

東洋経済

T O Y O K E I Z A I

O N L I N E

媒体資料

プログラマティック広告
2024年

ビジネス誌系サイトのトップランナー 幅広い読者の関心を集める注目のWebメディアです

東洋経済オンラインは、『週刊東洋経済』『会社四季報』を出版する東洋経済新報社が2003年6月にスタートしたWebメディア。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



SP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本当たりの記事の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、幅広い層に閲読されています。

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

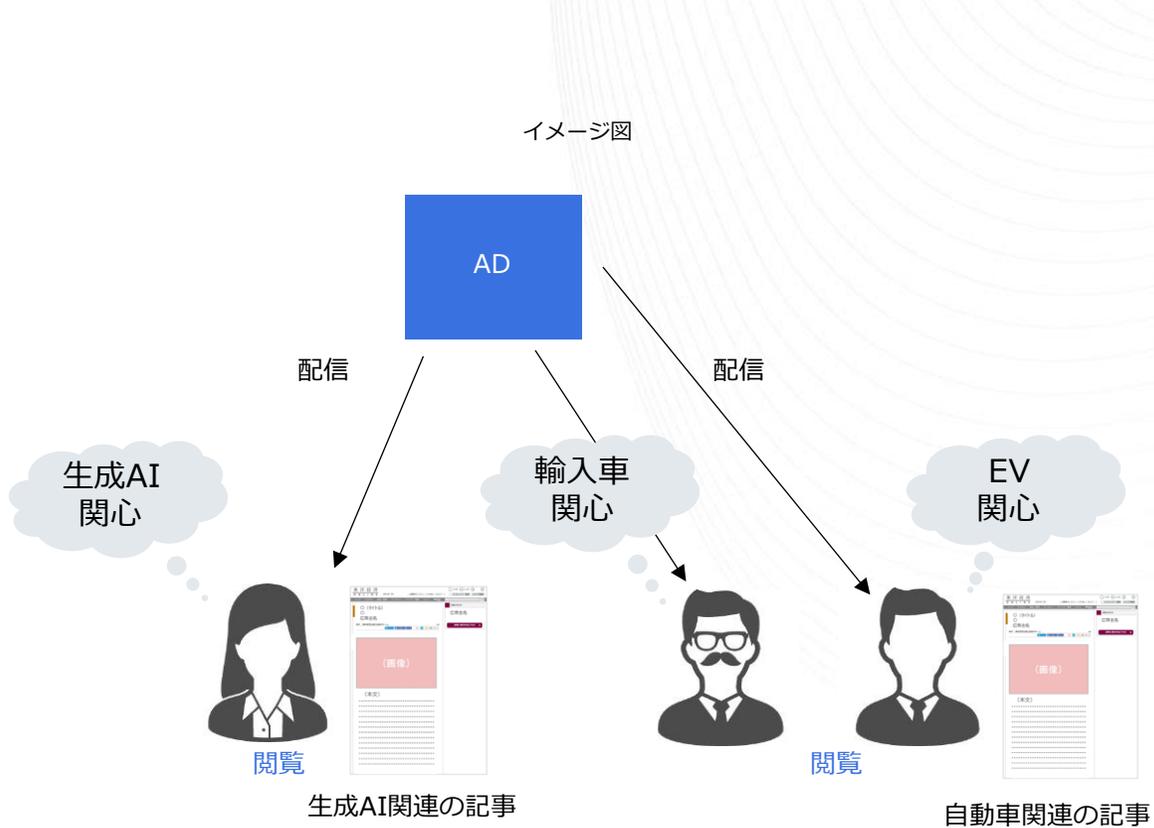
ビジネスや政治・経済の記事だけでなく、女性に好まれるライフスタイル記事や子どもの教育の記事など、さまざまなジャンルの記事を独自の視点で記事にしています。

NEW TOPICS 新メニュー「オリジナルターゲティングレクタングル」リリース

ディスプレイ広告新メニュー「オリジナルターゲティングレクタングル」を追加しました。

東洋経済オンライン会員ユーザーの「1stパーティデータ」となる「属性データ」「記事閲覧データ」

を活用しお客様の商材・サービスに最も適したユーザーにターゲティングを行います。



		属性データ	記事閲覧データ
金融関連	不動産・購入検討層	○	○
	個人投資家	○	○
人材関連	転職関心層	○	○
自動車関連	外国車関心層	○	○
	ファミリーカー関心層	—	○
	EV関心層	○	○
IT関連	セキュリティ	○	○
	生成AI	○	○
カテゴリー別	IT機器・システム導入意思決定者	○	—
	バックオフィス・コーポレート部門	○	—
	製造業	○	—
	マネジメント層	○	—
	エンタープライズ	○	—
	中小企業オーナー	○	—

