

BSテレビ東京特別番組＋日経ビジネス スペシャルパッケージ企画

BSテレ東  **日経ビジネス**

2018年10月

謹啓 貴社益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

メディア環境が多様化する中、目標とするターゲット層に対して、ブランドイメージを浸透、形成していくためには、説得力のある優れたコンテンツをターゲットに合った媒体に複合的に展開することが必要です。

そこで、BSテレビ東京と日経BP社では、経済ドキュメント映像の持つ確かな伝達・説得力と、日経ビジネスが持つトップビジネスマン層に対する圧倒的なリーチとブランド力を組み合わせた魅力的なパッケージプランをご提案申し上げます。

企業内はもちろん、顧客・取引先など外部のステークホルダーに対し好影響を与え、今後のビジネスにおける競争を優位に展開させていくための原動力となることと存じます。

つきましては本企画書をご高覧の上、なにとぞご参画賜りますようお願い申し上げます。

BSテレビ東京／日経BP社

BSテレ東

◆ 特別企画番組(30分)を放送*

◆ 二次利用権

(自社HPストリーミング配信:6カ月間、DVD配布)

日経グループとして経済系コンテンツに定評のあるBSテレビ東京が経済ドキュメント特別番組を制作。映像コンテンツの持つ強い説得力とわかりやすさが大変魅力的です。

土・日の夕方帯等でビジネスパーソンを中心としたプレミアム層にむけ情報を発信します。

さらに、番組コンテンツの使用権利処理を行い、貴社でのDVD無料配布・無料上映等二次利用が可能です。(DVDは5枚進呈、それ以上の枚数は別途費用にて承ります)

* 貴社名の“提供表示”または“協力”のテロップ掲載があります。本編正味29分です。



日経ビジネス

◆ 日経ビジネス 見開き(2ページ)カラー掲載

BSテレビ東京で制作された番組コンテンツをカラー2ページの雑誌広告用に再構成し、日経ビジネスに掲載します。

日経ビジネスは、先見性と深掘りで明日を読む、経営・マネジメント層のための経済・経営総合情報誌です。

日本のトップビジネスマン層から圧倒的な支持を受けており、この層に対して確実にリーチすることが可能です。

BSテレ東

特別企画番組(30分)を制作・放送



映像はイメージです。

日経ビジネス

番組のレビューを見開き(2ページ)で掲載



掲載例) 日経ビジネス2011年10月24日号 岡本(株)様

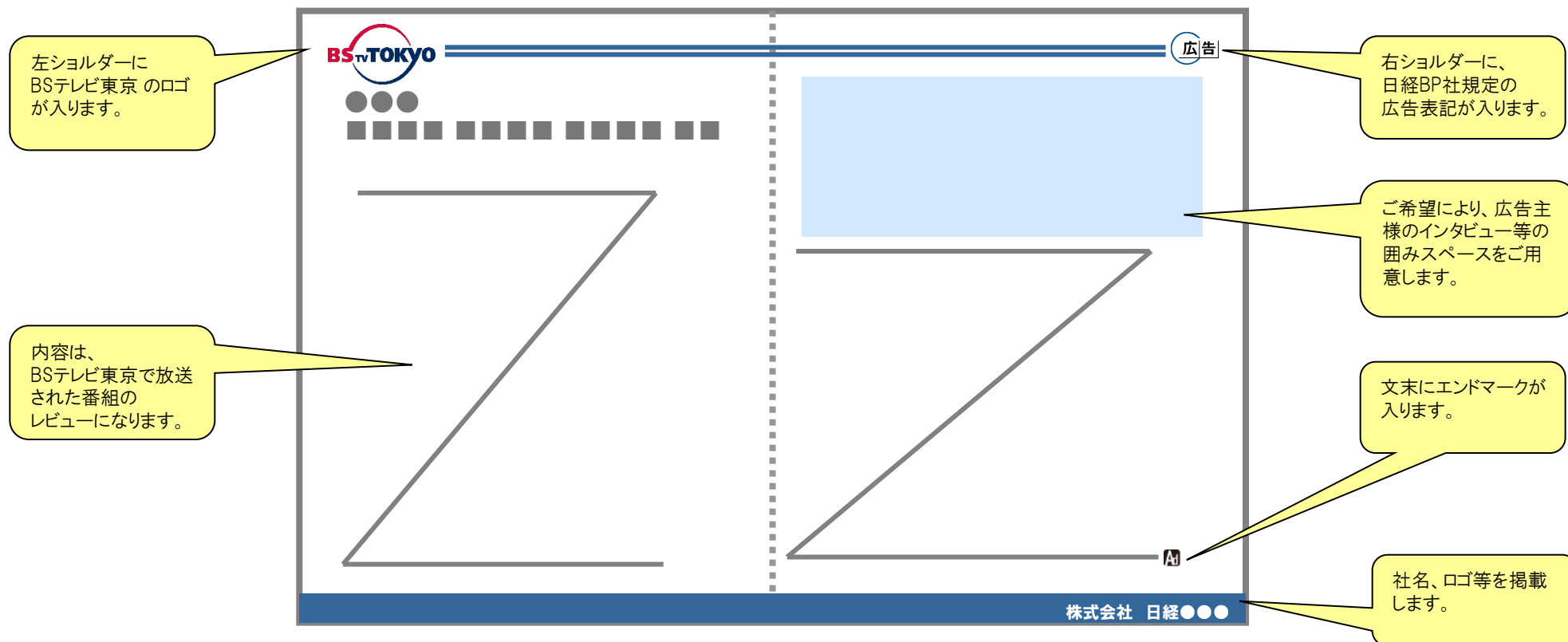
優良な経済コンテンツを放送だけでなく、二次利用(DVD等)で有効活用が可能です。
また、コンテンツの誌面化によりトップビジネスマンへのリーチを確実にします。



