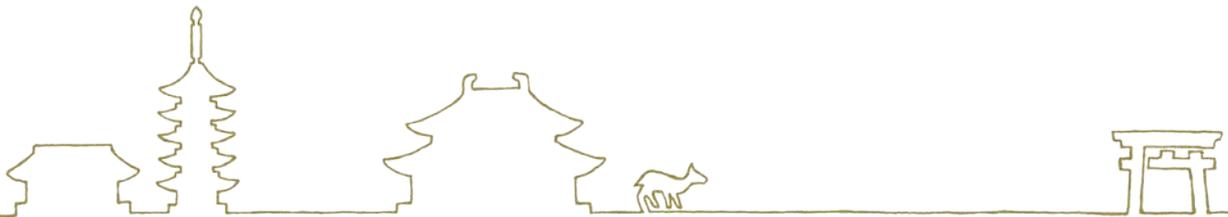


 NARA NEWS PAPER



www.nara-np.co.jp



CROSS MEDIA COMPANY NARA SHIMBUN

MEDIA GUIDE

奈良新聞メディアガイド

奈良新聞社

NARA SHIMBUN

新聞激戦区の奈良県。きめ細やかな報道で 県民に支持される発行部数を堅持しています

奈良新聞は日本新聞協会に加盟する奈良県唯一の地方紙です。地元・奈良に密着したきめ細やかな報道を通して、充実した紙面づくりに日夜、力を注いでいます。大都市圏の大阪府・京都府、東海圏の三重県、そして和歌山県など取り囲むように隣接している特長から、奈良県を軸に媒体特性を活かした広域的な広告展開が可能です。

奈良新聞発行部数

92,500部

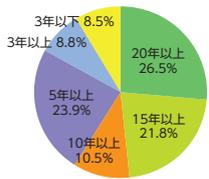
自社公称発行部数、2023年4月

- ◎ 発行形態：朝刊単独紙(1版刷)
- ◎ 購読料：月ぎめ……3,500円(税込)
一部売り……150円(税込)
- ◎ 販売形態：新聞販売店(所)からの宅配(98.7%)、
郵送による定期購読・コンビニなどでの即売(1.3%)
- ◎ 読者構成：前進の「大和タイムス」以来、県紙・郷土紙として全県下で購読されています。
特に県内の政治・経済活動の動向、地域の身近な話題や文化・スポーツなどの詳細な情報を提供することで、県内の官公庁や企業、地域活性化に取り組むオピニオンリーダー、教育や趣味の輪を広げたい一般の方々々に支持されています。

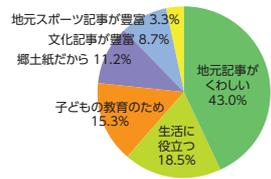
発行エリア

奈良県内全域及び京都府木津川市・相楽郡の一部
奈良県世帯数:約60万4000世帯 普及率:15.5%

購読年数



紙面への評価



紙面の特徴

政治・経済

国政から県内の各市町村まで、行政の取り組みや議会の動きなどを詳報。県内企業の動向や新製品、新サービスなどの情報を発信。首長や企業のトップインタビューなどの企画も充実しています。

社会

伝統行事や地域の身近な情報、地元で活躍する人々、イベントを細かく取材。県内で起こった事件・事故の詳細だけでなく、地域の安全情報の発信で県民の暮らしに貢献します。

文化・スポーツ

奈良県の豊富な文化・歴史遺産を全国に発信。最新の遺跡発掘情報なども全国から注目が集まります。プロスポーツだけでなく、スポーツで頑張る地域の子どもたちや学校などを積極的に取り上げ、応援します。



文化



身近な話題

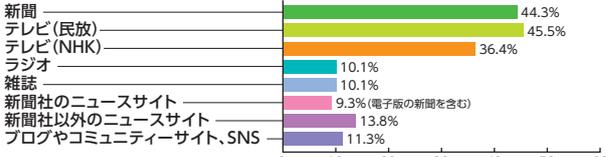


MEDIA DATA

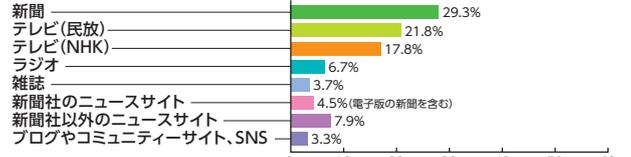
資料:日本新聞協会広告委員会「2015年全国メディア接触・評価調査」

【社会性】を示す項目に関する各メディアの印象・評価 (複数回答、n=3,845)

