

「企業」と「地域」を繋げる

読売新聞

Area Business

読売新聞のエリアビジネス



# 「企業」と「地域」を繋ぎビジネスを創出する読売新聞の力

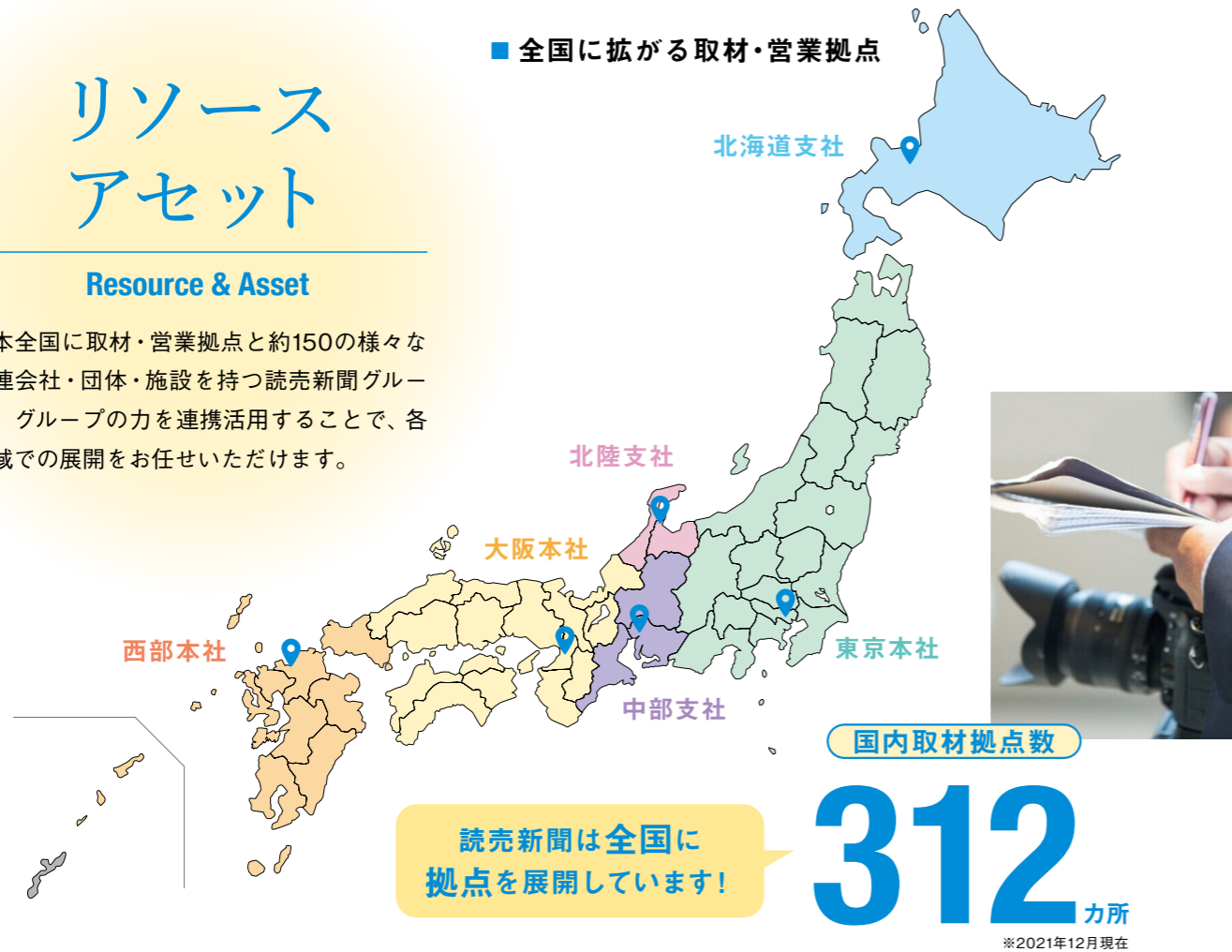
— 貴社のご要望にオーダーメイドでお応えします。ぜひご相談ください。 —

## リソースアセット

### Resource & Asset

日本全国に取材・営業拠点と約150の様々な関連会社・団体・施設を持つ読売新聞グループ。グループの力を連携活用することで、各地域での展開をお任せいただけます。

### ■ 全国に広がる取材・営業拠点



## リーチタッチポイント

### Reach & Touch point

世界最大の部数をもつ読売新聞をはじめ、読売新聞オンラインを中心としたデジタルメディアやファッション誌「marie claire」まで、読者の信頼に応えるメディアを展開。広く生活者に訴求できます。