日経ビジネス

見開き(2ページ)カラー記事体広告 (BSテレビ東京の30分特別番組レビュー)

- ◆ 掲載号 ご相談の上決定いたします
- ◆ 企画料金に含まれるもの ①雑誌広告掲載費 ②標準的な原稿制作費



構成
(1カ月間)

制作
(1カ月間)

編集
(1カ月間)

<BSテレビ東京>

- ◆ 実施決定 → 番組内容について打合せ（番組内容についてご要望を承ります）

約1週間～10日間

- ◆ 番組構成案のご提案（取材先、ロケ場所、番組の流れ）

取材先やご出演者の調整、製品の情報について、
何度かやり直しをしながら番組内容を詰めていきます。

- ◆ 企画内容決定

約1週間

取材地下見、出演者交渉（レポーターなど）、
そのほか番組収録の準備。

- ◆ 収録開始

◆ ロケ取材

通常一カ所の取材には丸一日必要となります。
企画内容や、取材地などさまざまな事情で収録日数は
変化いたします。

◆ オフライン編集

収録と同時並行で大まかに編集していきます。

◆ ナレーション制作

ナレーション原稿の作成も同時並行で行います。

- ◆ オフラインレビュー

大まかに編集したものをご確認いただきます。（放送日から約1カ月前）

- ◆ 本編集

映像を完成させ、テロップ等を入れます。（放送日から約3週間前）
→ これ以降の「映像修正」はできません。

- ◆ MA編集

映像にナレーション、音楽等を入れます。（放送日から約2週間前）
→ これ以降、「すべての修正」はできません。

- ◆ 完成試写 → 映像素材局納品

（放送日から約10日～1週間前）

- ◆ 本放送

<日経ビジネス>

- ◆ 掲載スケジュール確認

企画内容決定のタイミングでレビュー
記事広告掲載日程のご希望を確認します。（放送日から約2カ月前）

- ◆ 番組レビュー記事広告制作準備

オフラインレビューのタイミングで番組レビュー記事広告の制作を
開始します。（放送日から約1カ月前）

- ◆ 番組レビュー記事広告掲載（放送日から2週間後を基本にご相談）

BSテレビ東

BS 地上波に追随し全国に一挙に普及した注目のメディア

BSデジタル放送は2000年12月の放送開始以来、地上波・BS・CSデジタル受像機の大幅な普及増により、世帯普及率は75.1%、全国の4317万世帯が、BSデジタル放送を楽しめる環境となっています。これは関東・中京・関西地区の地上波視聴世帯数合計を上回り、他有力媒体と比べても、この膨大な世帯の可視聴数の媒体は、地上波放送以外はほとんどありません。

BSテレビ東京は日本経済新聞社グループ・テレビ東京ホールディングスのメンバーとしてのシナジーを生かし、経済・報道系を中心に質の高いコンテンツに定評のある放送局です。日本経済新聞社の強みを活かしつつ、テレビ東京の番組制作ノウハウ等をマージできる唯一のBS放送局。「接触量」を目標としたコミュニケーション活動が機能しにくくなってきている中で、視聴者へ発信するメッセージは「強制的に見せる」から「選択して見に来る」時代に変化してきています。



