

経済の動向を先取りするビジネスのプラットフォーム

NIKKEI BUSINESS MEDIA GUIDE

日経ビジネス電子板 メディアガイド

Publisher of Nikkei Business
Takeshi Matsui



発行人挨拶

社長、必読。革新を追求する 情報メディア

日経ビジネス 3大指針

1

多角的な分析による情報提供

経営層やビジネスリーダーに向けた、意思決定に役立つ情報を提供し、読者の知見をさらに深める

2

新時代への積極的な提言

日経ビジネスでしか読めない、独自の視点で掘り下げたコンテンツを展開

3

時代の潮流や注目企業の最新動向を発信

国内外の市場動向や最新のビジネストrendをタイムリーに伝え、読者の未来をサポート

12.2 販売部数
万部

215 WEB会員
万人

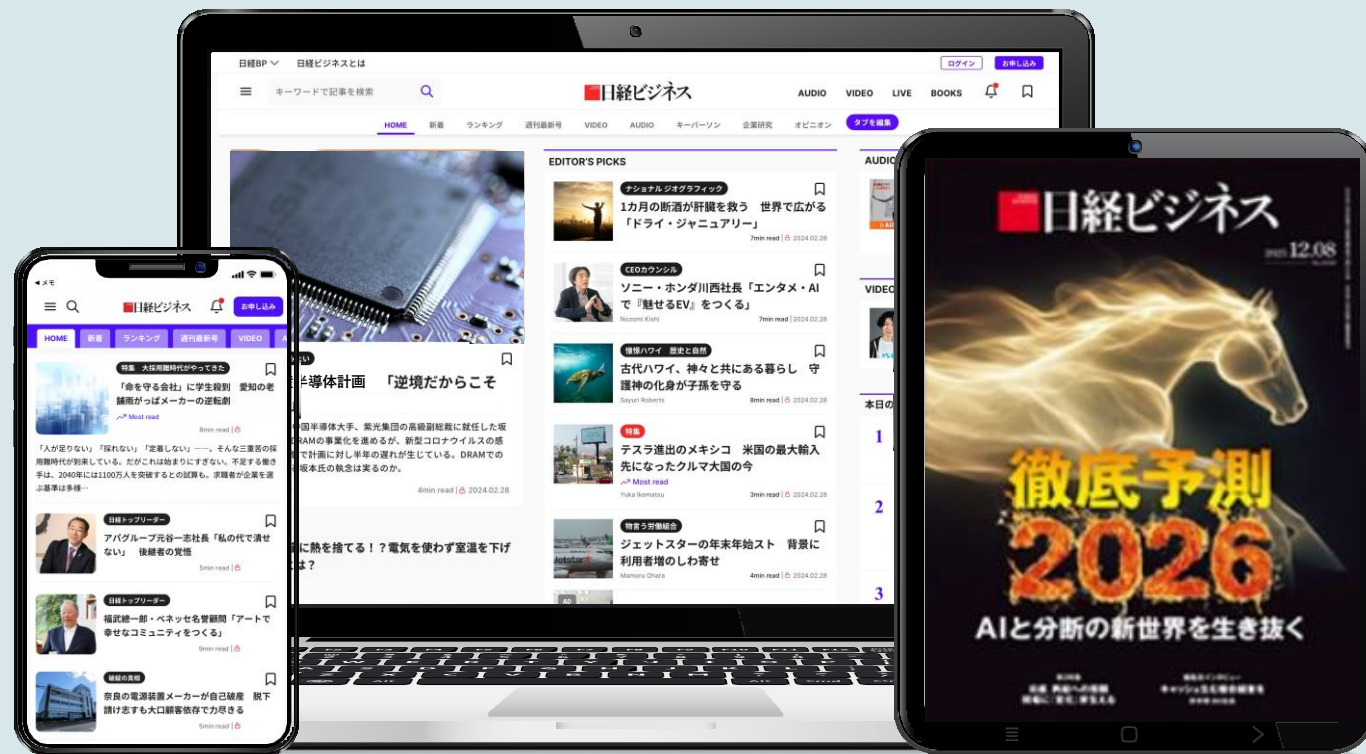
78.9%
ビジネスの役に立つ経済メディア

日経ビジネス発行人：松井 健

1994 年筑波大学卒、日本経済新聞社に入社。ビジネス・企業の領域を一貫して取材・編集。自動車、IT、通信・放送、電機、重電・機械、スタートアップ・中堅中小企業など担当。日経産業新聞編集長などを経て、2024 年4月から日経ビジネスなど経営誌の発行人などを担う経営メディアユニット長。

「知識」と「知見」を素早く武器に変える

日経ビジネス電子版



月間ページビュー数： 9,712,214

月間ユニークブラウザ数： 3,255,001

登録会員数： 2,153,303

(2025年10月現在)

電子版ならではの5つの価値

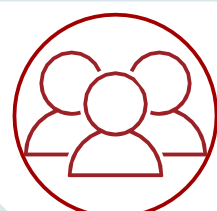
- 1 記事の概要を素早く把握**
「この記事の3つのポイント」で記事概要を素早く把握
- 2 興味・関心領域で自由にカスタマイズ**
気になるトピックや機能を「タブ」で取捨選択、自分仕様にトップページをカスタマイズ
- 3 PCでもスマホでも自由に行き来**
記事の閲覧履歴を自動保存。「クリップ」機能で移動中に見つけた記事をPCでゆっくり閲覧可能
- 4 過去から現在に至る動きを「俯瞰」**
約7万本のアーカイブ記事を俯瞰できる新機能「日経ビジネス TIME MACHINE」
- 5 日替わりで「知見」や「気付き」を**
経営者が残した名言やリーダーの心得を日替わりで配信する「TIPS OF THE DAY」

Nikkei Business Editor-in-Chief
Shinichiro Kumano



日経ビジネス編集長：熊野 信一郎

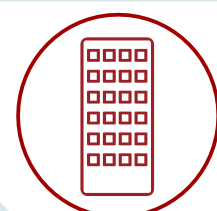
数値で見る日経ビジネスの強み



ビジネスリーダーに
最も読まれるメディア

経営層や専門職の
役職者

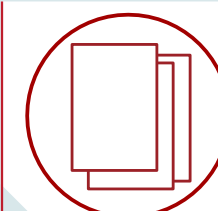
61.8%



スケールの大きい事業・
商談の可能性が広がる

従業員規模が 1,000 人以上の
企業の閲覧状況

37.8%



深掘りする分析と独自の視点

他メディアより日経ビジネスを
活用する割合

65.4%



DX への関心度が高い

関心のあるテーマで
「AI」「DX」「データ活用」を選択した割合

58.1%

※3 項目の平均値



日本の経済を牽引する層として

世帯収入が
1,000万円以上

46.3%

【読者調査アンケート 調査概要】

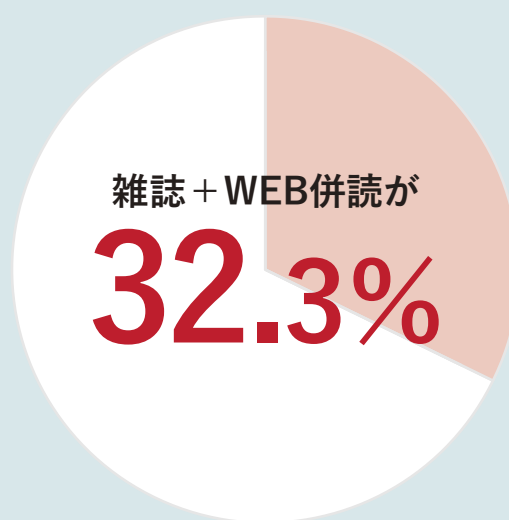
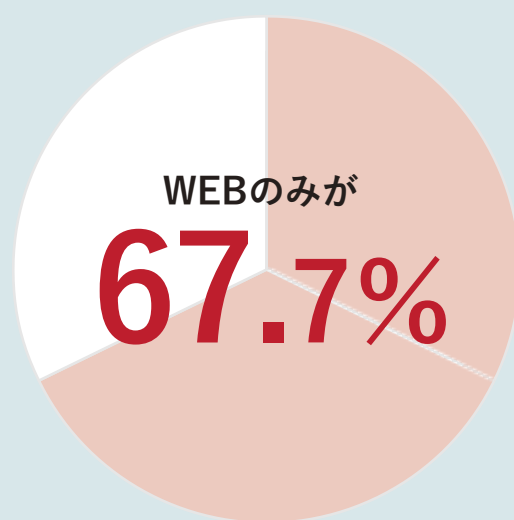
- 調査対象：日経ビジネス定期購読者、日経ビジネス電子版登録会員・有料会員
- 調査期間：2024 年 7 月 17 日～7 月 24 日 ■ 調査手法：メール告知・WEB 調査
- 有効回答数：916 人 ■ 調査主体：日経 BP / 日経 BP コンサルティング



