

DIAMOND Quarterly

[ダイヤモンド クォーターリー]

東証プライム市場に上場する企業の経営者・役員、約21,000名を
含む56,000名のエグゼクティブに直送するマネジメント誌

2023年 **冬** 号
〈12月下旬発行予定〉

〈1号1社限定・特別対談企画〉

持続的な企業価値向上を実現する 人的資本経営の核心 (仮)



 **ダイヤモンド社**



■企画タイトル

持続的な企業価値向上を実現する

人的資本経営の核心 (仮題)

■企画主旨

第四次産業革命などによる産業構造の急激な変化、少子高齢化や人生100年時代の到来、個人のキャリア観の変化など、企業を取り巻く環境は大きな変化を迎えています。こうした中、企業が事業環境の変化に対応しながら、持続的に企業価値を高めていくためには、事業ポートフォリオの変化を見据えた人材ポートフォリオの構築やイノベーション、付加価値を生み出す人材の確保・育成、組織の構築など、経営戦略と連動した人材戦略をどう実践するかが重要視されています。

2018年に世界初の人的資本に関する情報開示ガイドラインとして、ISO（国際標準化機構）がISO30414を公開し、2020年には、SEC（米国証券取引委員会）が人的資本に関する情報開示をルール化しています。国内でも、2021年6月に施行された改訂版コーポレートガバナンスコードにおいて、人的資本に関する開示・提示と取締役会による実効的な監督を求められるようになりました。こうした背景から、投資家や消費者などのステークホルダーに企業評価に関する意識変容が起こりはじめ、いま、企業は人材戦略に関する経営陣・取締役の役割や投資家との対話のあり方、関係者の行動変容を促す方策が求められているのです。

一方、投資家からの要望や開示義務化の背景から、適切な取り組みを行っている企業としての評価が目的と化し、人材戦略を表層的に進めているケースも散見されます。本来、人的資本経営とは人材を「資本」として捉え、その価値を最大限に引き出すことで、中長期的な企業価値向上につなげる経営のあり方であり、人材の能力や経験に投資しない企業は、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りません。企業経営者はうわべだけのキャッチフレーズではなく、本質的な人的資本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、持続的な企業価値の向上を実現するための人的資本経営の考え方や実行する際のポイント、ステークホルダーとの対話をどのように行っていくかなど、実践のための気づきやヒントを提供いたします。

掲載形式：有識者との対談、寄稿

対象企業：人材・組織戦略系コンサルティングファーム、人事・HR関連ソリューションベンダー
研修・ラーニングシステムソリューション、ESG、非財務情報開示関連サービス等。

■ 媒体概要

ダイヤモンド社が保有する法人データベース250,000件の中から、東証プライム市場に上場する企業＋売上高400億円以上の非上場企業のCクラスを含む経営者および取締役・執行役員約21,000人を抽出し、個人名宛で直送する唯一無二のマネジメント誌です。

ダイヤモンド クォーターリーは、2013年にダイヤモンド社100周年記念事業として生まれ、3年後の2016年10月に現在の誌名、発行形態で創刊いたしました。

以降、日本を代表する経営者、アカデミズムなどのへのインタビューをはじめ、コンサルティングファームやITスペシャリストへの取材記事など、本質的で実践的なコンテンツを多数掲載しており、読者である経営マネジメント層から高い支持をいただいています。

また、近年は誌面とともにデジタル版の配信、オンラインでの展開、イベント開催などにも力を入れており、今後さらに読者とのリレーションや接点を強化していく予定です。

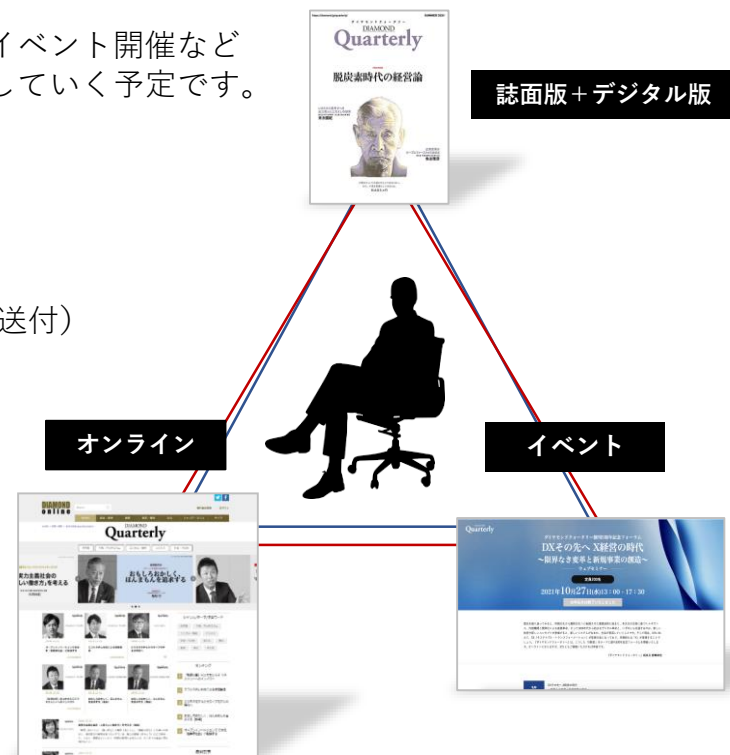
■ 媒体概要（詳細）

発行日：3月、7月、10月、12月発行（年4回・季刊）

発行形態：コントロールドサーキュレーション（選ばれた読者のみに送付）

販売価格：無料 ※電子版は880円（税込）で販売

発行部数：約56,000部（雑誌21,000部＋デジタル版35,000部）



■特集テーマ

ものづくりイノベーション — 製造業大国復権へのシナリオ — (仮題)

