

NERA

Media Guide 2026.4-6

ASAHI

朝日新聞出版

MEMBERS	<u>P. 3</u>
TOPICS	<u>P. 8</u>
CHANNEL	<u>P. 10</u>
MEDIA PROFILE	<u>P. 17</u>
ADVERTISEMENT PLAN	<u>P. 23</u>
CONTACT	<u>P. 42</u>

編集体制

「AERA DIGITAL」編集長は前「AERA dot.」編集長の鎌田倫子が、新たに週刊誌「AERA」誌面編集長には前AERA副編集長の深澤友紀が就任。前AERA編集長の木村恵子は「AERAブランドプロデューサー」として、ブランド戦略を担います。



WEBメディア

AERA編集部長
AERA DIGITAL編集長
鎌田倫子



誌面

AERA編集部長代理
AERA誌面編集長
深澤友紀



ブランド

AERA本部長補佐兼
AERAブランディング室長
木村恵子

「編集力」と「ビジネス戦略」の相乗効果

ブランドプロデューサーが編集部と連携し、雑誌・デジタル双方の企画を統合的に進めることで、コンテンツクオリティとビジネス面の強化を同時に図れる。

コンセプトの一貫性とブランド認知の向上

雑誌・ウェブ・イベントなど複数のメディアを横断して、ひとつのコンセプトを統一的に展開するため、読者やユーザーの体験に一貫性を持たせ、ブランドの価値や認知度を高められる。

取材力と市場分析を組み合わせた新たな企画立案

編集現場の独自取材力に加え、市場分析から得られるデータに基づく知見を融合し、読者ニーズに即した新規コンテンツや企画をスピーディーに立ち上げられる。

持続的な成長と差別化への貢献

統合的な編集体制により、メディア全体のブランド力が強化されるだけでなく、変化の激しいメディア環境においても柔軟に対応し、継続的な成長と競合との差別化を実現できる。



Message

新しいAERA編集部のコンセプトは、あなたと「時代」をつなぐメディア。編集方針は「デジタルファースト」です。世の中の変化や課題を読者が身近に感じられるように伝えるのが「AERA」の不変のミッションです。それを、これからはデジタルの利点を生かして遂行していきます。

統合で、編集部は二つの武器を手に入れました。週刊誌はパッケージの強みを生かし、「AERA」のシンボリック役割を果たします。一方のデジタルは読者層の拡大とファンづくりのチャレンジの場です。題材・テーマ、表現方法、読者との関係性は「今」にあった方法を模索します。例えば、記事で何をどのように取り上げるかは、読者の本音の部分と向き合う、言い換えれば、欲や見栄を否定しない姿勢もデジタルでは必要でしょう。いい意味で「AERA」らしさの枠を広げることで、読者の心にフィットするコンテンツを作ります。

表現は、週刊誌はビジュアルに強い特長がありました。今後は画像にとどまらず、動画、音声、データをかけ合わせ、シーンに応じた発信方法をとっていきます。読者との関係性は、会員限定イベント、読者参加型のコンテストやコミュニティーの育成などを通じ、距離をぐっと縮めていきます。

「AERA」の真髄は変わらず、ただし、今の時代に合った題材、表現、読者との距離感をデジタルの強みを生かして模索していきます。

Profile

鎌田倫子（かまた・みちこ）
AERA編集部長 AERA DIGITAL編集長

キャリアのスタートは神戸新聞（記者）。事件事故、行政、医療、地方経済を担当。朝日新聞出版では、雑誌「AERA」（記者）、週刊誌「週刊朝日」（デスク）と紙の編集部を経て、webニュース・情報サイト「AERAdot.」へ。デスクを務めた後、「AERA dot.」編集長に。2025年4月、媒体のリブランディング、体制変更に伴い現職。趣味はランニング。キジトラと暮らす愛猫家。NewsPicksのプロピッカーを務める。



Message

「AERA」がニュース週刊誌として取り上げきたテーマは、大きな事件や事故だけでなく、普通に生きている人たちの悩みです。「ニュースは心の中にある」を合言葉に、誰かが心に抱えている苦悩やモヤモヤに寄り添い、記事を通して悩みを可視化してきました。例えば、当選を目指す側の弱みにつけ込んで嫌がらせや不当な要求をする「票ハラ」は「AERA」発の言葉です。問題が“見える化”されたことで、その後、法律にも候補者のハラスメント対策が盛り込まれました。

いま社会では、SNSなどで見たい情報ばかりに触れ、孤立や分断が進んでいます。紙メディアの良さは、1週間に必要な情報を1冊にパッケージして届け、関心のなかったテーマの記事にも触れる機会を提供できることです。「AERA」はこれからも社会課題を見つめ、優しい想像力を社会に広げていきます。

Profile

深澤友紀（ふかざわ・ゆき）
AERA編集部長代理 AERA誌面編集長

琉球新報社を経て、2012年、朝日新聞出版に入社。
以後、アエラ編集部。スポーツ、働き方、子育て、障害児・者、沖縄などを取材。著書に『産声のない天使たち』（2018年3月_朝日新聞出版）がある。2025年4月より現職。
子どもは小1、小4で上の子が脳性まひで車いすユーザー。
今年、社会福祉士の資格も取得。国や地方自治体の審議会、検討会の委員も務める。



Message

AERAブランドプロデューサーという役職が新設されました。この耳慣れない役職ですが、これこそがこれからの「AERA」の新しい展開を示しています。

「AERA」は1988年の創刊以来、信頼できる、そして新しい価値観を提供するメディアとして浸透してきました。それは今デジタルにも拡張され、デジタルでも紙でも、社会の見えない課題を独自の視点で可視化させる、そしてビジュアルも美しい“唯一無二”のメディアとなっています。

その展開は今後、メディアとしての発信だけにとどまりません。読者やクライアントのみなさんをつながりながら、コミュニティを形成し、さまざまな社会課題を解決したり、個人が抱える悩みを共有したり、楽しさを拡大させたりするイベント、座談会、SNS発信など、多面的、立体的に展開していきます。その“ハブ”となるのがこの“ブランドプロデューサー”です。

「AERA」が培ってきたコンテンツ力や企画力を様々な形で展開し、社会にプラスのムーブメントを起こしたいと思っています！

Profile

木村恵子（きむら・けいこ）

AERA本部長補佐兼AERAブランディング室長

1999年、朝日新聞社入社。新潟・千葉支局で警察や行政など取材。2004年から「AERA」編集部。ライフスタイル、女性、子育て、教育、働き方、世代格差などを幅広く取材。第1子出産を経て、14年から副編集長。第2子出産を経て、医療健康編集部。

18年4月から、「AERA」副編集長兼「ジュニアエラ」編集長。

21年4月から「AERA with Kids」編集長も兼任。

22年4月から「AERA」編集長を務めたのち、25年4月より現職。

主要トピック

「人」、「働く女性」、「社会課題」

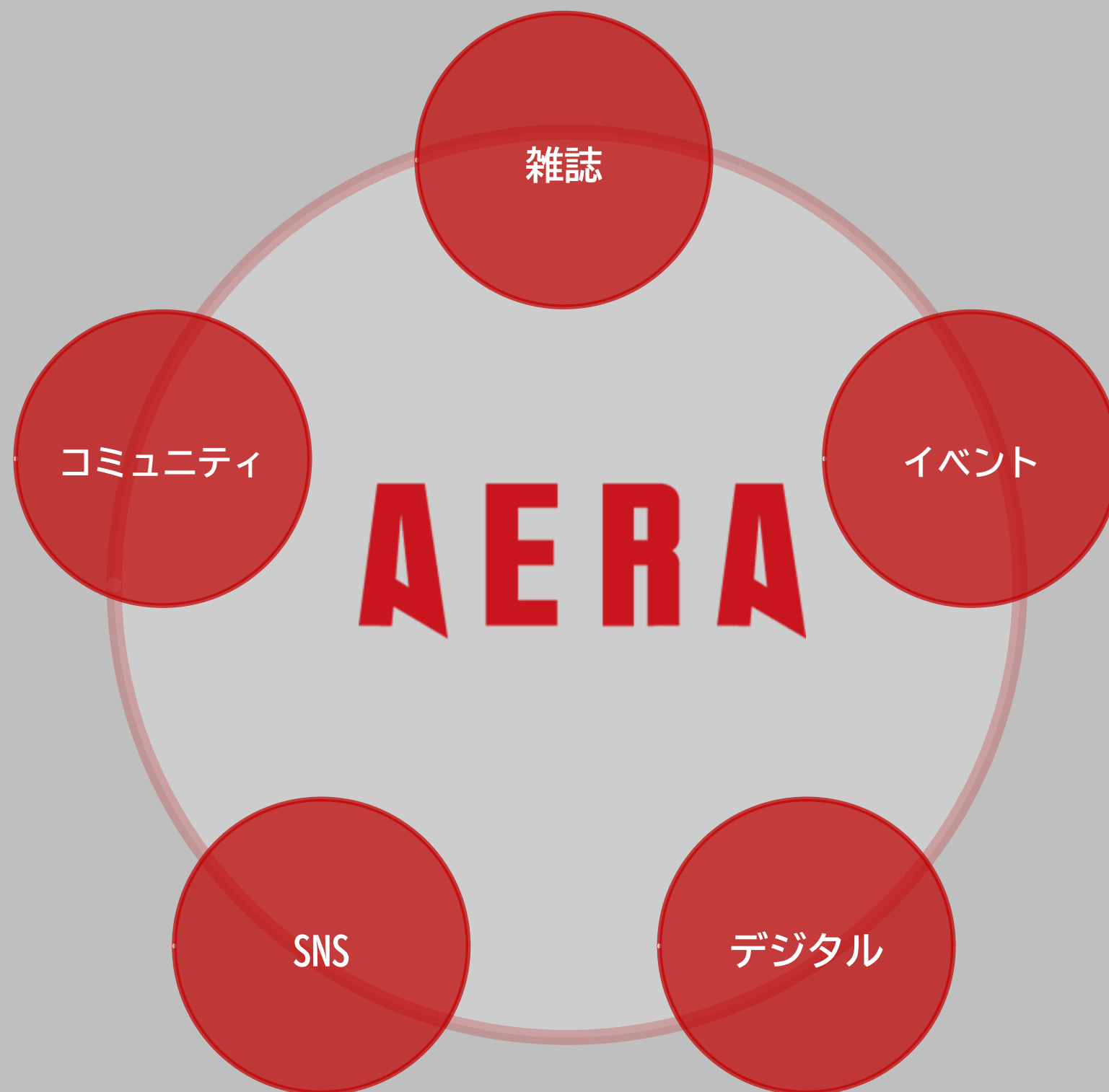
「AERA」の中心読者は、30代から50代の都市で働く人々。性別や未既婚、子どもの有無にかかわらず、「いま」という時代を現場で牽引し、次世代に手渡す役割を担う人々です。

