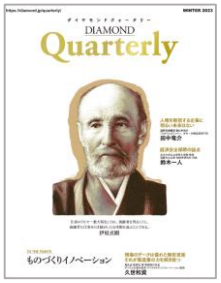
DIAMOND
Quarterly
［ダイヤモンド クォータリー］

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

2024年 夏 号
＜7月中旬発行＞



〈特別広告企画〉

製造業のサービス化戦略

対象企業／ソリューション・サービス

① AI、BI、5G、IoTなど製造業のサービタイゼーションを支えるデジタルテクノロジーやソリューションメーカー
② インダストリープラットフォーマー
③ 製造業のサービス化戦略コンサルティング、伴走支援サービス

【本誌特集タイトル】
「未来創造へのリスクテーキング」
―停滞の時代を打破するリーダーのコミットメント―

ダイヤモンド社ビジネスメディア局

■企画趣旨

製造業のサービス化を支えるデジタル技術やソリューションおよびコンサルティングサービス、また、製造企業の新たなサービス事業を東証プライム市場へ上場する企業経営層へ訴求します

近年あらゆる産業領域においてサブスクリプションビジネスモデルが普及し、多くの企業が顧客体験価値を重視するようになりました。企業間取引でも、顧客の業務フローを可視化し把握することで課題を見出したり、導入後のサポートや改善策を提供し更なる価値を創出するなど、顧客との継続的な関係構築を前提として収益化を図るストック型ビジネスは広く定着しています。

製造業においても、モノを作って売り切るのではなく、製品に付随するサービスを提供することで事業を展開する「**サービタイゼーション**」の動きが広がっています。IoT技術を活用して農機による土壌や収穫量の管理サポートを実現するクボタや、センサーでタイヤの空気圧や温度をモニタリングするデジタルソリューションを提供するブリヂストン、空調機の稼働状況から収集したデータを即時解析し、自動制御を行うクラウドサービスを展開するダイキンなど、すでに大手製造企業ではビジネスモデルにサービス化戦略を組み込み、成果を出しています。

製造業のサービス化が注目される背景には、IT技術の発達により後発の新興国メーカーでも製品や技術の模倣が容易になり製品自体のコモディティ化が進んだことや、低価格かつ高品質な新興国製品がマーケットで台頭し、日本製品の相対的価値が低下していることが挙げられます。従来の保守点検やアフターフォローに留まらず「**製品とサービスの統合による付加価値の提供**」や「**顧客との共創による体験価値の向上**」に取り組まなければ、今後、製造企業の成長は難しくなっていくともいえるでしょう。

そこで、東証プライム市場に上場する企業の経営者および取締役、執行役員に直送するマネジメント誌ダイヤモンド クォータリーでは「**サービスを統合し、新たな価値を提供する製造業のサービス化戦略**」と題した広告企画を実施いたします。**サービス化を支えるデジタル技術やソリューション**、**戦略コンサルティングサービス、**また、すでに**サービタイゼーションを展開されている製造企業の事業内容**を訴求いただける絶好の機会ですので、ご検討いただきますようお願いいたします。

■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。

誌面版＋デジタル版

■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（表紙タイトル）

「未来創造へのリスクテーキング」
―停滞の時代を打破するリーダーのコミットメント―

［企画概要・趣旨］

ピーター・F・ドラッカーは、著書『創造する経営者』（2007年、ダイヤモンド社）で次のように述べています。

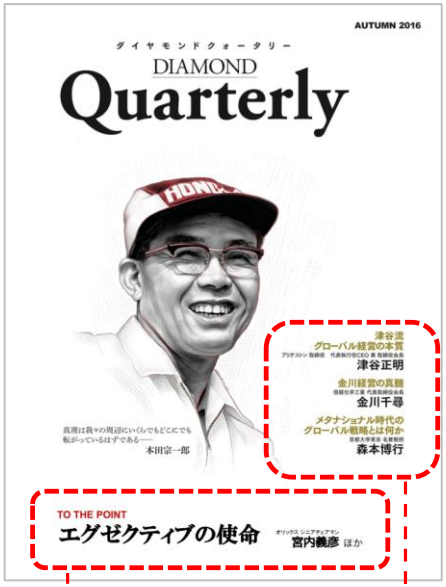
「明日を築く土台となる構想は、不確実たらざるをえない。＜中略＞
もし不確実でもなく、リスクを伴うものでもないならば、
そもそも、未来のための構想としては現実的ではない。
なぜならば、未来それ自体が不確実であってリスクを伴うものだからである」

