

顧客と組織をデータで繋ぎ、相乗効果を最大化する

CX-EX連携ソリューション

（仮題）

【対象サービス・キーワード】

- ▶ CX業務自動化ソリューション
- ▶ カスタマーサポートプラットフォーム／CDP
- ▶ SFA/CRM・MAツール、FAQ/NPS管理、VoC分析ツール
- ▶ 生成AIによるオペレーター（コンタクトセンター）業務支援
- ▶ 社内コミュニティツール／ファンコミュニティツール
- ▶ CX/EXコンサルティング、カスタマーサクセス支援
- ▶ マーケティングツール導入支援コンサルティング、他



※表紙イメージ
（実際とは異なります）

■企画趣旨

CX（顧客体験）とEX（従業員体験）をデータで繋ぎ、相互に影響を与え合う好循環を創出することで、企業価値を高める要諦を訴求いたします。

市場がコモディティ化する中で企業が顧客に選ばれるためには、サービスの品質向上や適正なプライシングだけでなく、企業への「信頼」や「世界観」、コンセプトへの「共感」といった新たな価値観と向き合うことが重要になりました。しかし、顧客の感情や行動様式は絶えず変化するため、常に新たなCX価値を提供し続けるのは容易ではありません。

CX価値の向上が求められる昨今、EXとの連携による両軸での取り組みが注目されています。企業がEX向上に取り組むことで、従業員はモチベーションやパフォーマンスを上げ、企業への帰属意識や貢献意識が高まり、結果として顧客の求める体験価値を深く理解する文化や仕組みが醸成されていくのです。

こうした顧客と従業員の満足度や体験価値を収益性に関連づける考え方は、ハーバード・ビジネススクールの名誉教授であるジェームズ・L・ヘスケットとW・アール・サッサーが1994年に「サービス・プロフィット・チェーン」の中で発表しており、近年のCXとEXの相関関係における調査研究においても、これらを連携させた取り組みの必要性を示唆しています。テクノロジーが急速に発展する昨今では、**データを活用したCXとEXの包括的な取り組みこそ企業価値向上の肝となっていくでしょう。**

そこで、DIAMONDハーバード・ビジネス・レビューでは、2025年10月号(9月10日発売)にて「**顧客と組織をデータで繋ぎ、相乗効果を最大化する『CX-EX連携ソリューション』**」と題した広告企画を実施いたします。ご参画企業様の支援サービスやソリューションの優位性について訴求することが可能です。企画概要をご覧ください。ご検討いただけましたら幸いです。

この機会にぜひご出稿をご検討いただきますよう、よろしくお願いたします。



DIAMONDハーバード・
ビジネス・レビューとは

米国以外では世界で最も早く
1976年に創刊。

2026年に50周年を迎えます。
創刊以来、グローバル・リー
ダーを目指す人のための日本
で唯一のマネジメント誌とし
て高い評価を受けており、最
近では、起業家やベンチャー
経営者など若手のビジネスリ
ーダーからも絶大な支持を得
ています。

これからのマネジャーの仕事（仮題）

昨今、マネジャーにはますます難しい役割が求められるようになった。不適切なマネジメントを行わないのは最低限の要求である。部下のモチベーションを高め、自己実現を支援できなければ、意欲が衰えて生産性の低下を招いたり、離職率が高まったりして、組織はまたたく間に機能不全に陥る。一方で、組織としてやるべきことをやってもらい、成果を厳しく問わなければならない時もある。従業員一人ひとりの潜在力を最大限に引き出しながら、チームや組織として成果を上げ続けるために、マネジャーはこれからどのような役割を果たすべきなのか。

【日本オリジナル候補】

ヘンリー・ミンツバーグ（マギル大学 教授）

【HBR候補】

自分の部下や同僚に「価値ある存在」だと伝えているか

“The Power of Mattering at Work,” HBR, May-June 2025.

ザック・マーキュリオ（コロラド州立大学 上級名誉フェロー）

あなたは本当に聞き上手のマネジャーなのか

“Are You Really a Good Listener?” HBR, May-June 2025.