●企画概要・趣旨

国際情勢の不安定化に伴うサプライチェーン寸断リスクの高まりや原材料・エネルギー価格の高騰、構造的な人手不足など我が国製造業は厳しい経営環境に直面しています。また、2022年のデジタル競争力ランキング（スイスIMD）における総合順位で、日本は過去最低の29位となるなど、デジタル化における巻き返しも急務となっています。

そうした中、ドイツでは自動車産業全体でサプライチェーンに関するデータ共有を進めるプラットフォーム「Catena-X」が始動し、それを産業横断かつ欧州全域に広げる「Manufacturing-X」の構想も進められています。

個社単位では今でも高度なオペレーションや熟練技能に強みを持つ我が国製造業ですが、製造業大国として世界のトップに立つには、企業の枠を超えたデータ連携や共創などデジタル時代に適応したバリューチェーン改革やビジネスモデルの革新を実現する必要があります。

本特集では、製造業としてDXやGXに果敢にチャレンジしている企業のCxOや技術経営に詳しい有識者への取材を通じて、製造業大国復権へのシナリオを明らかにしていきます。

●特集インタビュー候補

【企業経営者候補】

ミスミグループ本社 常務執行役員 ID企業体社長 吉田光伸氏
AGC 代表取締役兼専務執行役員CTO/技術本部長 倉田英之氏
旭化成 取締役 兼 専務執行役員 デジタル共創本部長 久世和資氏

【有識者候補】

東京大学大学院工学系研究科 技術経営戦略学専攻教授 未来ビジョン研究センター 副センター長 坂田一郎氏
東京大学 大学院工学系研究科 教授 産学協創推進本部 副本部長 各務茂夫氏



特集タイトル

■ 連合広告企画とは

企画テーマを定めた **マルチスポンサー型の広告企画** です。編集コラボ、広告タイアップともにご出稿可能です。
また、**企画テーマにあわせて冒頭に総論記事**の掲載がございます（※）。

● 連合広告企画（掲載イメージ）



※ご参画企業が1社の場合は総論はつかず、単独での掲載となります。

■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>

●掲載イメージ

<https://www.diamond.co.jp/go/dquarterly/30/?pNo=56>



<掲載料金>

| ページ数 | 料金 |
|------|------------|
| 4ページ | 3,800,000円 |
| 6ページ | 5,400,000円 |
| 8ページ | 6,800,000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。

● 対談者プロフィール
● 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)

※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。

■広告タイアップ（2ページ～）

スポンサー企業の **企業広告、製品・サービス**の特長や優位性、導入メリットなどを訴求いただける **記事体広告**です。

<掲載イメージ>

●広告タイアップ2ページの場合

<https://www.diamond.co.jp/go/dquarterly/29/?pNo=58>

企業ロゴ



問い合わせ先

クレジット

(制作：ダイヤモンド社ブランドコンテンツチーム)

<掲載料金>

| ページ数 | 料金 |
|------|------------|
| 2ページ | 2,000,000円 |
| 4ページ | 4,000,000円 |
| 6ページ | 6,000,000円 |

※取材・制作費を含みます。
※料金は税抜です。

■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



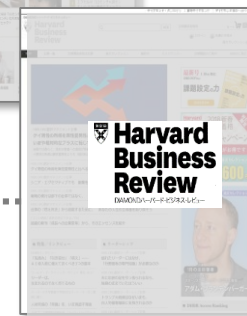
<転載料金>

| ページ数 | 料金 | 保証PV |
|------|------------|----------|
| 2ページ | 700,000円 | 2,500PV |
| 4ページ | 1,000,000円 | 5,000PV |
| 6ページ | 1,800,000円 | 10,000PV |
| 8ページ | 2,500,000円 | 20,000PV |

※雑誌料金への追加料金です。
 ※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オンライン



※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オンラインなどから行います。
 ※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。

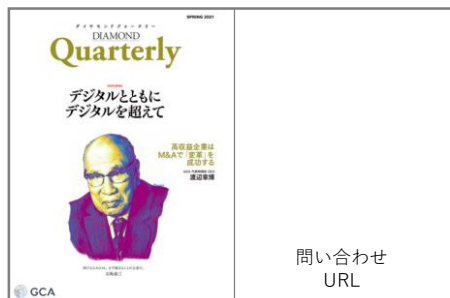
※料金は税別です。

表紙



③表4

■抜き刷り



表紙

問い合わせ URL

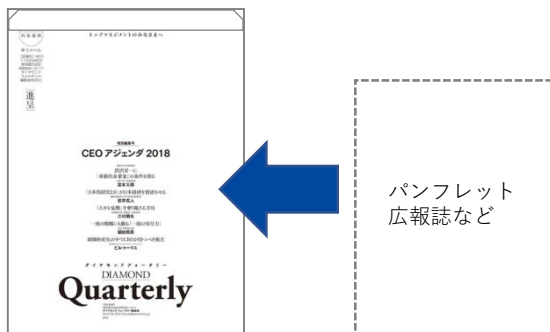
裏表紙

| 部数 | 4ページ | | 6ページ | | 8ページ | | 10ページ | |
|----------|----------|------|----------|------|----------|------|----------|------|
| | 基本料金 | 上積単価 | 基本料金 | 上積単価 | 基本料金 | 上積単価 | 基本料金 | 上積単価 |
| 1,000部 | 350,000円 | 0 | 368,000円 | 0 | 384,000円 | 0 | 416,000円 | 0 |
| 1,000部以上 | 350,000円 | 15 | 368,000円 | 23 | 384,000円 | 26 | 416,000円 | 36 |
| 5,000部 | 410,000円 | 14 | 460,000円 | 21 | 488,000円 | 23 | 560,000円 | 32 |
| 10,000部 | 480,000円 | 12 | 565,000円 | 20 | 603,000円 | 22 | 720,000円 | 30 |

