日経ビジネス

OneNB – ひとつの日経ビジネス –

発行部数No.1ビジネス誌と
ビジネス誌最大の会員基盤を持つ
オンラインメディア

日経ビジネス 編集長

東 昌樹

PROFILE■1990年日本経済新聞社入社。産業部（現・企業報道部）で電機、通信、運輸、素材などの業界を担当。電子版立ち上げにも中心メンバーとして参加した。企業報道部長などとして企業ニュース全体の統括も担当。2017年4月から日経ビジネス編集長。

勝ち残りを目指す読者へ
激動の時代の心強いパートナー

世界の経済情勢と企業の経営環境の今

反グローバルの動きや北朝鮮の問題など世界情勢には不安定の種がありますが、東南アジアやアフリカの経済成長などで長期的に発展が続くのは間違いありません。ただ、個別企業にとっての経営環境は予断を許さないものとなります。AI（人工知能）をはじめとする技術革新は、世の中の在り方を根底から変えていきます。例えばクルマでは自動運転や電動化が急速に進み、部品メーカーだけでなく保険やエネルギー業界などにも多大な影響を及ぼしていくでしょう。

「最も信頼されるビジネス誌」日経ビジネスの編集方針

展望が難しい時代だからこそ、最前線の情報を丁寧に積み重ね、読者の方々が先を見通すための『目』になりたいと思っています。AI時代の経営、ものづくり、マーケティングには特に注力します。最も信頼できるビジネス誌の地位をより確かなものにしていきます。

新たな読者層の獲得へ。進化する日経ビジネス

これまで、管理職以上の企業幹部を中心に御愛読いただいてきました。特に意思決定をする経営トップ層には愛読者が多いです。しかし、これからはビジネスリーダーだけでなく、ビジネスリーダーを目指す方々にも読者層を広げていきます。管理職になっていない若手社員や学生など、その層のトップエンドの人材に訴求していきたいと考えています。オンラインメディアや既存の競合媒体に比べ信頼性の面でアドバンテージがあると自負しています。

創刊50周年へ向けての展望

2018年内に新たにOneNBとしてデジタルを強化した媒体に生まれ変わり、トップエンドにふさわしいものにします。また、2019年には創刊50周年を迎えるにあたり、日本企業の進むべき道を提示する大型企画や他では見られない本格的な経済小説など新たな企画にも取り組みます。これまで守ってきた信頼をベースに新しい価値を加え、激動の時代で勝ち残りを目指す方々の心強いパートナーになります。

OneNB
－ ひとつの日経ビジネス －

『日経ビジネス』と『日経ビジネス電子版』が、それぞれの特性を生かしながら「日経ID」によって一体化したのが
「OneNB － ひとつの日経ビジネス － 」。
経営層、マネージャー層、さらに次世代を担う若手ビジネスパーソンや学生など幅広い読者層に、
厳選した情報を発信していきます。

日経ビジネス

19万部

2016年（1～12月）
ABC部数 190,918部

現場への密着取材で経営や仕事の真髄に迫る“信頼の情報源”。週刊ビジネス誌で26年連続読者数No.1を獲得。

コアユーザー
約7.8万人

256万人

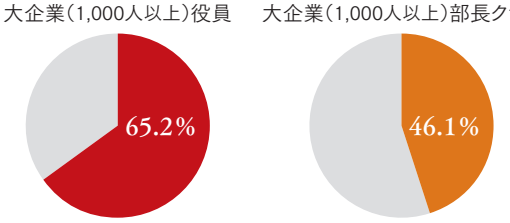
2018年10月時点
登録会員数 2,558,902人

ビジネス誌最大の会員を有する、オンライン配信ならではの速達性で、意思決定に携わる経営者やリーダー層へ確かな情報を提供。

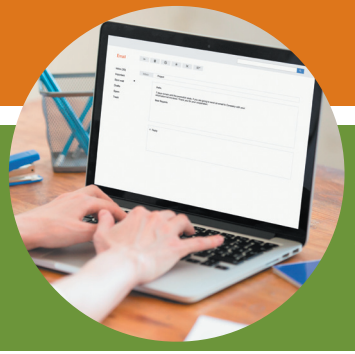
世代や立場を問わず、ONとOFF両方のシーンで役立つ情報を発信

ターゲット層における読者割合

大企業（従業員数1,000人以上）の役員の65.2%、部長クラスの46.1%が日経ビジネスまたは日経ビジネス電子版を読んでいます。



株式会社日経リサーチ　BBMR（BtoBマーケティングレポート：メディア接触調査）より
調査時期：2017年8月　調査対象：全社従業員30人以上の民間企業に勤務する男女で25～59歳の会社員

	ON	OFF
経営者 50～60代、 役員クラス	 自社の経営のかじ取りのために、自宅や会社に届いた日経ビジネスを、丁寧に時間をかけて読む	 株式などの投資活動
ビジネスリーダー 40歳前後、 課長・部長クラス	 変革期の経営や事業に必要な情報を、通勤や移動時間にスマホやタブレットで読む	 車やゴルフなど趣味や、住宅や家電に関する情報収集
イノベーター 20～40代、 スタートアップ企業 新規事業開発リーダー	 最新技術や動向を把握し、新事業創出のアイデアやヒントを得る	 スキルアップや時計・スーツなどビジネスアイテムに関する情報収集
次世代リーダー 就活生～20代	自らのスキルアップ、ビジネスシーンでのネタ探しとしてアポ前や時間の空いたときにスマホで読む	

日本を代表する大企業のエグゼクティブをはじめ、各産業界のリーディングカンパニーのビジネスパーソンに支持されています。

日経ビジネス購読者または日経ビジネス電子版登録会員の日経ID情報から勤務先を抽出（単位：人）

OneNB（日経ビジネス+日経ビジネス電子版）会員全体

富士通	6,704	ソニー	3,702	デンソー	2,434	リコー	1,958
パナソニック	6,204	キヤノン	3,465	富士ゼロックス	2,362	日本アイ・ビー・エム	1,931
NEC	5,317	シャープ	2,800	本田技術研究所	2,152	トヨタ自動車	1,836
日立製作所	4,952	三菱電機	2,777	NTTコミュニケーションズ	2,091	セイコーエプソン	1,784
東芝	4,196	NTTデータ	2,554	日産自動車	2,059	野村総合研究所	1,684

