DIAMOND Quarterly

［ダイヤモンド クォータリー］

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 春 号

＜3月末発行予定＞

〈特別広告企画〉

企業を未来へ導く優秀人材の発掘・採用を支援する

エグゼクティブサーチ

《本号の特集》

データ駆動社会への戦略

―世界で進むデータ革命と日本の針路―

ダイヤモンド社

■企画趣旨

企業の未来を担うのは誰か――、もちろんすべての従業員であることに変わりはありませんが、誰がリーダーとなって導くかは、企業の未来を左右する最大要因の一つです。社内において後継者育成計画（サクセッションプラン）が機能し、次期経営陣候補の選出・長期育成が行われているケースもありますが、VUCAの時代において理想的なリーダー像は変化していく可能性も高く、後継者問題に頭を悩ませる経営者は多いでしょう。

そんな中、社長をはじめ経営層や経営幹部、顧問といった重要ポジションに合致する優秀人材を社外から探し出す採用手法であるエグゼクティブサーチが、日本においても活発化してきています。元々は外資系企業で見られた手法ですが、近年、日本においても人材の流動化が増し、決して珍しいことではなくなりました。
エグゼクティブサーチは、社内に次期経営陣として相応しい人材を保有できていない場合や、組織力強化・新規事業立ち上げに外部の優秀人材が必要な場合、あるいは事業承継などの課題解決のために、有効な手段です。

一方、会社の未来を託せる人材を外部から見つけ、採用することは、簡単なことではありません。候補者の経験・スキル、適性だけでなく、価値観・人柄が企業とマッチするか、また社内人材とのコンフリクトが勃発しないか、といったあらゆる観点でのスクリーニングが必要になります。
ある程度の時間・コストがかかり、失敗できないことから、経営者は慎重にならざるを得ないため、適切なプロに相談することが重要です。

そこで、東証プライム市場に上場する企業のCクラスおよび役員に直送するマネジメント誌であるダイヤモンド クォータリーでは、企業が次期リーダーの外部採用に迫られた際に心得ておくべきことをフィーチャーする、

「企業を未来へ導く優秀人材の発掘・採用を支援する エグゼクティブサーチ」

と題した広告企画を実施し、エグゼクティブサーチのステップ、経営者の心構え、サーチファームの選定・活用ポイントについて訴求いたします。

貴社が持つご知見や実績を訴求いただける絶好の機会ですので、ご参画をいただきますようお願い致します。

■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）

B社　　A社

企画総論
（２～４ページ想定）

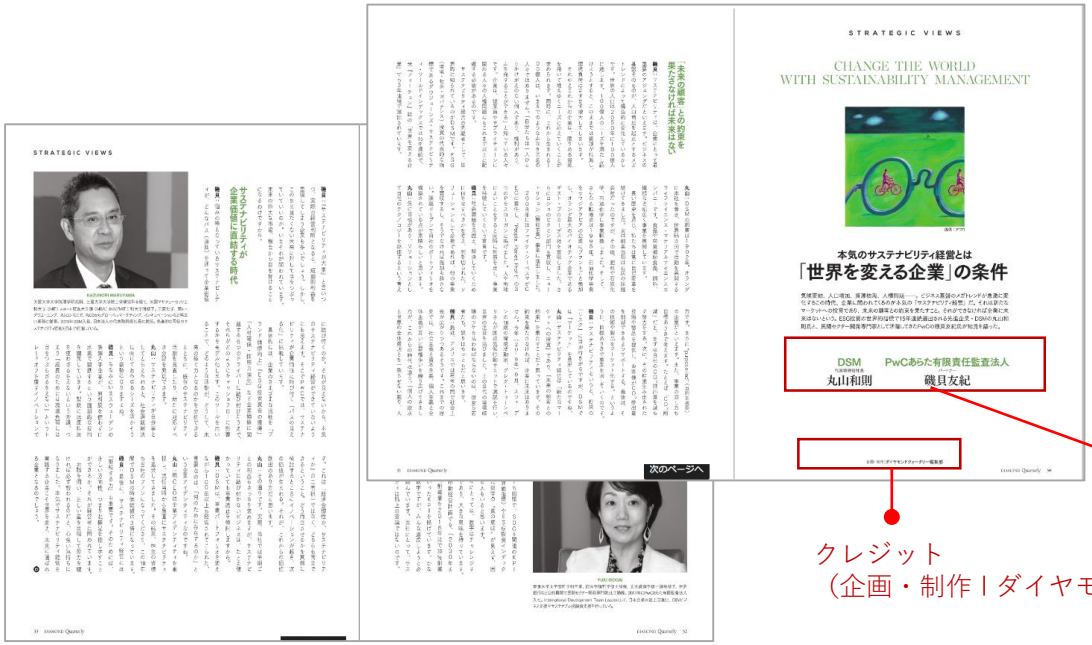
※ご参画企業が1社の場合は総論はつかず、単独での掲載となります。

■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、経営者への提言やサーベイの解説などを通じて、スポンサー企業の**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/



