

KEY TOPIC

「報恩謝徳」の精神で2022年度開幕

DX時代を駆ける

第45期がスタートしました。新型コロナウイルス発生から2年。世界経済が完全にウィズコロナ・ポストコロナへ舵を切るなか、当社もDX化の促進による地域経済活性化のために走ってまいりました。ロシアのウクライナ侵攻で新たな社会不安がうまれるいま、地域の広告会社が果たすべき役割とは何か。全社一体となって広告業界を駆け抜けるため、中島永次社長に第45期の方針を聞きました。



代表取締役社長 中島 永次

社会の動きを敏感にキャッチ 必要不可欠なメディアを届ける

SNS活用の普及で広告の形がめまぐるしく変化しています。『地域みっちゃく生活情報誌』は、どのように地域経済に寄与しますか。

2021年における日本の総広告費は6兆7999億円(『2021年 日本の広告費(電通)』)と、2020年比で110.4%の回復を見せました。内訳をみると、インターネット広告が前年比121.4%の2兆4538億円に到達。その額はマス4媒体の合計を上回っています。一方、ポスティング市場に目を向けると、全戸配布の需要が高まり、コロナ関連の案内チラシなど紙の利用価値の高まりが顕著でありました。当社が全国で各戸配布するハッピーメディア®『地域みっちゃく生活情報誌』も、いち早くコロナ対策記事や行政からの広報情報、ワクチン接種案内など、地域で暮らす人の生活に寄り添った情報を届けることができました。

当社は第44期のテーマを「地域にDX化を!」とし、一気に社内のDX環境を整備。広告反響や成功事例、クーポン利用の解析情報などの共有で、社員の情報格差を解消しました。

4月に運用をスタートした「フリモ」アプリは「半額祭」や「39フェア」などの情報誌連動イベントで好評。ダウンロード数は20万件を超えました(2022年3月末現在)。今後も「フリモ」アプリやQRコードを活用した情報解析によって、効率的かつエビデンスに沿った広告提案を推し進め、地域クライアントのニーズに高い精度で応えていきます。

第45期は、インターネット広告の力を最大限に引き出すため、引き続き「フリモ」アプリを活用した情報誌連動企画を実施します。また、全国に情報誌の編集室をもつ当社だから可能なお取り寄せサイト「フリモール」も、現

代の社会に欠かせないコンテンツと考えています。デジタル社会で我々がラインナップする「紙」「アプリ」「ウェブ」「DX商材」を一層充実させ、読者とクライアントが求める最適な組み合わせで、高い相乗効果を狙います。

社内DX化の再加速で 地域のDX化を急ぐ



C-Brainの改良が進み、利用率の向上によって社内業務の効率化が進んでいます。DX化を含め、今後の展望を教えてください。

もともと広告編集の効率化を目的に開発したC-Brainは、現在、広告効果の分析・解析が可能なシステムへと改良が進み、役割の幅を大きく広げています。今後も社内システムとして確立させ、VC(ボランタリー・チェーン)各社をはじめとする同業種企業への活用まで進めていきます。また、これまでに蓄積した分析・解析データを社会に発信することで、経済活動の円滑化に寄与していく考えです。

「地域にDX化を!」と掲げる当社ですが、まだまだその速度が足りていない地域もあります。我々が得た情報をもとに、少しでも早く、そして有効なDX化を提案できるよう、DX商品とともに地域に寄り添っていきます。

中期計画3年目でめざす 営業利益10%の達成

4月から東証の市場新区分がスタートします。今年度から始まる5カ年計画について、当社が掲げる最大の目標とは何でしょうか。

当社は2007年に名古屋証券取引所セントレックスに上場しました。その後、2012年に名証二部、2014年に東証二部、そして2015年に東証一部上場を果たしています。この4月からは東証が市場区分を刷新。当社も新たな市場へと変更をしました。そこで東証上場企業として現状維持で満足するのではなく、新たな挑戦に向かってまいります。コロナ禍による足踏み時期への区切りはつきました。今一度、目標を明確に設定いたします。

最大の目標は5カ年計画による営利10%企業への成長です。

第45期をスタートとして、中期計画3年目である第47期での達成を目指します。当社は「地域みっちゃく生活情報誌」の発行を主として事業を継続してまいりました。今期は時代の変化をより敏感に読み取り、地域経済活性化にとってなくてはならない存在であり続けるため、インターネット社会のなかで求められる広告提案に、より力を尽くします。

