

北海道新聞社

媒体資料 2023年度版

DOSHIN MEDIA INFORMATION

北海道新聞社は、あらゆるチャネルを掛け合わせたマーケティングソリューションを提供いたします。



北海道新聞社は、北海道一のシェアを誇る紙メディアであると同時に、さまざまなプロモーション企画やイベント開催などを通じ、道内企業様と共に成長してまいりました。

長年紙面広告を中心に築いてきた道新ならではのPRのノウハウをデジタルにも転用し、お客様の目指す目標に少しでも近づけるよう、企業様目線、エンドユーザー目線で、幅広くご支援させていただきたいと考えています。

CONTENTS

01P 北海道マーケットデータ

03P 媒体データ／購読者プロフィール

08P 新聞紙面

13P 北海道新聞広告効果測定

14P 住宅展示場

15P キャンペーン・イベント

26P マーケティング・デジタルプロモーション

36P 北海道新聞広告版別図

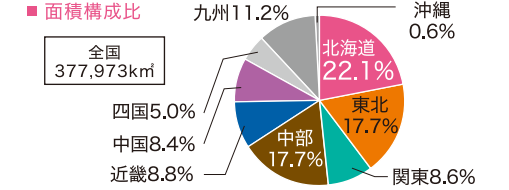
COVER DESIGN CONCEPT

北海道新聞の題字に使用されている「星」をモチーフとして採用。星が天体の軌道によって進む様子を描くことで、新聞が歴史を積み重ねながら未来へと進化していく様子を表現しました。カラフルなグラデーションは、さまざまな分野・年齢・地域の自由さや楽しさをイメージしています。全体を六芒星で構成していますが、一つだけ北海道新聞社新ロゴの「海」に使われている星と同じ形のもを隠しています。ぜひ見つけてみてください。

北海道マーケットデータ

ランキングから見る北海道

県民総生産第8位の市場を持つ北海道。農業・漁業の産出額は全国一を誇り、全国・海外から多くの観光客が訪れる魅力的なマーケットとして期待が膨らみます。



■ 北海道とほぼ同じ面積の国(単位はkm²)
オーストリア(83,870)、アラブ首長国連邦(83,600)、チェコ(78,866)、パナマ(75,520)

■ 県民総生産 都道府県別ランキング

1	東京都	115.7兆円
2	大阪府	41.2兆円
3	愛知県	40.9兆円
4	神奈川県	35.2兆円
5	埼玉県	23.6兆円
6	兵庫県	22.2兆円
7	千葉県	21.3兆円
8	北海道	20.5兆円
9	福岡県	19.9兆円
10	静岡県	17.9兆円

※出典：2019年度県民経済計算/内閣府

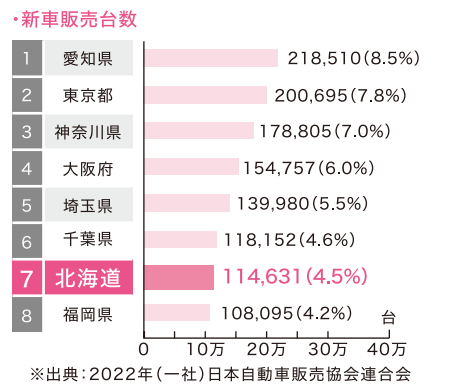
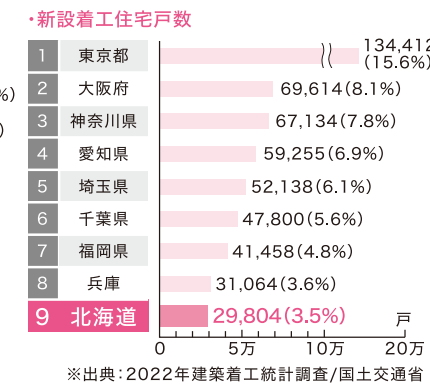
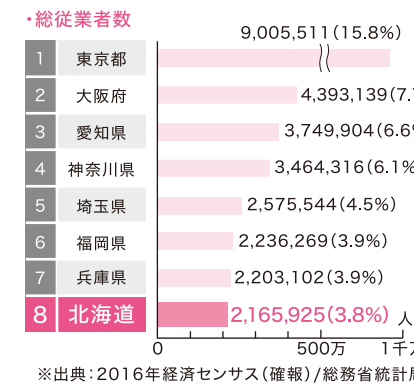
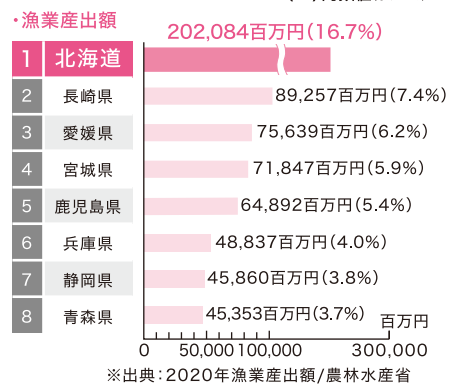
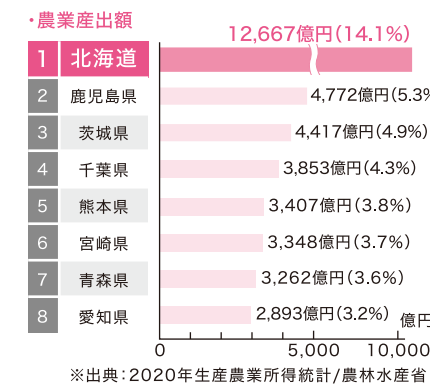
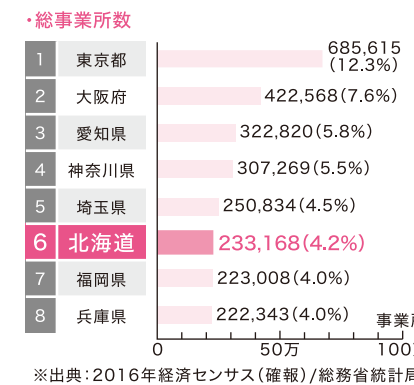
北海道新聞は全国8位の市場規模を持つ、北海道というマーケットで約7割のシェアを有しています。効率的かつ確実な宣伝展開を考えたら、北海道新聞の利用は不可欠です。

■ 人口 都道府県別ランキング

1	東京都	13,794,933人
2	神奈川県	9,215,210人
3	大阪府	8,800,753人
4	愛知県	7,528,519人
5	埼玉県	7,385,848人
6	千葉県	6,310,875人
7	兵庫県	5,488,605人
8	北海道	5,183,687人
9	福岡県	5,108,507人
10	静岡県	3,658,375人

※出典：2022年1月1日住民基本台帳に基づく人口(推計)/総務省

■ 産業・経済力 都道府県別ランキング



全国魅力度 札幌1位、函館3位 都道府県別は北海道が14連覇

雄大な自然やおいしい食べ物に恵まれ、札幌市時計台、函館山からの夜景、小樽運河、旭山動物園、富良野のラベンダー、釧路湿原など、北海道は魅力的な観光コンテンツの宝庫です。

■【都道府県別】 地域・魅力度ベスト10

順位	都道府県	魅力度
1	北海道	73.3
2	京都府	57.3
3	沖縄県	53.6
4	東京都	49.3
5	大阪府	43.2
6	神奈川県	41.6
7	福岡県	40.8
8	奈良県	36.9
9	長崎県	35.8
10	石川県	33.1

■【市区町村別】 地域・魅力度ベスト10

順位	市区町村	魅力度
1	札幌市	63.9
2	京都市	59.5
3	函館市	58.7
4	横浜市	56.1
5	小樽市	55.8
6	神戸市	55.7
7	鎌倉市	52.1
8	金沢市	50.9
9	那覇市	49.8
10	石垣市	49.4



函館市 函館山からの夜景



札幌市 時計台



小樽市 小樽運河



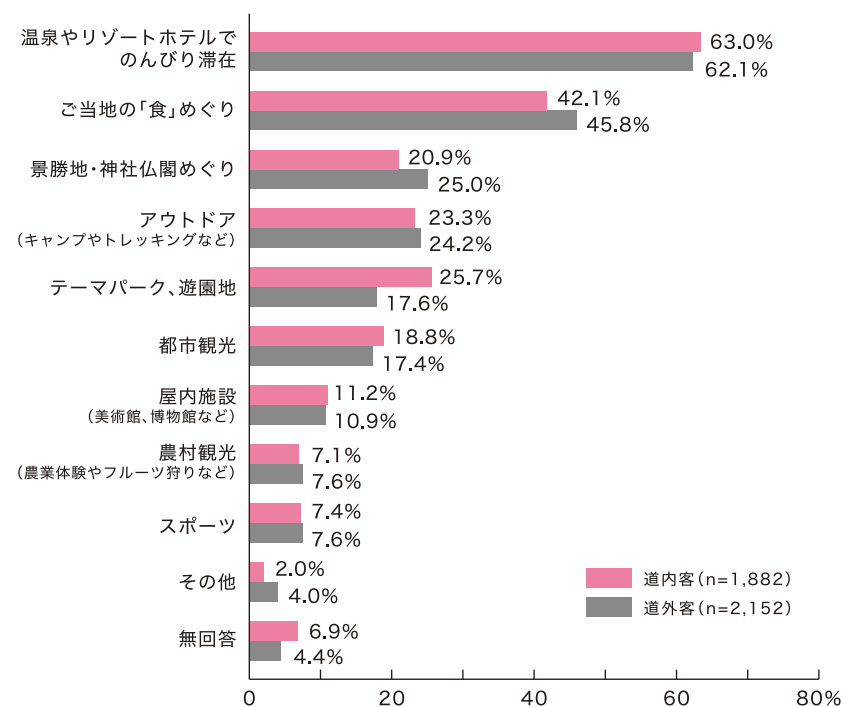
富良野市 フラワーガーデン

※出典：2022年地域ブランド調査／ブランド総合研究所

北海道に期待する観光・旅行は「ホテルでのんびり滞在」、「ご当地の食めぐり」

北海道に期待する観光・旅行の内容について、北海道観光振興機構が2021年6月から22年2月に実施した北海道来訪者満足度調査で、北海道に期待する観光・旅行内容を複数回答で尋ねたところ、最も多かったのが、道内客・道外客ともに「温泉やリゾートホテルでのんびり滞在」。次いで、「ご当地の『食』めぐり」が多く、ほかの旅行内容を大きく上回りました。

■ コロナ収束後に期待する観光・旅行内容(複数回答)



【道内客】

最も多かったのは「温泉やリゾートホテルでのんびり滞在」(63.0%)で、2位の「ご当地の食めぐり」(42.1%)を大きく上回りました。続いて「テーマパーク・遊園地」(25.7%)、「アウトドア(キャンプやトレッキングなど)」(23.3%)、「景勝地・神社仏閣めぐり」(20.9%)の順でした。

【道外客】

道内客と同様に「温泉やリゾートホテルでのんびり滞在」(62.1%)が最多で、次いで「ご当地の食めぐり」(45.8%)。3位は道内客と異なり、「景勝地・神社仏閣めぐり」(25.0%)で、「アウトドア(キャンプやトレッキングなど)」(24.2%)、「テーマパーク・遊園地」(17.6%)と続きました。

