

# NIKKEI

2022

日本経済新聞社





考え、伝える。より自由で豊かな世界のために。

1876年、たった4ページの物価情報紙から日本経済新聞社は始まりました。  
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、そこには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。  
技術水準が飛躍的に高まっている昨今、  
あらゆる判断は、膨大な情報の中でなされています。  
情報の正確性が問われている今だからこそ、  
私たちは、これまで以上に世の中に対してフラットに向き合い、  
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。  
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、  
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、ミッションです。

バリューは、すべての社員が共有する価値観、

パーパスはいつまでも変わらないグループの存在意義、

ミッションはグループ各社それぞれがパーパスに沿って果たすべき使命を表します。

### Values

独立 *Independence*

クオリティー *Quality*

先進性 *Innovation*

多様性 *Diversity*

### Purpose

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

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.*



# NIKKEI at a Glance About Us



NIKKEI Asia

2 prizes

世界新聞・ニュース発行者協会 (WAN-IFRA)、  
全米ビジネス編集者記者協会 (SABEW)  
のメディア賞をそれぞれ受賞



1,170,000

有料会員数 (紙+デジタル)

NIKKEI

1,814,373

日本経済新聞朝刊部数 (2021年12月)

797,362

デジタル有料購読数 (2022年1月)

5,552,529

無料登録を含む電子版会員数 (2022年1月)

## Our Businesses

新聞 ———— 日本経済新聞 / 日経産業新聞 / 日経MJ / 日経ヴェリタス  
Nikkei Asia (プリント版) / Financial Times

デジタル ———— 日経電子版 / NIKKEI Financial / Nikkei Asia / FT.com / 日経中文網

出版 ———— 日経BP / 日経サイエンス

放送 ———— TXNネットワーク (テレビ東京系列) / BSテレビ東京  
日経CNBC / 日経ラジオ社 / プレミアム・プラットフォーム・ジャパン (PPJ)

メディアビジネス

文化事業

教育事業

インデックス事業

支局数



51

国内

37

海外



記者・編集スタッフの人数

1,346

国内

164

海外



## デジタルの荒波を 突き進め

---

インターネットの普及で劇変した世界  
様々な情報をタダで得られる時代になりました。  
でも世の中に出回っているのは玉石混交  
だからこそ今求められているのは信頼性です。  
「クオリティ・ペーパー」であり続けるため  
ビジネスや暮らしにもっと役立つため  
どこでもニュースにアクセスできるようにするため  
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

ネット上であつという間に世界のニュースが飛び交う時代。日本経済新聞では独自の取材・分析力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」の追求に力を入れています。たとえば「グリーンバブル」シリーズは世界のマネーが不透明な脱炭素取引に流れ込んでいることを明らかにした調査報道です。ウクライナ情勢をめぐっては最新のデジタル技術や衛星データを駆使して、ロシア

が発信した動画やSNSに自作自演の可能性があることを示しました。「データで読む地域再生」シリーズは、その地域に住んでいる人でも気がつかなかった「地域の強み」を掘りおこして、課題の解決策を探っています。