地域課題の解決に最速、最適に役立つ情報をインターネット、DXを通じて機会を損なうことなく努めていきます。また、研修制度や資格取得補助制度の充実によって、働く人材の能力を十分に発揮しながら、より丁寧に、地域に寄り添い、仕事に寄り添っていきます。

第44期の末に社内で行った「ありがとうとまらない」にあふれる地域からの、そして地域への感謝を胸に、今年度も走り切ってまいります。

*QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です

COLUMN

愚直なまでに報恩謝徳の精神で 本気が人を変える、社会を変える

コロナ禍が 我々を強くした

新年度、2022年度がスタートしました。コロナ禍の2年が過ぎ、ようやく「まん防」が全面解除されました。昨年度、上半期はコロナに振り回され、下半期はやや景気が回復基調となりましたが、変異ウイルスが見る見るうちに蔓延し、コロナ禍以前には戻れない情勢となりました。しかし、この2年にわたる月日は我々を強くしました。「難難汝を玉にす」であります。その結果、我が社は新しく生まれ変わりました。第44期は、そう総括して良いと思っています。新生中広の大きな変化の一つはDX化です。営業手法のデジタル化、仕事の仕組み化を図ったことで、属人的にならずムダな仕事の排除や時間短縮など業務の効率化が進みました。

もう一つは、パーパスを全社員がしっかりと共有できたことです。私はパーパスを「志」と訳しています。私たちが何のために広告業を営むのか。何のためにハッピーメディア®を世の中に送り出しているのか。コロナ禍で疲弊する地域経済や人々に寄り添ううちに、その目的が明確となりました。新入社員からベテラン社員まで全社員が「感謝の心」を持ち、志(パーパス)を高く掲げて仕事に取り組む集団に深化したと総括します。

そして新年度、第45期、ウクライナ侵略による対露経済制裁をはじめ、国際情勢は刻々と変化しています。コロナ禍を乗り越えた我々が、更なる困難に立ち向かうには覚悟が必要です。2022年度は「本気」で突き進む勇躍の年にしたいと考えています。

ウクライナに平和を スタグフレーションリスク

青と黄色の二色の国旗。ロシア軍に侵略され国外へ避難する女性や子どもたち、破壊され逃げ惑い地下で耐え忍ぶ患者や高齢者。ウクライナの現実とは、とても許されることではありません。ロシアがクリミア半島を併合した2014年、ドイツの前首相メルケル氏は宿敵プーチンと38回もの会談を重ね、停戦に漕ぎ着けました。メルケル氏の崇高な姿勢は「本気」の政治だったと申し上げたい。

日本はこの世界危機にどう対応していくのか。返り血を浴びる覚悟で、欧米諸国と連携して経済制裁を実施するのは当然ですが、プーチンに対してきちんと交渉できる政治

家はいるのか。盟友アビールをしてきた安倍元首相も、外務大臣として歴代最長の在任期間を務めた岸田首相も任に適しているとは言えず、太刀打ちできない。寂しいかな、これがこの国の実態なのです。

ウクライナ戦争の影響は日本にスタグフレーションのリスクを高めています。2月の時点で国内の企業物価指数は過去最高の上げ幅で、3月はさらに上昇しているようです。スタグフレーションとは、後退する景気と同時進行でインフレーションが起きることをいい、極めて厳しい経済状況となります。FRB(米連邦準備理事会)は高インフレの抑制にむけて、事実上のゼロ金利を解消、緊急利上げに踏み切りましたが、ウクライナ戦争で世界的な供給不安が広がっています。バイデン米大統領はインフレ対応を「最優先課題」と位置づけていますが、この高インフレは容易に解消できないようです。米国経済がスタグフレーションに陥れば、すかさず日本経済も



見舞われます。日銀も早晚利上げに踏み切り、政府は物価抑制に税を投入するでしょう。2022年度、新型コロナ感染対策よりもスタグフレーションのほうが手強く、難しい判断になるでしょう。まずはウクライナとロシアの停戦、そして戦禍に怯える人々の救済を願うばかりです。