WEB読者プロフィール【ユーザーアンケート】

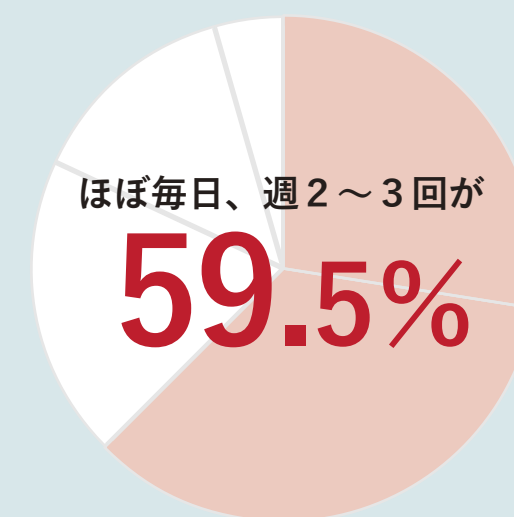
閲覧状況

3人に2人がWEBのみの読者



電子版アクセス

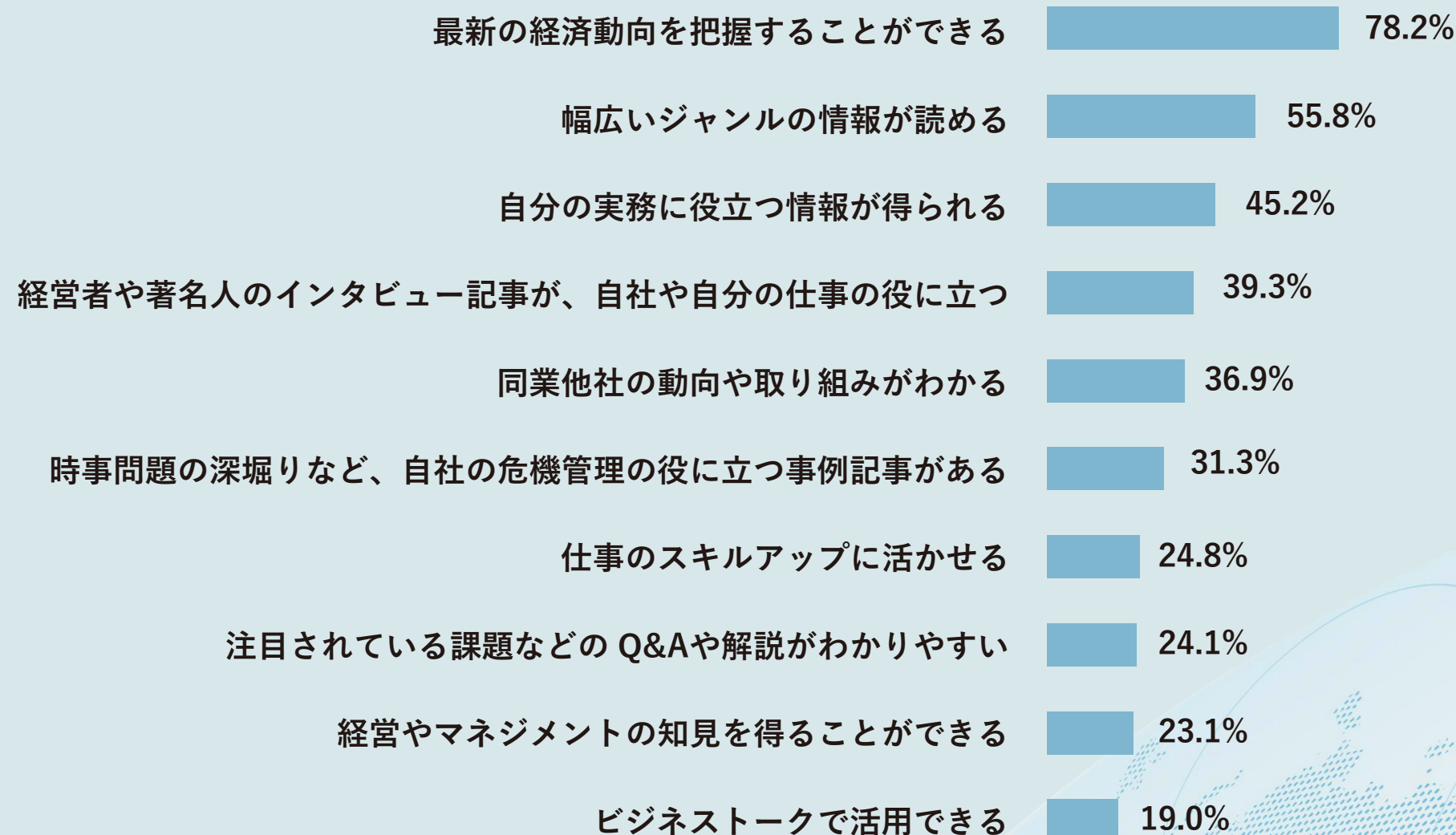
頻繁にアクセスする読者が過半数



ほぼ毎日…… 26.2%
週2～3回…… 33.3%
週1回…… 18.3%
月に2～3回…… 12.9%
月に1回以下…… 9.3%

日経ビジネスを読む理由

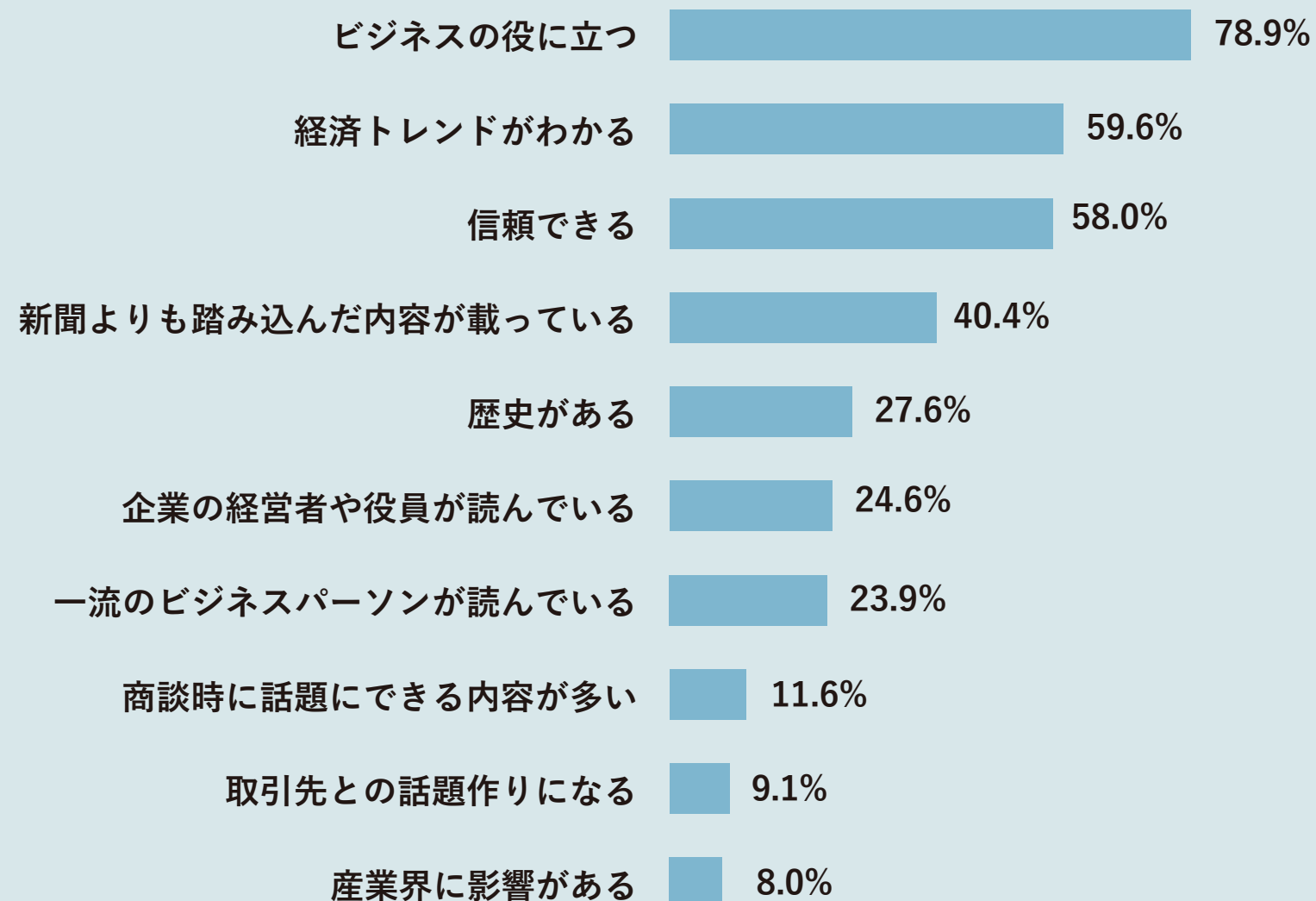
ビジネスリーダーにとって重要な情報源



WEB読者プロフィール【ユーザーアンケート】

日経ビジネスのイメージ