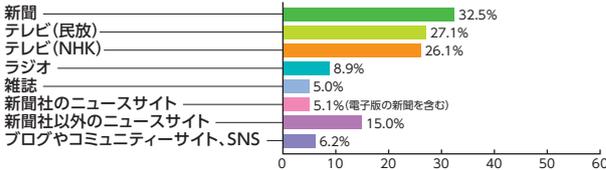
社会に対する影響力がある



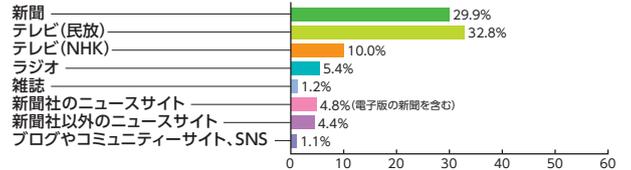
社会の一員としてこのメディアに触れていることは大切だ



情報源として欠かせない

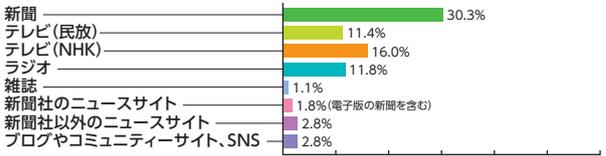


情報の信頼性が高い

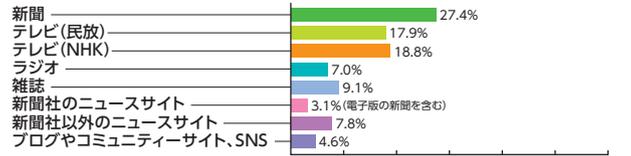


【実用性】を示す項目に関する各メディアの印象・評価 (複数回答、n=3,845)

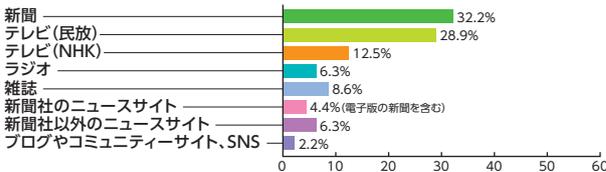
地域に密着している



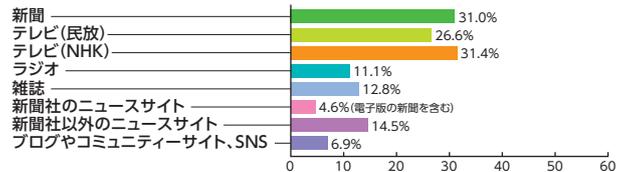
読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る



