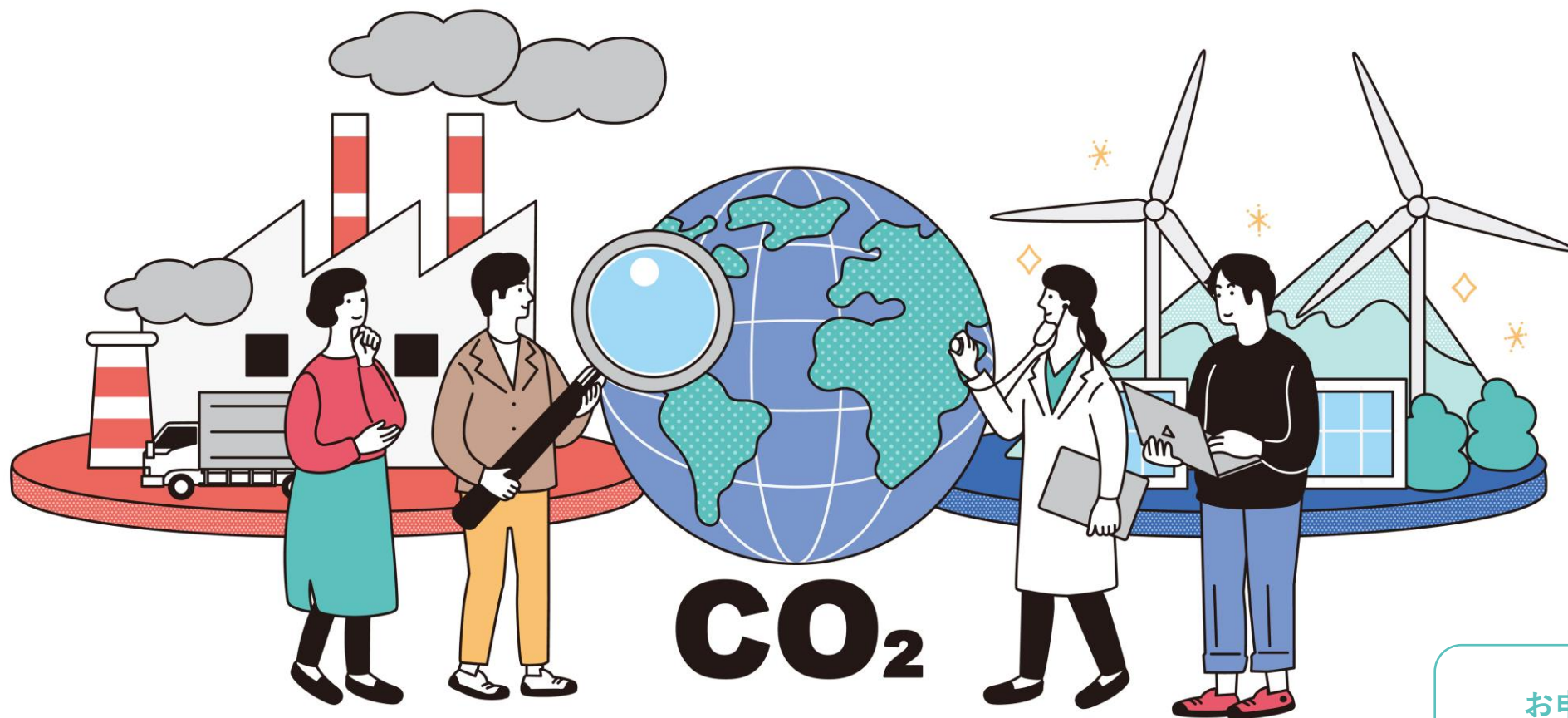


「脱炭素」関連記事の読者に向けたターゲティングメール配信付き

脱炭素サービス向け リード獲得キャンペーン



お申し込み締切
2025年2月14日(金)まで

ダイヤモンド社メディア局 2025年1月

2050年カーボンニュートラル宣言が発表されたことで、脱炭素はあらゆる業界で最重要な経営課題となっています。2022年6月、政府は「新しい資本主義」の重要な投資分野の一つとして、「今後10年間に官民協調で150兆円規模のGX投資を実現する」との方針を示しました。ESG投資の高まりにより、ステークホルダーへの説明責任が拡大したことで、いま企業においては自社のみならず取引先も含めたサプライチェーン全体での脱炭素の実現が求められているのです。

