

戦略と現場、その整合は取れているか。

シン・デジタル戦略サミット 2026

～テクノロジー投資を実行につなぐ経営ボードの意思決定～

2026年7月22日(水) -23日(木) オンライン開催

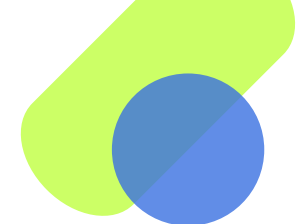
申込締切：4月24日(金)

東洋経済
TOYOKEIZAI
ONLINE

ZDNET



シン・デジタル戦略サミット 2026 開催ご挨拶



本サミットは昨年続く2回目の開催となります。

昨年は、テクノロジーを企業戦略とどう結びつけるかを中心に議論しましたが、この1年で生成AIが一気に普及し、多くの企業で業務の一部は効率化されました。しかし、それらはあくまで“個別業務の最適化”にとどまり、組織全体として価値創造へどうつなげるのか、どのようにスケールさせるのかという本質的な問いは、まだ解かれていません。

同時に、AIエージェントをはじめとする新たな技術は、企業の事業構造や意思決定プロセスそのものを変え得る段階に入りつつあります。いま問われているのは、テクノロジーが企業をどう変えるのか、そして経営ボードが描く企業価値向上の構想を、どのように現場で“実行”へと落とすのかです。

こうした変化を踏まえ、今年のサミットはDAY1で経営判断、DAY2で現場実装の視点からアプローチし、戦略と現場をつなぐ実践知を提供します。

本セミナーにご協賛いただくことで、貴社の取り組みを視聴者に訴求いただけます。趣旨ご賢察いただき、ご協賛賜りますよう、どうぞよろしく願いいたします。

各メディアのセミナー・フォーラムの特長

ZDNETセミナー

ZDNET とは？

1989年に開始した企業向けIT関連ニュース、企業エグゼクティブのインタビュー記事などを配信するテクノロジー情報の専門媒体です。1997年には、ZDNET Japanを開設し、日本での事業を開始。2009年からは朝日新聞社グループの一員となり、世界の最先端トレンドから、日本国内企業の課題解決のためのヒントまで、幅広い情報を読者に提供しています。

ZDNETセミナーの強み

“リアルな現場の課題”を知る専門媒体だからこそその企画力。セミナー開催に関わる一連の業務をサポート。

Web媒体とイベントのメディアミックスでの露出

イベント（セミナー）当日だけでなく、事前事後のZDNET JapanへのWeb記事掲載や、セミナー収録動画のオンデマンド配信など、“点”ではなく“面”で貴社コンテンツを読者に届けます。

◆ ZDNET <https://japan.zdnet.com/>

CIOからDX推進担当、IT運用担当者まで、幅広い層の企業ITシステム従事者へアプローチ

東洋経済セミナー

東洋経済新報社とは？

1895年に設立した日本で最も歴史のある経済誌『週刊東洋経済』を発行。2003年にはビジネス誌の中でいち早く「東洋経済オンライン」を立ち上げ、日本最大級のビジネス系Webサイトに成長。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。

東洋経済セミナーの強み

経営層・役職者など意思決定層の申込・参加が多い。
専任ディレクターが提案から運営まで一気通貫で伴走

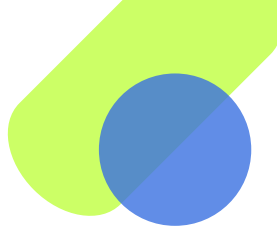
開催したセミナーレポートを東洋経済メディアでもご紹介

セミナーレポートは「東洋経済オンライン」上にも掲載可能。お客様のWEBサイトから誘導していただけるほか、裾野の広い「東洋経済オンライン」読者への訴求も承ります。

◆ 東洋経済オンライン <https://toyokeizai.net/>

経営・役員層をメインに、情報感度の高いビジネスパーソンへアプローチ

ZDNET×東洋経済オンライン メディアコラボレーションする3つの理由



1.異なるターゲットを抱えている：

CIO、DX推進担当、IT運用担当者を抱えるZDNETと、経営層、役員層をターゲットにしている東洋経済オンライン。1つのイベントに対し、異なるターゲットを抱える2メディアから集客することで、効率良くリード収集ができます。

2.異なる得意分野と専門性がある：

経営者の視点で情報を届ける東洋経済は、今、IT投資をすべきなのか、すべきではないのかの判断など経営観点での情報を届けることが得意です。一方、DX推進担当やCIOに向け、最先端テクノロジーや要素技術、それらを活用して、どのように現場課題を解決するのかを伝えるのが得意なZDNET。異なる得意領域を持つ2メディアがコンテンツをそれぞれ作成することで、唯一無二のイベントを実現します。

3.そんな「経営層とDX推進担当」を“繋げる”企画：

DX成功の秘訣は、経営層のIT理解と的確な権限委譲にあります。しかし、経営層とIT部門では視座や言語が異なり、コミュニケーションの乖離から「形式上のDX」に陥りがちです。いま問われているのは、経営ボードが描く構想をいかに現場の“実行”へ落とし込むか。

本サミットでは、DAY1に「経営判断」、DAY2に「現場実装」の視点からアプローチし、戦略と現場をつなぐ実践知を提供することで、DX推進の橋渡しをします。



昨年参加者の傾向

異なる強みを持つメディアのコラボレーションによって
意思決定層（経営）と部門担当者（現場）への同時アプローチを実現します。

東洋経済
ONLINE

ZDNET

経営・意思決定層に強み

役員席／財務経理関連
常務執行役員



大手通信業 B社



事業開発本部事業推進二部
CS／CRM関連
一般社員

データ&アナリティクス事業本部
事業本部長



大手通信業 N社



クラウド事業本部
一般社員

原子カマーケティング部
部長



大手製造業 H社



ITデジタル統括本部
主任

現場・部門担当者に強み

意思決定層／部門担当者に同時にアプローチすることで、スムーズなソリューション導入が見込めます

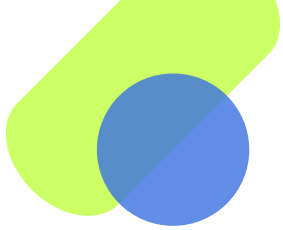
※参考：2025年1月開催シン・デジタル戦略SUMMIT 2025春 参加者アンケートより抜粋



開催概要

- ・ **開催日** : 2026年7月22日(水) -23日 (木) 14:00-16:30(予定)
- ・ **開催方式** : オンライン開催 (2日間のストリーミング配信)
- ・ **参加対象** : 経営層、経営企画部門、情報システム部門責任者、DX推進部門
- ・ **想定申込者数** : 400名想定
- ・ **参加費** : 無料 (事前登録制)
- ・ **主催** : 株式会社東洋経済新報社、株式会社 4X
- ・ **協賛** : 最大8社限定 (最少開催 : 4社)

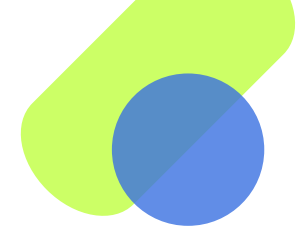
シン・デジタル戦略サミット 2026



プログラムイメージ

本サミットでは、DAY1で経営視点からテクノロジー投資の考え方をひも解き、投資判断・リスク対応・組織づくりを立体的に捉える基調講演と協賛セッションを展開します。DAY2では、生成AIの次の潮流であるAIエージェントをテーマに、業務改善やデータ活用、意思決定支援など“現場で動く実装”を具体的に紹介。戦略と現場をつなぐヒントを提供する二日間です。

