

週刊ダイヤモンド

「週刊ダイヤモンド」は、1913（大正2）年の創刊以来100年以上にわたり、日本の産業、企業そして企業人と共に歩んでまいりました。その間、常にビジネスの現場にいる経営者、部課長などの管理職の方々を主たる読者層として、新鮮な切り口で情報を提供し続けてきました。この方針は編集記事のみならずタイアップ広告においても一貫して守られております。読者にとっては広告もまた大事なビジネス情報と捉えられているからです。

トップインタビュー

Prime Time

プライムタイム

【トップインタビュー PRIME TIME (プライムタイム) とは】

全てのビジネスは国境を越えたボーダーレスな競争に突入しています。従来の常識は崩壊し、新しいルールの下で行われる競争の世界で、企業はどこへ向かっていくのか。

その答えを本企画の中で企業トップに語っていただきます。

貴社のビジョン、企業戦略などについて読者にストレートに語りかけることで、貴社に対する理解と信頼度はより深まります。この機会を捉え、ステークホルダーに広く訴求したい「経営者としての思い」を存分にお話してください。

●「PR」クレジットが入りません。

本広告企画はPR表記がありません。最終ページに「制作／ダイヤモンド社クロスメディア事業局」と表記されるだけで、読者には広告宣伝色を抑えた一般記事として受け入れられます。

つきましては、本企画書をご覧の上、
広告出稿をご検討くださいますようお願い申し上げます。

企画 要項

企画構成

取材・執筆／本誌ライターが取材し、記事スタイルでまとめます。
撮影／写真は、原則としてカメラマンが撮影します。事前のご相談にも応じます。

掲載料金

見開き2ページ

2,300,000円（税別・制作費込み／通常価格254万円+制作費50万円=304万円）

※増ページ 1ページ単位でプラスすることもできます。料金はお問い合わせください。

お申し込み締め切り 発売日の60日前

取材撮影締め切り 発売日の40日前

オプション（別料金）

①抜き刷り

掲載原稿を複製した小冊子を作成できます。営業、販促用などさまざまな目的に合わせたツールとしてご利用いただけます。

※詳細は別途抜き刷りのご案内をご覧ください。

②貴社ホームページへの本誌記事転載

加工なし、本誌掲載の状態のままPDFファイルでお渡しします。著作権保護のため、掲載期間など必要事項を確認させていただきます。料金はお問い合わせください。

③その他

貴社社内報に転載など、上記以外のケースが発生した場合は、転載が可能かどうかを検討の上、可能な場合は、PDFファイルでお渡しします。著作権保護のため、掲載期間など必要事項の確認をさせていただきます。料金はお問い合わせください。

④DIAMOND online への本誌記事転載

ご希望により本誌掲載のタイアップ記事を転載いたします。

記事を雑誌とオンラインで同時展開することで、さらなるリーチの拡大が期待できます。

■見開き2ページ分転載（1カ月間）の場合

600,000円（税別・制作費込み）

DIAMOND
online

実売部数 94,384部（ABC協会2013年1～6月の平均報告部数）

発売日 毎週月曜日

読者プロフィール

【週刊ダイヤモンド】概要 男性が93.9% 平均年齢47.4歳 平均年収1189.6万円

約4割が1000人以上の企業に勤務

役職は部長・次長・役員・会長・社長が約半数で、経営者層と管理職層が読者層のコアを形成

お問い合わせ先

ダイヤモンド社 クロスメディア事業局 クロスメディア広告部

本社 〒150-8409 東京都渋谷区神宮前6-12-17

TEL.03-5778-7220 FAX.03-5464-0783

Prime Time

■経営トップが自らビジョンを語る
■ステークホルダーへの明確なメッセージ

- 一問一答形式のトップインタビュー企画です。
- テーマは、トップマネジメント自らの経営戦略、自社製品に懸ける思いや目標、サービス優位性など、そのときの貴社における一番訴求したい“旬”なものを取り上げて、語っていただけます。
(例) 企業理念、経営ビジョン、新組織、新規事業、新会社設立、新製品、新技術、新サービス、研究開発、国内・海外戦略、グループ経営、環境活動、CSR、株式上場などIR情報全般
- PR表記がありません。「制作／ダイヤモンド社クロスメディア事業局」と表記されます。
- 本企画は、通常料金よりお得な広告料金を設定しています。
- ビジネス誌として幅広い読者を持つ本誌に「記事」が掲載される企業として、本誌の良質な読者に広く貴社名が認知されます。