### ■ 紙面もデジタルも、多彩なメディア

#### Print Media



#### Digital Media



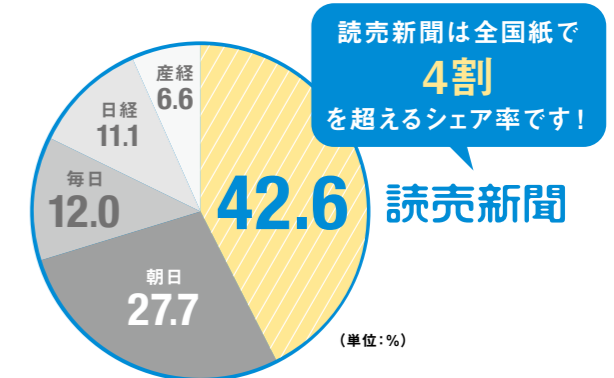
### ■ No.1の全国朝刊販売部数とシェア

#### 読売新聞

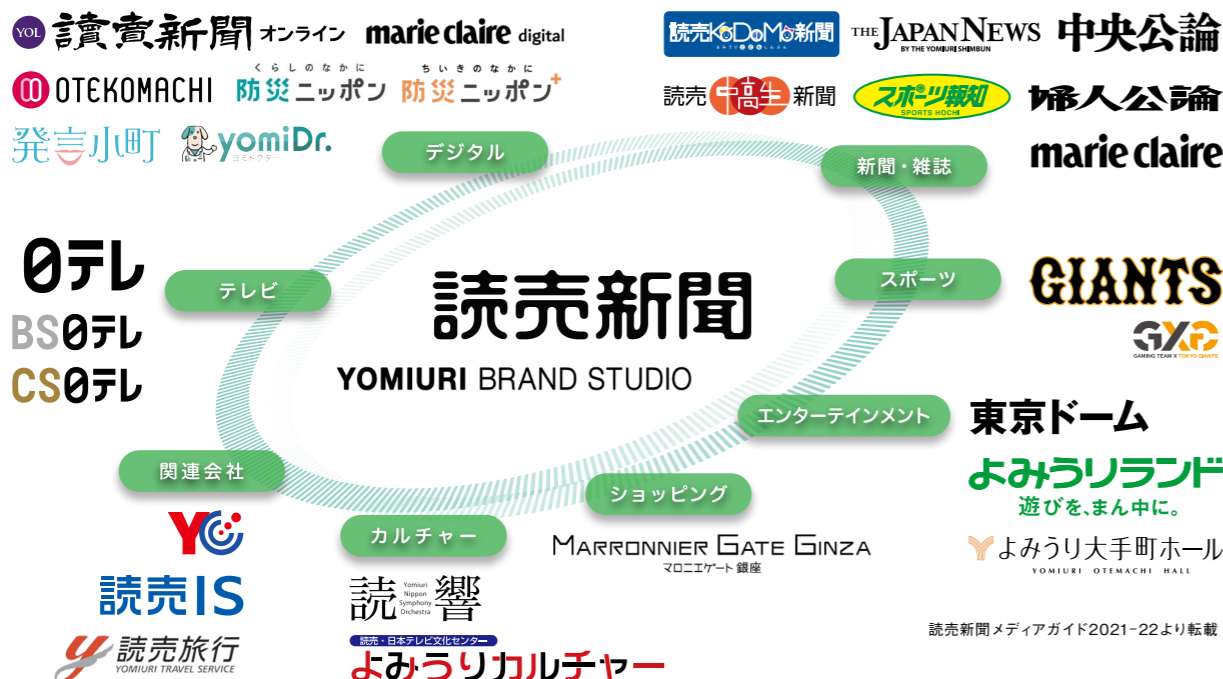
**7,044,225部**

朝日新聞	4,574,906部
毎日新聞	1,982,267部
日本経済新聞	1,838,620部
産経新聞	1,091,436部

※日本ABC協会「新聞発行社レポート 半期」2021年7月～12月平均



### ■ 多彩なグループ企業・団体



### ■ 統合型マーケティングで価値創出



## ソリューション

### Solution

2018年より課題解決のための統合型マーケティングを提案してきた「YOMIURI BRAND STUDIO(YBS)」。さらに2022年、新聞とテレビという2大マス媒体の接触データを掛け合わせたデータマーケティングを実現する「YOMIURI X-SOLUTIONS(YxS)」が稼働。統合型マーケティングを推進していきます。



# 地域と企業を繋ぎ 巨大アート制作をプロデュース

プロジェクト 田んぼアート

エリア 行田市(埼玉県行田市小針)

パートナー 大正製薬

### POINT

埼玉県の米どころ、行田市ののどかな田園に“巨大なラグビー日本代表選手”が出現！



田んぼアートと連携して  
地元大会を盛り上げる

埼玉県北部に位置する行田市は、県内有数のお米の生産地として知られています。地元のブランド米のPRや農業体験を通じた市民の交流などを目的に、行田市で田んぼアートが始まったのは2008年のこと。見頃を迎える初夏から秋には、毎年多くの見学者でにぎわいます。