読者の判断に役立つ確かな記事を提供することで「世界で最も信頼されるメディア」となることを目指しています。

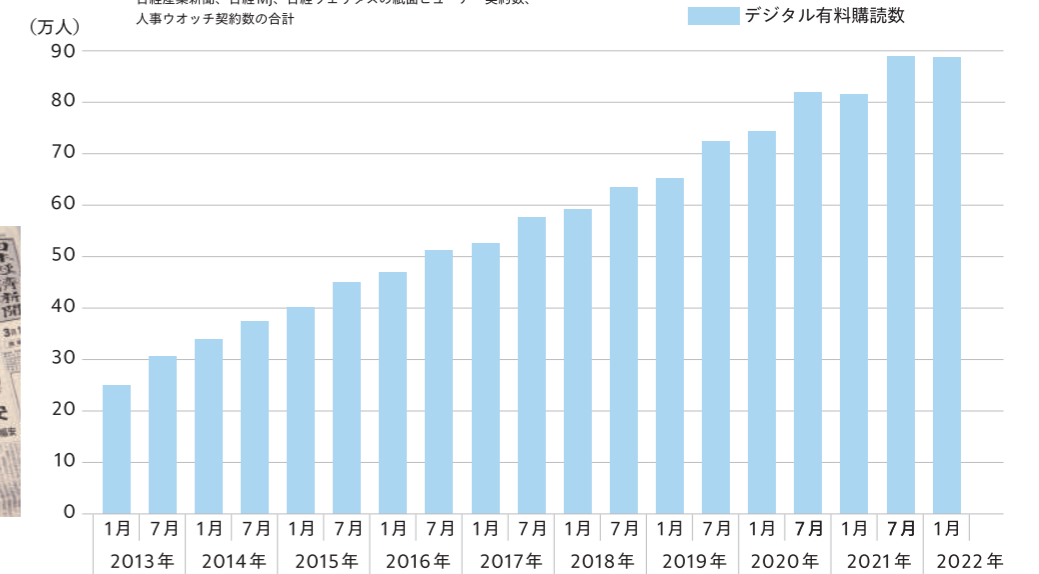


## 日経電子版で新しい読者層を開拓

日経が提供するデジタルサービス「日経電子版」「日経産業新聞ビューアー」「日経MJビューアー」「日経ヴェリタスビューアー」「人事ウオッチ」を合わせた有料購読数は2022年1月1日現在、87万人を超えています。電子版の有料会員は、これまで少なかった女性や20歳代の若者に急速に裾野が広がっており、紙の新聞ではアプローチできなかった読者の取り込みで成果をあげています。ビジネス社会で成長する手掛かりとなる「My Purpose」など、若手ビジネスパーソンの心に刺さるコンテンツを拡充するなどして、さらなる購読者の拡大を目指します。

加速するデジタル有料購読数の増加ペース

※デジタル有料購読数は日経電子版の有料会員数と、日経産業新聞、日経MJ、日経ヴェリタスの紙面ビューアー契約数、人事ウオッチ契約数の合計



### 専門的な情報を強化するセット商品

#### 日経産業新聞ビューアー

伝える事業会社は毎日約300社。日経本紙では読めない最先端のニュースや深掘りした解説、海外情報を提供。

#### 日経MJビューアー

個人消費の動向や最新トレンド情報が満載。生活者のニーズと企業のマーケティング戦略などに強み。

#### 日経ヴェリタスビューアー

マーケットはどうなる？ 次の成長企業は？ 投資やビジネスのヒントになる専門的な情報は情報戦に欠かせない武器に。

#### 日経人事ウオッチ

企業名や氏名を登録すると昇進や異動などの情報を自動で収集。企業、官公庁、団体など7,000法人以上の人事データを提供。

### 日経電子版 Pro

業務効率アップにつながる追加機能をふんだんに盛り込んだ企業向け電子版。個人版で提供している情報はもちろん、日経産業新聞、日経MJ、日経ヴェリタスなどの記事も網羅。簡単な操作でそれぞれの企業に必要な情報だけを選んで収集したり、チームのメンバーで共有したりできます。日経の記事をワンクリックで英文に翻訳し、和英併記で表示することも可能になりました。



# 新たな価値を生むデジタルジャーナリズム

日本経済新聞電子版は2010年の創刊以来、記事をタイムリーに配信できる強みを生かした新たな報道のあり方を追求してきました。

読者が求めている時間帯に重要なニュースや解説を紙面に先駆けて電子版で配信する、それがデジタルファーストです。印刷や配達に要する時間を逆算してつくる紙の新聞とは異なる、いわば「読者ファースト」の発想です。ニュースをいち早く速報し、解説記事も翌日の朝刊を待たず、その日のうちに読むことができます。

その代表例が、平日夕方に日経独自のニュースや解説・読み物を電子版に掲載する「イブニングスクープ」です。多くの読者が仕事を終え、電子版を読む余裕ができる時間帯に合わせて、翌日の朝刊に掲載する政治、経済、ビジネスなどビジネスパーソンの関心が高いインパクトのある記事を配信しています。

