

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

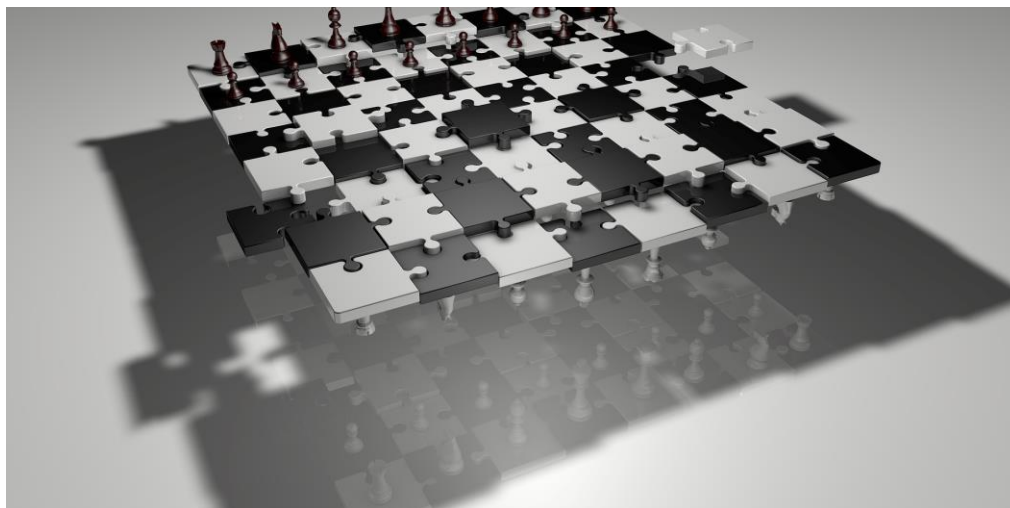
2023年 **秋** 号  
〈10月上旬発行予定〉

〈特集〉取締役の使命  
—経営のプロフェッショナルスキルとガバナンス— (仮)

〈特別広告企画〉

変革の時代に新たな勝ち方を生み出す

**製造業のための**  
**BtoBマーケティング新戦略**



ダイヤモンド社ビジネスメディア局

## ■企画趣旨

近年の製造業は、新型コロナウイルスの感染拡大や半導体不足などの影響を受けて大きく落ち込んでいます。経済産業省・厚生労働省・文部科学省が2022年5月に発表した「ものづくり白書」においても、物流コストや原料費高騰などの要因により売上高や営業利益が減少傾向にあるとされています。コロナ禍により混乱したサプライチェーンの再構築も急がれています。

このような厳しい環境下で、逆境を打破するために製造業企業がとるべきマーケティング戦略にはどのようなものがあるのでしょうか。ターゲットに精緻にリーチできるデジタルマーケティング施策の活用、MAツール利用や競合分析などによる営業資産のストック化など、攻めの戦略以外にも、顧客分析を中心としたカスタマーサクセス視点による守りの戦略も重要な考え方になるでしょう。

ダイヤモンド社は、東証プライム市場に上場する企業のCクラスおよび経営者に直送するマネジメント誌「**ダイヤモンド クォーターリー**」を展開しています。

本メディアでは**2023年秋号にて「変革の時代に新たな勝ち方を生み出す製造業のためのBtoBマーケティング新戦略」**と題した広告企画を実施いたします。

苦難を生き抜く製造業企業ための知見やソリューションを、読者である経営者層にわかりやすく紹介いたします。ぜひ、この機会に企画へのご参画をご検討いただきますよう、宜しく願いいたします。

ダイヤモンド・クォーターリー2023年秋号  
「製造業のための営業戦略」 対象サービス (例)

- ・バリューチェーン分析
- ・属人化解消：コミュニケーションツール
- ・予測精度向上・営業活動効率化：SFA、CRM、MA、BI、アナリティクスツール

■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）

The diagram illustrates the layout of a joint advertising plan. It is divided into three main sections: 'B社' (Company B), 'A社' (Company A), and '企画総論' (Overall Plan). Each section contains a 'STRATEGIC VIEWS' article with a cover image and a main text block. The '企画総論' section includes a 'DIGITAL INNOVATION' article with a cover image and a main text block. A large arrow points from the individual company sections towards the overall plan section.

