

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

2024年 **秋** 号

<10月発行>

<連合広告企画>

製造業のビジネスモデル変革

モノ売りからコト売りへ PaaS (Product as a Service) 構築支援

【編集特集】

循環経済(サーキュラーエコノミー)という

ビジネスモデル乱世をどう生き抜くか

買い替えから「使い続け」へ 経済モデルのパラダイムシフト&モノづくりイノベーション

インタビュー：妹尾堅一郎氏 (産学連携推進機構 理事長)

■企画趣旨

製造業におけるビジネスモデルの転換を支えるデジタル技術やソリューションおよび価値創出を支援するコンサルティングサービスについて企業経営層へ訴求いたします

あらゆる産業領域においてモノがサービス化されるXaaS（X as a Service）が目覚ましく発展し、顧客との継続的な関係構築を前提としたビジネスモデルが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おり、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ソリューションを提供している「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の変革を進めています。

製造業のサービス化をはじめとした「ビジネスモデル変革」が注目される背景には、製品のコモディティ化や新興国製品の台頭による日本製品の相対的価値の低下、循環型経済（サーキュラーエコノミー）への移行に向けた企業の取り組みが重視され始めていることが挙げられます。製品を大量生産・大量消費する線形型経済（リニアエコノミー）のままでは、資源が枯渇し需要に追いつかなくなり、企業活動を行うのはおろか気候変動、環境汚染の深刻化などの多くの社会問題をもたらします。製造企業にとって「ビジネスモデルの変革」は喫緊の課題であり、いま取り組まなければ事業成長は難しくなるでしょう。

東証プライム市場に上場する企業の経営層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」では、「**製造業のビジネスモデル変革**」と題した広告企画を実施いたします。サービス化や価値創出を支援する**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**をPR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。

対象企業／ソリューション・サービス

- ▶ **ビジネスモデル変革支援／戦略コンサルティング／伴走支援サービス**
- ▶ **製造業向けデジタルテクノロジー、AI、BI、IT、IoTソリューション**
- ▶ **製造業向けPLMソリューション、データプラットフォーム、分析ツール**

■連合広告企画

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。 **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)



※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。

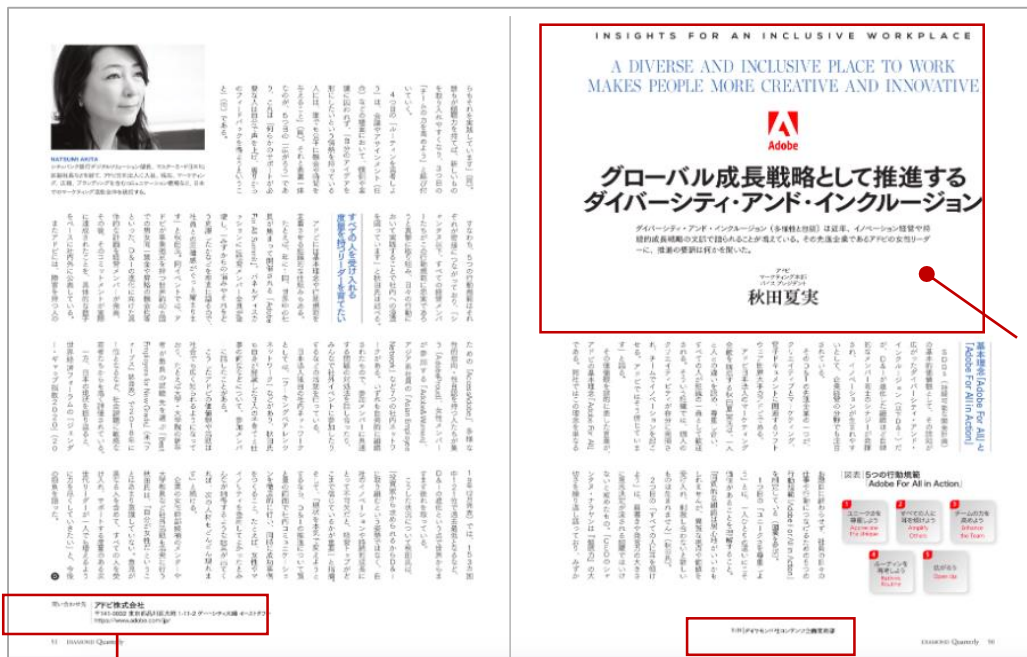
■広告タイアップ（2ページ～）

スポンサー企業の**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>



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。

ロゴ、記事見出し、
リード文
インタビューイー氏名

■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>

※掲載内容は誌面と同様です。
※誘導はDQオンライントップ、
ダイヤモンドオンラインから行います。
※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。

