



「空気を読まず、リアルを追求」

アゴラ AGORA

言論プラットフォーム



2021年 4月期

株式会社 アゴラ研究所





「アゴラ」というのは古代ギリシャの都市にあった広場で、もとは市民が生産物を交換する市場でしたが、そのうち政治的な議論をする場になりました。この故事をもとに専門家とジャーナリストと一般市民が意見を交換する場を設けたのが当サイトのはじまりです。この10年あまりたくさんの独立系ネットメディアがたくさん出ては消えましたが、アゴラが10年もったのは、「角」があったからでしょう。

振り返ると、2011年の東日本大震災のときは、原発の恐怖をあおるマスコミに対して科学的データをもとにして反論し、最近も新型コロナウイルスの脅威があおられる中で、欧米のような感染爆発が起きない可能性をいち早く論じました。ほかにも、マスコミがタブーにして報じない問題を追及した記事が読まれています。

最初はアゴラが独走して批判されることもよくありますが、そのうちマスコミも追いついてきて、結果的にはアゴラの論調が多数派になることが多かったです。多くの人がグローバルな情報を得るインターネット時代には、日本のマスコミのタブーがもはやタブーではなくなったからでしょう。

ネットメディアにもバイアスがあるので、「言論の市場」で正しい意見が勝つとは限りませんが、そう信じて闘うのがアゴラの次の10年も変わらぬ目標です。

2021年 アゴラ研究所所長 **池田信夫**

創刊12年。日本のネット言論を代表し、リアル社会に影響のあるアゴラ

アゴラの5つの特徴

1 創刊12年。ネットメディアの老舗
日本で専門家が実名でネット発信する人が少なかった2009年に創刊。当時勃興していたブログ論壇に信頼性を与え、ネット世論の高まりを後押ししてまいりました。

2 200人を超える執筆陣。若手の登竜門にも
レギュラー執筆者のアカウントの数だけで200人超。1000万PV以上のメディアでは珍しく一般投稿も積極的に受け入れ、論客を目指す若手の登竜門にもなっています。

3 スマホ時代に最適な1ページ完結
主宰の池田信夫を筆頭に1500～2000字でよみやすく、1ページ完結で読了率の高い記事が多いのも特徴です。スマホで短時間に情報を取得したい読者向きです。

4 高所得者、意思決定層が愛読
40、50代の意思決定層、高所得者が政治経済など時事問題の参考にしています。

5 リアルに数字を動かす
新型コロナで病院経営が破綻危機にあると関係者が訴えた記事がきっかけで政府が補正予算で2兆円を付与。補助金制度を活用して水素自動車が実質無料で購入できるという記事が話題になったときは当該店舗で50台以上が完売するなど数々の「伝説」。



