

—仙台メディアガイド2014年度版—

あなたも

2時間で仙台のメディア通

100のメディアの概要とその使い方について

<ダイジェスト版>

再配布はご自由にどうぞ

仙台メディア研究会編

はじめに

ようこそ、仙台へ。

皆さんの中には、始めて仙台に来られた方や、これから仙台に赴任される方もいらっしゃると思います。

ここでは、仙台のメディアを考えるにあたり、まず最初に仙台のマーケットをはじめ、仙台の現状や最近の動きを捉えたい、と思います。

それは、マーケットとメディアは互いに密接な関係にあるからです。

そして次に、仙台にはどんなメディアがあるのか？

テレビ・ラジオ・新聞・雑誌のいわゆる4大メディアに限らず、フリーペーパーから、交通広告などのO.O.H広告まで、メディアの紹介をしていきます。

ダイジェスト版のため、媒体の種類や内容に割愛、省略したものもありますがまずは、本書をご一読してウォーミングUPしてください。

そしてもっと詳細を知りたい方は、仙台メディアガイド「完全版」をどうぞ。

まえがき

1. 日本の広告費5年ぶりの増加

2. 「視聴率」競争

2012年の日本の広告費は、前年対比3, 2%増の5兆8913億円となり、2007年以来、5年ぶりに前年比プラスとなりました。

2008年のリーマンショック以来、毎年減少を続けていた日本の広告費でしたが、2012年がやっと増加に転じた年、となりました。

シェアの大きい順に各媒体を見ると、テレビが3, 0%増の1兆7757億円、次いでインターネット広告が7, 7%増の8, 680億円、新聞が4, 2%増の6, 242億円、雑誌0, 4%増の2, 551億円、そしてラジオが唯一マイナス0, 1%の1, 246億円でした。 (2012日本の広告費/電通)

「5年ぶりの増加」とはいうものの、2011年の東日本大震災の反動による増加の側面もあり、2007年のピーク時(7兆191億円)に比べて、まだ約8割程度の回復、という見方もできそうです。

仙台(宮城)の広告市場も、復興需要の業種を中心に拡大基調ではありますが、まだまだこれから、というところです。

さて、昨年のテレビ業界最大の話は、「視聴率順位」ではないでしょうか？

それまで、主にフジテレビ（以下フジ）と日本テレビ（以下日テレ）が独占（？）
していた3冠（全日・ゴールデン・プライム）の一角を、2012年頃から、
テレビ朝日が占めることが多くなりました。

その結果、2012年の年間視聴率順位は、

- 1位 日本テレビ
- 2位 テレビ朝日
- 3位 フジテレビ
- 4位 TBS

という順位に。

テレビ業界に衝撃が走り、テレ朝の躍進振りと共に、フジテレビの凋落が
取り沙汰されました。

そしてまたこれが、在仙の民放4局に直接大きく影響を及ぼしました。

体力的にも、自社番組制作比率の低い地方局は、ウラを返せばキー局の番組
比率が高いといえます。

それは地方局にとって、キー局の視聴率順位がダイレクトに影響する、と
いうことです。

「キー局がくしゃみをすれば、ローカル局が風邪をひく。」

テレ朝躍進と、フジ後退の要因については他誌の分析に譲るとして、キー局の順位に倣うように、在仙局の順位も変動が起きてきます。

数年前から県内での3冠王を奪取した日テレ系のミヤギテレビ(MMT)でしたが、3冠王堅持とまではいかなかったようです。

それでも、トータルで視聴率1位の座を守っています。

苦しいのが仙台放送(OX)。ミヤギテレビに3冠奪取されるまで、3冠王の常連でしたが、フジの視聴率低下を受け、このところ厳しい競争を強いられているようです。

隔世の感があるのが、東日本放送(KHB)。

在仙民放テレビの最後発局で、開局以来、視聴率競争で毎回3位～4位を争っていた局でしたが、今はトップ争いを演じています。

「よかったね、ぐりり。」

ちなみに、“ぐりり”とは、KHBのマスコットキャラクターです。

(MMTのマスコットが「だよん」、OXが「ジュニ」、KHBが「ぐりり」、そしてTBCが「ニュー1(ワン)」です。 がんばれ、「ニュー1」!)

《 トピックス 1 》

さてテレビといえば「視聴率」。
その数字に一喜一憂しているのは前述の通りですが、視聴率調査対象である、
視聴者のセグメント（区分け）について一言。

いつまでこの区分けを使い続けるのでしょうか？

ちなみに、今のセグメントは、

- ・ F 1 女性の 20 歳～ 34 歳
- ・ F 2 女性の 35 歳～ 49 歳
- ・ F 3 女性の 50 歳以上

- ・ M 1 男性の 20 歳～ 34 歳
- ・ M 2 男性の 35 歳～ 49 歳
- ・ M 3 男性の 50 歳以上

以前から、「この商品のターゲットは F 1 層で・・・」というように使われて
きました。確かに今でも消費をリードしている中心は F 1 層かも知れません。

生活者を男女各 3 層に区切って、大雑把に把握するには便利でした。

ただ、これだけ高齢社会（65 歳以上が全人口の 14% 超の状態）になり、
50 歳以上の年代のマインドも行動も、1 昔前と比べてはるかに変化して
いる現状を考えると、50 歳以上を丸ごと一つの「F 3」「M 3」として
良いのか、はなはだ疑問です。

新たなセグメント層の、F 4・M 4（65 歳～ 79 歳）や、はたまた F 5
・ M 5（80 歳以上）を登場させても良い頃、ではないでしょうか。

《 トピックス 2 》

「視聴率」ついでに、もう一つ。

今度は、ラジオについて。(ラジオは「聴取率」ですが。)

東日本大震災後に、テレビに比べて停電に対する強さと、ラジオ媒体の持つそのパーソナルな特性（よく言われるのが、テレビに比べリスナー個人に訴求する媒体）から、改めて見直されたラジオですが、その聴取率調査はテレビに比べ、いまだに前時代的です。

仙台地区は、2つの民放ラジオ局が共同で調査を行う「共同調査」エリアですが、その聴取率調査は、たった年一回の1週間（多くは6月か12月）であるばかりか、その調査方法も調査地域の仙台市内に居住する12～69才の男女を対象に、下記の方法で調査しています。

（目標有効標本数800人に対し「日記式訪問留置法」により、TBC・エフエム仙台・NHK第1・NHKエフエム・その他のラジオ局について調査）

「日記式訪問留置法」というとカッコ良く聞こえますが、要はリスナー自身による、自筆記入方式です。

これだけIT化が進んでいる現代。

もっと正確で、頻度の高い調査が可能なのではないでしょうか？

本書（４９頁）の目次（「完全版は１２０頁」）

はじめに

1. 仙台の特徴とメディアの特長

- ①首都圏との違い マーケットスケールは10分の1
でも外からは“青く”見える仙台市場
＜仙台人気質＞ ＜仙台人はキレイ好き＞ ＜在仙局概略＞
- ②最近のオープン施設
- ③仙台圏について
- ④支店経済
- ⑤6つのプロスポーツ

2. いま注目の媒体は・・・

- ・「アドピラー」
- ・「ホームドア広告」
- ・「ラッピングバス」、「ハーフ」・「フリーカット」・「戸袋ステッカー」
- ・「いまドキマガジン」
- ・「ルチカ」
- ・「ドクターサーチみやぎ」 & 「弁護士サーチみやぎ」
- ・その他

3. イベント

4. 媒体リスト

- ① 紙媒体
 - ・新聞
 - ・フリーペーパー&マガジン
 - ・有料情報誌
- ② 電波
 - ・テレビ
 - ・ラジオ
- ③その他

さいごに

《このダイジェスト版は、完全版の抜粋と要約です》

1. 仙台の特長、メディアの特長

- ① 「首都圏との違い マーケットスケールは10分の1
でも外からは“青い芝生”に見える仙台市場」

まず、仙台の都市的なプロフィールを少々。(ここでは本題ではないので、至極簡単に。詳しくは仙台市HPやヤフー、グーグルに譲るとします)

ご存じ独眼流「伊達政宗」公を初代藩主とする62万石の仙台藩を祖とする。
(ちなみに62万石は当時、加賀前田家の100万石、薩摩の島津家77万石に次ぐ全国3番目の石高)

現在の市の人口106万9,434人、世帯数486,053世帯。
(平成25年仙台市推計)

宮城県が人口約231万人、世帯数約941,000世帯ですから、県内のほぼ半数が、仙台市に集中していることとなります。(平成25年9月末)

