

# 【2026年版】 石川県における メディアプランニング戦略ガイド

---

石川県での広告プロモーションを  
検討中のマーケティングご担当者様へ



そのコミュニケーションに最適解を。

NIPPON AGENCY

「地方プロモーションなんて、今はWeb広告だけで十分だろう」

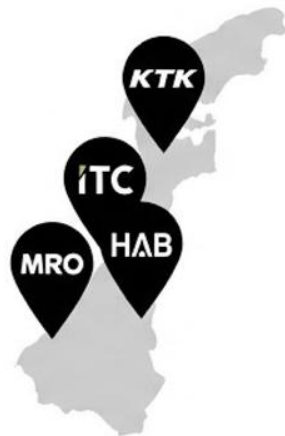
もしそうお考えなら、石川県においてはその戦略は通用しません。  
人口約110万人のこの地域には、独自の「メディア生態系」が存在し、  
首都圏とは全く異なるロジックで情報が流通しているからです。



Webメディアが全国的に台頭する中でも、石川県では依然としてテレビと新聞が生活の中心にあり、県民の意思決定に深く関与しています。この「2強」を無視した戦略は、そもそも県民の選択肢にすら入れません。

# 石川県を支配する「2つの巨人」の正体

人口110万人に、民放「4局」という環境。

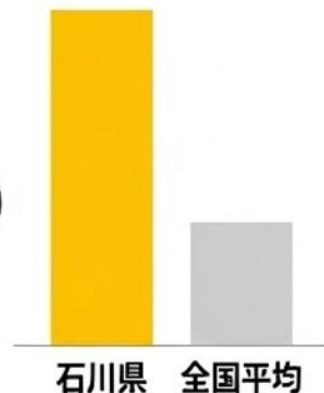


地方都市では2～3局が標準の中、石川県には民放4局が存在。この激しい競争原理が、高コスパな広告出稿を可能にしています。

全国トップクラスの「新聞王国」。

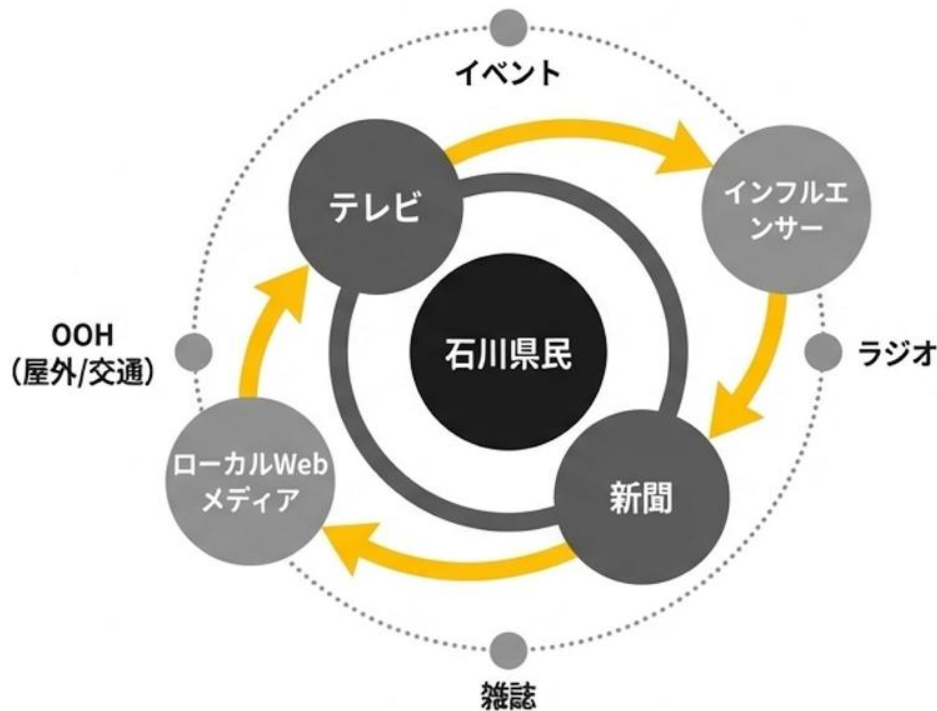
68.9%

新聞普及率



この驚異的な普及率が、新聞を単なるメディアではなく「社会インフラ」として機能させています。

# 石川県メディア生態系（エコシステム）の全体像



認知を作る「マスメディア」、共感を呼ぶ「デジタル」、そして生活動線を抑える「リアル接点」。  
これらを戦略的に組み合わせることが、石川県攻略の鍵です。

# テレビ戦略①：首都圏の50分の1。 驚異のコストパフォーマンス

- GRP単価: 石川県 約2,000円 vs 首都圏 10万円以上
- スポットCM単価: 1本 10,000円～ 出稿可能
- GRP単価: 石川県 約2,000円 vs 首都圏 10万円以上

