

DIAMOND
Quarterly

[ダイヤモンド クォーターリー]

東証一部上場企業の経営者・役員、約20,000名を
含む50,000名のエグゼクティブに直送するマネジメント誌

2022年 **秋** 号

<10月上旬発行予定>

〈常設企画〉

ステークホルダー資本主義時代における
パーパス経営の核心



《本号の特集》

デジタル時代の不確実性マネジメント
—DXによる経営のモデルチェンジ—

■企画タイトル

ステークホルダー資本主義時代における パーパス経営の核心

(仮題)

■企画主旨

2021年11月29日の日経新聞の1面でパーパスが取り上げられたことが象徴するように、今、企業には会社の存在意義、つまりパーパスが問われています。

日本におけるパーパス研究の第一人者である名和高司・一橋大大学院客員教授によれば、大きくは「顧客市場」「人財市場」「金融市場」の3つの括りがあり、それぞれ、倫理的な（エシカル）消費の台頭、Z世代を中心に報酬だけでなく「働きがい」を求める考え方の広がり、投資家サイドの圧力といったことが背景にあると述べています。

つまり、名和教授の言葉は、パーパスを持たない企業は、顧客から見放され、優秀な人材は集まらず、投資家からの支持も得られなくなる、というリスクがあるということに他ならず、企業経営者はうわべだけのキャッチフレーズではなく、本質的なパーパス経営とはどのようなものなのかを学び、実践していく必要があるでしょう。

そこで、本企画では、有識者との対談や知見を持つプロフェッショナルからの寄稿などにより、パーパス経営の核心に迫り、パーパス作りや従業員とのエンゲージメントに課題を抱えている企業に対して実践のための気づきやヒントを提供します。

掲載形式：有識者との対談、寄稿

対象企業：パーパスブランディング支援会社、コンサルティングファーム、団体など

協賛メニュー①：編集タイアップ（編集コラボレーション）

■編集コラボレーション（4ページ～）

スポンサー企業様と編集部がコラボレーションして制作する**4ページ**から**実施可能な編集タイアップ**。
その分野の**プロフェッショナル**として、**有識者との対談**を通じて、スポンサー企業のもつ**知見**を読者に伝えます。

<掲載イメージ>

●編集コラボレーション4ページの場合

<https://www.diamond.co.jp/go/dquarterly/18/>



<掲載料金>

ページ数	料金
4ページ	4,000,000円
6ページ	5,500,000円
8ページ	7,000,000円

※対談者へのギャランティ費用込み。
ただし、人選により、別途ギャランティが発生する場合がございます。

クレジット
(企画・制作 | ダイヤモンド クォーターリー編集部)

●インタビュープロフィール

※記事の性質上、スポンサー様の直接的な宣伝要素は入れることはできません。

一橋大学ビジネススクール

客員教授 名和 高司氏



東京大学法学部卒、ハーバード・ビジネススクールにてMBA取得（ベーカーズカラー授与）。三菱商事を経て、2010年までマッキンゼーのディレクターとして、約20年間、コンサルティングに従事。日本、アジア、アメリカなどを舞台に、多様な業界において、次世代成長戦略、全社構造改革などのプロジェクトに幅広く携わる。ファーストリテイリング、味の素、SOMPOホールディングスなどの社外取締役、アクセンチュア、インターブランドなどのシニアアドバイザーを兼任。近著に『企業変革の教科書』（東洋経済新報社）、『稻盛と永守』（日本経済新聞出版）がある。

大阪大学総長補佐／社会ソリューションイニシアティブ長／経済学研究科

教授 堂目 卓生氏



慶應義塾大学経済学部卒業後、京都大学大学院博士課程修了（経済学博士）。立命館大学助教授、大阪大学助教授を経て、2001年、大阪大学教授。専門は経済学史、経済思想。Political Economy of Public Finance in Britain 1767-1873（Routledge 2004）で日経・経済図書文化賞、『アダム・スミス——「道徳感情論」と「国富論」の世界』（中央公論新社、2008年）でサントリー学芸賞を受賞。2019年、紫綬褒章。

