

岩手日報媒体資料

2024年版

広告媒体・メディアパートナーとしての
「岩手日報」をもっと知ってもらうために



INDEX

02 岩手日報本紙の媒体力

発行部数／新聞の特長／新聞広告の特長

12 岩手日報本紙の広告

記事下広告／臨時もの広告(決算、謹告など)／お悔やみ広告／求人広告

17 岩手日報ADカタログ

30 広告事例

43 ホームページ・SNS

47 岩手日報広華会・岩手ランチ懇話会

49 主催事業

54 サービス

57 広告料金表

61 歩み・受賞実績

63 岩手日報グループ

岩手日報本紙の媒体力

pp.2-11

03 発行部数

04 新聞の特長・新聞広告の特長

[発行部数]

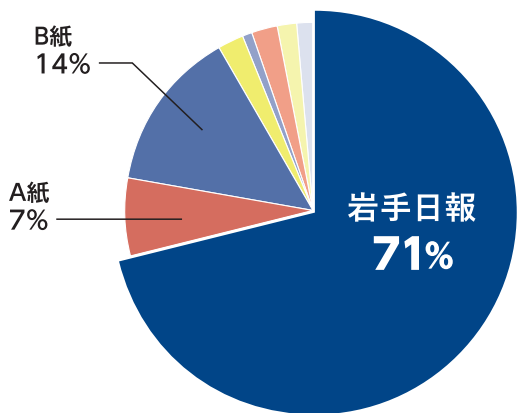
岩手県内で1番読まれている新聞

170,612部

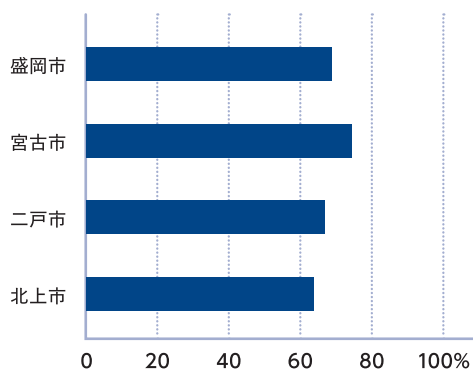
(2024年1月現在)

岩手日報社は1876(明治9)年に創刊された岩手県の新聞社です。盛岡市内丸の本社、県内13支社局と東京、大阪、仙台をつなぐ取材網と、共同通信を通じて配信される国内外の幅広い情報をもとに本紙を発行しています。

岩手県の市場占有率は
71%



主要都市の占有率も
65%超



[ABC REPORT 2023.7-12 新聞普及率]から算出

購読世帯で2.5人以上に読まれている

新聞を購読している人に、家庭内で何人が読んでいるかを尋ねたところ、朝刊は平均2.5人でした。新聞は各世帯で複数の人に読まれており、家族みんなが触れるメディアとして親しまれています。

「部数×2.5」の訴求力が期待できます

岩手日報購読約17万部×2.5 = **約42.5万人に届く**

※日本新聞協会広告委員会「2015年全国メディア接触・評価調査」

岩手日報デジタル版

岩手日報の購読者に、**無料**でお届けしています

- point 1 **毎朝4時に紙面データが届く。**
大雨や大雪などの悪天候でも**定時に紙面が届く。**
- point 2 お悔やみ広告、慶弔情報、イベント情報などの**生活情報が前日に届く。**
- point 3 画面を読みやすいサイズに**拡大縮小できる。**
- point 4 過去記事が**30日分保存できる。**
まとめ読みも可能。



新聞の特長

p.5 2人に1人が新聞の情報に日々接触

新聞の情報に毎日接触する人は39.4%で、週に1日以上接触する人を含め2人に1人が新聞の情報を入手。

p.5 長期購読が多い新聞読者

新聞を20年以上購読し続けている人は74.7%。ロイヤルティーの高い読者を多く抱えている新聞は、長期的なブランドコミュニケーションを図るのに適しているメディア。

p.5 平均閲読時間は平日で26.7分

新聞に週1日以上接触している人の平均閲読時間は平日で26.7分、休日で30.2分。

p.6 新聞とネットは補完性のあるメディア

「情報が正確で信頼性が高い」「中立・公正である」「安心できる」といった項目で新聞はネットより高いスコア。
ネットは「日常生活に役立つ」「自分の視野を広げてくれる」「親しみやすい」といった項目で新聞よりスコアが高く、新聞とネットはそれぞれの特長を補完し合う関係。

p.6 新聞をきっかけにネットで能動的に情報収集

新聞・ネット利用者の50.9%は紙の新聞や新聞広告を見てネットで調べることがあると回答。新聞や新聞広告を情報収集のきっかけにしていることがうかがえる。

新聞広告の特長

p.7 信頼性が高い広告媒体

新聞広告は他の広告媒体と比べて、「情報が信頼できる」「地域や地元の情報が多い」といった項目で高評価。また、時間をかけてじっくりと見たり保存したりすることができるため接触時間も長くなる傾向に。

pp.8-10 若い世代が企業広告に注目

コロナ禍で信頼性の高い新聞から情報を得る若い世代が増え、新聞広告への関心も高まった。企業広告はそれまで知らなかった企業を知るきっかけになるだけでなく、すでに知っている企業にあらためて注目する機会にも。20代、30代では、他の年代と比較して「企業の思いが伝わる」「信頼できる企業だと感じる」と高い評価。

p.10 企業の思いや社会的責任が伝わる新聞広告

企業の環境問題、社会貢献への取り組みがよく分かるという評価も高く、社会課題への取り組みを訴求する広告媒体として評価されている。

p.11 SNSとの相性が良い新聞広告

新聞広告が発信する情報は、SNSでも話題になりやすく、20代～40代を中心に幅広い年齢層で新聞広告に関する投稿に反応・シェア。

《参照資料一覧》

日本新聞協会「新聞×ネットが生み出す広告シナジー～多メディア時代における新聞の役割とメディア接触者の動向調査～」、2024年
<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/report/index.html>

日本新聞協会「新聞オーディエンス調査」、2023年
<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/report.html>

日本新聞協会「SDGs・SNSの視点から見た新聞メディア・新聞広告—社会課題と情報発信をめぐる意識調査」、2023年
<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/SDGs/index.html>

日本新聞協会「ウィズコロナ時代の新聞メディア—新聞社発の情報と企業広告に関する調査」、2022年
<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/adhoc/index.html>

日本新聞協会広告委員会「2015年全国メディア接触・評価調査」
<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/research/media.html>

新聞の特長

2人に1人が新聞の情報に日々接触しています

日本新聞協会の調査によると、新聞の情報に毎日接触する人は39.4%で、週に1日以上接触する人を含め2人に1人が新聞の情報を入手しています。新聞社がニュースを提供することが多いインターネットにも73.5%が毎日接触しており、メディア環境が多様化する中で、新聞は人々の生活に引き続き重要な情報源となっています。

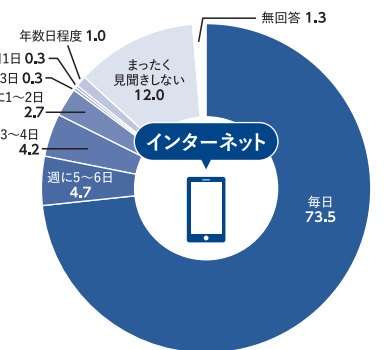
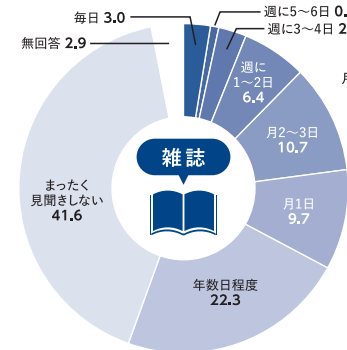
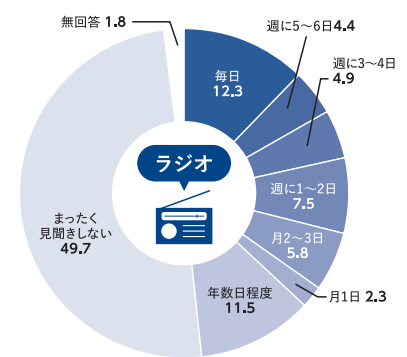
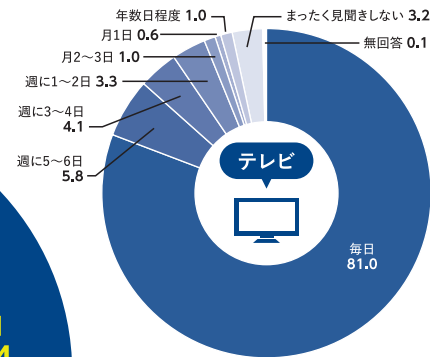
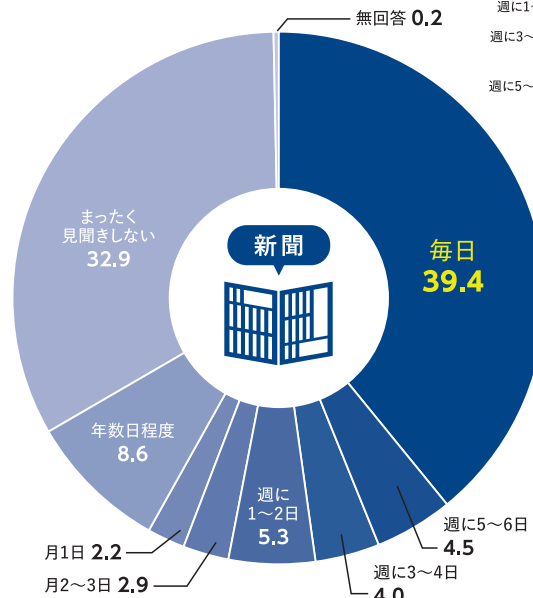
長期購読が多い新聞読者

自宅で新聞を月決め購読している人のうち、購読中の新聞を20年以上購読し続けている人は74.7%でした。ロイヤルティの高い読者を多く抱えている新聞は、長期的なブランドコミュニケーションを図るのに適しているメディアであることがうかがえます。

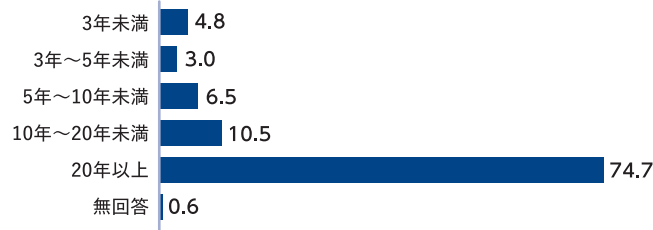
新聞に週1日以上接触している人の平均閲読時間は平日で26.7分、休日で30.2分でした。閲読時間帯は平日、休日とも7時台に読む人が最も多く、平日、休日ともに6時から10時台の午前中に多く読まれる傾向がみられます。平日は20時台に読むと回答した人も多く、終業後に新聞に接する様子が見えます。

日本新聞協会「新聞×ネットが生み出す広告シナジー～多メディア時代における新聞の役割とメディア接触者の動向調査～」、2024年

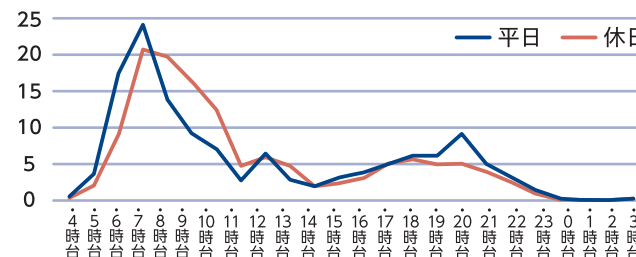
■メディア別接触状況 (n=1200/単位:%)



■購読期間 (月決め新聞購読者n=541/単位:%)



■新聞閲読時間帯 (n=639/単位:%)



■新聞閲読時間 (n=639/単位:%)

| | 平日 | 休日 |
|---------------|------|------|
| 10分未満 | 15.2 | 13.0 |
| 10~20分未満 | 21.9 | 18.5 |
| 20~30分未満 | 20.0 | 19.2 |
| 30~40分未満 | 10.8 | 11.0 |
| 40~50分未満 | 3.3 | 4.2 |
| 50~1時間未満 | 5.6 | 8.3 |
| 1時間~1時間30分未満 | 3.8 | 4.4 |
| 1時間30分以上 | 2.0 | 3.1 |
| 読まない・見ない | 7.5 | 8.1 |
| 平均購読時間(単位:分)※ | 26.7 | 30.2 |

※「読まない・見ない」「無回答」を除く

新聞とネットは補完性のあるメディア

メディアの印象・評価で重視する項目と実際の評価から新聞とネットの関係を見ると、生活者がメディアに対し最も重視する「情報が正確で信頼性が高い」や「中立・公正である」「情報が整理されている」「安心できる」といった項目で新聞はネットより高いスコアとなりました。これに対しネットは「日常生活に役立つ」「自分の視野を広げてくれる」「親しみやすい」といった項目で新聞よりスコアが高く、新聞とネットはそれぞれの特長を補完し合う関係にあることがうかがえます。

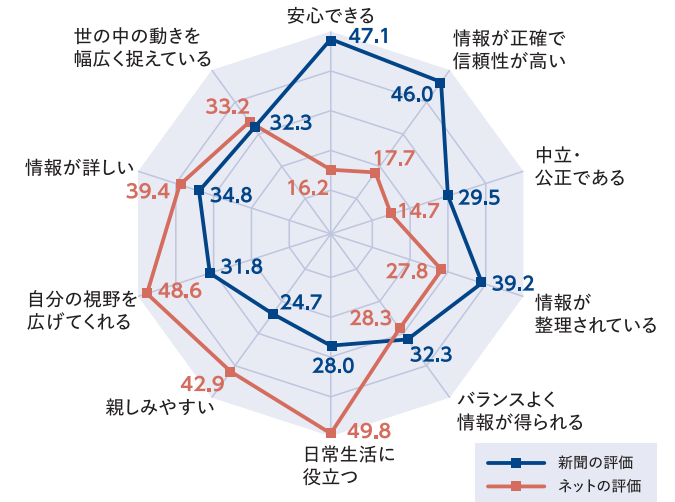
メディアの印象・評価で重視すること

(n=1200/単位:%)

| | 全体 |
|-----------------|------|
| 情報が正確で信頼性が高い | 59.4 |
| 日常生活に役立つ | 47.3 |
| 安心できる | 46.4 |
| 中立・公正である | 43.8 |
| 自分の視野を広げてくれる | 37.7 |
| 親しみやすい | 35.7 |
| 情報が整理されている | 33.1 |
| 世の中の動きを幅広く捉えている | 31.1 |
| 情報が詳しい | 30.2 |
| バランスよく情報が得られる | 30.0 |

※上位10項目を抽出

新聞とネットの補完関係 (n=1200/単位:%)

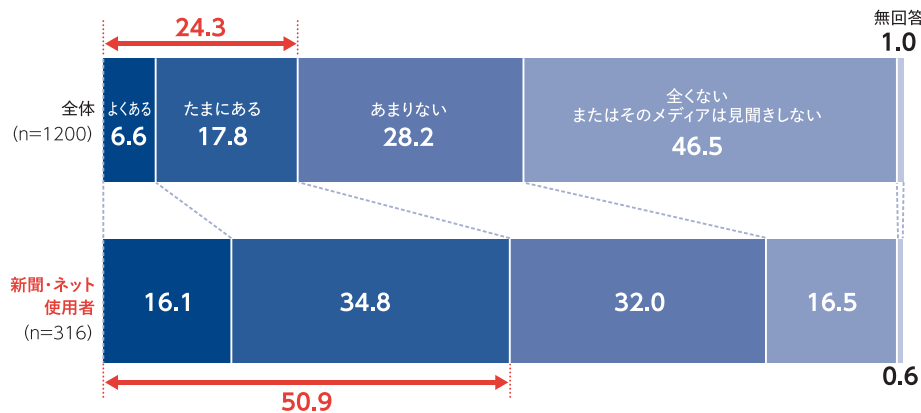


例えば

新聞をきっかけにネットで能動的に情報収集

紙の新聞や新聞広告を見てネットで調べることがある人は全体の24.3%でした。これに対し、新聞・ネット利用者の50.9%は紙の新聞や新聞広告を見てネットで調べることがあると回答しており、新聞や新聞広告を情報収集のきっかけにしていることがうかがえます。

新聞、新聞広告を見てネットで調べること (単位:%)



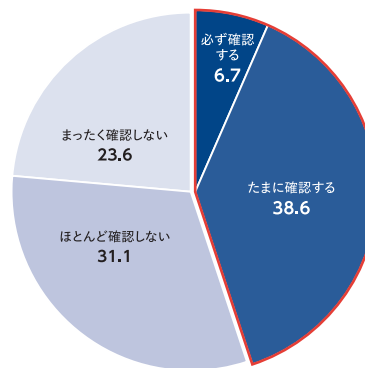
日本新聞協会「新聞×ネットが生み出す広告シナジー～多メディア時代における新聞の役割とメディア接触者の動向調査～」
2024年 <https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/report/index.htm>