つまり、少々荒っぽくいえば、仙台は人口的(マーケット的)に東京の約10分の1であり、日本の100分の1のスケールである、といえます。
ざっくりとですが、媒体の料金もその辺りのスケールで考えてみると、感覚的に把握できるのではないかと思います。

ちなみに、仙台の広告の市場規模は、約600億円前後といわれています。
これを100倍すると、ほぼ日本の総広告費約6兆円に相当します。
(*日本の2012広告市場は前述の通り、2011比3.2%の5兆8,913億円)



<仙台人気質>

一般に仙台人の気質としては、保守的でよそ者に対する警戒心が強い、といわれます。(これは仙台に限らず、地方都市全般に言える事だと思いますが)

また、縄張り意識が強く、同業同士の足の引張り合いが多い、などとも言われます。

そのせいか、都市の人口や規模では劣る新潟市などと比べて、全国区の企業の数が少ないという印象です。

(人口：新潟市約81万人：仙台市106万人／2012.10)

例えば、新潟市には亀田製菓や、切り餅で有名なサトウ食品工業、コメリ、そして福田組などがあります。

また、県まで広げると、コロナ（三条市）やブルボン（柏崎市）、ツインバード（燕市）、雪国まいたけ（南魚沼市）等があり、地元に残らず首都圏に積極的に打って出しています。

これに対し、仙台（宮城）はといえば、酒のやまやとアイリスオーヤマ位しか思い浮かびません。

(しかもそのアイリスも、元々は大阪が出自ですが・・・)

ここに来てやっと最近、「旨い鮭勘」や、牛たんの「利久」が、関東に勝負を賭けに進出して行きました。 頑張っって欲しいものです。

「出る杭は打たれる」環境下、悲しいかな、そのうちに大人しく小粒になってしまわないことを願います。

(思い起こせ！政宗魂！！)

《 トピックス 3 》

【仙台のエスカレーターは、関西流?!】

東京など、関東圏から初めて仙台に来られた方が戸惑うのがエスカレーターに乗るときの立ち位置です。

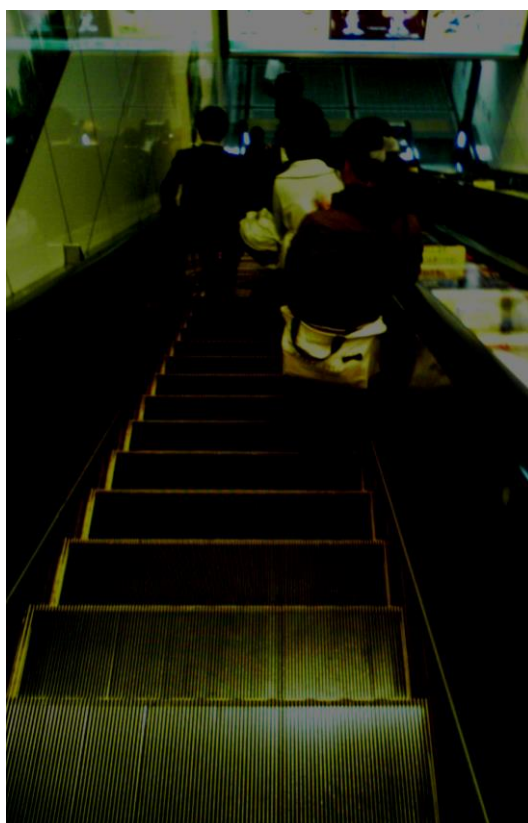
乗ったまま歩かずにじっとしている人は、関東では左。で、追い越しは右側。

ですが、仙台では逆が普通です。（特に、地下鉄などそうです）

仙台では何故か、追い越しが「左」で、追い越されるのが右側です。

（関東とは逆ですね。でも、「関西では仙台同様、追い越し左」と聞いたことがあります。）

まあ、「郷に入りては郷に従え」で、知っておいて損はないです。
もっとも、本来エスカレーターでは歩いたり、走ったりはNGなのですがね（笑）



<仙台人はキレイ好き>

さて余談ですが、本題の広告関連で言えば、仙台市地下鉄の車両内広告（中吊り広告や窓ステッカー）も、今でこそ全車両買切りの中吊りジャックが可能となり、ステッカーの貼れる窓枚数や種類が豊富になりました。

が、7～8年前までは首都圏に比べてシンプルというか、地味でした。地下鉄ホームで流れるBGMも、クラシックだったり、唱歌（！）だったりでした。（最近でこそ、“楽都”を意識して、ジャズフェスに合わせてジャズを流すなど、ジャンルも増えましたが・・・）

出張や転勤で、初めて仙台に来られた方は「キレイ」という意見とともに、それを「あまり活気がない」と感じる方も多かったようです。（かくいう私も、その一人でした。）

市営バスのラッピング広告も当時、申請しても仙台市はNGでした。東京都が都バスのラッピング広告に許可を出してから、仙台でもOKになった（平成11年）経緯があります。（「ラッピングバス」については後述。）

また仙台市には、都市の景観や街並みに関する条例（いわゆる街並み条例）がいくつもあり、屋外広告物条例と合わせて規制されています。

仙台は、他からよく緑や街並みがキレイといわれますが、その反面、活気や面白味に欠ける（？）という評価もあるようです。

《トピックス 4》

【「牛タン」と「冷やし中華」】

仙台発祥の名物といえば、まずはこの2つでしょうか？

「牛タン」（牛タン焼き）は、1948年に「太助」（タスケ、味太助）が牛タン専門店を出したというのが通説で、牛タン焼き発祥の店として知られています。

（牛タン焼き＋麦飯＋テールスープを基本とした「牛タン定食」が一般的。）

現在は、「喜助」や「伊達の牛たん」「べこ政宗」、そして今や県内外で30店舗以上を展開する前述の「利久」など、仙台牛たん振興会に加盟する店だけでも16社に登り、それぞれが味を競い合っています。（2012現在）

JR仙台駅3Fの新幹線中央改札口に程近い「牛たん通り」は、その立地から来仙者に好評のようです。

どこが一番美味しいかは、あなた自身の舌（タン）で比べてみて！？

さてもう一つの名物が、「冷やし中華」です。

冷やし中華の発祥には諸説ありますが、仙台人はみな、仙台市錦町の中華料理店「龍亭」発祥説、を支持しています。もちろん私も、です。

1937年頃、中華料理店の課題であった、夏の売上げ減少への対策メニューとして当時の店主が開発・流布した、というのが通説です。

他には、お土産の定番「笹かまぼこ」や、茹でた枝豆をすり潰した「ずんだ」を使った「ずんだもち」あたりが地元で根強い人気グルメでしょうか。

<在仙テレビ・ラジオ局>

さて、在仙のテレビ・ラジオについての概略です。（詳細は完全版にて）
テレビ局は民放が4局とNHKの計5局。

数年前に、テレビ東京が仙台に開設される、という報道がありましたが、今のところ、具体化はされてないようです。

民放4局とは、開局順に**東北放送**（JNN系列、略称TBC、テレビとラジオの両方を持つ。1952年東北初の民間放送局として開局）、**仙台放送**（FNN系列、略称OX、2005年より数年間視聴率3冠王、1962年開局）、**宮城テレビ放送**（NNN系列、略称MMT、以前は3冠王の常連、1970年開局）、**東日本放送**（ANN系列、略称KHB、最後発の1975年開局）です。

東北放送は、2012年に開局60周年の節目を、同じく仙台放送は開局50周年をそれぞれ迎えました。

2010年に開局40周年を迎えた宮城テレビ放送は、ここ数年視聴率競争で仙台放送の後塵を押し2位でしたが、40周年の2010年から見事年間視聴率3冠に返り咲きました。

（ちなみに視聴率3冠とは、「全日」6:00～24:00、「ゴールデン」19:00～22:00、「プライム」19:00～23:00の各時間区分すべての視聴率トップのことをいいます。）

ただし、昨年2012年から、KHBの猛追を受けているのは、「まえがき」で前述した通りです。

各局とも、月間・年間、そして年度の視聴率首位を狙って日々競い合っています。

ラジオは、全県をカバーするものとしては、前述のAM波の東北放送に対して、FM波のエフエム仙台（JFN系列、愛称Date fm、1982年開局）があります。

エフエム仙台も2012年に、開局30周年の区切りを迎えました。

また他に、全県よりはエリアの狭い、行政区を中心としたコミュニティFM局が県内に数局あります。

その筆頭は「ラジオ3（スリー）」で、コミュニティエフエムとはいえ、可聴人口は青葉区を中心に約130万人と、いまや侮れないメディアといえます。

「ラジオ3」以外では、泉区の「fmいずみ」、太白区「エフエムたいはく」塩釜市「BAY WAVE」、岩沼市「エフエムいわぬま」、石巻市の「ラジオ石巻」、登米市「H@!FM（はっとエフエム）」、大崎市の「B i k k i - FM（おおさきエフエム放送）」などがあります。

