

# 朝日新聞 デジタル メディアガイド

朝日新聞社 メディア事業本部プランニング部  
2024.06

# はじめに

世界は混迷を深め、政治、経済、社会を大きく揺るがし続けている現在。ニューノーマルが常態化しつつある中、人々のライフスタイルや価値観は大きく変化をもたらしています。

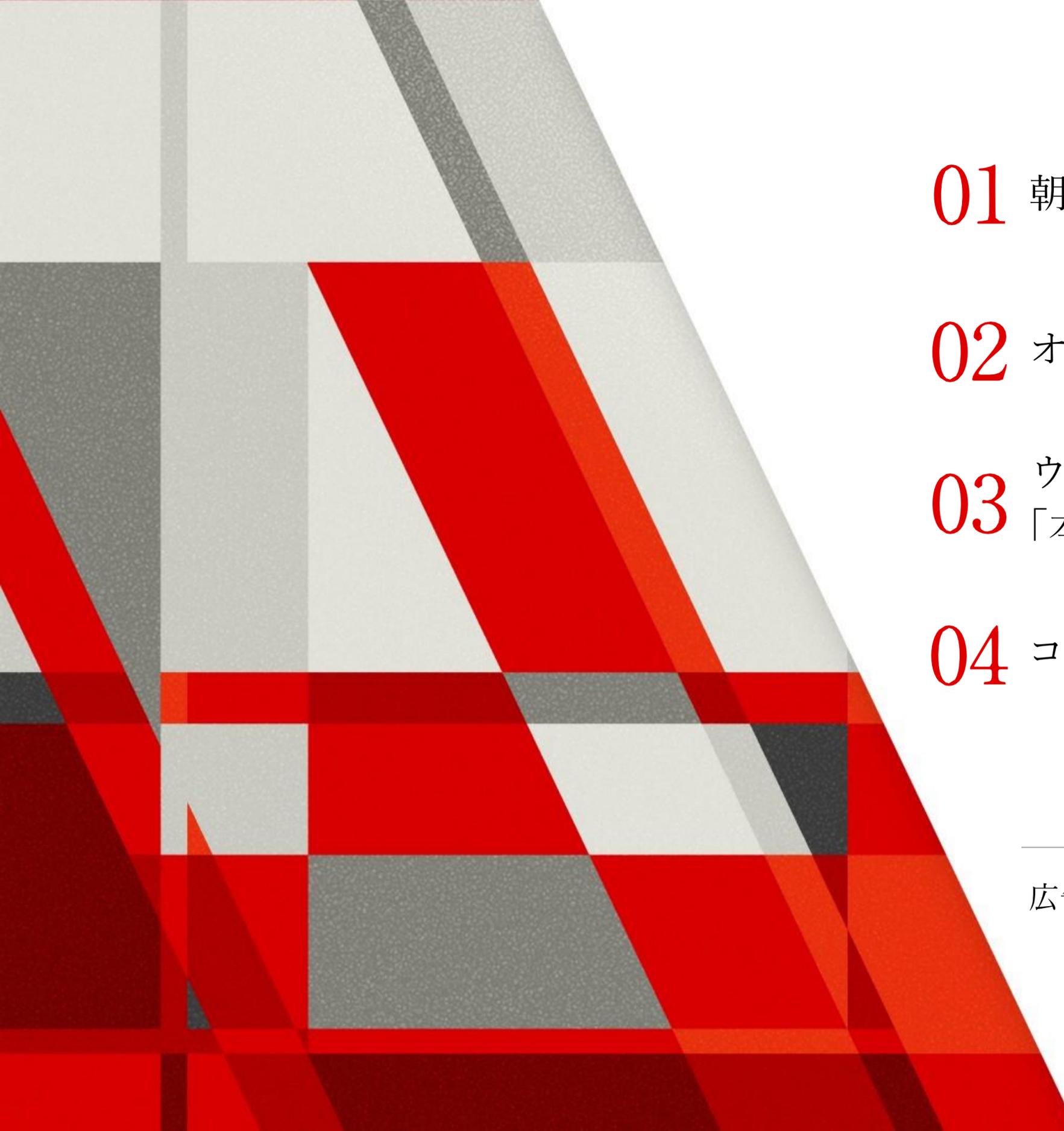
先の見えない時代、どう生きたらいいか？

「朝日新聞デジタル」は国内最大級のジャーナリズムメディアとして、深く、確かな情報を伝え続けています。「つながれば、見えてくる。」という朝日新聞社の理念の下、読者とはじっくりと丁寧なコミュニケーションを大切にしています。

こうした顧客理解に基づくソリューションを広告主の皆さまに提供。商品開発も常にアップデートしています。

多様なスキルを持ったメンバーが一丸となって、プランニングからコンテンツ制作までワンストップで行っています。

朝日新聞社ならではのコンテンツマーケティングをご活用ください。



01	朝日新聞デジタルとは	004
02	オーディエンスの真実	011
03	ウェルビーイングに 「本気で向き合う新聞」	018
04	コンテンツマーケティングなら朝日	025

---

広告メニューは別添資料をご確認ください。

01

朝日新聞 デジタルとは

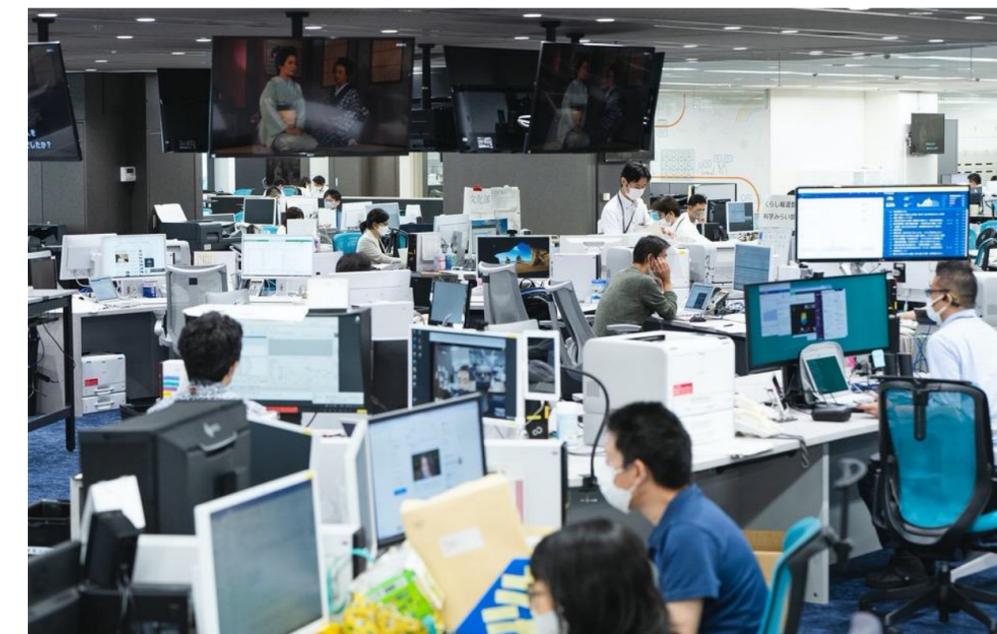
# 朝日新聞が改革を進めるためには「劇薬」が必要。 伊藤さん、それは君だ——。

## 伊藤大地・朝日新聞デジタル編集長

2021年4月、社外から朝日新聞デジタルの編集長に就任した際、会社幹部から「あなたのような劇薬が必要」と言われました。2000人もいる編集局だと個々人に声をかけることには限界があります。その代わり、日々のニュースの出し方の仕組みを考え、変えていくことで、今日、明日だけでなく、半年先、1年先を見据えた変化の土壌作りを進めています。