DAY1 : 経営戦略			DAY2 : 現場実装 (AIエージェント)		
基調講演	経営戦略のプロが示す みらいのテクノロジー戦略・投資の 考え方	30分	基調講演	CIO/CTOによる テクノロジーの現場実装の構想と事例	30分
協賛講演 1	テクノロジー戦略 × 投資判断 リスク・法規制 人材・組織論 など (順不同)	30分	協賛講演 5	AIエージェント × 業務改善 データ活用 意思決定支援 など (順不同)	30分
協賛講演 2		30分	協賛講演 6		30分
協賛講演 3		30分	協賛講演 7		30分
協賛講演 4		30分	協賛講演 8		30分



【基調講演候補】DAY1



内田 和成 氏

東京女子大学特別客員教授、早稲田大学名誉教授
東京大学工学部卒業。慶應義塾大学大学院経営管理研究科修了(MBA)。日本航空株式会社を経て、ボストン コンサルティング グループ(BCG)入社。2000年から2004年までBCG日本代表を務める。2006年度には「世界の有力コンサルタント25人」に選出。2006年から2022年3月まで早稲田大学教授。早稲田大学ビジネススクールでは意思決定論、競争戦略論、リーダーシップ論を教えるかたわら、エグゼクティブプログラムにも力を入れる。主な著書に、『仮説思考』『論点思考』『右脳思考』『イノベーションの競争戦略』(以上、東洋経済新報社)、『リーダーの戦い方』(日本経済新聞出版)、『アウトプット思考』(PHP研究所)、『できるリーダーが意思決定の前に考えること』(日経ビジネス人文庫)など、ベストセラー・ロングセラーが多数ある。



安宅 和人 氏

慶應義塾大学 環境情報学部教授、ヤフー株式会社 CSO (チーフストラテジーオフィサー) データサイエンティスト協会理事。マッキンゼーを経て、2008年からヤフー。前職のマッキンゼーではマーケティング研究グループのアジア太平洋地域中心メンバーの一人として幅広い商品・事業開発、ブランド再生に関わる。ヤフーでは2012よりCSO。途中データ及び研究開発部門も統括。2016より慶應義塾SFCでデータサイエンスを教え、2018秋より現職(現兼務)。イェール大学脳神経科学PhD。内閣府CSTI基本計画専門調査会委員、同 数理・データサイエンス・AI教育プログラム認定制度検討会 副座長などデータ×AI時代での変革をテーマにした政府委員を多く務める。著書に『イシューからはじめよ』(英治出版、2010)、『シン・ニホン』(ニューズピックス、2020)。



【基調講演候補】 DAY 2



小野 和俊 氏

株式会社クレディセゾン
取締役（兼）専務執行役員CDO（兼）CTO

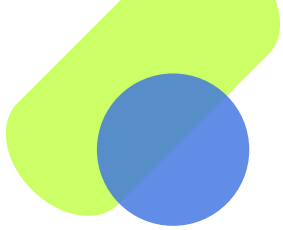
1999年サン・マイクロシステムズ株式会社に入社。米国本社での開発などを経て2000年に株式会社アプレッソを起業、データ連携ミドルウェアDataSpiderを開発し、SOFTICより年間最優秀ソフトウェア賞を受賞。2013年に株式会社セゾンテクノロジーとアプレッソが資本業務提携。2019年に株式会社クレディセゾンへ入社。取締役CTOなどを経て、2023年3月より現職。Forbes CIO Award 2021準グランプリ、日経クロステックCIO/CDOオブ・ザ・イヤー 2023特別賞受賞。



生田目 雅史 氏

東京海上ホールディングス
常務執行役員 グループデジタル戦略総括

東京大学法学部卒、ハーバード大学MBA。88年日本長期信用銀行入行。ドイツ証券、モルガン・スタンレー証券、ビザ・ワールドワイド・ジャパン、ブラックロック・ジャパン取締役を経て、2018年東京海上ホールディングス入社。21年4月より、東京海上ホールディングス常務執行役員グループCDO。



メニュースペック

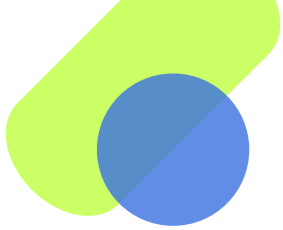
スポンサープラン一覧表

※ 全て申込みリードの提供となります

提案プラン	Day1スポンサー		Day2スポンサー		リストスポンサー
	全リード	Day1申込者リード	全リード	セッション申込者リード	全リード
提供リード数	400	300	400	200	400
配信日 (ストリーミング配信)	Day1 7月22日 (水)		Day2 7月23日 (木)		-
講演時間	30分		30分		-
スタジオ収録	○		○		-
告知物での企業名露出 (雑誌、web、集客メールなど)	○		○		○
視聴者アンケート (デフォルト設問に加え、個別質問を 3問まで追加可能)	○		○		-
リード納品 (内容：申込者情報+自社セッション 視聴フラグ+アンケート)	○		○		○ (視聴フラグなし、アンケートなし)
金額	4,000,000円	3,000,000円	4,000,000円	2,000,000円	3,600,000円

申込締切：4月24日 (金)

オプションプラン一覧



①個別採録レポート（タイアップ）

- ZDNET：1,500,000円（2,500PV想定）
- 東洋経済オンライン：2,500,000円（7,000PV保証）
- 東洋経済本誌：1,800,000円

②動画二次利用

- ・収録、制作した講演動画の著作権は主催社に帰属します。主催社の許可なく二次利用することはできません。
- ・以下の規定にご同意いただけた場合のみ、講演動画の二次利用が可能です。

- ①二次利用費として**20万円**を申し受けます。
- ②二次利用の期間は講演動画データのご提供後、6か月間になります。
- ③講演動画はmp4ファイル形式で納品いたします。
- ④講演動画の編集、改変はできません。
- ⑤二次利用の範囲は自社HPへの掲載、自社運用SNSへの掲載に限定されます。
主催社以外の媒体での配信、掲載はご遠慮ください。
- ⑥自社講演以外の講演（基調講演など）については原則二次利用はできません。

オプション : ZDNET Japan イベント採録記事

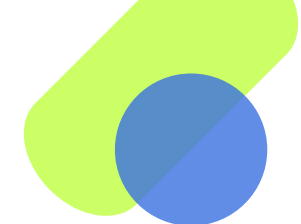
セミナーの内容をタイアップ記事としてZDNET Japan媒体上に掲載・誘導いたします。

実施料金

150万円

(税別・制作費込み)

想定PV 2,500PV



名称	金額	メニュー	概要	誘導期間
スタンダードパック	1,500,000円～ 内制作費 (NET) 600,000円～	企画/取材/制作	3,000文字程度	-
		掲載/誘導 (企画特集枠)	ほぼ全ページに 掲載	1カ月～
		X(旧Twitter)、RSS、 新着記事掲載	公開日に1回配信	1回



アーカイブ タイアップ記事ページは、誘導期間終了後もアーカイブされます。

二次利用費 10万円～ (二次利用の範囲等については別途お問合せください)

X(旧Twitter)フォロワー数 ZDNET Japan 1.9万人 (2024年6月時点)

