2023年版

『週刊東洋経済』「東洋経済オンライン」「会社四季報オンライン」

アニバーサリー特別プランのご案内

周年・新社長・新商品ローンチ等

株式会社東洋経済新報社

目次

P4.当社ならびに当社メディアについて

P13.ご参考：当社の周年事業

P15.周年記念広告展開事例

P22.周年向け特別プランのご案内

P31.オプションメニュー

P34.その他メニュー

周年記念広告のメリット

創業や設立、あるいは事業の立ち上げ、上場など、
あらゆる節目となる周年記念は、ステークホルダーにこれまでのあゆみから、
今後の展望を訴求するタイミングとして絶好の機会です

1．これまでの実績、あゆみを伝えることで信頼感を醸成

周年の節目であらためて振り返ることで着実な成長を印象づけることができます

2．未来への展望を語ることで、期待感を高める

新たな節目を迎え、次へのチャレンジを宣言するタイミングとして最適です

3．取引先などステークホルダーへの感謝を伝えられる

これまでの支援に感謝し、さらに絆を強めることを促します

4．販促、認知度向上などマーケティング視点でも活用

商品・サービスもあわせて紹介することで、販促などマーケティング的な効果も期待できます

5．インナーブランディング効果も大

社員やその家族が自社に誇りをもつことでモチベーションも高まります

当社ならびに当社メディアについて

東洋経済の媒体が周年記念広告に選ばれる理由

1.経済一筋で128年の歴史。緻密な取材・分析力に定評がある「信頼性の高さ」

2.経営層～現場の最前線で活躍するビジネスパーソンに対して、より広く、より深く情報を届けられます

3.東洋経済ブランドスタジオによるコンテンツ企画、制作力

4.立体的な施策展開（セミナー、カスタム出版など）











東洋経済 TOYOKEIZAI ONLINE

会社四季報 ONLINE

『週刊東洋経済』には、

日本で最も歴史のある週刊誌ならではの情報 がある。







健全なる経済社会のために 128年

1895（明治28）年、創業と同時に創刊された『東洋経済新報』（後の『週刊東洋経済』）。戦前戦中の言論抑圧時代下も社是である自由主義の立場を崩すことなく、徹底して継続発行を守り抜いてきました。現在、日本で最も歴史のある週刊誌となり、海外雑誌と比較しても、歴史においてイギリスの『The Economist』に次ぐ世界屈指の経済誌と自負する一方、いまも読者の信頼に応える雑誌づくりに全力を傾けています。

脈々と受け継がれる、元首相石橋湛山のスピリット

「政府に対する監督者、企業に対する忠告者、世界経済に関する情報の提供者」を標榜し創刊された『週刊東洋経済』。その発展に大きく貢献したのが社の第5代主幹であり、後に首相も務めた石橋湛山です。戦前から政府の軍備拡張、植民地支配に対抗する「小日本主義」を誌面で提唱するなど気骨の精神で徹底的なリアリズムを貫きました。そのスピリットは社員一人ひとりに脈々と受け継がれています。

約3800社の上場会社に担当記者を配置

企業分析の草分けである東洋経済新報社は、1936年から株式投資のバイブル『会社四季報』も発行しています。いまも3800社の上場会社すべてに担当記者を配置し、財務関連情報の分析はもちろん業界に張り付く記者ならではの鋭い視点で読み解いたオリジナルな記事を、『週刊東洋経済』を含むあらゆる刊行物に展開しています。

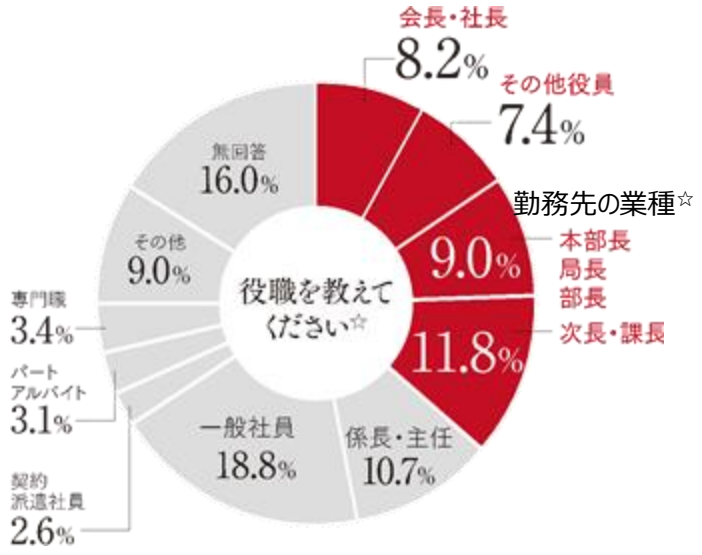
経営層が中心読者層

『週刊東洋経済』は、1895年（明治28）年に創刊された日本で最も歴史のある週刊誌。
読者全体の約4割を占めるコア層は、経営の中枢を担う経営層、マネジメント層です。
約半数の読者が、企業活動の意思決定に関与する立場にあります。

