



KEY TOPIC



代表取締役社長 大島 斉

第47期 実践データとAIで反響の出る広告を Data Driven経営始動

「ABCX」をスローガンに「紙媒体のポスティング」と「ウェブ」の相乗効果で、ユーザーレスポンスを分析・解析、高い広告価値を創造した第46期。データに基づいた全員営業で「ハイブリッド広告」の確立に成功しました。大島斉社長に第47期の展望を聞きました。

スローガンは「Data Driven」 実践データをフル活用した広告へ

現在、1,100万部を超える発行網が構築されています。第47期の方針を教えてください。

第46期は、毎月「地域みっちゃく生活情報誌」の読者・ユーザーから寄せられる100万件以上のレスポンスデータを分析・解析。データに基づいた「反響の出る広告」＝「ハイブリッド広告」を推し進め、第46期第3四半期累計の連結業績として売上高70億6,339万円（前年同期比116.3%）、経常利益1億6,098万円（同3.7倍）を達成。3期連続の増収・増益という結果を出すことができました。おかげ様で、今期、念願であった売上100億円の壁を突破することもできそうです。これが「ABCX」の成果であります。

新しい期のスローガンは「Data Driven（データドリブン）」、サブスローガンを「中広グループは実践データとAIで反響の出る広告を創る集団である」としました。FM、SPの両営業事業部がウェブ上に有象無象にあふれる広告データではなく、実際に当社グループが地域に

届けた広告から寄せられるリアルな反響データとAI技術を全面に活用していきます。「Driven」は直訳すると「駆動」。〈情報収集→データ分析・解析→CHCでの可視化・言語化→現場のアクション〉、この流れが自動的に駆動する仕組みの構築をさらに進めます。

個の能力を一層高めて Data Driven営業を推進

具体的にFM、SP事業部の考え方は、どう変わるのでしょうか。実際の営業活動に大切なポイントは？

FM事業部では、クリエイティブ面が一層重要となります。広告に求められるのは「リーチ」です。この点に関して我々は、実践データに基づき作成した広告を一軒一軒にポスティングするという、これ以上ないリーチを誇ります。あとは「読まれるおもしろい情報誌」をつくることです。表紙は本気で読みたいと思うか、若年層にも届くか、おしゃれでときめきがあるか、ワクワクするか。こういったエンタメ性を盛り込んでほしい。

SPは「データ活用ソリューション」「サステナビリティソリューション」がキーワードです。すでに手中にあるアクチュアルデータを最大限に活用して、地域顧客との関係性を継続的に構築していきます。そしてクライアントのLTV（Life Time Value）最大化に貢献していきます。また企業のサステナビリティ推進、広報活動の支援も当社グループの強みです。クライアントの社会価値と経済価値を同時に実現できるプロモーション能力を高めていきます。これを実現するのが「サステナビリティソリューション」です。

第47期テーマは「全員経営」「実践知」の集積と機動」です。情報誌編集室長は編集室の、SPの課長は課の、そして個人は個人の経営者と考えてください。生産性の向上を念頭におき、自分の行動にどれだけの価値を創出できるか、経営者の感覚で測れるようにしてください。そのために必要なのは「Data Driven」の意味の理解と実践知です。第47期はグループで『地域みっちゃく生活情報誌』1,500万部、『お仕事ノート』222エリアを実現します。

COLUMN

こころ 人生は心一つの置きどころ

売上100億円突破！ さらなる飛躍へ

陽光とともに気分一新、新年度を迎えました。昨年度は「一心一徳」。中広グループ全社員が「広告の力で日本を元気にする」という創業の理念を貫き、680名の仲間が全力で仕事と向き合い、悲願の売上100億円を突破しました。

22年前、売上100億円・営利10億円の「110計画」を立て、その後、情報誌総発行1,000万部の目標が加わり、売上高と発行部数の二つの目標を達成しました。関係各位に改めて感謝いたします。

