

トップインタビュー

Prime Time
プライムタイム

〔トップインタビュー PRIME TIME (プライムタイム) とは〕

全てのビジネスは国境を越えたボーダーレスな競争に突入しています。従来の常識は崩壊し、新しいルールの下で行われる競争の世界で、企業はどこへ向かっていくのか。
その答えを本企画の中で企業トップに語っていただきます。
貴社のビジョン、企業戦略などについて読者にストレートに語りかけることで、貴社に対する理解と信頼度はより深まります。この機会を捉え、ステークホルダーに広く訴求したい「経営者としての思い」を存分にお話してください。

つきましては、本企画書をご覧の上、
広告出稿をご検討くださいますようお願い申し上げます。

週刊ダイヤモンド

「週刊ダイヤモンド」は、1913（大正2）年の創刊以来100年以上にわたり、日本の産業、企業そして企業人と共に歩んでまいりました。その間、常にビジネスの現場にいる経営者、部課長などの管理職の方々を主たる読者層として、新鮮な切り口で情報を提供し続けてきました。この方針は編集記事のみならずタイアップ広告においても一貫して守られております。読者にとっては広告もまた大事なビジネス情報と捉えられているからです。

企 画
要 項

企画構成

取材・執筆／本誌ライターが取材し、記事スタイルでまとめます。
撮影／写真は、原則としてカメラマンが撮影します。事前のご相談にも応じます。

掲載料金

見開き2ページ
2,500,000円（税別・制作費込み／通常価格254万円＋制作費50万円＝304万円）
※増ページ 1ページ単位でプラスすることもできます。料金はお問い合わせください。

お申し込み締め切り 発売日の60日前

取材撮影締め切り 発売日の40日前

オプション（別料金）

抜き刷りとダイヤモンド・オンラインへの転載につきましては、下記からそれぞれご確認ください。

- ① 抜き刷り
<https://adinfo.diamond.jp/dw/menu-1/>
- ② ダイヤモンド・オンライン転載
https://adinfo.diamond.jp/wp-content/uploads/dol_tensai.pdf

その他のオプションに関しましてはお問い合わせください。

お問い合わせ先

ダイヤモンド社 ビジネスメディア局
本 社 〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17
TEL.03-5778-7220 FAX.03-5464-0783

トッピンインタビュー

Prime Time

- 経営トップが自らビジョンを語る
- ステークホルダーへの明確なメッセージ

誌面構成イメージ

- 一問一答形式のトップインタビュー企画です。
- テーマは、トップマネジメント自らの経営戦略、自社製品に懸ける思いや目標、サービス優位性など、そのときの貴社における一番訴求したい“旬”なものを取り上げて、語っていただけます。
(例) 企業理念、経営ビジョン、新組織、新規事業、新会社設立、新製品、新技術、新サービス、研究開発、国内・海外戦略、グループ経営、環境活動、CSR、株式上場などIR情報全般
- 本企画は、通常料金よりお得な広告料金を設定しています。
- ビジネス誌として幅広い読者を持つ本誌に「記事」が掲載される企業として、本誌の良質な読者に広く貴社名が認知されます。

- 6 本文** 14W×146行程度
小見出し(2本程度)を含みます

7 インタビューカット以外の要素

トップの方のインタビューショット
以外に、ビジュアルの素材を1～
2点掲載します。内容は、貴社の
業務内容を象徴するような商品の
写真、あるいはサービスのフロー
を表す図版などとなります

8 会社プロフィール

会社名、設立年月、所在地、連絡
先、HPのURL等

9 クレジット

制作／ダイヤモンド広告企画
チーム
PR表記は入りません

Top Interview

点が技術者たちの弱い部分な
点という。学生の多くは修士ナ
ベルの技術者より「分析能力
は高い。だが、課題の設定がで
きない。教官が問題を提示し
ないことに戸惑っている」これ
は教官たちにとってもカルチャ
ーショックであつたという。
そして、学生たちのMOTマイ
ンドがかなり育てていくのか。か
り方法論の一つとして、第一線の
実務家たちとの交流が盛んに行
なわれている「ほとんどの教官
が現場からの講師を招いている」