さらに

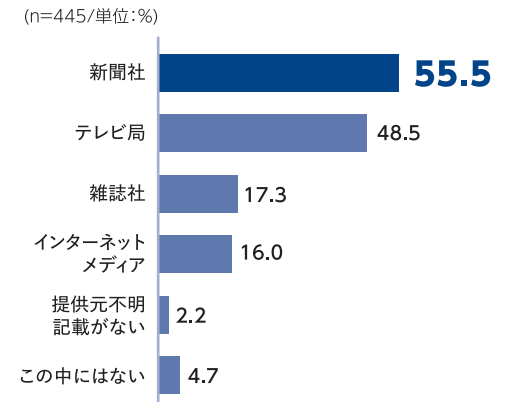
ネット上の新聞社発の情報は最も信頼されています

インターネットで入手するニュースの提供元については、ネットやSNSからニュースを見聞きしている人の45.3%が「必ず確認する」「たまに確認する」と回答しており、情報の信頼性を重視する傾向がうかがえます。ニュースの提供元を確認している人のうち、55.5%の人が信用できるニュース記事の提供元として新聞社を挙げており、全メディアの中で最も高いスコアとなりました。新聞社発の情報がネットの中でも高い信頼を得ていることが分かります。

情報提供元の確認 (n=983/単位:%)



情報の提供元として信用できるもの (n=445/単位:%)



新聞広告の特長

新聞広告は /

安心して読める信頼性の高い広告媒体です

新聞広告は「情報が信頼できる」「地域や地元の情報が多い」「内容が公平・正確」といった項目で、全ての広告メディアの中で最も高い評価を得ています。また、「ゆったりと広告を見聞きできる」との評価も高く、読者にとって新聞は自分のペースで安心して見られる広告媒体です。

■メディア別にみる広告の印象・評価 (n=1200/単位:%)

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 新聞広告 | 39.0 | 29.3 | 25.8 | 23.8 | 23.6 | 23.3 | 22.7 | 20.3 | 18.8 | 18.3 | 17.7 | 16.4 | 16.2 | 15.9 | 15.9 | 15.9 | 12.3 | 12.3 | 11.9 | 11.2 | 11.1 | 10.3 |
| 新聞折込・チラシ | 13.4 | 17.2 | 19.6 | 12.3 | 13.4 | 6.6 | 12.4 | 10.8 | 12.3 | 9.2 | 8.5 | 4.7 | 4.2 | 13.5 | 4.2 | 3.6 | 10.8 | 14.0 | 11.0 | 6.6 | 6.8 | 6.3 |
| テレビCM | 36.4 | 16.8 | 18.9 | 36.7 | 25.8 | 22.6 | 44.9 | 32.8 | 28.3 | 16.8 | 27.4 | 36.1 | 20.5 | 28.2 | 24.4 | 20.1 | 32.4 | 40.4 | 47.4 | 31.5 | 28.8 | 22.8 |
| 雑誌広告 | 3.0 | 3.1 | 4.7 | 4.4 | 3.8 | 2.3 | 4.3 | 3.3 | 2.6 | 2.6 | 3.6 | 4.1 | 2.8 | 3.8 | 3.3 | 2.5 | 4.4 | 2.6 | 2.9 | 2.6 | 2.6 | 3.9 |
| ラジオCM | 5.1 | 4.0 | 1.9 | 3.3 | 3.9 | 2.1 | 3.7 | 5.4 | 1.4 | 0.8 | 2.0 | 3.1 | 1.2 | 2.1 | 2.2 | 1.5 | 3.2 | 2.8 | 2.3 | 1.9 | 2.3 | 1.5 |
| インターネット広告 | 21.2 | 17.3 | 20.6 | 25.1 | 15.3 | 16.8 | 31.3 | 20.1 | 30.7 | 38.1 | 38.2 | 15.0 | 14.3 | 28.3 | 15.9 | 14.0 | 29.6 | 22.1 | 23.1 | 25.2 | 30.1 | 22.0 |

情報が信用できるのは

地域や地元の情報が多いのは

ゆったりと広告を見聞きできるのは

見聞きした、読んだことが記憶に残る

不快に感じるものが少ない

内容が公平・正確なのは

情報が分かりやすく伝わるのは

見聞きして、じゃまにならないと感じる

注意してみることが多いのは

確認できるのは

知りたい情報が、必要十分に得られるのは

企業の広告が掲載され社員の士気が上がる

企業の環境問題への取り組みが伝わってくる

役に立つ広告が多いのは

企業の姿勢や考え方が伝わってくるのは

企業の社会貢献への取り組みが伝わってくる

セールスポイントが整理されて伝わるのは

親しみが持てる広告が多いのは

印象に残る広告が多いのは

広告に関心を持つのは

広告企業のホームページを見るきっかけになる

商品・サービスのブランド理念を知ることが出来る

新聞広告は

「知らなかった企業を知るきっかけ」

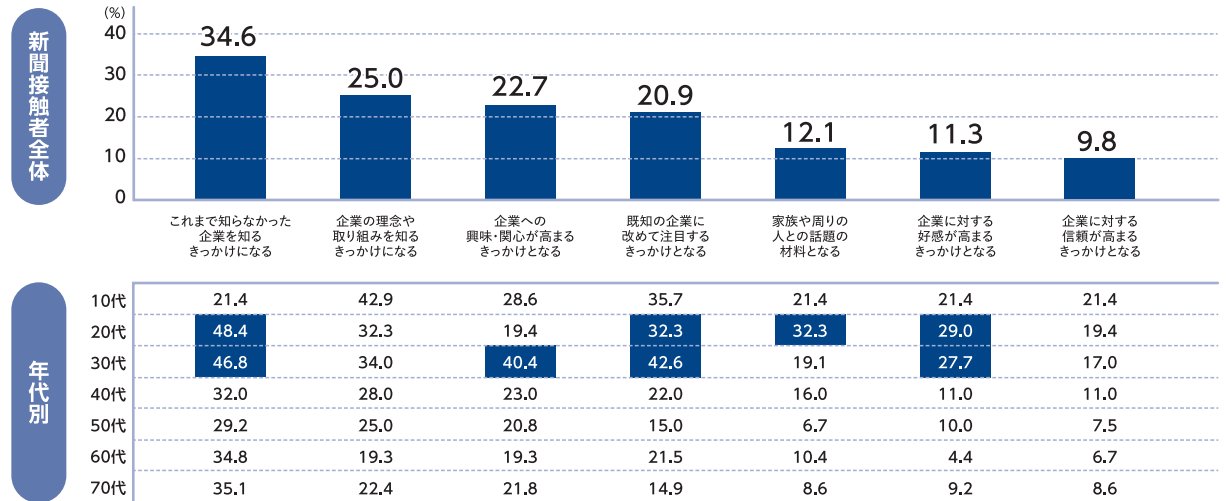
新聞の企業広告については、「これまで知らなかった企業を知るきっかけとなる」(34.6%)との評価が最も高く、「企業の理念や取り組みを知るきっかけとなる」(25.0%)、「企業への興味・関心が高まるきっかけとなる」(22.7%)、「既知の企業にあらためて注目するきっかけとなる」(20.9%)との回答が続きました。20代、30代では他の年代と比較して全体的にスコアが高く、特に「これまで知らなかった企業を知るきっかけとなる」との回答が約5割となっており、新聞の企業広告の若者に対する効果の大きさがうかがえます。

企業の思いや社会的責任が 伝わる新聞広告

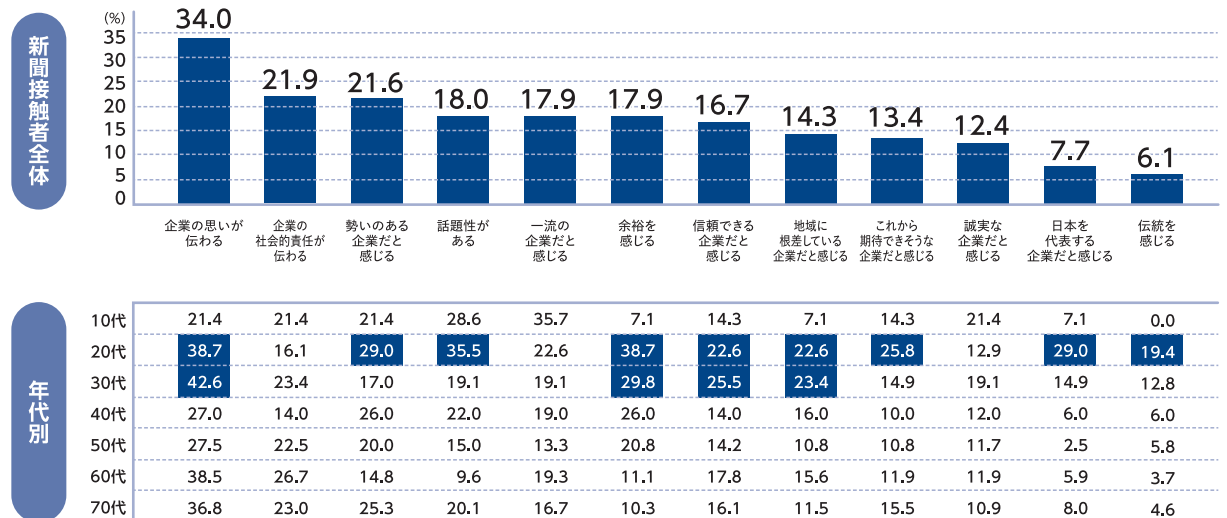
新聞に企業広告を掲載する企業の印象については、「企業の思いが伝わる」(34.0%)、「企業の社会的責任が伝わる」(21.9%)、「勢いのある企業だと感じる」(21.6%)との回答が上位に挙げられるなど、広告を出稿した企業の好感度が高まることが分かります。

20代、30代では、「企業の思いが伝わる」「余裕を感じる」「信頼できる企業だと感じる」「地域に根ざしている企業だと感じる」「日本を代表する企業だと感じる」「伝統を感じる」との回答が他の年代と比較して高く、新聞の企業広告は若者からも高い評価を得ています。

■新聞広告での企業認知、若年層で高まる ※新聞接触者ベース(n=621)



■若年層の企業に対する好感度、新聞広告で高まる ※新聞接触者ベース(n=621)



日本新聞協会「ウィズコロナ時代の新聞メディアー新聞社発の情報と企業広告に関する調査」、2022年

コロナ禍で 新聞広告との向き合い方に変化

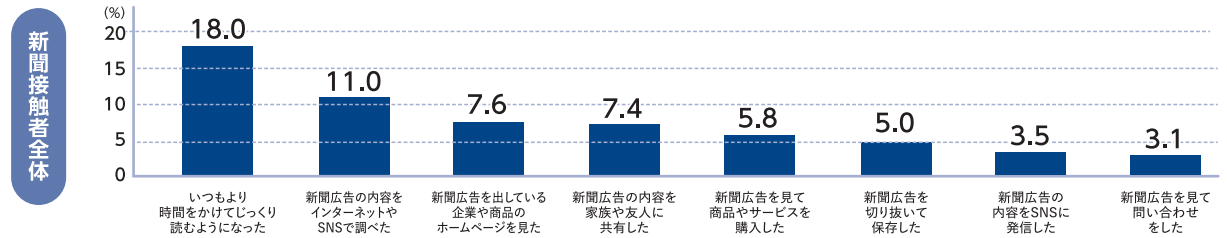
新型コロナウイルスの感染拡大後、新聞広告に対する行動の変化として「いつもより時間をかけてじっくり読むようになった」(18.0%)、「広告内容をインターネットやSNSで調べた」(11.0%)、「広告を出している企業や商品のHPを見た」(7.6%)との回答が上位に挙がっています。

新聞広告に対する印象の変化が大きかった20代では、「広告内容をインターネットやSNSで調べた」(38.7%)、「いつもより時間をかけてじっくり読むようになった」(29.0%)、「広告を出している企業や商品のHPを見た」(22.6%)、「広告を切り抜いて保存した」(22.6%)、「広告内容をSNSに発信した」(22.6%)といった行動の変化が、他の年代より大きくなっています。

コロナ感染拡大を受けて、 新聞広告への注目高まる

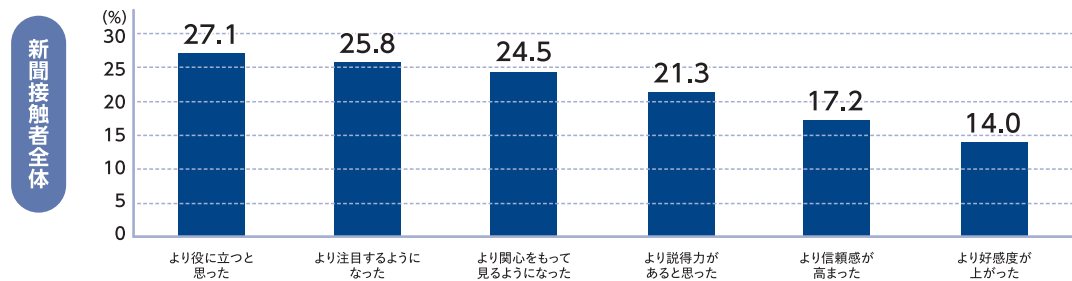
新型コロナウイルスの感染拡大後、新聞広告についても関心・注目が高まっており、「より役に立つと思った」(27.1%)、「より注目するようになった」(25.8%)、「より関心をもって見るようになった」(24.5%)との評価が上位に挙がっています。20代では、「より役に立つと思った」(41.9%)、「より注目するようになった」(41.9%)、「より説得力があると思った」(35.5%)、「より好感度が上がった」(29.0%)として、他の年代より新聞広告に対する印象の変化が大きくなっています。

■20代は「読む」だけでなく「調べる」「保存する」「発信する」※新聞接触者ベース(n=621)



| 年代別 | いつもより時間をかけてじっくり読むようになった | 新聞広告の内容をインターネットやSNSで調べた | 新聞広告を出している企業や商品のHPを見た | 新聞広告の内容を家族や友人に共有した | 新聞広告を見て商品やサービスを購入した | 新聞広告を切り抜いて保存した | 新聞広告の内容をSNSに発信した | 新聞広告を見て問い合わせをした |
|-----|-------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------|---------------------|----------------|------------------|-----------------|
| 10代 | 28.6 | 14.3 | 21.4 | 7.1 | 21.4 | 7.1 | 28.6 | 0.0 |
| 20代 | 29.0 | 38.7 | 22.6 | 19.4 | 19.4 | 22.6 | 22.6 | 19.4 |
| 30代 | 23.4 | 19.1 | 14.9 | 12.8 | 12.8 | 12.8 | 4.3 | 12.8 |
| 40代 | 14.0 | 12.0 | 7.0 | 11.0 | 4.0 | 3.0 | 5.0 | 4.0 |
| 50代 | 15.0 | 6.7 | 5.8 | 1.7 | 1.7 | 3.3 | 0.0 | 0.0 |
| 60代 | 20.0 | 8.9 | 5.9 | 5.9 | 6.7 | 3.7 | 1.5 | 0.7 |
| 70代 | 16.7 | 7.5 | 4.6 | 6.9 | 3.4 | 2.9 | 1.1 | 1.1 |

■新聞広告の印象。20代で大きく変化 ※新聞接触者ベース(n=621)