この他にも、東日本大震災により、ラジオの有用性が再認識され、主に防災や災害情報を中心としたコミュニティ局の開設計画が、名取市、栗原市、山元町、七ヶ浜町、亘理町など県内数カ所で持ち上がっています。

仙台には、宮城県を始めとする東北6県と新潟県の計7県のテレビ、ラジオのローカル局殆ど全局の支局がありますが、これは東北電力の供給カバーエリアが東北6県+新潟県を含む7県のため、必然的に東北電力本社のある仙台に、各放送局が支局を置くことになった様です。

震災直後から、7県内全局に持っていた、その東北電力一社単独提供のテレビ・ラジオの番組が、一斉に無くなりました。
各局とも提供番組はもちろん、スポットCMを含め、金額が大きかっただけに、その分の放送料収入をカバーするのに今も必死です。

一部、「省エネ」推進のスポットCMは戻ってきたものの、番組提供については今も休止されたままです。

一時、支局も含めてテレビとラジオのCMが、「携帯電話の事業者(キャリア)」と、「パチンコ店」に席卷された時期がありました。

(パチンコは、マルハンに代表される中央資本が本格進出した2004年、ケータイは、ナンバーポータビリティが自由化された2006年頃)

当時「携帯電話のキャリア」と「パチンコ店」のCM放送の比重が高く、この2業種を中心として、流通(百貨店やスーパー、家電量販店、ドラッグストア等)とマンションや住宅などの不動産、カーディーラーが割って入る、といった印象でした。

現在はテレビ・ラジオともその比重はずっと低くなっています。

それに代わって震災前後に増えたのが、「過払い金」請求を請け負うCMや、他県から進出してきたローコスト住宅のCM、でしょうか。

こうした仙台は、県外からみるとその市場は非常に美味しく映るようで様々な企業が入れ替わり立ち代り、仙台に進出しているのが現状です。

近年の主な商業施設だけでも、例えば2008年8月に「仙台パルコ」がJR仙台西口の仙台マークワン(ビル)の地下1F～地上9Fに入居し開業。

同年9月には仙台港後背地に「三井アウトレットパーク仙台港」がオープン。10月にはチェルシージャパン系列のアウトレットモール「仙台泉プレミアムアウトレット」とそれに隣接する泉パークタウン「タピオ」が同時オープン、と2008年は新たな大型商業施設の開業ラッシュでした。

2009年10月にはザ・モール仙台長町の隣接地に、ららぽーとマネジメントが運営する「ララガーデン長町」を開業。

さらに2010年8月、住友生命仙台中央ビル(通称SS30)の向かいの東北学院中・高校跡地に森トラストが仙台トラストタワーを竣工。

その超高層ビルに、外資系ホテル「ウェスティンホテル仙台」がオープンしました。

②「2011～2012」年の主なオープン施設

- ・2011. 4 東急ハンズ トラックマーケット
- ・2011. 7 アンパンマンこどもミュージアム&モール
- ・2011. 9 I K E A仙台ミニショップ
- ・2012. 7 Z E P P仙台 (クローズ)
- ・2012. 10 ゼビオアリーナ仙台
- ・2012. 11 H&Mさくら野店

・東急ハンズ トラックマーケット

2011年3月11日にオープン予定の同店だったが、この日、奇しくも東日本大震災が発生し、震災のため4月13日、泉中央駅直結の商業施設「セルバ」内にオープン。

東北で3番目の同店だが、もともと期間限定の予定のため、翌2012年4月に一旦営業を終了。

・アンパンマンこどもミュージアム&モール

横浜市、桑名市に続く3番目の施設が7月22日に仙台東口にオープン。

「それいけ！アンパンマン」をテーマにした、体験型施設。

当初、4/22のオープン予定だったが、震災の影響により3ヶ月遅れでオープン。

・I K E A仙台ミニショップ

2011年9月26日に、泉区パークタウン内紫山地区にミニショップとしてオープン。

通常店と比較して店舗面積で約26分の1（仙台店の1,500㎡に対して通常店の面積40,000㎡）、商品点数で約18分の1（仙台店の約500点に対して、通常店約9,000点）のサイズ。

だが、2014秋には、太白区あすと長町地区に、ほぼフルサイズに近い通常店がオープンする予定。

- ・ゼビオアリーナ仙台

2012年10月5日に、スポーツ用品販売のゼビオ（本社：福島県郡山市）が仙台市太白区にあすと長町地区にオープンした、多目的アリーナ。

述べ床面積は、約1万平方メートルで最高天井高が約20メートル。
最大収容人数は約6,000人。

bjリーグの仙台89ERSのホーム戦会場や、ライブなどのイベント会場としても使用される。

その特徴は、天吊り4面のセンターマルチディスプレイや、LEDのリボン・ビジョンと音響を効果的に使った会場演出で、雰囲気はまさに本場NBAのバスケットコートのように。

- ・「H&M」さくら野店

ファストファッションで若者に人気のブランド「H&M」が、仙台駅前の百貨店さくら野内に、2012年11月3日オープンした。

スウェーデン発の同ブランドは、スペインの「ZARA」、アメリカの「フォーエバー21」と並ぶファストファッションの雄。

日本国内21番目、東北では同店が初出店となり、オープン当日は若い女性を中心に行列ができる。

《 トピックス 5 》

仙台水族館

2013年2月15日、仙台港後背地に予定する（仮称）「仙台水族館」の
建設計画が正式に発表されました。

これは、三井物産・横浜八景島・カメイ・ユアテック・河北新報社・仙台
三越の6社で構成する、仙台水族館開発が建設を行うもの。

仙台東部道路の仙台港IC近くの高砂中央公園整備地に、地上2階建て、
延べ床面積約1万平方メートルの水族館を建設する計画。

完成は、2015年春を予定。

今回の新会社は、“東北の復興を象徴する水族館”をコンセプトに掲げ、
開業初年度の来場者目標を、約13万人と見込んでいるもよう。

水族館建設をめぐっては、当初老朽化したマリニピア松島水族館の移転計画が
あったものの、同水族館の運営会社の資金不足から着工目前に計画が頓挫した
経緯がありました。

今回こそは、もう“水に流される”ことはないでしょう。

③「仙台圏」について

仙台市とその周辺のベッドタウンを合わせて、よく「仙台圏」または仙台都市圏という表現をします。

(北は富谷町、大和町、塩釜市、利府町、松島町、南は名取市、岩沼市のあたりまで含む)

仙台圏は、仙台市を中心に北部の富谷町・大和町・大郷町・大衡町、東部の塩釜市・多賀城市・利府町・七ヶ浜町・松島町、南部の名取市・岩沼市・亘理町・山元町の4地域から成る人口約147万人の都市圏で、県内人口の約64%をカバーする商圏です。

そのため、仙台圏は仙台での広告や販促、そしてメディアを理解する上で重要なキーワードといえます。

例えば、電波媒体は県内全域カバーが基本ですが、情報紙や折り込みチラシは、投下コストとレスポンスとの費用対効果から、仙台圏に絞って投入することが良く行なわれます。

後述する新聞「河北新報」も、その朝刊に仙台圏版ともいえる「エリア限定企画」があります。(購読率の関係で、河北新報の仙台圏の発行部数は29万部です)

④「支店経済の仙台」

仙台を形容する言葉に「支店経済」があります。

これは、以前から良くいわれることですが、東北の要衝としての位置付けから、各企業が東京と札幌の中間点として、東北エリアでは仙台を拠点としてブランチを置いてきました。

現在、宮城県外に本社があり、仙台地区にその出先としてブランチを置く数は、約1万事業所です。（平成21年版仙台市統計書による）

ただし、このデータは、平成18年の調査であり、実感としては、一時よりもっと減っていると感じます。

その理由として、交通網（特に新幹線）の発達により、仙台に拠点を置かなくても、ある程度用事が済んでしまうことや、経済環境の悪化が挙げられます。

事実、仙台のブランチを閉めて、その社屋や社員寮が売られ、その跡地に分譲マンションが建つ例が、一時多く見受けられました。

ただし、震災後に、行政の誘致や被災地支援の観点等から、仙台やその周辺に事業所を置く企業が増えました。

その代表が、「アマゾン」や「groupon」、「ヤフー」です。

アマゾンやgrouponは、震災後仙台市内にコールセンターの開設を表明しています。

（アマゾンは、2012・2月に仙台トラストタワーにコールセンターを開設）

また、ヤフーは、石巻市に復興支援事業に取り組む現地オフィスとして、

「ヤフー石巻復興ベース（Y-LD）」をオープンさせた。

IT系は行動が早い、ですね。

変わったところでは、「築地銀だこ」を展開する㈱ホットランドが、

震災後2011年12月に、群馬県桐生市の本社を、石巻市に移転しています。

ちなみに、仙台という街は通勤族にはおおむね好評で、仙台に来たばかりの通勤族クライアントに「仙台の印象はどうですか？」と聞くと「食べ物が美味しい」「海や山があり、空気もきれい」「温泉が近い」「街のスケールが大きすぎず、小さすぎず丁度いい」などの答えが返ってきます。