だからこそ私たちは、“SDGs”という言葉が生まれる以前から、「社会課題」に向き合い、そこに含まれるテーマの多くに関心を寄せ、報道してきました。格差や健康、教育、多様性、そして環境や技術革新。いずれも「AERA」が独自の視点で問題提起を続けてきたテーマです。

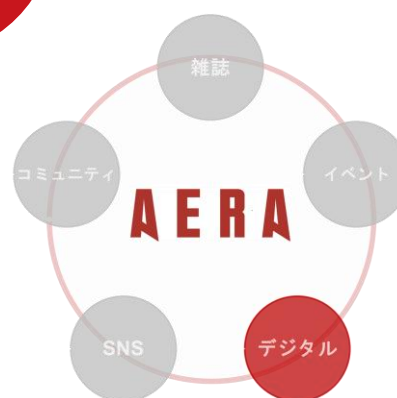
それぞれのテーマのなかに生きる「人」を徹底的に取材し、その思いや問題意識を掘り下げています。

「AERA」の一つの特徴に「女性」に支持されるメディアという点があります。女性の働き方、ダイバーシティー、ジェンダー、子育てと仕事の両立、保活などのテーマにいち早く注目し、先進事例の紹介や、問題提起をしてきました。その姿勢は、男性にも共感され、男女バランスよく読んでいただける媒体として支持されています。

