

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 **冬** 号

<12月発行>

<連合広告企画>

~持続可能な企業成長を遂げるために~

AI戦略とガバナンス構築

(仮題)

【編集特集】

チェンジリーダーが日本からいなくなる前に

2025年問題

人材消滅の危機をいかにして乗り越えるか

インタビューイ：京都大学 人と社会の未来研究院 教授 広井良典氏

■企画趣旨

AI活用戦略（攻め）とAIガバナンス構築（守り）の要諦について経営層に訴求します

生成AIの急速な普及を皮切りに、あらゆる業界でAI技術のビジネス活用が注力されはじめています。AIは企業に価値創出の機会をもたらし、持続的成長を遂げる可能性を大いに与えてくれますが、一方で法的、倫理的リスクを伴うため、それらの対策を行いながらAIと向き合うことが不可欠です。

テクノロジーの進歩が目覚ましく日々新しいリスクが発生する今日では、それらの対応策や方法論が確定しておらず、また、AIリスクに関する検討項目は多岐に渡り、且つ、情報の更新頻度も高いため、AI活用においてガバナンスの構築に苦勞している企業は少なくありません。

自社の事業内容や業界の風習、組織風土や企業文化などを考慮せずにガイドラインを策定した結果、ガバナンスがうまく機能していないケースも散見されます。AI技術の開発や運用に関わるすべてのステークホルダーが自社のガイドラインを正しく理解し遵守すること、そして、適切に管理できるよう仕組み化させることが肝要なのです。これらの取り組みを自社だけで行うことは困難なため、AIに関する各領域のプロフェッショナルの知見や支援が必要となるでしょう。

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、冬号の編集特集テーマ「**2025年問題～人材消滅の危機をいかにして乗り越えるか～**」と連動させた広告企画「**AI戦略とガバナンス構築**（仮題）」を実施いたします。AI活用の最新動向を解説するとともに、**AIの価値を享受し、企業が持続的成長を遂げるためのAI戦略やガバナンスのあり方について**提唱する機会を提供いたします。貴社サービスの優位性やご知見を披露いただける絶好の機会です。

【ご協賛対象】

- ▶ AIガバナンスの体制構築、ガイドライン策定支援、アドバイザー
- ▶ AI導入および活用支援サービス&ソリューション
- ▶ AI導入に伴うリスクコンサルティング&ソリューション
- ▶ AI導入・活用における各領域のプロフェッショナルサービス全般