“失われた30年”といわれる停滞の時代は、不確実性を過度に恐れ、リスク回避を優先し、我が国がイノベーションと価値創造の活力を失った時代であると言えます。

ダウンサイドリスクを適切に管理しながらも、あるべき未来を創造するための挑戦や投資のモメンタムをいかに高めるか。それが日本経済にとっての大きなアジェンダとなっています。

本特集では、不確実性を受け入れ、中長期的な成長や価値創造につながるリスクテーキングを実行していくマネジメントのあり方、リーダーのコミットメントについて考察します。

表紙イメージ



特集タイトル

巻頭インタビューコンテンツ

※企画内容、インタビュー候補は予定です。予告なく変更になる場合がございます。ご了承ください。

■特集インタビュー候補

・日立製作所 代表執行役 執行役副社長 CFO兼CRMO　（仮題）
河村　芳彦氏

［略歴］三菱商事執行役員、世界銀行エコノミストを経て2015年に日立製作所入社。ハーバード・ビジネス・スクールなどでの経験も生かし、2018年からCSO（最高戦略責任者）、2020年4月からCFO（最高財務責任者）として日立の経営改革をリード。2022年4月よりCRMO（最高リスク管理責任者）兼務。

・ニコン 代表取締役 兼 副社長執行役員
徳成 旨亮氏

［略歴］慶應義塾大学卒業、米ペンシルベニア大学大学院AMPOB修了。1982年三菱信託銀行（現三菱UFJ信託銀行）に入行。2015年三菱UFJフィナンシャル・グループ取締役執行役常務グループCFOに選任され、5年間にわたりCFOを務める。2020年にニコンに移り現職。著書に『CFO思考 日本企業最大の「欠落」とその処方箋』（2023年、ダイヤモンド社）。

・多摩大学大学院研究科（ビジネススクール）教授
堀内 勉氏

［略歴］東京大学法学部卒業、ハーバード大学法律大学院修了、Institute for Strategic Leadership(ISL)修了、東京大学 Executive Management Program(EMP)修了。日本興業銀行、ゴールドマン・サックス、森ビル・インベストメントマネジメント社長を経て、2015年まで森ビル取締役専務執行役員CFO。著書に『読書大全 世界のビジネスリーダーが読んでいる経済・哲学・歴史・科学200冊』（2021年、日経BP）、『コーポレートファイナンス実践講座』（2014年、中央経済社）など。

●巻頭インタビュー（経営者・アカデミア）候補

未定

※企画内容、インタビュー候補は予定です。予告なく変更になる場合がございます。ご了承ください。

■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。

DIAMOND Quarterly

■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/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	3,800,000円
6ページ	5,200,000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。

＜転載料金＞

ページ数	料金	保証PV
2ページ	1,000,000円	5,000PV
4ページ	1,800,000円	10,000PV

《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

※雑誌料金への追加料金です。
※8ページ以上の場合はお問合わせ下さい。
※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。
※二次利用（広告主サイトからのリンク）
　についてはお問い合わせ下さい。