本気になれば楽しい 人はホモ・ファール

なんでもいからさ 本気でやってごらん 本気でやればたのしいから 本気でやればつかれないから つかれても つかれがさわやかだから

書の詩人、相田みつをさんの名言です。私のささやかな経験から言えば、自分がやると決めたことを諦めずにやり続ける、本気になれば苦しくはなく、楽しいというのは間違い

ないようです。あなたは人間って何だと思いませんか。もちろん人間は、動物界におけるヒト科ヒト属ヒト種ホモ・サピエンスです。オランダの歴史家はホモ・ルーデンス、人間とは「遊ぶ」から人間だと定義しました。また、フランスの哲学者はホモ・ファール、人間はモノをつくるから人間なのだとしました。私はこのホモ・ファールの説に共感します。

「モノをつくる」とは生産する、つまり「働く」ということです。私は「人間は働くから人間だ」と思っています。働くとは仕事を意味しますが、そもそも仕事とは「為事・すること」なのです。「すること」は「するべきこと」であり、生きていくために「するべきこと」が仕事なのです。

昨今の働き方改革なるものは仕事を「時間と賃金」でしか考えていません。これは大きな間違いで、仕事とは知性や叡智に導かれて行うものです。私たちは食べるだけを目的にして働いているわけではありません。「自分と自分の周りの人々の幸せのため」に働き、「より善く生きるため」に働いているのです。

こんなことを教わりました。「人の幸福とは、富や名声といった移ろいやすく儂いものではない。死と対峙しても色褪せない仕事に魂を傾けるときこそ、至福の瞬間である。なぜなら、その働きこそが自分と自分の周りの人々を幸せにするからだ。人は仕事に打ち込むとき心は豊かに満たされる。人間は働くから人間であるのだ」と。

人間の幸福の第一義は働くことです。たとえ明日、地球が滅びようとも「自分の仕事に魂を傾ける」。これが私の本気なのです。

感謝のエピソードをまとめた冊子、タイトルは「ありがとうとまらない」、副題は「愚直なまでに報恩謝徳の精神で」としました。2年に及ぶコロナ禍に耐えながら、「地域を元気にしたい」という一念で駆け回った約500名の社員たちの「感謝にあふれた心の発露」です。感謝され、そして感謝した一つひとつのエピソードには、我が社の「本気」が鏡のように映し出されています。我が社のバイブルです。

2022年度のスローガンを「愚直なまでに報恩謝徳の精神で」としました。お世話になりご恩をいただいたことに対して、感謝で報いる1年にしたい。「感謝の心で掴んだ本気」で仕事と向き合う、魂を込めて働く。これが「地域を元気にする」我々の、パーパスを実現できる唯一の道だと信じるからです。

2022年・卯月・陽光が眩しい・如水こと後藤敏次

地域みっちゃく生活情報誌で地域の困りごとを解決

地域みっちゃく生活情報誌

食品ロスの削減、生活困窮者への食品提供情報を告知

三重県環境生活部より、食品ロス削減を啓発する広告業務を受注いたしました。「よっかいちai」2021年12月号の巻頭特集「子ども食堂」の取材先から、三重県食品提供システム「みえーる」に登録すると、企業や団体から無償で食品提供を受けられる制度を聞いたことがきっかけです。登録企業が少なく、支援の輪を広げたいという思いを知り、すぐに三重県環境生活部に架電。「食品ロス削減、生活困窮者への食品支援が広がれば、多くの方が救われます。「地域みっちゃく生活情報誌」で知らせましょう」と提案。



2022年3月号の三重県下9誌で告知していただくこととなりました。

取材先の方からふと出た困りごとが、『地域みっちゃく生活情報誌』を通して多くの人が救われるきっかけに繋がりました。県下60万世帯に届く情報誌だからこそできることが、まだまだたくさんあります。アンテナを張り巡らせることで、これからも地域社会に貢献していきます。

(三重支社・奥田)

日本語版・英語版・中国語版を同時制作

冊子制作

美濃焼PRパンフレットの制作業務を受託

地域みっちゃく生活情報誌『おりべくらぶ』(多治見市)、『らせるくらぶ』(土岐市・瑞浪市)や、観光PRパンフレットの発行実績が評価され、この度、東濃西部広域行政事務組合より美濃焼PRパンフレット『美濃焼のせかい』の制作業務を受託いたしました。



