

# 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**

# 未来を共創する、新たな企業発信プラットフォームとして

多様化するメディア環境の中で、ターゲット層にブランドイメージを効果的に浸透させるには、優れたコンテンツを適切な媒体で展開することが重要です。

そこで「BSテレビ東京」と「日経BP社」は、経済ドキュメント映像の高い伝達・説得力と、日経ビジネスの経営者層への圧倒的なリーチ力を融合したスペシャルパッケージを企画しました。

このプランは、企業内外のステークホルダーにポジティブな影響をもたらし、信頼構築や競争優位性の強化を支援します。

未来を見据え、共感を呼ぶ企業の姿を社会に発信する強力なメッセージとして、ぜひ本プランをご活用ください。



1日約  
650万人が  
視聴

BSテレ東

開局：2000年12月  
放送対象地域：全国（BSデジタル放送）  
放送形態：24時間放送（多彩な番組編成）  
視聴方法：BSデジタル放送を受信可能なテレビで無料視聴可能

BSテレ東は、日本経済新聞社・テレビ東京グループの一員として、日本経済新聞社と連動した独自の経済・報道番組や、テレビ東京の人気番組を放送する他にも、その強みを生かしたオリジナル番組も多数放送しています。情報感度の高い視聴者向けの経済ニュース番組から様々な趣味に特化した番組など、1日約650万人が視聴するBSテレ東は、多彩なニーズに応えています。



14.6万人の  
読者

日経ビジネス

創刊：1969年9月  
発行部数：146,498部（2023年1-12月ABC部数）  
発行形態：週刊（毎週月曜日発行）、年間50冊  
販売方式：年間予約購読による読者直送方式、一部書店・駅販売店でも販売

ビジネスリーダーのための経済・経営総合情報誌。時代の潮流や注目企業の最新動向に深く切り込み、大胆な仮説と鋭い分析で、ビジネスの最前線を読み解く。多角的な視点で、新時代を切り拓く提言を発信し、意思決定をサポートする価値ある情報を提供していきます。最前線で活躍する読者から寄せられる知見や実例も共有し、ビジネスの未来を共に描いていきます。

# BSテレ東

特別企画番組（30分）を制作・放送

# 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2019年12月21日号 全国信用協同組合連合会 様

優良な経済コンテンツを放送だけでなく、二次利用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。

## BSテレ東

### ◆ 特別企画番組（30分）を放送\*

### ◆ 二次利用権

（番組データお渡し他、1年間使用可能）

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、番組としての中立性を保ちながら貴社のためのオリジナル特別番組を制作・放送いたします。

土・日の夕方帯等でビジネスパーソンを中心とした視聴者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、データでのお渡しにて貴社内での二次利用が可能です。

- \* 貴社名の“提供表示”が必須となります。
- \* 貴社CMは放送できません。



## 日経ビジネス

### ◆ 日経ビジネス 見開き（2ページ）のカラー掲載

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

日経ビジネスは、経営・マネジメント層向けの経済・経営総合情報誌として圧倒的な支持を受けており、この広告を通じて意思決定権を持つエグゼクティブ層や経営幹部に貴社のメッセージを的確かつ効果的に届けることが可能です。

さらに、貴社の専門性や取り組みを誌面で広く訴求することで、新たなビジネス機会の創出や信頼関係の構築を支援します。

# BSテレ東 30分特別番組

- ◆ 時期 . . . . . ご相談の上決定（番組制作期間約3カ月）
- ◆ 番組放送時間 . . . . . 土日の夕方帯等を想定
- ◆ テーマ . . . . . ご相談の上決定
- ◆ 企画料金に含まれるもの . . . . . ①放送料（電波料）      ②標準的な番組制作費  
③映像二次利用権利処理費

## 【基本的な番組の流れイメージ】

### ①業界解説・問題提起（番組の大テーマを設定）

取り上げる業界でどんな動きがあるのか、今何が起きているのか、今後成長していくためにどの市場でどんな事業展開をしていく必要があるのか、ということを経験者のコメントやデータを使って解説します。視聴者に全体像を理解してもらうための導入部分です。