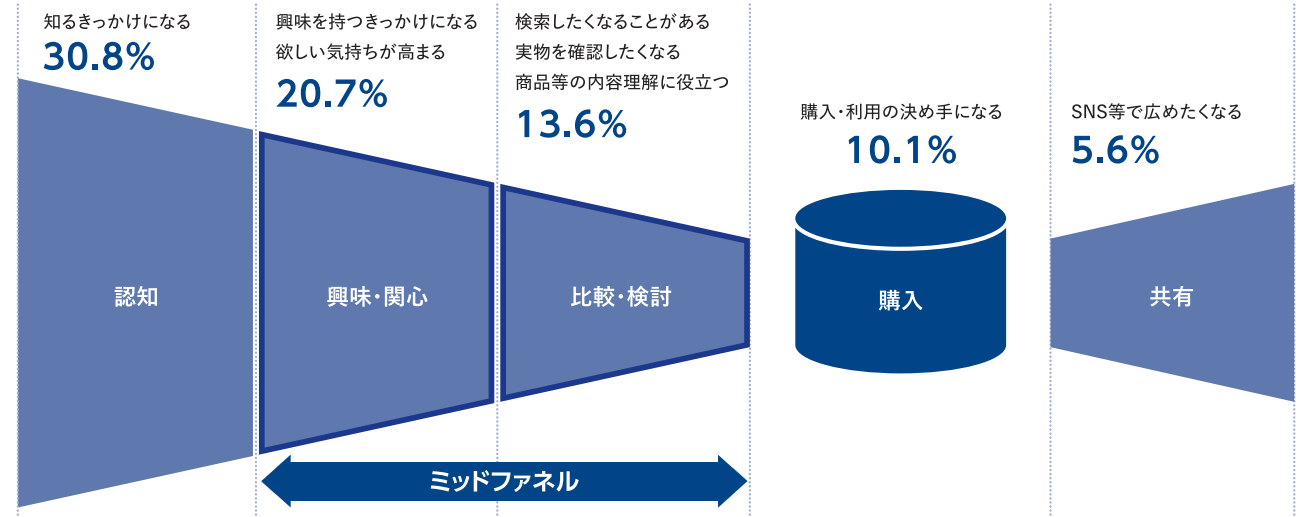


| 年代別 | より役に立つと思った | より注目するようになった | より関心をもって見るようになった | より説得力があると思った | より信頼感が高まった | より好感度が上がった |
|-----|------------|--------------|------------------|--------------|------------|------------|
| 10代 | 35.7 | 35.7 | 42.9 | 35.7 | 14.3 | 42.9 |
| 20代 | 41.9 | 41.9 | 32.3 | 35.5 | 22.6 | 29.0 |
| 30代 | 29.8 | 31.9 | 31.9 | 25.5 | 23.4 | 19.1 |
| 40代 | 18.0 | 21.0 | 16.0 | 13.0 | 14.0 | 12.0 |
| 50代 | 20.0 | 16.7 | 17.5 | 16.7 | 14.2 | 8.3 |
| 60代 | 28.9 | 31.9 | 27.4 | 22.2 | 17.0 | 12.6 |
| 70代 | 31.6 | 24.7 | 27.0 | 23.6 | 19.0 | 13.8 |

新聞広告は認知を促し 購入・利用を後押しします

消費者の購買プロセスにおいて、新聞広告は商品・サービスを知るきっかけとなる「認知」だけでなく、興味を持つきっかけとなったり、欲しい気持ちが高まる「興味・関心」、商品等の検索、確認、内容理解といった「比較・検討」というミッドファネルにおいても重要な役割を果たしています。新聞は、商品・サービスの購入・利用を後押しする広告媒体として、一定の評価を得ています。

購買ファネルで見た新聞広告の役割 (単位:%)



日本新聞協会「新聞オーディエンス調査」、2023年

社会課題への取り組み訴求に 適した新聞広告

新聞に週1日以上接触している人は、新聞広告の印象・評価として「情報が信頼できる」「ゆったりと広告を見聞きできる」「情報がよく理解できる」などの項目を上位に挙げています。「情報が信頼できる」「ゆったりと見聞きできる」は全ての広告メディアの中で最も高い評価を得ています。「地域や地元の情報が多い」は新聞の折り込みチラシに次いで高いスコアを示しています。また新聞広告は「企業の環境問題への取り組みがよく分かる」「企業の社会貢献への取り組みがよく分かる」などのスコアも高く、社会課題への取り組みを訴求する広告媒体として評価されていることが分かります。

広告メディア別にみる広告の印象・評価 (単位:%)

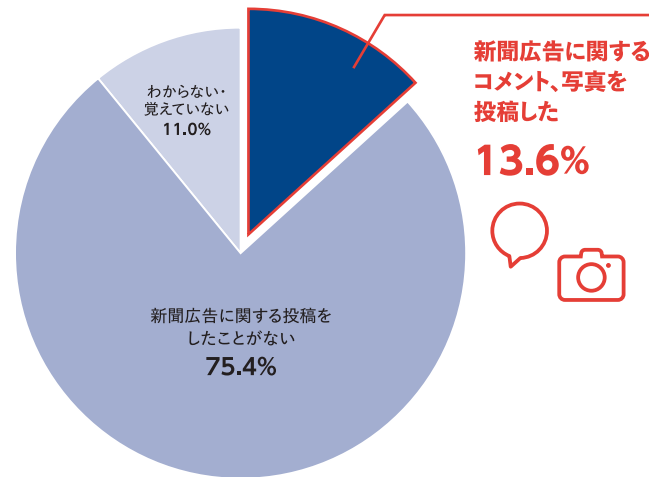
| | 新聞広告 (n=639) | 新聞の 折り込み チラシ (n=639) | テレビCM (n=1130) | 雑誌広告 (n=154) | ラジオCM (n=349) | インター ネットの広告 (新聞、テレビCM除く) (n=1020) |
|-----------------------------|-----------------|-------------------------------|-------------------|-----------------|------------------|--|
| 情報が信頼できる | 44.0 | 18.6 | 35.9 | 6.5 | 14.6 | 17.1 |
| ゆったりと広告を見聞きできる | 36.5 | 31.1 | 19.2 | 11.0 | 2.6 | 27.5 |
| 情報がよく理解できる | 34.7 | 21.6 | 39.1 | 9.1 | 10.6 | 30.2 |
| 地域や地元の情報が多い | 30.2 | 30.4 | 14.9 | 3.2 | 15.5 | 17.6 |
| 見聞きした、読んだことが記憶に残る | 26.8 | 18.6 | 42.9 | 10.4 | 9.5 | 27.3 |
| 企業の姿勢や考え方が伝わってくる | 26.3 | 12.1 | 30.6 | 10.4 | 4.9 | 19.9 |
| 必要な情報を改めて確認できる | 26.0 | 16.9 | 20.0 | 7.8 | 5.2 | 40.3 |
| 企業の環境問題への取り組みがよくわかる | 24.4 | 4.9 | 24.1 | 7.1 | 4.6 | 18.9 |
| 知りたい情報が必要十分に得られる | 24.3 | 17.4 | 27.3 | 8.4 | 7.4 | 40.0 |
| 企業の社会貢献への取り組みがよくわかる | 23.6 | 6.4 | 25.5 | 9.7 | 5.2 | 18.7 |
| 商品やサービスの内容などを的確に伝えている | 22.1 | 19.2 | 37.8 | 9.7 | 6.9 | 25.8 |
| 商品・サービスのブランド理念を知ることが出来る | 20.3 | 13.8 | 31.3 | 10.4 | 4.3 | 27.2 |
| セールスポイントが整理されてよく理解できる | 20.0 | 19.9 | 38.4 | 10.4 | 9.5 | 28.8 |
| 役に立つ広告が多い | 19.1 | 25.0 | 28.5 | 5.2 | 7.2 | 27.6 |
| 企業の広告が掲載・放送されて、社員の士気が上がる | 18.3 | 6.9 | 38.4 | 7.1 | 6.3 | 15.8 |
| 広告を行っている企業に関心を持つ | 17.2 | 10.0 | 39.3 | 7.8 | 6.3 | 24.9 |
| 印象に残る広告が多い | 16.7 | 11.9 | 57.6 | 6.5 | 11.2 | 21.3 |
| 広告を出している企業のホームページを見るきっかけとなる | 15.2 | 6.4 | 33.6 | 5.8 | 5.4 | 32.5 |

※週1日以上の接触者をメディア別に集計
日本新聞協会「新聞×ネットが生み出す広告シナジー～多メディア時代における新聞の役割とメディア接触者の動向調査～」、2024年

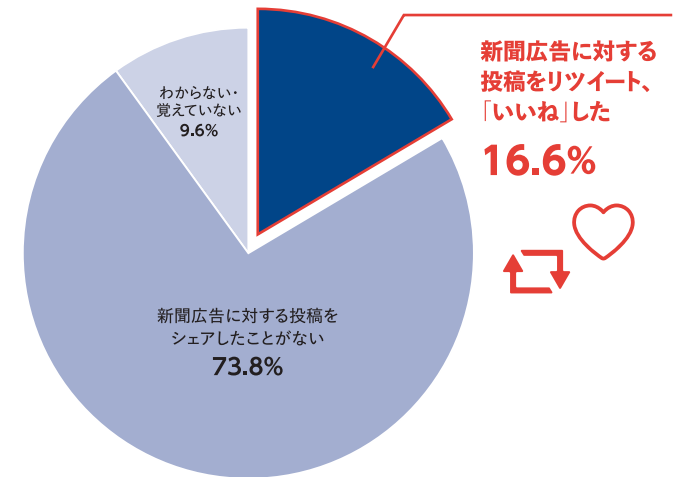
SNSで話題になりやすい 新聞広告

日本新聞協会の調査によると、SNSに投稿したことがある人の13.6%が、新聞広告に関するコメントや写真・画像をSNSで発信した経験がありました。また、16.6%が新聞広告に関する投稿に「いいね」などの反応やシェアをした経験がありました。新聞広告が発信する情報は、SNSでも話題になりやすいことがうかがえます。

■ SNSに投稿したことがある人の中で (n=374)



■ SNSを閲覧したことがある人の中で (n=439)



幅広い層で 新聞広告をシェア

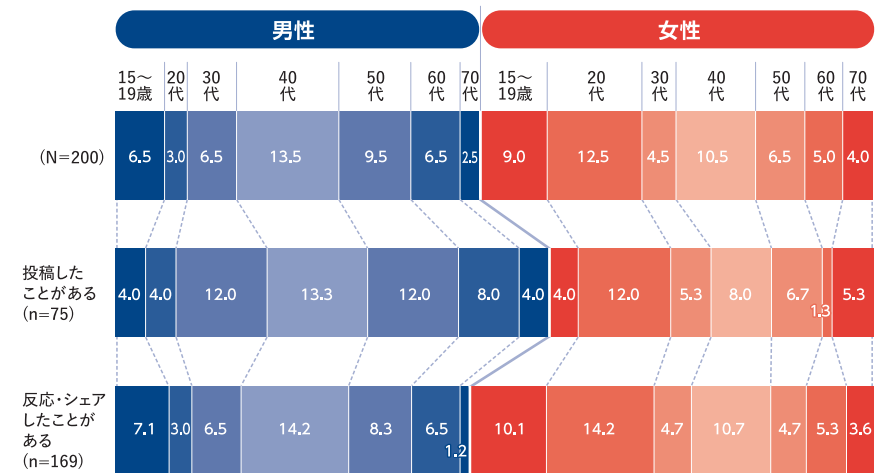
SNSで新聞広告に関する投稿をした経験がある人のうち、最も多かったのは40代男性で、30代・50代男性、20代女性が続きました。反応・シェアした経験がある人では、20代女性と40代男性が最も多く、40代・10代女性が続きました。新聞広告について投稿する人と反応・シェアする人は、性・年代により傾向が異なりました。

■ 投稿、「いいね」経験者の利用SNS (単位:%)

| | 全体 | 15~19歳 | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代 |
|---------|------|--------|------|------|------|------|------|------|
| LINE | 36.5 | 19.4 | 29.0 | 22.7 | 33.3 | 53.1 | 47.8 | 69.2 |
| ツイッター | 35.0 | 25.8 | 41.9 | 50.0 | 45.8 | 21.9 | 30.4 | 15.4 |
| インスタグラム | 19.0 | 45.2 | 25.8 | 9.1 | 6.3 | 25.0 | 13.0 | 0.0 |
| フェイスブック | 5.0 | 0.0 | 0.0 | 18.2 | 6.3 | 0.0 | 8.7 | 7.7 |
| TikTok | 3.0 | 9.7 | 3.2 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 7.7 |
| その他 | 0.5 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 2.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

■ 各年代のトップ

■ 新聞広告についてSNSに投稿、「いいね」の経験 (単位:%)



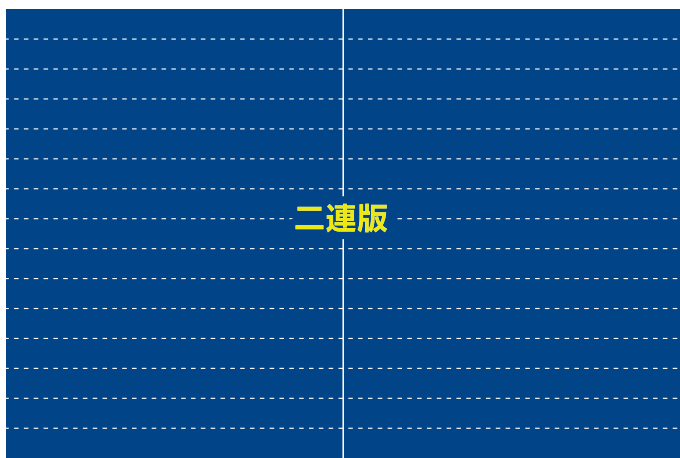
岩手日報本紙の広告

pp.12-16

- 13 記事下広告
- 14 臨時もの広告(決算、謹告など)
- 15 お悔やみ広告
- 16 求人広告

【記事下広告】

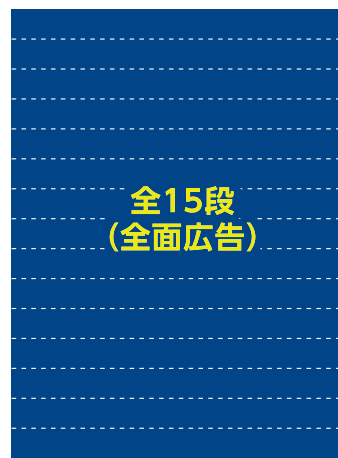
予算や用途に合わせて、さまざまなスペース・色で広告を掲載できます。



二連版

掲載料金(税別)

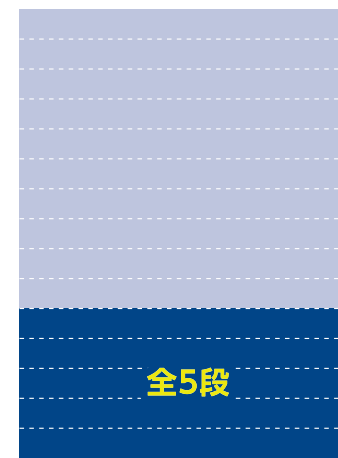
フルカラー／5,770,000円
モノクロ／5,070,000円



全15段
(全面広告)

掲載料金(税別)

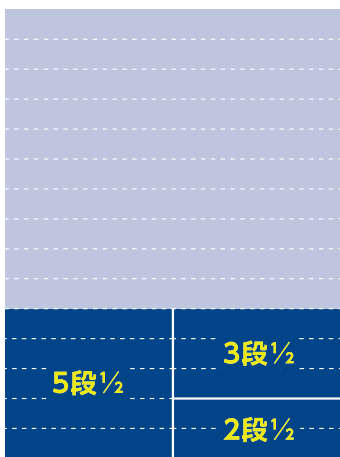
フルカラー／3,240,000円
モノクロ／2,790,000円



全5段

掲載料金(税別)

フルカラー／1,425,000円
モノクロ／1,075,000円



5段 $\frac{1}{2}$

3段 $\frac{1}{2}$

2段 $\frac{1}{2}$

掲載料金(税別)

〈5段 $\frac{1}{2}$ 〉

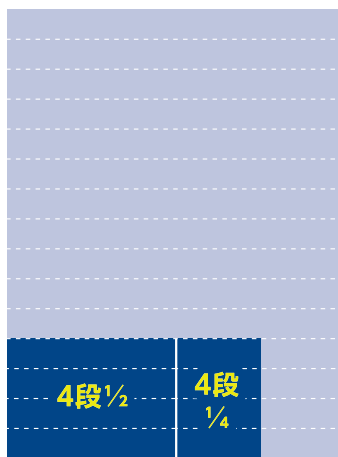
フルカラー／782,500円
モノクロ／582,500円

〈3段 $\frac{1}{2}$ 〉

フルカラー／549,500円
モノクロ／349,500円

〈2段 $\frac{1}{2}$ 〉

フルカラー／333,000円
モノクロ／233,000円



4段 $\frac{1}{2}$

4段 $\frac{1}{4}$

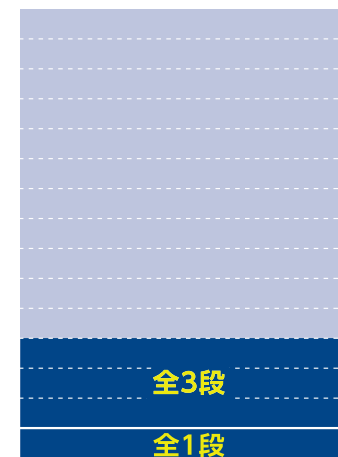
掲載料金(税別)

〈4段 $\frac{1}{2}$ 〉

フルカラー／666,000円
モノクロ／466,000円

〈4段 $\frac{1}{4}$ 〉

フルカラー／333,000円
モノクロ／233,000円



全3段

全1段

掲載料金(税別)

〈全3段〉

フルカラー／872,000円
モノクロ／672,000円

〈全1段〉

フルカラー／333,000円
モノクロ／233,000円

※スペースは一例です。ほかにもさまざまな形があります。※単色料金の設定もあります。※表記の広告掲載料金は、営業もの・単発の税別料金です。指定价・制作料などは含まれていません。※詳しい広告料金は、広告料金表でご確認ください。