※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。

＜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

■広告タイアップ（2ページ～）

スポンサー企様の **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/21/

＜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

●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.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。

＜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。

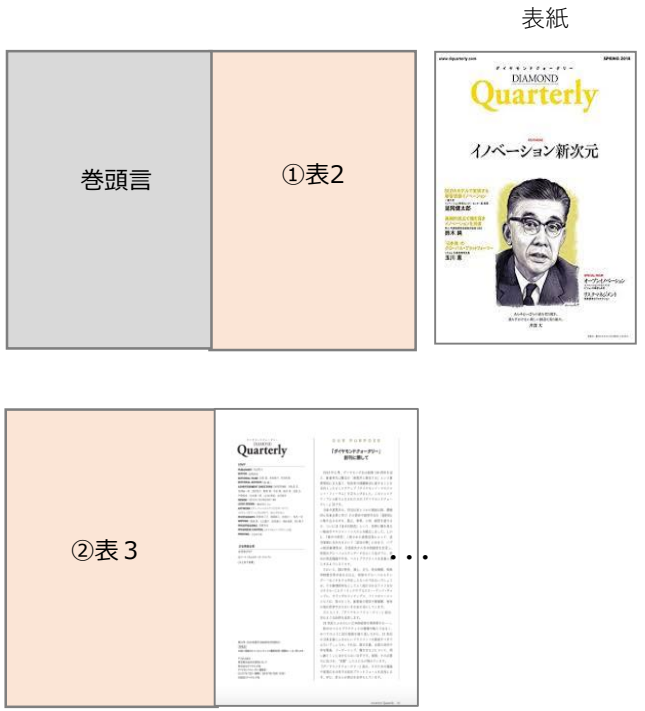
■純広告料金

表紙周りの**特別なスペース**。中面も掲載可能です。

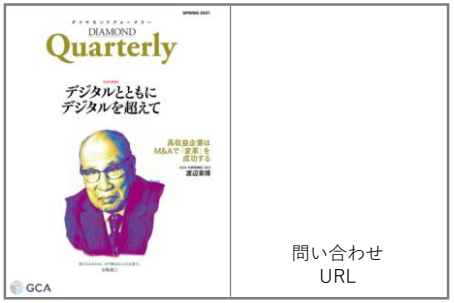
＜掲載料金＞

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。



■抜き刷り

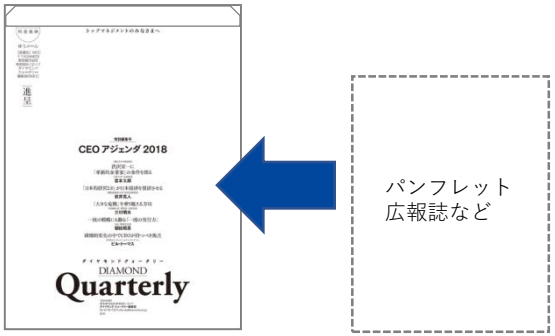


表紙　　裏表紙

	4ページ		6ページ		8ページ		10ページ	
部数	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。