電子版はビジネスパーソンを中心に着実に読者を増やし、2022年1月時点の有料会員数は約80万人です。20代を中心とする若年層の読者も増えています。



## ニュースのひと言解説「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などを投稿する「Think!」。エキスパート陣は約120人になり、週に250件ほどの投稿があります。

「Think!」は電子版のニュース記事に、専門家や日経の編集委員らが短文の解説や見解を投稿する機能です。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、ソニーグループシニアアドバイザーの平井一夫さんら各分野の著名な専門家らに参加いただいています。関心があるニュースはより深く。読者にニュースを読むことを「体験」として感じ、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。



## topics

## NIKKEI LIVE

NIKKEI LIVEは日経のさまざまなイベントのライブ映像を視聴できる日経電子版内にあるサービスです。日経では国際シンポジウム、大型展示会からセミナーまで多様なイベントを開催しています。コロナ禍でイベントのオンライン化が加速する中、グループのイベント情報を告知、申込から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編集委員、有識者らがタイムリーに核心に迫るニュース解説ライブも配信しています。映像やグラフなどデジタルならではの表現方法を織り交ぜながら、投票やチャット、質疑応答など読者・視聴者との双方向コミュニケーションでコンテンツを作ります。記事だけでは伝わらない取材の裏側を見せることで、ユーザーの興味や批判などリアルタイムでわかるおもしろさがあります。読者の関心分野とオンラインだからこそ得られる視聴データの分析で、読者ニーズにあった専門性の高いコンテンツ作りにつながり、読者のエンゲージメントも深まります。

NIKKEI LIVEでは5Gの普及やテクノロジーの発展による動画視聴のニーズに合わせ、電子版記事とあわせた新しい報道体験を読者に提供していきます。



## topics

## NIKKEI Financial

NIKKEI Financialは2020年10月創刊した金融情報に特化した新しいデジタルメディアです。金融機関や事業会社などのエグゼクティブ層を中核読者に想定。金融機関経営やフィンテック、グローバル金融、監督行政など金融にまつわる重要事象をベテラン記者が徹底的に深掘りする、独自の高級コンテンツを目指しています。デジタル媒体ならではの特質を生かして会員限定のニュースレターを毎週発行し、金融VIPを招いた会員限定のオンラインセミナーも定期開催し好評を博しています。

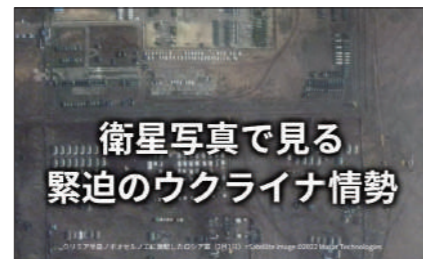




## データで解く ビジュアルで迫る

ネット上で誰でもアクセスできるオープンデータや人工衛星画像などを解析して真相に迫る「データジャーナリズム」に力を入れています。ロシアのウクライナ侵攻では現地での取材が困難な中、データジャーナリズムの手法を駆使して新しい報道の形を追求しました。衛星画像解析によるロシアの進軍、OSINT（オープンソース・インテリジェンス）によるフェイク動画の分析、SNSを使ったロシア市民反戦活動の取材——などです。

データジャーナリズム分野ではコンテンツをビジュアル化し、説得力ある見せ方をすることが重要です。記者・編集者とウェブデザイナー・ウェブエンジニアが一体となってつくる「ビジュアルデータ」は地図データや3次元画像を組み合わせるなど多彩なコンテンツ表現を可能にします。短時間でビジュアルコンテンツが作成できる新しいツールも導入。新技術を積極的に取り入れてこの分野で世界のトップランナーを目指します。



## データビジネス、グループの成長エンジンに

グループ事業の成長に欠かせないのが、企業や官公庁、学校など法人にデータを提供するビジネスです。国内外750以上の媒体の記事や専門情報が検索できる日経テレコン、マクロ統計や企業情報、マーケットデータを提供する日経NEEDSなど長い歴史を持つデータベースを核にしながら、AI時代のデータ分析を支える斬新なサービスを次々と展開しています。

### 日経バリューサーチ



国内外の企業や業界について、簡単かつ短時間の操作で質の高い調査、分析ができる究極の情報ツールです。日経グループが収集する豊富な産業・経済データと最先端の分析ノウハウを生かしたサービスで、企業の経営企画や営業戦略の策定で利用が拡大。金融機関やコンサルティング会社でも活用されています。顧客企業の社内システムに組み込んで使う機能も提供。あらゆるビジネスシーンで多様な情報ニーズに力強く応えます。