経営層・役員・本部長

※OneNB会員の内、
左記の役職を選択している会員ベース

日立製作所	223	富士通	168	パナソニック	88	大日本印刷	59	アビームコンサルティング	47
NEC	168	東芝	102	日本アイ・ビー・エム	77	日立システムズ	58	ソニー	47

業種別

※OneNB会員の内、
下記業種を選択している会員ベース

電機・電子機器

パナソニック	5,454	東芝	3,207	三菱電機	2,029
富士通	3,529	キヤノン	2,590	セイコーエプソン	1,543
ソニー	3,293	日立製作所	2,523	リコー	1,282
NEC	3,275	シャープ	2,506	富士ゼロックス	1,224

機械・重電

三菱重工業	854	ニコン	485	クボタ	378
富士ゼロックス	623	コマツ	462	オリンパス	324
IHI	599	リコー	435	ダイキン工業	290
キヤノン	510	日立製作所	380	日本精工	262

商社・流通

三井物産	1,127	伊藤忠商事	538	双日	348
三菱商事	897	豊田通商	514	イオンリテール	274
住友商事	867	丸紅	509	日立ハイテクノロジーズ	206
キヤノンマーケティングジャパン	606	リコージャパン	391	内田洋行	205

金融・証券

野村證券	906	みずほ銀行	525	三井住友海上火災保険	321
三井住友銀行	711	東京海上日動火災保険	435	大和証券	313
三菱東京UFJ銀行	607	みずほ証券	384	三井住友信託銀行	305
SMBC日興証券	557	損害保険ジャパン日本興亜	347	オリックス	287

建築・設計

鹿島	749	大和ハウス工業	559	戸田建設	218
清水建設	688	大林組	520	フジタ	203
竹中工務店	657	積水ハウス	332	千代田化工建設	184
大成建設	582	日揮	295	日建設計	165

不動産

三井不動産	163	住友不動産	90	東京急行電鉄	64
森ビル	161	大京	72	イオンモール	60
三菱地所	118	東急不動産	65	レオパレス21	59
野村不動産	103	三井不動産リアルティ	65	東京建物	56

交通・物流

日本通運	308	ヤマト運輸	178	日本郵船	87
JR東日本	303	JR西日本	97	山九	82
全日本空輸	267	東京急行電鉄	95	JR東海	77
日本航空	244	日本郵便	95	日立物流	71

エネルギー

東京ガス	283	中部電力	203	中国電力	123
関西電力	270	出光興産	201	電源開発	110
東京電力	266	九州電力	193	JX日鉱日石エネルギー	96
大阪ガス	205	東北電力	130	昭和シェル石油	78

官公庁・自治体

経済産業省	403	横浜市	118	厚生労働省	83
東京都	222	産業技術総合研究所	115	北海道	82
国土交通省	190	外務省	111	財務省	81
総務省	132	農林水産省	96	防衛省	81

大学・研究機関

東京大学	558	東北大学	248	筑波大学	188
早稲田大学	316	慶應義塾大学	209	名古屋大学	187
京都大学	315	東京工業大学	197	日本大学	184
大阪大学	262	九州大学	189	北海道大学	180

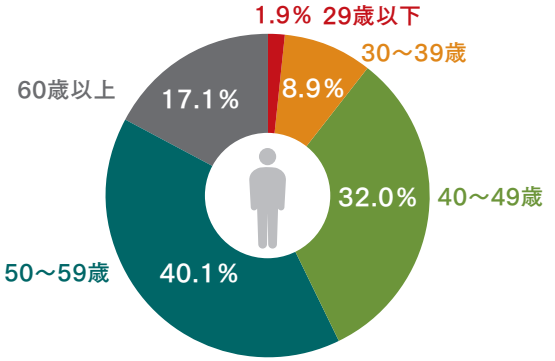
日経ビジネス

日本の社会を担うトップエグゼクティブ層・約20万人の読者に、「未来を見通す材料」となる情報を提供。企業の経営判断に資する情報源として、No.1の支持を得る経済・経営の総合情報誌。