日本国内の陶磁器生産量において6割以上のシェアを誇る美濃焼は、このエリアの地域経済を支える基幹産業であり、近年、世界中の注目を集める日本伝統工芸の一つでもあります。今回受託したパンフレットは、3年に一度の国際陶磁器フェスティバルの開催地として美濃焼の魅力を国内外に広く発信すべく、日本語版・英語版・中国語版の合計3版を同時制作いたしました。この地を訪れる世界中の人々に、この一冊を片手に美濃焼の旅を満喫していただけますように、制作者一同、心から願っています。

(岐阜支社・多々羅)

日常にPlus1

冊子制作

ナゴヤ防災サミット™誌面開催！

ナゴヤ防災サミット™実行委員会より、防災に関する冊子『ナゴヤ防災サミットPlus1』の制作業務を受注いたしました。

昨年11月に予定されていたリアルイベント「ナゴヤ防災サミット™」が中止となり、誌面開催に切り替え。『地域みっちゃく生活情報誌』や別冊本のクオリティを評価いただき、当社がディレクションから制作、印刷まで全てを担当いたしました。防災に関係があるゲームアニメの人気キャラクターとコラボし、若い世代に手に取ってもらえる誌面に仕上がっています。コンセプトは「防災をもっとカジュアルに」。少しでも防災に興味をもってもらい、今までの生活に「プラス1」ができるような情報を詰め込みました。

3月11日の発行後、すぐ冊子を手に取った方から「自分が普段持ち歩いているカバンの中身を見直そうと思った」などのうれしい声を多数いただきました。当社ではパンフレットや冊子制作をしています。お気軽にご相談ください。

(名古屋支社・磯元)



詳細はこちら▶

こちらから▶

取材から印刷まで一貫してサポート

イノベーション事業部

地域産業デジタル化支援事業報告書を作成

昨今、企業が自社の業務プロセスや事業モデルを変革するために、DXは欠かせない要素となっています。経済産業省は地域経済をけん引する企業のデジタル化を支援し、地域の高生産性・高付加価値企業群の創出・強化を目的とした「地域新成長産業創出促進事業費補助金(地域産業デジタル化支援事業)」を公募。岐阜県では公益財団法人ソフトピアジャパンが事業者となって各企業との架け橋を担っています。そのソフトピアジャパンより事業報告書の作成を受託しました。当社が毎月1000万部以上『ハッピーメディア』を発行している実績や高いコストパフォーマンスを評価いただき、取材、デザイン、印刷まで一貫して任せていただきました。報告書は、各企業の新規事業創出に向けたさまざまな研修やワークショップなど、デジタルを経営の重要な戦略として位置づける企業がどのようにDX推進に取り組んだかを詳細に扱った内容となっています。

(イノベーション事業部・田中)



CHUCO HAPPY NEWS 日々、業務に向き合うなかで寄せられた、うれしいニュースをお届けします。



巻頭特集では、取材対象の方からたくさんのお礼の言葉を頂戴します。今年に入ってからは、「記事を読んだ昔の取引先から再び仕事の発注がありました」「コロナ禍で応援していただけるのがとてもありがたい」「地域の小学校から職場見学の依頼がきました」など、掲載後にメールやお手紙をいただきます。地域の祭りや伝統産業などは有料掲載が難しい案件です。滋賀県下の競合誌を見ても、このような題材の記事を掲載している媒体は新聞を除いてほとんどありません。私たちが発行する『地域みっちゃく生活情報誌』は、シビックプライドの醸成に大きく貢献していると感じます。たくさん「ありがとう」が私の原動力になっています。

(滋賀支社・延原)



非常に人気のある老舗とんかつ料理店。フリーペーパーに掲載されているのを見たことがなかったのですが、そのとんかつ店が、ペーカリーショップを出店することに。1年前の9月号の「てくてく散歩」企画をきっかけに、頻繁に掲載していただけるようになりました。「お金を出してまで、広告を出す意味があるよ。みんなきれいに切り取って、クーポンをもってきてくれるもの」と感謝されたとき、「もっと自分の情報誌に自信をもっていいんだ!」と、うれしくなりました。

(仙台ブロック・木村)