ハイブリッド広告を掲げる『地域みっちゃく生活情報誌』をはじめとしたハッピーメディア群で、日本のメディア業界をひっくり返し、我々が牽引する。現在の売上100億円・発行部数1,000万部は夢の通過点です。すべてのスタッフが経営感覚を身につけ、「心を一つ」にし、心を磨けば次なる目標は達成し、さらなる飛躍を中広グループにもたらします。

日経平均株価が4万円を突破し、過去最高値であります。株価は半年先を予想すると申します。春闘で大企業を中心に大幅な賃上げが実現しつつあり、物価が再々値上げされます。賃金が上がり、物価が上がる好循環のインフレに向かっていきます。それを見込んでの株価です。秋口までは日本の景気が好況に推移するであろうとの予測が、4万円を付けた株式市場の評価です。

では、それ以降どうなるか。日本の株価は米国に連動しています。米国の金融政策がどうなるのか。11月の大統領選でバイデンが再選されるのか、トランプが再び咲くのか。株価は不透明です。しかし、日本の景気は円安で輸出企業が好調、半導体の生産開始による新たな基幹産業に期待が集まっています。また、インバウンド増加には勢いがあり、裾野の広い観光産業の底上げが見込まれるなど、景気の先行きは明るいといえます。

日銀はマイナス金利政策を解除し、金融緩和に舵を切りました。株価4万円がインフレの引き金になるか。2024年度が日本経済の転換点になるのか。気になるところです。ちなみに、2023年の日本の総広告費は7兆3,167億円（電通調べ）。1947年の推定開始以降、過去最高の総

市場額となりました。広告は経済の尖兵です。我が社も情報誌1,000万部の力で経済の活性化に寄与できればと思っています。

哲学と宗教観 「こころ」とは意識

人が生きる上で大切なことは、二つあると思っています。一つは「哲学」を持つことです。自分は何者なのか、なぜ生きているのか、生かされているのかを深く掘り下げねばなりません。それが「哲学」を持つこと、つまり自分の「こころ」を掴むということです。もう一つは、「宗教観」です。特定の宗教や信仰を持つことではありません。人間がどう足掻いても、もがいても絶対に勝てない、何か偉大な力の存在を受け入れることが「宗教観」です。私の持論ですが、哲学と宗教観を持てば人生は輝き「こころ」を磨くことができると思っています。

坂村真民の詩に「こころ」を詠った作があります。



満開のしだれ桜に感謝

こころを持って生まれてきた
これほど尊いものがあるとか
そしてこのこころを悪く使う
これほど相すまぬことがあるとか
一番大事なことは
このこころに
花を咲かせること
小さい花でもいい
自分の花を咲かせて
仏さまの前にもってゆくことだ

人間が人間であるのは、他の生き物にない「こころ」があるからだといわれます。その「こころ」は磨けば輝きけれど、放っておけば自然界と同じで荒れ果ててしまいます。陶冶なくして、磨けないのが「こころ」です。それには

自分なりの哲学と宗教観を持つことです。

私が尊敬する養老孟司先生は、「こころ」という言葉は使わない、いや使えない。なぜなら「こころ」には定義がないからだ、といえます。「こころ」の代わりによく使うのは「意識」という言葉。「情」と書くこともある。「こころ」とは何かと問われると「わからない」。敢えて言えば「意識」だと思うと、先生は話されます。

そういえば、こんなことを学びました。研修で「知識」を先に教えても頭でっかちになるだけでなかなか身につかない。しかし、「意識」を植え付けてから知識を教えると伸びる。「こころ」に訴えるものがあってこそ、人は成長すると。「こころ」とは「意識」であると納得できました。

情報誌の原点は 地域愛

情報誌を発行するにあたって、その真髄を追求しています。情報誌の原点は「地域愛」です。情報誌の作り手である我々に「地域愛」がなければ、『地域みっちゃく生活情報誌』ではなくなり、ただの広告情報でしかありません。発行する地域、そこで暮らす人たちがハッピーになるために情報誌を作る、これが「地域愛」です。

