

出版広告と 朝日新聞

出版広告掲載事例集

2020

朝日新聞社

お問い合わせ
朝日新聞東京本社 メディアビジネス第1部
〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2
TEL 03-5540-7749

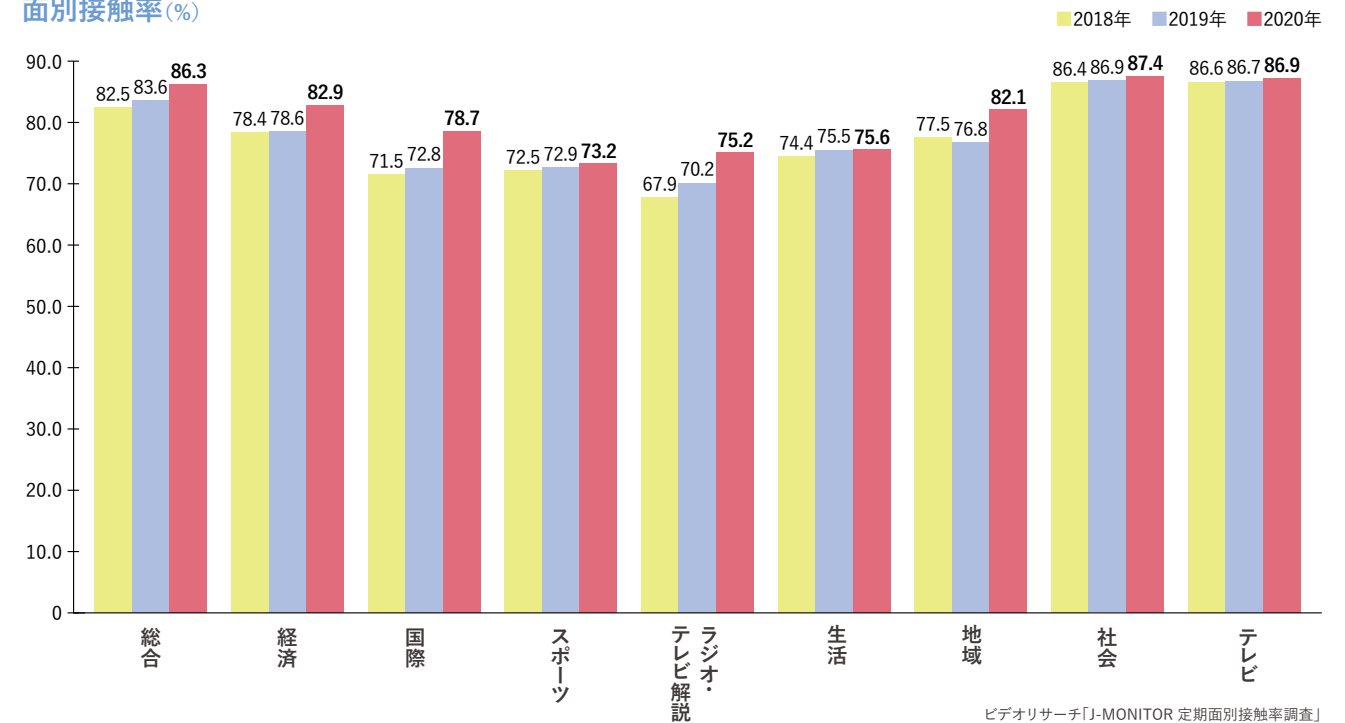
朝日新聞社

■ コロナ環境下で接触率が高まる新聞

2020年4～9月の朝刊の主要な面について、過去3年分の面別接触率を比較しました。

各面ともに2020年が一番高いスコアとなっており、コロナ禍で新聞への接触が高まっている傾向が確認できます。

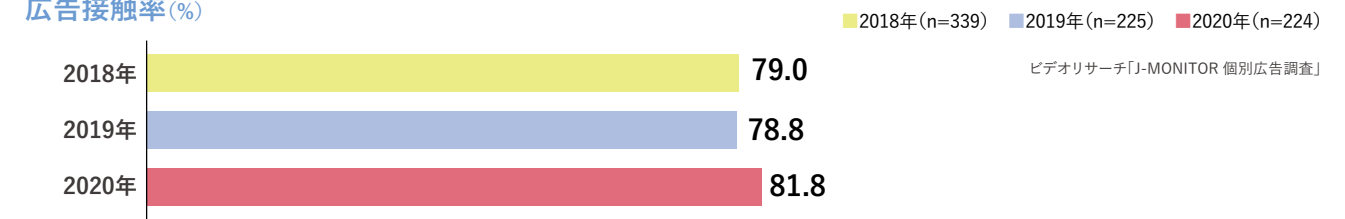
面別接触率(%)



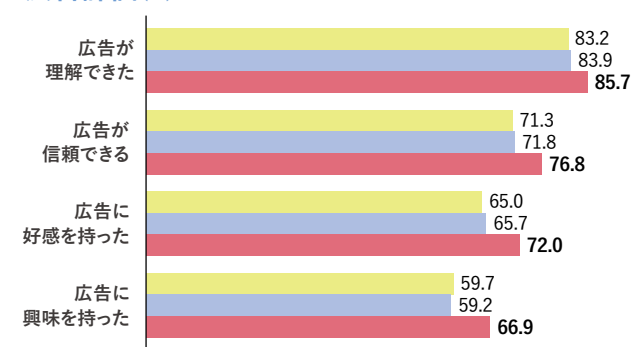
■ 新聞広告の接触率や評価も高い推移

2020年4～9月の新聞広告（朝刊掲載の15段多色広告を対象）でも同様に過去3年分の平均値を比較すると、2020年が接触率・広告の印象・評価とも、記事面と同じく高い傾向となっていることがわかります。

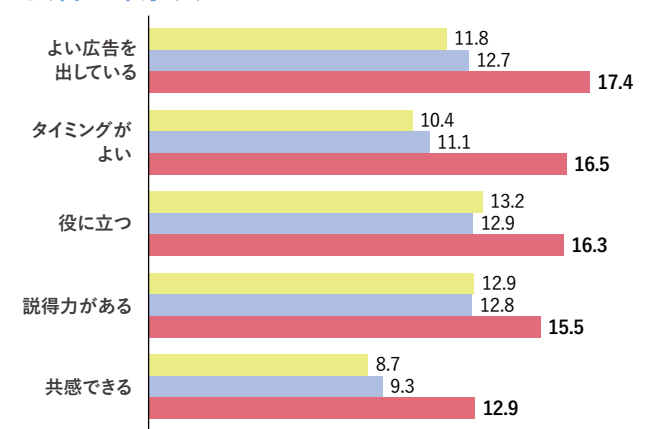
広告接触率(%)



広告評価(%)



