



## 第1回理事会

綱領

て多面的に考察していく」と話した。

7月の定時社員総会で、月2回の休刊日を目指す「とスローガンに掲げたこと

# 「知りたい」が見つかる

## 読売 中高生 新聞

週1回 金曜発行

月額850円(税込み)

随 時 タブloid判/24ページ

オールカラー

随 時 特別増産:小学館

10代必見のニュースを  
わかりやすく!!

英語も国語も  
楽しく学ぶ!!

スポーツやファッション  
エンタメも!!



「中高生向け新聞全国発行部数NO.1(日本ABC協会2025年10月)」

詳しくはコチラから!!

読売中高生新聞

検索

購読料をお支払いいただくと、ご指定先に新聞をお届けします

取り扱い新聞  
ラインアップ

読者新聞 THE JAPAN NEWS  
OF THE WORLD IN JAPAN

読者新聞 THE JAPAN NEWS  
OF THE WORLD IN JAPAN

読者新聞 THE JAPAN NEWS  
OF THE WORLD IN JAPAN

お申し込み  
お問い合わせ

0800-17-096-43

※受付時間/午前10時～午後5時迄(土日祝日、年末年始を除く)

800-17-096-43



# 北國新聞宝立販売所に大賞

## 「避難所の環境改善などに尽力」

賞式  
大賞  
表彰  
地域  
表



「地域貢献大賞」受賞者の皆さん(前列左から、中村会長、大賞を受賞した船本所長、池上選考委員長)

日本新聞協会主催の「地域貢献大賞」の表彰式が11月20日、東京・内は、能登半島地震で自ら被災しながらも避難所の環境改善や地域の復興に尽くした北國新聞宝立販売所・船本所長の珠洲市宝立地区避難所及び地域の復興支援活動が選ばれ、中村史郎会長から記念の盾が贈られた。このほか8件の活動に地域貢献賞が授与された。

被災しながらも避難所の環境改善や地域の復興に尽くした北國新聞宝立販売所・船本所長の珠洲市宝立地区避難所及び地域の復興支援活動が選ばれ、中村史郎会長から記念の盾が贈られた。このほか8件の活動に地域貢献賞が授与された。

### 【地域貢献大賞】

(敬称略)

◎珠洲市宝立地区 避難所および地域の復興支援活動  
北國新聞宝立販売所所長・船本寛

### 【地域貢献賞】

- ◎ミニコミ紙「小樽よみうり」発行による読者サービス  
札幌後志地区小樽市内6YC(代表一読売センター長橋所長・銭亀昌宏)
- ◎新小学1年生への防犯プザープレゼント  
山形新聞小国販売所所長・遠藤正美
- ◎ミニコミ紙「マイタウンにがわ」の発行  
関東新聞販売株式会社おちあいしんぶん代表取締役・大橋龍太
- ◎全国初 県内全新聞販売店と県警が協定 県民の安心・安全を見守り  
静岡県新聞販売連合会
- ◎能登半島地震復興支援活動  
読売センター輪島所長・泉達也
- ◎お客様の暮らしに寄り添う総合サポート  
ASA和泉所長・木下博史
- ◎高齢者見守り活動「愛のひと声運動」  
愛媛新聞販売所協同組合理事長・櫻木周一
- ◎佐賀新聞販売店会文庫  
佐賀新聞販売店会佐賀会会長・山口剛

### 関東地域間連絡会 物販事業について意見交換

日本新聞販売協会関東地区本部(阿部正一)本部は11月17日、KKR本所・東京で第3回地域間連絡会を開いた。

議事の内容は、部数減や折込減による経営悪化を防止するため、物販など新規事業の取組について討議した。

阿部所長は「この通信販売システムは、販売店の注文に

動を行政などに積極的にアピールしていきたい」と強調。「新聞は公正で正確な記事を提供する。販売所は読者に新聞を届ける最前線。ラストワンマイルの拠点を極めて重要な役割を担っている。日々の活動が読者の信頼を高め、ひいては新聞そのものの信頼を高めることにつながる。新聞を取り巻く環境は厳しい時代だが、こうした時代だからこそ私たち販売所の役割は極めて

大きいことを改めて確認したい」と述べた。受賞者を代表してあいさつした船本所長は「2024年元日の地震は大きな揺れだった。最も忙しい正月の配達業務をすべて終え、家族とくつろいでいたところ、家が揺れ、大きな音とともに激しい揺れが襲い、その場に膝をつくしかけなかった。40秒ほどの揺れが何分にも感じ、家族の無事を確認し、津波から逃れた

め高台に走ったあの時の恐怖心は今でも忘れられない」と述べた。避難所にとはできない。避難所には日々と住人が集まってきたが、避難所は避難所の環境改善に取り組んだと語った。「避難所では本社から早く新聞が唯一の確かな情報だった。紙面を確認し、声をかけあっていた光景は今も胸に残っている。今回の授賞によって多くの方の地震の怖さや支え合う地域の力を改めて知った。被災した人への支援の道はまだ続く