教養を高めるのに役立つ



日常生活に役立つ



各メディアの印象・評価

| | 新聞 | テレビ(NHK) | テレビ(民放) | ラジオ | 雑誌 | 新聞社のニュースサイト (電子版の新聞を含む) | 新聞社以外のニュースサイト | ブログやコミュニティサイト、SNS |
|----------------------------|-------|----------|---------|-------|-------|----------------------------|---------------|-------------------|
| 知的である | 42.2% | 36.8% | 6.9% | 7.0% | 4.0% | 7.8% | 3.6% | 1.6% |
| 安心できる | 35.0% | 38.0% | 13.8% | 10.3% | 3.4% | 4.8% | 4.0% | 1.3% |
| 親しみやすい | 25.9% | 21.3% | 52.2% | 22.5% | 19.6% | 4.9% | 17.7% | 13.1% |
| 分かりやすい | 25.2% | 28.3% | 31.1% | 9.4% | 11.2% | 5.8% | 14.4% | 4.8% |
| 楽しい | 8.6% | 15.0% | 47.8% | 17.3% | 23.4% | 2.4% | 11.7% | 13.9% |
| 社会に対する影響力がある | 44.3% | 45.5% | 36.4% | 10.1% | 10.1% | 9.3% | 13.8% | 11.3% |
| 時代を先取りしている | 6.6% | 9.1% | 17.1% | 3.1% | 11.2% | 6.5% | 14.5% | 10.9% |
| 自分の視野を広げてくれる | 32.9% | 24.1% | 23.0% | 9.7% | 15.9% | 5.7% | 12.6% | 8.7% |
| 話のネタになる | 30.1% | 21.7% | 45.1% | 15.9% | 22.8% | 6.6% | 21.2% | 15.7% |
| 情報が正確である | 29.1% | 30.9% | 10.7% | 6.4% | 2.1% | 5.2% | 4.9% | 1.4% |
| 情報量が多い | 27.5% | 18.5% | 23.6% | 5.5% | 8.0% | 8.4% | 17.2% | 7.6% |
| 情報源として欠かせない | 32.5% | 27.1% | 26.1% | 8.9% | 5.0% | 5.1% | 15.0% | 6.2% |
| 情報が速い | 8.7% | 28.4% | 25.6% | 12.1% | 1.6% | 14.0% | 31.1% | 11.5% |
| 情報が詳しい | 25.1% | 20.1% | 14.2% | 3.9% | 7.0% | 5.5% | 8.3% | 2.8% |
| 情報の信頼性が高い | 29.9% | 32.8% | 10.0% | 5.4% | 1.2% | 4.8% | 4.4% | 1.1% |
| 情報が整理されている | 27.8% | 22.6% | 10.9% | 4.2% | 4.4% | 5.7% | 7.7% | 1.3% |
| 多種多様な情報を知ることができる | 26.1% | 18.7% | 29.6% | 9.8% | 12.6% | 8.1% | 20.3% | 9.7% |
| バランスよく情報が得られる | 24.8% | 17.7% | 16.2% | 4.7% | 2.4% | 4.5% | 9.8% | 1.8% |
| 中立・公正である | 15.3% | 24.1% | 6.0% | 3.8% | 0.9% | 2.1% | 2.5% | 1.0% |
| 世論を形成する力がある | 28.8% | 28.6% | 20.9% | 5.4% | 3.9% | 5.4% | 7.5% | 5.1% |
| 世の中の動きを幅広くとらえている | 27.0% | 22.9% | 19.5% | 5.7% | 4.4% | 5.3% | 10.5% | 4.0% |
| 情報の重要度がよくわかる | 22.8% | 22.2% | 12.6% | 4.1% | 1.8% | 4.0% | 5.7% | 1.5% |
| 手軽に見聞きできる | 28.0% | 24.3% | 40.8% | 19.9% | 14.7% | 9.8% | 25.9% | 13.8% |
| 集中して見聞きする | 19.9% | 14.6% | 10.9% | 5.1% | 4.5% | 3.1% | 6.2% | 2.9% |
| 仕事に役立つ | 24.1% | 15.3% | 11.9% | 5.5% | 4.6% | 5.3% | 9.2% | 2.9% |
| 日常生活に役立つ | 31.0% | 26.6% | 31.4% | 11.1% | 12.8% | 4.6% | 14.5% | 6.9% |
| 教養を高めるのに役立つ | 32.2% | 28.9% | 12.5% | 6.3% | 8.6% | 4.4% | 6.3% | 2.2% |
| 地域に密着している | 30.3% | 11.4% | 16.0% | 11.8% | 1.1% | 1.8% | 2.8% | 2.8% |
| 物事の全体像を把握することができる | 21.8% | 16.3% | 12.6% | 3.4% | 2.4% | 3.5% | 5.8% | 1.9% |
| 読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る | 27.4% | 17.9% | 18.8% | 7.0% | 9.1% | 3.1% | 7.8% | 4.6% |
| 社会の一員としてこのメディアに触れていることは大切だ | 29.3% | 21.8% | 17.8% | 6.7% | 3.7% | 4.5% | 7.9% | 3.3% |
| 物事の背景がよくわかる | 18.6% | 16.5% | 14.4% | 3.2% | 3.3% | 3.2% | 5.3% | 2.4% |
| 就職活動をするために重要な情報源である | 17.8% | 8.7% | 6.2% | 2.2% | 2.8% | 4.5% | 6.0% | 3.0% |
| イメージがわからない・評価できない | 8.3% | 11.2% | 7.3% | 30.4% | 25.1% | 45.3% | 31.2% | 43.6% |
| 無回答 | 4.9% | 6.0% | 6.4% | 15.5% | 15.2% | 21.0% | 16.4% | 19.7% |

オレンジ色は各評価項目ごとに最も高いスコア

STRONG POINT

メディアミックスによる効果的な情報発信を実現

奈良新聞社が持つ全ての媒体を効果的に用いながら、スポンサーの目的に応じた情報発信展開を行います。奈良新聞、ならリビングの紙媒体からWEB媒体、さらには折込チラシ、イベント展開に至るあらゆるツールを駆使し、県内全域から単体地域までスポンサーのニーズに沿ったトータルプロモートとサポートに取り組みます。

■ スポンサーに応じた提案

スポンサーが望むことは、店舗誘客、新商品アピール、会社知名度向上、社会貢献などその内容は様々です。私達は様々なスポンサーニーズを受け、その実現に向けた提案と実行を通じ、スポンサーニーズの充足最大値を目指しています。例えば、新店舗OPENに際して、約35万部の発行部数を有するならリビングで広範に広報しながら、商圏に応じて折込チラシを展開。更には奈良新聞を通じたOPENメッセージの発信。又、企業ロゴから店舗イメージ、DM制作、OPENイベントに至るあらゆるご提案を通じて、スポンサーニーズに応えつつ、地域活性に共に歩んでいきたいと考えています。