**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	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



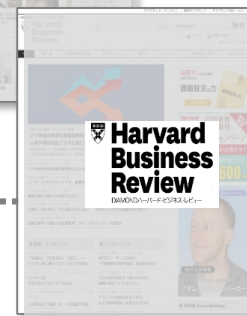
## <転載料金>

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	<b>1,000,000円</b>	280×210mm※
②表3	<b>900,000円</b>	280×210mm
③表4	<b>1,300,000円</b>	260×190mm
見開2ページ	<b>1,800,000円</b>	280×420mm
1ページ	<b>900,000円</b>	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。

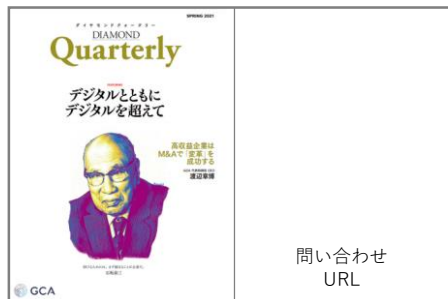
※料金は税別です。

表紙



③表4

## ■抜き刷り



問い合わせ  
URL

表紙

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



パンフレツト  
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ツト、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。



※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。

## ■特集タイトル

# 取締役の使命—経営のプロフェッショナルスキルとガバナンス—（仮題）

## ■企画概要・趣旨

近年「株主資本主義」から「ステークホルダー資本主義」への転換がグローバルな経営テーマとなっていますが、投資家のみならず、顧客や従業員、社会など幅広いステークホルダーにとって望ましい経営を実現するのは容易なことではありません。他方、2021年6月に公表された改訂コーポレートガバナンス・コードでは、経営者のスキルマトリックスの開示やサクセッションプラン（後継者育成計画）の重要性が強調されていますが、大半の上場企業の対応は形式的なものに留まっているのが実情です。時代の要請や自社のパーパス、経営戦略などに照らし合わせ、経営者に求められるスキルセットと、取締役および経営執行陣のスキルポートフォリオをどのように定義すべきか。そして、定義したスキルを有する経営人材をどのように育成、獲得していくべきなのか。ガバナンスやジョブアサインメント、インセンティブの設計、経営人材の流動性のあり方などを含め、本特集で考察します。

## ●特集インタビュー候補

### オリックス シニア・チェアマン 宮内義彦氏

1935年神戸市生まれ。58年関西学院大学商学部卒業。60年ワシントン大学経営学部大学院でMBA取得後、日綿実業(現双日)入社。64年オリエント・リース(現オリックス)入社。70年取締役、80年代表取締役社長・グループCEO、2000年代表取締役会長・グループCEO、14年より現職。

### 早稲田大学 商学学術院教授 久保克行氏

1992年慶応義塾大学経済学部卒業。94年慶応義塾大学大学院経済学研究科修了。2000年英ロンドン大学大学院でPh.D（労使関係）を取得。一橋大学経済研究所専任講師、早稲田大学大学院商学研究科准教授などを経て、2010年より現職。

### 神戸大学 社会システムイノベーションセンター特命教授 加護野忠男氏

1973年神戸大学大学院経営学研究科博士課程中途退学後、神戸大学経営学部助手、講師、助教授を経て、88年神戸大学経営学部教授。98年神戸大学経営学部長ならびに大学院経営学研究科長。2011年に神戸大学を退官、甲南大学特別客員教授、大阪経済大学客員教授を経て、2019年4月より現職。

# 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。**

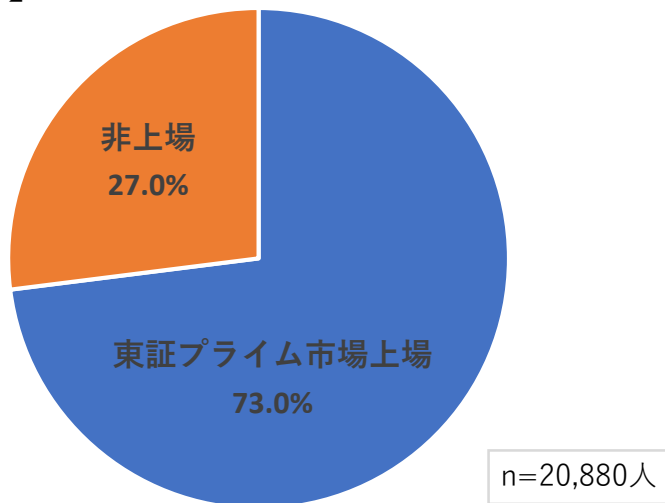
日本の産業界は戦後以降、積極的に欧米企業に学びその長所や特長を「選択的」に取り込みながら製品、事業、人材、経営そのものを進化させ、ついには「日本的経営」という世界に類を見ない独自のマネジメントシステムを確立しました。しかし、バブル経済崩壊後は自信喪失から日本的経営を否定し、経営のグローバルスタンダード化という名の下に欧米の経営理論や手法を安易に導入した結果、日本企業の強みが急速に失われてしまいました。