目指すのは、誠実で共感力の高いメディアです。
今後も、現役世代の代弁者として発信を続けていきます。

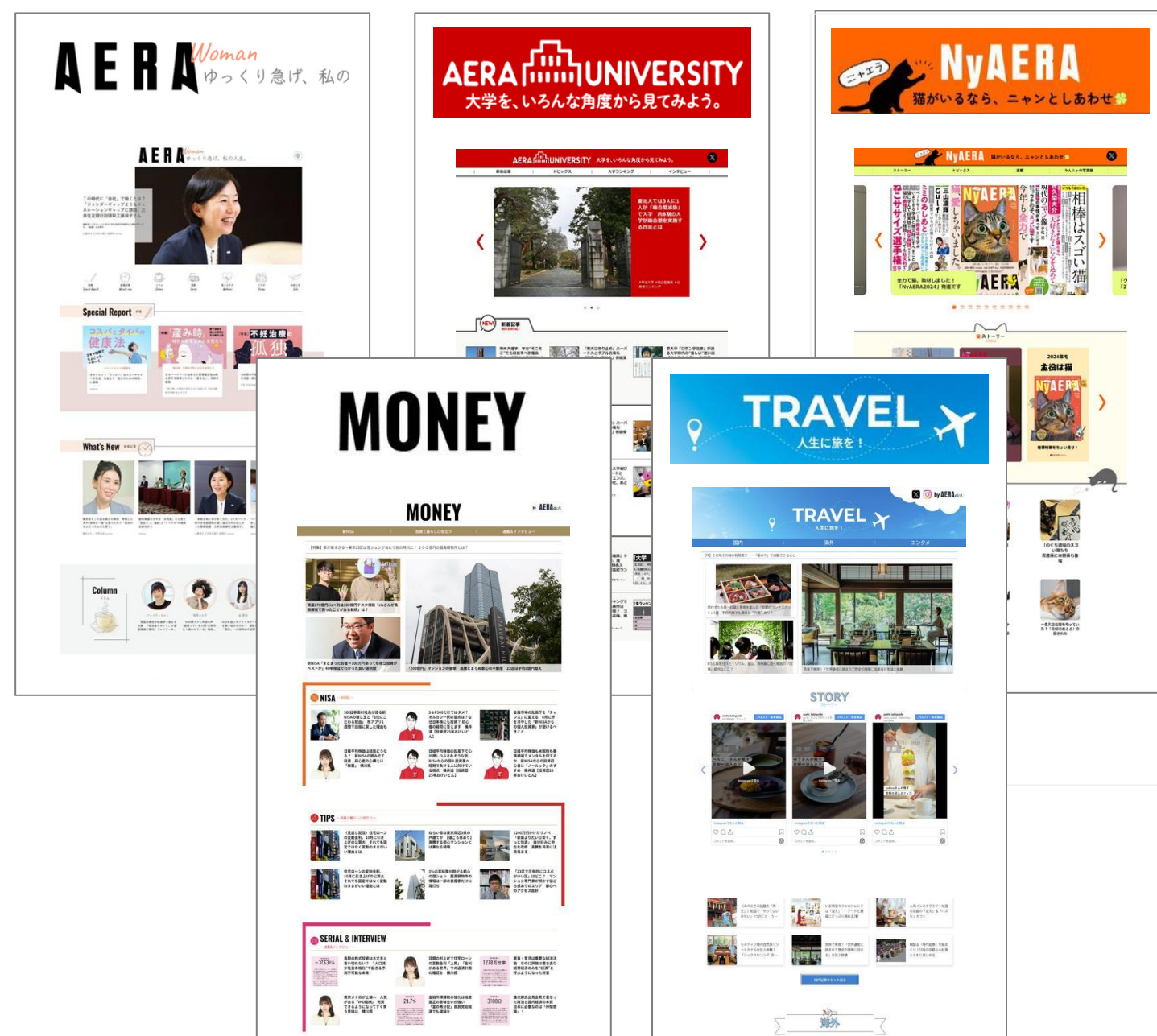


チャンネル戦略



女性読者を多く含み、月間約1,000万人にリーチ

Woman・大学教育・マネー・ペット情報などのまとめページも好評



POINT 1

働き盛り世代への強力なリーチ

女性比率が全体の約6割を占め、男女ともに40～50代が主要読者層。仕事や生活に関する情報を求めるアクティブな層への訴求が可能です。

POINT 2

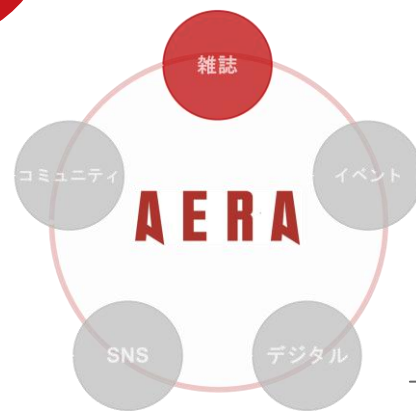
教育とウェルネス関連記事の豊富な実績と高い信頼性

出版社ならではの取材力で、確かな情報を提供。教育やウェルネス関連をはじめ、雑誌を多数出版してきた実績があり、媒体として読者からの信頼度が高い点が強みです。

POINT 3

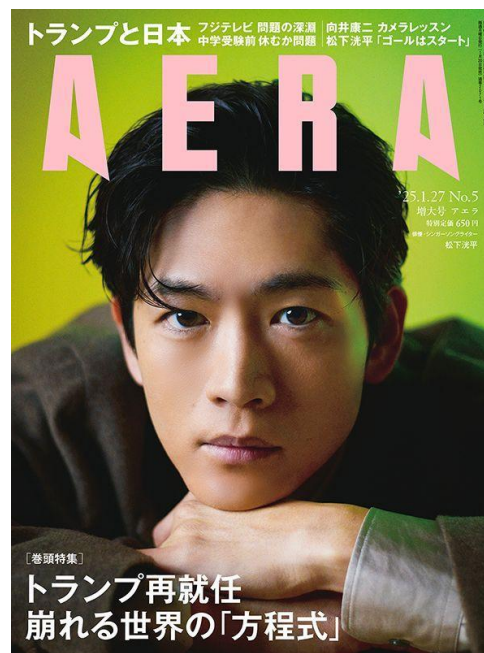
マネー、トラベルなど多彩なテーマをカバー

教育やウェルネスだけでなく、マネーやトラベル領域など幅広いテーマを扱い、読者の興味・関心に応える柔軟なコンテンツ展開が可能です。



「ビジネス誌」と「ライフスタイル誌」の顔を持つ唯一無二の週刊誌

その時々旬なテーマを独自の目線で切り取る「巻頭特集」と、生活に寄り添う記事を、バランス良く1冊に



POINT 1

「AERA DIGITAL」同様40～50代の中核層がコア読者

40～50代が約6割を占めており、仕事のアイデアの源泉やビジネスの話題になることも多く、話題の起点となっています。また、女性読者が全体の約4割を占めます。

POINT 2

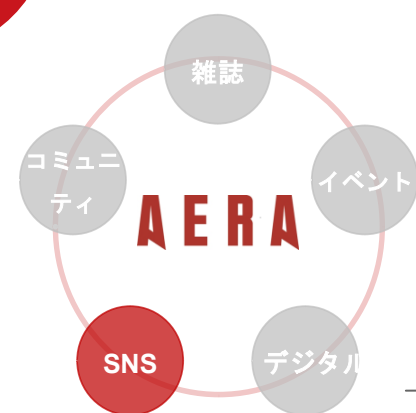
3大都市に強い都市型メディア

定期購読は約7,400部。関東エリアで40.9%（うち東京18.6%）、近畿エリアで15.6%、中部エリアで12.2%と都市型の配本比率を確保

POINT 3

雑誌ならではの魅力を最大限に活かすビジュアル

旬の人物を起用した表紙や、カラーページのグラビアなどA4判型の雑誌の特性を活かしたデザインが好評。



自社SNSアカウントからの発信だけに留まらない取り組み

AERA Womanスペシャルサポーターが発足 第一期10人を選定



POINT 1

読者コミュニティとの近接度の高さを活かす共創プロジェクト

「AERA Womanスペシャルサポーター」は、自身のSNSで誌面やサイトの記事を積極的にシェアし、読者のリアルな声を編集部に届けることでコンテンツ制作にも関わっていく仕組みです。広告主にとっては、この近い距離感でのファンコミュニティとの交流が、ブランド体験をより深める絶好の場となります。

POINT 2

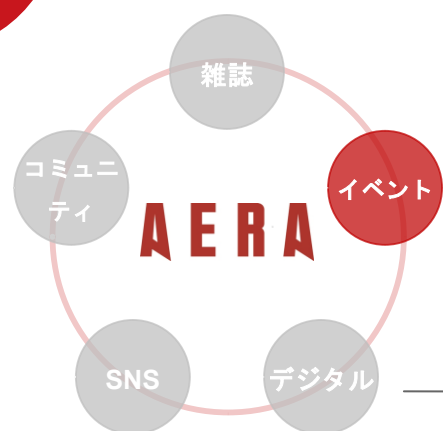
女性の多様なライフステージを横断する発信力

20代から50代まで幅広いバックグラウンドを持つ女性読者がメンバーに選ばれているため、編集部が発信するメッセージは、多様なライフスタイルや価値観に呼応しやすくなっています。

POINT 3

積み重ねてきた「AERA」の女性活躍支援の実績と信頼感

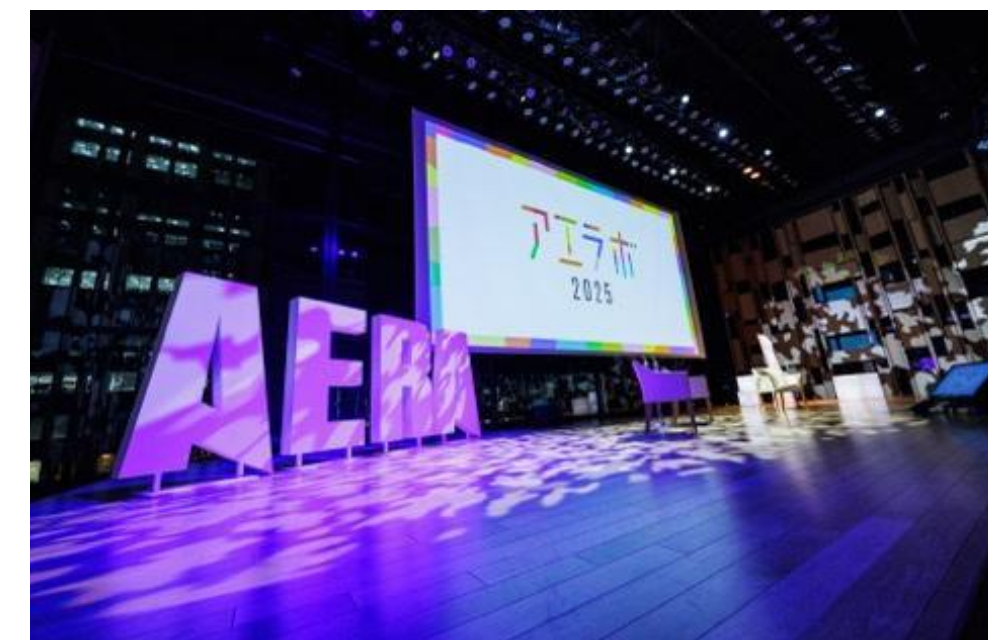
AERA編集部は男女雇用機会均等法が施行された時代から一貫して女性の働き方・生き方を誌面で取り上げてきました。この蓄積された知見と読者の声をもとに発信される情報は、多くの共感を呼びやすく、社会的意義も高いのが特長です。



「読者との対話を通じて 新たな価値を生み出す実験場」

「アエラボ」初回イベントでは、平日夜に約500名の読者が集結

AERA × ラボラトリー = “アエラボ” 新しい価値観を生み出す実験場として、新たにスタート！



POINT 1

熱量の高いコミュニティと直接つながるプラットフォーム

アエラボは、新たな発想を生み出す“ラボ”として機能しています。実際に500名規模の読者が自発的に参加したことから、読者の熱量と結束力の強さがうかがえます。このコミュニティに加わることで、ブランドの理解や共感を深める場として活用可能です。

POINT 2

多様な企業とのコラボレーションによる高い訴求効果

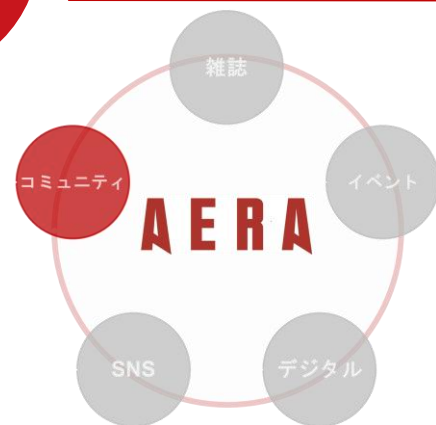
異なる分野の企業同士が「女性を応援する」という共通テーマでつながり、読者との接点を生み出しています。企業のブランドメッセージやサービスを効果的に訴求する新たな連携の可能性を検討いただけます。

POINT 3

“女性×働く”をはじめとした社会テーマへの強力な発信力

AERA編集部では「女性×働く」という連載を通じて、女性の転職やキャリア形成、マネーリテラシーなど幅広いテーマを深掘りしてきました。アエラボはその知見を実際の読者との対話の場でさらに発展させ、社会的なテーマを多角的に検証・発信する場としても注目度が高まっています。





次世代との取り組み「AERAサポーター高校」

高校生の進路探求に役立つ企画の発信、「AERA」のネットワークを生かした探究授業、ワークショップの実施、先生同士の交流など学校現場によりよい教育コンテンツの提供と体験・アウトプットの間を創造していくための取り組み。現状約100校の高校が加盟。2024年よりAERAサポーター高校生記者制度もスタート。

サポーター高校 加盟校 106校

北海道・東北	6校
関東	55校
東海	9校
近畿	22校
中国	3校
四国	5校
九州・沖縄	6校

サポーター高校記者 登録数 59名

群馬県	新島学園高等学校	1
千葉県	成田高等学校	5
神奈川県	捜真女学校 高等学部	4
	横浜市立横浜商業高等学校	1
東京都	京華女子中学高等学校	3
	富士見高等学校	2
	都立昭和高等学校	6
静岡県	静岡県立伊豆伊東高校	1
	静岡県立下田高校	1
愛知県	桜花学園高等学校	2
兵庫県	神戸龍谷高等学校	11
大阪府	ルネサンス大阪高等学校	1
奈良県	奈良女子大学附属中等教育学校	10
愛媛県	愛媛県立新居浜西高等学校	2
香川県	香川誠陵高等学校	4
高知県	高知県立高知国際高校	2
沖縄県	沖縄カトリック高校	2
	昭和薬科大学付属高等学校	1

