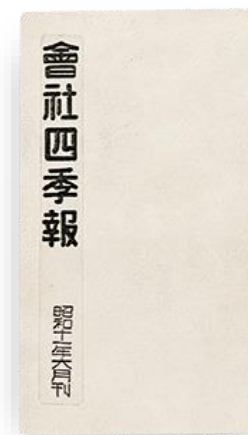
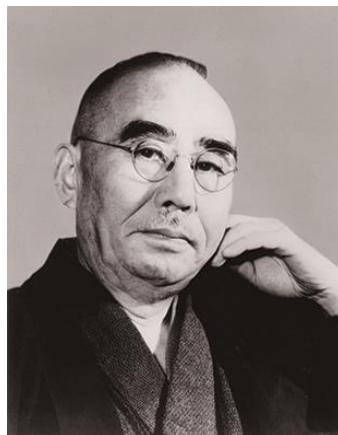
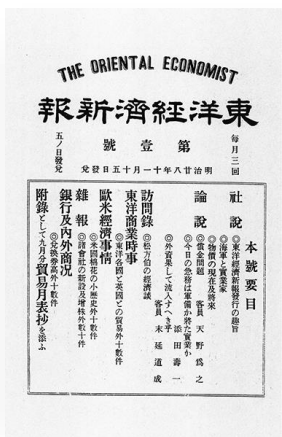


# 週刊東洋經濟

媒体資料

『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  
125年以上

脈々と受け継がれる、  
元首相石橋湛山のスピリット

3800社以上の上場会社に  
担当記者を配置

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、いまで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。

「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。

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。いまでも3800社以上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。

# 『週刊東洋経済』には、 読者の判断、行動に必要な情報を 提供していく編集方針がある。

## 編集方針

『週刊東洋経済』は創刊以来、「より深い情報」を求める読者に支えられてきました。

新聞などの一般的な報道に満足することなく、その奥にある事の本質、この先に起こりうる事態について踏み込んだ分析を求める人々。そんな要求水準の高い読者に鍛えられて、私たちの現在があります。

125年以上の歴史を重ねてこられたのは、自由主義、民主主義、国際協調主義に立脚した報道を続けてきた実績に加え、ビジネスの最前線で「本物の情報」に食らいつく私たちの努力が評価されてきたものと思います。ほかのメディアでは満足できず、あえて『週刊東洋経済』を選んでくださる熱烈なファンの多さが私たちの誇りです。

『会社四季報』をベースに全上場企業を定期的取材している手厚い取材体制は、企業、産業ニュースにおいて抜群の強みを発揮します。また、歴史への目配りや中国、アジアを中心とした国際報道へのこだわりも特徴です。投資や医療などに関する実用記事においても「経済」という背骨を通すことで、東洋経済らしさを常に訴求しています。

自立した思考をもとに、本物の情報を求める大人の読者。そうしたビジネスリーダーや、次代のリーダーを志す方々に選ばれるメディアであり続けるために、私たちは精進を続けております。『週刊東洋経済』の将来にどうかご期待ください。