読売新聞は19年から行田市と田んぼアートを実施するために連携し、これまで様々な企業・団体を橋渡ししています。また、田んぼアートを活用した関連施策もプロデュース。田植えイベントの実施や制作過程を記録した動画制作、商品開発などを実現しています。ラグビー・ワールドカップ(W杯)日本大会の開催年



### COMMENT

田んぼアート米づくり  
体験事業推進協議会事務局  
(行田市環境経済部農政課)  
橋本 卓也氏

行田市田んぼアートの魅力は緑豊かな水田を舞台に、「米づくり」を通して参加者間の交流を図り、農業や環境への理解を深めるだけでなく、日本人の主食である「米」を身近に感じられることです。2019年の「ラグビー日本代表応援田んぼアート supported by リポビタンD」では、大正製薬さまとの連絡調整において読売新聞さんから積極的にアドバイスをいただいたことは、非常にありがたいものでした。また2021年のメイキングムービーとVRコンテンツの作成では技術面を中心とした協力を終始いただいたことで素晴らしい物を作り上げることが出来ました。

である19年には、大会のトーナメントサプライヤーの読売新聞が、大会オフィシャルスポンサーの大正製薬を仲介し、プロジェクトを実現させました。水田には日本代表3選手の雄姿を浮かび上がらせ、これに大正製薬の主力商品「リポビタンD」のロゴ、行田市のシンボルである古代蓮「がんばれ 日本代表」のメッセージをあしらった、地域と企業の思いをつないだ華やかな絵柄で地元開催の大会を盛り上げました。

にぎわいを創出し、多くのメディアで拡散！

田んぼアート 今年もW杯

行田市制70周年記念「令和」も

2019年9月7日付読売新聞朝刊

話題の地域イベントとして多くのメディアでニュースとして取り上げられ、大きなPR効果がありました。また、田んぼアートのビジュアルを大きく扱った大正製薬の広告が読売新聞の朝刊紙面を飾りました。