### 日経スマートクリップ

### 日経スマートクリップ

社内で共有したい記事を登録キーワードで自動的に収集し、社員のパソコンやスマートフォンに届ける情報共有サービスです。約1万社で50万人以上に利用される日経テレコンのコンテンツを企業のニーズに合わせた形で提供するサービスの一つで、日経が発行する新聞だけでなく全国紙、地方紙、業界紙なども対象です。自社や競合、顧客業界の最新記事を効率的にピックアップし、毎朝の始業前などに配信します。

### 日経オルタナティブデータ



オルタナティブデータとは、機関投資家によって投資判断のために使われるデータのうち、伝統的に用いられてきた決算開示等、一般的な公開情報以外のデータ群の総称です。新聞記事、SNSの投稿、POSデータなど、これまで投資判断に使うことが難しかったビッグデータは、金融機関を中心に活用が広がっています。

日経は国内最大級のデータホルダーとして、記事・POS・証券・財務データを「日経オルタナティブデータ」として提供しています。これからも報道機関として信頼性の高いデータを提供し続けていきます。



世界の証券・金融情報をリアルタイムに提供

日本を代表する金融情報サービス会社であるQUICKでは、株式、債券、為替など膨大なデータやニュースに独自の分析・評価を加え、付加価値の高い情報をリアルタイムで提供します。金融機関や機関投資家、事業会社向けに投資情報を提供する「QUICK Workstation」や、データソリューションシリーズの「QUICK APIs」など顧客ニーズに即応し、課題解決につながるソリューションを提供しています。





## テクノロジーのDNA

### CDIO を創設

日経は顧客の期待に応えるため、最先端のテクノロジーに投資し、利活用することで新しい地平を拓いてきました。1970年には日本初となる経済情報提供サービス「NEEDS」の提供を始めたほか、72年には世界初となるコンピューターを利用した新聞制作システム「ANNECS」を完成させ、鉛の活字による新聞製作作業をデジタル化しました。パソコンが国内に普及し始めた92年には編集支援システム「PLES」を稼働させ、編集作業のIT化を実現。インターネットが世界的に

本格普及し始めた96年にはニュースサイト「NIKKEI NET」を立ち上げ、2010年に創刊した日本経済新聞電子版はいまや世界屈指のネットメディアに育っています。2022年には全社のデジタル戦略推進に取り組むCDIO(チーフ・デジタル・インフォメーション・オフィサー)を創設。日経社内に息づく「テクノロジーのDNA」や挑戦の精神をさらに活性化させ、時代に合ったメディアに変貌していくことでジャーナリズムの責務を果たし続けていきます。