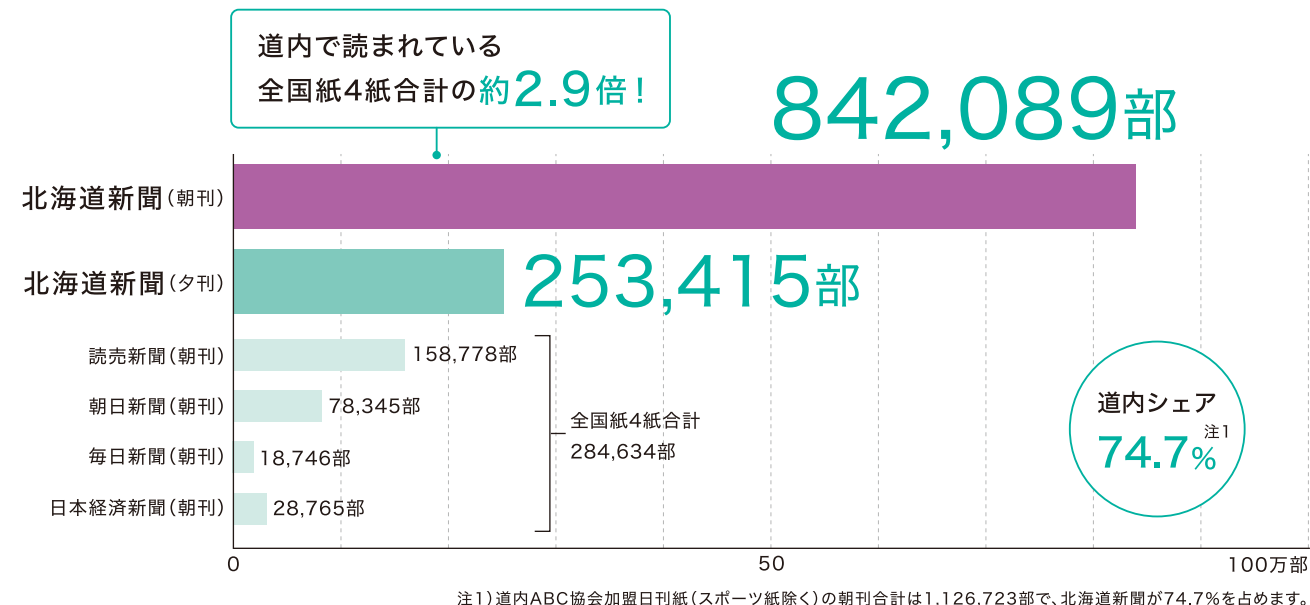
出典：北海道観光振興機構「2021年度北海道来訪者満足度調査」

媒体データ / 購読者プロフィール

北海道で最も多く読まれている北海道新聞

地域に密着した豊富な情報が高い信頼性ととも支持され、他紙を寄せ付けぬ圧倒的な部数を誇ります。

■ 全国紙との販売部数の比較

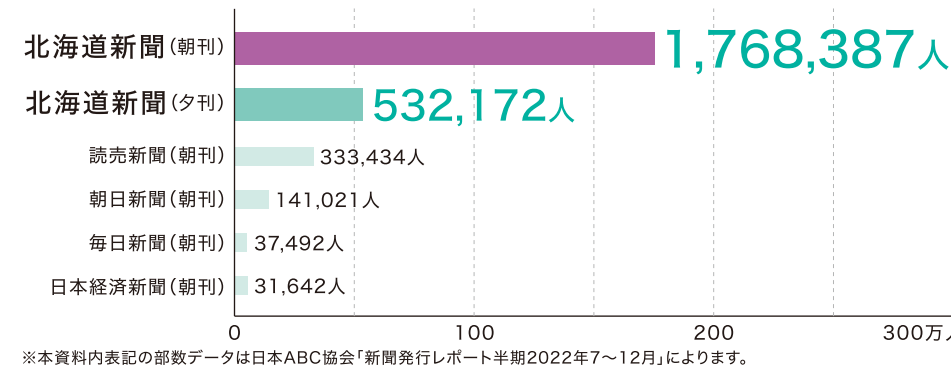


■ 平均回読人数

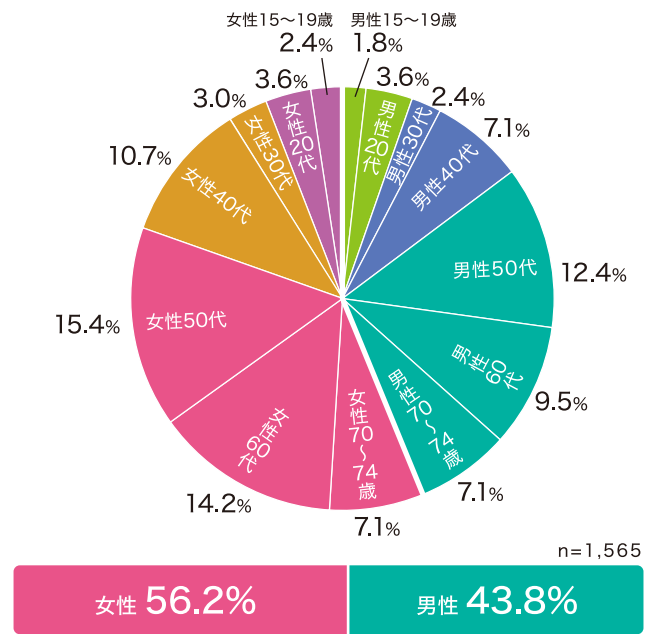
北海道新聞(朝刊)	2.1人
北海道新聞(夕刊)	2.1人
読売新聞(朝刊)	2.1人
朝日新聞(朝刊)	1.8人
毎日新聞(朝刊)	2.0人
日本経済新聞(朝刊)	1.1人

※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。(北海道新聞朝刊 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169)(北海道新聞夕刊 n=662 ウェイト集計、単位:千人/回収数71)(読売新聞朝刊 n=227 ウェイト集計、単位:千人/回収数25)(朝日新聞朝刊 n=149 ウェイト集計、単位:千人/回収数16)(毎日新聞朝刊 n=19 ウェイト集計、単位:千人/回収数3)(日本経済新聞朝刊 n=63 ウェイト集計、単位:千人/回収数8)

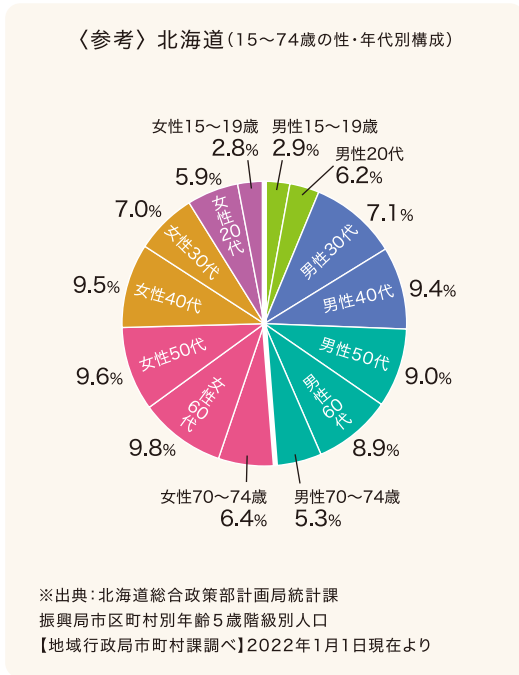
■ 推定読者数



■ 性・年代別構成(朝刊)

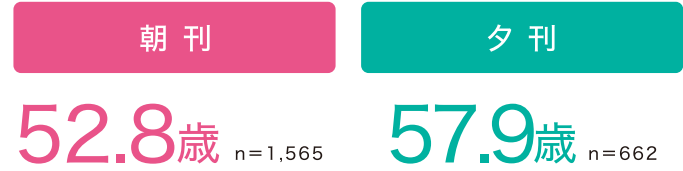


※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の
規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169)



■ 購読者の平均年齢

北海道新聞

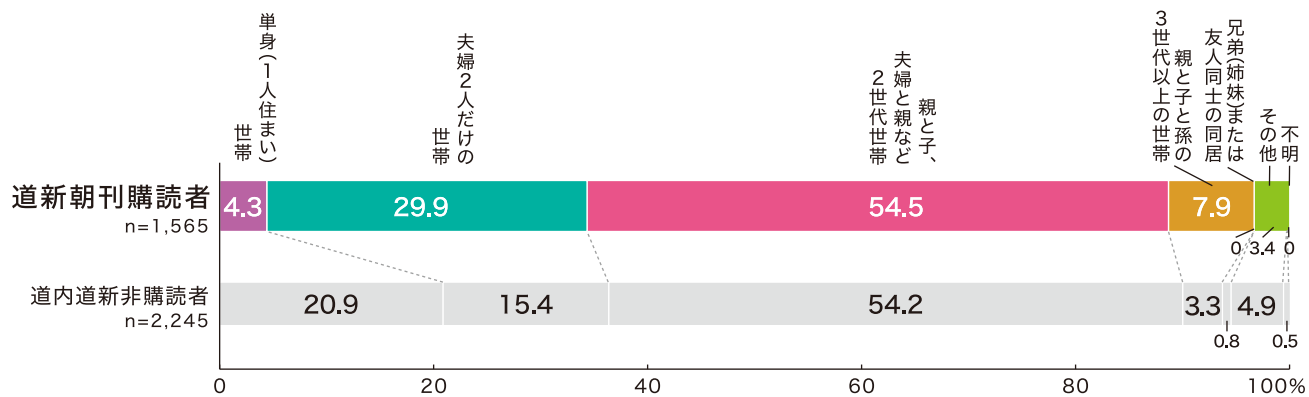


〈参考〉北海道

新聞種別	サンプル数(n)	平均年齢
読売新聞(朝刊)	236	54.3歳
朝日新聞(朝刊)	149	60.5歳
毎日新聞(朝刊)	28	49.7歳
日本経済新聞(朝刊)	73	47.3歳

※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(北海道新聞朝刊 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169) (北海道新聞夕刊 n=662 ウェイト集計、単位:千人/回収数71)
(朝日新聞朝刊 n=149 ウェイト集計、単位:千人/回収数16) (毎日新聞朝刊 n=28 ウェイト集計、単位:千人/回収数3)
(読売新聞朝刊 n=236 ウェイト集計、単位:千人/回収数25) (日本経済新聞朝刊 n=73 ウェイト集計、単位:千人/回収数8)

■ 家族形態



※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(北海道新聞朝刊 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169) (道内道新非購読者 n=2,245 ウェイト集計、単位:千人/回収数244)

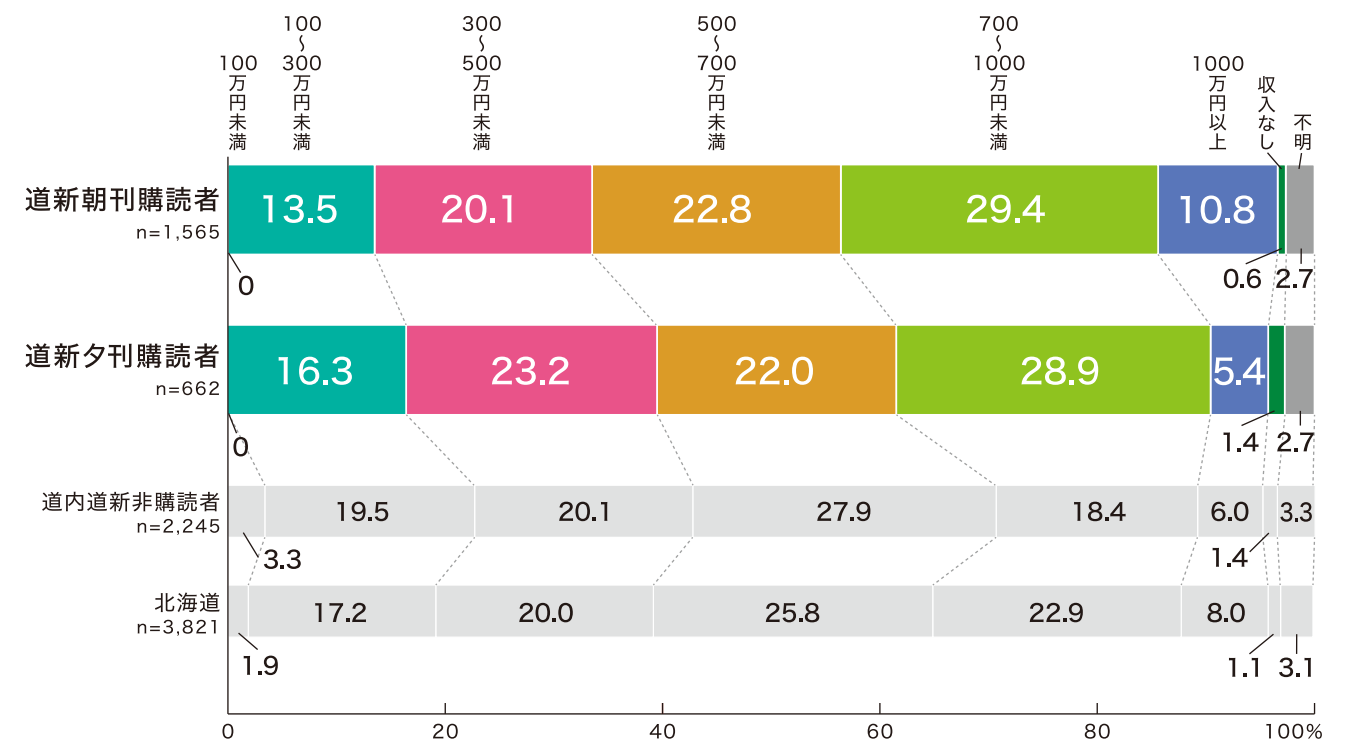
北海道新聞の購読者は平均年収・金融資産が高く
高い購買力が見込まれます

■ 平均年収・金融資産

	平均世帯年収	平均金融資産額(20歳以上)
道新朝刊購読者 (n=1,565)	668万円	1454万円
道新夕刊購読者 (n=662)	624万円	1745万円
道内道新非購読者 (n=2,245)	566万円	960万円
北海道 (n=3,821)	605万円	1161万円

※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(道新朝刊購読者 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169) (道新夕刊購読者 n=662 ウェイト集計、単位:千人/回収数71)
(道内道新非購読者 n=2,245 ウェイト集計、単位:千人/回収数244) (北海道5市全体 n=3,821 ウェイト集計、単位:千人/回収数414)