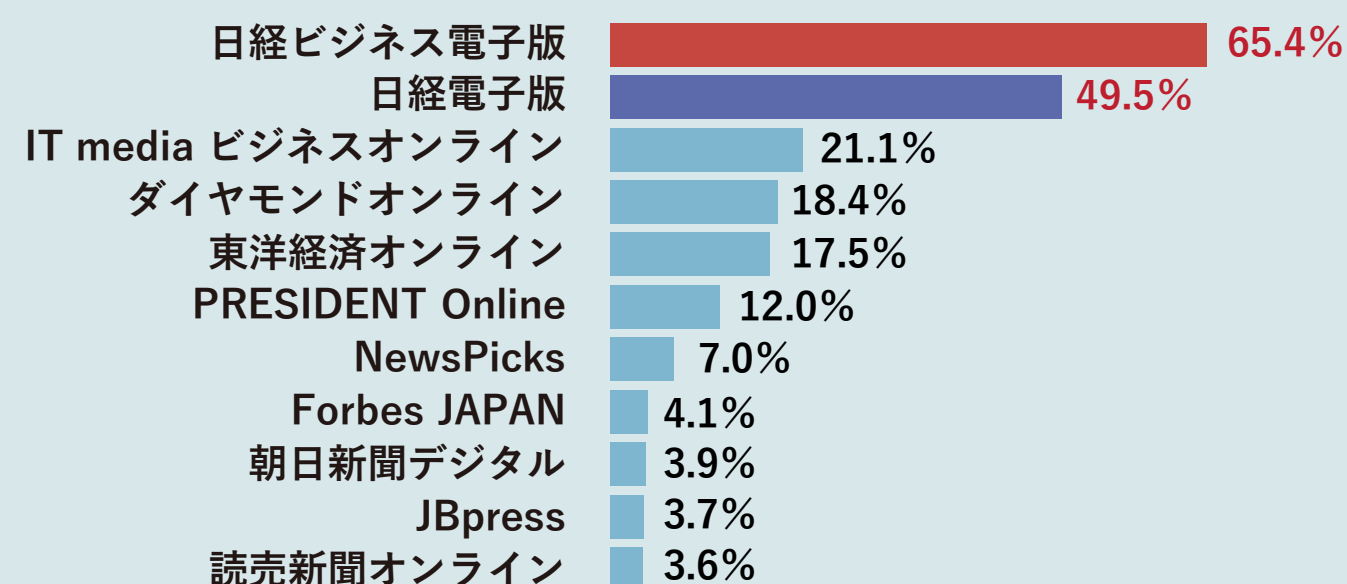
信頼と実用性でビジネスを支える



活用する媒体の信頼度

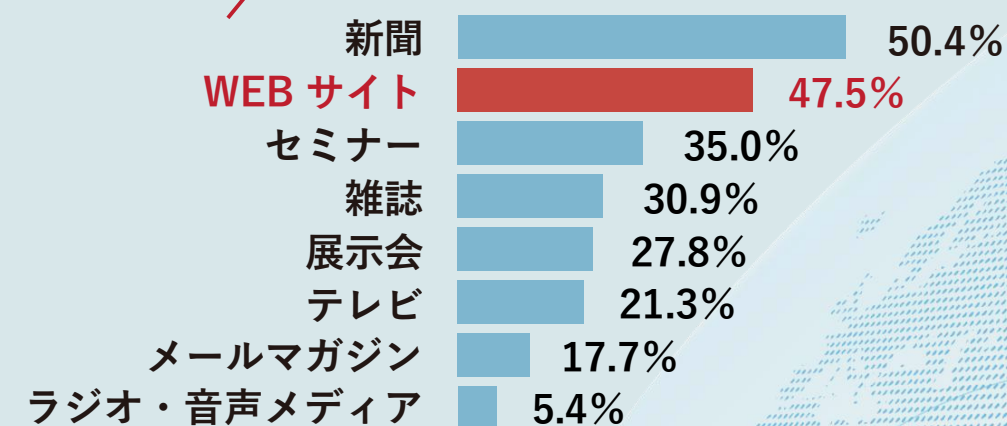
日経ブランドへの高い信頼度

※上位 10 項目を掲載



メディア別信頼度

新聞に次ぐ信頼度を持つ



WEB読者プロフィール【ユーザーアンケート】

広告閲覧

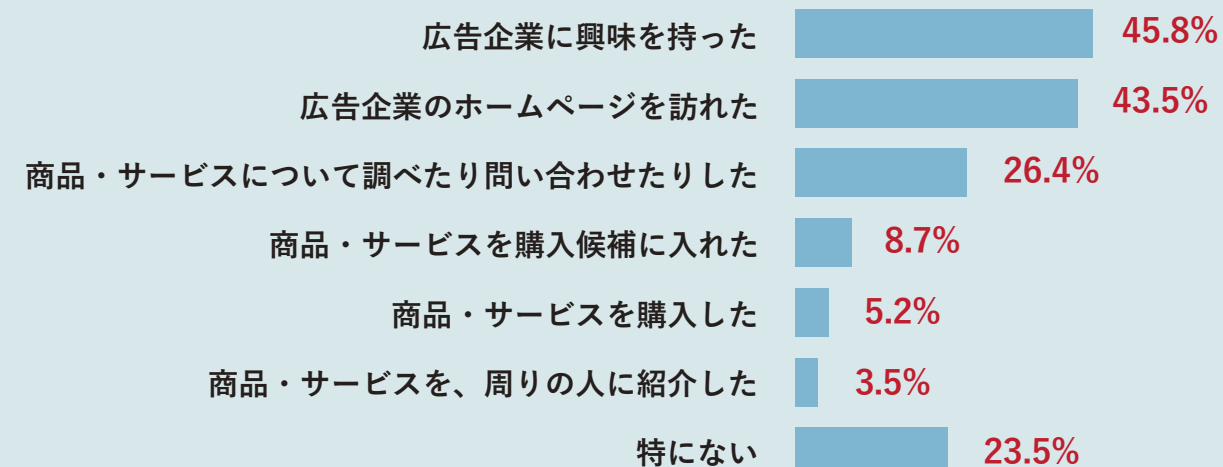
約5割が広告を閲覧



よく見る……………9.6%
たまに見る……………40.2%
あまり見ない……………23.4%
ほとんどみない……………18.5%
意識していない / 分からない 8.3%