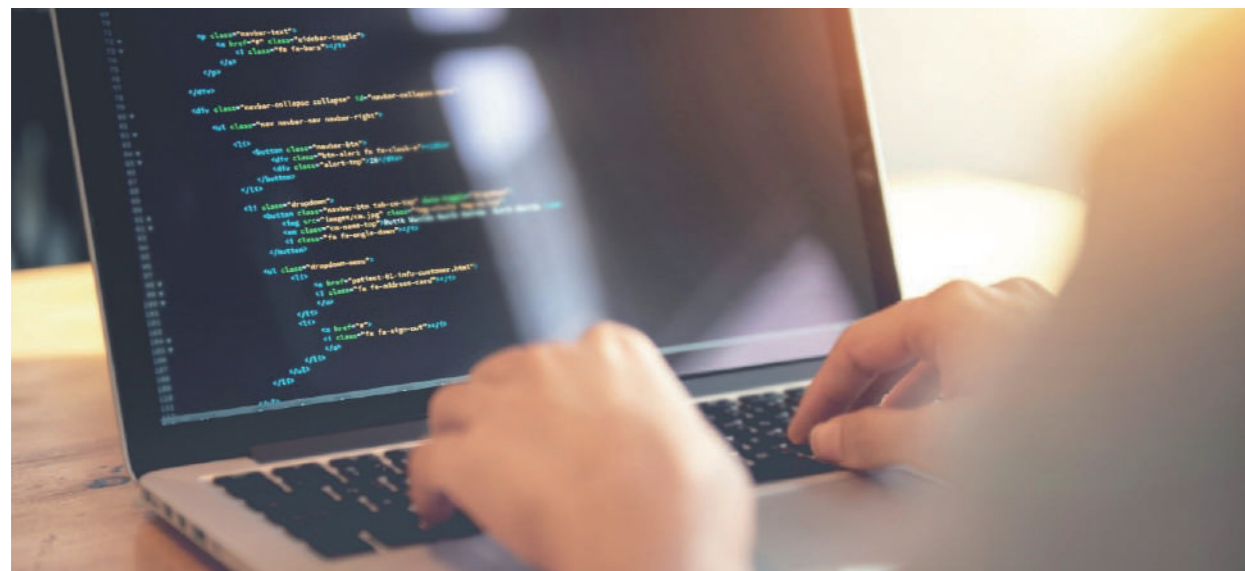
### クラウド環境でアジャイル開発

「最適なテクノロジーを取り込み、新しい価値を常に読者に提供する」。電子版を構成するシステムはクラウド上で稼働し、日々改良が加えられています。社内エンジニアが中心となり、外部のメンバーも加えた開発チームが、アジャイル開発で素早く報道特集ページや新機能を提供し、日経の報道を支えています。エンジニアを積極的に採用し、社内エンジニアと編集人材とビジネス人材が一体となって、進化しつづけるプロダクトを生み出しています。

### ID 基盤とデータ分析で顧客の利便性を追求

日経グループが提供するサービスは「日経ID」によるワンID化を進め、対応サービスを拡充したり、連携サービスを増やしたりして、日経IDの高度活用による付加価値の向上に取り組んでいます。

独自開発したデータ分析基盤を活用し、電子版では読者の行動をリアルタイムで分析してレコメンド機能を磨き上げています。「いまどんな読者がどんな記事を読んでいるのか」「どんな記事を読んだ後、有料会員に登録したのか」などの事象を正確に把握し、コンテンツの強化やサービスの開発にフィードバックしています。



## イノベーション・ラボ

### 世界最先端テクノロジーを追求

日経のテクノロジー戦略の司令塔となるのは2017年に発足した研究開発機関「日経イノベーション・ラボ」です。日経電子版と連携しながら、AI(人工知能)やAR(拡張現実)、あらゆるモノがネットにつながるIoTなど世界最先端テクノロジーの研究開発を進めています。編集業務の合理化につながる新技術の開発や、

データを活用した調査報道などでもラボが協力しています。最近話題のメタバース(仮想空間)、ブロックチェーン(分散型台帳)を基盤とするWebの新潮流「Web3」など次の成長市場の調査研究も進めており、日経をテクノロジーで世界最先端のメディアにするための技術戦略を支援しています。



日経イノベーション・ラボがメトロポリタン美術館の協力を得て制作したプロジェクションマッピング(新国立美術館)。

### 新聞広告IoT化推進

日本経済新聞社では最新テクノロジーを導入して新聞広告の活性化を進めています。2018年12月、広告戦略「新聞広告IoT宣言」を発表。紙の新聞広告をインターネットにつなぐことで魅力を高め、価値を向上させる取り組みを開始しました。①紙面ビューアーを使った「新聞広告認識度のスコア化」②AR(拡張現実)アプリ「日経AR」の活用——、2つの新聞広告活性化策を柱にIoT化を進めています。「新聞広告認識度のスコア化」は、紙面ビューアーの閲覧ビッグデータを分析し、紙媒体を含めた全体の広告効果を測定しレポートします。「日経AR」は新聞にスマートフォンをかざせば、関連する動画や画像が浮かび上がったり、サイトに遷移したりするアプリです。広告だけでなく編集記事やイベントでの利用も広が

り、読者の新聞体験を変革しています。この取り組みは、19年度の新聞協会賞(経営・業務部門)を受賞しました。





## 日本からアジアへ そして世界へ

---

Global & Growth（グローバルに成長する日経）。

これが日経の基本戦略です。

2011年、アジア経済圏の実像をアジアの視点で世界に発信する  
新英文媒体The Nikkei Asian Reviewを創刊（2020年にNikkei Asiaに名称変更）。

