

The logo for AERAdot, featuring the word "AERA" in a bold, dark blue, sans-serif font, followed by "dot." in a smaller, green, lowercase sans-serif font. The background is white with various abstract patterns in black and grey, including clusters of dots, scribbles, and circular patterns.

AERAdot.

Media Guide 2024.4-6

The logo for ASAHI, featuring the word "ASAHI" in a bold, red, sans-serif font. The background is white with various abstract patterns in black and grey, including clusters of dots, scribbles, and circular patterns.

ASAHI

朝日新聞出版

INDEX

01 ブランドセーフティ

02 朝日新聞出版について

03 AERA dot.とは

04 『AERA dot.』の特長

05 ユーザープロフィール

06 BRAND STUDIO

07 タイアップ広告

08 ディスプレイ広告

09 掲載事例

10 お問い合わせ先



第三者検証

朝日新聞出版は、第三者検証を経てJICDAQ(一般社団法人デジタル広告品質認証機構)の「ブランドセーフティ」「無効トラフィック対策」の2分野において認証を取得いたしました。



第三者検証

当社は、一般社団法人日本インタラクティブ広告協会(JIAA)が定める「広告掲載先の品質確保に関するガイドライン(ブランドセーフティガイドライン)」、および「広告トラフィックの品質確保に関するガイドライン(無効トラフィック対策ガイドライン)PDF」に準拠し、ブランドセーフティの確保や無効トラフィックの排除に努めます。

ASAHI
朝日新聞出版

朝日新聞出版は朝日新聞グループの“総合出版社”です。
『AERA』『AERA dot.』だけではなく、
教育や医療など専門分野に特化したムック、
書籍やコミック等幅広いコンテンツを手掛けています。



文芸、エッセイ、歴史、ビジネス、教育、旅行など
幅広いジャンルの書籍を刊行。



雑誌事業は『AERA』を核としつつ、小・中・高・大とライフステージごとに必要とされる教育情報の媒体を展開。
ほかにもメンズファッション誌、医療に関するムック本なども。幅広い守備範囲に対応できる専門編集部を有する。



『AERA dot.』をはじめとして、デジタル上でも積極的に情報発信中。
また、小学生のママパパのための子育て教育誌『AERA with Kids』のInstagramやYouTubeも
子育てに悩む層から支持が厚く、**2024年2月に子育て情報サイト『AERA with Kids+』をローンチ。**

『AERA dot.』運営会社:朝日新聞出版

週刊誌『AERA』

累計1300万部突破！
「科学漫画サイバイバル」シリーズベストセラー
書籍多数！

様々なジャンルの媒体を発行



ニュースサイト

AERA dot.

累計1000万部突破！
ゲッターズ飯田さんの「五星三心占い」

コミック



『AERA dot.』とは



月間PV

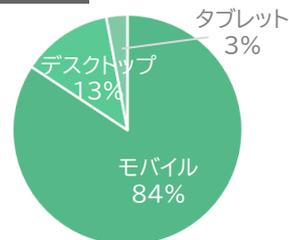
約 48,080,000

UU

約 10,716,000

(2024年1月～3月平均、Google Analytics調べ)

デバイス別



雑誌『AERA』の記事はもちろんのこと、『AERA dot.』独自のニュース記事や、著名人の方に執筆いただいているオリジナルコラムなどを掲載している総合ニュースサイトです。記事のジャンルは幅広く、ニュース、教育、エンタメ、スポーツ、ウェルネス、ビジネスなど多岐にわたるジャンルを展開しています。

編集長と編集方針をご紹介します。



『AERA dot.』編集長 鎌田倫子

宮城県生まれ。千葉大学文学部卒業。
地方新聞の記者を経て、朝日新聞出版に入社。
『AERA』の記者、『週刊朝日』と『AERA dot.』の
デスクを務めたのち、現職。
(撮影／写真映像部・東川哲也)

『AERA dot.』は、現役世代に向けたサイトです。
時事性の高い記事を中心に、身近な題材を独自の切り口で深掘りする特集や、
新しい視点を提供するコラムも充実。
ユーザーにとって「社会への感度と常識を底上げする」メディアを目指しています。
では注力分野は何か。
日本はジェンダー平等は特に政治、経済の分野で遅れています。
私自身についていえば「女性編集長」ですが、道を切り開いたとは言い難いと感じています。
というのは結婚、出産、子育て、介護など環境の変化で戦線離脱する先輩、同僚は常に身近に
いましたが、私はそれらを経験してこなかった結果、キャリアの階段を登ってきました。ただ、
その私の選択は正しかったのでしょうか？
コミュニティーの核となる女性リーダーの少なさは日本の社会課題です。メディアの活動を通
して、働く女性とともに新しい時代のリーダー像を模索していくことが課題の解決につながるこ
とだと私たちは考え、今後その分野にフォーカスしていきます。