ネットニュースは世の中に数多くありますが、ニュースの起点となる「現場」に人がいるメディアはすごく少ないのが実情です。ネットによってニュースの数は増えましたが、それはあくまで流通革命。ニュースを伝える、「何が起こったか」だけではなく、「なぜ起こったか」「これからどうなるのか」といった展望を示すことは、今後も変わりません。

私たちが伝える時に大切にしているのは、社会に生きている一人ひとりの視点、個々人のストーリーです。マクロな視点も大事ですが、個人に寄り添う報道は、私たちのアイデンティティーともいえます。ジェンダー、貧困などテーマはそれぞれありますが、突き詰



朝日新聞東京本社の編集フロア



# 情報が“タダ”になってきている今。 20年、30年後の メディアビジネスを見据えて

めれば、ほぼすべての人に「困っていること」はあります。読みたいとき、しっかりした情報が届くようにし続けられたらと思っています。

今、ニュースレターや SNS、イベント、コメント機能などを通じて、「記者の顔」が見えるように力を入れています。ユーザーにとって情報はタダに近くなっています。タダでも消費しきれず、なるべく早く消費したいという欲求も高まっています。しかし、現場に行って記事を書くことは楽にはなっていません。そのギャップを埋めるには、取材する記者の顔、取材プロセスを知ってもらう必要があります。おかげさまで反応も良く、データ上でも表れています。

20年後、30年後、メディアビジネスは変わっているかもしれませんが。だが、何か事件事故があったらそこには複数のメディアがいる社会。そんな環境が健全だと思っています。そのような多様性・競争が保たれている社会を残していきたいと考えています。

(いとう・だいち)

朝日新聞デジタル編集長。1978年生まれ。2001年に株式会社インプレス入社。専門誌記者として、携帯電話業界、ネット業界を担当。その後、ハフポスト日本版、BuzzFeedJapanの立ち上げに参画。BuzzFeed Japan Entertainment 編集長を経て、2021年より現職。



【Hotaru】朝日新聞デジタルのコンテンツの PV、CV などリアルタイムで分析できる、編集部門向けデジタル指標分析ツール。編集、技術など部門横断で社内開発した。全編集局員が閲覧できる。新聞協会賞受賞（2018年度）。

# 朝日新聞 DIGITAL

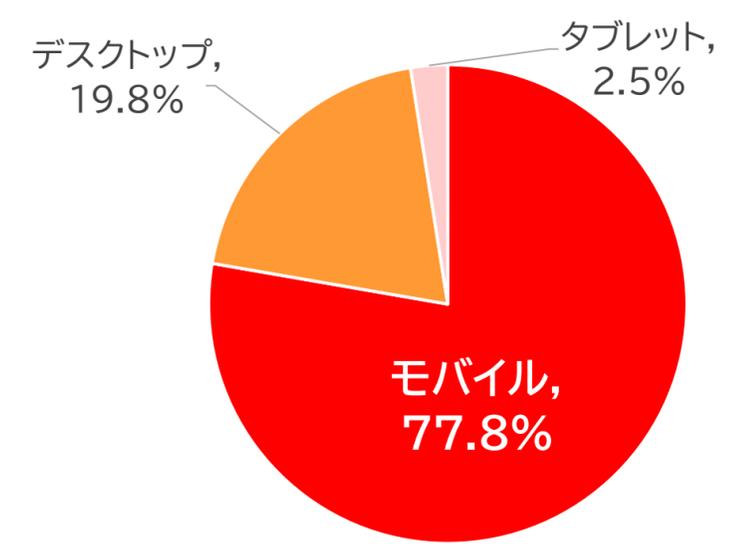
PV : 1.4 億/月  
UU : 3,455 万/月

※2023年1 - 12月平均

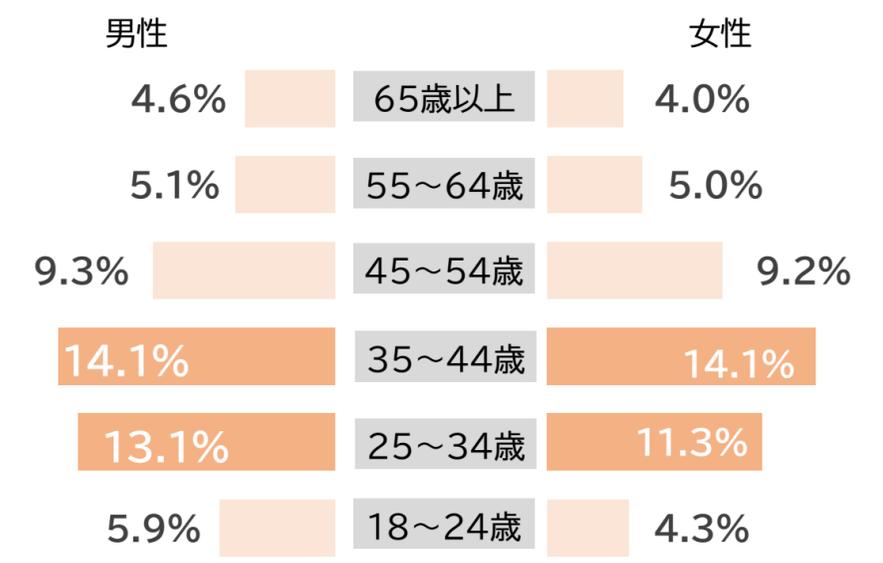
## 20-40 代を中心にした スマホファーストのニュースサイト



デバイスごとのユーザー割合

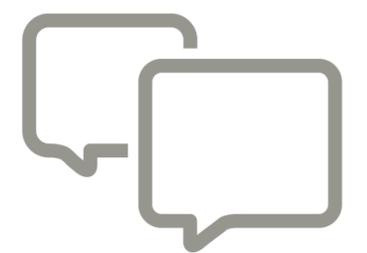


モバイルユーザー属性 (性・年齢別)