2015年には卓越した経済報道で欧米屈指の評価を誇る

英Financial Timesが日経グループに加わりました。

一世紀を超える伝統に裏打ちされた信頼のブランドと

デジタル・ジャーナリズムを切り開く先進性をあわせ持つ日経とFTが、

強力なグローバルメディアを目指し一つになりました。

ニュースをはじめビジネスサービスやイベントなど、

他では得られない価値を提供しています。





Global & Growth 戦略のフラッグシップとなるのが Nikkei Asia です。アジアのビジネスに関心を持つ世界のビジネスパーソンに向け、現地取材網を生かした独自性の高いコンテンツを提供しています。



## 1 アジアのニュースを英語で世界に発信

「アジアのニュースをアジアの視点で」が Nikkei Asia のコンセプトです。アジアのビジネスに関心を持ち、専門性の高い記事を求める読者にアピールできる独自性の高い記事を配信しています。アジア発を中心とした英文オリジナル記事に加え、日本経済新聞で報じる重要ニュースも英語に翻訳して載せています。ビジネスや政治・経済分野のニュースのほか、文化・トレンドもカバーします。とりわけアジアテックの報道には力を入れており、数多くのスクープを配信しています。

## 2 デジタルファーストの編集体制で先行

すべてのコンテンツをまずウェブで配信する「デジタルファースト」の編集体制にいち早く移行しました。Financial Times から導入した解析ツールを活用し、どのような記事がいつ読まれるのかなどを分析しながら、記事を計画的・効果的に配信しています。プリント版（週刊の紙媒体）にはウェブで配信されたベストの記事を集め、パッケージとして提供しています。新規読者の開拓や購読者の満足度向上へソーシャルメディアやニューズレターを積極的に活用しています。

## 3 有力企業 300社を重点取材

時価総額や成長性などにに基づき、アジアの主要上場企業 300社程度を選び出した「アジア 300」の構成企業を、重点的に取材しています。アジア 300 企業やその予備軍である注目スタートアップの経営分析は重要コンテンツで、現地での取材に基づいた独自性が高い記事を配信しています。



## 卓越したジャーナリズム

全米ビジネス編集者記者協会（SABEW）が優れた報道作品を表彰する「ベスト・イン・ビジネス・アワーズ」で、3つの最優秀賞を含む5賞を受賞しました。ビジネス・金融を中心とする世界最大の経済ジャーナリスト協会が1995年に創設した世界的に著名な賞です。また、世界新聞・ニュース発行者協会（WAN-IFRA）の2022年「アジア・メディア賞」では、新型コロナウイルス関連報道部門、報道写真部門でそれぞれ金賞と銀賞、特集記事部門で銀賞と、計5つの賞を受賞しました。



## 受賞歴

- 2015 アジア出版者協会（SOPA）年間協会賞最優秀賞（環境報道部門）、優秀賞（ニュース、評論部門）  
IEビジネススクール「アジアにおける経済ジャーナリズム賞」で最優秀メディア賞
- 2016 SOPA 最優秀賞（評論部門）、優秀賞（環境報道部門）  
IEビジネススクール「アジアにおける経済ジャーナリズム賞」でラテンアメリカ経済に関する最優秀報道賞
- 2017 SOPA 最優秀賞（ライフスタイル、ブレイキングニュース部門）、優秀賞（ビジネス報道部門）
- 2018 世界新聞・ニュース発行者協会（WAN-IFRA）アジア・メディア賞特集記事部門銅賞  
SOPA 最優秀賞（評論部門）
- 2019 IEビジネススクール「アジアにおける経済ジャーナリズム賞」で最優秀経済報道賞  
WAN-IFRA「アジア・メディア賞」のニュース報道部門で金賞  
SOPA 3部門（スクープ、経済報道、ニュース解説）で最優秀賞、雑誌デザインで優秀賞
- 2020 WAN-IFRA「アジア・メディア賞」特集記事部門など2部門で銀賞  
SOPA 4部門（スクープ、ニュース解説、芸術・文化報道、雑誌デザイン）で最優秀賞、過去最多5作品が入賞
- 2021 WAN-IFRA「アジア・メディア賞」特集記事部門、新型コロナ関連報道部門の金賞含む4賞  
全米ビジネス編集者記者協会（SABEW）3部門（総合評価、国際報道部門、テクノロジー部門）で最優秀賞、特集記事部門などで2作品が佳作
- 2022 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