そのためには、今を生きる人たちの生活が豊かになること、安寧と幸せを心底願わねばなりません。中途半端な姿勢で情報誌をつくれれば、読者はすぐに見抜きます。

我々の仕事は発行エリアの歴史はもちろん文化・風土・風習・風味を悉く学ぶこと、知ることです。地域に対する礼儀であり敬意であり、そのうえで読者の「こころ」に響く情報誌をお届けする。これが「地域愛」です。

春爛漫です。風景が鮮やかに彩られ、芽吹き風が吹き抜けます。どんな困難があろうとも、桜前線は今年も北上します。子どもの頃から親しんでいる岐阜の伊奈波神社参道に咲くしだれ桜も、もうすぐ満開になります。

第47期がスタートしました。「人生はこころ一つの置きどころ」と申します。人はいかなる事態に遭遇しようと、プラスに転じるよう意識を持てば、前へ進めます。目標を実現するには、覚悟と心構えが重要です。中途半端な「こころ」では思うに任せません。「心の有り様」が大切に考えています。

2024・卯月・新年度を迎えて・如水こと二代目・後藤数次

各責任者
決意のこぼ

執行役員SP事業部長 長澤 晃

第46期はネット、SNS広告で結果が出ていないと言われる企業に、情報誌を軸としてネット、SNSを絡めた施策の提案で喜んでいただくことができました。これをさらにブラッシュアップして、より多くの企業のマーケティングプレーンとして貢献し、Win-Winの関係を築いていきます。



執行役員FM事業部長 森 照敏

「Challenge and Change」。体制の成熟、再予算、AIとの共生、新規創刊、編集室長と新入社員の育成など、さまざまなチャレンジでKGIを達成。次なるステップへの土台をつくる1年とします。FM事業部はグループの根幹であり、そのグループは業界最大手。これを自覚し、常に先頭を走っていきます。



執行役員グループ戦略統括事業部長 加納 沙弥香

第47期はデータ解析をもとに20年先まで必要とされる媒体を追及する「メディア開発室」、マーケティング推進・ウェブ系商材の販売支援を行う「デジタルマーケティング室」、創刊する「エリア開発室」、そして、それらをシステム面で支える「システム開発室」の4室で営業現場を支えます。



執行役員FM副事業部長 牧田 人親

紙媒体が不況だと言われるなか、また原価高騰が続くなか、当社FMは飛躍しました。「地域みっちゃく生活情報誌」は、ほかにはない唯一の紙媒体です。ほかとは異なる特長があります。より分かりやすく、さらに差別化できるオンラインワンの媒体をつくります。毎年進化、毎年挑戦！



株式会社中広メディアソリューションズ代表取締役社長 釜 薫

第47期のCMSは引き続き拡大とチャレンジを行います。「ARIFT」創刊16誌のほか各別冊媒体の増刊など、熱い1年になります。同時に事業部制導入でメディアづくりを特化し、SPには専門性をもたせていきます。第47期は売上高20億円、従業員数130人まで、拡大成長でまいります。



株式会社関西ほど代表取締役社長 富岡 紀幸

地域から日本を元気にするために、「紙メディア」「インターネット」を通じて、価値ある課題解決策を提案できていると自負しています。中広グループの一員となり、さらにバージョンアップできると確信をもちました。今年度、関西ほどは飛躍的に向上します！



株式会社ケイ・クリエイト取締役 今井 大介

今期からは決算月を中広と揃えることで、気持ちも数字の熱量も完全にグループ一体となって進めてまいります。今期も必ず予算を達成し、ケイ・クリエイトのみんなを幸せに、そして中広グループとしての悲願への道筋の一助となるよう、まい進いたします。



11,080,105部

※情報は2024年3月発行号に基づき掲載しています ※※YC発行エリアを含む ※世帯別到達率は配布部数と3月25日現在の各県を公表している世帯数で割り算し、一部印刷エラーを発行に伴い4月に流通していないものを含む ※発行日は月により変動する可能性があります。詳細はお問い合わせください。

Table of magazine distribution data for Hokkaido (北海道), Aomori (宮城県), and Yamagata (山形県). Includes titles like SORA, ふりっぱー, and ままここと.

Table of magazine distribution data for Gunma (群馬県), Saitama (埼玉県), and Tokyo (東京都). Includes titles like 太田フリモ, フッキーズ, and ままここと.

