

# NIKKEI

2024

日本経済新聞社

日経は時代にあわせてビジネスモデルを変革しています。デジタル技術をふんだんに活用し、例えば、報道では、活字の記事だけでなく、動画やデータ分析を組み合わせたデジタル・コンテンツを増やしています。グループの活動領域は国境を超え、グローバルに広がっています。そんな日経の今、そしてこれからの姿を言葉で表現したのが「バリュー・パーパス・ミッション」です。

パーパスの「考え、伝える。より自由で豊かな世界のために。」は、日経の社会に対する約束です。世の中の出来事や問題について考え、解決策や意味合いを伝えていく。記事や広告、サービスなど様々なコンテンツを読者や顧客の皆さんに届ける。それが、これからも変わることなく、私たちが日々取り組んでいくことです。何のためにやるのか、と問われれば、「より自由で豊かな世界のために」と答えます。

いま、世界は自由や民主主義といった価値が揺らぎ、権威主義が力を持ち始めています。貧困や格差の拡大で社会の閉塞感が強まっています。私たちが理想とするのは、人々が自由にチャレンジでき、競い合える社会です。個人が経済的にも、精神的にも自立し、豊かな毎日を送れる社会です。私たちは「より自由で豊かな世界」の実現を切実に願い、そのための努力を惜しみません。

ミッションで描いたのは、日経の「ありたい姿」です。「質の高い報道とサービスで 読者・顧客の判断を助け 世界で最も公正で信頼されるメディアになる」。読者や顧客の皆さんの高いニーズにこたえ、頼られる存在にならなければと考えています。個人が情報発信できる場を作ったり、リスキングでキャリアアップを後押ししたり、皆さんの仕事や人生をさらに充実させる仕掛けを発信していきます。

日経は間もなく創刊150年を迎えます。この長い歴史の中で、社員が共有してきた価値観を表したのがバリューです。中正公平で何者にも阿らない「独立」、高品質を追求し続ける「クオリティー」、新たな地平を切り開く「先進性」、ダイバーシティーを重んじる「多様性」。日経にはこの4つを自然と身に付け、経済とビジネスへの知見を兼ね備えた人材がそろっています。

「日経の仕事を通して世界のために何かしたい」「日経でなら社会の課題解決に役立てるはず」。社員は皆そう考え、日々伝える努力を怠っていません。そんな社員一人ひとりが成長できるように寄り添い、日経は社会への責務を果たしていきます。「考え、伝える」を愚直に貫き、「信頼されるメディア」へと歩み続けます。

## 自由にチャレンジできる社会へ 日経の約束

日本経済新聞社 代表取締役社長

長谷部 剛

1876年、たった4ページの物価情報紙から日本経済新聞は始まりました。

時代の変遷とともに、出版・放送・デジタル媒体など  
様々な分野に広がり続けてきた、私たちの事業領域。

いつの時代にも、多くの人に正しい情報を早く届けたいという信念がありました。

情報の質が判断の質を高め、人の意思を未来につなぐと信じて、  
私たちは、公正かつ公平な情報を、最適な方法で発信し続けています。

日本経済新聞社は、今日も世界の動きを見つめています。

## 日本経済新聞社グループが定めるバリュー、パーパス、ミッション

Values すべての社員が共有する価値観

独立 Independence

クオリティー Quality

先進性 Innovation

多様性 Diversity

Purpose いままで変わらないグループの存在意義

考え、伝える。より自由で豊かな世界のために。

Better insights for a better world

Mission パーパスに沿って果たすべき使命

日本経済新聞社とFTの共同ミッション

質の高い報道とサービスで  
読者・顧客の判断を助け  
世界で最も公正で信頼されるメディアになる

To be the most trusted, independent provider of  
quality journalism to a global community,  
helping our customers make better decisions.

# 日経グループの価値を最大化する、4つの事業ドメイン

日本経済新聞社は2030年に向けたグループ長期経営計画を策定しました。グループ長計は、日経グループのバリュー、パーパス、ミッションに沿って、各事業の将来像を具体的に示したものです。社会に対して価値を提供し、顧客の選択を助けることにより、成長していくグループの意思であり、新たな指針となります。

## 4つの事業ドメイン

### News & Insights

読者の「気づく、つながる」を支える

デジタルを軸に、世界で圧倒的な存在感と影響力を持つグローバル経済メディアの地位を確立します。人工知能（AI）の適切な活用や双方向コミュニティにより、「読んで、使えて、つながる」メディアを目指します。報道を核としたメディア事業が中心となるドメインで、グループの日経BPや英フィナンシャル・タイムズ（FT）の関連事業も含まれます。FTは成長余地の大きい米国、インドで読者開拓を加速します。

### Decision-making

意思決定者の「調べる、決める」を支える

収集・提供するデータの領域を企業の財務情報から非財務情報へ大幅に拡充します。日本の情報を網羅して世界に販売するとともに、世界の情報を日本企業に提供する橋渡し役を担います。情報サービス部門とグループのQUICK、日経BP、日経リサーチなどの事業で構成しています。総合的なリスク管理支援など、顧客の経営課題を解決するサービスへと事業領域を広げています。

### Brand Communication

顧客企業の「価値を伝え、社会と交わる」を支える

企業のマーケティング戦略の立案から関与し、上流から下流までを支えるパートナーになります。経営層・富裕層を最も効率よくカバーするメディア企業として、プリント・デジタル・イベントを最適な形で組み合わせ、企業の価値を伝える統合型ソリューションを提供します。メディアビジネス事業やグループの日経BP、FT、日本経済社が取り組む広告やイベントなどが主な領域です。

### Experience

一人ひとりの「高める、成長する」を支える

個人のキャリア形成、企業の人的資本経営を幅広く支援する事業群を構築するべく、日経IDを基盤としたビジネス人材ネットワークの育成、独自の人材評価指標の開発を通じ、教育事業やキャリア事業を強化します。文化事業はデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進し、電子版に由来しない顧客の日経ID化を進めます。教育事業、IDビジネス、文化事業と、グループの日経BP、日経HRの事業を含むドメインです。

#### 生まれる価値

##### 社会価値

全ての事業ドメインは、世の中にポジティブな影響を与え、社会価値を生み出すと考えています。News & Insightsは「健全な民主主義と資本主義」、Brand Communicationは「産業競争力や企業価値の向上、多様性に富む社会基盤」、Decision-makingは「データとエビデンスに基づく適切な意思決定の仕組み、持続可能な経済基盤」、Experienceは「一人ひとりの成長機会」です。

##### 経済価値

社会価値の成果が経済価値となります。経済価値は社会価値を提供することによる対価であると同時に、売り上げや利益は企業が成長し、パーパスやミッションを実現していくために欠かせません。各事業それぞれにおいて、2030年のありたい姿を実現すべく、バックキャスト思考を採用し、非連続の成長を目指します。

#### 価値を測る指標

##### GPA

ミッションが実現し、パーパスに近づいたときの世界観を数字に置き換え、グループのコンテンツを有料で消費するユーザー数を足し上げた「GPA(Global Paying Audience)」という経営指標を導入します。グループが提供する商品、サービスの価値を認めてくれた読者・顧客の数を表し、私たちが継続的に成長を支えている読者・顧客の規模でもあります。グループの統一目標と位置づけ、日経とFTを合計した2030年の目標は1000万GPAです。

##### 収益

各事業から生まれた社会価値の成果は、収益という経済価値となり、生み出したキャッシュをイノベーションや社員に投資、持続的な成長につなげていきます。この循環でグローバルな競争を勝ち抜いていきます。2030年も紙の新聞は日経ブランドの根幹であり、収益事業として経営を支える存在であり続けます。2030年の収益目標は連結売上高4000億円、営業利益率10%です。

## デジタルで切り拓く

---

様々な情報がインターネットにあふれる時代  
だからこそ今求められているのは信頼性です。

質の高いコンテンツを提供し続けるため  
ビジネスや暮らしにもっと役立つため  
日経は最新技術を貪欲に取り入れます。  
「テクノロジー・メディアになり切る」  
決意を胸に挑戦を続けます。



## 世界で最も信頼されるメディアへ

ニュースがネットで瞬間に世界中を駆け巡る時代。日本経済新聞は独自の取材・分析に磨きをかけて重要事実を発掘する「質の高いジャーナリズム」を目指します。

例えば「1億人の未来図」シリーズでは、日本の人口が1億人を割る2050年代にはスマホがなくなり、国産農作物が激減する姿を示しました。暮らしのあらゆる場面に起きる変化を予測し、処方箋を探っています。また、「Inside Out」シリーズでは現代の日本、世界が直面する構造問題の根源に何があるのか、未来志向の「解」を求めて舞台裏