●タイアップページ



<転載料金>

ページ数	料金	保証PV
4ページ	1,000,000円	5,000PV
6ページ	1,800,000円	10,000PV

※雑誌料金への追加料金です。
※8ページ以上の場合はお問い合わせ下さい。
※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。



●ダイヤモンドオンライン

■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。

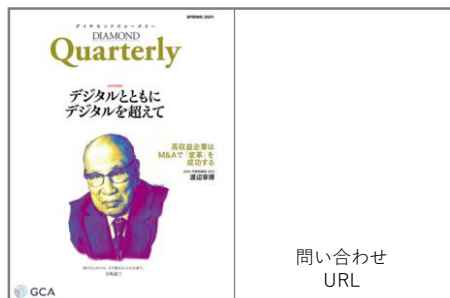
※料金は税別です。

表紙



③表4

■抜き刷り



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。

■編集特集テーマ

循環経済(サーキュラーエコノミー)という ビジネスモデル乱世をどう生き抜くか

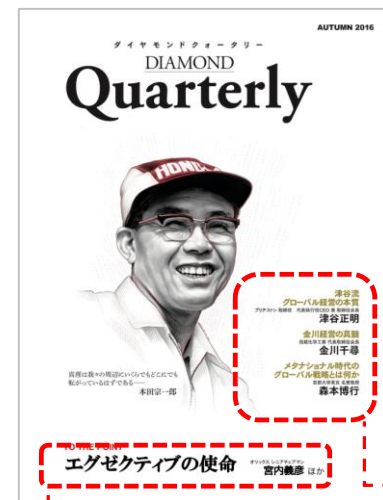
— 買い替えから「使い続け」へ経済モデルのパラダイムシフト&モノづくりイノベーション —

「循環経済」という言葉がよく聞かれるようになったが、循環経済=3R（リデュース、リユース、リサイクル）、極論すればゴミ対策（廃棄物問題）の文脈で語られることが少なくない。よって「環境汚染」問題として考える人も多いが、実は、循環経済の根底にあるのは「資源枯渇」問題である。大量生産・大量消費による線形経済を続けた結果が、環境汚染と資源枯渇という世界的に深刻な2大問題を招いた。

2050年に世界人口は100億人を突破すると予想され、この人口を食べさせていくには、地球2個分の資源が必要とされる。しかし、現時点ですでに1.75個分の資源が使用されている（未来に使う資源を先食いしている）という事実を知っている人は少ない。限られた資源を世界で分配し、有効活用していくには、資源の循環消費と再生産、つまり「**資源生産性**」の追求が不可欠となる。それは資源を無駄にしない・使い続けられるモノづくりに帰結し、つまるところ、「**買い替えのモノづくりから、使い続けのモノづくりへの転換**」である。欧州では、顧客の「修理する権利」が認められ、家電製品には修理しやすい環境整備が法律で義務付けられた。もちろん、日本のメーカーも対象である。まさに、線形経済から循環経済へという、経済モデルのパラダイムシフトが始まっている。

だが、現在のモノ消費ありきの線形経済下においては、使い続けのモノづくりは業績悪化を意味する。モノづくりと流通のあり方を根底から変えることから考えねばならない。**モノが売れなくなる循環経済下で、企業はいったいどのように稼いでいけばよいのか。**まさに、「**ビジネスモデルの大転換**」が求められている。ビジネスモデル研究の第一人者である妹尾堅一郎氏は、「循環経済は未知の領域だからこそビジネスチャンスの宝庫である。使い続けるモノづくりで稼ぐ仕組みを構築し、資源の再生産を担う先進的なりソーシングビジネス（中脈産業）も生み出せば、日本は資源循環大国になることができる」という。循環経済というビジネスモデル乱世を生き抜くための処方箋を妹尾先生に詳しく聞く。