Table of magazine distribution data for Yamanashi (山梨県), Nagano (長野県), and Gifu (岐阜県). Includes titles like ピラレ, Parupi, and ままここと.

Table of magazine distribution data for Aichi (愛知県), Gifu (岐阜県), and Shizuoka (静岡県). Includes titles like mydo, ふじえへら, and ままここと.

Table of magazine distribution data for Chubu (中部) region, including Nagoya (名古屋), Gifu (岐阜), and Shizuoka (静岡). Includes titles like Bellve, リーガ, つぶさ, and ままここと.

Table of magazine distribution data for Kansai (関西) region, including Nara (奈良), Kyoto (京都), and Osaka (大阪). Includes titles like 奈良県, 京都府, and 大阪府.

Table of magazine distribution data for Kinki (近畿) region, including Hyogo (兵庫県), Shiga (滋賀), and Mie (三重). Includes titles like ままここと, Toss, and 大分県.

Table of magazine distribution data for Chugoku (中国) and Shikoku (四国) regions, including Hiroshima (広島), Tokushima (徳島), and Kochi (高知). Includes titles like 甲賀フリモ, すかと, and ままここと.

読者の声

「地域みっちゃく生活情報誌」に寄せられた読者からのお便りをご紹介します。

いつも楽しみにしています。給食特集、親子で「そう、そう、これ!」と盛りあがりました。(Kさん・50代)
習い事の先生特集とっても興味津々で見ました!お手頃な塾もあるんだなあと知れたのでうれしいです。(Oさん・40代)
MRIなどを検査してくれる身近な病院がたくさん紹介されていて、とても参考になりました。(Yさん・50代)
巻頭特集で市役所の働きを知りました。津島市の天王通りなど活性化しているので頑張ってください。(Mさん・30代)

掲載レスポンス

「地域みっちゃく生活情報誌」に掲載した広告の反響をご紹介します。

小売店でチラシから「甲賀フリモ」に掲載を切り替えたクライアント。100枚以上のクーポンバックがあり、費用対効果にも満足していただけました。次月に繋がるキャッチコピーにより、今後への期待感も高まります。
『月刊すかと』に掲載した地元工務店。発行後、完成見学会への来場者が増加。毎月10件以上の問い合わせ・申込みがあり集客効果に大変満足いただいています。表周り3回だった契約が2年分の表周り契約へと変更になりました。

『ままここと』 園児から家庭に直接届く子育て情報満載のフリーマガジン。【配布先】県内全域の幼稚園・保育園。【発行時期】年4回(1月・4月・7月・10月)。

『Start!』 進路選びを応援する高校生のための就職応援メディア。【配布先】高校の生徒に配布。【発行エリア】山形県、群馬県、岐阜県、愛知県、三重県、滋賀県、鳥取県。

「講演会インフォ」 ゲスト講師、タレント選びからイベント企画立案、当日の運営までサポートするネットワークサービス。

クーポンアプリ「フリモ」 41万件突破!! ダウンロード数 2024年3月24日現在 418,111件

フリーマガジンと連動して 地元へアピール。ダウンロードはこちら (iPhone/Android)

ウェブへ繋ぐ! GoogleMAP連動で 現在地からもお店を探せる!

情報誌見積サイト 「HAPPY MEDIA GUIDE」 全国で配布しているフリーマガジン「地域みっちゃく生活情報誌」への広告出稿の見積作成、問い合わせが可能!

