

2024年12月発売号までの
期間限定特別企画

日経ビジネス × 日経BP 総合研究所 IR広告企画 「PBR向上に挑む」



日経ビジネス

日経BP 総合研究所

日経ビジネス × 日経BP 総合研究所

IR広告企画 PBR向上に挑む

2023年3月、東京証券取引所はプライム市場とスタンダード市場の上場企業に対して、資本コストや株価を意識した経営に向けた対応を開示すること、すなわちPBRの改善を要請しました。東京証券取引所が2024年2月15日に更新した、株価の改善に向けた具体策を開示した企業のリストによると、プライム市場の上場企業のうち、1月末時点で開示済みは726社で全体の4割強となり、2023年12月末時点の開示企業数(660社)からこの1カ月間だけで大幅に増加しています。

上場企業のPBR向上のための取り組みと情報開示の姿勢に、国内外の投資家やセルサイドのストラテジスト、アナリストが熱い視線を注いでいます。

そこで、機関投資家や個人投資家、ストラテジスト、アナリストも読者に持つ日経ビジネスは、上場企業のIRを支援するためにIR広告企画「PBR向上に挑む」をスタートさせます。PBR改善に向けた、貴社の成長戦略や資本政策、株主資本コストとROEの比較など、エクイティストーリーの発信をお手伝いします。

本企画では、日経BP総合研究所のメンバーが、ストーリー作成に携わります。普段から統合報告書や人的資本レポートの発行、サステナビリティサイトの制作など、企業の情報開示を幅広く支援させていただいているメンバーです。貴社の企業価値評価向上にお役立ていただけますと幸いです。

日経ビジネスを購読している、 機関投資家・ストラテジストの声

アライアンス・バーンスタイン株式会社
責任投資ヘッド

白井 はるな 氏



投資家やアナリストは企業価値を評価するにあたって、決算説明資料や統合報告書などを分析し、さらにCEOやCFOとの対話を重ね、企業が発信するIRストーリーへの理解を深めますが、それだけでは把握しきれない情報があります。企業価値評価のための第三のリソースのひとつとして、日経ビジネスなどの信頼性の高いメディアを読み込み、企業価値に変動を与える要因がないか常に分析しています。日経ビジネスの特徴は、その企業を深掘りするタテの視点と、その企業を取り巻くバリューチェーン全体を捉えるヨコの視点を組み合わせ、現状分析に留まらず、セクターや企業の今後の方向性を提示し、さらに分析の定石が定まっていない領域にも切り込んでいけることにあると思います。日経ビジネスには今後も、日本の資本市場全体の底上げにつながる、踏み込んだ提言を、グローバル投資家として期待しています。

みずほ証券株式会社
エクイティ調査部 チーフ株式ストラテジスト

菊地 正俊 氏



『低PBR株の逆襲』(日本実業出版)『良い株主 悪い株主』
『外国人投資家が日本株を買う条件』(日本経済新聞出版) 著者

市場のトレンドやセクターの動向などを把握するために、日経ビジネスを毎号、購読しています。国内外の影響力のある経済メディアは一通り目を通していますが、日経ビジネスでは例えば、2024年3月11日号の「物流経営の時代」のようなセクターの動向を深掘りした特集に注目しており、セクターの投資推奨にあたっても参考にしています。また中小型株銘柄の企業の記事も、社名は知っているけれど、そのビジネスモデルについて詳しく知らない企業であればあるほど、チェックしています。日経ビジネスには、日本企業が海外で具体的にどう稼いでいるのか、あるいは企業やセクターが中長期でどんなリスクや機会を抱えているのか、といった内容に深く切り込んだ記事にも、今後期待しています。

日経ビジネス × 日経BP 総合研究所

IR広告企画 PBR向上に挑む

投資家にこんなことを伝えたい企業様におすすめです！

“ “
社長、CFOの
PBR向上に挑む決意を
伝えたい
” ”