短所としては、「思ったより、図書館などの文教施設が少ない」「地下鉄の運賃が高い」「雪は少ないが、冬はやっぱり寒い」などがありました。

長く仙台にお住まいの年長者にお聞きすると、15～20年くらい前までは仙台の夏は、クーラー無しで十分過ごせたのだ、といいます。

その方いわく、最近は風の向きが変わり、温暖化も加わってエアコンなしの夏は考えられない、そうですが・・・。

という訳で、ここ最近は上記の感想に、「夏も思ったより暑い！！」が追加されています。(笑)

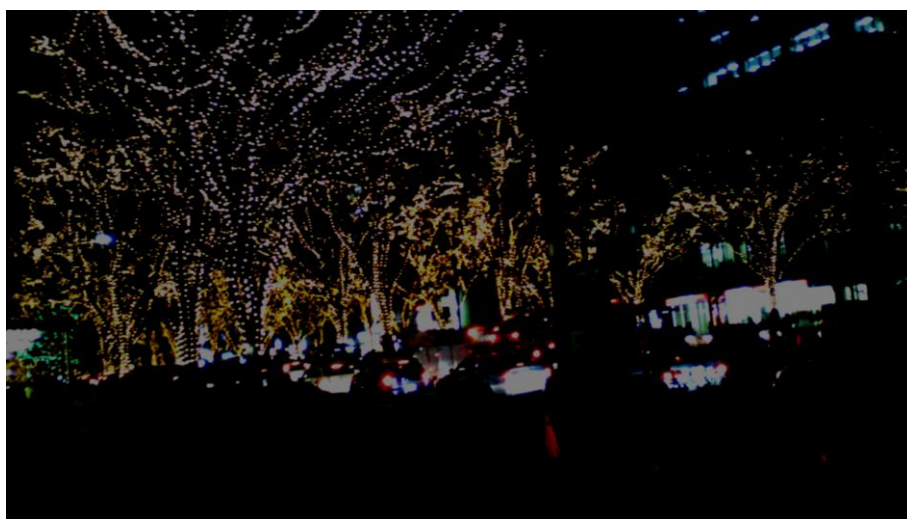
そうはいつでも、通勤族の中には仙台が気に入って、そのまま仙台に住み着いてしまう方もいらっしゃいますので、街の魅力はあるのではないのでしょうか？

その他、「支店経済」以外の仙台の形容詞をちょっと思い付くまま挙げてみると、まずはやはり『杜の都仙台』、そして『学都仙台』や『楽都仙台』（どちらも発音は“ガクトセンダイ”）などがあります。

『杜の都仙台』は、JR仙台駅を降りて街の中心口である、西口ペデストリアンデッキに立って正面に伸びる広い通り（「青葉通り」アオバドオリ）を臨むと、納得いただけると思います。

この青葉通りをはじめ、その北に並行して走る「定禅寺通り」（ジョウゼンジドオリ）は、県木であるケヤキが植栽され、市民に潤いを与えています。

さらにこの2つの通りは、12月の仙台の冬の風物詩となった「仙台光のページェント」のメインストリートでもあります。



定禅寺通りのページェント風景

さて、『学都仙台』ですが、文字通り仙台は、大学や短大・専門学校が多い都市です。

(ちなみに学生数は7万人を超え、1万人当りの大学生数は、政令指定都市比較で京都市、福岡市に次ぐ3位の477人<2010仙台市HP>)

東北の中心といわれるだけに、東北各県から学生が集まり、当然アパート、下宿の数も多いです。

聞くとところによると、東北の学生の親御さんの中には、かわいい自分の娘(息子)を「“危ない”東京には行かせたくないが、仙台までなら許す!」のだそうです。

『楽都仙台』は、ここ最近いわれ出した(言い出した?)ように思います。

毎年9月に開催する「定禅寺ストリートジャズフェスティバル」(略してジャズフェス)や「仙台クラシックコンサート」(略して仙クラ)などの市民参加型のイベントが定着してきました。

特に「ジャズフェス」(例年、9月第2土日に開催)は開催期間中、あながち誇張ではなく、仙台の中心街がライブ会場に変身します。

今はジャズ以外のジャンルもOKで、基本的に無料で聞けるため、出演者も聴衆も、老若男女が楽しめるイベントになりました。

また、ジャズフェスに限らず他にもそうですが、ボランティアが活躍するイベントでもあります。

《 トピックス 6 》

多賀城市図書館

2013年7月11日、宮城県多賀城市は、「TSUTAYA」を展開するカルチャ・コンビニエンス・クラブ（以下CCC）と、多賀城市図書館を中心とする市街地整備事業について提携すると発表し、CCCの増田CEOと多賀城市の菊地市長が合意文書を交わした。

多賀城市は、仙台市の北東に隣接する、人口約6200人の都市。東日本大震災で、津波により市の約1/3が浸水。震災復興事業として、JR多賀城駅周辺の整備を計画。その中核施設として図書館を位置付けている。完成は、2015年を予定。

CCCが、公共図書館をプロデュースするのはこれが2件目。1件目は、今年4月にリニューアルオープンした、佐賀県武雄市の「武雄市図書館」。

館内に、蔦谷書店やスターバックスコーヒーが入店し、また本の貸し出しに「Tカード」を使い、Tポイントが付くサービス等が好評で、オープン3ヶ月で、前年1年間の来館者を上回る26万人が利用した、という。

貸し出し数も、前年の年間7万7000冊から、3ヶ月で14万9000冊と大幅に増加した。

多賀城市図書館では、カフェに加え食事も提供したい（CCC）としている。

個人情報の管理等で、同図書館のCCCへの運営委託については、賛否両論があるようです。が、「街の魅力」は確実に上がり、利用者も増加するのは間違いないでしょう。

⑤ 「6つのプロスポーツ」

仙台には2013年現在、5種目6つのプロスポーツがあります。

古い順に、サッカーの『ベガルタ仙台』（1994年運営会社(株)東北ハンドレッドを設立し、チーム名を「ブランメル仙台」としてプロサッカーチーム発足。現在は、社名もベガルタ仙台。）2002年にはJ - 1昇格を果たすも2004年にJ - 2に降格、そして2010年に再度J - 1昇格）

野球の『東北楽天ゴールデンイーグルス』（2004年楽天野球団創設、当時はホリエもんこと堀江氏のライブドアと楽天が、球団創設で争った結果楽天に決まったのでした）

2006年から、初代田尾さんの後を受けて監督となった知将野村監督は、2009年には、球団創設以来初のAクラス入り（パ・リーグ2位）を果たし、その手腕を発揮。その後ブラウン監督を挟んで2011年の、闘将星野監督へ。そして、2013シーズンに球団創設9年目にして初の日本一に輝いたのは、ご承知の通り。

バスケットの『仙台89ERS（エイティナイナーズ）』（2004年創立、運営会社(株)仙台スポーツリンク。

2006年「センダイガールズプロレスリング」、2011年7月に宮城県初のVリーグ女子クラブチームとなった「仙台ベルフィーユ」（運営会社(株)トゥエルヴ）、最後に2012年には女子サッカーの「ベガルタ仙台レディース」が発足し、6チームとなりました。

同じ在仙のプロスポーツですが、その運営スタイルやスケールはかなり違います。良くも悪くも、その運営母体の特長を表している気がします。

（ちなみにベガルタは、宮城県が24, 9%、仙台市が23, 5%の出資者です。）

4チームの本拠地としては、ベガルタ仙台が「ユアテックスタジアム」（仙台スタジアム）、楽天イーグルスが「クリネックススタジアム宮城」（宮城球場、当初はフルキャストスタジアム）、89ERSは仙台市体育館、ベルフィーユが富谷スポーツセンター・多賀城体育館です。また、3チームは「仙台プロスポーツネット」を構成、協力しています。