※QRコードは株式会社テンソーウェブの登録商標です

パート・アルバイト求人

地域みっちゃんく生活情報誌

主婦(夫)を採用したい店舗・企業にマッチ

「主婦をターゲットとした求人を出すなら春は外せない」ということで、春らしいピンクのデザインが目を引く、パート・アルバイト求人企画を実施しました。時期にあった企画で営業提案の話を進めやすく、主婦(夫)向けの求人を出している店舗・企業に提案した結果、久々の掲載となった1件、新規案件3件を含む計6枠(介護スタッフ・塾の採点アルバイト・倉庫内作業員・物流・ラーメン店・食堂の調理補助)を受注しました。巻頭特集で久喜市内中学校の皆さんの卒業をお祝いする、卒業メッセージ特集を実施したことにより、40代~50代の目に留まる表紙~主婦(夫)層をターゲットとしたパート・アルバイト求人という誌面の流れができました。1/15枠で掲載したラーメン店は発行後2日で応募があり、効果も上々。「クッキーズ」に掲載すると地元で長く働いてくれる人が応募してくれるから、助かるよ!」とうれしい声が届いています。今後も季節のニーズに合った企画で、読者にとって有意義な情報を発信していきます。



(クッキーズ編集室・坂野)

応募期間8日で応募数1,153件

地域みっちゃんく生活情報誌

『地域みっちゃんく生活情報誌』の力

12月に大好評だったクリスマスケーキプレゼントに続き、2月号ではバレンタインプレゼント企画を実施しました。表紙にプレゼント企画の告知を掲載し読者を誘導、ビジュアルもチョコレートに特化して期待感を高めました。クリスマスケーキと比較して応募期間が8日間と短いことや、1日だけのイベント要素が強いバレンタイン企画であることから応募件数に若干の不安はありましたが、1,153件の応募をいただきました。あらためて、名張・伊賀エリアにお住まいの皆さんの「リーガ」への関心の高さを実感することができました。

また、同時におこなったアンケート調査では名張・伊賀エリアで生活する読者の興味・関心はどこにあるのか、購読頻度や情報誌に求めることは何かなど、アンケート結果から導き出すことができました。このデータを参考にして、読者により必要とされる情報誌を作っていきます。

(リーガ編集室・高林)

VCTOPIC

VC加盟社向け「求人スペシャル」を配信

毎月第1月曜日にオンライン配信でVC加盟社に向けて情報発信をしています。2月の配信では趣向を変えて「求人スペシャル」と題し、求人広告を得意とする株式会社日宣メディックスの宮内様にライブ出演いただきました。発表いただいたのは、毎月10ページ以上の求人ページを確立されている「月刊こがも」。求人広告で高い売上実績をあげている社員

の、曜日ごとの1週間の動き・1日の動き・校了日が近い時期の営業方法やアポ取り時のポイントなどを紹介いただきました。今回の事例発表が良い刺激になったようで、当日質問があがったり、配信後にメッセージをくださったVC加盟社もありました。今後もこのような回を実施予定です。充実した回になるよう、取り上げるテーマを検討してまいります。

(VC事業部・矢野)



地域みっちゃんくイベント

イベント

ドン・キホーテUNY岐阜店 地元アイドル1日店長

「地域応援の一環で、地元アイドルとコラボできないか」という店長のアイデアから、岐阜発!!メルヘンロックアイドル「蜂蜜☆皇帝」(はちみつエンペラー)の1日店長企画を実施しました。告知は地域みっちゃんく生活情報誌。『GiFUTO』2月号(クーポンにてドン・キホーテ×蜂蜜☆皇帝の限定バジブルゼント)、店内ポスター、蜂蜜☆皇帝の公式SNS等を活用。イベントでは店内ライブやじゃんけん大会、コラボコートのお披露目会、リーダーまりりんのステーキカット販売、特売対決、店内モニタージャックなどと盛りだくさん。

当日は、『GiFUTO』読者である地域の人から全国各地のファン、買い物に訪れた人など、子どもから大人まで盛り上がり、雨天でしたが、当日の売り上げは昨年比10%アップという結果となりました。

『GiFUTO』での告知により、多くの人に足を運んでいただけ、またイベントを通して新たなファン獲得にも繋がりました。店舗一体となって盛り上げたことで結束力が高まったなど、地域活性化の一助となれました。

(GiFUTO編集室・山口)



巻頭特集×運動特集で注目度UP!