■純広告料金

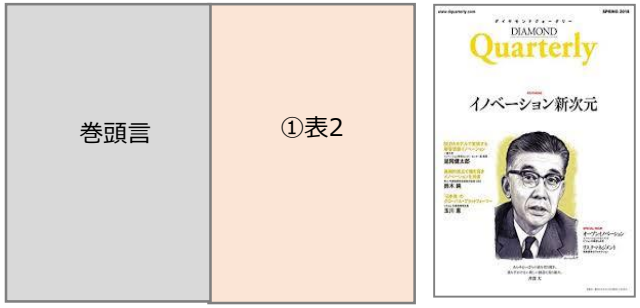
表紙周りの**特別なスペース**。中面も掲載可能です。

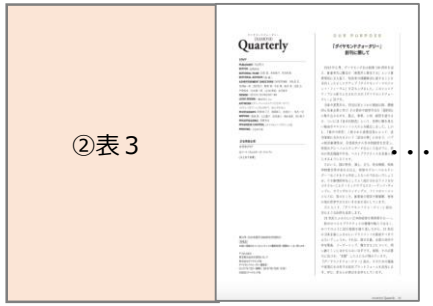
＜掲載料金＞

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。

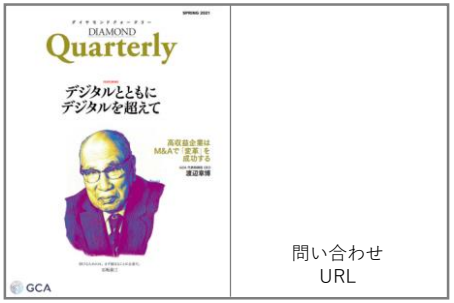
表紙





③表4

■抜き刷り



表紙　　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

パンフレット
広報誌など

●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 クォータリー］

ダイヤモンド クォータリー（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。

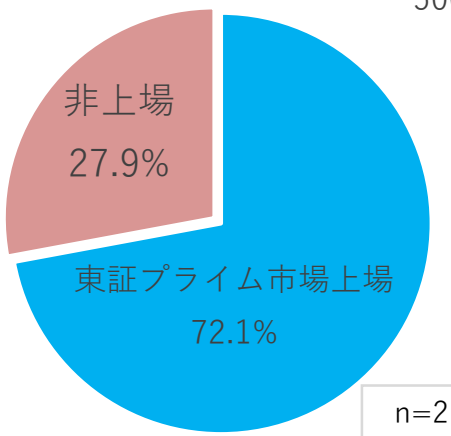
ダイヤモンド クォータリーは、冒頭の「21世紀にふさわしい日本的経営の再発見。」を掲げ、それを実現するための議論や実践知を共有する「知的プラットフォーム」を目指します。