■DOLもしくはDHBRオンラインでのリード獲得

ご提供いただいたホワイトペーパーで、ターゲットの
リード獲得が可能です。

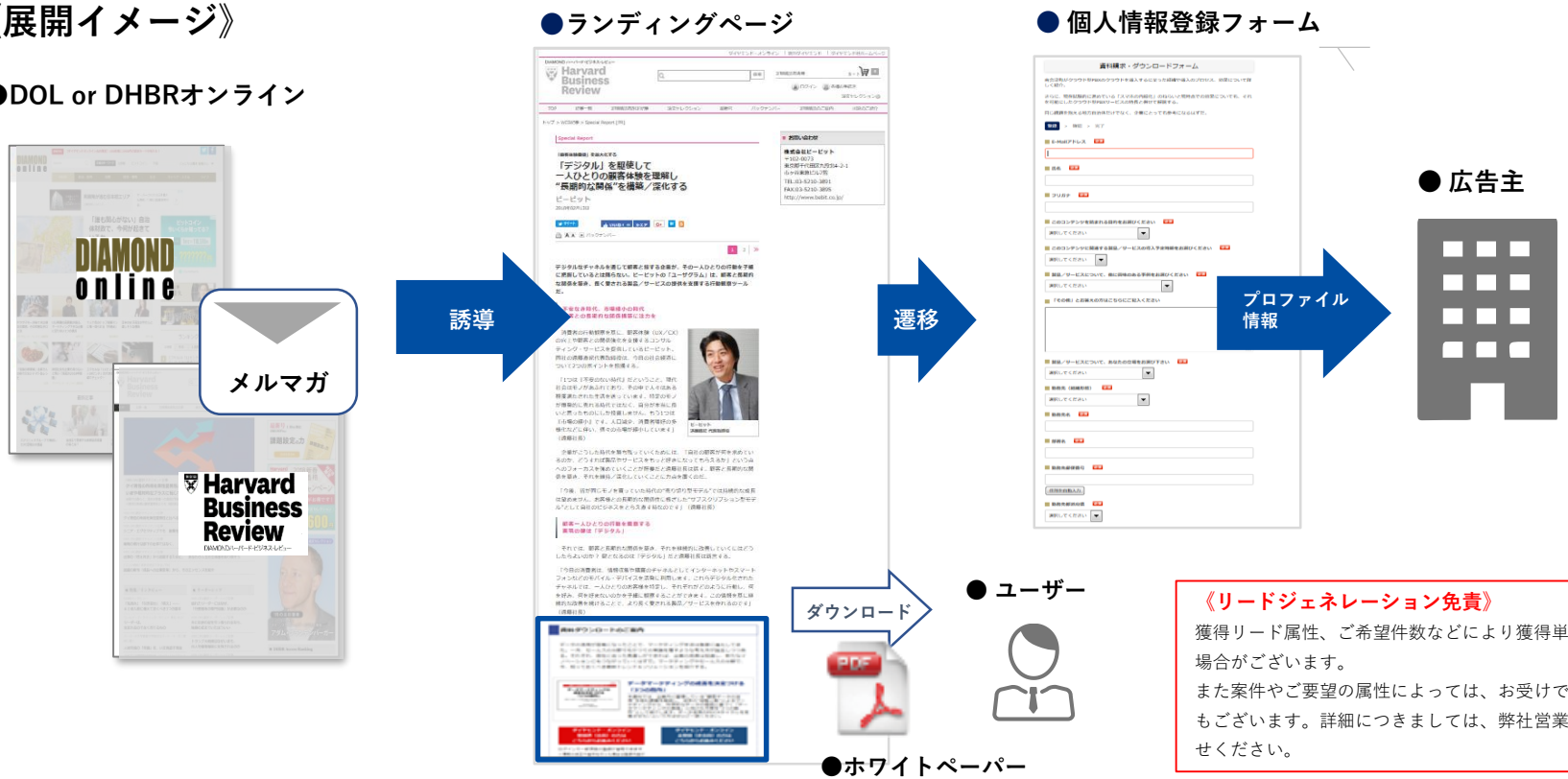
＜転載料金＞

■ コンテンツ支給型・リード件数保証型タイアップ

リード50件保証…1,000,000円

掲載メディア：DOLもしくはDHBRオンライン
※DQオンラインでのリードは実施しておりません。
誘導枠：DOL、DHBRオンラインメールマガジン、各種誘導枠より
その他：補償件数に達し次第終了し、掲載終了後、掲載レポートを提出いたします。

《展開イメージ》



《リードジェネレーション免責》
獲得リード属性、ご希望件数などにより獲得単価が変わる場合がございます。
また案件やご要望の属性によっては、お受けできない場合もございます。詳細につきましては、弊社営業にお問い合わせください。

■特集タイトル

データ駆動社会への戦略
―世界で進むデータ革命と日本の針路― （仮題）

■企画概要・趣旨

データの価値が飛躍的に増大する中、世界各国で成長戦略、産業政策としてデータ革命が進行しています。巨大プラットフォーマーが主導する米国、欧州委員会が域内市場とルール形成をリードする欧州、国家がデータを統治する中国など、各国・地域によってデータ戦略は異なりますが、日本の出遅れは否めません。デジタル庁が音頭を取り、ベース・レジストリ（官民共用データベース）の整備など日本でも国を挙げた戦略的な取り組みがようやく緒に付きました。識者へのインタビューを通じて、データ駆動社会の実現に向けた日本の戦略を展望します。

●特集インタビュー候補

［有識者候補］

滋賀大学 データサイエンス学部教授　河本薫氏

1991年、京都大学応用システム科学専攻修了。大阪ガスに入社。1998年から米ローレンスバークレー国立研究所でエネルギー消費データ分析に従事。帰社後、大阪ガスにてデータ分析による業務改革を推進。2011年からデータ分析組織であるビジネスアナリシスセンターの所長を務め、大阪ガスにおいてデータ分析組織を定着させた。2018年4月より現職。著書に『最強のデータ分析組織』（日経BP）、『データドリブン思考』（ダイヤモンド社）など。

デジタル庁 デジタル監　浅沼尚氏

東芝、東芝アメリカ情報システム社、Japan Digital Design チーフ・エクスペリエンス・オフィサーなどを経て、2021年9月デジタル庁チーフ・デザイン・オフィサー、2022年4月より事務方トップのデジタル監。慶應義塾大学大学院理工学研究科修了、同大学院後期博士課程所定単位取得退学。

公益財団法人Well-being for Planet Earth 理事（元楽天 CDO）北川拓也氏

元楽天常務執行役員、CDOとしてグループ全体のAI・データ戦略の構築と実行、楽天技術研究所の運営を担当し、日本を含む海外５拠点の組織を統括。『Science』などの学術雑誌へ20本以上の論文を発表。ハーバード大学数学・物理学専攻、同大学院物理学科博士課程修了。