オプション：東洋経済オンライン イベント採録

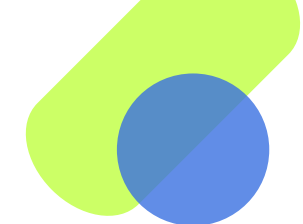
セミナーの内容をテキストで訴求いたします。
編集記事と類似フォーマットで実施できます。

実施料金

250万円～

(税別・制作費込み)

保証PV 7,000PV



実施イメージ



<https://toyokeizai.net/articles/-/477383>

コンテンツ要素

掲載文量	A4誌面 2～3 ページ相当 文字数2,000字～2,500字程度 写真・グラフ 2点程度 (※取材撮影有) コンテンツ内容に応じて誘導枠も小社で作成
掲載期間	4～8週間想定 (保証PV達成までの目安期間) ※掲載終了後、1年アーカイブ ※期間内で保証PVに達しない場合は、期間延長の可能性がございます
クレジット表記	タイトル周りに広告主様名および「制作：東洋経済ブランドスタジオ」と「AD」のクレジットが入ります
お問い合わせ先	右コラムにはお問い合わせ先を入れます。バナーも掲載可能です

追加費用

遠方取材・有識者アサインフィー	遠方取材や有識者・タレントへ取材依頼する場合、別途出張フィーやアサインフィーが発生する場合があります
特急料金	制作期間が短い場合は、特急料金が必要な場合があります
タグ設置費	記事に計測タグを設置する場合は、追加料金をいただきます タグは1タグにつき1ファイル (形式は.txt) で入稿してください
キャンセル費用	お申込み後のキャンセルの場合は、キャンセルフィーが生じます
二次利用	二次利用はオプションになります。詳細はお問い合わせください

オプション：週刊東洋経済 イベント採録

東洋経済新報社のセミナー事業は数多くの事例を積み重ねています。
誌上採録によってセミナーとの相乗効果を発揮できることも特長の一つ。
セミナー内容をコンパクトに凝縮して、エッセンスを紡ぎ出します。

実施料金

4C2P

180万円

(税別・制作費込み)

通常料金：掲載料170万円+制作費40万円

DX関連ウェビナー

デジタル変革実現を本気で考える!
主編：東洋経済新報社 記者 マサコ

「ニューノーマル時代到来!」
デジタル変革実現を本気で考える!

製造業のデジタル変革実現を本気で考える!

デジタル変革実現を本気で考える!

HR関連フォーラム

SAP HR Connect Autumn 2020
事業戦略を支える人事の挑戦
～新たな時代に飛躍する組織へ～

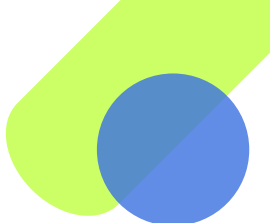
事業戦略を支える人事の挑戦

人事の挑戦

事業戦略を支える人事の挑戦



集客方法・媒体別過去参加者属性



両社のメディアパワーを最大限活用

The screenshot shows the ZNET website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like '特集', '海外', '業界DX', 'CIO視点', 'ITインフラ', 'セキュリティ', 'クラウド', 'データマネジメント', 'ソフトウェア', and 'Special'. Below the navigation, there's a video player featuring two men, with a Panasonic logo background. The video title is 'デジタル時代に注目を集めるカスタマーAI' (Customer AI attracting attention in the digital age). Below the video, there are several news articles with thumbnails and titles, such as 'ZNET Japan IT Governance Forum' and 'デジタル時代に注目を集めるカスタマーAI'.

The screenshot shows the Toyo Keizai ONLINE 130th website. The header includes the site name and a search bar. Below the header, there's a main news article with a large image and the headline '放置すると“突然死”も 冬は要注意 コレステロールの“危険因子”'. To the right, there's a sidebar with a section titled 'ビジネスの課題解決のヒントに 東洋経済が選んだ「お役立ち資料」'. Below the main article, there are several smaller news items with images and headlines, such as 'ダーロドリックが強調する「浅いグローバル化」' and '栄光製糖捨てた“ロックスター”吉井相蔵の生き様'.

The image shows the cover of the Toyo Keizai magazine '2026大予測' (2026 Big Forecast). The cover is red and white with large black text. The main headline is '2026大予測 PART 1'. Above it, it says '政治・経済 インフレの大波が襲う' (Politics/Economy Inflation's big wave is coming). Below the main headline, there's a section titled '経済政治' (Economy/Politics) with a horse illustration. The cover also mentions '年未年始3号連続' (3 consecutive issues from year-end to start of year) and '100の重要テーマを徹底分析' (Thorough analysis of 100 important themes).

CIOからDX推進担当、IT運用担当者まで、幅広い層の企業ITシステム従事者へアプローチ

経営・役員層をメインに、情報感度の高いビジネスパーソンへアプローチ

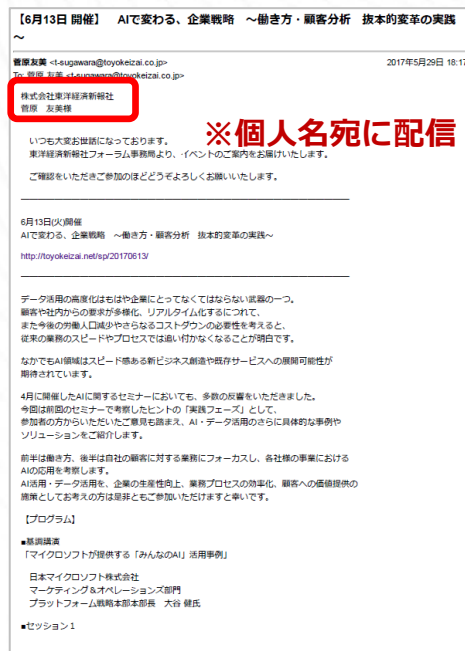
集客施策：週刊東洋経済、東洋経済オンラインメール

東洋経済オンライン会員へ向けた『東洋経済メール』、また当社の過去セミナー参加者宛のメール配信をメインに実施。ビジネスセミナーに関心の高いユーザーへのアプローチが可能です。週刊東洋経済やSNSなどの媒体を用いて集客を行っています。

メール広告



東洋経済メール
東洋経済オンライン無料会員宛
毎日配信/html形式/約540,000通



過去セミナー参加者宛メー
過去当社セミナー参加者宛
平日配信/テキスト形式/約23,000通

週刊東洋経済 誌面広告



外部ブースト

Facebookや
X (旧Twitter) など
SNSでも発信



※テーマに応じて、上記以外の媒体でも集客するケースがございます。

集客施策：ZDNET Japan メール広告、バナー広告ほか

ZDNET Japan会員へ向けたテキストメール/HTMLメールや、媒体上複数箇所のバナー掲載による誘導、その他外部ブースト施策としてFacebookおよびInstagram、プッシュ通知などで発信し集客を行っています。

メール広告

ZDNET Japan媒体上 バナー広告



ZDNET会員向けメール

外部ブースト

Facebookやプッシュ通知などの発信



ZDNET Japan媒体上、トップページやその他編集記事ページ内でのバナー掲載



Sansanは7月2日、契約データベース「Contract One」の検索機能を強化し、「原本そのまま検索」を実施した。

契約書は、難解な専門用語や独特な言い回しが多く使われているほか、図表や手書きによる記載などもあり、内容を把握しづらいことが課題となっているとSansanは述べる。