89 ERSは、会場が屋内という制約上ホームの観客動員数で、他の2大スポーツに比べて不利ですが、ホームゲーム1試合平均約2,600名（09-10年）の動員があります。

（10-11年は、震災の影響により52試合中、36試合でシーズンを終了）

ただし、直近の2012-2013シーズンは、1試合平均1,824人に。

これは、シーズンの成績（20勝32敗の負け越し、東地区7位）がそのまま観客動員に反映されたことと、もう一つは新設された「ゼビオアリーナ」（前述）の使用交渉が想定通りに進まず、結果ホームゲーム26試合中、平日開催が10日間と多かったことが集客に影響したようです。

またベガルタ仙台がホーム1試合平均15,086名（2012年度H24.2/1～H25.1/31）、今シーズン優勝した楽天イーグルスのホーム（主催試合72試合）が、1試合平均で初めて17,000名を越え、17,793名（2013年）でした。

2010年のホームゲーム比較では、若干キャパシティの狭いベガルタ仙台の方が（約17,000名）が、楽天イーグルス（約16,000名）よりも動員力で勝っていましたが、逆転したようです。

やはり、観客動員の一番の妙薬は、「勝利」なのかも知れません。

《 トピックス 7 》

オリックスと楽天イーグルス

2013年11月3日、読売ジャイアンツとの日本シリーズ第7戦を制し、シリーズ対戦成績4勝3敗で、東北楽天ゴールデンイーグルスが日本シリーズを制覇、球団創設9年目で初の日本一に輝きました。

シリーズ最終戦、前日160球を投げて惜敗した田中投手が、9回からマウンドに上り、最後のバッターを三振に仕留めて胴上げ投手となったのでした。

今シーズン、開幕から負けなしでペナントレースを投げ、クライマックスも勝ち、そのままシリーズも土付かずか、と思われていた矢先の第6戦の敗戦だっただけに、なんともドラマチックな最終戦でした。

思い出されるのが、1995年のオリックス。(当時は、「オリックス・ブルーウェーブ」。) その年、1月17日に「阪神淡路大震災」が発生。

震災後、練習もままならない中、被災者を励まそうと選手達は、復興を願う合言葉「がんばろうKOBÉ」のワッペンを、ユニフォームの袖に付けてシーズンを戦ったのでした。

被災後間もない時期、開催も危ぶまれた神戸球場での開幕戦には、なんと3万人の観衆が・・・開幕戦を勝利で飾ったチームは快進撃を続け、そのシーズン見事優勝に輝いたのでした。

当時オリックスの監督だった故仰木さんが、10年後次のように語っています。

「コンディションは、最悪でした。優勝できたことが不思議なくらい。当時はおとなしい子(選手)ばかりで、頼りなかった。それが、気持ち一つで変わる。人間の瀬戸際の強さを感じた。プロ野球選手が気持ちを一つにするなんて、なかなか難しいこと。復興への思いが団結心を生んだ。すごい、と思った。みなさんから『元気づけられた』といわれたが、逆だった。神戸で試合をしていなかったら、絶対に優勝はなかった・・・。」(神戸新聞より)

人間て強いなあ、と思います。そして人々の思いや願いは、大きな力となって届くのだと思います、きっと。
そういえば、今期レギュラーシーズン最終の対戦相手は誰だろう、オリックスでしたね。

人が集まるところ、広告・販促がある訳で、それぞれの会場での看板や
広告ボード、販促イベント等にも注意しておきたいところです。

特に人気のあるところでは、企業名や商品名を冠とした「企業協賛デー」や
「マッチデースポンサー」を両チームとも実施しています。

(例えば、「〇〇〇ナイター」や「〇〇〇デー」で、〇〇〇に企業名や商品名を
入れることにより企業や商品のPRに。変わったところでは、「登米市PRナイター」
や「～がんばろう東北～おいしい山形さくらんぼナイター」など。)

料金は両者ともそれなりに掛かりますが、その日1日、会場であるスタジアムを
イベントや広告などで協賛企業一色に染められる！（協賛メリットの内容は、
2社によって違いはありますが、試合冠名の決定権や協賛デー告知での商標・
肖像権使用、スタジアムツアーの実施や会場大型ビジョンでのCM、始球式や
エスコートキッズ等盛りだくさん）とあって好評です。

また仙台にも、公共施設へのネーミングライツの波は押し寄せ、上記2チーム
のホーム以外にも、利府にある県の競技場グランディ21が「セキスイハイム
スーパーアリーナ」（その前はホットハウススーパーアリーナ）に、宮城県民
会館が「東京エレクトロンホール宮城」に、なっています。

さらに最近では、青年文化センターが「日立システムズホール仙台」（株日立
システムズ、7/1～）に、仙台市科学館が「スリーエム仙台市科学館」（住友
スリーエム、6/15～）に、それぞれ新しい呼称となりました。

2. いま注目の媒体は？

ここ2～3年、テレビもラジオも、そしてそれ以上に新聞も元気がありません。その中で健闘しているのが、O. O. H (O u t O f H o m e) 広告です。地下鉄仙台駅の「アドピラー」は一時期空き枠がない位に掲出されています。

また最近、地下鉄ホームからの落下防止の「ホームドア」(フェンス)の設置に伴い、「ホームドアステッカー」が登場しています。

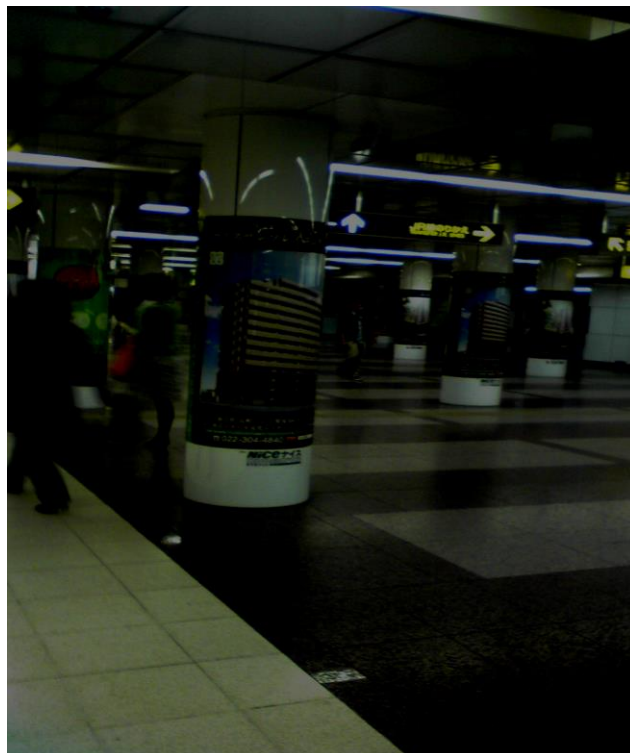
・「アドピラー」とは？

仙台市地下鉄駅の通路(改札の内外あり)にある円柱に巻く「柱巻き広告」のことです。

駅によって柱の本数や、掲出場所が改札内外と異なりますが、仙台駅の場合、最大58本のアドピラーが可能です。

その内訳は、東セット12本、西セット11本、中セット11本、東西セット14本(以上改札外)、そして改札内セット10本の計58本です。

今のところ、仙台市地下鉄は南北線のみで、駅数は全17駅。そしてアドピラーは、仙台駅以外の駅でも掲出可能です。



・「ホームドアステッカー」

駅ホームからの転落防止や触車事故防止を目的に、仙台市地下鉄でも平成22年に、地下鉄全17駅に“可動式ホームドア”が設置されました。

これに伴い、ホーム柵面への広告枠が新規に設定されました。

その最大の魅力は広告のサイズで、ご覧の写真でもお分かりの通り、タテ90cm×ヨコ260cmの大型広告が最小1ヶ月単位から希望駅の希望枠（空き枠があれば）に比較的リーズナブルに掲出できます。掲載枚数の制限はありません。

ちなみに、最も安い駅で1ヶ月12,000円、最も高い仙台駅でも、1ヶ月の掲載料は85,000円です。（*同駅2枚以上の場合割引あり）



・「ラッピングバス」

車体全面（天井と車体下を除く4面）を広告フィルムで装飾したバスが、「ラッピングバス」です。

仙台市内には、市営バスと宮城交通の2社のラッピングバスが走っています。市バスのラッピング広告も導入10年以上が経ち、いまや完全に市民の間に定着し、街ナカの顔になっています。

ちなみに現在、市営のラッピングバスは約80台ほどが運行していますが、ピーク時には100台を超えるカラフルなバスが市内を走行していました。

文字通り「走る広告塔」として人気があります。

1台よりも2台、3台とバスの契約台数が増えると、1台あたりの掲出料金が安くなります。

おおよそ、1台の年間契約で掲出料として約120万円。（市バスの場合）これにラッピング広告の制作料・取付け料が契約料と同じくらい掛かります。

市営バスのラッピング広告には、業種やデザイン・使用する色等に細かい規制があり、例えば消費者金融やギャンブル、風俗関係は掲出できません。



*フルラッピングバス(上)