- 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



- 1号あたり**4社**限定で、経営者**21,000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：4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。

DIAMOND Quarterly

[ダイヤモンド クォーターリー]

ダイヤモンド クォーターリー (DQ) 媒体コンセプト

“日本的経営の再発見”をコンセプトに、21世紀にふさわしい日本的経営のあり方や、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。

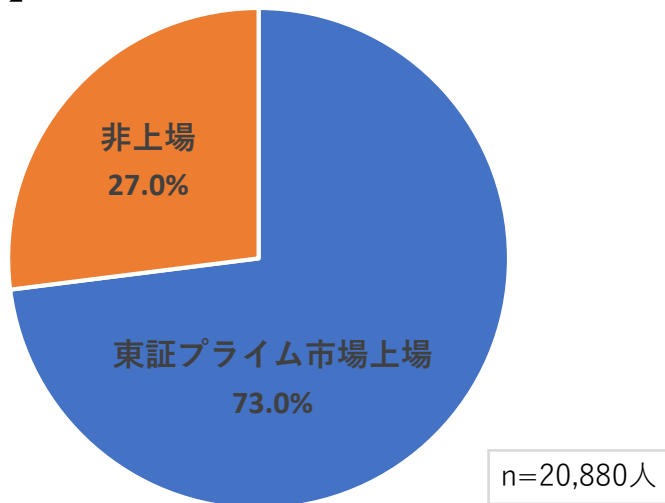
日本の産業界は戦後以降、積極的に欧米企業に学びその長所や特長を「選択的」に取り込みながら製品、事業、人材、経営そのものを進化させ、ついには「日本的経営」という世界に類を見ない独自のマネジメントシステムを確立しました。しかし、バブル経済崩壊後は自信喪失から日本的経営を否定し、経営のグローバルスタンダード化という名の下に欧米の経営理論や手法を安易に導入した結果、日本企業の強みが急速に失われてしまいました。

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GE、P&G、フィリップス、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。

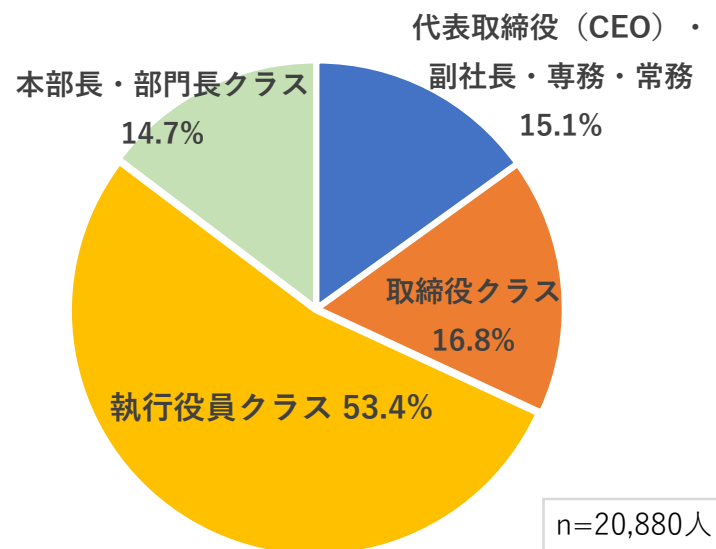
ダイヤモンド クォーターリーは、冒頭の「21世紀にふさわしい日本的経営の再発見。」を掲げ、それを実現するための議論や実践知を共有する「知的プラットフォーム」を目指します。