地域みっちゃんく生活情報誌

「高校制服図鑑」&「進級進学応援ガイド」

『桐生みどりフリモ』3月号の巻頭特集は「高校制服図鑑」と題して、発行エリアの高校生に出演をお願いし、全高校の制服デザインを紹介。それに続くページに「進学進級応援ガイド」を企画・掲載しました。

4月の入学シーズンに合わせて、事前に群馬県のフリモ読者にLINEアンケートを実施。0歳から高校生までの子どもがいる読者に子どもの習い事に関する意見を聞き、その回答を記事としてまとめました。記事の下に広告スペースを用意し、学習塾や学生服の販売店・自転車販売店をはじめ、進級・進学に関わる店やスクールを多数掲載。巻頭特集との運動性もあって、読み応えのある誌面に仕上げることができました。また、地元の高校生にもたくさん登場いただけ、学生やその保護者にも読んでいただくきっかけになったと感じています。今後も誌面の巻頭特集と運動した特集に力を入れ、読者やご掲載いただいた広告主の期待に応える誌面づくりに力を入れていきます。

(桐生みどりフリモ編集室・阿部)



CHUCO CLUB

DX化の一環で導入「MAXHUB」

当社では経費削減・業務効率化推進に伴い、岐阜本社と東京支社にMAXHUBを導入しました。MAXHUBはウェブ会議・ホワイトボード・プレゼンテーションなど、組織運営に必要なコミュニケーション機能を1台でかなえるツール。従来、複数人いる会議室と遠隔拠点の社員を繋ぐオンライン会議では、出席者分の資料印刷、モニターやプロジェクターとHDMIケーブルの接続、スピーカーの設置などの事前準備、そして音声ト



▲部署内での定例の遠隔会議

ラブルなどの課題がありました。しかしMAXHUBによってツールやデバイスが一つにまとまり、会議自体の質が格段にアップしました。設定時間の短縮やスムーズな会議の進行だけでなく、ケーブル不要で会議室もスッキリ。IFP(Interactive Flat Panel)のなかでも、Windows10を搭載する最新モデルで、ビジネスシーンだけでなく教育や行政の現場でも導入が検討されています。当社では利用を通して、コミュニケーションや協働作業の効率化に貢献する商材としてご提案できます。

(事業開発室・DX 堤)

『女子大小路の名探偵』動画配信開始

当社が企画として製作委員会に参画した、名古屋・岐阜が舞台の映画、『女子大小路の名探偵』が現在、各種動画配信サービスで展開されています。映画の原作は、物語の舞台となったエリアで中広が発行する情報誌に連載した小説。2023年10月に全国の劇場で公開されたもので、剛力彩芽さんが主役を演じ話題となりました。ジモトの「見たことある!」を詰め込みながら、推理展開は本格派。ドラマ「アンフェア」シリーズの原作者が脚本も手がけた実力派ミステリーをぜひ、ご自宅でお楽しみください。

(広報・PR室 岡本)



クリック

▲「女子大小路の名探偵」配信一覧はこちら

2023年度井にっぽんオレンジシンボル運動活動報告動画公開

児童虐待防止を推進すべく、全国各地のシンボルを児童虐待防止のイメージカラーであるオレンジ色にライトアップする「井にっぽんオレンジシンボル運動」を2023年11月に企画・実施いたしました。今回、その様子をまとめた動画を作成しました。各地から寄せられたライトアップの様子や参加いただいた方からのメッセージ、点灯式の様子をご覧ください。

本運動は11月中のいずれかの日にオレンジ色のライトアップを行ったもので、北は北海道のさっぽろテレビ塔から、東京都庁、国宝・彦根城や京都タワー、福岡タワー、そして南は沖縄の合計20都道府県116カ所の施設に賛同いただくことが叶いました。2024年度は1,000スポットでの実施を目指しています。ぜひ、ご賛同のほどよろしくお願いいたします。

(広報・PR室 岡本)

クリック



▲動画はこちらからご覧いただけます



編集室移転のお知らせ

当社は、西尾フリモ編集室(愛知県)、北知多フリモ編集室(愛知県)を右記の通り移転しましたので、お知らせします。

西尾フリモ編集室

住所	連絡先
〒444-0116 愛知県額田郡幸田町大字芦谷字毛倉62 ライトハイツG棟 1階	TEL 0564-83-7763 FAX 0564-83-7765