▼AERA特別授業



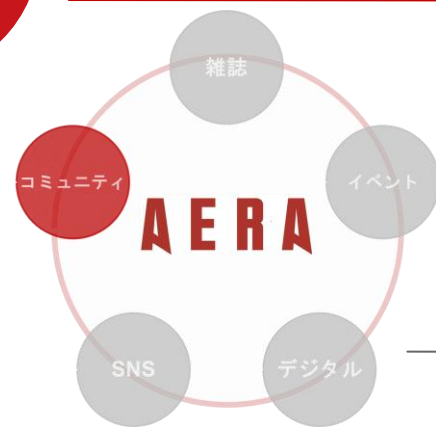
▼編集コンテンツにサポーター高校記者も協力

主体的に決める
学校でも経験を
AERAサポーター高校生記者の政治参加

座談会テーマ
若者の政治参加はなぜ進まないのか？

「AERAサポーター高校! 高校生記者募集中!」

社会課題をテーマに高校生同士の議論の場の創出や、座談会企画や、特別授業の実施、広告企画への出演など活動が広がっています。



「AERAサポーター高校」加盟校一覧

北海道	札幌光星高等学校	東京都	東京都立昭和高等学校	大阪府	東大阪市立日新高等学校
北海道	北海道滝川西高等学校	東京都	山崎学園富士見中学校高等学校	大阪府	大阪府立阿倍野高等学校
岩手県	専修大学北上高等学校	東京都	昭和女子大学附属昭和高等学校	大阪府	大阪借星学園高等学校
宮城県	宮城県仙台向山高等学校	東京都	上野学園中学校高等学校	大阪府	常翔学園高等学校
宮城県	宮城第一高等学校	東京都	Loochs高等学院	大阪府	星槎国際高等学校
秋田県	聖霊学園高等学校	東京都	東京都立小平西高等学校	大阪府	早稲田大阪高等学校
茨城県	茨城県立古河中等教育学校	東京都	豊島学院高等学校	大阪府	ルネサンス大阪高等学校
茨城県	大成女子高等学校	東京都	順天高等学校	大阪府	初芝富田林高等学校
茨城県	東洋大学附属牛久高等学校	東京都	東京都立調布北高等学校	兵庫県	賢明女子学院高等学校
茨城県	茨城県立竜ヶ崎第一高等学校	東京都	早稲田大学系属早稲田実業学校	兵庫県	神戸龍谷高等学校
栃木県	星の杜高等学校	東京都	中村中学校・高等学校	兵庫県	兵庫県立加古川東高等学校
栃木県	國學院大學栃木高等学校	神奈川県	麻布大学附属高等学校	兵庫県	兵庫県立鳴尾高等学校
群馬県	新島学園高等学校	神奈川県	神奈川学園中学高等学校	兵庫県	近畿大学附属豊岡高等学校・中学校
群馬県	明照学園 樹徳中学校高等学校一貫コース	神奈川県	クラーク記念国際高等学校 横浜キャンパス	奈良県	聖心学園中等教育学校
埼玉県	星野高等学校	神奈川県	湘南学園中学校高等学校	奈良県	奈良女子高等学校
埼玉県	埼玉県立松山女子高等学校	神奈川県	捜真女学校高等学部	奈良県	奈良女子大学附属中等教育学校
埼玉県	武蔵越生高等学校	神奈川県	三浦学苑高等学校	奈良県	奈良文化高等学校
千葉県	千葉敬愛高等学校	神奈川県	緑ヶ丘女子高等学校	奈良県	大和高田市立高田商業高等学校
千葉県	千葉県立成田北高等学校	神奈川県	神奈川県立大和南高等学校	和歌山県	和歌山信愛高等学校
千葉県	成田高等学校	神奈川県	神奈川県立横浜水取沢高等学校	和歌山県	和歌山県立日高高等学校中津分校
千葉県	八千代松陰高等学校	神奈川県	横浜市立東高等学校	岡山県	岡山県立岡山芳泉高等学校
千葉県	千葉県立東葛飾高等学校	神奈川県	横浜市立横浜商業高等学校	広島県	福山暁の星女子高等学校
東京都	関東第一高等学校	神奈川県	横浜雙葉高等学校	広島県	広島城北高等学校
東京都	品川翔英高等学校	神奈川県	立花学園高等学校	香川県	香川県立三木高等学校
東京都	桜美林高等学校	神奈川県	教育アカデミー高等部	香川県	香川誠陵高等学校
東京都	聖学院高等学校	岐阜県	多治見西高等学校	愛媛県	愛媛県立西条農業高等学校
東京都	桐朋女子高等学校	静岡県	静岡県立伊豆伊東高等学校	愛媛県	愛媛県立新居浜西高等学校
東京都	文化学園大学杉並高等学校	静岡県	静岡県立下田高等学校	高知県	高知県立高知国際高等学校
東京都	白梅学園清修中高一貫部	静岡県	静岡県立清水南高等学校・中等部	福岡県	クラーク記念国際高等学校 福岡中央キャンパス
東京都	八雲学園高等学校	愛知県	滝高等学校	佐賀県	佐賀女子高等学校
東京都	和洋九段女子中学校高等学校	愛知県	日本福祉大学付属高等学校	佐賀県	佐賀県立唐津西高等学校
東京都	東京都立豊島高等学校	愛知県	桜花学園高等学校	長崎県	精道三川台高等学校
東京都	東京実業高等学校	三重県	桜丘高等学校	沖縄県	沖縄カトリック高等学校
東京都	桜丘高等学校	三重県	英心高等学校桔梗が丘校	沖縄県	昭和薬科大学附属高等学校
東京都	佼成学園女子中学高等学校	京都府	京都産業大学附属中学校・高等学校		
東京都	京華女子中学・高等学校	京都府	京都先端科学大学附属高等学校		

加盟校の先生がたをご招待した
ネットワーキングイベント

▽レポート



サポ高での特別授業
サポ高記者 広告起用 等
是非お問い合わせ下さい！

メディアプロフィール

POINT.

出版社ならではの豊富なコンテンツと確かな取材力で多くのユーザーを獲得



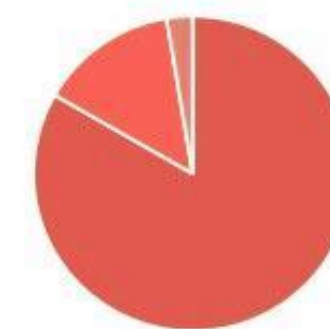
【月間PV】

約 41,300,000

【月間UU】

約 9,400,000

【デバイス別ユーザー】



スマートフォン 81%
 デスクトップ 16%
 タブレット 3%

(2025年12月～2026年2月平均、Google Analytics4調べ)