露出  
合計 **76** 媒体  
TV媒体 1番組2露出  
紙媒体 7紙  
WEB媒体 68露出  
※弊社調べ

2019年5月30日付読売新聞埼玉版

田んぼアート関連施策はこちら！

about... (田んぼアート)

稲を使って水田に絵や文字を描く巨大なアート。全国各地で行われていますが、行田市の田んぼアートは約2.8ヘクタールの広さを誇り、2015年に世界最大としてギネス世界記録®に認定されました。毎年6月中旬に田植え、10月中旬に稲刈りをします。見頃は7月中旬から10月中旬。隣接する地上約50メートルの展望室から全体像を眺めることができ、季節の風物詩として定着しています。



### 収穫米からの商品開発やVRコンテンツの制作



2021年の「日本博」とのタイアップでは、収穫米から「防災備蓄にも活かせるライスヌードル」を企画開発、製造。自宅でも田んぼアートを楽しめるVRコンテンツも制作し、国内外に魅力を発信しました。

### 田植えや稲刈りイベントなどの実施



毎年多くのボランティアが参加する田植え・稲刈りイベントを実施しています。田んぼアートの制作過程を記録したメイキングムービーを制作し、納品いたします。また、田んぼアートをテーマにした食育出前事業のご相談も可能です。

### 読売新聞がプロジェクトで取り組んだこと

- 田んぼアートと様々な企業・団体を橋渡し
- 田んぼアートを利用した企画提案
- 収穫したお米で商品開発(ライスヌードル)
- 田んぼアートを楽しめるVRコンテンツ制作

# 地域創生を掲げる水族館と 企業・学校・団体とのコラボレーション

プロジェクト 四国水族館

エリア 四国(香川県綾歌郡宇多津町)

パートナー 大阪・関西万博  
NTT西日本/桃山学院大学



### POINT

世界に誇る美しい瀬戸内の島々を背景にイルカが泳ぐプールは人気の“映えスポット”!



### 企業のPRの場として水族館を活用

2020年春、香川県宇多津町にオープンした四国水族館は瀬戸大橋の袂、まさに四国の玄関口にあります。地方創生を理念に掲げ、地元・香川県だけでなく四国全体の活性化を目指しています。

館内は「四国水景」をテーマに、瀬戸内海や黒潮、四万十川をはじめとする清流など、四国各地の様々な水景とそこに息づく約400種1万4000点の生きものが展示されています。読売新聞は、四国水族館とスポンサーシップ契約を結び、水族館のスタート時から継続してPRに協力しています。オープニングキャンペーンのプランニングと幅広いメディアを活用したクリエイティブは、広告主のマーケティング支援やコン



1F 瀬戸内ゾーン「渦潮の景」  
世界最大級の渦潮・鳴門の渦潮を再現

### COMMENT

#### 株式会社四国水族館開発 清水 洋平氏

読売新聞さんに様々な企業・組織とつないでいただき、新たなビジネス展開が生まれました。今後も教育やSDGsなどの分野を中心に、水族館単体ではできないことを新聞社の力を借りて挑戦したいと思います。

テンツ制作を統合的に行うYOMIURI BRAND STUDIOが全面的に担当しました。(下記参照) さらに読売新聞では、水族館を企業のPRの場として活用した企画提案に力を入れています。これまでに大阪・関西万博、NTT西日本、桃山学院大学とのタイアップ企画を実現しました。集客施設である水族館を、「メディア」「新しいコミュニケーションの場」として活用し、訴求したい内容を的確に伝えることができました。

### 読売新聞が提案したタイアップ企画!

#### NTT西日本

#### 高度なICT技術が支えた「オンライン遠足」



保育園児と水族館をタブレットでつなぐ「オンライン遠足」を実施。水族館を教育の場として活用し、高画質VRをストレスなく送信できる技術を訴求。

#### 大阪・関西万博

#### 「海のがっこう in 四国水族館」で万博PR



2025年に開催される「大阪・関西万博」を、「海のがっこう」として認知してもらうことを目的に開催されたオンラインスクール。海を持つ無限の可能性を、子どもたちが楽しみながら学べるコンテンツを四国水族館からライブ配信しました。