や歴史を徹底的に調べています。

インタビュー企画「直言」では、政治・経済・文化など国内外の様々な分野で最前線に立つ人の独自の視点や忌憚のない本音に迫ります。

日本経済新聞はミッションとして、「世界で最も公正で信頼されるメディアになる」ことを掲げています。読者の判断の助けとなる確かな記事を提供することで、このミッションを達成することを目指しています。



### 日本経済新聞



国内外の景気動向や企業業績、設備投資、経営戦略などマクロ・ミクロの経済情報をいち早く、分かりやすく冷静に報道し、読者の信頼を得ています。紙面では内外のビジネスニュースを拡充、とくに躍動するアジアの最前線からの情報発信を強化する一方、生活者の視点のビジネス情報や、初心者にもやさしい投資情報なども充実しています。また、土曜日には暮らしに役立つ生活情報「NIKKEIプラス1」、日曜日には優雅で知的なオフのスタイルを提案するウィークエンドセクション「NIKKEI The STYLE」を発行、経済情報だけでなくライフスタイル情報までお届けしています。

日経MJは50年以上の歴史があり、月、水、金曜日の週3回発行するオールカラーのマーケティング専門紙です。年2回の「ヒット商品番付」をはじめ、マーケティング・消費に関する最新トレンドを紹介、分析、予測する記事が充実。すべてのビジネスパーソンにとって、あしたの商品開発、企画立案、経営に役立つことを意識して編集しています。

### 日経ヴェリタス

世界のマーケットの最前線を取材している専門記者による深読み・先読み記事を掲載した週末発行の投資金融情報紙です。グローバル化する銘柄選び、ESG投資などの新潮流、人生100年を見据えた資産運用……。マーケットに向き合った投資のヒントをさまざまな角度からお届けしています。

## デジタル有料購読数、国内初の100万突破

「日本経済新聞 電子版」や専門メディア「NIKKEI Prime」シリーズなど、日本経済新聞社が提供するデジタル有料媒体の購読数が2023年12月に100万を超えました。日本の有料ニュース媒体で購読数が100万を超えたのは初めて。世界の新聞社の有料ニュース媒体でも日経グループの英フィナンシャル・タイムズ (FT) に次ぐ5位の水準となりました。FTとあわせると326万と世界3位の規模になります。2010

年3月に創刊した日経電子版は個人向けで成長してきましたが、近年は法人、教育分野での導入も増えています。読者のニーズの多様化を受け、ビジネスに役立つよう専門性を高めた新たなデジタルメディアを2020年から相次ぎ創刊しました。

徹底した「読者ファースト」の姿勢で、日経の報道はサービスとコンテンツの両面で進化を続けています。



### 各界のエキスパートがひと言解説「Think!」

日経電子版の注目記事に各分野のエキスパートが解説や見解を投稿する「Think!」。エキスパート陣は150人超となり、週に250件ほどの投稿があります。

2020年12月の開始以来、「ニュースを理解する案内役になってくれる」など好評を得ています。

エキスパートには、ジャーナリストの池上彰さん、早稲田大教授の中林美恵子さん、オイシックス・ラ・大地社長の高島宏平さんら著名な専門家に参加いただいているほか、日経の編集委員も加わっています。関心があるニュースはより深く、

読者に多様な視点を提供し、電子版を活用してもらいたいという思いで、機能や投稿者陣を拡充していきます。



## NIKKEI Prime

「NIKKEI Prime」シリーズは日経グループが朝夕刊や電子版で伝えきれない付加価値の高い情報を提供するデジタル専門媒体です。

2022年11月に、自動車産業の未来を先取りするNIKKEI Mobility、脱炭素時代の変革のヒントを伝えるNIKKEI GX | Green Transformation、将来技術や知財戦略を語るNIKKEI Tech Foresightを創刊しました。経営戦略や技術戦略の意思決定にかかわるビジネスプロフェッショナルに、日々のニュースから解説記事まで仕事に役立つ情報を届けます。

23年には2つの媒体をスタートさせました。NIKKEI FT the Worldは英フィナンシャル・タイムズの記事を日本語で届けます。グローバルな視点を必要とするビジネスパーソンが押さえておくべきニュース、コラムを厳選して掲載しています。

Minutes by NIKKEIは重要ニュースを厳選して分かりやすく伝えるメディアです。前提となる知識がなくても今何が起きているのか、なぜこのニュースが重要なかが短時間で理解できるよう、簡潔に整理してお伝えします。

さらに24年3月、デジタルビジネスについて規制や企業の動向を深掘りするNIKKEI Digital Governanceを創刊し

ました。研究者や弁護士ら外部識者と協力し、米シリコンバレー支局など海外の取材網も生かして最前線の動きを詳報するメディアです。

 NIKKEI Mobility

 NIKKEI GX | Green Transformation

 NIKKEI Tech Foresight

 NIKKEI Digital Governance

NIKKEI FT the World

 Minutes by NIKKEI

## NIKKEI Financial

「金融」が激変期を迎えています。日銀の金融政策が転機に差し掛かり、民間金融機関の力が厳しく試されつつあります。従来の枠組みを超えた新興勢力が台頭し、金融庁など監督当局の差配も問われます。

NIKKEI Financialはその最新動向の裏側まで、深く先読みするコンテンツを提供するデジタル媒体です。

国内外の金融記者が執筆する定番連載「金融コンフィデンシャル」や「海外Deep Dive」、「フィンテックトレンド」、「ポリシーメーカーズ」がコンテンツの代表例です。

デジタル媒体の特質を生かし、金融VIPを招いたオンラインセミナーも定期開催しています。ある銀行首脳は「銀行はなくなっても金融は決してなくなる」と話します。NIKKEI Financialは変化の波頭を追います。



## データビジュアル

独自のデータ分析と最新のビジュアル表現を組み合わせた「ビジュアル&データジャーナリズム」で、世界トップレベルの報道を目指しています。「中国に狙われた工作機械 核開発のサプライチェーンに抜け穴」(2023年12月公開)は、写真やグラフィックスを駆使した検証手法で、中国が日本の先端技術を軍事転用している疑いに警鐘を鳴らしました。「JAL機炎上、そのとき何が 検証・羽田空港衝突事故」(24年1月公開)は、航跡データや交信記録などに3Dモデルを交えて検証しました。どちらも英語媒体「Nikkei Asia」で公開し、国内外の読者から高い関心が寄せられました。

ドキュメンタリー動画シリーズ「NIKKEI Film」にも力を入れています。ウクライナ侵攻の余波を追った「さまようロシア人 ジョージアでみた侵攻の代償」(23年2月公開)、中国の援助で揺れる国情を動画に収めた「ソロモンの選択 中国シフトが招く分断」(24年1月公開)は、複雑になる国際情勢を解き明かしています。



## NIKKEI LIVE

NIKKEI LIVEはライブニュース解説やシンポジウムなど日経のさまざまなイベントを視聴できる日経電子版の動画サービスです。告知から、登録、動画配信までワンストップで提供しています。

電子版のニュースと連動して第一線の記者や有識者がタイムリーに核心に迫る番組には、映像やグラフなどデジタルならではの多彩な表現を織り交ぜています。投票や質疑応答など双方向機能も活用し、記者が視聴者とともに「考え、伝える」新しい報道体験を提供しています。記事だけでは伝わらない取材の裏側を見せることで、視聴者の興味や評価がリアルタイムでわかるおもしろさがあります。

日経主催の将棋・囲碁王座戦も配信しています。昨年は将棋史の歴史に残る藤井聡太八冠誕生となった第71期将棋王座戦五番勝負の4局すべての対局と大盤解説を生配信しました。テクノロジーの進展をいかし、ライブならではの心躍る、没入感を味わえる番組づくりを目指します。



## 質の高いサービスで顧客の判断を助ける

私たちの事業領域は報道だけにとどまりません。企業のブランド発信を支援する広告づくり、顧客の意思決定を支えるデータベースの構築、知識・スキルの習得や、上質な文

化的体験ができる場の提供など、着実に広がっています。デジタル技術も駆使しつつ、顧客一人ひとりの「高める、成長する」取り組みを支えるため、私たちは挑み、考え続けます。