CHUCO CLUB

美濃加茂市長インタビュー

『Kanisn club』(岐阜県可児市・美濃加茂市)かも版では、4月号で藤井浩人市長のインタビュー記事を掲載いたしました。藤井市長は1月28日に美濃加茂市長として2度目の公務を開始しました。37歳と全国的に見ても若い市長ですが、子育て世代だからこそ市民目線で訴えられる「子育て施策」や、街の自然環境や交通の便を最大限に活用した「新しい形の企業誘致」、貴重な里山や清流を次代に繋げるための「里山継承」、そして「多文化共生」について熱く語っていただきました。「未来に希望がもてる市政運営」を掲げる市長。50年先、100年先に希望がもてる美濃加茂市であるために、市長が確立した「未来への5カ条」、「命を護る」「人を創る」「暮らしを繋ぐ」「街を興す」「庁舎を展く」を『Kanisn club』もともに叶えていきます。

(岐阜支社・二宮)



▲藤井浩人美濃加茂市長(中)

『ありがとうがとまらない-愚直なまでに報恩謝徳の精神で-』



▲温かみあふれる表紙に仕上がりました

2020年、2021年とコロナウイルスによって、広告の仕事を思うようにできない時間が続きました。そんななか、我々は常に地域やクライアントから寄せられた「感謝」の言葉に勇気をいただいてきました。全社員から集まったエピソードは『ありがとうがとまらない』と題した1冊に編集。編集担当者の「感謝の連鎖が生み出す波紋は、人と人をしなやかに繋ぎ、うつむきかけた心を奮い起こしてくれます。『ありがとうがとまらない』ではなく、実は『ありがとうはとまらない』のです」という言葉が心に深く響きます。

2022年度も、地域と仲間に報恩謝徳の精神をもって進んでまいります。

(管理本部・多田)

新卒採用会社説明動画を制作

3月1日から新卒採用情報が公開され、2022年度新卒採用が本格的にスタートしました。公式YouTubeチャンネルには、社内で制作した会社概要の説明動画と2021年度に入社した社員へのインタビュー動画をアップしています。



こちらから▶



こちらから▶

▲インタビュー動画はこちら

特にインタビュー動画は、数ある会社から中広を選んだ理由や、実際に働いてみて分かったやりがい、一日のスケジュールなどが分かりやすくまとまっており、就活生の皆さんの参考にしていただけるのではないかと思います。地元愛にあふれた仲間に加わってもらえるよう、一人ひとりの就活生と真摯に向き合っていきたいと思っています。皆様のご応募を心よりお待ちしております。

(人事課・細野)

ハッピーメディア®の基本を学ぶVC研修



▲3月のVC研修(オンライン)の様子

ハッピーメディア®をVC加盟社の皆さんにも同じモチベーションで営業・制作していただくために、VC事業部では各社の新入社員や若手スタッフの方を対象に「VC研修」を実施しています。営業座学、同行営業、制作座学を学ぶ3日間を基本としていますが、最近はオンラインでの開催としています。営業座学では、ハッピーメディア®のコンセプト「4つのこだわり」や「WEイト作戦」など基本の考え方から、営業職としての心得やスケジュール管理、売上の作り方などを質疑応答を交えレクチャーし、「制作研修」では、クリエイティブ部から原稿の書き方や表紙・巻頭特集の考え方、掲載基準、制作規定などについて学びます。受講者からも「理解を深められた」「疑問点が解消でき、たいへん勉強になった」と声が届き、各現場で活用いただいています。

(VC事業部・岡崎)

部署だより NO.99

営業本部 業務執行戦略室／企画課



▲業務執行戦略室／企画課スタッフ

こちらから▶

こちらから▶

業務執行戦略室企画課は2021年4月に業務執行戦略室が新設されて以降、『虎の巻』をはじめとする営業趣意書リリースやシステム部と共同の営業支援ツールC-BrainV2の改修・要望の取りまとめ、大営業祭の企画進行および「フリモ」アプリ、「フリモール」の告知ツール制作など、全社に関わる業務に携わっています。

「地域にDX化を!」の合言葉のもと、全社の営業データが集約されたことで、より有益な企画を検討する材料が整いました。企画課では、それらから得られる企画の反響データを収集・整理し、次の企画や営業資料作成に生かしています。今後も効果的な情報を発信すべく、他部署と連携し、まい進してまいります。

(業務執行戦略室・松野)

編集後記

新卒新人の皆さん、ようこそ中広へ。社会人になると生活の基本動作がガラリと変わります。情報収集もその一つ。広く・早く・正しい情報収集で、社会を理解し、行動しなければなりません。それに最適なのは新聞。しっかりと編集・校閲された記事と広告から学びましょう。