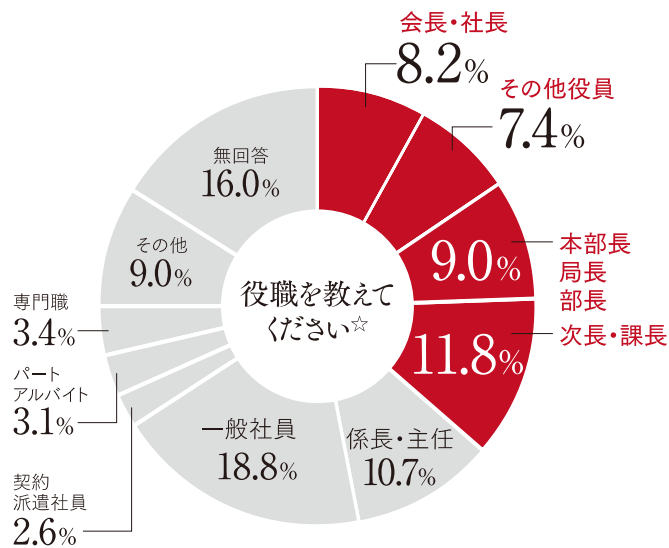
## 特集事例



# 『週刊東洋経済』には、 意思決定の場にメッセージを届ける

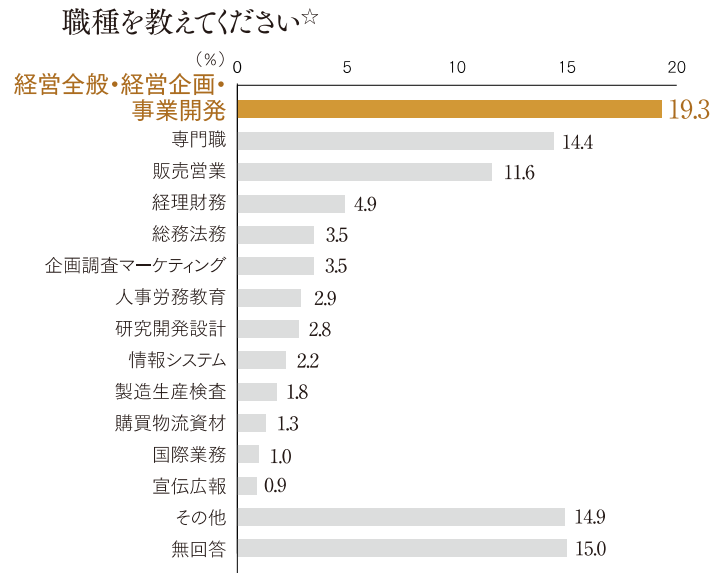
## 読者の役職

約 1 / 3 が課長以上の  
マネジメント層



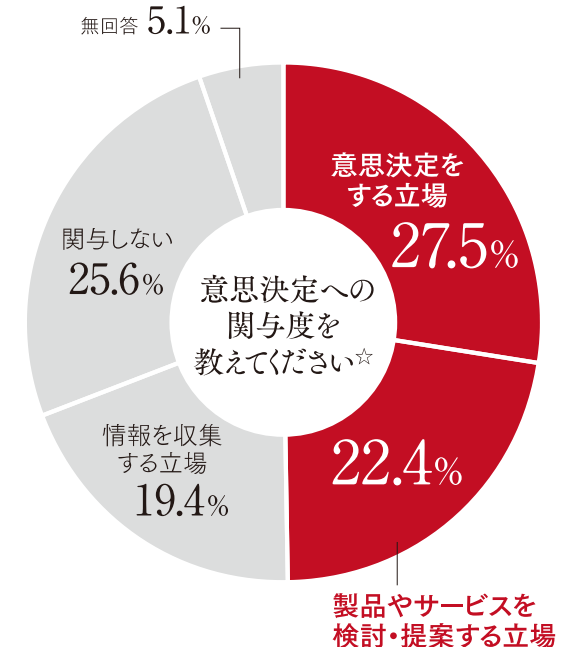
## 読者の職種

約2割が経営全般・企画、  
専門職、営業が続く



## 読者の意思決定関与度

約半数が組織の  
意思決定に関与

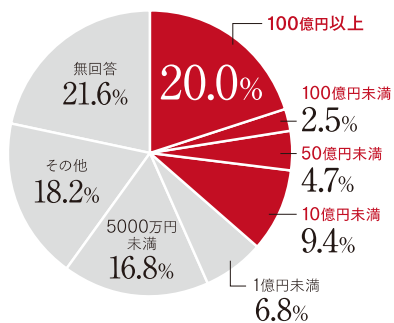


☆のデータは、会社員・公務員・専門家・自営業と回答した554人（全体の75.3%）を集計

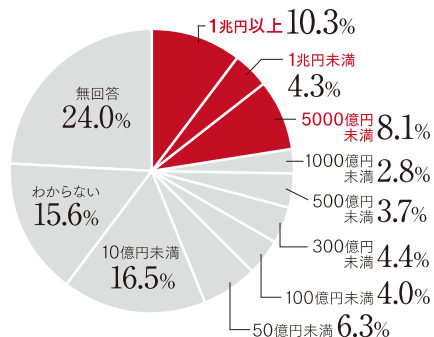
# 『週刊東洋経済』には、 日本の産業界との幅広い接点がある

## 勤務先データ

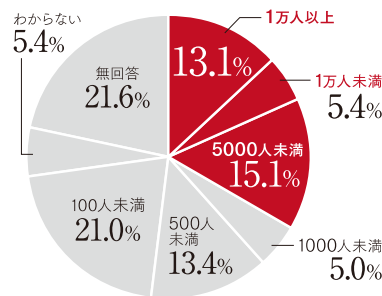
勤務先の資本金\*



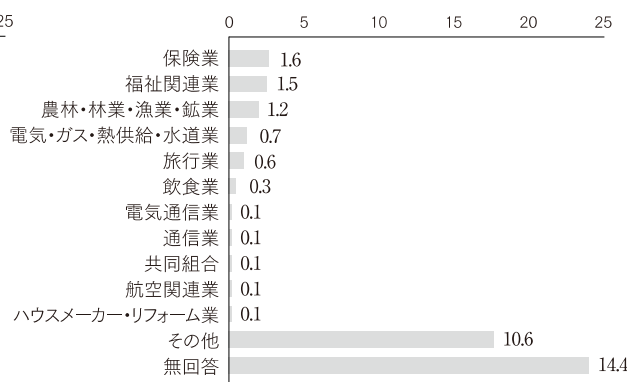
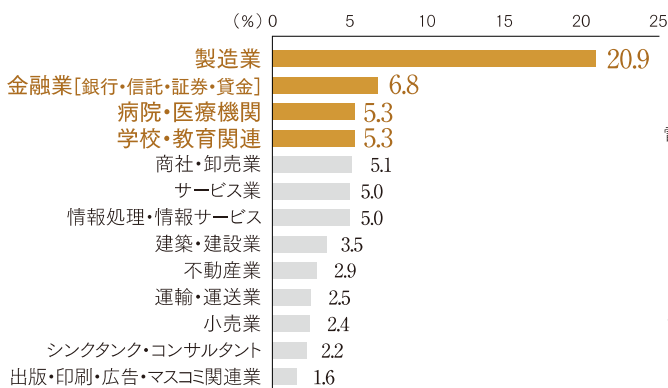
勤務先の売上高\*



