県からのお知らせ」掲載開始
2015	東証一部・名証一部に市場変更	●北海道・埼玉県・佐賀県・香川県進出 ●500万部達成
2016		●高知県・福島県・長野県・京都府進出 [ままここと]創刊
2017	従業員数500人	●東京都・愛媛県・静岡県・千葉県・宮崎県・奈良県進出
2018		●三重県[三重県からのお知らせ]掲載開始 ●大分県進出
2019	中島永次社長就任 株式会社アド通信社西部本社設立	
2020	岐阜市・笠松町とシティ・タウンプロモーションの推進に関する連携協定締結	●沖縄県進出
2021	多治見市とシティプロモーションの推進に関する連携協定締結	クーポンアプリ「フリモ」開始 ●1,000万部達成
2022	大島青社長就任 株式会社中広メディアソリューションズ設立 株式会社ケイ・クリエイト/株式会社ケイビーエス グループ化	お取り寄せサイト「フリモール」開始 ●神奈川県進出

※従業員数はグループ会社含む ●…地域みっちゃく生活情報誌®