週刊（毎週月曜日発行）
年間購読24,500円（50冊）
1部690円

調査名：
日経ビジネス 読者プロフィール調査 2017年
調査実施期間：
2017年11月7日～11月17日
回収サンプル数：572

■ 年齢 ■

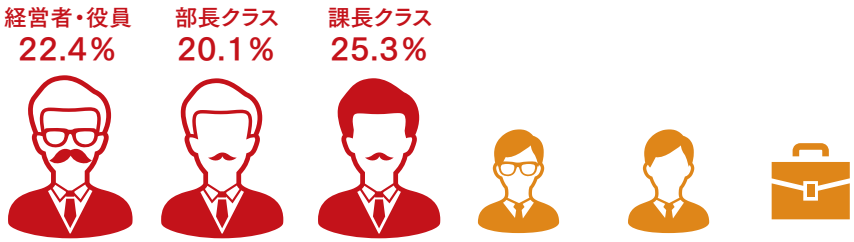


40～50代のビジネスリーダーがコア読者

■ 性別 ■

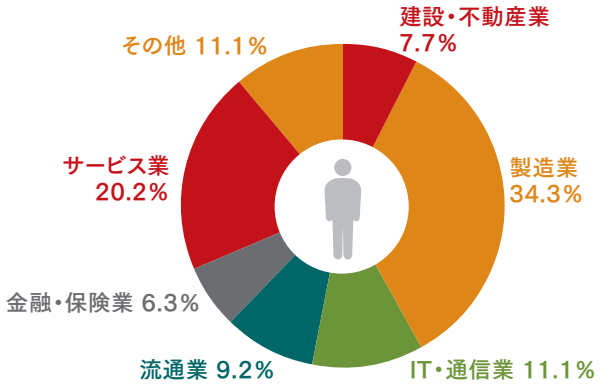
男性93.9%　女性6.1%

■ 役職 ■



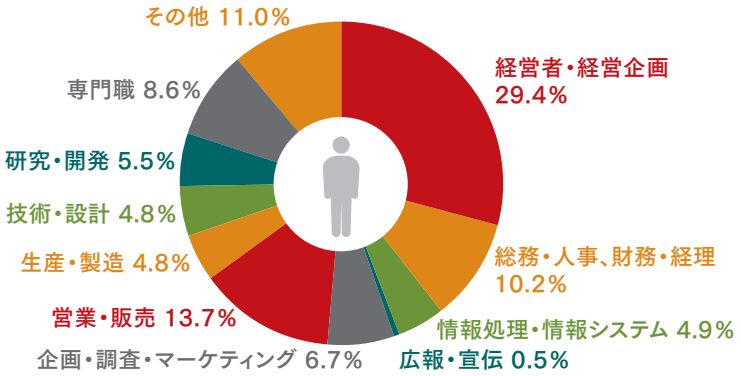
経営者層が約20%、部長以上は約40%

■ 業種 ■



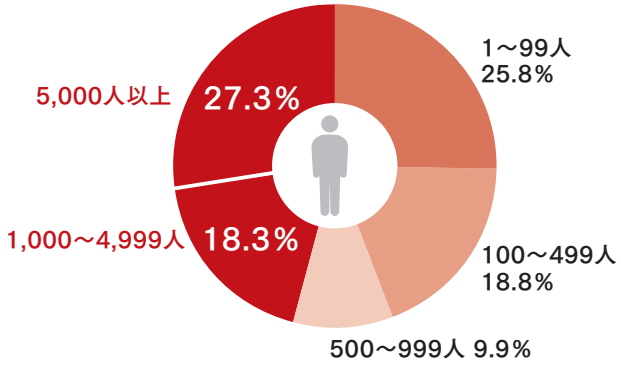
幅広い産業・業種の読者が閲読

■ 職種 ■



約3割が企業経営に関与

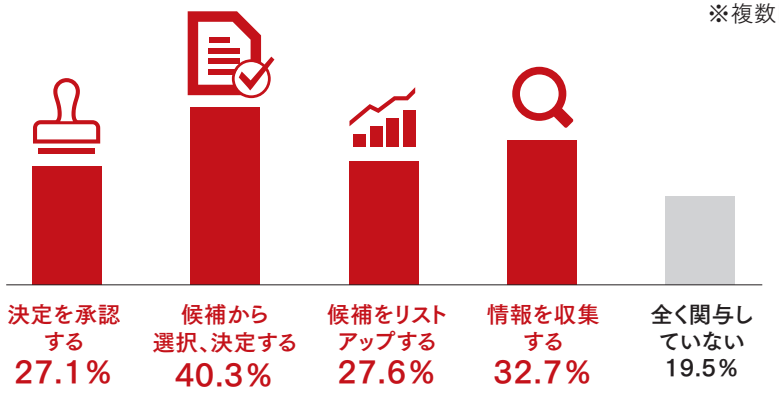
■ 従業員数規模 ■



1,000名以上の大企業で働く読者が45.6%

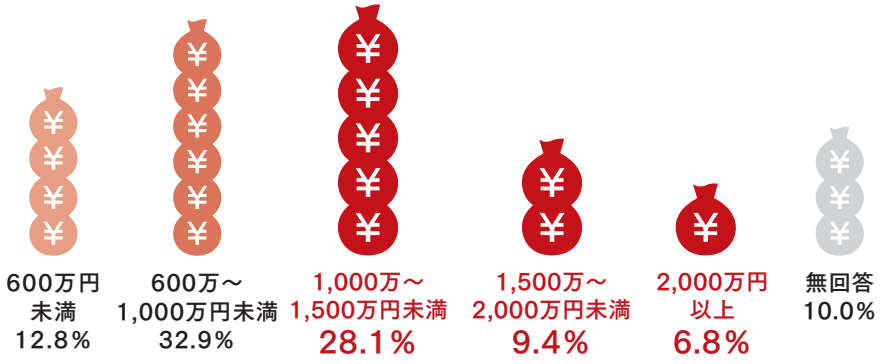
■ 職場での製品・サービス全般の選定や採用への関わり方 ■

※複数回答



約8割が選定・採用に関与

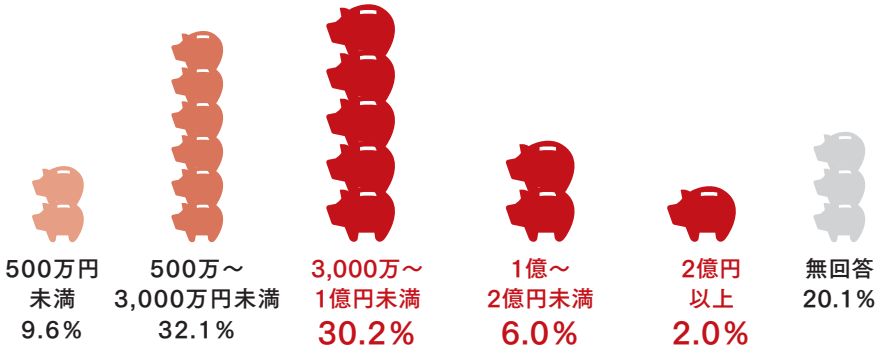
■ 世帯収入 ■



1,000万円以上の読者が**4割超**

平均世帯収入 1,162万円

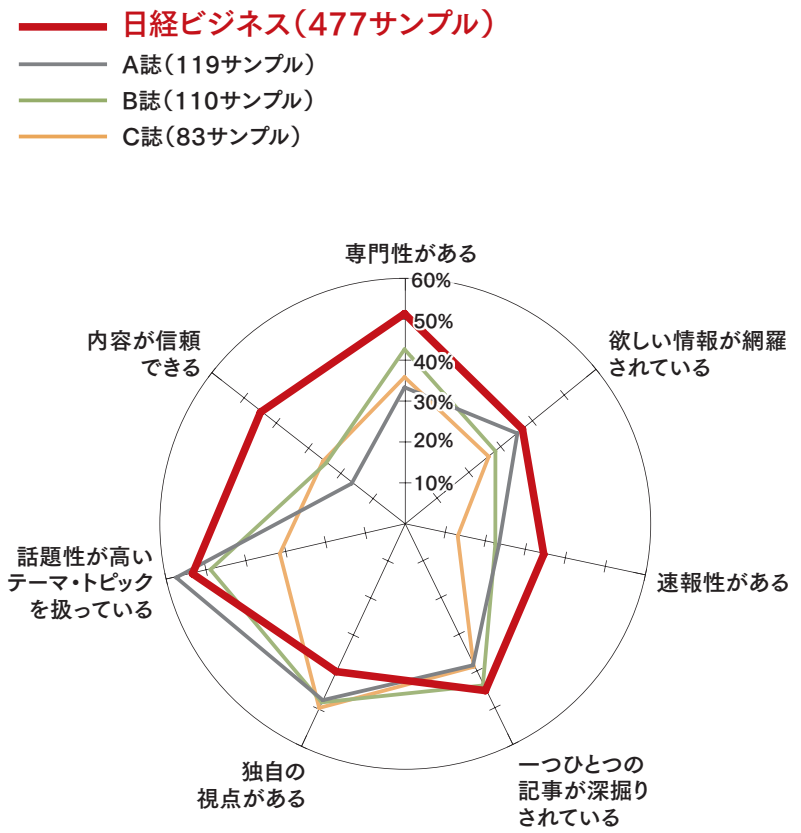
■ 資産総額 ■



約4割が3,000万円以上の資産を持つ

■ 主要ビジネス誌のイメージ ■