※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。

DIAMOND Quarterly

［ダイヤモンド クォータリー］

ダイヤモンド クォータリー（DQ）
媒体概要

DIAMOND Quarterly

編集長挨拶（From Editor in Chief）

“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。

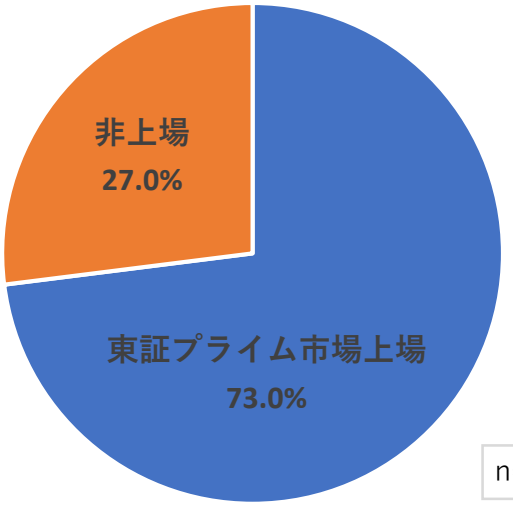
日本の産業界は戦後以降、積極的に欧米企業に学びその長所や特長を「選択的」に取り込みながら製品、事業、人材、経営そのものを進化させ、ついには「日本的経営」という世界に類を見ない独自のマネジメントシステムを確立しました。しかし、バブル経済崩壊後は自信喪失から日本的経営を否定し、経営のグローバルスタンダード化という名の下に欧米の経営理論や手法を安易に導入した結果、日本企業の強みが急速に失われてしまいました。