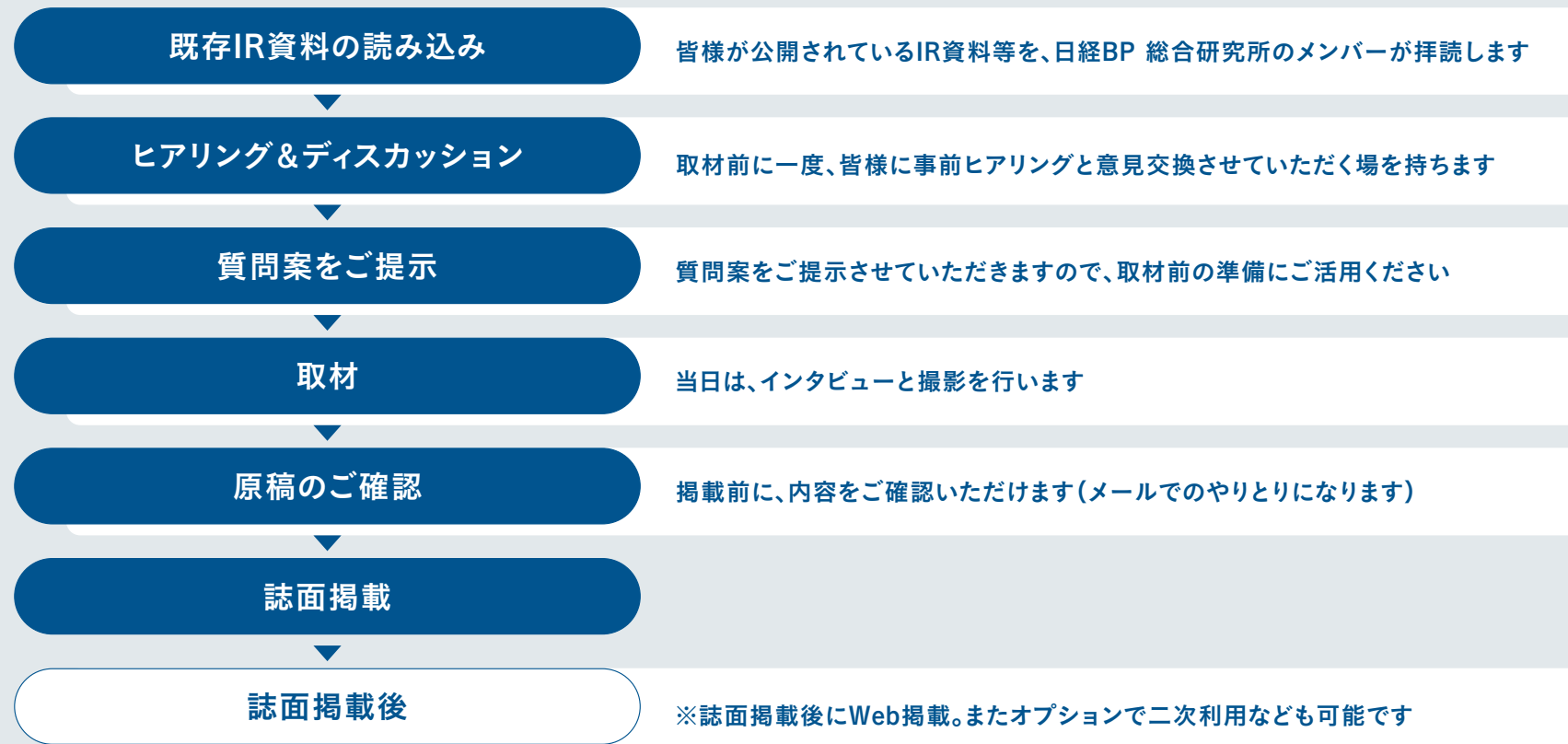
“ “
新たな中期経営計画の
実現可能性を伝えたい
” ”

“ “
新たな成長投資、
株主還元の具体的な中身を
伝えたい
” ”

“ “
統合報告書を
もっと投資家に読んでほしい
” ”

誌面化までのフロー(イメージ)

情報開示やヒアリング内容のポイントをご一緒に検討することで、訴求力の高い原稿を目指します。



誌面の内容、イメージ

【誌面の内容】

- PBR向上、稼ぐ力の向上に挑むトップの想い
- 株主還元の方針
- 事業ポートフォリオの変革
- 成長投資の具体的な内訳
- ESGに関するリスクと機会
- 株主との対話に関する方針