北知多フリモ編集室

住所	連絡先
〒470-2102 愛知県知多郡東浦町大字下汐田17-1 緒川下汐田店舗	TEL 0562-85-1077 FAX 0562-85-1079



▲西尾フリモ編集室

部署だより NO.123

SP事業部 イベントセミナー部



▲イベントセミナー部スタッフ

ES(イベントセミナー)部は31年の実績をもち、企業や行政の課題解決に向けた講演や研修、イベント、コンサートなどの企画から運営までを手掛けるイベントの専門部署。講師紹介専用サイト「講演会インフォ」も運営しています。登録約7,000人の多彩な講師陣から主催者の予算、テーマに合わせたご紹介が可能です。

イベント成功には、多くの講師を熟知した上でのキャスティング、講師との信頼関係、臨機応変な対応が必要な現場の円滑運営など、さまざまな能力が求められるため、経験を積み常に学ぶことを大切にしています。営業・業務スタッフの連携もイベント成功の秘訣です。

「講演会インフォ」はVC展開もしており、各地の協会会社と全国どこでもイベントを開催できます。

今期、新入社員を迎え、積み重ねてきたノウハウを引継ぎ、これまで以上に主催者に安心して任せていただき、次回も頼みたいと思っていただけよう、まい進いたします。

(イベントセミナー部・伏屋)

編集後記

売上目標100億円を掲げて22年。リーマンショックや東日本大震災、コロナなど、さまざまな波がありましたが、第46期、無事に達成することができました。当社のビジネスモデル上、100億円という数字の大半は数万、数十万円というご出稿料が積み上がってきた数字です。なかには広域にわたりご利用いただき、億を超えるご出稿をいただけるケースも出てまいりました。これは中広グループの情報誌ネットワークが全国へ広がり1,000万部を超えたからこそ、これぞ営業の血と汗と涙の結晶であり、お客様との繋がりの証だと感謝の気持ちでいっぱいです。

「諦めなければ負けない」。この中広グループスピリットを大切に、第47期も元気にスタートいたします。自社媒体のさらなるネットワーク強化と総合広告会社としての手数の多さで、日本の経済を活性化するのは私たちに他なりません。

(広報・PR室 岡本)



「2023年日本の広告費」が示すハイブリッド広告の新時代

2023年の日本国内における総広告費は7兆3,167億円(前年比103.0%)と、1947年の推定開始以降、前年に続き過去最高数字をたたき出しました。媒体別内訳から読み解くと、これまでの「デジタルvsアナログ」の対極構造から、中広グループが得意とする「デジタルwithアナログ」という新しいハイブリッド広告構造への変遷が見えてきました。

デジタルの成長に合わせて変化 意外な成長分野とは

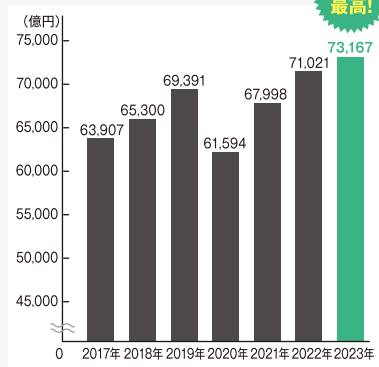
日本の広告費(電通グループ2024年2月27日発表)を媒体別で見てみると、マスコミ四媒体(新聞、雑誌、ラジオ、テレビ)の広告費はアフターコロナの経済復興期であるにもかかわらず、前年比96.6%と衰退。対してインターネット広告費は107.8%と増加傾向にありました。テレビに関する内訳では、地上波テレビが96.0%に対しインターネットテレビ関連(見逃し配信等)は124.9%、ほかラジオ分野においてもPodcastやradikoなど、デジタル配信の広告費は127.3%と大幅に増加しています。概況からは、旧来言われているデジタルの伸長とアナログの衰退が対極構造にあると捉えてしまいがちです。

理由のひとつに新型コロナウイルスによる自粛傾向から外出が解禁され、「リアルな広告を目にする機会が増えた」というのがあります。そしてもうひとつは、それぞれのクリエイティブを見ると明らかになります。