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。

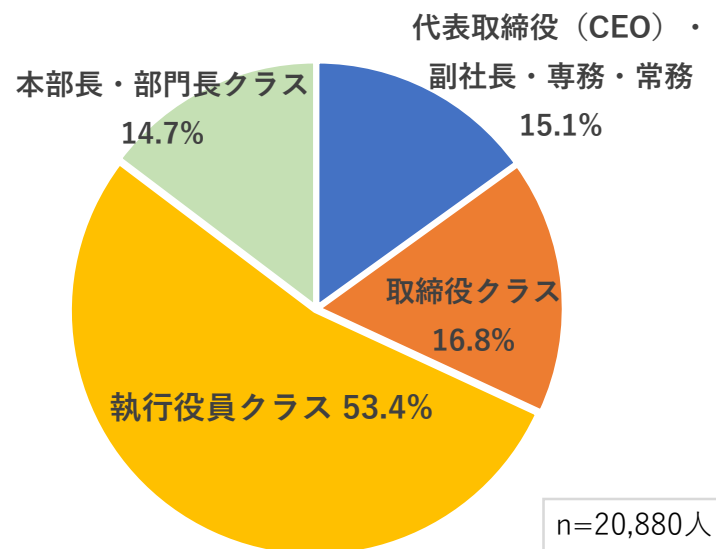
ダイヤモンド クォーターリーは、冒頭の「21世紀にふさわしい日本的経営の再発見。」を掲げ、それを実現するための議論や実践知を共有する「知的プラットフォーム」を目指します。