表紙イメージ



巻頭インタビューコンテンツ

特集タイトル

※企画内容は予告なく変更になる場合がございます。あらかじめご了承ください。

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)
媒体概要

■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。

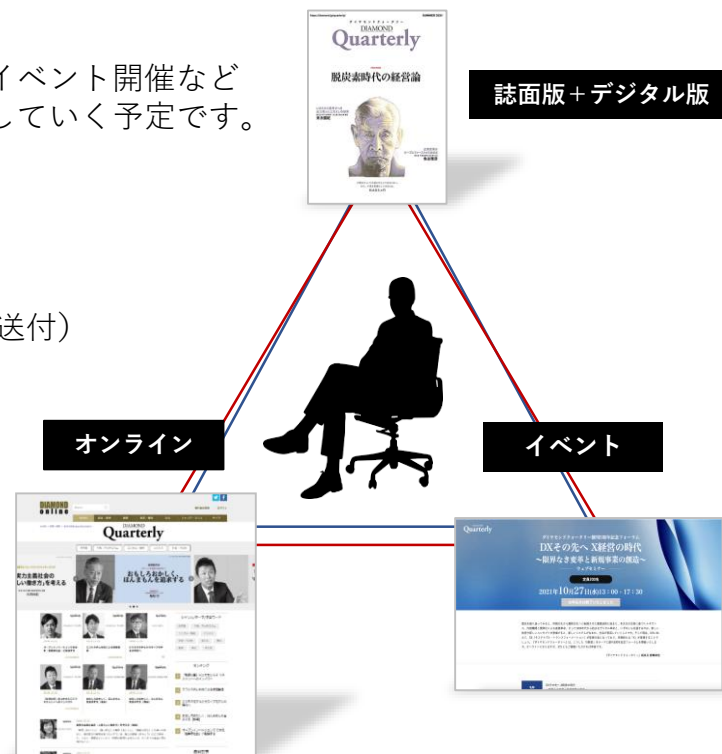
ダイヤモンド クォーターリーは、2013年にダイヤモンド社100周年記念事業として生まれ、3年後の2016年10月に現在の誌名、発行形態で創刊いたしました。

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。

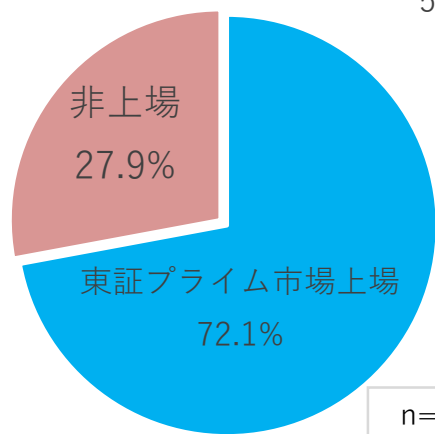
また、近年は誌面とともにデジタル版の配信、オンラインでの展開、イベント開催などにも力を入れており、今後さらに読者とのリレーションや接点を強化していく予定です。