ダイヤモンド クォーターリー
編集長 岩崎 卓也

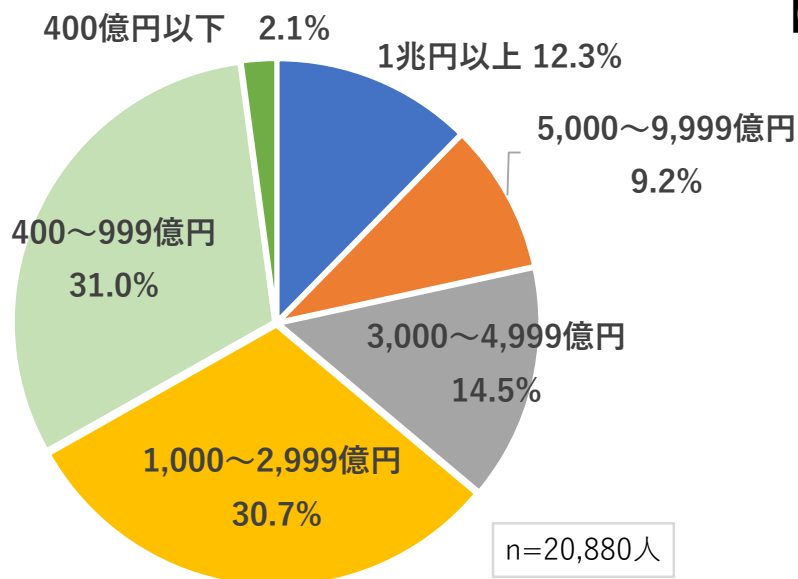
【上場区分】



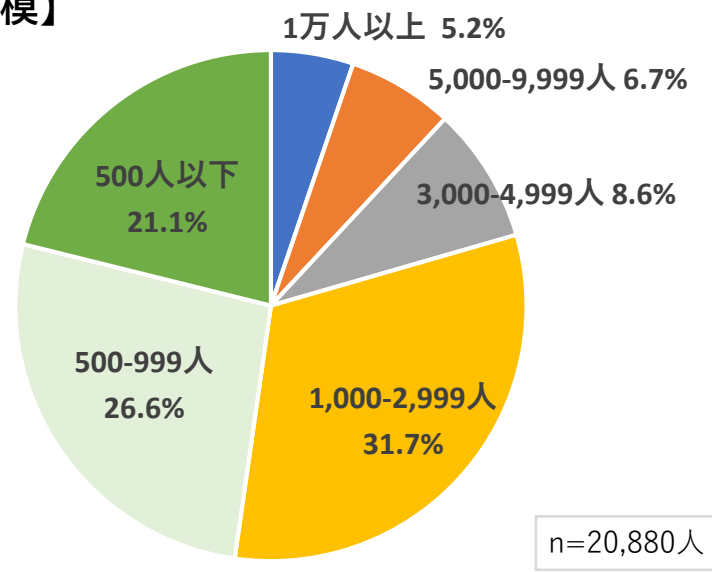
【役職】



【売上】

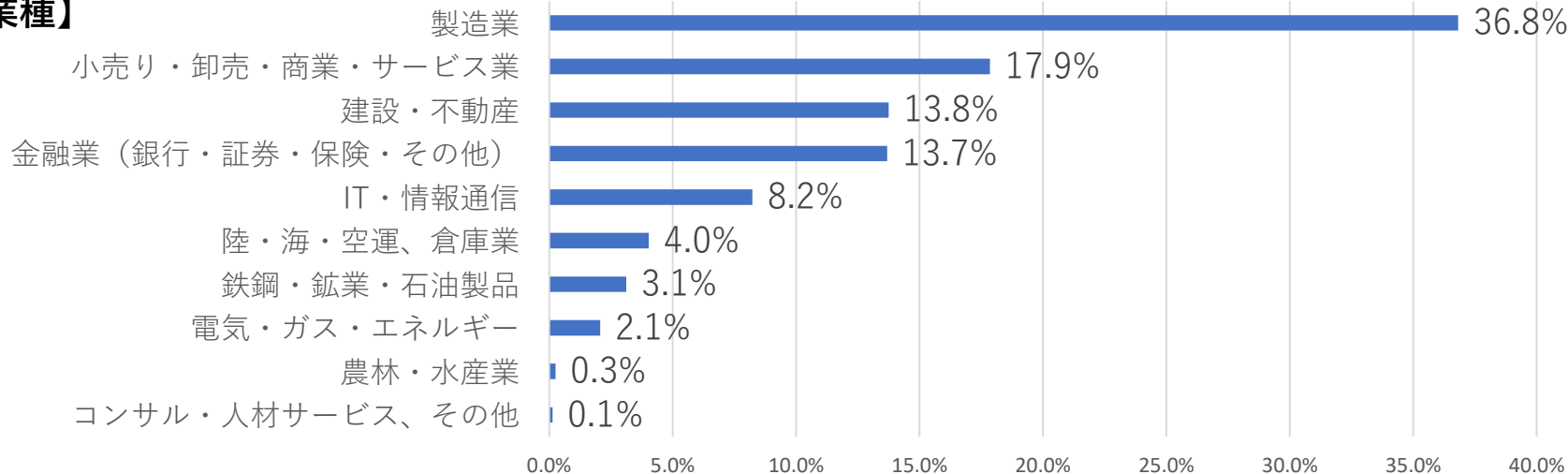


【従業員規模】



本誌読者属性② 業種

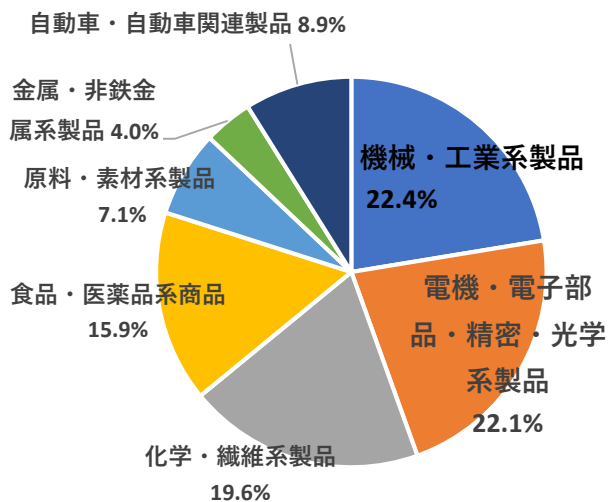
【業種】



n=20,880人

