

2026 年 1 月 8 日

朝日新聞社

〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

〈報道関係のみなさま〉

## 「朝日新聞 Business Hub」登場 ウェブメディア「広告朝日」を刷新

広告やマーケティングの枠を超えた、ビジネスの課題解決策を提案

株式会社朝日新聞社(代表取締役社長 CEO:角田克)は、マーケティングに関する情報ポータルサイト「広告朝日」をリニューアルし、「朝日新聞 Business Hub(ビジネス・ハブ)」に刷新しました。みなさまのビジネス課題解決に役立つ情報をお届けする中心(Hub)になることを目指し、名付けました。

■朝日新聞 Business Hub : <https://adv.asahi.com>

# AB 朝日新聞 Business Hub



### お問い合わせ

朝日新聞社 メディア事業本部  
マーケティング部  
E-mail [mbhq-marketing@asahi.com](mailto:mbhq-marketing@asahi.com)



2026 年 1 月 8 日

朝日新聞社

〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

## AI 活用やビジネス伴走支援など多彩なソリューションを紹介

朝日新聞社は 1960 年に広告業界誌「広告月報」を創刊後、2014 年に「広告朝日」へと衣替えし、さらにウェブ媒体へと変化を遂げながら、新聞広告を中心とするメディアコミュニケーションやマーケティングに関する情報をお届けしてきました。

近年、朝日新聞社ならびに朝日新聞グループは、様々なメディアにおける広告スペースの提供、タイアップコンテンツ制作、イベントや展示会といったコミュニケーション手法だけでなく、報道機関として培ってきた「社会の声を聞く力」を生かしたビジネス伴走支援など、コミュニケーションの枠を超えたサービス／プロダクトも提供しております。

「朝日新聞 Business Hub」は広告にとどまらず、イベントやコンサルティングなど多彩なソリューション、最新の業界情報や実践的なノウハウをお届けし、みなさまのビジネス課題を解決に導きます。

## 法人向け伴走型ソリューション「ASAHI ACCOMPANY」



朝日新聞社の法人向け伴走型ソリューション「ASAHI ACCOMPANY」は、長年の取材活動やメディア運営で培った知見、ネットワーク、生活者インサイトを活用することにより、企業が直面する課題の解決を支援し、より良い社会を共創していくサービスです。

ASAHI ACCOMPANY

[公式サイトはこちら](#)

ASAHI ACCOMPANY には、朝日新聞社ならではの強みがあります。

## 「ASAHI ACCOMPANY」私たちの強み

①幅広い分野の専門家ネットワーク

朝日新聞社の取材やメディア運営で蓄積された社会課題やコミュニケーションなど幅広い分野での専門的な知見、社内外の専門家や有識者とのネットワークを活用し、企業が抱える課題を解決します。

## 高速文字起こしで記者を支援 朝日新聞社が開発した「ALOFA」の力



朝日新聞社が独自に開発した次世代のコンテンツ制作支援ツール「ALOFA（アロファ）」。文字起こし機能を中心に2025年3月末にベータ版をリリース。「ALOFA」が目指す次世代の制作支援とは。ALOFAプロダクトマネージャー・新美茜氏、ALOFAフロントエンジニア・松山莞太氏に聞いた。

## お問い合わせ

朝日新聞社 メディア事業本部  
マーケティング部  
E-mail [mbhq-marketing@asahi.com](mailto:mbhq-marketing@asahi.com)



2026 年 1 月 8 日

朝日新聞社

〒104-8011 東京都中央区築地 5-3-2

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

## 課題解決をイメージできる 豊富なご活用事例



新聞広告の掲載事例をはじめ、イベントレポートなどの記事をご用意。みなさまのニーズとマッチしたご活用事例がきっとみつかります。

## お役立ちコンテンツも続々

マーケティングやコミュニケーション施策に役立つ情報も随時発信します。

## 注目の市場「アクティブシニア」マーケティングとは？手法から事例まで紹介



日本が超高齢化社会を迎える中、アクティブシニア市場への注目がより高まっています。健康で積極的なライフスタイルを送り、消費意欲や経済力も高いアクティブシニアは、従来のシニア像とはまた異なる存在です。購買力と情報感度の高さに着目したマーケティング活動は、企業の成長機会になっており、効果的な手法の研究や実践が進んでいます。この記事では、注目の市場アクティブシニアについて、マーケティングの手法から事例まで詳しく紹介します。

## 【事例あり】若年層とのエンゲージメント強化 これからの人材獲得に「サステナビリティ広報戦略」

※新稿公開 ※掲載・ブランディング情報

これからのサステナビリティ広報戦略  
若年層とのエンゲージメント  
強化に向けて

サステナビリティやSDGsといった、社会課題に対する意識の高まりが、今や生活者の消費行動、就職活動の選択基準に大きな影響を与えています。特に若年層ではこの傾向が顕著です。企業がどのような社会的取り組みをしているかが、企業選びのポイントとなっています。たとえば、「企業のSDGsへの取り組みを仕事選びで意識するか？」という質問に対し、「意識する」「どちらかといえば意識する」と回答した学生は5割を超えました（出典：学情「2026年卒学生の就職意識調査(SDGs)2024年10月版」）。企業が将来の人材を確保するためには、こうした若年層との接点をいかに築くかが重要なカギとなります。

## お問い合わせ

朝日新聞社 メディア事業本部  
マーケティング部  
E-mail mbhq-marketing@asahi.com