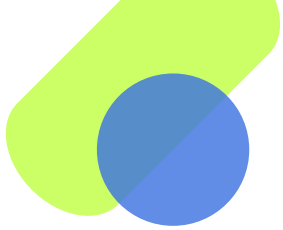


Contract Oneは、あらゆる形式の契約書をデータ化し、クラウド上で一元管理できる契約データベース。検索機能によって、これまでもデータ化された契約情報から必要な条文やキーワードを簡単に抽出することが可能だったが、契約書を実際参照する際、原本をダウンロードして手元で最終確認することが多く、時間を要していたという。

他バナークリエイティブ例



※テーマに応じて、上記以外の媒体でも集客するケースがございます。



申込時取得項目・配信方法について

申込時の個人情報取得項目について

実施後、下記情報に加え登録者の出欠フラグ、アンケートの回答内容等を紐づけたExcel形式のリードをご納品いたします（すべて必須項目）。

取得項目	回答・入力形式	
メールアドレス	フリー	
氏名・フリガナ	フリー	
会社名	フリー	
業種区分 (単一選択)	製造業（機械・電子・精密機器）	資源・エネルギー
	製造業（その他）	教育
	サービス（IT）	農林・水産・鉱業
	サービス（その他）	医療・福祉・介護
	小売・外食	広告・マスコミ
	食料品・飲料・嗜好品	運輸
	医薬品・化学製品	情報・通信
	情報システム・ソフトウェア	政府・官公庁・公的団体
	コンサルタント・シンクタンク	地方自治体
	銀行・証券・保険・金融	専門職（弁護士・公認会計士・税理士など）
	建設・住宅・不動産	その他
従業員数 (単一選択)	5,000名以上	1,000名以上～5,000名未満
	500名以上～1,000名未満	300名以上～500名未満
	200名以上～300名未満	100名以上～200名未満
	50名以上～100名未満	1名以上～50名未満
売上高 (単一選択)	5,000億円以上	1,000億円以上～5,000億円未満
	500億円以上～1,000億円未満	300億円以上～500億円未満
	100億円以上～300億円未満	50億円以上～100億円未満
	5億円以上～50億円未満	5億円未満

取得項目	回答・入力形式	
職種・役職区分 (単一選択)	経営企画・事業開発	経営全般
	経理・財務	コンサルタント
	企画・調査・マーケティング	宣伝・広報
	販売・営業	製造・生産・検査
	研究・開発・設計	情報システム・ITエンジニア
	デザイン・クリエイティブ	総務・法務
	労務・人事・人材教育	購買・物流・資材
	専門職（弁護士・公認会計士・税理士など）	教員
その他		
部署名	フリー	
役職区分 (単一選択)	会長・社長	取締役・執行役員
	その他役員（社外・非常勤・監査役・相談役など）	部長クラス
	課長クラス	係長・主任クラス
	一般社員・職員	その他
役職名	フリー	
製品・サービス 導入権限 (単一選択)	導入の決定権を持つ	導入の企画・検討をする
	導入にはかかわっていない	導入を提案する
電話番号	フリー	
都道府県	47都道府県、海外から選択	
興味・関心 (複数選択)	経営戦略	組織マネジメント・リーダーシップ
	人材採用・育成・従業員満足	法規制・制度改定
	会計・経理・財務	営業・マーケティング・顧客満足
	新規事業・イノベーション	AI・DX
	IT・情報セキュリティ	CSR・コンプライアンス
利用規約	チェックボックス（ご参画企業様のプライバシーポリシーを記載）	

申込～開催までの登録者管理（事務局業務）

EventHubによる登録者管理を実施します。告知用LPの申込ボタンを押すと下記の申込登録用サイトに誘導し、申込者情報を入力すると登録確定となります。個人情報（リード情報）を貴社にお渡しするパーミッションについても本登録画面で取得します。

EventHub申込みフォーム

EventHubから
登録完了・受講票をメール

EventHubから
案内リマインドメール

当日開催

■ EventHubフォームで受付



■ 申込者へEventHubから登録完了の旨+受講票付きメールが自動配信



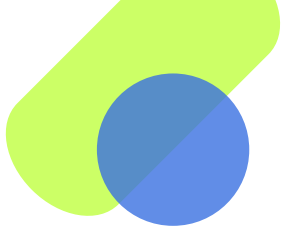
■ お申込者へ視聴リンク・リマインドメールをEventHubから送付
■ お申込者からの各種お問い合わせ対応



■ 登録者はEvent hubの受講用QRコードで来場。
またアンケートページから、アンケート回答+資料DL



前回実績①



DXで何が得られたか？ シン・デジタル戦略SUMMIT 2025春

開催日 2025年2月24日（月）～3月17日（月）
開催形式 オンライン／ストリーミング配信
主要対象 経営層・役員、経営企画、IT・情報システム、デジタル・DX関連を中心とした各事業部門の管理職及び担当者
申込者数 1,141名
視聴可能数 1,141名
視聴者数 602名

視聴率
52.8%

DXで何が得られたか？
シン・デジタル戦略SUMMIT 2025春
あらためて考える、企業成長が主役の
真のデジタル活用
2025 2.25 火 ▶ 3.17 日
アーカイブ配信 / 参加費無料(事前登録制)