ダイヤモンド クォータリー
編集長 岩崎　卓也

本誌読者属性① 上場区分／従業員規模／役職／売上

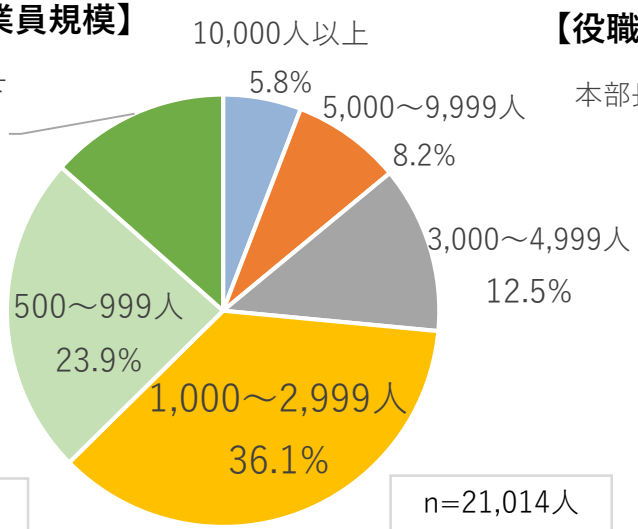
DIAMOND Quarterly

【上場区分】



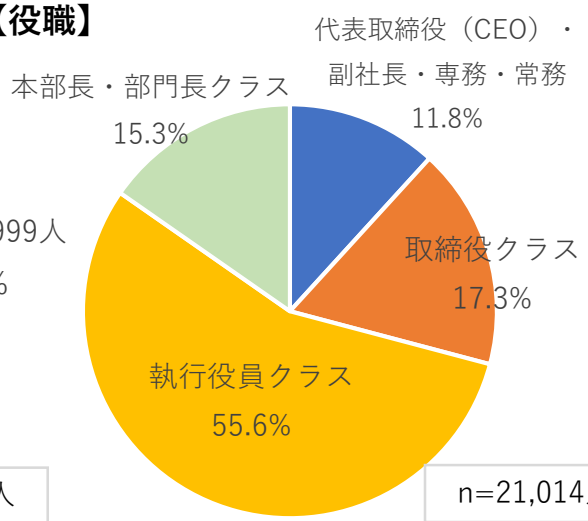
n=21,014人

【従業員規模】



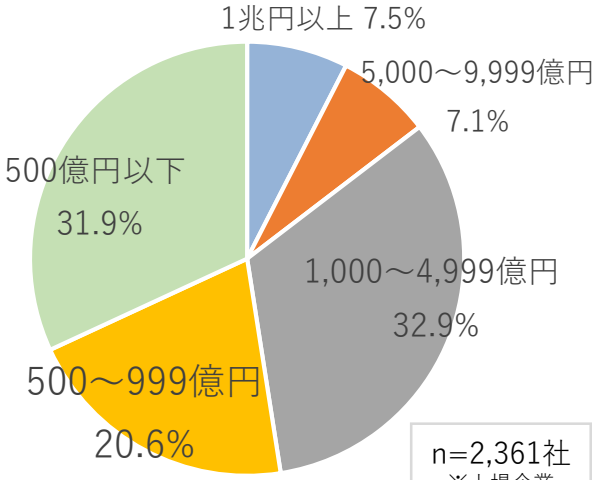
n=21,014人

【役職】



n=21,014人

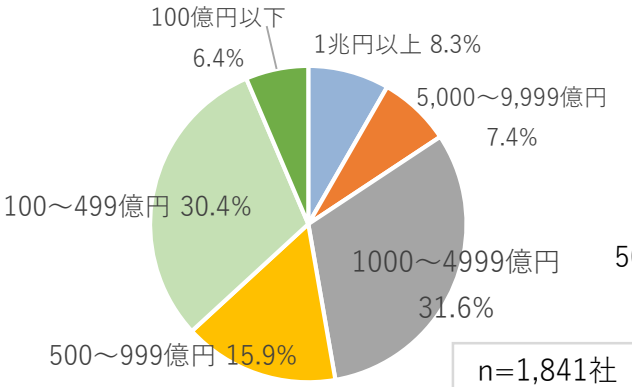
【売上】



n=2,361社
※上場企業

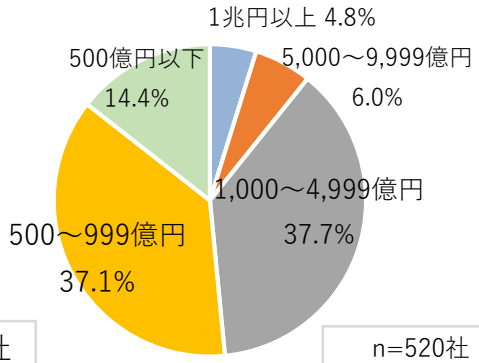
【売上（上場・非上場の内訳）】

〈東証プライム上場企業〉



n=1,841社

〈非上場企業〉

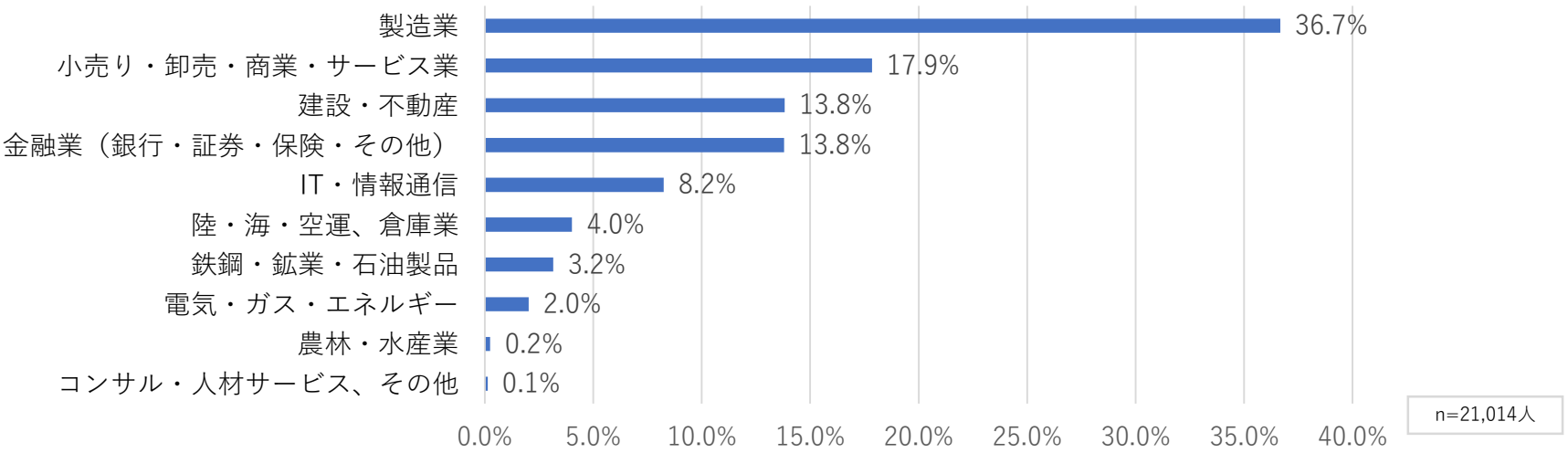


n=520社

本誌読者属性② 業種

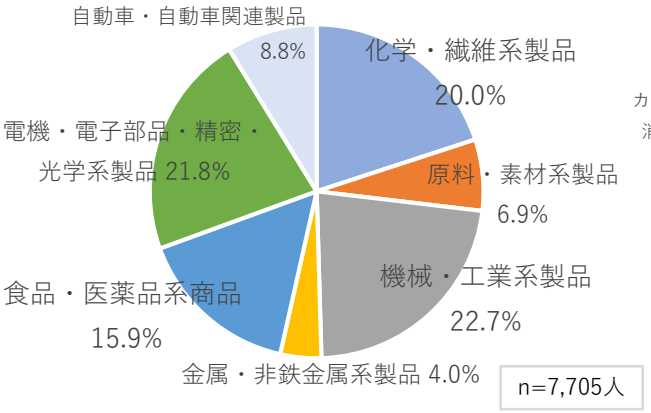