週刊東洋経済 読者

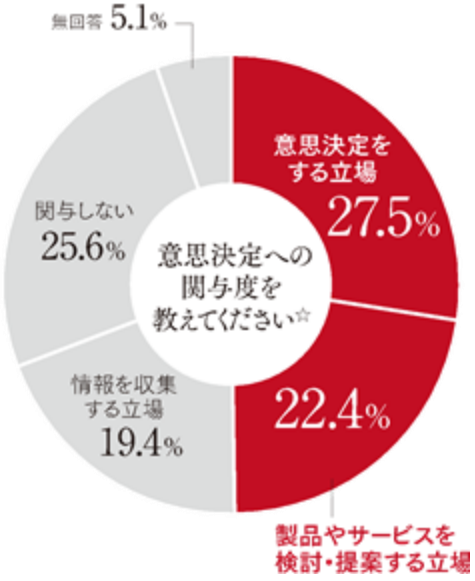
読者の役職

約１/３が課長以上の
マネジメント層



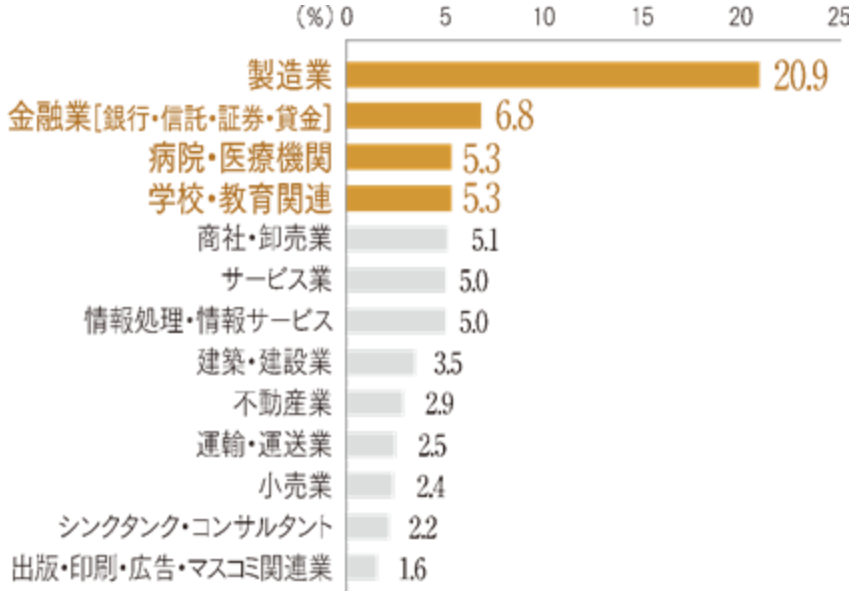
読者の意思決定関与度

約半数が組織の
意思決定に関与



勤務先業種

製造業、金融など幅広い業種



ビジネス誌系サイトのトップランナー

日本最大級のビジネス誌系サイトとして、最前線で活躍するビジネスパーソンに支持されています。



PC版

スマホ版

1.深く読まれるオリジナル記事を毎日配信

東洋経済新報社の記者と、実力派の著者が毎日記事を掲載。
無料で読める経済ニュースの定番として多くの読者の支持を集め、
集客力を維持し続けています。

2. 記事1本のパワーが絶大

新聞社などのニュースメディアは月間2万本以上の記事を配信しているのに対し、
東洋経済オンラインは約500本。1本あたりの記事のPVが高く、影響力が絶大です。

3. 読者は長文を読み慣れている知的な人

東洋経済オンラインの記事は比較的文字数が多く、
数千字にも及ぶ記事も珍しくありません。
長文をしっかりと読むことに慣れた方に愛読されています。

4. 経営者から現場社員まで幅広いビジネスパーソンが閲読

東洋経済オンラインの読者のメインは現役のビジネスパーソン。
経営者から管理職、現場社員まで、幅広い層に閲覧されています。

5. ビジネス、政治・経済以外にもキャリア・教育、ライフ系記事が充実

ビジネスや政治・経済の記事だけでなく、
女性に好まれるライフスタイル記事や子どもの教育の記事など、
様々なジャンルの記事を独自の視点で記事にしています。

Appendix：東洋経済オンライン　閲覧上位企業

製造（機械）
日立製作所
パナソニック
富士通
三菱電機
東芝
キヤノン
リコー
ソニー

製造（消費財）
サントリーホールディングス
資生堂
花王
LIXIL
日本たばこ産業
大塚製薬
アサヒビール
スターバックスコーヒージャパン

運輸・インフラ
日本通運
東急
東海旅客鉄道
西日本鉄道
全日本空輸
関西電力
東京電力ホールディングス
日本航空

通信・放送・出版・印刷
ソフトバンク
日本放送協会
大日本印刷
KADOKAWA
朝日新聞社
NTTドコモ
東日本電信電話
KDDI

製造（自動車・二輪）
トヨタ自動車
日産自動車
三菱自動車工業
本田技研工業
デンソー
いすゞ自動車
三菱ふそうトラック・バス
マツダ

卸売・小売・商社
三井物産
伊藤忠商事
イオンリテール
丸紅
ミニストップ
双日
豊田通商
住友商事

不動産・建設
大和ハウス工業
鹿島建設
三井不動産
大成建設
戸田建設
竹中工務店
大林組
清水建設

官公庁
東京都庁
内閣府
厚生労働省
京都府庁
兵庫県庁
横浜市役所
札幌市教育委員会
小松市教育研究センター

製造（製薬・化学・素材）
第一三共
富士フイルム
大宮化成
日本製鉄
旭化成
東レ
カネカ
三菱ケミカル

金融・保険
みずほ銀行
三井住友銀行
日本銀行
野村證券
ＳＭＢＣ日興証券
日本生命保険
住友生命保険
損害保険ジャパン

IT・コンサル・情報サービス
エヌ・ティ・ティ・データ
野村総合研究所
日本アイ ビー エム
リコーテクノシステムズ
PwCあらた有限責任監査法人
EY新日本有限責任監査法人
楽天グループ
大塚商会

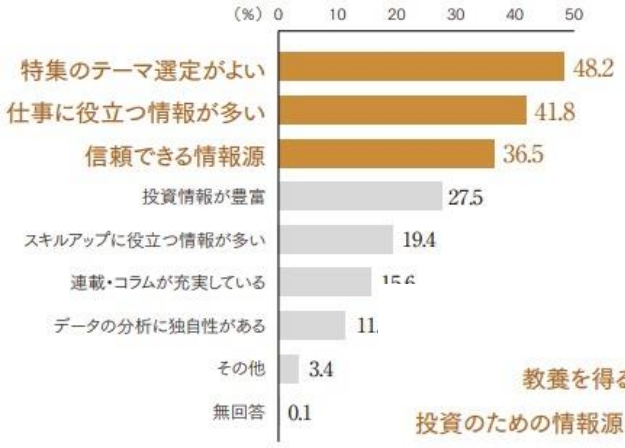
大学・研究機関
東京大学
京都大学
岡山大学
名城大学
九州大学
東北大学
金沢大学
早稲田大学