・「ハーフ」「フリーカット」「大型戸袋ステッカー」

最近はバスのボディ全面でなく、少し小振りなサイズの「ハーフラッピング」や、広告の形状が自由な上、絵柄やロゴを切り離れたデザイン等も可能で比較的安価な「フリーカットステッカー」などのバリエーションもあります。

また、さらにはバス乗降口の戸袋のところに、大型のステッカー広告を掲出することができるようになりました。

料金も安価で、掲出料金は1台1ヶ月間1万円～（大型戸袋ステッカー）と、短期からでも手軽に利用できる媒体です。



*フリーカットステッカー(上)と大型戸袋ステッカー(下)



・「いまドキマガジン」

フジテレビの朝の情報番組「めざましテレビ」のタイアップ誌『めざましマガジン 仙台版』として、2007年12月に創刊。

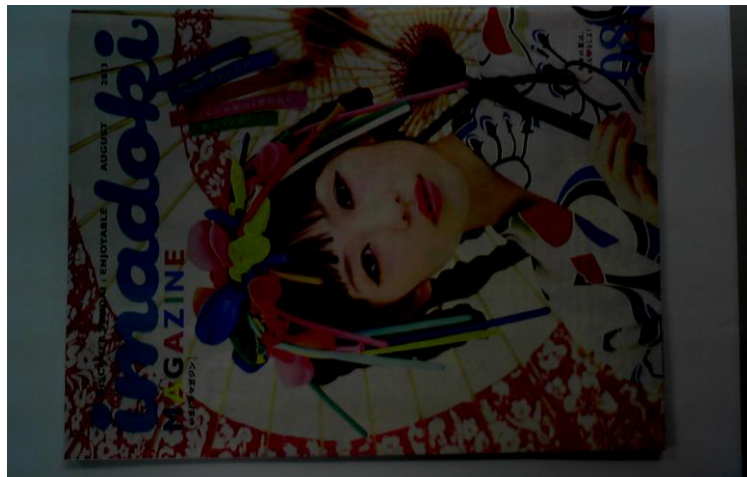
その後、2010年2月に仙台放送発行のオリジナル誌として、現在のタイトルに改称。「めざましマガジン」発行当時は3万部でしたが、現在は5万部に増刷。

生い立ちがF-1層（女性20～29歳）に強いフジの特長を生かした番組連動誌だっただけに、現在もファッションやグルメ情報にあふれた誌面作りとなっており、誌面でのタイアップにも非常に積極的です。（媒体の詳細データは後述）

オリジナル誌となった現在も、ファッションを軸に仙台のトレンドやカルチャーなどターゲットに関心のあるジャンルを充実。

また、自社バラエティ番組「あらあらかしこ」やスポットCM、携帯サイトと連動したクロスメディア展開が可能で、他誌との差別化を図っています。

それにしても、フジの商売上手は以前からですが、仙台放送はその系列局ですので、しっかりその血筋は引いているようで、「いまドキマガジン」や後述の〇〇サーチ、「ウィンターパーク」（光のページェント時の期間限定のスケート場）と、まさに“ミニフジ”です。やるもんです。



・「ルチカ」

2013年4月創刊の“遊びも仕事もアクティブでいたい、仙台女子のためのライフスタイルマガジン”が、『ルチカ』。

毎月25日発行の月刊誌。

ターゲットは、仙台中心部で働く25～35歳の女子。

発行は「仙台ぱど」で、部数は6万部。

6万部のうち、半数の30,000部が地下鉄駅やJR駅、および市内中心部のコンビニ等のラックに設置。

15,000部をオフィス・店舗配布・希望者配送、残る15,000部を街頭での直接配布。

発行が「仙台ぱど」だけに、ぱど同様クーポン誌と思われがちですが、イメージ的には、シティリビングやS-スタイル、いまドキマガジンに近い。

ただし、ぱどの強みを生かし、仙台市内のグルメに関するショップ情報はもちろんのこと、エステやヘアサロンなどのリラクゼーション関連、コスメや旅行、そしてブライダルやスクール情報までを網羅した作りとなっており、そのためページ数も毎号60ページ前後となっています。

(媒体の詳細データは後述)



・「ドクターサーチみやぎ」 & 「弁護士サーチみやぎ」

「ドクターサーチみやぎ」とは、仙台放送が運営する、宮城県内の病院や医院など、医療施設の検索サイトです。（2008年6月に開設）

仙台市医師会や、宮城県歯科医師会の協力により、基本的には県内すべての医療施設の簡易情報（名称・住所・電話番号・地図まで）を網羅。また、有料で診療時間や休診情報、診療科目、医院の特長、外観や院長の写真や医院のHPへのリンク、求人情報掲載が可能。

前述の「いまドキマガジン」や自局のテレビCMとのメディアミックス等で、同サイトへの月間アクセス数は、約20万PV。PCはもちろん、モバイルからのアクセスも可能。

また最近では、製薬メーカーと共催で、「ドクターサーチみやぎ健康セミナー」（入場無料）を定期的に実施中。

「弁護士サーチみやぎ」は、「ドクターサーチみやぎ」の成功を受けて、2011年2月に開設。

これは、法律に関する問題が発生した時に、その相談内容に合った県内の弁護士や、弁護士事務所を検索できるサイト。仙台弁護士会に登録している約190名の弁護士と県内約100の弁護士事務所を検索することができるというもの。

媒体としては、両サイトともトップページに「バナー広告」枠を設置。

また、「ドクターサーチみやぎ」は、仙台放送との共催で「健康セミナー」（300～1000名規模）の実施も可能で、すでに30回を超えるセミナーを開催している。

・ 月刊「ままぱれ」

休刊・廃刊の多い県内フリーペーパーの中、**2009年**創刊ながら浸透してきているのが同誌。

毎号「ママと子」で飾る表紙をはじめ、誌面の多くに読者が登場する、文字通り“読者参加型”の情報誌。
(表紙の背景も、殆どがクライアント先での撮影)

「ままぱれ会員」(約3,000名)を組織し、本誌のほか、HP、メルマガ、モバイル等のメディアミックスが可能。

また、発行元が印刷会社という特色を活かし、一定枠の広告掲載クライアントにはほぼ郵送料のみで同会員あてのハガキDM展開のサービスも。

東北放送とタイアップし、同テレビ番組欄をセンターに挟み込みする代わりに同テレビで、「ままぱれ」の定期的なパブリシティあり。

流通系アンケートや化粧品モニター、学校見学バスツアー等で高反応らしくその実数を媒体資料に記載するなど、高いレスポンスがクライアントに好評。

・月刊「ロハス・メディカル」仙台版（現在休刊中）

“医と健康の院内フリーマガジン”『ロハス・メディカル』の仙台版として、2011年4月に創刊。

「ロハス・マガジン」（首都圏版）は、2005年10月に創刊の月刊誌。基幹病院の勤務医や開業医薬剤師、看護師そして外来患者を読者とした媒体。首都圏を中心に、17万部発行。

首都圏の基幹病院180施設以上に配布・設置。その配布も、媒体から病院に対しての営業活動を行わず、病院側からの要望を受けて設置。

また無料誌でありながら、有料商業誌と比べても誌面に占める広告比率を低く設定（10年実績で5～17%）しているため誌面に埋没しづらい等、独自の媒体ビジョンで展開。

特に、その誌面作りは、毎号の編集記事を全国の第一線で活躍する35人の医師が、テーマ設定、記事構成、原稿案などを各段階ごとにキャッチボールを行い、記事の原型を作成。

ゲラができると、それぞれのリーダー（教授や病院長など）が記事の見方に偏りがいないか、抜けはないかなどを監修のうえ発行するため、信頼度が高い。（下記HPより出典）

仙台版は、首都圏での評判から、地元の熱い要望を受けて発行を開始。仙台版は首都圏版のセンターに宮城県エリアの地元情報8ページを追加した体裁（32ページ）で発行していたが、残念ながら現在休刊。

<概要>

毎月20日ころ配布・設置。

発行部数：1万部

体 裁：カラーB5版、32ページ前後

詳細は首都圏版発行先HP（<http://lohasmedical.jp/>）

3. イベント

① 「第23回仙台国際ハーフマラソン大会」 (愛称: 杜の都ハーフ2013)