Google Analyticsより 2023年1~12月期間

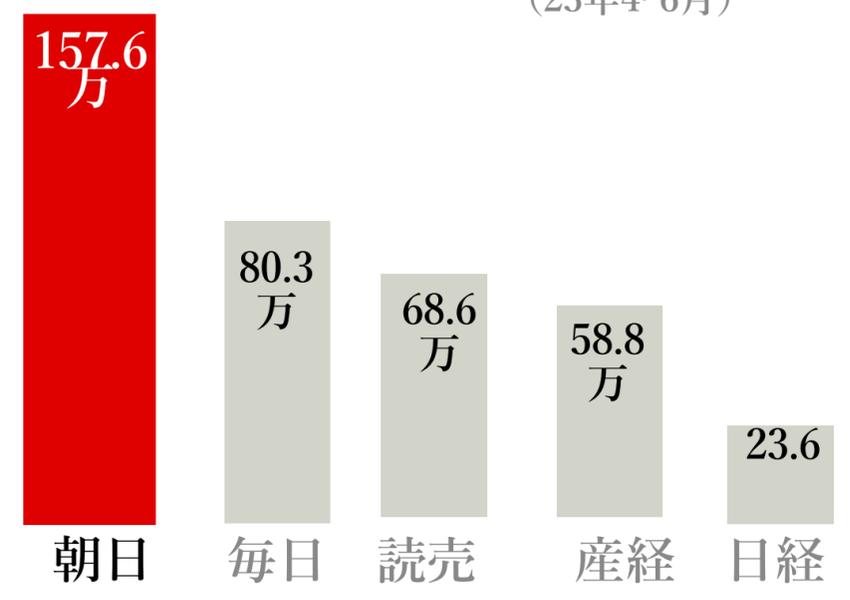
# 朝デジは国内新聞社の中で利用意向が高いサイトです



## ツイート数



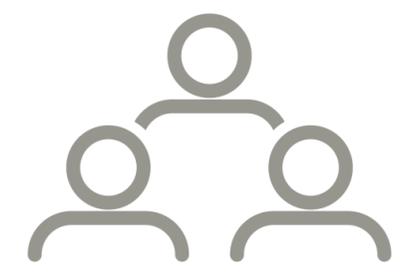
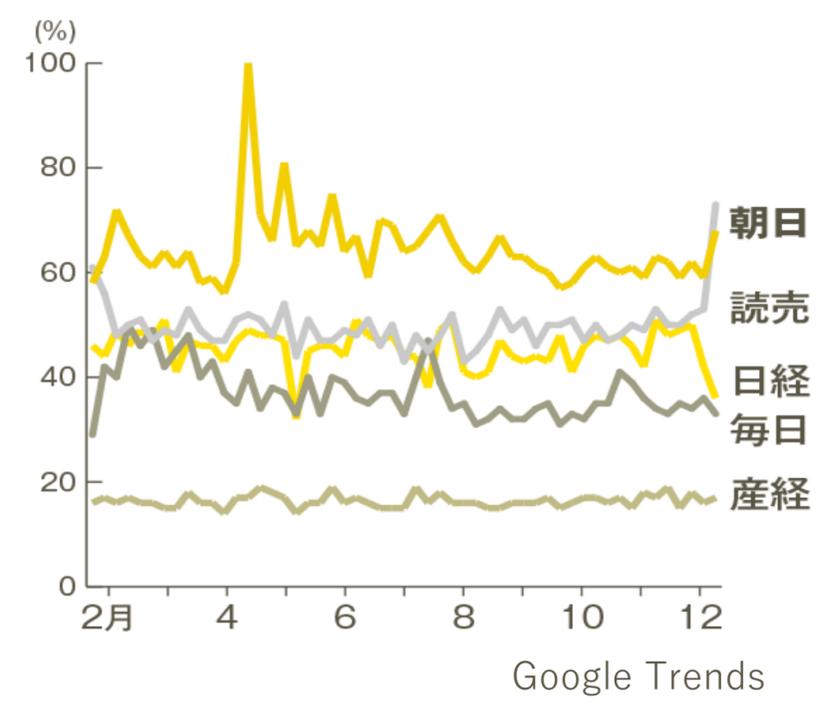
「〇〇新聞」のX投稿数  
(23年4-6月)



## 検索数



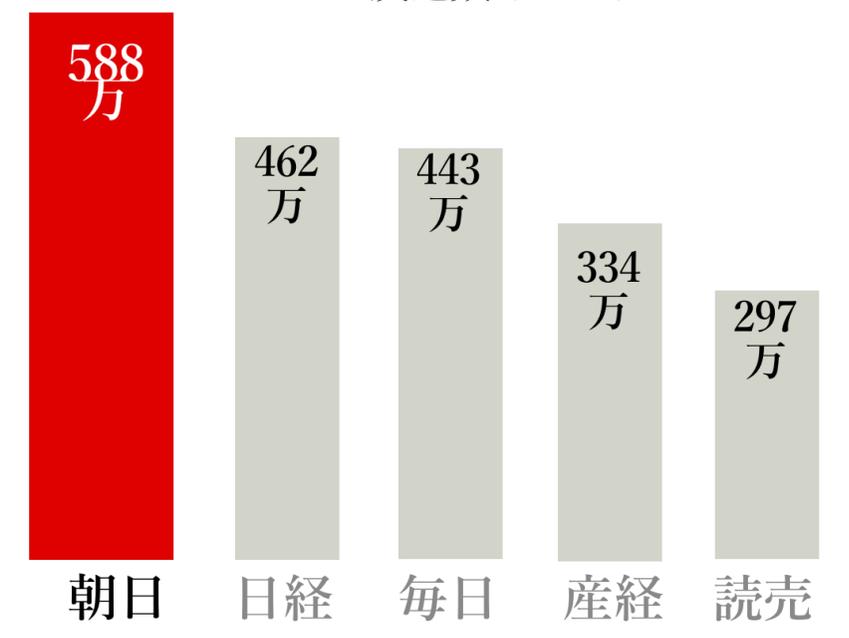
「〇〇新聞」の検索指数 (23年1-12月)



## LINE 友達数



LINE 友達数 (24年3月)