ダイヤモンド クォーターリー  
編集長 岩崎 卓也

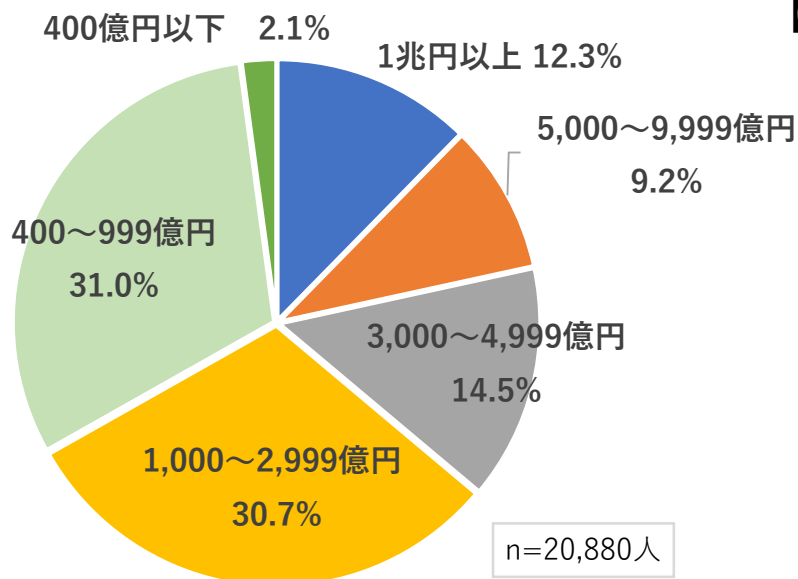
【上場区分】



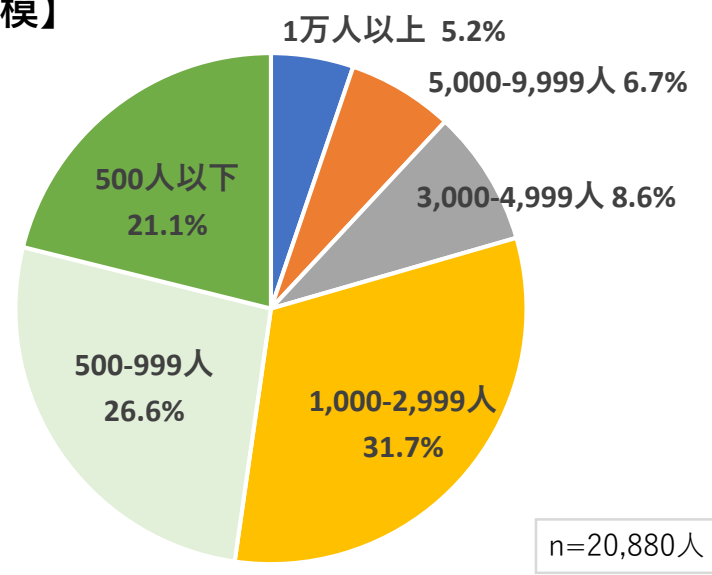
【役職】



【売上】

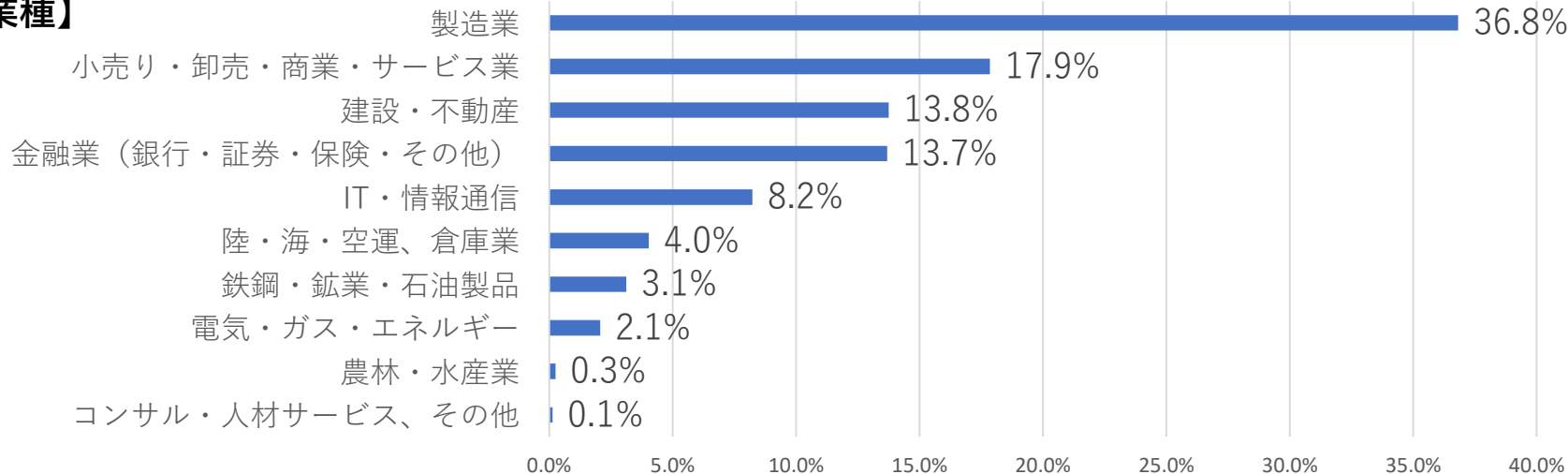


【従業員規模】