一橋大学
名誉教授
伊藤 隆雄 氏

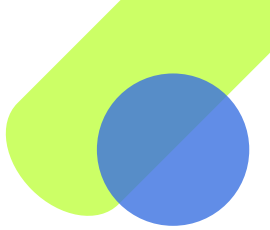
NUCB
Business School
教授
澤谷 由里子 氏

慶応大学
代表取締役
澤 円 氏

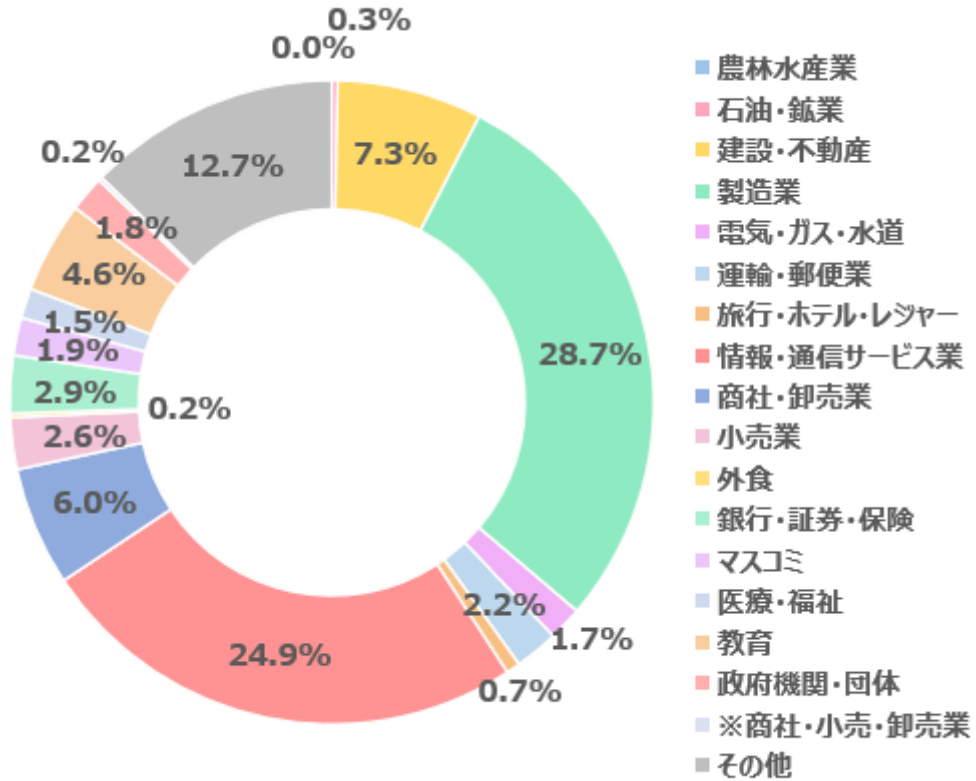
武蔵野大学
アントレプレナーシップ学部
学部長
伊藤 羊一 氏

青山学院大学
地球社会共生学部
学部長
松永 エリック・匡史 氏

前回実績②

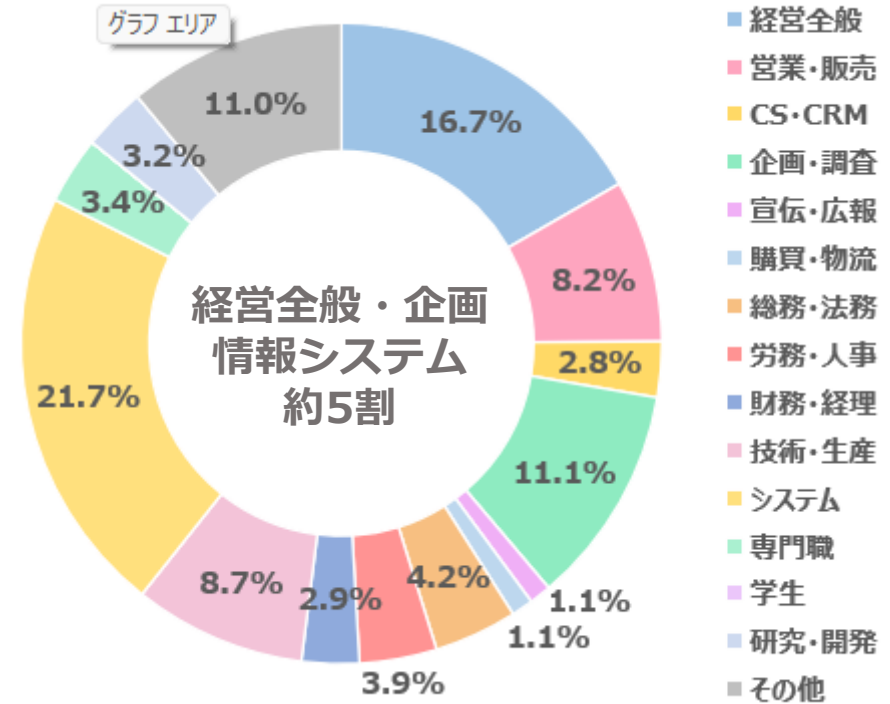


『業種』



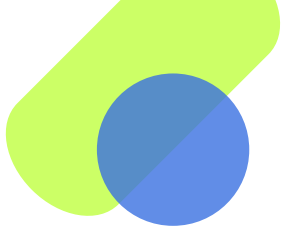
※商社・小売・卸売業-コンピュータ関連製品販売業・リセラー

『職種』

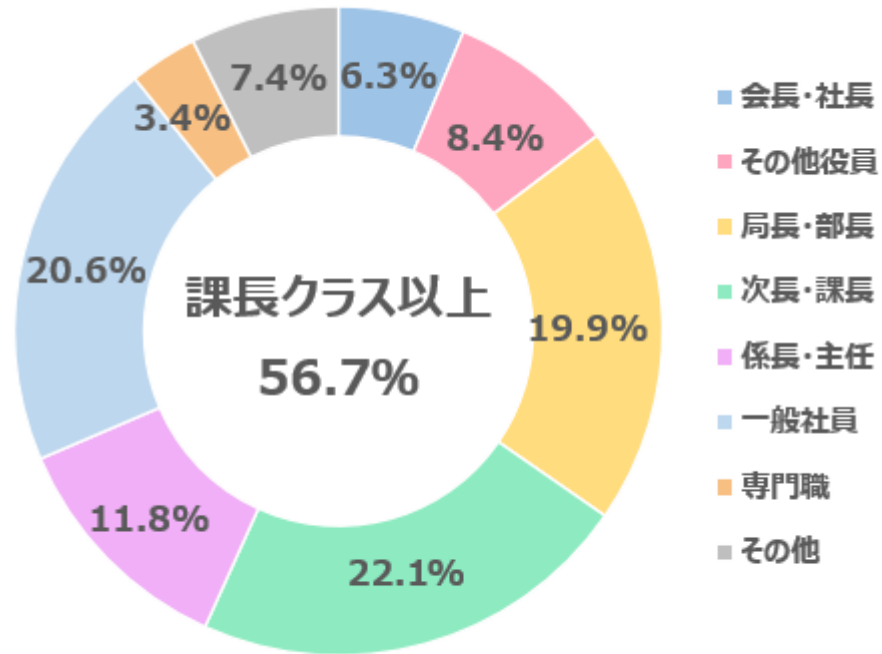


N=1141

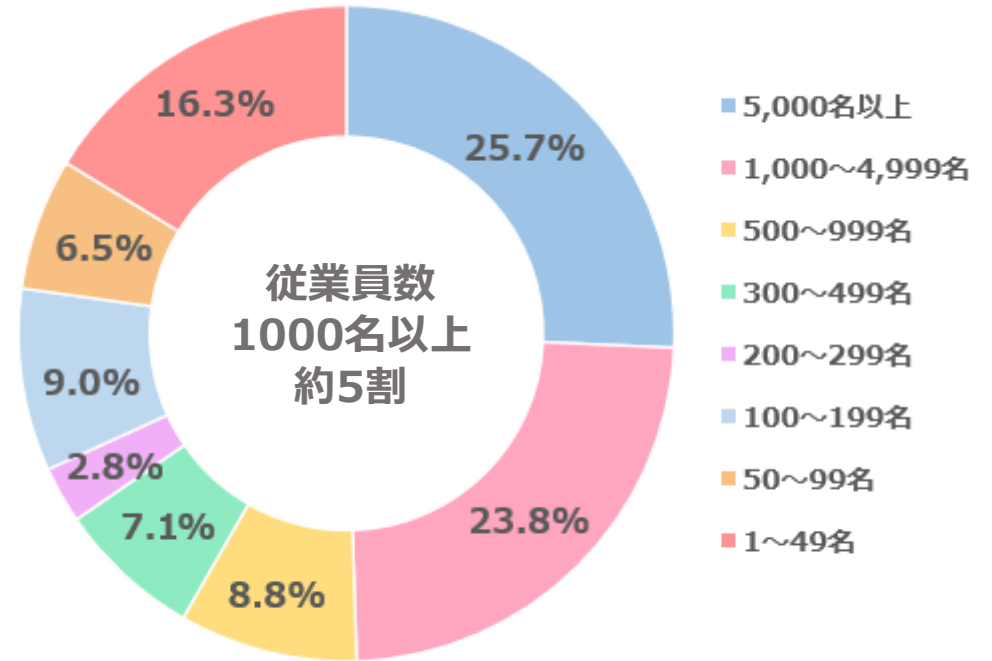
前回実績③



『役職』

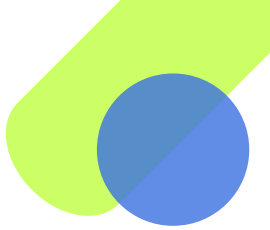


『従業員数』

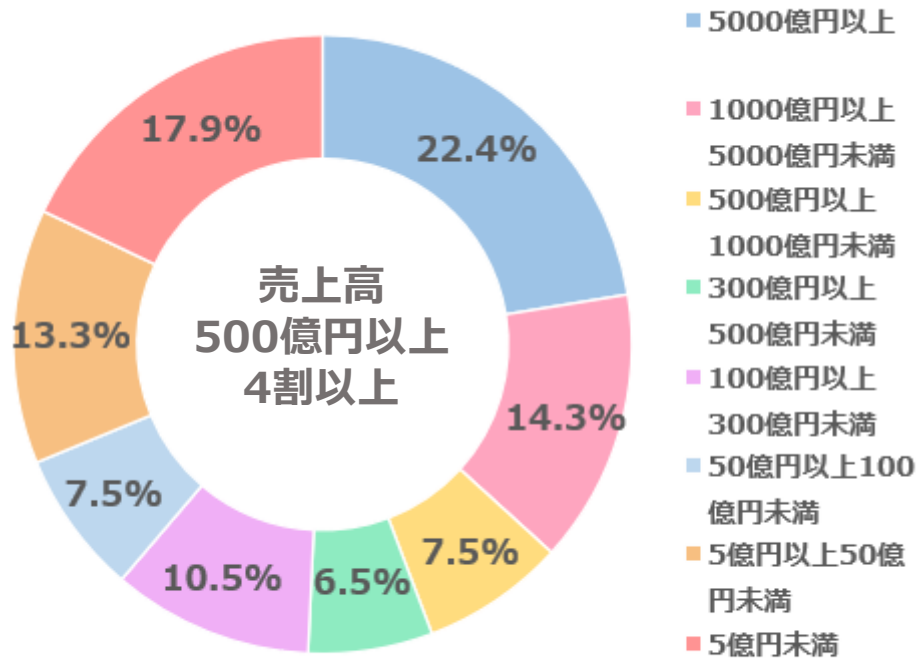


N=1141

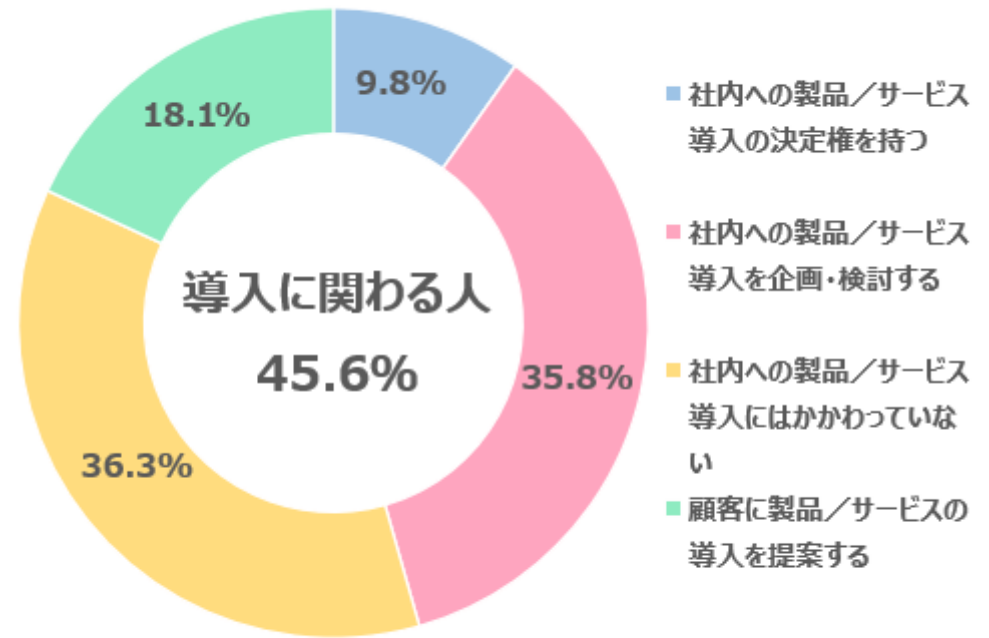
前回実績④



『売上高』



『サービス導入権限』

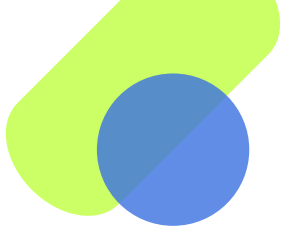


N=1141



FAQ

- ✓ お申込み、ご請求に関しては、東洋経済新報社にて一括対応となります。
- ✓ セミナー参加者の申込管理も東洋経済にて一括でお引き受けいたします。
- ✓ リード納品は東洋経済からデータにて一括納品となります。
- ✓ リードの納品については、開催終了後1週間以内を予定しております。

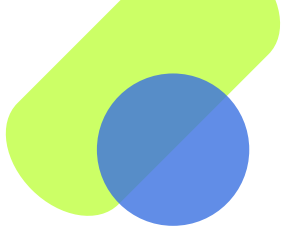


東洋経済新報社

広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー

お申込、ご契約については、東洋経済新報社にて一括対応となります。

東洋経済新報社・ビジネスプロモーション局 広告掲載規定・免責規定・キャンセルポリシー



広告掲載基準と掲載可否判断