■本誌特集テーマ

チェンジリーダーが日本からいなくなる前に

2025年問題

人材消滅の危機をいかにして乗り越えるか

インタビュー：京都大学 人と社会の未来研究院 教授 広井良典氏

超高齢化が進んだ2025年に、日本社会の様相は一変する。

総人口1億2257万人のうち、後期高齢者の人口が2,180万人に達する。

こうした高齢化社会の進行によって、今後はあらゆる産業が人材不足に陥り、従業員の採用競争の激化が予想される。

さらに深刻なのは、2025年には経営者が70歳以上となる企業が約245万社にまで増加し、その約半数を占める127万社では後継者が決まっていけないといわれている。

この問題をこのまま放置すれば、約650万人の雇用、約22兆円のGDPが失われる可能性がある。

一方、日本企業にはDXを推進できず国際競争力を失い、

2025年以降に大きな経済損失が発生する「2025年の崖」も立ちどころだ。

この「2025年の崖」は、既存システムの機能やカスタマイズが不十分で、

全社横断的なデータ活用ができていない、または、複雑化・ブラックボックス化している、

あるいは、既存システムの問題解決を含め業務自体の見直し（経営改革）が求められる中で、現場からの反発によってDXが妨げられていることによって起きる問題だ。

「人口減少の中でどのように経済・社会を維持発展させていくか」

「人材確保と人材不足を補うソリューション、テクノロジーは何か」

「人手不足を乗り越えて日本企業が再生する産業成長のシナリオは」などのテーマで、

「労働力不足」「中核人材不足」「DX人材不足」といった企業の土台を揺るがしかねない事態を迎える2025年に向けて、人材消滅の危機を乗り越える道を探る。

※ 企画内容は予告なく変更になる場合がございます

■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。

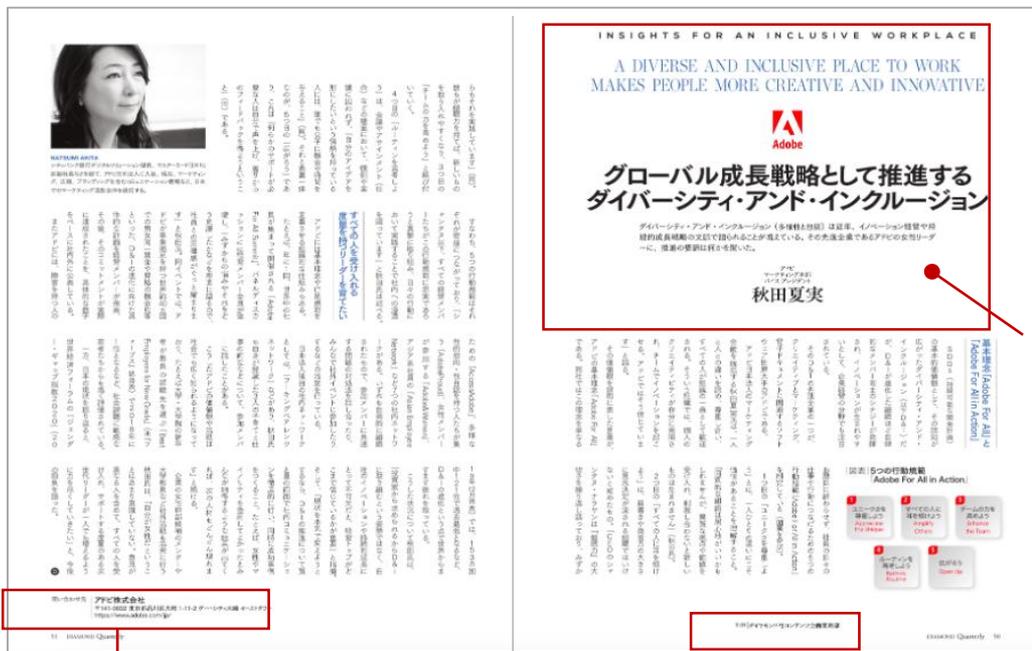
■広告タイアップ（2ページ～）

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。

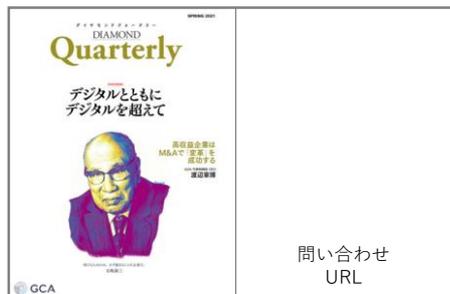
※料金は税別です。

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。

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。

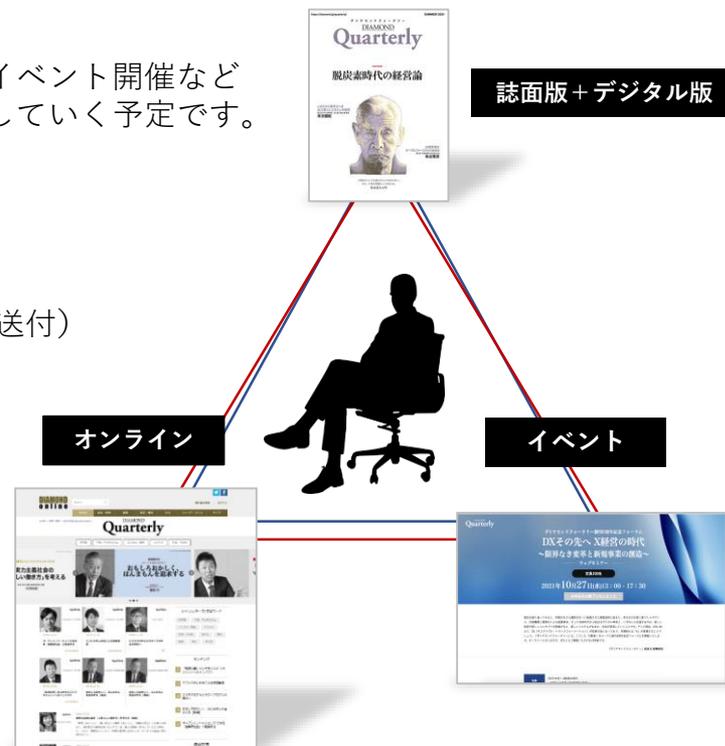
ダイヤモンド クォーターリーは、2013年にダイヤモンド社100周年記念事業として生まれ、3年後の2016年10月に現在の誌名、発行形態で創刊いたしました。