広告の印象(%) ※差分の大きかった5項目を紹介



CONTENTS

メディアデータ ————— P.03

周年 ————— P.07

大型展開・話題作 ————— P.08

SNS好反響事例 ————— P.12

正月広告 ————— P.15

多彩な紙面企画 ————— P.18

記事下スペース活用事例 ————— P.20

受賞 ————— P.22

雑誌 ————— P.23

テレビ面・小枠広告活用事例 ————— P.24

小枠 ————— P.25

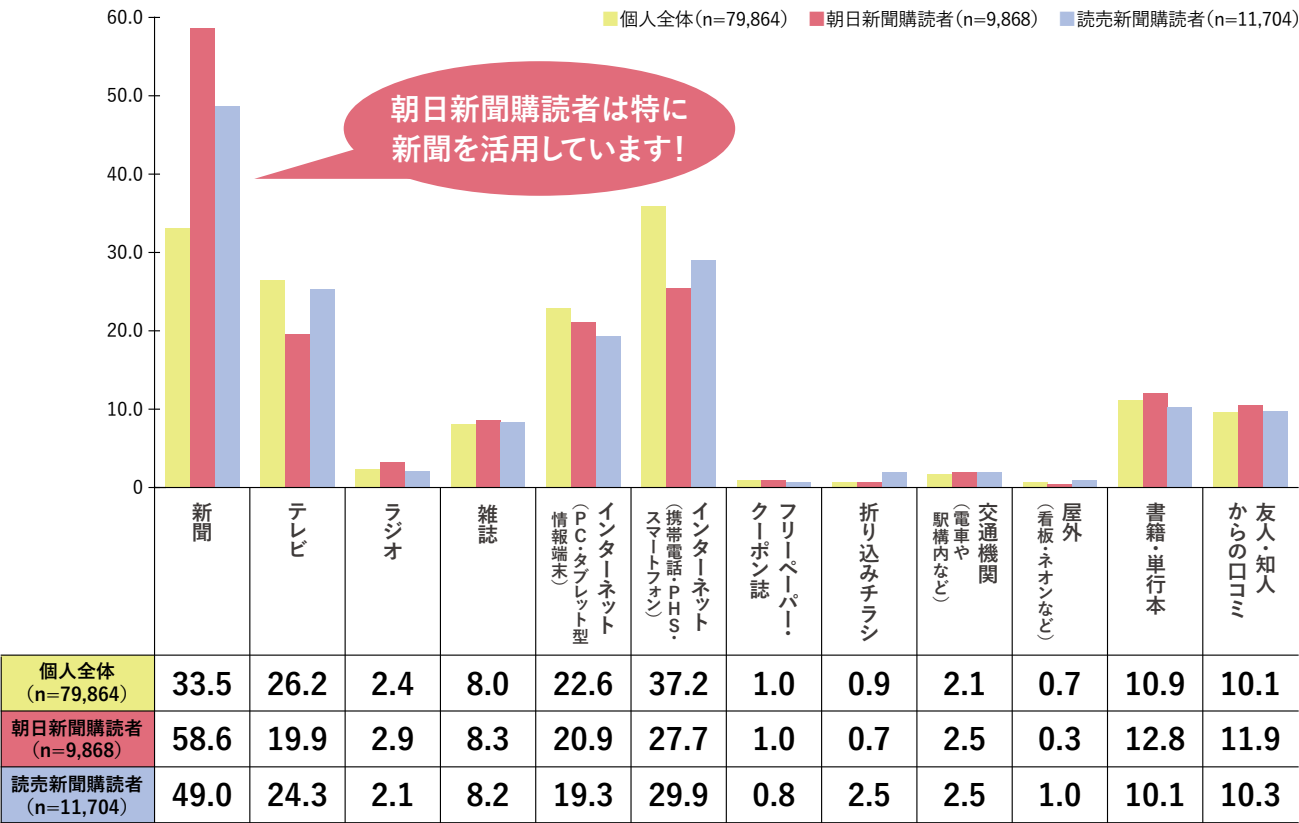
読書面 ————— P.27

紙面外への挑戦 ————— P.28

■ 書籍・書評の情報入手媒体として活用される新聞

書籍・書評の情報入手媒体として、新聞はほかのメディアよりも支持されています。
特に朝日新聞購読者は、半数以上が新聞を書籍情報の入手手段として活用していることがわかります。

書籍・書評に関する情報の入手媒体(%) ※J-READ2019／複数回答



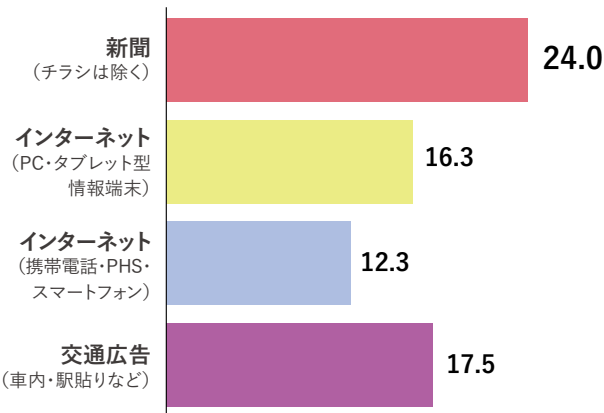
ビデオリサーチ「2019年度全国新聞総合調査(J-READ2019)」

■ 出版広告に有効なメディア・新聞

ふだん書店を利用している／利用意向のある人が、最も多く本や雑誌の広告に触れる媒体は新聞です。
新聞は、出版広告出稿に有効な媒体であることがわかります。

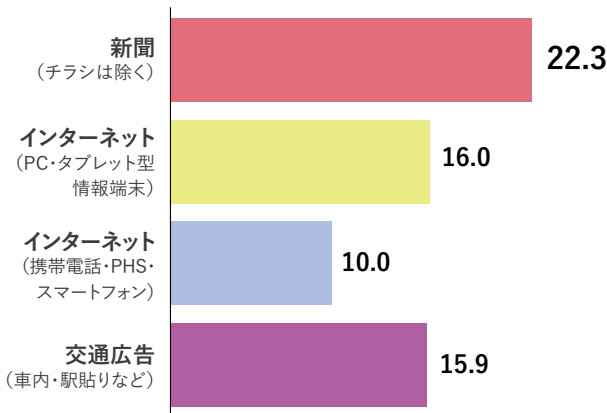
書籍関心層の書籍情報認知経路(%)

※本・書籍広告関心者ベース



雑誌関心層の雑誌情報認知経路(%)

※雑誌広告関心者ベース

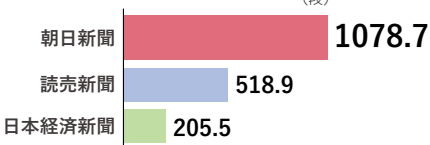


ビデオリサーチ「2019年度全国新聞総合調査(J-READ2019)」

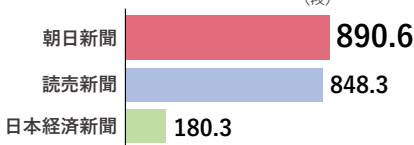
■ 朝日新聞への年間広告出稿量

各ジャンルの出版広告の広告掲載量は、朝日新聞が他紙に比べて多くなっています。
出版広告の効果的な広告媒体として評価されていることがわかります。

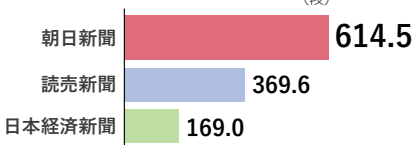
総合週刊誌



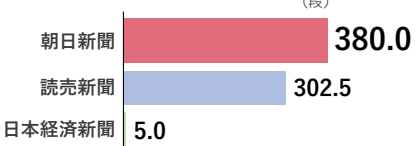
文庫本



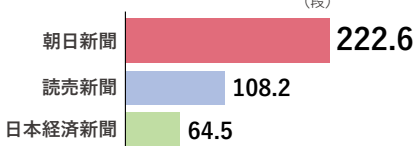
婦人・家庭・服飾誌



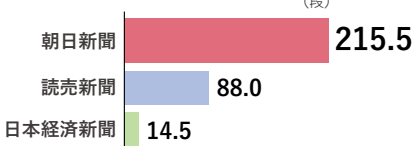
女性週刊誌



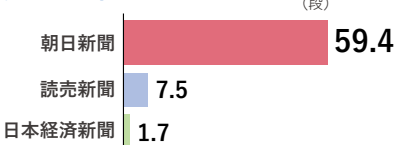
総合文芸誌



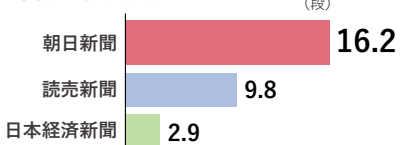
娯楽大衆週刊誌



児童全集



辞書・事典類

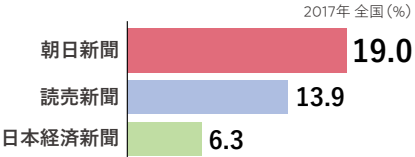


広告出稿量調査
調査対象期間:朝日新聞、読売新聞、日経新聞の
東京本社版朝刊・夕刊
実査機関:エム・アール・エス広告調査(株)
調査期間:2020年4月～2020年12月