※対談いただく有識者は、ご相談の上決定させていただきます。
※記事の性質上、スポンサー様の直接的な宣伝要素は入れることはできません。

■DQオンラインへの転載

雑誌に掲載したコンテンツ（タイアップ記事）を
オンライン転載し、リーチを拡大します。

《展開イメージ》

●DQオンライントップ



<https://diamond.jp/list/quarterly>

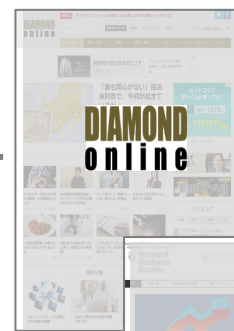
●タイアップページ



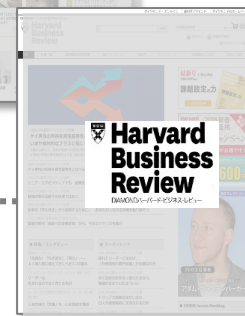
<転載料金>

ページ数	料金	保証PV
4ページ	1,400,000円	6,000PV
6ページ	2,100,000円	10,000PV
8ページ	2,800,000円	14,000PV

※雑誌料金への追加料金です。
 ※誘導期間は1カ月です誘導方法は弊社に一任となります。
 ※オンラインのみでの展開も可能です。仕様/料金等は
 ご相談ください。
 ※料金はすべて税別です。



●DOL、DHBR.net



※掲載内容は誌面と同様です。
 ※誘導はDQオンライントップ
 およびダイヤモンド・オンライン、
 DHBR.netなどから行います。
 ※ご要望により、オンライン単独での
 掲載も承ります。

■純広告料金

表紙周りの**特別なスペース**。中面も掲載可能です。

<掲載料金>

ページ数	料金	サイズ (天地×左右)
①表2	1,000,000円	280×210mm※
②表3	900,000円	280×210mm
③表4	1,300,000円	260×190mm
見開2ページ	1,800,000円	280×420mm
1ページ	900,000円	280×210mm

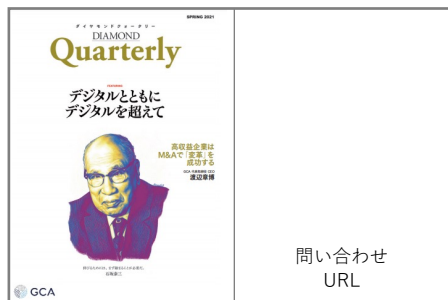
※原稿はスポンサー企業様にてご用意ください。
 ※表2は見開きも可能ですので、ご希望の場合はお問い合わせ下さい。
 ※料金は税別です。

表紙



③表4

■抜き刷り



表紙

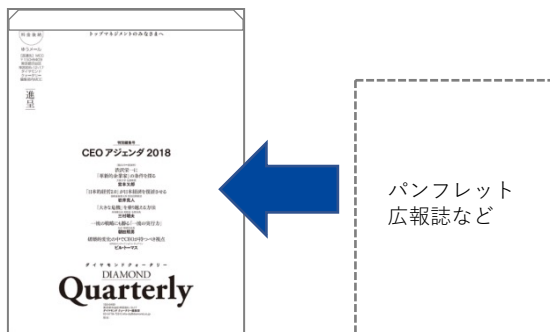
裏表紙

部数／ページ数	6ページ	8ページ
1,000部	334,000円	349,000円
2,000部	355,000円	373,000円
3,000部	376,000円	397,000円

- 表紙は弊社が定める抜き刷り専用のデザイン・フォーマットとなります。
- 裏表紙には、ロゴ、住所、URLなどの簡単な企業情報を入れていただくか、純広告を入れることが可能です。

※上記以外の部数、ページ数の料金はお問い合わせください。

■同梱サービス(3社限定)



- 1号あたり**3社限定**で、経営者**20,000名**へ本誌を送付する際に、企業様からご提供いただくパンフレット、広報誌、セミナーチラシなどを同梱するサービス。

※その他、ダイヤモンド社からのお知らせが入る場合がございます。

- 利用料金：**1,500,000円**
- 利用条件：**本誌に100万円以上のご出稿主様限定**
- 同梱規定：3社限定、重量50g以内、厚さ5mm以内
- 印刷物は広告主様にてご用意ください。

■誌面PDF



- 利用料金：1ページあたり **100,000円**
 - 利用期間：ご利用開始日から1年間
 - 使用範囲：自社ホームページ、イントラネットでの掲載に限ります。
- ※他社メディアでの掲載はご遠慮ください。