■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）

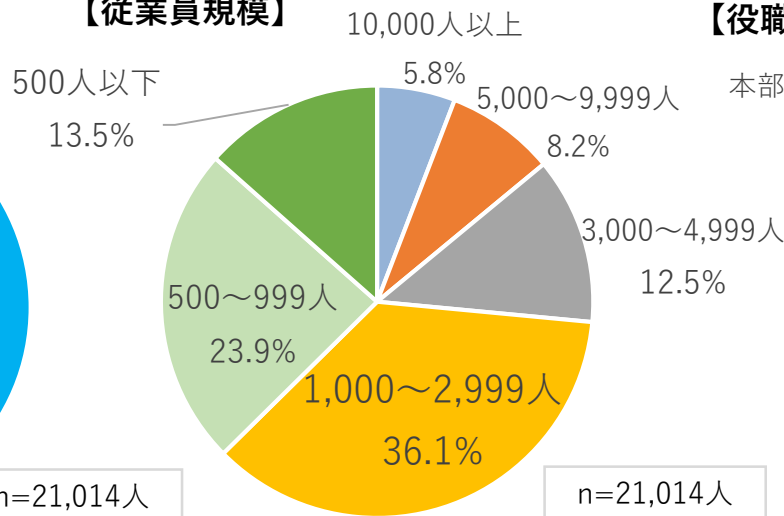


【上場区分】



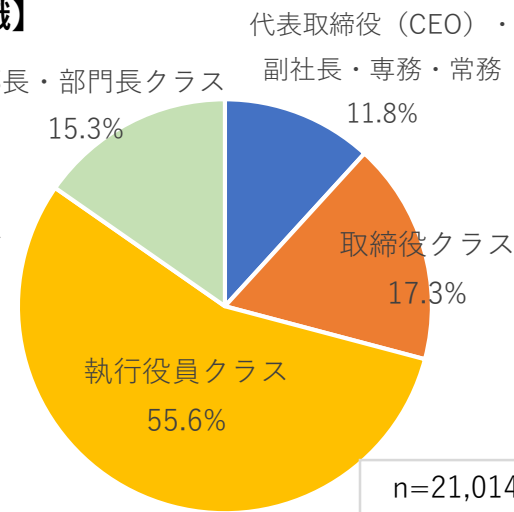
n=21,014人

【従業員規模】



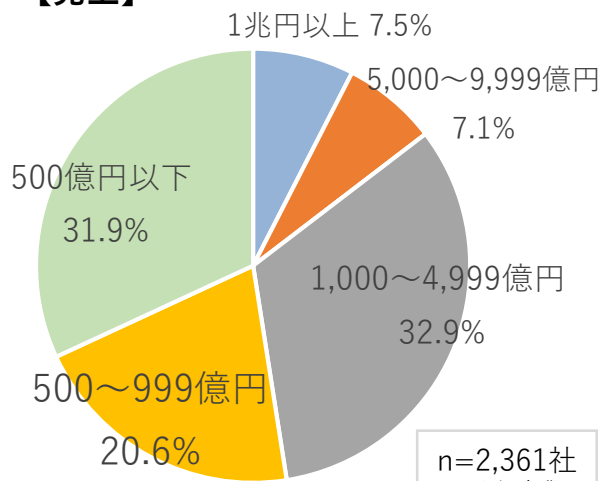
n=21,014人

【役職】



n=21,014人

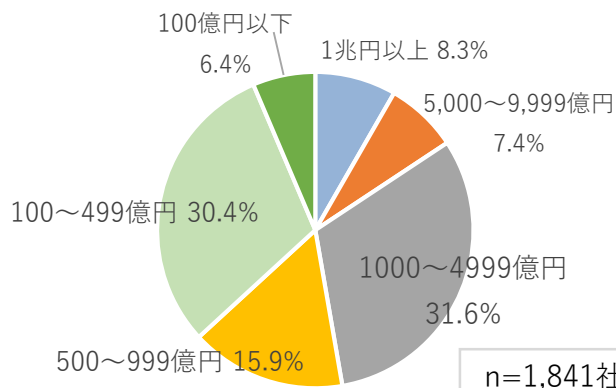
【売上】



n=2,361社
※上場企業