### 日経電子版 FOR OFFICE

デジタルサービスは個人会員を中心に成長を続けてきましたが、近年は法人向けサービスの比重が高まっています。ビジネスに役立つ確かな情報を社内で共有し、企画立案やチーム運営に活用したいとする企業の増加が背景にあります。「日経電子版 FOR OFFICE」は、日経電子版をはじめ日経BPやテレビ東京のデジタル媒体などグループの14媒体の情報をワンストップで提供するサービスを提供しています。すでに国内外の24,000社超が導入済みです。日経は利用データの分析やきめ細かいサポートを通じて顧客企業の情報活用を支援し、生産性向上に貢献しています。

法人顧客の社内コミュニケーションを支援するため、電子版上で経営情報などを共有できる「デジタル社内報」機能も追加しました。日経電子版は最新の情報を伝えるメディアから、企業のDXを支える総合的な情報プラットフォームへと進化を続けています。



### インデックス事業

日本を代表する株価指数「日経平均株価」をはじめとする指数（インデックス）を日々算出・公表しています。国内外の投資家がマーケットの体温計として信頼を寄せており、指数に連動した先物取引や投資信託などの金融商品が数多くあります。日経平均は日本経済の動向を的確にとらえるようルールを工夫し、東証プライム市場から選んだ225銘柄を基に算出しています。温暖化抑止の国際的枠組み「パリ協定」の目標に沿うよう調整した「日経平均気候変動1.5℃目標指数」など日経平均をベースにした指数もあります。

様々な切り口の新指数の開発も進めています。2023年には配当に着目した2つの指数を開発し、算出を始めました。配当を原則10年以上増やし続ける企業を集めた「日経連続増配株指数」と、減配を10年以上回避し予想配当利回りも高い企業を集めた「日経累進高配当株指数」（愛称：しっかりインカム）です。指数を世界中の人々に理解してもらうためのプロモーション活動なども展開しています。

#### 日経が算出する主なインデックス

##### 日経平均と関連指数

- 日経平均株価
- 日経平均気候変動1.5℃目標指数
- 日経平均ストラテジー・インデックス・シリーズ（レバレッジ/インバースなど）
- 日経平均ボラティリティー・インデックス
- 日経平均内需株50指数
- 日経平均外需株50指数
- 日経平均・配当指数

##### 日経配当関連指数シリーズ

- 日経平均高配当株50指数
- 日経連続増配株指数
- 日経累進高配当株指数（愛称：しっかりインカム）

##### その他の指数

- JPX日経インデックス400（JPX総研と協業）
- 日経株価指数300
- 日経500種平均株価
- 日経ESG-REIT指数
- 日経アジア300インベスタブル指数（円&ドル）

## データビジネス

### 日経テレコン

#### NIKKEI COMPASS

全国紙、一般紙、業界専門紙、雑誌、ニュースレターなど500以上のメディアの記事、日経オリジナルの業界分析レポートをはじめとする内外の調査会社によるレポート、400万社の企業情報など膨大なコンテンツのなかから、ビジネスに必要な情報を効率よく収集できる検索プラットフォームです。

日々の最新情報をチェックしたり、企業・経済活動の動向を把握して営業資料を作成したり、企画立案や市場調査の材料を集めたり、様々なビジネスシーンで活用されています。

日経テレコンの次世代版「NIKKEI COMPASS」では、契約がないと閲覧できないテレコンの一部コンテンツをウェブ上で検索でき、日経ID会員であれば、クレジットカード決済でコンテンツごとに購入できます。

#### NIKKEI Risk & Compliance

取引先に対するデューデリジェンスの高度化を実現するプラットフォームのほか、リスクに関する情報や分析を提供しています。反社会的勢力の排除から、マネーロンダリング対策、贈賄規制、環境・人権リスクへの対応まで、国内外の法規制に対応した情報力と、取引先管理に関する専門知識を軸に、確信を持った意思決定を支援します。

### 日経スマートクリップ

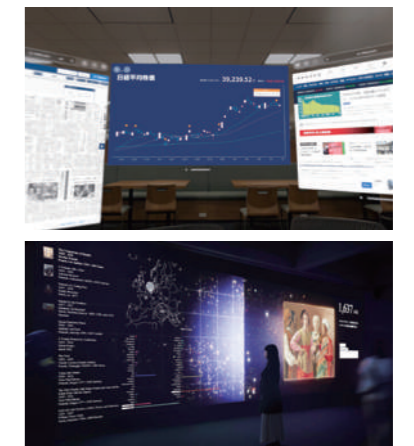
あらかじめ登録したキーワードをもとに、設定されたテーマにそって自動的に収集された記事を社内で共有するサービスです。日経の新聞や電子版に、全国紙や業界専門紙などを加えることもでき、企業の広報部門における記事確認などの情報収集業務を効率化することで、経営幹部の的確かつスピーディーな判断を支援します。

#### NIKKEI VALUESEARCH

国内外の企業・業界分析に必須のビジネスデータと分析機能をワンストップで提供するプラットフォームです。企業分析を深掘りするコンテンツ、業界を理解するためのレポートや経済統計データを揃え、競合の分析や事業戦略策定、ターゲット企業選びなどの質とスピードを高めます。事業企画や営業戦略の「課題解決」パートナーとして活用されています。

### 日経イノベーション・ラボ

日経イノベーション・ラボは日本経済新聞社の研究開発部門として、日経グループを未来へと導くための最新技術や新サービスの研究を担当しています。特にAI(人工知能)や自然言語処理といった領域は、ラボが設立された2017年から取り組んできました。その経験を生かし、現在はLLM(大規模モデル)の開発にも焦点を当てています。日経が保有する独自のデータを最大限に活用し、新しいビジネスモデルや価値を創出するための研究も進めています。これらの知見を講演活動や学術発表、美術展でのデジタル展示など様々な形で社会に還元しています。



## 広告事業

企業や官公庁・各種団体を顧客として日経が持つ様々な媒体を通じた情報発信や社会課題の解決のためのソリューションを提供します。メディアにおける広告の潮流は、従来型の顧客の商品やサービスの訴求から、企業理念やパーパスといった企業そのものの訴求に変化しています。顧客の要望に耳を傾け、新聞やデジタル、イベントといった日経の持つ資産を適切に組み合わせた提案を行い、メッセージを確実に届けます。さらに、先進的、革新的な広告手法の提案や顧客もまだ気づいていない社会課題の解決に向けた企画やイベントの立案・運営も行います。

日本経済新聞の読者や日経電子版の会員の多くは、社会を牽引するビジネスパーソンであると共に、多くの可処分資産を持つ富裕層、個人投資家でもあります。他に類を見ないこの優良な読者層に支持されるメディアとして、顧客のブランド価値を最適な手法で伝えることで、顧客の課題解決と日経の収益に貢献します。



シンポジウムなどを通じて、社会課題解決のためのソリューションを提供する

## カンヌライオンズへの取り組み

日経はカンヌライオンズ国際クリエイティビティ・フェスティバル（以下、カンヌライオンズ）の日本事務局の役割を担っています。毎年6月にフランス南部カンヌにて開催される同フェスティバルに協力し、広告・コミュニケーション分野での最先端の手法や作品を国内に紹介しています。

近年、カンヌライオンズでは企業が地球環境などの大きな社会課題に取り組み、それをビジネスの一環として成果を上げる事例が目立っています。日経も社会課題へ取り組むプロジェクトを多く主宰しています。その中のひとつ、ウェルビーイング（心身共に健康である状態）な社会を目指すプロジェクト「Well-being initiative」はカンヌライオンズ2023にてCreative Business Transformation部門の金賞など3つの賞を受賞することができました。

カンヌライオンズへの取り組みを通じて、日経は日本の広告・コミュニケーション業界の発展とともに、より良い社会の実現に向けた企業活動を実践しています。



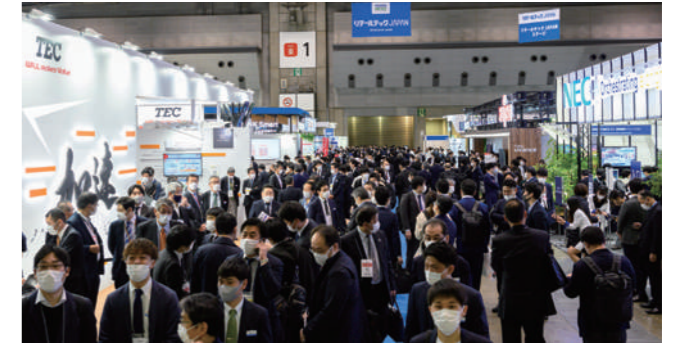
Cannes Lions2023. Getty Images

## イベント事業

デジタル化が進みネットワーク社会が進展する中、社会課題の解決や、産業の振興、科学教育への貢献に向け開催される日経主催のイベントは、「情報」や「ビジネス」、「製品・サービス」、そして「人と体験」が会おうリアルな「場」として高い評価をいただいています。