DIAMOND Quarterly

【業種】

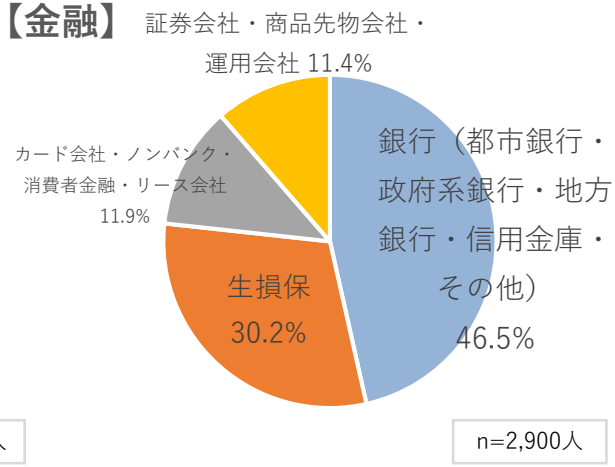


【業種内訳】

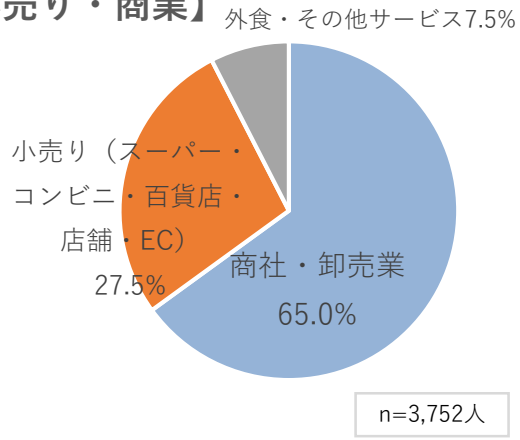
【製造業】



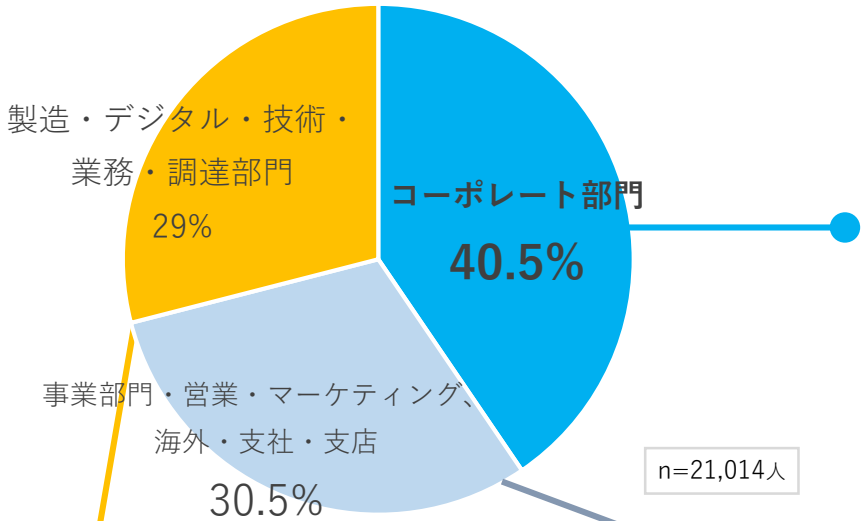
【金融】



【小売り・商業】

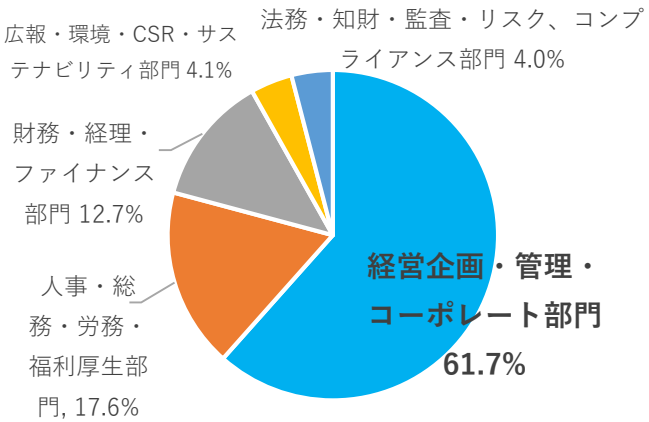


【部門】



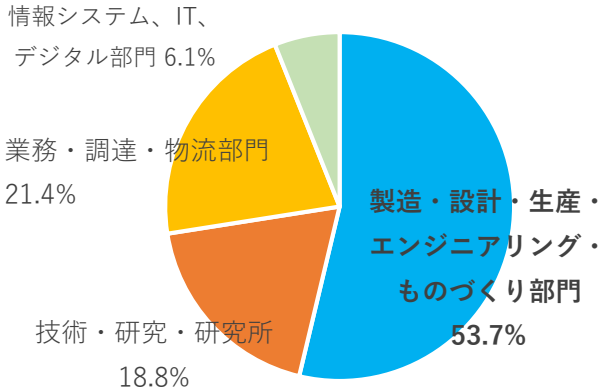
n=21,014人

【コーポレート部門内訳】



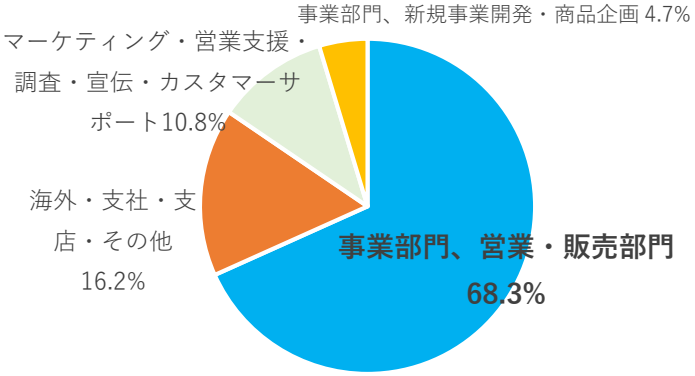
n=8,509人

【製造・デジタル・技術部門】



n=6,095人

【事業部門・営業・マーケ・海外・支社】



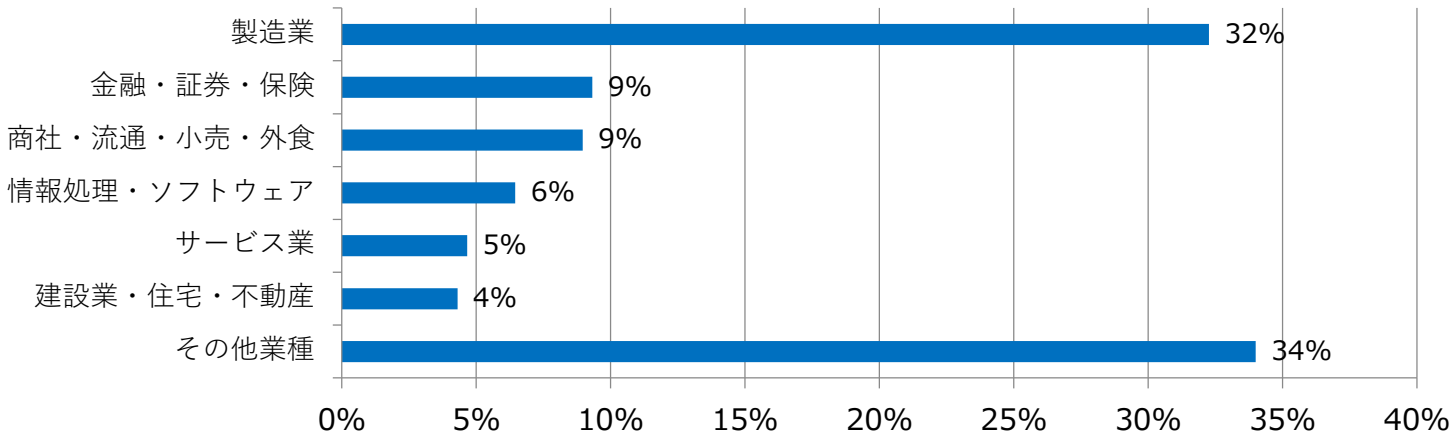
n=6,410人

デジタル版読者属性（業種／役職／従業員規模）

DIAMOND Quarterly

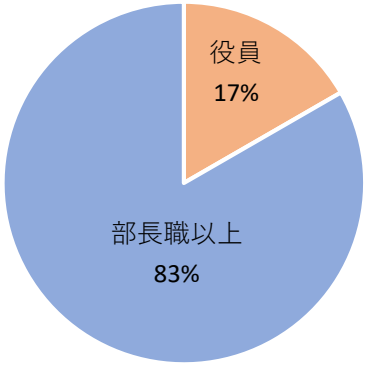