「お悔やみ広告（死亡通知広告）」

訃報は故人やご遺族にご縁のあった方々にとって大事なお知らせです。「一般葬」「家族葬」「社葬」「お別れの会」など、故人の人生で出会った人、支えられた多くの人に、岩手日報紙面を通じて感謝の気持ちを伝えられます。

一般葬

父 雲石太郎(八十二歳)病气療養中
 ところ、五月十二日午後九時二十分永眠
 いたしました。ここに生前のご厚誼を深
 謝し謹んでお知らせ申し上げます。
 記
 一、火葬 五月十四日午後二時三分
 盛岡市山形町三丁目三番地
 一、葬儀 五月十五日午前十一時
 盛岡市内丸、白菊メモリアル会館(豊岡宗)
 令和六年五月十三日
 盛岡市吉町三丁目三十五
 雲石商店 喪主 雲石清子
 親戚 雲石威一、同子
 祭壇は盛岡市内丸、白菊メモリアル会館に設けます。
 葬儀に関するお問い合わせは(受付午前九時から午後五時)
 ○○○○警察本部、電話○○○○○○○○○○

掲載料金(税別)
 6cm×2段 / 228,000円

社葬

弊社代表取締役 北上大吾郎(七十三
 歳)五月二十日午後九時五十七分永眠
 いたしました。ここに生前のご厚誼を深謝
 し謹んでお知らせ申し上げます。
 追って火葬並びに葬儀は葬に左記の通り執行します。
 記
 一、火葬 五月二十二日午後二時
 雲石町三森、雲石町火葬場
 一、葬儀 五月十七日午前十二時
 雲石町長山、陸奥グランホテル
 令和六年五月十二日
 岩手県石町三丁目五番地五七
 株式会社 北 上 商 店
 葬儀委員長 安 比 重 三
 専務取締役 友 人 普 代 三 太 郎
 岩手県雲石町御前町三丁目御前町一
 親戚代表 北 上 雄 一 郎
 喪主 北 上 幸 太 郎
 友 人 代 表 普 代 三 太 郎
 葬儀に関するお問い合わせは(受付午前九時から午後五時)
 ○○○○警察本部、電話○○○○○○○○○○

掲載料金(税別)
 7.5cm×2段 / 285,000円

関連

全国灯油業協同組合連合会理事
 全国灯油業協同組合東北支部
 岩手県灯油商業組合理事 盛岡一郎儀
 かねて病气療養中のところ、五月九日午
 前六時二十五分永眠いたしました。
 ここに生前のご厚誼を深謝し謹んでお知
 らせ申し上げます。
 令和六年五月十日
 盛岡市東二丁目一六
 全国灯油業協同組合連合会
 全国灯油業協同組合東北支部
 岩手県灯油商業協同組合

掲載料金(税別)
 5.5cm×2段 / 209,000円

家族葬

父 江刺次郎(八十歳)病气療養中
 ところ、五月十二日午後九時二十分永眠
 いたしました。ここに生前のご厚誼を深謝
 し謹んでお知らせ申し上げます。
 追って火葬並びに葬儀は親族のみで
 相済みす。
 令和六年五月十四日
 盛岡市高松二丁目一
 喪主 江刺清吉
 親戚 江刺威一、同吉

掲載料金(税別)
 5.0cm×2段 / 190,000円

お別れの会

「故北上博之お別れの会のご案内」
 去る五月二十一日に永眠いたしました
 北金建設株式会社前代表取締役会長
 故北上博之(旭日双光章八十八歳)の
 「お別れの会」を左記の通り執行します。
 のでご案内申し上げます。
 記
 一、日 時 六月二十六日(水)
 午前十一時三十分から午後二時三十分
 一、会 場 ホテルメトロポリタン盛岡ニューライン
 盛岡市盛岡駅前北通二七
 一、内容 葬儀の都合のよい時間に見送りにお越したとき
 まさにお願ひ申し上げます。
 令和六年五月十三日
 実行委員長 金石和政
 盛岡市上巻四丁目三三
 北金建設株式会社
 代表取締役 北 上 博 昭
 喪主 北 上 昭 子
 葬儀に関するお問い合わせは(受付午前九時から午後五時)
 ホテルメトロポリタン盛岡(電話)〇九六二九(五〇一

掲載料金(税別)
 9cm×2段 / 342,000円

会葬御礼

ご 会 葬 御 礼
 故 釜石龍市 葬儀の節は多く申すに及ばず、御香
 下され、かつ、重なるご香華ご焼香まで賜り、誠にありが
 とうございました。早速参上のを御礼申し上げます。ご
 臨席ながら紙上でもってあいさつ申し上げます。
 令和六年五月十日
 北上市大通り三丁目一六
 喪主 釜石 石 一 定
 親 戚 同 雄

掲載料金(税別)
 4.5cm×2段 / 171,000円

※掲載見本はすべて縮小率60%です。※お悔やみ広告は臨時時の広告となり、臨時時のC料金が適用されます。※詳しい広告料金は、広告料金表でご確認ください。

岩手日報ADカタログ

- 18 雑報広告
- 19 テレビ面雑報広告
- 20 テレビ欄マーカ
- 21 セクションAD
- 22 不動産情報
- 23 脳活新聞
- 24 特約広告
- 25 だんけい君
- 26 アドボックス
- 27 岩手日報buzz Publicity
- 28 岩手日報buzz AD
- 29 岩手日報buzz SNSタイアップ

pp.17-29

豊富なラインナップ

雑報広告

目的や予算に
合わせた
プランを選べる

トップニュースを伝え、読者が確実に接触する「1面」、
大きな社会的ニュースを伝える「社会面」、
生活情報を網羅している「情報面」で、
効果的に広告を掲載できます。

1面

題字下

サイズ／ タテ28^{ミリ}×ヨコ77^{ミリ}
料金／ **125,000円**(税別)

突き出し

A サイズ／ タテ66^{ミリ}×ヨコ52.5^{ミリ}
料金／ **215,000円**(税別)
265,000円(税別)※

B サイズ／ タテ110^{ミリ}×ヨコ52.5^{ミリ}
料金／ **350,000円**(税別)
410,000円(税別)※

C サイズ／ タテ66^{ミリ}×ヨコ70^{ミリ}
料金／ **285,000円**(税別)
350,000円(税別)※

記事中

サイズ／ タテ38^{ミリ}×ヨコ70^{ミリ}
料金／ **190,000円**(税別)
225,000円(税別)※

記事ハサミ

サイズ／ タテ38^{ミリ}×ヨコ10^{ミリ}
料金／ **36,000円**(税別)

※臨時のみ

- 臨時ものは突き出し、記事中のみ。
- 記載はモノクロ広告料金です。

[追加色刷り料金]

- フルカラー 100,000円(税別)
- 単色 70,000円(税別)

情報面

天気ハサミ (フルカラー)

サイズ／ タテ13^{ミリ}×ヨコ77^{ミリ}
料金／ **50,000円**(税別)

※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp

岩手日報の
メディアカ

発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約42万5千人が
読んでいる

※岩手県の推計人口:約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

- ・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位「情報源として欠かせない」第1位「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
 - ・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
- ※日本新聞協会/新聞関連データより

1面



情報面



突き出しは1面もしくは社会面(要相談)

身近な生活情報「テレビ面」

テレビ面雑報広告

読者に定着している最終面・テレビ面に、フルカラーで効果的に広告を掲載できます。

テレビ面をリーズナブルに使用できます

テレビ窓

サイズ／タテ103^{ミリ}×ヨコ116^{ミリ} カラー
料 金／**200,000円**(税別)

テレビ柱

サイズ／タテ232^{ミリ}×ヨコ30^{ミリ} カラー
料 金／**100,000円**(税別)

テレビハサミ

サイズ／タテ10^{ミリ}×ヨコ35^{ミリ} カラー
料 金／**36,000円**(税別)



※人事募集などの臨時広告は掲載できません。 ※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。 ※休刊日前日は中面掲載になります。

岩手日報のメディア力

発行部数は約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の回読人数2.5人*

約42万5千人が読んでいる

※岩手県の推計人口=約115万人

市場占有率70%超

※2024年2月現在

*主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位 ※
*シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70% ※
※日本新聞協会/新聞関連データより

テレビハサミ (タテ10^{ミリ}×ヨコ35^{ミリ})原寸見本



テレビ柱 (タテ232^{ミリ}×ヨコ30^{ミリ}) ※縮小率60%見本

プラス 日報

確かな情報スクエア

学校で読もう!

- 記事検索できる
⇒紙面データベース検索
- デジタル
⇒パソコン・タブレットで紙面を読める
- 教室に朝刊1部
⇒毎日、教室に新聞1部が届きます

お問い合わせはこちらから ▶

テレビ窓 (タテ103^{ミリ}×ヨコ116^{ミリ}) 原寸見本

岩手日報社 本社/〒020-8622 盛岡市内丸3-7 tel.019-653-4111

うご 動く!!

岩手日報に掲載中の4コマ漫画「イワさんとニッポちゃん」がアクションに動きまわります★

イワさんとニッポちゃん

スタンプE

発売中!

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp

買い切り4ページ

セクションAD

リーズナブルかつ
高い保存性

本紙最終面の内側に折り込まれる形で
印刷・発行する新聞広告です。
本紙と同時印刷となるため、
原稿制作・入稿に余裕があります。

サイズ／新聞ブランケット判4ページ フルカラー
料金／**3,500,000円**(税別)

年間6回以上ご契約の場合は**10%OFF**

題字使用料金／「岩手日報」題字を入れる場合は
別途200,000円(税別)増しとなります。

増し刷り料金／1,200部以上10,000部以内 1部あたり100円(税別)

- 発行日／本紙発行日(年末・年始・毎週土曜日を除く)
- 申し込み／発行日の2カ月前から先着順でお申込みいただけます。
- 掲載基準／対象は単独の広告主に限ります。複数広告主の連合広告は掲載できません。
(ショッピングモール、テナント会、商店街、イベントの実行委員会等は単独広告主として掲載できます)
落成広告、人事募集等の臨時広告、当社が掲載不適当と判断した場合は掲載できません。
- 入稿スケジュール・形態／本紙に準じます。

※紙面状況等により掲載日は調整の上、決定となります。 ※掲載は1日1件に限りませ
※年間契約等の場合はこの限りではありません。 ※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp



発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約**42万5千人**が
読んでいる

※岩手県の推計人口≈約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※ ※日本新聞協会/新聞関連データより

新聞ブランケット判
4ページフルカラー
体裁イメージ



シニア層に届く

不動産情報

一戸建・マンション・
土地・事務所・
山林など



発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約**42万5千人**が
読んでいる

※岩手県の推計人口は約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位「情報源として欠かせない」第1位「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
※日本新聞協会/新聞関連データより

信頼性が高く、閲読時間が長いメディアだからこそ、
物件情報を丁寧に伝えられます。

1枠

サイズ / タテ94^{ミリ} × ヨコ84^{ミリ} モノクロ
料金 / 単発掲載 / **110,000円(税別)**

2枠

サイズ / タテ94^{ミリ} × ヨコ170^{ミリ} モノクロ
料金 / 単発掲載 / **220,000円(税別)**

回数割引〈3カ月継続〉

1枠

2回以上 / 1カ月 1回あたり **100,000円(税別)**

2枠

2回以上 / 1カ月 1回あたり **200,000円(税別)**

- 不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。
- 必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上の文字を使用してください。

※随時掲載につき掲載日に関しましてはお問い合わせください。 ※消費税は別途かかります。 ※制作費は別途申し受けます。

| | |
|---|---|
| <p>売マンション 本町通2丁目 1,200万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> | <p>売マンション 肴町 1,200万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> |
| <p>売マンション 材木町 780万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> | <p>売地 下太田沢田 1,440万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> |
| <p>売地 川口町 580万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> | <p>売地 黒石野3丁目 600万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> |
| <p>売地 花巻市東町 1,030万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> | <p>売地 花巻市城内 980万円</p> <p>●不動産の広告は「不動産の公正競争規約」のほか、関係諸法規に従ってください。物件の種別ごとに必要な表示事項が定められています。●必要表示事項は、原則として6ポイントまたは9Q以上</p> |

1枠
(タテ94^{ミリ} × ヨコ84^{ミリ} 角丸4^{ミリ})
原寸見本

岩手日報マイホーム 盛岡市菜園2丁目7-33
ジェネラス菜園・公園通り1F
☎000-000-0000
HP: <http://a-aaaanet.co.jp>

休みがとれたら総合住宅展示場へざっそうGO!



広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL: 019-653-4118 E-mail: koukoku@iwate-np.co.jp

「毎日脳トレ」広告プログラム

脳活新聞

脳活は新聞読者との親和性が高く、
毎日ポジティブに長時間接触するコンテンツです。

毎日
同じ面・場所に
広告掲載

サイズ / タテ66^{ミリ}×ヨコ92^{ミリ} フルカラー

広告料金 ※1カ月契約の場合

月2回掲載 / 1回40,000円×2回 = **80,000円**(税別)

月5回掲載 / 1回36,000円×5回 = **180,000円**(税別)

月10回掲載 / 1回32,000円×10回 = **320,000円**(税別)

月15回掲載 / 1回28,000円×15回 = **420,000円**(税別)

この他**3カ月契約**、**6カ月契約**のプランもございます。
詳しくは担当者にお問い合わせください。

- 広告掲載日、曜日等の指定はできません。
- 原稿の変更は1カ月単位となります。
- 臨時ものの広告は掲載できません。

※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp



発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約**42万5千人**が
読んでいる

※岩手県の推計人口:約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

- ・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
 - ・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
- ※日本新聞協会/新聞関連データより

24-0624 3文字熟語探し

下記の文字をそれぞれ1度だけ使用して、3文字の熟語を四つ完成させよう

百 丁 古 十
場 力 閑 長
八 鳥 人 番

1 _____
2 _____
3 _____
4 _____

昨日の答え

協力/西日本新聞社

健康で心豊かな毎日を

脳活新聞

※「脳活新聞」の名称、ロゴは西日本新聞社の登録商標です。

岩手日報 ご購読中の方は
デジタル版が**無料**で使えます!

2段1/4 フルカラー
(タテ66^{ミリ}×ヨコ92^{ミリ})
※縮小率90%見本

U3 拡大縮小も自由 U4 たっぶり30日分

●紙面 ●号外 ●おくやみの前日配信 ●デジタル版のお申し込みはこちらから!