勤務先の従業員規模\*

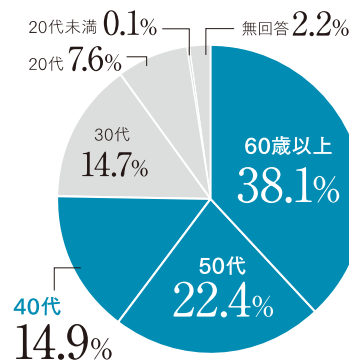


勤務先の業種\*

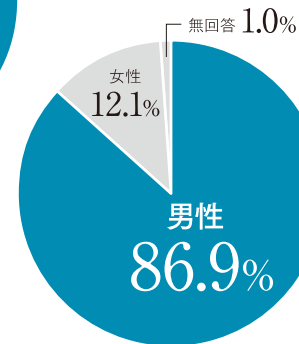


## 読者の基本データ

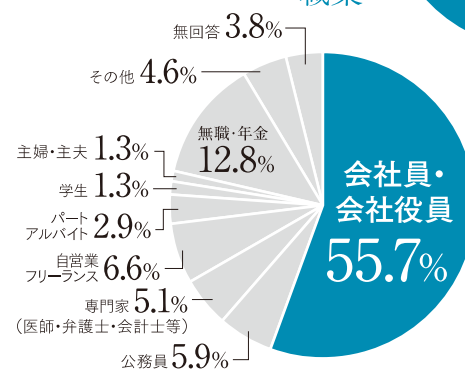
年齢



性別



職業

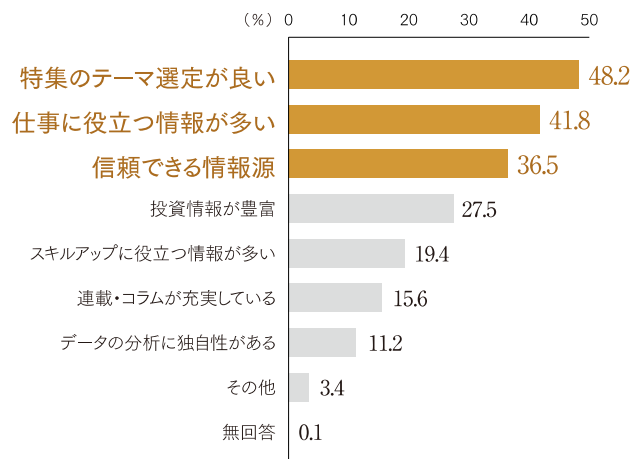


# 『週刊東洋経済』には、 仕事に役立つ、判断材料を提供

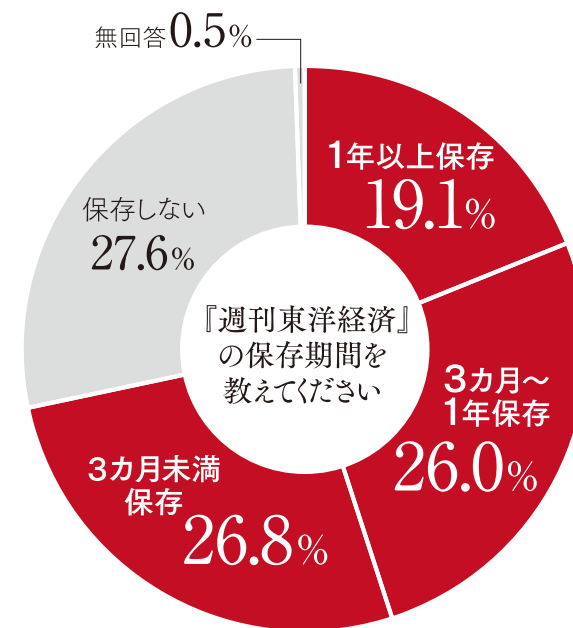
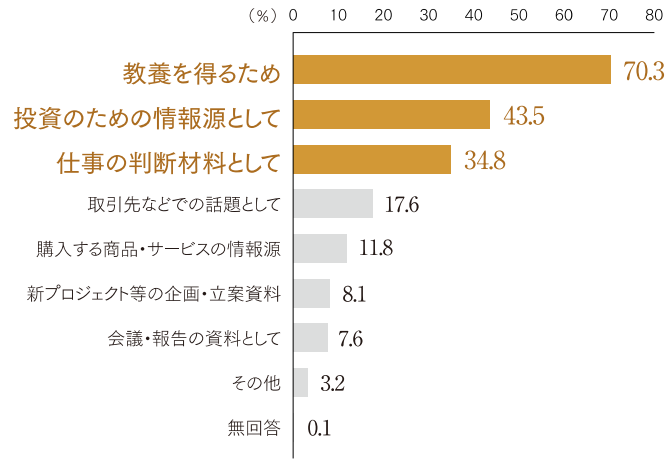
## 読者の購読理由・活用方法

### 仕事への活用・教養を身につけるため

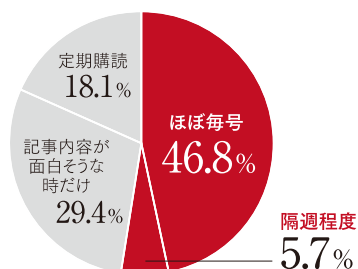
『週刊東洋経済』の購読理由を教えてください  
(複数回答可)



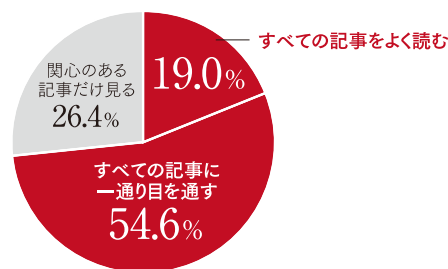
『週刊東洋経済』の活用方法を教えてください  
(複数回答可)