く。それでも私は生まれ育った珠洲市宝立地区に帰りたい」と決意を述べた。地域に必要とされている。地域に必要とされている。

「はやおきCUP」休止  
東京組合 正副会議で報告  
ベスで上昇すれば、何らかの収入アップ策を考へる必要がある。組合でも発信できるものがあれば皆さんにお伝えしたい。年末になり交通量も増えてくるので、従業員交通安全折込事故の増加に注意してほしい」と話した。

系統会長を代表して東京地区ASA連合会の松本武副会長は「我が方が折込新聞や折込広告がナログ的な面もあるが、記者が丹念な取材を行い、慎重にもファクトチェックをしたのち、販売店から届けられるというフェーズに立向かえる強みがある。我々新聞販売店は販路を維持していくことが重要だ。社と販売店が原価に寄り添って正しい情報を届け続けることが必要だと考える」と話した。



あいさつする阿部正一部長

【各地区の意見】  
△埼玉県では物販について各社が取り組んでいるようだ。(埼玉・山本誠評議員)  
△物販についてはお客さんに認知が広がっているのを見ていきたい。(静岡・安倍克全)

【阿部所長の意見】  
△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。

△阿部所長は「関東地区本部としては、一番力を入れているのが物販だ。高収入の可能性がある。物販を推進すること、今日で参集の地域間連絡会評議員の皆様が当該県の会員販売店に広くお伝えしてほしい」と述べ、物販事業への参加を呼びかけた。



# 名古屋で折込広告全国大会

## 「日本の中心で折込愛を謳う」

J-NOA



全国から340人が集い開かれた折込広告全国大会

日本新聞折込広告協会(J-NOA)は11月13日、名古屋市のANAクラウンプラザホテルグランドコート名古屋で、「日本の中心で折込愛を謳う。I LOVE ORIKOMI」をテーマに、2025折込広告全国大会を開いた。全国の折込会社、新聞販売店、発行本社ら関係者340人が参加。オリコミ広告の可能性を語る「折込」から「オリコミ」へと題するプログラムでは、広告主のアンケート結果が報告されたほか、販売店が行う折込広告のポスティングサービスについて折込会社の実務者によるパネルディスカッションが行われた。

はじめに古賀智宏(こうが ともひろ)さん。I LOVE ORIKOMIを宣言。

実行委員長(J-NOA I KOMI)。折込広告とはクライアントの熱い思いが詰まったメッセージである。このメッセージを新聞に折り込み入る。関係各社の協力をいただき本日の開催となり、まずはお礼申し上げたい。今回のテーマは「日本の中心で折込愛を謳う」と述べ、大会開始

のあまのりないクリエイティブも地方では出揃っていない。先日、クリエイティブを訪問した際に、地元や地域で販売する上で折込は非常に大事であり、また同時に、同業者がどんな折込を利用しているか興味を持っていて、という話を伺った。J-NOAでは2年に1回、新聞折込広告大賞を実施しているが、こういった活動をもっとクリエイティブに広げていきたい。第一回で大賞を受賞したクライアントが、第2回で賞が取れなくて悔しがっている。次回に向けて販促担当の方、気合を入れて新たな折込を作っているという話を聞いた。J-NOAでは折込の良さを知ってもらうために様々な取り組みや事例を共有している。最近では日本アドバタイザーズ協会や日本広告業協会と一緒にセミナー



小山田 J-NOA 理事長



来賓の岩城日販協会会長

ーを開催している。こういった活動を通して折込広告は、効果があり使いやすいうち活動として認知されるよう活動を通じて、全国の新聞社、販売店と協力し、また本日お集りの皆さまの協力をいただき、折込がもっと発展するよう努力していきたい」と話した。

次いで、来賓の日本新聞販売協会の岩城善之会長は「皆さまが一言に折込の減少傾向にあることは減少傾向にある部分についてはない。新聞購読者は高齢の方が多い。目撃者という理由で、購入中止が毎日のように入ってくる。部数減少の最大の要因に思っている。その一方で若年層の購読は追いついていない。こうした環境下で我々は将来的な読者を作る。若年層対策に力を入れている」と述べ、

世帯別読者の低下が大きく指摘されていることも事実である。また、クライアントは原材料費の高騰などに折り込みについているような考えを持っている。しかし、世帯別読者の高いエリアではまだ折込が活用されている。大都市圏での出稿

にしてみたら。総務省の調査では同世代の投票率は46%だったが、キャンペーンに参加した生徒の投票率は74%と大幅に上回った。今後も国政選挙においてはこうした取り組みを続け、若年層の層の裾の起しに務めていきたいと考えている。また、希望する小学校のクラスに新聞を届ける「すべての教室、新聞」を運動の開始から23年が経ち、来期からは新聞を授業でも有効に活用してもらえよう。改革を進めている。若年層への購読推進を取り組む話。さらに販売店の構造的な力不足について「我が業界でも不足を補うように外国人が増えている。昨年の新聞協会の新聞販売所従業員数調査によると、外国人は全国で前年比20%増加し、東京圏においては外国人の割合が全従業員の15%に達していた。現在は日本語学校などの留学生は週8時間以内の就労が認められている。日販協会は今後、外国人労働者の需要に対応できるように特定技能制度に新聞配達が認められるよう所管官庁に働きかけを行う。その他にも高い上昇率で推移する最低賃金や労務を巡る経営課題も多いのが実情だ」と話した。そのうえで岩城会長は「そうした現場の実情にも配慮いただき

