

日経ビジネス

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 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レンド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。

経営の核心を突く信頼のビジネス誌

Nikkei Business Editor-in-Chief
Shinichiro Kumano



コンテンツづくりの5大方針

- 1 卓越したリーダーシップを知る**
大胆な改革を実現した経営者のインタビューや寄稿から、意思決定やリーダーシップのあるべき姿を考える
- 2 先進企業のケーススタディー**
話題の企業、独自の成長基盤を築いた企業のインサイドストーリーで、多様な経営モデルを学ぶ
- 3 グローバルな視点**
海外支局や提携海外媒体によるタイムリーな記事に加え、世界中の識者の寄稿を通じ最先端の経営学の知見を得る
- 4 専門性の追求**
人的資本や会計など分野別の専門記者や外部の識者が、経営を大きく左右する事象について深く切り込む
- 5 ダイナミズムの先を読む**
新たな技術やイノベーションのトレンドを常に追い、産業や競争条件がどう変わるかを描く



日経ビジネス編集長：熊野信一郎

週刊：毎週月曜日発行
年間購読：28,050 円（48 冊）
1 部：770 円
販売部数：122,622 部（2024 年 1-12 月 ABC 部数）

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

部長クラス以上の読者

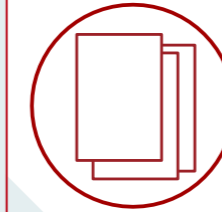
58.5%



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

40.0%



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

76.0%



企業の意思決定層へ
アプローチ

最終承認者、実質的な決定者の割合

45.2%



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

51.0%



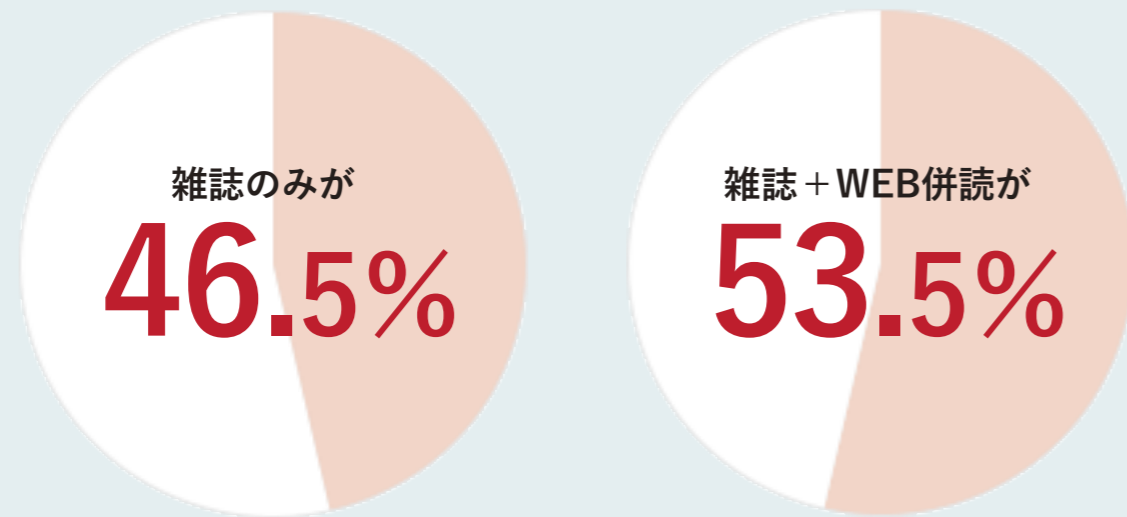