ジェフリー・イップ（サイモンフレーザー大学ビーディー・スクール・オブ・ビジネス 助教授）ほか

ミンツバーグ「マネジャーの職務」抄訳

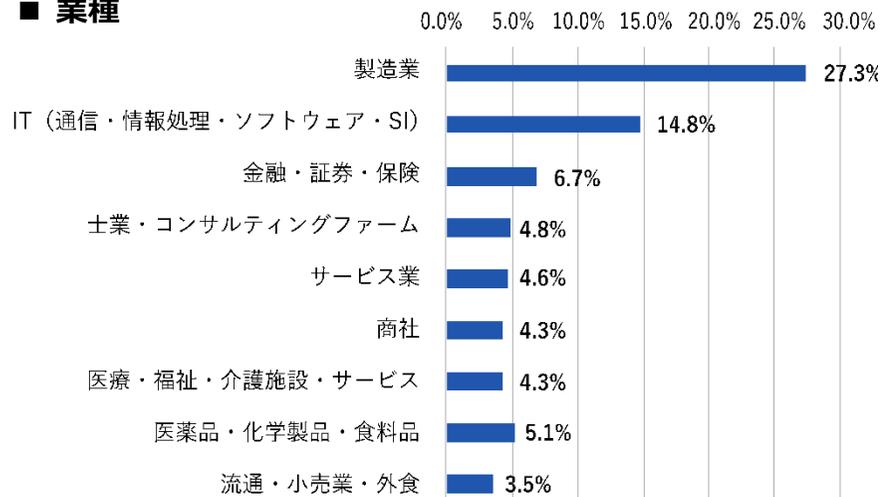
クラシック：The Human Side of Management

Thomas Teal

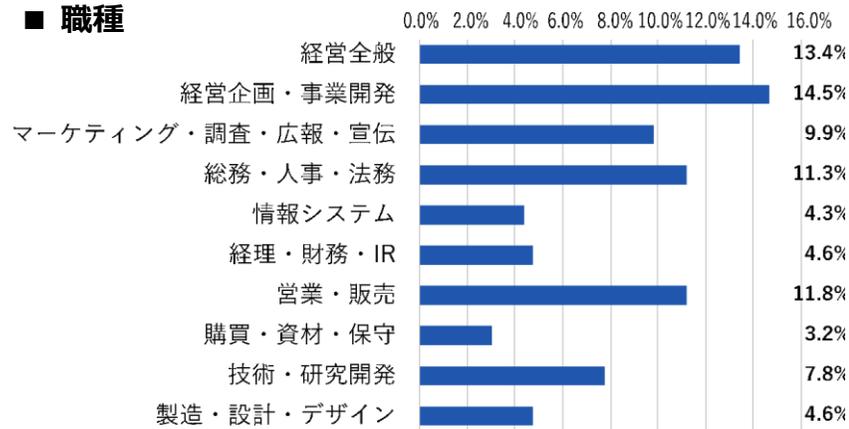
HBR, November-December 1996

■DHBR/DHBRオンライン会員読者属性

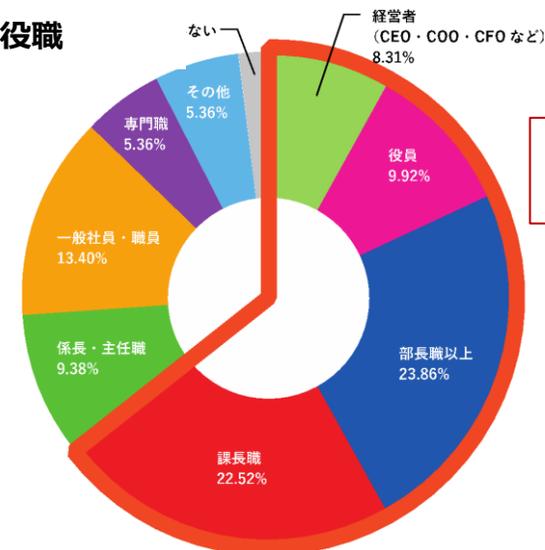