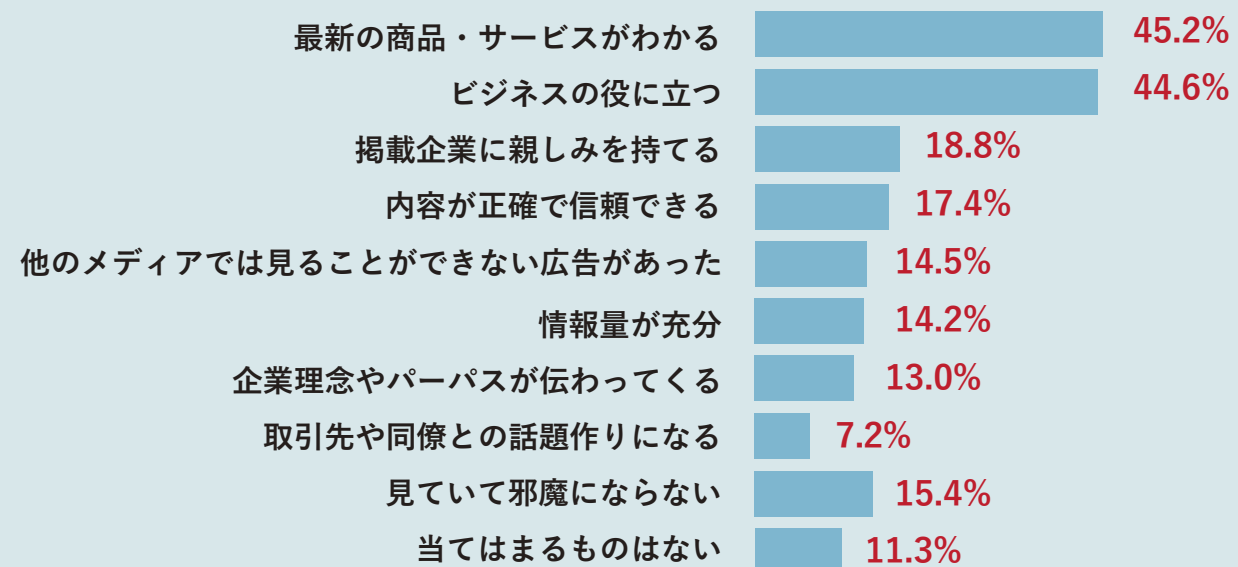
広告閲覧行動

広告が約半数の行動を促す



広告感想

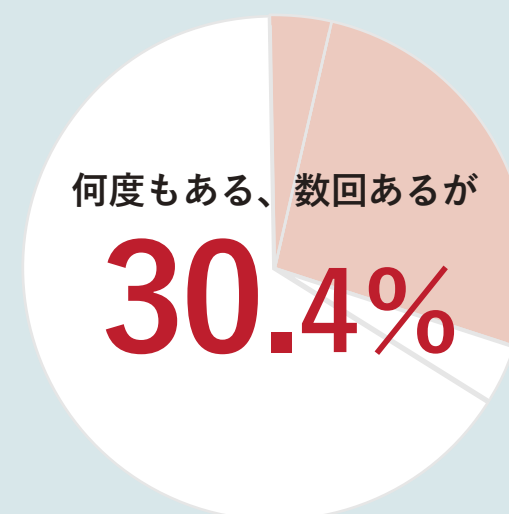
実用性が高く評価されている



WEB動画広告閲覧行動

3人に1人がアクション！

動画広告を観たことで、商品・サービスへの問い合わせや購入は

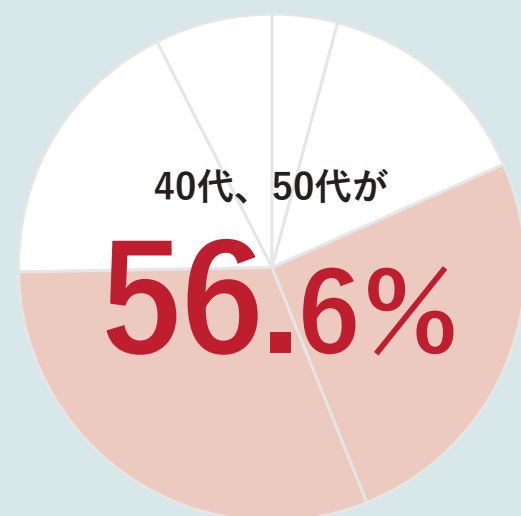


何度もある……………3.5%
数回ある……………26.9%
1回だけある……………4.1%
全くない……………65.5%

WEB読者プロフィール【全般】

年齢

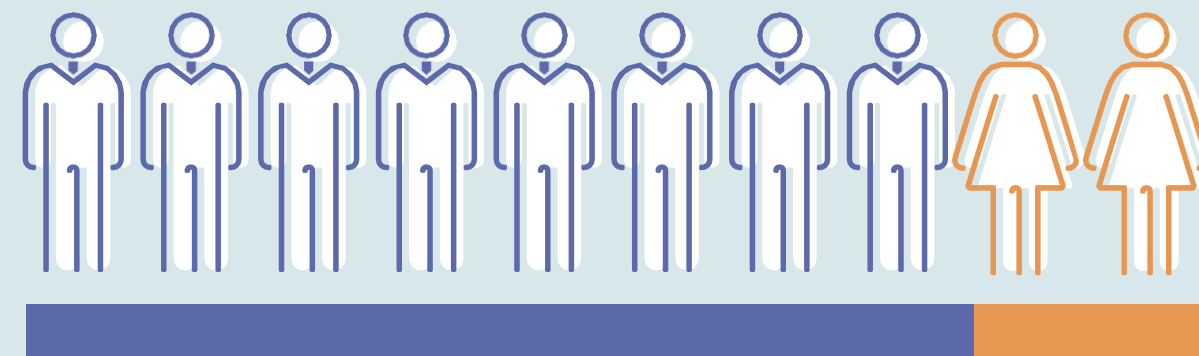
中核社員である
40代・50代が**約半数**



20代以下	4.2%
30代	14.2%
40代	25.8%
50代	30.8%
60代	17.7%
70代以上	7.3%

性別

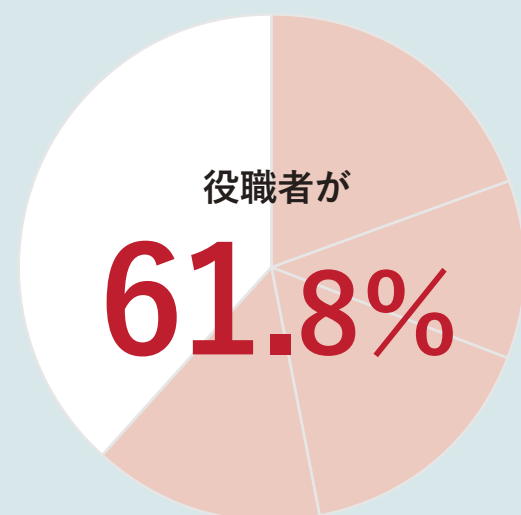
男性が**約8割**



男性：80.3% 女性：19.7%

役職

課長クラス以上が**47.0%**