【読者調査アンケート 調査概要】

- 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

雑誌読者プロフィール 【ユーザーアンケート】

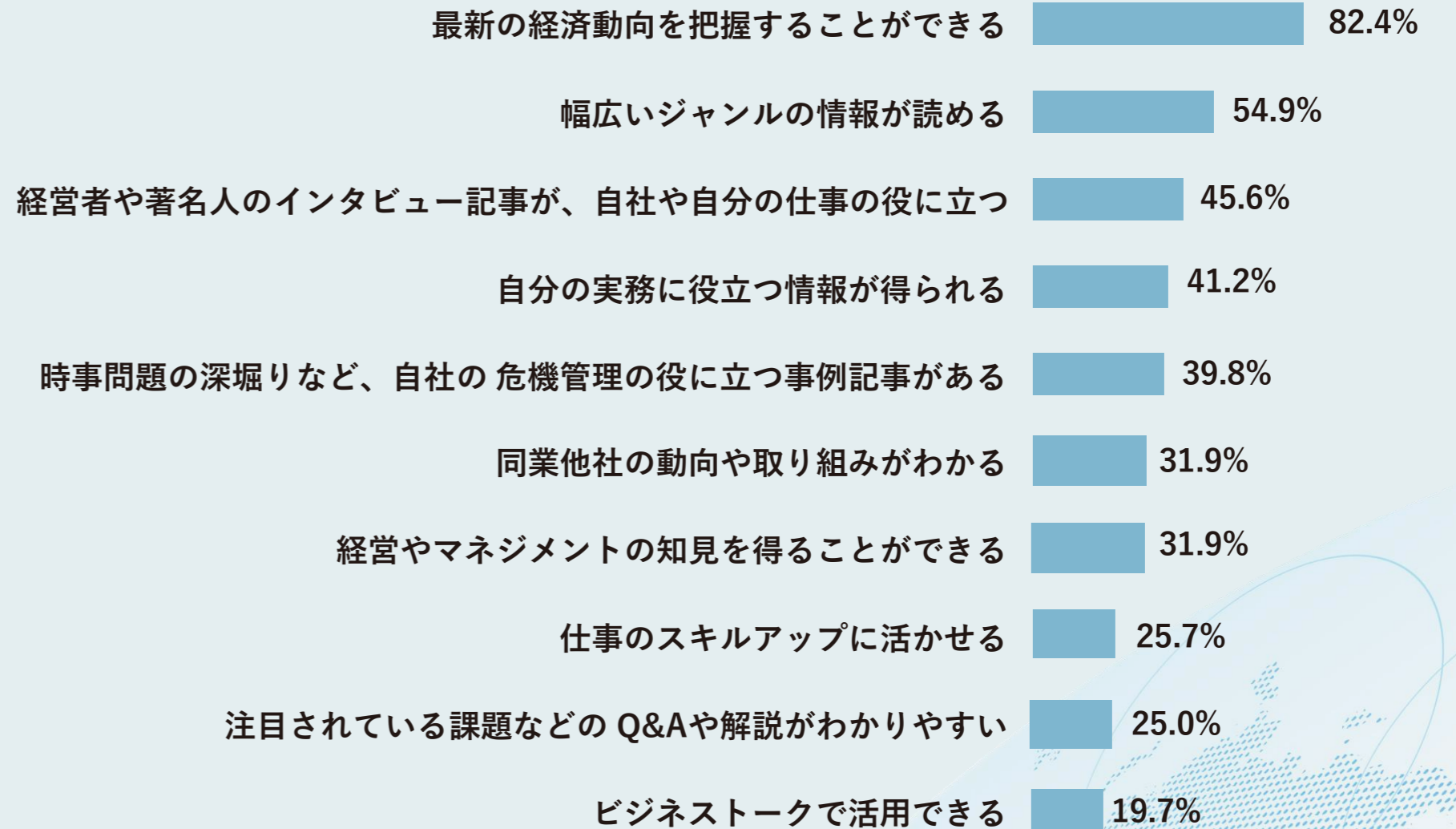
閲覧状況

雑誌のみ、WEB併読が**ほぼ半分**



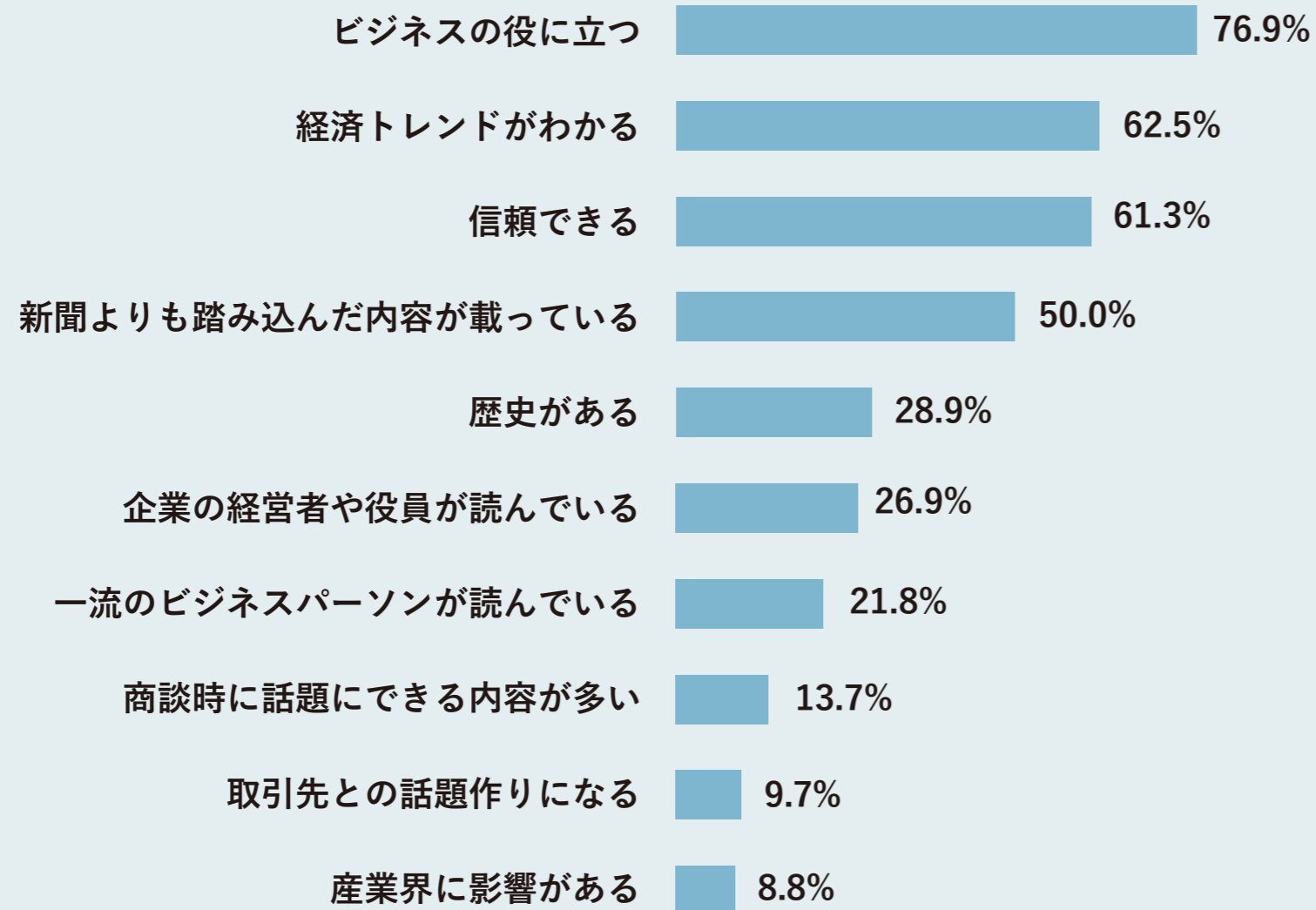
日経ビジネスを読む理由

ビジネスリーダーにとって**重要な情報源**

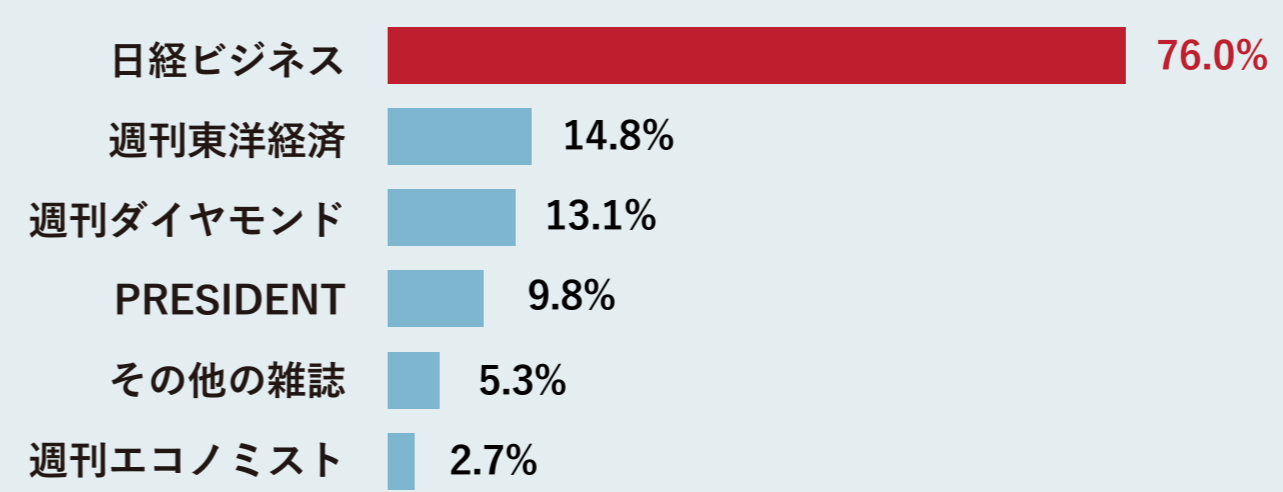


雑誌読者プロフィール 【ユーザーアンケート】

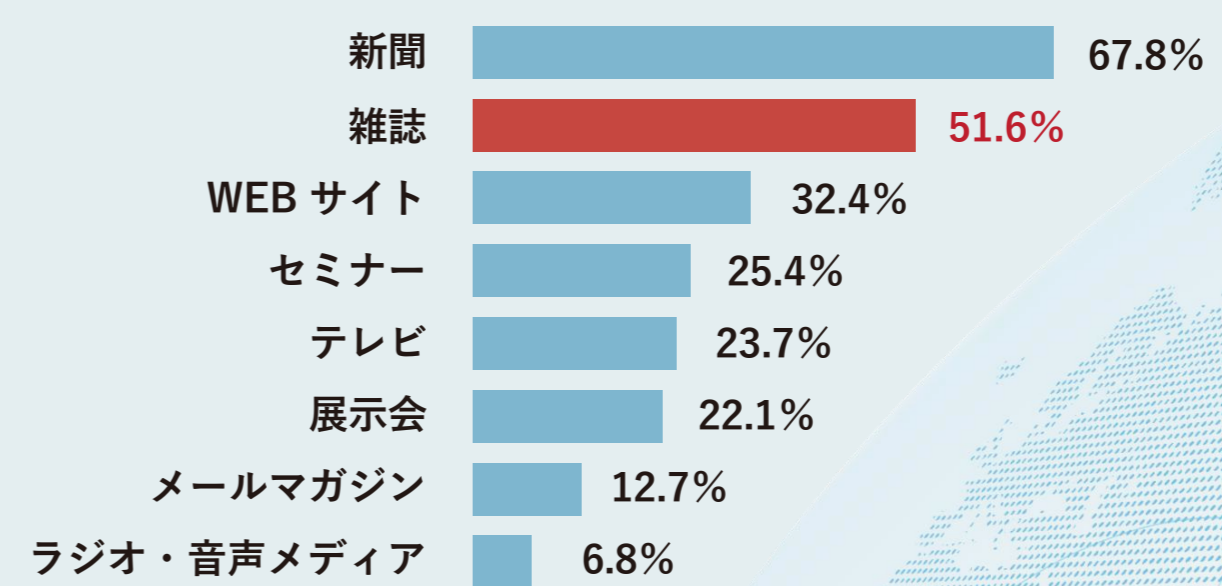
日経ビジネスのイメージ **信頼と実用性**でビジネスを支える



活用する媒体の信頼度 読者に**高いエンゲージメント**を確立



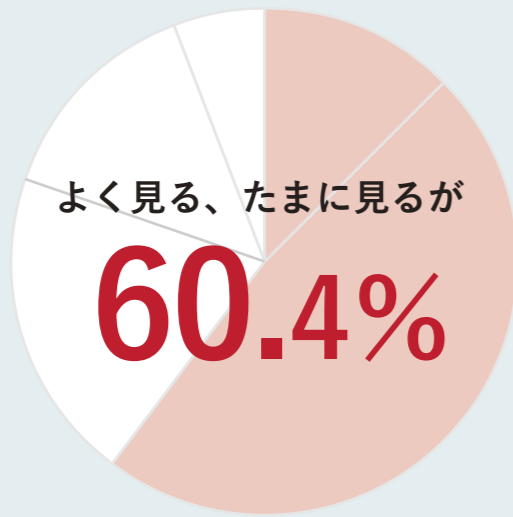
メディア別信頼度 **新聞に次ぐ信頼度**を持つ



雑誌読者プロフィール 【ユーザーアンケート】

広告閲覧

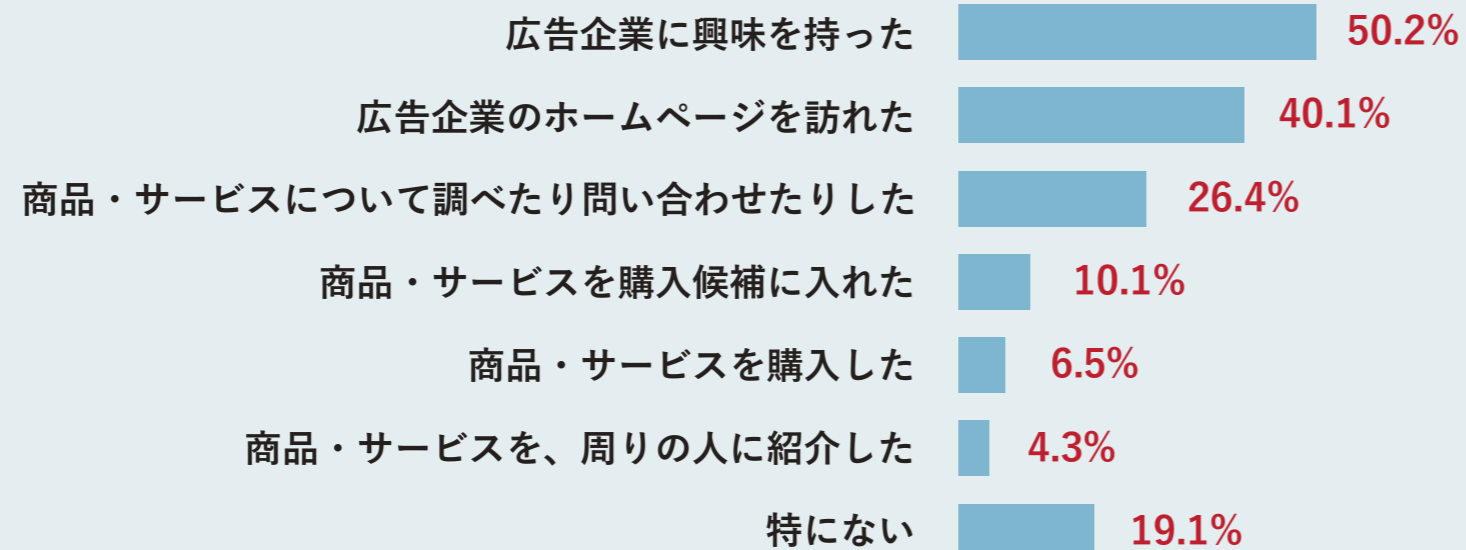