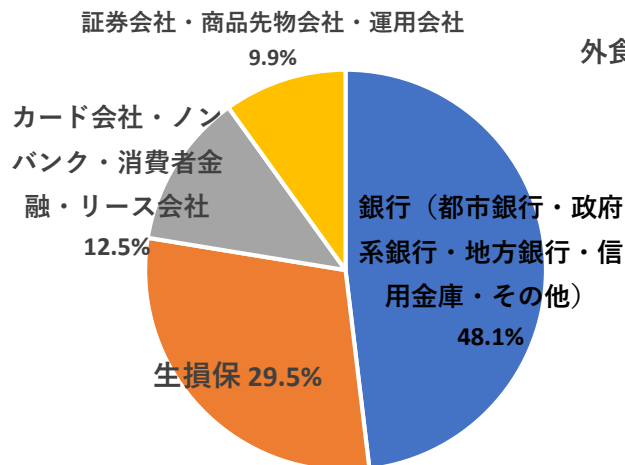
【業種内訳】

製造業内訳



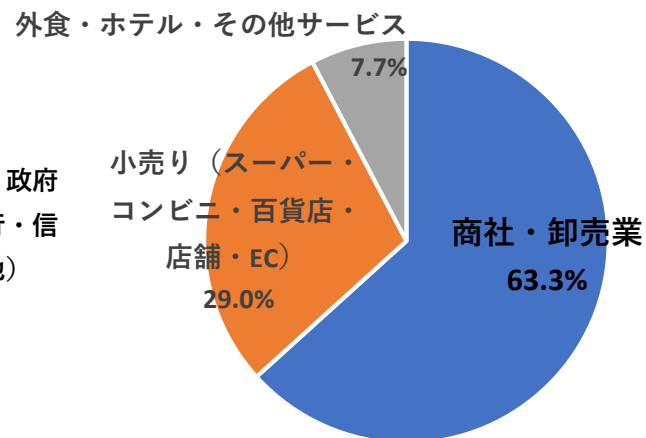
n=7,689人

金融業内訳



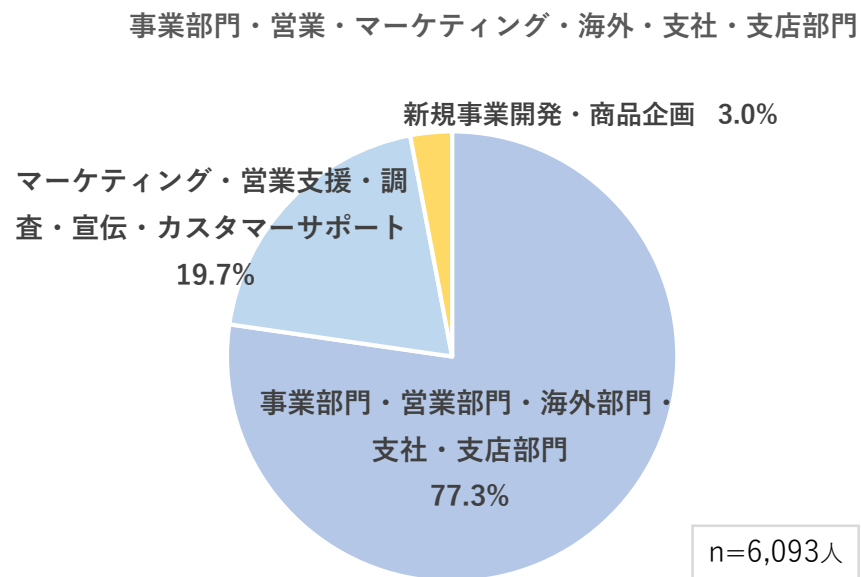
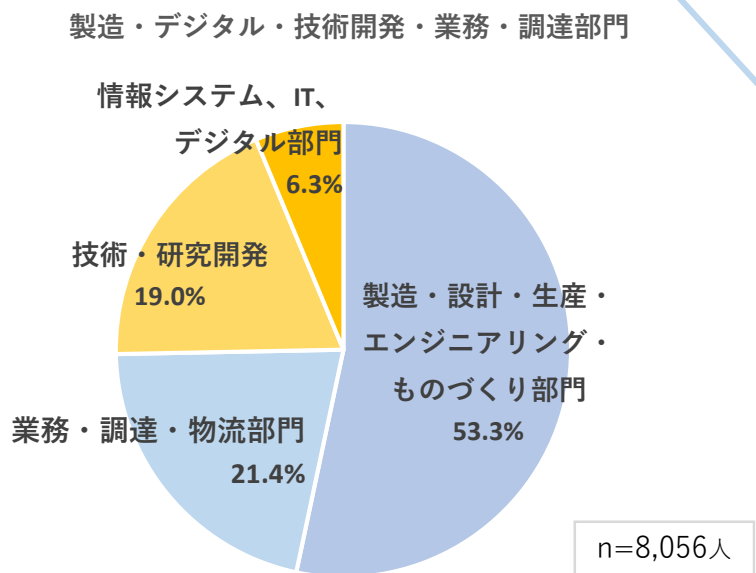
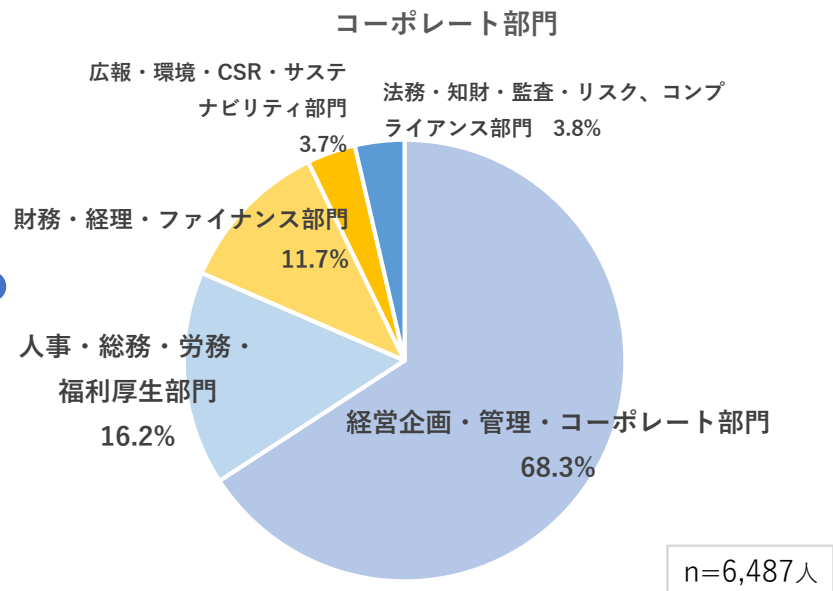
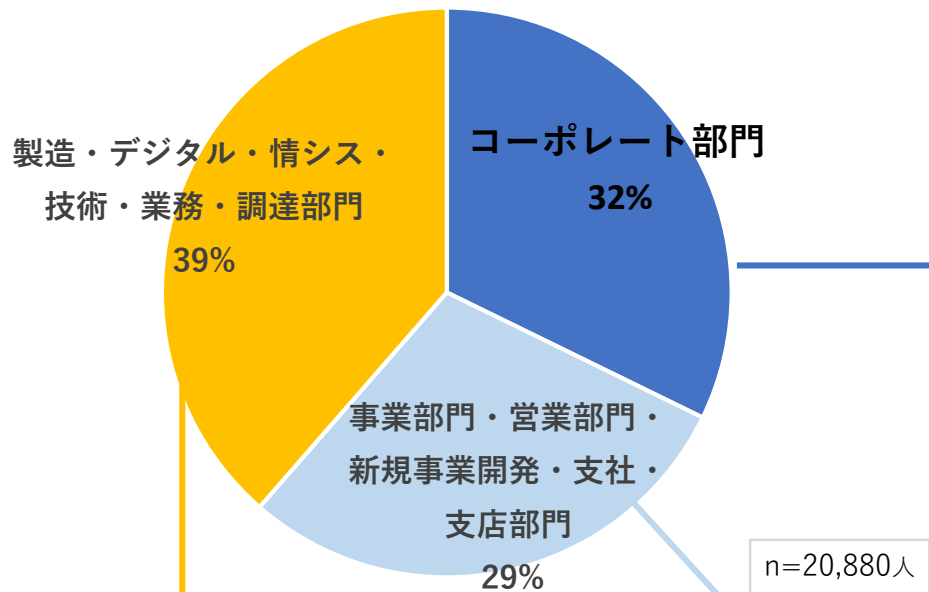
n=2,859人