### ②企業・団体の事例紹介

実際にその業界で活動している企業や団体を事例として取材し紹介します。番組の大テーマに沿い、かつ貴社の競合とならないような企業・団体を取り上げます。

### ③貴社事業、取り組み紹介

その業界の中で目立った動きをしている企業として貴社の事業を取り上げます。オフィスや工場、担当者のインタビューなど動きのある画で伝えられるほど番組として面白みが出ます。

### ④業界展望

①～③の内容を踏まえて、今後さらに成長していくであろう市場であることを展望します。※番組に客観性を持たせるために貴社以外の企業や団体を取り上げながら構成します。

## ※特番の制作について

- ・番組はBSテレビ東京が制作・放送いたします。
- ・番組の内容は担当プロデューサー並びに編成局がチェックいたします。
- ・**宣伝色の強い番組は放送できません。広告主様の露出には一定の制限があります。**
- ・放送時期は編成状況と照らし合わせてご相談させていただきます。
- ・番組の編成状況や諸事情により他の放送枠へ移行させて頂く場合があります。
- ・取材場所・期間、演出手法、出演者等により、別途制作費が掛かる場合があります。
- ・原則、広告主様のCMは放送できません。
- ・前後提供表示は必須とさせていただきます。

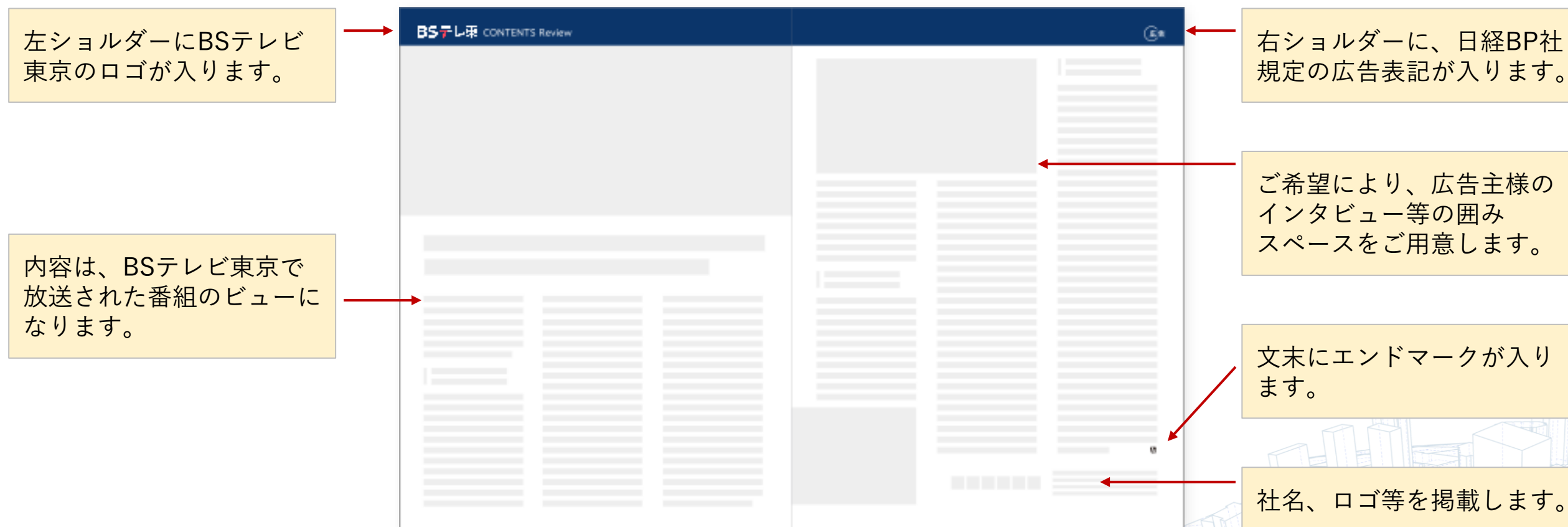
## ※特番の二次利用について

- ・二次利用の有無や用途については事前にご相談させていただきます。
- ・出演者、ナレーター、内容、BGM、用途等により別途費用が発生することがあります。
- ・二次利用素材の再編集が必要な場合、別途編集費がかかります。
- ・二次利用期間が過ぎた場合は更新費用が発生します。