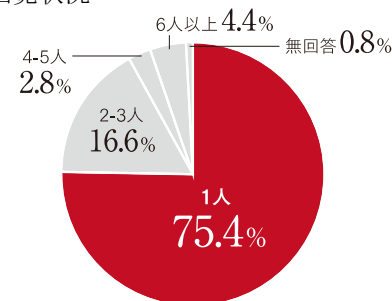
『週刊東洋経済』の購読頻度を教えてください



『週刊東洋経済』の読み方を教えてください



回覧状況

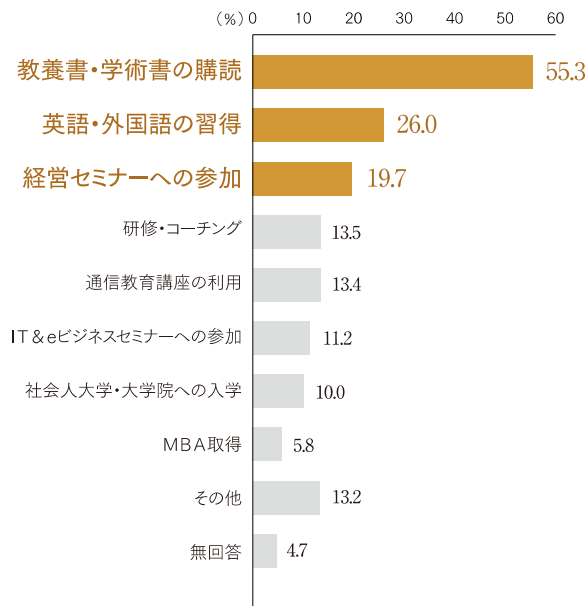


# 『週刊東洋経済』には、 広告の情報が、読者の行動を後押し

## 読者の自己啓発内容

学びへと向かう  
知的ビジネスパーソン

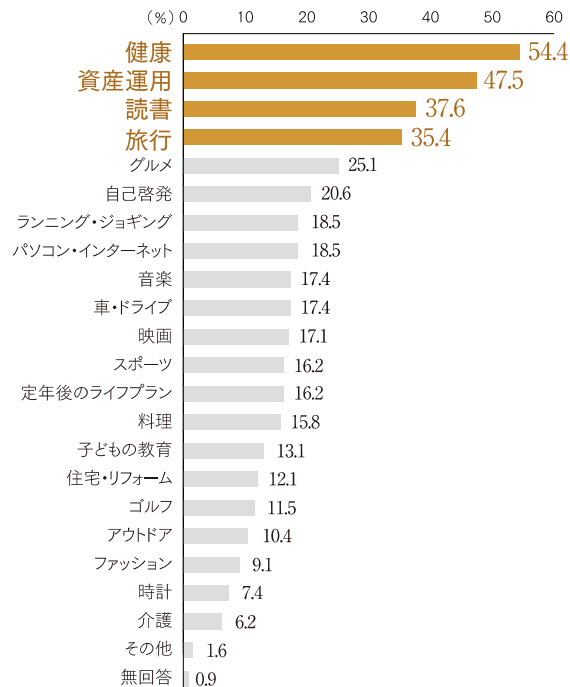
自己啓発にあたり関心があるものを教えてください  
(複数回答可)



## 読者の関心事

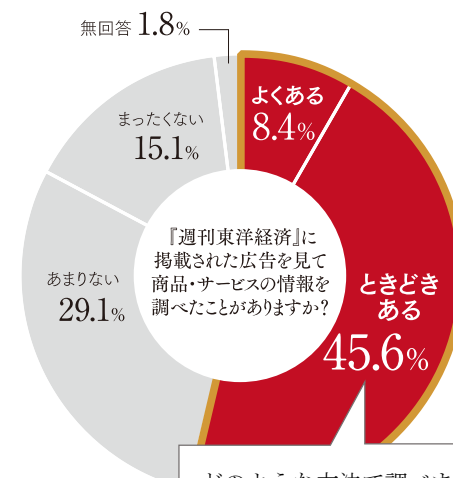
健康・旅行・読書など  
プライベートも充実させたい

関心のある情報について教えてください  
(複数回答可)

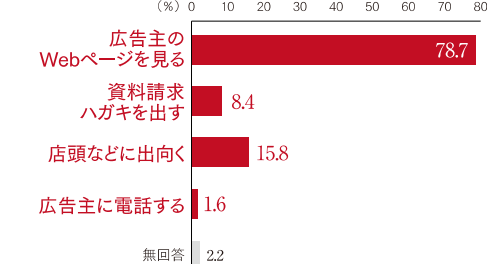


## 読者の広告への関心度

広告も役立つ情報と考え  
積極的に理解を深めていく



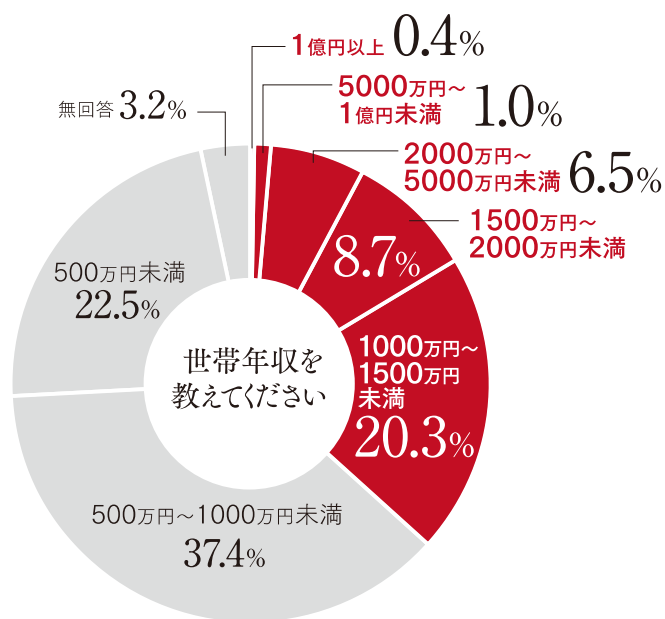
『週刊東洋経済』に掲載された広告を見て商品・サービスの情報を調べたことがありますか？