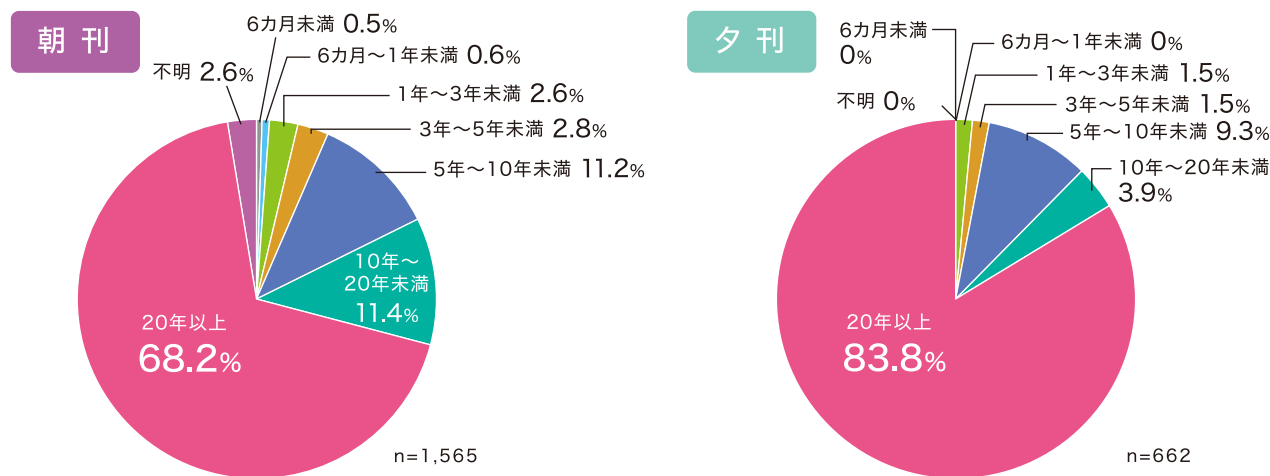
■ 世帯年収



※標本サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(道新朝刊購読者 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169) (道新夕刊購読者 n=662 ウェイト集計、単位:千人/回収数71)
(道内道新非購読者 n=2,245 ウェイト集計、単位:千人/回収数244) (北海道5市全体 n=3,821 ウェイト集計、単位:千人/回収数414)

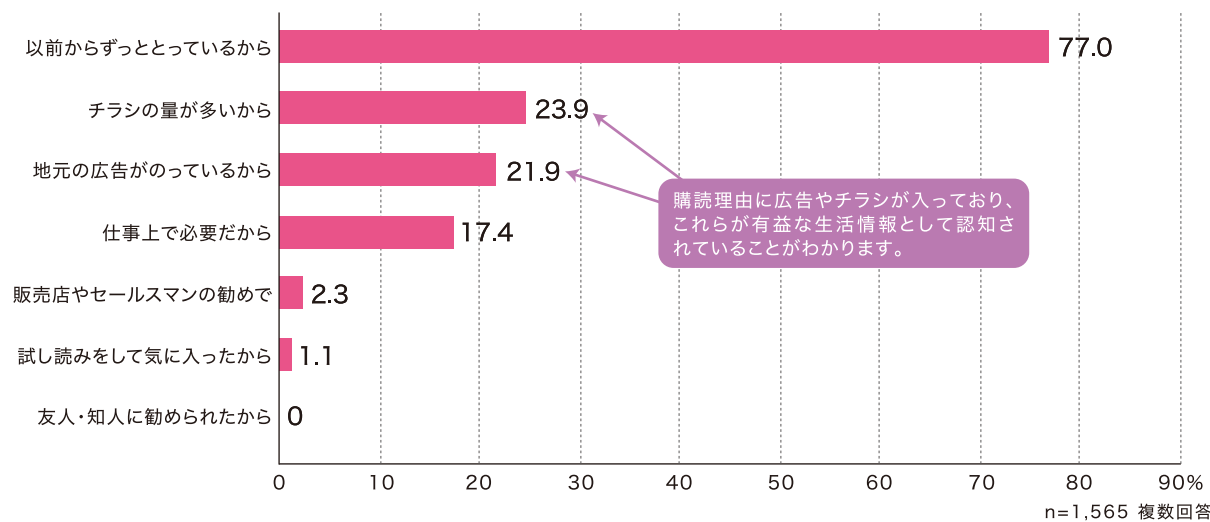
■購読年数

10年以上の長期購読者が8割以上を占めています。



※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(朝刊 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169)(夕刊 n=662 ウェイト集計、単位:千人/回収数71)

■購読理由・きっかけ(朝刊)



※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169)

■新聞 接触時間量(朝夕刊合計)

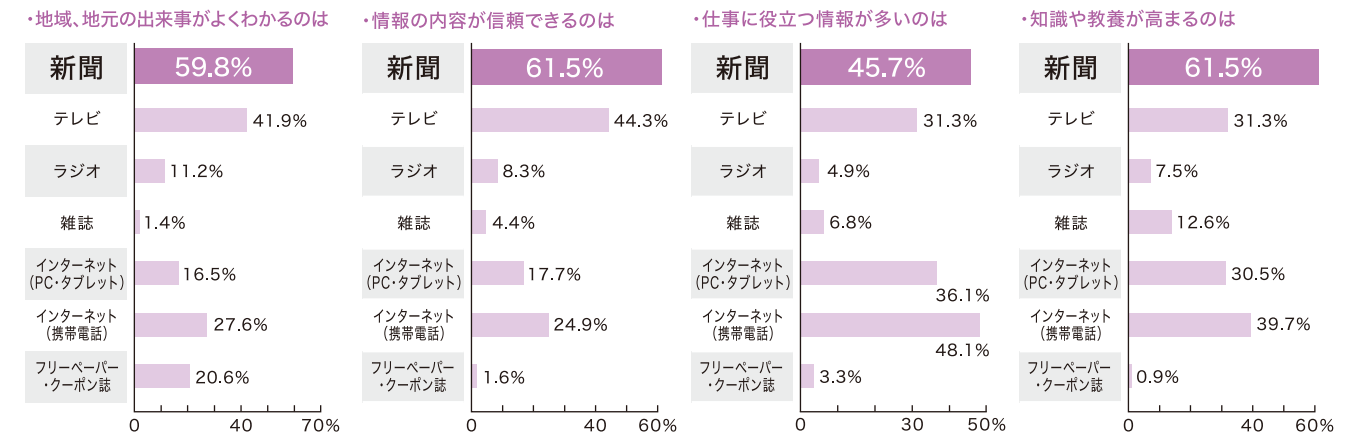
	平日平均	土曜日平均	日曜日平均
朝夕刊合計	25.3分	30.2分	27.6分

・注「新聞接触時間量(朝夕刊合計)」は、北海道新聞読者に絞り込んで算出していますが、併読者の北海道新聞以外の新聞との接触時間も含まれています。
※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(平日 n=1,621 ウェイト集計、単位:千人/回収数176)(土曜日 n=592 ウェイト集計、単位:千人/回収数65)(日曜日 n=1,476 ウェイト集計、単位:千人/回収数165)

新聞は、多彩な地域情報をもとに高い信頼を受けています

北海道新聞を購読している人は非購読者に比べ、新聞広告が行動の起点になっていることがうかがえます。

■媒体評価(北海道)



※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(n=3,821 ウェイト集計、単位:千人/回収数414)

■北海道新聞購読者の意識・行動

		n=1,565	n=2,245	n=3,821
		道新朝刊購読者	道内道新非購読者	北海道
関する意識	新聞は家に配達されるので便利だ	90.5%	53.6%	68.9%
	新聞の見出しを見て、関心のあるものを選んで読む	72.2%	56.6%	63.1%
	テレビなどで知っているニュースでも、新聞であらためて読む	76.1%	34.5%	51.7%
	その日のテレビ番組を知るためには新聞は便利だ	77.5%	41.7%	56.5%
関する意識	新聞広告で新しい商品やサービスを知ることがある	73.9%	41.0%	54.6%
	新聞広告で商品やサービスの内容を知ることがある	68.6%	38.1%	50.8%
	新聞広告をじっくり見て読むことがある	67.8%	38.9%	50.9%
	新聞広告で製品回収・リコールについて知ることがある	63.1%	35.7%	47.1%
見ている行動	新聞広告を家族や友人と話題にした	52.7%	21.1%	34.0%
	新聞広告を見て、スーパー・小売店・専門店に買い物に行った	52.1%	17.1%	31.3%
	新聞広告を見て、地元の催し・イベントに行った	21.7%	11.2%	15.4%
	新聞広告を見て、百貨店・デパートに買い物に行った	18.6%	7.3%	12.2%

※標本数サイズは北海道の15~74歳人口に合わせたウェイト集計後の規正標本サイズ(単位:千人)で表現しており、回収数とは異なります。
(n=3,821 ウェイト集計、単位:千人/回収数414)(道新朝刊購読者 n=1,565 ウェイト集計、単位:千人/回収数169)
(道内道新非購読者 n=2,245 ウェイト集計、単位:千人/回収数244)(北海道5市全体 n=3,821 ウェイト集計、単位:千人/回収数414)

3~7ページの調査概要 ビデオリサーチ「2021年度全国新聞総合調査 J-READ Basic(北海道5市)」
■調査対象: 満15歳~74歳の男女個人 ■調査方法: 郵送法 ■調査エリア: 北海道主要エリア(5市) ■調査期間: 2021年10月24日~30日 ■有効標本数: 414
■抽出方法: ①ビデオリサーチの過去調査対象者リストから抽出 ②左記抽出で目標有効標本数に不足している標本数を「地点・個人」の多段階抽出をし、調査員訪問による説得 ■抽出機関: (株)ビデオリサーチ
※グラフ等の数値は四捨五入により、構成比の合計が100にならない場合があります。※毎日新聞・日本経済新聞は標本数が少なく、標本誤差が大きくなることに留意ください。

自治体PR

北海道民へ伝えたい様々なメッセージを新聞広告を使って広く発信する事ができます。
我がまちに住む新聞読者はもちろん、他地域に向けても、まちの魅力や観光施策、ふるさと納税の訴求を行うことができます。



2022年4月24日朝刊 上川町



2022年11月6日朝刊 十勝12町村



2022年3月31日朝刊 わっかない観光活性化促進協議会



2022年12月3日朝刊 別海町

対談・周年

共通の目標を持つ異業種や業界のトップ同士の対談を通じてじっくり読まれる紙面や、周年を機に企業姿勢を発信する紙面を通じて、広く北海道民にメッセージを伝えることができます。

■ 対談



2022年11月5日朝刊 札幌医科大学



2022年7月2日朝刊 日本航空大学校 北海道

■ 周年



2022年7月30日朝刊 オフィスキュー



2022年4月1日朝刊 岩田地崎建設

ブランディング

企業・法人の姿勢やメッセージ、商品に込められた想いを伝えるには、公共性が高く確実に内容が伝わる新聞広告が最適です。特に紙面全体を使った広告は手元でポスターを見ているような大きくなり、読者に大きなインパクトを与えます。



2022年5月17日朝刊 森永乳業



2022年5月17日朝刊 森永乳業



2023年1月1日朝刊 セコマ



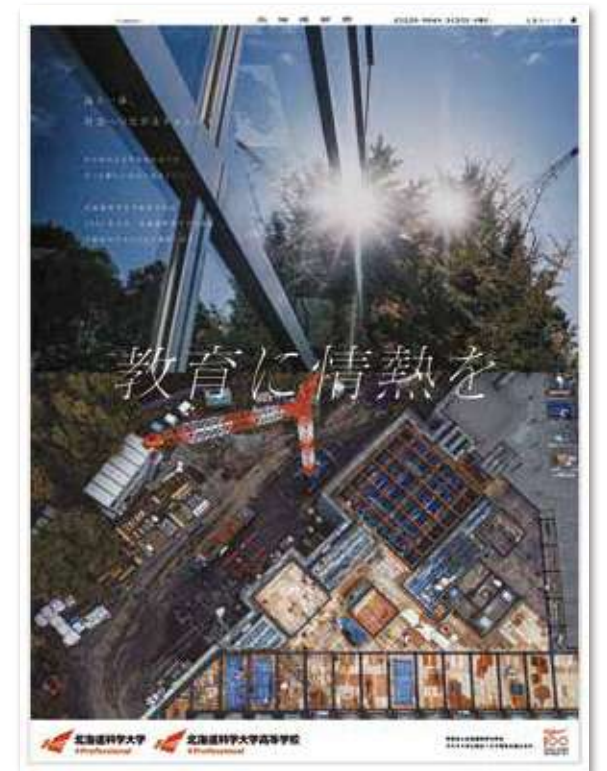
2022年2月1日朝刊 よつ葉乳業



2022年12月15日朝刊 クボタ



2022年7月4日朝刊 JR貨物



2022年3月20日朝刊 北海道科学大学

別刷特集 (朝刊・夕刊以外の発行物)