©Social Insight 2022

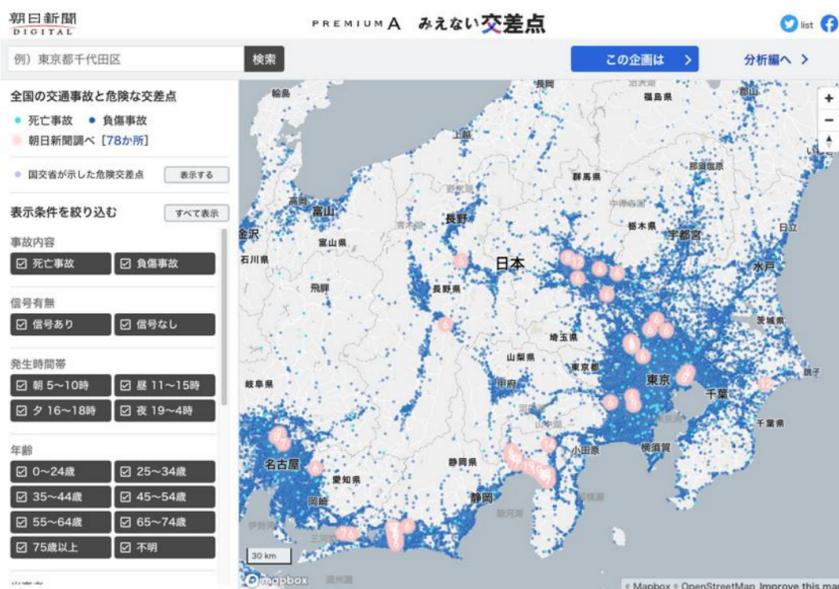
LINE

# デジタルを駆使した報道

ビッグデータ、動画、音声、オンラインイベントなど、デジタルの特性を生かしたコンテンツで「いま」を伝え続けています。

## リッチコンテンツ PREMIUM A

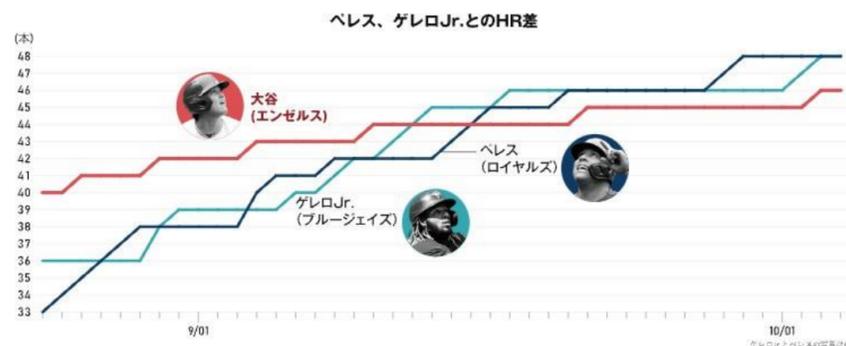
## 動画特集 A Scene



### みえない交差点

警察庁の人身事故データ68万件を独自に分析、可視化。信号機がないような小さな交差点でも、事故多発地点になっている場所が各地にあることを明らかにしました。

<https://www.asahi.com/special/jiko-kosaten/>



### #17=G.O.A.T大谷翔平 2021年を象徴する5シーン

エンゼルス大谷翔平の2021年シーズンを象徴する5シーンを、現地取材した記者が徹底分析。データと写真とともに振り返りました。

<https://www.asahi.com/special/shohei-ohtani/goat/>



### 難病の妹と髪を伸ばした僕 ある家族の6年間

難病とたたかう女兒と、彼女を気づかい髪を伸ばした兄。ある家族を追ったドキュメンタリー動画は再生300万回を超え、大きな反響を呼びました。

[前]<https://youtu.be/NR0lJnuGumw>  
[後][https://youtu.be/\\_xRm3FY1IB4](https://youtu.be/_xRm3FY1IB4)

## ポッドキャスト



音声でしか伝えられない熱量や臨場感。記事に書ききれない話を、記者の肉声で伝えます。Apple Podcast「2020年を代表する番組」の一つに選ばれました。

<https://www.asahi.com/special/podcasts/>

## オンラインイベント



朝日新聞記者が各界のゲストを招いて語り合うオンラインイベント。社会、文化、科学など、多様なテーマで開催しています。

<https://www.asahi.com/eventcalendar/>

# コンテンツスパイラル

一つの記事を起点に、動画、SNS、ポッドキャスト、オンラインイベントなどいくつもの手法で伝え、ユーザーの関心をさらに高め、コンテンツをデジタル上に拡散させます。



## コンテンツスパイラルの一例



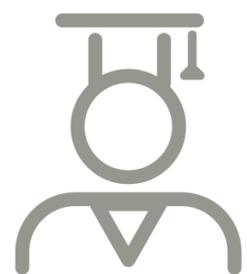
02

オーディエンスの真実



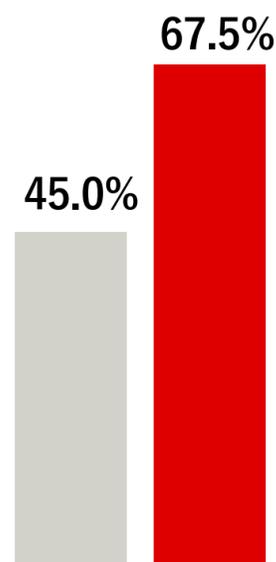
# 朝デジユーザーのペルソナ

回答者全体 朝日新聞  
デジタル利用者  
(1カ月以内)



学歴  
大卒以上

+22.5point

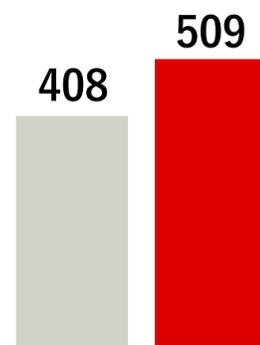


朝デジ (n=1,825)、  
全体 (n=25,283)



平均個人年収

+101万円



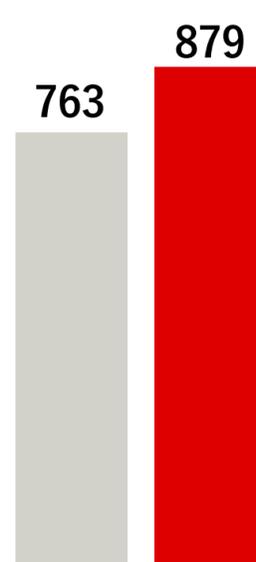
朝デジ (n=1,642)、  
全体 (n=20,720)



年収

平均世帯年収

+116万円

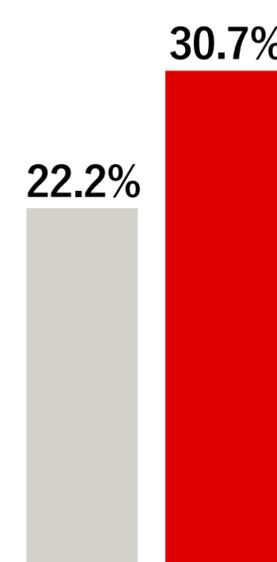


朝デジ (n=1,815)、  
全体 (n=24,921)

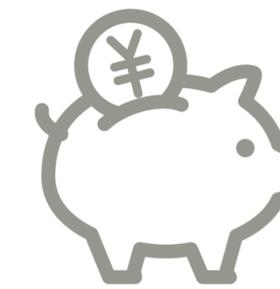


世帯年収 1,000 万円以上

+8.5point

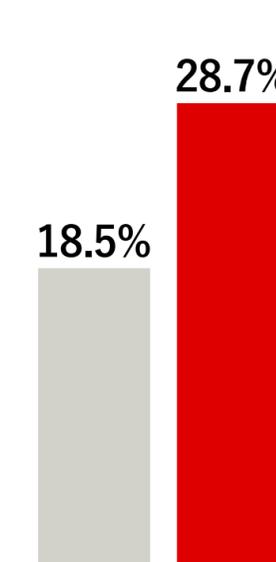


朝デジ (n=1,825)、  
全体 (n=25,283)



金融資産  
2,000 万円以上

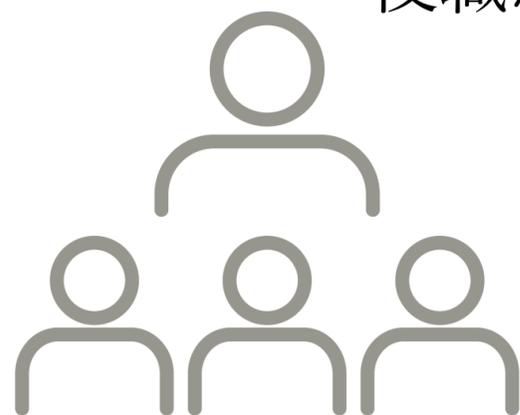
+10.2point



朝デジ (n=1,825)、  
全体 (n=25,283)

# 朝デジユーザーのペルソナ

役職が部長以上



2.1倍

全体：5.3% 朝デジ利用者：11.2%

ACR 2022

ホワイトカラー率



+16.1point

全体：37.3% 朝デジ利用者：53.4%

ホワイトカラー：給料事務・研究職、経営・  
管理職、専門職・自由業

ACR 2022

年齢別 新規会員登録数



22歳が1位

(2020-2021年)