調査期間：2021/1/1～2021/12/31　Geolocation Technology社「どこどこJP」のデータを使用

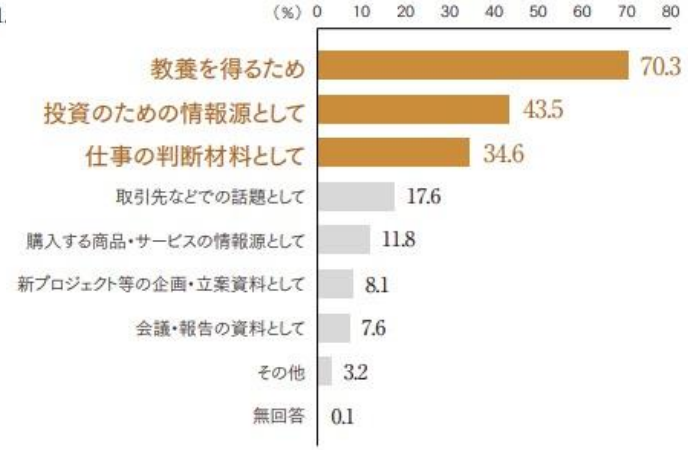
『週刊東洋経済』「東洋経済オンライン」は、仕事や投資の判断材料に活用されており、読者の情報接触態度が能動的です。信頼できる情報源としても評価されており、周年記念広告媒体として最適です。

週刊東洋経済

読者の購読理由

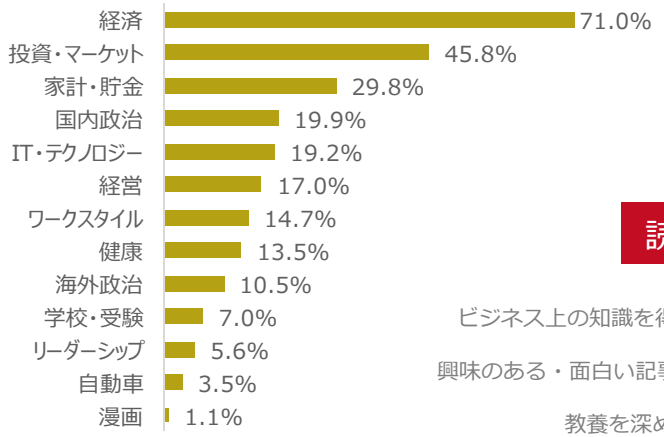


活用方法

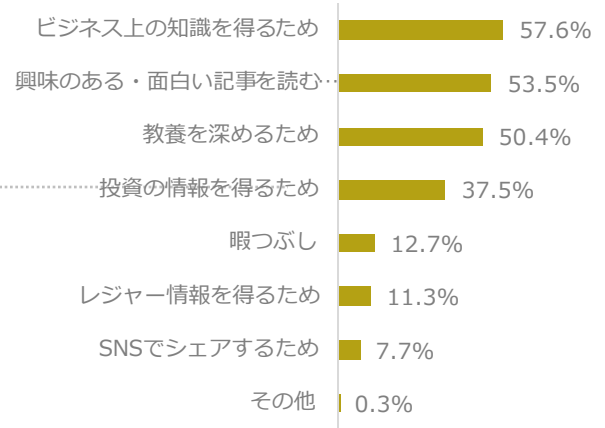


東洋経済オンライン

関心のあるテーマ



読む目的



東洋経済ブランドスタジオによるコンテンツ企画、制作力

1.制作力

コンテンツ制作を専門とする部隊により、顧客が伝えたいことをユーザーにとって価値のある情報に変えて届けられます

2.サポート体制

ご検討段階から、「切り口案」や「有識者案」などのアイデア出しで、広告主様や代理店様のご協力をすることが可能です

3.独自の切り口

コミュニケーションアイデアにお困りの際にも、弊社独自の切り口でアイデアをご提案します

4.クロスメディア

雑誌、オンラインのみならずセミナーやカスタム書籍など立体的な展開が可能です

MISSION
「き」まじめな創造力で、ビジネスの課題を解決する

VISION
顧客とユーザーに寄り添い、最良の手法で、価値ある情報を届ける「き」まじめな集団

■WEB＆MAGAZINE

週刊東洋経済や四季報、臨時号に掲載する広告や、東洋経済オンラインを活用したディスプレイ広告・動画広告、記事広告、メール広告など、広告主様の課題に応じてさまざまなプランをご提案します

■SEMINAR＆SCHOOL

企画から集客、運営までワンストップで、新規顧客獲得を目指す企業様のBtoB向けセミナーの開催をご支援します。

■CUSTOMBOOKS

週刊東洋経済や四季報で培ってきた東洋経済の編集力を活用し、雑誌や書籍などコーポレートブランディングや企業PRに活用できる刊行物を制作します。

TOYO KEIZAI BRAND STUDIO

ご参考：当社の周年事業

2020年11月15日に創業ならびに週刊東洋経済の創刊125周年を迎えた当社では、様々な記念事業を展開しました







当社第5代主幹の石橋湛山が政治家として残したものをまとめた書籍を刊行。
当社出版局主催で記念ウェビナーも実施しました。

また、125周年の記念として4点の書籍を刊行しました。

経済がつないでいく
125th
東洋経済

2021年7月には
週刊東洋経済が創刊
7000号を迎えました



周年記念広告展開事例

Confidential

NTN様

創業100周年

◆週刊東洋経済　巻頭広告ビジネスアスペクト　4ページ

◆東洋経済オンライン　誌面転載





https://toyokeizai.net/sp/180402ntn/

Confidential

日本大学　理工学部様

学部創設100周年

◆週刊東洋経済　The Vision　2ページ

東洋経済オンライン　誌面転載







https://toyokeizai.net/articles/-/201198

Confidential

ラコステ様

1933年ブランド設立からのあゆみと

Brandに込めたメッセージを訴求

◆週刊東洋経済

Since　2ページ



●お問い合わせ　ラコステ　https://www.lacoste.jp/

そして1933年、ルネ・ラコステはブランドを設立し、ポロシャツの販売を始めたのである。ポロシャツ以外にも、発明家・ビジネスマンとしても活躍したルネ・ラコステ。その精神はうち受け継がれているが、ラコステ ジャパン代表取締役社長の李孝氏は話す。