スポンサーメリットの最大化目指して～地域活性へスポンサーと共に～



■ スポンサーに応じた広告戦略

消費者ニーズから情報収集ツールは多様化、細分化しており、広報戦略も自社の商品特性と広告媒体特性のマッチングを見極めることが重要です。

一般的には折込チラシですが、コスト高と消費者への到達力が大きなネックとなります。社会性を帯び、一般家庭から公官庁、コンビニなど閲覧機会の高い奈良新聞、豊富な発行部数とコストパフォーマンスを兼ね備え、暮らしをテーマとすることで、とりわけ女性から高い支持を受けるならリビング、それぞれの特性を駆使したWEBサイトまで、奈良新聞にはスポンサー情報の訴求対象にマッチした媒体があります。

折込チラシやその他の広報媒体も含め、効果的な媒体戦略からデザインまでをご提案します。また、マーケティングリサーチ、県民アンケート等の実施から分析、提案まで商品アプローチも可能です。

商品と媒体特性のマッチング、デザインインパクトが広報戦略の要



A4チラシ



ならリビング広告



奈良新聞広告

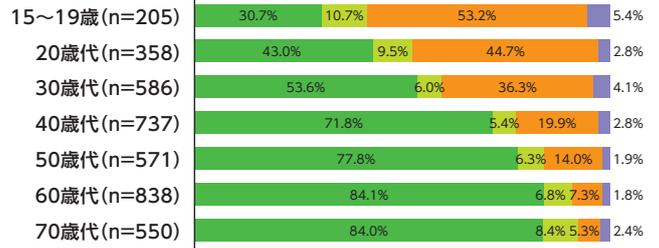
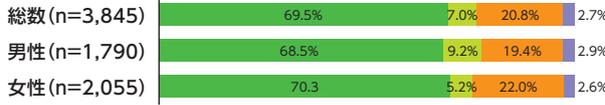
- PR内容、ニーズのヒアリング (打ち合わせ)
- ▼
- 広報及び企画展開 (戦略) 提案と確定
- ▼
- 媒体展開、イベント展開等実施内容の具体提案と確定
- ▼
- 実施までのスケジュールの提案と確定
- ▼
- デザイン、イベント進行等の提案から準備作業
- ▼
- 実行

MEDIA DATA

資料:日本新聞協会広告委員会「2015年全国メディア接触・評価調査」

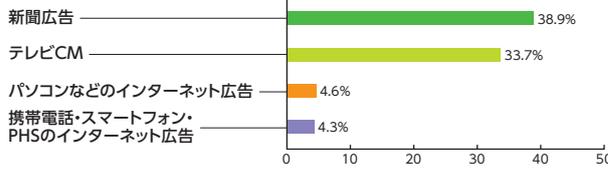
■ 新聞広告への接触 (複数回答)

■ 広告接触者 ■ 広告は見ない ■ 新聞は読まない ■ 無回答

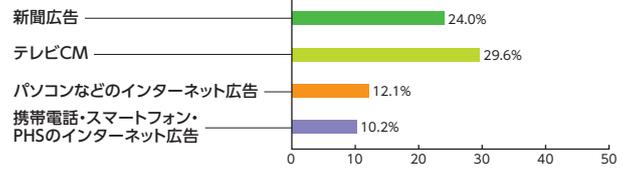


■ 広告メディアの評価(4媒体比較、抜粋) (複数回答、n=3,845)