1年間で

高級ブランドショップを利用した



1.4倍

全体：6.9% 朝デジ利用者：9.9%

J-READ 2021

# 意思決定者が読むメディア

部長以上の読者割合

2.1倍

全体：5.3% 朝デジ利用者：11.2%

全体 (n=25,283) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=1,825) の差 ACRex 2022



社長という立場上スピーディーな意思決定が求められるため、「どのような考え方をすべきか」を日頃から意識しています。巷には、多くの情報が溢れています。有意義な情報もありますが、主観的な情報も多いと感じています。その点、新聞記者の取材に基づいた記事は正確性や信頼性が高い。効率的に良質な情報のインプットを得ることができるのではないのでしょうか。

ジェフユナイテッド株式会社 代表取締役社長 森本航さん

コロナ、戦争、景気…先行きが不確実な時代、識者たちの深い論考は意思決定層を中心に多くの読者の支持を得ています。幅広い分野の多くの専門家から話が聞けるのも朝日新聞ならではの強みです。

コロナ後の世界を語る  
現代の知性たちの視線

各地で猛威をふるう新型コロナウイルス。瞬間に多くの命が失われ、感染への恐怖が広がる中、これまでの日常が奪われた。大きく変容する世界を、現代の知性はどう捉えているのか。

最終更新日：2022/7/27(随時更新)

コロナ後の世界を語る  
マスクに表れる、不安と恐怖の記憶

コロナ後の世界を語る  
愛する人の死を、五感で体験する意味

コロナ後の世界を語る  
マスクが遮断してくれる「世間」

コロナ後の世界を語る 現代の知性たちの視線  
<https://www.asahi.com/special/coronavirus/after-corona/>

経済 INSIDE インサイド

経済インサイド

日々の経済・ビジネスニュースで伝え切れない内幕や背景を、「経済インサイド」として随時配信します。

経済INSIDE  
<https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=298>

# ビジネスパーソンが読むメディア ホワイトカラー +16.1point

全体：37.3% 朝デジ利用者：53.4%

全体 (n=25,283) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=1,825) の差 **ACR** 2022



経営会議に出ているなかで、当たり前みんなが知っていることを知らないと、同じ目線で物事を見て議論することができないと感じるようになりました。朝日新聞デジタルを見始めたことで学びが増えましたし、会社で取り組んでいる試みに関連するニュースが出ていると同僚にもシェアをするようにしています。

株式会社スーパーストックトーキョー取締役副社長兼人事本部長 江澤身和さん

ビジネスパーソンの紹介から解説記事まで、仕事のヒントになるコンテンツが人気です。役立つテーマのタイアップ記事広告も読者層との相性がよいです。

## ジェンダーレス水着を選択肢に 「悩みは男女共通」 向き合った開発者

有料記事  
金沢ひかり 2022年8月5日 11時30分



コメントプラス

犬山紙子さんなど5件のコメント



里女井田ヤバ1...ツ水着の着田イメージフットマ

この夏、長袖・半ズボンかつシルエットもゆるやかで性別問わず着られる「ジェンダーレス水着」を、水泳用品などを手がけるフットマーク（東京都 墨田区）が発表し、話題を呼びました。

【関連記事】 プール授業の着替え、今も男女同室？ 「嫌と感じる子がいるなら…」 →

【関連記事】 小学校のプールで溺れ、野菜は命をなくした 両親からすべての先

ジェンダーレス水着を選択肢に 「悩みは男女共通」 向き合った開発者  
<https://www.asahi.com/articles/ASQ826Q47Q7VULEI005.html>

## 発達障害が強み ニトリ会長の「お、ねだん以上。」な話

有料記事  
聞き手・鈴木彩子 2021年7月5日 16時00分



コメントプラス

小室淑恵さんなど2件のコメント



ニトリの似鳥昭雄会長=北村玲奈撮影

「お、ねだん以上。」で知られるニトリホールディングス会長の似鳥昭雄さん（77）は、小学4年生になっても自分の名前を漢字で書けなかったという。営業も接客も整理整頓も全部苦手。それでも、一代で売上高7千億円の企業を築き上げた。実は3年ほど前、発達障害 だということが分かったという。苦手を抱えながら、なぜ成功できたのか。

——東証1部上場企業の会長が、発達障害だとは知りませんでした。

発達障害が強み ニトリ会長の「お、ねだん以上。」な話  
<https://www.asahi.com/articles/ASP6Z00B1P69ULBJ00H.html>

## IT人材を確保せよ 入社2年目の特命、出した答えは「名古屋なら」

有料記事  
内藤尚志 2022年9月13日 6時00分



コメントプラス



マネーフォワードの長島圭祐・名古屋開発拠点長。オフィスは名古屋駅に直結する高層ビルに構えた=2022年9月6日、名古屋市、内藤尚志撮影

「ベンチャー不毛の地」とも言われる名古屋に 家計簿 アプリのマネーフォワードが進出した。名古屋開発拠点長の長島圭祐さん（27）に託された「特命」とは。

《ながしま・けいすけ》 金沢市出身。九州大院修了。インターンシップを経て2020年4月にマネーフォワード入社。福岡開発拠点で企業向けのクラウドサービスを担当後、21年8月から名古屋開発拠点の立ち上げ責任者。学生時代は陸

IT人材を確保せよ 入社2年目の特命、出した答えは「名古屋なら」  
<https://www.asahi.com/articles/ASQ996G6SQ96ULFA02W.html>

# Z世代が社会人になる時に読むメディア

## 年齢別新規会員登録数 **22歳が1位**

(2020-2021年)



ネットでは無料でニュースを読むことはできますが、深掘りした記事は読めません。また、SNS だけでは同年代や同じ領域で活動している人たちからの発信が多くなってしまいます。私は幅広く情報を得るために、朝日新聞デジタルの会員になっています。同じ若い世代には、日常で感じるモヤモヤから自分なりの問題意識の軸を持つと、ニュースへの感度も高まると伝えています。

「NO YOUTH NO JAPAN」代表理事、慶応大院生 能條桃子さん

商品・サービスのストーリーに共感できるかを重んじる Z 世代。同世代のストーリーに焦点を置いた記事は、若いユーザー層によく読まれています。

### 就活やめた一橋大生、夜の街で見つけた新たな「社交場」に描く夢

有料記事  
齊藤佑介 2022年2月2日 13時00分



コメントプラス

常見陽平さんのコメント



一橋大学（東京都 国立市）で都市政策を学んだ大学生が今春、社会に出る。大学で海外 インターンシップ や宿泊施設の運営を経験し、たどり着いた仕事は一見、意外なものだった。

「すごく迷いました。もとは『バリキャ

就活やめた一橋大生、夜の街で見つけた新たな「社交場」に描く夢  
<https://www.asahi.com/articles/ASQ2156Z4Q10UTIL02C.html>

PR : Journa-Rhythm Project

News Remixed as Lyrics

A cypher of Artists  
speaking their minds on today's society

This is freestyle without borders.

No Rules. All Uncensored.  
Singing the real voice of artists.