▲生活のあらゆる場面で目にするQRコード

日本の総広告費推移



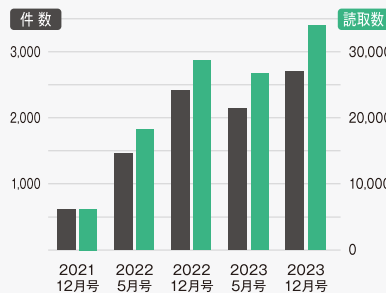
観測を始めた2021年から、わずか2年でQR掲載件数は4倍以上、QR読取数は5倍以上に伸びています(発行部数に変動のない一部限定エリアで定点観測)。当社のフリーマガジンではグルメリビュー、スクール広告のクーポンにQRを搭載し、さらにスタンブラリーやプレゼント応募、キッズ写真応募などもQRからできる環境を提供し続けています。その結果、読者がアナログで得た情報からQRを通じてスマホで実行するという行動が定着しました。

「デジタルwithアナログ」の新手法 広告はさらに新しい時代へ

徒歩、電車、店内、雑誌など、今や1日のうちでQRコードを目にしない日はないといえます。あらゆるアナログ媒体で、QRからネットに繋ぐものが、高い広告効果を発揮するようになってきました。これは、QR読取機能がスマホカメラに標準搭載され、キャッシュレス決済が急速に浸透した流れが影響しています。たった数年でQRは当たり前となり、それまで別々に扱われていたアナログ広告とデジタル広告を手元のスマホで同時に体験できる「ハイブリッド広告」時代へと変化したのです。

QR浸透によるハイブリッド広告時代の到来は、当社が2021年から観測を続けている「フリーマガジンQRの件数と読取数変化(1号あたり)」を見ると一目瞭然です。

フリーマガジンQRの件数と読取数変化(1号あたり)



※中広グループフリーマガジン一部エリア集計値より

Table with 4 columns: 媒体 (Media), 広告費 (億円) (Ad Spend in 100 million yen), 前年比 (%) (YoY Change %). Rows include total ad spend, mass media, internet, and promotional media.

しかし、さらに発表値を読み進めると、新しい広告構造が見えてきます。103.4%の復興となった「プロモーションメディア広告費」の内訳に注目しました。すると「屋外広告(101.5%) / 交通広告(108.3%) / イベント・展示ほか(128.7%)」と、どれもデジタルよりアナログの印象が強い分野の伸びが見られます。また「フリーペーパー」は全体として96.3%に衰退しましたが、これは2023年に飲食・美容ポータルの手帳が紙媒体の設置から一斉撤退したことによるものと考えられます。新聞折込の代替へのニーズや全戸配布などの需要が継続し、ポスティング市場は前年に引き続き増加しました。

このように看板や駅広告、ポスティング冊子といった、決してデジタルとはいえない分野が成長しているのは、一体なぜでしょうか。

Company profile for Chuco Co., Ltd. including corporate number (CHUCO CO., LTD.), industry (Advertising), capital (4.43 billion yen), and employee count (425). It also lists business content like free magazine and event services, and management philosophy.

第47期 基本方針 (47th Term Basic Policy) section with the slogan 'Data Driven' and theme '全員経営' (All-employee management).

Official accounts and social media presence, including links for the website, YouTube, Facebook, and Instagram, along with a QR code for more information.

CSR and community support information, featuring logos for 'しるみて' (Shirumite) and '女性活躍推進法' (Women's Career Advancement Act) and mentions of awards from 2017 and 2016.

Annual report table showing establishment year (1978), milestones (1983, 1986, 1991, 1993, 1994, 1997, 1998, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023) and key achievements for each year.

※従業員数はグループ会社含む ●...地域みっちゃんく生活情報誌

営業拠点

Detailed list of regional branches and offices across Japan, including HQ in Gifu, branches in Aichi, Hokkaido, Kansai, Kyushu, Chubu, Tohoku, and Shikoku, and the corporate headquarters in Gifu City.