なかでも、「日経メッセ 街づくり・店づくり総合展」は、流通・小売業や建設業、デザイン、FCビジネスなどのプレイヤーが約1200社出展し、延べ20万人が交流する日本最大級の産業展示会です。日本内外からビジネスパーソンが集まり商談を行う場として広く知られ、50余年の歴史を刻んでいます。近年では「日経メッセ大阪」も実施、関西圏のビジネス展として認知が高まっています。環境展示会「エコプロ」は、ビジネスパーソンから小学生までが集まるユニークな展示会です。中央省庁や環境に関する団体・企業、大学などが多数出展しています。環境に関するビジネス情報が交流する場として、また環境教育の場として、四半世紀にわたり支持を集めています。

2024年11月から国立科学博物館（科博）で開催する特別展「鳥」は、科博史上初めて鳥類をテーマとする科学展覧会です。科博の研究者とコラボレーションし、多数の標本を展示・解説することで、高品質な科学教育の場を創出します。



日経メッセ 街づくり・店づくり総合展



特別展「鳥」  
シマフクロウ本剥製標本  
所蔵：国立科学博物館

## 2025年大阪・関西万博に向けて

2025年大阪・関西万博のテーマウィーク事業に全体協賛します。テーマウィークとは、開催期間中、約1週間ごとに8つの地球的課題テーマについて解決策を探る取り組みです。「地球の未来と生物多様性」や「健康とウェルビーイング」などのテーマごとに、公式参加者、政府・自治体、企業等、万博参加者全体で、対話型プログラムとビジネス交流等を実施します。

また、海の保全や海洋資源の利活用について議論する「NIKKEIブルーオーシャン・フォーラム」を23年から立ち上げ活動しています。25年には

万博で出展される海のパビリオン「ブルーオーシャン・ドーム」とも連携し、日本から世界へ向けて提言を発信していきます。





## ワークシフトソリューション事業

ビジネスパーソンに、より自由で豊かな働き方をもたらし、「主体的に築く未来」を実現するサービスを開発・運営しています。ワークスペースのマッチングサービスである「NIKKEI OFFICE PASS」は、全国1200か所を超えるシェアオフィス拠点を予約なしで使い、働く場の利便性向上を通じた新しい働き方を提案しています。転職サイト「日経転職版」は、ビジネスパーソンにマッチした転職機会を提供し、新たなキャリア形成をお手伝いしています。

変わりたい組織と成長したいビジネスパーソンをガイドする会員制情報サイト「NIKKEIリスクリング」も運営しており、記事やウェビナーを通じて気づきと学びの習慣化に役立つビジネスコンテンツを提供しています。ほかにも、購入型・寄付型クラウドファンディングの「未来ショッピング」では、「企業にイノベーションを。地方に活力を。」を掲げて、新しい事業・商品・サービスを共創しています。



## 文化事業

国内外の美術展、オペラ、クラシックコンサート、古典芸能、教養講座の配信など、多彩な文化事業を展開しています。2022年から23年にかけては、欧州の有力美術館と連携し、ドイツ「ルートヴィヒ美術館展」、英国「テート美術館展 光」、フランス「ポンピドゥーセンター キュビズム展」などを開催、積極的な文化交流に取り組んでいます。また、「国宝・法隆寺展」、「大本山相国寺と金閣・銀閣の名宝」など、日本の伝統文化を継承する美術の紹介も継続的に行っています。音楽・舞台芸術分野においては、50年の歴史を持つ「日経ミュージアサロン」に加え、「日経能楽鑑賞会」、オペラ公演を開催。近年は成長著しいアジアのオーケストラを招聘して「アジアオーケストラウィーク」を催すなど新たな企画にもチャレンジしています。「日経アートアカデミア」では、自宅での学びをサポートする文化教養講座の動画配信にも力を入れています。



キュビズム展（写真上）とフランスでの日経能楽鑑賞会（同下）の様子



## 教育事業

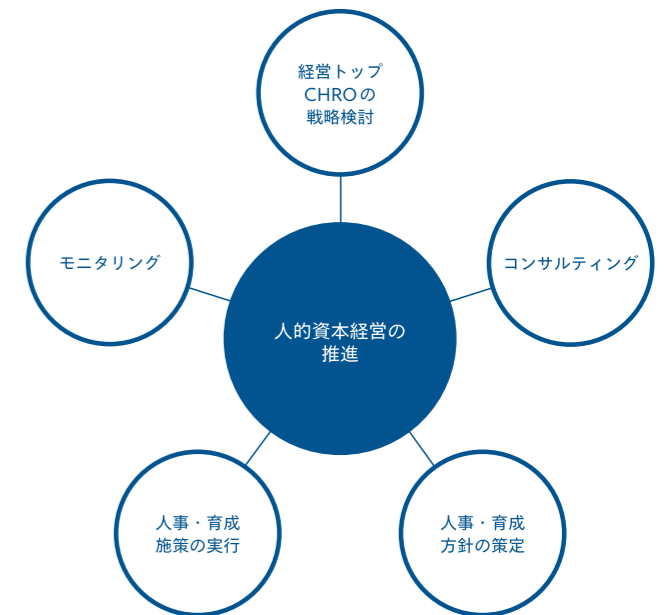
エグゼクティブや次世代リーダーなど幅広いビジネスパーソン向けに、セミナー・講座や研修プログラムを「日経ビジネススクール（NBS）」として提供しています。早稲田大学ビジネススクールと共同で実施する「MBA Essentials」など大学・外部パートナーとの連携講座や、オンライン講座の特性を生かした「NBSオンデマンド」を開講。企業幹部向けには、人的資本経営を討議する「日本版エグゼクティブ教育研究会」、経営者育成のための「日経エグゼクティブ・ガバナンス・プログラム（EGP）」、デジタルトランスフォーメーション（DX）時代の企業経営を探る「日本版DX経営ラウンドテーブル」、コーポレートガバナンスをオンラインで学ぶ「日経EGPオンライン」などを展開。経済知識と思考力を測る「日経TEST」や英語のスピーキング力を測定する「VERSANT（ヴァーサント）」、グローバル時代に必要英語コミュニケーション力向上のための「Excedo（エクセド）」、アプリで英語を学べる「日経LissN」も開発・提供しています。



## 人的資本経営コンサルティング事業

経営戦略に連動した人財戦略の策定と実行が多くの企業の課題となっています。「人的資本経営コンサルティング事業」では、戦略策定から施策立案、育成施策実行、アセスメントといった一連のプロセスで企業のHRを伴走支援しています。最高経営責任者（CEO）、最高人事責任者（CHRO）、最高DX責任者（CDXO）らを会員とする戦略立案のための研究会「日本版エグゼクティブ教育研究会」「日本版DX経営ラウンドテーブル」など役員らの学びの場を創出し、後継者育成および教育体系の構築をアドバイスしながら企業研修を行うことを主な事業領域としています。

さらに、統合報告書に掲載する非財務の情報開示を見据えたコンサルテーションを通じて、顧客企業の企業価値創造にも貢献しています。また、オウンドメディア「日経ヒューマンキャピタルラボ」も始動し、経営者や人事・人財育成担当者に有益な情報も積極的に発信、人的資本経営の推進をトータルで展開しています。



## アジアに 世界に 広がるフィールド

---

世界で最も公正で信頼されるグローバルメディアに  
これが日経の目指す姿です。  
英文媒体 Nikkei Asia はアジアで着実に実績を重ね  
英 Financial Times とは、  
パートナーとして互いを高め合ってきました。  
報道をはじめデータサービスやイベントなど、  
私たちの事業領域は広がっています。



## グローバルメディア

**NIKKEI Asia**

グローバル事業の旗艦媒体となるのがNikkei Asiaです。強固な取材網を生かしてアジアのビジネスや政治、経済、文化を幅広くカバーしています。アジアに関心を持つ世界のビジネスパーソンの必読メディアとして急成長しており、有料読者数は2023年末に6万を突破しました。



### 成長センター、アジアの動き世界に伝える

ミッションに掲げているのは世界の成長センターであるアジアの声と鼓動を世界に届けることです。「アジアのニュースをアジアの視点で」届ける唯一の権威ある英文メディアとして、専門性と独自性の高い記事を読者に届けています。