日経ビジネス

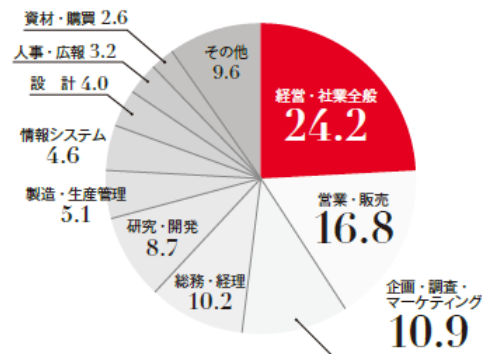


- 創刊：1969年9月
- 発行部数：190,918部 *2016年(1~12月)ABC部数
- 発行形態：週刊(毎週月曜日発行) 年間50冊
- 販売形式：年間予約購読による読者直送方式・一部書店・駅売店でも販売

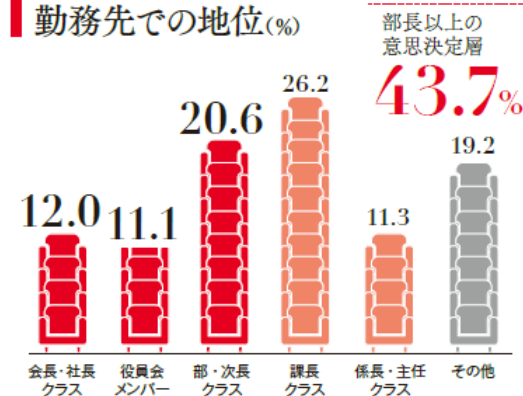
**企業と経済を牽引するビジネスリーダー。
国内外でアクティブに行動、ビジネスでもプライベートでも。**

30代から60代のビジネスパーソンを幅広くカバーし、ビジネスの上でも決定権を持つと同時に、個人としても消費に対するマインドの高い、日本を支えるビジネスリーダーが中核読者です。

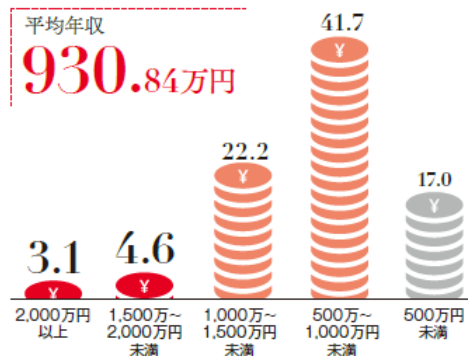
勤務先での職能(%)



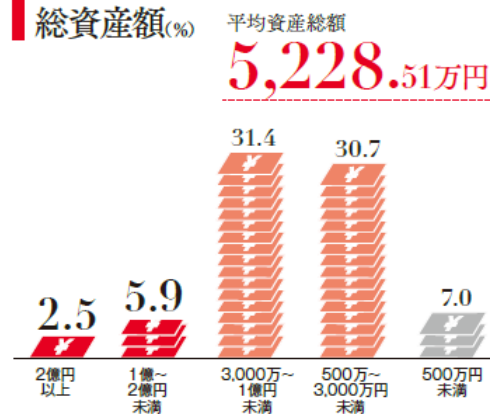
勤務先での地位(%)



年収(%)



総資産額(%)



マツダ

BSジャパン 2011年7月10日 16:50~17:20放映



エネルギー利用の大きな見直しが叫ばれる中で、解決策としてまずできることは省エネであることをフックに、ガソリン車でハイブリッド車並の燃費を実現した自動車メーカーの事例を紹介。経済評論家、自動車ジャーナリストの意見を交えつつ、開発秘話をドキュメンタリータッチで解説。

BS JAPAN

ADVERTISEMENT

天空をめざせ! 〜もうひとつのエコカーが超えた壁〜

航空・宇宙産業発展に、航空にこそ高度技術が注ぎ込まれ、航空機はエネルギー・環境の両方が、日本の重要な課題となっている。そのうち、これまでの航空機の推進系はすべて推進系エンジンである。ハイブリッド・電気推進機に代表される航空機に「もうひとつの壁」としてあらわれ、乗り越えなければ、高度技術の発展の途は閉ざされる。これに対し、その推進系エンジン開発も、最も困難な技術といわれ、これまで世界に先駆けていた。

なぜか、「ハイブリッドエンジンによる
 エコカー」なのか?