誌面構成イメージ

6 本文 14W×146行程度
小見出し(2本程度)を含みます

7 インタビューカット
以外の要素
トップの方のインタビューショット
以外に、ビジュアルの素材を1～2点掲載します。内容は、貴社の業務内容を象徴するような商品の写真、あるいはサービスのフローを表す図版などとなります

8 会社プロフィール
会社名、設立年月、所在地、連絡先、HPのURL等

9 クレジット
制作／ダイヤモンド社クロスメディア事業局
PR表記は入りません

6

Top Interview

点が技術者たちの弱い部分なのだという。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、課題の設定ができない。教官が問題を提示しないことに戸惑っている」これは教官たちにとってもカルチャーショックであったという。

では、学生たちのMOTマインドにいかして育てていくのか。方法論の一つとして、第一線の実務家たちの交流が盛んに行なわれている。ほとんどの教官が現場からの講師を招いている。

1



5

創立100周年を迎えたダイヤモンドエンタテインメントに新社長が誕生した。これまでの100年を踏まえ、これからの100年をどうマネジメントしていくのか、その意気込みとビジョンについて、大矢門人社長に聞いた。

4

顧客の求めるものだけを提供し続け、100年後にも選ばれる会社を目指す

3

Prime Time

経営者は語る

社長就任に当たっての抱負をお聞かせください。

大矢 マーケットから見た課題を設定することの重要性。この命題へのアプローチとして、早大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この点が技術者たちの弱い部分なのだという。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、課題の設定ができない。教官が問題を提示しないことに戸惑っている」これは教官たちにとってもカルチャーショックであったという。

教官たちにとってもカルチャーショックであったという。では、学生たちのMOTマインドにいかして育てていくのか。方法論の一つとして、第一線の実務家たちの交流が盛んに行なわれている。ほとんどの教官が現場からの講師を招いている。

2

貴社トップの人物写真
原則としてバスタップのインタビュー中の写真を、プロフィール(100W前後)と共に掲載します

企画タイトルとロゴ

企業名

メインタイトル
MAX10W×4行以内

リード
100W程度

社員全員の意見に耳を傾けること

社員の意識改革のために伝えようとしてきたことにはなんですか？

大矢 マーケットから見た課題を設定することの重要性。この命題へのアプローチとして、早大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この点が技術者たちの弱い部分なのだという。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、課題の設定ができない。教官が問題を提示しないことに戸惑っている」これは教官たちにとってもカルチャーショックであったという。

今後、企業はどのような成長のシナリオを描けばいいのかわかるようにしたいのか、ヒントを頂きますか？

大矢 マーケットから見た課題を設定することの重要性。この命題へのアプローチとして、早大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この点が技術者たちの弱い部分なのだという。学生の多くは修士レベルの技術者であり「分析能力は高い。だが、課題の設定ができない。教官が問題を提示しないことに戸惑っている」これは教官たちにとってもカルチャーショックであったという。

顧客最適主義 変化を経営する会社

そのようなビジョンをどういった形で顧客企業に伝えていくのでしょうか？

大矢 マーケットから見た課題を設定することの重要性。この命題へのアプローチとして、早大MOTスクールでは、自ら問題を発見して解決する能力の育成を重視している。実は、この

必要性和両氏は感じていると

そうした文化を育てる必要性も両氏は感じていると




週刊ダイヤモンドは1913年の創刊以来およそ1世紀にわたり、日本の産業、企業そして企業人とともに歩んできた。その間、常にビジネスの現場にいる経営者、部長などの管理職の方々を主たる読者層として、新鮮な切り口で情報を提供し続けてきた。

Company Profile
ダイヤモンドエンタテインメント
設立年/1914年4月
〒150-8409
東京都渋谷区神宮前6-12-17
ダイヤモンド・ナショナルビル
TEL: 03-5778-7220
http://www.diamond.co.jp/