### 多様で強固な取材ネットワーク

100人を超える専属の記者やエディター、デザイナーが在籍し、英文オリジナルの記事を配信しています。専属記者は現地の言葉を話し、文化を理解し、そして政府関係者や企業などに取材源を持つ人材で、企業や経済に影響を与えるストーリーを掘り起こしています。日経が国内外に持つ1,000人超の取材陣が報じる重要ニュースも英語に翻訳しています。

### 幅広い手法でコンテンツ発信

コンテンツはウェブやアプリで配信するデジタルに加えて、週刊誌の形で届けています。有力英文メディア同様にビジュアル性の高い「リッチコンテンツ」にも力を入れています。ソーシャルでの情報発信はもちろん、ウェビナーやポッドキャスト、リアルイベントなども重層的に織り交ぜて多様な手法で情報発信しています。



## 卓越したジャーナリズム

「質の高い報道」を標ぼうし日々アジアの情報を発信するメディアとして、世界的に評価が高まっています。2023年は特集記事「Women's wealth in Asia (富めるアジアの女性たち)」をアジア出版社協会 (SOPA) の女性テーマ部門グローバル枠で応募したところ、欧米の有力メディアを抑えて最優秀賞を獲得しました。Financial TimesやWall Street Journal、New York Timesなどの欧米勢が受賞をほぼ独占してきたグローバル枠で日本のメディアが最優秀賞を勝ち取るのは初めて。アジア発のグローバルメディアとして風穴を開けた格好です。このほか、中国の広域経済圏構想「一帯一路」を巡るルポルタージュやアジアで暗躍するオンライン詐欺グループを巡る報道など、23年は4つの国際的な団体から計6部門で表彰を受け、24年3月には米ビジネスジャーナリスト団体SABEW (ソ

サエティー・フォー・アドバンシング・ビジネス・エディティング・アンド・ライティング) 2部門で3年連続となる最優秀賞を受賞しました。



### 主な受賞歴

- 2022** SABEW 3部門 (総合評価、国際報道、テクノロジー) で最優秀賞、特集部門などで2作品が佳作  
WAN-IFRA「アジア・メディア賞」新型コロナ関連報道部門、報道写真部門の金賞含む5賞  
SOPA 2部門 (評論、テクノロジー) で優秀賞含む2賞  
WAN-IFRA「アジア・デジタル・メディア賞」データビジュアルライゼーション部門で金賞・銀賞
- 2023** SABEW 2部門 (総合評価、国際報道) で最優秀賞  
Human Rights Watch「人権報道賞」解説特集部門で最優秀賞  
SOPA女性テーマ部門で最優秀賞・優秀賞  
WAN-IFRA「アジア・デジタル・メディア賞」2部門で最優秀賞
- 2024** SABEW2部門 (エネルギー・サステナビリティ・気候変動、メディア・エンターテインメント) で最優秀賞

### 日経 中文网

日経中文网は日本経済新聞社のコンテンツを中国語で発信するメディアです。開設は2012年。日本の大手新聞社で唯一の中国語サイトとして、経済や産業を中心とするニュースや深掘りの分析記事、独自の視点からのコラムなどを毎日発信しています。日経独自の強力な取材ネットワークを活かし、日本の観光スポットやイベント、美食、文化などの情報を生き生きと伝えるメディアとしても、中国語圏の人々に親しまれています。簡体字版と繁体字版があり、中国ではSNSの「微信 (WeChat)」「新浪微博 (シナ・ウェイボー)」のほか、無料ニュースアプリ「今日头条 (ジンリー・トゥエイアオ)」でも記事を発信しています。



「世界最高の経済メディア」を目指して2015年、日経は英国の有力経済紙Financial Times (FT) を買収し傘下に迎えました。編集協力や共同営業、人材交流といった数々

のコラボレーションを通じて、世界にまれにみる独立した「クオリティ・ジャーナリズム」を追求しています。



質の高い報道

FTは135年の歴史を誇る世界有数の報道機関です。経済、金融、政治、社会、テクノロジーなど幅広い分野をカバーし、独自の切り口で深掘りするコラムや特集に定評があります。“Without fear and without favour” をモットーとした報道姿勢を貫き、世界のビジネスリーダーの必読紙として支持を得ています。

グローバルな読者層

FTの読者には、世界中のビジネス界や政治界で最も影響力のある人々が含まれており、主要な企業経営者や政策立案者から信頼されています。FTの紙とデジタルを合わせた有料読者数は190万を超えています。

人材力

FTグループは、世界40カ国に700人のジャーナリストを含む2300人以上の社員を擁するグローバルな組織です。FTグループのビジョンでは、さまざまな立場の人々が互いの意見を尊重し、障壁を取り除き、すべての社員が自分らしく働ける職場環境を目指しています。

メディア・アライアンス

日経とFTのパートナーシップは、ミッション、質の高い読者層、継続的なデジタルトランスフォーメーション、グローバルな成長を軸とした長期戦略により、これまで以上に強固なものとなっています。現在、日経とFTのデジタル読者数は合わせて320万人に達しています。

メッセージ

ジョン・リディング CEO

この8年間で、日経とFTのグローバルな提携関係はますます強固になり、相互の利益と機会をもたらしてきました。私たちが共有する「考え、伝える。より自由で豊かな世界のために。」という使命はこれまで以上に重要性を増しており、読者は不確実な時代を乗り越える指針を求めてFTを訪れます。私たちは質の高いジャーナリズムの価値を共有し、短期的な利益よりも持続可能性と長期的な成功を優先しています。これからももちろん、プロダクトや技術開発から人材交流、AIの学習に至るまで、他の分野や地域でも協力を深めていきます。

私が大変嬉しく思うのは、両社のコラボレーションが自然に広がってきたことです。これは健全でエキサイティングな傾向であり、両社のビジョンとチームが一致していることを物語っています。前途は力強い基

盤の上に築かれています。日経の着実な支援によって、私たちは成長戦略や報道体制、イノベーションへの投資を継続することができました。今後も私たちがともに築いていく未来を楽しみにしています。



ルーラ・カラフ編集長

2024年はFTと日経のニュースルームにとって重要な年になります。11月の米国大統領選挙は間違いなく大きな影響を与えるものであり、巨大な地政学的リスクを引き起こす可能性があります。イギリス、インド、その他多くの国でも選挙が行われ、ウクライナやガザでの戦争も引き続き注目される見通しです。世界的なインフレ率の低下とともに、金利も低下していくでしょう。このような状況において、独立性、寛容性、公平性、正確性を維持することは極めて重要であり、これはFTと日経が共有しているコミットメントです。2024年も実りある協力関係が続くと確信しています。日経の支援により、FTは新しくエキサイティングな報道手法に投資しています。新設したビジュアル調査チームは、ウクライナや北京など、世界各地の実情を暴いて、ますます力をつけています。米国大統領選挙の報道を充実させるために、独自の世論調査や速報

サービスなどの新しいツールにも投資できました。経済的な不確実性や地政学的な複雑さが増す時代のなか、伝統的なビジネス戦略や長年の経済理論には疑問が生じています。日経の支援のもと、FTはこれからも読者の皆さまに最新のニュースを届け、激動の1年を乗り切る案内役となるべく努めてまいります。



日経とFTのシナジー

両社のコラボレーションは多岐にわたります。人材交流と知見の共有です。編集では日経記者のFTでの長期研修がスタートしたほか、広告、マーケティング、デジタルの分野でも研修や出向の形で交流が活発になっています。パートナーシップに関わる社員を増やすことが、ひいては優秀な人材の育成、双方の人的資本の強化につながると期待しています。



## グローバルビジネス

### NIKKEI scoutAsia

グローバル経済の成長エンジンであるアジア地域でビジネスを展開する企業や組織を支援しています。その軸サービスがアジア企業の膨大なデータを搭載した法人向け英文サービス「NIKKEI scoutAsia（日経スカウトアジア）」です。日々めまぐるしく環境が変化するアジアビジネスの最新情報を提供し、顧客の新たなビジネスパートナー探しやビジネス機会の模索に役立っています。

#### アジアのニュース・企業情報を網羅

日経スカウトアジアは日経とFTが共同開発したデータサービスです。アジア・オセアニア26カ国・地域から集めたニュースや産業レポート、企業情報を提供しているほか、高度な自動翻訳技術によって日経電子版に掲載した経済情報をリアルタイムで英文発信。企業の経営企画や国際営業、調査部門などの情報収集に活用されています。



