

オンラインコミュニティ「きっかけ」は社会課題解決の場に

産経新聞東京本社
メディアビジネス局ソリューションユニット
ソリューション1部長
野崎 勇氏 (のざき・ゆう)

産経新聞社のオンラインコミュニティ「きっかけ」は、2024年8月で4周年を迎え、7万人以上のユーザーが活発に会話を繰り広げる場へと成長しました。ユーザーの発言から企業の商品・サービスに対する本音を引き出し、ソリューションを提案する広告商品として、これまでに30を超える企業、団体、官公庁・自治体にご活用いた

だいています。

このコミュニティの最大の特徴は「ソーシャル・マスメディア」という新しい価値を提供してきた点です。生活者のインサイトをユーザーの発言から読み解き、社会性を加えて発信することを表現した造語で、「きっかけ」ではユーザーの声から生まれたコンテンツを、記事や広告、イベントなどさまざまな形で発信してきました。

また、参画企業のコミュニティにおいても、成功事例が多数生まれています。フジボウアパレル様の「涼ブラコミュニティ」では、生活者のインサイトを広告に反映することでECサイトへのアクセスが10倍以上に増加。また、全国農業協同組合中央会様の「食と農のみらいコミュニティ」では、「ひ

とくち農家プロジェクト」というクラウドファンディングに挑戦し、ユーザーに米の田植えや収穫を体験してもらうことで、ロイヤルティーの向上に成功しています。

「きっかけ」は5年目を迎えるにあたり、「ニッポンを一歩先へ」という新たなテーマを掲げてリニューアルしました。新聞社がオンラインコミュニティを運営する意義を改めて問い直し、防災、地方創生、女性活躍推進など、日本が抱える諸問題を企業や団体、ユーザーとともに解決を図るためのプラットフォームとしてアップデートされています。産経新聞社の新たな挑戦にぜひご期待ください。



詳しくはこちらから



「きっかけ」トップ画面

東日本大震災の経験を胸に能登の被災地支援に取り組む

岩手日報社
総合ビジネス局ビジネス開発部長
中村 吉孝氏 (なかむら・よしたか)

2024年元日に発生した能登半島地震を目の当たりにし、東日本大震災を経験し風化防止に取り組んできた岩手日報社だからこそできることはないか――。

震災直後の岩手県は、不安と悲しみに打ちひしがれる中で、石川県をはじめ国内外からたくさんの励ましの声や支援をいただきました。今度は「岩手から能登に応援メッセージ届けたい」と考え、地元の北國新聞に広告を掲載するという方法を選びました。

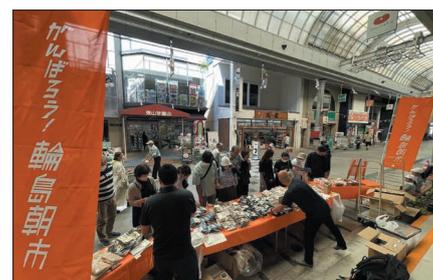
応援メッセージは直接の取材やSNSで募り、そのすべてが励ましや思いやりの気持ちにあふれたものばかりでした。年始の慌ただしい時期だったにもかかわらず、29社・団体から協賛をいただき、発災から10日後の24年1月11日付に掲載しました。

8月には東日本大震災被災者・企業からの支援物資や暑さ対策の生活用品を石川

県内に届けました。火災に遭った輪島朝市の現場に立ち「人と人が、地域と地域が助け合うことで、乗り越えられない災害などない」と朝市の復活を支援することを決意。朝市関係者の協力を得て準備を重ね、9月1日付で全面広告を掲載、盛岡市の複合商業施設「monaka」前特設売り場で「出張輪島朝市 in もりおか monaka」を3日間開催しました。



2024年9月1日付



出張輪島朝市の様子

初日の開始前から市民が殺到し仕入れた商品が不足、追加発注するほどの盛況ぶりでした。岩手県民の方々の支援マインドの高さに驚くとともに、誇らしく、うれしい気持ちになりました。