ARTIST

Vol.4  
KIZUATO / Marukido

Vol.5  
0570-064-556 / T-STONE

Vol.1  
ImmiGang II / Moment Joon

Vol.5 0570-064-556 / T-STONE

「Z 世代」を中心としたヒップホップアーティスト 5 人が、朝日新聞の記事を手がかりに楽曲を制作。その意図や背景をオーガナイザーの Zebra さんと記者が尋ねる鼎談を、楽曲と共にポッドキャストで配信しました。本プロジェクトは、世界的な広告賞である「LONDON INTERNATIONAL AWARD 2022」で、銀賞（ラジオ&オーディオ部門）と銅賞（ポッドキャスト部門）を受賞しました。

朝日新聞ポッドキャスト「Journa-Rhythm」#報道を歌え (PR)  
<https://www.asahi.com/ads/journalrhythm/>

# ファッションコンシヤス層が読むメディア

1年間で高級ブランド  
ショップを利用した

1.4倍

全体：6.9% 朝デジ利用者：9.9%

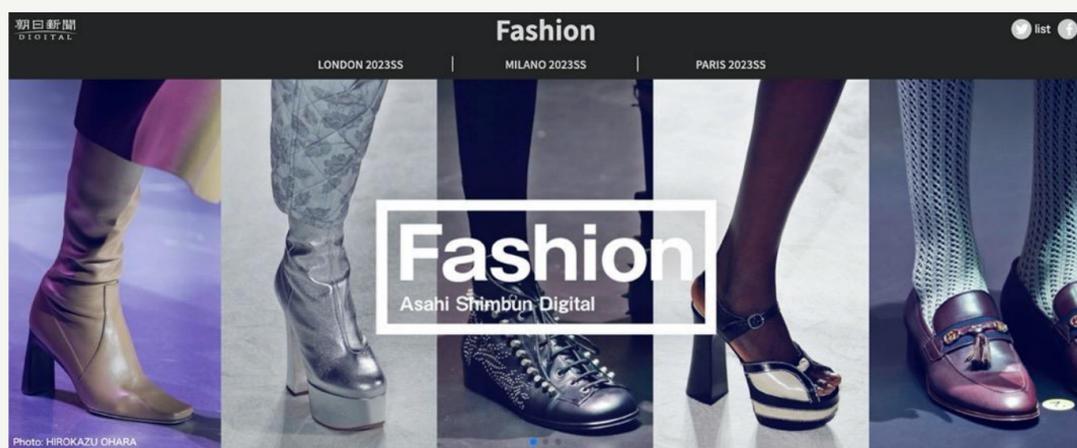
全体 (n=80,763) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=9,255) の差 J-READ 2021



ファッションの専門媒体と違い、朝日新聞のファッション記事は、業界を取り巻く状況から社会的、文化的な背景もふまえた上で、きちんと取材して書かれています。流行やムードを見せる専門誌と違います。ショーの画像も動画もネットですぐ見られる時代ですが、バックステージまで入ってデザイナーの本音を聞き出す記事なんて、ファッション誌ではなかなか読めません。

ファッションジャーナリスト 藤岡篤子さん

ファッションページでは、ロンドン・ミラノ・パリのファッションウィークを動画と専門記者による記事で紹介しています。まとめて見られるページは、国内ではここだけ。



9月16日から始まるロンドン・ファッションウィーク (LFW) を皮切りに、ミラノ・ファッションウィーク (MFV)、パリ・ファッションウィーク (PFV) の動画や写真、関連記事掲載します。朝日新聞はMFVのビデオチャンネルパートナーです。以下の各ファッションウィークページからブランドの発表を発信します。朝日新聞デジタル「ファッション」ページのナビゲーターに就任した、写真家レスリー・キーさんによる寄稿やオリジナルコンテンツも随時発信いたします。

Fashion of 2022 SS Collection photographed by LESLIE KEE >  
THE WORLD OF FENDACE photographed by LESLIE KEE >



<https://www.asahi.com/special/fashion/>

## 新進の英デザイナー、巨大ファッション企業と「働きたくない」理由は

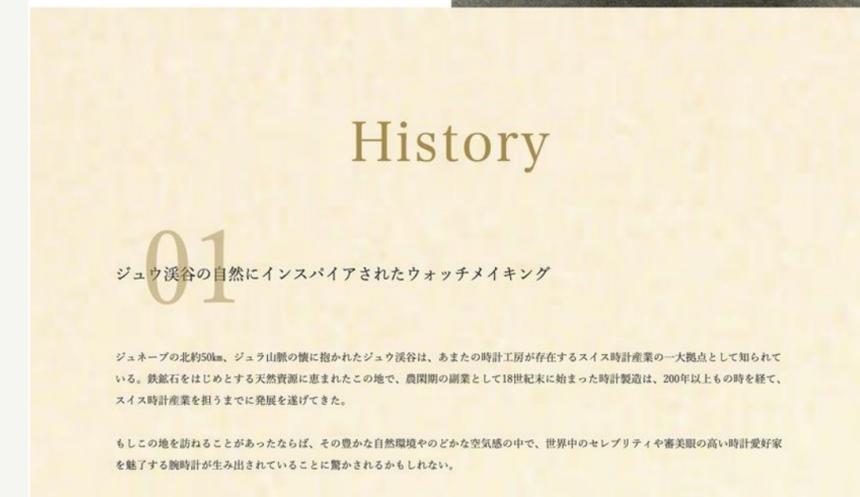
有料記事 ファッション  
聞き手=編集委員・後藤洋平 2022年8月5日 14時00分



キコ・コスタディノフのショー会場で=6月26日、パリ、後藤洋平撮影

自身のブランドを興し、広く支持を得て大手メゾンのデザイナーに就任する。ジバンシヤやクリスチャン・ディオールを率いて、現在はメゾン・マルジェラを手がけるジョン・ガリアーノ。ジル・サンダーやディオールなどを経てプラダの共同デザイナーに就任したラフ・シモンズ。近年ではルイ・ヴィトン (LV) のメンズを手がけた故ヴァージル・アブローのように、ファッション界ではそうした道のりを歩むことが、デザイナーとしての一つの成功例とされている。

新進の英デザイナー、巨大ファッション企業と「働きたくない」理由は  
<https://www.asahi.com/articles/ASQ8452BWQ82ULZU00V.html>



腕時計の世界観を一変させた名機「ロイヤル オーク」の秘密 (PR)  
<https://www.asahi.com/ads/audemars/royaloak/>

# 03

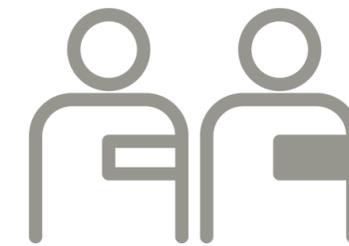
ウェルビーイングに  
「本気で向き合う新聞」

## 朝日新聞デジタルユーザーの属性／志向

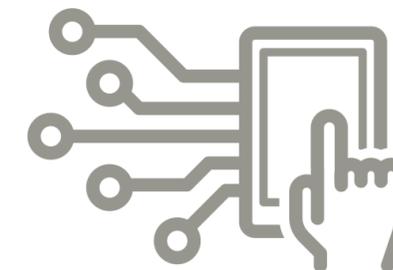
SDGs に関心がある

**+12.6point**全体：21.4%  
朝デジ利用者：34.0%  
J-READ 2021環境保護を考えた  
商品を買う**+10.5point**全体：36.3%  
朝デジ利用者：46.8%  
ACR 2022

夫婦は別姓でかまわない

**+14.2point**全体：36.1%  
朝デジ利用者：50.3%  
J-READ 2021健康に強い関心を  
持っている**+9.6point**全体：60.5%  
朝デジ利用者：70.1%  
ACR 2022

教育にお金がかかっても仕方ない

**+11.7point**全体：63.0%  
朝デジ利用者：74.7%  
ACR 2022IT (情報技術) は  
生活を豊かにする**+17.3point**全体：31.2%  
朝デジ利用者：48.5%  
J-READ 2021