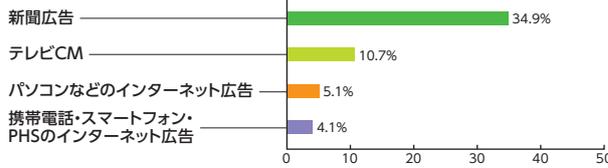
情報が信頼できるのは



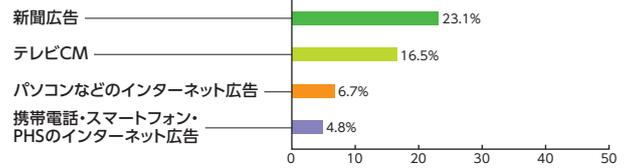
注意して見るのが多いのは



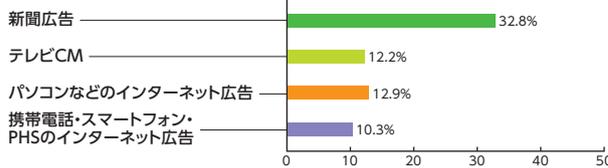
地域や地元の情報が多いのは



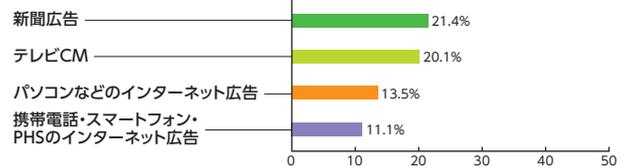
内容が公平・正確なのは



ゆったりと広告を見られるのは



役に立つ広告が多いのは



| | 新聞広告 | テレビCM | パソコンなどのインターネット広告 | 携帯電話・スマートフォン・PHSのインターネット広告 |
|-------------------------------|-------|-------|------------------|----------------------------|
| 情報が信頼できるのは | 38.9% | 33.7% | 4.6% | 4.3% |
| 商品やサービスの内容を詳しく知ることができるのは | 19.6% | 27.0% | 25.1% | 16.6% |
| 新しい商品やサービスを知ることができるのは | 20.3% | 52.1% | 26.3% | 19.5% |
| 情報がわかりやすく伝わるのは | 20.8% | 45.7% | 18.7% | 13.3% |
| 他の商品やサービスと比較ができるのは | 11.5% | 16.5% | 29.5% | 19.1% |
| 知りたい情報が必要十分に得られるのは | 14.0% | 16.6% | 28.4% | 18.9% |
| セールスポイントが整理されて伝わるのは | 17.0% | 31.8% | 14.3% | 9.2% |
| 内容が公平・正確なのは | 23.1% | 16.5% | 6.7% | 4.8% |
| 必要な情報を改めて確認できるのは | 22.1% | 11.1% | 28.4% | 20.2% |
| 役に立つ広告が多いのは | 21.4% | 20.1% | 13.5% | 11.1% |
| 地域や地元の情報が多いのは | 34.9% | 10.7% | 5.1% | 4.1% |
| 企業の姿勢や考え方が伝わってくるのは | 28.4% | 24.9% | 12.9% | 6.9% |
| 企業の経営者・トップの考え、経営姿勢を知ることができるのは | 25.7% | 14.3% | 13.6% | 6.8% |
| 商品・サービスのブランド理念を知ることができるのは | 18.3% | 20.8% | 16.4% | 9.1% |
| 企業の社会貢献への取り組みが伝わってくるのは | 26.3% | 18.5% | 10.9% | 5.6% |
| 企業の環境問題への取り組みが伝わってくるのは | 24.9% | 21.0% | 10.3% | 5.3% |
| 企業の広告が掲載・放送されて、社員の士気が上がると思うのは | 20.8% | 38.0% | 7.5% | 5.1% |
| 注意して見るのが多いのは | 24.0% | 29.6% | 12.1% | 10.2% |
| 親しみがもてる広告が多いのは | 13.1% | 43.1% | 6.5% | 6.6% |
| 印象に残る広告が多いのは | 13.5% | 54.3% | 6.6% | 5.0% |
| 楽しい広告が多いのは | 7.2% | 52.8% | 8.2% | 7.5% |
| 手軽に見聞きできるのは | 18.3% | 52.7% | 16% | 15.7% |
| 広告を出している企業のホームページを見るきっかけとなるのは | 10.7% | 27.1% | 18.7% | 13.3% |
| 他の人と話題にすることがあるのは | 13.3% | 50.6% | 10.1% | 11.0% |
| 広告を行っている企業に関心を持つのは | 14.0% | 39.2% | 9.5% | 7.6% |
| 見聞きして、じゃまにならないと感じるのは | 21.2% | 33.0% | 9.4% | 9.0% |
| ゆったりと広告を見られるのは | 32.8% | 12.2% | 12.9% | 10.3% |
| 広告を見て不快に感じる事が少ないものは | 26.4% | 20.0% | 5.5% | 4.5% |
| 読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残るのは | 24.9% | 48.6% | 10.0% | 8.7% |

SAMPLE

多種多様なバリエーションに対応した企画紙面



平成25年3月16日～31日付奈良新聞
連載形式で“奈良を元気に!”をテーマに様々な角度から取り上げた紙面特集



平成25年3月22日付奈良新聞



平成25年3月29日付
ならリビング
オープンに合わせ、
奈良新聞とならリビングを
利用して様々な紙面を展開



折込チラシ
チラシのデザインから折込手配まで全てに対応



平成25年3月4日付奈良新聞
建物の竣工を記念した紙面特集



平成24年12月26日付奈良新聞
自社のイベントとタイアップした紙面特集

NARA LIVING

明日の暮らしを豊かに— 奈良で一番読まれている体験・体感型生活情報紙

「ならリビング」の主たる読者層は主婦を中心とした女性。暮らしをテーマに、きめ細かい取材による実用的な記事と親しみやすい紙面づくりは、20代から中高年世代まで幅広い女性に支持されています。美容・健康、グルメ、レジャー関連の情報はもちろん、育児・教育、家庭経済など等、日々の暮らしに役立つ話題や情報が満載。また、手作り教室や各種フェスタ、文化セミナー・資格講座、グルメ企画や通販など、実際に参加して楽しむことができる事業も展開。体験・体感型情報紙として人気を博しています。