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。



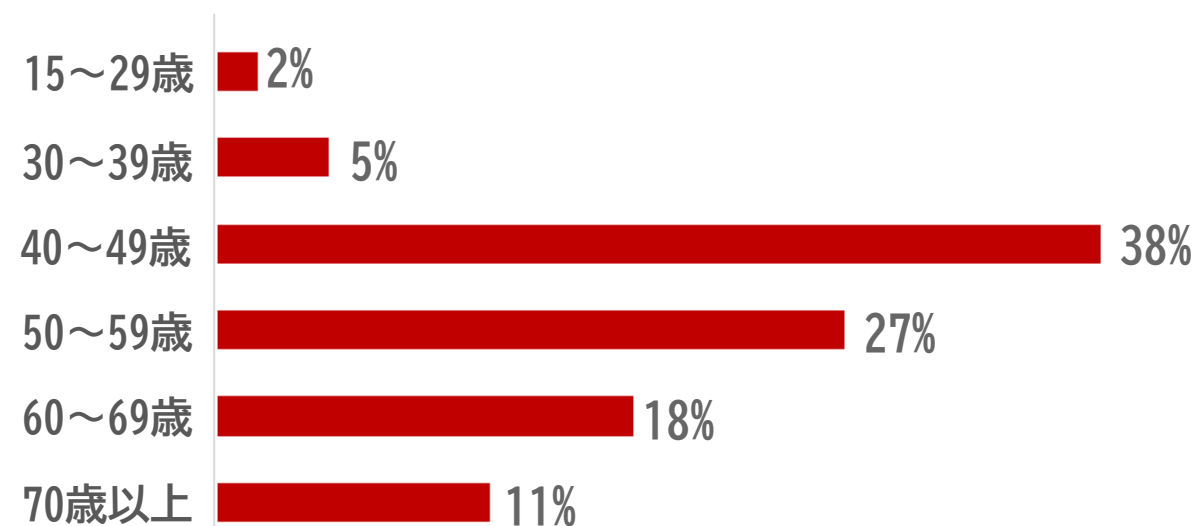
性別



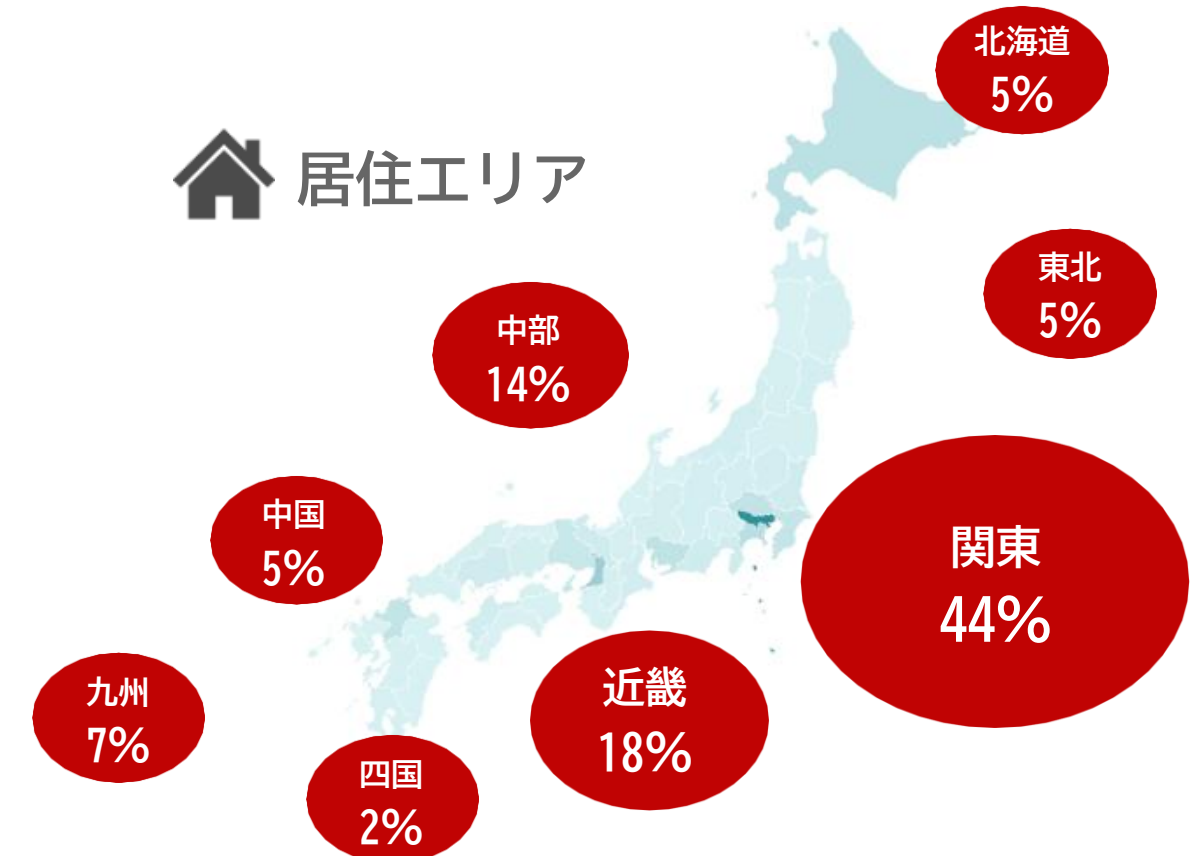
※2025年12月～2026年2月実績 AudienceOne調べ



年齢層

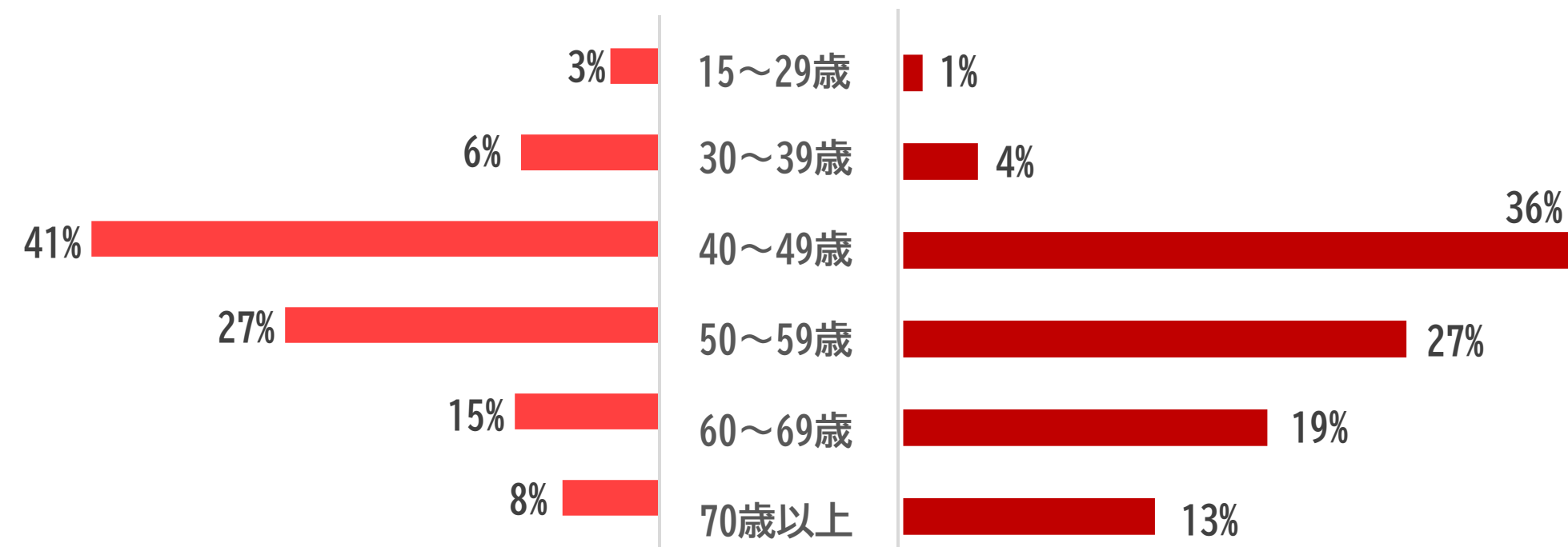


※2025年12月～2026年2月実績 AudienceOne調べ



※2025年12月～2026年2月平均、Google Analytics4調べ

■ 男性 ■ 女性



※2025年12月～2026年2月実績 AudienceOne調べ

POINT.

購買力の高いミドル世代

給与所得者が多数。世帯年収500万円～が半数以上

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65%、1000万円以上が28%。

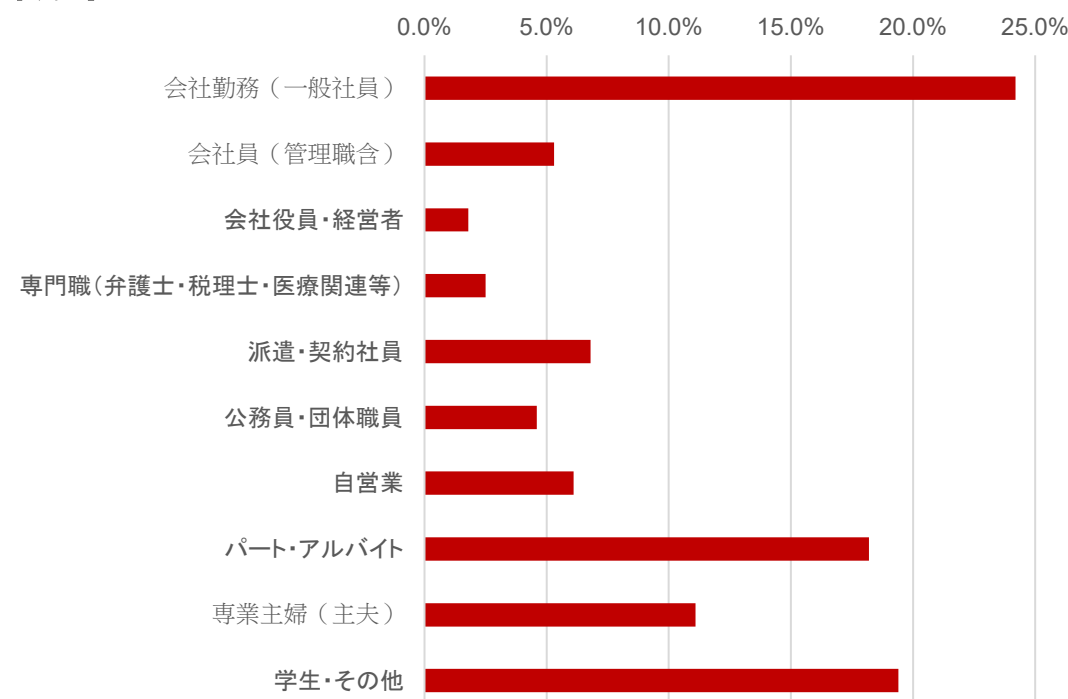
学校教育などへの関心が高く、高所得者が多いことから投資などのマネー分野への関心も高い

✓ 興味・関心の高い主要セグメント
(上位40位より抜粋)