●バックナンバー・電子書籍の購入



リーズナブルで豊富なラインナップ

特約広告

繰り返し掲載することで

社名・団体名やサービスの認知度を高めます。

予算に合わせて
スペースが選べる



発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約42万5千人が
読んでいる

※岩手県の推計人口=約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
※日本新聞協会/新聞関連データより

A サイズ／タテ32ミリ×ヨコ44ミリ モノクロ
料金／12,500円(税別)

B サイズ／タテ32ミリ×ヨコ92ミリ モノクロ
料金／25,000円(税別)

C サイズ／タテ66ミリ×ヨコ20ミリ モノクロ
料金／12,500円(税別)

D サイズ／タテ66ミリ×ヨコ44ミリ モノクロ
料金／25,000円(税別)

E サイズ／タテ66ミリ×ヨコ92ミリ モノクロ
料金／50,000円(税別)

料金は、全て月2回の合計広告料金です

- 3カ月単位の契約となります。 ●原稿は事前に審査が必要です。
- 掲載日・曜日および掲載面の指定は出来ません。
- 毎月最低2回以上から掲載申込をお受けいたします(2回を超える掲載は偶数回数となります)
- 例:月4回掲載の場合は記載広告料金の2倍(それ以上の掲載回数での料金もこれに準じます)
- 原稿の変更は1カ月単位となります。月内での原稿改稿はできません。
- 臨時もの広告は掲載できません。
- 紙面に空きがあった場合のみ契約より多く掲載となる場合があります。

※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp

スペース A
タテ32ミリ×ヨコ44ミリ

スペース B
タテ32ミリ×ヨコ92ミリ

スペース C
タテ66ミリ×ヨコ20ミリ

スペース D
タテ66ミリ×ヨコ44ミリ

スペース E
タテ66ミリ×ヨコ92ミリ

※上記広告スペースは全て原寸サイズです。



黒粹脇 注目度の高い「死亡通知広告」の脇スペース

サイズ／タテ82ミリ×ヨコ10ミリ～ モノクロ
料金／12,000円(税別)～

※月1回から掲載できます ※3カ月単位の契約となります
※情報面・社会面に掲載されます

掲載回数でリーチを増やす

だんけい君

毎月2回以上
掲載

月ごめ契約広告なら、リーズナブルな料金で
読者の目に触れる機会を確保できます。

- A** サイズ／ 4段1/4相当(タテ134^{ミリ}×ヨコ92^{ミリ}) **モノクロ**
料金／ **100,000円(税別)** ※1回あたり単価50,000円(税別)

- B** サイズ／ 4段1/2相当(タテ134^{ミリ}×ヨコ188^{ミリ}) **モノクロ**
料金／ **200,000円(税別)** ※1回あたり単価100,000円(税別)

- C** サイズ／ 5段1/2相当(タテ168^{ミリ}×ヨコ188^{ミリ}) **モノクロ**
料金／ **250,000円(税別)** ※1回あたり単価125,000円(税別)

- D** サイズ／ 全5段(タテ168^{ミリ}×ヨコ380^{ミリ}) **モノクロ**
料金／ **500,000円(税別)** ※1回あたり単価250,000円(税別)

料金は、全て**月2回**の広告料金です

- 3カ月単位の契約となります。
- 原稿は事前に審査が必要です。
- 掲載日・曜日および掲載面の指定は出来ません。
- 原稿の変更は1カ月単位となります。
- 求人・公示広告等は掲載できません。
- 紙面に空きがあった場合のみ契約より多く掲載となる場合があります。
- 毎月最低2回以上から掲載申込をお受けいたします(2回を超える掲載は偶数回数となります)
- 例:月4回掲載の場合は記載広告料金の2倍(それ以上の掲載回数での料金もこれに準じます)

※消費税は別途がかかります。 ※制作費は別途申し受けます。

岩手日報の
メディア力

発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人*

※岩手県の推計人口:約115万人

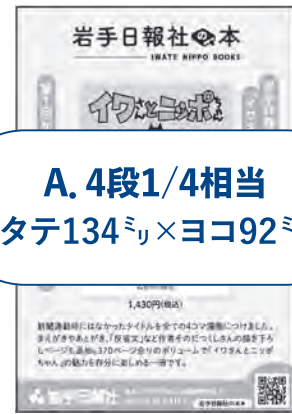
約**42万5千人**が
読んでいる

※2024年2月現在

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

※主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位 ※
※シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70% ※
※日本新聞協会/新聞関連データより



A. 4段1/4相当
(タテ134^{ミリ}×ヨコ92^{ミリ})



B. 4段1/2相当
(タテ134^{ミリ}×ヨコ188^{ミリ})

プラス 日報

確かな情報スクエア

岩手日報社は 2023 年度、学校現場での本紙の活用
かな情報スクエア」プロジェクトを始めました。文部
構想」に合わせた取り組みで、紙面のデータベース
供するほか、各クラスに本紙1部を届ける取り組みです。

- ① 記事検索できる
⇒紙面データをアーカイブしたDB検索機能を提供します
- ② デジタル版が読める
⇒パソコンやタブレット端末を使って、紙面を読めます
- ③ 教室に朝刊1部
⇒毎日、教室に新聞1部が届きます

D. 全5段相当
(タテ168^{ミリ}×ヨコ380^{ミリ})

お問い合わせ
ください!

岩手日報社 本社/〒020-8622 盛岡市内丸3-7 tel.019-653-4111

大きいサイズの記事体広告

アドボックス

生活情報や、イベント告知・新商品の紹介など、
身近な情報を大きいサイズのパブリシティとして届けます。

随時掲載の
パブリシティ

1枠

サイズ / 4段1/2相当(タテ134ミリ×ヨコ188ミリ)モノクロ
料金 / **160,000円(税別)**



- 水曜日に随時掲載。 ●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
- 2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
- 原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。
- 記事体広告で編集紙面に準じます。

※人事募集などの臨時広告は掲載できません。 ※消費税は別途かかります。



発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人※

約**42万5千人**が
読んでいる

※岩手県の推計人口:約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

- ・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位、「情報源として欠かせない」第1位、「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
 - ・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
- ※日本新聞協会/新聞関連データより

アドボックス

4段1/2相当
(タテ134ミリ×ヨコ188ミリ)
※縮小率80%見本

この文章は
タミーです。

切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)までに、記事体広告で編集紙面に準じます。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

この文章は
タミーです。

切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)までに、記事体広告で編集紙面に準じます。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

●水曜日に随時掲載。
●10字詰め×46行に写真(キャプションあり)または図、2点以内。
●2枠まで使用可。 ●最大で9枠15段で掲載。
●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)まで。

使いやすい記事体広告

岩手日報buzz Publicity

生活情報や、イベント告知・新商品の紹介など、
身近な情報をパブリシティとして届けます。
WEBオプションにより幅広くリーチした上、
広告主サイトやSNSで拡散が可能です。

1枠

サイズ / 4.5段1/6相当 (タテ147^{ミリ}×ヨコ63^{ミリ})

料金 /

モノクロ

50,000円 (税別)

+

WEBオプション

30,000円 (税別)

WEBオプションにより
自社サイトやSNSなどで拡散が可能!

(WEBイメージ)



- 毎週土曜日に掲載
- 1枠15字詰め×20行(横組300字)、写真(イラストまたは地図も含む)は1枠につき1点まで
- 最大で2枠使用可 ●原稿の締め切りは、掲載日の5日前(土・日・祝日を除く)までに
- 表現は編集紙面に準じます

[WEBオプションについて]

- 原稿は紙面と同様 ●掲載期間は1カ月 ●掲載用写真はカラー可

※人事募集などの臨時広告は掲載できません。 ※消費税は別途かかります。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp

最新の情報を
毎週掲載

岩手日報の
メディア力

発行部数は
約17万部

※2024年2月現在

購読世帯内の
回読人数
2.5人*

※岩手県の推計人口:約115万人

市場占有率
70%超

※2024年2月現在

・主要メディアの中で新聞の印象は「知的である」第1位「情報源として欠かせない」第1位「読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る」第1位※
・シニア層(60~70代)で新聞広告に接触している人は約70%※
※日本新聞協会/新聞関連データより

岩手日報buzz Publicityご案内
◇最新情報をお手頃料金でPR

※毎週土曜日に掲載※1枠15字詰め
×20行(横組300字)、写真(イラスト
または地図)1点まで帯はモノクロ
※最大で2枠使用可※1枠(4.5段6分
の1相当)55,000円(消費税込)※原
稿の締め切りは、掲載日の5日前ま
でに※表現は編集紙面に準じます
※毎週土曜日に掲載※1枠15字詰め
×20行(横組300字)、写真(イラスト
または地図)1点まで帯はモノクロ
※最大で2枠使用可※1枠(4.5段6分
の1相当)55,000円(消費税込)※原
稿の締め切りは、掲載日の5日前ま



4.5段1/6相当
(タテ147^{ミリ}×ヨコ63^{ミリ})
原寸見本



岩手日報アカウントを活用

岩手日報buzz SNSタイアップ

フォロワーからの
高い信頼性

岩手日報buzzの
★メディア力★

岩手日報
buzz

岩手日報buzz
(総合ビジネス局アカウント)

岩手から、バズを。

岩手日報社の広告企画、主催事業などの情報を発信します。

X 52,508フォロワー

Facebook 7,903フォロワー

Instagram 268フォロワー

※フォロワー数は
2024年6月現在

SNSタイアップマガジン

タイアップによる買い切りSNSマガジンを配信できます。
テーマや内容など、ご要望に合わせてカスタマイズが可能です。
新聞広告と連動した展開もおおすすめです。

タイアップ料金 / **250,000円(税別)**

●取材・編集・配信費 ●詳細はお問い合わせください。



SNSタイアッププレゼントキャンペーン

タイアップによる御社商品のプレゼントキャンペーンを実施できます。
ご提供商品のPRへつなげるとともに、御社アカウントとの
連携により、フォロワー増も図ります。

タイアップ料金 / **100,000円(税別)**

- 編集・配信費
- キャンペーン用プレゼントとして商品をご提供ください。
- SNS投稿用に商品画像データをご提供ください。
- 当選者への商品発送および送料のご負担をお願いします。
- 当選者の個人情報とは本キャンペーンでの商品発送のみの使用をお願いします。
- 詳細はお問い合わせください。

プレゼント
キャンペーン実績
鳥喜様「元祖ジャンボ焼き鳥」
応募数**9,619件**

〈イメージ〉



SNSタイアップ プレゼントキャンペーン 掲載見本



SNSアカウントは
下記二次元コードから



X

facebook

Instagram



※消費税は別途かかります。

広告のお問い合わせ・お申し込み 岩手日報社 総合ビジネス局広告部

TEL:019-653-4118 E-mail:koukoku@iwate-np.co.jp

広告事例

pp.30-42

- 31 企業広告
- 32 周年広告
- 33 落成広告
- 34 意見広告
- 35 タイアップ特集
- 36 プロジェクト
- 42 受託実績

企業広告

企業の思いや社会的責任を伝える「企業広告」は、新聞広告との相性が良く、好感度や認知度を向上する効果があります。広告主の理念やパーパス、CSR等を含む企業活動をしっかりと伝え、好意形成し、エンゲージメントを高めます。



「JAL」様
全15段カラー



「ベアレン醸造所」様
全15段カラー



「アマタケ」様
全15段カラー



「岩手県三陸鉄道強化促進協議会」様
全15段カラー



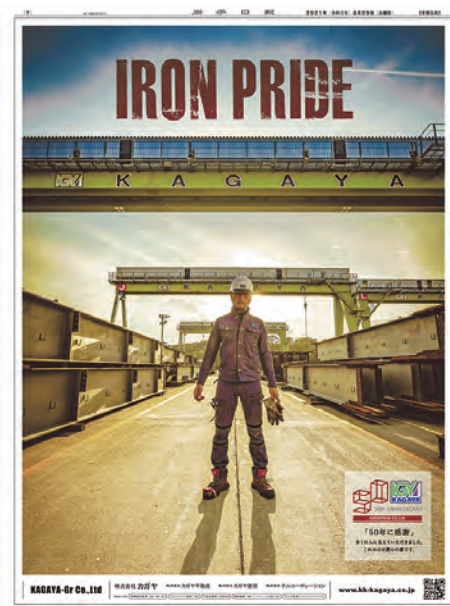
「岩手県トラック協会」様
全15段カラー

周年広告

企業や団体、学校の節目に掲載される「周年広告」。広告主が持つ歴史と社会的価値を伝えることで、顧客や取引先等のステークホルダーからの信頼をさらに高めるとともに、働く方々やそのご家族、在校生、卒業生等とのエンゲージメント向上にもつながります。



「岩手銀行」様
90周年／全15段カラー



「カガヤ」様
50周年／全15段カラー



「黒沢尻北高校」様
100周年／全15段カラー



「マルイチ」様
120周年／全15段カラー



「ワイズマン」様
40周年／全15段カラー

〔落成(竣工)広告〕

社屋や工場、ビル、店舗、学校、公共施設等が竣工した際に、施行事業者の皆様からのご協力もいただいて掲載される「落成(竣工)広告」は、ご予算に合わせたスペースで、県民に広く完成・開業・稼働開始などを周知し、サービス提供・企業活動・営業活動へとつなげることができます。



「岩手医科大学新附属病院」様
4ページ・カラー



「盛岡バスセンター」様
全15段カラー



「monaka」様
全15段カラー



「道の駅石鳥谷」様
全15段モノクロ



「花巻信用金庫石鳥谷支店」様
全5段モノクロ



「岩泉ホールディングス」様
全5段カラー

意見広告

政治、経済、社会、文化など、公に対する主張を、広告主が責任を負う「広告」として掲載する「意見広告」。

企業・団体や個人などへの誹謗中傷や営業妨害などは掲載できません。広告主の実態や広告の表現、文言についての審査を行い、総合的な判断も加味した上で、掲載されます。

【全欄広告】 2023年 05月 05日 5月24日 水曜日

担任の先生がいない!! 今、学校が大ピンチ!

尾木直樹さんインタビュー

学校の働き方改革に必要なものはなんですか。
教員不足の要因の1つに教員の長時間勤務があげられています。
この問題は子どもやご家庭にも大きな影響があるので、どうかが
教育評論家の尾木直樹さんに聞きました。

尾木直樹さんインタビュー

学校の働き方改革に必要なものはなんですか。
教員不足の要因の1つに教員の長時間勤務があげられています。
この問題は子どもやご家庭にも大きな影響があるので、どうかが
教育評論家の尾木直樹さんに聞きました。

多くの教職員が
過労死ラインを超えて
働いています。

2021年度給与時点では、岩手県内小学校21人、
中学校で30人、高等学校82人の教員が不足。
総務省が公表した調査をもとに試算し、毎月増え続けています。

1か月の時間外労働時間

| | | | |
|-----|-----|-----|-----|
| ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ |
| ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ |
| ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ | ▲▲▲ |

これだけの時間外労働は「自主的・自発的業務」とみなされ、
残業代は支払われていません!
子どもたちの豊かな学びを実現するためにも、
「給付法」の廃止・抜本的見直しが必要です。
そして、長時間労働解消のため、業務量を減らし、
人を増やすことが必要不可欠です。

岩手県教職員組合 岩手県高等学校教職員組合

「岩手県教職員組合」様
全15段カラー

子供たちに残したいのは、
この「美ら海」です。
軍事基地ではありません。

83%

沖縄県民の83%が辺野古移設反対です。

「沖縄意見広告運動」様
全15段カラー

憲法9条でつくる「世界の平和」

僕たちを
戦争に迷わせないで
憲法9条「戦争の放棄」で
平和の輪を広げよう。

「平和憲法を広げる岩手の会」様
全15段単色

STOP TPP
農業 食 医療
未来は本当に
安全安心なのか?

NO! TPP
「食」と「命」を守ろう!!

「JA岩手県中央会」様
全15段モノクロ

「東北生乳販売農業協同組合連合会」様
全5段モノクロ

私たちが
安全保障関連法案の
成立に反対です。

「岩手県高等学校教職員組合」様
全5段単色

「タイアップ特集」

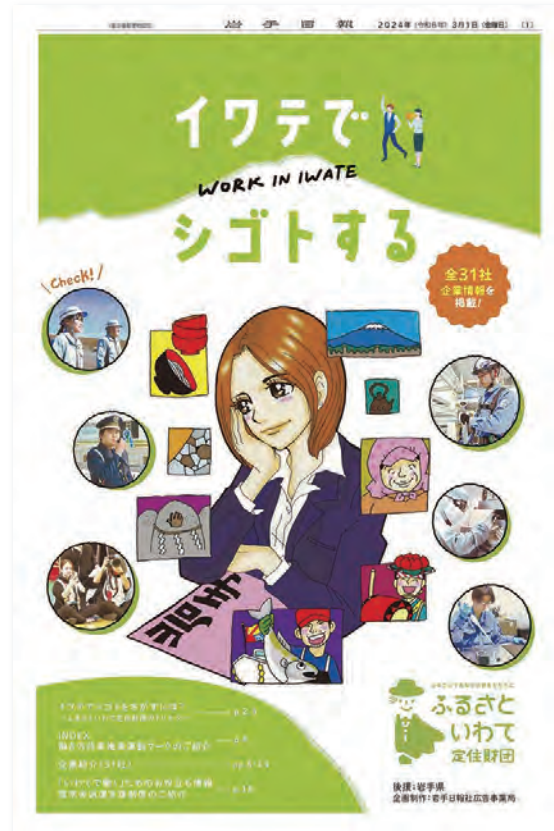
広告主とタイアップした、ブランケット判別刷り特集やタブロイド判別刷り特集です。

訴求したい情報やテーマ、イメージに合わせて特集をカスタマイズし、取材・編集を行って制作・発行します。

読者に届けることに加えて、増し刷り印刷・納品でイベント配布や施設設置等が可能になり、より広くターゲットに情報を届けることができます。



「ヘラルポニー」様
#CARE VOTE
ブランケット判別刷り4ページ・カラー



「ふるさと いわて 定住財団」様
イワテでシゴトする
タブロイド判別刷り16ページ・カラー



「日本財団」様
海と日本PROJECT in 岩手
タブロイド判別刷り8ページ・カラー

プロジェクト

さまざまな社会課題の提起や解決、未来へのビジョンを持った地域振興等を目的に、
 広告主の皆様の賛同もいただきながら、多様なプロジェクトに取り組んでいます。

3月11日東日本大震災風化防止「県民の日」制定プロジェクト 3月11日を、すべての人が「大切な人を想う日」に。 ～最後だとわかっていたら～

東日本大震災の風化を防ぐために。いつ、どこで、誰にどんな災害が、あるいは事故や病気が襲ってくるかはわからない。あの日知った「明日が来ることは当たり前のことではない」ということを、忘れないでほしい。そのために3月11日を震災で被災した人、震災に関わる人だけでなく、すべての人に関係のある日とし、未来の防災へとつなげていきたい。そこで100年後、200年後、震災体験者がいなくなってもつづく、思い出してもらえ・報道されるプラットフォームとして、「3月11日を『県民の日』にする」ことを目指し、署名活動を組み合わせたキャンペーンとして取り組みました。

最終的に23,669人からの署名が集まり、県内各種団体トップ有志による「目指す会」が発足し、3月11日を「大切な人を想う日」と条例で定めるよう県議会に請願を提出。震災10年を前にした2021年2月に「東日本大震災津波を語り継ぐ日」として全会一致で県条例が可決、成立しました。

プロジェクトの新聞広告や動画は県内外の学校授業でも教材として活用されています。

その後も、キャンペーンコピー「最後だとわかっていたら」を受け継ぎ、「身元不明遺体」「震災拾得物」「ごめんね。を言う日に」などのテーマで、企画を継続しています。

- 広告電通賞 新聞広告電通賞/2017年 エリアアクティビティ最高賞/2021年 プリント広告最高賞/2023年
- 日本新聞協会新聞広告賞/2017年、2022年 新聞広告奨励賞/2023年
- 全日本広告連盟 鈴木三郎助地域キャンペーン大賞選考委員会特別賞/2019年
 鈴木三郎助全広連地域広告大賞キャンペーン部門賞/2022年
- ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS ブランドッド・コミュニケーション部門Cカテゴリ・ゴールド賞/2021年
 地域賞/2023年
- JAA広告賞 新聞部門入賞/2017年、2018年、2019年、2023年、2024年
 テレビ部門入賞/2018年、2022年、2023年、2024年
 デジタル部門入賞/2019年、2023年、2024年
- ギャラクシー賞 CM部門入賞/2018年、2022年



「最後だとわかっていたら」

「最後だとわかっていたら」風の電話篇

「大切な人を想う日に」復元納棺師篇

QR codes and video player icons are present for each section.