『AERA』が取り上げてきた「女性と働き方」

1988年に創刊した『AERA』は、男女雇用機会均等法施行の2年後に誕生したという時代背景もあり、これまで女性の働き方について精力的に取り上げてきました。

そのきっかけとなったのは、夫の家事への無理解を紹介した1996年の「夫が理解できないラーメン離婚 結婚一年前後で起きる助走なき事態」の記事で、当時大きな反響を呼びました。

以来、「女性の生き方」をメインテーマの一つとして捉えるようになり、時代と共に変わる女性の悩みを継続的に取り上げてきました。

働き続けることすら難しかった90年代、仕事と家庭の両立支援が充実し始めた00年代、女性同士の中に不公平感が漂った10年代を経て、ようやく性別役割を超えた誰もが働きやすい環境の議論が始まってきています。

社会にも他の人にも縛られず、自分の生きやすさや自分らしい幸せを追求する。それはどんな人もそうです。女性が生きやすいことは男性も含むすべての人が生きやすく、多様性があることで組織や社会がしなやかに成長できる。

それを信じて、『AERA』はこれからも発信し続けます。

『AERA dot.』の特長

POINT 1

女性比率が全体の約6割。男女ともに働き盛りの40～50代がボリュームゾーン

・世代では40代が過半数を占め、社会や組織の中核層を担う世代を多く含みます。

POINT 2

「教育の朝日」～教育関心層が高いユーザーを有する～

・教育関連雑誌を多数出版しており、媒体に対する信頼度が高いことで、教育に関心のあるユーザーが集まる傾向。2024年2月には教育情報サイト『AERA with Kids+』をローンチ。

POINT 3

ウェルネス関連記事の充実

- ・出版社ならではの取材力で、信頼できる情報を提供。
- ・ヘルスケア関連雑誌を多数出版してきた実績があり、媒体に対する信頼度が高い。

POINT 4

新NISAを始めとするマネー記事がよく読まれています

・2024年4月にマネー関連の記事をまとめた「MONEY」ページを新設。新NISAスタートの影響もあり、読者の注目を集めています。

サイト内サイトやカテゴリーページが続々と登場！

子育て世代の向けの情報サイト『AERA with Kids+』を2024年2月にリリース。大学、マネー、ペット情報などのまとめページも新設。



POINT.

コア層は40-50代の男女
都市圏の「ミドル層」に高い支持



男女比は女性比率が約6割と、女性比率が高いのが特長です。
関東や近畿居住者が多く、都市圏の働き盛りの「ミドル世代」からの
支持が厚いことがわかります。



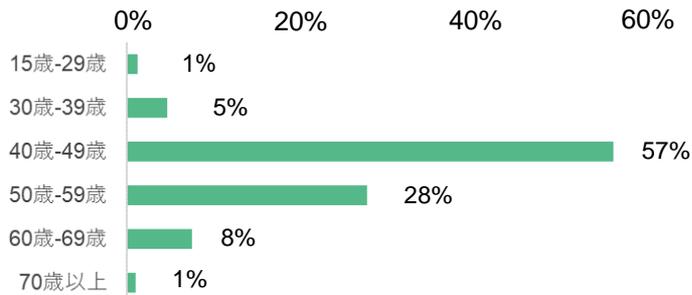
性別

男性 41%

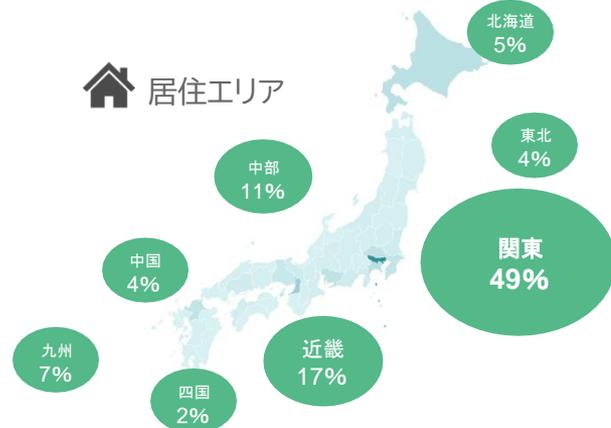
女性 59%



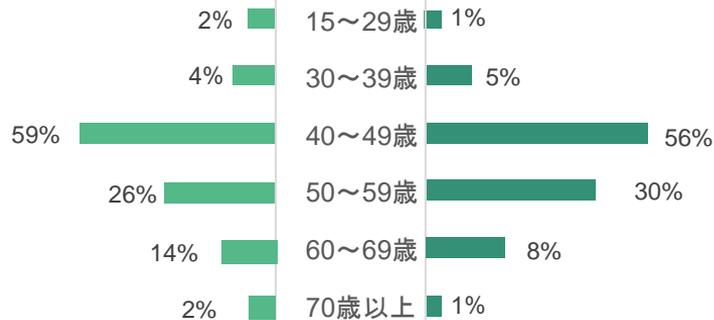
年齢層



居住エリア



■ 男性 ■ 女性



※2024年1～3月実績 AudienceOne調べ

POINT.