こうした現状を受け、ダイヤモンド・オンラインでは、脱炭素サービス向けリード獲得キャンペーンをリリースいたしました。本キャンペーンは、「脱炭素」関連記事を読覧した読者に向けてターゲティングメールを配信する特別プランとなっており、興味関心の高いユーザーのリード獲得が期待できます。企業経営層を中心としたコーポレート部門やESG関連部署の意思決定者層のリードを獲得する最適の企画です。企画書をご一読のうえ、ご参画をご検討いただけますと幸いです。

三
DIAMOND online
新着
業界
学び
特集
書籍

「脱炭素の伝統的指標」の問題点とは？ 将来志向指標の重要性を具体例で解説

連載セミナーゼロから学ぶ脱炭素化投資 第4回 将来志向の気候指標の重要性 (下)
クリスティーナ・バステイン・マン・グループ ポートフォリオマネジャー

予測・分析 きんざいOnline
2024.12.25 5:55 会員限定

写真はイメージです Photo: PIXTA

*本記事はきんざいOnlineからの転載です。

伝統的指標の問題点と将来志向指標のメリット

今回は、将来志向の気候指標の重要性について説明した。今回は、事例を用いながら具体的に当該指標について説明するとともに、こうした実体経済の脱炭素化に資する指標が標準化される上での課題について述べてい。

現在最も広く使われている気候指標が二つあり、温室効果ガス（GHG）排出量を当該企業の売上高で除した「炭素強度」と炭素強度にポートフォリオの保有割合を乗じた「WACI」（Weighted Average Carbon Intensity）である。

一方で、前回も触れた「削減貢献量」や「カーボンインパクト比率」（削減貢献量÷当該企業のGHG排出量）は、将来を見据えた有益な気候指標である。これ以外にも、「気候ガバナンス方針」（役員報酬制度へのESG指標の導入）や「クライメイトターゲット」（企業の脱炭素化に向けたターゲットの設定状況）などがある。

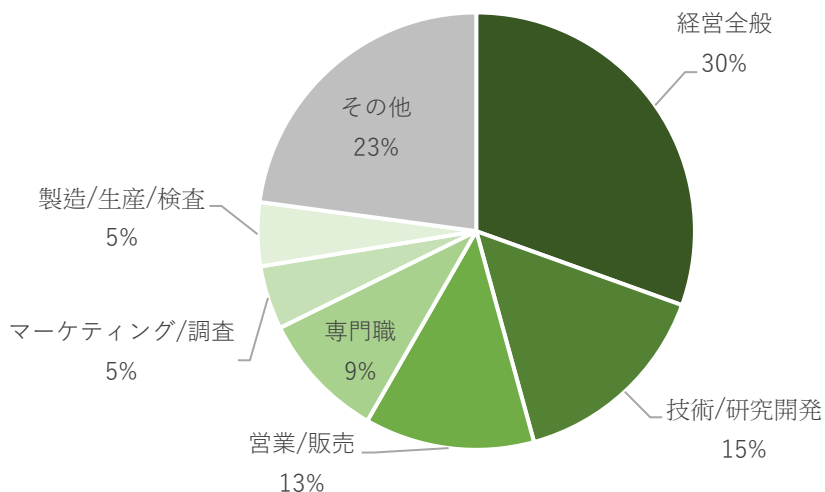
既存の気候指標の問題点について、炭素強度と削減貢献量を例に説明したい。図表1は再生エネルギーの積極的な活用により脱炭素化を進める公益企業A社と、一般にGHG排出量が低いとされるIT企業B社の、t年度における炭素強度と削減貢献量のイメージ図である。t-1年度のデータに基づく炭素強度ではB社の方が「現時点の排出量自体は低い」が、t+1~t+4年度までの将来の推計データを用いた削減貢献量で見るとA社の方が将来の排出量の削減（=実体経済の脱炭素化）に資することが分かる。

