



サンタクロース搜索企画

■担当部署 広告局、電子メディア局、道新デジタルメディア
■連絡先 広告局営業本部営業第3部 / 電話：011-210-6021

概要

北海道新聞社では、サンタクロースを捜す「どうしんサンタ搜索チーム」の活動を記事体広告で展開する「サンタクロース搜索企画」を2010年に立ち上げ、2013年秋で4年目となりました。ターゲットは、サンタクロースを信じている確率の高い幼稚園から小学生の子どもを持つ親世代を中心に置いています。協賛社の数も、初年度からの3年間で約3倍に増えました。協賛社の業種は百貨店・商業施設、住宅メーカー、飲料メーカーなど多岐にわたり、サンタ記事のストーリーに協賛社の商材やキャンペーンなどを自然な形で組み込み、親子で読んでもらえるような仕掛けにしています。また、2013年度はAR（拡張現実）を取り入れることにより、娯楽性を強化しました。

企画が生まれた背景や意図・ねらい

昨今の時代背景から、心が温まり笑顔になる企画を作ろうと立案しました。ヒントになったのが、米国でのサンタクロースにまつわるエピソードでした。北米航空宇宙防衛司令部（NORAD）が「サンタクロースは今どこにいるの？」と子どもから掛かってきた間違い電話をきっかけに、架空のサンタ搜索サイトを立ち上げ、全米の子どもたちに夢を与えたというものです。このエピソードをヒントに、新聞社の持つ信頼性や社会性を生かし、新聞の体裁でサンタクロース搜索関連記事を展開すれば、大きな反響が得られると考えました。

反響

毎年、紙面掲載後にツイッターやブログなどのウェブメディアで大きな反響があります。地元ラジオ局の人気番組や、テレビ朝日の朝の情報番組「モーニングバード！」でも取り上げられ、北海道外からも掲載紙の購買申し込みがありました。また協賛社の中には、掲載日の来店客数が前年比120%という好結果につながった百貨店もありました。新聞社がフィクションに取り組むことに対する懸念はありましたが、読者調査でも約8割の方に賛同いただき、広告主企業からも高い評価を得ています。

親子で読める記事体広告



サンタクロース搜索企画のスタートを伝える記事体広告
(北海道新聞 2013年11月22日付朝刊)



サンタクロースの搜索状況を伝える記事体広告
(左=北海道新聞 2013年12月12日付朝刊、右=同12月24日付朝刊)