基本は、CEOやCFOに戦略を語っていただく形式を想定しますが、インタビュー形式にしない文章で貴社の戦略を紹介することも可能です。取材前の検討フェーズで、表現方法についてもご意向を確認させていただきます。

【誌面のイメージ】

- 1 CEO、CFOの写真
写真を紹介しないことも可能です
- 2 企画タイトル
- 3 出稿企業様名
- 4 人物プロフィール
紹介を入れられないことも可能です
- 5 メインタイトル

- 6 リード文
- 7 本文
- 8 インタビューカット以外の要素
- 9 出稿企業様ロゴとプロフィール
出稿企業様ロゴ、会社名、所在地、URL等
- 10 クレジット
「広告」表記が入ります

3
2
5
6
7
8
10

PBR向上に挑む

ニッケイ化学株式会社
CEO
日経 太郎氏

**成長投資の推進と
株主還元の強化によって
PBRの向上に挑む**

昔は猫である。名前はまだ無い。どこで生まれたかとは見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。百家はここで初めて人間というものを生たした。しかも毛がなくて裸で。それは昔生たした人間の中で一番野蛮な種族であった。...

ずの顔がうつろつろしてまるで変化やからだ。昔は猫の池の前に座ってどうしたらよからうと考えて見た。別にこれという分別も何も出ない。しばらくして近いたら昔生がまた池に落ちてくたさか考え付いた。ニャー、ニャーと試みかやってみたが誰も来ない。そのうち池の上をさまさるうと風が吹いて日が暮れかた。腹が非常に減って来た。泣きたくても声が出ない。仕方ない。何でもよから食物くいのある所まであることと決心をしてさうさうと池を左ひだりに渡りかた。どうも非常に苦しい。そこを我慢して無難にやりかた。どうしようやの事は何となく人間臭い所へ出た。ここへ入るといって、どうにかかなと思つて竹垣の端に上つた。穴から、とある廊内にもぐり込んだ。縁は不思議なもので、もしこの竹垣が壊れていなければ、昔生はついに踏破るほかに踏破りしたかも知れんのである。一番の腹はよく云つたものだ。この猫の穴は今はここからに達するまで昔生が家たのり三毛を訪問する時の通路になっている。

昔は猫である名前はまだ無い。どこで生まれたか。...



昔は猫である。名前はまだ無い。どこで生まれたかとは見当がつかぬ。何でも薄暗いじめじめした所でニャーニャー泣いていた事だけは記憶している。百家はここで初めて人間というものを生たした。しかも毛がなくて裸で。それは昔生たした人間の中で一番野蛮な種族であった。...

日経 太郎 についてはこちら ▶ 1988年東城大学 経済学卒業、ニッケイ化学株式会社入社。2006年事業部長、10年専任役員、12年アジア事業部長、15年Nikkai Technologies, Ltd. 社長、19年取締役社長に就任。専任役員、20年社長。

企業ロゴ

●お問い合わせ
ニッケイ化学株式会社
〒000-0000 東京都〇〇区虎ノ門〇丁目8番8号 ニッケイタワー5F
http://www.xxxxxxxx.com

メニュー

※本メニューの金額は、2024年12月発売号掲載分までの期間限定になります。

「日経ビジネス+日経ビジネス電子版」の基本パッケージと、基本パッケージに「日経マネー」掲載をプラスした、特別パッケージをご用意しています。

基本パッケージ



日経ビジネス

日経ビジネス 4色2ページ記事体広告



日経ビジネス

電子版

日経ビジネス電子版 記事体広告 (4週間の誘導枠つき)

※雑誌に掲載した内容をHTML化してWebに掲載します。

5,000,000円(税別)

※遠方取材の場合は、別途交通費の実費が発生します。

特別パッケージ

左記の
基本
パッケージ



日経ビジネス

日経ビジネス
4色2ページ記事体広告



日経ビジネス

電子版

日経ビジネス電子版
記事体広告
(4週間の誘導枠つき)