広告掲載基準について

広告掲載基準は、小社が提供するすべての媒体上に掲載される広告に適用されます。広告掲載を申し込む広告主はその広告について、この基準を順守する必要があります。

広告掲載基準と掲載の可否判断の関係について

小社の個別の判断により、小社規定の掲載基準を満たしている場合でも掲載をお断りすることがあります。また、基準を満たさない場合でも、掲載を認める場合があります（法令に違反するものはいかなる場合も掲載しません）。過去に掲載実績があっても現在の業務内容・商品によってはお断りすることがあります。いずれの場合でもその理由について開示しておりません。

掲載の可否判断と広告の責任について

小社は、この基準に基づいて個別に掲載の可否を判断していますが、小社の判断は広告に関する広告主の責任を軽減するものではありません。広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。また、掲載の可否を判断した理由について回答することはできません。

掲載審査に際してご用意いただく資料

会社名・所在地・事業内容が記載された資料または会社概要を確認できる URL、直近3年間の財務諸表

広告内容およびリンク先サイト内のすべての情報に関する読者・ユーザー等の第三者からのクレーム等については、広告主の責任において対処されるものであり、小社では一切責任を負わないものとします。広告料金、メニューに関しては、小社の都合により変更する場合がございます。事前に必ずご確認ください。小社において制作した広告制作物（記事タイアップ広告、純広告等など）の著作権その他知的財産権は、掲載後も小社に属します。



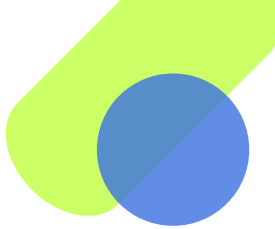
掲載審査基準

国内関連法令および小社が加入する日本雑誌広告協会、日本インタラクティブ広告協会が定める広告掲載ガイドライン（最新版）に従い、また各業界等の自主規定を参考に、広告掲載の可否、原稿内容について、各広告媒体の特性や広告掲載による社会的影響等も勘案し、小社が独自に判断します。お申し込みいただく広告についての掲載可否決定権は、小社に属します。以下に該当するもの、および小社が不適切と判断したものは掲載不可とします。また、媒体特性により審査基準および広告掲載の可否に関わる判断が異なる場合があります、小社は掲載拒否の理由を説明する義務を負わないものとします。