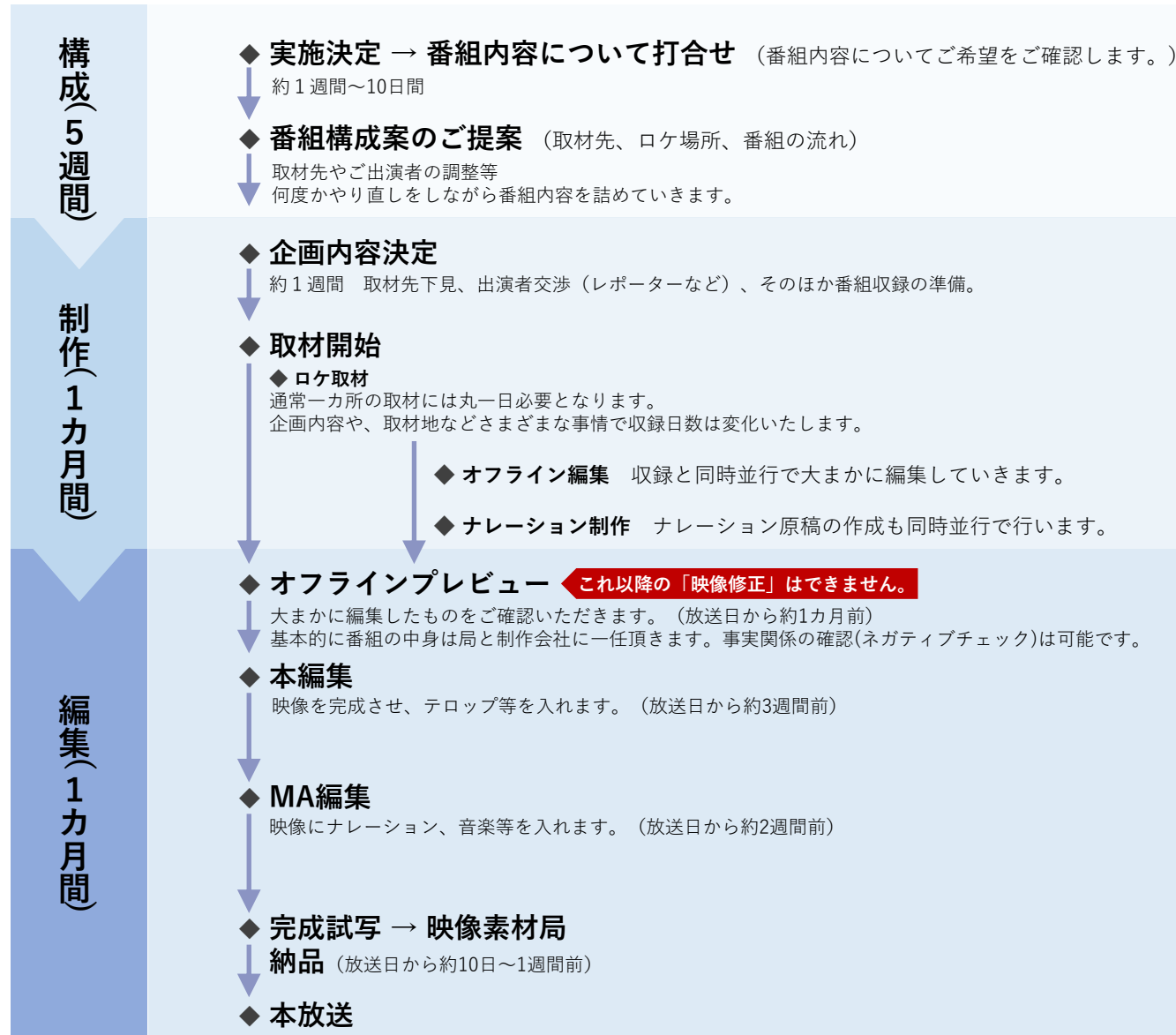


## 見開き（2ページ）カラー記事体広告 (BSテレビ東京の30分特別番組レビュー)

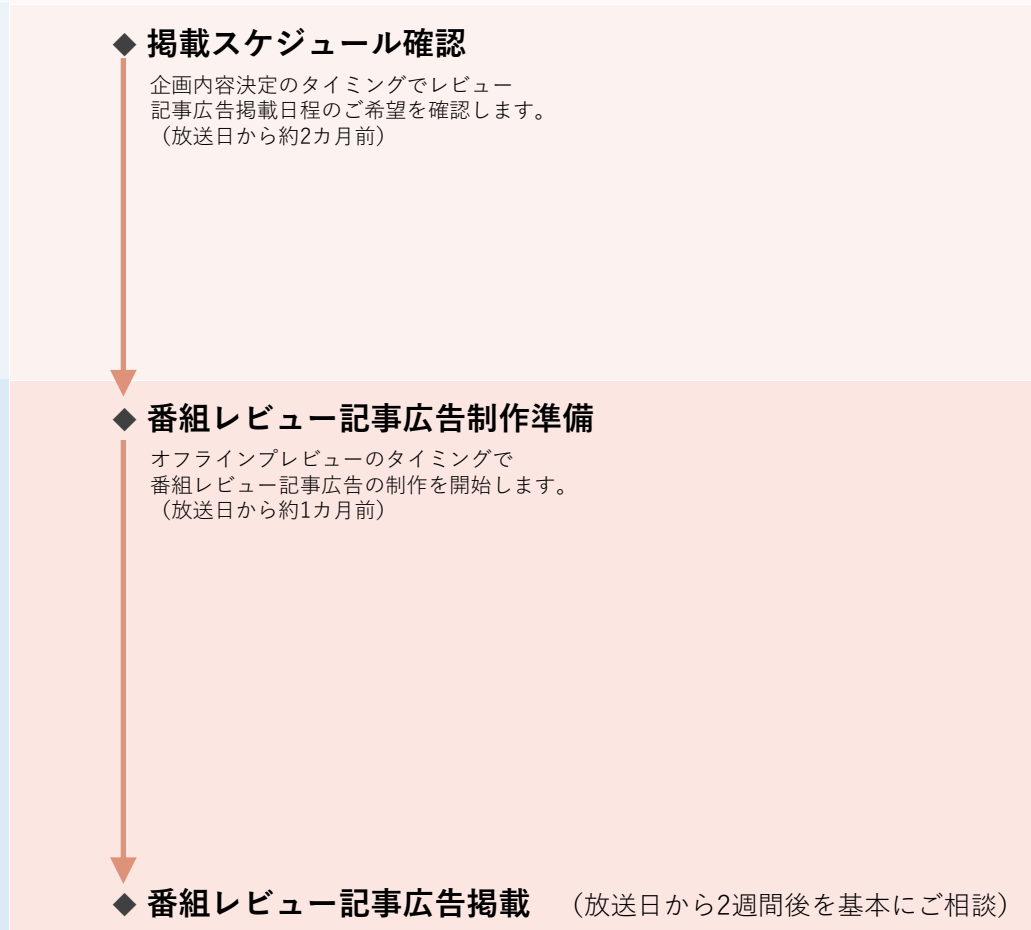
- ◆ 掲載号：ご相談の上決定
- ◆ 企画料金に含まれるもの： ① 雑誌広告掲載費 ② 標準的な原稿制作費



## BSテレビ東京

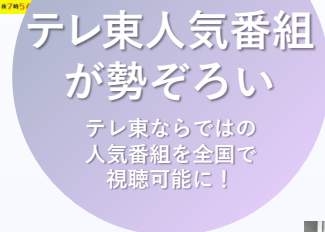


## 日経ビジネス



# BSテレ東

## 良質な経済番組



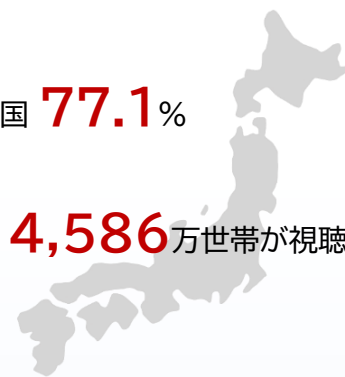
常に先を行く  
ドラマ・バラエティ

ドラマ・情報番組…

## BS放送の全国カバー率

全国 **77.1%**

約 **4,586** 万世帯が視聴可能



## BSはスポットもタイムも“オールネット”

地上波のような、ローカル・ネットの設定はありません!