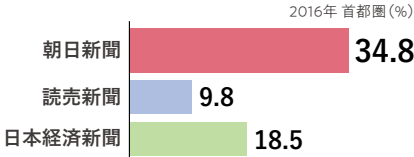
■ 出版業界の有識者に支持される朝日新聞

朝日新聞は、作家や編集者など、出版関係者に多く購読されています。
また、消費者へのインフルエンサー(大きな影響力を持つ人物)に支持されている点も特徴です。

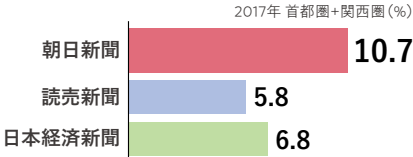
■作家(n=79)



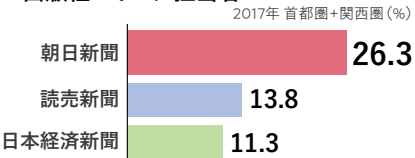
■出版社編集者(n=92)



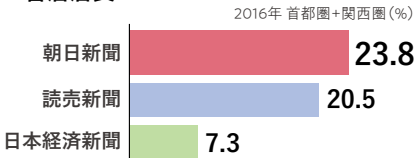
■女性向け雑誌編集者(n=103)



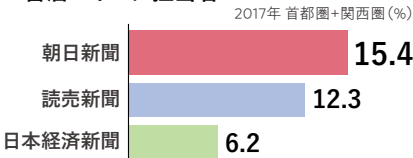
■出版社のウェブ担当者(n=80)



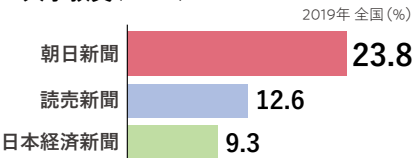
■書店店長(n=151)



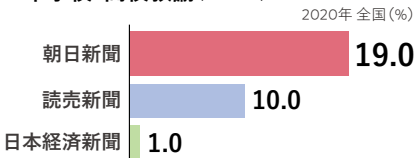
■書店のウェブ担当者(n=65)



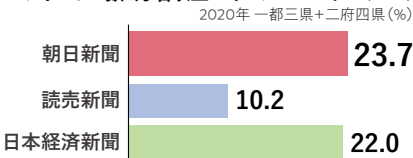
■大学教員(n=151)



■中学校・高校教諭(n=200)



■フォロワー数1万名以上のインフルエンサー(n=59)

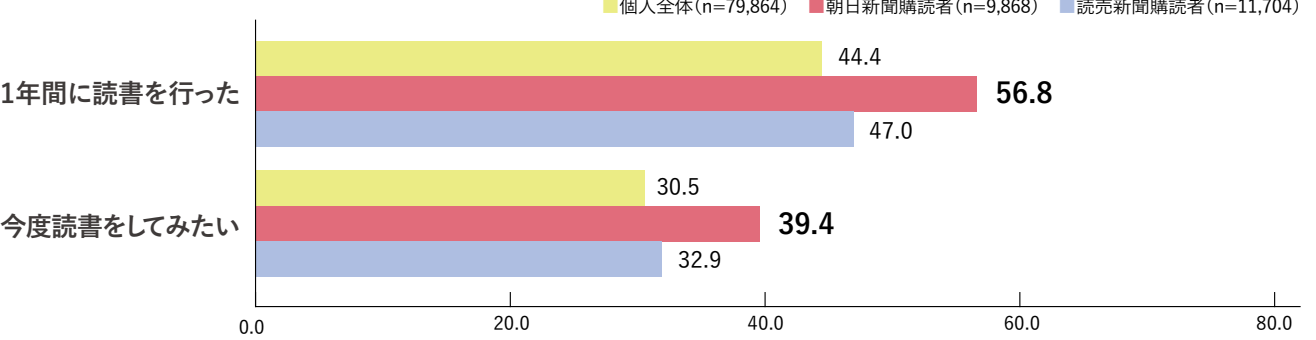


有識者購読調査
調査地域:全国、首都圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)、関西圏(大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県)
実査機関:レターヘッド:2016年(株)マーケティングセンター、2017年～2020年クロス・マーケティング

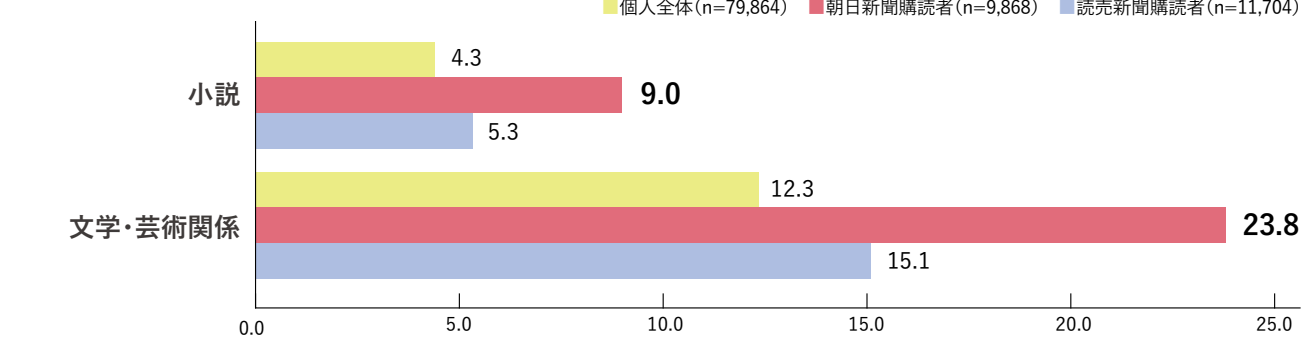
■ 「読書好き」が多い朝日新聞読者

朝日新聞購読者は日常的に本に親しんでおり、「今後読書をしたい」という潜在的なターゲットも多くいることがわかります。また、新聞記事のジャンルに関しても、他紙読者に比べて文学関連や小説の記事に関心が高いことがわかります。