個性的かつ影響力のある執筆陣（主なメンバー）

池田信夫
アゴラ研究所所長



「アゴラ」主宰。政治、経済など時事問題に鋭い視点から独自の考察に定評

有馬純

東京大学公共政策大学院教授、
元経産官僚



役所時代はCOP会議に12回参加するなどエネルギー・環境政策を担当。

潮匡人

評論家、航空自衛隊OB



航空総隊司令部幕僚などを歴任。安全保障のリアルを問題提起

八幡和郎

徳島文理大学教授、
元通産官僚



皇室問題から世界史への幅広い見識、政局の裏舞台に通じた情報網

松川るい

参議院議員、防衛大臣政務官



外務省で国際情勢分析を担当した識見に定評。

音喜多駿

参議院議員



365日ブログ更新。政界トップブロガーとして随一の発信力

篠田英朗

東京外国語大学大学院教授



国際政治学の立場から憲法学の常識を覆し、論壇に新風

郷原信郎

弁護士、元東京地検検事



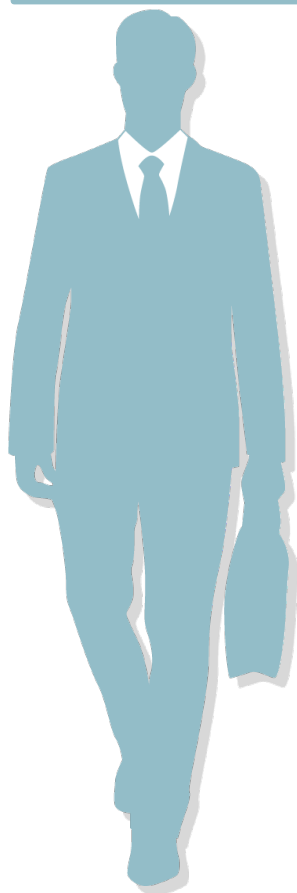
コンプライアンスの第一人者。刑事裁判で無罪判決に導いた実績も

都市部に住む30代後半から40代前半、働き盛りのビジネスマン。

日々のニュースに高い関心を持っていて、様々な媒体から情報摂取しているが、
情報に流されず自分の意見を持っている。

小学生の子供がいて教育熱心。自らも学習の意欲が高く、投資や語学学習にも興味がある。

年収が高めで可処分所得も多いことから、買い物は高くても品質の良いものを選ぶ。



性別：男性

年齢：30～40代

職業：会社員

年収：700～900万円

居住地：東京23区内など都市部

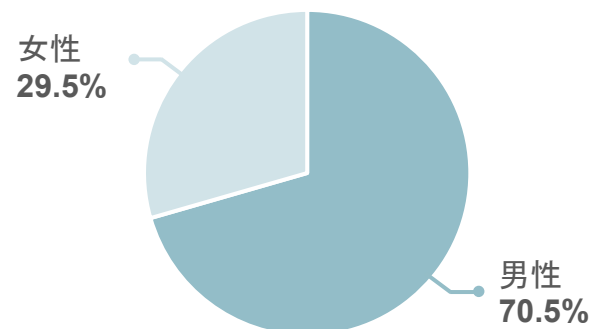
家族：既婚、子持ち
(未就学児、小学生)

目的意識の高い投資傾向
(教育、投資、クルマ、IT機器など)

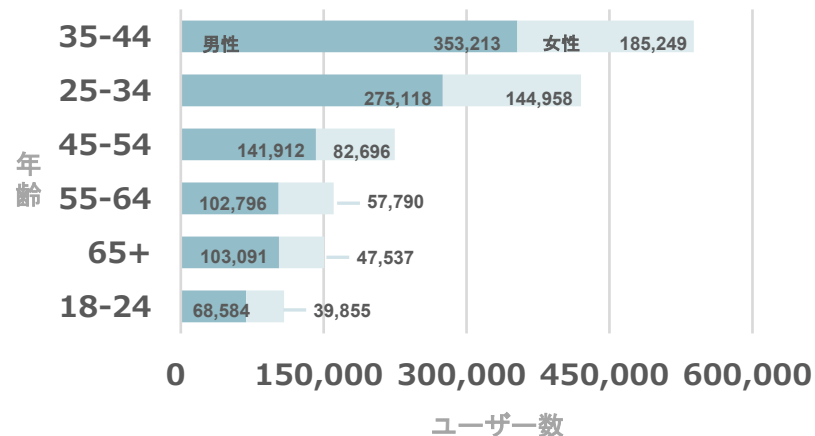
価格が高くても品質のよいものを選ぶ

管理職・経営者など

性別別ページビュー数



年齢・性別別ユーザー数



読者の居住地域

県	市区町村	ユーザー数
大阪府	大阪市	297,601
神奈川県	横浜市	195,599
東京都	千代田区	172,294
東京都	新宿区	152,866
東京都	港区	127,219
愛知県	名古屋市	86,850
北海道	札幌市	56,042
福岡	福岡市	43,865
東京都	渋谷区	33,715
東京都	世田谷区	32,437
京都府	京都市	30,738
埼玉県	さいたま市	29,522
兵庫県	神戸市	28,046
神奈川県	川崎市	19,520
千葉県	千葉市	18,064
宮城県	仙台市	17,065
広島県	広島市	15,469
東京都	大田区	14,284
東京都	江東区	11,285
東京都	杉並区	10,868

