

ウェルビーイングな未来社会実現へ 企業コンソーシアムで啓発活動を推進

日本経済新聞社
メディアビジネス 広告コミュニケーションユニット
プロデュース部長
織田 淳一郎 氏 (おだ・じゅんいちろう)

「身体的にも、精神的にも、社会的にも良好な状態であること」と定義される「ウェル



2023年12月14日付

ビーイング」。最近では経営のミッションとしてウェルビーイングの向上を掲げる企業が増えています。日本経済新聞社は、これまで持続可能な開発目標(SDGs)や脱炭素などのテーマで複数の企業が共同で活動する枠組みをつくり、発信力を高めてきました。そこで培った経験を生かし、2021年3月、ウェルビーイングな社会を築くための企業コンソーシアム「日本版 Well-being Initiative」を立ち上げました。

経済のパラダイムが量的な拡大から質的な転換へと進む中、国内総生産(GDP)を補完する指標としてGDW(Gross Domestic Well-being: 国内総充実)を提唱。社会をウェルビーイングに導くため産官学の関係者で議論を深めると同時に、新聞広告やウェブサイト、イベント等を通じた啓発活

動を進めています。

本イニシアチブの発足後、主観的なウェルビーイングの重要性は政府の「骨太の方針」にも組み込まれました。各省庁がウェルビーイングを政策運営の指針とするケースも出ています。産業界でも人事施策の推進や製品・サービス開発にウェルビーイングを取り入れる動きが広がっています。

今後多くの読者や企業を巻き込み、共に考えながら、コンソーシアムを進化させたいと考えています。SDGsの先を見据え

たウェルビーイングな未来社会の実現に向け、走り続けます。



詳しくはこちらから

新聞社主催でライブ開催 美術館のあり方に一石を投じる

デーリー東北新聞社
地域ビジネス局ソリューション営業部次長
東北のデザイン社プロデューサー
中村 庸子 氏 (なかむら・ようこ)

「八戸の文化やアートに触れながら育った僕にとって、地元の美術館で音楽を伝えることは大きな夢でした。(中略)リニューアルオープンする前から、大きな多目的空間が作られるというも聞いており、ライブもできるのではないかと考えておりました」

そう話すのは、八戸市出身で人気ロックバンド「androp(アンドロップ)」のボーカルを務める内澤崇仁さん。以前から彼が抱いていた「八戸市美術館でライブをしたい」

という熱い想いを実現するため、当社が主催となり計画を進め、2023年10月の開催にこぎ着けました。

建て替えを経て21年に開館した同館でのライブ開催は初めてです。当社との共催とすることで同館にもご協力いただきました。美術館本来の役目である作品展示もあるため、ライブは閉館後にスタート。内澤さんと親交が深い画家の大宮エリーさんのライブペインティングも盛り込みました。チケットは即完売し、全国の内澤さ

んファンの皆さんに、ライブと八戸観光を楽しんでもらえる機会になりました。

ポスターやフライヤー、グッズデザインを担ったのは、当社の社内分社「東北のデザイン社」です。内澤さんが当紙に連載しているコラム「音は空から言葉は身から」の世界観を再現しました。また、地元色を打ち出したグッズは完売し、入場者限定の再販売も行いました。

このライブは、地元メディアとしてのネットワークにデザインの力を加えたことで成功した、メディアソリューションの代表的な事例です。スポーツのエキシビジョンマッチなど、同館で行われている美術展以外の催しに戸惑う市民たちから問われていた新美術館のあり方についても、良い意味で一石を投じるイベントになったと考えています。



八戸市美術館での内澤さんのライブ



大宮さんのライブペインティングの様子

新聞社のアセットで、新領域のビジネスを

中日新聞社広告局は2024年4月から局名を「メディアビジネス局」と改称しました。理由は業務が新聞広告のみならずデジタルや受託事業など新しいビジネス領域に広がってきているためです。ここでは「新領域ビジネス」の事例を三つご紹介します。