■ 媒体特性

本紙は新聞折込とスーパー店舗や食材宅配利用者、金融機関などに配布もしくは設置という形で無料配布。奈良県で最初に発行されたフリーペーパーとして長年にわたり愛読され続けてきました。地元新聞社ならではの強力な取材網を生かした紙面には、暮らしに役立つ生活情報が満載。その訴求力と宣伝効果は広告主から高い評価を受け、消費者サイドに立ったフリーペーパーとして声価を高めています。また、奈良の総合情報サイト「ならリビング.com」も女性ネットユーザーたちに好評です。

女性たちに絶大な信用と実績

発行部数 **253,050部**
北和版 132,350部 中和版 120,700部



■ 配布エリア 2版制

- 北和版:** 奈良市・生駒市
天理市・大和郡山市
京都府(木津川市・相楽郡)
- 中和版:** 橿原市・桜井市
大和高田市・五條市
御所市・香芝市・葛城市
宇陀市・生駒郡・北葛城郡
磯城郡・高市郡・吉野郡



■ 主な設置場所

- 奈良市**
- オークワ ニヶ店
 - メッサオークワ 北登美ヶ丘店
 - ハッスル2 押熊店
 - ルネサンス登美ヶ丘
 - かんぼの宿 奈良
 - 秋篠音楽堂
 - 奈良YMCA
 - 奈良女子大学
 - ならこーぷ コープ朱雀
 - ならこーぷ コープおしくま
 - ならこーぷ コープ学園
 - ならこーぷ コープ七条
 - イオン 奈良店
 - 奈良ウェルネス倶楽部
 - スーパーセンターオークワ 富雄中町店
 - サンワシティ西大寺(B1)
 - 奈良市東向商店街協同組合 東向オフィス
 - 産直市場 よってって 秋篠店
 - サントウンプラザ すずらん館
 - イズミヤ 新大宮店
- 生駒市**
- オークワ 生駒菜畑店
 - ならこーぷ ティアーズこーぷいこま
 - イオン 登美ヶ丘店
 - スーパーセンターオークワ 生駒上町店
- 大和郡山市**
- オークワ 大和郡山高井北店
 - 産直市場よってって 大和郡山店
 - スーパーループ 泉原店
 - ラッキー やまの小泉店
 - ならこーぷ コープいまご
 - イオン 大和郡山店
 - オークワ 大和郡山柳町店
 - マルシング 小泉店
 - asmgo 大和郡山店
- 天理市**
- オークワ 天理南店
 - 奈良健康ランド
 - ハッスル3 天理店



- 橿原市**
- オークワ 橿原常盤店
 - 産直市場よってって 橿原店
 - ならこーぷ コープみみなし
 - イオン 橿原店
 - アーティザン・シャトー・ドール
 - まほろばキッチン
 - スーパーエバグリーンプラス 橿原膳夫店
 - シューズショップミルキウエイ
- 大和高田市**
- オークワ 大和高田店
 - 弁天座
 - ならこーぷ ハーモニープラザ・こーぷたかだ
 - スーパーヨシムラ 坊城店
 - 産直市場 よってって 大和高田店

- 桜井市**
- スーパーセンターオークワ 桜井店
 - エバグリーン 桜井店
 - パン&カフェ ポーノ (BUONO)
 - イオン 桜井店
- 御所市**
- スーパーセンターオークワ 御所店
- 香芝市**
- オークワ 香芝逢坂店
 - ウエストハウス
 - 香芝市ふたかみ文化センター
- 葛城市**
- オークワ 葛城忍海店
- 生駒郡**
- かんぼの宿 大和平群
 - ならこーぷ ティアーズこーぷたつたがわ

- 北葛城郡**
- スーパーセンターオークワ 広慶店
- 磯城郡**
- オークワ 田原本店
 - スーパーセンターオークワ 田原本インター店
- 吉野郡**
- オークワ 大淀西店
- 京都府**
- スーパーサンフレッシュ 加茂店
 - SHOP木の津 (平和堂アル・プラザ木津1F)
 - イオン 高の原店
- 奈良市**
- 奈良ニシカワじてんしゃ祝園店
 - フレンドマート 木津川店
 - カフェテラス ライン (けいはんプラザ1F)
- その他**
- JAならけん 全支店
 - ヨシケイ契約者

■ 媒体データ

- 創刊 1975年11月
版型 タブロイド判
発行日 第1週 金曜日
(変更になる場合があります)
配布形態 朝日・読売・毎日・産経の各紙より折り込み配布、設置