#### 桃山学院大学

#### 「未来の水族館」テーマに学生がビジネス提案

四国水族館の現状を踏まえ、ビジネスデザイン学科の学生が、新たなビジネスを構想し、提案したプロジェクト。地方創生という水族館の理念と実践的な大学教育の姿を紹介。



### オープニング時のプロモーション展開はこちら!

#### 幅広いメディアを使った 統合型キャンペーン

YOMIURI BRAND STUDIOが手掛けたオープニングキャンペーン。「大人も楽しめる」施設というコンセプトから、「ドキドキ オトナの水族館」というコピーでテレビCMやWebCM、新聞広告、交通広告など、幅広いメディアを用いてキャンペーンを展開しました。また、四国・中国地方にゆかりのあるタレントや著名人のメッセージを紹介する新聞広告や、四国観光の誘客を目的に、瀬戸内の見どころを紹介するタイアップ企画を展開。オープン後も認知獲得のためのPR展開を継続して実施しています。

#### about... ( 四国水族館 )

四国ならではの豊かな水景をそこに息づく生きものとともに展示。大人も楽しめるような、知的好奇心を刺激する工夫が随所になされています。地域創生を掲げ、地元企業などの出資で設立された株式会社四国水族館開発が運営。水族館を四国観光の起点として観光客を呼び込む狙いもあり、中国・関西地方だけでなく、首都圏からの集客も視野に入れます。



#### 読売新聞がプロジェクトで取り組んだこと

- 水族館とのスポンサーシップ契約
- オープニング時の統合型マーケティング
- 水族館と広告主をつなぐタイアップ企画の提案
- 企画実施におけるオンラインの活用

2020年1月28日付読売新聞大阪本社版

2020年7月16日付読売新聞大阪本社版

JR高松駅 JR岡山駅



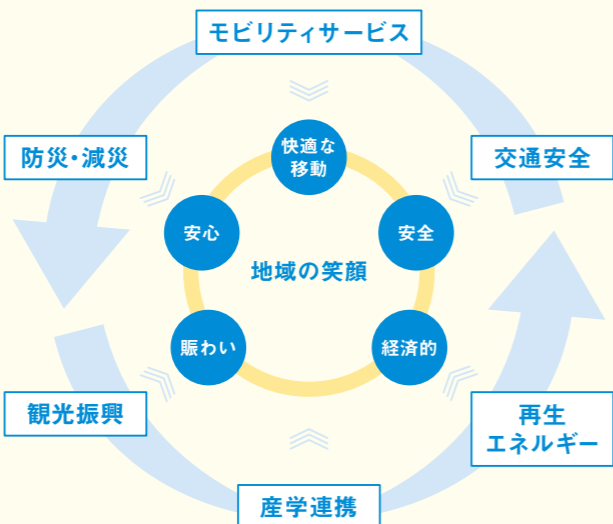
## 地域の活性化を目指す コンソーシアムに読売新聞も参画

エリア 北部九州(福岡県糸島半島)

about... (よかまちみらいプロジェクト)  
「移動サービスで北部九州を未来へ繋がるよかまちへ」をコンセプトに、地域の課題解決に取り組むプロジェクト。地元企業、自治体などによるコンソーシアムで運営されています。各社・団体が相互に連携し、自主・自立的なサービスの企画開発・提供を目指しています。