約6割が広告を閲覧



よく見る	12.7%
たまに見る	47.7%
あまり見ない	19.9%
ほとんどみない	13.9%
意識していない・分からない	5.8%

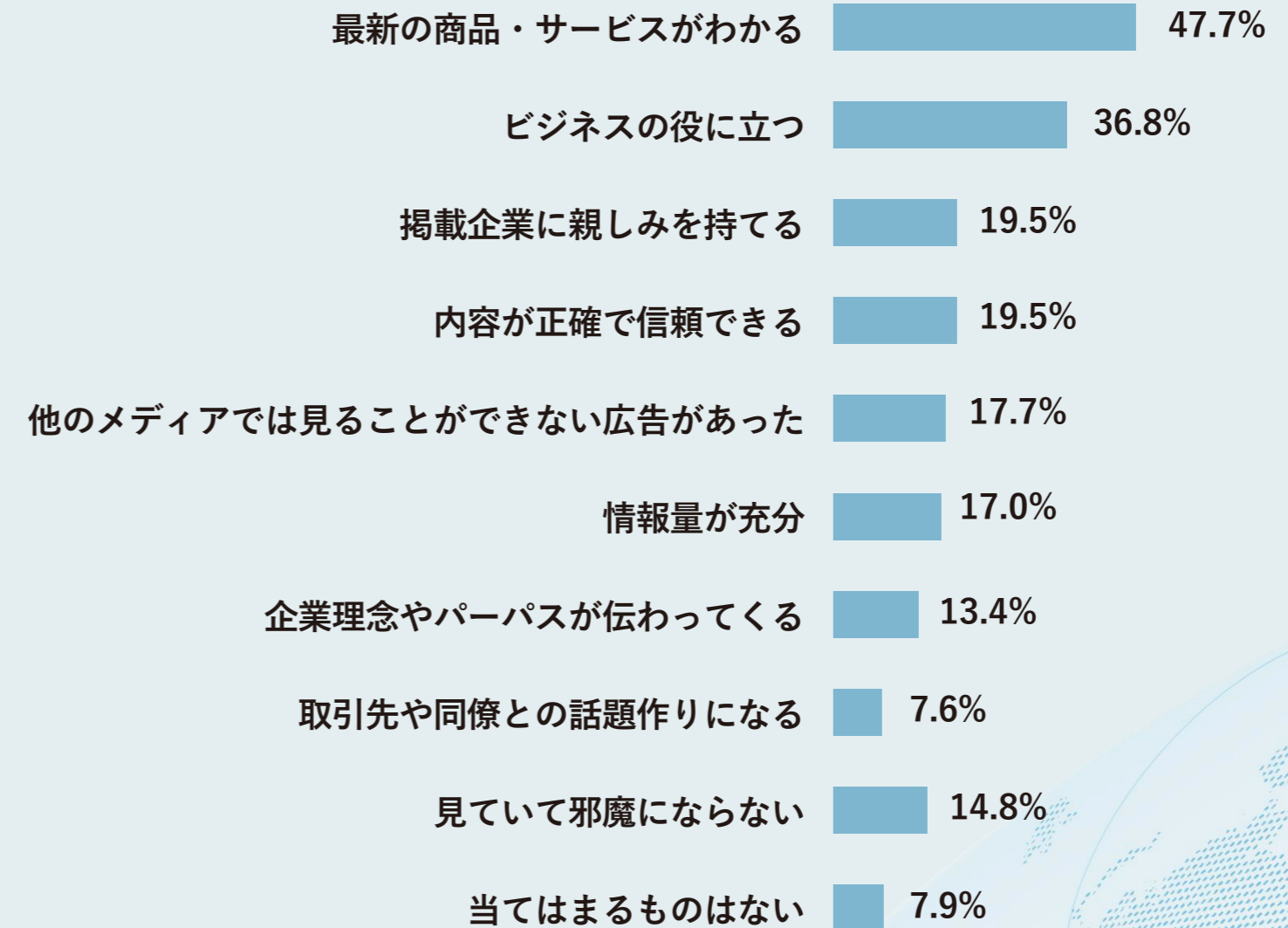
広告閲覧行動

広告が約半数の行動を促す



広告感想

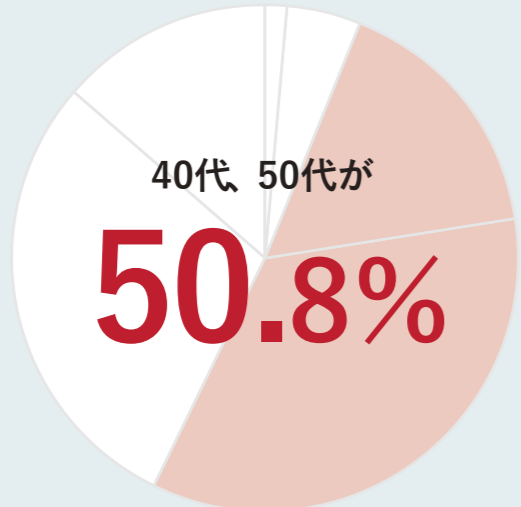
実用性が高く評価されている



雑誌読者プロフィール 【全般】

年齢

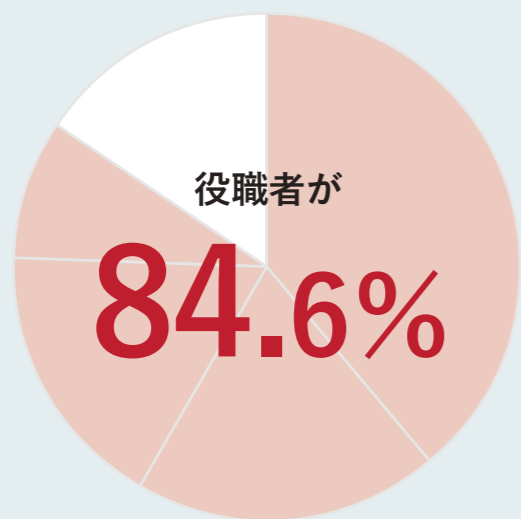
中核社員である
40代・50代が **約半数**



20代以下	1.8%
30代	4.8%
40代	16.4%
50代	34.4%
60代	29.1%
70代以上	13.5%

役職

課長クラス以上が **75.6%**

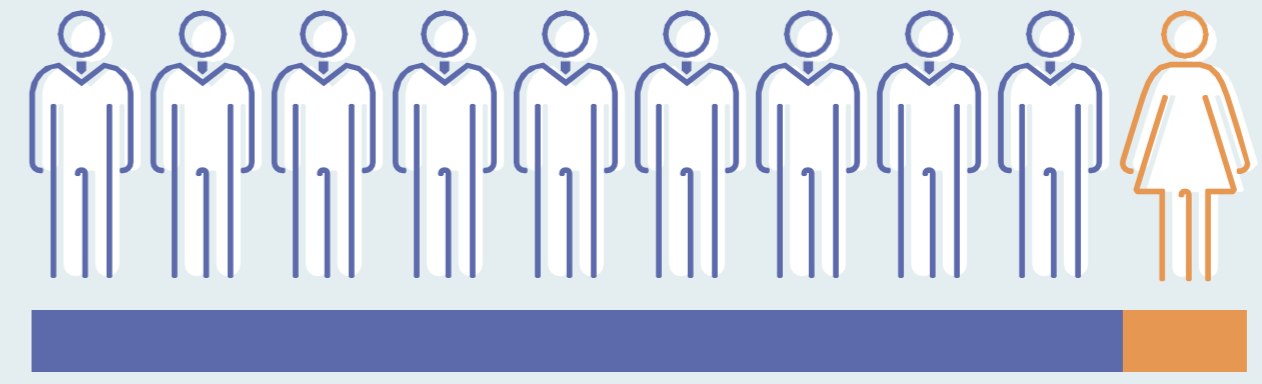


経営者／役員／本部長クラス	39.0%
部長クラス	19.5%
課長クラス	17.1%
主任／係長クラス	9.0%
一般社員	15.4%

部長クラス以上が **約6割**

性別