※複数回答　※各雑誌を普段よく読んでいる人をベースに集計



専門性や信頼性で高い評価を得る

■ 記事が役に立つシーン ■

※複数回答

自分の仕事におけるアイデアやヒントを得る
69.1%

取引先や社内での話題として活用
48.3%

一般教養を得る
47.7%

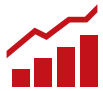
経営者やマネージャーとしての判断材料の参考にする
44.4%

新しい企画やプロジェクトの立案時の参考にする
26.9%

その他の仕事シーンで参考にする
22.7%

会議資料や社内資料として引用
15.7%

個人的に購入する製品やサービスの情報源
15.6%



株式などの投資活動で参考にする
12.9%

ビジネスのアイデアに記事を活用
する読者が多数

■『日経ビジネス』の広告が役に立つシーン ■

※複数回答

個人的に購入する製品やサービスの情報源
47.7%

一般教養を得る
34.8%

自分の仕事におけるアイデアやヒントを得る
27.8%

取引先や社内での話題として活用
22.7%

その他の仕事シーンで参考にする
17.2%

新しい企画やプロジェクトの立案時の参考にする
9.3%

経営者やマネージャーとしての判断材料の参考にする
8.0%

株式などの投資活動で参考にする
5.9%

会議資料や社内資料として引用
3.4%

約5割が製品やサービスの購入時に
広告を参考にしている

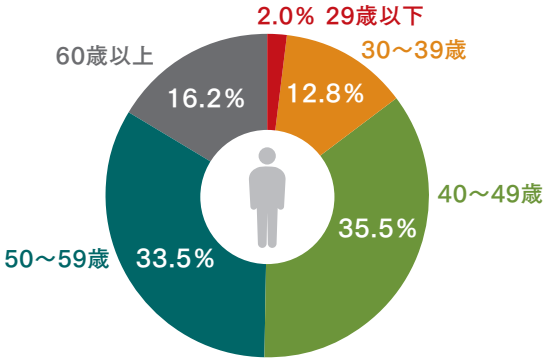
日経ビジネス

日経ビジネス電子版は、『日経ビジネス』本誌との密接なコンテンツ連携により、情報の質とスピードを両立。約256万人の登録会員からの絶大な信頼に応え、「経営に役立つ確かな情報」への高い満足度を獲得しています。