# 『週刊東洋経済』には、 世帯年収、世帯貯蓄額ともに高い水準

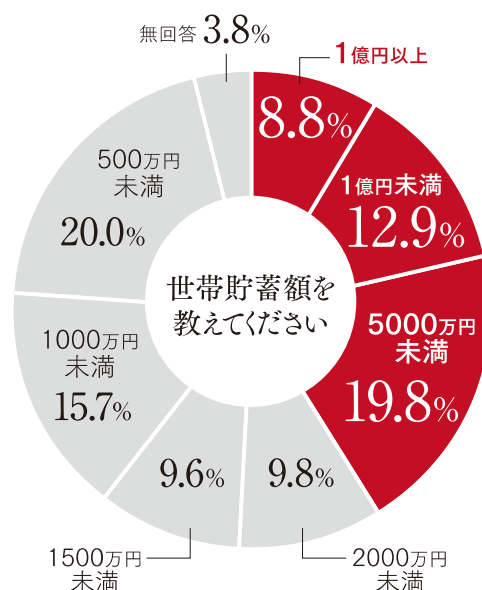
## 読者の世帯年収

世帯年収は高水準  
1,000万円超は36.9%



## 読者の世帯貯蓄額

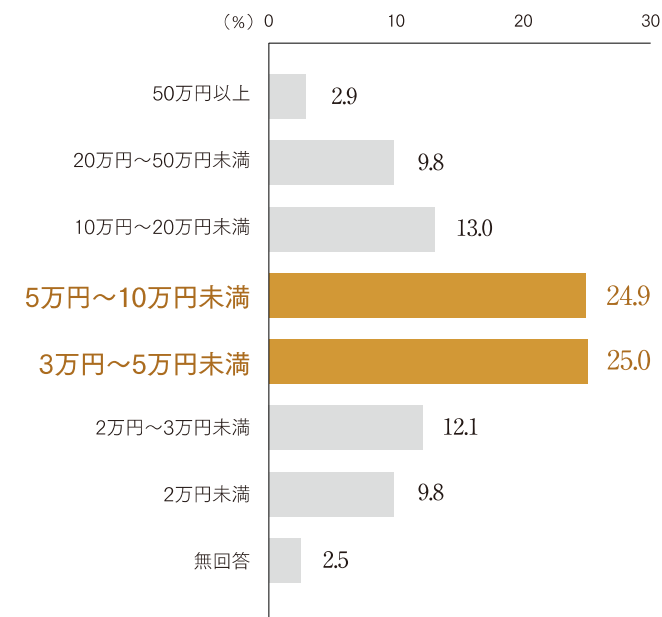
平均3,340万円と  
将来を見据えた貯蓄



## 1カ月に自由に使えるお金

10万円以上は25.7%  
3万～10万円がボリュームゾーン

1カ月に自由に使えるお金を教えてください



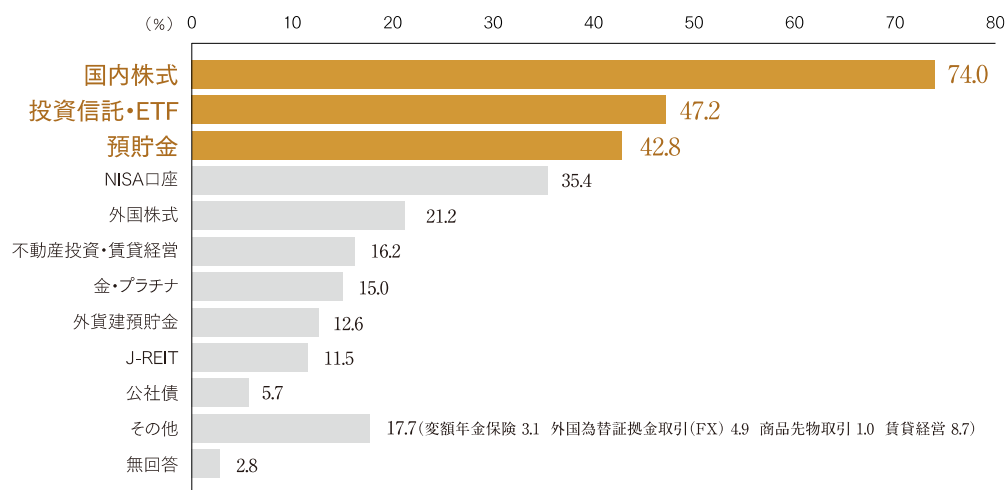


# 『週刊東洋経済』には、 高い所得水準を背景に資産運用も

## 読者の資産運用方法

国内株式をはじめさまざまな  
金融商品に関心を寄せる

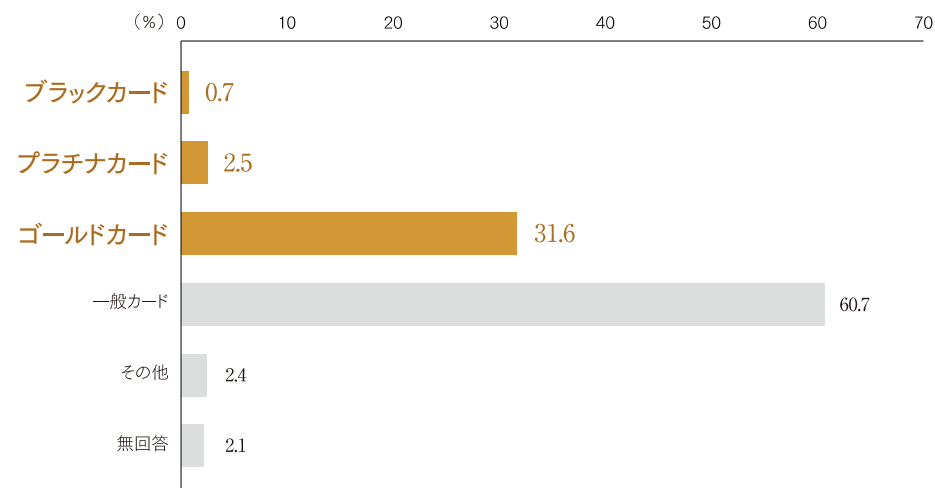
保有もしくは関心のある資産運用方法を教えてください  
(複数回答可)