「脱炭素」関連記事の読者プロフィール

脱炭素をテーマにした連載記事の読者プロフィールを分析すると、いくつかの特徴が確認できました。

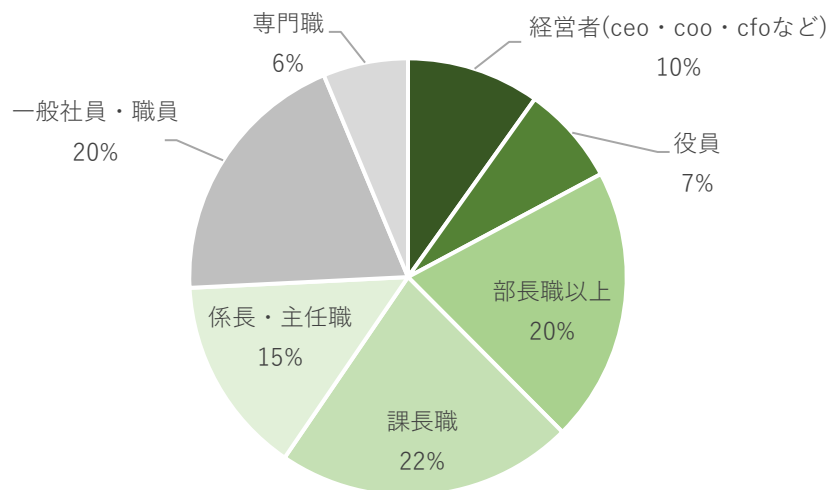
1 職種

経営全般が30%



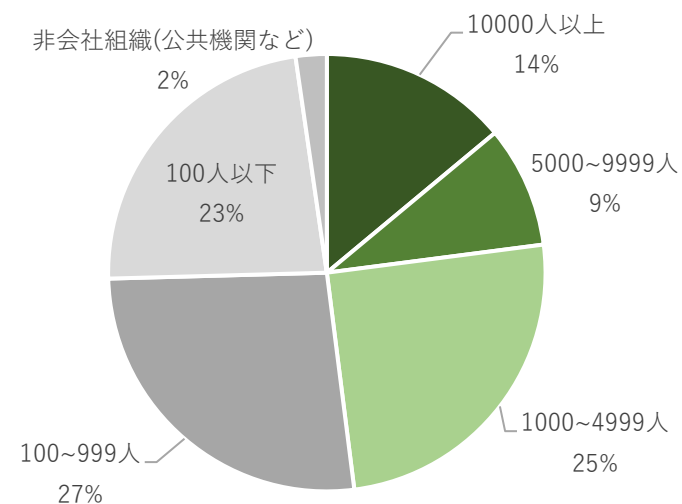
2 役職

部長職以上が37%



3 従業員数

1000人以上の大企業が48%



「脱炭素」関連記事の読者傾向

1000人以上の大企業を中心に、経営企画など脱炭素経営の実現に向けてCO2排出量削減計画を策定する部門や、脱炭素技術の研究開発にあたる部門の意思決定者層に多く閲覧されています。

「脱炭素」関心層をターゲティングしたリード獲得施策

「脱炭素」をテーマにした連載記事の接触読者の行動履歴を解析し、興味関心層をターゲティング。
脱炭素に興味関心が高い読者に加えて、
ダイヤモンド・オンラインにおける記事閲覧傾向が類似する読者＝潜在層を中心にオファーをかけていきます。

The screenshot shows the Diamond Online website interface. The main article is titled "世界の金融が脱炭素化を妨げてる？「英中銀総裁の警鐘」から約10年進歩しない根本的な理由" (Why is the world's finance hindering decarbonization? Fundamental reasons why progress won't be made in about 10 years from the warning of the Bank of England and PBOC). The article is part of a series of four articles. The page also features a sidebar with related content and a navigation menu.