無料・会員登録制

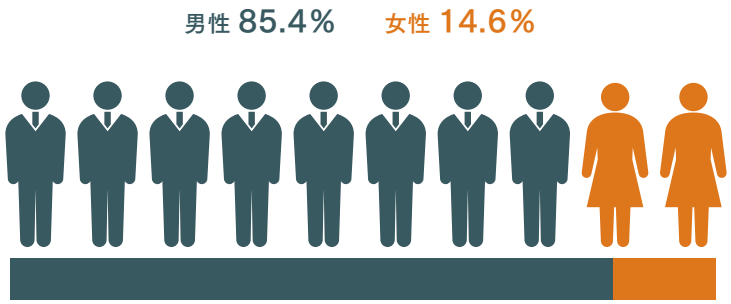
調査実施期間：
2017年8月3日～8月18日
回収サンプル数：1,038

■ 年齢 ■



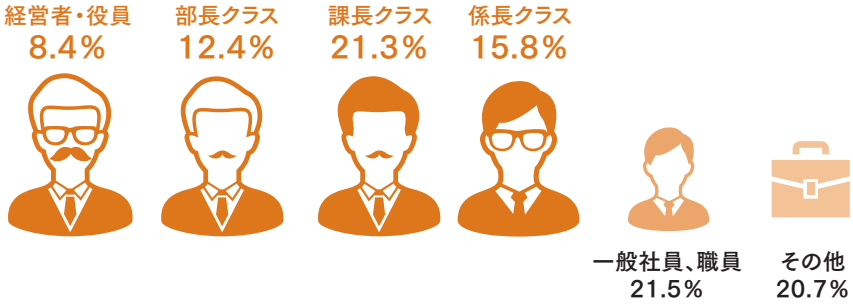
平均年齢は**約50歳**、40代以下が約半数

■ 性別 ■



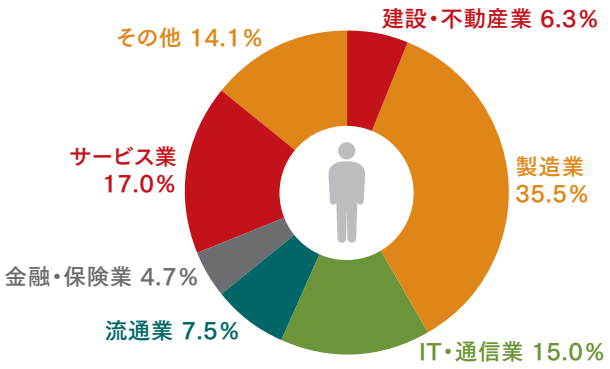
約15％が女性

■ 役職 ■



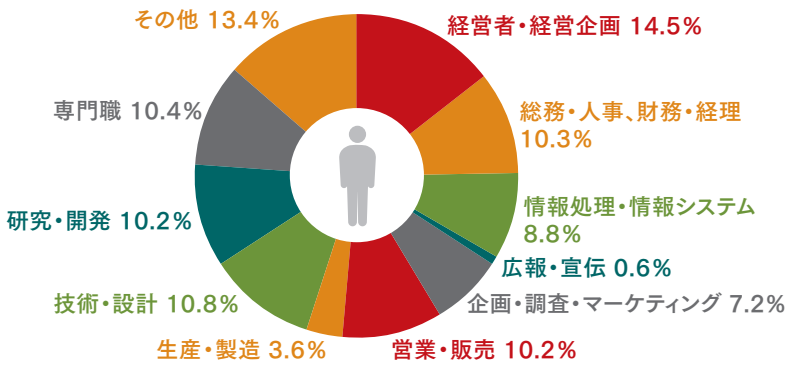
役職者が**6割弱**

■ 業種 ■



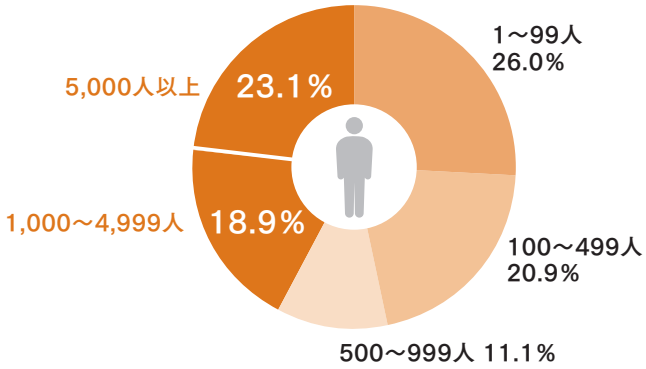
多くの産業・業種の読者が閲読

■ 職種 ■



経営者・経営企画が**約15％**

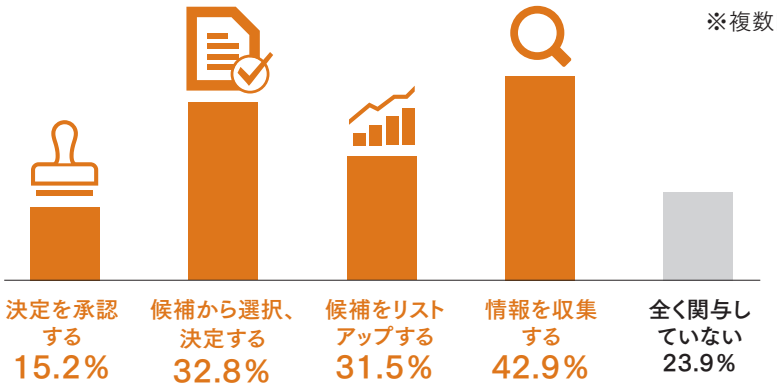
■ 従業員数規模 ■



4割超が1,000人以上の大企業で働く読者

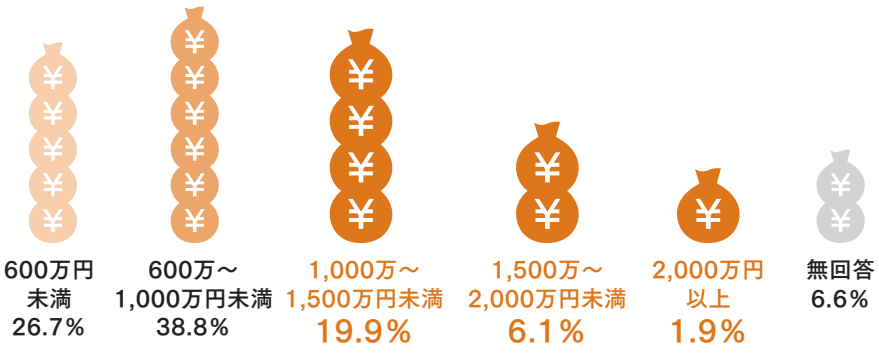
■ 職場での製品・サービス全般の選定や採用への関わり方 ■

※複数回答



約4分の3が選定・採用に関与

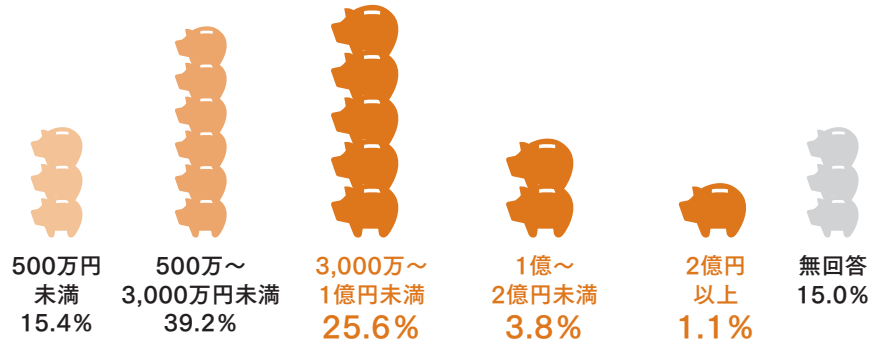
■ 世帯収入 ■



3割弱が1,000万円以上

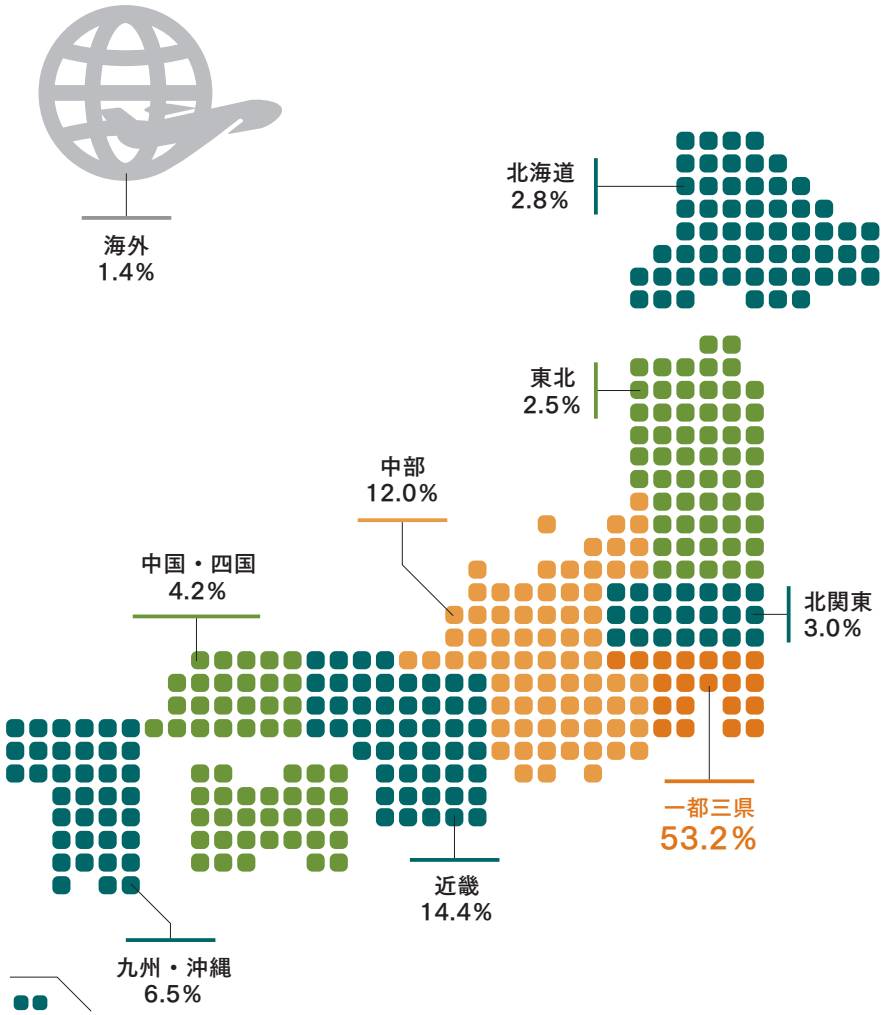
平均世帯収入 841万円

■ 資産総額 ■



3,000万円以上の資産を持つ人が**3割強**

■ 勤務先の所在地 ■



■「日経ビジネス電子版」から どんな情報を得ているのか ■

※複数回答

最近のビジネス トレンド動向
70.6%

最新の技術／テクノロジー 解説情報
50.7%

話題のキーパーソンや 著名経営者の考え
47.8%

注目企業の 業績や動向、経営戦略
42.3%

スキルアップや 自己研鑽につながる情報
36.1%

ビジネスの戦略、 戦術検討の参考とする情報
26.2%