東洋経済オンライン事業局長挨拶



日頃より「東洋経済オンライン」をお引き立ていただき誠にありがとうございます。

2003年に誕生した「東洋経済オンライン」は、2012年の大リニューアルを経て、今年で20歳を迎えます。多くの企業の皆様にご支持いただき、おかげさまで月間UB約2,500万を超える日本最大級のビジネス誌系サイトとして、その地位は今や不動のものとなりました。

第一線で活躍するビジネスパーソンにとって、客観的なデータに基づいた中立的な経済・企業情報は、生きるための糧ともいえるものです。質の高いコンテンツをいかに鮮度よく、わかりやすく、効率よく、たくさんの人に届けるか。これまでたゆむことなく試行錯誤を積み重ねてまいりました。

一方で、世の中がかつてない激動の時代を迎えている中、メディアを取り巻く状況も日々変化の只中にあります。動画コンテンツの隆盛や生成AIの飛躍的進化、「タイパ」と呼ばれる時間対効果を意識した情報消費…。私たちも、その地位に安住することなく進化していかなければ、瞬く間に読者は離れていってしまうことでしょう。

東洋経済新報社では2023年4月より「東洋経済オンライン事業局」を新設し「東洋経済オンライン」の運営体制を一新いたしました。

これまで20年間に培ったメディア運営のノウハウに加え、データとテクノロジーの力を結集し、国内外のビジネスシーンにおいて大きな影響力を持つWebメディアとして、さらに発展と革新を続けてまいります。

広告主の皆様の課題解決に向けた一助となるべく、積極的にご活用いただけますようお願い申し上げます。

東洋経済オンライン編集長挨拶



日頃より「東洋経済オンライン」をご愛顧いただきありがとうございます。

昨今はChatGPTなどの生成AI（人工知能）が急速に広がっており、個人の仕事のあり方だけでなく、さまざまな業界のビジネスモデルも大きく変わりそうです。

また、半導体など先端技術をめぐる米中の対立が激化しており、経済安全保障の問題もより重要になっています。国内外の経済・社会情勢の本質を的確に理解していく必要性がより高まりそうです。

そうした中、「東洋経済オンライン」では『会社四季報』を執筆する業界担当記者、経済や社会、国際分野など各分野に精通する専門家やジャーナリストなど約400人と連携し、読者の皆様が気になるテーマを深掘りし、タイムリーに発信していきます。

そして、「まだ知られていないテーマ」の掘り起こしにも徹底してこだわっていきます。さらに、東洋経済には財務情報やCSR（企業の社会的責任）など豊富なデータの蓄積があり、詳細なデータに依拠したコンテンツを発信できることも強みです。

ネット時代は自分が関心のある記事しか読まなくなり、社会の分断が進んでいくともいわれています。

主な読者として想定しているのは働き盛りのビジネスパーソンの方々ですが、「東洋経済オンライン」を訪れることで、「知りたいこと」だけでなく、「知らなかった情報」にも接することで、何らかの気づきや発見、学びがあれば幸いです。