## 使用しているクレジットカード

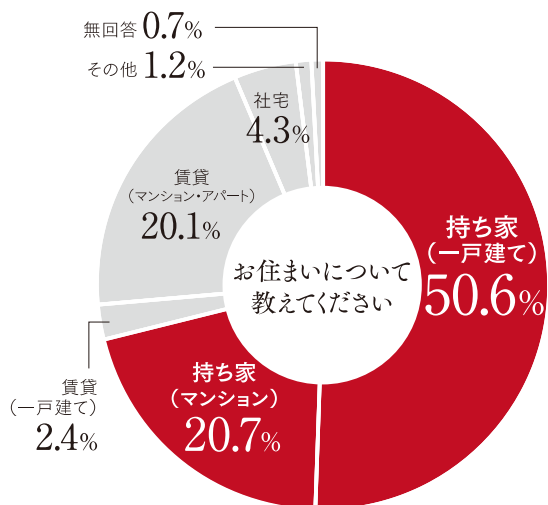
ゴールドカードが31.6%

使用しているクレジットカードを教えてください

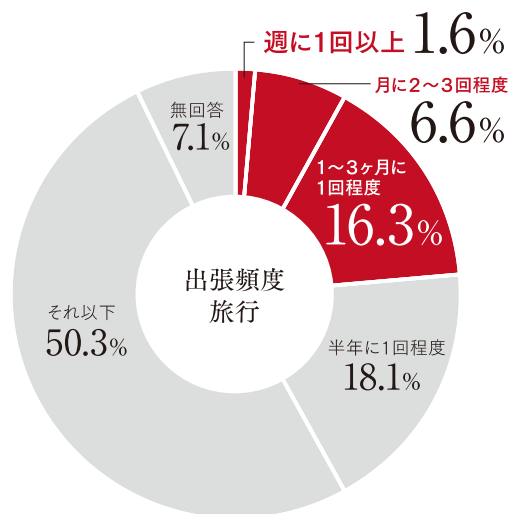


# 『週刊東洋経済』には、 約7割が持ち家に居住

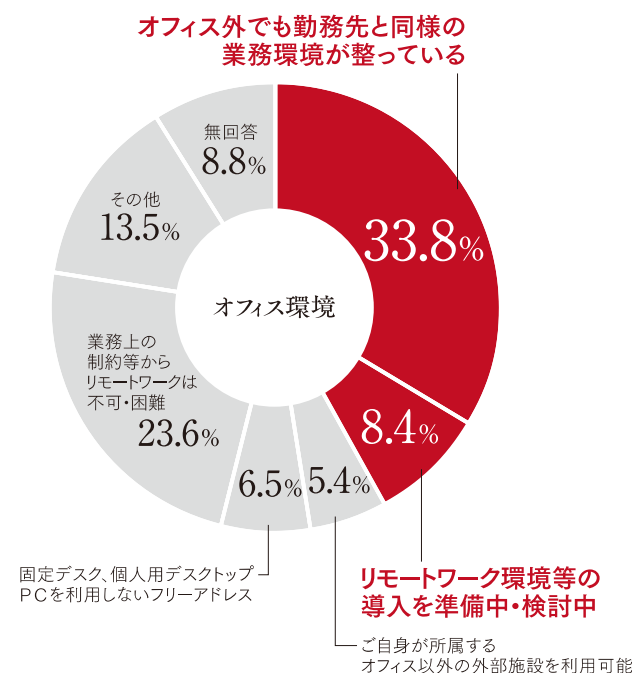
## 読者の住居



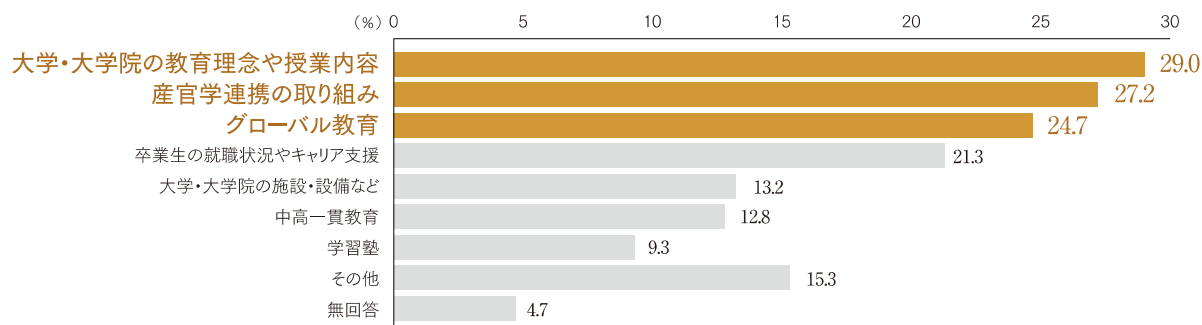
## 出張頻度・旅行



## オフィス環境



## 関心のある教育機関の情報



### 【読者データ 調査概要】

- 調査手法 『週刊東洋経済』2020年12月12日（12月7日発売）号と、翌、12月19日（12月14日発売）号において読者アンケートを実施。質問項目2ページに回答用ハガキを添付、同内容の回答用webページを開設
- 調査票本数 有効回答680人
- 調査期間 2020年12月7日～2021年1月6日
- 調査設計 東洋経済新報社
- 集計機関 一般社団法人輿論科学協会
- \*掲載データの数値は、小数点第2位以下を四捨五入

# 『週刊東洋経済』には、 読者の興味関心を喚起する多彩な広告提案力がある。

注目度の高いスペースを利用した、記事広告企画を多数ご用意しています。ご要望にあわせて、読者をよく知る弊社スタッフが広告企画を提案。商品・サービス紹介から、企業ブランディング・IRなどまで目的にあわせて活用いただけます。

## オーダーメイドライン

Business ASPzECT	掲載位置	特長
BUSINESS CORE	巻頭	最も注目度の高い巻頭での展開
BRIDGE	センター	読者が目を止めやすいコート紙を使用
	記事中	編集ページに連なるスペースでの展開



掲載事例...Business ASPECT / 大和ハウス工業様



掲載事例...BRIDGE / 第一生命保険様



掲載事例...BUSINESS CORE / 茨城県様



## フォーマットライン

	掲載位置	特長
Credo	目次前・後	トップのメッセージを1人称で訴求
ONE & ONLY	目次前・後	一つの商品や技術を深掘りしてアピール
interaction	目次前・後	対談形式によって理解促進・注目度向上
The Vision	記事中	Q&A形式によるトップインタビュー
SINCE	記事中	周年を迎えられる広告主様限定
BUSINESS WAVE	表3	企業向け事業・サービス内容訴求
CAMPUS STYLE	表3	大学・大学院向け事業・サービス内容訴求



