

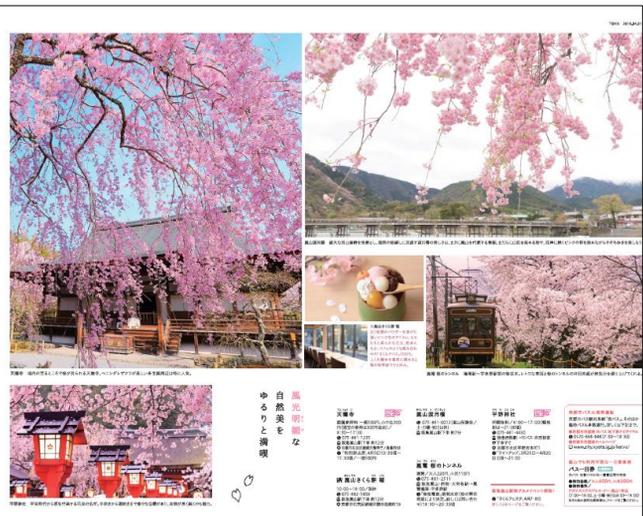
阪急沿線情報紙「TOKK（トック）」を スマホ時代にふさわしいデザインに 22年ぶりに全面リニューアルします

株式会社阪急アドエージェンシー（代表取締役社長：三宅良明 本社：大阪市北区）では、毎月2回（10日・25日）発行している阪急沿線情報紙TOKK（トック）を、2018年4月1日号（3月25日発行）から、新しいロゴと紙面デザインへと22年ぶりにリニューアルします。

阪急電鉄の沿線情報紙として親しまれているTOKKですが、近年、スマートフォンやタブレット端末の普及にとともに、お客さまの情報収集の手段が多様化するなど、沿線情報紙を取り巻く環境は大きく変化しました。そこで、1972年の創刊からまもなく46年目を迎えるにあたり、スマホ社会のますますの拡大を見据えた沿線情報紙の役割を検討するため読者アンケートを行い、その結果をもとに、今般、全面リニューアルを図りました。

これからも、阪急沿線にお住まいの方や沿線への来街者の皆さまの、お出かけや暮らしに寄り添う沿線情報紙を目指して、また、家族で共有・共感していただけるような話題を提供しながら、紙媒体の特性を生かした情報発信を続けてまいります。

読者アンケートの主な分析結果、リニューアルポイントなどは、次ページ以降のとおりです。



22年ぶりに全面リニューアルするTOKK（2018年4月1日号）イメージ

【TOKKの概要】

媒体名：「阪急沿線情報紙 TOKK（トック）」 発行元：株式会社阪急アドエージェンシー
 発行部数：50万部（1日号（前月25日発行）、15日号（当月10日発行）月2回発行）
 配布場所：阪急電車全駅、グループ施設ほか400カ所
 「web TOKK」 <http://tokk.hankyu-ad.jp/>
 「TOKKアプリ」 http://www.hankyu.co.jp/app_lp/

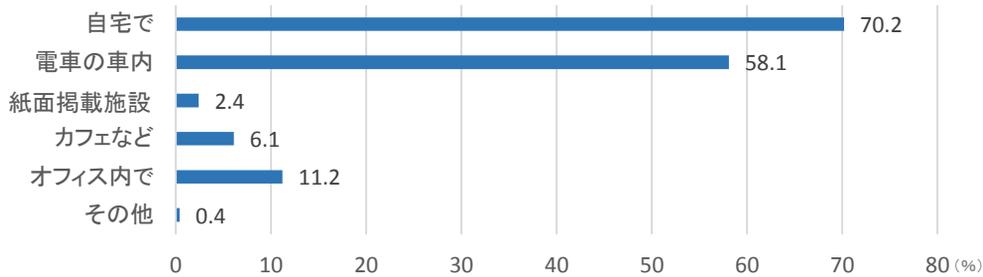
主なアンケート項目と結果

【TOKK読者の紙面評価や紙面への要望・意向調査結果】

調査期間2017年5月12日（金）～14日（日）調査方法：web調査（調査機関：株式会社ビデオリサーチ）
調査対象：20代、30代、40代、50代、60代男女各100名ずつ 計1,000名
（阪急電車を月1回以上利用、TOKK閲読経験者）