1週間分のテレビ番組から、子ども向け、住まいや健康などターゲットを絞ったものまで、暮らしに役立つ情報をお届けしています。

■ 日曜navi



旅などがテーマの特集記事や1週間分のテレビ番組案内、文芸欄などすべての人が楽しめる毎週日曜発行の特集です。

■ 道新こども新聞 週刊まなぶん



北海道新聞を購読している方に無料でお届けしている子ども新聞。毎週土曜日の朝刊と一緒にお届けしています。

■ ハウジングほっかいどう



理想の家づくりを成功させるための知識と情報をテーマに、新築・リフォーム・資金計画などを広く扱った特集として、人気を得ています。

各エリアごとの別刷特集 (朝刊・夕刊以外の発行物)



1 さっぽろ10区(トーク) 【札幌本社】

①約280,000部 ②ブランケット4P ③毎週火・金曜日



2 ジョイフルライフ 【函館支社】

①約135,000部 ②タブロイド8P(ページ数は変更の可能性あり) ③原則毎月最終週の金曜日



3 道新ななかまど 【旭川支社】

①約172,000部 ②ブランケット4~16P ③毎週金曜日



4 WEEKLY FitPRESS 【釧路支社】

①約92,000部 ②タブロイド8P ③毎週金曜日



5 週刊 fit 【帯広支社】

①約104,000部 ②タブロイド4P~ ③毎週土曜日(未購読世帯は金曜配布)

それぞれの詳細は各本支社へお問い合わせください。

- ①発行部数
- ②判型
- ③発行日

道新 エゾリス便

北海道新聞(朝刊・夕刊)に折り込まれます。

広告主1社単独で使用する、北海道新聞の題字に準ずるロゴが入った別刷広告特集です。配布エリアや色数などを自由に組み合わせることが可能です。

体裁 色数：フロント面、裏面とも色数制限はありません。※1色×1色も可
サイズ：ブランケット判 2ページまたは4ページ
タブロイド判 4ページまたは8ページ

題字 北海道新聞題字に準ずるロゴをフロント面上部に印刷していただきます。

配布区分 広域版、市町村版、販売所版とご要望に応じて配布が可能です。

※その他詳細は、「道新エゾリス便媒体資料」をご確認ください。

北海道新聞広告効果測定

新聞広告共通調査プラットフォーム

J-MONITOR

J-MONITORは広告のプランニングから効果検証・反響確認などに役立つ各種データを提供する新聞広告共通調査プラットフォームです。北海道新聞社は2013年から参加しています。参加新聞社共通のシステムで管理・調査を行うことで、広告の見られ方などの客観的なデータが整備され、共通の指標としてご活用いただけます。

■ 定型調査

- 「広告の理解度・好感度」「広告の印象」「広告商品・サービスの購入・利用の意向を考えるか」などを調べます。
- 自由回答では200人超の率直な感想・意見が分かります。
- 料金は15万円(税別)です。

■ カスタム調査

- 設問を自由に設定できます。
- 料金は設問数に応じて、50万円(税別)~(質問数、サンプル数によって異なります)。

■ 調査スケジュール



J-MONITOR公式サイト <https://www.j-monitor.net/>

北海道新聞社営業局の広告効果測定システム

DODES ドウデス

DOshin Dynamic advertising Evaluation System

広告の接触調査をはじめ、北海道民の意識調査などマーケティングに活用できる設問を自由に設定できます。Jモニター調査に比べて、モニター数が全道で850名と多く、年代も70代までと幅広いです。調査対象地域は北海道全域です。

- 設問数、内容は自由に設定できます。質問票の作成は気軽にご相談ください。
- 料金は32万円(税別)~(質問数、サンプル数によって異なります)。

■ 調査スケジュール



調査設計

調査対象者	北海道新聞を購読している15~69歳の男女個人
調査対象地域	札幌本社版地域(札幌市を含む石狩、後志、胆振、日高、空知(一部地域除く)管内)
抽出方法	当該地域・対象者の性×年齢×職業×家族人数等の属性に従い割付
調査方法	パソコン・スマートフォン等を利用したウェブ調査。新聞紙面に関する設問は原則として紙面を手元に用意して回答する再認法
標本数	1パネルあたり原則約300名。回収率は70~80%程度を想定
調査日時	新聞掲載翌日0:00~24:00の24時間
調査機関	株式会社ビデオリサーチ

調査設計

調査対象者	北海道新聞を購読している15~79歳の男女個人
調査対象地域	北海道全域
抽出方法	モニター応募者を住民基本台帳の地域別、性×年齢等の属性に従い割付
調査方法	パソコン・スマートフォン等を利用したウェブ調査。新聞紙面に関する設問は原則として紙面を手元に用意して回答する再認法
標本数	1パネルあたり850名。回収率は70~80%程度を想定
調査日時	新聞掲載当日から5日間
調査機関	株式会社北海道新聞HotMedia

北海道マイホームセンター

寒冷地の理想的な住まいのあり方を提案する、道内最大規模の住宅展示場です。
札幌（3会場）、旭川、帯広、函館、苫小牧の5都市7会場で、道内外ハウスメーカーのモデル住宅85棟（全会場合計、2023年4月現在、建築工事中含む）を展示しています。



2022年12月20日朝刊

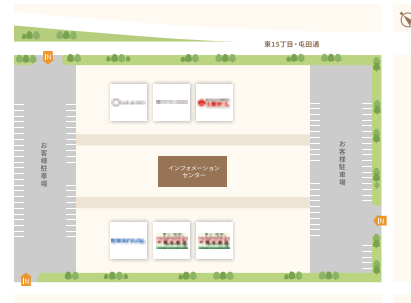
■ 各会場出展図 <https://www.myhomecenter.org/>



札幌会場 札幌市豊平区豊平1条10丁目



森井公園駅前会場 札幌市厚別区厚別東5条8丁目



北会場 札幌市北区太平6条1丁目



旭川北彩都会場 旭川市宮前1条2丁目



帯広会場 帯広市西4条南16丁目



函館会場 函館市桔梗町418番20号

※函館会場はリニューアル工事のため、2023年8月末で一時的閉場。再オープンが2024年4月を予定。



苫小牧会場 苫小牧市柳町2丁目4番1号

北海道
マイホームセンター
全道7会場



飲もう牛乳キャンペーン

新型コロナウイルス感染症の影響で牛乳・乳製品の消費が低迷。だからと言って、牛乳の生産を急に減らすことはできませんので、道民一人ひとりが、毎朝牛乳を飲むことを習慣にするなど、道産の牛乳・乳製品をたくさん飲んで、食べて、といったことをムーブメントにするべく、「飲もう！牛乳」をスローガンに「オール北海道」で生乳・牛乳の消費を盛り立てるプロジェクトを実行委員会形式で立ち上げました。鈴木知事や森崎さんなど、北海道にゆかりの著名人にも呼びかけていただき、より多くの道民読者の方々に北海道の「おいしい」を認知・応援していただく取り組みとなりました。



2022年3月30日朝刊 飲もう牛乳キャンペーン



2022年4月28日朝刊 飲もう牛乳キャンペーン

未来s (みらいず)



2022年9月25日朝刊



<https://sdgs.hokkaido-np.co.jp/mirais/>

SDGsを通して「北海道らしさ」、「学生・子どもたちの未来」をテーマとしたプロジェクトを、道民のみなさんと一緒に気軽に簡単にできることから実施していきます。



あしたね。プロジェクト

北海道の未来、子どもたちの未来のために「あしたに、たねをまこう」。北海道の未来を育む「たね」を大人たちから子どもたちへと授けていきたい、という想いを込めた「あしたね。プロジェクト」。

驚くようなアイデアや独創的な試みに挑戦し、新しい時代を切りひらいている大人たちがいます。北海道で暮らす10代の子どもたちに、すごいな！いいな！と感じてもらえるような「挑戦者」をプロジェクトリーダーに迎え、北海道の価値あるモノ・コト・ヒトを深く知って、体験してもらい、10代の子どもたちの目線で未来のビジョンを発信、感じてもらう取り組みです。



2022年10月14日朝刊

北海道にいいことプロジェクト



2022年11月21日朝刊

創刊80周年を迎えた2022年には、北海道の暮らしを、地域の自然環境を、10年、100年先につなぐ、「北海道にいいことプロジェクト」を立ち上げました。

その1つとして、「未来に木くばりプロジェクト」を実施。「二酸化炭素削減に大切な役割を果たす森林の役割を知り、実際に木を植えて森を作ろう！」という呼びかけに賛同いただいた方々と共に、植樹活動や森の観察会、木工などを行いました。



2022年11月11日朝刊



<https://adv.hokkaido-np.co.jp/ashitane>



ふるさと納税体験イベント

近年大きな注目を集めつつも、利用者は全体の10%台前半とまだまだ普及に課題のあるふるさと納税。道内自治体の納税額増加による地方活性化を応援するため、ふるさと納税に関するイベントを2021年から開催しています。

2022年は横浜、上野、札幌と3地域でイベントを開催しました。本イベントは返礼品をその場で見て一部返礼品をお持ち帰りいただけるサービスのほか、初心者の方にもわかりやすく説明する相談コーナーも設置しました。地域課題解決の一助となる“ふるさと納税”の取り組みを、イベントをはじめ各方面から支援していきます。

■ ほっかいどう応援フェスタin横浜駅・上野駅

参加自治体数：計15自治体 納税件数：計206件



2022年10月17日～30日 JR横浜駅



2022年11月17日～20日 JR上野駅

■ ふるさと応援フェスタinチカホ

参加自治体数：15自治体 来場者数：1万5100人
納税件数：計875件



2022年11月12日朝刊



駅構内へのポスター掲出



2022年11月25日～30日、12月2日～12月8日 チカホ

■ ふるさと納税ポータルサイトとの連携



楽天ふるさと納税サイト内に特設ページを設置



JREモールふるさと納税サイト内に特設ページを設置



JR山手線ほか車内広告枠にイベント告知動画を配信

■ その他のふるさと納税支援

紙面広告



2022年12月13日朝刊



2022年12月11日朝刊

WEB広告



ディスプレイ広告イメージ

タイアップ広告



北海道新聞社のバーティカルメディア mamataalk掲載

■ 企業版ふるさと納税支援

当社では地域支援の取り組みの一つとして「企業版ふるさと納税」の普及・促進にも取り組んでいます。2022年度は2回に及ぶオンラインセミナーを開催。自治体の皆様への周知・啓発のほか、企業とのマッチングや地域ならではのストーリー構築など、地域創生に向けた活動を行っています。



オンラインセミナー風景

北海道マラソン2023

夏の都都・札幌を駆け抜ける北海道マラソンを昨年3年ぶりに開催。今年は復活2年目となります35回大会。1987年に439人のエントリーで始まった「北海道マラソン」。35年をかけて少しずつ大会規模を拡大し、前回2022年大会には2万人規模の大会へと成長しました。日本で唯一本格的な「夏のフルマラソン」日本で唯一「オリンピックコース」を走ることが出来る大会2つの唯一無二の価値を持つ大会です。世界を舞台に戦うトップアスリートと約2万人の市民ランナーが夏の北海道を駆け抜けます。



2022年3月6日朝刊

ほっかいどう大運動会2023

「スポーツのチカラで北海道を元気に!」をテーマに2019年1月札幌ドームにて初開催し約15,000人を集めた「ほっかいどう大運動会」。コロナ禍で2021年、2022年は札幌ドームでの開催を見送っていましたが、2023年は3年ぶりに札幌ドームが復活。コロナ禍の2年で忘れかけていたリアルなスポーツ体験の楽しさ・素晴らしさを再認識する場となりました。また、初回から継続してチャリティ要素をイベントに組み込み、「スポーツを通じて道民のチカラを合わせ、より良い社会と北海道の実現へとつなげていく」プロジェクトとして進化を続けています。



2023年2月5日朝刊

e-スポーツも応援

HOKKAIDO esports FESTIVAL



2023年1月21日朝刊



eスポーツの人気は世界で急速に高まっています。当社は、電通北海道、レバンガ北海道、凸版印刷北海道事業部、北海道ハイテクノロジー専門学

校と「北海道eスポーツ協会」を2019年2月に設立しました。北海道を日本のeスポーツ先進地にしようと北海道eスポーツフェスティバルを2021年から開催。人気ゲーム大会に加えて、eスポーツを部活動として取り組んでいる教育関係者とトークセッションを開催しました。北海道内外の強豪校との意見交換で新たな大会創設などのアイデアが生まれています。北海道eスポーツ協会では各種のeスポーツイベント開催の相談にも対応していて、北海道のeスポーツ発展に貢献します。

当社は北海道日本ハムファイターズ、北海道コンサドーレ札幌、レバンガ北海道をはじめとする北海道のアスリートたちを、応援しています。

道新・UHB花火大会

本格的な夏の到来を告げる「道新・UHB花火大会」は、札幌の夏の風物詩として長年道民の皆さまに親しまれています。豊平川で開催される唯一の花火大会として、多くの企業の皆さまにご協賛いただいております。2022年は、新型コロナウイルス感染症の影響で中止となっていた当花火大会が3年ぶりに開催され、約4千発の色鮮やかな花火が夜空を彩り、豊平川に再び大輪の花を咲かせました。