育てよう災害救助犬プロジェクト「いわてワンプロ」



全日本広告連盟 鈴木三郎助全広連地域広告大賞キャンペーン部門賞/2024年

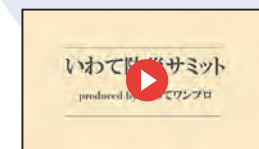
東日本大震災から11年となる2022年3月11日に「あの時の支援に対する感謝の想いを胸に、今度は、岩手の力で世界中の命を救いたい」とスタートした「いわてワンプロ」(IWATE ONE PROJECT)。災害救助犬の育成や普及活動を支援するプロジェクトです。新聞やWEBサイト、イベントなどを通して、災害救助犬についての情報を発信しています。

2023年4月には「単なる広告企画にとどまらずに、岩手日報自身が当事者となって災害救助犬に関わる」という思いから、災害救助犬を目指すジャーマン・シェパード「つる」を岩手日報の「新入社犬」として採用。同期の新入社員9人とともに入社式も行い、PRへつなげました。

協賛社である「パートナー」とのコラボ商品開発・販売や「パートナー」と自治体の連携協定締結など、活動の輪を大きく広げています。

関連して「防災サミット」を開催し、ライブ配信も行いました。

盛岡で開催された防災サミットをライブ配信



いわてのテとテ

東日本大震災発生直後、通信が遮断されて安否やメッセージが届けられない状況の中、WEB・SNS・新聞・避難所への掲出を組み合わせた「メッセージボード＝伝言板」として企画しました。震災から17日後にプロジェクトをローンチし、その後も、その時々状況に合わせて形を変えながら企画を継続しています。

2016年の熊本地震の際には「くまもとといわてのテとテ」、2024年元日の能登半島地震では「のたといわてのテとテ」と、岩手以外の地域で大きな災害があった時には、震災での支援への感謝も込めて、応援のメッセージを届ける企画も実施しています。

日本新聞協会新聞広告賞/2011年
グッドデザイン賞/2011年

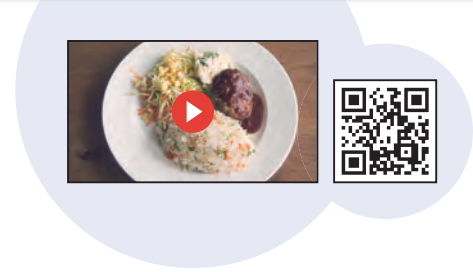


from3.11 「思い出食堂」ポートまえの

東日本大震災10年キャンペーン「from3.11」のキックオフとして実施した、震災で被災し廃業した釜石の洋食店の「一日限りの開店」プロジェクト。震災で食べられなくなってしまった被災地の思い出の味をもう一度届けたいと企画しました。聞き取り調査の結果、釜石で市民に長年愛されていた洋食店「ポートまえの」の要望が多かったことから、ふるさとを離れて盛岡で生活している元店主に相談。元店主の「感謝を伝えたい」との意向があり、コロナ環境も考慮し、当時の常連客の招待とテイクアウト販売で一日だけの開店をしました。

テイクアウト30食は販売開始予定時刻の1時間前に完売。常連客らは「ポートまえので食べなきゃ私の復興は終わらないと思っていた」、など二度と食べられないと思っていた味に10年ぶりに再会し、喜びと涙の一日となりました。

この日の売上金は元店主の「ふるさとのこれからの役に立ててほしい」との意思で全額、釜石市教育委員会に寄付し、その模様は各メディアで報道されました。



from3.11 岩手もしもの「支え愛」袋 てんでんこ

震災10年にあたり、実際に被災した方々の体験を元にした防災袋の販売ができないかと企画しました。開発にあたり、約110名の被災者にアンケート調査。その結果、水や懐中電灯などの緊急性が高いもののほかに、「ほっと一息つけるもの」「みんなで分け合えるもの」「心の栄養がとれるもの」などが必要ということが分かりました。

その結果を基に、被災企業の商品を中心に、生活衛生用品も加えた詰め合わせセットを開発・販売。セットには岩手日報3月11日付震災10年特集も加えました。

3月11日に届く、大切な人に贈るギフトとして設定。限定販売300セットを発売約2週間で完売したため、追加200セットを販売。ヤフーによる震災キャンペーン「#おくる防災」とも連携しました。



スマイルとうほくプロジェクト ネクストとうほくアクション

「東北に笑顔を広げ、その笑顔を日本中に届ける」ことを目的に2012年にスタートした「スマイルとうほくプロジェクト」。岩手日報・河北新報・福島民報が連携して展開しています。被災者とともに花を植えて笑顔の花を咲かせる「フラワーアート」や「仮設住宅キャラバン」、「復興住宅キャラバン」、「三陸鉄道支援」などの活動や情報発信を柱に、その時々ニーズに合わせた息の長い取り組みを続けています。2023年には「東北の未来をつくる」決意を込めて「ネクストとうほくアクション」にプロジェクト名称を変更。いまま被災地に寄り添い続けるプロジェクトとして活動しています。

3.11鎮魂と復興の花火「白菊」(クラウドファンディング&Youtubeライブ配信)

2020年から毎年3月11日に、鎮魂と復興を願い釜石で打ち上げられてきた花火「白菊」。支援の減少もあり、一度は活動休止の検討がなされましたが、2024年元日の能登半島地震を受けて、実行委員会とともに打ち上げ継続を目指して、岩手日報社が事務局となってクラウドファンディングプロジェクトを実施しました。

その結果、支援者130人、支援金123万110円が集まり、花火の打ち上げを実現しました。支援への感謝を込めて、打ち上げ前日3月10日付岩手日報に支援者の氏名とライブ配信告知を新聞広告として掲載しました。

岩手日報によるYouTubeライブ配信は視聴5千回以上、Xでは動画表示回数が2万回を超え、「釜石の復興を心から喜ぶひとりです。釜石から能登へと祈りをつなぐ花火で多くの人たちの心が鎮まりますように」「白菊を観るとどうしても涙が溢れてきます。東日本や能登地方での災害で亡くなられた方々へ、鎮魂の祈りが届きますように」など、たくさんの反響が寄せられました。



釜石から世界へ感謝を届けよう「#ThankYouFromKAMAISHI」

東日本大震災震災被災地唯一の開催地となる釜石でのラグビーワールドカップ(RWC)、三陸鉄道リアス線全線開通、三陸防災復興プロジェクト2019で世界中からの注目が集まる2019年に、「釜石から世界へ感謝を届けよう」と官民一体で取り組みました。

プロジェクトは、イベント、OOH、新聞広告、ポスター、POP、テレビCM、テレビシリーズ番組、WEBサイト、SNS、さらに学校授業も絡めて展開しました。

釜石東中の生徒とともに三鉄ラッピング列車と鶴住居駅看板を制作。駅びらきイベントも実施しました。

また釜石の全小中学生が参加する「かまいし絆会議」とともに釜石鶴住居復興スタジアムに三陸特産の

ホタテ貝によるモザイクアート「ありがとう貝画」を設置。ホタテアート制作イベントではギネス世界記録も達成しました。

「かまいし絆会議」とは、感謝を伝える歌「ありがとうの手紙」も制作して映像化。さらに、この歌をRWC釜石本番のスタンドで、釜石の子ども達2,200人全員が合唱しました。

RWC前に市民ボランティアのべ450名参加によるスタジアム清掃イベントも行いました。一連の活動を、さまざまなメディアで情報発信しました。

全日本広告連盟 鈴木三郎助地域キャンペーン大賞/2020年



「ありがとうの手紙」
#ThankYouFromKAMAISHI



#岩手から能登へ届けます #岩手から台湾へ届けます

今年1月1日の能登半島地震。そして4月3日の台湾東部沖地震。東日本大震災での支援への感謝を込めて、岩手から被災地へメッセージを届けるプロジェクトとして実施しました。

「想い」を確実に届ける方法として、被災地の地元新聞に新聞広告を掲載。さらにSNSで幅広い情報拡散を図り、WEBサイトで企画背景と趣旨を伝えるとともに、リアル活動も絡めて展開しました。

「能登」は発生10日後の1月11日付北國新聞(石川県)に広告を掲載。盛岡市内で

「応援イベント」も開催しました。

「台湾」は発生1ヵ月後の5月3日付更生日報(台湾・花蓮市)に新聞広告を掲載。震災で多額の義援金を含む沢山の支援をくれたほか、岩手と直行便で結ばれ、盛岡と花蓮が友好都市であるという背景もあり、花蓮へ向けてメッセージを届けました。オリジナル募金箱を制作し、募金活動も展開しました。

#はじめての野球してみよう新聞

近年、岩手出身の野球選手達がメジャーリーグ、プロ野球で大活躍しています。

ですが今、野球の競技人口が岩手でも、全国でも大幅に減少しています。野球を見たことがない、あるいはルールすら知らない子どもも増えています。野球から多くの喜びをもらっている私たちが、子どもたちの野球離れになにかできないかとプロジェクトに取り組みました。

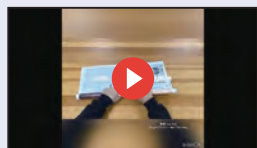
まずは子どもたちが野球に触れるきっかけを作ることを目標として、新聞を丸めるとバットになる、同じく新聞を丸めるとボールになる、そしてユニフォームとホームランマークにもなる新聞広告を制作。これを使って、まずは家の中でも、すぐに安全に野球ができる、という仕掛けにしました。

掲載後すぐにSNSで話題になり、作り方動画は約5万回再生されました。ABEMA TVでもニュースとして取り上げられ、古田敦也さんからも「岩手日報と想いは一緒です。ぜひお会いしたいです」とのコメントをいただきました。

第74回新聞大会盛岡大会(2021年)記念企画。



「新聞バットの作り方」動画



米澤蓮いわてサポートパートナー

盛岡市出身で現在も岩手を拠点に活動する「岩手のプロゴルファー」米澤蓮選手を応援するプロジェクト。

「自分が活躍することで岩手のゴルフを盛り上げたい」と、志を高く持ちツアーを転戦する米澤プロを地元から支援するために、プロジェクト協賛企業「サポートパートナー」、「個人サポーター」とともに県民一体となって応援し、地域との交流の機会も増やす仕組みとして取り組んでいます。

応援サイトや紙面で活動を取り上げるほか、米澤プロと「パートナー」「サポーター」と

の交流ゴルフコンペ、トークショーを中心とした交流会なども展開しています。

「パートナー」「サポーター」からの協賛金の一部は米澤プロの活動資金に充当しています。

今年2024年5月に米澤プロが岩手県勢として男子ツアー初優勝した際には、お祝いの全面広告も掲載しました。



直利庵創業140周年記念企画「ホームラン印 野球そば」プロジェクト

盛岡の老舗そば店「直利庵」の創業140周年記念企画。89年前の1935(昭和10)年5月6日付岩手日報に広告掲載された幻メニュー「野球そば」を「復活させたい」という女将さんからの相談を受け、「幻メニューの復活」と「野球と特産品による地域振興」を目的としてプロジェクトを立ち上げました。

89年前と同日の2024年5月6日付で、「わんこそば140杯」を懸賞品に、情報を募る新聞広告を掲載してローンチしました。

近年の岩手は大谷翔平選手、菊池雄星投手というメジャーリーガー2人を輩出し、高校野球の強豪県としても知られるようになり、「野球」は県民にとって特別なスポーツです。「野球」の持つ求心力を活用することで、地域の盛り上げにつなげることも狙いとしています。

特設サイトを開設し、直利庵女将や常連客などのインタビューもシリーズ掲載。SNSは広告掲載から約2週間で22万インプレッションを超え、多くの情報が寄せられました。その情報を元に取材を重ねて情報発信を継続しています。



〔 受託実績 〕



東京2020オリンピック聖火リレー記録業務
(2021)【実行委員会】



ラグビーワールドカップ2019
岩手・釜石ファンゾーン運営業務
(2019)【実行委員会】



第73回全国植樹祭開催等業務
(2023)【岩手県】



令和5年度県主催移住フェア企画運営業務
(2023)【岩手県】



いわて八幡平白銀国体式典・大会運営等業務
(2022)【実行委員会】



三陸防災復興プロジェクトイベント運営等業務
(2017～19)【実行委員会】



令和6年度広報もりおか制作支援業務
(2024)【盛岡市】



令和6年度矢巾町広報紙印刷業務委託
(2024)【矢巾町】

ホームページ・SNS

pp.43-46

44 岩手日報ホームページ

46 SNS

【岩手日報ホームページ】

県内トップクラスのアクセス数

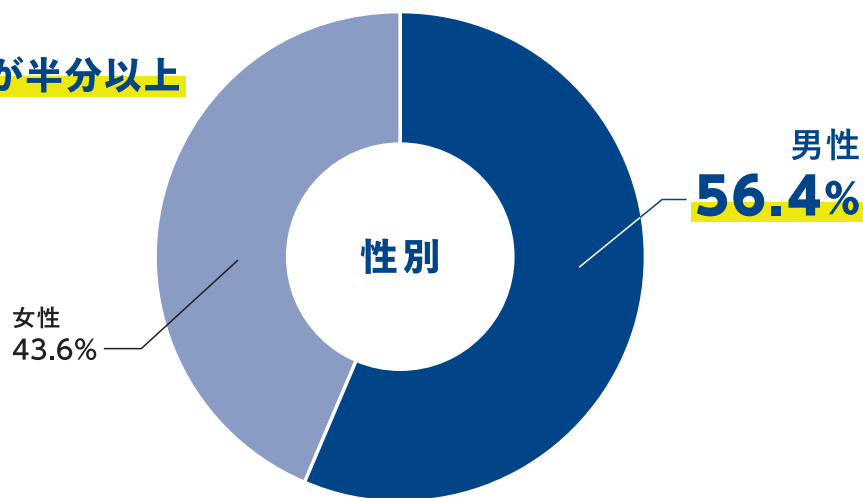
岩手日報のホームページは※約177万PV／月。県内トップクラスのアクセス数を誇るサイトです。また岩手県外からのアクセスも多く、県内だけではなく、全国へと情報を届けることができます。大谷翔平や菊池雄星のMLB試合速報、選挙速報や地域のニュースなど独自のコンテンツを配信しています。

※2023年4月～2024年2月平均、自社調べ

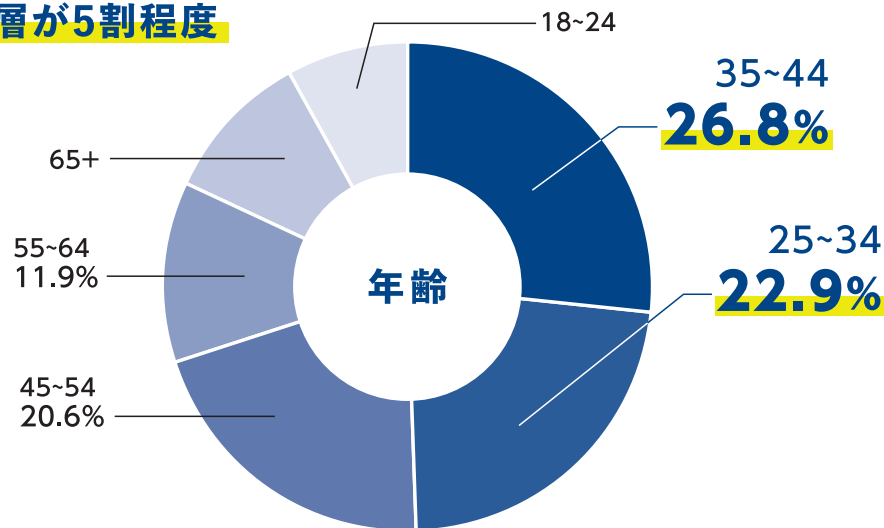
30日間のアクティブユーザー数 626,702の内訳

※2024年4月15日～5月14日

男性が半分以上



20代後半～40代前半の 年齢層が5割程度



岩手日報HP基本データ



アクセス数／
約1,770,000PV／月

年齢別層／
25～44歳 約53%

TOPページ広告掲載例



SA. 最上部スーパーバナー

料金(TOP+ニュースページ)
200,000円/2週間(税別)