「高効率でクリーンでコストが安い」といふ理由から、近年ハイブリッドが注目を集めている。ハイブリッドがなぜ注目されているのか? それはハイブリッドが従来のエンジンと異なり、電力とガソリンの両方を用いてクルマを動かすからである。ハイブリッドエンジンと電力を駆動するモーターが組み込まれたクルマだからだ。

ガソリン車ではほぼ100%の燃費効率を確保するのとは対照的に、ハイブリッドシステムを備えたクルマの燃費効率は、ハイブリッドエンジン(ICE)と電力駆動システム(EM)の両方によって決まる。その割合はエンジン、電力の両方に依存している。燃費効率が高ければICEの出力が小さく、燃費効率に比べて電力出力が大きければ、燃費効率に比べて電力出力が大きい。

マツダの技術
 開発は、
 環境にやさしい
 エコカーの
 開発を
 目指している

環境
 開発
 部長
 藤田 隆

マツダの技術開発と環境にやさしいクルマの開発。安全・燃費・快適性、車輪の技術開発も重要な課題

SKYACTIV TECHNOLOGY

「SKYACTIV」は、「空を走るクルマ」を実現し、空を飛ぶクルマと同等の燃費効率を実現する技術。マツダのSKYACTIV技術は、エンジン・シフト・ブレーキの3つの主要な部分すべてで一歩を踏み出し、燃費効率を向上させる。その中でも、エンジン技術は最も重要な部分で、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。その中でも、SKYACTIVエンジンは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

SKYACTIVエンジンの構造。ピストン、バルブ、シリンダーヘッドの3つの主要な部分すべてで一歩を踏み出し、燃費効率を向上させる。その中でも、エンジン技術は最も重要な部分で、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

SKYACTIVエンジンの構造。ピストン、バルブの2つの主要な部分で一歩を踏み出し、燃費効率を向上させる。その中でも、エンジン技術は最も重要な部分で、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

この技術開発により、燃費効率を向上させることが可能になる。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

ハイブリッドシステムは、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

最大燃費を高めることが重要

SKYACTIVエンジンの構造。ピストン、バルブの2つの主要な部分で一歩を踏み出し、燃費効率を向上させる。その中でも、エンジン技術は最も重要な部分で、燃費効率を向上させるために、マツダはSKYACTIVエンジンを開発している。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

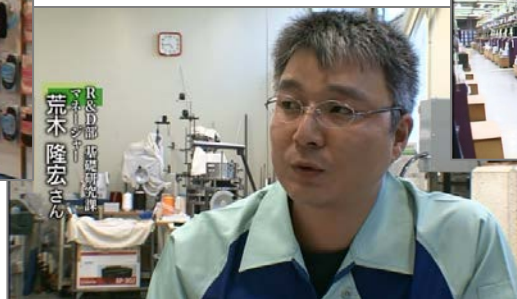
燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

燃費効率を向上させることが重要である。

日経ビジネス2011年7月18日号

岡本 BSジャパン 2011年10月16日 16:50~17:20放映

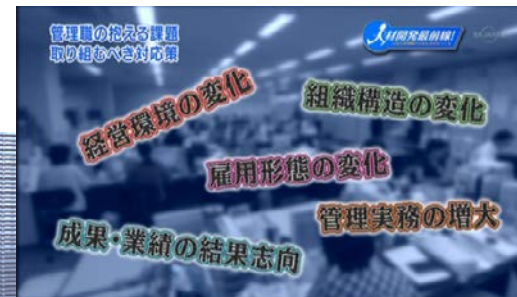


高い付加価値が消費者の購買意欲を左右することをフックに、蒸れや臭いを感じさせない岡本の「スーパーソックス」開発の舞台裏をドキュメンタリータッチで解説。



日経ビジネス2011年10月24日号

日本能率協会マネジメントセンター BSジャパン 2012年10月28日 16:50~17:20放映



厳しい経済環境が続く現在、管理職、特にミドルマネジメントにはいままでは以上の役割が求められている。そこで、経団連や大学教授へのインタビュー、流通業、製造業の事例研究に加え、これらの企業に人事制度の外部評価を担当する日本能率協会マネジメントセンターへの取材を通じて、企業が取り組むべき対応策について解説する。

BS JAPAN Contents Review

人材開発最前線!