この時期、緊張から「叱られたくないオーラ」が全開の人を見かけます。叱られたくない気持ちが勝利支離滅裂な言い訳を展開したり…おっと私にも思い当たる節が(汗)。

叱られないよう、ミスをしないように注意することはとても大切なこと。でも、新入社員の頃に多くの間違いを正してもらったのも大切な経験です。ぜひ、アドバイスをもらえるような、「ゆとり」も心がけてください。と、言うのも「叱ること」は「叱られること」の何倍もの労力がかかります。本音を言えば、できることなら叱りたくないし、いつも楽しく上機嫌でいたいのです。アドバイスでミスが防げれば、互いにHAPPY。そのためには、ちょっとした声かけができる「ゆとり」が大切です。そして、もし叱られてしまったときは、「叱っていただけたこと」への感謝を忘れずに。

さあ第45期、報恩謝徳の精神でまい進しましょう。

(業務執行戦略室・岡本)



情報誌
×
アプリ

人と街を繋ぐ デジタルスタンプラリー

デジタルアプリの普及やウィズコロナ時代における衛生面への配慮から、デジタルスタンプラリー市場が盛り上がりを見せています。当社の「フリモ」アプリは2022年1月にスタンプ機能を追加。情報誌とアプリを連携させた「デジタルスタンプラリー」企画は、紙の枠を超え、読者に新たなアクションを促す要素として好評を得ています。



アプリ内でスタンプラリーを開催 | スタンプできる店舗・スポット情報 | 進捗を確認できるスタンプカード

安全に地域店舗を周遊できる デジタルスタンプの人気高まる

コロナ禍で、キャンペーンやイベントの多くが中止や規模縮小を余儀なくされています。イベントを開催する場合、参加者の入場規制、マスクの着用、定期的な消毒作業、ソーシャルディスタンスの確保などが必要となり、運営側の負担は通常時より大きくなりました。

このような状況下で注目されているのが、「デジタルスタンプラリー」です。デジタルスタンプラリーは、スマートフォンやタブレットなどのモバイル端末で複数のスポットをまわるキャンペーンです。専用アプリをインストールしなくても参加可能なものも多く、QRコードやGPS機能で位置情報を取得することで、参加者が訪れたスポットを把握できるのが特徴です。台紙の受け渡しが必要なく、多くの人が触れるスタンプを利用せずに開催できるため、安心して参加ができると話題です。

これでは、ラリーさせることで生まれる新規客の獲得には、なかなか繋がらない課題があります。

また、スタンプラリーの規模が大きくなれば効果的に反響が上がりませんが、紙のスタンプ台紙を使用する場合は、スタンプの準備や携わるスタッフの確保、教育など、コストが比例して上がる問題があります。

紙のスタンプラリーのメリット
・パンフレット等で企画情報以外にも伝えたい情報を届けやすい
・一貫性があり、イベントを楽しむ雰囲気醸成しやすい
・実際にスタンプを押す「コト」にも味わいがある

紙のスタンプラリーのデメリット
・規模を大きくすると比例して台紙代、人件費等のコストが上がる
・台紙そのものを紛失されてしまう
・進捗や達成者以外のデータを把握しづらい

実施方法によって異なるスタンプラリーの販促効果

スタンプラリーを実施する目的には新規集客、周遊促進などが挙げられ、スタンプ設置箇所が多いほど立ち寄られる回数も高くなる傾向にあります。しかしながら、個人店単独ではスポット不足から周遊が難しく、「自身の店舗でいくつスタンプが押せるか」といったようにスタンプカードを使ったりピーターフォロー程度しか施策がありません。

スタンプラリー企画事例

● 中毛エリアグルメスタンプラリー

群馬県高崎市・前橋市・伊勢崎市・玉村市を含む中毛エリアで実施。37カ所にあるスタンプ設置店のうち10店舗をまわると人気ゲーム機の応募ができることあって、10カ所まわる人も多くいました。情報誌発行から1カ月の間に10店舗を利用する読者は、通常企画では多くありません。スタンプラリー特有の結果となりました。



● 春スイーツ2022

三重県鈴鹿市で開催された本企画、春めいたスイーツが勢揃いしました。スタンプを集めると応募できる特典商品は参加店が提供する菓子の詰め合わせ。集めた数により特典が異なるため、全てのスタンプを集め、全特典に応募する読者もいました。つい集めたくなるのもスタンプラリーの良いところです。