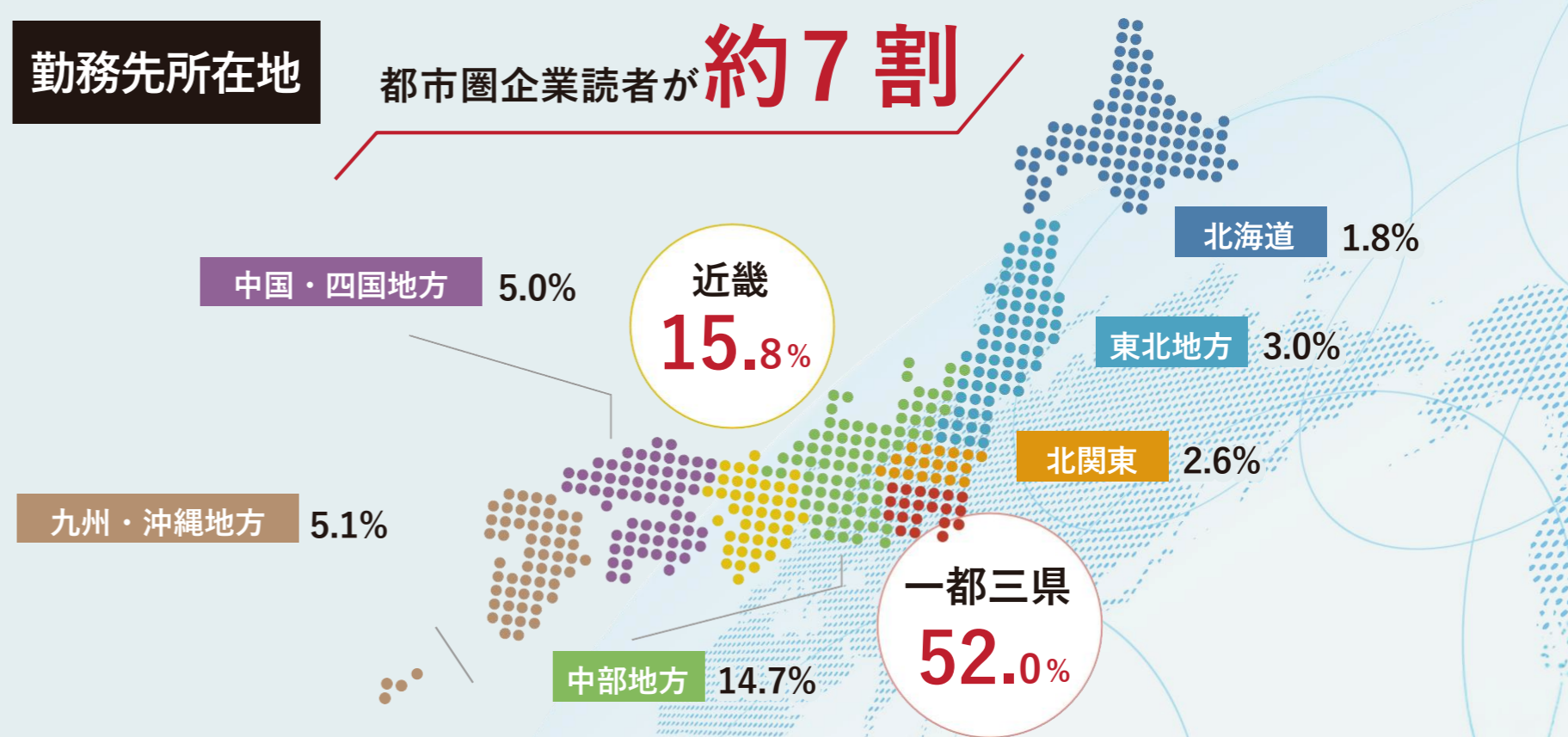
男性が **約9割**



男性：89.8% 女性：10.2%

勤務先所在地

都市圏企業読者が **約7割**

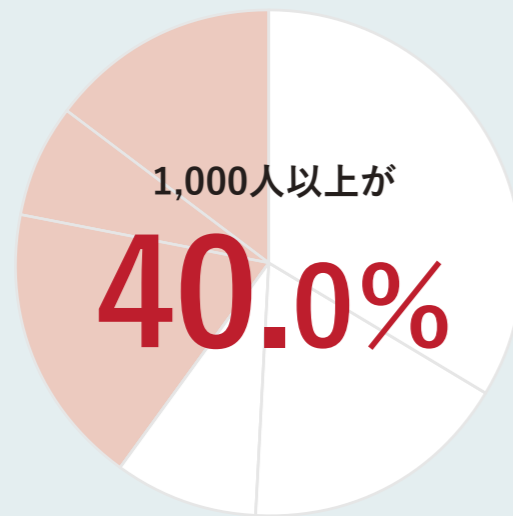


※2025年7月時点購読者データより

雑誌読者プロフィール【全般】

従業員規模

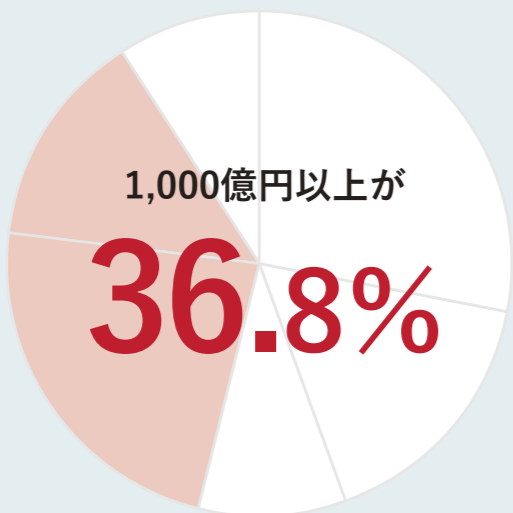
1,000人以上の大企業で働く読者が **40%**



1～99人	33.7%
100～499人	17.3%
500～999人	9.0%
1,000～4,999人	18.1%
5,000～9,999人	7.3%
10,000人以上	14.6%

売上高

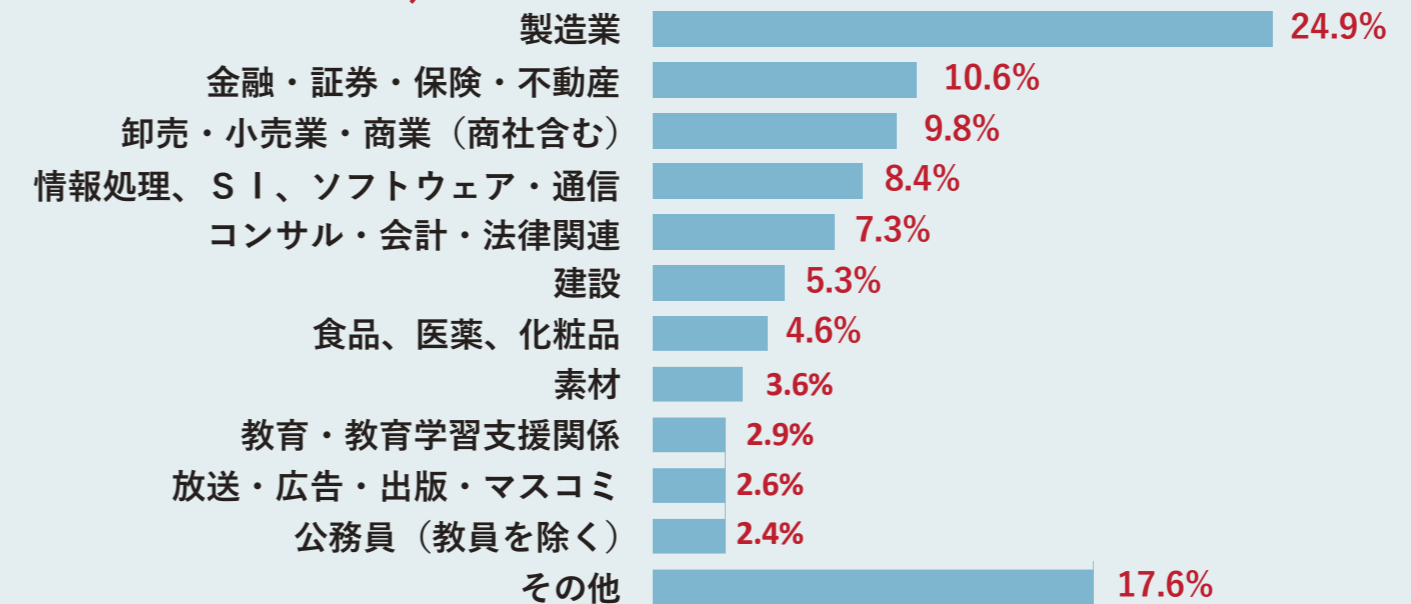
1,000億円以上の企業が全体の **約37%**



10億円未満～50億円未満	28.3%
50億円～300億円未満	16.3%
300億円～1,000億円未満	9.5%
1,000億円～1兆円未満	22.9%
1兆円以上	13.9%
非公開・非営利組織・分からない	9.1%