ながら、J-NOAとの協力関係を維持していければと考えている」と述べ、さらに折込の有効性を表した体験を紹介した。一先、地元の信用金庫の支店長が、創立100周年記念の特別金利の定期預金を企画したので、チラシを入れてほしいと訪ねて来た。指定のエリ

アはほぼすべてに届ける区域だった。さっそく見積書を作成し提示したところ、想像していたよりもだいぶコストが低かったと驚かされた。あらためて商店主や事業主への折込広告の案内が足りていなかったことを痛感した次第だと話した。

### 折込の価値を再定義

#### 新たな「オリコミ」を追求

元中日ドラゴンズやトヨタフレックスで活躍した野球解説者の川上憲伸氏の記念講演(新年号に掲載予定)のあと、オリコミ広告の可能性を追求する「折込」から「オリコミ」へとテーマに、折込広告会社の社員6氏が折込広告を補完する取り組みについて発表した。

メディア活性化委員会の櫻井浩一委員長が進行役を務め、メディア活性化委員会では様々な角度で折込広告の現状、新たな価値を見出すこと「折込の再定義」を検討してきた。今回は全通程ではあるが、お客様の声、さらにはメディア価値を高めるための施策の提起を行っていることと、プログラムの趣意を説明した。折込を活用している企業からの「折込愛」を紹介。クライアントからは、「配布方法の最適化と多様化」「効果測定

の問い合わせをより多くの人に届け価値を創造していく。これらを目指すことが折込の再定義ということ」と強調した。

続いてメディア活性化委員会と集約・検証した新聞販売店が行うポスティングサービスの検証について、同委員会の清水昭行氏が「折込部数が最盛期の5000万部から2400万部に減少した。対策として各社で新聞折込補充メディア、販売店によるポスティングを進めてきたが、問題点も多い。資料によると補充メディアは1600万部あるという。しかしながら十分に活用できておらず各社各様の媒体となっていて、クライアントへの案内不足の一因となっている。各社間の情報共有や相互理解が十分と言えない。各社連携による統一した媒体提案の推進が、クライアント理解促進の力になると考える。今回、主要媒体社にアンケートに協力いただいた。各社のメディア、折込補充メディアの普及、業界内の相互理解の促進を目的に全国のポスティングサービスについて、の各社配付型の無償読者未購読世帯抽出型(会員制の3つのタイプ)にわけ、地域も大都市型(東京・大阪・地方都市型(札幌・仙台・

名古屋・広島・福岡)の各地区は全世帯に配布したり、労務問題では系統を超えて対応している。また会員制でも委員会に向けてのポスティングと並行して対応しながら部数を増やそうとしている」と総括。

パネルディスカッションでは「全配付型」「無購読未購読世帯抽出型」「会員制」の各タイプの実務者による取り組みが紹介された。プログラムを総括した櫻井氏は「生活者やそれを見ているクライアントが多様化している中で『差』をもってアプローチしたところ、クライアントにまったく響かない。『異』というものに注目する。我々が定義するまでの折込広告、新聞に折り込まれて家庭に届けられる広告、これではなくて折込の価値を再定義した中で新たな「オリコミ」を追求していくことが必要。クライアントはメディアの観点で動くとはない。それぞのマーケティング戦略の中で、何が生活者にきちんと届けられるのか、そのコンテキストは何かを模索している。それには答えはない。それには我々が答えなければいけない。J-NOAでは今後活動を通して、新しい「オリコミ」の形、収益につながる仕組みを作っていく」と締めくくった。

大がかり、強い地方紙のあり方は全世帯に配布したり、労務問題では系統を超えて対応している。また会員制でも委員会に向けてのポスティングと並行して対応しながら部数を増やそうとしている」と総括。

清水氏は、各メディアの事業内容について説明し、現状課題について報告。全配付型のメリットは、高い到達率にあること。課題は労務問題と制作コスト。無購読未購読世帯抽出型は、会員制に比べ部数の拡大がやすく、新聞折込に併用することで高い到達率を実現できると、課題は部数が多い販売店の労務が大変になると、生活者からのクレームが発生する恐れがあること。会員制のメリットは、生活者からのクレームが少なく、クライアントへの訴求材料になること、平均枚数が比較的多いこと、朝夕刊の配達順路に組み込みやすくて配達コストが有利になること、課題は労務と到達率が低く、会員拡大に壁があることと話した。さらに、全配付型の媒体の共通化や分りやすいものがほしい。それぞのマーケティング戦略の中で、何が生活者にきちんと届けられるのか、そのコンテキストは何かを模索している。それには答えはない。それには我々が答えなければいけない。J-NOAでは今後活動を通して、新しい「オリコミ」の形、収益につながる仕組みを作っていく」と締めくくった。



[illegible]