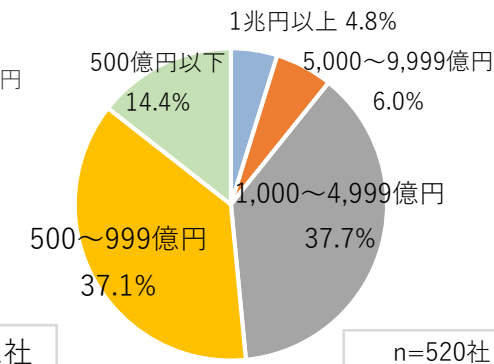
【売上 (上場・非上場の内訳)】

〈東証プライム上場企業〉



n=1,841社

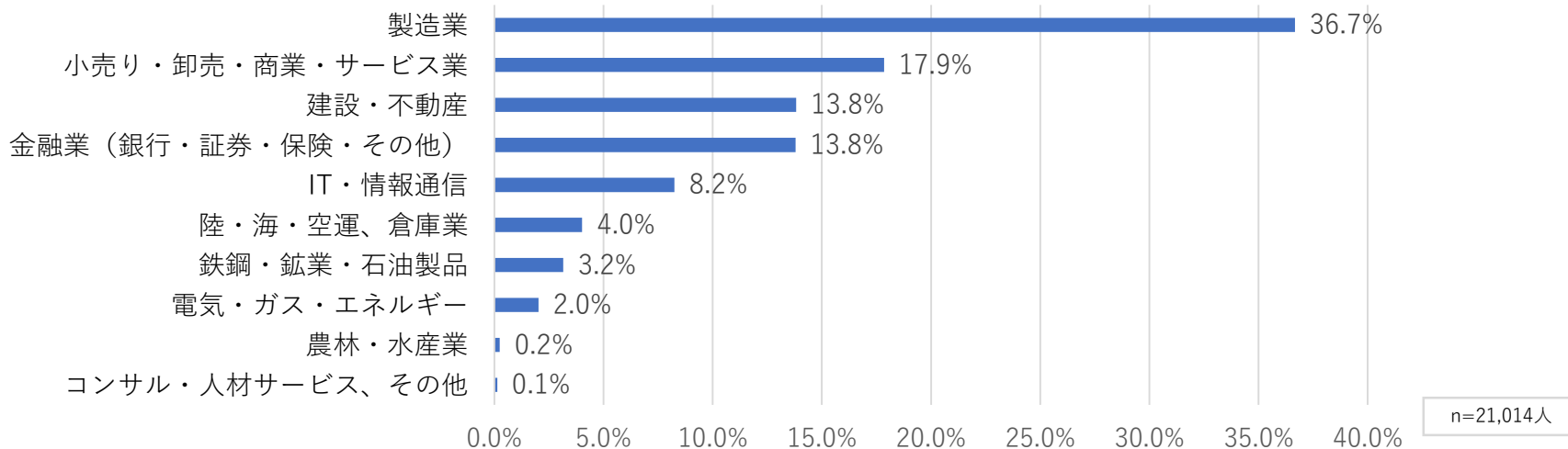
〈非上場企業〉



n=520社

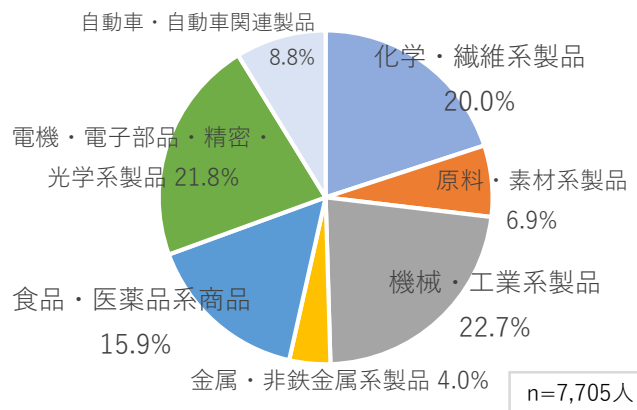
本誌読者属性② 業種

【業種】

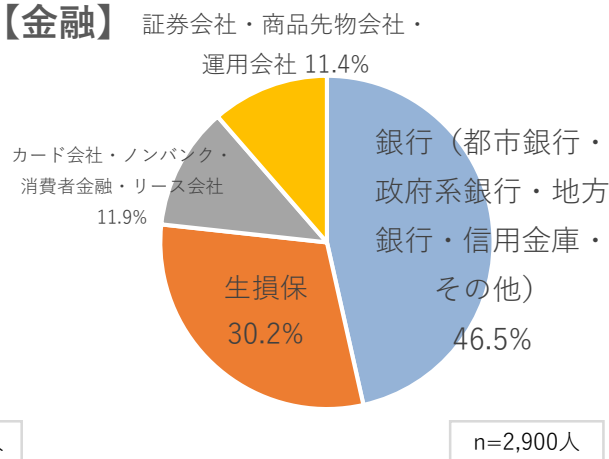


【業種内訳】

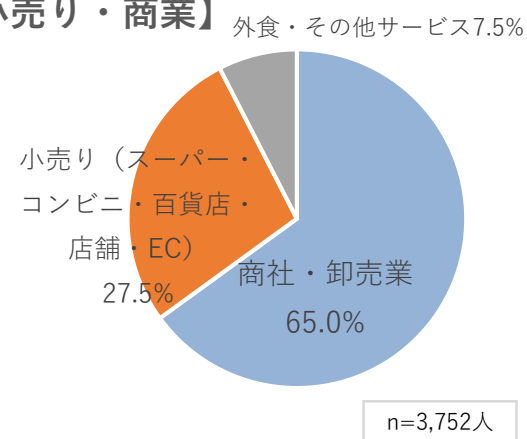
【製造業】



【金融】

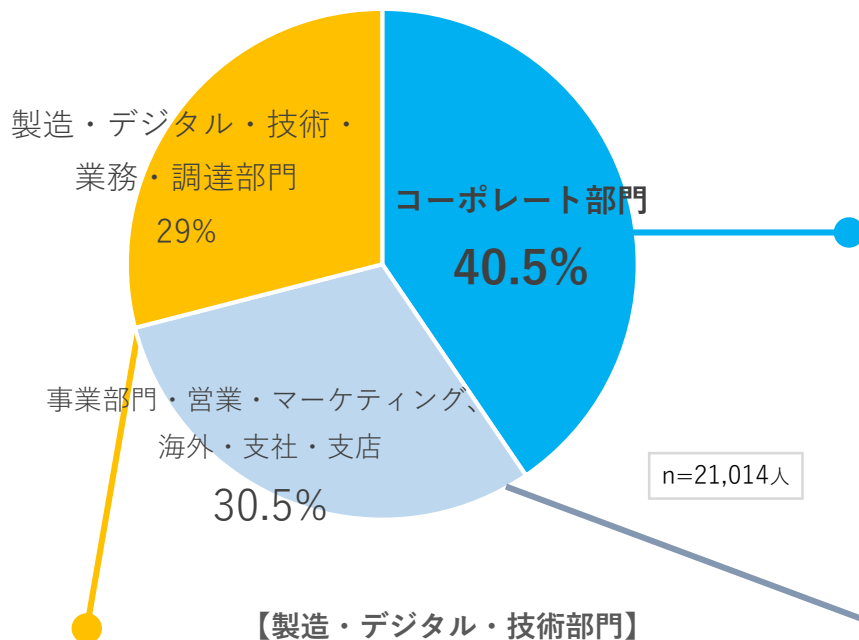