業種

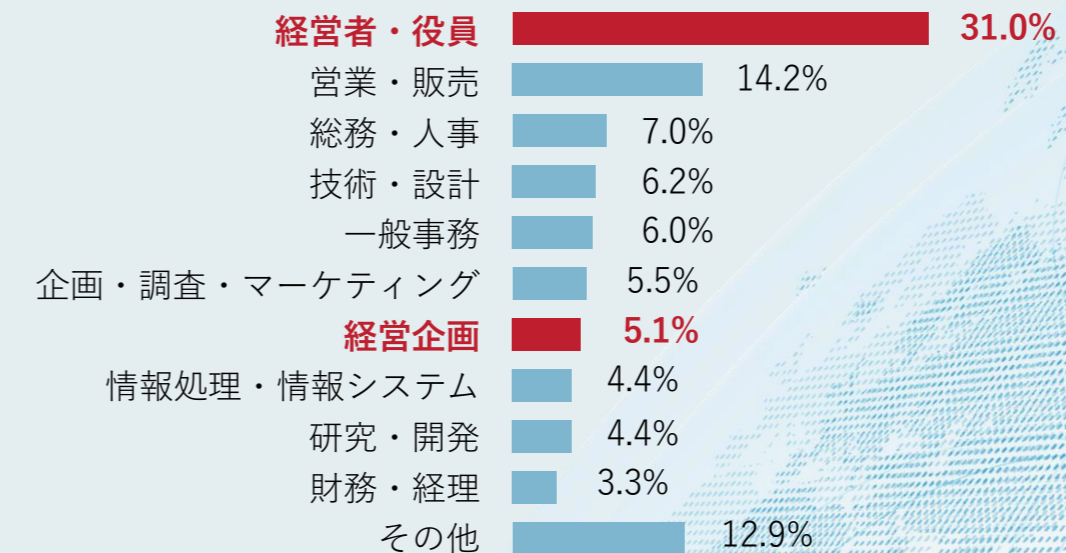
多様な産業・業種の読者が閲覧



職種

経営者・経営企画が **約35%**以上

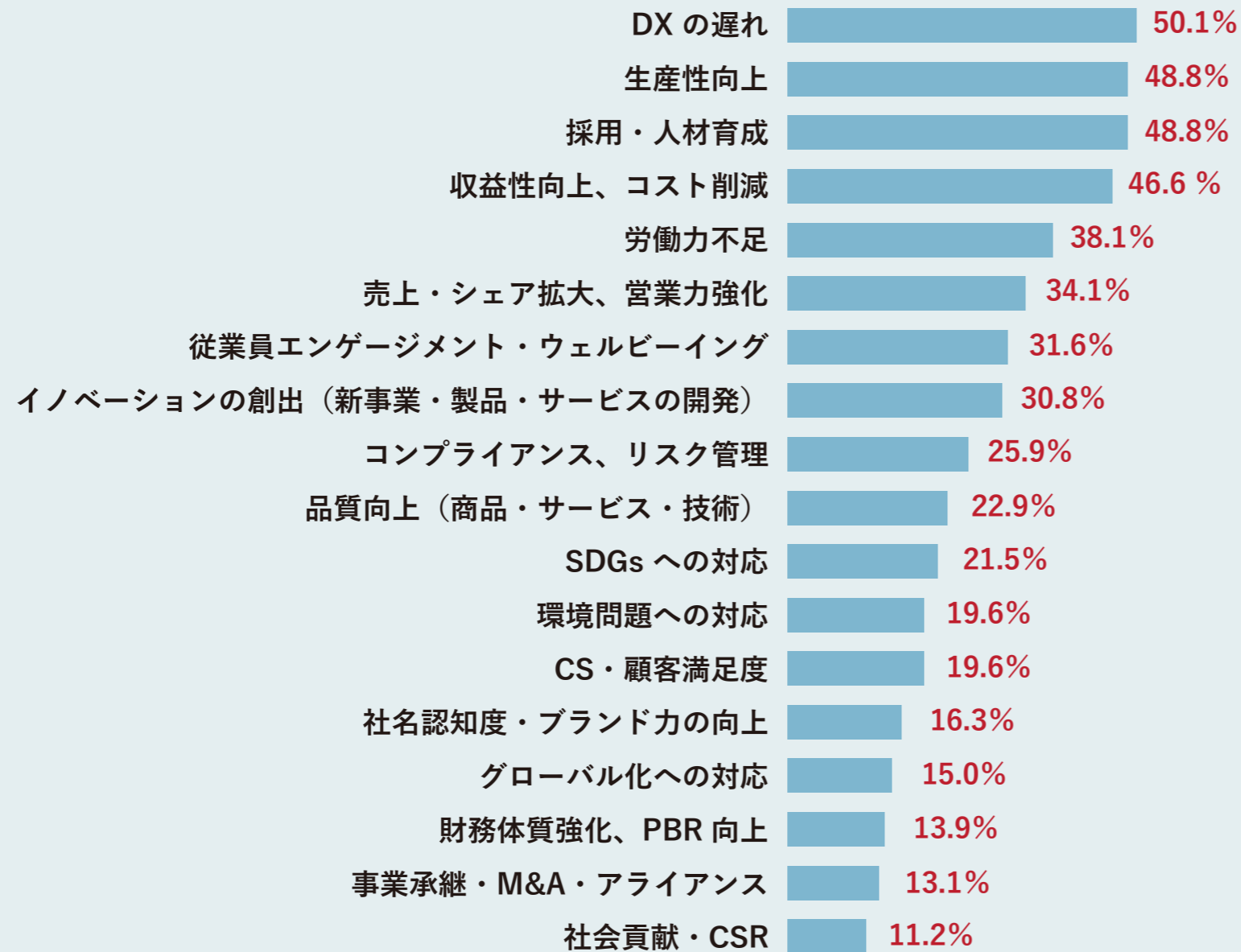
※上位10項目を掲載



雑誌読者プロフィール 【ビジネス属性】

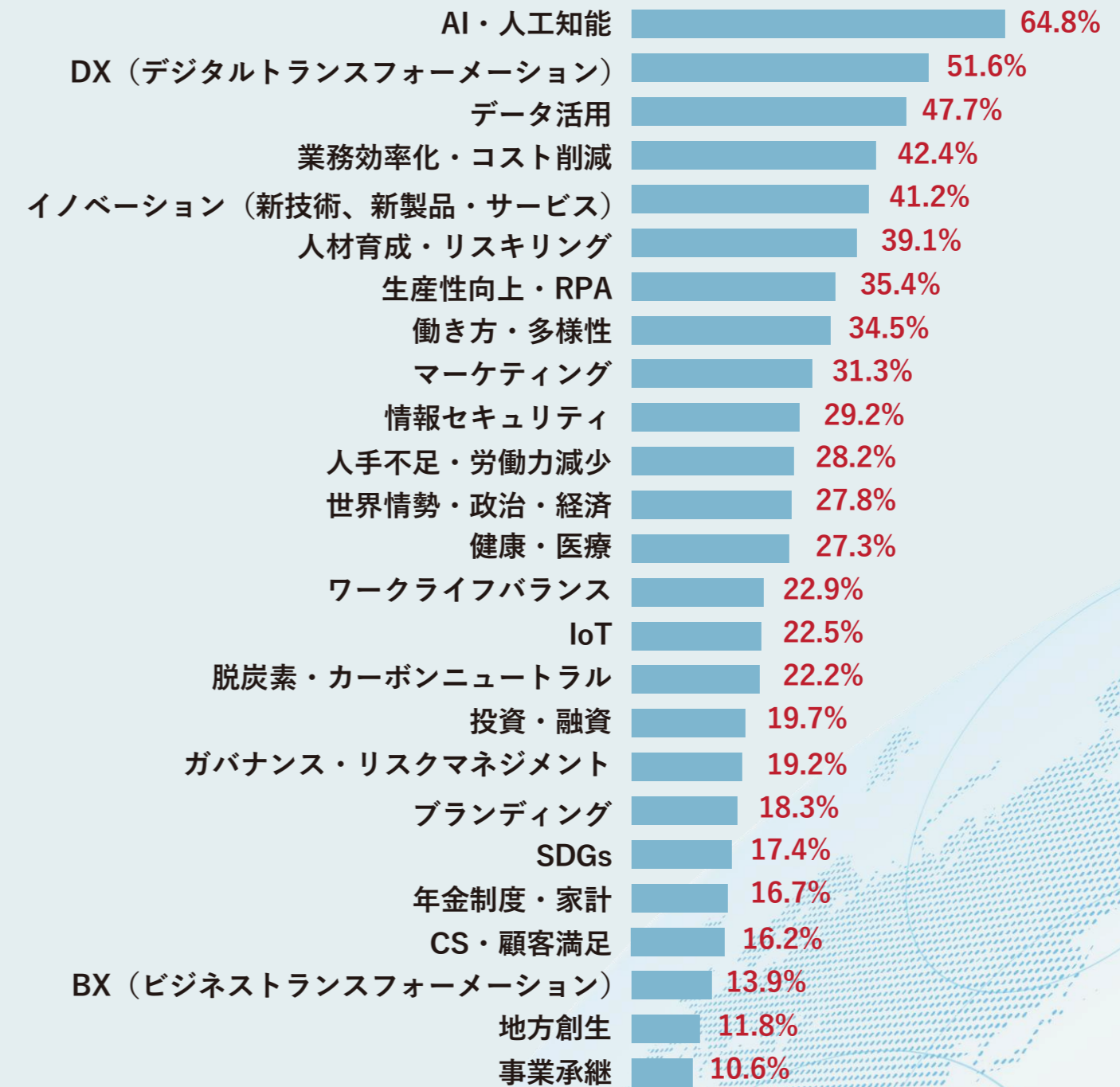
勤務先課題

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

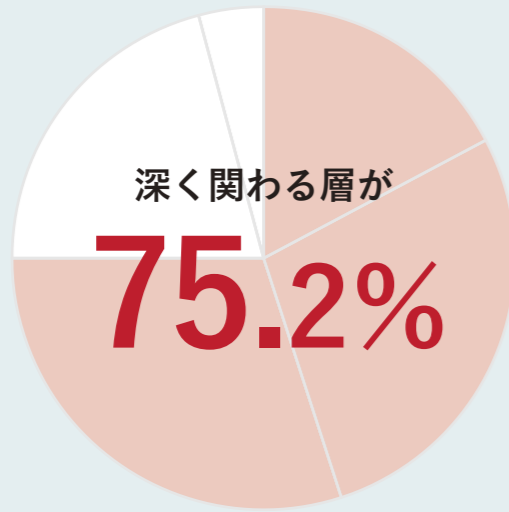
デジタル変革に高い関心



雑誌読者プロフィール 【ビジネス属性】

意思決定権

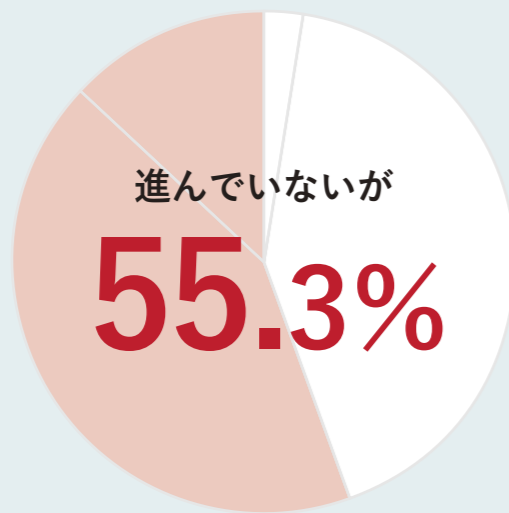
決定権者が**約45%**以上



- 最終承認者……………17.4%