サイズ(PC)
横1080ピクセル 縦90ピクセル
 サイズ(スマホ)
横468ピクセル 縦60ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG

A. スーパーバナー

料金(TOP)
200,000円/月(税別)

サイズ
横728ピクセル 縦90ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG、GIF(アニメーション可)

B. サイドレクタングル

料金(TOP)
100,000円/月(税別)

料金(TOP+ニュースページ)
150,000円/月(税別)
 サイズ
横300ピクセル 縦300ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG

C. バナー

料金(TOP)
50,000円/月(税別)

サイズ
横320ピクセル 縦100ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG、GIF(アニメーション可)

D. レクタングル

料金(TOP)
70,000円/月(税別)

サイズ
横400ピクセル 縦400ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG

E. 中央部スーパーバナー

料金(TOP)
80,000円/月(税別)

サイズ
横728ピクセル 縦90ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG、GIF(アニメーション可)

F. テキストバナー

料金(TOP)
40,000円/月(税別)

サイズ
全角18文字以内
 ファイル形式
テキスト

G. メニューインフィード広告

料金(TOP)
100,000円/2週間(税別)※1

取材・撮影あり、リライト含む
 制作費/**50,000円(税別)**
 提供素材使用(テキスト+写真)
 制作費/**30,000円(税別)**

サイズ
横640ピクセル 縦480ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG

HA・HB. インフィード広告

料金(TOP+ニュースページ)
HA:80,000円/2週間(税別)※1
HB:50,000円/2週間(税別)※1

取材・撮影あり、リライト含む
 制作費/**50,000円(税別)**
 提供素材使用(テキスト+写真)
 制作費/**30,000円(税別)**

サイズ
横400ピクセル 縦400ピクセル
 ファイル形式
JPEG、PNG

動画広告

料金(TOP)
100,000円/2週間(税別)
複数の動画は申し込み順に再生
 ファイル形式
Youtube埋込、MP4

※G, HA, HBの記事広告ページは掲載時に弊社公式X(旧Twitter)、Facebook、Instagramでも周知を図ります。
 ※インフィードの記事広告ページ制作費は1ページ1200文字、写真5枚程度までとします。ページを増やす場合は追加制作費を頂戴します。
 ※インフィード広告については別途詳しい企画書を用意しています。お問い合わせください。
 ※1 ページ制作は別料金

[SNS]



岩手日報公式アカウント(報道)

本紙に掲載されたニュースやスポーツ・選挙の速報、岩手県に関連する話題などを伝えます。

X 68,295フォロワー
facebook 9,700フォロワー
Instagram 4,609フォロワー



岩手日報の本 (コンテンツ事業部アカウント)

岩手日報社が出版する書籍情報などを発信します。

X 2,693フォロワー



LINE DIGEST Spot for アカウントメディア

岩手日報社は、LINEのメディア向け公式アカウント「LINEアカウントメディア」で毎日ニュースを配信しています(休刊日、年末年始など一部期間を除く)。LINEニュース8枠の1つを広告枠として活用し、記事体広告に誘導します。プッシュ型の特性を生かしたイベント告知やサイト誘導などに効果的です。

※詳細、広告料金はお問い合わせください。

「友だち」登録
210,218ユーザー



岩手日報buzz(総合ビジネス局アカウント)

2024年5月下旬にリニューアル。岩手日報社の広告企画、主催事業などの情報を発信します。タイアップによる展開も可能です。

X 52,508フォロワー
facebook 7,905フォロワー
Instagram(新設) 284フォロワー

プレゼントキャンペーン実績
鳥喜様「元祖ジャンボ焼き鳥」
応募数 9,619件

SNSタイアップマガジン



広告主タイアップによる買い切りSNSマガジンを配信できます。テーマや内容など、ご要望に合わせて取材・編集します。新聞広告と連動した展開も可能です。

SNSタイアッププレゼントキャンペーン



広告主タイアップによる「フォロー＆いいね」プレゼントキャンペーンを実施できます。フォロワー数が多い岩手日報buzzアカウントを活用して、ご提供商品のPRへつなげます。

※詳細、タイアップ料金はお問い合わせください。



YouTubeチャンネルを開設しています チャンネル登録者 2,170ユーザー

動画配信、フォーラムやスポーツイベント等のライブ配信を行っています。動画と新聞広告、WEB、SNSの連動によるプロモーションにも実績があります。

YouTube



震災10年「黙祷」
宮古・田老の防潮堤から、YouTubeライブと渋谷・宮下パーク、渋谷スクランブル交差点大型ビジョンへ配信



「備える新聞」
新聞で作る折り紙トイレの作り方

※詳細、配信料金はお問い合わせください。

※フォロワー、ユーザー数等はいずれも2024年7月現在。

岩手日報広華会 岩手ランチ懇話会

pp.47-48

〔岩手日報広華会〕

岩手日報社の広告主である県内企業・事業所・商店等で作る団体です。1954年に結成した盛岡を皮切りに、県内各地で組織され、2019年結成の八幡平まで現在14広華会、509会員で構成されています(2024年6月現在)。事務局は岩手日報社本社・県内支社局に置いています。広告宣伝や経営の研究、各種事業を通じて会員相互の親睦を図り、地域社会の文化向上と県勢の発展に寄与することを目的としています。

各単会ごとに日報リーダーズサークル(コンサート、落語会、講演会等)を開催しているほか、全県組織である岩手日報広華会連合会は各種セミナー、広告講演会、親睦ゴルフ大会など幅広い活動を展開しています。

【県内広華会一覧】14広華会509会員 ※()内は2024年6月現在の会員数

盛岡広華会(127会員) 花巻広華会(51会員) 宮古広華会(25会員) 北上広華会(30会員) 紫波広華会(27会員) 水沢広華会(25会員) 久慈広華会(44会員) 釜石広華会(26会員) 一関広華会(29会員) 遠野広華会(26会員) 二戸広華会(37会員) 気仙広華会(24会員) 江刺広華会(18会員) 八幡平広華会(20会員)

コンサート・講演会



日報リーダーズサークル遠野例会の様子。陸上自衛隊第9音楽隊による演奏会を開催。=2023年12月2日、遠野市民センター



日報リーダーズサークル花巻例会の様子。元プロ野球選手・里崎智也さんによる講演会を開催。=2023年10月20日、花巻市文化会館

広告事例



2019年7月24日付
岩手日報久慈広華会



2023年10月2日付
岩手日報花巻広華会

〔岩手ランチ懇話会〕

本社が岩手県外にある企業、団体の支社、支店、営業所、現地法人などの代表者で組織。

岩手の情報を素早くキャッチして発信し、地域の発展に寄与することを目的に1982年に設立されました。

2024年6月現在、36会員で活動し、各界から招く講師による定例会で、岩手の文化・経済等を学ぶほか、異業種交流の場として会員相互の情報交換や親睦を深めています。



岩手ランチ懇話会講演会の様子=2023年8月29日



そば打ち体験会の様子。自ら打った麺を懇親会で味わった
=2023年12月13日

主催事業

pp.49-53

- 50 スポーツ
- 51 教育、事業後援
- 52 展覧会、日報ハウジングパーク
- 53 日報総研、情文研

[スポーツ]

盛岡市内一周継走大会=4月

盛岡市みたけ・純情産地いわてトラフィール(岩手県営運動公園陸上競技場)を発着点とする周回コースで開催。

本県陸上シーズンの本格的な幕開けを告げる一周継走は、中学・高校・一般各男女の計6部門で実施。男子は5周、女子は4週の総合タイムを競います。

勢いよく駆け抜ける中学男子の選手たち
=第77回大会(2024年)



3人制ハーフコートバスケットボール 「小学生3x3選手権」 =6~7月地区予選、9月県大会

競技の普及を目的に2014年から始まった同大会。県内を8ブロックに分け地区予選を開催。勝ち抜いた男女各48チームによる県大会を奥州市総合体育館で行い、県チャンピオンを決定します。出場者全員参加のフリースローコンテストなどお楽しみイベントも行います。

白熱した戦いを繰り広げる選手たち
=第10回大会県大会(2023年)



一関・盛岡間駅伝競走大会 (通称:日報駅伝)=11月

本県の陸上シーズンを締めくくるとともに、一般・高校の2部門。全国でも有数の歴史を誇る大会として知られ、国道4号を中心に北上するコースで行います。一般の部は一関市発11区間の約100キロ、高校の部は北上市発6区間の約50キロをたすきでつなぎます。郡市町村・学校を代表する県内のトップランナーが沿道の応援を背に健脚を競います。

花巻市Aは9区(左)が首位を奪い、
10区にたすきをつなぐ=第82回大会(2023年)

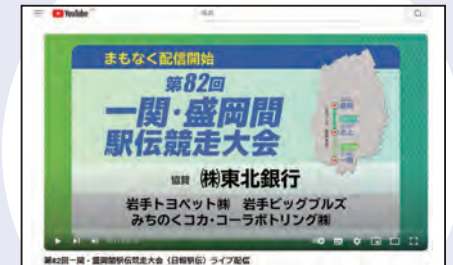


Youtubeで ライブ配信をしています

盛岡市内一周継走大会



一関・盛岡間駅伝競走大会



〔教育〕

小学生プログラミング ＝7～8月体験教室、12月コンテスト県大会

小学生対象のプログラミング体験教室・コンテストを開催します。プログラミング教育の浸透を図り、子どもたちが豊かな発想を養う機会を提供します。

体験教室

夏休み期間を中心に県内各地で開催します。プログラミングツールを使い、スタッフのサポートを受けながら初心者でも楽しく取り組みます。



体験教室の様子

コンテスト県大会

設定テーマに合ったプログラム作品、アイデアを募集します。身近な困りごとや社会の課題解決に役立つような、創造性あふれる作品・アイデアが毎年寄せられます。

12月に行われる最終審査の優勝者には全国大会の出場権が与えられます。

遊・YOU塾inオキナワ・トカシキ ＝3月開催予定

1996年にスタートした県内の小中学生が対象の体験型教育旅行です。年間で最も過ごしやすい季節となる沖縄・渡嘉敷島を舞台に、マリンスポーツやクジラの観察、琉球文化・歴史の研修、現地の子どもたちとの交流などを通じて友情の輪を広げます。旅行には経験豊富な元教職員、看護師、大学生アドバイザーなどスタッフが同行し、子どもたちをサポートします。



マリンスポーツなど様々な体験ができる
遊・YOU塾

〔ステージ〕

日本フィルハーモニー交響楽団 東北の夢プロジェクト 楽しいオーケストラin岩手＝8月開催予定

東日本大震災以降300回以上にわたり東北で音楽による被災地支援を行ってきた日本フィル。その地道な交流活動が評価され、奉仕活動や人材育成に寄与した人物に贈られる「後藤新平賞」を2022年に団体として初めて受賞しました。本県でも夏の恒例となった本公演は、オーケストラによる演奏のほか、県内で文化活動に励む子どもたちも出演する夢のステージです。



会場一体となって音楽の楽しさを共有できる
楽しいオーケストラ

事業後援

後援を申請された事業について、名義後援をしています。「岩手日報社」後援名義の使用には事務手数料として1件あたり1,000円(税込)を頂戴しています。その他、注意事項もあります。詳しくは岩手日報ホームページでご確認いただくか、下記窓口までお問い合わせください。

後援申請の流れ

step
1

岩手日報ホームページから後援申請書をダウンロードして必要事項を記入し、要項・チラシ案などを添付の上、メール・ファクス・郵便で事務局までお送りください。

step
2

申請受理後、許諾について審査し、結果についてお知らせします。内容によっては許諾しないこともあります。審査には2週間程度かかります。

step
3

許諾確定後、許可書と請求書・郵便振替用紙を郵送しますので、指定の期日までに事務手数料をお支払いください。

【 展 覧 会 】

「岩手の書道選抜百人展」「岩手日報公募書展」
「高校、中学校、小学校書展」=8月開催予定

選抜百人展は岩手日報書展会常任理事をはじめ、本県を代表する書家が味わい深い作品群で書の魅力を伝えます。

高校・中学校・小学校書展は、発表の機会を増やすことで書に親しみ、書写書道教育の振興に寄与することを目的としています。

「岩手の書家展・中堅作家展」「新春女性の書展」
「岩手の知名士色紙展」=1月開催予定

書家展・中堅作家展は漢字、かな、漢字かな交じり書など伝統美の中に創造性を追求した作品を展示します。

本県ゆかりの著名人が座右の銘や新年の抱負をしたための色紙展も人気です。



展示会場の様子

総合住宅展示場 日報ハウジングパーク

8社、10棟の住宅メーカーが集う常設の総合住宅展示場です。年間来場者数は約3千人。[※]年間を通じて開催している「見学会」「相談会」などのほか、タイアップイベントも可能です。

※2023年度



お問い合わせ

〒020-0835 岩手県盛岡市津志田13-2

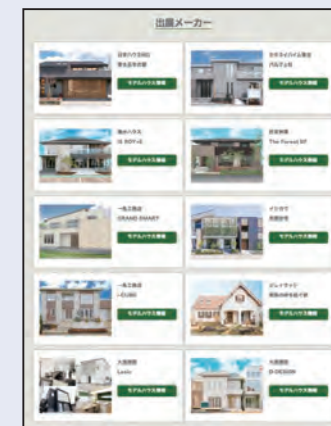
TEL:019-638-5561

営業時間:10:00~17:00 定休日:毎週水曜日

日報ハウジングパーク企画運営

岩手日報広告社

TEL:019-653-6125 FAX:019-622-2092



岩手日報総合研究所【日報総研】

「日報総研」は、「グローバルな視点」と「地域の知」を生かした提言活動を行っています。そのために毎月1回、タブロイド版情報紙を発行しています。

情報紙は激動する内外情勢に対し、多様なテーマを取り上げ、問題の本質を掘り下げる特集などを中心に展開。海外勤務や地域活動に精通した外部の特任研究員の寄稿のほか、岩手日報の広告主団体である岩手日報広華会とも連携した調査などで、「イワテカ」の構築につながるヒントや問題解決の道筋を探っています。



岩手情報文化研究会【情文研】

「情文研」は会員向けのセミナーです。政治、経済、社会、科学、トレンド、スポーツ、歴史など幅広いテーマで、年10回開く例会(講演会)にご案内するほか、情報誌「政経週報」「プレジデント」を定期的にお届けしています。入会は法人・個人を問わず、随時受け付けています。



サービス

pp.54-56

事業承継・M&A支援サービス「地域共創プロジェクト」 M&Aキャピタルパートナーズ(株) 業務提携

新聞社が持つ情報網を生かし、地域経済の活性化を図るプロジェクトです。企業の合併や買収(M&A)の仲介を手がけるM&Aキャピタルパートナーズ(MACP)と業務提携し、後継者不足や事業成長などの課題に直面する県内企業の相談に応じます。岩手日報社がM&Aに関する情報発信や相談の窓口を担い、専門的ノウハウを持つMACP社スタッフが

円滑な成約につなげます。県内企業が事業を継続・発展させていくため、選択肢を広げる取り組みです。



高齢者の困りごとを解決するサービス「まごころサポート」 MIKAWAYA21(株) 業務提携

超高齢化社会の課題解決に向けた地域貢献ビジネスです。MIKAWAYA21(株)が提供するシニア向けサービス「まごころサポート」のメディアパートナーとして、ソーシャルフランチャイズ事業に取り組みたい岩手県内事業者のフランチャイズ契約を橋渡しします。電球交換や庭の掃除、買い物代行から不動産や相続相談まで多

岐にわたる、シニアの「ちょっと困った」や「これ叶えたい」にワンストップで対応し、「シニア世代が生き生きと暮らせる環境づくり」をサポートしています。



採用支援サービス「HRハッカー」 インビジョン(株) 業務提携

本当に出会いたい人材に情報を届ける採用活動支援サービスです。

インビジョン(株)が開発・提供している採用広報クラウド「HRハッカー」は採用サイトの作成や応募者情報・選考状況の管理を一括で行える求人システムです。作成した求人情報は「Indeed」をはじめとする9つの求人メディアに自動配信し拡散されます。「HRハッカー」を中心としたサービスにより、企業の人材獲得をサポートします。