# SDGs に本気

SDGs に関心がある

+12.6 point

全体：21.4% 朝デジ利用者：34.0%

全体 (n=80,763) → 朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=9,255) の差 J-READ 2021

朝日新聞では、「持続可能な開発目標 (SDGs)」に賛同し、特集ページなどで積極的な報道を続けています。その他、テーマ特化型サイト「SDGs ACTION!」も設け、企業、団体の事例紹介やインタビューなどを充実させ、SDGsに関心がある生活者やビジネスパーソン、行動を起こしたい方に役立つ情報をお届けしています。SDGsに力を入れている企業・団体からの広告事例も増えています。



<https://www.asahi.com/sdgs>



<https://www.asahi.com/special/sdgs/>

## 広告事例

トヨタ自動車  
動く。トヨタ。  
誰かのために本気で取り組む SDGs



<https://www.asahi.com/ads/toyota-sdgs/>

# ジェンダーに本気

夫婦は別姓で  
かまわない

+14.2point

全体：36.1% 朝デジ利用者：50.3%

全体 (n=80,763) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=9,255) の差 J-READ 2021

朝日新聞では特集ページ「Think Gender」など、ジェンダー（社会的・文化的に作られた性差）をテーマにした記事や読者と一緒に考えるイベントが増えています。男女格差が主要先進国で最下位の日本。この社会で生きにくさを感じているのは、女性だけではなく、男性の育休をテーマにした広告事例「これからの育休」では、複数の企業から賛同をいただきました。



<https://www.asahi.com/special/thinkgender/>



<https://www.asahi.com/ads/worko/>



<https://www.asahi.com/ads/ikukyu/>

## ウェルネスに本気

健康に強い  
関心を持っている

+9.6 point

全体：60.5% 朝デジ利用者：70.1%

全体（n=25,283）→朝デジ利用者（1カ月以内）（n=1,825）の差  2022



### 患者を生きる

病気やけがに直面した患者が、どのように苦難を乗り越えようとしてきたのか、治療への向き合い方や心の動きを伝える連載。どのような治療法があるのかについても伝える。毎週月曜から金曜更新。

<https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=27>



認知症研究の第一人者を招いた Re ライフ「読者会議」座談会。参加者は VR で認知症の疑似体験もしました。

<https://www.asahi.com/relife/article/14725356>



Re ライフの連載「#腸から始める長寿生活」と連動した「腸活オンラインセミナー」

<https://www.asahi.com/relife/article/14478847>

### 広告事例

#### キリンホールディングス

この夏の健康管理の新対策とは？  
～夏を安心して楽しむために、免疫ケアで体を内側から守ろう～



東京では6月に観測史上最長となる9日連続の猛暑日となるなど、この夏も熱中症が懸念されます。私たちはどのようにして様々な外敵から体を守ればいいのでしょうか。

その鍵のひとつとなるのが「免疫ケア」です。「免疫」とは何か。「免疫ケア」をすることがどうして私たちの健やかな暮らしにつながるのか――。この夏、免疫ケアに関する特別授業が行われた大阪市内の小学校を訪ねました。

先生も夏の暑さ対策と健康管理に苦心

<https://www.asahi.com/ads/202207plasma/>

# 教育に本気

## 教育にお金がかかっても仕方ない **+11.7 point**

全体：63.0% 朝デジ利用者：74.7%

全体 (n=25,283) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=1,825) の差 **ACR** 2022

朝日新聞の記事は大学入試での出題で数多く取り上げられ、「受験に強い新聞」としても注目されています。教育専門メディア「EduA」では、保護者とともに学習や教育に関する様々な迷いや悩みを共有し、よりよい選択を共に考えます。朝日新聞デジタルの連載「いま子どもたちは」では、様々なテーマを切り口に、学校内外の子どもたちの今の姿を追っています。

**いま子どもたちは**

41~50件目 / 465件中

**世界につながる学校：4 初登校、ほっとした仲間の助け**

<https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=32>

**EduA**

HOME > 子育て・知育 > 中学受験を嫌がる小3の娘をやる気にさせるには 佐藤ママ「早く決めないと」

エデュアお悩み相談室

中学受験を嫌がる 小3の娘をやる気にさせるには 佐藤ママ「早く決めないと」

お悩み相談 2021.01.28

佐藤 亮子

今回は佐藤ママ!

**エデュアお悩み相談室**

- ◆ 受験するかどうかを早く決めないと出遅れる。
- ◆ 娘に目の前にある分かれ道の話を具体的に、親子で現時点で納得のいく方法を決める。
- ◆ 気が変わっても中学受験できるよう、ひとまず2月から塾に入れる手も。

「質問者」小3の娘は学校の成績が良く、優等生が集まる環境が向いていると中学を受験させたいのですが、本人は受験や勉強を嫌っています。通塾する友人から大塚さんと聞き、3歳上の兄が塾の宿題で苦労していたことが印象に残っています。どう対処すればいいでしょう。(東京都 小3女子の母)

バックナンバー

子の中学受験のために仕事を辞めるべき? きょうこ先生「かけるのは時間ではなく、「目」です」

2022.10.13

ご褒美の約束がないと勉強しない 自らやらせるには? 佐藤ママ「ご褒美は親の方針のあいまいさの表れ、「なし」と宣言を」

2022.09.15

息子より娘に厳しく接してしまう 関係悪化避けるには 鳥羽和久さん「『わかったつもり』の残像さに気づいて」

2022.08.19

暗記物を一緒に勉強したがる娘、甘えず一人で勉強してほしい 善本久子さん「暗記より大事なことに気づかせて」

2022.07.15

算数の成績が伸びない小6息子、中学受験に向けてできることは? きょうこ先生「優先順位を明確に」

2022.06.23

**エデュアお悩み相談室 バックナンバー一覧**

<https://www.asahi.com/edu/>

**広告事例**

**広告特集**

**国公立大学 進学のすすめ**

**BUILD YOUR FUTURE**

国公立大学 進学のすすめ

**INTRODUCTION**

どの時代にも通用する 学問や教育の本質を

入試改革、少子化、グローバル化など、大学を取り巻く環境が日まもなく変化していく中、歴史ある国公立大学は、流行に左右されことなくどの時代にも通用する学問や教育の本質を追求している。

今回掲載する国公立大学は、独自の特色や教育に特色があり、その成果は地域に還元されるだけでなく、全国、あるいは世界的にも注目されている。

<https://www.asahi.com/ads/shingaku/>

# DX に本気

## IT (情報技術) は生活を豊かにする

# +17.3point

全体：31.2% 朝デジ利用者：48.5%

全体 (n=80,763) →朝デジ利用者 (1カ月以内) (n=9,255) の差 J-READ 2021

コロナ後の社会で、DX はどこまで進展するのでしょうか。朝日新聞では、技術・サービスだけでなく、取り巻く社会、ユーザーなど幅広い視点で変化を伝えています。広告事例の「バックオフィス進化論」は、協賛社とともに、共同メディアとして 2021 年に立ち上げました。企業や社会の DX について「バックオフィス」をテーマに、先進事例企業や有識者への取材と情報発信を続けています。