中日新聞社のグループ会社である中日ドラゴンズのマスコット「ドアラ」は24年でデビュー30年を迎えます。2月に30年を記念して新聞社と球団のクラウドファンディングによる共同プロジェクト「みんなで作ろう！ドアラ等身大モニュメントプロジェクト始動！」



クラウドファンディング支援募画面

なで作ろう！等身大ドアラモニュメント」をローンチしました。目標設定額は500万円としましたが5分で完売、最終支援者は2858人、支援額は2816万円となり、グループが保有する強力なコンテンツを活用したビジネスとなりました。

自治体の受託事業も増えています。23年度は墨田区の「子どもの学び応援事業」を受託しました。0～18歳児すべての子供約3万3000人へ電子図書カード(未就学児は「こども商品券」も選択可能)1万円分を配布する事業です。運用システムを構



イラストで表した「AiSIA」の未来図

中日新聞社
メディアビジネス局次長
兼ビジネスプロデュース部長

西口 弘紳 氏 (にしぐち・ひろのぶ)

築し、対象家庭への案内から応募受付、発送など事務局運営まですべて請け負いました。

26年にはアジア・アジアパラ競技大会が愛知県で行われます。日本では32年ぶりの開催です。中日新聞社では同大会開催を機にスポーツビジネスに携われないかと、愛知県が公募する「革新事業創造戦略」に「あいちスポーツイノベーションプロジェクト・AiSIA(アイシア)」を提案し、採択を受けました。26年までの3か年をかけてスポーツイノベーションを開発、大会の盛り上げだけでなく、大会後のレガシーも構築していきます。球団経営はもちろんのこと、名古屋ウィメンズマラソンを始めとした各種競技運営の知見を結集して取り組んでいます。

いよいよアセットを活用した新領域ビジネスが広がっていきます。

デジタル事業で地域貢献 IT企業との提携で新聞社の価値生かす

営業局の収入の大部分を占める新聞広告ですが、それに依存しない収入源の開発も求められています。ただし新聞広告を軽視するのではなく、新聞社が持つ「総合的な価値」をいかに生かすかが大切だと思っています。

大きな転機となったのは、愛媛県出身者が起業したIT企業、テックアイエスの植松洋平社長との出会いです。同社は、プログラミングスクールや各種アプリの開発・運営が主な事業ですが、国内はもとよりインドやアメリカにも拠点を置く企業です。県内企業の人手不足は深刻で、省力化のためのDX(デジタルトランスフォーメーション)やITの導入は不可欠ですが、IT人材は首都圏や海外のIT産業、ベンチャー企業に集中し、地方の中小企業ではその確保が困難です。それなら今いる社員を育成しようというのが国内を担当する植松氏の考えです。

同社との初の取り組みは、2019年にスタートした当社独自のECサイト「ハーベス

ト」です。高品質な県産品や伝統工芸品を、ストーリーとビジュアルを重視して紹介することで差別化を図りました。カードに記載した二次元コードで商品が選べるギフトや、SNSで二次元コードが送信できるソーシャルギフトも構築し、物販の売り上げは順調に推移しています。また21年には、LINEアプリを通じて県民と県内企業を結ぶコミュニケーションツール「#ヒキダシ」のサービスを開始しました。登録者の知りたいことに企業が答えるQ&Aが基本ですが、企業向けのプレスリリース機能や、登録者へのアンケートによるマーケティングツールとしても活用できます。これらの取り組みはすぐに大きな収益にはなりませんが、明確なビジョンのもと時間をかけて成長させ、他の事業と連携させることで発展するため、営業部員のスキルアップと柔軟な発想が欠かせません。

テックアイエスと当社は、21年にIT人材

愛媛新聞社
総務企画局次長兼地域ラボ推進室長

廣川 豊仁 氏 (ひろかわ・とよひと)

育成による地域貢献を目的に包括的業務提携を結びました。同社が開発した育成プログラムの共同セールスや当社社員のIT人材研修のサポートが盛り込まれ、年1回の研修が行われています。研修を受講することで



2023年10月27日付

デジタルに対する意識が変わり、社内のさまざまな業務改革にも貢献できることを期待しています。



「ハーベス」
詳しくはこちらから



「#ヒキダシ」
詳しくはこちらから