その後も能登地方を記録的豪雨が襲い、追い打ちをかけるような状況に人ごととは思えず、心を痛めました。25年1月で能登半島地震から1年となりました。私たちは東日本大震災でいただいた支援を忘れることなく、これからも岩手から、心と心が通い合うような活動を続けていきます。

「空間」というメディアを活用し 商業施設で来館者に発信

岐阜新聞社は2021年7月、創刊140年を機に地元の大型商業施設「モレラ岐阜」に「岐阜新聞メディアばこ」という常設のテナントとして参入しました。「空間」という新しいメディアを所有したことにより、これまでとは全く違う広告の手法につながりました。

なかでも、「SDGsを体感する商業施設」というキャッチコピーのもと、施設の運営会社と共同で年間を通じて実施したSDGs17ゴールにひもづく複数の事業は、



廃棄衣類のクリスマスツリー

織研新聞社が主催する「テナントが選ぶディベロッパ大賞」で21、22年度に「社会貢献賞」を受賞。23年度「特別賞」の受賞につながりました。また、モレラ岐阜の約200店舗のテナントと協業して実施した「廃棄衣類のクリスマスツリー」は、テナントの従業員から集めた古着を活用し、大型のクリスマスツリーを制作。ディスプレイとして、「衣類ロス」削減のメッセージとして、またテナントの広告としても機能しました。

4年目となる24年は、双方向のコミュニケーションができる企画に挑戦。「WHY? WAI!! なんて? は楽しい!」と題したパネル展では、来館する子どもたちに「なんて?」と疑問に感じていることを投書してもらい、回答は県内の大学教授や専門家に協力してもらいました。

子どもたちの「声」を拾うことができるのは、家族連れが多い商業施設だから。そ

岐阜新聞社
営業局営業企画部副部長

山田 桃子 氏 (やまだ・ももこ)



2024年5月5日付

して、地元の有識者に協力してもらいやすいのは新聞社だからこそ。「真面目だけど、楽しい」は新聞広告の得意分野です。年間約1000万人の来館者が訪れる「空間」というマス・メディアを活用し、社会的役割を果たす広告を機能させていきたいと思えます。

Think“HAPPY” 高知に暮らす幸せをともに考える

高知新聞は2024年9月1日に創刊120周年を迎えました。周年を機に、人口減に歯止めがかからない高知県の現状を踏まえ、改めて高知に暮らす幸せを県民とともに考えようと、多彩な記念事業を展開。「Think“HAPPY”」をスローガンに、読者や地元企業、土佐の城下町で300年以上続く街路市にもご協力いただき、紙面と連動した立体的なキャンペーンを実施しています。

第一弾は、県内を運行する現役全国最古の路面電車が同じ120周年という縁で実現した「とさでん交通」とのコラボ企画です。路面電車120周年の本紙4ページ特集は、表紙に新旧の路面電車が行き交うデザイン、終面に当社のキャラクター「にゅーすけ」を描いたラッピング電車のイラストを配し、新聞バッグ作りにも適したレイアウトに仕上げました。延べ200人以上の読者にご協力い

高知新聞社
営業局営業推進部長

福原 寿宏 氏 (ふくはら・としひろ)



「にゅーすけ」ラッピング電車



2024年5月1日付

ただ、特集面を使った新聞バッグを1000個制作。「新聞で高知のおまちを包もう」プロジェクトと題し、高知市中心部の街路市で配布しました。大勢の家族連れや観光客が押し寄せ、配布は30分ほどで終了。「土佐の日曜日」が両社からの明るいメッセージに包まれました。

創刊記念日には、身の回り

の「幸せ」を詠んだ川柳などを募集し、応募582点のうち優秀作品を紙面や、「にゅーすけ」ラッピング電車内で発表しました。子どもたちからも「高知のハッピーニュース」をテーマに絵を募集し、県内企業の協賛を得て、同様に発表。紙面から飛び出して、県内外の人に高知に暮らす幸せを「おすそわけ」しました。今後も地域や読者、企業とともに、高知県の未来に寄り添う取り組みを続けたいと思えます。