元氣な管理職が元氣な会社をつくる

「厳しい経済環境が続く現在、管理職にはますます以上の役割が求められている。とりわけ企業との競争を勝ち取るためには、いかに優秀な管理職を育て上げるかがかかっている」という現状である。10月28日、BSジャパンで放送された「人材開発最前線」は、元氣な管理職が元氣な会社をつくるというテーマで、管理職の育成・開発に関する取材を通じて、企業が取り組むべき対応策について解説する。

管理職をめぐる現状

今年5月、日本能率協会マネジメントセンターが発表した「2012年日本能率協会マネジメントセンター調査」によると、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。また、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。また、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。

マネジメントセンターの役割

マネジメントセンターは、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。

マネジメントセンターの取り組み

マネジメントセンターは、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。

「人材開発最前線」は、元氣な管理職が元氣な会社をつくるというテーマで、管理職の育成・開発に関する取材を通じて、企業が取り組むべき対応策について解説する。

管理職をめぐる現状

今年5月、日本能率協会マネジメントセンターが発表した「2012年日本能率協会マネジメントセンター調査」によると、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。また、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。また、2012年、中堅企業における管理職の育成・開発に関する取り組みが、前年と比較して増加している。

マネジメントセンターの役割

マネジメントセンターは、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。

マネジメントセンターの取り組み

マネジメントセンターは、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。具体的には、企業に求められる管理職の育成・開発に関する取り組みをサポートする。

奥地建産 BSジャパン 2013年6月30日 16:50~17:20放映



注目を集める太陽光発電システムについて、販売店や発電施設、システムの製造現場に潜入し、専門家のコメントも交えながら解説。地震の多い日本ならではの課題としてパネルの「架台」に着目し、その分野で卓越した実績を誇る奥地建産の取り組みを紹介。

熱線ビジネス! 太陽光

～メガソーラーを足元から徹底解剖～

東日本大震災以後、注目を集めている再生可能エネルギー。中でも、注目を集めているのが太陽光発電システムだ。この太陽光発電のさらなる発展を促すために、様々な取り組みがなされている。ある日30日、BSジャパンで放送された「熱線ビジネス! 太陽光」～メガソーラーを足元から徹底解剖～では、そうした取り組みに焦点を当て、さらなる発展を促すための取り組みを紹介した。ここでは、その一部を改めて紹介しよう。

中部国際空港セントレアにおける設置を拓く太陽光発電

約300億以上の国際旅客がある中部国際空港セントレア。建設時から日本を代表する大手ハウスメーカーに選ばれた奥地建産が、空港の敷地内にメガソーラーの設置に力を入れている。

ターミナル屋上のスカイデッキには、140のメガソーラーパネルが設置され、一般家庭約60軒分に相当する240kWを発電。空港内の消費電力の一部をまかなっている。さらに、今年3月からは24時間発電可能な太陽光発電設備の増設が完了した。増設されたパネルは、約60°の傾斜で設置されたため、日中の発電量が約1.5倍に増えた。この増設は、奥地建産が空港の敷地内にメガソーラーを設置したことがきっかけとなっている。

この太陽光発電設備は、奥地建産の太陽光発電システムの特徴の一つである。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。

熱線ビジネス! 太陽光

～メガソーラーを足元から徹底解剖～

奥地建産株式会社 三環工場 竣工式

奥地建産株式会社は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。

熱線ビジネス! 太陽光

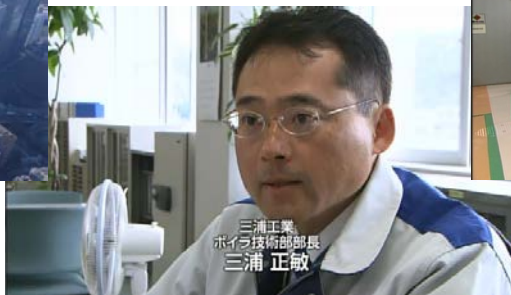
～メガソーラーを足元から徹底解剖～

奥地建産株式会社 三環工場 竣工式

奥地建産株式会社は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。奥地建産は、太陽光発電システムの開発・設計・施工・運用までを一貫して手がけている。

日経ビジネス2013年7月22日号

三浦工業 BSジャパン 2013年12月1日 16:50~17:20放映



エネルギー需要が高まる現在において進化する日本の省エネ技術、特に蒸気の利用とボイラの可能性を県立病院、オフィスビル、製紙工場、薬品工場への取材や専門家へのインタビューで解説。



日経ビジネス2013年12月23日号

資源エネルギー庁

BSジャパン 2012年2月26日 16:50~17:20放映



再生可能エネルギーの現状を、大学教授、アナリスト、電力会社のエンジニアへのインタビュー、ドイツやスペインの事例紹介とともに解説。合わせて「再生可能エネルギーの固定価格買取制度」とは何かを事例とともに紹介。



日経トレンド 2012年4月号

※日経ビジネスオンラインや日経トレンド、日経ウーマンなど、日経ビジネス以外の媒体との組み合わせも可能です。ご希望のターゲットやご予算と合わせてご相談ください。

企画料金

13,500,000円 (消費税別)

お問い合わせ先

日経BP社 業務管理室 03-6811-8471

BSテレビ東京 営業局 営業部 03-3587-3409