# 本誌読者属性② 業種

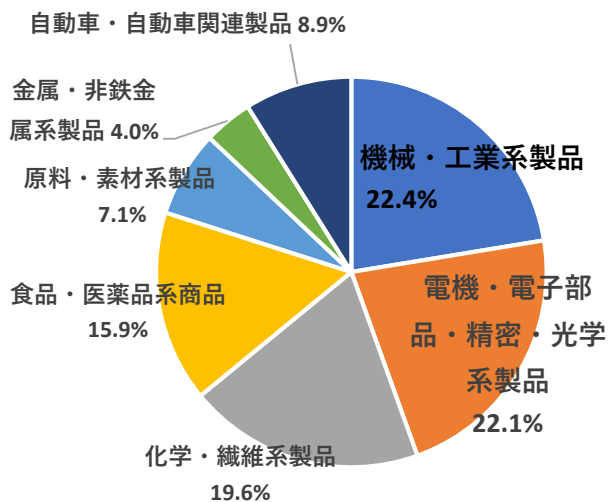
## 【業種】



n=20,880人

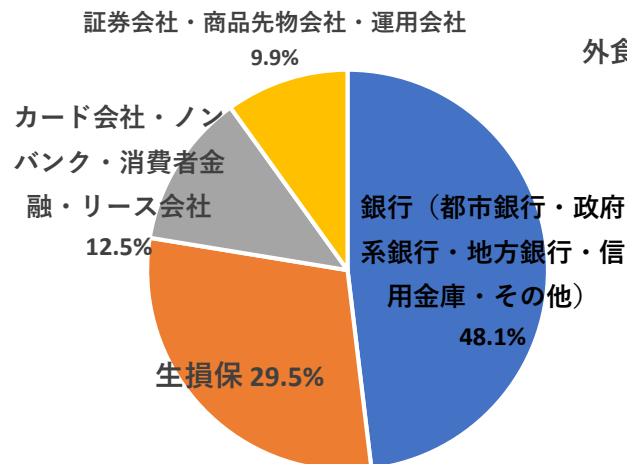
## 【業種内訳】

### 製造業内訳



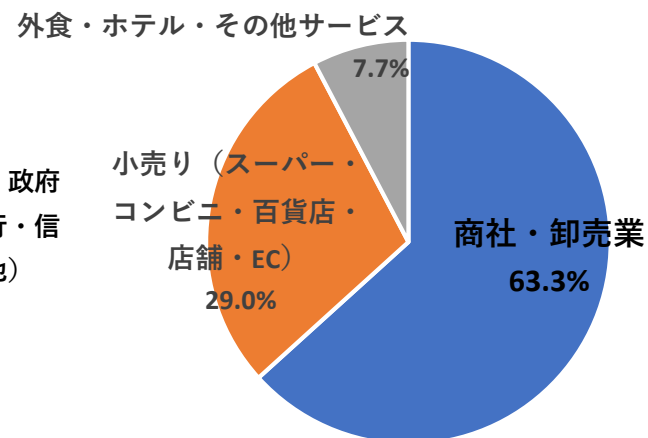
n=7,689人