データ収集できる項目

- ・SV数 ※
- ・各スタンプ数
- ・ユーザー数
- ・参加者属性

※SV数…スクリーンビュー=台紙が見られた数

従来、スタンプを集め終わって、応募を受付後しか収集できなかった参加者の属性が、一つめのスタンプから取得できるため、どんな人が参加しているのかデータとして提示できます。また、アプリ内でもスタンプラリー企画が告知されます。パン、クーポン、参加店の店舗ページなど、各所にスタンプラリーのPRがされることから、参加店舗全体のレスポンスアップに繋がっています。

スタンプラリー企画で街全体の経済を盛り上げる

当社顧客の多くは街の商店です。前述の通り商店街や組合に参加していない個人店は、スタンプラリーを企画したり参加することが困難。そこで、『地域みっちゃん生活情報誌』がスタンプラリー企画を開催し、情報誌だけでなく、スタンプラリー企画に参加していたことで、掲載だけでは獲得できなかった新規顧客を掴むことが可能となりました。

媒体社として新たな仕掛けを提供し続けることで、地域の商店がより潤う仕組みをつかっていきたいと考えています。

全国の規制も解除されました。街へ出かけ、多くの人に安全に地元を楽しんでいただけたら幸いです。

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 443名(2022年3月末現在) グループ全体 464名

事業内容

フリーマガジン事業 イベント・セミナー事業
セールスプロモーション事業 ネット通信販売事業
クロスメディア事業 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)

社是 人が命・人が宝・人が財産 (社員が輝く組織に)
機会損失の排除 (モノ・トキ・ココロの無駄ゼロ)

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>



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	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●販促blog ●わくわく生活(楽天)他 ●フリモール ●HAPPY MEDIA GUIDE(情報誌見様サイト) ●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(JLMN)
公式アカウント	<ul style="list-style-type: none"> ●Facebook ●YouTube ●Instagram ●Twitter
加盟団体	●JLAA 一般社団法人日本地域広告会社協会