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。

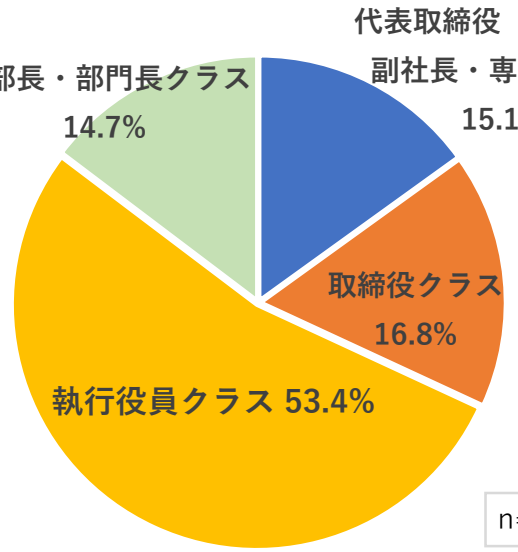
ダイヤモンド クォータリー
編集長 岩崎　卓也

【上場区分】



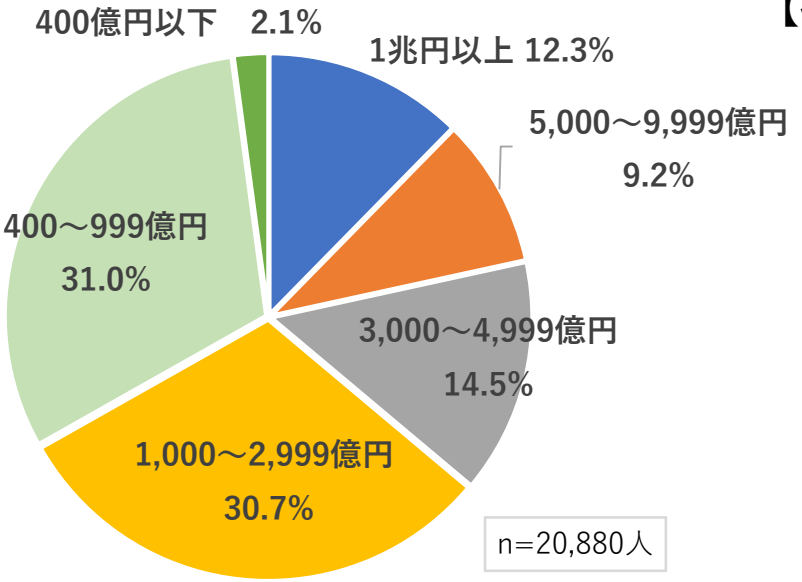
n=20,880人

【役職】



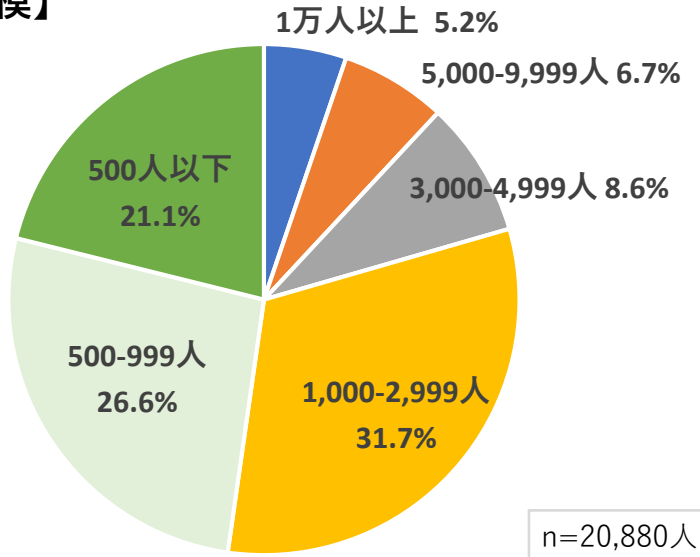
n=20,880人

【売上】



n=20,880人

【従業員規模】

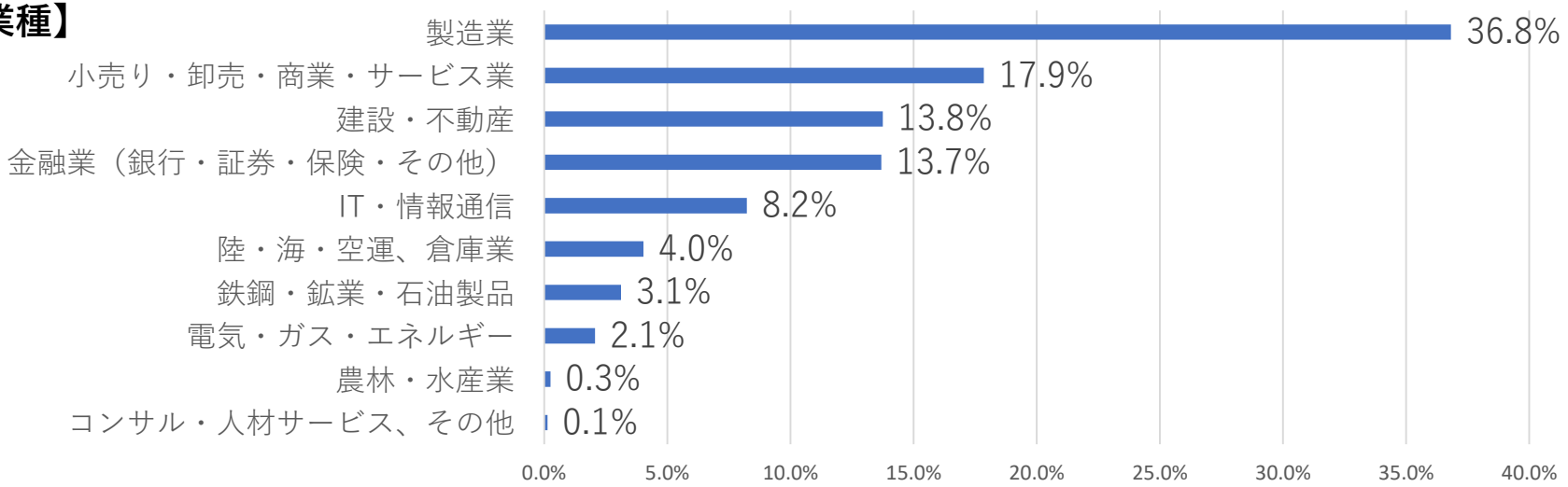


n=20,880人