「東洋経済オンライン」が読者の皆様の見識を広げる一助となれば、小社が掲げる「健全な経済社会の発展に貢献する」という理念にもつながると考えています。

コンテンツの発信はテキストだけでなく、ビジュアルデータ・動画・音声など、テーマによって最適な形をつねに追求していきます。

大きな変化に直面し、意思決定を迫られたときに頼りにされる媒体となるよう、いっそう努力してまいります。

広告主などステークホルダーの皆様のお役に立てるよう、編集部一同、今後とも尽力してまいります。

「東洋経済オンライン」の読者は、こんな人



40歳、
首都圏在住、
大卒



既婚、共働き、
子どもあり
一戸建て在住、車あり



従業員1,000人前後の
製造業の
係長～部長
クラス

DX

社内のデジタル化への
課題感が強く
DX推進
の意欲も高い



預貯金含め、
1,000万円以上の
金融資産の保有割合
34.6%

SDGs

SDGs
(持続可能な開発目標)
への関心がある割合
64.8%



ファッション、
化粧品、
家電、自動車
など購買予定



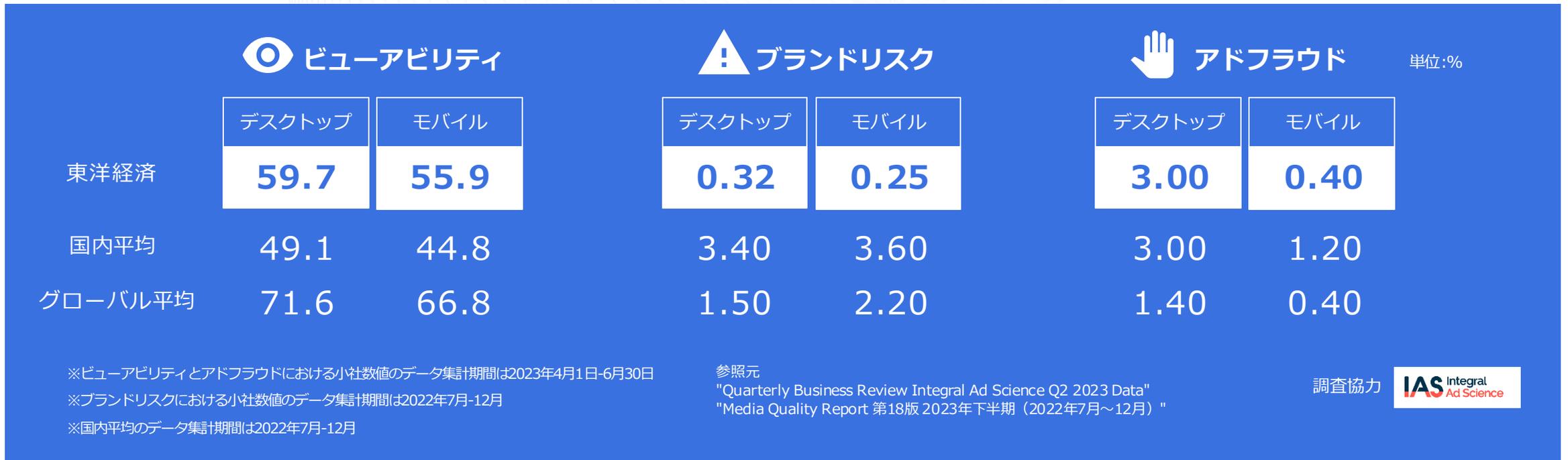
読者の
42.8%は
女性

【調査概要】

調査対象：東洋経済オンラインを週1回以上読む全国の有職男女を1000名抽出
調査期間：2023年2月7日～2月9日
調査機関：楽天インサイトのWebアンケート

安心・安全な広告配信媒体への取り組み

東洋経済オンラインの運用型広告は、広告主様に信頼される安心・安全な媒体を目指し、アドセキュリティーサービス「GeoEdge」導入などさまざまなアドベリフィケーション（DSPなどの広告配信が適切かの検証）に取り組んでいます。複数の観点からのブランドセーフティー調査の結果、国内平均を上回る高いパフォーマンスの広告枠であることが証明されました。



東洋経済新報社は、ブランドセーフティーと無効トラフィック対策の2分野におけるJICDAQ（一般社団法人デジタル広告品質認証機構）の品質認証事業者です。



PMPなど、運用型広告のメニューの詳細は[専用の媒体資料](#)をご覧ください。

アドベリフィケーションへの取り組み



広告の視認性（ビューアビリティ）について

広告クリエイティブの50%以上の面積が1秒以上画面に表示されている状態を、「ユーザーに視認された広告インプレッション」としてカウントしています。

東洋経済オンラインのビューアビリティ率

東洋経済オンラインのビューアブルPMPについて PC・SPともに品質の高い(ビューアビリティが日本平均(*)より高く、 AdFraudや BrandRiskインプレッションを除外) IASの最適化配信技術を活用のもと広告配信を行なっております。(*) IAS計測データ

We offer a viewability rate as a measure of whether an ad has a chance to be seen by a user. When more than half of the whole creative appears in front of a user for a minimum of one second, the impression can be counted as a viewable impression.