リンク集はこちら /

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

<p>□ 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</p>	<p>《名古屋支社》 名古屋フリモ 各編集室 [中村・中川・港区版] 名古屋市中川区柳森町107 2F TEL.052-355-6111</p> <p>[名東版] 名古屋守山区小幡南2-18-12 TEL.052-768-7491</p> <p>[西区・北区・中央版] 名古屋市中村区名駅1-1-1 24F TEL.052-433-1602</p> <p>[天白・南庄版] 名古屋緑区六田1-150 TEL.052-829-0270</p>	<p>《三重支社》 三重ブロック ぼろくらぶ編集室 桑名名取町10 TEL.0594-25-9988</p> <p>Belle club編集室 鈴鹿市神戸1-10-10 TEL.059-373-4400</p> <p>よっかいちai編集室 四日市市織の森1-5-16 8F TEL.059-325-7562</p> <p>つづび〜編集室 津市栄町1-840 5F TEL.059-213-7666</p> <p>リーガクラブ編集室 名張市瑞の森3-3番町36-1 TEL.0595-41-0156</p>	<p>びわこと編集室 名取市手倉田2-1-35 6F TEL.077-521-3911</p> <p>福井ブロック 福井フリモ編集室 福井市大願寺2-9-1 7F TEL.0776-979552</p> <p>きらめきくらぶ編集室 敦賀市野神40-277-2 1F TEL.0770-24-2622</p>	<p>なうてい!編集室 名取市大字野沢532-1 1F西 TEL.022-797-8541</p> <p>さきっぺ!編集室 大崎市古川旭5-3-2 2F TEL.0229-25-8792</p>	<p>奈良・和歌山ブロック 福原市基本町260-1 1F TEL.0744-48-0606</p>
<p>□ 営業本部 《岐阜支社》 岐阜ブロック GIFUO編集室 岐阜市東興町27 4F TEL.058-247-2512</p> <p>はしまる編集室 羽島市竹鼻町丸の内8-23-2 3F TEL.058-322-6777</p> <p>SARUBOBO編集室 高山市下岡本町2967-2 TEL.0577-34-5579</p> <p>Wao!Club・mintoup編集室 大垣市加賀野4-1-13 [Wao!]TEL.0584-75-1960 [mintoup]TEL.0584-77-4088</p> <p>GUJOUプラス編集室 郡上市八幡町小野91-1 TEL.0575-67-0655</p> <p>たんどんくらぶ編集室 各務原市那加栄町14-1 TEL.058-380-6066</p> <p>きらくらぶ編集室 関市山王通1-6-3 TEL.0575-24-4334</p> <p>かにさんくらぶ編集室 可児市今渡字町1595-190 TEL.0574-25-7009</p> <p>おりべくらぶ編集室 多治見市太平町4-38 TEL.0572-21-2626</p> <p>らせくらぶ編集室 土岐市東山町1-4 3F TEL.0572-55-2033</p> <p>maika club編集室 中津川市中津川字上1231-1 TEL.0573-62-2522</p>	<p>《愛知支社》 アサヒトセト・ひまわりくらぶ編集室 尾張旭市東本郷4丁目3-53 [アサヒトセト]TEL.0561-42-6981 [ひまわりくらぶ]TEL.0561-42-6971</p> <p>ゆいまるくらぶ・さんごくらぶ・かなうくらぶ編集室 愛知郡東郷町北山台4-1-6 [ゆいまるくらぶ]TEL.0561-42-4850 [さんごくらぶ]TEL.0561-42-4885 [かなうくらぶ]TEL.0561-42-4855</p> <p>Cocon club・ちるくらぶ 北知多フリモ・西尾フリモ 安城フリモ編集室 知多郡東浦町大字緒川字下沙田17-1 [Cocon club・ちるくらぶ・西尾フリモ・安城フリモ] TEL.0562-85-1077 [北知多フリモ] TEL.0562-85-1078</p> <p>リパル倶楽部編集室 大山市松本町2-29 TEL.0568-39-6111</p> <p>名古屋フリモ守山版編集室 名古屋守山区小幡南2-18-12 TEL.052-768-7491</p> <p>名古屋フリモ緑区版編集室 名古屋緑区六田1-150 TEL.052-829-0270</p>	<p>《滋賀支社》 滋賀ブロック ぼてじゃ倶楽部編集室 長浜市宮司町1161-7 2F TEL.0749-68-2577</p> <p>こんきくらぶ編集室 彦根市長曾根町9-22 1F TEL.0749-26-0555</p> <p>オウテッククラブ編集室 近江八幡市板宮町289 3F TEL.0748-36-1148</p> <p>湖南フリモ・甲賀フリモ編集室 栗東市手原5-6-19 TEL.077-596-3335</p>	<p>福井ブロック 福井市古川旭5-3-2 2F TEL.0229-25-8792</p> <p>鳥取ブロック つばさ編集室 鳥取市吉方温泉3-860 2F TEL.0857-30-6446</p> <p>くらくらぶ編集室 倉吉市山根540-1 4F TEL.0858-27-0510</p> <p>こはくくらぶ編集室 米子市西福原2-9-49 2F TEL.0859-21-5400</p> <p>和歌山ブロック まいなゐが編集室 岩出市高瀬84-2 2F TEL.0736-67-7630</p> <p>九州支社 マイタウン西新・浜浜編集室 福岡市早良区西新5-1-30 3F TEL.092-833-5250</p> <p>マイタウン伊都編集室 糸島市前原中央2-3-60 1F TEL.092-332-8223</p>	<p>《DX開発事業部》 EC部 大垣市加賀野4-1-13 TEL:0584-74-0745</p> <p>デジタルマーケティング部 岐阜市東興町27 TEL:058-214-3325</p> <p>《業務執行戦略室》 名古屋市中村区名駅1-1-1 24F TEL.052-562-2139</p>	
<p>□ 管理本部 経理部・総務人事部 岐阜市東興町27 TEL.058-240-4005 [購買流通課]TEL.058-246-0285</p>	<p>システム部 東京都港区新橋6-14-5 6F TEL.03-3434-8448</p>	<p>□ グループ会社 株式会社アド通信社西部本社 本社(北九州営業部・業務管理部) 北九州市小倉北区堺町1-3-15 4F TEL.093-551-4581</p> <p>福岡支社 福岡市早良区西新5-1-30 3F TEL.092-833-2230</p> <p>むなふ・おるね編集室 奈良市土伏1-3-34 1F [むなふ]TEL.0940-39-3672 [おるね]TEL.0940-39-3404</p> <p>月刊TOSSE編集室 広島市藤木町2456 1F TEL.0942-50-9619</p>			