花フェスタ

花フェスタは、赤レンガ庁舎や北大植物園など花が魅力の名所にあふれ、春から秋にかけて途切れることなく花が咲く「札幌」というまちを象徴するイベントとして1993年から継続して開催してきました。

30回目となる2023年は「FLOWER WONDERLAND (フラワー・ワンダーランド)」をテーマに、農業高校生のガーデニングコンテストの作品展示をはじめ、フラワーモニュメントの展示や花き・園芸関連用品を販売する花市場など花にまつわる催しを中心に実施いたします。



スイーツガーデンサッポロ

札幌の人気スイーツが一堂に集まる屋外スイーツイベント「スイーツガーデンSAPPORO」。札幌市中央区の北3条広場「アカブラ」(北2条西4丁目～北3条西4丁目)で毎年8月に開催されています。2022年は3年ぶり4回目の開催となり、感染症対策として入場規制も実施する中、4日間で2万人以上の来場者を記録しました。会場限定のスイーツ24種が大集合するほか、札幌市内のお店を中心にイチ推しのスイーツが楽しめます。「甘党」の方以外にも楽しめるよう、ステーキや焼き鳥などの肉料理、ビールなどアルコールを提供するブースも出店しています。女性や若年層の来場が多く、各種プロモーションの場としてもお使いいただけるイベントです。



ビジネスオンラインセミナー

当社では、道内企業・自治体に向け、より効果的で、より発展的なビジネス業務を提案するための情報発信手段として、「道新ビジネスオンラインセミナー」を開催しております。DXソリューションを中心とした様々なサービスを各種テーマで紹介し、紙面・ウェブ媒体にとどまらず、当社の持つ幅広いネットワークを生かして、より多くの道内企業・自治体に向けて発信してまいります。

道新ビジネスオンラインセミナー 参加費無料 事前申し込みあり

有効なDX実現

～北海道企業がIT競争優位を築くために～

多くの中小・中堅企業がDX推進を進めているにもかかわらず、実際にDXを実現できた企業は多くありません。本セミナーでは、企業がDXでつまずきやすい課題、解決する先進的な考え方のヒント、具体的なソリューション事例を通じて、北海道の企業がIT競争優位を築くための有効なDX活用についてご紹介します。

日時 2022年12月20日(火) 13:00～15:25

形式 オンライン開催

申し込み 道新セミナーWEBサイトよりお申し込みください。
<https://oods.mon.jp/seminar/2022/>

主催 北海道新聞社 協賛 札幌市庁舎 札幌市経済産業局 札幌市観光局 札幌市観光局 札幌市観光局

講師

- 13:00～13:45** 日本企業がDXを推進していくための考え方
 株式会社 札幌市庁舎 山田 直也
- 13:45～14:15** 契約案件DXもたらす企業価値の向上
 株式会社 札幌市庁舎 角田 望
- 14:15～14:45** クラウドERPで実現する食品製造販売業でのシステム効率化
 株式会社 札幌市庁舎 川本 康彦
- 14:45～15:25** 明日からできるDXの土台作り～4ヶ月で実現する「北海道エリアにおけるDXの土台作り」～
 株式会社 札幌市庁舎 大角 暢之

オールニューカーフェスタ2022

国産新車ディーラーが一堂に会す年に一度の大展示・商談会で、各社の新型車を乗り比べできる人気のイベントです。前年同様、新型コロナウイルス感染症対策を徹底し開催しました。キャラクターショーなどの屋内イベントを中止した代わりに、屋外のキッチンカーコーナーを充実させて開催しました。また車を購入した際に参加できる豪華プレゼントが当たるお楽しみ抽選会を今年も実施。2日間で7,755人が来場し306台の成約がありました。



さっぽろ雪まつり

道内はもとより、国内外からも広く観光客が訪れる冬の風物詩「さっぽろ雪まつり」。

2023年は3年振りに会場での開催となり、待ちわびていた多くの皆様楽しんでいただきました。

2023年の第73回は大通会場では約175万人が来場しました。北海道新聞社では大通公園5丁目会場で大雪像「疾走するサラブレッド」を制作しプロジェクションマッピングも行いました。

そのほか、36年振りに北海道で開催される全国高等学校体育大会(インターハイ)のPRブース、企業の商品や自治体のプロモーション等を実施しました。

また、ステージではアーティストによる楽曲や、協賛社さまによるクイズ大会等が連日開催され、会場を盛り上げました。

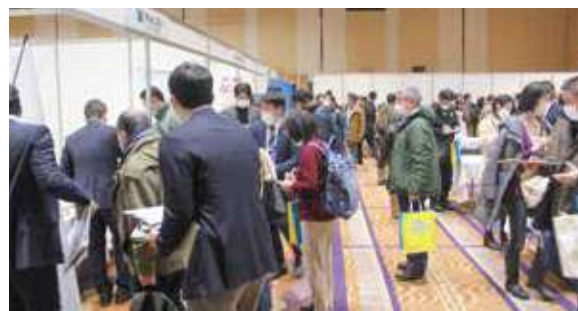


資産運用フェア

人生100年時代を迎え、資産運用の重要性がますます高まっています。道民がより豊かで安心して暮らせるよう、金融の知識を増やし、金融リテラシーを高めるために2019年から札幌市内のホテルで開催しています。会場に銀行、証券、信託銀行、保険、不動産会社などが出展し、著名人による特別講演や出展各社による協賛セミナー、ブースでの相談会などを実施。22年2月、新型コロナウイルスの感染防止を兼ねてセミナーのWEB視聴などイベントを一部オンライン化して開催しました。自宅や遠隔地からの参加者が増え、コロナ禍でも資産運用に対する関心の高さがうかがえました。23年は、3月下旬に札幌で開催いたします。



特別講演



協賛ブース

初めての地方開催

2022年9月3日(土)～4日(日)の2日間、「道新みんなの終活&資産運用フェアin旭川」を旭川市内のホテルで開催しました。11社・団体が出展しました。出展各社・団体によるブース展開、終活や資産運用をテーマにした各種セミナーのほか、同年4月から新たな学習指導要領で、高校生の家庭科と公民科で金融教育の内容が拡充したことを受け、市内の高校生による金融学習の討論会も実施。出展各社のブースでは自社商品の紹介やPRを行うと共に、来場者からの相談に応じました。直木賞作家の桜木紫乃さん、棋士で株主優待制度を活用する投資家として知られる桐谷広人さんを講師に迎えた特別講演会場はそれぞれ立ち見も出るほどの盛況でした。協賛セミナーは、会場展開とオンライン展開(録画配信)で開催しました。いずれのセミナーも人気が高く、空席待ちをする人の姿も見受けられました。コロナ禍にあっても、本フェアへの関心は高く、2日間で1600人以上が来場、セミナーにはオンライン受講を含めて約1300人が参加しました。23年度は十勝での開催も予定しております。



旭川会場

終活フェア

現在日本は「高齢化社会」を迎えていますが、悔いなく人生を生き抜いたと言えるためには、元気なうちに人生の最期を考え、準備しておく「終活」が必要となります。自らの人生の終末を考える、あるいは家族にとつてのその時が来た時のために備える学びの場として2022年から「道新みんなの終活フェア」を開催しています。住まい、遺言、医療、介護、葬儀、相続などに関連した企業による協賛セミナーやブースでの相談会などを実施。新型コロナウイルスの感染防止を兼ねてイベントの一部をオンライン化しました。多くの来場者が訪れ、道民の「終活」への注目度がうかがえました。



特別講演



協賛ブース

ジョブダス就活

ウェブサイト、SNS、説明会、新聞が連動して採用情報をお届けする道内企業のための就職情報メディアです。企業用マイページでは、採用情報や説明会告知の更新、応募の管理や学生との相互連絡などができます。



■ WEB/就職情報サイト



<https://jobdas.hokkaido-np.co.jp/2024/>

掲載期間 / 1シーズン(2023/3/1~2024/2/29)

掲載情報 / ●企業情報 ●採用情報 ●インタビュー ●説明会情報

機能 / ●情報編集 ●エントリー・説明会予約管理 ●スカウトメッセージ ●メッセージ送受信

■ 合同企業説明会

新聞社が運営する就活サイト「どうしんジョブダス」を使って、情報でライバルと差をつけよう!

オンライン
合同企業説明会では
道内最大級!

参加企業様の声

- ジョブダス就活合同企業説明会に参加した学生から5人の内々定を出すことができた(2022年度)
- 今のところ少ない年度でも1~2人の内々定を出せている
- 大量採用はしていないので、学生一人一人と長く話せる点がマッチングの上で良い
- 定期的に年度の後半まで合同企業説明会がある点が良い
- 他の説明会と日程をずらして開催してくれているので参加しやすい
- 熱心に企業ブースを複数まわる学生が多いように感じる
- ジョブダス就活で説明会に来る学生は落ち着いた学生が多い印象がある

開催実績

2020年 5/27、6/24、7/18、7/22、9/3、9/4、10/27、12/15
2021年 1/15、2/12、3/1、3/16、4/8、5/27、7/27、8/24、9/21、10/8
2022年 オンライン 2/10、3/14、4/19、8/25、9/12
リアル開催 5/13、6/7、7/7、10/12、11/1

登録学生

●2022年度実績 645人(道内78.5%、道外21.5%)

来場学生の内訳 / 文系=約8割、理系=約2割

■ 新聞/就職情報特集



体裁 / 2023年3月1日 朝刊別刷全道版

■ 学生へのアプローチ

道内外の大学のキャリアセンターと連携し、学内の就活サイトやメールを通して登録を促します。また、交通広告、テレビ、ラジオ、検索連動型広告、SNSなどで各社の採用情報に誘導します。

■ 学生の保護者へのアプローチ

近年、親の反対で内定を辞退する就活生が増えています。約84万部の地元紙・北海道新聞の媒体力で、企業の認知度および信頼性を向上させます。

マーケティング・デジタルプロモーション

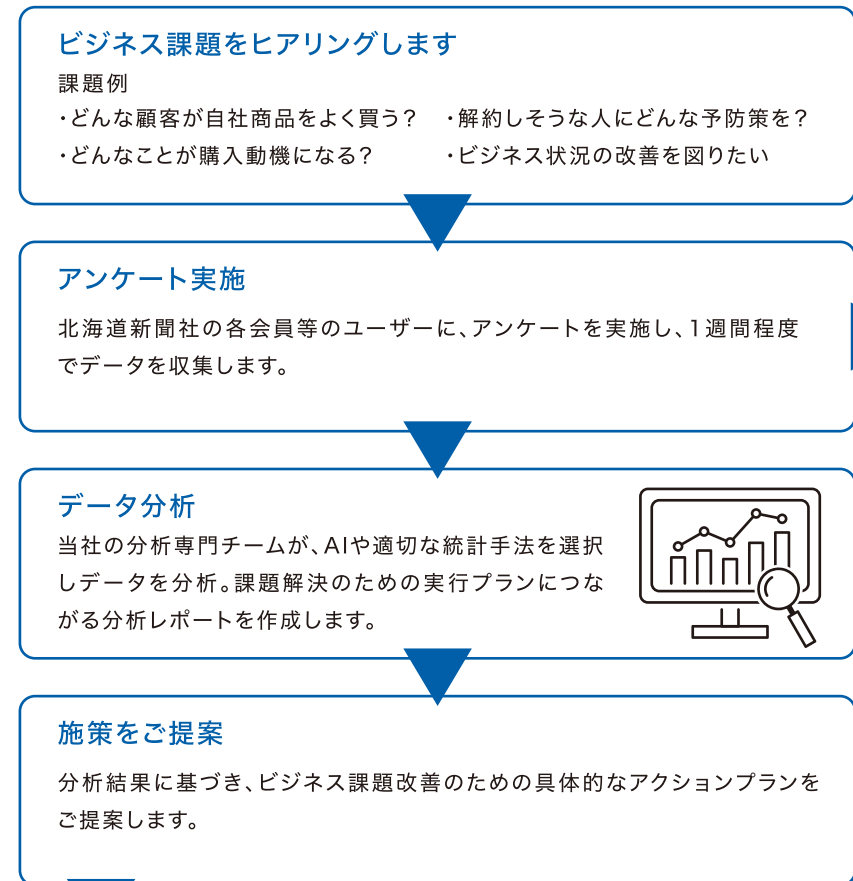
デジタルマーケティング・プロモーション支援

北海道新聞社は、お客さまのビジネス課題の解決をお手伝いするという使命のもと、デジタルを活用した施策を複数ご用意しています。ニュースサイト「北海道新聞デジタル」、各種パーティカルメディア、WEB広告、SNS広告、LINE、メール広告のほか、マーケティング調査(D-MAP)など、お客さまの課題や目的に合わせた展開が可能です。