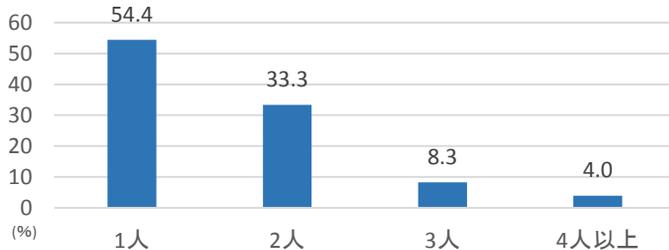
■TOKKはゆっくり読みたい情報紙、閲読場所は自宅が7割

【どこでTOKKを読みますか？（複数回答）】



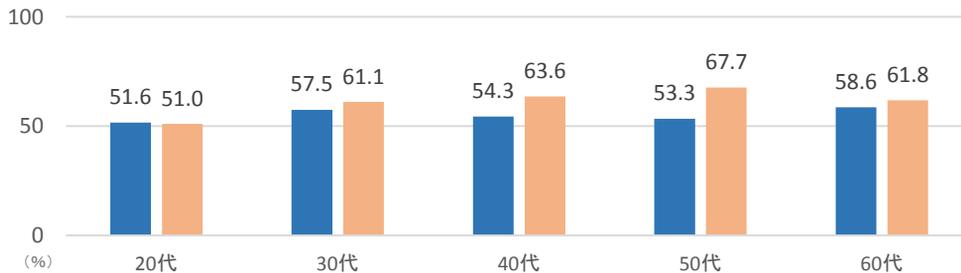
■半数弱の人が持ち帰った後、回読している

【TOKK 1部を何人で読んでいますか？（単一回答）】



■女性の認知度が高く30代以上で6割を超える

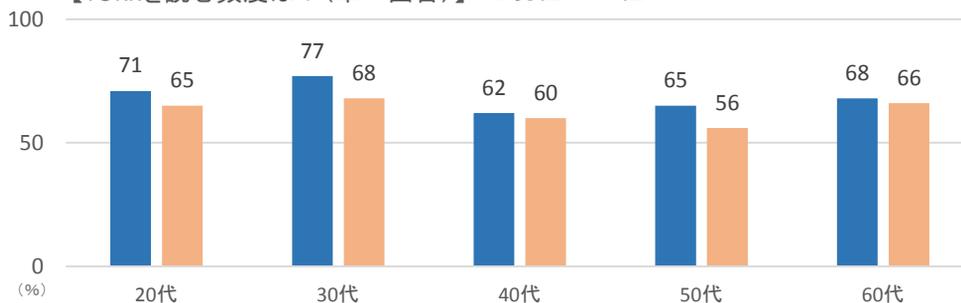
【TOKKを知っていますか？（単一回答）】 ■男性 ■女性



■高頻度閲読者は全体の約65.8%に

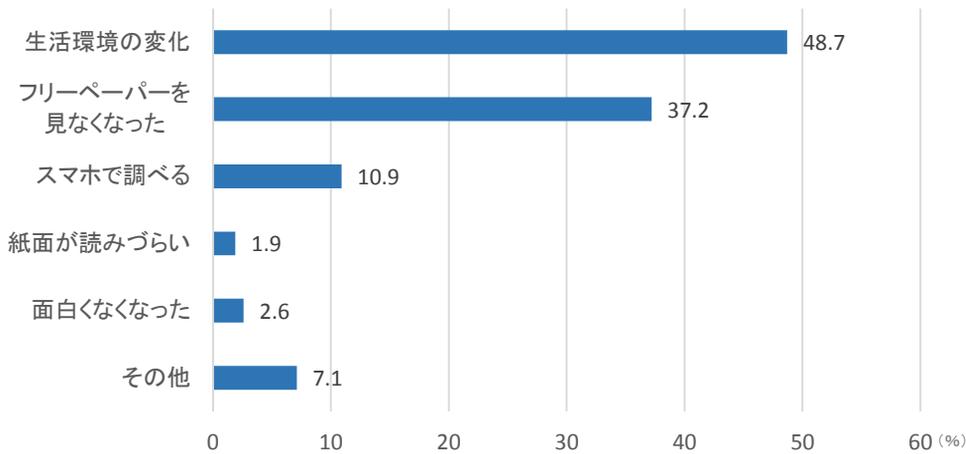
（毎月・月1回・2～3カ月に1回以上は読むという読者の合計数値）

【TOKKを読む頻度は？（単一回答）】 ■男性 ■女性



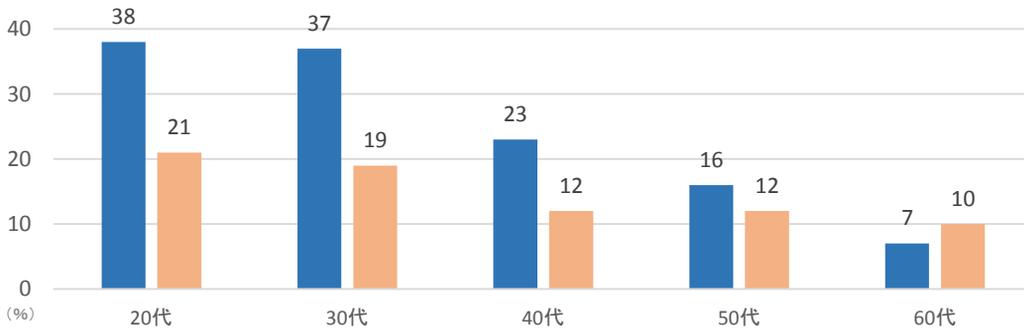
■TOKKを読まなくなった理由の1位は「生活環境の変化」

【TOKKを読まなくなった理由(複数回答)】



■web版の利用と認知は20・30代男性で4割に迫る利用率

【webTOKKを知っており、利用していますか?(単一回答)】 ■男性 ■女性



「お出かけ情報はスマホで見られている」と思いがちですが、長年親しまれている沿線情報紙の認知度と閲読率はいまだに高い位置を占めており、紙媒体の健在ぶりが証明されました。

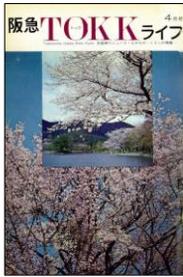
しかし、若年層を中心にスマホの影響は少なくなく、web版の人気も高いようです。

外出先ではスマホでサッと情報チェック、くつろいだ時間に自宅で情報紙を読むという読者の生活スタイルが浮かび上がり、情報の使い分けもうかがえます。このような結果を踏まえて、スマホ時代にふさわしい沿線情報紙の役割を検討し、今般、TOKKは内容やデザインをリニューアルいたします。

リニューアルのポイント

- ①TOKKの顔であるロゴを変更することでデザインを刷新。新しいロゴは直線と曲線を組み合わせ、阪急電車の路線図をイメージしています。