ダイヤモンド・オンライン、DHBRオンラインに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

【業種】



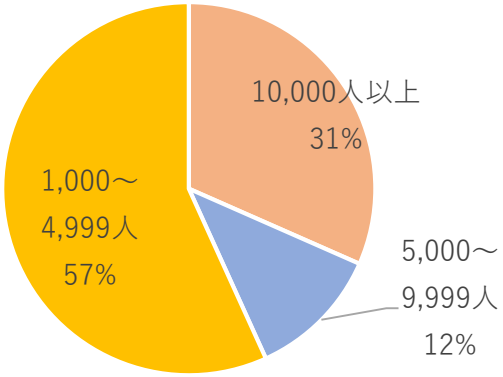
n= 3 4,722人

【役職】



n= 3 4,722人

【従業員規模】



n= 3 4,722人

※配信タイミングにより通数は変動する場合があります。

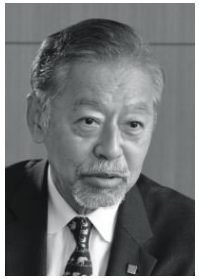
有識者インタビュー実績① 経営者（Interviewee）

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）

DIAMOND Quarterly

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

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）

【用途】

アカデミック

実用

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。

低い

DIAMOND Quarterly

ダイヤモンド クォータリー 2024年夏号

■発行日

本誌（約21,000名への送付）	2024年 7月中旬（仮）
オンライン転載（有料オプション）	2024年 8月上旬（仮）
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2024年 7 月下旬（仮）

■締切

広告タイアップ申込	**2024年 3月29日（金）**
取材期日	**2024年 5月10日（金）** ※対談・複数社の取材の場合は応相談
同梱	**申込〆切：2024年 7月 1日（月）** **納品〆切：2024年 7月11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4、表3）	**入稿〆切：2024年6月27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
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。