読書に関する意識(%) ※J-READ2019



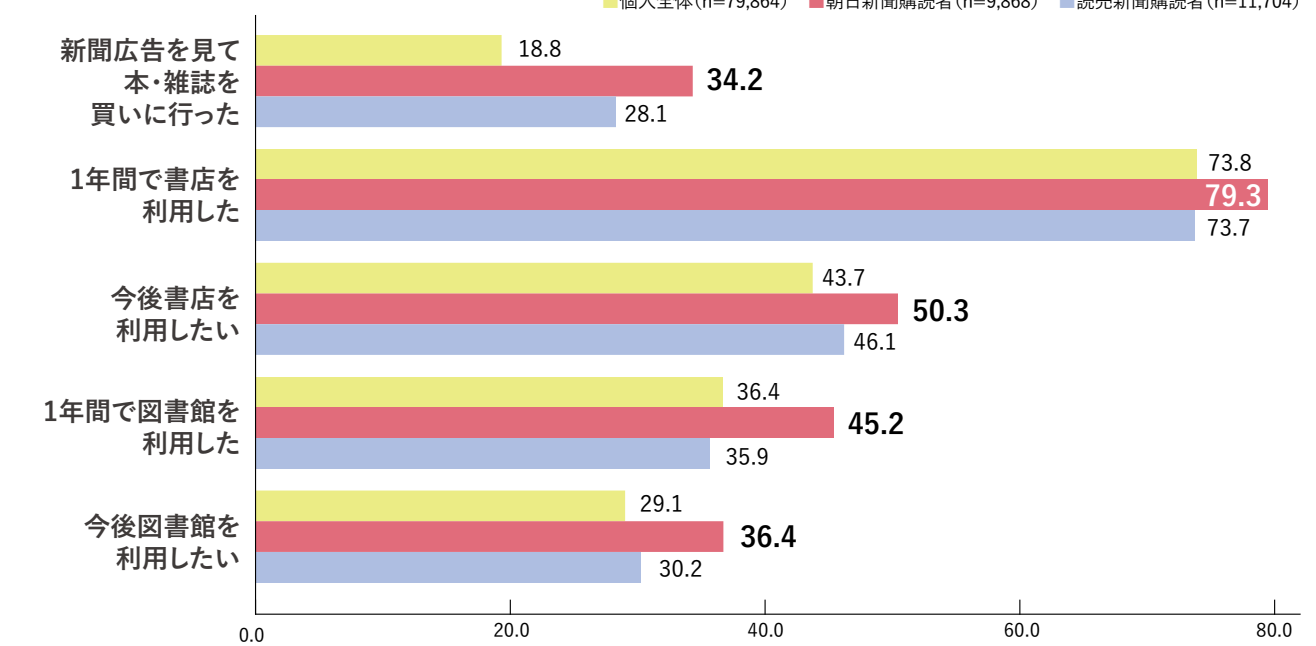
ふだん読む新聞記事ジャンル(%) ※J-READ2019



■ 本を動かす！朝日新聞購読者

朝日新聞購読者は、書店や図書館の利用が多く、利用意向も高くなっています。また、新聞広告を見て本を買いに行った人も多く、書店への来店にもつながっていることがわかります。本に関心が高く消費行動が活発な、まさに「本を動かす」読者であることがわかります。

本に関する行動(%) ※J-READ2019



周年

創業・創刊など、「その日」に合わせたメッセージを効果的に伝えます。



ハースト婦人画報社『婦人画報』創刊115周年

2019年12月10日 朝刊 全15段



マガジンハウス『anan』創刊50周年

2020年3月4日 朝刊 全15段



日本図書普及 60周年

2020年9月26日 朝刊 全15段



扶桑社

『チーズはどこへ消えた?』20周年

2020年11月21日 朝刊 半5段



法律文化社
創業73年

2021年1月20日 朝刊 半5段

大型展開・話題作

新刊やキャンペーンの告知に限らず、定番の作品やシリーズ作品の
ラインアップに至るまで、迫力のあるクリエイティブで効果的に訴求します。



講談社『春のマンガまつり2020』
2020年2月7日 朝刊 全15段



小学館『100年ドラえもん』
2020年3月28日 朝刊 全15段



講談社『日本の歴史』
2020年7月4日 朝刊 全15段



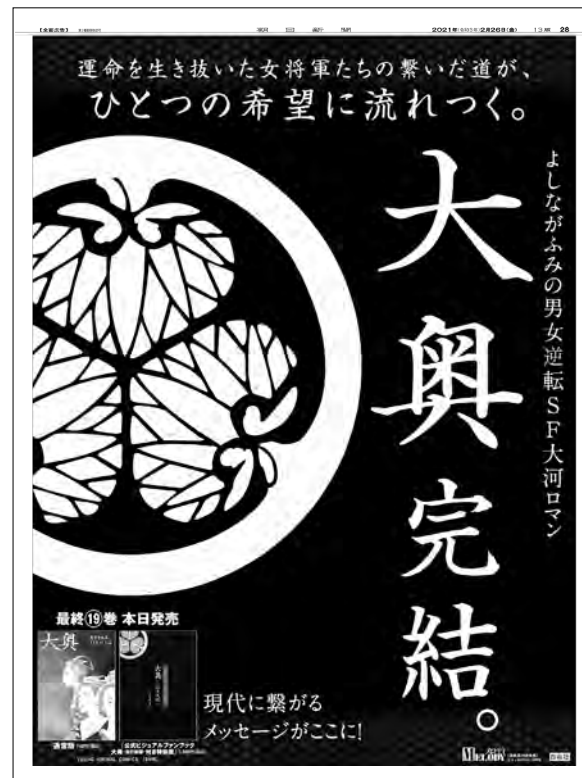
講談社『日本の歴史』
2020年12月5日 朝刊 全15段



幻冬舎『幻冬舎文庫の春まつり』
2020年4月9日 朝刊 全15段



KADOKAWA『カドフェス2020』
2020年6月27日 朝刊 全15段



白泉社『大奥』
2021年2月26日 朝刊 全30段





小学館『タッチ』
2020年8月10日 朝刊 全15段



角川春樹事務所『みをつくし料理帖』ほか
2020年10月15日 朝刊 全15段



河出書房新社
『日本文学全集』
2020年2月29日 朝刊 全5段



文藝春秋
『一人称単数』
2020年7月18日 朝刊 全5段



新潮社
『新潮文庫の100冊』
2020年7月4日 朝刊 全5段



中央公論新社
『気がつけば、終着駅』
2020年9月17日 朝刊 全5段



ポプラ社『はじめての世界名作えほん』
2020年11月3日 朝刊 全15段



集英社『バラク・オバマ 約束の地』
2021年2月16日 朝刊 全15段



筑摩書房
『三島由紀夫レター教室』
2020年11月25日 朝刊 全5段



静山社
『イッカボッグ』
2020年11月26日 朝刊 全5段



文藝春秋
『ファーストラヴ』
2021年1月21日 朝刊 全5段



朝日新聞出版
『小説 火の鳥 大地編 上・下』ほか
2021年3月8日 朝刊 全5段

SNS好反響事例

新聞広告からSNSで話題化する流れは
今後も加速する

2020年度、新聞広告を起点にSNS上で話題となる出版広告の事例がいくつも生まれた。

新聞の出版広告とソーシャルメディアの親和性について、電通のクリエイティブプランナー花田礼氏に伺った。

SNSの浸透により高まった
ビッグコンテンツと新聞の親和性

——集英社『鬼滅の刃』や講談社『転生したらスライムだった件』など、新聞を起点にSNS上で話題となる事例が増えました。その点についてどう見られていますか？

2020年度にSNS上で話題を集めた新聞での出版広告は、大きく「コンテンツパワー」と「タイトルパワー」の2つに分けられると思います。「コンテンツパワー」で代表的なのが全国5紙の朝刊で掲載された『鬼滅の刃』の一億冊突破&完結巻発売の広告(2020年12月3日4日掲載)。過去に『スラムダンク』や『ワンピース』などでも大型の出稿があり話題となったように、強力な「コンテンツパワー」がある「ビッグコンテンツ」と新聞は相性がいいと考えられます。新聞の読者は多様なため、コンテンツホルダーにとっては普段のファン層とは異なる世代にも届くことでリーチが広がり、広告自体がニュースになる。そうするとコン



クリエイティブプランナー
花田 礼氏

電通入社後、デジタル制作・システム開発の部署を経て、現在のコミュニケーションプランナーに。会社員の傍らドローンフォトグラファーとしても活動。近年のお仕事→リポビタンD「ファイト不発」/USJ「SocialDisDance」/ユニ春「セブンソーセージ化粧品」/オコジョ「オコジョ」/ウコンの力「いい感じの力のやつ」など