### 地域を元気に! よかまちみらいプロジェクト



参加企業  
自治体・団体  
**62**  
2022年6月1日時点

担当者に聞きました! (株)SEEDホールディングス(昭和グループ)  
よかまちみらいプロジェクト推進部 部長 永利 勇氣氏

#### これまでの取り組みと、その評価をお聞かせください。

「地域の皆様にもっと必要とされ、地域活性化に貢献できる存在になりたい」という昭和グループの思いからスタートした本プロジェクトですが、第1弾は移動課題の縮図ともいえる、福岡県の糸島半島を舞台に、コンソーシアム企業各社が持つ「ノウハウやアセット」を活かしながら課題解決に取り組んできました。

始動から1年半が経ち、実証実験やサービスの結果が出始めています。例えば、糸島南部を走る「オンデマンドバス」や九州大学内での「カーシェア」は、地域の皆様にも日常的にご利用いただけており、「なくては困る」サービスになりつつあります。一方、超小型の電気自動車「C+Pod(シーポッド)」のカーシェアサービスでは、お

客様からのご意見から、利用方法や設置場所などを改善しようとしています。また、糸島市内の小学生に描いてもらった絵を、「C+Pod」にラッピングする企画を実施するなど、地域の皆様に親しまれながら便利な町づくりに貢献していきたいと思えます。

#### 今後検討している取り組みやプロジェクトの将来像をお聞かせください。

モビリティサービス分野では、オンデマンドバス運行エリアの拡大や、カーシェアステーションの追加設置・場所変更などを検討しています。また、移動検索アプリ「my route」を活用し、地域の方だけではなく観光客の方にも、便利で使いやすい移動手段を提供していきます。

より地域密着の観点で、観光・防災・交通・エネルギーマネジメントなどの取り組みを将来的に育てていきたいと考えています。



オンデマンドバス「よかまちみらい号」

## 自治体の課題解決に向けて 多彩にシティプロモーションを展開

エリア 白河市(福島県)

about... (白河市)  
奥州三関の一つが置かれ、古来、交通の要衝として発展してきました。現在もみちのくの玄関口として東北自動車道や東北新幹線などの高速交通網が発達。様々な企業が進出しています。



読売新聞がプロジェクトで取り組んだこと

- 新聞広告のクリエイティブ
- 俳優・モデルを起用した動画制作
- 観光PR特設サイト制作
- 地元特産品を生かした商品開発

### 知ってもらう! 食べてもらう! 来てもらう! 施策を構築



**読** 売新聞は、白河関跡や日本最古といわれる公園、南湖公園などで知られる福島県白河市の魅力を伝えるシティプロモーションを手掛けました。白河市は周辺の有名観光地の中継地として埋没しがちという課題を抱え、全国から若年層の観光客を呼び込みたいという要望がありました。読売新聞は、これに応えるために街の情報を紹介する新聞広告や観光PRサイト、俳優・モデルが



市内の観光地を巡る動画を制作。また、現地に何度も足を運んで担当者とブレインストーミングを重ね、受験生向けに白河産コシヒカリと白河だるまをセットにした「合格祈願米」を開発、販売しました。市の担当者は「街の応援団になってくれた」と読売新聞との協働に手ごたえを感じています。新聞掲載後の調査では、「今後白河市に行ってみよう」と回答した人は8割(※)に上りました。