給与所得者が多数。世帯年収500万円～が約半数。購買力の高いミドル世代。

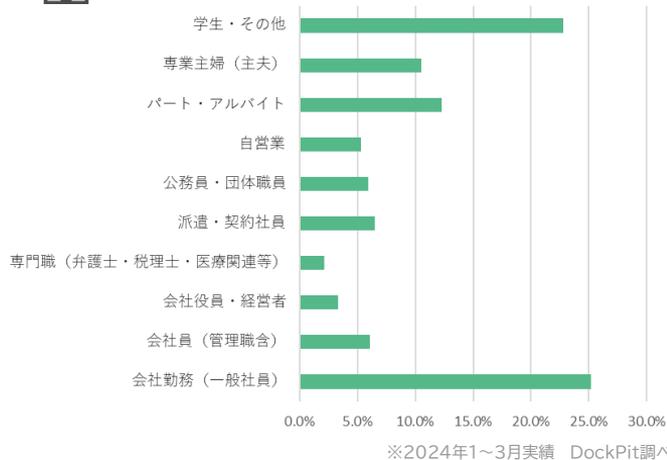


✓ 興味・関心の高い主要セグメント
(上位30位より抜粋)

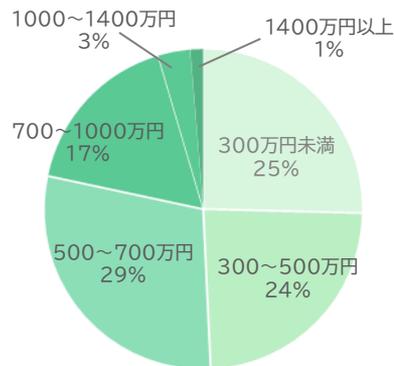
芸術、映画、ファイナンス、ペット、歴史、音楽、
ビジネス情報、女性ファッション、学校教育(大学)

読者の職業は「会社勤務」がもっとも多く、世帯年収は国内の中央値(423万円)を上回る500万円以上が50%、700万円以上が22%。芸術・文化への関心が高く、教育情報に関する感度も高い。

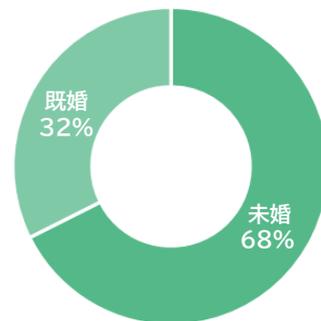
🏠 職業



🏠 世帯年収



🕒 未/既婚



タイアップ広告の制作を担うプロフェッショナルチーム

BRAND STUDIO

つなぐ まとめる かけあわせる

ブランディング、リクルーティング、プロモーションなどを目的に、お客さまの理念や強み、歴史を伝える書籍やムック、広報誌やウェブコンテンツを作ります。

朝日新聞グループならではのネットワーク、雑誌づくりで培った企画力と編集力を生かして、さまざまな素材や情報を物語化し、読者に響く価値あるコンテンツをお届けします。



FEATURE 1

toBからtoCまで、多種多様な企業・団体の
みなさまとのコラボレーション実績



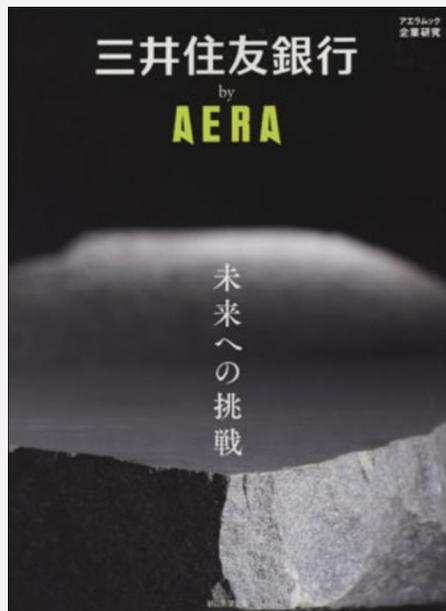
FEATURE 2

歴史と信頼に裏付けられたイシューメイキング、
ファクトチェックと編集表現

FEATURE 3

Webを起点に、雑誌、イベントなど総合的な
ソリューション提案が可能





三井住友銀行(AERAムック)



EducationUSA(タブロイド)



高島屋(企業販促物・紙)



MINI(動画)



ITOKI(WEBコンテンツ)



東京大学(WEB/海外向けツール)

➡Web、雑誌、動画、海外ツールイベントなど総合的なソリューション提案が可能です。

オリジナルタイアップ広告

豊富な実績を持つスタッフが取材し制作する、オリジナルデザインのタイアップメニュー。企業ブランディングや商品認知など幅広い用途でご利用いただけます。資料請求(アンケート)、二次利用などについては別途ご相談ください。

- PR表記、提供クレジット記載
- デザインは自由自在。幅広い表現が可能
- DMP詳細レポート付、追加PV保証も可能(オプション)