記事閲覧読者のメディア行動履歴を解析し、
類似読者に拡張。
「脱炭素に関心のある経営層」に
向けてターゲティングメールを配信します。

ターゲティング
メール



LP



「脱炭素」関連記事
閲覧読者



「脱炭素」
興味関心
ターゲティング

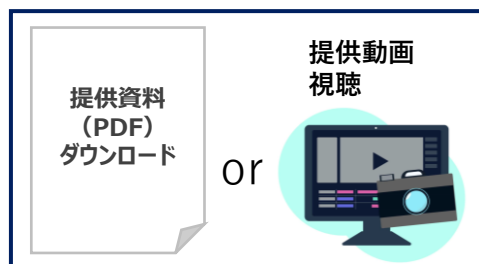
「脱炭素」関心層に向けた特別誘導付きリード獲得プラン

実施イメージ

ランディングページ



ターゲティングメール



※効率の良いリード獲得のため、表紙デザインやタイトルについて弊社にて変更のご相談をさせていただく場合がございます。

※保証数についてはコンテンツを拝見し、別途ご提示させていただく場合がございます。

※**商材・訴求内容によって実施可否を判断いたします。**
また、**保証数を別途ご提示させていただく場合がございます。**

※ご提供リストのセグメントを保証するものではありません。

広告主様の既存資料や動画を使い、スピーディーに、かつ低コストで見込み客のプロファイル獲得施策を実行できます。

「脱炭素」関連記事の読者に向けたターゲティングメール配信付きの特別プランです。

ランディングページは、ダイヤモンド社の制作チームがサービス紹介コンテンツを制作します（取材無し）。

実施料金 制作費込／税別	100万円 リード費75万／制作費25万円※ ※ネット料金です。	175万円 リード費150万／制作費25万円※ ※ネット料金です。
保証件数	50件	100件
誘導施策	ダイヤモンド・オンライン（トップ面・記事面）、メルマガ、 ターゲティングメール（属性・コンテンツ） の誘導枠 リード件数達成次第、誘導終了いたします。ページアーカイブは公開から1年間。	
コンテンツ	ランディングページ：取材なし。500字～700字	
提供物	ホワイトペーパー：広告主様支給の資料、PDF形式。事前に内容確認いたします。 動画：貴社サーバー内にアップしている動画URL、またはYoutubeやVimeoでご掲載いただいているURL	
PRクレジット	有り（ランディングページ、誘導枠とも）	
お問い合わせ	有り（記事末、右カラムに広告主のお問い合わせ先を表示します）	
ダウンロード フォーム	定型フォーム、3項目まで無償で追加可能です。	
プライバシー ポリシー	広告主様のプライバシーポリシーを明示します。 ※事前に、広告主様に個人情報取り扱いについての同意をいただきます。	
保証内容	・重複、主婦・夫、無職、学生、明らかな誤入力の際は除外 ※競合企業などはドメイン指定10個まで可能。詳細は営業担当にご相談ください。	

実施イメージ

資料請求・ダウンロードフォーム

■ E-Mailアドレス **必須**

■ 氏名 **必須**

■ フリガナ **必須**

■ 勤務先名（社名、団体名） **必須**

■ 部署名 **必須**

■ 勤務先電話番号 **必須**

ハイフンを入れてください。例：「03-0000-0000」

■ 役職 **必須**

■ 業種 **必須**

■ 従業員数 **必須**

これからご登録いただくあなたの個人情報はSlack Japan（同社のプライバシー・ポリシーは[こちら](#)）に渡されご案内などに利用させていただきます。ダイヤモンド社のプライバシー・ポリシーは[こちら](#)

同意します。

各項目に入力してください

申込フォーム

標準登録項目は以下の9項目。最大3問まで質問を追加できます。

※FA=フリー回答、SA=選択式・単一回答

	No.	項目	回答形式	
標準9項目（必ず設置）	1	メールアドレス	FA	必須
	2	氏名	FA	必須
	3	フリガナ	FA	必須
	4	勤務先名	FA	必須
	5	部署名	FA	必須
	6	電話番号	FA	必須
	7	役職	FA	必須
	8	業種	SA	必須
	9	従業員数	SA	必須
設置有無は自由	1	追加質問1	FA/SA	任意
	2	追加質問2	FA/SA	任意
	3	追加質問3	FA/SA	任意