■ SNS



日本ABC協会加盟

最新の設定場所は、ならリビング.comでご確認ください。

EVENT

県民の豊かなライフスタイルを演出

奈良新聞社では、県内各地・各地域において多種多様なイベント事業を展開しています。新聞社主導型の主催事業をはじめ、スポンサーニーズに応じた委託事業、地域イベントを応援する後援事業など、スタイルはさまざま。年間300件以上にも及び主催・委託・後援の各イベントを通して、県民に豊かな心と感性を磨いていただける場の創出を目指して日々奔走しています。

■ 主催・共催事業

新聞社が主催または共催するイベント。地域振興を目的に、スポーツ・音楽・芸術・伝統芸能など多彩な分野のイベントを展開しています。

=主な主催・共催イベント=

| 時期 | イベント名 |
|-----|---|
| 1月 | 日本の書展 |
| 2月 | 日本漢字能力検定(年3回、6月・10月) |
| 3月 | 春日杯軟式野球大会 奈良県演歌大賞 |
| 4月 | 奈良県“暮らし”と“環境”フェスティバル 天理大学奈良サテライト語学教室 |
| 5月 | 東大寺盧舎那大仏慶讃能(年2回、10月) |
| 6月 | 歴史フェスティバル 天理大学公開講座 |
| 7月 | 奈良新聞川柳大会 |
| 8月 | 県民カラオケ歌謡大会 絵本ギャラリー in 奈良 奈良学童野球カーニバル |
| 9月 | お寺検定 ビューティフルライフ |
| 10月 | 奈良県シルバーカラオケ歌謡大会 大和路健康ウォーク 奈良新聞シニアクラブ総会 都道府県対抗アマチュアゴルフ選手権大会 |
| 12月 | 奈良マラソン |



東大寺盧舎那大仏慶讃能



県民カラオケ歌謡大会



日本の書展



奈良マラソン

■ 後援事業

主旨に賛同できる社会的意義の高いイベントに対して、事業主催者より依頼があった場合に、後援名義の使用を認めて、間接的な関わりで県内のイベントをバックアップします。

■ 会員制事業(年6回、隔月)

県内の政財・文化界のトップリーダーによる会員制組織。隔月開催の例会では、著名な講師を招いてタイムリーな情報や先見的な見通しなど、政治・経済・文化問わず多角的なテーマで講演会を開催。また会員相互間の異業種交流の場としても活用されています。

=主な会員組織=

- ◎奈良新聞政経懇話会
- ◎阪奈政経文化懇話会
- ◎現代奈良研究会
- ◎なら21クラブ
- ◎政経文化クラブ(東京)



奈良新聞政経懇話会

■ 委託事業

自治体・企業・団体などが主催する事業に対して、奈良新聞社が持つ機能や、長年の積み重ねで培われたノウハウを活用し、企画から制作、運営までをトータルプロデュースします。

=主な委託事業先実績=

- ◎奈良県
- ◎平城遷都1300年記念事業協会
- ◎奈良県立万葉文化館
- ◎奈良県教職員互助組合
- ◎奈良県魚食普及協議会
- ◎アスカビルメン協議会 ほか



えほん展・なら

PUBLICATION

“世界に1つだけの本作り”を力強くサポートします!

奈良新聞社には、出版物を専門に扱う部署「出版課」があり、お客様のさまざまなご要望にお応えしています。奈良新聞社が創刊以来、長年にわたって蓄積してきた編集・校正のノウハウや豊富な情報力をフルに発揮して、魅力あふれる“世界に1つだけの本作り”のお手伝いをします。

■ 2つの定期刊行物と自費出版物

出版物には、大きく分けて定期刊行物と自費出版物の2つがあります。

定期刊行物には、創刊当時から毎年、奈良の今を見つめ記録・発行してきた総合データブック『奈良県年鑑』と、高校受験生の進路選択の強い味方として、新聞連載記事を1冊にまとめた『高校紹介』があります。

自費出版物は、まず、お客様と担当者が面談させて頂き、お客様のイメージを伺い、本の構成を考え、御見積もりを作成させて頂きます。その後、長年培った本作りのプロによるアドバイスが、本の隅々にまで活かされて、1冊の本になっていきます。

社史、自叙伝、各種体験記、趣味やライフワークの研究書、エッセイ、小説、日記集、紀行文、写真集、歴史・文化・自然ガイドなど、ジャンルを問わず、何でもご相談下さい。

あなたの思い、
人生を1冊に!