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。

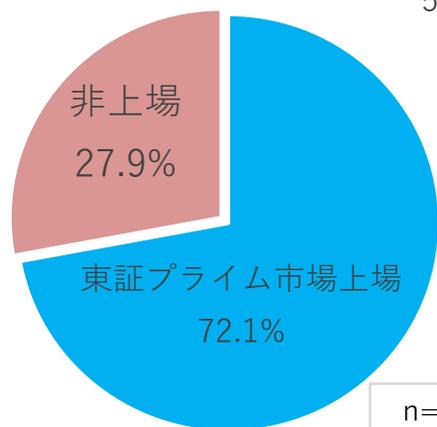
また、近年は誌面とともにデジタル版の配信、オンラインでの展開、イベント開催などにも力を入れており、今後さらに読者とのリレーションや接点を強化していく予定です。

■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）

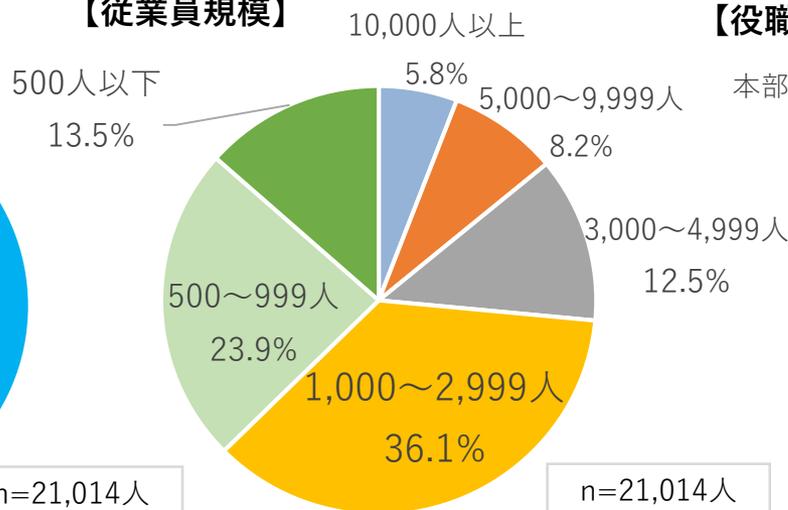