掲載事例...Credo / ヒューリック様



掲載事例...ONE&ONLY / 花王様



掲載事例...interaction / アステラス製薬様



掲載事例...The Vision / 日清製粉グループ本社様



掲載事例...SINCE / ラコステ



掲載事例...  
BUSINESS WAVE /  
フェローテックホールディングス様



掲載事例...  
CAMPUS STYLE /  
関西外国語大学様

## スペシャルライン

	特長
シリーズ展開	商品・サービスを継続して訴求することで、興味喚起を促進
フリースタイル	自由なレイアウトによる差別化で読者の注目度を向上
広告特集	解説ページでテーマの理解を促進させながら広告訴求を実施



掲載事例...広告特集 / DXテクノロジー



掲載事例...広告特集 / 英会話



掲載事例...広告特集 / 企業を変える会計のあり方

『週刊東洋経済』には、

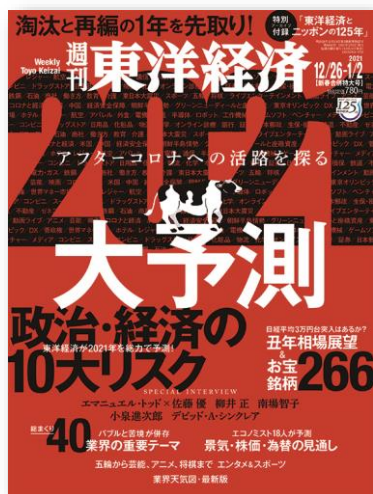
# メディアの横断活用で相乗効果を生む 広告アプローチ方法がある。

注目度の高いスペースを利用した、記事広告企画を多数ご用意しています。ご要望にあわせて、読者をよく知る弊社スタッフが広告企画を提案。商品・サービス紹介から、企業ブランディング・IRなどまで目的にあわせて活用いただけます。

## 雑誌

### 週刊東洋経済

記事広告  
純広告  
(二次利用)  
東洋経済オンラインへの転載  
PDF販売  
抜き刷り



## Web

月間2億PVのビジネス誌系No.1サイト。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

<https://toyokeizai.net/>

記事風タイアップ  
リード獲得型タイアップ  
雑誌からの転載  
純広告  
メールマガジン

東洋経済  
ONLINE



## 同梱サービス

『週刊東洋経済』定期購読者に送付をする際、チラシ・冊子などの広告物を同封できます。

クロスメディア展開のご相談は

TOYO KEIZAI BRAND STUDIO

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

## カスタム出版

社史、周年史に加え、企業ブランドの価値向上や商品の販売促進などを目的とした単行本、コミュニケーションツールの企画・制作も行っています。

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



## セミナー／ウェビナー

企画立案から集客、運営までを東洋経済が全面的にサポートします。ご要望のテーマにあわせて、旬で魅力的な講師を招聘。さらに当社が持つ顧客データベースからターゲットを抽出し弊社刊行物、メルマガ、DMなどを通じて集客を実施します。セミナー開催後は、その内容をまとめたレポートを『週刊東洋経済』や『東洋経済オンライン』に掲載、また抜き刷りを作成することも可能です。



『週刊東洋経済』には、  
**独自データに基づく企業分析を核にした  
さまざまなメディア**がある。

■定期刊行物

週刊東洋経済

週刊（月曜日）

情報量と分析力でマネジメント層を中心に  
高い評価を得ている総合経済誌

週刊**東洋経済**

会社四季報ワイド版

季刊（3・6・9・12月）

通常版『会社四季報』の2倍の大きさと  
文字も大きく使い勝手の良さが好評

会社**四季報**  
ワイド版

会社四季報未上場会社版

年刊（10月）

入手困難な株式未公開企業のうち  
有力成長企業約6000社の情報を網羅

会社**四季報**  
未上場会社版

JAPAN COMPANY HANDBOOK

季刊（3・6・9・12月）

日本企業の海外部門やメディア関係者にも  
最適な日本企業ハンドブック

JAPAN  
COMPANY  
HANDBOOK

会社四季報

季刊（3・6・9・12月）

圧倒的シェアを誇る日本の会社を  
知るには欠かせない企業情報誌

会社**四季報**

一橋ビジネスレビュー

季刊（3・6・9・12月）

経営学とビジネスの現場をつなぐ  
本格的経営誌

HITOTSUBASHI  
BUSINESS  
REVIEW  
一橋ビジネスレビュー

就職四季報総合版／女子版／

優良・中堅企業版

年刊

就職活動中の学生が知りたい  
企業情報が満載の会社研究の定番

就職**四季報**

■臨時増刊号

生保・損保特集

年刊（9～10月頃）

業界関係者をはじめFPや  
保険の加入・見直しに関心  
が高い一般消費者が注目

大学特集

年刊（5月頃）

企業からの注目度が高い最新  
大学ランキングによって  
「本当に強い大学」を紹介

# 広告掲載基準と掲載可否判断

## 広告掲載基準と掲載可否判断

広告掲載基準は、弊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、この基準を遵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

弊社の個別の判断により、当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

弊社は、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、弊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での全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、弊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、弊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。弊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）の著作権その他知的財産権は、掲載後も弊社に属します。

## 掲載審査基準

---

国内関連法令および当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、弊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、弊社に属します。以下に該当するもの、および弊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かかわる判断が異なる場合があります、弊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。