中学受験、留学、家庭教師、家事代行、
フィットネス、家電、自己啓発、
ペットフード・グッズ

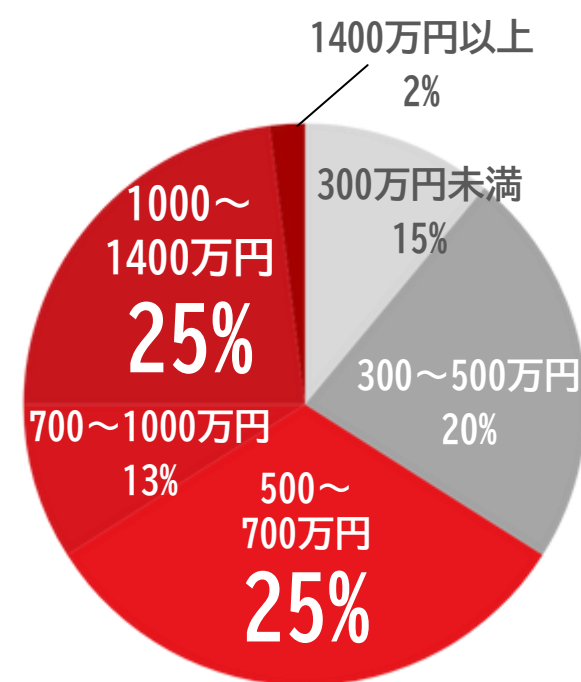
※2025年12月～2026年2月実績 AudienceOne調べ

職業

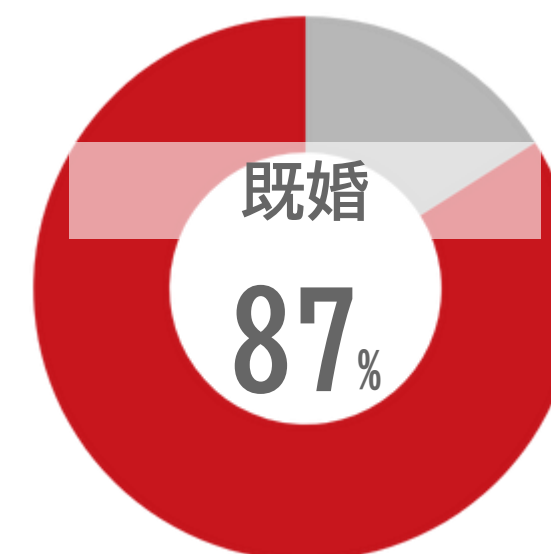


※2025年12月～2026年2月実績 DockPit調べ

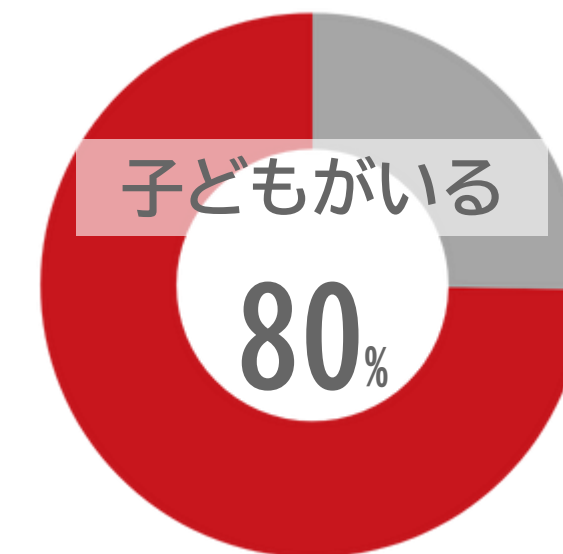
世帯年収



未/既婚



子どもの有無



※2025年12月～2026年2月実績 AudienceOne調べ



創刊キャッチコピーは“ライバルは朝日新聞”

時事ニュース、企業の動向、職場問題や恋愛や性、夫婦の形、女性の生き方、仕事と子育てなど、その時代のさまざまな社会事象や人にスポットを当て、ビジネスパーソンを中心に多くの読者の支持を得ています。