- ・開催日/2013年5月12日(日)
- ・参加者数/12,733名

1991年に「仙台ハーフマラソン」として、第一回大会を開催
その後、2005年の第15回大会から国際大会化。

第21回の2011年は、東日本大震災のため中止。
翌2012年の第22回大会より、一般参加者を含む1万人規模の
市民マラソンとなりました。

また同年からゲストランナーとして、シドニーオリンピック・女子マラソン
金メダリストの高橋尚子さんを招待。 解説は、これも恒例の増田明美さん。

ちなみに今大会の女子の優勝者は、アテネオリンピック・女子マラソン優勝
者の、野口みずきさん。

杜の都仙台も、世のマラソンブームの波を受け、それまでの選手選考の大会
からリニューアルして、一般参加可能なマラソン大会へと変身しました。

イベントには広告・販促は付き物で、同大会主催者はTBC東北放送が、
仙台市や仙台市陸上競技協会等とともに名を連ねると同時に、大会のテレビ
番組を制作して、県内はもとより東北他県へも中継しています。

もちろん、番組提供CMや大会協賛が可能です。

《 トピックス 7 》

市民マラソンの台所事情

2007年の東京マラソンの誕生後、マラソンブーム・ランニング人気は、あつを絶ちませんが、その台所事情は決して楽ではないようです。

たとえば、火付け役の東京マラソン2013の場合、参加者が3万6000人で、運営経費が約19億円といわれていますので、単純計算（車イスや海外参加者を除き）で参加者一人あたりにかかる費用は、約53,000円にもなります。

同大会のマラソンへの参加料は、10,000円（国外除く）ですので、参加料だけでは当然、赤字になります。

東京の場合は、20社を超える大手企業の協賛や、テレビの放映権等でかなりの補填ができていたことは想像に難くないところですが、地方にとっては、そうはいきません。

そんな中、「湘南国際マラソン」は、企画会社が行政の補助金なしで運営を行い、第4回までは赤字だったものが、最近では収支が合うようになってきたといえます。

フルマラソンとはいえ、参加料が東京と同じ1万円で、参加者数も約2万4000人規模に育ったことによるスケールメリットが出た効果もあります。

同社によると、経費約2億5000万円は、ほとんど参加料で賄われているというのですが、それだけではなく、協賛広告料を足繁く集めて収入を増やし、またボランティア等を上手く活用して運営経費を削減してこそ、の“快走”でしょう。

② 仙台（宮城）の5大祭りとその動員数

- 「**仙台青葉まつり**」 平成25年5月18日(土)・19日(日)
(開催：5月の第3日曜日とその前日の2日間 *2011は震災の影響で中止)
平成25年のテーマは「明日の力を 百万人の情熱祭」
2日間の人出は、過去最高の96万人。
- 「**仙台七夕まつり**」 平成25年8月6日(火)～8日(木)
(開催：8月6日～8日の3日間)
今年3日間の人出は、平日ながら206,3万人。
- 「**仙台・定禅寺ストリートジャズフェスティバル**」 平成24年9月9日(土)・10日(日)
(開催：例年9月第2土日の2日間)
平成25年のテーマは「音楽は無限大」
平成24年の人出は、過去最多だった前年の79万人を上回る84万人。
- 「**みちのくYOSAKOIまつり**」 平成23年10月8日(土)・9日(日)
(開催：例年、体育の日前日と前々日の2日間)
平成23年は、78万人の人出。
- 「**SENDAI光のページェント**」 平成24年12月7日(金)～31(月)
(開催：従来12/17～31の17日間だったが、近年は12/初旬～31までに)
平成22年は、275万人の人出。

歩道にあるこれ、知ってますか？ ヒント：「仙台七夕」を支えるモノ



答え：七夕飾りの竹竿を入れる穴(写真は、そのフタ。文字通りこれで支えています)

2013 Media-PR All Rights Reserved.[41]

3. 媒体リスト

《紙媒体》

◎新聞

「河北新報」

- ・本紙 朝刊 総発行部数 約485,000部(うち県内 470,000部)
夕刊 約100,000部
(* 朝刊世帯シェア約 51,8%)

《本紙企画》

①セクションAD

ブランケット版4ページ(全60段)フルカラー印刷、本紙と同時折込み・配布

- ・Aタイプ:宮城県全域(465000部)対応の場合/620万円(消費税・制作費別途)
- ・Bタイプ:仙台圏全域(285000部)対応の場合/400万円(消費税・制作費別途)

* 展開例:ケーズデンキ、大塚家具

②生活ホットライン (掲載可能日は、月～木、日曜日)

A/カラー全5段相当(タイトル分のみ縮小あり)

サイズ:タテ177(全5段)×ヨコ360mm(全5段は385)

掲載料:110万円

* カラー全5段の掲載料(単発198,5万円)と比べると格安!

B/カラー半5段相当(タイトル分のみ縮小あり)

サイズ:タテ177(全5段)×ヨコ173mm(半5段は191)

掲載料:60万円

* カラー半5段の掲載料(単発107,25万円)と比べると格安

③ADクリップ (掲載可能日は、月～水)

約5段1/4のスペースで、出稿回数が増えるほど割安となる企画

- ・月、水、金の朝刊に掲載可能
- ・回数は、6ヶ月に3回の掲載でカラー24万円(モノクロ20万円)から、6ヶ月48回以上の場合のカラー15万円(モノクロ12,5万円)まで10ランクの設定あり。
(ただし、営業広告のみ)

④アドハイライト（掲載可能日は、火・木）

1／2枠(0, 75段分)、1枠(1, 5段分)2枠(3段分)の3種ある記事体広告企画。
(基本はモノクロ)

・火曜日 1／2枠(0, 75段分) 12, 5万円

1枠(1, 5段分) 25万円

2枠(3段分) 50万円

・木曜日 1／2枠(0, 75段分) 13万円

1枠(1, 5段分) 26万円

2枠(3段分) 52万円

* 上記には、取材制作費も含まれています。

* また写真、イラスト、地図をカラーにしたい場合はプラス1万円

⑤雑報企画（うち代表例のみ抜粋）

・テレビ面プライムスペース

一回48万円（回数割引あり）サイズ：天地10, 5×左右11, 5cm

・1面 カラー突出し

一回37, 8万円

サイズ：天地10, 5×左右5, 25cm

・スポーツ面 大型カラー突出し

一回50万(日～水)55万円(木～土) サイズ：天地14, 1×左右9, 4cm

◎フリーペーパー（河北系）

河北新報読者へのサービスが前提のため、基本は購読世帯への配布が中心。

ただし、費用的に全県でなく、仙台圏のみの配布や、逆に新聞折り込みだけでなく、地下鉄 駅や、街頭配布のものもあり。

<週刊>

・河北ウィークリー(オープン媒体)

・週刊オーレ(クローズ媒体／代理店1社買切り媒体)

<月刊>

・「Piatto」(ピアット)

誌名・体裁変更の大幅リニューアルでタブロイド版に

<隔週刊>

・求人ガイド(オープン媒体)隔週日曜発行、タブロイド版、カラー4P、293000部

また最近は、WEB化の波を受け、企業PR・リリース情報発信のビジネス情報WEBサイトを今春開始した。

・「河北BIZナビ」

・WEB掲載料：1万円／月額、入力料：1万円程度／月額、（月間平均約10万PV）

本サイトである河北新報HP「KOLNET」(月間約120万PV)と相互リンクあり。

◎河北以外のフリーペーパー

<朝日新聞系>

「朝日ウィル」 <<休刊>>

【ちょっとリッチで好奇心旺盛なマーケットリーダーが読者】

30代～60代の都市型生活者にスポットを当て、暮らしを豊かにする生活情報や楽しい文化情報を掲載。旅のガイド、地元に関連した出来事、プレゼントやお便りコーナーなど読者参加型の企画も。

配布エリア 宮城県全域、山形県村山・最上エリア

配布方法 新聞折込

ターゲット 女性／25～29歳／30～34歳／35～39歳／40～49歳／50～59歳／60歳

以上／主婦／ファミリー

発行部数 130,000部

体裁 タブロイド版 全11段組 カラー8ページ

段単価 90,000円(フロントは10%増し)

発行形態 週刊

発行日 毎週火曜日

創刊日 1985年4月

「スポーツボイス」(休刊)

<産経新聞系>

「リビング仙台」

【仙台のミセスに一番近い生活情報紙】

初めて部数認証を受けたフリーペーパーで、主婦を対象に同じ生活者の目線からホットな情報を発信。地域に密着した内容と多彩な紙面づくりで、創刊以来高い共感を得ている。担当エリアのリビングレディが配布。一方的な情報配信だけでなく、行動を引き起こすアクションメディアとしての機能を実現でき、レスポンス効果アップに結びつくイベントやプロモーション展開も可能。また、フリーペーパーには珍しく紙面にチラシ折込みが可能。

