

試合中の画面にロゴが表記された



阪神戦TV中継に協賛

チャオヤンタイヤPR

ヨロズ物流(新台剛社長、大阪府富田林市)は7月14日にテレビ大阪で放映されたプロ野球「ナマ虎スタジアム・中日ドラゴンズ×阪神タイガース」にメイン番組スポンサーとして協賛し

ヨロズ物流

た。試合中は画面の右下に「YOROZU Presents」のロゴが表記され、CMでは、同社が日本総代理店を務めるCHAO YAN G(チャオヤン)トラックタイヤを紹介するC

Mが流れた。同社は今回の協賛について、「現在、テレビ放送局6局(テレビ大阪、テレビ東京、テレビ愛知、テレビ北海道、東北放送、広島ホームテレビ)でCMを放送しているが、その中でもテレビ大阪で放送される阪神戦は特に視聴率が高く、多くの方にご覧いただけるコンテンツである。その高い広告効果に期待し、今回の出

稿を決断した」と説明。プロ野球中継への協賛は同社初の試みとなったが、「想像以上に大きな反響があった」そう、放送後、ヨロズ物流のHPへのアクセス数は通常時の約100倍、チャオヤンのHPは約250倍に激増したという。

さらに、「応援しています」といった温かいメッセージが、これまでお付き合いのなかった企業様から届くなど、予想を上回る反響があった。お問い合わせ件数も増加しており、実際の受注にもつながり始めている。今回の協賛によって、認知度向上だけでなく、具体的なビジネス成果にも結び付いていると実感している」と振り返っている。なお、試合は5対2で阪神が勝利し、番組は在阪局視聴率トップを獲得した。

(中野秀一)

冷凍車体験を開催

日本トレクス/酷暑でクールダウン



冷凍車体験は大好評で、3回並ぶ子どももいた

乗船体験も行われた。同フェスは港への理解を深めることを目的としており、当日は自動車運搬船の送との親和性が高く、ドライバーの労

海上輸送も活用し、全国の顧客へ届ける場合もある。会場では冷凍バンセミトレーラの荷台内をマイナス30度に設定した乗車体験を行った。子どもから大人まで人気が高く、最大40分待ちの行列も。冷凍車体験は約1分間、荷台内に入る内容だったが、来場者の中には寒さで途中退出する人もいたという。

EVコンバージョン量産へ

ヤマトモビリティ&Mfg./1000キロ走行性能確認



1000キロ走行確認横断幕

ヤマトモビリティ市)は、「日産アトラス(F24型・ガンリン車)ベースEV

方と見込んでいる都市部のラストワンマイル配送を想定し、関東圏で走行と充電を繰り返した。後半は、長時間連続走行が続く高速道路や勾配のある郊外路などでの使用状況を確認するべく、横浜市から生産委託先のオートワークス京都(中西弘幸社長、京都府宇治市)まで約500キロを連続走行し、いずれも問題や不具合は確認されな