「当社は、設立以来創々と受け継がれてきた"フェアプレー"の大切さ、"品格"あふれるプレーや姿勢、"最後まで成し遂げる精神の強さ"の3点を理念としています。振るまない倫理観や誠実さ、他者の尊重といったフェアプレー精神は、ビジネスにも通じるもの。また、厳しい試合でも洗練さを追求した彼は"エレガンスさのないプレーや勝利には意味がない"という言葉を残しており、この思いは今も当社の商品に反映されています。さらに、粘り強く最後まで成し遂げる精神の強さは、仕事の結果に対する責任感や、最高品質の製品を追求する姿勢に通じています」

フェアプレー精神が生んだトリビュートコレクション

ルネ・ラコステのプレースタイルそのものである企業理念を守り続けてきたラコステ。このブランドが日本に初上陸したのは、1964年のことだった。スポーツとライフスタイルを融合したブランドの登場が、当時の日本に新鮮な風を吹き込んだことは想像にたくない。そしてやや、誰もが知るライフスタイルブランドとして日本に根付いた。

くにポロシャツは、働き方改革やオフィススタイルのカジュアル化を追い風に、ビジネスシーンにも欠かせないアイテムとなっている。

「ポロシャツの魅力は、あらゆるシーンにマッチすること。ジャケットを羽織ればビジネスユースも可能です。ラコステにとってポロシャツは、ルネ・ラコステの"エレガンスさのないプレーや勝利には意味がない"という言葉を体現している、まさにブランドのDNAともいえる存在です。一切の妥協なく細部にまでこだわっているため、価格だけ見るとお安くはないかもしれません。それでも多くの方に支持されているのは、商品の機能的な価値だけではなく、ブランドの根幹への共鳴をいただいているからこそ、それに見合う価値を提供できるよう、商品はもちろんブランドを磨き続けていきたいですね」（李氏）

ブランドを象徴するワニがDロを開けた理由

新しいウェアの創造で幕を開けたラコステの歴史は、革新の歴史でもあった。2019年の秋冬コレクションからはルイズ・トロッター氏がクリエイティブディレクターに就任。パリファッションウィークにてコレクションを発表しており、同社のイギリス人女性クリエイティブディレクター。

「就任者が日本人で、本人も大の親日家。彼女のクリエイティビティーやセンスは、当社に新しい風を吹かせています。ラコステはポロシャツというイメージに立脚するブランドですが、その原点は常に先駆けて革新を続けることが必要。例えば近年から強まってフルシルエットのアイテム提案や、アーティストとのコラボなども行っています」（李氏）

中でも革新的だったのが、昨年秋にオープンした期間限定ポップアップストア「GO Lacoste」だ。古着と新作を一緒に販売するという異例のコンセプトと、大胆にデフォルメされたDロのワニが話題を呼んだ。

「通常、ブランドにとってロゴはアンタッチャブルなもの。ワニのDロを開けるという冒険的な発想は、まさにDNA＋遊れず前へ、という企業としてのバリューがあったからこそ出てきたものでした。こうした活動により、ラコステに興味してくださる若い世代が増えるのもうれしいですね。当社は、単なる歴史ブランドではありません。大切なのは、最高品質の商品を追求し、ブランドの魅力を高めること。これこそが、日本のような成熟市場で戦ううえで大切だと思います」と、李氏は先を見据える。

80年継承されてきた革新性とエレガンスを、一緒に体現するようにに見えるラコステのウェアは、ずっと受け継がれていくことだろう。



Since 1933

フェアプレー精神と「ワニ」を胸にビジネスシーンを走り続けるラコステ

とあるテニスプレーヤーが起こしたウェア革命

世界中で愛されているワニといえば、ポロシャツの左胸にいる"あのワニ"だろう。そう、フランスのプレミアムジュアルブランドラコステのロゴだ。では、なぜラコステのロゴがワニなのか、ご存じだろうか。

始まりは1927年のこと。フランス人テニスプレーヤーのルネ・ラコステは、特注のウェアを着てコートに立った。当時のテニスウェアは、長袖のシャツと長いパンツがお約束。動きやすいポロシャツでプレーする姿は革命的だった。通気性に優れた半袖のポロシャツで、胸にはワニのエンブレムが刺されていた。ルネ・ラコステが、負けん気が強くて"ワニ"の異名をとっていたことが由来だ。

しかも彼は、4大会を3度も制するほどの凄腕プレーヤー。機能性とファッション性を融合させた彼のポロシャツは注目を集めた。

ラコステ

2019年4月から本格化した働き方改革。働く場所をはじめ、ビジネススタイルは多様化している。そんな中、機能性とデザイン性を両立すると注目を集めているのがポロシャツだ。誰もが知るポロシャツ。実はとある1人のトップアスリートによって世界中に広まったことをご存じだろうか。以来、世界中で愛されているポロシャツの誕生秘話とその魅力を、ライフスタイルブランド、ラコステに聞いた。