読者の居住地域は、東京、大阪、神奈川などが多く、東京の中でも千代田区や新宿区・港区など都心部に居住する人が多くなっています。

ユーザー属性

Google analytics 調べ

アフィニティカテゴリ（興味関心）	ユーザー数
Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts	1,028,422
Lifestyles & Hobbies/Business Professionals	1,007,866
Media & Entertainment/Movie Lovers	981,180
Shoppers/Value Shoppers	943,225
Shoppers/Luxury Shoppers	931,215
News & Politics/Avid News Readers	905,710
Sports & Fitness/Sports Fans	904,502
Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts	891,018
Travel/Business Travelers	836,550
Media & Entertainment/Comics & Animation Fans	824,691
購買意向の強いセグメント	ユーザー数

Financial Services/Investment Services	500,955
Education/Primary & Secondary Schools (K-12)	288,263
Gifts & Occasions/Holiday Items & Decorations	233,722
Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles (New)	228,273
Computers & Peripherals/Computers/Tablets & Ultraportable Devices	218,562
Employment	208,411
Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles by Brand/Toyota	200,801
Employment/Career Consulting Services	191,705
Apparel & Accessories	177,104
Education/Foreign Language Study	165,207
Consumer Electronics/Mobile Phones	160,789

GoogleAnalyticsでのユーザー属性の分析で、「アフィニティカテゴリ」は「Business Professionals」や「Value Shopper」が多く高額商品を購入する可能性が高い人が多く存在するようです。「購買意欲の高いセグメント」では、「Investment Services」「Motor Vehicles (New)」「Foreign Language Study」など高所得の人が多いセグメントが上位にきています。

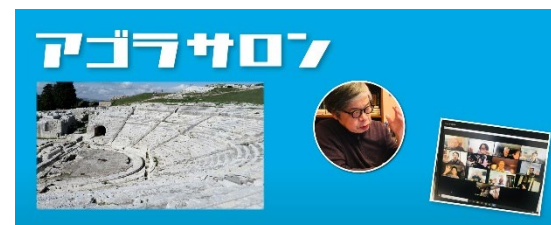
ZOOM飲みで読者参加の編集会議

アゴラサロン開講！



2020年5月にオンラインサロンサービス「CAMPFIREコミュニティ」の中に「アゴラサロン」をローンチしました。読者の皆さまと編集部、執筆陣が非公開のFacebookグループページで交流。毎月第3火曜日の夜には「**ZOOM飲み&オープンイノベーション編集会議**」と銘打ち、編集部と会員の親睦会を兼ねて、アゴラの企画を議論しています。開講1か月で約100人が登録（一部無料会員含む）。すでに会員の方からアゴラに寄稿してヒット記事も生まれており、新しい論客を

