



リニューアル版 ラップニュース

VOL.256

2024.7.1

発行：ラップ東京株式会社

<https://www.raptokyo.co.jp/>

(無断転載厳禁)

◎ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「アルゴリズムの偏り？」

時々、駅チカにある大型書店に行くと、「こんなに多くの本があるんだ」と驚きます。本離れと言われて久しいですが、本の多さには圧倒されます。自身の小説ブームも終わり、何か面白い本はないかと色々なコーナーを見て回ります。以前、広告会社に勤めていたこともあり、当時扱っていた媒体などを発見して懐かしく思ったり、あまり関心がなかった業界でも、今、見ると新鮮味があまり立ち読みしたりしています。そして、自動車雑誌コーナーにも寄ってしまいます。

というのは、弊社は隔月で「モーターマガジン」という雑誌に広告を出稿しています。「リペアナビ」というサイトを始めるときに、縁あって、モーターマガジン社と提携することができ、広告を出稿することになりました。当初は、モノクロでしたが、現在はカラー広告1ページを出稿しています。A4より一回り大きいサイズに、どのような広告を出すか？ 掲載月が迫ってくると、スタッフみんなで頭を抱えています。

スペースに限りがありますから、つい、いろいろと言いたくなってしまいう気持ちを抑えて、キャッチコピーとそれに追加する文章、70〜90文字くらいで収めるようにしています。あとは「カラー」というメリットを生かして写真で伝えるよう考えていきます。毎回、締め切りギリギリですが、結構な数を出稿してきました。

なぜ、雑誌広告？ そんな声も聞こえてきそうです。新聞や雑誌は伝統的な広告といわれ、デジタル広告

(検索エンジン広告、SNS 広告など)と比較すると古いイメージが強いようです。スマホなどの普及でいつでも知りたい情報が手に入る現在では、敢えて雑誌や新聞を購入する必要性が低いのもかもしれません。

新聞や雑誌は、いろいろな分野の情報が掲載されています。ページをめくりながら、今までは全く関心なかったけれど、偶然目に入ってきたことがキッカケとなって関心をもてたり、新しい発見ができる可能性があります。

ネットの場合は、まず、自発的な検索が必要になります。そして、調べたいこと、知りたいことを探していくと、閲覧者の履歴や好みに基づいて表示され、興味関心のないことが表示される可能性は低くなり、発見が遅れることがあると思います。

最近、インターネット上では、自分の興味のある情報だけに覆われる「フィルターバブル」や、自分の意見に似た意見ばかりに触れて信じ込んでしまう「エコーチェンバー」といった現象も指摘されていると聞きます。そんなに大げさではありませんが、時にはまったく興味のなかったようなニュースや本を見て、触れてみるのもいいと思います。

現在は何でも便利な世の中ですから、アナログでもデジタルでも、自分から敢えて求めていかないと、興味がないことづくチャンス逃しているかもしれません。便利は不便、ということもあると思います。

ご案内

それほど高機能ではなく、更新したいページを簡単に更新できる

簡単更新くん

「つながりたい」をサポートする

簡単らいんちゃん

詳細はホームページから
<https://www.raptokyo.co.jp>

【この件に関するお問い合わせ】

ラップ東京株式会社
(担当：田島)

ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。<https://www.raptokyo.co.jp/>