小売り・流通業内訳



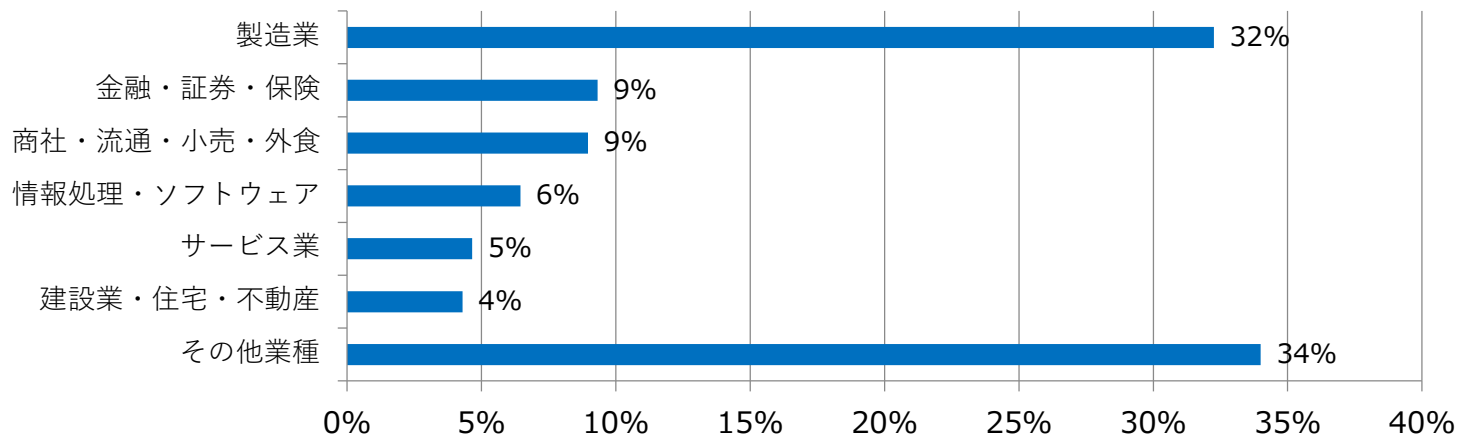
n=3,728人

本誌読者属性③ 部門



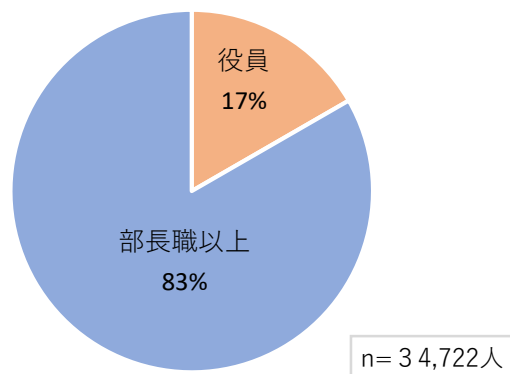
ダイヤモンド・オンライン、DHBRオンラインに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