※追加質問は、“任意”回答での設置となります。“必須”回答にはできません。

※広告主様のプライバシーポリシーを明示します。事前に、広告主様に個人情報取り扱いについての同意をいただきます。

実施イメージ

リード管理システム ダッシュボード



リード管理システム リード一覧



リード納品用ツール

獲得したリードは、株式会社ダイヤモンド社リード管理システムを通してご提出いたします。

貴社よりご提出いただきましたユーザー様のアカウント情報に、システムログイン用メールをお送りします。

ログイン後、案件画面からリードの獲得状況をリアルタイムでご確認いただけます。

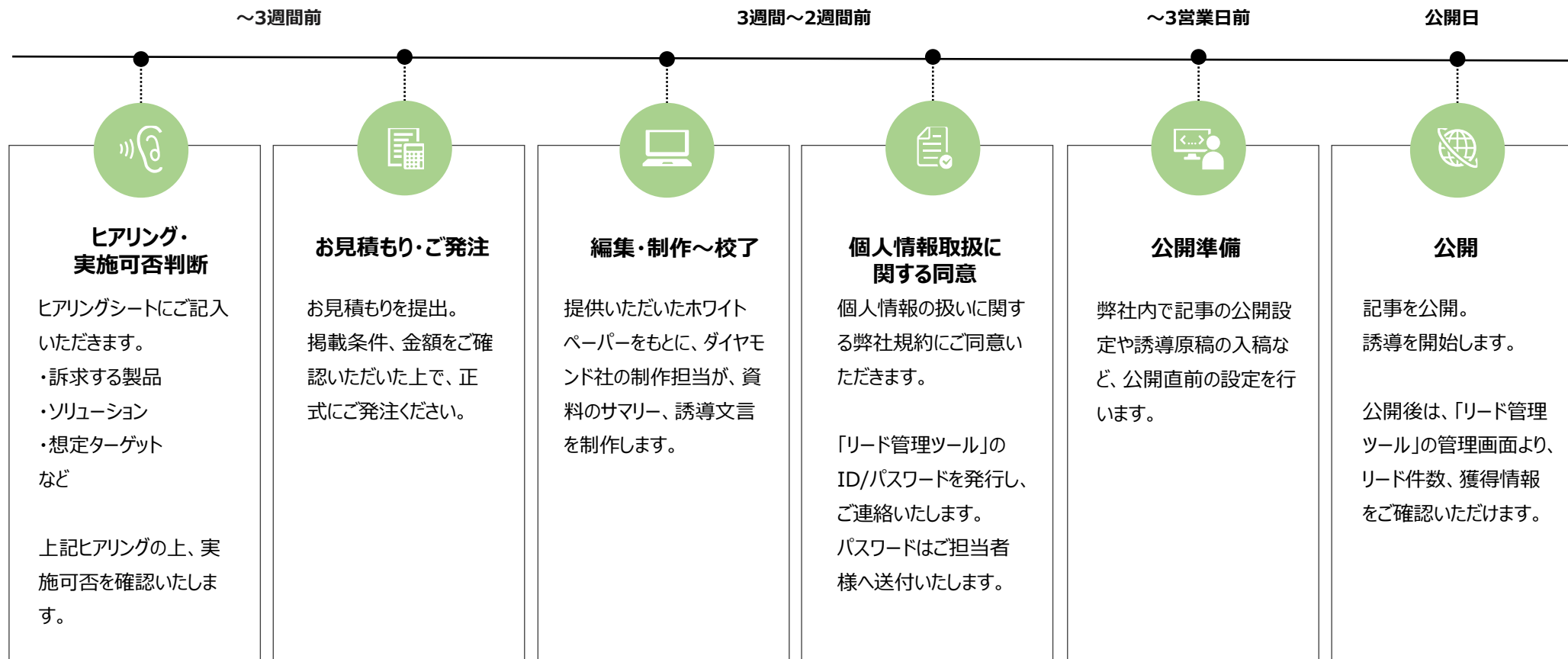
またリード獲得状況は定期的な送信されるメールでも確認が可能です。

レポートメール種別	配信タイミング ※誘導期間中の配信
デイリーレポート	日次 7:00
ウィークリーレポート	毎週月曜 7:00

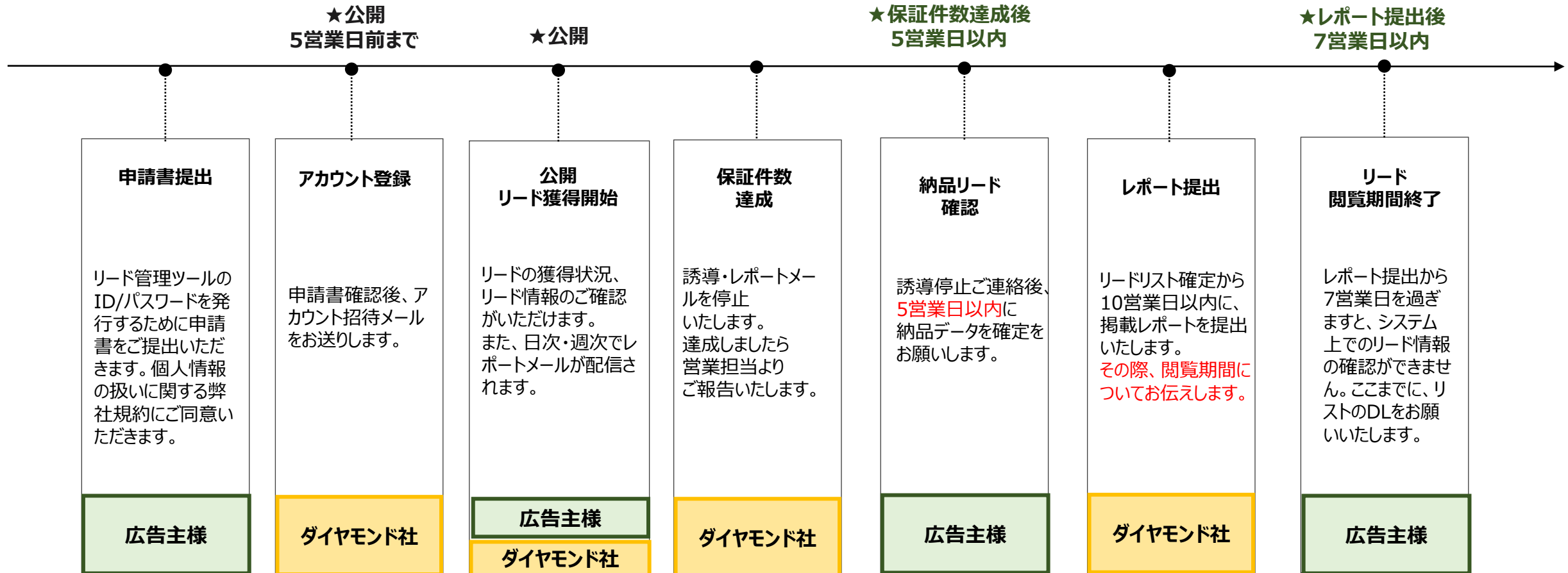
レポートメール



コンテンツ支給型 制作スケジュール



リード納品の流れ



Q

リードの獲得期間を教えてください。

A

リード獲得期間は掲載開始より1か月から2か月を想定しております。
万が一、リード獲得の進捗が想定に達せず、3か月を超過する場合には、下記から代替案をいただきます。

- 1.残額分の別商品（メールマガジン等）への振替え
または、
- 2.制作費・獲得数に応じた出来高精算

Q

リードのセグメントはできますか？

A

リード獲得のオファー（誘導）はターゲティングメールを使用します。
ご発注時にご希望のセグメント条件をお知らせください。
ただし、ご提供リストのセグメントを保証するものではありません。あらかじめご了承ください。
ご提供リストについてもセグメント指定のご要望がある場合は事前に営業担当へご相談ください。

Q

掲載したコンテンツは、どのように誘導されますか？

A

主に1社単独のターゲティングメールを使用し、ご希望の属性を中心にオファーします。
（ご提供リストのセグメントを保証するものではありません）
その他、会員全体に向けたメールマガジンやダイヤモンド・オンライン内のAD枠からの流入などもございます。