#### AI（人工知能）で膨大な情報を分析

日経スカウトアジアでは日々膨大なニュースコンテンツを収録し、500万社超の上場・非上場企業の情報との関連付けやトピック分析を行なっています。独自のAI技術を活用することで、ユーザーごとに関連ニュースのピックアップや記事の要点、関連企業情報などをまとめてご提供します。企業と人物の繋がりをビジュアル化して表示する機能も搭載しています。



S&P Global社と業務提携を締結

#### グローバル市場への浸透加速、提携・連携を強化

近年は海外企業との協業にも力を入れています。2021年、シンガポール取引所の取引プラットフォーム向けに株式や為替、商品といったアセット別に分類されたニュースの提供を開始。22年に提携した米金融情報サービス大手S&P Global社とは、日経グループの英文コンテンツを同社の情報プラットフォーム「Capital IQ Pro」を通じて投資家に提供するなど、日本の経済情報へのアクセスと利便性を高める協業を推進しています。引き続き海外企業との提携などを通じて、スピーディーかつ競争力のあるサービスを展開していきます。

## グローバルイベント

### NIKKEI FORUM

世界情勢を読み解くための国際イベントを数多く開催しています。第一線で活躍する著名な経営者、政治家と日経とFTのジャーナリストが問題意識を共有して世界へメッセージを発信。2023年からはイベントを通じ海外で「NIKKEI」ブランドの認知度を高めるため、名称を「NIKKEI FORUM」で統一し、一体運営を進めています。

#### アジアの未来

アジア太平洋地域の政界、経済界のリーダーらが域内の持続的な発展について話し合う会議です。初回は1995年で、アジアで最も重要な国際会議の一つに数えられています。新型コロナウイルス感染症の影響がほぼなくなった2023年は前年の2倍となる24人の講師が来日。スリランカのラニル・ウィクラマシンハ大統領やラオスのトンルン・シスリット国家主席、シンガポールのローレンス・ウォン副首相らがメッセージを発信しました。新たな取り組みとして、上智大学をアカデミックパートナーに迎えて学生のアイデアを活かしたパネルディスカッションも実施しました。海外メディアからの取材依頼も多く、民間開催の国際会議としての存在感をますます高めています。

(※画像は開催当日のもの)



#### 世界経営者会議

世界の著名経営者がこれからの事業戦略や経営哲学、社会問題に対する企業目線での解決策などを幅広く議論する会議です。1999年に創設したこの会議は、民間企業主催のビジネスサミットとしてはアジア最大級とされます。25回目となった2023年のテーマは「技術新時代のリーダーシップ」。インテルのパット・ゲルシンガーCEOやリオティントのヤコブ・スタウショーンCEO、ケッペル・コーポレーションのロー・チンホアCEOらグローバル企業のトップが多数来日して聴衆に語りかけました。新しい試みとして、昼食会場でネットワーキングセッションを開くなど、お客様に提供する価値を高める取り組みを続けています。

(※画像は開催当日のもの)



#### Asia Green Tech Summit

2024年3月にシンガポールで開催した本サミットでは、ベトナム自動車メーカー、ビンファストのレ・ティ・トゥ・トゥイ会長や元JAXA宇宙飛行士の野口聡一・国際社会経済研究所理事など多彩なスピーカーを招き、人類共通の課題である地球温暖化について議論しました。日経とフィナンシャル・タイムズ（FT）がコンテンツや営業力を持ち寄って作り上げるカンファレンス連携の一つです。

#### Investing in America

アメリカで外国企業が投資しやすい都市を日経とFTが共同調査し、ランキング形式で発表。ビジネス環境、採用できる人材の質や量、交通インフラや生活のしやすさをもとに、米国進出を検討する企業に役立つ情報を提供しています。前年首位となった都市で開催するサミットも好評で、日経の米州総局長やFTのジャーナリストらがランキングを解説し企業の投資状況についてディスカッションします。

# サステナビリティ

## SDGs

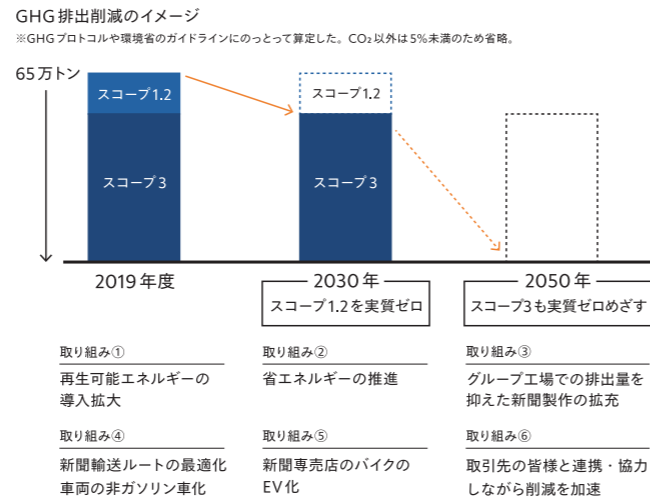
持続的な開発目標（SDGs）に向けた内外への取り組みを加速しています。報道はもちろん、イベントなどを通じて課題の解決策を提案し、社会的な責任を果たしていきます。社内の取り組みとしては日経グループで2030年までに

温暖化ガス（GHG）の自社の直接排出やエネルギー消費などに伴う排出を実質ゼロにする「カーボンゼロ」を目指します。気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言にも賛同表明しました。

### 日経グループ、2030年にスコープ1・2の「カーボンゼロ」めざす

日経グループは企業の社会的責任としてすべての事業活動で環境負荷の低減をはかっています。温室効果ガス（GHG）排出を実質ゼロにする「カーボンゼロ」の目標を2022年12月に設定し、グループをあげて取り組みをさらに推進しています。2030年までにスコープ1・2（19年は約4.5万トン）の実質ゼロを実現し、さらに50年までにはバリューチェーンの排出（スコープ3）を含めた実質ゼロをめざします。

目標を着実に達成するために、2025年にスコープ1・2をグループで2万トン、日経本社単体で1,200トンとする中間目標も2023年7月に設定しました。今後も、排出量の算定を精緻化していくとともに、目標は随時見直し、前倒しも検討します。また、引き続き報道機関として社会全体の脱炭素化を推進する責務を果たしていきます。



### 女性活躍、ダイバーシティを重視

世界経済フォーラムが公表した2023年の「ジェンダー・ギャップ指数」で、日本は146カ国中125位。主要7カ国（G7）では最下位でした。

日経グループは2013年に女性活躍を支援して経済活性化につなげる「日経ウーマノミクス・プロジェクト」を立ち上げ、20年にはジェンダー平等・多様性を経営視点で考え、

各企業や組織、日本経済の発展につなげるための「日経ウーマンエンパワーメントプロジェクト」を創設しました。年間を通じて大型イベントやコンソーシアムを企画し、情報を発信しています。

また、日経の新卒採用に占める女性の割合は2023年以降、5割を超えています。

### SDGs推進、イベントで後押し

日経グループは2018年7月に「日経SDGsフォーラム」を発足させました。日本経済新聞や日経グループの各種メディアとともに、パートナー企業・政府・地方公共団体・教育研究機関・民間団体とのネットワークづくりを促進し、日本のSDGsの推進エンジンとしての役割を果たします。

日本経済新聞社が日経BP、英フィナンシャル・タイムズと連携して開催する日本最大級のSDGsイベント「日経SDGsフェス」を年4回開催。日経SDGsフォーラムシンポジウムはそのメインイベントとなっています。

# 社会貢献

## 中高生の学びを支えます

### 日経電子版 for Education

若年層の学びを支援する取り組みを進めています。協賛企業と組み、日経電子版を授業で活用する中学や高校向けに、情報を正しく理解し活用する能力を磨いたり、マナー・経済の仕組みを学んだりする授業を提供します。若年層の知識と判断力（リテラシー）向上につなげます。



## 経済学の追求、知識向上を支えます

### 円城寺次郎記念賞

日本経済新聞社の元社長で、日本経済研究センターの初代理事長を務めた円城寺次郎氏の名を冠したこの賞は、気鋭の若手・中堅エコノミストの活動を顕彰することを目的にしています。2006年度に日本経済新聞の創刊130周年記念事業の一つとして設けました。受賞者には賞金100万円と賞状・記念品を贈ります。

## ソーシャルビジネスを応援します

### 日経ソーシャルビジネスコンテスト

ソーシャルビジネスの健全な発展と一層の理解促進のため、当分野の優れた取り組みを表彰する「日経ソーシャルビジネスコンテスト」を創設しました。様々な社会的課題をビジネスの手法で解決する「ソーシャルビジネス」に光を当て、広く読者への理解促進を図り、ソーシャルビジネス全体の健全な発展を応援します。