【発行部数】

40,067部

※印刷証明付き発行部数（2025年10月～2025年12月の平均印刷部数）

【回読人数】

7.8人

※MAGASCENE 2025年4月～6月調査

【宅配部数】

6,077部

※ABC部数 2025年1月～6月調査

【判型】 A4判変型（中綴じ） 【創刊】 1988年5月

性別

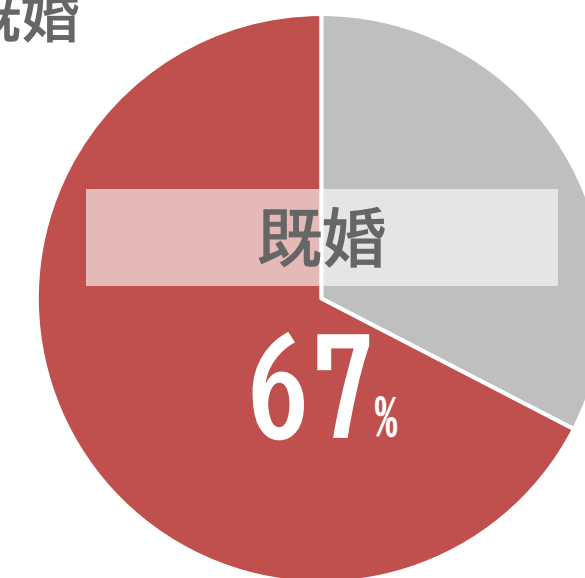


世帯年収

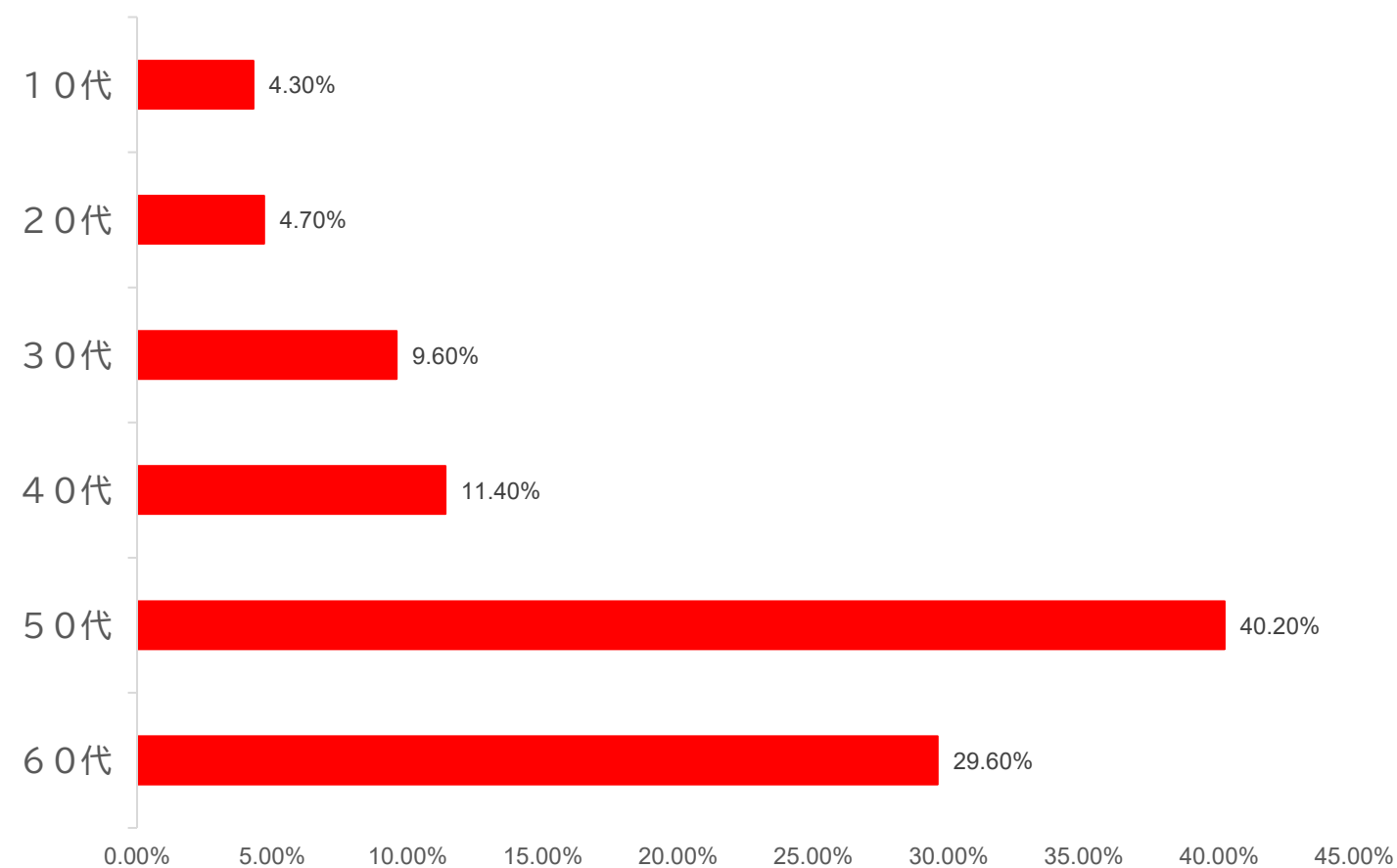


※平均世帯年収：厚生労働省「2024（令和6）年 国民生活基礎調査調べ」

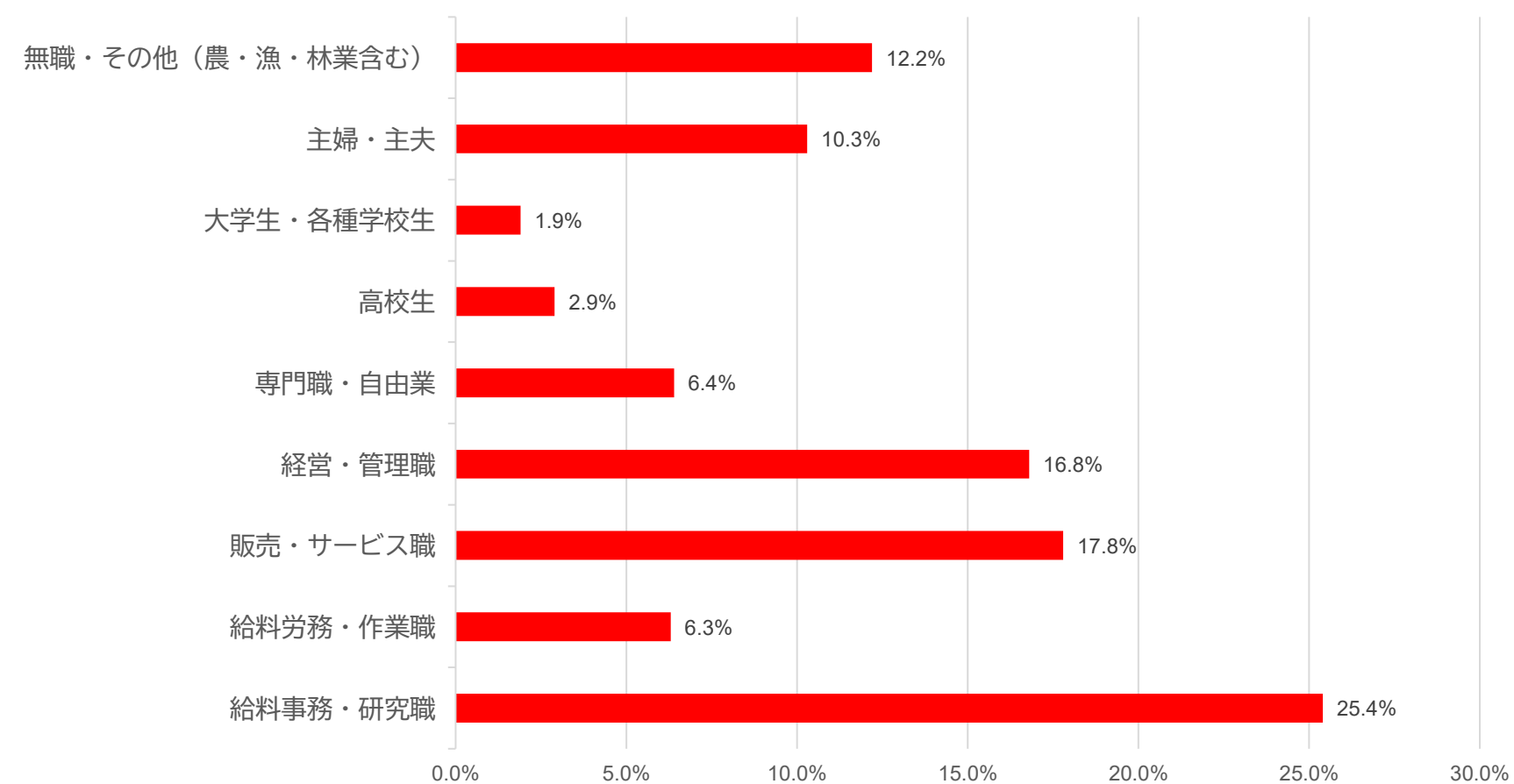
未/既婚



年齢層



職業



広告メニュー

デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）	<u>P. 25</u>
雑誌広告掲載料金	<u>P. 26</u>
AERA／AERA DIGITAL活用プラン	<u>P. 27</u>
AERA DIGITALタイアップ広告メニュー	<u>P. 29</u>
長期大型タイアップ連載 BrandStory	<u>P. 32</u>
外部ブーストプラン（SNS広告、レコメンドウィジェット）	<u>P. 36</u>
ディスプレイ広告メニュー	<u>P. 38</u>

デジタル広告品質認証機構（JICDAQ）の認証を取得



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。



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。

掲載スペース			定価（円）	天地×左右（mm）
表4	1頁	タチ	¥2,000,000	270×200
表2見開き	2頁	タチ	¥2,800,000	284×420
特表2見開き①②③	2頁	タチ	¥2,650,000	284×420
表3	1頁	タチ	¥1,350,000	284×210
シングルトップ（表紙の人対向）	1頁	タチ	¥1,500,000	284×210
シングルセカンド（コラム対向）	1頁	タチ	¥1,500,000	284×210
シングルサード（目次対向）	1頁	タチ	¥1,400,000	284×210
トップニュース対向	1頁	タチ	¥1,350,000	284×210
センター見開き	2頁	タチ	¥2,650,000	284×420
中面カラー	1頁	タチ	¥1,300,000	284×210
モノクロ	1頁	タチ	¥900,000	284×210
モノクロ	1/3頁	枠	¥330,000	261×60
はがき（1色）		タチ	¥1,300,000	長辺145×短辺105

※表示金額はグロス・消費税別となっています。

広告原稿制作上のお願い

■オンライン送稿システムでのご入稿にあたってのお願い

(株)デジタルSENDと日本電気(株)製のQuick Print及びPage Storeを利用した運用が前提となります。同システムによるJ - PDFデータとメタデータのセット入稿となります。詳しくは、(株)デジタルSENDのWEBサイト「雑誌オンライン送稿サービスについて」(http://www.digital-send.com/service_mag/service_mag_summary)をご覧ください。

■オフライン入稿にあたってのお願い

原則として「J - PDF」形式による入稿（校了）をお願いしております。メールでのご入稿はご相談ください。入稿の際には、

① 原稿データ ② 原寸の出力見本 ③ データ仕様書 ④ プリフライトレポート の4点セットをお願いいたします。（<http://www.3djma.jp/>）

■入稿原稿につきまして

2019年1月からは、JMPAカラー2018に完全移行になります。旧バージョン（Ver3.01）の入稿はできませんのでご注意ください。

※制作ルールに関する詳細は、雑誌広告デジタル送稿推進協議会が運営するWEBサイト「雑誌デジ送ナビ」(<http://www.3djma.jp/>)をご覧ください。

広告タイアップについて

■広告タイアップの申し込み締め切りは、原則発売日の90日前です。

■広告タイアップ制作費はネットで300,000円（1頁）となります。

■首都圏以外での取材・ロケ、著名人の起用、カメラマン・モデルの指定、スタジオの使用など、特別に費用が必要な場合は、別途実費をいただきます。

■広告タイアップの二次使用および数次使用につきましては、増し刷りなどの印刷費用とは別に、著作権料および制作実費の諸経費をいただきます。

※詳しくは営業担当者にお問い合わせください。

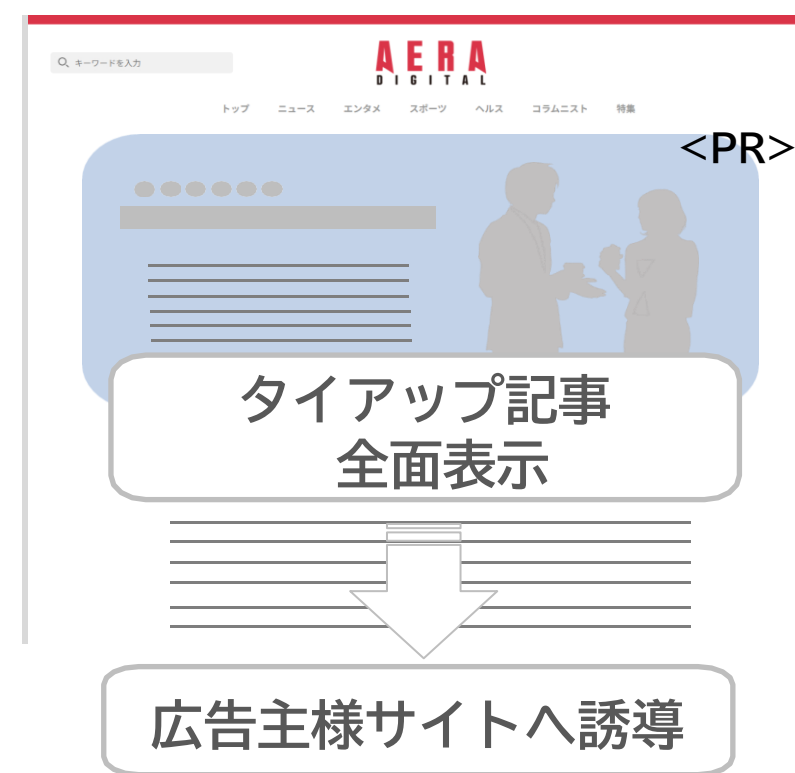
広告プランの紹介 パッケージプラン①

AERA

【はじめてのお客様におすすめ】

「AERA DIGITAL」オリジナルタイアップ掲載（10,000PV保証／月＋追加10,000PV保証／月）
「AERA」4C2Pタイアップ

定価 ~~6,550,000円~~ **5,000,000円**（制作費込・グロス・税別）



※取材が遠隔地の場合や著名人の起用には、別途実費が発生致します。 ※追加PVは外部プラットフォーム等からの誘導となります。

広告プランの紹介 パッケージプラン②

【コンテンツの二次利用を目的とするお客様におすすめ】

「AERA DIGITAL」オリジナルタイアップ掲載 (10,000PV保証/月)

「AERA」4C2Pタイアップ

「AERA」4C4P抜き刷り (5,000部 ※表紙、裏表紙新規制作)

定価 ~~6,600,000円~~ **5,500,000円** (制作費込・グロス・税別)



※取材が遠隔地の場合や著名人の起用には、別途実費が発生致します。※オプションで動画(取材同時撮影、3分程度)の提供可能です。

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)