### 全8回 未来のデザイン DXは人を幸せにする？

コロナ禍によって、職場でも、家でも、デジタル化が一気に進みました。技術革新は、私たちの生活を豊かにするのか。そのためには何が必要なのか。第一線の研究者たちの論考をお届けします。

<https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=1417>

第2回 「先輩のスキル、通用しません」 DX人材の育成、企業内「道場」で

有料記事 橋本拓樹、平林大輔 2022年9月17日 14時00分

デジタル化に対応する新しいスキルを、働き手にいかに身につけてもらうか。新しいビジネスを生むために、何を学んでもらうか。企業や日本経済の成長のカギを握るのが、そうした人材育成です。従来の日本型の育成方法からの脱皮に向け、模索が続いています。

社内に「道場」や「大学」

麒麟ビールのマーケティング部で働く西口裕規さん(34)は昨夏、「DX(デジタル・トランスフォーメーション)道場」の門をたたいた。

全社的なマーケティング戦略を考えるチームの一員。ビールやチューハイ、洋酒など各製品の担当部署がまとめる売り上げの分析結果を活用するが、集計に手作業が多かったりデータの重複があったりと、無駄が多いと感じていた。

DX道場は、親会社の麒麟ホールディングスが昨年始めた社内向けの教育プログラム

<https://www.asahi.com/rensai/list.html?id=1612>

## 広告事例

### インフォマート

#### バックオフィス進化論

バックオフィス進化論 BACK OFFICE EVOLUTION

経理DXの進化で企業に「経営参謀」を VUCA時代を勝ち抜く意識変革

経理DXの進化で企業に「経営参謀」を VUCA時代を勝ち抜く意識変革

現場の自由な発想 ワークマンを躍進

バックオフィス改革 最前線 特集連載中

国内シェアNo.1\*の電子請求クラウド 作成・印刷・開封 オールゼロ! 経理のテレワークを実現!

Latest Articles

<https://backoffice.asahi.com/>

# デジタル広告の品質への取り組み



朝日新聞社は JICDAQ（一般社団法人デジタル広告品質認証機構）の第三者検証を経て、「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しています。

朝日新聞社は「朝日新聞デジタル」をはじめ、運営するさまざまなメディアにおいて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）」に準拠し、ユーザービリティ向上とデジタル広告業界の健全な発展のため、以下の項目について取り組んでいます。

## ブランドセーフティの確保

正確で信頼性が高い情報の発信に努める新聞社として、広告主のブランドを棄損するページやコンテンツに表示されるリスクを回避し、安全性を確保します。

## アドフラウドの撲滅

自動化プログラム（Bot）を利用したり、スパムコンテンツを大量に生成したりすることで、インプレッションやクリックを稼ぎ、不正に広告収入を得る悪質な手法に厳正に対応します。

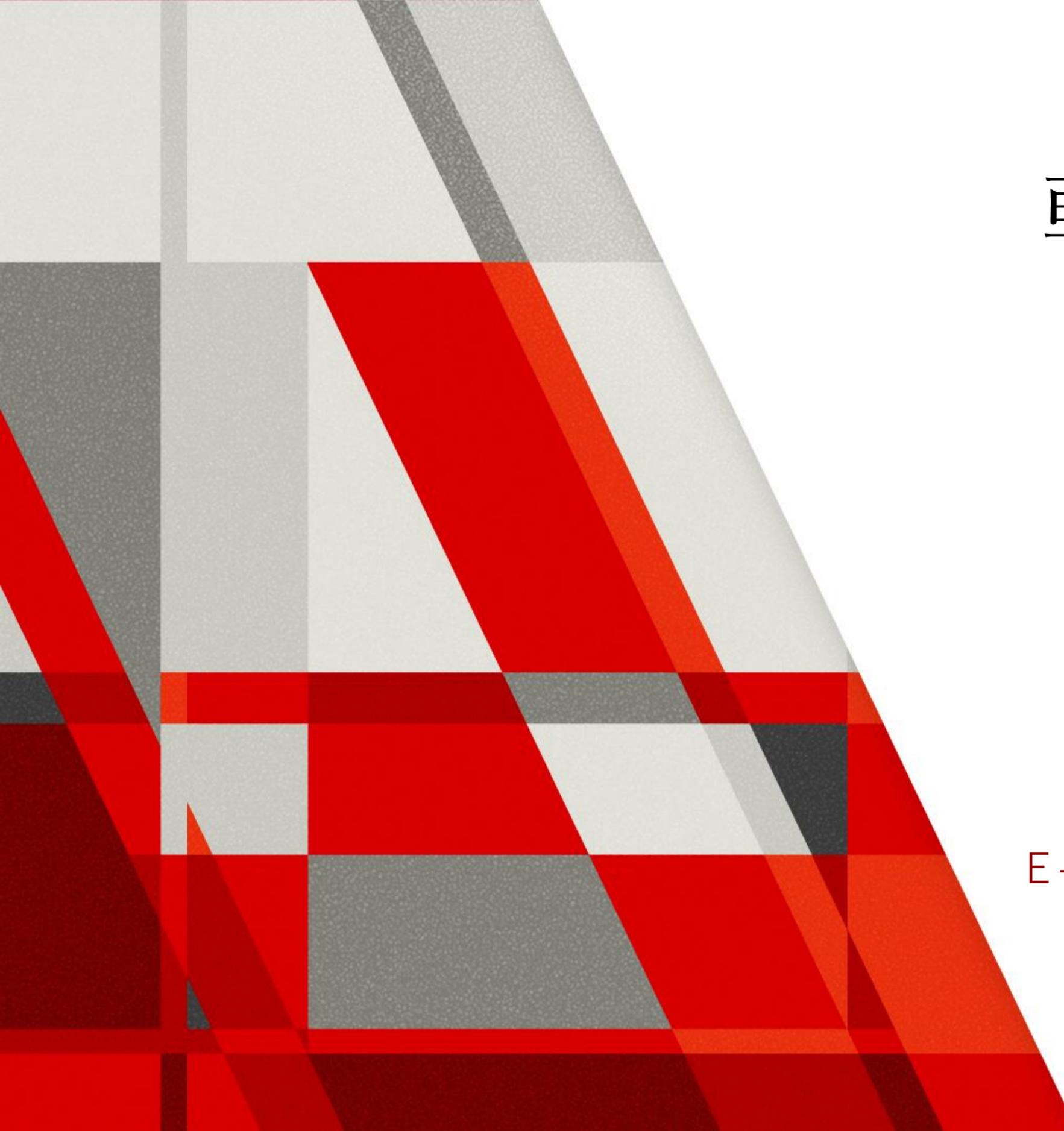
## 高いビューアビリティ基準

広告掲載インプレッションのうち、実際にユーザーが閲覧できる状態にあったインプレッション（ビューアブルインプレッション）を指標とします。

## 第三者による メディアの検証と測定

上記項目を第三者のアドベリフィケーションにより検証、計測されたものを採用します。

サイトポリシーに沿って個人情報保護やアクセスデータ利用、タグ設置を行っています。詳細は <https://www.asahi.com/policy/>



# 朝日新聞デジタル についてのお お問い合わせ

朝日新聞社

メディア事業本部プランニング部

E-mail : [ad-info@asahi.com](mailto:ad-info@asahi.com)