Doshin Marketing-data Analyzing Package

北海道新聞社の顧客に対してアンケート調査を実施し、収集したデータを分析。ビジネス課題改善のための具体的な施策をご提案します。



ご提案内容 マス媒体はもちろん、分析結果に基づき「顧客になる見込みが高い人」に絞った広告発信をすることも可能です。

※D-MAPとは別途料金となります

- 北海道新聞デジタル
ニュースをはじめさまざまな情報を掲載している総合ニュースサイト。広告を掲出できます。 →P28へ
- WEB広告・SNS広告
Google、Yahoo!、Facebook、Instagramなどの媒体に広告を掲出します。詳細な効果検証ができます。 →P30へ
- LINE
ダイジェストスポット
北海道新聞のLINEダイジェストニュースと一緒に配信する記事体広告です。 →P31へ
- パーティカルメディア
北海道の食と観光、子育て、キャンプなど、テーマに特化・深掘りしたメディアです。パナー広告やタイアップ広告など、あらゆる展開が可能です。 →P32へ

■ D-MAP事例紹介

①西興部村 様

【課題】

関係人口増加による村の活性化を目指す

【集計】

アンケートデータを単純集計・クロス集計することで、村の認知度や認知要因などの現状を正確に把握しました。

【分析】

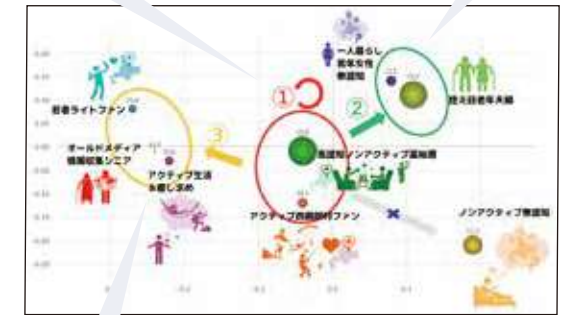
AI解析では、多角的な視点により分析結果を可視化。消費者群のサンプルサイズなども加味し、村への思い入れや購買行動などの「つながり」を強めるべき、または強まりやすいターゲット像を明確にしました。

【施策】

西興部村の認知度を向上させるためのクイズキャンペーンを企画し、その告知をWEB広告・SNS広告で配信。分析結果を、広告配信先の設定や広告文・パナーデザインに反映させ、複数のクリエイティブでアプローチしました。クイズキャンペーンの結果、約9,000人の関係人口名簿を取得しました。

エンゲージメントアップ ※最優先
・SNS広告でどどんブッシュ
・ふるさと納税ブッシュで関係向上

施策展開最優先
・SNS広告と新聞広告の両面から対応
・きれいな景色や映える画像で訴求



施策展開検討
・WEB広告と紙面広告の両面から対応
・特産品や自然、癒しなどを訴求

②北見ハッカ通商 様

【課題】

現行商品の認知向上とニーズの把握

【集計】

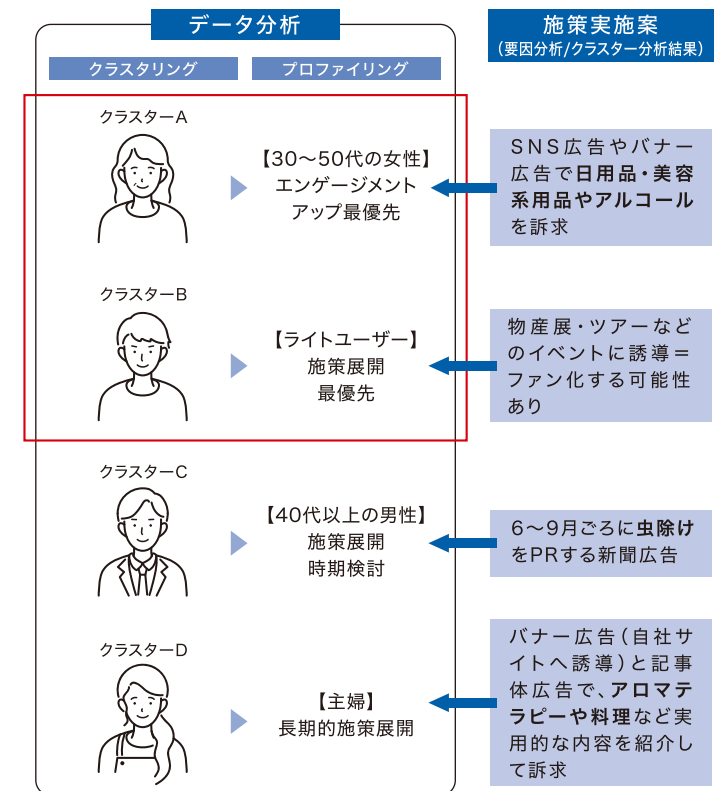
アンケートデータを単純集計・クロス集計し、北海道全域での企業認知度・商品認知度を把握。本社がある北見エリア(①企業認知度91.8%・②商品購入経験あり84.9%)と北見以外のエリア(①68.9%・②67.7%)と、数字的に大きな差が認められました。

【分析】

AI解析では、購入頻度・関心度とも高い「理想顧客」の要因を可視化することにより、効果的な訴求のポイントを明確に。また、アンケート回答者の特徴をグループ分け(クラスター分析)し、施策実施の優先度が高いターゲットを明らかにしました。

【施策】

ハッカを知るツアーへの参加意思を問う設問の回答結果(95%が関心あり)に着目し、北見の史跡やハッカ工場見学を巡るモニターツアーなどの販促施策を提案しました。



●道新メール広告

会員に対しメールで情報発信することができます。約22万人(2023年1月時点)から電子メールを介した情報提供を許諾いただいております。「道新メール広告」はその方々に向けて企業・団体さまの情報を配信するサービスです。

- 道新メール広告の特徴**
- 信頼性が高い
道新からのメール(高開封率)
 - メール本文に
画像の挿入可能
 - 簡易アンケート可能
(オプション)
 - ご予算に応じた
配信件数
 - 届けたい人にだけ
セグメント配信
(エリア×年代×性別×職業)
 - 未就学児、
小中学生、高校生の
保護者への配信
(学年指定可)

北海道新聞デジタル

北海道各地のニュースを中心に、読み応えのあるオリジナル記事、連載・特集、全国・海外・スポーツなどの各ジャンルのニュース、動画ニュース、イベント情報等を掲載している総合デジタルメディアです。



<https://www.hokkaido-np.co.jp/>

北海道新聞デジタルは「あなたのまちのニュースがある まだ見ぬ北海道に、出会う」をコンセプトに、「どうしん電子版」をリニューアルし2023年1月オープンしました。会員登録をすることで便利な機能が利用できます。デジタルコースや紙面コース等を用意しています。詳しくはこちら <https://www.hokkaido-np.co.jp/guide/>

北海道新聞 DIGITAL

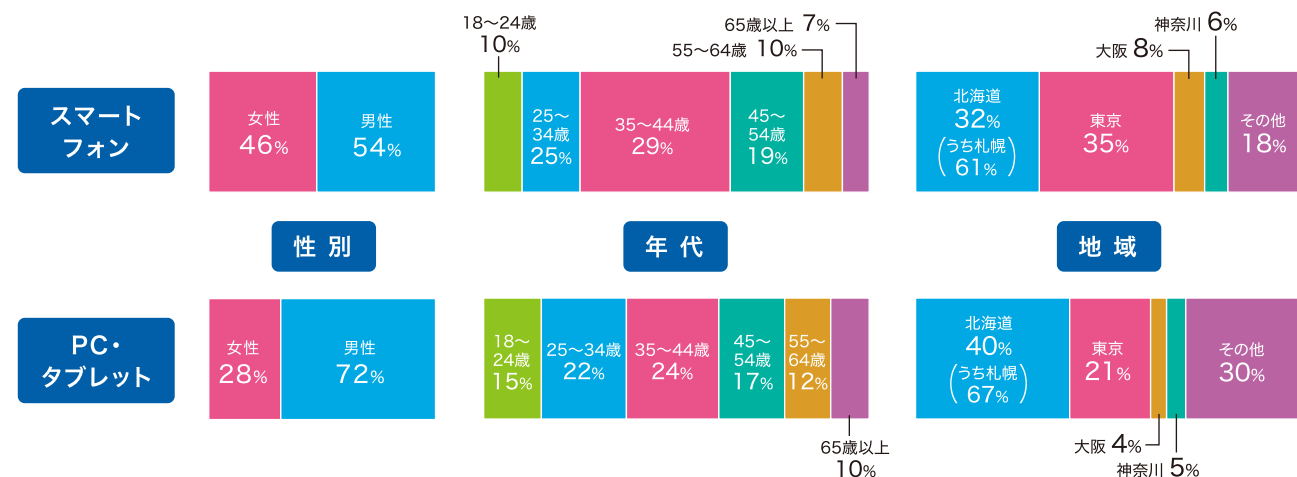
●サイトアクセス数(月平均、概数)

	PV	UU
全体	1128万	206万
スマートフォン	524万	142万
PC・タブレット	603万	64万

※Googleアナリティクスより(2022年1~12月)

ユーザー属性

北海道新聞本紙購読層に比べて若い年齢層がユーザーとなります。スマートフォンは男女が約半々、PC・タブレットは男性が7割を占めます。(ユニークユーザー数の割合)



PC向け広告は地域ターゲティングが可能です。

※「地域」はIPアドレスで判定しているため実際の利用地域とは異なる場合があります。

広告メニュー

※サイトのレイアウトは予告なく変更する場合があります。

■ PR特集

北海道新聞社のドメイン(hokkaido-np.co.jp)内に、貴社のブランド、商品、サービス、イベントなどをPRする記事体の特集ページを制作しユーザーの誘導を図ります。ユーザーがニュース閲覧のために訪問する当サイトは記事体広告との相性が良いと考えられます。



取材・撮影からページ制作まで行います。紙面掲載の記事体広告を利用することも可能です。

- ・訴求内容に合わせたデザインのカスタマイズページ制作
- ・各種運用型広告・SNS広告から集客する外部誘導等のオプションもあります。

各種広告の詳細はこちらのページをご覧ください。 <https://adv.hokkaido-np.co.jp/digital/>

■ スマートフォン広告メニュー



掲出位置	商品名	掲出面	表示
A	スマホヘッダーバナー	トップ・記事・記事一覧ページ	画像
B	スマホビルボード		画像または動画
C	スマホレクタングル	記事・記事一覧ページ(会員ログイン時には表示されない場合もあります)	画像
	スマホレクタングル動画		動画+テキスト

※スマホヘッダーバナーとスマホビルボードはどちらか片方のみページ上部に表示されます。同時には表示されません。

■ PC広告メニュー



掲出位置	商品名	掲出面	表示
A	PCスーパーバナー	トップ・記事・記事一覧ページ	画像
B	PCビルボード		画像または画像+動画
C	PCレクタングル	同上(会員ログイン時には表示されない場合もあります)	画像
	PCレクタングル動画		動画+テキスト

※PCスーパーバナーとPCビルボードはどちらか片方のみページ上部に表示されます。同時には表示されません。

■ スマートフォン・PC横断メニュー

PRコーナーはテキスト見出しとサムネイル画像を組み合わせたネイティブ広告です。PCページ右サイドやスマホページ下部に掲出します。



商品名	掲出面	表示
PRコーナー	トップ・記事・記事一覧ページ	テキスト+画像

北海道新聞デジタルを活用した医療関係企画

・医療の現場から

・どうしんWeb医療セミナー企画

紙面記事体広告とウェブ掲載を組み合わせ、医療機関様を新聞読者と北海道新聞デジタル利用者に向けて広く紹介します。

動画配信と新聞広告を組み合わせ、さまざまな医療情報を各分野の医師に語っていただきます。

掲載例は「くらし文化」下の「医療・健康」ページ内の「【PR】医療の現場から」からご覧ください。 https://www.hokkaido-np.co.jp/tags/medical_health

WEB広告・SNS広告

- 新聞ではリーチしにくい層へのプロモーション施策
- 細かなターゲティング設定が可能
- 配信データを都度検証・改善しながらPDCAを回す
- 1案件ごとに専門チームでプランニングからレポートまで丁寧かつ迅速に対応
- 広告効果を最大化させるためのクリエイティブやランディングページ、アナリティクスにも対応



北海道新聞社は、Google認定パートナーです。クライアントのキャンペーンを管理して最大限の成果を上げ、クライアントの成長を促進するためのGoogle 広告のスキルと専門知識を有していることが認められています。

各種運用型WEB広告・SNS広告も取り扱っています(上記対応可能な媒体ロゴは2022年12月現在)。その他、業種ごとに特化した属性データや行動データを活用した、ターゲティング精度の高いDSP広告、位置情報を活用したジオターゲティング広告も取り扱っています。