【小売り・商業】

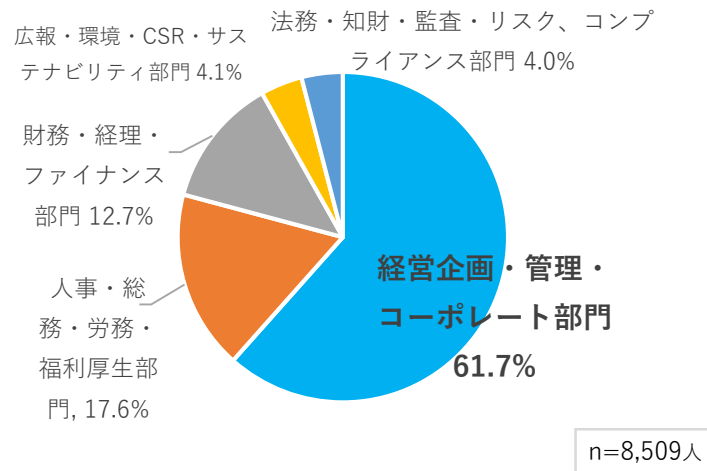


本誌読者属性③ 部門

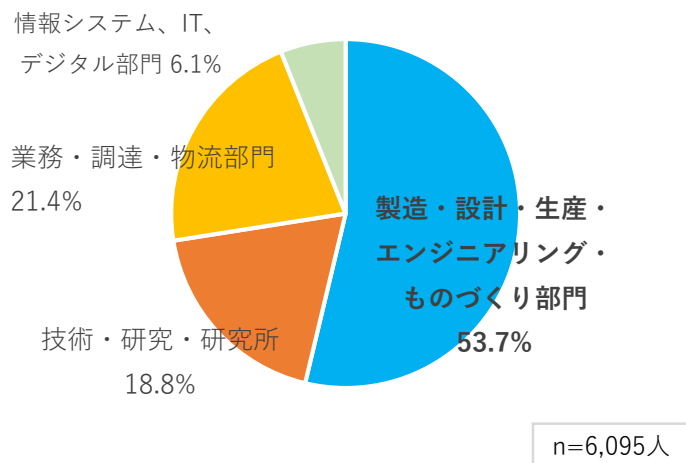
【部門】



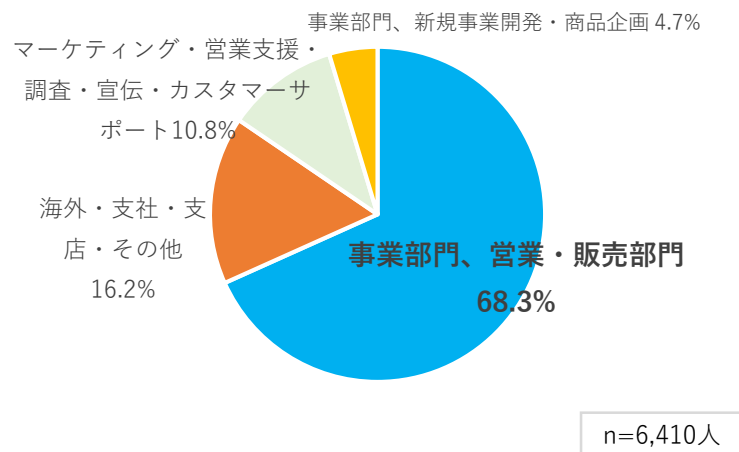
【コーポレート部門内訳】



【製造・デジタル・技術部門】

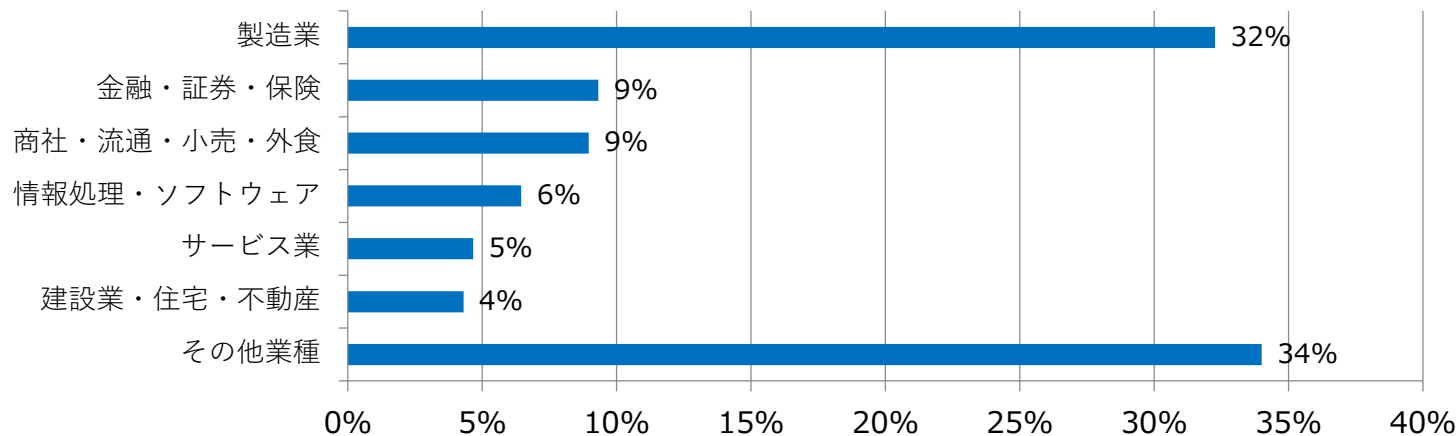


【事業部門・営業・マーケティング・海外・支社】



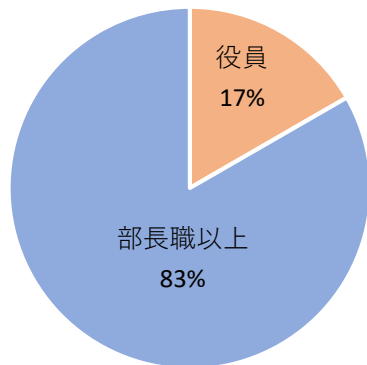
ダイヤモンド・オンライン、DHBRオンラインに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

【業種】



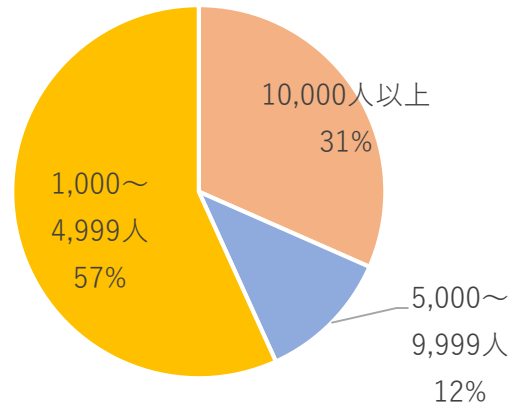
n= 34,722人

【役職】



n= 34,722人

【従業員規模】



n= 34,722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。

■ 経営者

これまでに登場いただいた経営者 ※前身の媒体を含みます。役職は取材当時。敬称略

- 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)