■ 業種



■ 職種

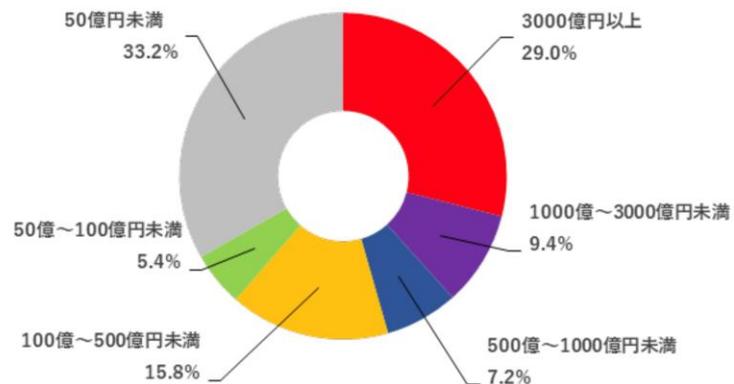


■ 役職



出所：2020年12月に実施した読者アンケートより
n=329

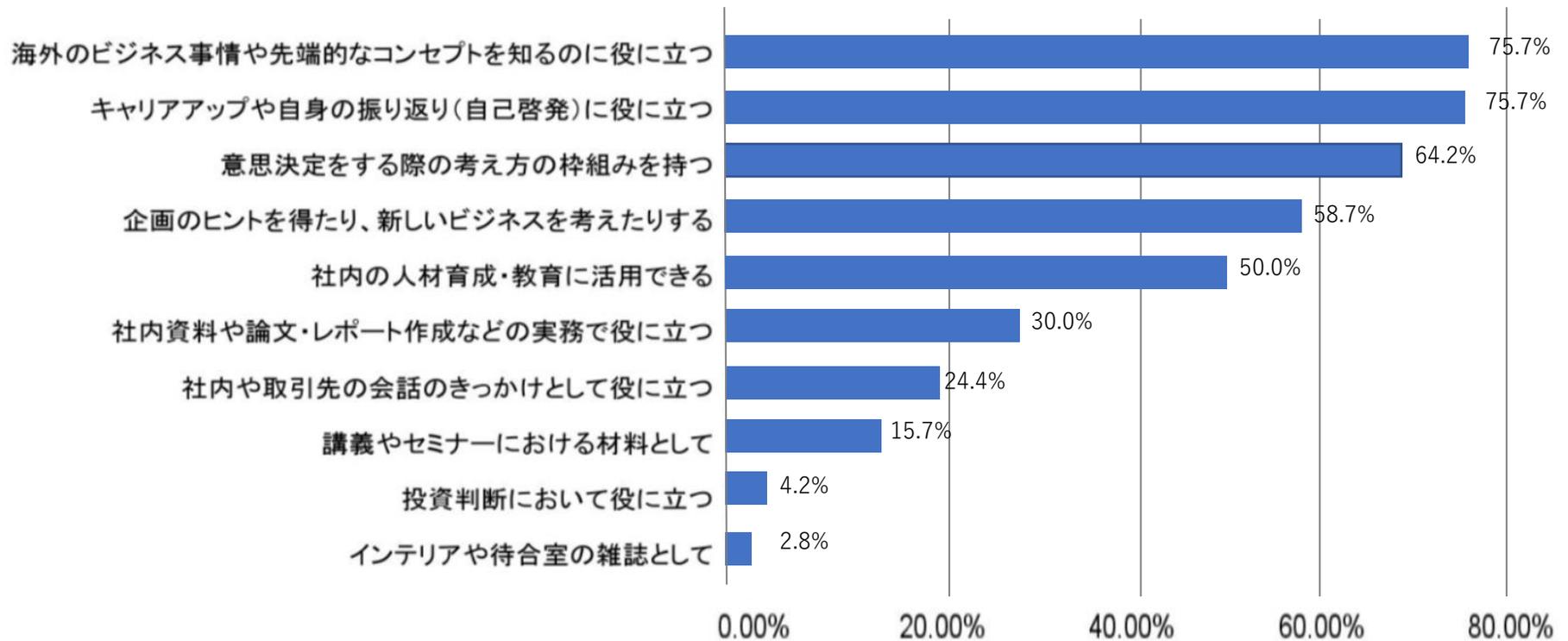
■ 勤務先の売上規模



■DHBR／DHBRオンライン会員読者属性

■ DIAMONDハーバード・ビジネス・レビューの活用方法

先端的な経営コンセプト、キャリアアップ、意思決定に活用



■DHBR 誌面展開イメージ

[総論記事]