掲載料金 (制作費込み)	2,500,000円 雑誌からの転載 1,600,000円
保証PV数	10,000PV
誘導枠掲載期間	1カ月
誘導枠	専用誘導枠(トレンド枠)にローテーション表示
レポート	DMP詳細レポート(P23 参照) 提出目安:誘導枠掲載終了から15営業日後
保存期間	誘導枠掲載終了から3カ月間
申込期限	掲載60日前

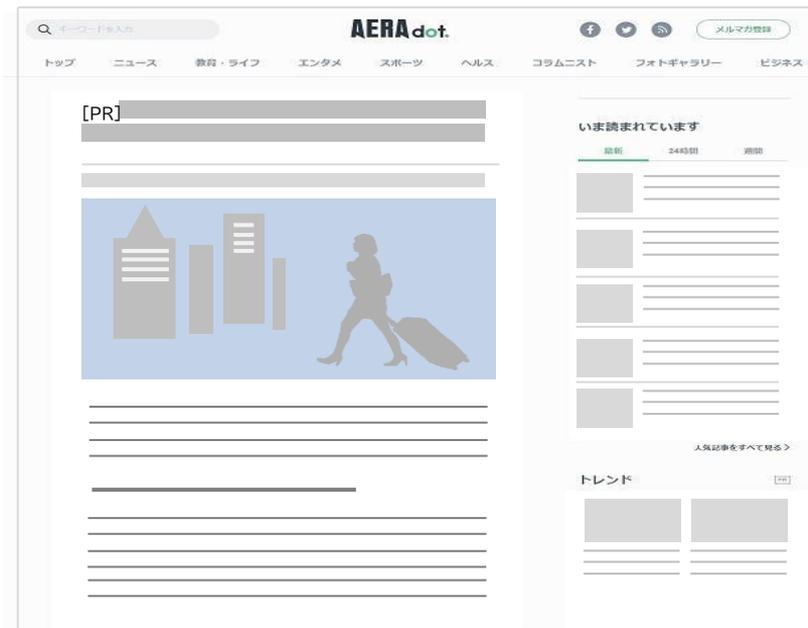
編集記事体裁タイアップ広告

記事と写真を通常編集記事と同様の体裁で配置。

右ナビや記事下のレイアウトも通常記事と同じデザインです。

『AERA dot.』ならではの編集力で、読み応えのあるコンテンツを読者に届けます。

- PR表記、提供クレジット記載
- 編集記事と同様の体裁
- DMP詳細レポート付、追加PV保証も可能
(オプション)



掲載料金 (制作費込み)	1,800,000円
保証PV数	10,000PV
誘導枠掲載期間	1ヵ月
誘導枠	専用誘導枠(トレンド枠)にローテーション表示
レポート	DMP詳細レポート(P23参照) 提出目安: 誘導枠掲載終了から15営業日後
保存期間	誘導枠掲載終了から3ヵ月間
申込期限	掲載45日前

※注意事項はP24をご覧ください

編集記事体裁タイアップ広告 仕様について

タイトルの前に[PR]を記載

タイトルの下に制作クレジットを記載

テキストは1500文字程度を推奨

写真は5枚程度を推奨
(横位置写真)

文中・文末にテキストリンクを設置可能



記事ページと同じ右ナビを使用

スマートフォンには自動最適化して掲載



※注意事項はP25をご覧ください

長期大型タイアップ連載 **BrandStory** (ブランドストーリー)

クライアント様の商品・サービスを『AERA dot.』ならではの視点で切り取る「スポンサードコンテンツ」企画。
制作したコンテンツはクライアント様のウェブサイトなどに転載が可能。

- ✓ すべての記事をまとめた一覧ページをご用意各
- ✓ 記事10,000PV、合計60,000PV保証
- ✓ クライアント様Webサイトでの二次利用可

掲載料金 (制作費込み)	12,000,000円～
記事本数	6本 (月1本公開想定)
保証PV数	各記事10,000PV保証(合計60,000PV保証)
誘導枠掲載期間	6カ月～
レポート	各記事及び企画全体の DMP詳細レポート(P23参照) PV数・UU数・滞在時間・読了率・リンク遷移数・年代・性別・職業・世帯年収・未婚・子どもの年代・興味関心・居住地域 ※各記事は公開後30日間のレポート
ページ保存期間	誘導枠掲載終了後 1年間
二次利用 (誘導枠掲載終了後1年間)	クライアント様Webサイトへの転載



● 誘導枠を右ナビに設置します



※枠位置は変更になる
可能性がございます

※薬機法・健康増進法に関連する案件に関しましては事前にご相談ください

BrandStory (ブランドストーリー)

■追加オプション

掲載期間延長 <small>(1カ月、追加1万PV保証)</small>	1,200,000円	追加PV保証プラン + 5,000PV~ <small>(外部ブースト+『AERA dot.』内誘導強化) 〔使用可能な外部ブースト施策〕 Facebook/Twitter/Outbrain/Reemo</small>	600,000円~ <small>(ご要望を聞いた上でお見積りいたします)</small>
記事追加 <small>(1本あたり、掲載期間1カ月延長、追加1万PV保証含む)</small>	1,800,000円	頁保管延長(1年間)	1,000,000円