### 金融業内訳



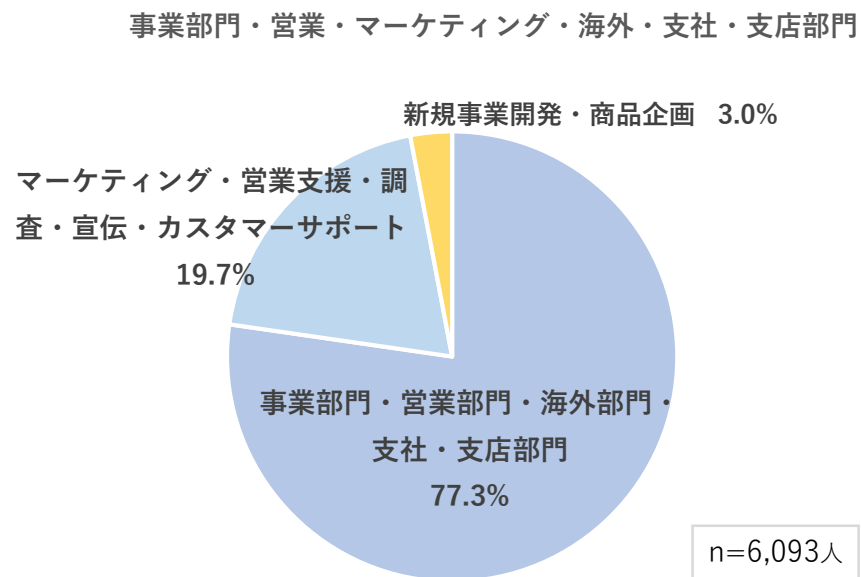
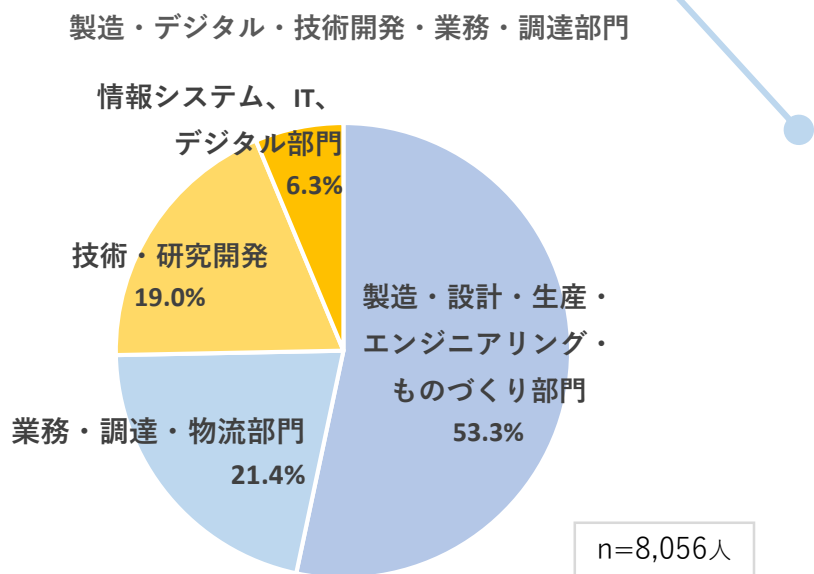
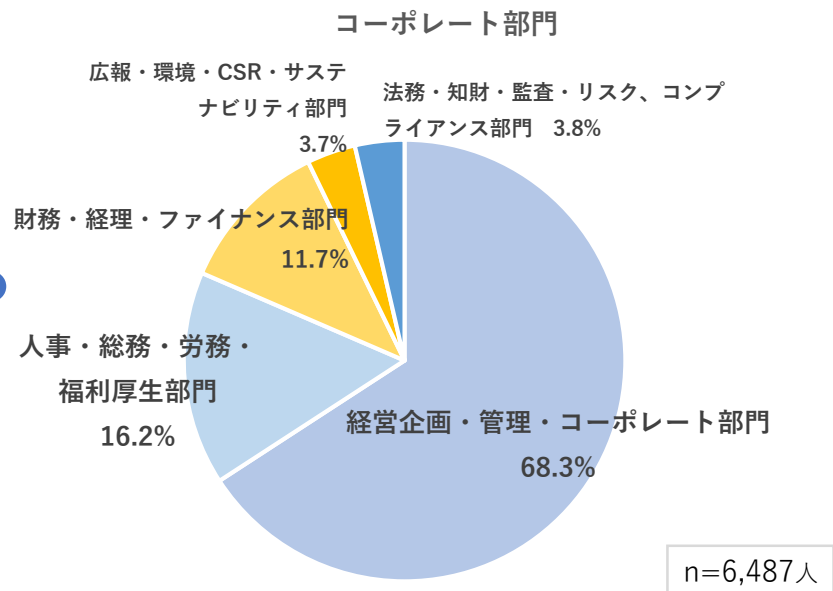
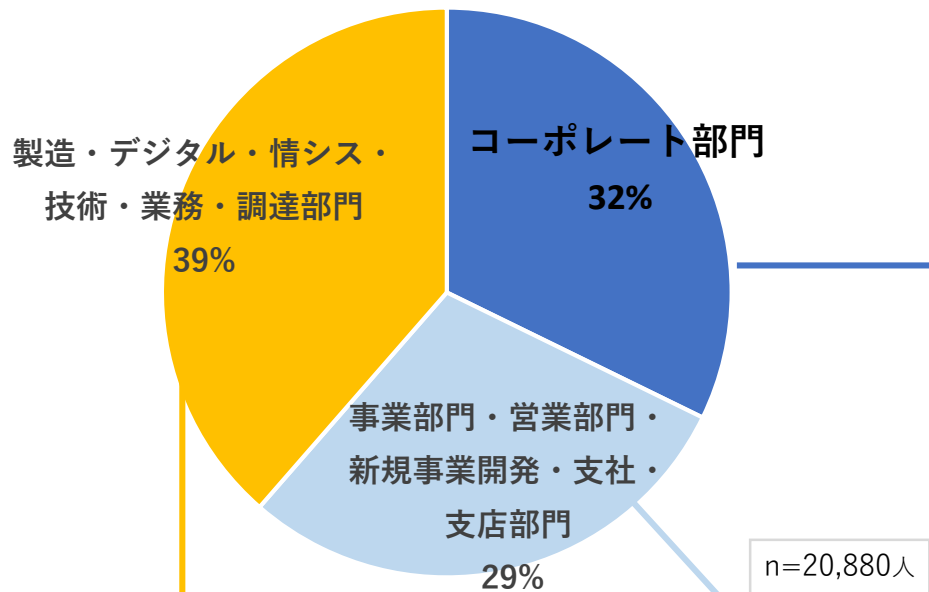
n=2,859人