We are proud of our inventories for PMP (both PC display and SP) showing a much higher viewability rate* than the average in Japan. Also, we offer solutions protecting your creatives from ad fraud and brand risk impressions. *Calculated by IAS.

東洋経済オンラインの
プログラマティック広告
(運用型広告) 枠

PC配信枠

東洋経済 ONLINE 5/17日 (木)

ビルボード PC

レクタングル PC第1

レクタングル PC第2

東洋経済 ONLINE 5/20日 (日)

レクタングル PC第1

レクタングル PC第2

世界不良の原油相場、1バレル50ドルの「壁」
OPECプラスは原油の大規模な減産を1カ月延長

大塚 寛之 | 東洋経済 記者 | 5/20日 18:13

期間	削減量 (万バレル)
2020年5月	100
2020年6月	100
2020年7月	100
2020年8月	100
2020年9月	100
2020年10月	100
2020年11月	100
2020年12月	100
2021年1月	100
2021年2月	100
2021年3月	100
2021年4月	100
2021年5月	100
2021年6月	100
2021年7月	100
2021年8月	100
2021年9月	100
2021年10月	100
2021年11月	100
2021年12月	100
2022年1月	100
2022年2月	100
2022年3月	100
2022年4月	100
2022年5月	100
2022年6月	100
2022年7月	100
2022年8月	100
2022年9月	100
2022年10月	100
2022年11月	100
2022年12月	100
2023年1月	100
2023年2月	100
2023年3月	100
2023年4月	100
2023年5月	100
2023年6月	100
2023年7月	100
2023年8月	100
2023年9月	100
2023年10月	100
2023年11月	100
2023年12月	100
2024年1月	100
2024年2月	100
2024年3月	100
2024年4月	100
2024年5月	100
2024年6月	100
2024年7月	100
2024年8月	100
2024年9月	100
2024年10月	100
2024年11月	100
2024年12月	100
2025年1月	100
2025年2月	100
2025年3月	100
2025年4月	100
2025年5月	100
2025年6月	100
2025年7月	100
2025年8月	100
2025年9月	100
2025年10月	100
2025年11月	100
2025年12月	100
2026年1月	100
2026年2月	100
2026年3月	100
2026年4月	100
2026年5月	100
2026年6月	100
2026年7月	100
2026年8月	100
2026年9月	100
2026年10月	100
2026年11月	100
2026年12月	100
2027年1月	100
2027年2月	100
2027年3月	100
2027年4月	100
2027年5月	100
2027年6月	100
2027年7月	100
2027年8月	100
2027年9月	100
2027年10月	100
2027年11月	100
2027年12月	100
2028年1月	100
2028年2月	100
2028年3月	100
2028年4月	100
2028年5月	100
2028年6月	100
2028年7月	100
2028年8月	100
2028年9月	100
2028年10月	100
2028年11月	100
2028年12月	100
2029年1月	100
2029年2月	100
2029年3月	100
2029年4月	100
2029年5月	100
2029年6月	100
2029年7月	100
2029年8月	100
2029年9月	100
2029年10月	100
2029年11月	100
2029年12月	100
2030年1月	100
2030年2月	100
2030年3月	100
2030年4月	100
2030年5月	100
2030年6月	100
2030年7月	100
2030年8月	100
2030年9月	100
2030年10月	100
2030年11月	100
2030年12月	100

原油相場の急落を受けて2020年4月に決めた計画は、日量970万バレルの減産を実施した後、段階的に減産額を縮小する方向だ。当初は2020年7～12月は770万バレル、2021年1月～2022年4月まで580万バレルの減産を行う予定だった。6月会合は、コロナ影響による需要減などを踏まえ、この減産額をどう調整するのが最大の焦点だった。

SP配信枠

東洋経済 ONLINE

会員登録 ログイン MENU

ビルボード SP

トップ 新型コロナ 最新情報 人気順 会員限定

NEW

フィンランド「NATO加盟」がもたらす新たな問題
The New York Times

NEW HOT

北朝鮮がいきなり「感染大爆発」を公表した真因
ダニエル・スナイダー

NEW HOT

ローソン、虎の子「成城石井」を上場検討の懐事情
中野 大樹

東洋経済 ONLINE 6/16(火) MENU

ビジネス > 資源・エネルギー

視界不良の原油相場、1バレル50ドルの「壁」
OPECプラスは原行の大規模な減産を1カ月延長

太田 隆史: 東洋経済 記者

原油需要の先行きが見えない中、ひとまず産油国は原油価格の「下支え」に足並みをそろえた。サウジアラビアを中心とするOPEC（石油輸出国機構）とロシアなどの産油国で構成するOPECプラスは、6月6…