制作・東洋経済企画広告制作チーム

Confidential

日本適合性認定協会様

国際競争力確保のために求められる「標準化」や企業に必要な考え方を4回シリーズで有識者インタビューする連載と設立25周年記念フォーラムを実施

◆週刊東洋経済

巻頭広告ビジネスアスペクト

4ページ×4回

東洋経済オンライン　誌面転載



https://toyokeizai.net/articles/-/213156



https://toyokeizai.net/sp/180221jab/









Confidential

バークレイズ・グループ様

創業325年、日本オフィス開設50周年

◆東洋経済オンライン　編集記事風体裁



https://toyokeizai.net/articles/-/247527

Confidential

Oak様

新社長就任

◆東洋経済オンライン　編集記事風体裁



クリーンエネルギー事業とデジタル化に注力



「競争から共創」独立系投資会社が描く逆転劇

クリーンエネルギー事業とデジタル化に注力

https://toyokeizai.net/articles/-/502809

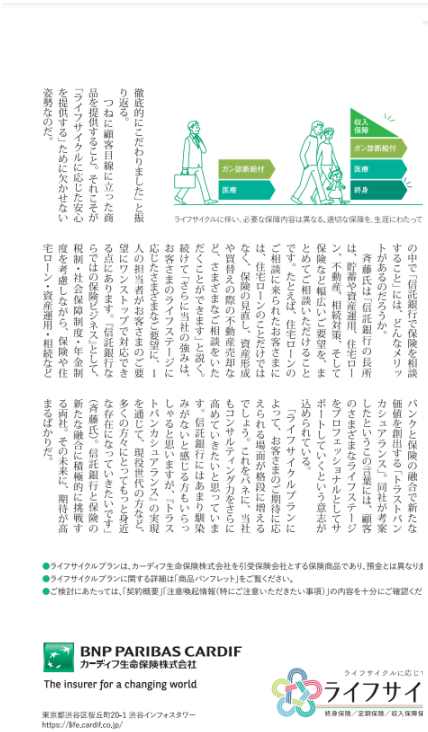
カーディフ生命保険株式会社様

新商品発売

◆週刊東洋経済

巻頭広告ビジネスアスペクト

4ページ









Confidential

社史・カスタム書籍

東洋経済の社史、カスタム書籍制作、３つの強み

1.126年の歴史で培われた、日本経済と企業を見る確かな「眼」
2.社史と市販媒体の豊富な実績による「編集・取材力」「デザイン力」
3.企画から出版までワンストップで安心しておまかせいただける「対応力」

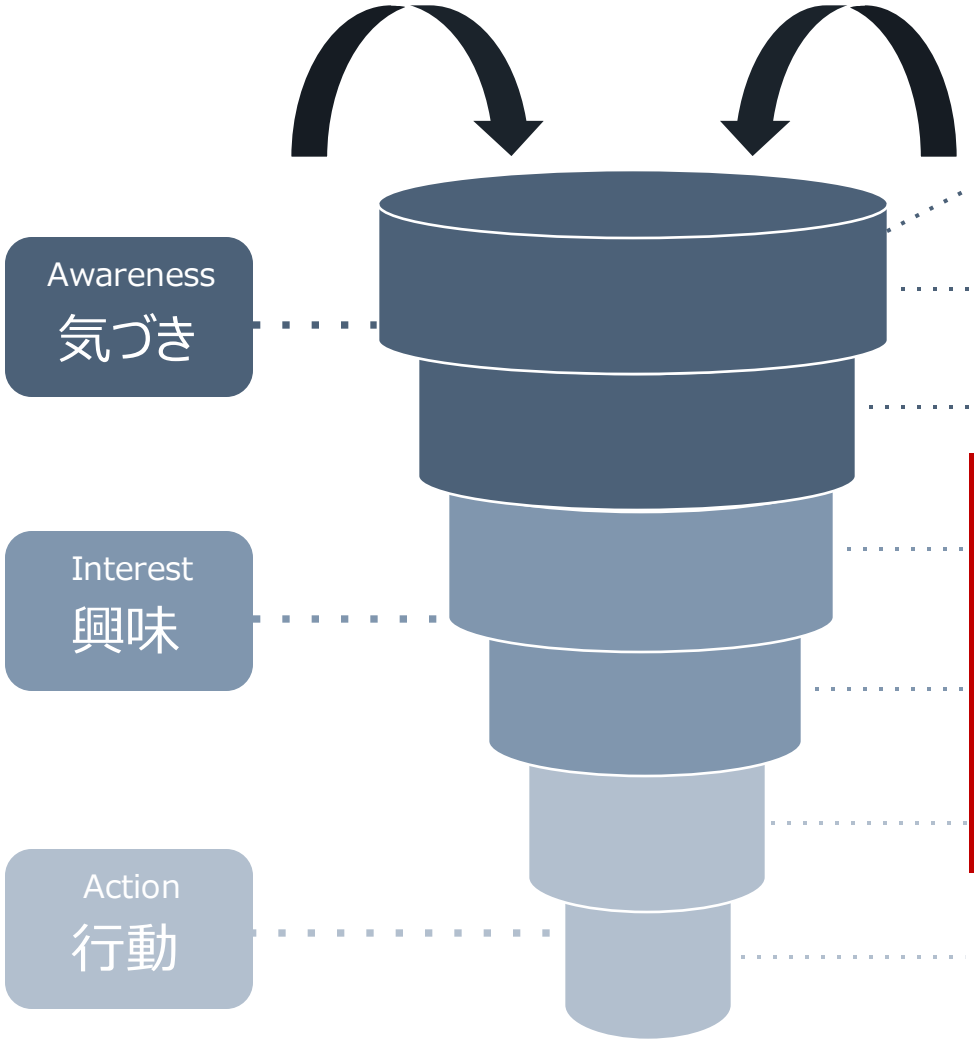






周年向け特別プランのご案内

『週刊東洋経済』『東洋経済オンライン』広告メニュー



週刊東洋経済・純広告・・・表紙周りの注目度の高いスペースで訴求したい
表2見開き、表4など

東洋経済オンライン
動画広告・・・動画を使って商品やサービスについて読者に強く印象づけたい
インリード／ビルボードPC（動画＋静止画）・ビルボードSP（動画）

ディスプレイ広告・・・商品やサービスについて読者に強く印象づけたい
ONE DAY ジャック／ゲート／ビルボードPC・SP（静止画）

ディスプレイ広告・・・効率の良い送客や、ターゲットを絞ったキャンペーンに
ビューアブルレクタングル／ターゲティングレクタングル

週刊東洋経済／東洋経済オンライン　記事広告・・・
IR訴求、意思決定者に対しビジネスパートナーとしての認知度向上、
ブランディング／新卒・中途採用広告訴求

【週刊東洋経済】巻頭記事広告ビジネスアスペクト／センター・ビジネスコア／フォーマットライン記事広告

【東洋経済オンライン】編集記事風(CMS)／オリジナルデザイン ／長期連載型記事広告

記事広告・・・見込み顧客のリードを獲得したい
【東洋経済オンライン】リード獲得型
セミナー施策

雑誌+Web転載

1号1社限定の特別企画や、トップのメッセージをステークホルダーに伝える企画など、周年に適した『週刊東洋経済』フォーマット+「東洋経済オンライン」Web転載のセットメニューを特別価格でご提供いたします。