総合データブック

奈良県年鑑



県勢総覧、市町村編、団体編、企業編、著名人編など、奈良県の最新データが満載の総合データブック『奈良県年鑑』(毎秋発行)

高校受験の強い味方

高校紹介



奈良県内の国公立・私立全学校、大阪・京都の主要私立校の情報をまとめた、高校受験生の必読アイテム『奈良県高校紹介』(毎秋発行)

INTERNET CONTENTS

奈良県内のニュースや便利を全国に発信

奈良新聞社では県内で発行している紙媒体を並行して、インターネットメディアによるニュースやWEBコンテンツの情報を提供しています。インターネットの世界で求められる速報性はもちろんのこと、奈良県を基点に全国に向けた情報の発信を通して、地域の発展を目指して行きます。

■ 奈良新聞WEBサイト

奈良県の地元紙として、県内ニュースを重点的に多角的な報道を行っている本紙と連動して、県内ニュースをはじめ、政治改革報道や文化財発掘報道など、多彩な情報をリアルタイムに発信しています。



■ ならリビング.com

新聞社ならではの強力な取材網ときめ細かい紙面で定評のある生活情報紙「ならリビング」のインターネット版。県内のイベントや育児、教育、健康、医療、レジャー、貯蓄、生活環境など、日々の暮らしに役立つ情報や話題を満載しています。



■ 全国の新聞社厳選お取り寄せサイト「47CLUB」



47CLUBは、北海道から沖縄に至る全国の地方新聞社45社46紙が集まって、その地域の特産品や工芸品、掘り出し品など、厳選された商品がインターネット上で購入できるインターネットモールです。奈良県では奈良新聞社が窓口となり、全国に向けて情報発信しています。47CLUBへの出店をきっかけに、売り上げの実績をあげることができた店舗や、販路の拡大ができたという店舗などがあり、ネットモールとして好評を得ています。



■ 奈良新聞電子版

通常の紙媒体がパソコンやスマートホン、i-padから閲覧できるよう、奈良新聞電子版が2013年2月からスタートしました。内容は奈良新聞本紙をそのまま配信していますので、すべての紙面が電子端末の中で、紙の新聞と同じように読むことができます。またバックナンバー機能も有しており、見逃した記事もさかのぼって読むことができます。



CORPORATE PROFILE

県民とともに、地域の創造

奈良新聞社は、大和タイムス社を前身に戦後間もなく誕生した新聞社です。社員ひとりひとりが地域の活性化に取り組み、県内における報道をはじめクリエイティブやマーケティングなどのクロスメディアサービスを通じて、県民とともに感動を共有できるコミュニケーションを日々創造しています。

奈良から世界へ。私たちはこれからもお役に立つ情報を発信していきます。



- 社名 株式会社 奈良新聞社
- 本社 〒630-8686
奈良市法華寺町2番地4号
☎0742-32-1000 (代表)
- 支社 東京
〒105-0003 東京都港区西新橋1丁目17番4号
猪爪ビル3階
☎03-6811-2860 ㊟03-6811-2861
- 大阪
〒543-0031 大阪市天王寺区石ヶ辻町3-10
☎06-6777-1531 ㊟06-6777-1532
- 中南和
〒636-0247 奈良県磯城郡田原本町阪手685番1
☎0744-34-1221 ㊟0744-34-1222
- 取材拠点 大和郡山・生駒・天理・桜井・橿原・大和高田・五條・吉野の8支局
- 設立 1946年(昭和21年)10月26日
- 代表者 代表取締役社長 田中篤則
- 資本金 4,000万円
- 売上高 11億7063万円(2023年3月)
- 社員数 92名(2023年3月)
- 事業内容
 - ・日刊紙「奈良新聞」の発行
 - ・生活情報紙「ならリビング」の発行
 - ・書籍の発行
 - ・イベント事業各種の主催、後援など
 - ・IT等のマルチメディア事業

■組織図



グループ会社 奈良新聞不動産株式会社

加盟団体 一般社団法人日本新聞協会
一般社団法人共同通信社
一般社団法人日本ABC協会(ならリビング)
公益社団法人ACジャパン
全国地方新聞社連合会
全国新聞社事業協議会
全国新聞社出版協議会



奈良新聞社

<http://www.nara-np.co.jp/>

本 社

〒630-8686 奈良市法華寺町2番地4 TEL : 0742-32-1000 (代表) Mail : info@nara-np.co.jp

東京支社 〒105-0003 東京都港区西新橋1丁目17番4号 猪爪ビル3階
TEL : 03-6811-2860 FAX : 03-6811-2861 Mail : tokyo@nara-np.co.jp

大阪支社 〒543-0031 大阪市天王寺区石ヶ辻町3-10
TEL : 06-6777-1531 FAX : 06-6777-1532 Mail : osaka@nara-np.co.jp

中南和支社 〒636-0247 奈良県磯城郡田原本町阪手685番1
TEL : 0744-34-1221 FAX : 0744-34-1222 Mail : mid-south@nara-np.co.jp