

特集

# 売れている商品は どう新聞広告を使っているか

## — 健康志向の食品 3つの事例 —

新聞広告の接触回数を増やし商品認知を拡大する 06  
— 機能性表示食品・恵 megumi ガセリ菌SP株ヨーグルト —  
相沢利規 (雪印メグミルク株式会社)

世の中にメッセージを伝えるために新聞は重要 10  
— チョコレート「乳酸菌ショコラ」「おいしいハイカカオ」—  
犬飼美穂子 (株式会社ロッテ)

新聞広告中心の地道なコミュニケーションが実ってきた 14  
— 「麹だけでつくったあまさけ」の広告展開 —  
浜崎こずえ (株式会社八海山)

健康志向の食品と新聞広告の親和性が高い理由 18  
小川孔輔 (法政大学経営大学院)

保健機能食品についての基礎知識 22

【リレーコラム】 つながらない。だから真実につながる。 02  
新聞広告について (最終回) 小西利行 (コピーライター/クリエイティブディレクター)

from America 肥満大国アメリカは「健康意識高い系」? 23

from Europe 食品の社会的テーマが人々の共感を生む 23

from Asia 「食べる」の前にあるマーケティング 23

AD REVIEW 各地から発信される食品広告 26

読み解き読者調査 食品や飲料の購入銘柄はどのように選ばれているか 28

マーケポン (最終回) 仕事がつらい 32  
平塚元明 (マーケティングプランナー)

リーディングトレンド (最終回) プレミアムフライデー 34

今日の新聞見た? 第一三共ヘルスケア 36

ojo interview 自分の好きなことをやって人が喜んでくれるのがうれしい 38  
砥川直大 (アサツー ディ・ケイ クリエイティブディレクター)

「大手小町」が刷新 30

世界らん展日本大賞2017 31