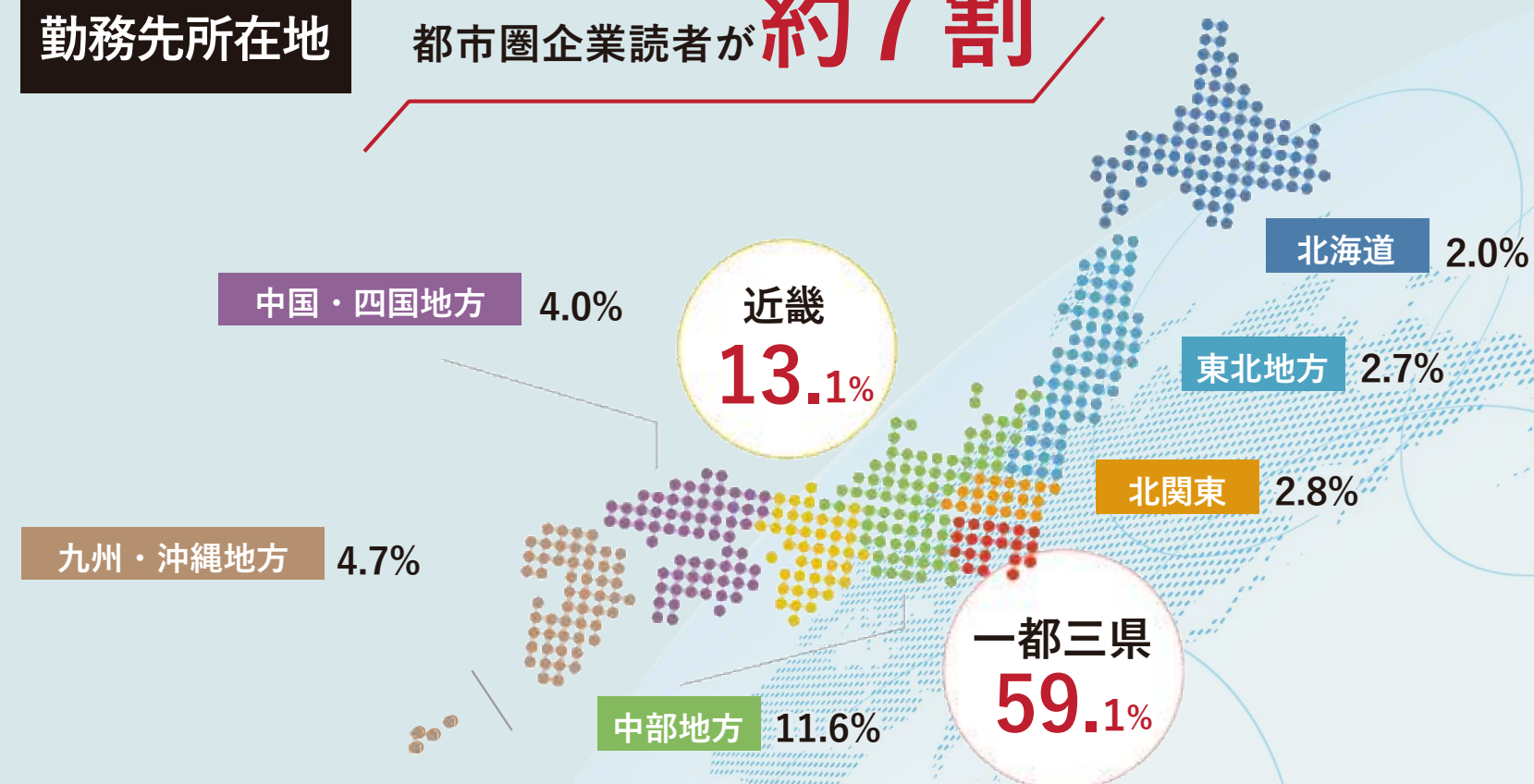


経営者／役員／本部長クラス	19.6%
部長クラス	11.4%
課長クラス	16.0%
主任／係長クラス	14.8%
一般社員	38.2%

部長クラス以上が**約3割**

勤務先所在地

都市圏企業読者が**約7割**



WEB 読者プロフィール 【ビジネス属性】

従業員規模

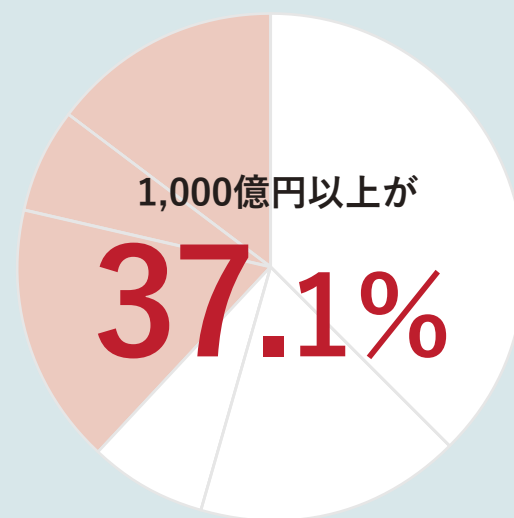
1,000 人以上の大企業で働く読者が **約4割**



1 ～ 99 人	37.5%
100 ～ 499 人	17.1%
500 ～ 999 人	7.6%
1,000 ～ 4,999 人	16.5%
5,000 ～ 9,999 人	6.8%
10,000 人以上	14.5%

売上高

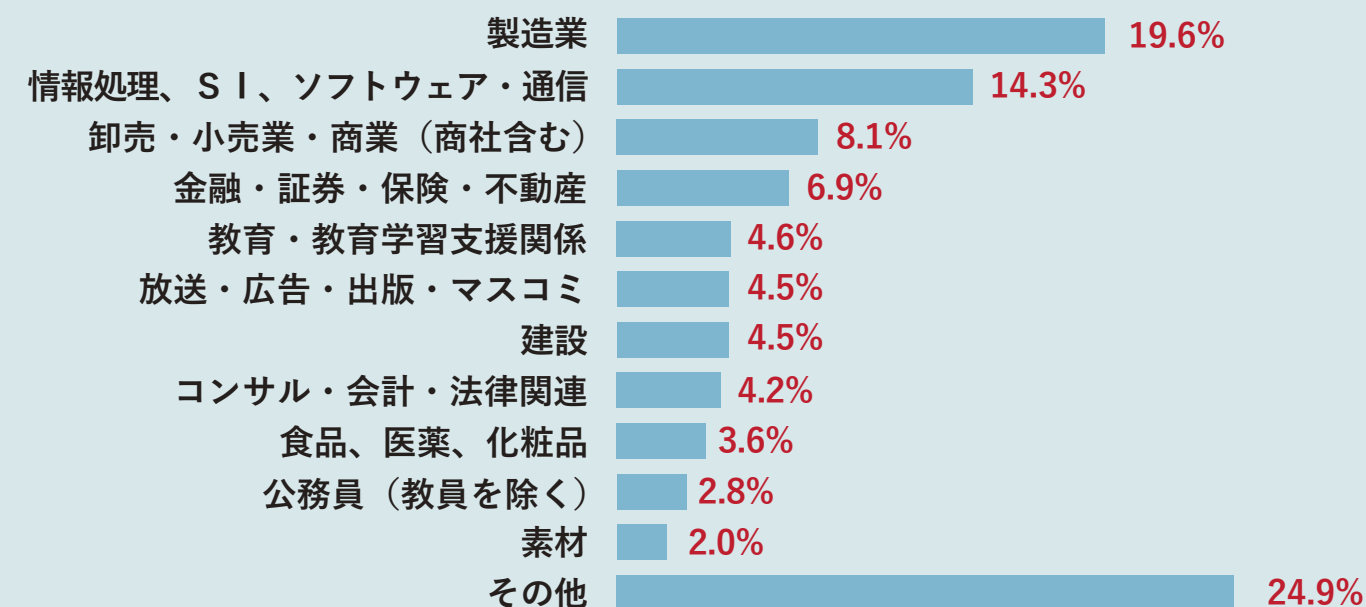
1,000億円以上の企業が全体の **約35%**



10 億円未満～ 50 億円未満	24.8%
50 億円～ 300 億円未満	17.6%
300 億円～ 1,000 億円未満	12.3%
1,000 億円～ 1 兆円未満	20.8%
1 兆円以上	16.3%
非公開・非営利組織・分からない	8.2%