■アカデミア

これまでにご登場いただいたアカデミア

※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



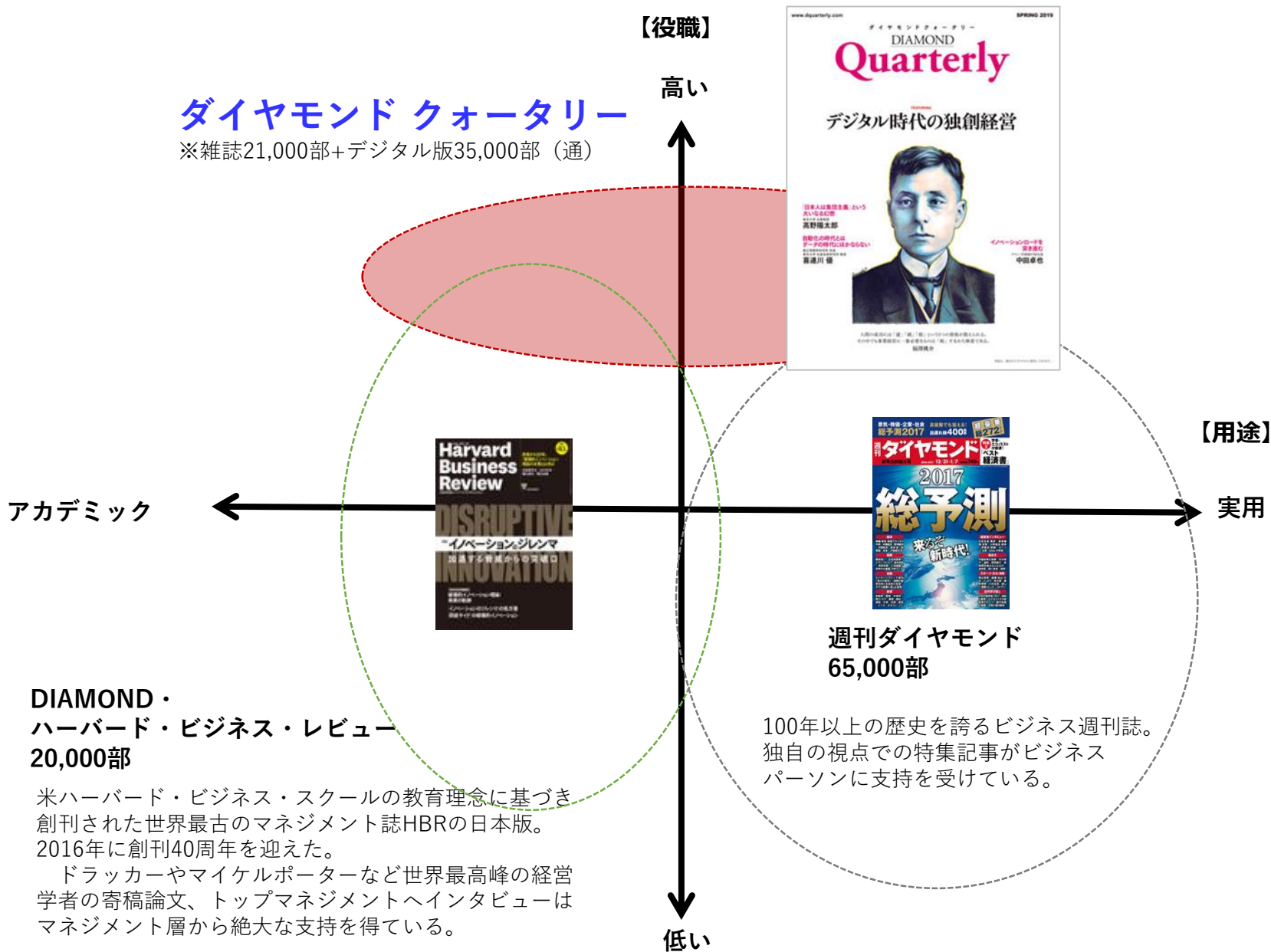
神戸大学 名誉教授
加護野忠男



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）



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 2024年秋号

■発行日

本誌（約21,000名への送付）	2024年 10月上旬（仮）
オンライン転載（有料オプション）	2024年 10月下旬（仮）
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2024年 10月下旬（仮）

■締切

広告タイアップ申込	2024年 7月26日（金）
取材期日	2024年 8月9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 9月11日（水） 納品〆切：2024年 9月27日（金） 【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 9月11日（水） ※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
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。