編集部や 記者の意見
19.7%

経営者やマネジャーが 判断するための参考情報
19.0%

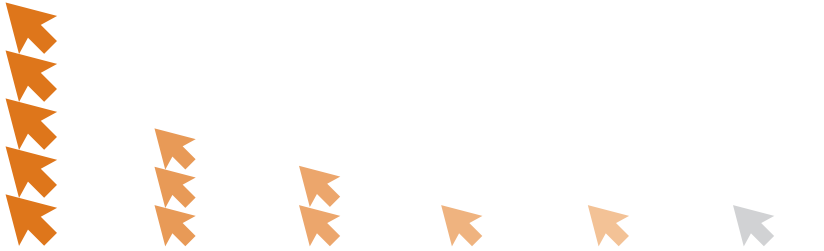
新しい企画やプロジェクトの 参考とする情報
15.8%

仕事で購入・採用する 製品やサービス関連情報
8.6%

特に意識せず 読んでいる
4.9%

約7割がビジネストレンドの動向を追う
情報ツールとして利用
また、最新技術や話題の人物・企業の情報を
自身の仕事に役立てている

■「日経ビジネス電子版」へのアクセス頻度 ■



ほぼ毎日
54.6%

週に2〜3回
29.4%

週に1回 程度
7.7%

月に2〜3回 程度
4.6%

月に1回 程度
1.9%

それ以下の 頻度
1.7%

過半数が**ほぼ毎日アクセス**

■「日経ビジネス電子版メール」の閲読頻度 ■

ほぼ毎日 読んでいる
48.3%

時々 読んでいる
37.6%

ほとんど 読まない
8.1%

以前は 読んでいたが、 今は読んでいない
2.3%

読んだ ことがない
2.5%

「日経ビジネス電子版 メール」に限らず、 メルマガを読まない
1.3%

8割強がメルマガを読んでいる

日経ビジネス 広告接触率調査

日経ビジネスでは、ご出稿いただいたすべての広告主様に対して、広告接触率レポートをご用意しております。
レポートを通して、広告が読者に対してどのような印象を与えているのか、明確に知ることができます。

調査概要

＜指標の定義＞
回答のうち、その広告を
「確かに見た」％＝広告注目率
「確かに見た」％＋「見たような気がする」％＝広告接触率
※上記の定義は日本新聞協会に準拠する
【調査対象者】定期購読者（無作為抽出）
【調 査 手 法】郵送調査
【詳　　細】アンケート用紙と見本誌を送付し、回答を返信してもらう
【実 施 時 期】発売後4～5日で郵送
【調 査 内 容】「確かに見た」「見たような気がする」「見覚えがない」から一つ選択
　　見覚えに関わりなく広告への理解度／興味度／インパクトを評価
【平均回数サンプル数】70～80件
【調査対象号】毎号