テンツの読者以外の層、例えば企業の経営層にも価値が届き、コンテンツの新たな活用につながることも考えられます。新聞社にとっては、通常の読者以外にも手に取ってもらえる、コンテンツが掲載されることで紙面そのものの価値が高まる、という側面もあると思います。

「ビッグコンテンツ」と新聞の親和性をより高めたのがSNSの浸透です。ツイッター上で瞬時に紙面情報が共有されるので、『鬼滅の刃』では朝から掲載新聞を買いに走った人のツイートがあふれ、関連する言葉がいくつもトレンド入りしました。ツイッターを起点にソーシャルメディアやポータルメディアでも記事となり、テレビのワイドショーでも取り上げられるなど話題が広がりました。また、その日にしか手に入らないと感じさせる新聞ならではの「限定感」が、ファンの収集欲をかき立てるという側面もあります。また、講談社『転生したらスライムだった件』(2020年11月28日掲載)のように、地域ごとに紙面デザインを変えることで、さらに希少性を高め話題化することも可能です。実際、『転スラ』の新聞広告は、SNS上で他デザインの紙面を入手したいとやり取りされるケースも多く見られました。

SNSで話題化するには
「出口戦略」を想定しておくこと

——一方で、3割8段のような小さなスペースからTwitterをきっかけに盛り上がった広告もありました。百万年書房『70歳からの世界征服』(8月14日掲載)は、書店アカウントがつぶやいた書籍購入エピソードがまたたく間に拡散され、4.8万の“いいね”を獲得。また同じ3割8段で寿郎社『世界のひきこもり』もTwitter上で話題が広がりました。

2つの事例は、まず書籍のタイトルに

パワーがあったことが特徴として挙げられます。私が広告を作る際は、先輩の金言「人の印象に残るアウトプットを作るには“異常値”を戦略的に用意しておく」を常に意識しているのですが、これらの広告はまさにタイトルの“異常値”を第三者が発見し、拡散された事例です。また、「世界征服」「引きこもり」といったネットの共感性が高いワードであったことも、広がった要因の1つでしょう。

これらの広告が話題を呼んだのは偶然による要素もあり、再現するには高度な設計が必要です。制作側しか知らないレアな追加情報を、掲載後に版元のSNSで発信する、筆者や装丁のデザイナー、発信力のある書店アカウントなど第三者を巻き込むなど、企画段階から「出口戦略」を考えておくことで、このようなSNSでの拡散性を高めることも可能だと思います。

「新聞×SNS」のクリエイティブ
話題化にはまだまだ可能性がある

——この流れは今後も続いていくでしょうか？

今の時代、新聞は特に若い世代にとっては“新鮮なメディア”と言えるのかもしれません。紙の質感、サイズ感、日付が限定された希少性は、新聞にしかないもの。大きなインパクトがあり、シェアする動機になり得ます。大きな広告掲載の際にツイッター上で「額装」が話題になるのも、新聞ならではの現象でしょう。

新聞広告を起点にSNSで話題化する流れは、今後も加速すると思います。特に新聞と相性の良い出版広告の場合、大型の仕掛けはもちろん、小さなスペースでも話題化の出口を戦略的に考えることで、話題を呼ぶ仕掛けは考えられそうです。