- ②表紙をワンビジュアルで表現、目次を追加し紙面内容が一目で分かるようにしました。
- ③紙面の大きさを生かし、大きな写真とゆったりしたスペースを確保し、自宅でゆっくり読んでいただく情報紙として、上質感やゆとりを感じるデザインに。
- ④映画やコンサート、ハイキングや寺社行事など、煩雑になりがちな情報量を厳選し、読者が必要な情報をより探しやすいようにしました。
- ⑤桜や紅葉といった季節の情報、グルメ、イベントなどの「お出かけ情報」のみでなく、さらにワンステップ進み、阪急沿線にお住いの方が暮らしを楽しむためのツールとして使える「暮らし情報」も加え、発信していきます。

TOKKのこれまでの歴史



創刊
(1972年4月)

創刊時は
「阪急TOKKライフ」。
大きさはB5判、
月1回の発行でした。



第100号
(1980年7月号)

創刊から8年を経て100号目
を発行。過去の表紙を並べた
記念特集も組まれました。



A B判で発行
(1992年4月号)

創刊20年で、
B5判より
少し幅が広い
A B判に変更
されました。



タブロイド判へ
(1996年7月号)

タブロイド判に
なったのは22年前のこと。
カラフルな色使いで
沿線の情報を伝える情報紙へ
リニューアル。
1年後の1997年7月1日号から
月2回発行となりました。

TOKKを飾ったニュース



「ベルサイユのばら」初演大ヒット (1974年9月号)



阪神・淡路大震災から
3年10カ月で伊丹駅営業再開
(1998年12月1日号)



阪急西宮ガーデンズオープン
(2008年11月15日号)



阪急電鉄開業100周年
(2010年3月15日号)



西山天王山駅開業
(2014年1月15日号)



宝塚歌劇100周年
(2014年3月15日号)

【本リリースに関するお問い合わせ】

株式会社 阪急アドエージェンシー 制作局 編集部 編集グループ
TEL 06・6373・6819 (10:00~17:00、土・日・祝日は休)
E-mail tokk@hankyu-ad.jp (PC・携帯共通/24時間・365日受付)

【ニュースリリース配布先】青灯クラブ、近畿電鉄記者クラブ、関西レジャー記者クラブ ほか