- 実質的な決定者……………27.8%
- 検討作業の中核メンバー…30.0%
- 意見等を寄せる立場……………20.7%
- 全く関わらない……………4.1%

DX 進捗度合い

半数を超える企業がDXに課題



- 十分進んでいる……………2.5%
- 部分的に進んでいる……………42.2%
- 進んでいない部分が多い…42.5%
- ほとんど進んでいない…12.8%

DX 導入決定権

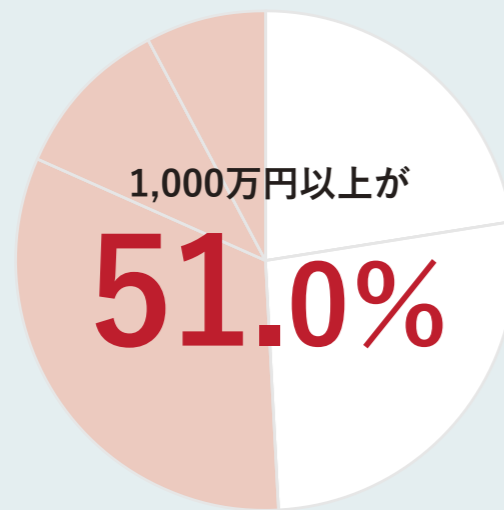
多くの読者が**導入に関与**



雑誌読者プロフィール【パーソナルデータ】

世帯収入

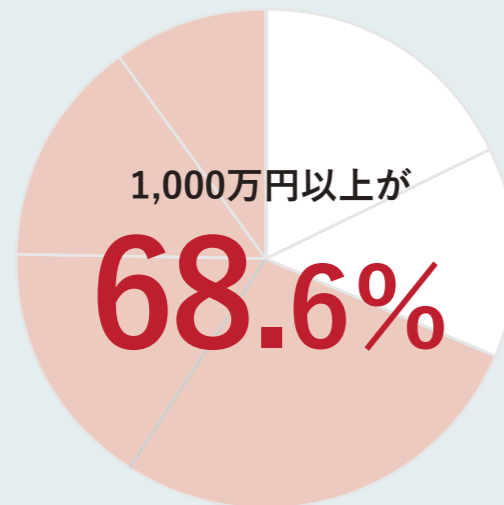
50%以上が1,000万円以上



600万円未満	22.3%
600万円～1,000万円未満	26.7%
1,000万円～1,500万円未満	32.4%
1,500万円～2,000万円未満	10.8%
2,000万円以上	7.8%