※ J-MONITOR調査 [調査実施機関] ビデオリサーチ [調査日] 2022年1月16日 (首都圏)より

## 明神山からの眺めを360度VRコンテンツで紹介

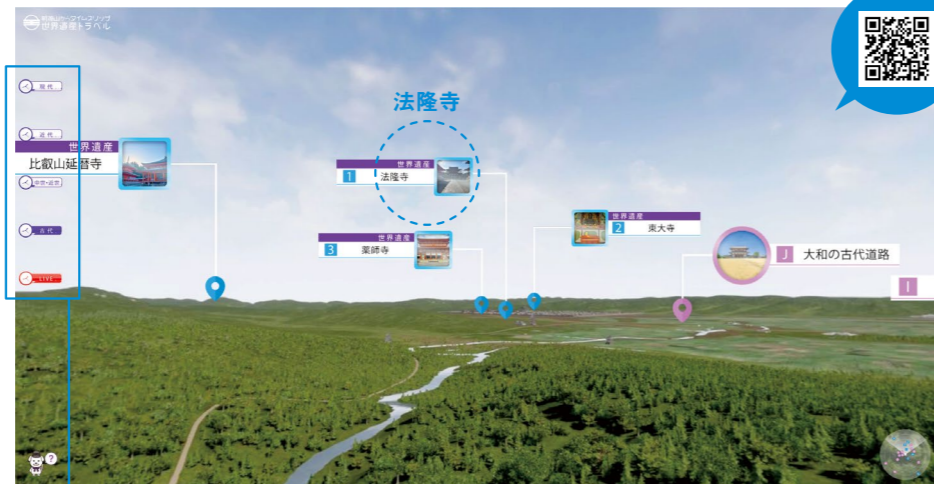
広告主 王寺町(奈良県北葛城郡)

### YBSが取り組んだこと

- 360度VR制作
- PR動画制作

**奈** 良県北西部にある王寺町。大阪のベッドタウンとして人気があり、聖徳太子ゆかりの地としても知られます。この町の認知度アップと誘客促進を目的に、明神山の山頂からの眺めを「360度VR」で体験できるコンテンツを制作しました。奈良盆地だけでなく大阪平野まで見渡せる明神山ですが、「360度VR」では、周辺に数多くある世界遺産や歴史的建造物の眺めを、解説とともに楽しめ、古墳時代から都が置かれてきた大和奈良の歴史を体感することができます。町の担当者は「期待通りの出来栄」と評価し、翌年にはVRゴーグルで視聴するコンテンツを制作しました。

VR体験サイト「明神山からタイムスリップ 世界遺産トラベル」



古代～現代で変化する眺望の変遷を再現!

明神山から見える数多くの世界遺産や歴史的建造物をサイトからヴァーチャル体験で楽しめます。



解説付きで歴史も学べる! それぞれのスポットの詳しい解説がポップアップであられ、歴史を学ぶことができます。

コンテンツへ誘導するPR動画



聖徳太子の愛犬をモチーフにした公式マスコットキャラクター「雪丸」が案内役となり、「時空の旅へ」といざないます。

雪丸が王寺町を案内するワン!

## ハーゲンダッツのおいしさの源泉を現地取材

エリア 浜中町(北海道厚岸郡)

広告主 ハーゲンダッツ ジャパン

YBSが取り組んだこと

- 記事広告制作
- 現地取材(出演者アサイン)

**日** 本で買えるハーゲンダッツは輸入品ではなく国内で作られています。その原料となるミルクを生産する北海道浜中町の牧場の様子を、フリーアナウンサー・木佐彩子さんがライブ感たっぷりにレポート。現地に同行取材した記者が執筆しました。



2019年8月10日付読売新聞朝刊

## 埼玉県観光地を美しいPR動画で紹介



広告主 埼玉県

YBSが取り組んだこと

- プランニング
- 観光PR動画制作

**20** ~30代女性をターゲットに埼玉県内の人気観光地、川越、秩父、長瀨の知名度向上とイメージアップを図り、誘客を促進する動画を制作しました。女性2人旅のスタイルで、数多くのおすすめスポットを紹介。ドローン撮影による絶景シーンとともに、テンポ良く展開します。



川越、秩父、長瀨の観光地を紹介するPR動画

# YOMIURI BRAND STUDIO プランニング力・取材力で地域と企業の魅力PR

YBSのHPはこちら!