業 種

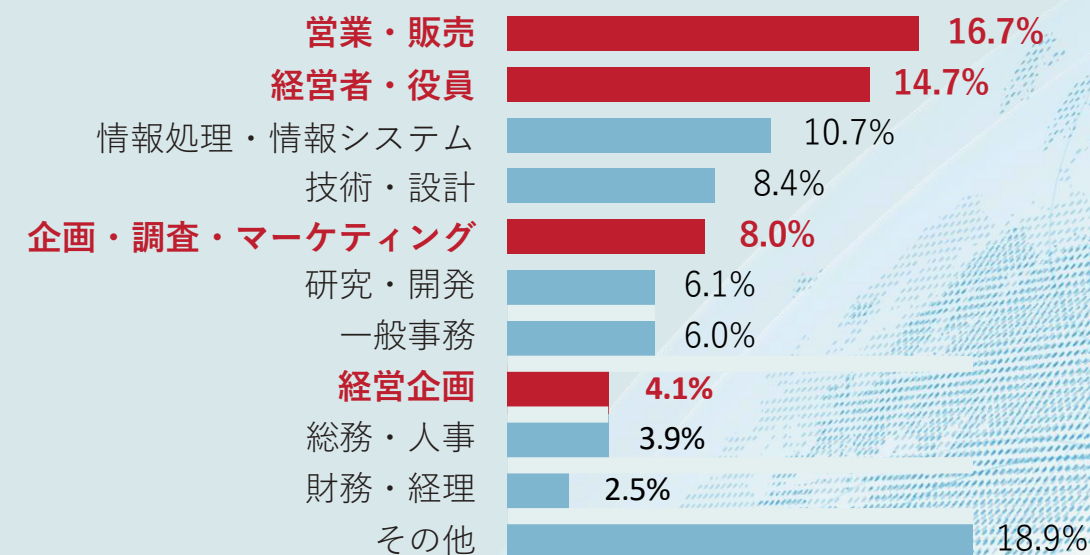
多様な産業・業種 の読者が閲覧



職 種

ビジネス推進に強く関わる層が **約40%**

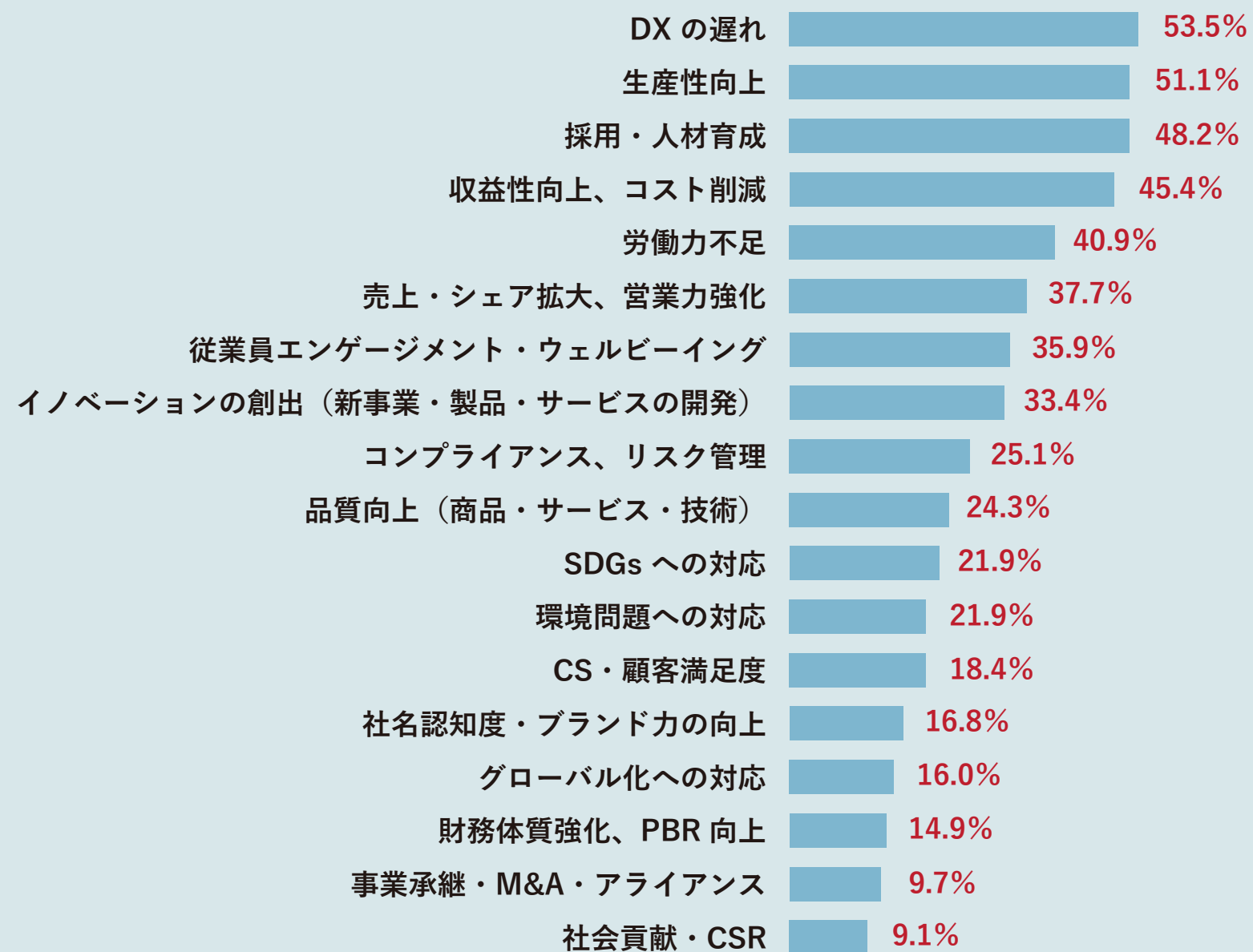
※上位 10 項目を掲載



WEB 読者プロフィール 【ビジネス属性】

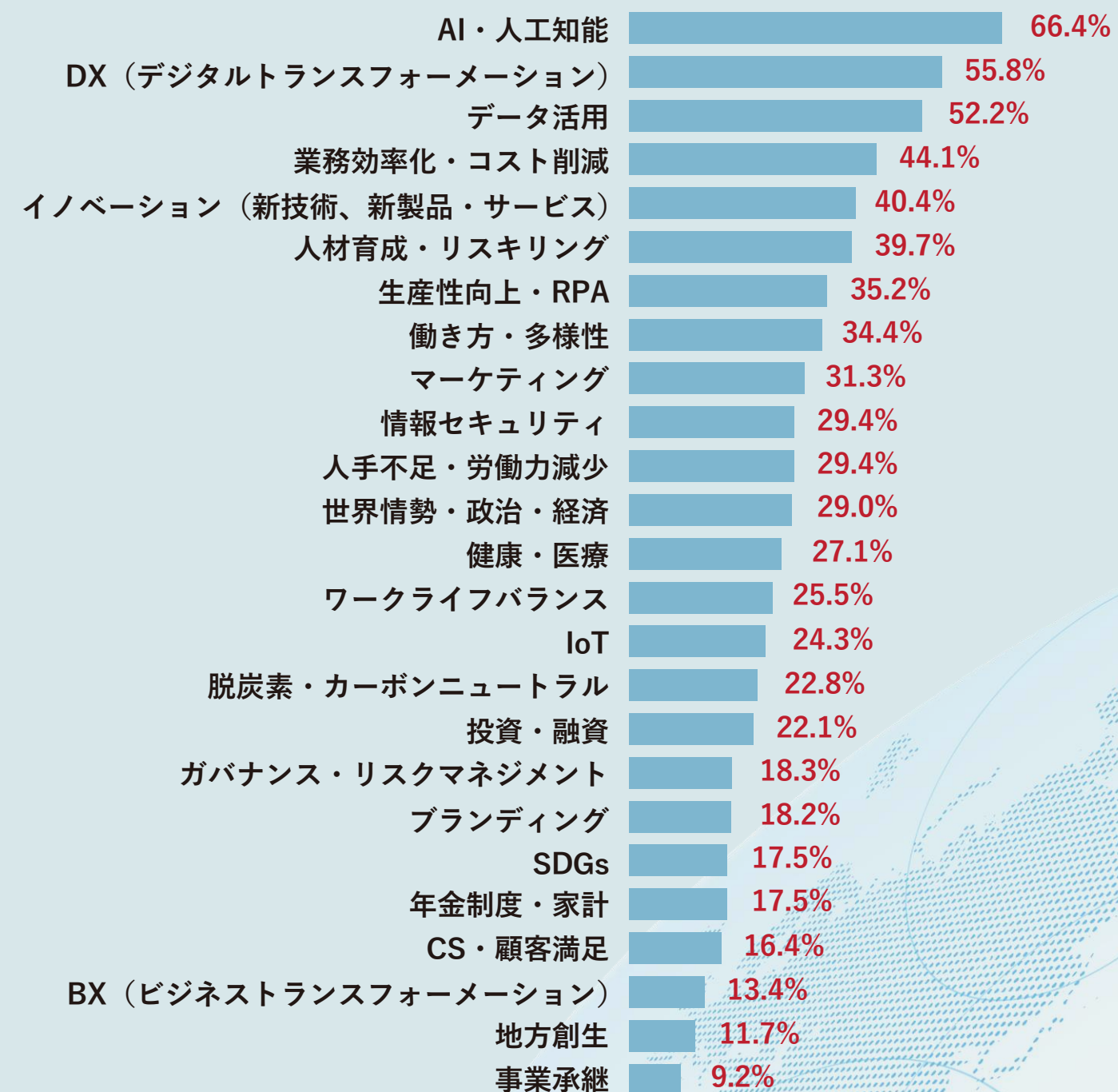
勤務先課題

DX・生産性・人材・収益性を重要視



個人で興味のあるキーワード

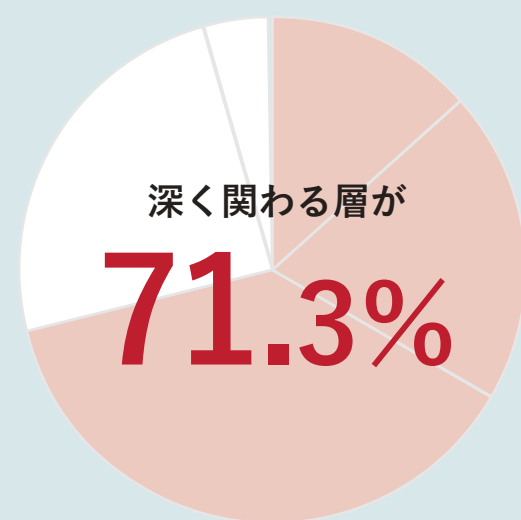
デジタル変革に高い関心



WEB 読者プロフィール 【ビジネス属性】

意思決定権

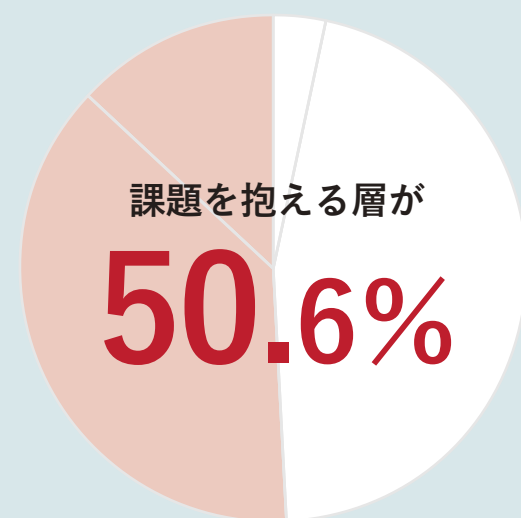
深く関わる層が **7割** 以上



最終承認者……………13.6%
 実質的な決定者……………19.8%
 検討作業の中核メンバー…37.9%
 意見等を寄せる立場……………24.6%
 全く関わらない……………4.1%