日経
マネー

「日経マネー」4色2ページ記事体広告

※「日経マネー」は縦書き媒体のため、日経ビジネスに掲載した内容を、縦書きデザインにレイアウトし直した上で掲載いたします。

6,500,000円(税別)

※遠方取材の場合は、別途交通費の実費が発生します。

オプション

1

記事体広告の二次利用 抜き刷りパンフレットに

日経ビジネスに掲載された広告誌面を、紙のパンフレットにして様々なシーンで活用可能です。

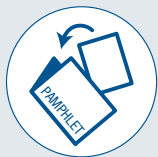
抜き刷りパンフレットの活用法

- 投資家向け説明会での配布
 - 郵送資料への同封 など
- ※そのほか内容に応じて、以下のような活用法もございます。

セミナー/イベント/
店頭で配布



DMや商品の
パンフレットに同封



人材採用時に
志望者に提供



イメージ

記事体広告のタイトル、掲載号の表紙写真、既定の出典・著作権表記を掲載

ウラ表紙には会社ロゴとご連絡先を掲載可能



費用：1000部 30万円(税別) ~

オプション
2

テレ東BIZ × 日経BP 総合研究所がコラボして 動画制作 & 配信

日経グループのひとつ「テレ東BIZ」のリソースを活用して、動画を制作 & 配信が可能です。

YouTubeの“テレ東BIZ”チャンネルで協賛番組を配信します。

動画のシナリオ策定にあたっては、記事体広告を取材した日経BP 総合研究所のチームの知見も活用してまいります。



6万本以上のコンテンツを掲載し、190万人のYouTube チャンネル登録者を抱える 国内最大級の経済動画サービス。
WBS「ガイアの夜明け」などの地上波番組の見逃し配信の他、ニュース映像やオリジナル番組を幅広く掲載。
テレビ東京報道局が監修する、ビジネスに役立つ上質な経済情報を、より早く・より深くお届け。

- YouTubeの“テレ東BIZ”チャンネルにて、協賛番組を配信。経済・ビジネスに関心の高い投資家に訴求できます
- 番組動画はアーカイブ配信されますので、一過性で終わらず継続的に訴求できます
- 広告的ではないフォーマットの動画によって、より自然な形でターゲットへ接点をもてます

【セカイ経済】

グローバルなトレンドから日本の企業活動にフォーカスする番組



2023年5月
経済の血液は〇〇に進化！
最先端の物流技術とは
(協賛：ヤマト運輸)
10.2万回視聴



2023年3月
AIの進歩で
人類に訪れる未来とは
(協賛：NEC)
43.3万回視聴



2023年3月
デジタル後進国「日本」が
抱える課題とDX化の未来
(協賛：アドビ)
11.6万回視聴



2023年1月
アメリカに学ぶ
サイバー対策
(協賛：NEC)
34.2万回視聴

【テレ東経済ニュースアカデミー】

ビジネス・経済ニュースのアカデミックな解説とともに企業を紹介する番組



2021年3月
5Gの次の6G!?
ビヨンド5Gの未来!
(協賛：プロトスター)
19.0万回視聴



2021年3月
負けるな日本!
5G国際競争の行方は
(協賛：プロトスター)
13.5万回視聴

※ 30分前後の構成。企画時点から、内容について適宜すり合わせを行いながら進めます。
※ お申し込みから公開まで、所要期間として2カ月半程度いただきます。
※ お申し込み確定の前に、訴求テーマなどご相談ください。

費用：動画1本 580万円(税別)～

皆様取材させていただくインタビューアー(候補)

日経BP 総合研究所のメンバーが
皆様のビジョンや戦略を取材させていただきます。



河井 保博

Yasuhiro Kawai

日経BP 総合研究所
所長
執行役員

1991年日経BP入社。ICT関連のメディアで記者活動に従事。「日経コミュニケーション」編集長を経て、2013年、クリーンテックラボ上席研究員。スマートシティ関連事業のほか、新規事業創出を目指した研究会の企画・運営、レポート執筆などに携わり、「未来コトハジメ」「DIGITALIST」など顧客企業との協業メディア企画・立ち上げ・運用を牽引。総合研究所クリーンテックラボ所長、技術メディア(日経クロステック)ユニット長を経て、24年4月より現職。