続きを読む

SP記事概要下

関連記事 ビジネスの人気記事

格安のガソリンスタンドが消えていく事情

原油はもはや「粗大ゴミ」になってしまったのか

原油価格の急落を受けて2020年4月に決めた計画は、日量970万バレルの減産を実施した後、段階的に減産幅を縮小する方向だ。当初は2020年7～12月は770万バレル、2021年1月～2022年4月まで580万バレルの減産を行う予定だった。6月合は、コロナ影響による需要減などを踏まえて、この減産幅をどう調整するのが最大の焦点だった。

足元は40ドル近辺まで回復

原油価格は新型コロナウイルスの感染拡大による経済停滞などが要因となって大きく値を下げ、4月20日にはニューヨーク市場の原油先物のWTIが1バレル＝マイナス37.63ドルという歴代最安の値をつけた。だが、5月に入ってから各国で停滞していた経済活動が一部再開し始めたことなどから、需要が回復して足元は40ドル強で推移している。

それでも需要がコロナ前の水準に戻ったわけではない。当初の計画通りに7月から減産量を770万バ

人道支援の専門家らは、今回北朝鮮政府が具体的な数字を発表した理由の1つは、国民に危機の深刻さを伝えて警告するためだと考えている。しかし同時に今回のことは、「助けを求めるメッセージでもある」と付け加えた。

