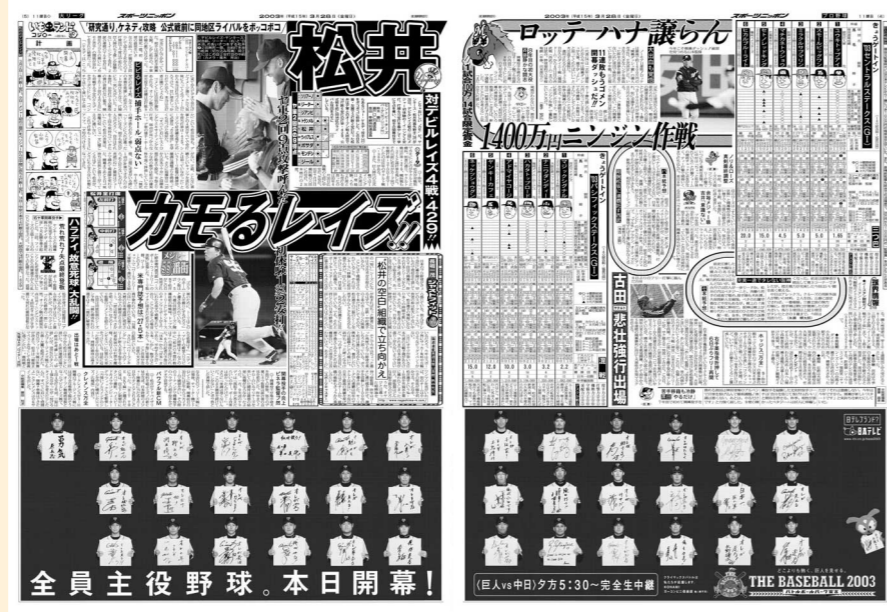


注目度NO.1のプロ野球面、「人」に焦点を当てた紙面作り。MLB記事もボリュームアップ。

スポニチの記事の中でも一番注目度が高いのが、プロ野球面。コアなファンから、毎日の話題探しに記事を読む人まで、幅広い読者に支持されています。スポーツ紙初のニューヨーク支局を開設、特派員と現地通信員がフル稼働し、メジャーリーグの記事をボリュームアップしました。スポニチの野球面は、旬のチームをメインに展開。「人」にスポットを当て、「その日のヒーローは誰か」を明確にしています。データは、ゲームの流れ・原稿内容に合ったものを効果的に配置。補強・移籍などの球界人事情報を細かく掲載しているのが特徴です。



チームのひとりひとりが「主役」となり、日テレの野球中継を盛り上げていく意気込みを、巨人軍各選手・監督のメッセージとともに、開幕当日の全5段見開きで表現。野球への関心の高い読者層に開幕戦への期待感を生み出すことを狙いました。

(日本テレビ放送網株式会社 広報局宣伝部)

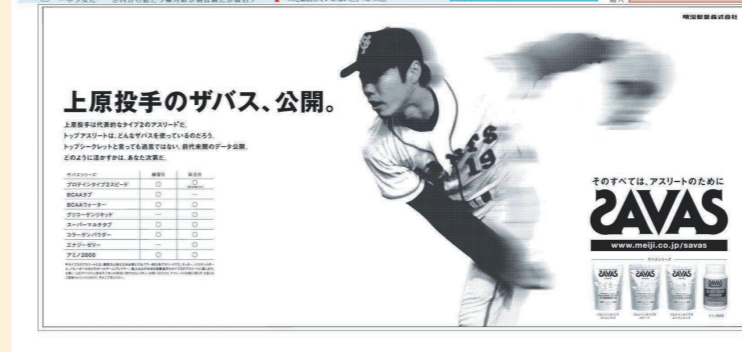
日本テレビ放送網株式会社
2003年3月28日付

記事中広告の特性を生かし、松井選手のコラム「メジャー55番街」との相乗効果と、紙面の定位置へ連日掲載することで累積効果を図りました。また必要最小限の情報を的確に発信し、読者に分かりやすく伝えることを目的としました。

(株式会社エイチ・アイ・エス 広報宣伝課)



株式会社エイチ・アイ・エス
2003年4月22日付



明治製菓株式会社
2003年3月29日付

「SAVAS」キャラクターの巨人軍・上原浩治投手。プロ野球ファン、そしてジャイアンツファンが注目する3月28日の開幕戦翌日に掲載することで、「SAVAS」の商品PRとあわせて上原浩治投手へエールを送りました。

(明治製菓株式会社 食料マーケティング統括部)

株式会社 ナムコ
2003年4月3日付



前作よりもさらにバージョンアップしたノンフィクション野球ゲーム「熱チュー!プロ野球2003」。発売当日のプロ野球面に、商品特性をシンプルかつ堂々と訴求する広告を出稿することで、幅広い野球ファンの注目を集められると考えました。

(株式会社ナムコ CTカンパニー セールス&プロモーショングループ広告宣伝チーム)

メジャーリーグ

担当記者のメッセージ

野球部
甘利 陽一



97年からメジャーリーグを担当しています。松井の移籍でますます注目が出てきたメジャーリーグ。日本のプロ野球との違いを、日本では知られていない外国人選手や夢に向かって頑張っている日本人選手たちの情報も含めて、まるで球場にいるかのような臨場感でお伝えします。

プロ野球

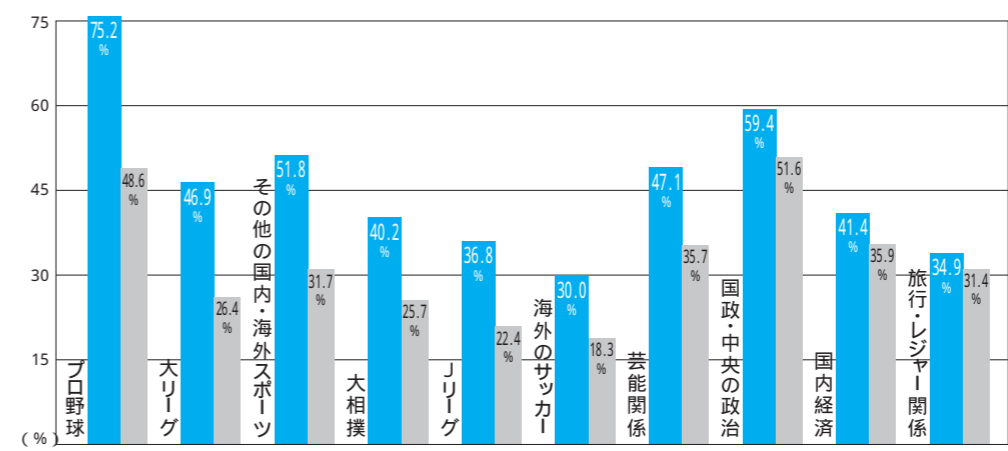
担当記者のメッセージ

野球部
白鳥 健太郎



ファンの皆様に満足して頂くのはもちろん、思わず笑ってしまうようなエピソード、野球に詳しくない方にも「なるほど」と思っただけのような記事が心がけています。スポニチ・プロ野球面の、その日のポイントが一目で分かるようにし、一日の活力として頂けるような紙面づくりを目指します。

【ふだん読む新聞記事ジャンル】



データ出展: J-READ

スポーツ大好きで情報に敏感なスポニチ読者。スポニチ読者がふだん読む新聞記事を全国の個人と比較してみると、プロ野球が26.6%ポイント高と、際立った差が出ています。その他のジャンルでも、やはりスポーツへの関心が高いことが分かります。また、政治、経済、芸能記事もよく読んでおり、情報に敏感な読者像が浮かび上がっています。