- 国内関連法規、国際条約等に反するもの
- 医薬品医療機器等法、健康増進法、景品表示法、特定商取引法、公職選挙法等の広告・表示を規制する法律に違反するもの
- 他人の氏名・肖像、または著作物や商標等を無断で使用し、権利侵害のおそれがあるもの
- 特定の個人・団体の誹謗中傷、名誉毀損、営業妨害、人権侵害、差別となるおそれがあるもの
- 広告主の名称・住所・連絡先が明らかでなく責任の所在が不明なもの
- URL等を表示して誘導したサイトの広告・表示に起因して、読者・ユーザーに不利益を与えることが明らかになったもの
- 虚偽・誇大な表示、その他不当または不適切な表示があり読者・ユーザーが誤認するおそれがあるもの
- 非科学的・迷信に類するもので、読者・ユーザーに不安や不利益を与えるおそれがあるもの
- 反社会的勢力、詐欺的商法、日本国内において許可を受けていない商品・サービス、投機・射幸心をあおる表現のもの
- 社会秩序を乱すおそれがあるもの、暴力や犯罪を肯定するようなもの、性に関する露骨・卑わいな表現など公序良俗に反するおそれがあるもの
- その他、小社が媒体の性質・広告内容・社会情勢等を勘案して不適切であると判断したもの

掲載をお断りする業種・業態

- 無限連鎖講（ねずみ講）、連鎖販売取引（マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス）、預託商法へ勧誘、紹介をする広告
- フランチャイズ、代理店募集、人材募集で、定められた表示項目を記載していない広告
- 特定の宗教の教義を紹介、入信を勧める広告・靈感霊能・スピリチュアル系など、非科学的な占いの広告、「幸運、金運、病気回復」など一定の効果をうたう商品（開運商品）の広告
- 性風俗関連特殊営業（店舗型および無店舗型）に該当する業態の広告およびラブホテルの広告
- 出会い系サイトの広告
- ギャンブル、カジノ（オンラインカジノを含む）の広告
- 脱法ハーブ、合法ドラッグ等と称される「危険ドラッグ」の広告
- 私的な目的のために寄付、財物の提供を募る広告
- 仮想通貨取引、クラウドファンディング・病院・クリニックにおいて医療行為、施術を訴求する広告
- 加熱式たばこを含むたばこ広告は、日本たばこ協会が設ける自主基準にのっとり可否を判断します
- その他、小社が不適切と判断した広告



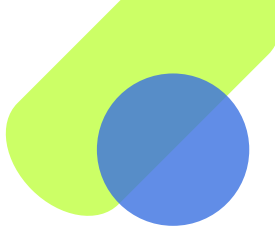
免責事項

- 広告掲載を申し込む際には、広告に関する責任は広告主自身が負うことを承諾したものとします。
- 掲載された広告内容（リンク先に掲載される情報を含みます）に関する一切の責任は広告主が負うものとし、小社はいかなる責任も負わないものとします。
- 広告掲載申し込みを受領後でも、訴求内容が小社掲載基準に反していると該当した場合、小社は広告掲載を拒否できるものとします。
- お申し込み者の責めに帰すべき事由によって広告の全部または一部の掲載が行えない場合、小社は一切の責任を負わないものとします。
- 小社が行う広告原稿の審査、または審査合格は、広告内容の適正性および適法性の保証を意味するものと解釈されないものとします。
- 第三者から小社に対して広告に関連して損害を被ったという請求がなされた場合は、広告主および広告会社の責任と負担において解決するものとします。ただし、当該損害が小社の責めに帰すべき事由に起因する場合はこの限りではありません。
- 小社は、通信回線、コンピュータ、サーバー、キャリアネットワークなどの障害、停電、天災地変による小社媒体の中断、遅延、中止、データの消失、データへの不正アクセスにより広告主および広告会社に生じた損失、損害などについて、一切の責任を負わないものとします。
- 掲載号または掲載期間において原則競合排除はしておりません。
- 広告主および広告会社、広告内容について第三者の権利を侵害していないことおよび記載内容に関わる財産権のすべてにつき、権利処理が完了していることを小社に対して保証するものとします。
- 小社の責めに帰すべき事由により広告を掲載することができなかった場合も、小社は、通常損害に限り責任を負うものいたします。また、損害賠償の総額は、原因のいかんにかかわらず、申し込み料金を上限といたします。
- 記事広告は掲載時点での情報を基に制作するものであり、掲載後の修正は、原則、お受けできません。
- 薬機法、景表法等に関わる内容・表現については外部の審査機関に審査を依頼します。その判断によっては表現・内容の修正、場合によっては掲載中止をお願いする場合がありますのであらかじめご了承ください。

インターネット広告の表現について

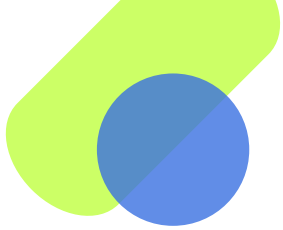
以下に該当する広告は、掲載をお断りすることや修正をお願いすることがあります。

- PC、スマートフォンのウィンドウ、アイコン、カーソル、ボタン等を想起させ、ユーザーの誤解を招く可能性がある表現
- クリック、タップ、マウスオーバーなど一般的な操作方法とそれによる表現手法に合いたしない新たな操作概念による広告（マウスオーバーやマウスアウトで、サイトにジャンプする、ポップアップウィンドウが立ち上がるなど）
- 音声、サウンドを含む原稿は、デフォルト音声オフが条件です。またサイレン、クラクション音、叫び声、不快音などの使用は不可とし、ユーザーの意思によって音量調整、ON/OFFが明確にできるボタンなどを表示してください。
- アニメーションを含む原稿（gif等）は、短時間に急激に変化するもの、原色、蛍光色、輝度の高い色がフラッシングする原稿などは変更をお願いすることがあります。また、アニメーションは15秒以内で、再生の無限ループは不可とします。
- その他、小社が不適切と判断した表現については修正をお願いすることがあります。



広告表現に関する注意事項

- 広告原稿は事前審査が必要です。
- 編集記事と紛らわしい表現（広告原稿と小社コンテンツの区別が不明瞭なもの、小社媒体内のデザインやコンテンツを模したもの）は避けてください。体験談は実在の人物のものであることをご確認願います。
- 純広告内での媒体名使用はできません。
- 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与えるおそれのある表現は避けてください。
- No. 1 表記・最大級表現（日本初、最大級、第一人者、日本一など）が入る場合は、必ず広告内に第三者機関で使用許諾がとれたエビデンスの記載をお願いします。
- 固有名詞をいれる場合は、許諾がとれている内容のみご使用ください。
- 過度な煽り、性に関する露骨な表現、残虐性があり不快感を与える内容はお受けできません。
- 特許は「取得済」のみ表示可能です。その際は必ず特許番号を併記してください。「特許出願中」は表示できません。
- 薬機法にかかわる内容が入る場合は、小社にてJAROに確認をとる場合がございます。
- 金融商品・サービスはディスクレーマーを入れてください。純広告では、ランディングページにご記入ください。
- 資産運用（投資信託、不動産投資、コモディティ投資含む）の広告表現は、各業界のガイドラインや小社の掲載基準を満たした内容とさせていただきます。
- 不動産投資は上場企業様の企業広告のみお受けできます。セミナー告知などリード獲得が目的の内容はお受けできません。
- 企業審査で問題ない場合も、商品内容によってはお受けできない場合がございます。事前に訴求内容をお知らせいただき掲載可否判断をさせていただきます。
- 純広告のランディングページは、広告主様保有のドメイン下に置くようにお願いします。
- 広告クリエイティブとランディングページの間に甚だしい乖離がある場合は、修正をご依頼する場合があります。
- 純広告のランディング先が申し込みフォームの場合、必ず申し込み内容や個人情報の利用規約などを説明する項目・要素を入れてください。