【上場区分】



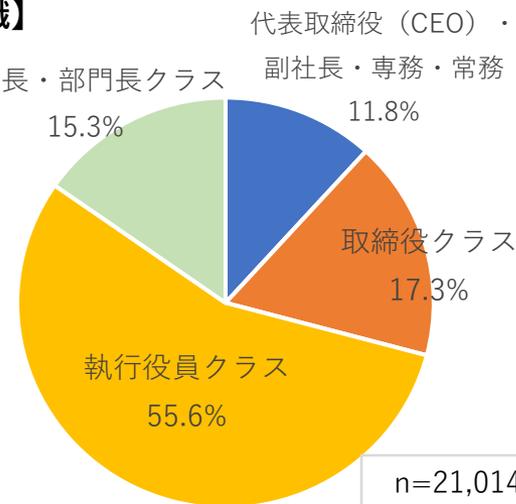
n=21,014人

【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

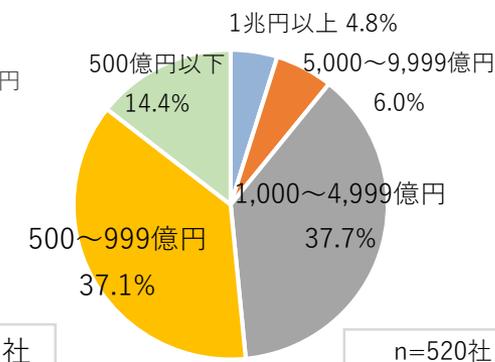
【売上（上場・非上場の内訳）】

〈東証プライム上場企業〉



n=1,841社

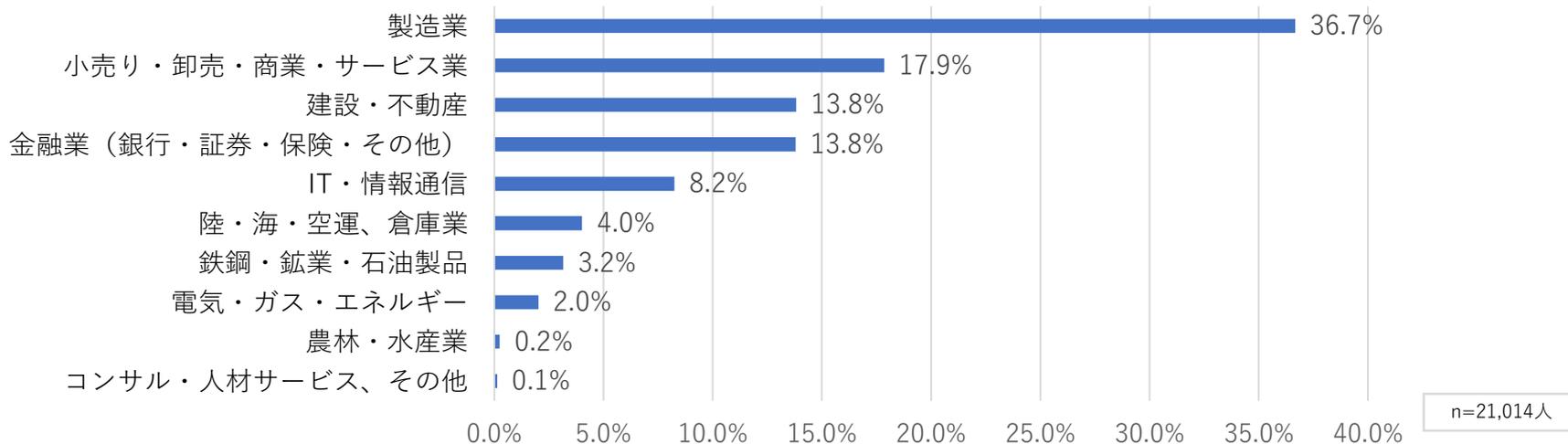
〈非上場企業〉



n=520社