## YOMIURI BRAND STUDIO(YBS)とは…

読売新聞グループの強みをベースに、デジタルクリエイティブを牽引する企業が参画するコンソーシアム。多様な経験と知見を持つ人材をクライアントの課題に応じて編成し、Webサイト、動画、VRコンテンツなど多様な手法を用いて、信頼性の高い最適なソリューションを提供しています。

### コンソーシアム・シナジーを生かした3つの柱

#### 新たな価値を提案する ストラテジックプランニング

Strategic Planning

課題の抽出、制作、掲載、分析、調整を一気通貫で提供できる

- ✓ 課題抽出・コンサルティング能力
- ✓ 新聞社の調査能力とクリエイティブファームのコンサル力を掛け合わせた課題発掘能力
- ✓ インサイト発掘能力
- ✓ コンセプト・戦略策定能力
- ✓ 効果測定・分析能力

課題抽出	ソリューション設計
戦略設計	コンセプト設計
アクション支援	効果検証
分析レポート	

#### 共感を生み出す エクスペリエンスデザイン

Experience Design

コミュニケーションの趣旨に合致した最適な形で届けられる

- ✓ コンソーシアム内外のメディア、施設、イベント等を生かし、適切なカスタマージャーニーを描く
- ✓ 各消費者接点において、文脈に沿った適切なユーザー体験を生み出す
- ✓ 体験後の「共有」モチベーションを生み出す仕組みづくり

デリバリー	イベント
接触機会創出	ユーザー体験
SNS拡散	レポート

#### 心を動かす ダイバースクリエイティブ

Diverse Creative

単一企業の強みにとらわれない様々な提案・制作ができる

- ✓ ジャーナリストックアプローチによる質の高いコンテンツ制作力
- ✓ アサイン力、グラフィック制作力、イベント運営力などの表現能力
- ✓ IP(新聞社/外部)を活用したコンテンツによる話題創出力

記者制作記事写真	新聞社IP活用
外部IP活用	著名人アサイン
グラフィック制作	映像制作
VR	

## “日産AURA×男の隠れ家”タイアップ企画をプロデュース

エリア 奥飛騨/日本平/瀬戸内など

広告主 日産自動車

YBSが取り組んだこと

- Webサイト制作
- 「男の隠れ家」編集部とのコラボ
- 効果検証・レポート

**日** 産AURAを新聞記事広告とWebサイトを使い5回シリーズで紹介しました。ターゲットとなる50~60代男性の関心が高い国内旅行と日産AURAのベネフィットをつなげて、奥飛騨、日本平、瀬戸内など5地域と日産AURAの魅力を訴求。記事広告は雑誌「男の隠れ家」編集部が制作しました。

2022年1月23日付読売新聞朝刊



美しい日本の風景の中を走る日産AURAの魅力伝えて。上質なおもてなしを提供する旅館の情報を紹介するとともに、宿のオーナーや写真家など「上質を知る」皆さんに試乗した感想を語ってもらっています。

Webサイト「今、上質なときを求めて」



日産AURAの走りが各地の魅力を引き出す



# 読売新聞は貴社のエリアビジネス展開に貢献します

どんなことでも **ご相談をお待ちしています**

エリア展開している  
**ビジネス**をもっと  
**拡大**したい。

地方開催イベントを  
**ウェビナー**で  
**全国配信**したい。

エリアに根差した  
**著名人**を  
**アサイン**したい。

商材の生産地を  
**取材**して  
**コンテンツ**にしたい。

**地方イベント**を  
開催したい。

…など、ご要望に**オーダーメイド**でお応えします。

ご相談は  
メールで

**mark@yomiuri.com**

(読売新聞東京本社ビジネス戦略センター)

「読売新聞のエリアビジネス」は  
PDFもご用意しております



読売新聞広告局ポータルサイト

**adv.yomiuri**

詳しくはこちら

<https://adv.yomiuri.co.jp/>

読売新聞 広告

検索



掲載内容

メディアデータ

各種媒体資料・企画書

NEWS

デジタル広告 など



読売新聞広告局 Twitter公式アカウント

@yomiojo



よみバス

よみバスブースト

読売新聞のエリアビジネス

発行：読売新聞社 発行日：2022年7月

企画・制作：読売新聞東京本社ビジネス戦略センター

無断転載・複製禁止