【業種】



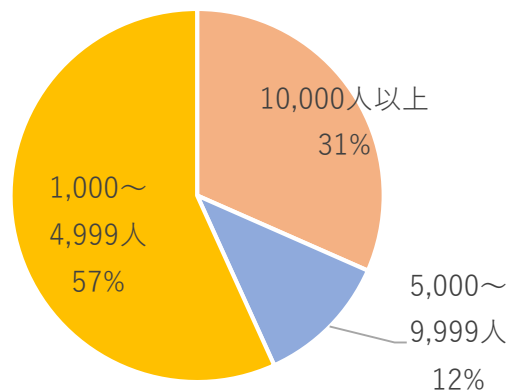
n= 34,722人

【役職】



n= 34,722人

【従業員規模】



n= 34,722人

※2022年夏号のダイレクトメール配布先となります。
 ※配信タイミングにより、通数は変動する場合があります。

有馬浩二 (デンソー 代表取締役社長)
 安藤宏基 (日清食品ホールディングス CEO)
 魚谷雅彦 (資生堂 代表取締役社長 兼 CEO)
 牛尾治朗 (ウシオ電機 代表取締役会長)
 小野田 聡 (JERA 代表取締役社長)
 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)
 柄澤康喜 (MS&ADインシュアランスグループHD 取締役会長 会長執行役員)
 北尾裕一 (クボタ 代表取締役社長)
 久夛良木 健 (ソニー・コンピュータエンタテインメント 元会長)
 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 (NTK セラミック 代表取締役会長)
 柵山正樹 (三菱電機 代表執行役 執行役社長)
 佐藤慎次郎 (テルモ 代表取締役社長CEO)
 澤田 純 (NTT 代表取締役社長)
 澤田道隆 (花王 代表取締役社長執行役員)
 鈴木 純 (帝人 代表取締役社長執行役員CEO)
 島野容三 (シマノ 代表取締役社長)
 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)
 土屋裕雅 (ベシアグループ 代表取締役会長)
 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)
 中山泰男 (セコム 代表取締役社長)
 新浪剛史 (サントリーホールディングス 代表取締役社長)
 西井孝明 (味の素 代表取締役 取締役社長 CEO)
 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 執行役社長兼CEO)
 藤野道格 (ホンダ エアクラフト カンパニー CEO)
 堀場 厚 (堀場製作所 代表取締役会長兼グループCEO)

オムロン
代表取締役社長
山田 義仁 氏



堀場製作所
代表取締役会長 兼
CEO 堀場 厚 氏



サントリー
代表取締役社長
新浪 剛史 氏



松本正義 (住友電気工業 取締役会長)
 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 (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 (三菱重工業 取締役社長 CEO)
 村田恒夫 (村田製作所 代表取締役社長兼会長)
 山田匡通 (イトーキ 代表取締役会長)
 山田義仁 (オムロン 代表取締役社長)
 吉永泰之 (SUBARU 代表取締役社長)

※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 学長 | 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)
 宇佐美英機 (滋賀大学 名誉教授)
 宇田川 勝 (法政大学 名誉教授)
 江川雅子 (一橋大学大学院 経営管理研究科 特任教授)
 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)
 加護野忠男 (甲南大学 特任教授 | 神戸大学 名誉教授)
 鹿島 茂 (フランス文学者)
 兼田麗子 (桜美林大学 ビジネスマネジメント学群 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 情報学研究科 特定教授)
 川本裕子 (早稲田大学ビジネススクール 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)
 榊原清則 (慶應義塾大学 名誉教授)
 柴崎隆一 (東京大学大学院 工学系研究科 レジリエンス工学研究センター 准教授)
 末永國紀 (同志社大学 名誉教授 | 近江商人郷土館 館長)
 高倉弘喜 (国立情報学研究所 教授)
 高野陽太郎 (東京大学 名誉教授)
 名和高司 (一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 客員教授)
 沼上 幹 (一橋大学 副学長)
 野中郁次郎 (一橋大学 名誉教授)
 延岡健太郎 (一橋大学 イノベーション研究センター センター長/教授)
 平野雅章 (早稲田大学ビジネススクール 教授)
 藤田正勝 (京都大学 名誉教授)
 藤本隆宏 (東京大学大学院 経済学研究科 教授)
 本田由紀 (東京大学大学院 教育学研究科 教授)
 松田裕之 (神戸学院大学 経営学部 教授)
 三品和広 (神戸大学 経営学研究科 教授)
 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)