なぜ安いのか？

→ 民放4局体制による「激しい競争原理」が理由。

石川県は、限られた予算で高頻度の露出を確保できる  
「テストマーケティングの聖地」である。  
短期間で認知を一気に高める「集中投下型」戦略が極めて有効。

GRP単価:  
10万円以上

GRP単価:  
約2,000円

石川県

首都圏

## テレビ戦略②：目的で選ぶ「4局」の完全使い分けマニュアル

### テレビ金沢（KTK / 日テレ系）

#### 視聴率10年連続「三冠王」

強み：夕方情報番組「となりのテレ金ちゃん」が人気。主婦・ファミリー層への広域リーチに強み

視聴率（2023）：👉 全日 6.6%、ゴールデン 10.7%

### 石川テレビ（ITC / フジ系）

#### アクティブ消費層を狙う地域密着の雄

強み：夕方情報番組「石川さんパレット」に注力。F2/F3の主婦層に強い。

視聴率（2023）：👉 全日 5.8%、ゴールデン 9.7%

### 北陸放送（MRO / TBS系）

#### 歴史と信頼。富裕層・シニアへの本丸

強み：県内唯一のラジオテレビ兼営局。  
ゴールデン自社制作「絶好調W」に注力。

視聴率（2023）：全日 5.7%、👉 ゴールデン 7.9%

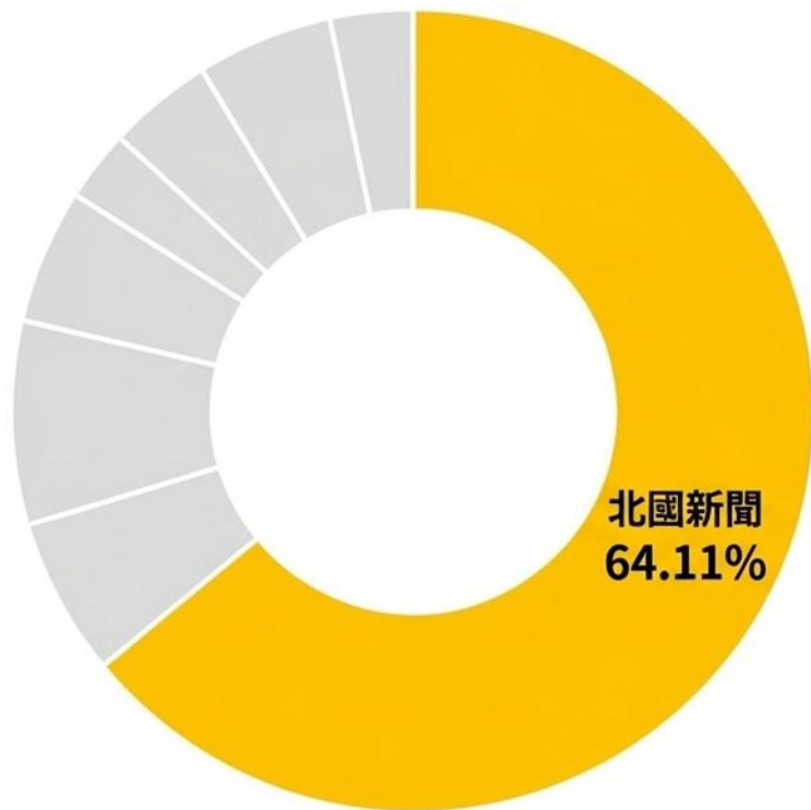
### 北陸朝日放送（HAB / テレ朝系）

#### 若者と主婦、両面待ちの戦略局

強み：深夜バラエティや報道などネットワーク番組が人気。  
夕方情報番組「ふむふむ」で主婦層にもリーチ。

視聴率（2023）：全日 5.1%、👉 ゴールデン 8.4%

# 新聞戦略：市場の60%超を握る、最強インフラ「北國新聞」



## 📄 キーデータ

県内シェア: **64.11%**

世帯カバー率: **52.7%** (1紙で県内世帯の過半数にリーチ)

## 👉 広告主のメリット

この圧倒的な寡占状態により、「媒体選定の手間が省ける」。

## 📄 広告料金目安

全15段（全面）	約3,165,000円
全5段（1/3ページ）	約1,195,000円
雑報（小枠）	数万円～

## プロのTIPS

視認性の高いテレビ面や社会面への指定（料金+20～30%）が有効。



# デジタル戦略：マスの「認知」を「共感」と「行動」に変える鍵

認知



共感・行動



石川県では、顔の見える「マイクロインフルエンサー」と編集力の高い「ローカルWebメディア」の影響力が絶大。東京のメガインフルエンサーよりも、強い行動喚起力を持ちます。