①Business ASPECT 「コーポレートブランディング」



掲載事例…Business ASPECT /大和ハウス工業様

②Vision「トップのメッセージを伝える」



掲載事例…The Vision /日清製粉グループ本社様

③Since「創業ストーリーや歴史の発信」



掲載事例…Since / ラコステ様

雑誌+Web転載

【1号1社限定】巻頭ページに掲載する注目度抜群の看板企画

企画趣旨	『週刊東洋経済』で最も人気のあるタイアップ企画「ビジネスアスペクト」の最大の特徴は、目次前の巻頭スペースで広告展開ができること。毎号1社だけという特別なスペースは、読者の認知度も抜群で高い広告効果が期待できます。さらに、ビジュアルを重視したインパクトのあるデザインと、第三者的な視点からテーマを深掘りする読み応えのある内容で、読者の深い理解を促進します。 これまで扱ったテーマは、企業や商品、サービスの紹介からリクルーティングを視野に入れた展開までさまざまです。 ご要望をお伺いしながら、貴社の優位性、競争力をあぶり出す、また『週刊東洋経済』読者の好奇心を刺激するアプローチをオーダーメードでご提案させていただきます。 扉ページに、ビジネスアスペクトのロゴマークと広告主名を記載。リードに「制作・東洋経済企画広告制作チーム」のクレジットが入ります。
掲載要項	

料金（雑誌のみ）	4ページ 4,400,000円（制作費込） 6ページ 6,600,000円（制作費込）
東洋経済オンライン転載プラン	4ページ ~~6,400,000円~~（制作費込） ⇒**5,000,000円（制作費込）** 6ページ 9,600,000円（制作費込） ⇒**7,500,000円（制作費込）**
オプション	ー **抜き刷り（小冊子）** 記事広告を抜き出して印刷いたします。『週刊東洋経済』の表紙やロゴを配した小冊子を営業ツールとしてご利用いただけます。 ー **その他2次利用、オンラインのブーストは営業担当までご相談ください**

※料金は税別の金額です ※有識者謝礼、出張をともなう取材の場合等別途実費が生じます

雑誌+Web転載

トップのメッセージをダイレクトに伝える人気企画

企画趣旨	周年を記事中に見開きで掲載されるインタビュー形式の体裁によって トップのメッセージをダイレクトに伝える人気企画です。 一問一答式（Q&A形式）で訴求したいポイントを多彩な視点から訴求することができます。 トップの顔写真を左上に配置することで、ビジュアル的にもインパクトのある誌面展開になります。 広告主名とお問い合わせを記載。「制作・東洋経済企画広告制作チーム」のクレジットが入ります。

掲載要項	料金（雑誌のみ）	2ページ 2,100,000円（制作費込/通常価格）
	東洋経済オンライン 転載プラン	10,000PV保証： ~~4,100,000円~~ （制作費込/通常価格） ⇒**3,500,000円（制作費込）**
	オプション	**－ 抜き刷り（小冊子）** 記事広告を抜き出して印刷いたします。『週刊東洋経済』の表紙やロゴを配した小冊子を営業ツールとしてご利用いただけます。 **－ その他2次利用、オンラインのブーストは営業担当までご相談ください**

雑誌+Web転載

【周年を迎えられる広告主様限定】フォーマット型の周年記念専用企画

企画趣旨	周年を迎えたクライアント様に向けた、広告出稿フォーマットです。クライアント様が築き上げてきた歴史や信頼性などを、洗練されたデザインで訴求します。 記事の方向性や企業のイメージに合わせて選べるよう、デザインフォーマットのカラーは２種類用意しました。外枠のデザインのみ規定しており、コンテンツの方向性や写真の数、配置などは要望に合わせて調整できるよう自由度の高いフォーマットになっています。 広告主名とお問い合わせを記載。「制作・東洋経済企画広告制作チーム」のクレジットが入ります。
掲載要項	

料金（雑誌のみ）	2ページ　2,100,000円（制作費込/通常価格）
東洋経済オンライン転載プラン	10,000PV保証：~~4,100,000円~~（制作費込/通常価格） ⇒**3,500,000円（制作費込）**
オプション	ー　**抜き刷り（小冊子）** 記事広告を抜き出して印刷いたします。『週刊東洋経済』の表紙やロゴを配した小冊子を営業ツールとしてご利用いただけます。 ー　**その他2次利用、オンラインのブーストは営業担当までご相談ください**