杉山 俊幸

Toshiyuki Sugiyama

日経BP 総合研究所
チーフコンサルタント
主席研究員

【専門分野】経営、データ/AI活用、マーケティング、ブランディング、ESG経営
日経BP入社後、1998年から日経ビジネス編集部で通信・電機業界、遊軍担当などの後、編集委員として政治・政策・マクロ経済分野の記事を執筆する。「日経ビジネス」副編集長を経て、2010年に日経ネットマーケティング(現「日経クロストrend」)編集長に。14年に日経ビッグデータラボを立ち上げ、日経ビッグデータラボ所長兼「日経ビッグデータ」発行人となる。18年トレンドメディア局長となり「日経クロストrend」発行人、同特別編集委員を経て、20年から日経BP 総合研究所 主席研究員。



古塚 浩一

Koichi Kozuka

日経BP 総合研究所
プランニングセールス1部長
チーフコンサルタント

2018年、日経BPコンサルティング SDGsデザインセンター長に就任し、サステナビリティ経営の推進を支援。ESG外部評価の向上やマテリアリティ特定、価値創造ストーリーの策定から、統合報告書やサステナビリティサイト、グローバルサイト等の開示情報をつくるパートまで、ワンストップでアドバイザリーを行うことを強みとしている。22年1月よりQUICK社とESGアドバイザリー・サービスの共同事業を開始。ESG評価を向上させるサービスにも注力し、23年からは日経BP 総合研究所 チーフコンサルタントとして、PBR向上のためのIR支援も行う。



成田 美由喜

Miyuki Narita

日経BP 総合研究所 プランニングセールス1部
日経BPコンサルティング サステナビリティ本部
コミュニケーション企画部 部長

日経BPコンサルティングにて、日経ビジネス記事広告、事業会社の広報誌や社内報、コーポレートサイト等の企画、取材、デザイン、ディレクションに従事。2018年から、SDGsデザインセンター(現サステナビリティ本部)で、企業のサステナビリティ経営施策のロードマップ立案、統合報告書制作・サイト制作ディレクション、ESG評価向上プロジェクトなど、企業のサステナビリティコミュニケーションに関する幅広いプロジェクトをマネジメントする。ナショナルジオグラフィック日本版広告賞2018年、19年(ともにセイコーウオッチ)受賞。

日経BP 総合研究所について

日経BPの研究・シンクタンク部門である日経BP 総合研究所では、経営、ICT、エネルギー、住宅・建築、メディカル・ヘルスケア、ライフスタイル、IR・ESG等、様々な専門分野の最新動向を収集するラボを有しています。

各ラボに在籍する研究員は、日経BPの雑誌やWebサイトに長年携わり編集長等を経験した者で、各分野に深い知見と人脈を有しています。こうした特徴を持つ研究員が、皆様の課題解決に伴走させていただいています。

今回の広告企画でも、総合研究所のメンバーが皆さんのビジョンと戦略をお伺いし、誌面を作成させていただきます。

メディアで培った3つのチカラで、
社会課題・経営課題を解決する組織です。



カバーするテーマ分野



日経BP 総合研究所のIR支援サービス①

投資家との対話を通じて、企業価値評価を高めるために。

マーケットコミュニケーションに精通し、企業価値評価向上の実績を持つアナリストやステークホルダーコミュニケーションのコンサルタントが、事業会社様の課題に応じてチームを編成。IR活動の現状分析から目標設定、投資家のキャラクターに応じたコミュニケーション戦略の立案、コンテンツ開発までワンストップで支援させていただきます。