BSで放送 = 全国ネットで放送 となり、非常におトクなメディアです。

TXN世帯数	テレビ東京	2,111万世帯
	テレビ愛知	477万世帯
	テレビ大阪	785万世帯
	TVQ九州放送	337万世帯

※住民基本台帳(総務省作成、2020年1月1日時点)の世帯数をベースに、民放テレビ局エリア調査(日本アドバイザーズ協会)2008年版カバレッジ数値を使用し、各局エリア世帯数を算出。

## BS放送での“視聴率1%”の影響力

世帯視聴率1% → 569,000世帯

個人視聴率1% → 1,205,000人

※参考:地上波関東エリア

世帯視聴率1% → 200,000世帯

個人視聴率1% → 400,000人

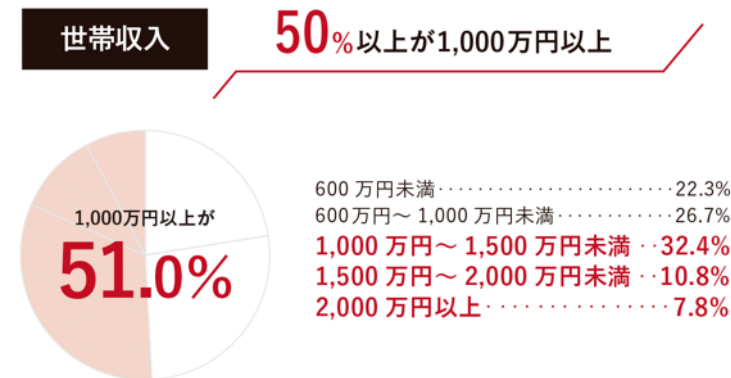
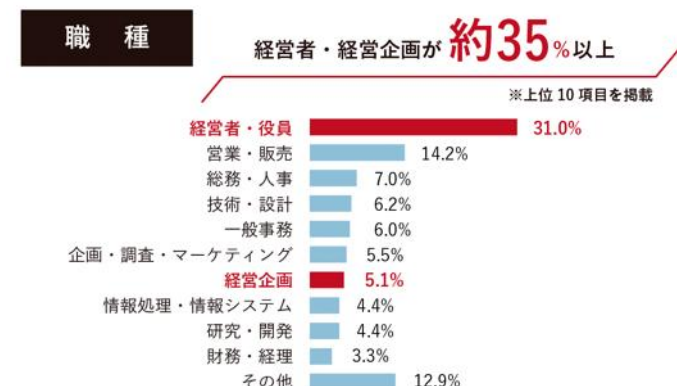
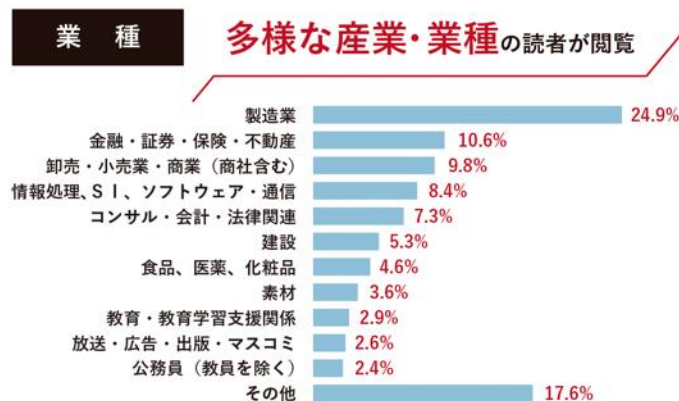
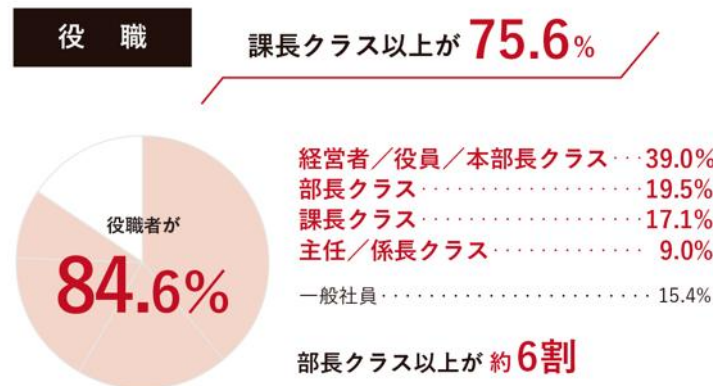
BSなら、  
“1波”で全国にリーチできます!