集英社『鬼滅の刃』



2020年12月3日 夕刊 全15段



2020年12月4日 朝刊 全60段



©吾峠呼世晴 / 集英社

講談社
『転生したらスライムだった件』

2020年11月28日 朝刊 全15段



九州エリア



中部エリア



関西エリア



北海道エリア



その他全域



百万年書房
『70歳からの世界征服』

2020年8月14日 朝刊 3段1/8



寿郎社
『世界のひきこもり』ほか

2020年11月1日 朝刊 3段1/8

正月広告

近年ではSNSでも大きく話題になることが増えた正月広告。
2021年の元旦広告の接触率は、過去3年間で最も高いスコアとなりました。



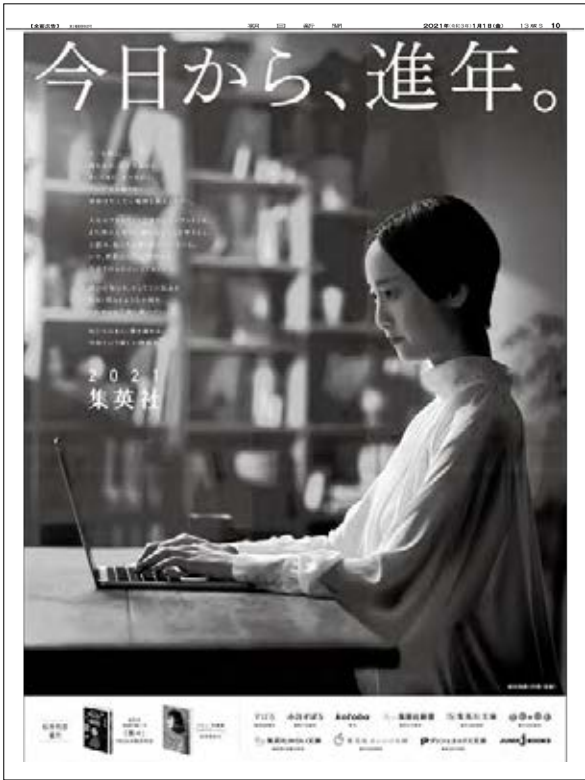
岩波書店『想像力が明日をつくる』
2021年1月1日 朝刊 全15段



講談社『講談社の未来の年表』
2021年1月1日 朝刊 全15段



小学館『子どもはみんな、何かの探偵だ。』
2021年1月1日 朝刊 全15段



集英社『今日から、進年。』
2021年1月1日 朝刊 全15段



東京本社版



大阪本社版

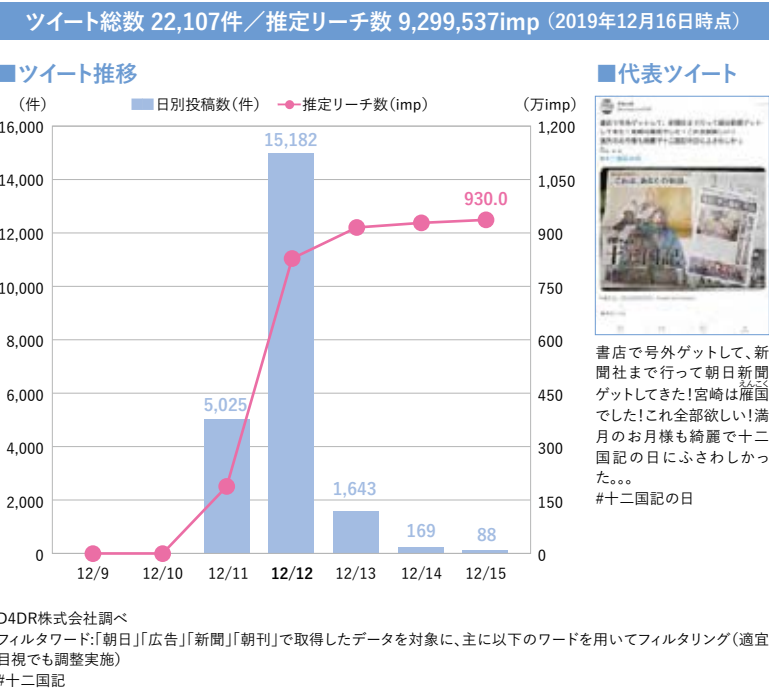


名古屋本社・北海道支社版

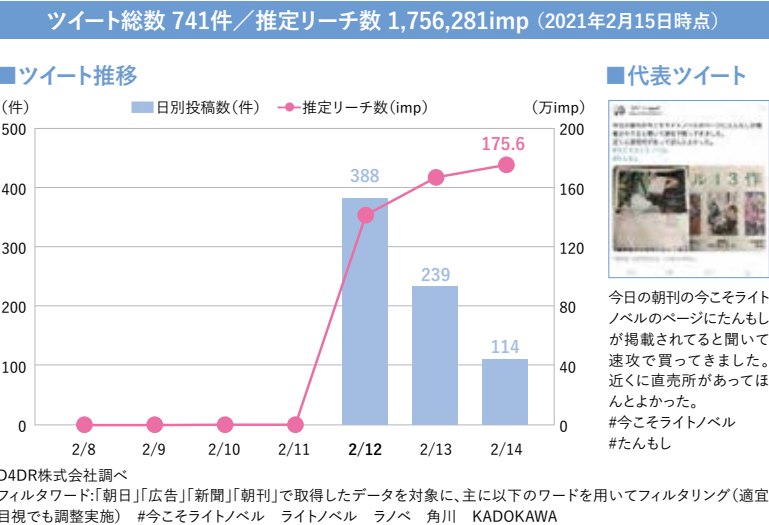


西部本社版

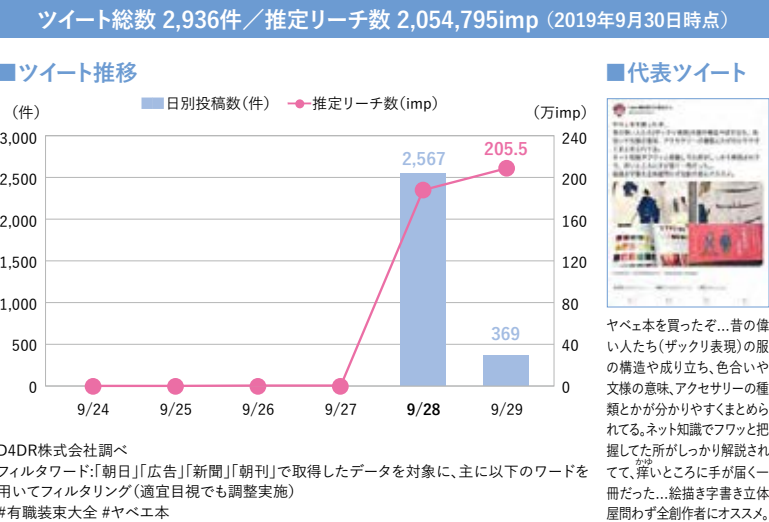
新潮社『十二国記』
2019年12月12日 朝刊 全15段



KADOKAWA『#今こそライトノベル』
2021年2月12日 朝刊 全15段



平凡社『有職装束大全』ほか
2019年9月28日 朝刊 半5段





宣伝会議『世の中に「問題」があるときこそ、マーケティングとクリエイティブの出番です。』
2021年1月1日 朝刊 全15段



新潮社『私たちは人類史上かつてなく他人と接続しているのに、なぜ孤独を感じるのだろう。』
2021年1月1日 朝刊 全5段



文藝春秋『活字の中に「人間」がいる』
2021年1月1日 朝刊 全5段



三省堂『考える辞書「新明解国語辞典 第八版」』
2021年1月1日 朝刊 全5段



大修館書店『明鏡国語辞典』
2021年1月1日 朝刊 全5段



光文社『ニュー・ノーマルな、朝の絶景。』
2021年1月1日 朝刊 全5段



聖教新聞社『新しいページを 生きよう』
2021年1月1日 朝刊 全5段



宝島社『ねちりんこ、ダメ。』
2021年1月6日 朝刊 全30段



宝島社『言われなくても、やっています。』
2021年1月7日 朝刊 全30段



東京書籍・大和書房・産業編集センター・TAC出版・技術評論社『謹賀新年』
2021年1月3日 朝刊 全5段

多彩な紙面企画

Web・Twitterとの連動、本の日に絡めた大型企画など、新たな取り組みも行った2020年。広告主ニーズに合わせた様々な企画を立案・掲載しています。



Web展開(スマホ画面)



大学出版部協会
『大学から社会へ』
2020年10月31日 朝刊 全5段



東野圭吾
電子書籍 特別解禁
2020年5月4日 朝刊 全5段

MEET YOUR BOOK
2020年7月11日 朝刊 全15段、全5段



ギフトブック・キャンペーン
2020年11月1日 朝刊 全15段



婦人画報のお取り寄せ×ボンマルシェ
2020年11月19日 朝刊 全15段



エコバッグ×ボンマルシェ
2021年1月20日 朝刊 全15段

記事下スペース活用事例



早川書房
『三体II』

2020年6月30日 朝刊 全5段



学研

『なぜ僕らは働くのか』

2020年7月11日 朝刊 全5段



日本図書センター

『よくできました!』『勉強脳の作り方』

2021年2月4日 朝刊 全5段



祥伝社

『老後レス社会』ほか

2021年2月12日 朝刊 全5段



慶應義塾大学出版『漂泊のアーレント
戦場のヨナス』『黒い雨に撃たれて』

2020年8月1日 朝刊 全5段



東洋経済新報社

『世界最高の話し方』『ライフスパン』

2020年11月30日 朝刊 全5段



すばる舎

『人は話し方が9割』

2021年2月13日 朝刊 全5段



1万年堂出版

『歎異抄をひらく』『なぜ生きる』

2021年2月16日 朝刊 全5段



PHP研究所

『鯖猫長屋』ほか

2021年1月15日 朝刊 全5段



文芸社

『ばあばとおさんぽ』ほか

2021年1月26日 朝刊 全5段



東京書籍

『漂流者の生きかた』

2020年7月11日 朝刊 半5段



徳間書店

『一橋桐子(76)の犯罪日記』ほか

2020年11月16日 朝刊 半5段



NHK出版

『青天を衝け』ほか

2021年1月30日 朝刊 全5段



有斐閣

『有斐閣 法律用語辞典』ほか

2021年2月2日 朝刊 全5段



日本評論社

『子育て支援の経済学』ほか

2021年1月25日 朝刊 半5段



日経BP

『ファクトフルネス』

2021年2月2日 朝刊 半5段

雑誌



小学館『Precious』
2020年3月6日 朝刊 全15段



光文社『VERY』
2020年12月7日 朝刊 全15段



JTBパブリッシング
『ノジュール』
2020年10月4日 朝刊 全5段



集英社
『éclat』
2020年12月1日 朝刊 全5段



小学館
『BE-PAL』
2021年1月8日 朝刊 全5段



ハルメク
『ハルメク』
2021年2月8日 朝刊 全5段

受賞

ニュース性もある文学賞の受賞告知は、新聞広告の得意分野。芥川龍之介賞・直木三十五賞の受賞作品には、新聞記事風の書店POPを特別制作し、紀伊國屋書店とタイアップした店頭フェアも展開しています。



ポプラ社『本屋大賞ノミネート』
2020年2月15日 朝刊 全15段



白泉社『MOE絵本屋さん大賞2020』
2020年12月28日 朝刊 全15段



東京創元社
『本屋大賞第1位』
2020年4月11日 朝刊 全5段



文藝春秋
『直木賞受賞』
2020年7月28日 朝刊 全5段



河出書房新社
『芥川賞受賞』
2021年1月30日 朝刊 全5段

書店POP



書店での展開事例

朝刊1面を飾る「サンヤツ」「サンムツ」の他、読書面掲載の「5段12割」は、伝統の小枠広告として親しまれています。また、近年は、「〇〇の日」に合わせたカラーサンヤツ、カラーサンムツも好評です。