■動画制作

【1】 5分 <small>(インタビューを中心にした紹介動画)</small>	900,000円~
【2】 45秒~60秒 <small>(上記をもとに広告動画として再編集)</small>	

・取材は1回(1日)を想定。
 ・内容に応じて金額が変動いたしますので、都度お見積りいたします。

DMP詳細レポートについて

パブリックDMPを利用してタイアップページ訪問者のデモグラフィック情報や、興味関心カテゴリなどをレポート。来訪ユーザーがターゲットとマッチしていたかを分析し、次回のコンテンツ制作に反映することが可能です。

年代・性別	サイト全体のユーザーと比較
職業	給与所得者:一般/管理職/経営者・役員/主婦/学生/その他(年金受給者など)
世帯年収	300万円未満/300~500万円/500~700万円/700~1000万円/1000~1400万円/1400万円以上
未婚	サイト全体のユーザーと比較
子どもの年代	未就学児/小学生/中学生/高校生/大学生/社会人
興味・関心	約1300項目の中から、傾向値を分析
居住地域	都道府県単位
PV・UU・CTR	ページごとのPV数・UU数 リンクのクリック数・クリック率
読了率	どの位置までスクロールしたかを分析(10%~100% ※10%刻み)
滞在時間	10秒以上~180秒以上 ※10秒刻み



オリジナルタイアップ／編集記事体裁タイアップ共通

- ・掲載にあたり、弊社広告審査基準に基づいて広告審査を行います
- ・取材が首都圏以外の場合や著名人の起用には、別途実費が発生致します
- ・掲載ページにPR表記と、提供クレジットを記載します
- ・原則「制作/朝日新聞出版メディアプロデュース部ブランドスタジオ 企画/AERA dot. ADセクション」とクレジットが入ります
- ・タイアップページは主に自社サイト内からの誘導を原則としますが、状況により外部サイトからの集客を行うことがあります
- ・リマーケティングタグや調査タグの設置はできません
- ・アーカイブ期間中に広告主様側で広告運用などを行う場合は事前にお知らせください。

編集記事体裁タイアップ

- ・記事と同じ仕様のため、デザインは弊社指定の様式となります
- ・外部へのリンク(テキストリンク)は原則5カ所までとなります
- ・編集記事体裁タイアップの性質上、PCサイトにおいては通常編集記事で表示される右ナビ及び記事下と同じものが表示されますランキングなどはリアルタイムの情報が表示されるため、ネガティブな内容の記事などが表示される可能性があります
- ・スマートフォンサイトにおいては記事下にコラム、ランキング、カテゴリー、及びBrandStory/タイアップページ誘導枠が表示されます。
- ・リアルタイムの情報が表示されるため、ネガティブな内容の記事などが表示される可能性があります
- ・表示(デザイン)確認はPDFでの確認となります。Web上での事前の動作確認はできません
- <右ナビで表示されるもの>
- ・外部ネットワークを利用したブーストプランに関しては、別途ご相談ください

長期大型タイアップ連載(BrandStory)

- ・お申し込みは、初回記事公開希望日の3カ月前までとなります
- ・掲載にあたり、弊社広告審査基準に基づいて広告審査を行います
- ・薬機法・健康増進法に関連する案件に関しましては事前にご相談ください
- ・取材が首都圏以外の場合や著名人の起用には、別途実費が発生致します
- ・一覧ページ「企画趣旨説明」の末尾と、記事ページ「本文」末尾に下記の文章を記載します
「このページは、〇〇(クライアント様名称)が提供するAERA dot.の スポンサーードコンテンツです。」
- ・記事ページ「本文」末尾には制作クレジットも記載します
- ・タイアップページは主に自社サイト内からの誘導を原則としますが、状況により外部サイトからの集客を行うことがあります
- ・リマーケティングタグや調査タグの設置はできません
- ・記事の更新は弊社のCMSを利用するため、公開や更新作業は迅速な対応が可能ですが、デザイン等は弊社規定のフォーマットとなります
- ・表示(デザイン)確認はPDFでの確認となります。Web上での事前の動作確認はできません
- ・アーカイブ期間中に広告主様側で広告運用などを行う場合は事前にお知らせください。



ランキング
ブランドストーリー誘導枠
タイアップページ誘導枠
メルマガ登録/SNSボタンオリジナルサイト
お知らせ など

※その他ご不明な点は、朝日新聞出版/メディアビジネス部(03-5540-7806 / webAD@asahi.com)までお問い合わせください

『AERA dot.』に掲載したタイアップ広告をYahoo!ニュースに転載します。



掲載料金 (制作費込み)	1,000,000円～ (希望PV数、ターゲティング内容によって変動)
想定PV数	10,000PV以上 (ターゲティング実施の場合、想定PV数に達しない可能性がございます)
誘導枠掲載期間	1カ月以内
誘導枠	Yahoo! 広告 ディスプレイ広告(運用型)※Yahoo内 編集誘導(1日のみ、PC・スマホ版のみ、アプリ版除く)
文字数	2,500字程度
レポート	PV数、性別比率、性別×年齢比率、読了率、広告主サイトへの 遷移数、誘導枠(運用型)の掲載実績
保存期間	掲載開始後3カ月間
申込締切	掲載45日前
注意事項	実施にあたっては、広告主・想定テーマ・概要についてヤフー社の 審査を受ける必要があります。 ご提案(ご検討)の前にお問い合わせください。同社の審査基準 によりお断りする場合がございます。 原稿内容についても同社の審査を受けます。
オプション	ユーザーアンケート 詳細はお問い合わせください