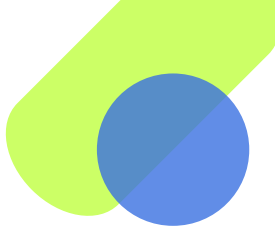
広告掲載のお申し込みについて

- 広告の掲載は、広告掲載申し込み締切日までに、書面または電子メールにてお申し込みください。
- 広告掲載申し込み締切日は媒体により異なりますので、小社営業担当までご確認ください。
- 広告掲載申し込み締切日以降の掲載延期や中止のご要望はお受けできません。
- 掲載する広告原稿は、小社にて事前審査を行います。原稿審査の後、広告内容の修正をお願いすることや、掲載をお断りする場合があります。
- 掲載された広告内容（リンク先に掲載される情報を含みます）に関する一切の責任は広告主が負うものとし、小社はいかなる責任も負わないものとします。
- 申し込み者の責めに帰すべき事由によって広告の全部または一部の掲載が行えない場合、小社は一切の責任を負わないものとします。
- 小社が行う広告原稿の審査、または審査合格は、広告内容の適正性および適法性の保証を意味するものと解釈されないものとします。
- 広告申し込み規定・広告掲載規定・広告入稿規定（<https://biz.toyokeizai.net/guide/>）・広告料金・広告原稿仕様を改定する場合があります。お申し込みの際に、小社営業担当までお問い合わせいただき、申し込み者ご自身で内容をご確認ください。
- 広告掲載のお申し込みをいただいた場合、申し込み者において「広告申し込み規定」「広告掲載規定」「広告入稿規定」を承諾したものと見なされることについて、あらかじめご了解ください。
- 広告掲載のお申し込みをいただき、小社が承諾の意思表示をした時点で、広告掲載契約が成立します。

広告掲載のお申し込み 雑誌広告

雑誌広告の掲載申し込みは、下記内容を書面またはメールに記載のうえ、各媒体の申し込み締め切りをご確認のうえ、お申し込みください。

- ①申し込み者（請求先）内容：社名、部署名、申し込み者名、所在地、電話番号
※請求先が異なる場合：請求書送付先住所、部署名、ご担当者名、電話番号
- ②掲載内容：広告主名（広告会社の場合）、掲載広告商品／銘柄名
- ③申し込み内容：掲載媒体名、発売日、スペース／メニュー名、掲載量（頁数等）
- ④申し込み料金（ネット金額：税別）、申し込み日、ご請求日、お支払日。前付、編集頁対向等のご希望は事前にご相談ください。台割上、ご希望に添えない場合もございます。



広告掲載のキャンセル 雑誌広告

お申し込み後のキャンセルについては以下の基準によりキャンセル料をいただきます。

純広告

お申込後～申込締め切りまで：掲載料金の 50%
申込締め切り時以降：掲載料金の 100%

申込締め切りは別紙「純広告進行スケジュール表」をご確認ください。

企画広告

(ビジネスアспект以外)

お申し込み後、発売日の60営業日前以降～発売日の20営業日までに掲載号をキャンセルする場合：掲載料金の 50%および実費
発売日の20営業日以降：掲載料金の 100%および実費

上記の料金に加え、首都圏以外の出張費、著名人への謝礼、特殊撮影など別途制作費用が発生した場合の実費をいただきます。

※巻頭・ビジネスアспектについて

本枠は1号につき1社限定の枠のため、掲載号を指定しての「ビジネスアспект」お申込み後、発売日の60営業日を過ぎて掲載号をキャンセル、変更（延期）する場合は、掲載料金の 100%および実費を頂戴いたします。

<小社の取材キャンセルポリシー> ※税別

■通常の記事広告取材の場合

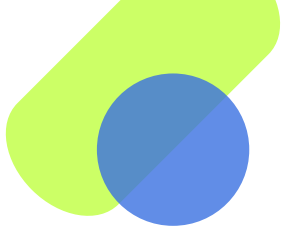
・取材2～3営業日前のご変更：ネット50,000円

・1営業日前～当日のご変更：ネット100,000円

■出張が伴う記事広告取材の場合

・3営業日前のご変更：ネット100,000円

※有識者や外部会場のキャンセルフィーは別途規定に準じます。



広告掲載のキャンセル インターネット広告

お申し込み後のキャンセルについては以下の基準によりキャンセル料をいただきます。

ディスプレイ広告・ メールマガジン

- ・申し込み日以降～8営業日前まで：掲載料金の50%
- ・校了日以降：申込金額の100%

記事広告

- ・申し込み日以降～掲載開始の11営業日前まで：申込金額の50%および実費
- ・取材日直前でのリスケ、キャンセル：
 - 通常の記事広告取材の場合
 - 取材3営業日前のご変更（リスケ含む）：ネット50,000円
 - 1営業日前～当日のご変更（リスケ含む）：ネット100,000円
 - 出張が伴う記事広告取材の場合
 - 3営業日前のご変更（リスケ含む）：ネット100,000円
- ・掲載開始の11営業日前まで：掲載料金の50%および実費
- ・掲載開始の10営業日前以降：掲載料金の100%および実費

追加誘導のキャンセル

お申し込み以降のキャンセルは、料金の全額をお支払いいただきます。

「セミナー」のキャンセル

原則、申込後のキャンセルはいたしかねます。申込書受領後のキャンセルは下記のキャンセル料が発生いたします。予めご了承ください。

- ・開催日の3か月前の同日以降1か月前の同一日の前日の受付終了時間までは協賛費の50%
- ・開催日の1か月前の同日以降は協賛費の100%

オプション「抜き刷り」のキャンセル

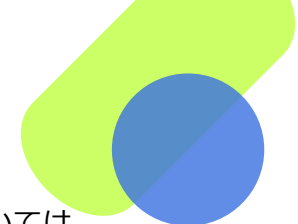
お申し込み後のキャンセルについては以下の基準によりキャンセル料をいただきます

- ・お申込み～納品日の20営業日前までのご発注額の50%
- ・納品日の10営業日以降は100%

フリーランス新法、下請法改正法への対応について

小社はフリーランスや中小受託事業者等受託者の権利を保護する観点から、ご発注後にご依頼内容の追加・変更等があった場合、受託者の負担が増える作業については、追加で請求させていただく場合がございます。

例：文字数の増加、修正回数の増加、取材（撮影）回数・時間の増加、レイアウトの変更、スケジュールの短縮、取材・撮影の急なキャンセル、など



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

広告お問い合わせフォーム



[リンクはこちらをクリック](#)

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X

<https://x.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。