→ダニエル・スナイダーさんの最新公開記事をメールで受け取る（著者フォロー）

f 15 | Twitter 1 | B! 0

SP記事下

関連記事

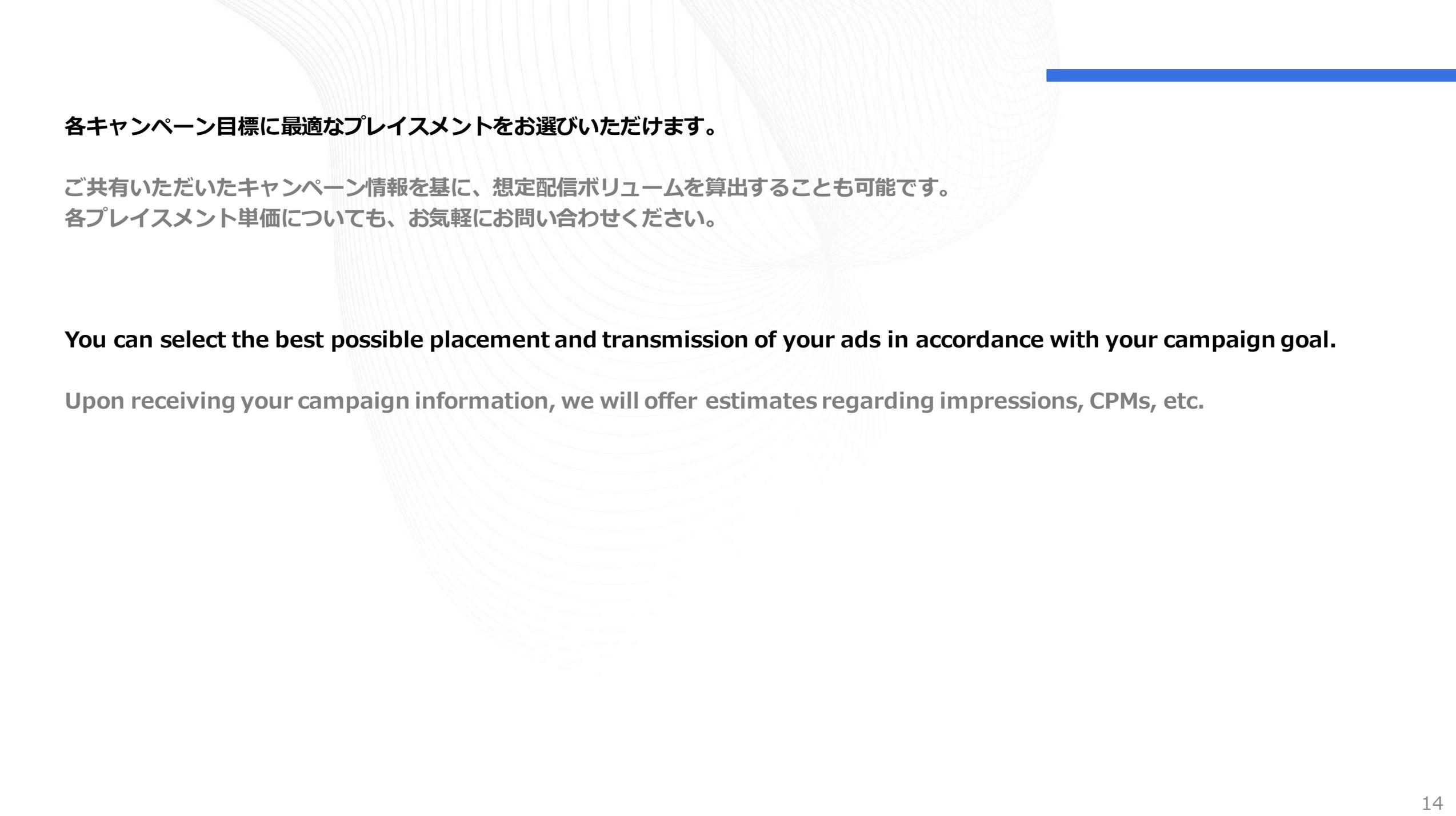
あまりに辛辣！ロシア人の「日本人への本音」

インリード動画PC / インリード動画SP 配信枠

記事を読覧中に、記事下部に表示される動画広告枠です。



東洋経済オンラインの プライベートマーケットプレイス (PMP)



各キャンペーン目標に最適なプレイスメントをお選びいただけます。

ご共有いただいたキャンペーン情報を基に、想定配信ボリュームを算出することも可能です。
各プレイスメント単価についても、お気軽にお問い合わせください。

You can select the best possible placement and transmission of your ads in accordance with your campaign goal.

Upon receiving your campaign information, we will offer estimates regarding impressions, CPMs, etc.

ビューアブル PMP ターゲティングPMP

高いビューアビリティを担保したPMPメニューです。
特定のセグメントへのターゲティングも可能です。



最低出稿金額

30万円～

(税別、制作費込)

プレースメント

PC: A, B
SP: C, D

クリエイティブ
サイズ

PC: 300 × 250 pxl
SP: 300 × 600 pxl

DSP

DV360などのPMPの設定が可能なDSP経由でご配信いただけます

ターゲティング

可能。ターゲティングセグメントはP21をご覧ください。

想定配信
ボリューム

個別にお問い合わせください

媒体ネット価格
(CPM)

ノンターゲティング : 1,500円
ターゲティング : 2,000円

注意事項

配信開始日の5営業日前までに
クリエイティブ入稿をお願いいたします。

クロスメディア型ターゲティングPMP

「会社四季報オンライン」「東洋経済オンライン」へ同時掲載。
投資家へのターゲティング配信が可能なメニューです。

最低出稿金額

30万円～

(税別、制作費込)



デバイス配信枠	PC: A, B, C SP: D, E, F
クリエイティブ サイズ	300 × 250 pxl 300 × 600 pxl ※300x600サイズは、東洋経済オンラインのみ対応 そのほかのサイズについてはご相談ください。
DSP	DV360などのPMPの設定が可能なDSP経由でご配信いただけます
想定配信 ボリューム	個別にお問い合わせください
媒体ネット価格 (CPM)	2,000円
注意事項	配信開始日の5営業日前までに クリエイティブ入稿をお願いいたします。



アウトストリーム動画PMP

記事中の動画専用枠にアウトストリーム配信が可能になるPMPメニューです。幅広い層の東洋経済オンラインユーザーへ動画広告のリーチを拡大できます。

最低出稿金額

30万円～

(税別、制作費込)



デバイス配信枠	PC: インリード動画PC SP: インリード動画SP
クリエイティブサイズ	PC: 480 × 270 pxl SP: 320 × 180 pxl
DSP	DV360などのPMPの設定が可能なDSP経由でご配信いただけます
ターゲティング	可能。ターゲティングセグメントはP21をご覧ください。
想定配信ボリューム	個別にお問い合わせください
媒体ネット価格 (CPM)	1,500円 (ノンターゲティングの場合)
注意事項	配信開始日の5営業日前までにクリエイティブ入稿をお願いいたします。