Q

自社の顧客や企業に勤めていない方、不正な情報で登録されているリードも納品対象から除外できますか？

A

重複、主婦・夫、無職、学生、明らかな誤入力データは除外いたします。また、競合企業などはドメイン指定10個までは可能です。なお、キャンペーンをまたがった重複、フリーアドレスの除外はお受けしておりません。詳細は営業担当にご相談ください。

Q

お申込みから掲載までの流れを教えてください。

A

ダウンロード資料の確定後、お申し込みから掲載開始まで最低3週間程度お時間を頂戴いたします。流れの目安についてはp.8をご確認ください。

Q

獲得したリードはどのように納品されますか？

A

獲得したリードは、株式会社ダイヤモンド社リード管理システムを通してご提出いたします。ユーザ様のアカウント情報に、システムログイン用メールをお送りします。ログイン後、案件画面からリードの獲得状況をリアルタイムでご確認いただけます。またリード獲得状況は定期的に送信されるメールでも確認が可能です。

リード獲得型広告の注意事項

リード獲得期間は掲載開始より1か月から2か月を想定しております。

件数保証は、以下のような要因により提案時に想定した期間内で、保証した件数の達成が難しい場合があります。

※事前にリード獲得にてお受けできるか可否確認がございます。

- ・訴求、商材内容：ターゲットや利用シーンが限定されるような商材の場合
- ・掲載時期：市場の動向や読者ニーズが大きく変化した場合
- ・再掲載：既に一般公開されたホワイトペーパーや動画を流用した場合

万が一、リード獲得の進捗が想定に達せず、3か月を超過する場合には、

1. 残額分を別商品（メールマガジン等）へ振替え
2. 制作費・獲得数に応じた出来高精算

のいずれかの代替案をご提案させていただきます。

DIAMOND
online

ご相談・ご不明点などございましたら弊社営業担当までお気軽にお問い合わせください。

広告に関するお申し込み・お問い合わせ

web_ad@diamond.co.jp

株式会社ダイヤモンド社 メディア局

〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17 TEL : 03-5778-7220 FAX : 03-5464-0783