## 日経ビジネス

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活躍し、ビジネスでもプライベートでも行動力を発揮。



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。



# BSテレ東特番 × 日経新聞 × 日経ビジネス 他

番組名：わが地域で創る新たな人生～令和時代の企業戦略～  
スポンサー：全国信用協同組合連合会 様、全国信用組合中央協会 様



放送日時：2019年12月14日(土)・17時00分～18時00分・番組尺：60分  
番組内容：人生において「起業」を選択した人々取材し、決断に至った経緯やビジネスモデル、資金の調達方法などを紹介。起業家と金融機関が二人三脚で地域の課題を解決する姿を映し出しました。  
SPニーズ：地域ビジネスの最前線を支援する事例紹介、ビジネス層向け番組コンテンツの多角展開。  
二次利用：経済動画サービス「テレ東BIZ」での番組アーカイブ配信、短縮版の動画を広告主側Webサイト・採用セミナーで上映、配布用DVDの作成、他。

## 事前：番宣広告



日本経済新聞 朝刊カラー全7段(セット版)

## 事後：記事広告



日経ビジネス (カラー2ページ)

## アーカイブ配信



テレ東BIZ無料見逃し配信(別途特集ページあり)

# BSテレ東特番 × 日経ビジネス

番組名：液化天然ガスLNGで日本を支えた挑戦者たち エネルギー大革命50年  
 スポンサー：東京ガス 様



**放送日時**：2019年1月5日(土)・17時30分～18時00分・番組尺：30分  
**番組内容**：時代をさかのぼること50年前、高度経済成長の真ただ中に、石炭、石油につぐ第三の化石エネルギー、液化天然ガス（LNG）普及の一大プロジェクトがあった。当時から現在、そして将来まで、日本の置かれてきた経済環境、エネルギーシフト、LNGの可能性を辿る経済ドキュメンタリー。大半のエネルギーを海外に依存する日本は今後どう変わっていくかを伝える。  
**SPニーズ**：地域ビジネスの最前線を支援する事例紹介、ビジネス層向け番組コンテンツの多角展開。  
**二次利用**：短縮版番組を、広告主Webサイト、SNS、イベント、ショールームで使用(1年)。



**事前：番宣広告**

日経ビジネス  
 モノクロ縦1/3ページ

日経ビジネスオンライン  
 インフィード・テキスト  
 (12月24～28日) 50万imp



**本編：番組放送**



BSテレ東特番 30分

**事後：記事広告**



日経ビジネス カラー2ページ

# BSテレ東特番 × 日経新聞 & 日経ビジネス

番組名：木佐彩子が体験！明日をつくる健康メソッド      スポンサー：ネスレ日本様



**放送日時**：2018年12月23日(日)・19時00分～19時54分・番組尺：54分  
**番組内容**：日本人の平均寿命は男性80歳、女性87歳と過去最高を記録。しかし今や介助などを受けずに健康に暮らせる寿命＝健康寿命が注目されている。番組では運動と食生活をキーワードに健康寿命について考えていく。IoTが浸透する昨今、健康寿命に寄与する新しい健康管理、明日からでも実践できる手法を紹介する。  
**SPニーズ**：新事業（ウェルネスアンバサダー）についてテレビを活用して訴求、2次利用。  
**二次利用**：番組編集版を広告主Webサイト、メールマガジン、公式Youtubeに掲載(半年)。

## 事前：番宣広告



日経ビジネス  
モノクロ縦1/3ページ



日本経済新聞 朝刊カラー全7段（セット版）

## 事後：記事広告



日経ビジネス（カラー2ページ）

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

13,500,000 円 (消費税別)

お問い合わせ

- BSテレビ東京 営業局 営業部 . . . . . 03-3587-3409
- 日経BP社 メディアビジネス推進部 . . . . . 03-6811-8071