- 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、名誉棄損、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・卑猥な表現など公序良俗に反するおそれがあるもの
- その他、弊社が媒体の性質・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、入信をすすめる広告・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을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則り可否を判断します
- その他、弊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、弊社は如何なる責任も負わないものとします。
- 広告掲載申込を受領後でも、訴求内容が弊社掲載基準に反していると該当した場合、弊社は広告掲載を拒否できるものとします。
- お申込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、弊社は一切の責任を負わないものとします。
- 弊社が行う広告原稿の審査、又は審査合格は、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。
- 第三者から弊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、当該損害が弊社の責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。
- 弊社は、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、天災地変による弊社媒体の中断、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いません。
- 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係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弊社に対して保証するものとします
- 弊社の責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、弊社は、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、申込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、景表法等に係る内容・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。

## 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。
- 記事体裁の広告は「AD」と明記し、編集記事と紛らわしい表現（広告原稿と弊社コンテンツの区別が不明瞭なもの、弊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。（ハガキ宛先係名も含む。略号や識別番号等にしてください）
- 局部やバストトップの露出ほか、性に関する露骨な表現は避けてください。
- 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。
- 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。

## 広告掲載のお申込み 雑誌広告

---

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

- ①申込者（請求先）内容：社名、部署名、お申込者名、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申込内容：掲載媒体名、発売日、スペース/メニュー名、掲載量（页数等）
- ④申込料金（ネット金額：税別）、申込日、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

---

お申込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

申込締切日（発売日の4週間前）以降～8営業日前まで 掲載料金の50%  
校了日（発売日の7営業日前）以降 掲載料金の100%

### 企画広告

申込締切日（発売日の7週間前）以降～8営業日前まで：掲載料金の50%および実費  
校了日（発売日の7営業日前）以降：掲載料金の100%および実費

企画広告について、上記の掲載料金に加え、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。

※『週刊東洋経済』ビジネスアスペクトは、発売日8週間前以降のキャンセル料について、掲載料金の100%および実費（首都圏以外の出張費、著名人への謝礼、特殊撮影などによる別途制作費用が発生した場合はその実費）とさせていただきます。

【延期について】仮の掲載期間を確認したうえで料金はそのままスライドします。

## <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インドウ、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致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、ポップアップウイ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が明確に出来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、弊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。

## インターネット広告掲載のお申込みについて

---

- 広告の掲載は、広告掲載申込締切日までに、書面または電子メールにてお申し込みください。
- 広告掲載申込締切日は媒体により異なりますので、弊社営業担当までご確認ください。
- 広告掲載申込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、弊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、弊社は如何なる責任も負わないものとしします。
- 申込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、弊社は一切の責任を負わないものとしします。
- 弊社が行う広告原稿の審査、又は審査合格は、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します。
- 広告申込規定・広告掲載規定・広告入稿規定（[https://biz.toyokezai.net/files/user/pdf/ad/Toyokeizaionline\\_Nyukoukitei\\_202002.pdf](https://biz.toyokezai.net/files/user/pdf/ad/Toyokeizaionline_Nyukoukitei_202002.pdf)）・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、弊社営業担当までお問い合わせいただき、お申込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、お申込者において「広告申込規定」「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、予めご了解ください。
- 広告掲載のお申し込みをいただき、弊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。

## 広告掲載のキャンセル インターネット広告

---

お申込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

入稿締切日以降：掲載料金の 100%

### 企画広告

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

企画広告について、上記の掲載料に加え、首都圏以外の出張費、著名人への謝礼、特殊撮影などにより別途制作費用が発生した場合の実費をいただきます。

【延期について】仮の掲載期間を確認したうえで料金はそのままスライドします。

## 「セミナー」のキャンセル

---

お申込、ご契約以降のキャンセルは、協賛料金の全額をお支払いいただきます。

## 東洋経済新報社 沿革

- |       |  |       |                                 |
|-------|--|-------|---------------------------------|
| 1895年 | 町田忠治により旬刊『東洋経済新報』創刊（全76ページ、定価7銭）       | 1990年 | 「東洋経済賞」創設                       |
| 1918年 | 関西支社を設置                                | 1991年 | 『週刊東洋経済』創刊5000号を達成              |
| 1919年 | 『東洋経済新報』を週刊化                           | 1995年 | 創立100周年                         |
| 1924年 | 石橋湛山（1884年 - 1973年 後の第55代内閣総理大臣）が主幹となる | 1998年 | 「環境報告書賞」創設                      |
| 1926年 | 『東洋経済新報』を『週刊東洋経済新報』に改題                 | 1999年 | 『週刊東洋経済』をA4変型に大判化               |
| 1934年 | 英文月刊誌『The Oriental Economist』創刊        | 2003年 | 「東洋経済オンライン」サービス開始               |
| 1936年 | 『会社四季報』創刊                              | 2004年 | 「サステナビリティ報告書賞」創設                |
| 1937年 | 名古屋支社を設置                               | 2005年 | 創立110周年                         |
| 1961年 | 『週刊東洋経済新報』を『週刊東洋経済』に改題                 | 2008年 | 「ダイバーシティ経営大賞」創設                 |
| 1974年 | 英文四季報『JAPAN COMPANY HANDBOOK』創刊        | 2009年 | 『会社四季報』iPhone/iPod touch用アプリを発売 |
| 1980年 | 「石橋湛山賞」創設                              | 2010年 | 「デジタルコンテンツ・ライブラリー」販売開始          |
| 1981年 | データベース事業に本格的に進出                        | 2012年 | 「東洋経済オンライン」リニューアル               |
| 1984年 | 「高橋亀吉賞」創設                              | 2015年 | 創立120周年                         |
|       |  | 2020年 | 創立125周年                         |

お問い合わせ

### 東洋経済新報社

<https://biz.toyokeizai.net/ad/>  
ビジネスプロモーション局 メディア営業部

■本社

東京都中央区日本橋本石町1-2-1（〒103-8345）  
tel.03-3246-5600 fax.03-3246-0679 e-mail:ad-ask@toyokeizai.co.jp