安心のチーム制



丁寧なレポート

1案件ごとに営業担当と運用担当がチームを組んで実施するため、プランニングからレポートまで、丁寧かつ迅速な対応が可能です。

現状や課題・目的等をしっかりヒアリングさせていただいた上で、適切なターゲティングや媒体選択・組み合わせなどをカスタマイズしてご提案させていただきます。

さらに、広告効果を最大化させるため、各種クリエイティブやランディングページのご相談も可能です。ランディングページ、新聞広告、WEB広告、SNS広告などで統一性のある展開ができることで効果的な認知を実現できます。



ディスプレイ広告 検索連動型広告 動画広告 SNS広告

YouTube広告やSNS広告用の動画クリエイティブの制作も承っています。



リンク先ページ

ランディングページ制作・ECサイト制作

WEB広告・SNS広告の掲載をご注文いただく際に、併せて広告のリンク先ランディングページ(LP)の制作も発注いただけます。広告クリエイティブだけでは伝えきれない詳しい情報や商品・サービスの魅力を存分にアピール。閲覧者が興味を持ち、消費行動を促すように設計します。また、サイト内で商品を購入できるECサイトの制作も承ります。

北海道新聞社はBASEのパートナー企業です。 **BASE Partners**

ホームページ改善支援

北海道新聞社 X OWLet

ホームページの改善・制作支援を通じて北海道の中小企業の業績アップに向けたお手伝いをしております。WEB構築・マーケティングを得意とする株式会社ガーディアンの監修のもと、リニューアルの意義や失敗要因の解説、解説をもとにした参加企業の公開診断を行うホームページ改善勉強会を定期的に開催。希望社にはホームページ制作も受注しているほか、集客や採用UPに向けたご提案もしています。

勉強会実施実績 ※2022年12月時点

実施回数 **59回** (札幌41回、札幌以外/オンライン18回)

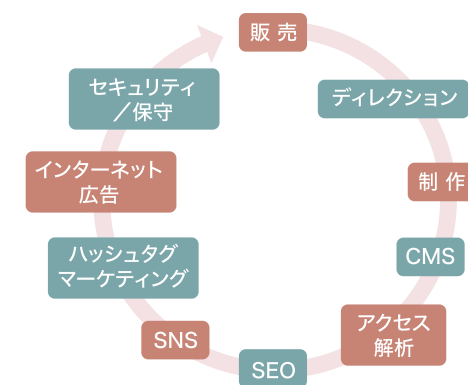
※上記他医療団体および金融機関と協業した特別勉強会も開催

参加企業 **353社**



導入事例

■弊社が考えるホームページ制作成功の仕組み



紙面告知例



勉強会風景

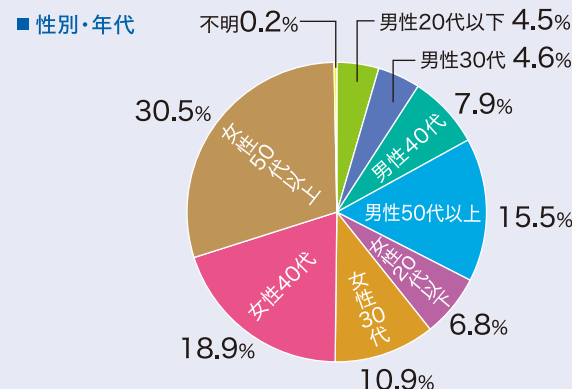
LINE ダイジェストスポット

北海道新聞のLINEの「友だち」に週3回定時配信しているダイジェストニュースと一緒に掲出する記事体広告です。

※北海道新聞アカウントの友だち数約96万人(2023年2月時点)

ユーザー属性

- 女性が3分の2占める ●「50代以上女性」が3割
- 男女合わせて 50代以上 46% 40代 27% 30代 16% 20代以下 11%
- 北海道在住者が71%



■ 定時配信面



● 広告枠① (画像枠) ● 広告枠② (テキスト枠)

広告枠①②どちらかの枠から記事体広告に誘導

記事体広告には見出しと記事本文のほか、画像、動画、テキストリンクの設置が可能

検索やQRコードで友だち登録

■ 記事体広告面



2021年3月8日配信 摩周湖観光協会

バーティカルメディア



https://mamataalk.hokkaido-np.co.jp

妊娠・育児期のママと家族を応援！ 北海道の子育てWEBメディア

情報があふれ、忙しい親たちが必要な情報を取捨選択するのは大きな負担です。そこでmamataalkでは、妊娠期から小学生の子どもがいるご家庭向けに、北海道に特化した妊娠・出産、子育て、お出かけ、レシピ、ニュースなど、子育て生活に役立つコンテンツを用意。SNSと連動し、正確で信頼できる情報を必要な時に得られ、安心して利用できるメディアを目指しています。

■ 会員組織「mamataalkメンバー」

読者モデルの起用、商品モニター、アンケート、サンプリング、座談会など、会員を起用した広告企画も可能です。

■ メディア規模

■ ユーザー属性

ページビュー数	約16.6万PV/月	利用者	25～44歳女性 全体約80%
ユニークユーザー数	約10万人/月	子ども	未就学児 全体約7割
SNS総フォロワー	約1.7万人		

(期間：2022/7～2022/8)



■ サイトでできること

メディアタイアップによる情報発信
サービス・商品の魅力を訴求するオリジナル記事を製作し、mamataalk内に掲載。SNSでも拡散します。料理研究者やデリスタグラマーを起用したレシピ開発も可能です。

商品・サービスの使用実感を読者自身の言葉や写真で発信

読者やマイクロインフルエンサーに商品・サービスを体験してもらい、SNS上で拡散したり、キャンペーンを実施することも可能です。

■ 広告事例



石狩市
料理インフルエンサーによる返礼品(ハンバーグ)を使ったレシピを紹介。さらに会員モニターがSNSへ感想を投稿して記事を拡散し、ふるさと納税の利用促進につなげました。



日本赤十字社(北海道さい帯血バンク)
大学教授とマタニティ読者モデルの対談を実施し、当事者の質問や疑問に答える形で「さい帯血」について解説。公的さい帯血バンクへの提供協力を呼び掛けました。



札幌市芸術文化財団
親子向けクラシックコンサートを紹介。感度の高い読者が多いため、新商品や、イベント・お出かけ先に関する記事はSNSで拡散されやすく、集客、認知向上に貢献できます。



https://www.hokkaido-np.co.jp/outdoor

北海道のキャンプ& アウトドア情報満載のWEBメディア

「明後日のキャンプどこに行こう、どんな風に過ごそう」と思い立った時、魅力的なキャンプ場やキャンプを楽しく過ごすための情報との出会いの提供がコンセプト。
昨今話題の、キャンプやアウトドア好きなアクティブ層にリーチができ、アウトドアと親和性が高い商品やサービスをダイレクトにターゲットに訴求可能。

■ 注目データ

キャンプユーザーの約20%は公務員・教職員
(道新営業局のアンケート調査結果より)

■ メディア規模

■ ユーザー属性

ページビュー数	約17.8万PV/月	性別	男性64%/ 女性34%
ユニークユーザー数	約4.5万人/月	年齢層	25～44歳 全体約60%

(期間：2022/7～2022/8)



■ サイトでできること

主なコンテンツは、「キャンプ場を探す」「キャンプをフカボリ」「ギア&アクティビティ」の3つに分かれる。北海道の約300か所のキャンプ場基本情報を検索できるほか、天気情報の投稿機能や、キャンプ場からのお知らせも随時掲載。配信記事は、編集部やライターによるキャンプ場レポートやフカボリ情報のほか、キャンプギア、キャンプ飯、イベント情報などのアウトドア関連記事を配信中です。

■ サイト以外との連携

UHB北海道文化放送のキャンプ番組『WE CAMP!』との連動プロモーション企画も実施可能。

■ 広告事例



**【安平町キャンプ場プロモーション
メディアタイアップ企画】**
安平町ときわキャンプ場の施設情報や魅力のほか、安平町の道の駅や特産品、温泉などの観光情報をあわせてご紹介。UHBキャンプ番組『WE CAMP!』とタイアップし、テレビ・WEB・YouTube・SNSなどを絡めた、多角的で効果的なPRプロモーションを実施。



**【おつまみキャンプ飯レシピ紹介
サッポロビールプレゼントキャンペーン】**
サッポロビールの商品プレゼントキャンペーンと、ビールにぴったりな「おつまみキャンプ飯レシピ」の紹介記事をセットにしたWEB記事を配信。商品を楽しむ具体的なシーンを連想させることで、キャンペーン参加促進と商品の購買需要を喚起。



https://tripeat.hokkaido-np.co.jp

「北海道の食と観光」をテーマに 信頼性の高い情報をタイムリーに発信

北海道の人気イベントや観光スポット、地域の最新の話題を紹介します。内容は、単なるグルメ&観光情報にとどまらず、北海道新聞のデスク経験者が、作り手や担い手のこだわりの食材や料理、サービスを取材、その情熱と共に伝えます。また、熟練の外部ライターも起用。玉石混交のネット情報の中で、信頼性の高いコンテンツをタイムリーに発信します。北海道新聞に掲載された食と観光に関する記事の中から厳選した記事も見ることができます。

■ メディア規模

■ ユーザー属性

ページビュー数	約4.1万PV/月	性別	男性57%/ 女性43%
ユニークユーザー数	約2万人/月	年齢層	35～54歳 全体約55%

(期間：2022/7)



■ サイトでできること

メディアタイアップによる情報発信
食や観光イベントを広くPRするため、事前告知のほか初日の様子なども取材。タイムリーに記事をアップします。

観光キャンペーンやふるさと納税PR

全国旅行支援の宿泊割や、ふるさと納税を活用した、観光キャンペーンをPR記事で紹介しします。

プレゼントキャンペーン

各地の人気商品やホテルから宿泊券などを提供いただき、読者にプレゼント。アンケートも同時収集可能です。

■ 広告事例



北海道観光振興機構とのメディアタイアップ
がんばった自分への「ご褒美旅」をテーマに、編集長が道南、道北、道東、道央の4エリアを巡りました。ラグジュアリーなホテルや、ご当地グルメを取材。隠れた名店なども紹介し、各地の魅力を発信しました。



定山溪観光協会の冬季観光キャンペーンをPR
定山溪温泉街のホテルに宿泊してウィンターアクティビティを楽しむ冬のキャンペーン告知として、PR記事を掲載。レクタングル広告やWEB広告の運用も合わせて実施。ホテルやスキー場への誘客につなげました。



2年ぶり北海道の食とお酒のイベントをレポート
食の大型イベントがほぼ2年ぶりに大通公園で復活。イベントの特設サイトとも連携し、開催前に加え、会期中も連日会場の様子や見どころなどを発信。3日間で5万人以上集まったイベントの集客に貢献しました。



https://moula.jp/

北海道のムーブメントから裏側まで すべてを網羅したキュレーションサイト

作り手からの一方的な情報発信ではなく、モウラーと呼ばれる一般のユーザーから投稿された記事コンテンツでサイトが構成されているのが特長であり強み。
「みんなでつくる。みんなでつかう。みんなのどうぐ。」をコンセプトに、北海道のあらゆる情報をモウラします。

■ メディア規模

■ ユーザー属性

ページビュー数	約10.2万PV/月	性別	男性45%/ 女性55%
ユニークユーザー数	約5.8万人/月	年齢層	24～40歳 全体約76%

(期間：2022/12～2023/1)



■ サイトでできること

「読まれる広告」「効く広告」
「認知」「購買」「ブランディング」など目的に応じた記事広告をご用意いたします。記事広告であってもひとつの読み物として自然に読んでいただけるようなコンテンツづくりを目指していますので、まずはお気軽にご相談ください。

インフルエンサーマーケティング

MouLaにはたくさんの仲間がいます。約200名のモウラーをはじめインフルエンサー(ゲストモウラー)のみなさんの協力によるMouLaとSNSを連動させたマーケティング展開が可能です。

■ 広告事例



『お年玉プレゼントキャンペーン』
新聞紙面と連動した企画。ウェブ上でプレゼントの応募が完了できる手軽さから多くの応募があり、企業の推し商材のPRにつながりました。
約14,100PV・約10,000UU
プレゼント応募数：7,734件
(期間：2023/01/01～2023/01/15)



2023年1月1日朝刊

どうしんマルシェ

北海道の生産者と食卓を“おいしくつなぐ”産直通販を2022年秋にスタートしました。「通販で販路拡大したいが、日々の作業が大変」という生産者・事業者のニーズにこたえて、商品ページ作成、購入受付、発送伝票作成、販促活動などの業務を代行。こだわりの農産物、海産物、加工品などを委託販売しています。