金融資産額

約7割が1,000万円以上

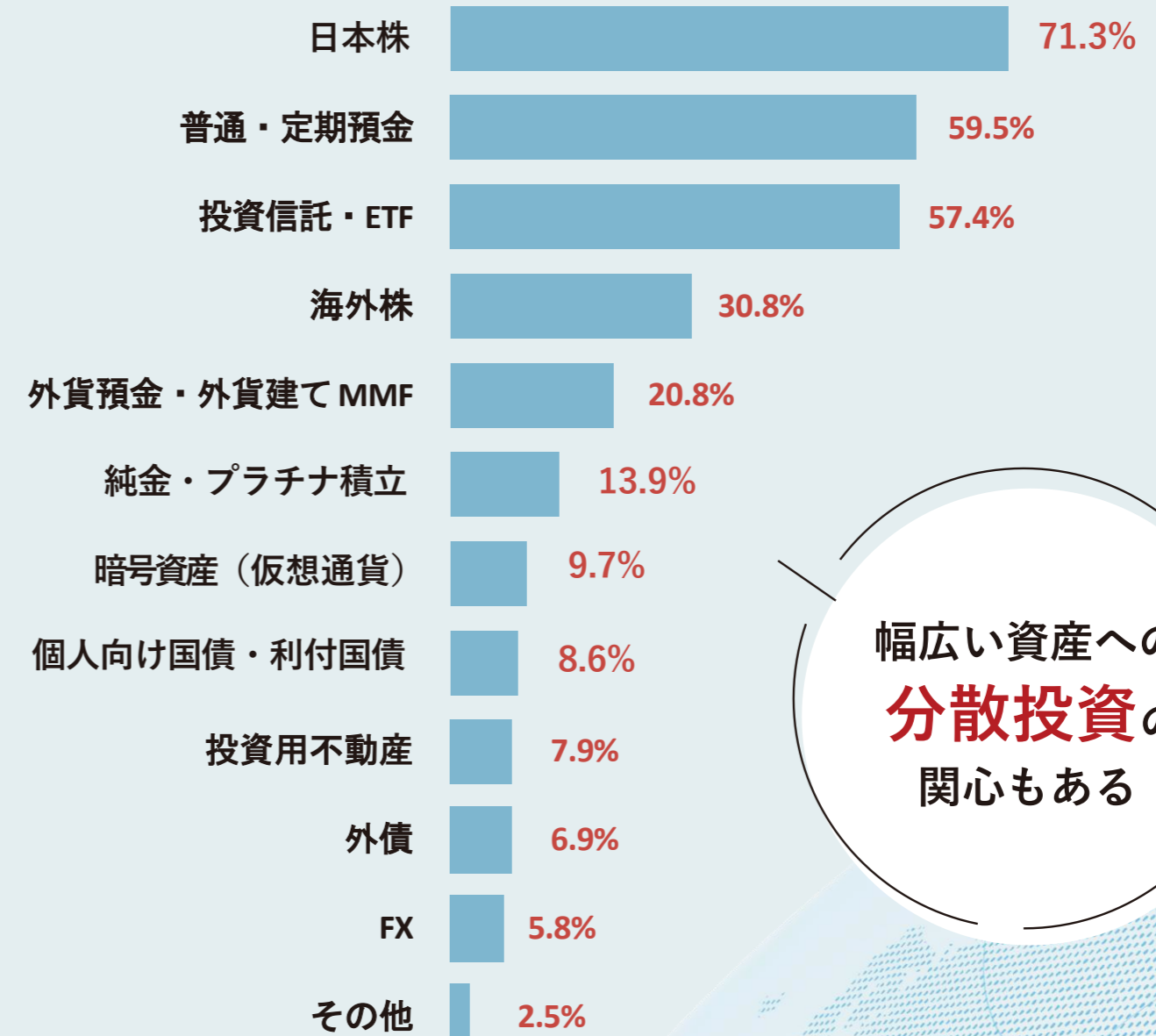


500万円未満	17.9%
500万円～1,000万円未満	13.5%
1,000万円～3,000万円未満	27.8%
3,000万円～5,000万円未満	16.3%
5,000万円～1億円未満	14.5%
1億円以上	10.0%

※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

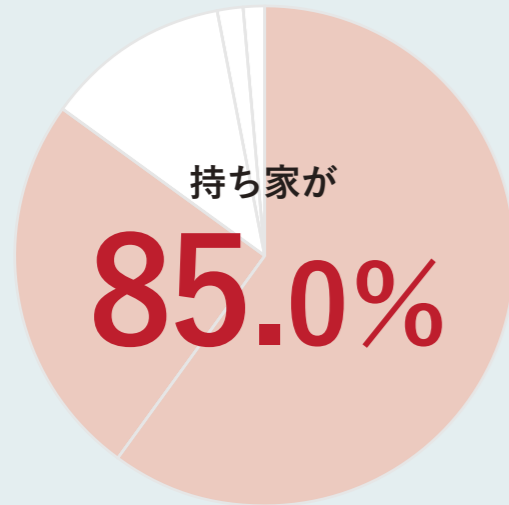


幅広い資産への
分散投資の
関心もある

雑誌読者プロフィール【パーソナルデータ】

住居状況

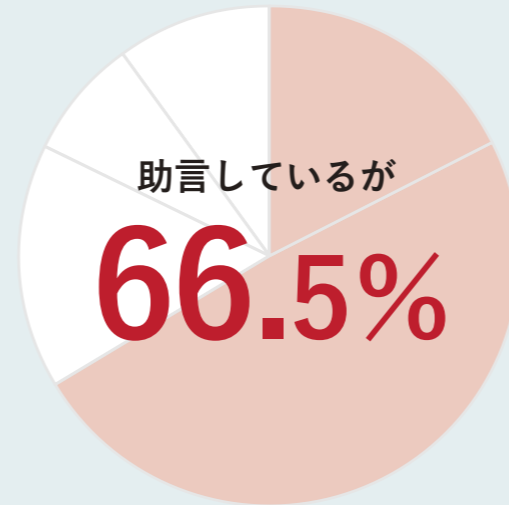
高い持ち家比率



- 持ち家（一戸建て）..... 60.0%
- 持ち家（マンション）..... 25.0%
- 賃貸（アパート・マンション）..... 12.0%
- 賃貸（一戸建て）..... 1.6%
- その他..... 1.4%

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

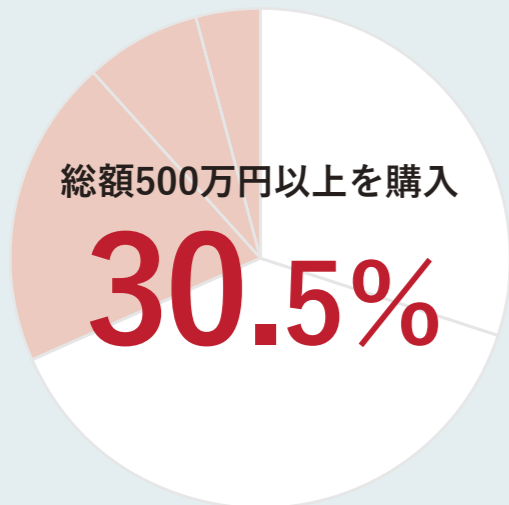


進学や就職先の情報収集や助言の程度

- 熱心に手伝ったり助言したりする..... 17.7%
- まあまあ手伝ったり助言したりする... 48.8%
- どちらともいえない..... 15.8%
- あまり手伝ったり助言したりしない..... 7.8%
- 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..... 9.9%

車の購入価格

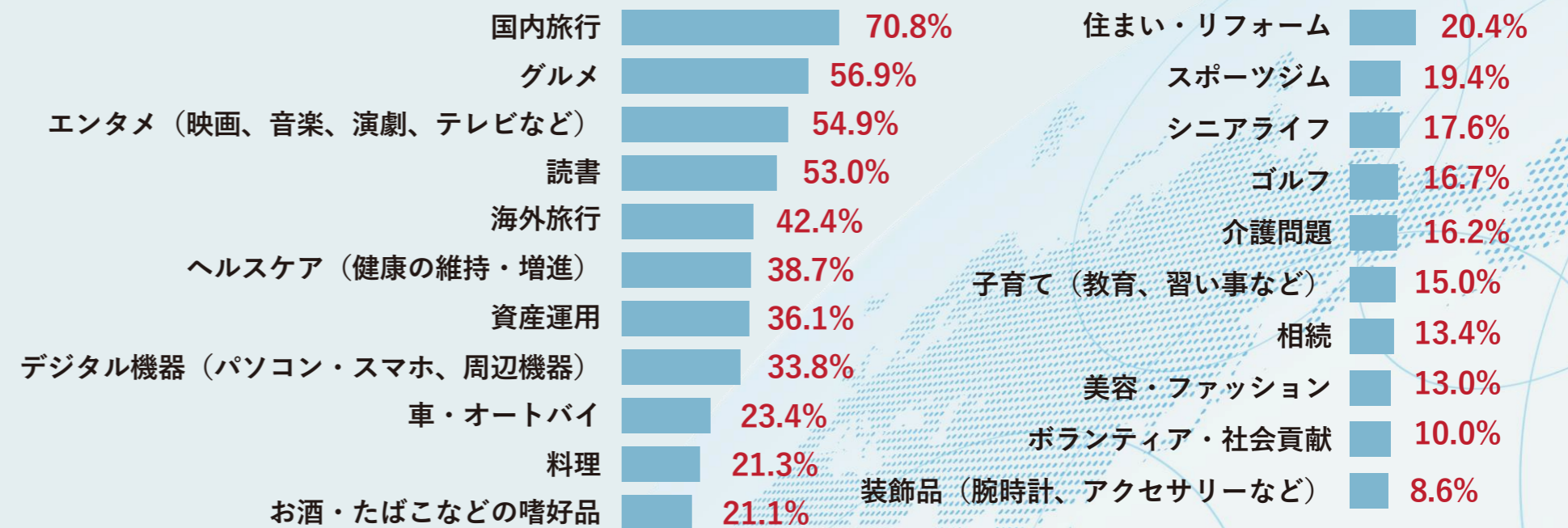
約3割のユーザーが500万以上を購入



- 300万円未満..... 30.7%
- 300万円～500万円未満..... 38.8%
- 500万円～700万円未満... 20.1%
- 700万円～1,000万円未満... 7.8%
- 1,000万円以上..... 2.6%

興味関心テーマ

多様な関心を持つ読者層



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、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

日経レジデンス 代表取締役 日経 正雄 氏

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

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

電子版

共に歩む 日経レジデンス

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

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

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