輩出するメディアサロンとして機能しています。将来的には、企業イベントとのコラボレーションも視野に入れています。



アゴラ AGORA
言論プラットフォーム

広告紹介

アゴラならではの「切り口」と「訴求力」で 商品やサービスを訴求

実施費用

30万円

掲載期間

1カ月

想定PV

15,000PV

レポート

掲載終了後5営業日を目途に、PV、UU、
リンクのClick数、読者属性などを報告します



※タイアップ記事広告詳細

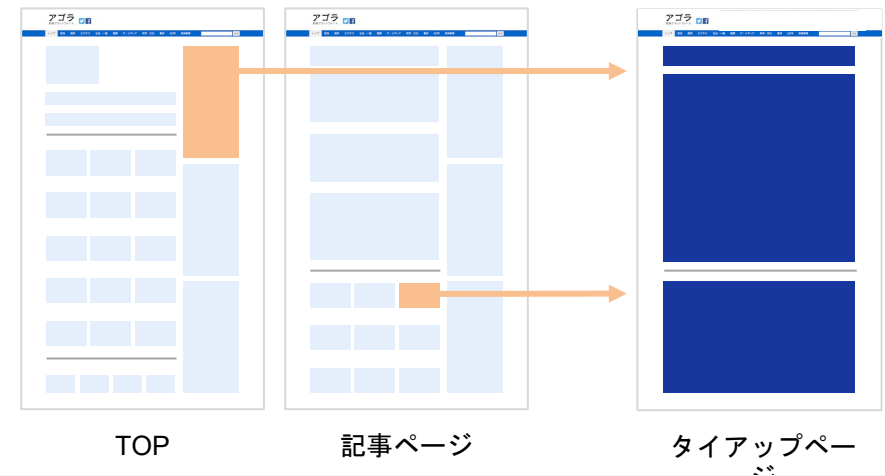
TOP及び記事ページの主要バナー枠などからタイアップ記事へ誘導します。

通常の記事と同じスタイルのデザインでアゴラ読者に自然なかたちでリーチできます。文字数は3,000文字程度を想定しています。

申込みから掲載開始まで 1カ月程度を想定。

誘導枠は1カ月で消えますが、コンテンツはアーカイブとして残すこともできます。

誘導例



業界トレンドや社会情勢の分析を盛り込みたい時には、 連載形式がおすすめ

実施費用

70万円～

※3本以上～
※追加記事1本ごとに+15万円

掲載期間

最終回掲載から1カ月

想定PV

1記事あたり12,000PV

レポート

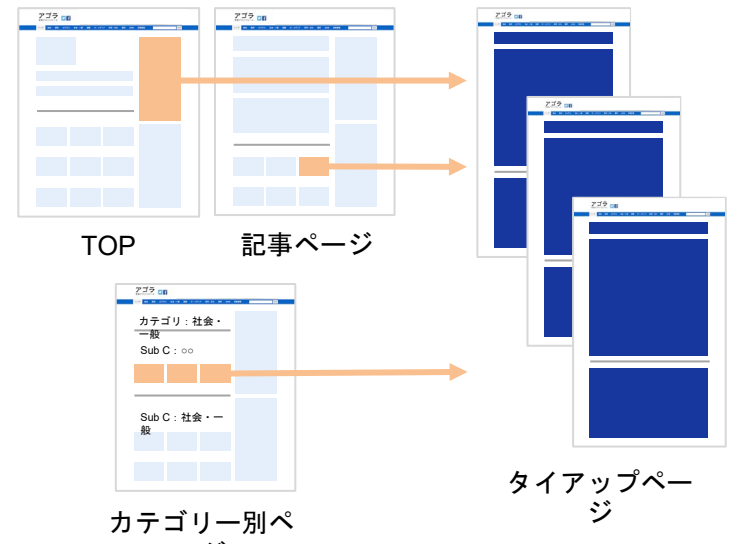
第1回目掲載開始後から毎週PV、UU、リンクのClick数を報告します。
掲載終了後5営業日ほどで、読者属性などを含めた詳細なレポートを提出いたします。

※連載型タイアップ記事広告詳細

TOP及び記事ページの主要バナー枠などと共に、訴求内容にマッチしたカテゴリの中に掲載期間中専用のサブカテゴリを設置し、タイアップ記事へ誘導します。

通常の記事と同じスタイルのデザインでアゴラ読者に自然なかたちでリーチできます。1記事あたりの文字数は2,000文字程度を想定しています。申込みから掲載開始まで1.5カ月程度を想定。誘導枠は最期の回掲載後1カ月で消えますが、コンテンツはアーカイブとして残すこともできます。