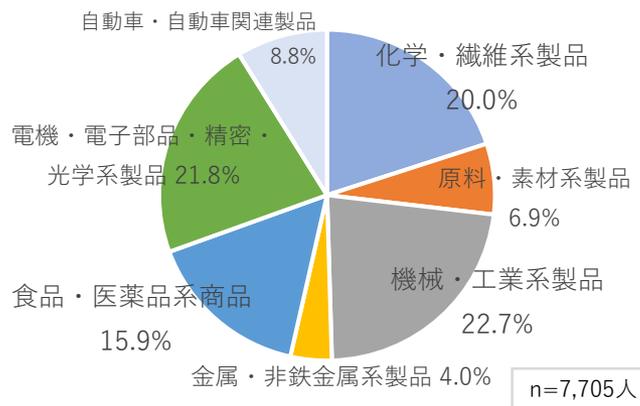
本誌読者属性② 業種

【業種】

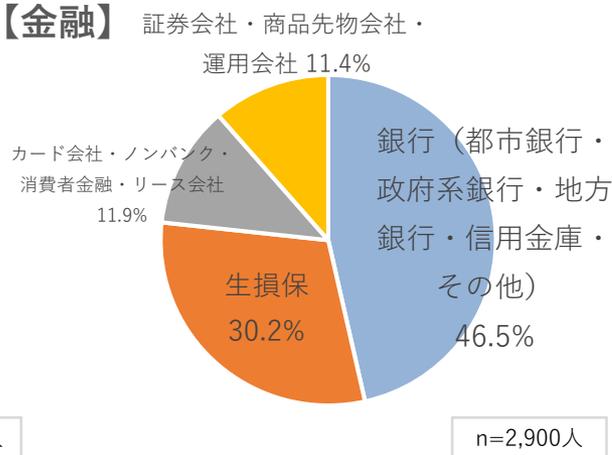


【業種内訳】

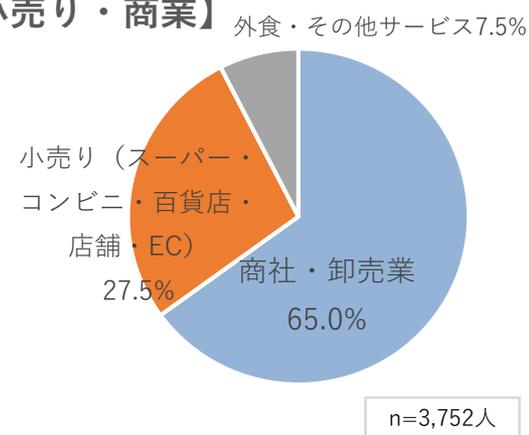
【製造業】



【金融】

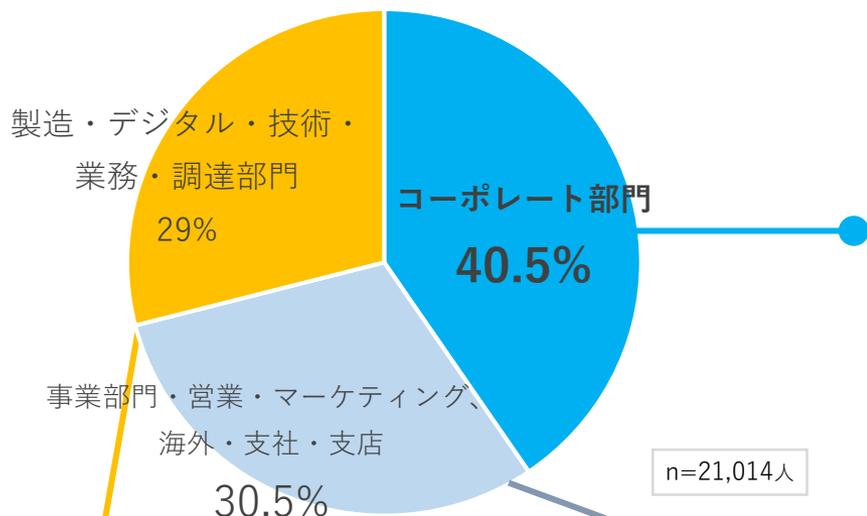


【小売り・商業】

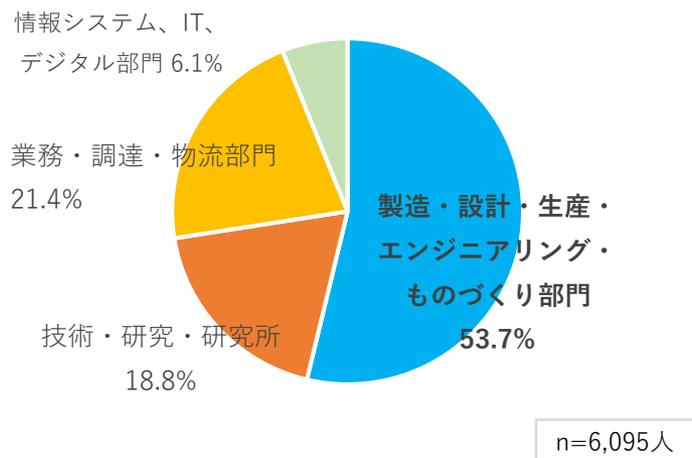


本誌読者属性③ 部門