遷移イメージ

Yahoo!広告 ディスプレイ広告(運用型)

誘導枠例: Yahoo!ニュース内広告枠



スポンサードコンテンツページ



広告主サイト



編集誘導

Yahoo!ニュース
主要カテゴリトップページに
期間中、1日間掲載

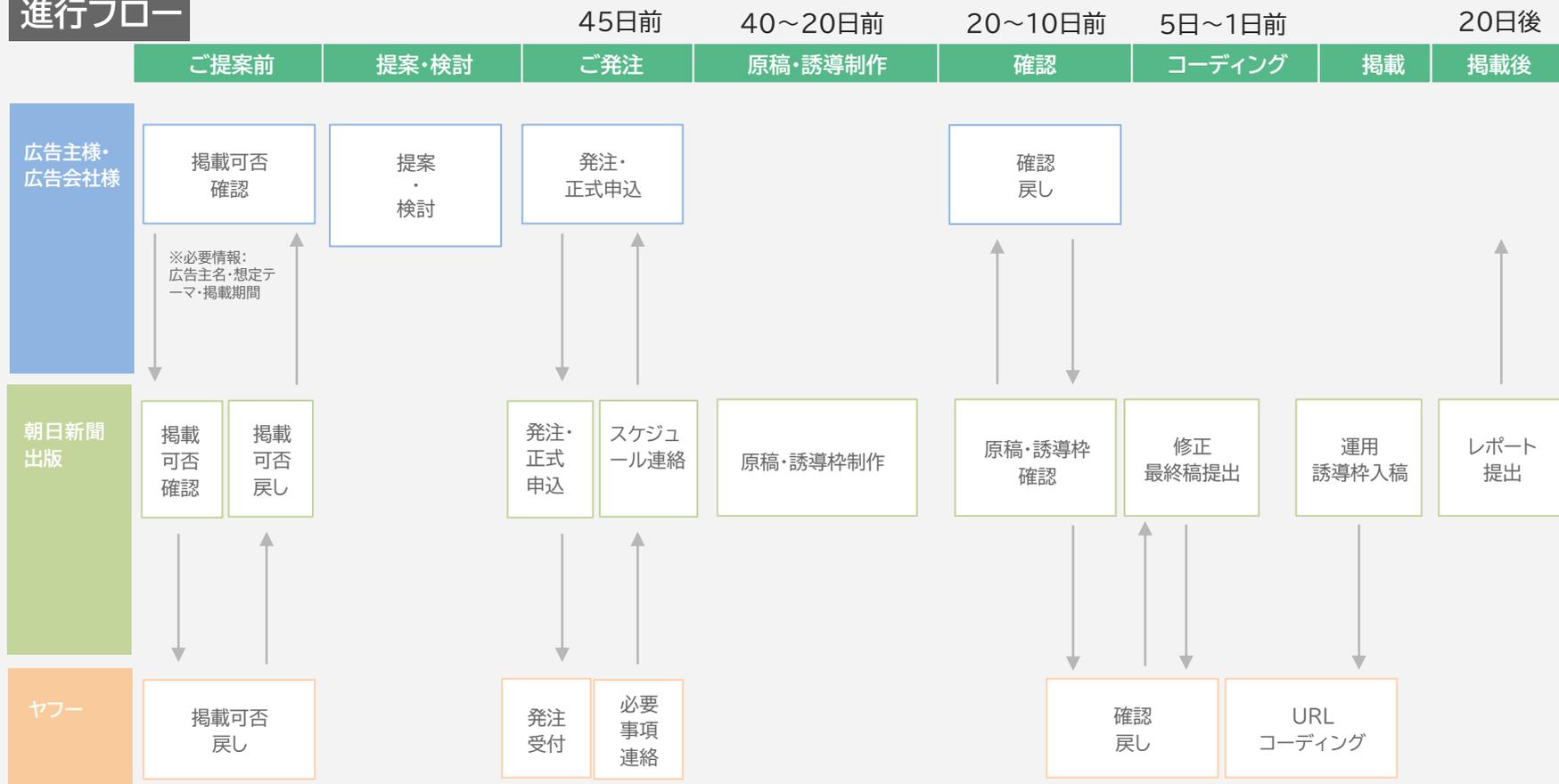


Yahoo!ニュースオリジナル
一覧ページに期間中に掲載



※掲載のタイミング、期間、場所、内容はヤフー社に一任いただきます
 ※PC版、スマホWEB版に掲載します。(「オリジナル一覧ページ」はアプリ版にも掲載)