レポート項目

1 全体_調査概要
- 調査概要
- 回答者の属性（年代、業種、役職、職種）

2 ランキング一覧
- 全体ランキング一覧

3 接触率ランキング
- 平均（％）
- ランキング上位10社

4 製品ジャンル別
- ランキング上位（各3位まで）

5 クリエイティブランキング
- 平均（％）
- 上位10社

6 個別
- 広告別評価
- 広告が印象に残った理由（自由意見）

広告掲載レポートイメージ

【ランキング一覧】全体ランキング一覧の例

順位	広告主名	広告種別	広告接触率（％）	広告注目率（％）	詳しく読んだ（％）	確かに見た（％）	見たような気がする（％）	見た覚えがない（％）	内容がよくわかる（％）	インパクトがある（％）	広告内容に興味を持った（％）	より詳しく知りたくなった（％）
1	AB交通	純広告	81.0	54.4	21.5	32.9	26.6	19.0	48.1	11.4	29.1	10.1
1	CD商事	純広告	81.0	44.3	12.7	31.6	36.7	19.0	32.9	35.4	17.7	3.8
3	E建設	記事体広告	79.7	46.8	11.4	35.4	32.9	20.3	25.3	40.5	15.2	1.3
4	FGHコーポレーション	純広告	72.2	45.6	21.5	24.1	26.6	27.8	34.2	24.1	17.7	2.5
4	IJ飲料	純広告	72.2	35.5	8.9	26.6	36.7	27.8	20.3	20.3	25.3	2.5
6	K商事	純広告	70.9	49.4	15.2	34.2	21.5	29.1	34.2	21.5	25.3	6.3
6	Lホールディングス	記事体広告	70.9	27.9	3.8	24.1	43.0	29.1	15.2	39.2	7.6	2.5
8	MNカード	純広告	69.7	39.3	5.1	34.2	30.4	30.4	20.3	34.2	7.6	1.3
9	O重工業	純広告	69.6	30.4	1.3	29.1	39.2	30.4	11.4	34.2	12.7	3.8
10	PQR保険	純広告	69.6	39.2	6.3	32.9	30.4	30.4	11.4	32.9	16.5	7.6

【個別】広告別評価の例

サンプル数	広告主名	スペース	【A】広告接触 接触率ランキング 全体	【A】広告接触 接触率ランキング 1ページ以上／部分広告	【A】広告接触 接触率（％）	【A】広告接触 注目率（％）	【A】広告接触 精読率（％）	【B】理解度 順位	【B】理解度 内容がよくわかる（％）	【C】インパクト 順位	【C】インパクト インパクトがある（％）	【D】興味 順位	【D】興味 広告内容に興味を持った（％）	【E】探索 順位	【E】探索 より詳しく知りたくなった（％）
	全体→				52.4	22.5	4.6		10.7		9.1		12.1		4.9
	カラー3ページ以上				54.2	22.5	4.2		16.2		3.5		11.3		7.0
	カラー2ページ				49.1	21.2	5.3		11.6		6.4		13.9		4.7
	カラー1ページ				54.8	23.3	3.8		9.5		12.5		8.8		4.2
	カラー部分広告				36.0	9.2	-		3.5		3.5		5.6		2.1
	表　紙				55.8	24.8	3.7		11.5		10.4		11.3		4.5
	準特殊面				58.8	26.7	5.6		10.3		12.5		14.6		6.7
	1ページ以上				53.1	23.1	4.8		11.0		9.3		12.3		5.0
	部分広告				36.0	9.2	-		3.5		3.5		5.6		2.1
	純広告				54.3	23.6	4.0		9.2		12.1		11.2		4.9
	記事体広告				48.5	20.3	5.6		13.7		3.3		13.7		4.9
	記事対向				56.6	24.8	4.6		9.2		13.6		11.2		5.5
71	AZコーポレーション	4C2	7	7	69.1	38.1	8.5	15	14.1	8	18.3	3	23.9	5	8.5

【個別】広告が印象に残った理由（自由意見）の例

- アピールポイントが明確。
- ビジュアルがよい。
- 企業認知度と内容がフィット。
- 内容を対話式にしているので分かりやすい。
- 一般によく分かっていない対策などの事例は興味を持てる。

日経ビジネス／日経ビジネス電子版 料金表

■日経ビジネス■

[料金]（税別）
※掲載費は回数レート有り

・4c1p 純広告
掲載費 2,520,000円

・4c2p タイアップ
掲載費 5,040,000円
制作費 600,000円～

■日経ビジネス電子版■

メニュー		入稿サイズ	料金	想定CTR(%)
スマホ版	スマホレクタングル	左右300×天地250ピクセル ※動画の場合、【画角】10:9	￥2.0/imp ※動画の場合は、￥4.0/imp	0.07
	スマホ・ヘッダーパネル	左右320×天地180ピクセル	￥3.0/imp	0.1
	スマホ・インフィード（画像＋テキスト）	【画像】左右240×天地180ピクセル ※2 【サブタイトル】全角・半角を問わず 13文字以内×1行 ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず24文字以内 （※改行指定不可）	￥1.0/imp	0.04
	NEW! スマホ・インリードバナー ※3	左右320×天地100ピクセル	￥2.0/imp	0.04
PC版	インリード動画 ※4	16:9（※4:3は非対応）	￥5.0/imp	0.05
	インフィード（画像＋テキスト）	【画像】左右240×天地180ピクセル ※2 【サブタイトル】全角・半角を問わず 13文字以内×1行 ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず24文字以内 （※改行指定不可）	￥1.0/imp	0.02
	第1レクタングル	左右300×天地250ピクセル	￥2.0/imp	0.06
	第1ダブルレクタングル	左右300×天地600ピクセル	￥3.5/imp	0.2
	ビルボード ※5	左右970×天地250ピクセル	￥6.0/imp	0.2
	プッシュダウン ※4※5	【展開時】左右970×天地400(250)ピクセル 【収束時】左右970×天地90ピクセル	￥6.0/imp ※動画の場合は、￥8.0/imp	0.2
	NEW! プレミアムバナー	左右1280×天地250ピクセル	￥10.0/imp	0.2
	NEW! インリードメガバナー ※3	左右1280×天地250ピクセル	￥6.0/imp	0.05