本誌読者属性② 業種

DIAMOND Quarterly

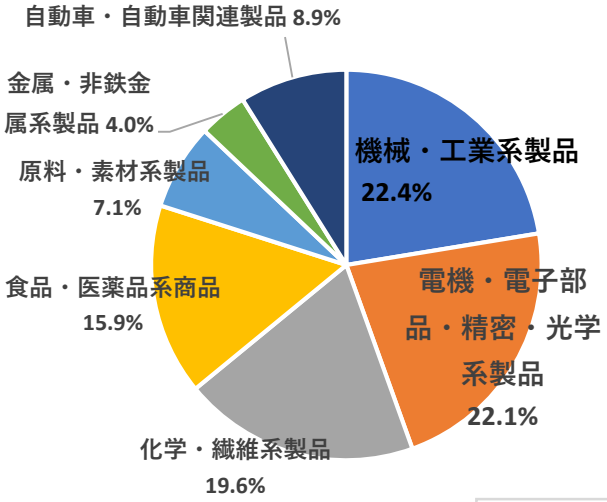
【業種】



n=20,880人

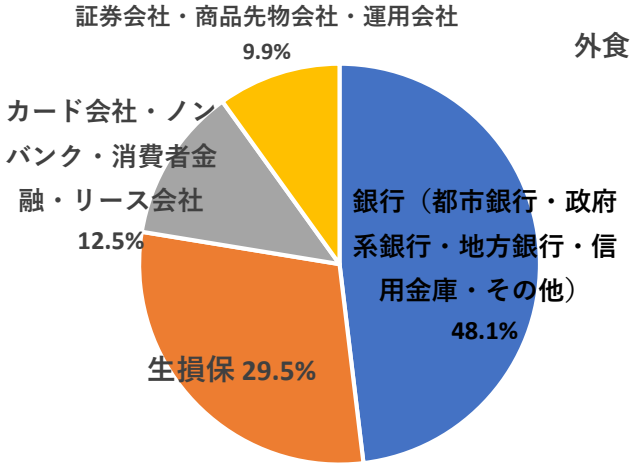
【業種内訳】

製造業内訳



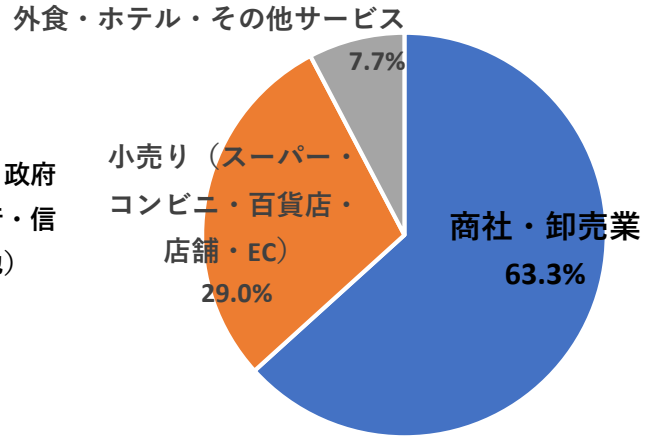
n=7,689人

金融業内訳



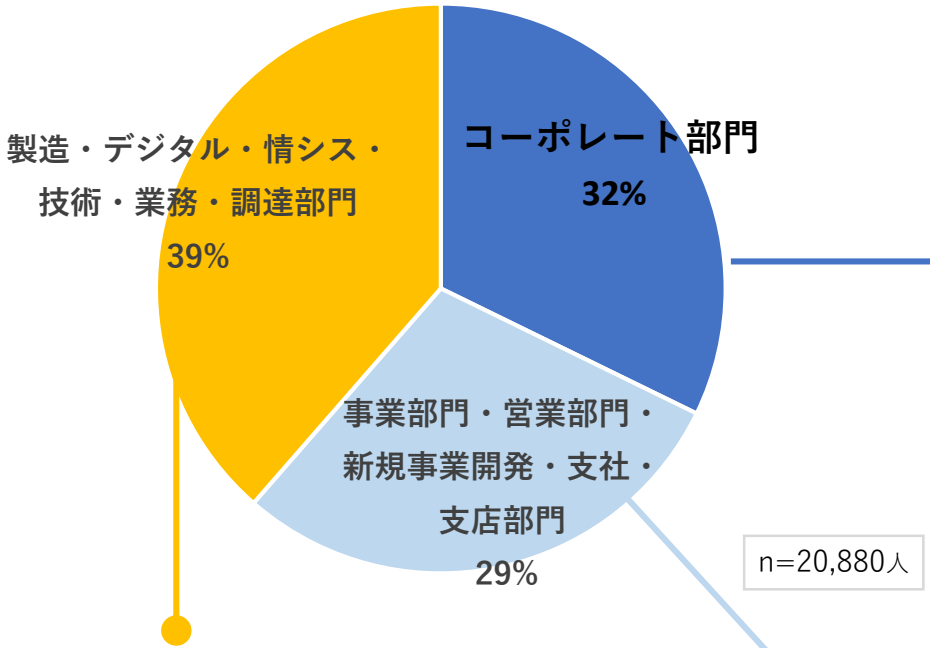
n=2,859人

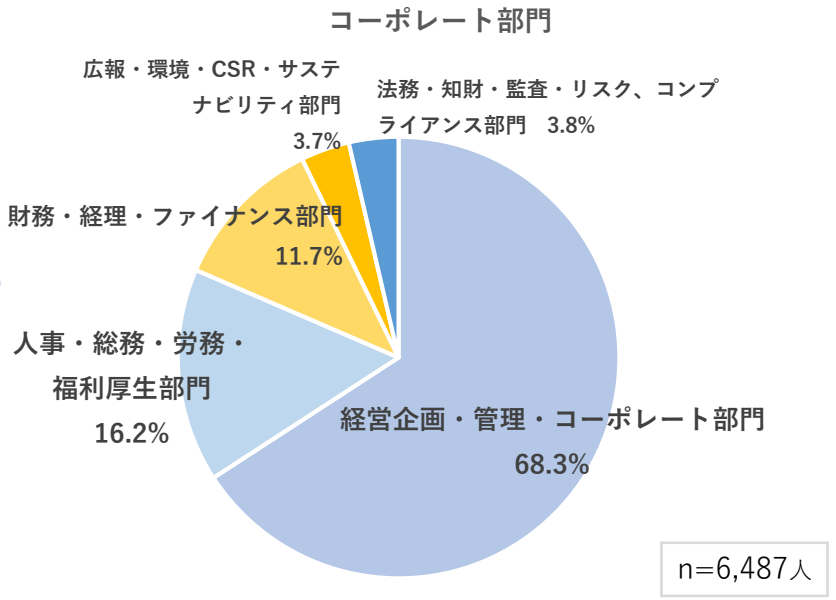
小売り・流通業内訳