## 学生を応援します

### ジャーナリズムシンポジウム

学生応援プロジェクトとして、米コロンビア大学ジャーナリズム大学院と共催のシンポジウム「これからのジャーナリズムを考えよう」を2018年から開催しています。これまでに東京大学、上智大学、早稲田大学、慶応大学と共催し、メディアに関心を寄せる学生にジャーナリズムの重要性を伝えています。17年に創設された「コロンビア・日経スカラシップ（奨学金）制度」の一環で、アジア地域のジャーナリストを育成するための取り組みです。



## 文学に光、活字文化を守ります

### 日経「星新一賞」

生涯で1,000以上の作品を生み出した星新一。その中には、理系的な発想力によってつくられた物語が数多くあります。「理系文学」ともいえるそれらの作品は、文学としての価値のみならず、現実の科学をも強烈に刺激してきました。今、日本に必要なのはこの想像力。理系をベースにしたアイデアとその先にある優れた物語に日経「星新一賞」をおくります。



## VALUES

独立  
クオリティー  
先進性  
多様性

# 日本経済新聞社

フィナンシャル・タイムズ・グループ

### 出版系

日経BP 日経サイエンス 日経ナショナルジオグラフィック

### デジタル系

日経メディアマーケティング QUICK 日経QUICKニュース社 QUICK E-Solutions 日経リサーチ 日経統合システム 格付投資情報センター 日経金融工学研究所

### 放送系

テレビ東京ホールディングス テレビ東京 テレビ大阪 テレビ愛知 テレビ北海道 TVQ九州放送 テレビせとうち BSテレビ東京 日経CNBC 日経ラジオ社 日経映像

### 販売系

日経メディアプロモーション 日経ピーアール

### 広告系

日本経済社 日経イベント・プロ

### 人材教育系

日経HR

### 印刷・製作系

日経東日本製作センター 日経西日本製作センター 日経編集制作センター

### サービス系

日経プラザ&サービス

### 海外系

日経グループアジア本社 日経アメリカ社 日経ヨーロッパ社 日経中国（香港）社 日経創意（北京）社

### 研究機関等

日本経済研究センター 日本IR協議会 日経広告研究所

## グループで 同じ未来を見据えて前へ

## MISSION

質の高い報道とサービスで 読者・顧客の判断を助け  
世界で最も公正で信頼されるメディアになる

日本経済新聞社とFTの共同ミッション

## PURPOSE

考え、伝える。  
より自由で豊かな世界のために。

## 日経BP

経営、技術、マーケティング、医療、生活の先端情報を提供する専門出版社として、雑誌、書籍、デジタルメディアに加え、総合研究所などを展開しています。日経グループのバリューにある「多様性」と、BPの強みである「専門性」を踏まえ、「多彩な専門性で読者・顧客・社会にその先を示す」というミッションを掲げています。

## Quick

「データで社会を見える化する会社」をミッションに掲げ、経済・金融情報、世界のマーケットデータをリアルタイム配信しているほか、高付加価値なオルタナティブデータを独自開発しています。金融機関はもちろん企業、政府・自治体の意思決定を支援するデータソリューションを提供しています。個人向けの投資情報発信や金融教育にも力を入れています。

## テレ東

「心を温かく、時に熱く。一人ひとりに深く届け、ちょっといい明日へ。」とのパーパスを定め、経済報道、健全なエンターテインメント、アニメなどの特色ある番組を制作し、放送・配信しています。4月には開局60年を迎え、次世代技術や独自IP（知的財産）の開発・活用など、放送の枠を超えた新しい挑戦に取り組んでいます。

役員一覧



岡田直敏  
代表取締役会長



長谷部剛  
代表取締役社長



渡辺洋之  
取締役副社長  
CDIO  
サブスクリプション事業統括



阪本浩伸  
取締役副社長  
総務/HR/管財/  
製作統括



荒川大祐  
常務取締役  
グローバル事業統括、  
Nikkei Asia パブリッシャー、  
日経ヨーロッパ社会長



山崎浩志  
常務取締役  
編集局長、記者塾長



飯田展久  
常務取締役  
情報サービス/  
インデックス事業統括



内山清行  
常務取締役  
メディアビジネス統括、  
リスティング事業担当



今川京子  
常務取締役  
ライフ&キャリアビジネス  
統括



松尾朗  
常務取締役  
財務統括



発田真人  
常務取締役  
映像戦略統括



藤井一明  
常務取締役  
経営企画/法務/出版統括



石川一郎  
取締役  
テレビ東京  
ホールディングス社長、  
テレビ東京社長



高見信三  
取締役  
QUICK 社長



井口哲也  
取締役  
日経 BP 社長 CEO



包国信彦  
監査役



影井正美  
監査役



荒川詔四  
監査役



宮原耕治  
監査役



長榮周作  
監査役

会社概要

社名 株式会社 日本経済新聞社  
代表者 代表取締役社長 長谷部剛  
資本金 25億円  
社員数 3,054人 (2023年12月末)  
売上高 1,734億円 (2023年12月期)

本支社

東京本社 〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7  
TEL (03) 3270-0251  
大阪本社 〒541-8515 大阪市中央区高麗橋1-4-2  
TEL (06) 7639-7111  
名古屋支社 〒460-8366 名古屋市中区栄4-16-33  
TEL (052) 243-3311  
西部支社 〒812-8666 福岡市博多区博多駅東2-16-1  
TEL (092) 473-3300  
札幌支社 〒060-8621 札幌市中央区北一条西6-1-2  
TEL (011) 281-3211  
神戸支社 〒650-0034 神戸市中央区京町69  
三宮第一生命ビルディング4階  
TEL (078) 321-0130  
京都支社 〒604-0874 京都市中京区烏丸通竹屋町角  
TEL (075) 231-2617

国内支局

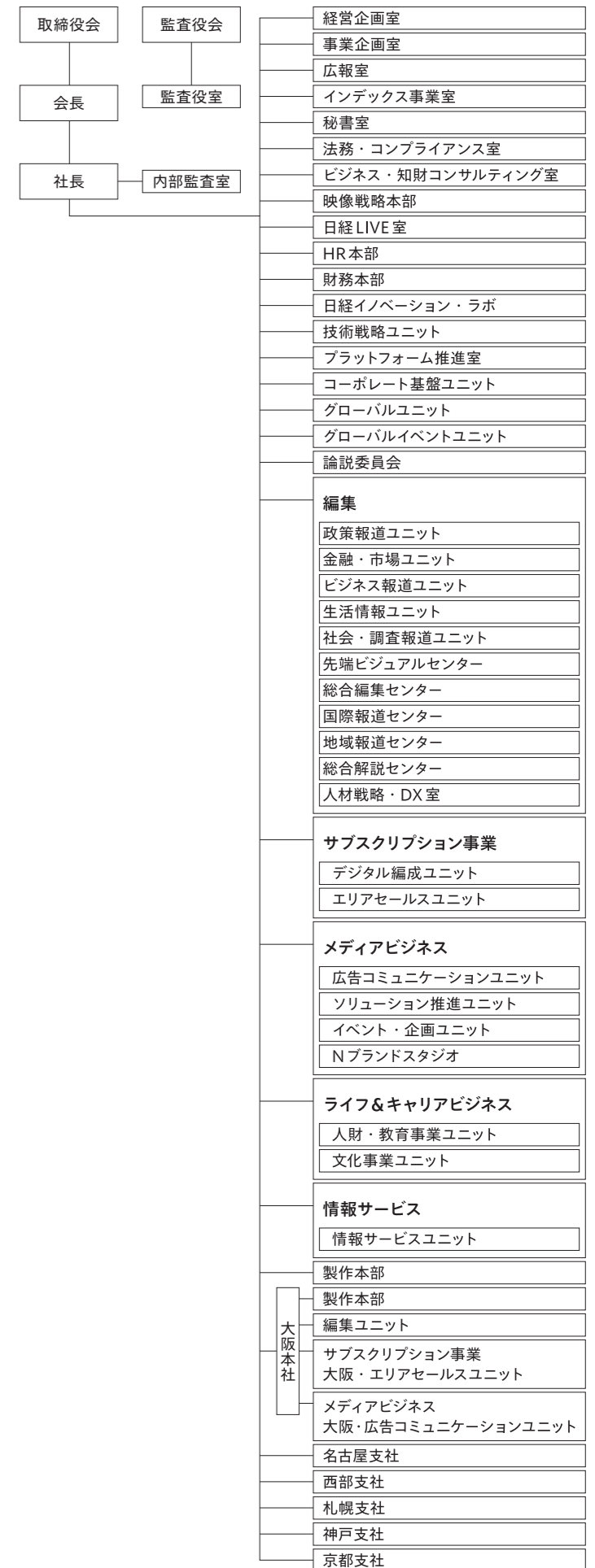
函館/旭川/仙台/青森/秋田/盛岡/山形/福島/郡山/横浜/  
川崎/千葉/さいたま/多摩/甲府/宇都宮/水戸/つくば/前橋/  
長野/松本/新潟/富山/金沢/福井/静岡/浜松/津/岐阜/  
東大阪/堺/和歌山/奈良/大津/広島/岡山/鳥取/松江/  
山口/高松/徳島/松山/高知/北九州/佐賀/長崎/大分/  
熊本/宮崎/鹿児島/那覇