主なサービスと期待される成果

IR活動の現状把握と目標設定支援

▶ 成長の源泉となる自社の「強み」の特定

エクイティストーリー構築支援

▶ 資本市場からの信頼獲得

PBR向上のためのIR改善レポート

▶ 投資家による企業価値評価の向上

決算説明資料作成支援

▶ 投資家やアナリストからの信頼向上

統合報告書における財務戦略開示支援、CFOメッセージ作成支援

▶ 投資家やアナリストからの信頼向上

経営層向け「IR人材育成」勉強会

▶ 経営層によるIR戦略とIR人材育成プランの再構築

メディア広告の制作・掲載

▶ 情報開示に積極的な企業であることの認知拡大

日経BP 総合研究所のIR支援サービス②

IRもサステナビリティもワンストップで支援

日経BPグループは、事業会社様の企業価値評価向上を目指し、エクイティストーリー構築等のIR支援から、ESG外部評価対応支援、さらに統合報告書制作やESGデータブック制作等のサステナビリティ情報開示まで、ワンストップで支援します。

取り組み カテゴリー	課題整理 戦略立案	情報開示	情報発信	社内共有 社員啓発
提供サービス	経営層向け「IR人材育成」勉強会	決算説明資料作成支援	メディア広告の掲載・制作	従業員向け「サステナビリティ」勉強会
	PBR向上のための改善レポート	統合報告書制作	イベント登壇	サステナビリティeラーニング
	経営層向け「サステナビリティ」勉強会	統合報告書における 財務戦略開示支援、 CFOメッセージ作成支援	動画制作	サステナビリティ研修動画
	サステナビリティ方針策定支援			パーパスブック制作
	マテリアリティ特定策定支援	ESGデータブック制作		
	CO ₂ 排出量算定	人的資本レポート制作		
	ESGインデックス対応支援	サステナビリティサイト制作		
	CDP回答支援			

IR支援サービス全般に
関するお問い合わせ、
お申し込み先

MAIL 日経BP 総合研究所 プランニングセールス1部 横山一成(よこやま・かずなり) kzyokoya@nikkeibp.co.jp

Web 日経BP 総合研究所 IR支援サービス https://project.nikkeibp.co.jp/bpi/brand/sustainability_ir/

日経ビジネス 媒体概要

日経ビジネス 〈雑誌版〉

日本の社会を担う
 トップエグゼクティブ層・約15万人の読者に、
 「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)
- 販売部数: 148,907部
 ※2022年(1~12月)ABC部数



日経ビジネス 〈電子版〉

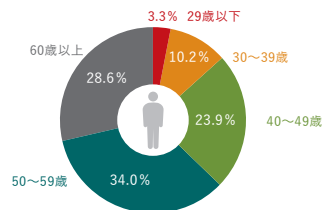
日経ビジネス電子版は、『日経ビジネス』本誌との
 密接なコンテンツ連携により、
 情報の質とスピードを両立。
 約270万人の登録会員からの絶大な信頼に応え、
 「経営に役立つ確かな情報」への
 高い満足度を獲得しています。

- 会員登録料
- 登録会員数: 約271万人 (2023年12月)

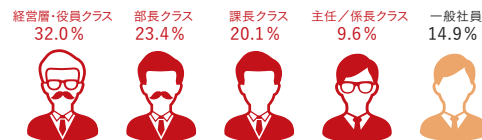


日経ビジネス〈雑誌版〉 読者プロフィール抜粋

[年齢]

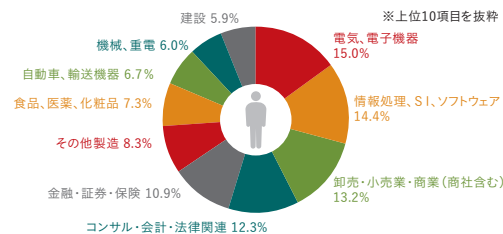


[役職]



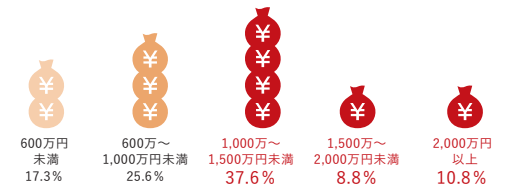
役職者が8割以上

[実績]



多くの産業・業種の読者が閲読

[世帯収入]



約6割が1,000万円以上

本広告企画のお申し込み
お問い合わせ先



日経BP メディアビジネス推進部
 TEL:03-6811-8071

MAIL

nb-ad@nikkeibp.co.jp

Nikkei BP AD Web

<http://adweb.nikkeibp.co.jp/>