

# ハイブリッド印刷を利用した新聞広告

中日本新聞社 広告局局長 川島 ひろし  
博志

今年5月に全日本広告連盟名古屋大会が開催されるのに合わせて、アナログとデジタルの印刷機を併用した「ハイブリッド印刷」による新聞広告に挑戦した。

当社が採用したのはコダック製「プロスパー」(写真1)。高さ60センチメートルのインクジェット装置で、輪転機から折り機に至る途中部分に取り付け、毎秒10メートルもの速度で印刷されている走行紙に、高速でインキを吹き付ける仕組みだ。

本番の全広連大会に向けたテスト版が3月28日付中日スポーツ「ビンゴ新聞」。創刊60周年記念企画として、1面に可変印刷でビンゴカードを掲載。ビンゴが成立した応募者から抽選で60人に、1万円の百貨店共通券をプレゼントする企画である。新聞公正競争規約をクリアするため、1か月以上の定期購読者を応募条件とし、掲載日を含む3日間で30件の当選数字を広告紙面で発表した。ビンゴ成立は2割という確率で、応募総数は3585通。応募率はオープン懸賞でも1%程度のところ、ビンゴ新聞は5%近くとなり、関心の高さを示した。広告主はビール会社、家電量販店やテレビ局などだったが、「日本初のビンゴ新聞という面白い特集に協賛できた」と好評を博した。

そして、いよいよ全広連大会に照準を合わせた広告特集。可変印刷を使用して、いかに面白い新聞を作るかに苦心した。ビンゴは分かりやすいが、賞品がないと盛り上がらない。賞品を付けると、新聞公正競争規約の景品にあたり、さまざまな制限がある。また、可変印刷ならではの広告主メリットを加味しなければならない。

その産みの苦しみから生まれたのが「ナゴヤポプカ



写真1＝インクジェット装置「プロスパー」

ル新聞」(写真2)。「ポプカル」とは大衆文化を意味するポップカルチャーの略語で、1面には名古屋を拠点とするアイドルグループSKE48を起用した。

1面の左肩に可変印刷を駆使した、55万通りの「ポプカルお



写真2＝ナゴヤポプカル新聞

みくじ」、その下に3種類のクーポン広告、記事下の5段広告中におみくじと連動した8種類の二次元コードを掲載。そこから広告主のキャンペーンサイトへ飛ぶ仕掛けを作った。同時に、中面の記事や広告でも当社のゲームアプリ「メクリー」のAR(拡張現実)機能を使って、関連する動画が再生される設定にした。その結果、新聞に縁遠い若年層をターゲットにした面白い新聞となった。

## 広告主サイトへの誘引効果

読者の反響は、広告主のキャンペーンサイトへの流入が、掲載日前日の722PV(ページビュー)に対し掲載日には2660PV(3.7倍)、翌日は3万6586PV(50倍)に跳ね上がった。ツイッターなどのウェブ上でもSKE48の北海道のファンから「ナゴヤでポプカル新聞が出て、タイムラインやリツイートがすごい」など情報が拡散。中面のAR企画でも1100～1700件の動画が再生された。協賛いただいた広告主からも「アクセスという具体的な数字で広告効果の可視化ができた」と好評だった。

新聞製作の上流部分はIT化が進んだが、最終段階の印刷部分はアナログ技術に止まっている。ハイブリッド印刷での可変印刷は新たな新聞の魅力づくりに役立つと実感する一方、可変という仕組みをどう生かして表現するのが難しいと痛感した。