教育支援デジタルサービス +日報～確かな情報スクエア～

「+(プラス)日報」は文部科学省の「GIGAスクール構想」に合わせ、2023年度にスタートした教育支援サービスです。岩手のニュースを幅広く報じる岩手日報社ならではのコンテンツをデジタル教材として学校現場で活用していただき、学力向上や情報リテラシーの育成、郷土愛の醸成を後押しします。

※2024年4月現在、県内16市町村の小中高校102校、約8千人(小5～高3)が活用しています



【主な機能】記事検索、デジタル版の閲読・切り抜き保存、新聞づくりソフト「クミハン」、震災・復興学習用の記事一覧など

出版物



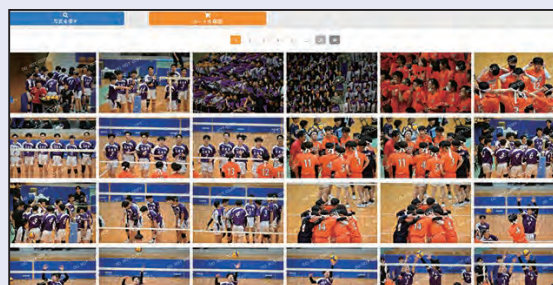
岩手日報社が発行する書籍を紹介、販売しています。大谷翔平選手をはじめ、岩手の先人&歴史、教養&ノンフィクション、文芸など、お気に入りのジャンルを見つけて是非お求めください。



岩手日報 Webアルバム



本社主催スポーツイベントを中心に、本紙記者らが撮影した紙面未掲載写真を公開。プリントのほかデータも販売しています。各種大会出場の記念や贈り物としてご好評いただいています。



日報フォトセレクト



昭和から平成に撮影された県内市町村の街並み、現在では見ることのできない貴重な風景などを公開。記念誌や書籍出版、テレビ放送向けに法人・企業を対象に提供しています。



広告料金表

2024年6月

pp.57-60

58 広告料金

60 広告原稿サイズ

基本料金(消費税別)

| 種別 | | スペース | 料金 | |
|------|------|--------|---------|---------|
| 基本料金 | 臨時もの | A | 1段×1cm | 23,000円 |
| | | B | | 19,000円 |
| | | C | 1段×1cm | 19,000円 |
| | 営業もの | 1段×1cm | 10,000円 | |

※スペース表記は天地×左右
 ※臨時A・B・営業もの(1段=3.2cm) 臨時C(1段=3.8cm)

臨時ものA

1. 官公庁、公共団体の公示広告
2. 会社法等の法令で定められた会社・団体の設立、解散、名称の変更に関する広告
3. 決算報告、株式名義書換停止、株式払込み、増減資、社債等に関する広告
4. 登記、商標権、特許権に関する広告
5. 有価証券および物件等の紛失、無効広告
6. 公費の選挙広告、声明、あいさつ
7. 謝罪、お詫び・訂正、催事の中止・延期などの告知広告
8. 求人など人事募集広告
9. その他、岩手日報社が臨時ものと判断した広告

臨時ものB

火災および風災害等の災害広告

臨時ものC

死亡広告・会葬御礼広告

広告紙面の体裁

1. 広告主の名前、所在地、電話番号などの連絡先を明記してください。
2. 原則として常用漢字、現代かな使い、メートル法による表記にしてください。
3. 文字は9級(6ポイント)以上の大きさを使用してください。
4. 特別な意図のあるデザインは事前審査とします。

記事下契約料金(消費税別)

| 契約段数 (6カ月合算) | 料金 (1段あたり) |
|-----------------|---------------|
| 1段以上 | 233,000円 |
| 3段以上 | 224,000円 |
| 5段以上 | 215,000円 |
| 7段以上 | 206,000円 |
| 10段以上 | 196,000円 |
| 15段以上 | 186,000円 |
| 20段以上 | 177,000円 |
| 30段以上 | 169,000円 |
| 40段以上 | 162,000円 |
| 50段以上 | 157,000円 |
| 60段以上 | 151,000円 |
| 70段以上 | 146,000円 |
| 90段以上 | 140,000円 |
| 120段以上 | 135,000円 |
| 150段以上 | 130,000円 |
| 180段以上 | 126,000円 |

- 1段未満は営業もの基本料金を基準とします。
- 契約出稿される場合は、契約時にあらかじめ月別段数をご明示ください。
- 契約期間中に投稿の中止または段数増減のあった場合、契約時にさかのぼって契約を変更します。

雑報広告料金(消費税別)

| 種別 | スペース※1 | 料金 |
|----------------|----------------|----------|
| 題字下 | 2.8cm×7.7cm | 125,000円 |
| 記事中 | 3.8cm×7cm | 190,000円 |
| 記事中(臨時もの) | 3.8cm×7cm | 225,000円 |
| 記事挟み | 3.8cm×1cm | 36,000円 |
| 突き出し | A 6.6cm×5.25cm | 215,000円 |
| | B 11cm×5.25cm | 350,000円 |
| | C 6.6cm×7cm | 285,000円 |
| 突き出し(臨時もの) | A 6.6cm×5.25cm | 265,000円 |
| | B 11cm×5.25cm | 410,000円 |
| | C 6.6cm×7cm | 350,000円 |
| TV窓(フルカラー) | 10.3cm×11.6cm | 200,000円 |
| TVハシラ(フルカラー) | 23.2cm×3cm | 100,000円 |
| TVハサミ(フルカラー) | 1cm×3.5cm | 36,000円 |
| 天気予報ハサミ(フルカラー) | 1.3cm×7.7cm | 50,000円 |

●臨時ものは記事中、突き出しのみ

案内広告料金(消費税別)

| 種別 | スペース | 料金 | |
|-------------------|-------------------|-----------|--------|
| 案内求人 (水・金・日曜日) | 1行(15文字) (縦組み) | 正社員 | 7,500円 |
| | | パート・アルバイト | 5,000円 |

記事体広告料金(消費税別)

| 種別 | スペース | 料金 |
|--------------------|-----------|----------|
| アドボックス | 1枠(4段½相当) | 160,000円 |
| 岩手日報buzz Publicity | 1枠(5段¼相当) | 50,000円 |
| | WEBオプション | 30,000円 |

[アドボックス]

●水曜日に随時掲載。10字×46行に写真2点以内。2枠まで使用可。

[岩手日報buzz Publicity]

●毎週土曜日に掲載。15字×20行(横組み)に写真1点。2枠まで使用可。

●WEBオプションは1カ月掲載。記事内容は紙面に準ずる。

企画広告(消費税別)

| 種別 | スペース※1・回数 | 料金 |
|--------------------|---------------|------------|
| 不動産情報 | 9.4cm×8.4cm | 110,000円 |
| | 〃月2回以上(3カ月継続) | 100,000円 |
| セクションAD (フルカラー) | ブランケット4ページ | 3,500,000円 |
| | 〃(年6回以上) | 3,150,000円 |

[不動産情報]

●2枠まで使用可 ●随時掲載につき要問い合わせ

特約広告(消費税別)

| 種別 | スペース※1 | 料金 |
|--------|-------------|---------|
| スペース A | 3.2cm×4.4cm | 12,500円 |
| スペース B | 3.2cm×9.2cm | 25,000円 |
| スペース C | 6.6cm×2cm | 12,500円 |
| スペース D | 6.6cm×4.4cm | 25,000円 |
| スペース E | 6.6cm×9.2cm | 50,000円 |

●月2回掲載、3カ月単位の契約となります。

入稿要項

- データ入稿を原則とします。
- モノクロ・単色・フルカラーとも
ゲラ2枚を添付してください。

詳しくは、
「デジタルデータ入稿ガイド」
をご参照ください。



※1 スペース表記は天地×左右

色刷り料金(消費税別)

| | | |
|-------|-------|----------|
| 単色 | 雑報 | 70,000円 |
| | 1段 | 70,000円 |
| | 3段まで | 100,000円 |
| | 7段まで | 180,000円 |
| | 15段まで | 230,000円 |
| | 30段 | 400,000円 |
| フルカラー | 雑報 | 100,000円 |
| | 1段 | 100,000円 |
| | 3段まで | 200,000円 |
| | 7段まで | 350,000円 |
| | 15段まで | 450,000円 |
| | 30段 | 700,000円 |

付加料金(消費税別)

| 種別 | 料金 |
|----------|--|
| 指定料 | 掲載日・面・場所等の指定は掲載料の20%増し |
| 特殊スペース | 15段 ¹ / ₃ ・15段 ¹ / ₄ は掲載料の30%増し 他は40%増し |
| 二連版 | 掲載料の20%増し |
| 記事体広告制作料 | 1段あたり 15,000円 |
| 版下制作料 | 1段あたり 12,000円 |

取り消し料

掲載日7日以内 掲載料の50%
掲載日3日以内 掲載料の70%

広告原稿サイズ

データ制作寸法(モノクロ、カラー同じ)

| 天地 | | 左右 | |
|-----|-----|-----|-----|
| 1段 | 32 | 全 | 380 |
| 2段 | 66 | 1/2 | 188 |
| 3段 | 100 | 1/3 | 123 |
| 4段 | 134 | 1/4 | 92 |
| 5段 | 168 | 1/5 | 72 |
| 6段 | 202 | 1/6 | 59 |
| 7段 | 237 | 1/8 | 44 |
| 8段 | 271 | | |
| 9段 | 305 | | |
| 10段 | 339 | | |
| 11段 | 374 | | |
| 12段 | 408 | | |
| 13段 | 442 | | |
| 14段 | 477 | | |
| 15段 | 511 | | |

※エントツ字など

| 種別 | 天地 | 左右 |
|---------|----|----|
| 題字下 | 28 | 77 |
| TVハサミ | 10 | 35 |
| 天気予報ハサミ | 13 | 77 |

全面広告寸法(枠付き)

| | 天地 | 左右 |
|--------|-----|-----|
| 社ケイサイズ | 515 | 385 |

二連版寸法

| | 天地 | 左右 |
|--------|-----|-----|
| 社ケイサイズ | 515 | 790 |

不動産情報寸法

| 枠サイズ | 天地 | 左右 |
|------|----|-----|
| 1/4 | 94 | 84 |
| 1/2 | 94 | 170 |

テレビ面雑報広告寸法

| 種別 | 天地 | 左右 |
|-------|-----|-----|
| TV窓 | 103 | 116 |
| TVハシラ | 232 | 30 |

タブロイド版全面広告寸法

| | 天地 | 左右 |
|--------|-----|-----|
| 社ケイサイズ | 378 | 245 |

突き出し寸法

| | 天地 | 左右 |
|---|-----|------|
| A | 66 | 52.5 |
| B | 110 | 52.5 |
| C | 66 | 70 |

※サイズ単位はミリ

歩み・受賞実績

pp.61-62

〔 岩手日報の歩み 〕

岩手県初の新聞が発行されたのは、1876(明治9)年7月21日。盛岡市呉服町の日進社から「巖手新聞誌」として誕生しました。これが「岩手日報」のルーツです。

- 1897(明治30)年3月2日** 「巖手日報」の題号になる。
- 1938(昭和13)年6月29日** 現在の岩手日報社の前身「新岩手社」を設立。
- 1948(昭和23)年11月3日** 第1回岩手日報文化賞・体育賞を贈呈。
- 1961(昭和36)年3月31日** 岩手日報社と同居の旧県物産館から出火、社屋を全焼。全社員の努力で一日も休まず新聞発行が続けられた。
- 1962(昭和37)年10月15日** 現在地(盛岡市内丸3-7)に本社新社屋が完成。
- 1981(昭和56)年9月7日** 3ヶ年計画で進めてきた写植化が完成。コンピュータによる組版写植化は製作現場から鉛を追放。
- 2010(平成22)年7月1日** タ刊を統合した新朝刊を発行。
- 2011(平成23)年3月11日** 東日本大震災・大津波(M9.0、盛岡市=震度5強)で全県のライフラインが寸断の中、東奥日報社の協力で特別紙面の朝刊を2日間発行し読者・県民に届ける。
- 2011(平成23)年4月7日** 東日本大震災の最大余震時(M7.1、盛岡市=震度5強)にも秋田魁新報社の協力で特別紙面の朝刊を翌日に発行。
- 2016(平成28)年4月15日** 矢巾町広宮沢に最新鋭輪転機2セットを備える新たな制作センターが完成。最大40ページ中24ページのカラー印刷が可能に。
- 2021(令和3)年11月10日** 第63次南極地域観測隊の越冬隊(同行者)に地方紙で初めて記者を派遣。観測の最前線や昭和基地での隊員の暮らしなどを発信する「南極支局」を開設(2023年3月まで)。
- 2026(令和8)年7月21日** 創刊150周年を迎える。

〔 主な受賞実績 〕

編集部門

- 日本新聞協会賞(編集部門)
企画部門/1990年、2011年、2016年 写真・映像部門/2011年
- 東北写真記者協会
新聞部門協会賞/2012年、2018年、2021年、2023年

広告部門

- カンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル
メディア部門金賞/2011年
- 広告電通賞
新聞広告電通賞/2017年
エリアアクティビティ最高賞/2021年
プリント広告最高賞/2023年
- 日本新聞協会
新聞広告賞/2007年、2011年、2012年(共同受賞)、2017年、2022年
新聞広告奨励賞/2019年、2020年、2023年
- 全日本広告連盟
鈴木三郎助地域キャンペーン大賞 選考委員会特別賞/2019年
鈴木三郎助地域キャンペーン大賞/2020年
鈴木三郎助全広連地域広告大賞 キャンペーン部門賞/2022年、2024年
- ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS
ブランデッド・コミュニケーション部門Cカテゴリー ゴールド賞/2021年
地域賞/2023年

JAA広告賞

- 新聞部門入賞/2017年、2018年、2019年、2023年、2024年
- テレビ部門入賞/2018年、2022年、2023年、2024年
- デジタル部門入賞/2019年、2023年、2024年

ギャラクシー賞

- CM部門入賞/2018年、2022年

グッドデザイン賞

- 2011年(2作品)

岩手広告賞

- 知事賞(最高賞)/2013年、2019年

岩手日報グループ

pp.63-64

【岩手日報グループ】

本社、制作センター、県外3支社、
県内13支社局のネットワーク



株式会社 岩手日報社
創刊／設立 1876年7月創刊／1938年6月設立
代表取締役社長 川村 公司
資本金 1億円
従業員数 321名

本社

〒020-8622 盛岡市内丸3-7

制作センター

〒028-3621 紫波郡矢巾町広宮沢4-350

東京支社

〒104-0061 東京都中央区銀座7丁目12-14 大栄会館
TEL:03-3541-4346

大阪支社

〒541-0041 大阪市中央区北浜3-1-12 萬成ビル
TEL:06-6231-4301

仙台支社

〒980-0014 仙台市青葉区本町2丁目10-33 第2日本オフィスビル3階
TEL:022-222-9672

一関支社

〒021-0884 一関市大手町3-40 岩手日報一関ビル4F
TEL:0191-23-4124

岩手支局

〒028-4307 岩手郡岩手町五日市12-81-10
TEL:0195-62-3249

花巻支局

〒025-0092 花巻市大通り2丁目1-17 大通り二丁目木村ビル2F
TEL:0198-24-7744

北上支局

〒024-0061 北上市大通り2丁目3-3
TEL:0197-63-4265

奥州支局

〒023-0814 奥州市水沢袋町4-3
TEL:0197-23-3751

大船渡支局

〒022-0002 大船渡市大船渡町字赤沢8-10
TEL:0192-27-3070

陸前高田支局

〒029-2205 陸前高田市高田町鳴石48-4
TEL:0192-55-2590

釜石支局

〒026-0034 釜石市中妻町2丁目11-7
TEL:0193-23-5107

遠野支局

〒028-0513 遠野市東穀町1-8
TEL:0198-62-3329

宮古支局

〒027-0061 宮古市西町1丁目5-38
TEL:0193-62-1771

久慈支局

〒028-0061 久慈市中央1丁目26
TEL:0194-53-3030

二戸支局

〒028-6101 二戸市福岡字八幡下18-8
TEL:0195-23-8080

八幡平支局

〒028-7405 八幡平市平館26-145-1D
TEL:0195-78-8100

共につくる、
未来のカタチ。



岩手日報社の100%出資子会社です。岩手日報などの新聞媒体、テレビ媒体、ラジオ媒体、インターネット媒体等への広告出稿、印刷物、イベント事業、住宅展示場「日報ハウジングパーク」運営などを手がける総合広告会社です。

届きます 暮らしの情報



岩手日報社の子会社です。岩手県全域への新聞折込広告(チラシ)の取り扱いをメインに、新聞、放送などの媒体広告代理業を行っています。

県内95の新聞販売ネットワーク

岩手日報販売センター

岩手日報の関連会社である「岩手日報こずかたセンター」「岩手日報本宮センター」を含む、岩手県内を網羅する95販売センターが、岩手日報を毎日、迅速、丁寧に読者のもとへ戸別配達しています。