料金はすべて税別です。

東証一部上場企業の役員20,000名を含む50,000名のビジネスエグゼクティブに直送するマネジメント誌

■メディアコンセプト

「21世紀にふさわしい日本的経営の再発見。」がDQのメディアコンセプト。

日本の産業界は戦後以降、積極的に欧米企業に学び、その長所や特長を「選択的」に取り込みながら製品、事業、人材、経営そのものを進化させ、ついには「日本的経営」という世界に類を見ない独自のマネジメント・システムを確立しましたが、バブル経済崩壊後は自信喪失から日本的経営を否定し、経営のグローバルスタンダード化という名の下に欧米の経営理論や手法を安易に導入した結果、日本企業の強みが急速に失われてしまいました。

そもそも、国の歴史、風土、文化、社会規範、地政学的要因等が異なる以上、経営のグローバルスタンダードなど存在しえません。その象徴的存在としてよく紹介される米GE、P&G、蘭フィリップス、独シーメンスなどは、実のところ創業者の理念や価値観、発祥の地の歴史や文化を今なお大切にしており、それが彼らの強さの源泉となっています。

DQは、冒頭の「21世紀にふさわしい日本的経営の再発見。」を掲げ、それを実現するための議論や実践知を共有する「知的プラットフォーム」を目指します。

ダイヤモンドクォーターリー編集長 岩崎卓也

■媒体概要

- 創刊 : 2016年10月
- 発行 : 年4~5回発行 (非売品)
- 判型 : A4変型版
- ページ数 : 60~100ページ
- 対象者 : 東証一部上場企業役員を含むビジネスエグゼクティブ
- 配布部数 : 約50,000部
※雑誌版20,000名+デジタル版30,000通



■特集タイトル（仮題）

デジタル時代の不確実性マネジメント
—DXによる経営のモデルチェンジ—

■企画概要・趣旨

デジタルによって国境を超えて人と人、企業と企業、そしてモノとモノがつながる現代。小さな変化が増幅しながら世界を駆け巡り、物理的な距離に関係なくインパクトを及ぼし、不確実性を高めています。こうした環境において、企業が不確実性をコントロールしながら事業の円滑な運営や成長を図るには、データやデジタルをフル活用して現状を可視化し、変化をシミュレーションしながら、迅速かつ柔軟な意思決定を行う必要があります。本特集では、デジタルによって不確実性を制御し、経営のモデルチェンジをおこなうためのマネジメントについて考察します。

●特集インタビュー候補

[CxO候補]

- ・日本郵政グループCDO、JPデジタル CEO
飯田 恭久氏
- ・東京海上ホールディングス 常務執行役員グループCDO
生田目 雅史氏
- ・リコー コーポレート上席執行役員、CDIO
田中 豊人氏

●巻頭インタビュー候補

経営者インタビュー

- ・バンダイナムコホールディングス 代表取締役社長 川口勝氏

アカデミズムインタビュー

- ・未定

[有識者候補]

- ・東京大学大学院工学研究科 准教授
田中 謙司氏

東京大学大学院工学研究科修士課程修了。マッキンゼーアンドカンパニー、日本産業パートナーズを経て、東京大学大学院工学研究科助教、東京大学総括プロジェクト機構特任准教授、2019年2月より現職。東大発AI企業、JDSC社外取締役。専門は、大規模データを活用した社会システムおよびビジネスサービス設計

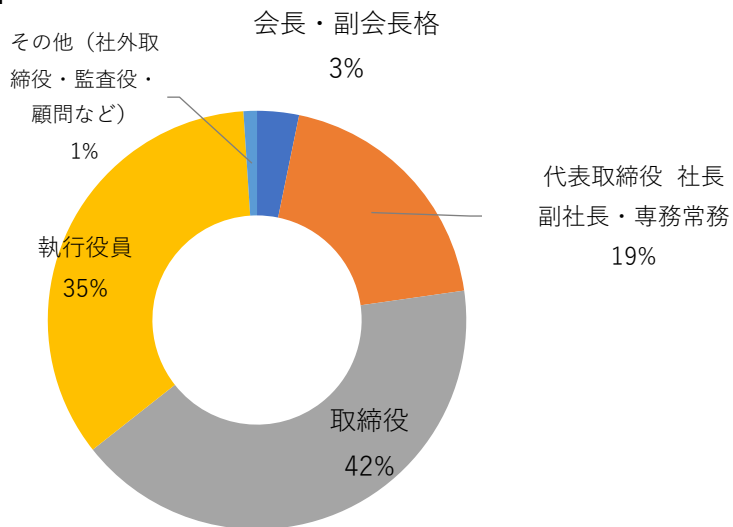
※企画内容、インタビュー候補は予告なく変更になる場合がございます。ご了承ください。