### 小売り・流通業内訳



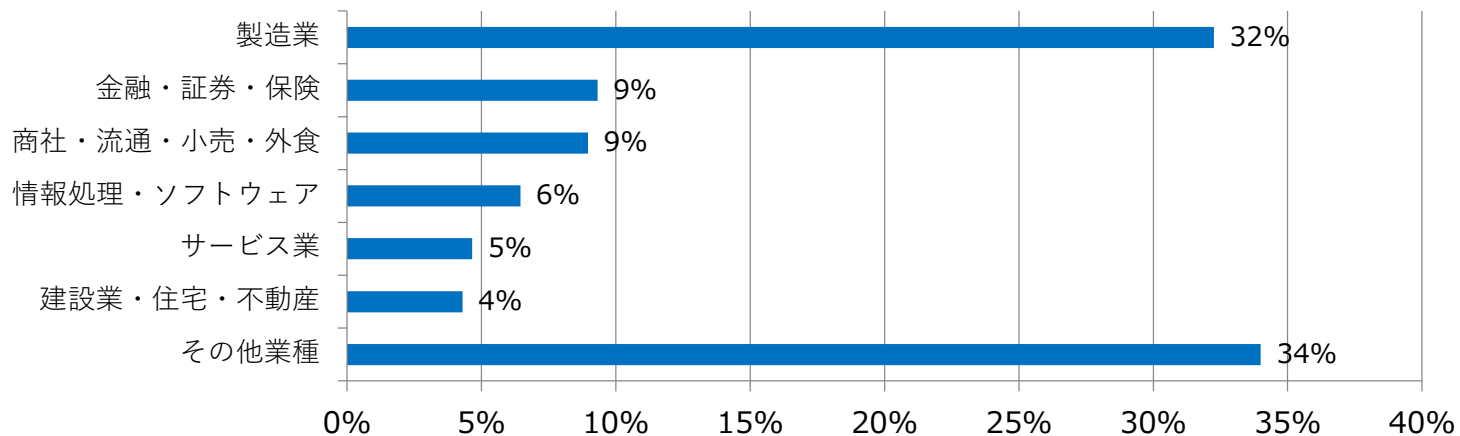
n=3,728人

# 本誌読者属性③ 部門



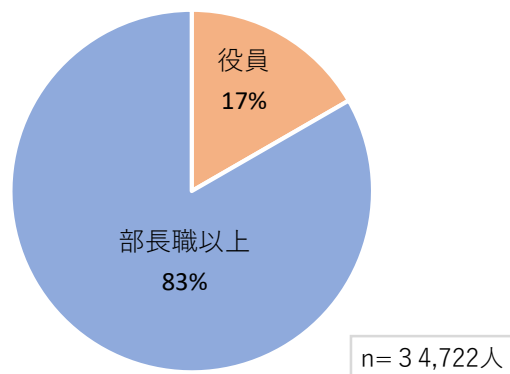
ダイヤモンド・オンライン、DHBR onlineに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