配布エリア 仙台市、多賀城市、名取市、大和町、富谷町、利府町

配布方法 ポスティング／宅配

ターゲット 25～29歳／30～34歳／35～39歳／40～49歳／50～59歳／主婦

発行部数 244,000部

体裁 タブロイド版 全13段 カラー16ページ

段単価 130,000円 (ペイドの場合は160,000円)

発行スケジュール 週刊

発行日 毎週土曜

創刊日 1983年4月

「シティリビング」

<日経新聞系>

「楽園倶楽部」

◎その他フリーペーパー & フリーマガジン

<仙台放送>

「いまドキマガジン」

【番組・CM・携帯サイトと連動したクロスメディア型フリーマガジン】

情報番組「あらあらかしこ」内のコーナー「いまドキ★mobileTV」と連動した情報を発信。また発売日前後のテレビCMや、携帯サイト「いまドキ★mobile」などとのクロスメディア展開が可能。 イベントとの連動や、タイアップ企画にも積極的。

配布エリア 宮城県、山形県、福島県(一部)

配布方法 仙台圏商業施設やコンビニ「サンクス」での設置、発行日の街頭配布

ターゲット 20～30代前半の男女(特に女性)

発行部数 50,000部

体裁 A4変形版 カラー40～48ページ

料金 中面1頁 380,000円(単発)、見開き720,000円、1/4頁150,000円など

発行スケジュール 月刊

発行日 原則毎月最終金曜日

新創刊 2010年2月

<印刷系>

「ままぱれ」

【子育てママにうれしい生活情報フリーマガジン】

毎号「ママと子」で飾る表紙をはじめ、誌面の多くに読者が登場する「読者参加型」の情報誌。「ままぱれ会員」(約3,000名)を組織し、本誌のほか、HP、メルマガ、モバイル、そして発行元が印刷会社という特色を活かしたDM展開が可能。

東北放送のテレビ番組欄をセンターに挟み込み。同テレビで、「ままぱれ」の定期的パブリシティあり。またアンケートやモニター等の高レスポンスがクライアントに好評。

配布エリア 宮城県内

配布方法 みやぎ生協・ホワイト急便全店への設置&毎日新聞折り込みなど

ターゲット 20~30代のママ(約7割)

発行部数 100,000部

体裁 A4版 カラー—26~40ページ

料金 中面1頁 300,000円(単発)、見開き500,000円、1/4頁150,000円など

発行スケジュール 月刊

発行日 毎月1日

創刊 2009年3月

<スクール系>

「アクタレイア」

Actaleia(アクタレイア)

【働く女性のワーキングスタイル発見フリーマガジン】

読者と同世代の女性のインタビューや、仕事をする上でのワンポイントアドバイスなどを掲載し働く女性を応援。

宮城・仙台のオススメスポットやカフェ・レストランの紹介、地元企業や地場製品の紹介など地域密着型の誌面構成。

配布エリア: 仙台市内(青葉区、宮城野区、若林区、太白区、泉区)

配布方法 街頭ラック/企業配布/宅配/郵送

ラック設置駅: 仙台地下鉄各駅、その他 病院/オフィス/美容院/学校

ターゲット 女性/25~29歳/30~34歳/35~39歳/40~49歳/OL/主婦

発行部数 25,000部

体裁 A4版カラー16~24 ページ

料金 中面1頁 200,000円、見開き400,000円、1/2頁120,000円など

発行形態 隔月

発行日 奇数月末日

創刊日 2007年8月

<リビング系>

「あんふあん」

【幼稚園をステージに、園児とママにまっすぐ届く情報誌】

『あんふあん』は、先生から園児へ、園児からお母さんへ確実に手渡される媒体。
(社)私立幼稚園連合会・連盟・協会の承認・協力媒体として首都圏(東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県)、関西、東海、北海道、東北、九州の私立幼稚園を中心に毎月定期的に無料配布しているメディア。読者特性は、100%子育て中のお母さん。
園児と母親が楽しめるような紙面づくりのため、限られた読者層には効果が期待できる。特に食品、アパレル、おもちゃなどの反応が良いらしい。

配布都道府県 青森／岩手／宮城／秋田／山形／福島(東北版の場合)

地域詳細 各地域の登録幼稚園

配布場所 学校(幼稚園)

配布方法 先生から園児、園児からその親に手渡し

ターゲット 女性／25～29歳／30～34歳／35～39歳／主婦／ファミリー

発行部数 東北版 部(総部数707,915部)

体裁 冊子／A4 カラー32～52ページ

料金 東北版中面1頁 440,000円(ペイドは1頁500,000円)1／2頁 28万円(32万円)

発行形態 月刊

発行日 毎月中旬頃

創刊日 2001年5月

<その他>

「ぱど」

「ロハス・メディカル」

「HOLIDAY」

「ペットWIZ」

「シルバーネット」

「PRISM(プリズム)」

「ホテカラGO」

「eチケット」

「レインボーナーサリー」

「仙台ポスト」

<新聞折込みカレンダー型>

「かほびよんカレンダー」

「読売カレンダー」

「日経カレンダー」

<ポスティングカバー紙型>

「仙台マル得ナビ」

◎有料情報誌

仙台タウン情報「Sースタイル」(月刊)
「りらく」(月刊)
「仙台経済界」(隔月奇数月刊)
「東北じゃらん」(月刊)
「Kappo仙台闊歩」(隔月偶数月刊)
「仙台っこ」(隔月偶数月刊)

《電 波》

◎テレビ

「東北放送」

・仙台国際ハーフマラソン、TBC夏まつり

「仙台放送」

・ドクターサーチみやぎ、いまだキモバイル、サンプルスクエア、仙台マルシェ、他

「宮城テレビ放送」

・24時間テレビ、ミヤギテレビ杯女子オープンゴルフ、子育て応援団すこやか2010・・・、
ディズニーオンアイス、杜の都全日本大学女子駅伝、

「東日本放送」

・松島ハーフマラソン、KHBフリーマーケット

◎ラジオ

「東北放送」(AM波)

・ラジオカー ・電話インタビュー ・コールサインスポット

「エフエム仙台」(FM波)

・FM版ラジオカー「デリラジ」

・電話インタビュー

◎ケーブルTV

「キャベツ」 「CAT-V」

◎コミュニティFM

◎試写会 (テレビ・ラジオ・新聞社主催)

◎交通広告

・バス／ラッピング、ハーフ、ポスター、他

・地下鉄／ホームフェンス、中吊り、中吊りジャック、額面、ステッカー、他

・JR／JR仙台駅：内照看板、コンコース広告、JR各線広告、他

◎街角ビジョン

・アオバビジョン、スーパーライザ、他

ネット ◎アリTV ◎仙台経済新聞 ◎ローカルクーポンサイト

その他 ◎ベロタクシー ◎電柱広告 ◎消火栓広告

さいごに

本書はダイジェスト版のため、ごくごく基本的な項目や、あるいは媒体名しかご紹介できなかった頁もあります。

が、まずはこれをきっかけに、さらに仙台のメディアに関心を持って頂けたら幸いです。本書の目的もそこにあります。

そして、仙台の特長、メディアの特長をご理解いただき、適材適所に活用いただくことで貴社の活動をより効率的で有益なものにして頂けたらと思います。

ダイジェスト版ですが、媒体によっては単なるプロフィールだけではなく、媒体資料にはない、リアルな情報も載せたつもりです。

(実際に日々各メディアと交渉し出稿している著者達だからこそ書ける内容です)ここで紹介できなかった媒体につきましては、完全版をご覧ください。

「メディア」は生き物です。

各メディアには終了した企画や、期間限定的に派生する企画、あるいは媒体自体が無くなることもあったりで、完全版でもそれを全部網羅することは不可能といえます。

これはもう日々、情報を更新するしかありません。

もし、そんな最新情報をあなたの方が早く入手しましたら、お知らせください。

また、本書に関するご感想・ご指摘等ございましたらご連絡ください。

本書が少しでも、皆さまのお役に立てれば嬉しい限りです。

■仙台メディアガイド (ダイジェスト版)

■本書 (ダイジェスト版) の再配布はご自由にどうぞ

■制作・著作：金塚 弘 (株式会社メディアPR・仙台メディア研究会主宰)

〒982-0014

仙台市太白区大野田1-3-2-310

TEL022-248-2142 FAX022-248-9832

URL : <http://media-pr.jimdo.com/>

Email : hkanezuka@yahoo.co.jp