本誌読者属性（役職／業種／売上／従業員規模／所在地）

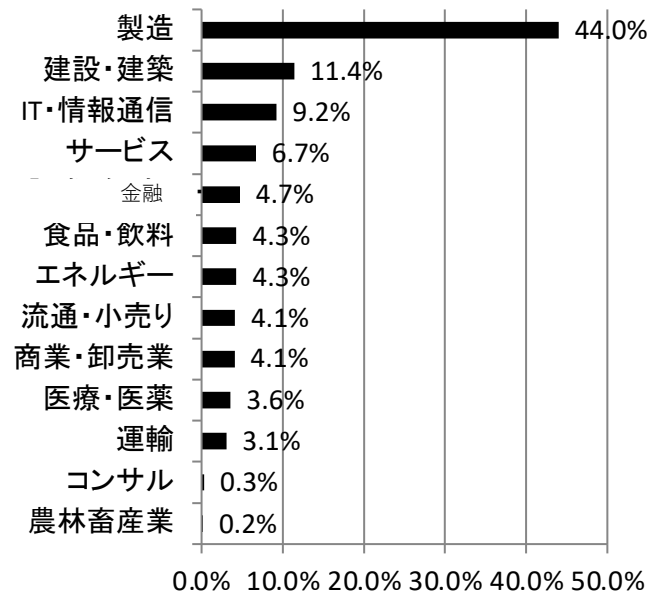
■本誌配布先

※2019年10月秋号のダイレクトメール配布リストより作成
（特集内容により送付先が変更となる場合がございます）

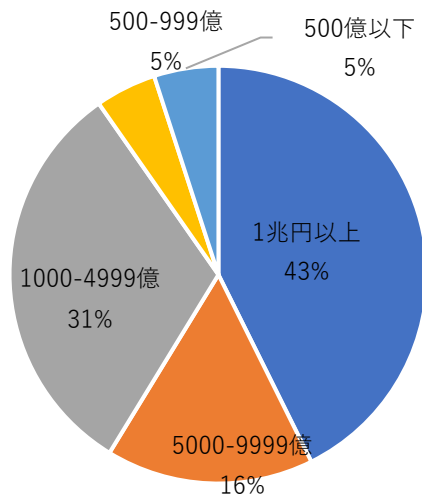
【役職】



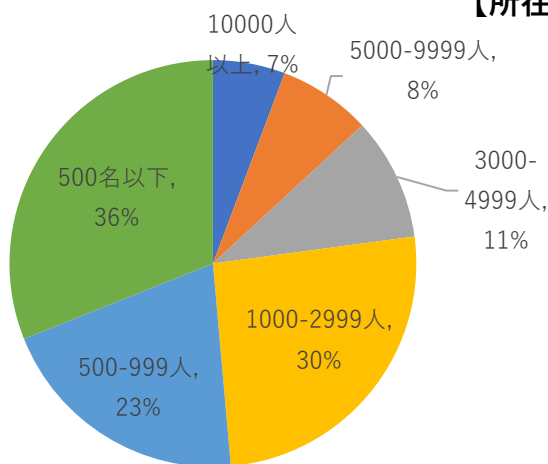
【業種】



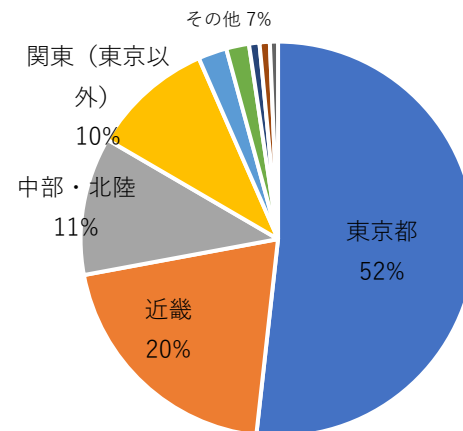
【売上】



【従業員規模】



【所在地】

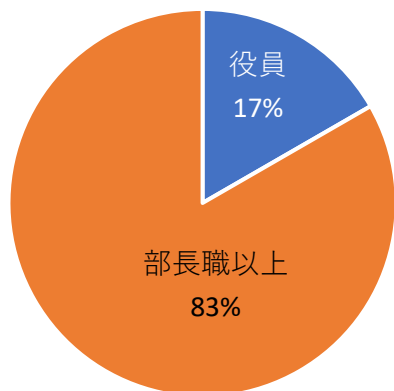


■ デジタル（PDF）版 配布先

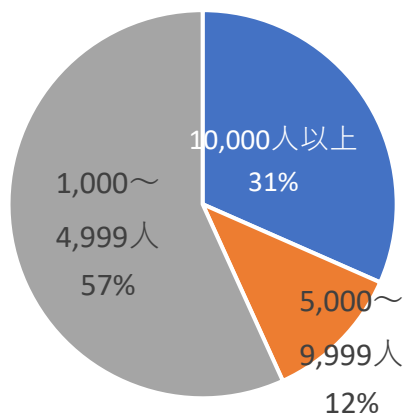
DOL、DHBR.netに登録するメルマガ会員のうち、**企業規模1,000名以上の経営者・役員、部長クラス30,000名**に配信。

※配信時期により通数は変動します。

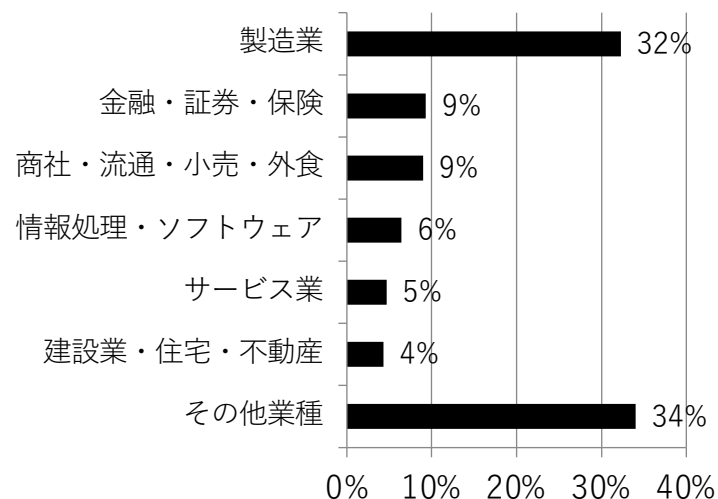
【役職】



【従業員規模】



【業種】



■ 経営者

これまでにご登場いただいた経営者 ※前身の媒体を含みます。役職は取材当時。敬称略

朝田照男 (丸紅 取締役会長)
 有馬浩二 (デンソー 代表取締役社長)
 伊庭 保 (元・ソニー CFO)
 牛尾治朗 (ウシオ電機 代表取締役会長)
 奥 正之 (元・三井住友フィナンシャルグループ 相談役)
 尾高和浩 (本田技研工業 執行役員)
 垣内威彦 (三菱商事 代表取締役社長)