## 【業種】



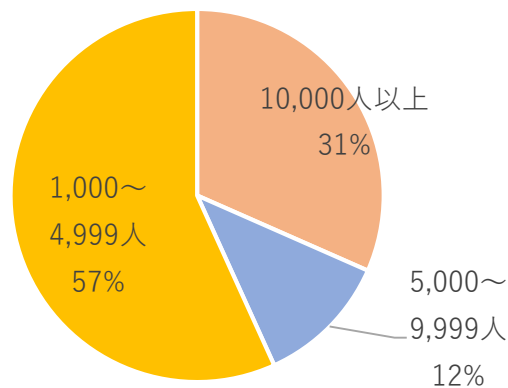
n= 34,722人

## 【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

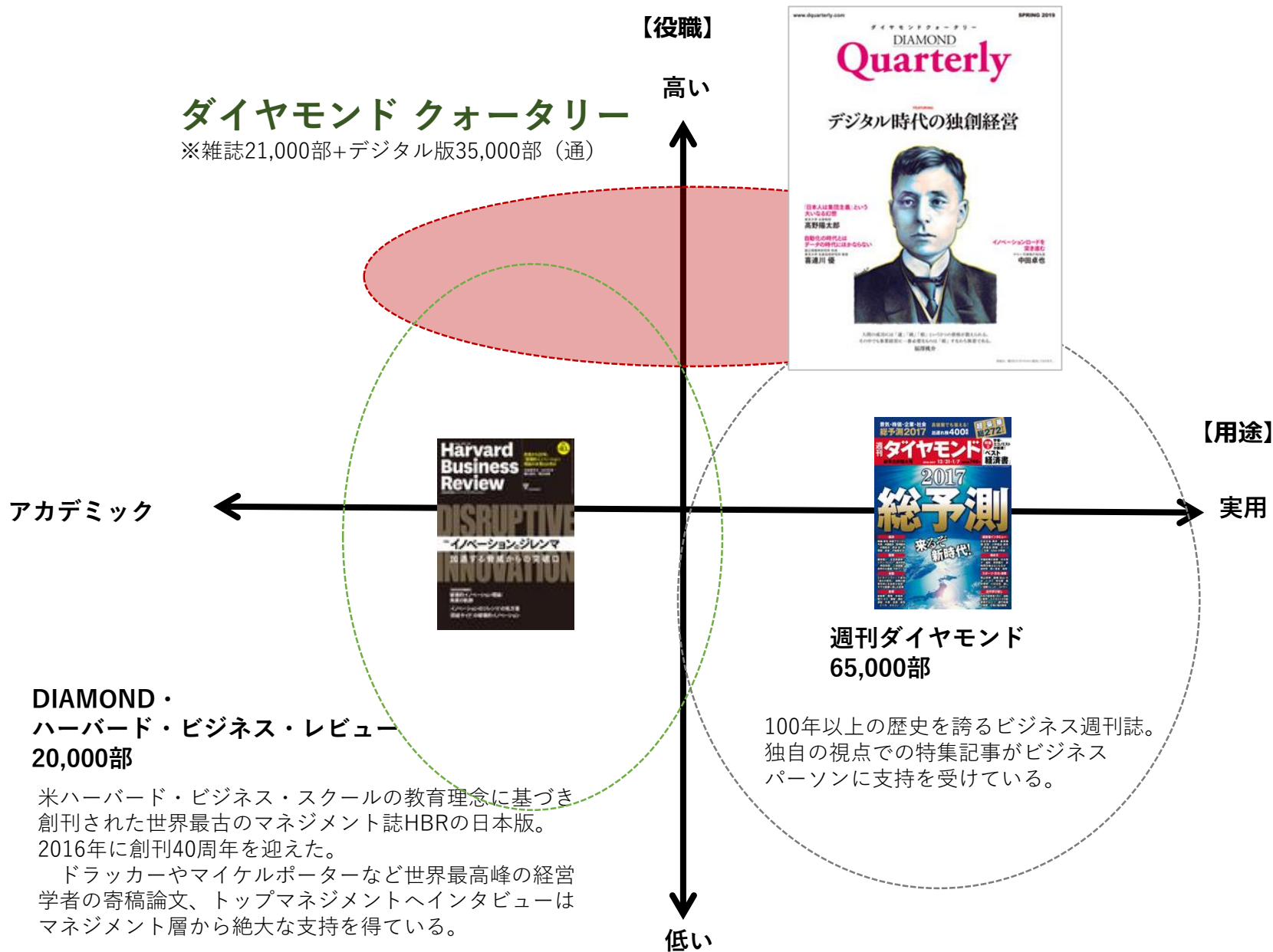


湊 長博 (京都大学 総長)  
 宮本又郎 (大阪大学 名誉教授)  
 安田隆二 (一橋大学大学院 国際企業戦略研究科 特任教授)  
 山田英夫 (早稲田大学ビジネススクール 教授)  
 横山禎徳 (東京大学EMPディレクター)  
 米倉誠一郎 (法政大学 イノベーション・マネジメント研究科 教授)  
 和田一夫 (東京大学 名誉教授)

※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う。
- # 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年秋号

## ■発行日

本誌（約21,000名への送付）	2023年10月上旬予定
オンライン転載（有料オプション）	2023年10月下旬
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2023年10月下旬

## ■締切

編集コラボ・広告タイアップ申込	<b>2023年6月30日（金）</b>
取材期日	<b>2023年7月21日（金）</b> ※対談・複数社の取材の場合は応相談
同梱	申込〆切：2023年 <b>9月15日（金）</b> 納品〆切：2023年 <b>9月29日（金）</b> 【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 <b>9月14日（木）</b> ※決定優先となるため空き枠はお問い合わせください。

※スケジュールは変更になる場合がございます。

# 営業・マーケティング企画2023年ラインナップ

各タイトルは変更になることがあります  
詳細は個別企画書をご確認ください

## 成功するオウンドメディア戦略 ダイヤモンド・オンライン 2023年7月 公開

コンテンツマーケティングに取り組みながらも運用面での悩みを抱える企業は多いことでしょう。そんな企業のオウンドメディア戦略の支援策を深掘りしていきます。

## データドリブンセールス ダイヤモンド・オンライン 2023年8月 公開

経験や勘だけに頼らず、市況予測、顧客の購買パターン、営業履歴などのデータを営業活動や人材育成に活かすことはコンスタントな結果を生むために重要です。それを支援するセールスインテリジェンスツールを紹介する企画です。

## CXM（カスタマー・エクスペリエンス・マネジメント） ダイヤモンド・オンライン 2023年9月 公開

あらゆるデータから顧客の「今」を分析し、最適なコミュニケーションを図るCXM。それらを支援するコンサルティングサービスやソリューションを訴求します。

## 製造業のためのBtoBマーケティング新戦略 ダイヤモンド・クォーターリー 2023年秋号

逆境の風吹く昨今の市場においてわが社のプロダクトを如何に売り込んでいくか。従来型の営業活動だけでは生き残りは厳しいと言わざるを得ません。新しい勝ち方を確立するための戦略とは。そして実現させるために必要な施策を紹介します。

## インクルーシブ・マーケティング DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー 2023年 9/10号

マイノリティを価値と捉え、多様性の中に持続的成長モデルを見出すマーケティング手法。その新たな概念に基づいたコンサルティングサービスやソリューションを訴求します。

## RevOps（レベニュー・オペレーション） DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー 2023年 10/10号

マーケティングとセールスがシームレスに連携し全体最適を目指す「RevOps」（レベニュー・オペレーション）。その実現に有効なCRMやSFAをはじめとしたツールや、導入のコンサルティングサービスをPRします。

### ■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](mailto: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