DX 進捗度合い

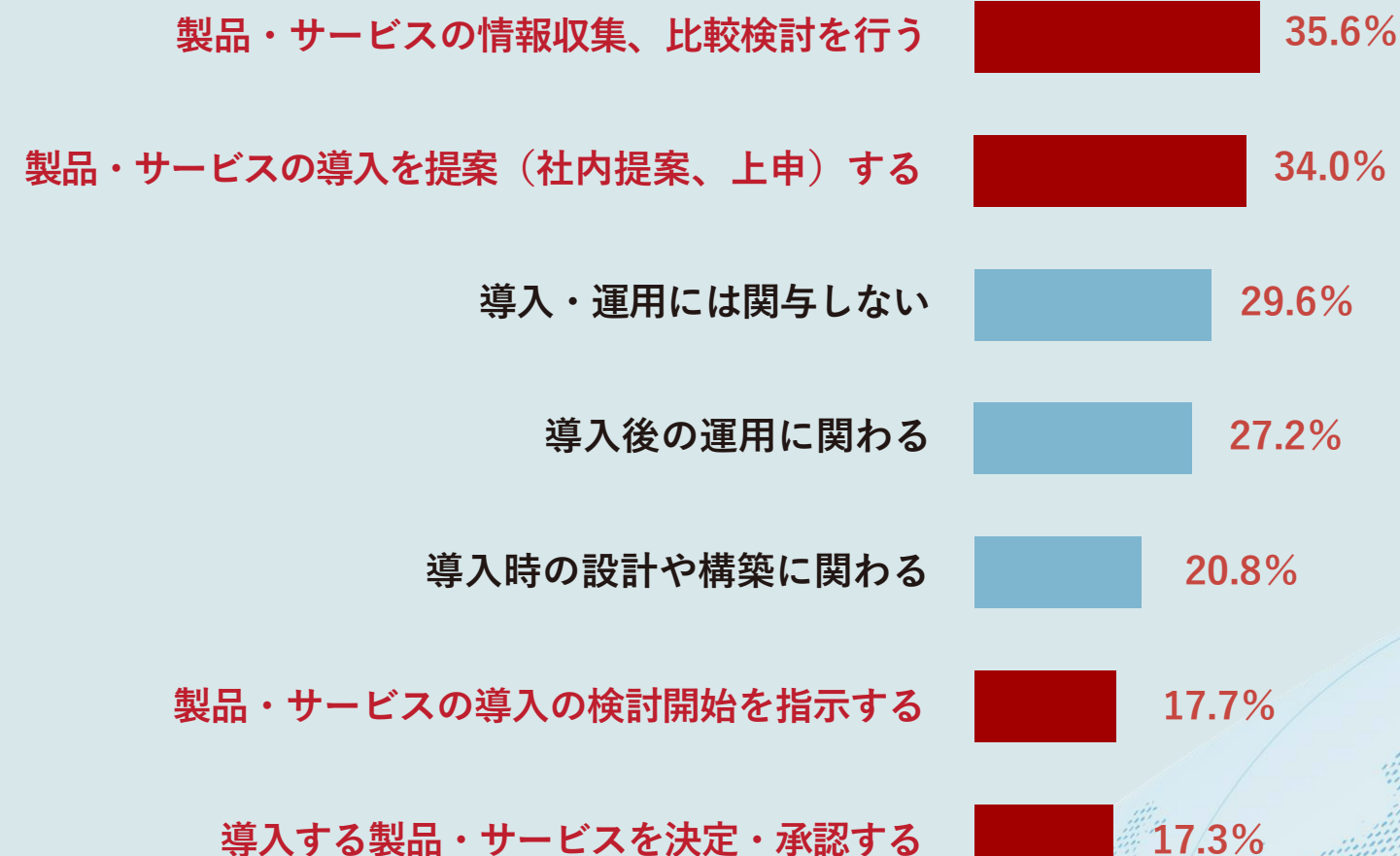
約半数 の企業が DX 進捗に課題を抱える



十分進んでいる……………3.4%
 部分的に進んでいる……………46.0%
 進んでいない部分が多い…37.7%
 ほとんど進んでいない……12.9%

DX 導入決定権

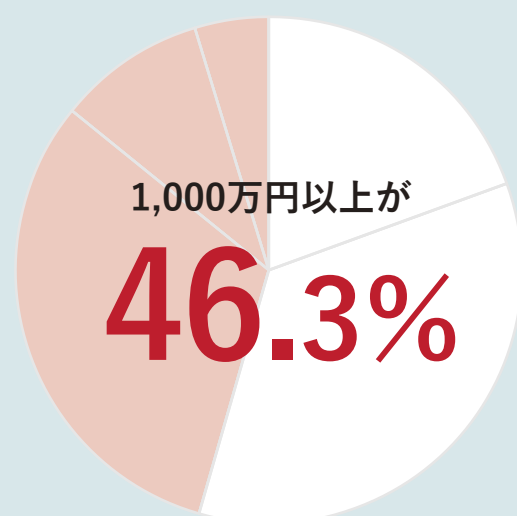
多くの読者が **導入に関与**



WEB 読者プロフィール 【パーソナルデータ】

世帯収入

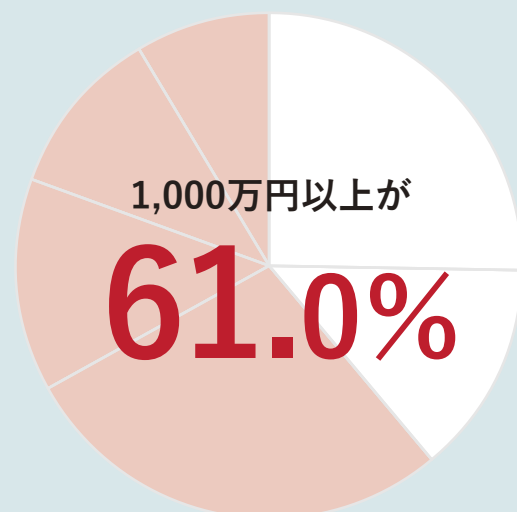
約45%が1,000万円以上



600 万円未満	19.3%
600 万円～ 1,000 万円未満	34.4%
1,000 万円～ 1,500 万円未満	31.0%
1,500 万円～ 2,000 万円未満	9.2%
2,000 万円以上	6.1%