 金川千尋 (信越化学工業 代表取締役会長)
 久夛良木 健 (元・ソニー・コンピュータエンタテインメント 会長)
 古森重隆 (富士フイルムホールディングス 代表取締役会長 CEO)
 作田久男 (元・オムロン会長 | 元・ルネサスエレクトロニクス会長兼CEO)
 柵山正樹 (前・三菱電機 代表執行役執行役社長)
 佐藤基嗣 (パナソニック 代表取締役 副社長執行役員)
 澤田道隆 (花王 代表取締役社長執行役員)
 志賀俊之 (日産自動車 取締役 | 産業革新投資機構 代表取締役会長)
 鈴木 純 (帝人 代表取締役社長執行役員CEO)
 谷崎勝教 (三井住友銀行フィナンシャルグループ 取締役執行役専務/グループCIO)
 谷本秀夫 (京セラ 代表取締役社長)
 玉川 憲 (ソラコム 代表取締役社長)
 津賀一宏 (パナソニック 代表取締役社長)
 津谷正明 (ブリヂストン 取締役 代表執行役CEO兼取締役会長)
 中田卓也 (ヤマハ 代表執行役社長)
 中畑英信 (日立製作所 代表執行役 執行役専務)
 中山泰男 (セコム 代表取締役会長)
 檜崎浩一 (SOMPOホールディングス グループCDO/常務執行役員)
 東 和浩 (りそなホールディングス 取締役兼代表執行役社長)
 東原敏昭 (日立製作所 取締役代表執行役社長 兼最高経営責任者)
 藤野道格 (ホンダ エアクラフト カンパニー CEO)
 峰岸真澄 (リクルートホールディングス 代表取締役社長兼CEO)
 三村明夫 (元・新日鐵住金 相談役名誉会長 | 日本商工会議所 会頭)
 宮永俊一 (前・三菱重工業 取締役社長 CEO)
 吉永泰之 (前・SUBARU 代表取締役社長)