誘導例



リッチデザイン・カテゴリースポンサード（連載型タイアップ記事広告）

アゴラのスタイルにとらわれず、 画像や図表をリッチに盛り込んだ専用ページを作成

実施費用

100万円～

※HTML1P+記事コンテンツ3本の価格
※記事3本以上～
※追加記事1本ごとに+20万円

掲載期間

最終回掲載から1カ月

想定PV

1記事あたり12,000PV

レポート

第1回目掲載開始後から毎週PV、UU、リンクのClick数を報告します。
掲載終了後5営業日ほどで、読者属性などを含めた詳細なレポートを提出いたします。

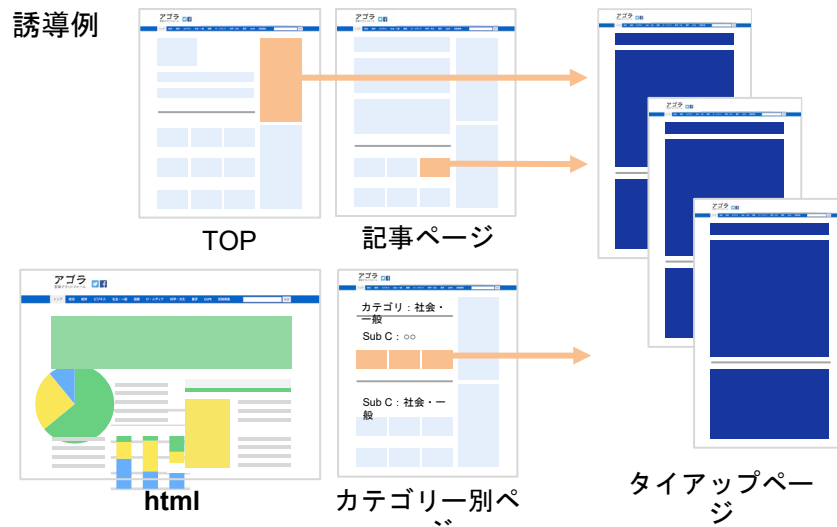
※連載型タイアップ記事広告詳細

TOP及び記事ページの主要バナー枠などと共に、訴求内容にマッチしたカテゴリの中に掲載期間中専用のサブカテゴリを設置。
またそれぞれのタイアップコンテンツに誘導するリッチデザインのHTMLページを1ページ作成して、タイアップ記事へ誘導します。

文字数は2,000文字程度を想定しています。申込みから掲載開始まで1.5カ月程度を想定。誘導枠は最期の回掲載後1カ月で消えますが、コンテンツはアーカイブとして残すこともできます。



誘導例



1 タグ挿入

1本+5万円～

- ・ リターゲティングタグなどを、掲載期間中タイアップ記事内に設置できます。

※タグの種類によっては、お断りさせていただくこともありますので、必ずタイアップ記事のご発注前にお問い合わせください

2 アンケート挿入

1本+20万円～

- ・ タイアップ記事内にgoogleフォームの利用をしたアンケートを設置します。
- ・ アンケート結果は掲載レポートと一緒に納品いたします。

※個人を特定できる設問など、個人情報保護の観点から実施できないと判断した場合はお断りさせていただきますので、必ずタイアップ記事のご発注前にお問い合わせください

3 アゴラ執筆陣 識者からの コメント取り

1本+30万円～

- ・ アゴラ執筆陣のタイアップ記事の内容について知見のある識者からコメント取りをおこないます。
- ・ 識者は編集部より提案させていただきますが、お客様に特にご希望がある場合には当該識者にコンタクトを取らせていただきます。

※本オプションメニューについては、識者の都合によりご希望に添えない場合があります。そのため、成果報酬とさせていただきます。ご発注前に編集部にご相談ください。

2週間

1ヵ月

ヒアリング

STEP1

営業担当者が貴社の訴求したいポイントなどをお聞きいたします。また、必要に応じて、過去に似たような事例もあればご紹介いたします。

オリエンテーション

STEP2

制作担当中心に、取材でお聞きする内容やスケジュール、記事構成、タイアップの切り口などの詳細についてお打ち合わせさせていただきます。

取材・撮影

STEP3

ライターとカメラマンを弊社で手配し、取材を行います。取材内容はオリエンテーションでの打ち合わせ内容を踏まえて進めさせていただきます。取材時間は1時間～1時間半ほどです。