金融資産額

約6割が1,000万円以上

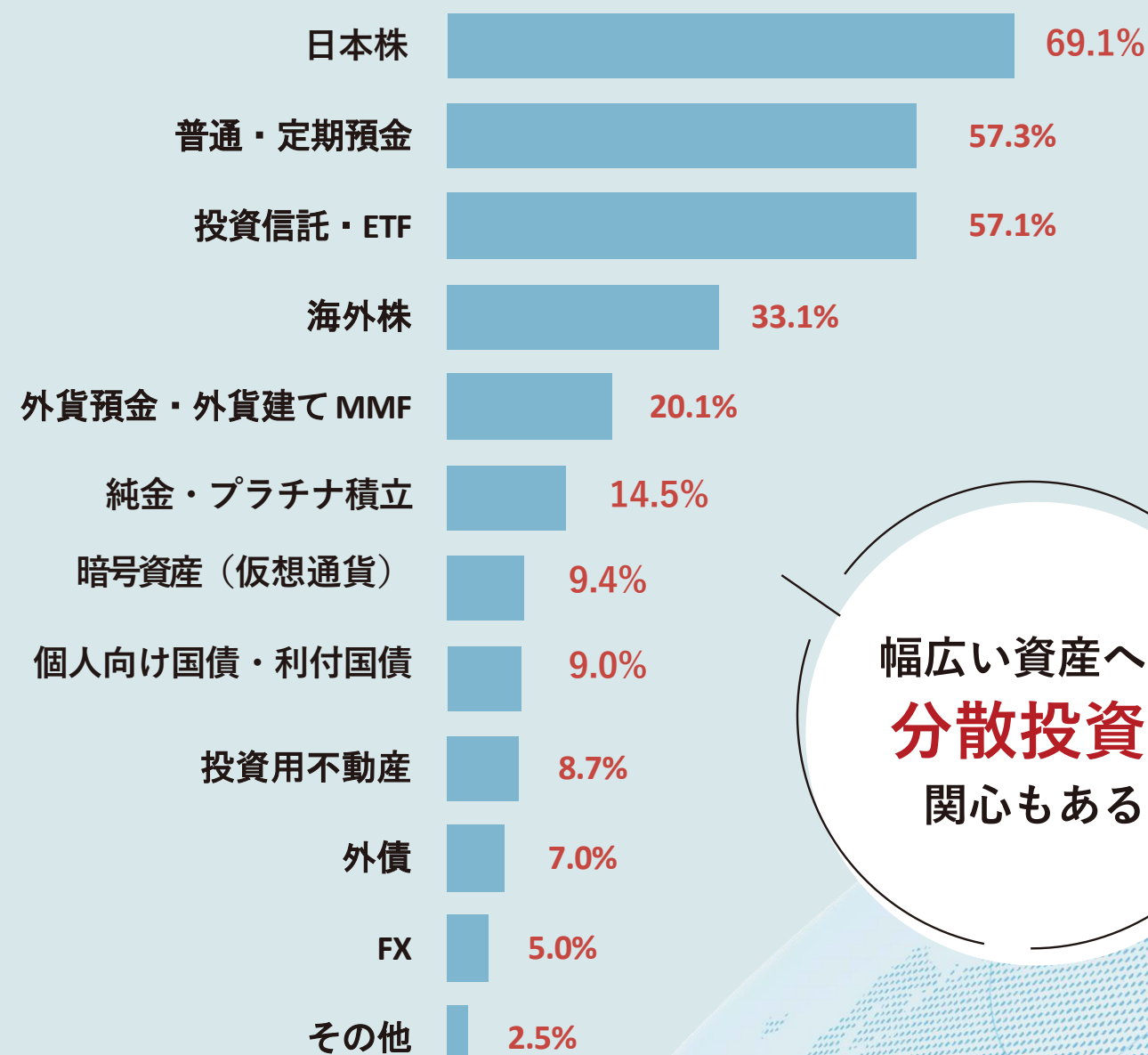


500 万円未満	25.4%
500 万円～ 1,000 万円未満	13.6%
1,000 万円～ 3,000 万円未満	28.0%
3,000 万円～ 5,000 万円未満	13.6%
5,000 万円～ 1 億円未満	11.0%
1 億円以上	8.4%

※貯蓄及び投資（不動産除く）

保有金融資産

日本株と投資信託が主流

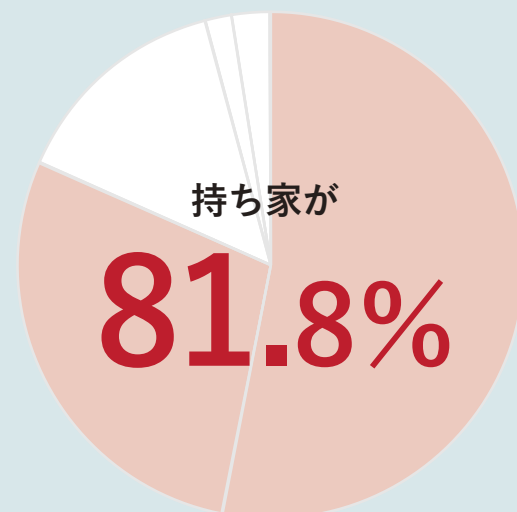


幅広い資産への
分散投資の
関心もある

WEB 読者プロフィール【パーソナルデータ】

住居状況

高い持ち家比率

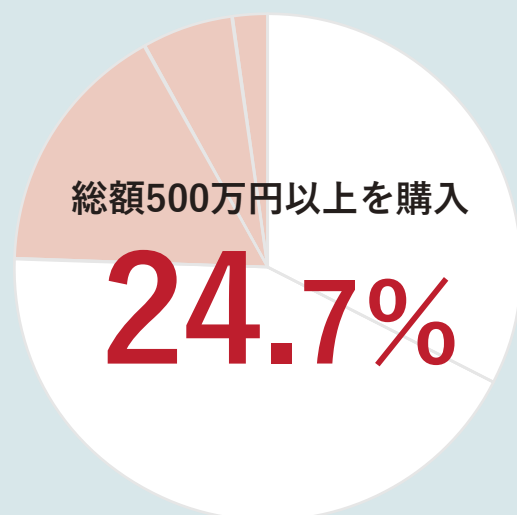


持ち家（一戸建て）	53.3%
持ち家（マンション）	28.5%
賃貸（アパート・マンション）	14.1%
賃貸（一戸建て）	1.7%
その他	2.4%

車の購入価格

約25%のユーザーが500万円以上を購入

※車所有者のみの回答、複数台所有の場合は総額



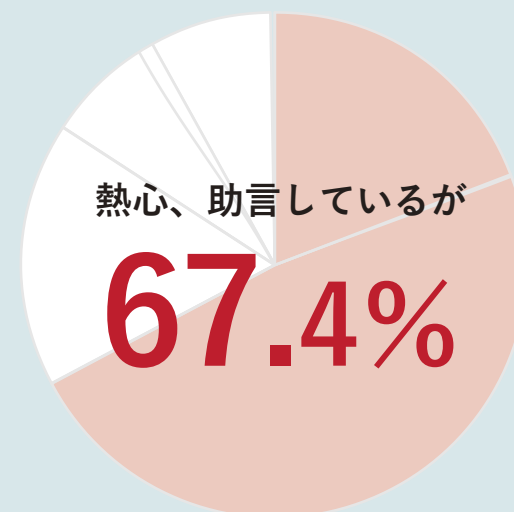
300 万円未満	32.5%
300 万円～500 万円未満	42.8%
500 万円～700 万円未満	16.1%
700 万円～1,000 万円未満	5.9%
1,000 万円以上	2.7%

子供の進路

約6割の親が進学や就職先の検討に関わっている

※進学、就職が間近な子供がいる対象者のみの回答

進学や就職先の情報収集や助言の程度



熱心に手伝ったり助言したりする	19.4%
まあまあ手伝ったり助言したりする	48.0%
どちらともいえない	17.1%
あまり手伝ったり助言したりしない	7.7%
ほとんど手伝ったり助言したりしない／子供に任せている	7.8%

興味関心テーマ

多様な関心を持つ読者層

国内旅行	69.5%	住まい・リフォーム	21.0%
グルメ	59.7%	スポーツジム	16.2%
エンタメ（映画、音楽、演劇、テレビなど）	53.3%	シニアライフ	15.9%
読書	49.7%	ゴルフ	15.4%
海外旅行	42.2%	介護問題	15.1%
ヘルスケア（健康の維持・増進）	41.3%	子育て（教育、習い事など）	14.7%
資産運用	40.8%	相続	14.0%
デジタル機器（パソコン・スマホ、周辺機器）	38.0%	美容・ファッション	13.0%
車・オートバイ	28.4%	ボランティア・社会貢献	13.0%
料理	24.9%	装飾品（腕時計、アクセサリなど）	12.3%
お酒・たばこなどの嗜好品	22.5%		

企業の成長を総合的にサポートする 日経ビジネスの広告企画

日経ビジネスが提供する「TOPに訊く」「新市場戦略」「共に歩む」は、経営者のビジョンや企業の戦略、成長の軌跡を深く掘り下げることで、ブランド力を高めるための効果的なプロモーションを実現します。

TOPに訊く

新市場戦略

共に歩む

TOPに訊く

日経レジデンス
代表取締役 兼 COO
日経 正雄 氏



日経正雄氏（右）は、日経レジデンスの代表取締役兼COOとして、不動産業界の発展と、企業価値の向上に貢献しています。日経正雄氏は、日経レジデンスの代表取締役兼COOとして、不動産業界の発展と、企業価値の向上に貢献しています。

企業価値は様々な要素が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン

企業価値は様々な要素が複合化して決まる時代です。企業理念・経営ビジョン

電子版

新市場戦略

日経レジデンス

企業が満を持して投入する新製品やサービスには、その企業ならではの

企業が満を持して投入する新製品やサービスには、その企業ならではの



住宅業界のリーダーであり、続けるためには、常に新しい技術やアイデアが必要不可欠です。

電子版

共に歩む

提供する自社サービスを通じて
顧客の企業価値向上と
着実な成長を共に達成する



日経レジデンスのサービスを提供することによって、顧客の企業価値を上げ、自社のサービスを提供することによって、顧客の企業価値を上げ、共に成長をすることが期待されています。



日経レジデンスのサービスを提供することによって、顧客の企業価値を上げ、自社のサービスを提供することによって、顧客の企業価値を上げ、共に成長をすることが期待されています。

電子版

新社長就任、経営戦略刷新、経営統合、好業績時など、企業トップが自らメッセージを発信

新事業創出、新製品・技術の開発、サービスローンチ・リニューアルなど、新たな市場開拓・拡大に向けたメッセージを発信

顧客とのパートナーシップ強化、提供サービスへの理解促進、販路拡大を目的とした成功事例の紹介など、ビジネスパートナーに向けたメッセージを発信

上記デザインは定型のフォーマットになります

※本企画をご理解いただくためのビジュアル見本で実際の広告ではありません

Advertising
applications and
inquiries

広告のお申し込み・お問い合わせ

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



<https://www.nikkeibp.co.jp/ad/>

Media Guide