オムロン
代表取締役社長
山田 義仁 氏



サントリー
代表取締役社長
新浪 剛史 氏



堀場製作所
代表取締役会長 兼
CEO 堀場 厚 氏



住友電業
会長
松本 正 氏



■アカデミア

これまでに登場いただいたアカデミア

※前身の媒体を含みます。役職は取材当時・敬称略

- 伊丹敬之 (国際大学 総長 | 一橋大学 名誉教授)
- 伊藤友則 (一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 教授)
- 岩井克人 (国際基督教大学 特別招聘教授)
- 江川雅子 (一橋大学大学院 商学研究科 教授)
- 老川慶喜 (跡見学園女子大学 マネジメント学部 教授 | 立教大学 名誉教授)
- 大湾秀雄 (早稲田大学 政治経済学術院 教授)
- 蒲島郁夫 (熊本県知事 | 東京大学名誉教授)
- 川上浩司 (京都大学 情報工学特定教授)
- 川本裕子 (早稲田大学ビジネススクール 教授)
- 喜連川優 (国立情報学研究所 所長 | 東京大学 生産技術研究所 教授)
- 橘川武郎 (東京理科大学 イノベーション研究科 研究科長 | 東京大学/一橋大学 名誉教授)
- 榊原清則 (中央大学ビジネススクール 教授 | 慶應義塾大学 名誉教授)
- 高野陽太郎 (東京大学 名誉教授)
- 堂目卓生 (大阪大学大学院 経済学研究科 教授)
- 武田晴男 (東京大学名誉教授)
- 名和高司 (一橋大学ビジネススクール 客員教授)
- 沼上 幹 (一橋大学 副学長)
- 延岡健太郎 (大阪大学 経済学部 教授)
- 平野雅章 (早稲田大学ビジネススクール 教授)
- 本田由紀 (東京大学大学院 教育学研究科 教授)
- 三品和広 (神戸大学 経営学研究科 教授)
- 室井照平 (会津若松市 市長)
- 森川博之 (東京大学大学院 工学系研究科 教授)
- 森本博行 (首都大学東京 名誉教授)
- 宮本又郎 (大阪大学 名誉教授)
- 安田隆二 (一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 特任教授)
- 山田英夫 (早稲田大学ビジネススクール 教授)
- 横山禎徳 (広島大学マネジメントスクール学長 | 元・東京大学EMPディレクター)
- 米倉誠一郎 (法政大学 イノベーション・マネジメント研究科 教授 | 一橋大学 名誉教授)
- 和田一夫 (東京大学 名誉教授)
- アンドレイ・ハジウ (元ハーバード・ビジネス・スクール 准教授)
- ゲイリー・ハメル (ロンドン・ビジネス・スクール 客員教授)