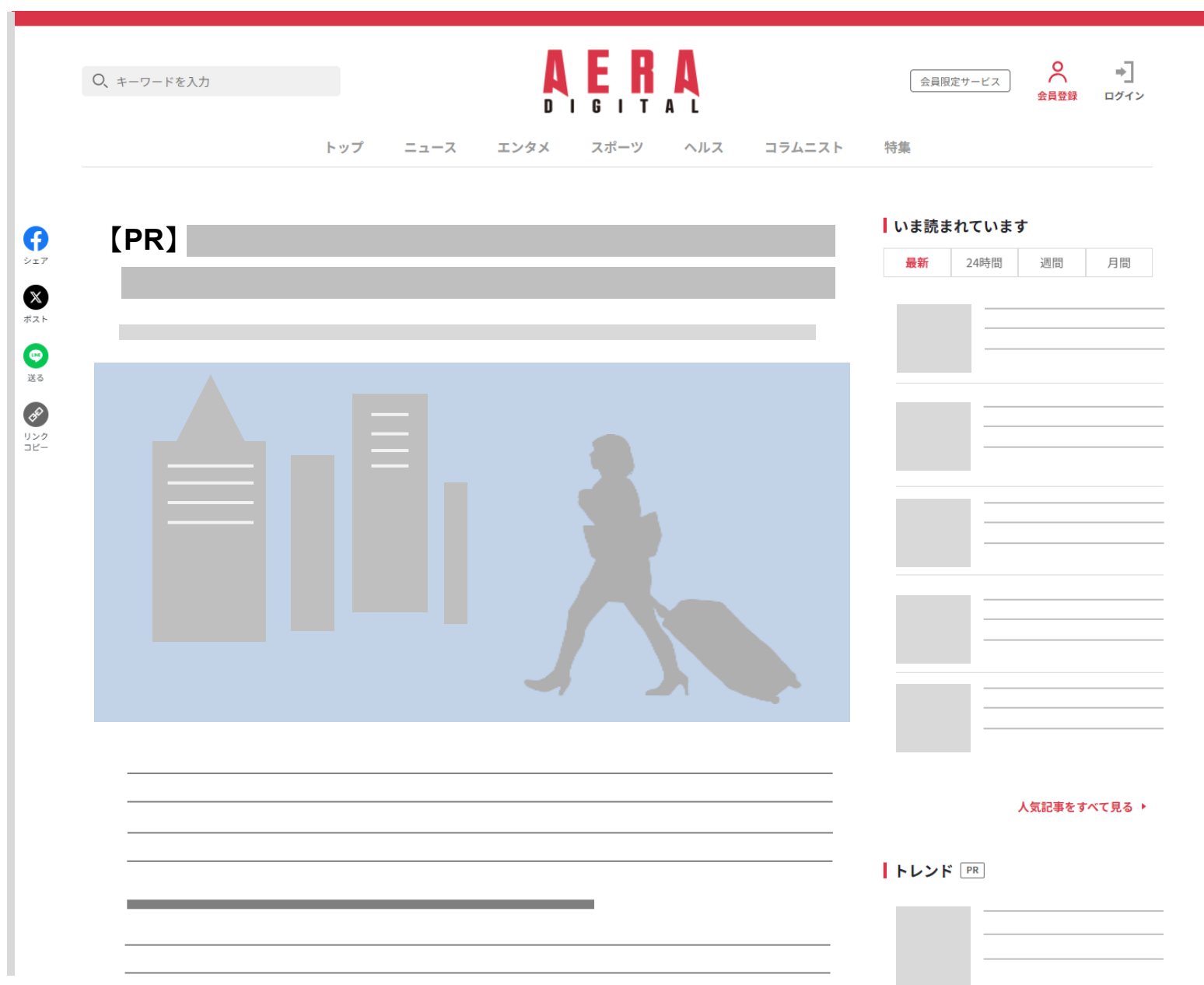


掲載料金 (制作費込み)	2,500,000円
保証PV数	10,000PV
誘導枠掲載期間	1カ月
誘導枠	専用誘導枠(トレンド枠)にローテーション表示
レポート	詳細レポート 提出目安：誘導枠掲載終了から15営業日後
保存期間	誘導枠掲載終了から3カ月間
申込期限	掲載60日前

※表示金額はグロス・消費税別です。

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 DIGITAL』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	詳細レポート 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45日前

※表示金額はグロス・消費税別です。

クライアント様の商品・サービスを「AERA DIGITAL」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
- ✓ 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

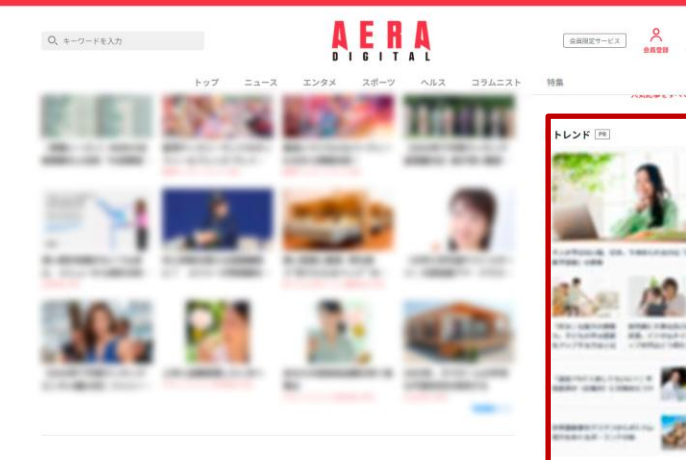
掲載料金 (制作費込み)	12,000,000円～
記事本数	6本 (月1本公開想定)
保証PV数	各記事10,000PV保証 (合計60,000PV保証)
誘導枠掲載期間	6カ月～
レポート	各記事及び企画全体の 詳細レポート PV数・UU数・滞在時間・読了率・リンク遷移数・年代・性別・職業・世帯年収・未既婚・子どもの年代・興味関心・居住地域 ※各記事は公開後30日間のレポート
ページ保存期間	誘導枠掲載終了後 1年間
二次利用 (誘導枠掲載終了後1年間)	クライアント様Webサイトへの転載

※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

※表示金額はグロス・消費税別です。



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あります

■追加オプション

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

■動画制作

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

- ・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。

※表示金額はグロス・消費税別です。

PV、UUなどの基本情報に加え、パブリックDMPを利用した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。

レポート項目

PV	性別
UU	職業
セッション数	世帯年収
CTR	未既婚
平均エンゲージメント時間	子どもの有無
平均セッション継続時間	居住地域
読了数	興味・関心
日別PV推移	日別UU推移

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 DIGITAL 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
※右ナビで表示されるもの 右図→
- ・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
- ・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 DIGITALのスパンサ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
SNSボタン
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

広告プランの紹介 タイアップ広告ブーストプラン

SNS広告やレコメンドウィジェットを利用し、追加でPV獲得を狙います。

ソーシャルメディア 『AERA DIGITAL』アカウントを利用し、MetaやXで広告を配信します。

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	Facebook	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	X		お問い合わせください (4週間想定) 参考価格：2, 500, 000円

Facebook

【写真広告】 配信イメージ



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 DIGITAL』内誘導2割

(案件によって変動します)

※表示金額はグロス・消費税別です。

レコメンドウィジェット

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	 teads	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～)

キュレーションメディア

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	 SmartNews	年齢・性別 地域、興味関心など	SmartNewsのフィードと記事内の広告枠に配信。 (運用型広告/Smart Ads)	500,000円 (2週間～)

※ターゲティングをご希望の場合、価格が変更となります。内容を伺ったうえで見積りいたします。
 ※本メニューによるブースト保証PVはタイアアップページの計測PV (GA4) ベースで判定しますので、
 各プラットフォームで計測するクリック数は保証PVを上回ることがあります。
 ※表示金額はグロス・消費税別です。

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。



PC

① ファーストレクタンブル

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 セカンドレクタンブル

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 記事中レクタンブル

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		

The screenshot shows the AERA Digital website interface. At the top, there's a search bar and navigation menu. The main content area features an article titled 'パパが「お父さん」に、ママが「お母さん」になった日... あなたや子供は、家族をどう呼んでいますか【読者アンケート企画】'. Below the article, three red boxes with white numbers 1, 2, and 3 indicate the ad placement positions: 1. Top of the page (First view), 2. Bottom of the page (Second view), and 3. Within the article text (In-article).

※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P50をご覧ください

※表示金額はグロス・消費税別です。

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。



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

※表示金額はグロス・消費税別です。

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

この記事の写真をすべて見る

新年度がスタートし、仕事関係での「飲み会」が増える時期です。新型コロナウイルスでリモートワークが増え、以前と比べて回数としては激減。「飲みニケーション」の機会と考える人もいれば、「プライベートと仕事の時間を分けたい」という声も。AERA編集部が実施した読者アンケートでは、職場の「飲み会」に行きたいか、そして「飲みニケーション」は必要かどうか、その賛否はほぼ同数で分れました。ハラスメント行為に厳しい昨今、上司や先輩も若手に気を使う場になっているようです。

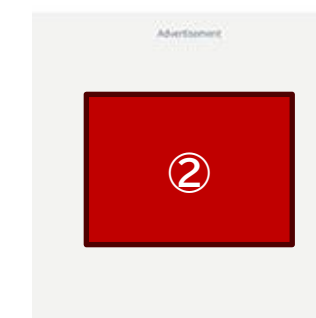
【ランキング】職場の飲み会で、上司や先輩が「気を使っている」のはこんなこと

※ ※ ※

今回の読者アンケートのテーマは「職場の飲み会」。3月26日から4月2日にかけて実施し、回答者は245人でした。

あわせて読みたい

- 「50歳過ぎて疲れやすくなった」甘い物や炭水化物を食べ過ぎてしまう人へ
- 〈読者投稿〉「また飲み会にされるのか…」経路水戸新時代の優越と誇り「前任30万円」一方で「置き去り」と感
- 今ならオンライン購入でお得に利用可能
- パパが「お父さん」に、ママが「お母さん」になった日…あなたや子供は、家族をどう呼んでいますか【読者アンケート…
- AERAの「一行コピー」にチャレンジ！優秀作品はサイト上で発表 あなたの“力作”をお待ちしています！
- 【その疲れの原因が判明?!】気付くと寝てしまっている理由とは？
- 一軒家まるごとの運品整理にかかる費用【2023年料金】



※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P50をご覧ください

入稿は掲載開始の5営業日前までをお願いします

	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

※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slash)

【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。

お問い合わせはこちら
webAD@asahi.com

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。

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

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