小 枠

接触率の高いテレビ面や1面の小型広告枠など様々なスペースを有効に活用することで、高い効果が期待できます。

テレビ面・小枠広告活用事例



KADOKAWA『ゴーストハント』
2020年6月12日 朝刊 テレビ面表札



集英社『言ひ訳』
2020年12月20日 朝刊 テレビ面表札



かんき出版『世界最速 自分史上最高の柔軟性が手に入るストレッチ』
2020年3月20日 朝刊 テレビ面試写室下



宝島社『田舎暮らしの本』
2021年2月5日 朝刊 テレビ面BS中



3段8割(サンヤツ)
2021年1月1日 朝刊 全3段



3段6割(サンムツ)
2020年10月28日 朝刊 全3段



5段12割
2020年10月24日 朝刊 全5段



児童書カラーサンヤツ

2021年1月13日 朝刊 全3段



コミックサンヨツ

2021年1月31日 朝刊 全3段

©尾田栄一郎 / 集英社



料理レシピ本大賞

2020年9月9 朝刊 全3段



東日本大震災から10年

2021年3月11日 朝刊 全3段

読書面

毎週土曜日に掲載している読書面は、週末の書店誘導に効果的です。
読書好きの読者だけでなく、全国の書店員の方々からも注目されています。



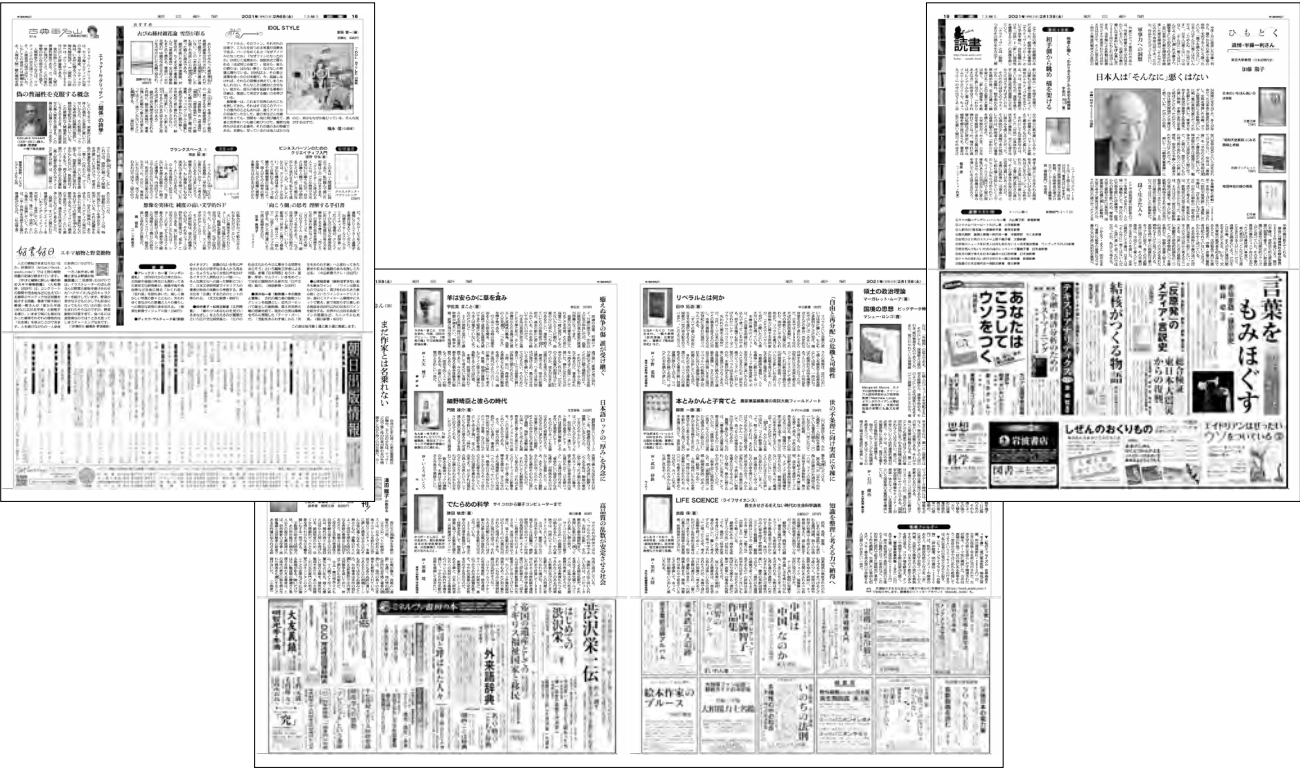
世界トイレの日 SDGs

2020年11月19日 朝刊 全3段



アメリカ特集

2021年1月22日 朝刊 全3段



読書面

2021年2月6日、13日 朝刊 全60段

紙面外への挑戦

■好書好日 book.asahi.com

好書好日
Good Life with Books

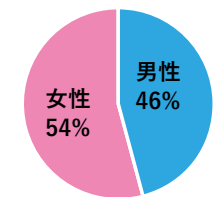


本や著者の紹介、「～したい」「～な気分」といった気持ちやシーンに沿った本の提案、映画の原作から絵本の紹介まで、人生を豊かにしてくれる本との出会いを助ける本の情報サイトです。新刊告知やイベント・キャンペーン、プレゼントパブリシティ、カスタマイズ企画などの広告商品をお求めいただけます。

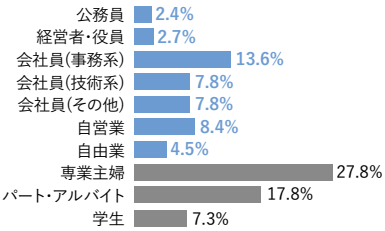
ユーザーデータ

25～44歳を中心に、情報感度の高い読者に読まれています。

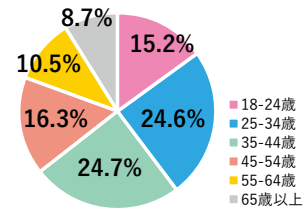
■性別 男女は約半々。
女性がやや多い。



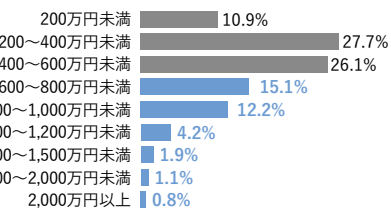
■職業 ビジネスパーソンが過半数。主婦層からも支持



■年齢 40代までの読者が約7割



■世帯年収 3世帯に1世帯が年収600万円超



※性、年代、記事ランキングはGoogle Analytics調べ(2021年1月) ※その他はIntimate Merger社が保有するCookie連携に基づく推計値(2021年1月)

朝日新聞社では、多岐にわたるメディア展開・デジタル媒体の開拓を通じて、読者と本との接点を広げています。

ページビュー数 122万PV
セッション数 88万セッション
ユニークユーザー数 75万

SNS拡散

Twitter 77,485 Instagram 2,496
Facebook 7,073 Mail Magazine 5,916

※2021年1月

コンテンツ

社会課題に関するトピックやカルチャーに関するコンテンツが特に多く読まれています。著者が人生を語るインタビュー、悩み解決に役立つ本のおすすめなど、本の紹介を通して「人」が主役の記事を届けています。

人気のジャンル

- 01 社会課題
- 02 カルチャー
- 03 文芸
- 04 映像化作品
- 05 芸能

おもな連載・特集

- 朝日新聞に掲載された書評
- 谷原章介の「谷原書店」
- フルボン村上の俳句修行
- 滝沢カレンの物語の1歩先へ
- 人気作家のリレーエッセー「大好きだった」
- えほん新定番
- あの小説をたべたい
- 新作映画、もっと楽しむ
- 働きざかりの君たちへ
- BLことはじめ