雑誌+Web転載

Since（周年記念フォーマット企画）

※ 掲載イメージ





レイアウトパターン

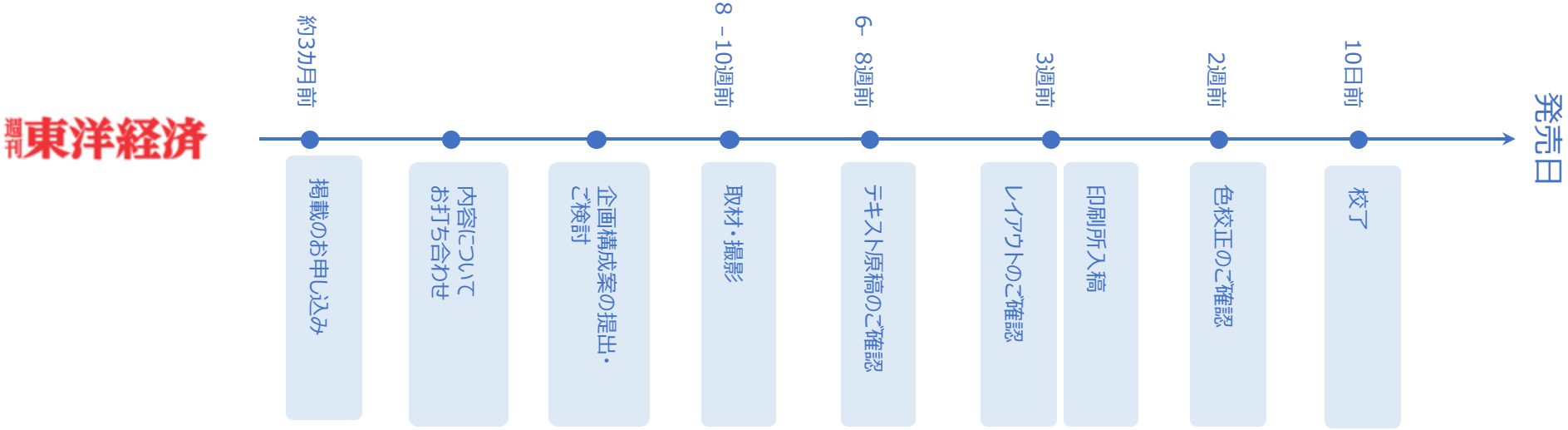
文章でじっくりと読み込ませるパターンと、
年表を入れてビジュアルで歴史を振り返るパターンの
2つからお選びください。

東洋経済オンライン転載プランは、当該ページの特性に応じ、記事広告ページに誘導します。



※誘導枠は当方の裁量にて決めさせていただきます。事前確認はございませんのでご了承くださいませ。

記事広告掲載の流れ



※転載は発売日翌週水曜11:00掲出スタート

オプションメニュー

掲載誌面の抜き刷りや、広告を掲載した『週刊東洋経済』のご提供など、
オプションメニューをご用意しております。

1.抜き刷り

掲載誌面を抜き刷りにして２次使用が可能です。

2.Web展開

掲載誌面を転載して「東洋経済オンライン」にご掲出が可能です。

3.PDF

掲載誌面をPDFとして広告主様のホームページにご掲載いただくことが可能です。

4.雑誌購入

広告を掲載した『週刊東洋経済』を特別価格でご提供します。

＊ 上記の仕様や条件、価格などにつきましては、営業担当者にご相談ください。

追加誘導パッケージプラン

記事広告をご実施の場合、対象通常広告枠を定価の半額にて誘導枠としてご提供いたします。

※詳細は東洋経済オンライン媒体資料をご参照ください。

追加パッケージプラン

メニュー名	メニュー詳細ページ	入稿規定ページ	誘導パッケージ価格
ディスプレイ			
ビューアブル・レクタングル　（PC＆SP）	44	65～66	500,000円～
ダブル・レクタングルPC	49	65～66	625,000円～
ターゲティング／コンテクストターゲティングレクタングル	46	65～66	250,000円～
パネルSPヘッダー	51	67	1,000,000円～

その他メニュー

ワンストップで出版の制作から流通までサポートします

特色

1. 企業情報、経済事象をはじめとした確かな取材・企画力で、ご希望に沿った内容をご提案いたします
2. カスタム出版の企画から流通まで一括して東洋経済新報社で完結するため、きめ細かな対応と高いコストパフォーマンスでご満足いただけます。
3. 高い信頼性と抜群の知名度がある「東洋経済ブランド」で出版可能です。

ご参考料金

（書店流通のカスタム書籍の場合）

10,000,000円 ～ （税別）

※書籍形式（240ページ程度、並製）
※制作料金は、本の仕様、取材の有無、制作部数等で大きく変動いたします。
ご予算に合わせて最適な仕様をご案内することも可能ですので、
お気軽にお問い合わせください。



このような機会にお役立てください！

- 周年や改革の節目に、既存の広告とは違った視点で訴求したい
- 研究成果を出版物としてまとめたい
- 書店流通でより幅広いステークホルダーにリーチしたい

セミナー・フォーラム事業について

東洋経済ならではのネットワークを活用した著名人、先進事例の講師を招聘し
様々な経営課題に対するテーマのセミナーを年間を通じて多数開催しています。
経営層をはじめ経営の事業計画を担うキーパーソンを読者に持つ『週刊東洋経済』
「東洋経済オンライン」「東洋経済オンラインメルマガ」「過去セミナー参加者メール」など
独自のデータベースを活用した幅広い告知活動を実施。
企画立案、収録、集客、当日の配信(開催)から事後レポート告知まで経験豊富な社
内のセミナー専門スタッフが実務を担当します。