理由：「実際にその店に行ける距離に住んでいる」という圧倒的な親近感。



# 厳選。石川県で本当に効くWebメディア&インフルエンサー

## ローカルWebメディア

金沢日和

金沢日和

月間32万UU。高所得者層向け。  
ブランドの世界観訴求に。

週末、金沢。

月間85万PV

地元民の週末の予定。  
飲食店集客に強い。

いいし金沢

Facebook発

マニアックな地元ネタ。  
高いエンゲージメント。

## マイクロインフルエンサー



ほくたび (4.7万人) :

観光・お出かけ。リール動画の再生数が高い。



はる夫婦 (4.9万人) : ライフスタイル。

カップル・ファミリー層に共感。



ぺこ (4万人) :

グルメ。シズル感ある動画で集客に直結。



いかんけえ、週末 (2.6万人) :

イベント。週末の行動喚起力が高い。

## 【成功事例】 たった3万円の投資が、売上146万円に化けた理由

ケーススタディ：ある大型温浴施設のクーポン施策

施策：ローカルインフルエンサーを活用し、  
「キッズメニュー割引クーポン」を配信

投資コスト：  
約 **30,000 円**

直接売上：  
**1,460,000 円**

クーポン使用数：224 枚

地域密着型インフルエンサーは、少額の投資で極めて高いリターン（ROAS）を叩き出すことができる。

# OOH・リアル戦略：車社会の「生活動線」をジャックせよ

WebのCPAが高騰する今、リアルな場での接点がブランドの勝敗を分ける。  
特に車社会の石川県では、移動中と週末の「可処分時間」の奪い合いが重要。



**交通広告**：北陸のハブ「金沢駅」と、市民の足「北陸鉄道バス」



**イベント**：週末に人が集まる「大型商業施設」

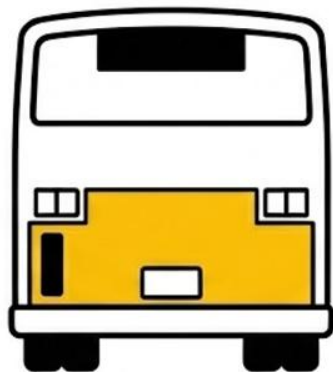


**シネアド**：テレビを見ない層層に届く「映画館広告」



**ラジオ・雑誌**：通勤時間や隙間時間にリーチする補完メディア

# 発見。コストを劇的に抑える「隠れ高コスパ」メディア



## 北陸鉄道バス 車外広告（後部板）

- ・渋滞時に後続車ドライバーへ長時間アピール。

**月額 数千円～**  
という圧倒的な低コスト。



## イオンシネマ金沢（イオン金沢店3F）

- ・週末のファミリー層に、没入空間で確実にリーチ。

**1年契約で月額 82,500 円**

1年間（52週）15秒CM想定上映回数  
約145,600回



# リアル接点の選択肢：ラジオ、雑誌、イベント会場



ラジオ（MROラジオなど）：通勤時間帯のドライバーへの刷り込み。天気予報スポンサーなどで社名を反復。



雑誌（金沢情報、Favoなど）：地元民が信頼する情報源。Webメディアと連携したクロスメディア展開が有効。

サンプリング等  
リアルイベント  
に最適！

会場名	特徴	料金目安
イオンモール白山	北陸最大級の集客力。 <u>ファミリー層に</u> 。	12.5万円/日～
金沢フォーラス	金沢駅前。 <u>若年層・観光客に</u> 。	15.0万円/日～
片町きらら	繁華街の中心。 <u>街ゆく人にアピール</u> 。	10.0万円/日～