一橋大学 名誉教授
野中郁次郎

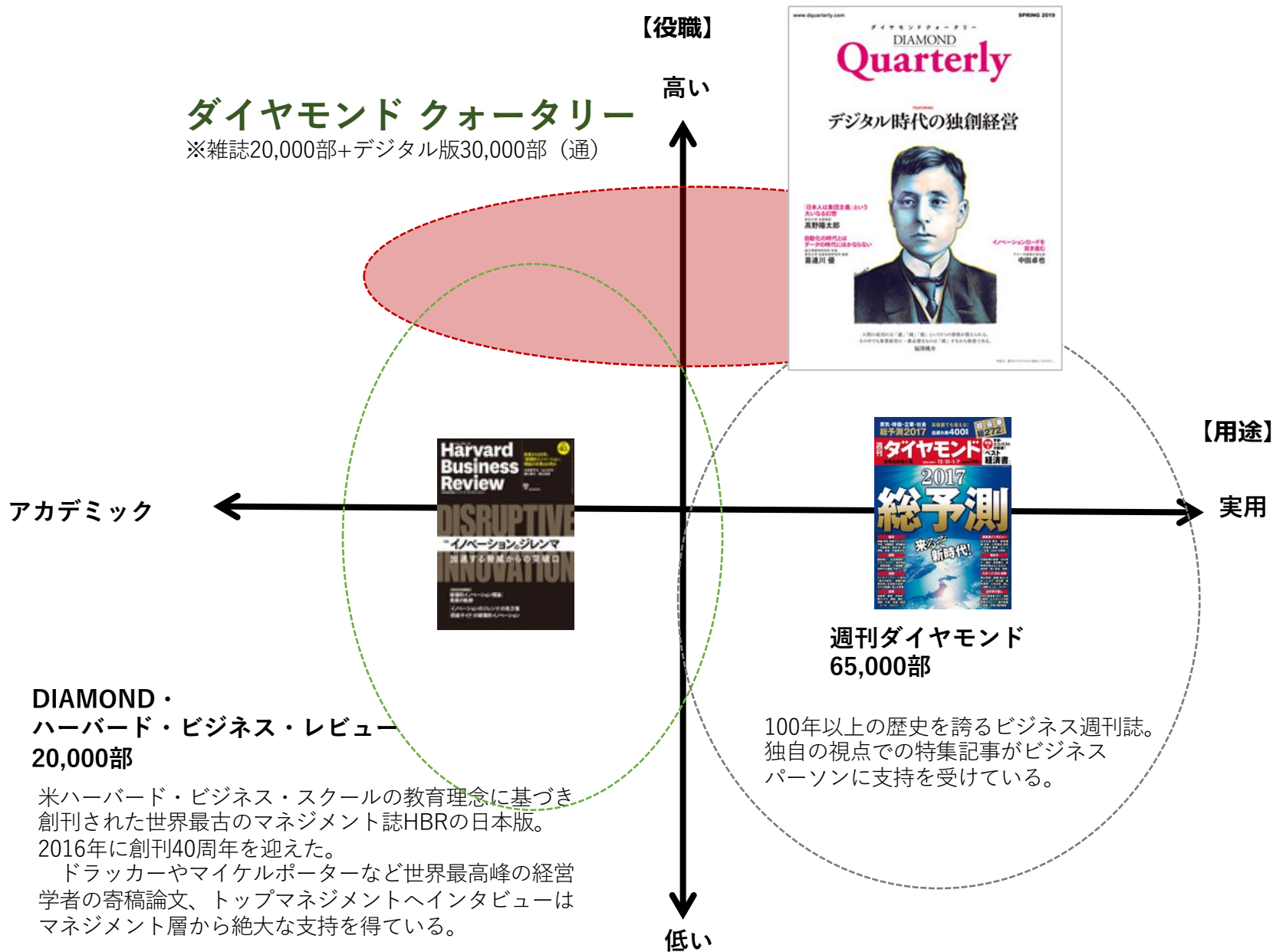


神戸大学 名誉教授
加護野忠男



東京大学 大学院
経済学研究科教授
藤本隆宏





ダイヤモンド クォーターリー 2022年秋号

■発行日

本誌（東証一部上場企業の経営者20,000名への送付）	2022年 10月上旬
オンライン転載（有料オプション）	2022年 10月下旬
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2022年 10 月下旬

■締切

編集コラボ・広告タイアップ申込	2022年6月10日（金）
取材締切	2022年7月15日（金）
同梱納品締切	2022年 9月22 日（木） 【納品先】 株式会社 JCC 第一物流センター 担当：綿名様 〒816-0921 福岡県大野城市仲畑2-5-16 TEL：092-588-5064／Mail： watana@e-jcc.jp
純広告（表2、表4、表3）、申込締切	2022年9月9日（金） ※決定優先となるため空き枠はお問い合わせください。

■お問い合わせ

株式会社ダイヤモンド社 ビジネスメディア局
ソリューション営業部 担当：鈴木博之／鶴巻／川地／寺田

info-dq@diamond.co.jp

〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17

広告：TEL 03-5778-7220 編集：TEL 03-5778-7731