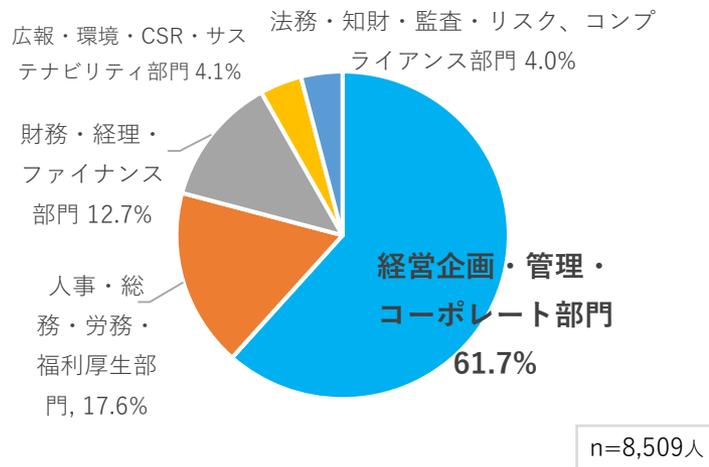
【部門】



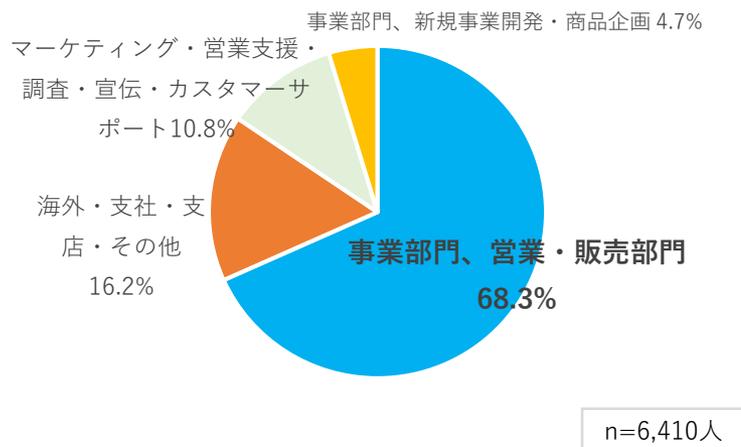
【製造・デジタル・技術部門】



【コーポレート部門内訳】

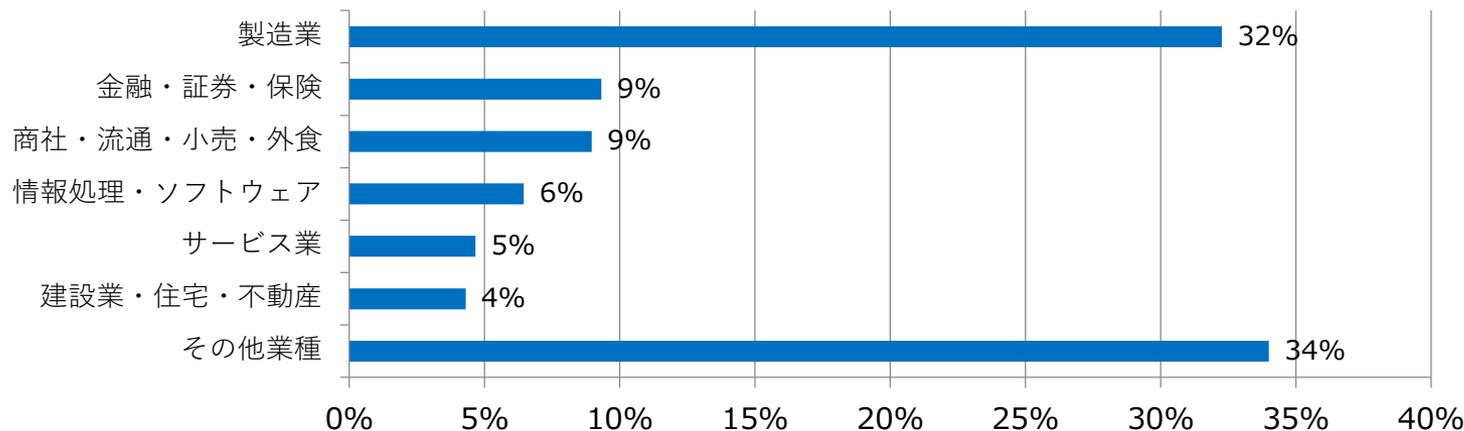


【事業部門・営業・マーケティング・海外・支社】



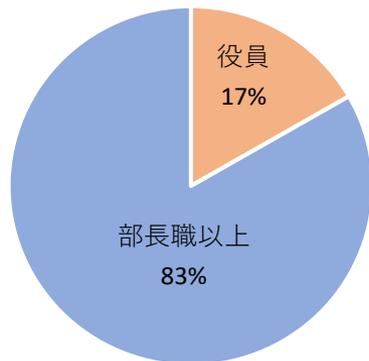
ダイヤモンド・オンライン、DHBRオンラインに登録する企業規模1,000名以上、経営者・役員、部長格35,000通に配信。