KADOKAWA
『ビブリア古書堂の事件手帖』
2020年7月16日 好書好日



学研プラス
『なぜ僕は働くのか』
2020年12月22日 好書好日



三省堂・大修館書店
『国語辞典の魅力対談』
2021年2月26日 好書好日



■じんぶん堂 book.asahi.com/jinbun/



出版社と朝日新聞社による「人文書の魅力」を伝えていく読書推進プロジェクトとして、2019年11月に発足しました。「好書好日」内の専門サイト「じんぶん堂」を起点に、「コンテンツ」「プロモーション」「イベント」を展開。人文書との出会いの場を提供しています。



ブックフェアの開催



「じんぶん堂」加盟出版社の声

白水社

記事配信と書評の相乗効果で重版が決まった(『バトリックと本を読む』ほか10冊)
海外の出版社から翻訳権の問い合わせがあった(『龍彦親王航海記 澁澤龍彦伝』)

筑摩書房

記事の出し方に自由度があるため、書籍の売り伸ばし戦略の一つの手段として有効
書籍の魅力を、内容だけでなく「裏話」的な付加価値からも伝えられる

平凡社

記事が検索サイトで上位結果を保ち、この本の存在に気づいていただける好循環が生まれた
(別冊太陽『茨木のり子 自分の感受性くらい』)
書店イベントを採録するプラットフォームとして活用できる(『「差別はいけない」とみんな言ってくれど。』)



コンテンツ

注目の人文書の抜粋や、著者エッセイ・インタビュー、書店員の推薦書などを発信。加盟出版社は自社の人文書を紹介する記事を執筆、サイトから発信いただけます。記事は長期間にわたって読まれています。

加盟社募集中

「じんぶん堂」では出版社の加盟を募集しています。ともに人文書の魅力を届けませんか。詳しくは「じんぶん堂」事務局(朝日新聞社メディアデザインセンター) jinbundo-support@asahi.com まで。



MEET YOUR BOOK
書店POPダウンロード

2020年7月10日 好書好日



Twitterの投稿事例



著名人・インフルエンサーをまきこんだ展開により、ツイート総数3,661件、推定リーチ数15,263,803imp(2020/8/13時点)を記録しました。



絵本連合『今、伝えたい、贈りたい
ハートブックカタログ』

2021年1月30日 好書好日



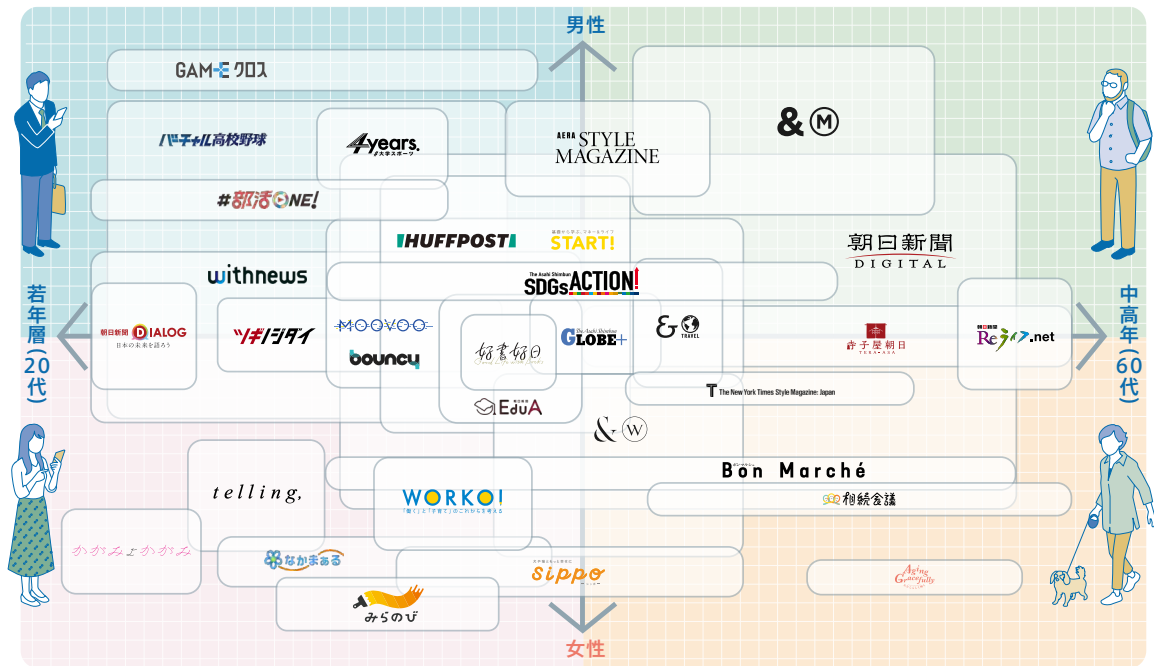
Twitterの投稿事例



全国約150店舗にて書店フェアを開催。読者からレビューを投稿いただくTwitterプレゼントキャンペーンも実施しました。

■総合メディア企業として～新聞社機能活用

朝日新聞は紙媒体の発行に留まらず、デジタル領域の開拓や体験型のイベント展開など、総合メディア企業としての機能を日々拡大しています。



■朝日新聞デジタル

朝日新聞デジタルが持つ多くのメディアブランドをターゲットによって使い分けて、書評／取材記事／ポータルサイトへの誘導など、多くの活用実績を築いています。

津田大介さんが読んだオバマ元大統領回顧録「分断」は克服されたのか

【Twitter】@hashz1008

集英社『バラク・オバマ 約束の地』

2021年2月16日 GLOBE+



犬猫の迷子捜索 ペット探偵の奮闘記に学ぶ技と、意外な現実

【Twitter】@sippo

新潮社『210日ぶりに帰ってきた 奇跡のネコ ペット探偵の奮闘記』

2020年3月12日 Sippo



ヘアメイクアップアーティスト・岡野瑞恵が、オンラインメイクレッスンを開催

【Twitter】@w

集英社『岡野瑞恵監修・大人の肌魅セマスク』

2020年10月28日 &w



ポプラ社『お探し物は図書室まで』

2020年11月30日 withnews



白泉社『数学ゴールデン』

2020年11月30日 EduA



KADOKAWA『日本の歴史』

2020年8月7日 EduA



■YouTube・ラジオ

関連企業との緊密な関係性や、動画制作能力を生かした動画・ラジオでの番組制作も、継続して取り組んでいます。

ABC Radio Saturday 21:05-22:00 #リアルをぶつけろ! ハッシュタグZ

【Twitter】@hashz1008

出演者 アイドル好きYouTuber／会社員 阿久津慎太郎(あくにゃん)

フォロー数 YouTube 73,900 Twitter 19,000 Instagram 28,000

出演者 YouTuber・女優 めがね

フォロー数 YouTube 342,000 Twitter 87,000 Instagram 59,000

出演者 さくらしめじ 田中雅功

フォロー数 YouTube 23,300 Twitter 53,000 Instagram 35,000

出演者 インフルエンサー えなの

フォロー数 YouTube 770,000 Tikt看 2,300,000 Twitter 232,000 Instagram 661,602

※フォロー数は2021年3月5日現在



出演者 ハッシュタグZとの姉妹番組の立ち位置のYouTuberチャンネル。YouTuber、女優、芸人の3名で本を読んで楽しくお喋りする読書バラエティ番組です。【Twitter】@bukkumachan



出演者 YouTuber・女優 めがね

フォロー数 YouTube 342,000 Twitter 87,000 Instagram 59,000

出演者 アイドル好きYouTuber／会社員 阿久津慎太郎(あくにゃん)

フォロー数 YouTube 73,900 Twitter 19,000 Instagram 28,000

出演者 漫画家 女子大生 読書大好き 中根すあま

フォロー数 Twitter 1,344 Instagram 395

※フォロー数は2021年3月5日現在