進行フロー



外部ブーストと『AERA dot.』内誘導強化を行い、追加でPV獲得を狙います。

ソーシャルメディア

『AERA dot.』アカウントでXのプロモ広告を行います。

想定追加PV	プラットフォーム	ターゲティング	掲載料金 (期間)
+ ~5,000PV		年齢・性別 地域、興味関心など	お問い合わせください (4週間想定) 参考価格: ~1,250,000円
+ ~10,000PV			お問い合わせください (4週間想定) 参考価格: ~2,500,000円

X [プロモ広告] 配信イメージ



- ※ターゲティング内容や時期により、金額は変動します。
- ※入札価格は市況によって変化いたしますので、最終お見積もりの際に参考価格を上回る可能性があります。
- ※本文中に広告主様の名称または商品名を記載します。
(テキストまたはハッシュタグの形式)
- ※各プラットフォームの仕様により、広告にはコメント欄が入ります。
- ※運用割合の目安
外部ブースト8割
『AERA dot.』内誘導2割 (案件によって変動します)

外部ブーストと『AERA dot.』内誘導強化を行い、追加でPV保証をいたします。

レコメンドプラットフォーム

追加保証PV	プラットフォーム	ターゲティング	特徴	掲載料金 (期間)
+ 10,000PV		媒体ホワイトリスト、配信面のコンテンツカテゴリなど(教育、ビジネスなど、配信ボリュームに合わせてカテゴリの組み合わせをご提案します)	媒体ホワイトリストや、ユーザが閲覧している記事のコンテキスト情報をもとにしたターゲティングで、ニーズに合わせた配信が可能	700,000円～ (2週間～)
		応ご相談	掲載媒体は新聞社・出版社系が多い。コンテンツに興味・関心が高いユーザーを判別して配信。LPの読了率が高い傾向があり、認知～獲得まで幅広い目的に利用可能。	700,000円～ (2週間～)

※ターゲティングをご希望の場合、内容を伺ったうえでお見積りいたします。

※運用割合の目安…外部ブースト8割:『AERA dot.』内誘導2割(案件によって変動します)



① ファーストレクタングル

ファーストビューで表示される、インパクトの強い広告です。

価格	500,000円	保証imp	800,000imp
掲載期間	1週間～	枠数・表示	ローテーション
保証形態	imp保証	ファイル形式	JPEG/GIF/PNG
表示サイズ	300×250 Pix		

② セカンドレクタングル

記事末尾に隣接する、視認性の高い枠です。

価格	350,000円	保証imp	800,000imp
掲載期間	1週間～	枠数・表示	ローテーション
保証形態	imp保証	ファイル形式	JPEG/GIF/PNG
表示サイズ	300×250 Pix		

③ 記事中レクタングル

記事ページに配信されることで、高いCTRを実現します。

価格	400,000円	保証imp	700,000imp
掲載期間	1週間～	枠数・表示	ローテーション
保証形態	imp保証	ファイル形式	JPEG/GIF/PNG
表示サイズ	300×250 Pix		

DMPを使ったターゲット配信も可能です。
詳細はお問い合わせください。



※掲載期間は1週間以上、imp保証となります期間指定がある場合は事前にご相談ください

※入稿規定詳細はP32をご覧ください



スマートフォン

①記事中レクタングル

高いCTRが期待できる枠です。

価格	600,000円
掲載期間	1週間～
保証形態	imp保証
保証imp	1,200,000imp
枠数・表示	ローテーション
ファイル形式	JPEG/GIF/PNG
表示サイズ	300×250 Pix

②記事下レクタングル

TOPページは、注目記事の下に掲載します。

価格	350,000円
掲載期間	1週間～
保証形態	imp保証
保証imp	1,200,000imp
枠数・表示	ローテーション
ファイル形式	JPEG/GIF/PNG
表示サイズ	300×250 Pix

③インフィード

関連記事と同じスタイルで掲載します。

価格	320,000円
掲載期間	1週間～
保証形態	imp保証
保証imp	1,200,000imp
枠数・表示	ローテーション
ファイル形式	JPEG/GIF/PNG +テキスト
表示サイズ	画像 88x88Pix テキスト 36文字以内広告主様名 20文字以内

DMPを使ったターゲット配信も可能です。
詳細はお問い合わせください。※掲載期間は1週間以上、imp保証となります。期間指定がある場合は事前にご相談ください
※入稿規定詳細はP32をご覧ください

入稿は掲載開始の**5営業日前まで**にお願いします

	サイズ (左右x天地pixel)	ファイル形式容 量	テキスト (全角・半角問わず)	ALTテキスト	ループ	差換え	同時掲載本数	枠数
レクタングル (PC・スマートフォン共通)	300×250	JPEG/GIF/PNG (アニメーション可) 150KB以内		不可	可	週1回	2本/1週間	5枠
スマートフォンインフィード	入稿サイズ 150×150 ※右上に PR が入ります	JPEG/GIF/PNG (アニメーション不可) 150KB以内	【テキスト】 36文字以内 (改行指定不可) 【広告主様名】 20文字以内	不可	不可	週1回	2本/1週間	1枠