商品はECサイト「北海道新聞公式ショップ・どうしんオンラインストア」内に掲出。

新聞広告・ウェブ広告などで、北海道内外に商品の魅力や生産者の取り組みを情報発信しています。



<https://bit.ly/3yZ6ZjX>



キャッシュバックアプリ「CASHb」

消費者が対象商品を購入し、レシートと商品バーコードをスマホで撮影・送信すると現金がキャッシュバックされるスマホアプリです。「20～50代の女性」がメインターゲットで、店舗への誘客や対象商品の販売を促進します。毎日のお買い物でアプリを活用し、キャッシュバックを得ているアクティブユーザーは全国で42万人を超え、まだまだ増加中。新商品の認知獲得、販売促進に利用している企業も増えています。

〈事例紹介〉



2022年7月13日朝刊 全道版5段1/2

酢の専門メーカー老舗、内堀醸造の商品販促プロモーションにキャッシュビーをご活用いただきました。日常的に購買が多い調味料や飲料商品は、お得なキャッシュバックがあるアプリキャンペーンとの相性がよく、販促はもちろん、商品認知拡大を目的とした流通施策として活用されています。



アプリトップページ

〈ご利用の流れ〉

①無料のスマホアプリ『キャッシュビー』をダウンロードする。



②アプリで買い物をした商品を選んで、CMを見たり、アンケートに答えたりする。

③その商品を買ったら、レシートを撮影して送信。

④キャッシュバックポイント(CB)が貯まり、1,000CBから現金に換えることができます！

47CLUB よんななクラブ

全国の地方新聞社が自ら「買いたい」「贈りたい」「薦めたい」と思う商品を紹介する、お取り寄せ・贈答サイトです。北海道地区は、誰よりも地元をよく知る北海道新聞社が担当しています。北海道新聞社独自の「道新よんなな」ページも開設し、北海道の特産品を販売しています。また、ネット販売だけでなく、百貨店催事や法人キャンペーン、カタログ販売や海外展開など、さまざまな販路を提供しています。



道新よんなな <https://adv.hokkaido-np.co.jp/47club/>



行財政専門情報サービス「47行政ジャーナル」

地域に根差した全国の44新聞社と共同通信社が総力を挙げて取材した信頼できる最新情報をお届けする行財政専門情報サービスです。テーマ別、地域別、自治体規模別での情報収集も可能で、行財政に関わる、政治・経済・社会ニュースのほか中央官庁や自治体職員および国会議員の人事情報も充実しています。

また、気になる「キーワード」「テーマ」「ジャンル」などをあらかじめ設定することで、条件に合ったニュースを自動収集できる「マイトピ」や、記事を保存できまとも読みに重宝する「保存BOX」、編集部厳選のニュースをメールでお届けする「ダイジェストメール」など便利機能も充実。担当者として知っておきたい「行財政の今」をもれなく把握することができ、業務効率化の強い味方になります。

さらには、情報発信機能も充実しており、投稿した記事は「47行政ジャーナル」「47ニュース」に加え「スマートニュース」にも掲載されるので、シティブロモーションにもご活用いただけます。

詳しくは <https://47gyosei.jp/service/>



POINT

- 霞が関・各自治体の最新情報 会見や発表資料も速報配信
- 独自コンテンツ ここでは読めない情報多数
- 豊富な検索機能 人事データベースや過去記事検索
- 情報“発信”機能も充実 提携WEBも含め、情報発信強化！

全国の新聞社+共同通信社 強力ネットワークで最新情報をお届け！

掲載社数計 45社



北海道新聞データベース「どうしんDB」

1988年(昭和63年)からの北海道新聞の記事約470万件を収録した、データベースサービスです。全道版に掲載された記事は1988年7月から、地方版は1993年9月から収録しており、朝夕刊に掲載された全道各地の地方版記事をキーワードや日付で検索できます。また、紙面掲載スタイルそのままの切り抜きイメージ(PDF)でも閲覧、印刷が可能です。2023年4月から予め登録したキーワードが含まれる記事を朝一番にメールで共有できるクリッピングサービスも追加。「就職活動の企業研究」「教材作成や調べもの学習」「ビジネスの情報収集」「図書館のレファレンスサービスとして」などご活用いただけます。

POINT

- 2022年12月より使いやすくなりリニューアル
- 過去の記事をキーワードや日付で検索
- 紙面をそのまま、切り抜きイメージ表示
- 気になる記事を共有できるクリッピングサービス開始

詳しくは <https://db.hokkaido-np.co.jp/>



電子縮刷版 DVD 「パソコンで読む北海道新聞」

1887年(明治20年)以降の新聞をパソコンの画面で読むことができます。日付やキーワード検索で紙面を探せます。文字を拡大できるので読みやすく、全体印刷はもちろん部分指定印刷も可能です。



POINT

- 簡単検索！ 日付やキーワードで紙面を探せる
- 紙面より文字を大きく 画面上で文字を拡大して読める
- 印刷したいところだけ 印刷範囲を指定できる

詳しくは <https://www.hokkaido-np.co.jp/pcdeyomu/>



北海道新聞広告版別図

■ 広告版別 / 発行部数

北海道全域	世帯数	朝刊部数	夕刊部数
全道版	2,796,536世帯	842,089部	253,415部
札幌本社版 道央全域 (空知の一部を除く)	札幌近郊版	1,776,992世帯	495,292部
	空知版		
	日胆版 苦日版 室蘭版		
	小樽後志版		
函館版 道南全域(地方新聞を除く)	225,061世帯	80,303部	46,418部
旭川北見版 道北全域および空知の一部	旭川版	466,384世帯	178,856部
	北見版		
釧根帯勝版 道東全域	釧根版	328,099世帯	87,638部
	帯勝版		

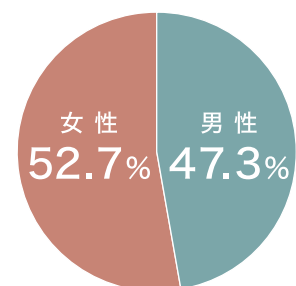
※日本ABC協会報告部数(2022年7月~12月平均)

■ 数字で見る北海道

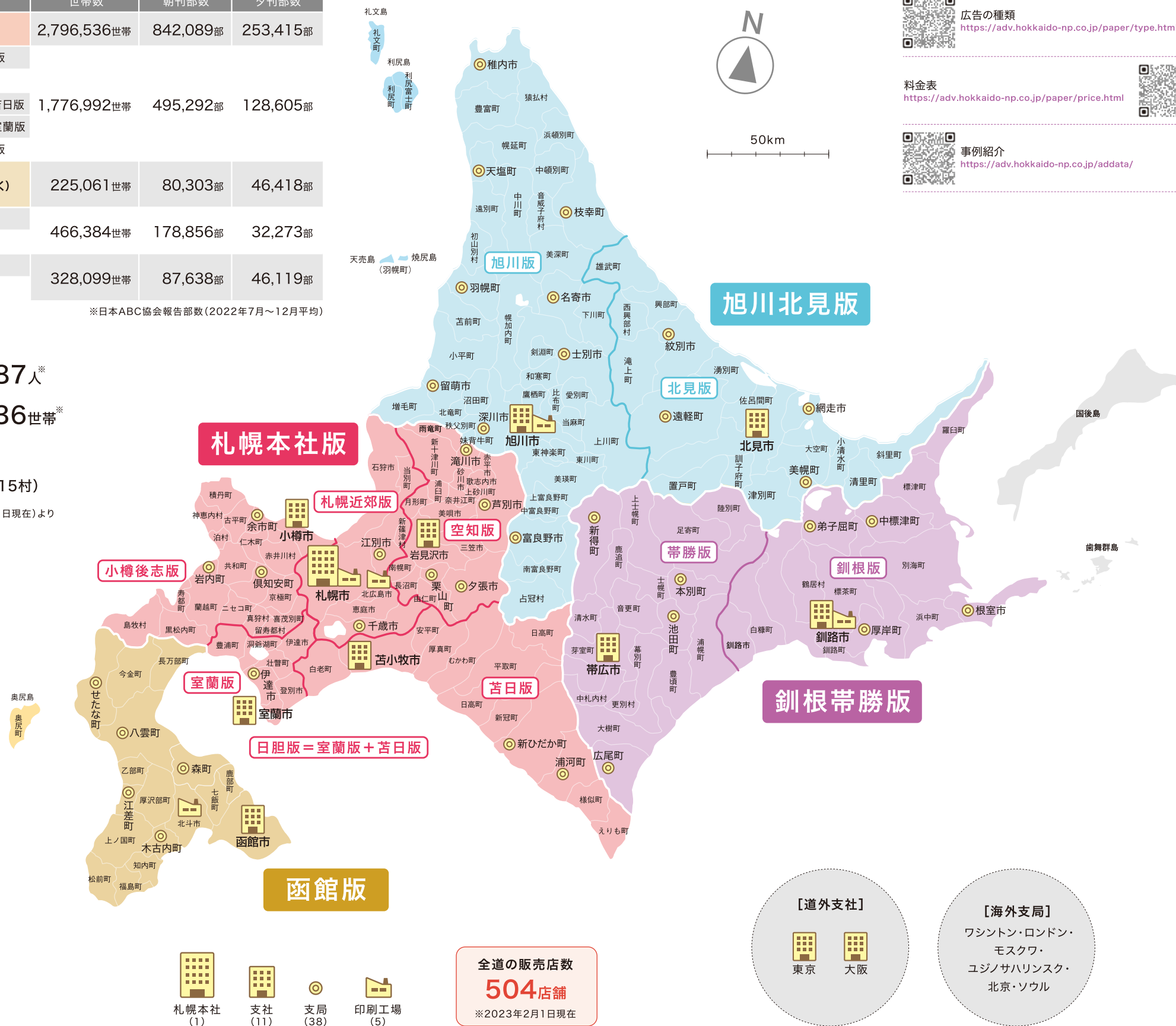
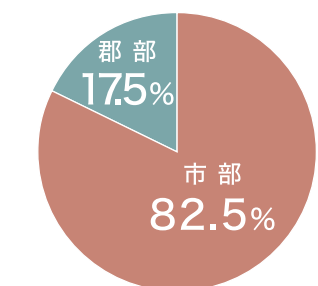
人口	5,183,687人 [※]
世帯数	2,796,536世帯 [※]
市町村数	179市町村 (35市、129町、15村)

※人口・世帯数は住民基本台帳(2022年1月1日現在)より

■ 道民の男女比率



■ 市部と郡部の人口比率



全道の販売店数
504店舗
※2023年2月1日現在

【道外支社】
東京 大阪

【海外支局】
ワシントン・ロンドン・モスクワ・ユジノサハリンスク・北京・ソウル

■ 北海道新聞社営業局ホームページ

<https://adv.hokkaido-np.co.jp/>



紙面広告のご案内



広告の種類
<https://adv.hokkaido-np.co.jp/paper/type.html>



広告掲載基準
<https://adv.hokkaido-np.co.jp/paper/standard.html>

料金表

<https://adv.hokkaido-np.co.jp/paper/price.html>



入稿ガイド

<https://adv.hokkaido-np.co.jp/paper/guide.html>



事例紹介

<https://adv.hokkaido-np.co.jp/addata/>



■ 関連サイトリンク集

北海道マイホームセンター

<https://www.myhomecenter.org/>



折込チラシ



<https://www.doshin-sc.jp/service/orikomi/index.html>

道新グループ企業・団体

<https://kk.hokkaido-np.co.jp/kanren/group/>



道新グループ・サービス一覧



<https://www.hokkaido-np.co.jp/doshin-service/>

道新ぶんぶんクラブ

<https://bunbun.hokkaido-np.co.jp/>



日本新聞協会 新聞広告データアーカイブ



<https://www.pressnet.or.jp/adarc/>



北海道新聞社 TEL 011-221-2111 (大代表) <https://www.hokkaido-np.co.jp>

札幌本社営業局

〒060-8711 札幌市中央区大通西3丁目6
TEL 011-210-5706 FAX 011-210-5727

旭川支社営業部

〒070-8720 旭川市4条通9丁目 旭川北洋ビル
TEL 0166-21-2540 FAX 0166-21-2541

帯広支社営業部

〒080-8655 帯広市西4条南9丁目1-4
TEL 0155-24-2153 FAX 0155-24-0862

東京支社営業局

〒105-8435 東京都港区虎ノ門2-2-5
共同通信会館1階
TEL 03-6229-0313 FAX 03-6229-0305

函館支社営業部

〒040-8688 函館市五稜郭町31-3
TEL 0138-32-5124 FAX 0138-32-5129

釧路支社営業部

〒085-8655 釧路市黒金町11丁目5-1
TEL 0154-31-2724 FAX 0154-31-2727

北見支社営業部

〒090-8655 北見市幸町1丁目2-17
TEL 0157-24-4455 FAX 0157-31-4085

大阪支社営業部

〒530-0001 大阪市北区梅田1丁目11-4
大阪駅前第4ビル10階
TEL 06-6343-1831 FAX 06-6343-1837

発行／北海道新聞社 営業局 <https://adv.hokkaido-np.co.jp/>

※メールでのお問い合わせ: advertise@hokkaido-np.co.jp