# 【B2C向け】新商品ローンチ戦略ロードマップ

**目的:** 短期間での認知爆発とトライアル購入の促進

**ターゲット:** F2層（主婦）、ファミリー層



## Phase 1: 認知爆発 (Launch - 2週間)

**テレビCM:** KTKとITCの朝・夕方情報番組に集中投下（予算目安: 100-200万円）。

**インフルエンサー:** 「ほくたび」「ぺこ」等5名が一斉投稿。リール動画で視覚的インパクト。（予算目安：15万円×5人=75万円）

## Phase 2: 理解促進・信頼醸成 (Follow - 1ヶ月～)

**Web記事:** 「週末、金沢。」で体験レポート記事を掲載。検索の受け皿に。

**新聞広告:** 北國新聞「雑報」で週1回継続露出。「新聞で見た」という安心感を醸成。（予算目安：Web記事35万円、新聞雑報25万円/月）

## Phase 3: 刈り取り・定着 (Sustainable)

**シネアド:** 商圏内イオンシネマで年間契約。週末ファミリーにリマインド。

（予算目安：100万円・/年）

# 【B2B/採用向け】 企業ブランディング戦略ロードマップ

**目的：**企業の信頼性獲得、優秀な人材の確保

**ターゲット：**ビジネスパーソン、求職者、  
およびその親

## 企業ブランド

### 多角的なアプローチ

#### 信頼性の基盤作り



テレビCM（番組提供）  
週1回決まった番組でCMをオン  
エアし、学生だけでなく親世代  
への認知と信頼を獲得（予算  
目安：30-50万円/月）。



ラジオ（MRO）  
通勤時間帯のスポンサーにな  
り、社名を音声ロゴとして刷  
り込む。

（予算目安：10万円/月）



バス広告  
ターゲット大学（金沢大学な  
ど）を経由するバスの後部に  
ステッカーを掲出。

（予算目安：10万円/月）



イベント  
「いしかわデジタルイノベーシ  
ョンサミット」等の展示会へ出  
展し、直接リードを獲得。



# 結論：石川県は、正しく理解すれば「宝の山」である。

石川県は、強力なマスメディアが安価かつ効率的に機能する、マーケターにとって極めて魅力的な市場です。



## 伝統的メディアの圧倒的リーチ **+** ローカルデジタルの深い共感

この2つを正しく組み合わせることができれば、あなたのビジネスは石川県で間違いなく成功を収めるでしょう。

次のステップ：「予算100万円で飲食店をオープンする場合」など、貴社の商品に合わせた具体的な広告予算配分プランを作成します。お気軽にご相談ください。



## お問い合わせ

**あなたの最初の、そして最大の仕事は「頼れるパートナー」を見つけること**

地方プロモーション成功のカギは、専門家との対話という、はじめの一步から始まります。

1. フォームから無料相談を予約
2. 無料相談を実施（オンラインZoom、もしくは金沢・東京・富山・福井の拠点にて）
3. 最適な戦略・施策をご提案



### 予約お申込フォーム

相談内容を詳しくご記入いただけますと、その相談内容に特化したスタッフを担当者にしやすいです。  
内容を確認後、担当者からご返信させていただきます。

[https://www.nippon-ag.co.jp/contact/?utm\\_source=whitepaper&utm\\_medium=qr](https://www.nippon-ag.co.jp/contact/?utm_source=whitepaper&utm_medium=qr)

NIPPON AGENCY, inc.

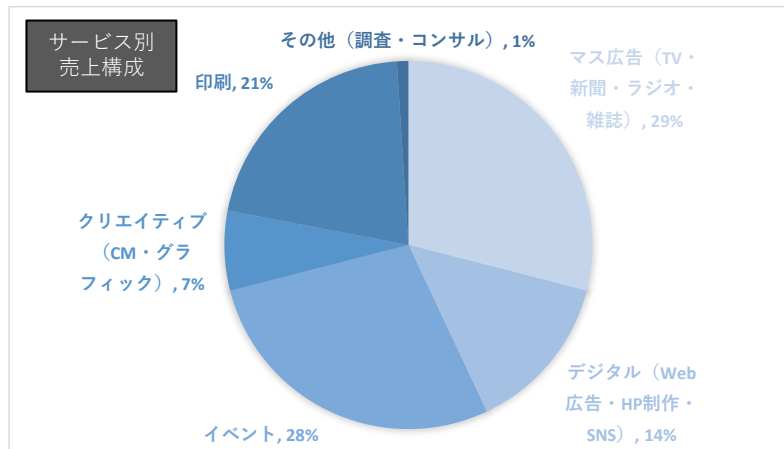


## 日本エージェンシーについて

(株)日本エージェンシーはマーケティングとクリエイティブを得意とする広告会社です。  
東京・金沢・富山・福井に拠点があり、  
幅広い業種のクライアント様との取引実績がございます。



社名	株式会社日本エージェンシー
代表者	代表取締役社長 竹内 拓也
所在地	【本社】石川県金沢市新保本4-40 【東京営業本部】東京都中央区築地3-2-6 築地東陽ビル3F 【富山支局】富山県富山市黒瀬北町1-10-4 【福井支局】福井県福井市中央3丁目1-5 三谷中央ビル6F
設立	昭和47年10月
資本金	1億5000万円
社員数	57名
関連会社	株式会社アサソーディ・ケイ
加盟団体	ADKパートナーズネットワーク



### 【取引先業種】

行政機関・地方銀行・信用金庫・組合・団体・住宅・不動産・メーカー（日用品・アパレル・素材・繊維・機械・金属など）、自動車販売、家電量販店、小売専門店、GMS、ドラッグストア、外食チェーン、エネルギー（電力・ガス）、教育（大学・専門学校・学習塾）、旅館・ホテル、レジャー施設、ブライダル、葬儀・病院・クリニック、人材派遣、IT・通信・ソフトウェア、フィットネスなど