### topics アジア企業と積極提携

アジア経済のコンテンツ拡充のため、現地メディアとの提携を積極的に進めています。東南アジアのファンドやスタートアップ企業の情報を扱うシンガポールのディールストリートアジア社を2019年5月に買収。中国のスタートアップ専門メディア、「36Kr」の運営会社とも資本・業務提携しました。両社とはイベントや情報サービスの分野でも連携します。



# Financial Times

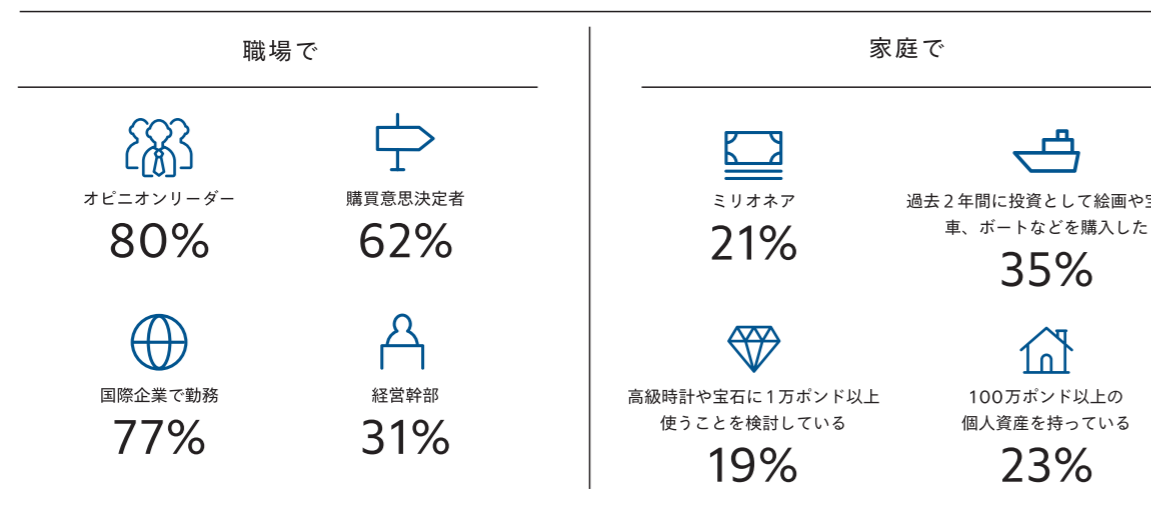


「世界最高の経済メディア」を目指す。日経の掲げた目標を達成するため、パートナーに選んだのが有力経済紙Financial Times (FT) でした。2015年11月、英ピアソンからFTグループの全株式を取得。FTを日経グループに迎え入れ、グローバル市場という大海へ漕ぎ出しています。FTとは共同編集特集や人材交流を進め、「クオリティー・ジャーナリズム」の担い手として互いに信頼関係を築いてきました。