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

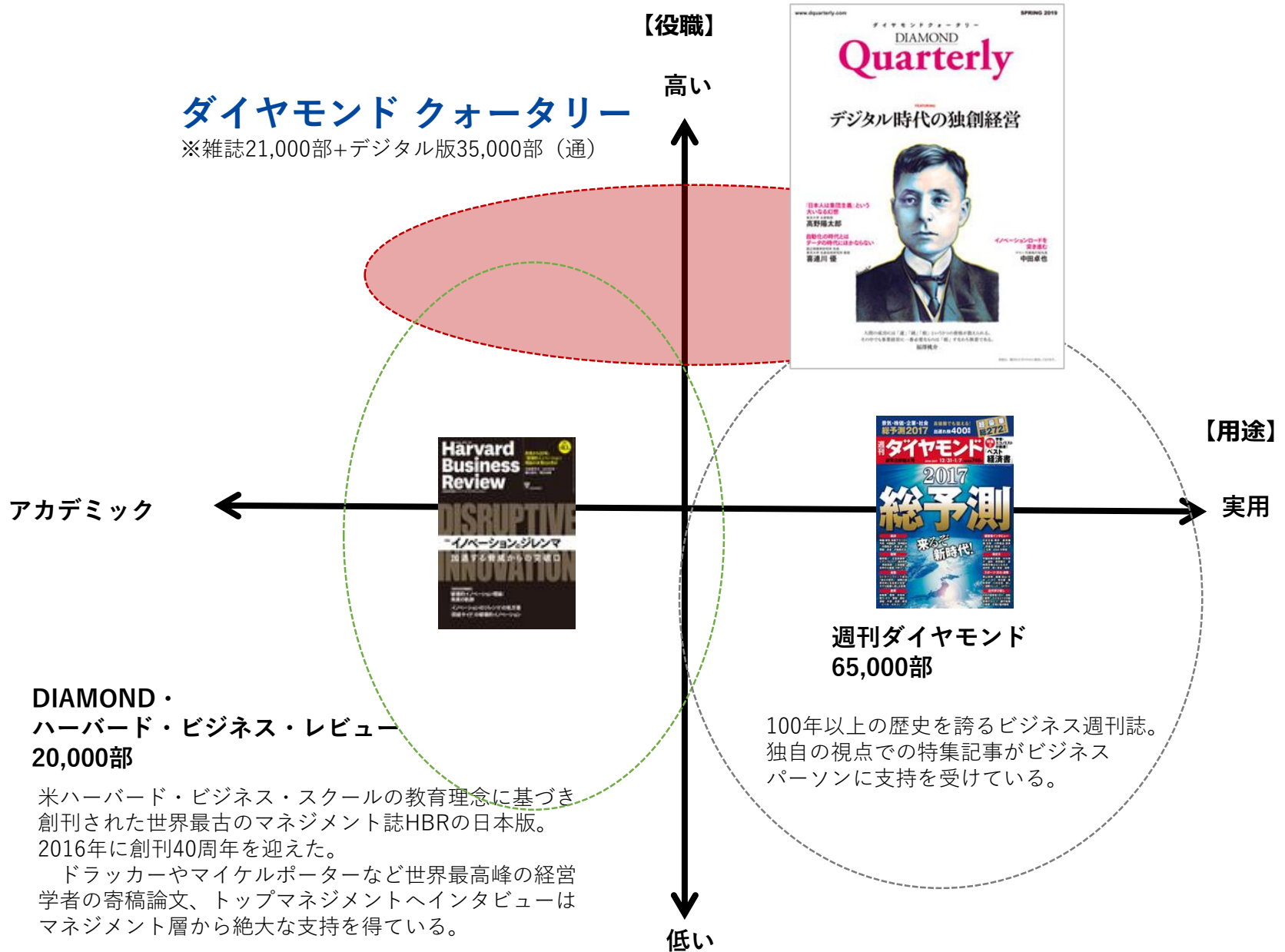


湊 長博 (京都大学 総長)
 宮本又郎 (大阪大学 名誉教授)
 安田隆二 (一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 特任教授)
 山田英夫 (早稲田大学ビジネススクール 教授)
 横山禎徳 (東京大学EMPディレクター)
 米倉誠一郎 (法政大学 イノベーション・マネジメント研究科 教授)
 和田一夫 (東京大学 名誉教授)

※前身の媒体を含みます。役職は取材当時・敬称略

- # いつも、興味深い内容です。
- # 毎回楽しみに拝読しています。
- # 西欧的経営を良しとするのではなく、今こそ“日本的経営”を見直した新しいモデルをつくり出すべきだと思うので、とても切り口がおもしろいと思います。
- # よい記事が多く楽しみにしています。
- # 本誌内容とても充実していること実感しました。
- # 有益な情報多数有難うございます。
- # 非常に有益な記事が多く、いつも拝読しています
- # 今回は特に、非常に中身が濃く、読み応えがあったと感じました。
- # 毎号、大変参考になります。
- # 掲載されたコンテンツの素材が高品質で引き込まれた。紙面作りに落ち着きがあり読み易さに配慮を感じた。
「日本の物作りの反撃」シリーズを続けていただきたい。
- # 中期的戦略を考える上でヒントが多数ある。
- # 1件の記事のボリュームが適切で、読みやすいです。登場いただく方に、フェローなどラインとは違った専門職の方もいらしても良いと思います。
- # 全編、あっという間に読んでしまいました。次号はどの様にして購入可能なのかが気になりました。
- # 本でメッセージを伝えるのと、逆に、読者側より感想または経験などを伝えるような場を作って欲しい。また、それを参考にしたい。
- # TALKING POINTSが新鮮で面白い。インタビューが核心を突いているからだと思われる。
- # AIの時代はもうすぐそこまできている 社内で活用できること、とりこめることがあると、いろいろ注視していかねばと思っていたところです。
- # 初めて読んだが基本的には製造業に対するデジタルイノベーション的推進記事が多いと感じるが、今後のIoT時代を迎え、サービス業の変化に伴う記事も読んでみたい。
- # 幅広い視点で、HBR本誌とは読み味が異なり新鮮且つ読み応えがある。ディスカッション形式に併せてインタビュー形式で深掘したテーマがあっても面白いのではないか。
- # いつもありがとうございます。弊社でも社長をはじめ経営陣で回覧講読をさせていただいてます。
- # 興味を持てる記事が多いです。

※ 読者アンケートよりフリーアンサーの一部を抜粋



DIAMOND・ハーバード・ビジネス・レビュー
20,000部

米ハーバード・ビジネス・スクールの教育理念に基づき創刊された世界最古のマネジメント誌HBRの日本版。2016年に創刊40周年を迎えた。

ドラッカーやマイケルポーターなど世界最高峰の経営学者の寄稿論文、トップマネジメントへインタビューはマネジメント層から絶大な支持を得ている。

ダイヤモンド クォーターリー 2023年冬号

■発行日

| | |
|----------------------|--------------|
| 本誌（約21,000名への送付） | 2023年12月下旬予定 |
| オンライン転載（有料オプション） | 2023年12月下旬 |
| デジタル版（ターゲティングメール）の配信 | 2023年12月下旬 |

■締切

| | |
|-----------------|--|
| 編集コラボ・広告タイアップ申込 | 2023年9月29日（金） |
| 取材期日 | 2023年10月13日（金） ※対談・複数社の取材の場合は応相談 |
| 同梱 | 申込〆切：2023年12月1日（金） 納品〆切：2023年12月15日（金） 【納品先】〒816-0921 福岡県大野城市仲畑2-11-7 (株)JCC第四物流センター 綿名様宛 TEL/092-588-5061 |
| 純広告（表2、表4、表3） | 入稿〆切：2023年12月1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：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

※スケジュールは変更になる場合がございます。