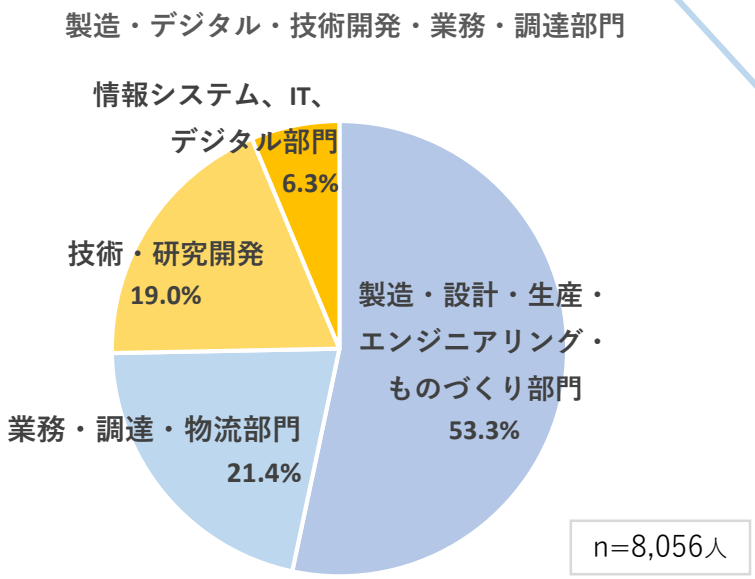


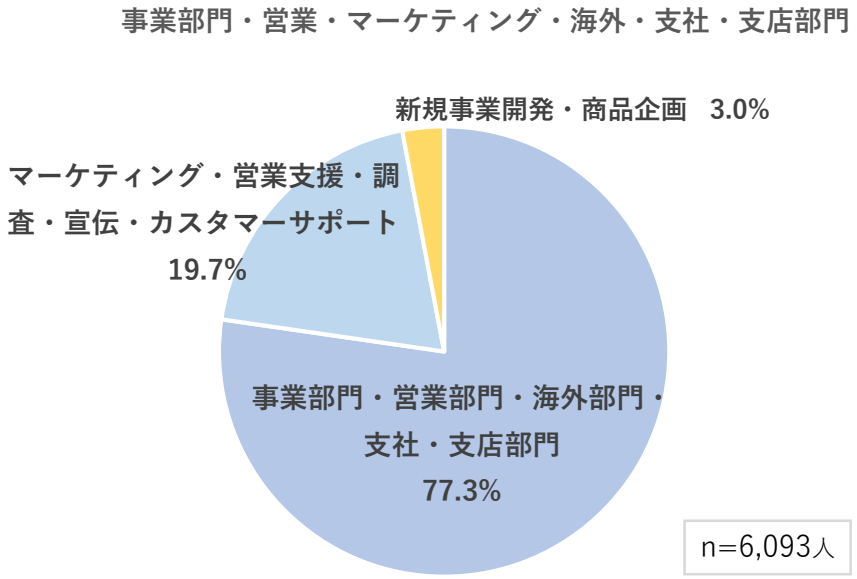
n=3,728人

本誌読者属性③ 部門


コーポレート部門
32%
事業部門・営業部門・
新規事業開発・支社・
支店部門
29%
製造・デジタル・情シス・
技術・業務・調達部門
39%
n=20,880人


コーポレート部門
広報・環境・CSR・サステナビリティ部門
3.7%
法務・知財・監査・リスク、コンプライアンス部門 3.8%
財務・経理・ファイナンス部門
11.7%
人事・総務・労務・
福利厚生部門
16.2%
経営企画・管理・コーポレート部門
68.3%
n=6,487人