国内印刷拠点

日経東日本製作センター (東雲、川崎、横浜、埼玉、八潮、千葉、茨城) /  
日経西日本製作センター (大阪、西部、名古屋) / 札幌/弘前/  
仙台/新潟/塩尻/静岡/金沢/京都/阪神/播磨/広島/  
高松/鹿児島/那覇

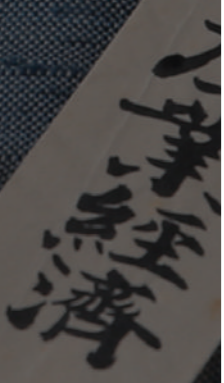
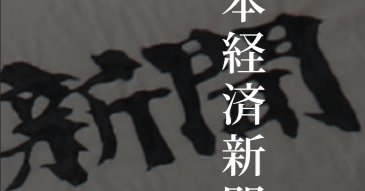
海外拠点

米州編集総局 (ニューヨーク) /ワシントン/シカゴ/  
シリコンバレー/ヒューストン/メキシコシティ/サンパウロ/  
欧州編集総局 (ロンドン) /パリ/ブリュッセル/ベルリン/  
フランクフルト/ウィーン/ジュネーブ/モスクワ/カイロ/  
イスタンブール/ドバイ/テヘラン/ニューデリー/ムンバイ/  
中国総局 (北京) /大連/上海/広州/重慶/香港/台北/  
ソウル/マニラ/ハノイ/アジア編集総局 (バンコク) /ヤンゴン/  
シンガポール/クアラルンプール/ジャカルタ/シドニー





日本経済新聞社の歴史



明治・大正

- 1876年 12月 中外物価新報創刊
- 1882年 7月 匿名組合商況社として三井物産から独立
- 1889年 1月 題号を中外商業新報に変更
- 1924年 10月 夕刊を発行
- 1946年 3月 社名を日本経済新聞社、題号を日本経済新聞に変更
- 1961年 2月 東京・大阪両本社制を実施

昭和

- 1984年 4月 日経テレコン提供開始
- 1975年 5月 日経タウ平均（現日経平均）株価の発表開始
- 1972年 3月 全自動新聞編集製作システム「ANNECS」稼働
- 1971年 10月 市況情報センター（現QUICK）設立
- 1971年 5月 日経流通新聞（現日経MJ）創刊
- 1969年 4月 日経マグロウヒル社（現日経BP）設立
- 1963年 12月 日本経済研究センター設立

平成

- 2009年 4月 東京新本社ビル竣工
- 2008年 3月 日経ウェリタス創刊
- 2007年 1月 日本経済新聞出版社（現日経BP）など発足  
日経本社が事業持ち株会社に
- 2000年 12月 BSジャパン（現BSテレビ東京）開局  
4月 土曜朝刊に別刷り「NIKKI E-プラス1」創刊
- 1999年 10月 日経CNBC開局
- 1998年 4月 格付投資情報センター設立

令和

- 2023年 12月 デジタル購読数が100万に
- 2022年 11月 「NIKKI Prime」スタート
- 2022年 5月 「日経平均気候変動15℃目標指数」の算出開始
- 2020年 10月 「NIKKI Financial」創刊
- 2017年 3月 日曜朝刊に「NIKKI The STYLE」創刊
- 2016年 12月 「日経アジア300指数」の算出開始
- 2015年 7月 英フィナンシャル・タイムズ買収を発表  
4月 大阪新本社ビル竣工
- 2014年 4月 日経グループアジア本社設立  
3月 バンコクにアジア編集総局開設
- 2012年 3月 中国語サイト「日経中文網」スタート
- 2011年 12月 「The Nikkei Asian Review」(現Nikkei Asia) 創刊
- 2010年 3月 日経電子版創刊

中外物価新報創刊～  
商業知識の普及

日経の始まりは三井物産の初代社長、益田孝氏が1876（明治9）年12月に創刊した「中外物価新報」です。当時、国内外の物価などの経済情報は内務省勧商局に集められていましたが、民間に公開されていませんでした。当時の勧商局長は商業の発展のために「商業上の知識を普及する新聞を作れ」と益田氏に強く勧めました。益田氏は大蔵省に勤めていた頃の先輩である渋沢栄一氏に相談。幕末に欧州を視察し、経済情報を流通させることの重要性を理解していた渋沢氏も協力を約束しました。日経は幅広い経済情報の普及により経済発展に貢献する目的で創刊されました。



日本経済新聞の誕生、  
社是を決定

1946（昭和21）年3月、戦時中の「日本産業経済」の題号が改められ、「日本経済新聞」に、社名も「日本経済新聞社」へと変更されました。新たな題字は新進気鋭の書家上田桑鳩（うへだ・そうきゅう）氏が揮毫しました。翌47年4月には新題号を考案した小汀利得（おばま・としえ）社長の発案で社是が決まりました。日経の原点であり、今に続く指針になっています。

社是  
中正公平、  
わが国民生活の基礎たる経済の  
平和的民主的発展を期す

「経済を中心とする  
総合情報機関」へ

1968（昭和43）年に就任した圓城寺次郎（えんじょうじ・じろう）社長は、69年度経営計画で「経済を中心とする総合情報機関」との経営ビジョンを表明、「経営態度としては慎重主義はとらず、いわば“波風の立つ”経営をしていきたい」と大胆にリスクをとる姿勢を前面に打ち出しました。69年には米マグロウヒルと共同で日経マグロウヒル（現日経BP）を設立、東京12チャンネル（現テレビ東京）の経営に参画するなどマルチメディア化を推進しました。



テクノロジーカンパニーの  
DNA

日経はコンテンツをユーザーに送り届けるという使命を果たすために新技術への投資を積極的に行ってきました。1972（昭和47）年には、コンピューターを利用した新聞製作システム「ANNECS」（Automated Nikkei Newspaper Editing & Composing System）が完成。手作業で鉛の活字を選んで紙面を組み上げる従来のプロセスを、コンピューターに置き換えることは、まだ世界のどの新聞社も取り組んでいませんでした。テクノロジーカンパニーのDNAは2010（平成22）年3月に創刊した日経電子版にも引き継がれました。



英フィナンシャル・タイムズ  
(FT) を買収

2015（平成27）年7月、日経は英国の有力経済紙フィナンシャル・タイムズ（FT）を発行するFTグループを出版や教育事業を手がける英ピアソンから買収すると発表、11月には全株式を取得しました。日英の有力経済メディアが統合し、世界最大のビジネスメディアグループが誕生する。このニュースは大きな反響を呼び、海外でも大きく報じられました。FTとは共同編集特集や人材交流を進め、「クオリティー・ジャーナリズム」の担い手として、さらなる成長を目指しています。



# NIKKEI at a Glance

NIKKEI Asia

61,713

有料会員数 (ID、2023年末)

FT  
FINANCIAL  
TIMES

1,975,633

有料会員数 (紙+デジタル、2023年12月)

## 日本経済新聞

1,409,147

日本経済新聞朝刊部数 (2023年12月)

902,222

電子版有料会員数 (2024年1月)

1,018,499

デジタル有料購読数 (2024年1月)

6,312,335

無料登録を含む電子版会員数 (2024年1月)

支局数 

51 37

国内 海外



記者人数  
(2024年4月現在)

1,348 181

国内 海外

日経の働く環境

新入社員の男女比率  
(2024年)

42% 58%

男性  女性 

平均勤続年数  
(2023年4月現在) 

21.9年 13.7年

男性 女性

育児休業の取得率  
(2023年度) 

80.9% 100%

男性 女性

管理職に占める女性の割合  
(2023年度) 

13.5%