ビルボードPMP

ページ上部に視認性が高い動画または静止画を掲載するPMPメニューです。

思わずユーザーの目に留まるダイナミックな訴求が可能です。

最低出稿金額

30万円～

(税別、制作費込)

デバイス配信枠

PC: ビルボード動画PC
SP: ビルボード動画SP

クリエイティブ
サイズ

PC: 480 × 270 pxl
SP: 320 × 180 pxl

DSP

DV360などのPMPの設定が可能なDSP経由でご配信いただけます

ターゲティング

可能。ターゲティングセグメントはP21をご覧ください。

想定配信
ボリューム

個別にお問い合わせください

媒体ネット価格
(CPM)

2,000円 (ノントargetingの場合)

注意事項

配信開始日の5営業日前までに
クリエイティブ入稿をお願いいたします。



ターゲティングセグメント

ターゲティングセグメントの一部です。下記以外のターゲティングも可能ですので、お気軽にお問い合わせください。

カテゴリ	ユーザー属性		
<ul style="list-style-type: none">・ ビジネス・ 政治・経済・ マーケット・ キャリア・教育・ ライフ・ 鉄道・ 自動車	<p>年齢</p> <ul style="list-style-type: none">・ 20代・ 30代・ 40代・ 50代・ 60代以上 <p>性別</p> <ul style="list-style-type: none">・ 男性・ 女性 <p>職業</p> <ul style="list-style-type: none">・ 管理職・ 一般社員・ 公務員・ 自営業・フリーランス・ 主婦・ 大学生 <p>居住地</p> <ul style="list-style-type: none">・ 都道府県 <p>売上高</p> <ul style="list-style-type: none">・ 100億円未満・ 100億円以上1000億円未満・ 1000億円以上	<p>世帯年収</p> <ul style="list-style-type: none">・ 400万円～600万円・ 600万円～800万円・ 800万円～1000万円・ 1000万円～1500万円・ 1500万円以上 <p>世帯構成</p> <ul style="list-style-type: none">・ 既婚・ 未婚・ 子供あり など <p>企業規模</p> <ul style="list-style-type: none">・ 大企業・ 中堅・中小企業 <p>ビジネス属性</p> <ul style="list-style-type: none">・ 経営者層・ 高所得者層 <p>職種</p> <ul style="list-style-type: none">・ 経営・ 営業・マーケティング・ IT・エンジニア・ 総務・人事・ 経理・財務	<p>業種</p> <ul style="list-style-type: none">・ 農業,林業・ 建設業・ 製造業・ 卸売業,小売業・ 金融業,保険業・ 不動産業,物品賃貸業・ 情報通信業・ 運輸業,郵便業・ サービス業(その他)・ 電気,ガス,熱配給,水道業・ 公務・ 教育,学習支援業・ 医療,福祉・ 宿泊業,飲食サービス業・ 学術研究,専門・技術サービス業・ 生活関連サービス業・娯楽業

広告に関するお問い合わせ・お申し込み

営業時間：午前10時～午後6時

※18：00以降のお問い合わせ・お申し込みに対する対応は翌営業日以降とさせていただきます。

問い合わせ先&申し込み先

ad-ask@toyokeizai.co.jp

広告の入稿先

ad-send@toyokeizai.co.jp

東洋経済プロモーション

<https://biz.toyokeizai.net/>

東洋経済新報社の雑誌およびデジタル広告、セミナー、カスタム出版のご案内

TOYO KEIZAI BRAND STUDIO

<https://biz.toyokeizai.net/brandstudio/>

東洋経済のコンテンツ制作力を生かした
広告主様向けのサービスをご提供

東洋経済新報社

<https://corp.toyokeizai.net/>

ビジネスプロモーション局メディア営業部

〒103-8345

東京都中央区日本橋本石町1-2-1

東洋経済オンライン

<https://toyokeizai.net>

東洋経済オンラインtwitter

<https://twitter.com/toyokeizai/>

東洋経済オンラインfacebook

<https://www.facebook.com/ToyokeizaiOnline/>

東洋経済オンラインLINE



東洋経済新報社ではJIAAが定める
ガイドラインに準拠して広告を配信しています。