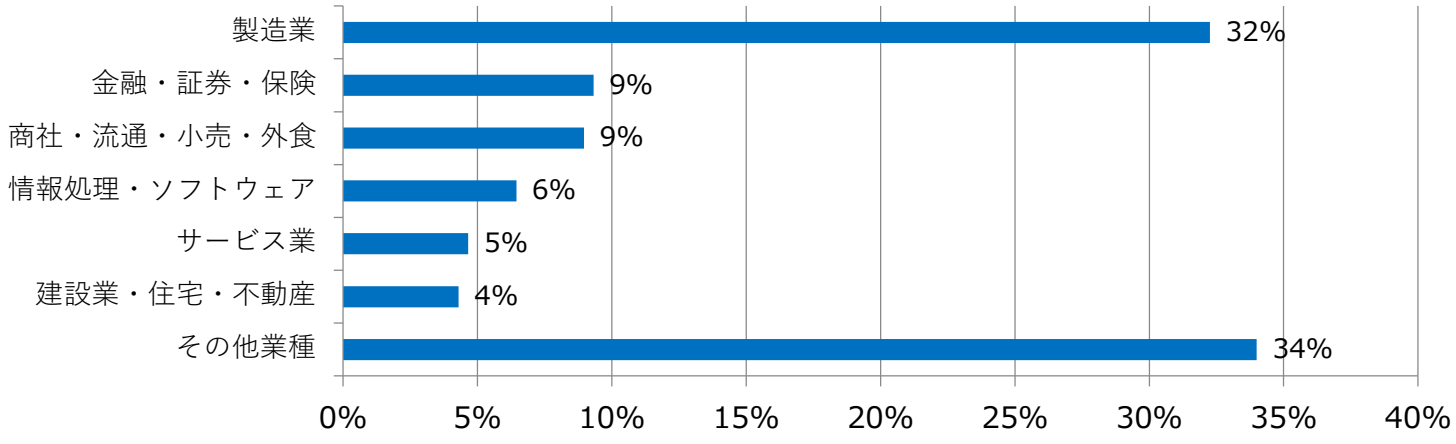

製造・デジタル・技術開発・業務・調達部門
情報システム、IT、
デジタル部門
6.3%
技術・研究開発
19.0%
製造・設計・生産・
エンジニアリング・
ものづくり部門
53.3%
業務・調達・物流部門
21.4%
n=8,056人


事業部門・営業・マーケティング・海外・支社・支店部門
新規事業開発・商品企画 3.0%
マーケティング・営業支援・調
査・宣伝・カスタマーサポート
19.7%
事業部門・営業部門・海外部門・
支社・支店部門
77.3%
n=6,093人

デジタル版読者属性（業種／役職／従業員規模）

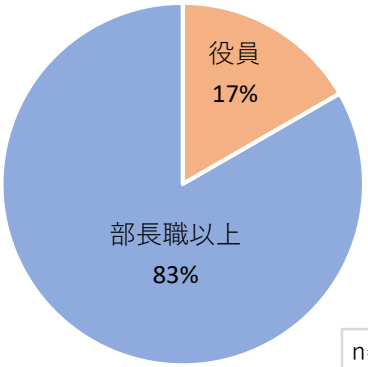
ダイヤモンド・オンライン、DHBR onlineに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

【業種】



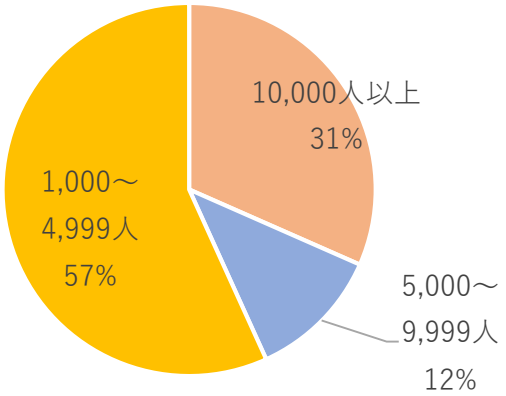
n= 3 4,722人

【役職】



n= 3 4,722人

【従業員規模】



n= 3 4,722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。

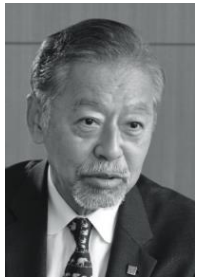
有識者インタビュー実績① 経営者（Interviewee）

DIAMOND Quarterly

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 （ベイシアグループ 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

有識者インタビュー実績② アカデミズム（Interviewee）

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

読者の声（Reader's Voice）

DIAMOND Quarterly

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”を見直しま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、あっと言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堀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

【参考】ポジショニングマップ（ダイヤモンド社他ビジネスメディアとの比較）

【役職】

高い

低い

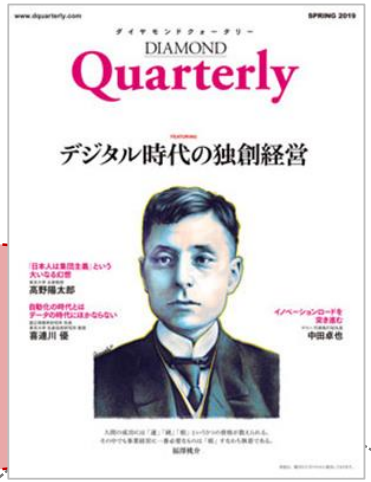
アカデミック

【用途】

実用

ダイヤモンド クォータリー

※雑誌21,000部+デジタル版35,000部（通）



週刊ダイヤモンド
65,000部

100年以上の歴史を誇るビジネス週刊誌。
独自の視点での特集記事がビジネス
パーソンに支持を受けている。

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 クォータリー 2023年春号

■発行日

本誌（約21,000名への送付）	2023年 3月下旬
オンライン転載（有料オプション）	2023年 4月中旬
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2023年 4 月中旬

■締切

編集コラボ・広告タイアップ申込	**12月2日（金）**
取材期日	**12月23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3月3日（金）** **納品〆切：2023年3月16日（木）** 【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3、表4）	**入稿〆切：2023年3月2日（木）** ※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

※スケジュールは変更になる場合がございます。