※1 読者セグメントを指定するDMP配信も可能でございます。（http://web-cache.stream.ne.jp/www11/nikkeibpw/adweb/BP_DMP2018.pdf）
※2 スマホ・インフィード、インフィードの画像（240×180ピクセル）は縮小して表示されますのでご注意ください。
※3 スマホ・インリードバナー、インリードメガバナーはトップページのみの掲載でございます。
※4 動画の長さは、30秒以内で制作してください。
※5 クローズボタン（×ボタン）を付けてください。

※表示回数・配信数は目安であり、それらを保証するものではございません。 ※料金には別途消費税がかかります。
※料金、枠数、仕様等は、予告なく変更する場合がございます。 ※申込み、入稿については別途資料でご確認ください。

日経ビジネス&日経ビジネス電子版
タイアッププパッケージ

『日経ビジネス』では、ご要望の多いインタビュー形式のタイアップを、常設企画として通常よりお得な料金でご用意しております。

トップに訊く INTERVIEW

企業トップへのインタビュー形式
限定の特別プランです

※誌面＆Webのデザインは定型フォーマットになります　　掲載イメージ

MARKET 新市場戦略 STRATEGY

企業キーパーソンへのインタビュー形式
限定の特別プランです

※誌面＆Webのデザインは定型フォーマットになります　　掲載イメージ

■ 料金（税別）

■ Aプラン
日経ビジネス記事体広告2P+
日経ビジネス電子版タイアップサイト（誘導1カ月）
5,000,000円
（通常料金：5,640,000円+2,500,000円）

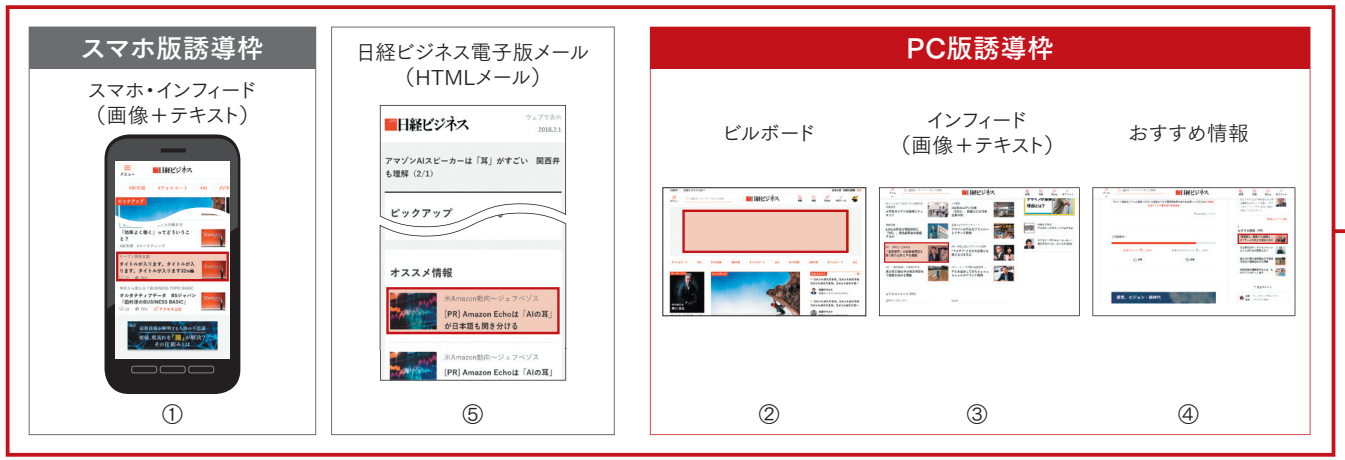
■ Bプラン
日経ビジネス記事体広告1P+
日経ビジネス電子版タイアップサイト（誘導1カ月）
3,000,000円
（通常料金：2,820,000円+2,500,000円）

■ Cプラン
日経ビジネス
記事体広告2P
4,000,000円
（通常料金：5,640,000円）

■ Dプラン
日経ビジネス
記事体広告1P
2,000,000円
（通常料金：2,820,000円）

日経ビジネス電子版SPECIAL（タイアップ広告、4週間の標準誘導枠付き）

企業の意思決定層や高所得者層などの読者に対する記事広告プロモーションにご活用ください。



グロス料金 3,500,000円（税別） ※4週間の標準誘導枠、記事制作費含む

誘導メニュー		番号	掲載面	表示形式	想定表示回数	想定CTR（%）	サイズ
スマホ版誘導枠	スマホ・インフィード（画像＋テキスト）	①	ほぼ全ページ	ローテーション	200,000imp	0.05	【画像】左右240×天地180ピクセル 【サブタイトル】全角・半角を問わず13文字以内×1行 ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず24文字以内（※改行指定不可）
PC版誘導枠	ビルボード	②	ほぼ全ページ	ローテーション	50,000imp	0.2	左右970×天地250ピクセル
	インフィード（画像＋テキスト）	③	記事ページ 記事下		500,000imp	0.02	【画像】左右240×天地180ピクセル 【サブタイトル】全角・半角を問わず13文字以内×1行 ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず24文字以内（※改行指定不可）
	おすすめ情報	④	記事ページ 右カラム		2,500,000imp	0.02	【画像】左右240×天地180ピクセル ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず28文字以内
メルマガ	日経ビジネス電子版メール（HTMLメール）	⑤	平日毎日2回配信（朝刊、夕刊）		約700,000通×12回	0.04	【画像】左右240×天地180ピクセル 【サブタイトル】全角・半角を問わず13文字以内×1行 ＋ 【タイトル】全角・半角を問わず24文字以内（※改行指定不可） ※最大50KBまで

※在庫状況や訴求内容に応じて、弊社から最適な誘導枠に調整させていただく場合がございます。
※雑誌タイアップを流用する場合は250万円（税別）で本標準パッケージを承ります。詳細はお問い合わせください。
※著名人の出演・遠方取材は別途費用がかかります。
※発注受領後にオーダーを取り消される場合、原則としてお申込み金額の全額をキャンセル料として申し受けます。予めご了承ください。

日経BP

経営メディア広告部
TEL：03-6811-8031　nb-ad@nikkeibp.co.jp