と島田助教が、科学技術庁出身の島田氏自身の講義では、6名のゲストを官界から招いた。「イノベーション・マネージメント」「生産管理システム」の講義を担当する本教授は、時には製造現場へも出向く。その上は現象の背景にある理論を解説する「現場・理論の落差」を、大事にする。その間は受講生自身に埋めてもらう。

多くが現役の企業人である学生たちも生・豊田グループを持っているが、経営者がMOTの

点が技術者たちの弱い部分なので、という。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、問題の設定ができない」。教官、問題を提示しないことに「感づいている」。これは教官たちにとってもカルチャーショックである。

今後、企業はどのような成長のシナリオを描けばいいのかヒントを頂きますか。

太夫 マーケットから見た課題を設定することの重要性。この命題へのアプローチとして、早

Company Profile
ダイヤモンドエンタテインメント
設立年/1914年4月
〒150-8409
東京都渋谷区神宮前6-12-17
ダイヤモンド・インターナショナルビル
TEL: 03-5778-7220
<http://www.diamond.co.jp/>

2 制作／ダイヤモンド広告企画チーム

1

A portrait of a middle-aged man with grey hair and a goatee, wearing glasses, a dark pinstripe suit, a white shirt, and a red and blue plaid tie. He is standing with his arms crossed against a plain white background.

社員全員の意見に
耳を傾けること

——社員の意識改革のために伝えようとしてきたこととはなんですか？

大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この点が技術者たちの弱い部分なのだという。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、課題の設定ができない」と戸惑っている。これは教官たちにとってもカルチャーショックであったという。

5

顧客の**求めるもの**
だけを提供し続け、
100年後にも
選ばれる会社を目指す

創立100周年を迎えたダイヤモンドエンタテインメントに新社長が誕生した。これまでの100年を踏まえ、これからの100年をどうマネジメントしていくのか、その意気込みとビジョンについて、大矢門人社長に聞いた。

太矢門人 ダイヤモンドエンタテインメント

ダイヤモンドエンタティンメント代表取締役社長。1988年、ダイヤモンドエンタティンメントに入社。新事業開発室で次々とヒット作を輩出し、2010年副社長に抜擢。2014年4月から現職。著書に「有言実行―ヒットは生まれるべくして生まれる」(ダイヤモンド社)などがある。

は製造現場にも向く。その上で現象の現場にある理論を解説する。「現象・理論の」落差を、大事にする。その間は受講生自身に埋めてもらう」

多くが現役の企業人である学生たちもその豊富なケースを持つているが、それぞれの問題を経験することには抵抗も多い。「経営者がMOTの意味と意義をわかっているなければ始まらない。まず、MOTを日本に定着させなければ」（山本教授）。ケースを提供した企業には利益を還元する。そうした文化を育て

顧客最適主義
変化を経営する会社

— そのようなミッションをどういった形で顧客企業に伝えていくでしょう。

大矢 マーケットから見た課題を特定することの重要性、早大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この

3

プライム
PrimeTime タイム
経営者は語る

本誌に掲載された、この教員を
をお聞かせください。

大矢 ママネットから見た課題
を設定するの重要性、この
命題へのアプローチとして、早
大MOTスクールでは、自ら問
題を発見し解決する能力の育
成を重視している。実は、この
点が技術者としての弱い部分
だという。学生の多くは修正レ
ベルの技術者であり「分析能力
は高い。だが、課題の設定がで
きない。教員が問題を提示する
ことに戸惑っている」これは

「イノベーター・マネージメント」「生産管理システム」の講義を担当する山本教授は、時に

週刊ダイヤモンドは1913年の創刊以来およそ100年にわたり、日本の産業、企業そして企業家とともに歩んできた。その間、常にビジネスの現場にいる経営者、部課長などの管理職の方を主たる読者層として、新鮮な切り口で情報提供し続けてきた。

1

1 貴社トップの人物写真
原則としてバストアップのインタビュー中の写真を、プロフィール(100W前後)と共に掲載します

2 企画タイトルとロゴ

3 企業名

4 メインタイトル

MAX10W×4行以内

5 リード
100W程度

8

9

7