※レクタングル／バナーについてはアドサーバーの仕様上、右上に×ボタンが入ります
※リンク先は、計測ツールのリダイレクトURL等はお受けできませんのでご注意ください

使用禁止 文字

【半角文字】
< > (大なり小なり)
; (セミコロン)
" (ダブルクォーテーション)
& (アンド)

' (シングルクォーテーション)
\$ (ドル)
* (アスタリスク)
¥ (バックスラッシュ)

【全角文字】
< > (山カッコ)
※媒体名との混同を防ぐため

14営業日前

1. お申込み

14営業日前までに、メールにてお申し込みください。

2. クリエイティブ審査

- ・広告主名の表記が原則となります
- ・広告や広告のリンク先(Webサイト)は弊社の広告掲載基準に準拠した審査をさせていただきます。
- ・審査の結果によっては広告やリンク先(同)の修正をお願いすることがあります。
- ・尚、広告主の業種や広告内容による競合(同載)調整は行いません。
- ・広告掲載の結果、広告内容により問題が生じた場合や弊社が損害を受けた場合、その全ては広告主に対応・負担していただきます。

3. 原稿規程チェック

規定につきましては、弊社入稿規定をご参照ください。

5営業日前

4. 原稿入稿

- 原稿の入稿期限は掲載の5営業日前となります。
- ・お申込み後の掲載日変更、キャンセルは原則お受けいたしません。
 - ・<複数原稿の掲載>
 - ・掲載期間の同一広告枠内であれば、3クリエイティブ(各1リンク)まで掲載できます。
 - ・差替予定の原稿はリンク先(Webサイト)ともに、入稿締切日までに一括入稿してください。

お問い合わせはこちら
webAD@asahi.com

入稿に関しましては、
 JIAAの規定を参考にしてください。

https://www.jiaa.org/wp-content/uploads/2019/12/jiaa_traffic_manual.pdf

掲載

5. ご掲載

- <AERA dot. 関連システムのメンテナンス等によるおことわり>以下は広告掲載補填の対象外となります。
- ・深夜等の時間帯に関連システムがメンテナンスのため、広告配信を中止した場合。
 - ・大事件等により過度のアクセスが集中することによって、関連システムの障害等を抑止する、あるいは障害等を招き、広告の掲載を中止した場合。

6. レポート

※その他ご不明な点は、朝日新聞出版/メディアビジネス部(03-5540-7806 / webAD@asahi.com)までお問い合わせください

BEST PRACTICES

過去掲載事例

AERA dot.はクライアントのみなさまとともに、
企画力・編集力を生かして多種多様なプロジェクトに取り組み、
成功事例を創出してまいりました。
次ページよりその一部をご紹介します。



Webでの掲載の他に、AERA本誌での掲載とその内容を冊子化したものを高校へ発送。
高校の先生方からも好評をいただき、探究授業で積極活用いただいております。

全20ページの抜き刷り冊子



転載

AERA dot.タイアップページ



転載

転載

転載

AERA本誌での転載

AERA

高校生・高校教員にリーチ



抜き刷りを全国の高校
1,000校に送付

企業の人事担当者にリーチ

日本最大のHRネットワーク

日本の人事部

企業の人事担当者
約13万3000名へURLを配信

<https://dot.asahi.com/ad/23082301/>



サブスクリプションビジネスへの移行と自社ソリューションを活用したDXへの取り組みについて、編集記事体裁タイアップで紹介。

【PR】売り切り型からサブスクへ、アドビがDXに成功した理由とは？

企画/制作/販売/印刷/マーケティング/デザイン/マーケティング/マーケティング/企画/制作/販売/印刷/マーケティング/デザイン/マーケティング/マーケティング



アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

■ 3つの理由から成功の鍵

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。



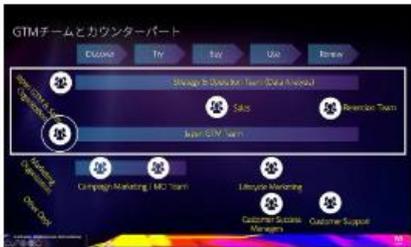
アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

■ Adobe Experience Cloudの導入

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。



アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。



アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

■ DXとはなにか？

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

■ DXを実現するためのポイント

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。



アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

■ 読者の声

アドビは「Adobe Business」を「Adobe Experience Cloud」に統合し、サブスクリプションモデルにシフトした。この移行は、顧客のデジタル体験を向上させるための重要なステップであり、アドビのデジタルマーケティング戦略の転換点となった。

<https://dot.asahi.com/articles/-/15357>

index

株式会社朝日新聞出版／メディアビジネス部

Tel : 03-5540-7806

Fax : 03-5540-7809

Mail : webAD@asahi.com