編集・制作

STEP4

取材させていただいた内容を記事にさせていただきます。またその際、数回ご担当者様に原稿を確認させていただきます。

公開

STEP5

■広告掲載ポリシー（以下の広告は掲載いたしかねます）

- 1 法律、政令、条例、コンプライアンスに抵触するおそれがあるもの
- 2 名誉毀損、プライバシーの侵害、信用毀損、不当な業務妨害となる恐れのある広告
- 3 宗教信仰による布教活動を目的としたもの
- 4 虚偽、誇大な表現であるもの
- 5 社会的秩序を乱す表現のあるもの
- 6 投機、射幸心を著しくあおる表現のあるもの
- 7 商標、著作権の無い写真などを無断で使用したもの
- 8 法律で禁止されている行為を連想させる広告表現

- * その他、アゴラ研究所の広告掲載基準に準じるものとします。
- * 広告内容について問題が生じた場合、広告主の責任において対処して頂きます。
- * 規定以外のページのバナー広告に関しては、別料金設定とします。。

■広告掲載開始、削除について

- ・【掲載開始】申込み掲載日0：00から
- ・【掲載削除】申込み最終日23：59まで

■広告入稿について

- ・ 広告原稿の入稿日および変更は、広告掲載開始 5 営業日前の午後 6 時まで
（タイアップメニューは 3 営業日前まで）
- ・ 入稿形態は、メールまたは、CD-ROMなどの光ディスク。

■原稿制作について

- ・ 純広告のコンテンツ制作は広告主作成を原則とし、貼付・管理作業はアゴラ研究所が行います
（作成を希望される方は、別途相談）
- ・ タイアップメニューのコンテンツ制作は広告主と協業しながらアゴラ研究所で行います。

■広告原稿の変更について

- ・掲載期間中、広告原稿の変更、もしくはリンク先の変更を1ヶ月2回以上行う場合、2回目より1回につき5000円の更新料を頂きます。
- ・タイアップメニューのコンテンツ原稿の変更については、通常の編集記事作成過程で生じるレベルの修正を想定し、掲載から3日以内は無料とします。但し大幅な差し替えについては上記に準じます。

■広告料金について

- ・長期契約の場合は、料金（6ヶ月以上5%、1年以上10%）を割引いたします。
- * テキスト広告は対象外。
- ・1ヶ月未満の短期掲載の場合は、掲載日数×〔（掲載料金÷30日）×1.2〕です。
- ・広告主の都合により契約期間中に掲載を中止した場合でも、掲載料は返金できませんのでご了承ください。
- * 広告料金はアクセス数、その他事情により適宜改正させていただきます。

■広告料金の支払いについて

- ・広告掲載料は前納とし、当社指定の口座に振り込んでいただきます。

■その他

- ・契約延長の場合は、契約満期2週間前までに契約延長希望の申し出をしてください。
申し出の無い場合は契約終了日で契約を終了したものとします。
- ・メンテナンスのため、一時休止する時間帯が発生することがあります。
- ・臨時料金、人事募集、法定の政策広告および選挙広告、その他、特に臨時とみなしたのものに関しては規定料金の20%増しとします。

以上

広告のお申込み、ご相談は以下のメールアドレスまでお願いいたします

✉ メール宛先 : info@agorajp.com

メール規定

■メールのタイトル・件名

件名は【掲載可否・空枠確認】or【申し込み】or【入稿】の後に掲載期間/プラン名/クライアント名 をご記入ください。

■メールの本文例

代理店名	〇〇〇株式会社広告主
広告主	株式会社△△
広告主URL	https://〇〇〇〇 <企業審査用>
プラン	タイアップ記事広告
掲載期間	2021年10月1日～10月31日
申込金額	1,500,000
広告内容	新サービスの紹介
リンク先	https://〇〇〇〇 <リンク審査用>
URL	．．．
請求月	．．．
備考	