企画テーマの内容に知見を持つプロフェッショナル、専門家にインタビュー。

[各論記事（広告タイアップ）]

広告主様各社へ取材を行い、独自の視点で貴社サービスの特長や強みをタイアップ記事としてまとめます。

[ページ構成]

編集特集につづいて広告企画を展開いたします。

The diagram illustrates the magazine's page layout. It is divided into several sections:

- Advertisement: Tie-up (広告企画：タイアップ):** Two pages featuring articles such as "AI×DXAM 組織全体のデジタルリテラシーを高め、内製型でDXを進める企業が競争優位を築く時代になる" and "AIソリューションデザイン AI技術とビジネスの接点を見つけ、ソリューションを創造的に設計する".
- Advertisement: General (広告企画：総論):** Two pages with a blue background, including the article "自由と創意を育んだ人材に 変革マインドを持つた人材に 自由と創意を与え、自定を促す".
- Editorial Special (編集特集):** Two pages titled "これからのマネジャーの仕事(仮)論文".
- Harvard Business Review Cover:** The cover features the title "人を動かす交渉力" (People who don't move negotiation power).

※協賛企業が2社の場合の展開例

<備考>

- ※1社ご参画の場合、総論はつかず、扉1Pのみとなります。
- ※2社ご参画の場合は、扉はつかず、総論2Pのみとなります。
- ※3社以上ご参画の場合は、扉+総論2Pの掲載となります。

■DHBRオンライン展開イメージ

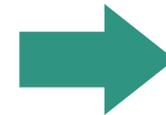
DHBRオンライントップ、ダイヤモンド・オンラインの広告誘導枠から読者をタイアップページへ誘導

DHBRオンライントップ



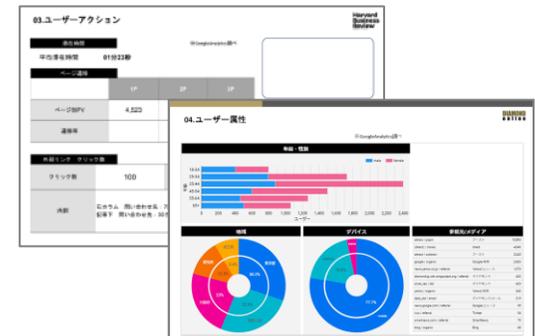
オンラインタイアップページ

転載



広告主様サイト

※掲載終了後に掲載レポートを提出



●ダイヤモンド・オンライン広告誘導枠

■企画料金（誌面／オンライン）／オプション料金／申込締切

■DHBR誌面

●中面4色2頁タイアップ

※タイアップ仕様：2,000-2,500字程度、写真、画像2～3点程度

2,500,000円（税別）

●4色4頁タイアップ

※タイアップ仕様：4,000-5,000字程度、写真、画像3～4点程度

4,500,000円（税別）

■DHBRオンライン転載 ※誌面料金にアドオン

●雑誌2頁タイアップ転載（5,000PV保証）

1,200,000円（税別）

※タイアップ仕様：雑誌に準拠

■抜刷サービス（オプション）

●4色4頁×1,000部～

350,000円～（税別）

※一社単独での抜き刷りの場合。

1,000部以上ご希望の場合はお問合せ下さい。



※表紙イメージ

●オンライン単独タイアップ（10,000PV保証）

3,000,000円（税別）

※タイアップ仕様：3,000-3,500字程度、写真、画像2～3点程度

■ブーストパッケージ（オプション）

（NewsPicksブランドパネル／vimps保証付き）

NewsPicksユーザーへとリーチを拡大し流入を強化することが可能です。費用は別途お問い合わせください。

※vimpの定義:フィード上で可視領域(スクリーンの70%以上)に入った回数

[締切]

タイアップ申込締切：**2025年7月3日（木）**

【お問い合わせ】

株式会社ダイヤモンド社 メディア局
ソリューション営業部
〒150-8409東京都渋谷区神宮前6-12-17
TEL:03-5778-7220 FAX:03-5464-0783
Mail:web_ad@diamond.co.jp