【業種】



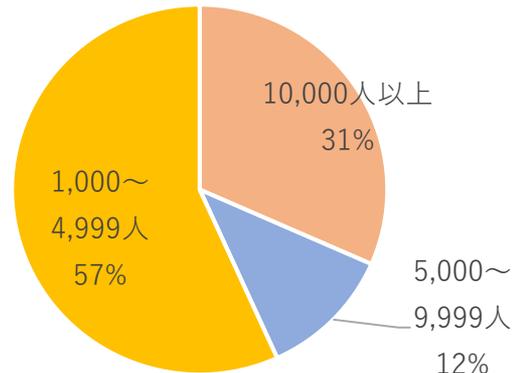
n=34,722人

【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

これまでにご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



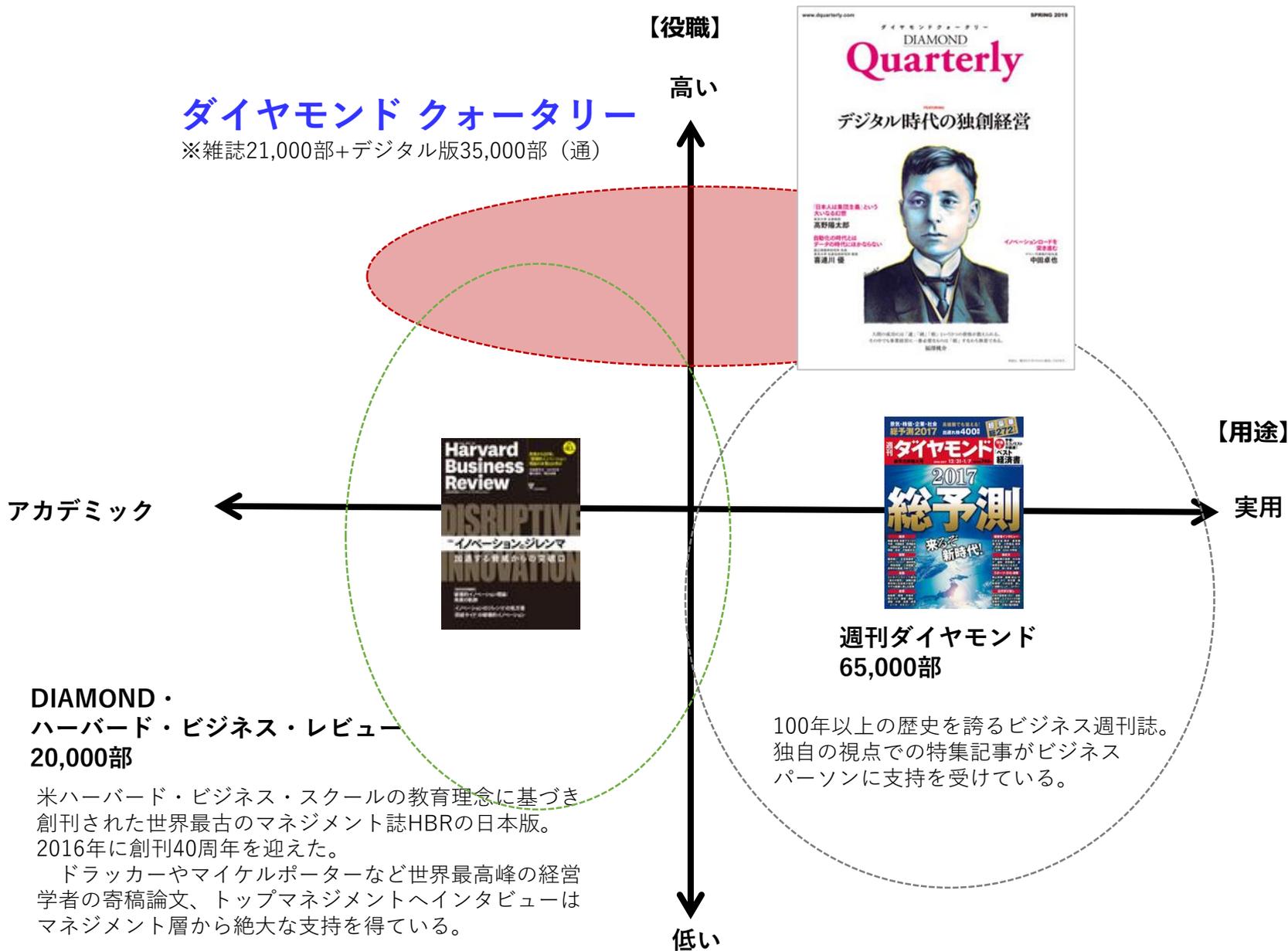
神戸大学 名誉教授
加護野忠男



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）



ダイヤモンド クォーターリー 2024年冬号

■発行日

本誌（約21,000名への送付）	2024年 12月下旬（仮）
オンライン転載（有料オプション）	2024年 12月下旬（仮）
デジタル版（ターゲティングメール）の配信	2024年 12月下旬（仮）

■締切

広告タイアップ申込	2024年 9月30日（月）
取材期日	2024年 10月18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 11月29日（金） 納品〆切：2024年 12月13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 11月29日（金） ※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

※スケジュールは変更になる場合がございます。