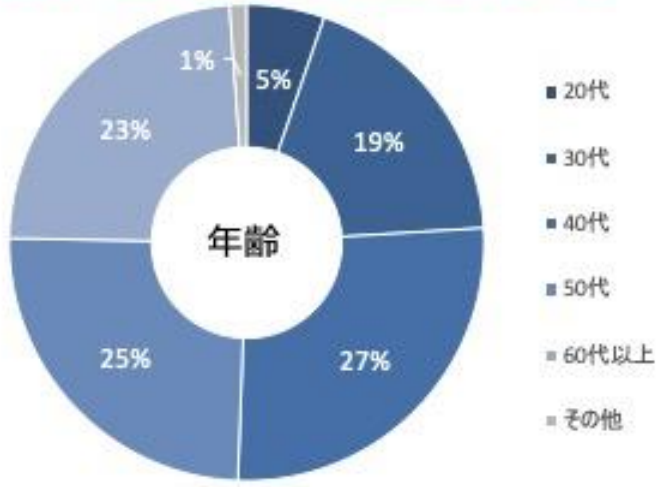


株式投資・銘柄研究のバイブル「会社四季報オンライン」

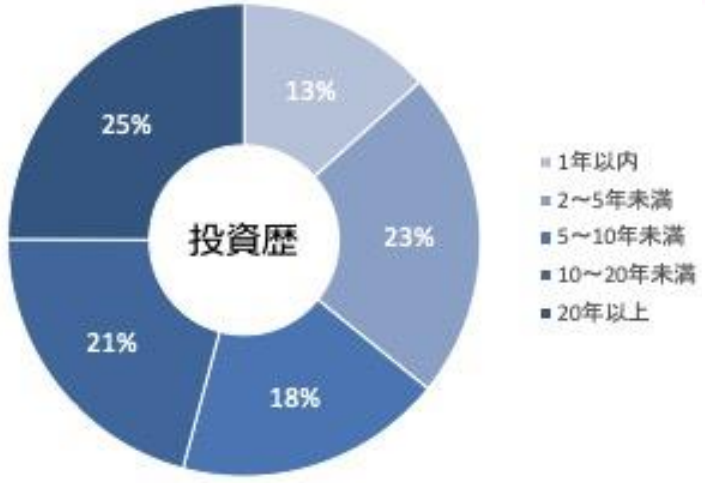
「会社四季報オンライン」は、2013年に新しく誕生したサイトです。投資判断を助ける有料ニュースの配信をはじめ、新鮮な情報を日々提供し、個人投資家・法人投資家から支持を得ています。2022年4月に大規模リニューアルを実施し、利便性が向上。法人プランの提供も行っており、大手証券会社や金融機関、コンサルティングファームなどに導入されております。ディスプレイ広告、メール広告などのメニューをご用意しております。

読者プロフィール

20代～60代以上まで幅広い世代が利用



約5割が投資歴10年～20年以上のベテラン



約3割が年間の投資金額1000万円以上



PCとSPのトップページ・記事ページに静止画を掲載します。

レクタングル（PC）



レクタングル（SP）



実施料金
50万円～
（税別）

保証imp
500,000imp

メニュー	表示方法	掲載場所	想定掲載期間	保証imp数	掲載料（税別）	広告サイズ
レクタングル	ローテーション	PC版 （TOPページ・記事ページ） SP版 （TOPページ・記事ページ）	4週間	500,000imp 保証	500,000円	（入稿サイズ） 左右600 ×天地500px （表示サイズ） 左右300 ×天地250px

※掲載期間、終了日は保証致しかねます。
※デバイスごとのimp保証は致しかねます。※掲載審査・入稿規定は「東洋経済オンライン」に準じます。

東洋経済オンラインの登録会員向けに配信される、会社四季報オンライン編集部メール。メール本文中の広告枠に掲載いたします。





東洋経済ID保有者で
メール配信を希望した会員向けに
最新の会社四季報オンラインニュースを配信しています

通数	約 500,000 通
配信日	毎週月曜日18時
画像	（入稿サイズ） 左右240 ×天地134px （表示サイズ） 左右120 ×天地67px
テキスト	上段　全角20文字以内 下段　全角25文字以内

申込締め切り：入稿締め切りの5営業日前
入稿締め切り：配信7営業日前
レポート提出目安：配信後1週間を計測期間とし、その後5営業日以内

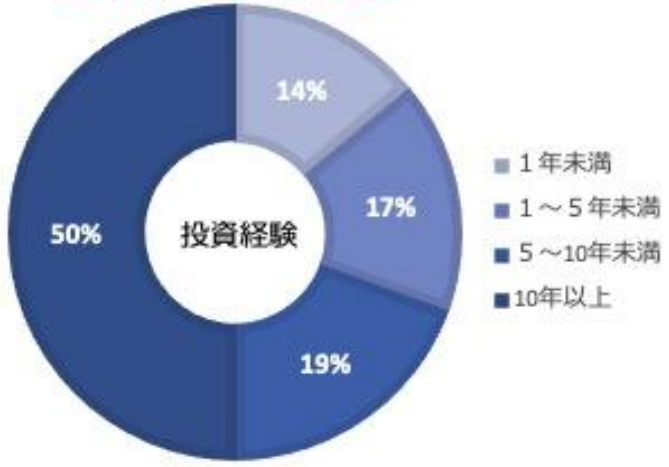
『株式投資』『企業分析』に欠かせない一冊

1936 (昭和11)年の創刊以来、86年間、すべての上場企業に対し年4回の取材を実施。
全上場企業に担当記者がつき、独自取材・独自分析に基づいた最新情報を四半期ごとに提供しています。
企業の基本データに加え、独自の業績予想を掲載し、「投資家のバイブル」として広く定着しています。
純広告、常設タイアップ企画、広告特集企画などのメニューをご用意しております。

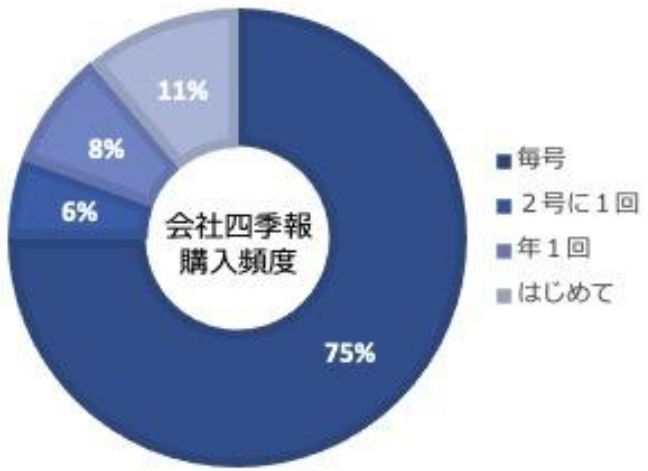


読者プロフィール

約7割が株式投資 5年以上のベテラン



7割以上が毎号購読



9割以上が広告を閲覧



広告に関するお問い合わせは

東洋経済新報社　メディア営業部

https://biz.toyokeizai.net/

〒103-8345　東京都中央区日本橋本石町1-2-1
FAX: 03-3246-0679

メールでお問い合わせ
ad-ask@toyokeizai.co.jp