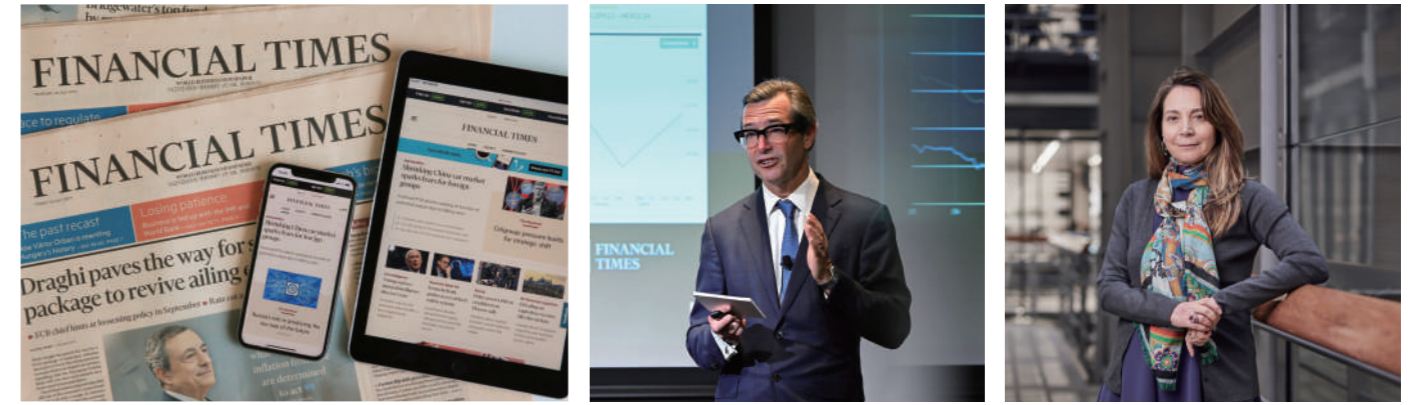


FT本社の「ブラッケンハウス」

## FTの読者プロフィール



(FT Global Reader Survey 2020, FT Behavioural and Demographic Survey May 2016)



ジョン・リディング最高経営責任者 (CEO)

ルーラ・カラフ編集長

## FT とのシナジー

英文ニュース・企業情報サービスである「scoutAsia (スカウトアジア)」は、日経とFTが共同開発し2018年3月にスタートしました。400万社を超えるアジアの上場・非上場会社の情報と、FTやNikkei Asiaなど30を超えるアジアの主な英語メディアの記事を収録しています。AI技術を活用した分析機能で国・業種など様々な切り口から、仕事に役立つ情報をまとめてチェックできるビジネスツールです。アジア地域でビジネスを展開するグローバル企業が主なユーザーです。

日経・FT感染症会議は2014年に開始。感染症対策の第一人者が集まる国際会議として新型コロナウイルス対応などを話し合い注目されました。毎年開催前に本紙とFTで共同編集特集を同日掲載し、議論の機運を高めています。

日経とFTはこのほか、さまざまなビジネス分野で連携を深めています。タイムリーなテーマで共同イベントを開催しているほか、FTが展開するエグゼクティブ研修プログラム事業や、DXコンサルティング事業などでも協力しています。

# scoutAsia

## ニューズレターを創刊

最近力を入れているのが、特定分野のニュースや関連情報を読者にメールで定期配信する「ニューズレター」です。2019年4月には成長著しいアジアのテクノロジー業界の動向に特化したニューズレター「#techAsia (テックアジア)」を共同で創刊しました。Nikkei AsiaやFTの関

連記事に加え、専門家のレポートや話題の人事、注目のデータまで幅広く網羅しています。19年6月にはESG投資をテーマにした「Moral Money (モラルマネー)」も創刊。日経とFTのシナジーは編集分野でも広がっています。





## SDGsへの取り組み

持続可能な開発目標（SDGs）が国連で2015年9月に採択されてから、2030年の目標達成に向けた社会的関心が高まっています。日本経済新聞社は2019年12月、国連が世界の主要な報道機関などに参画を呼びかけている「SDGメディア・コンパクト」に署名しました。報道はもちろん、イベントなども通じて社会課題に取り組む企業や個人が求める解決策を積極的に提案し、社会的責任を果たしていきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



### カーボンゼロ、報道の柱に

2021年1月から日本経済新聞でSDGsに関連した連載企画「第4の革命 カーボンゼロ」を開始しました。脱炭素社会の到来を農業、産業、情報に次ぐ「第4の革命」と位置づけ、企業や政府の覚悟を問うています。日本経済新聞紙面には、論説委員や編集委員がSDGsの達成に意欲的な企業の社長にインタビューをして書き上げる「SDGs未来面」を掲載します。グループのFinancial Timesや日経ビジネスの紙面も効果的に活用し、日本企業のSDGs達成への取り組みを伝えています。また、講師を招いた勉強会も多数開催しています。

2021年4月には「NIKKEI脱炭素（カーボンZERO）プロジェクト」を立ち上げました。2050年までのカー

ボンゼロ社会の実現に向けて行動する企業・団体のトップと有識者でNIKKEI脱炭素委員会（委員長・高村ゆかり東京大学未来ビジョン研究センター教授）を定期的に開催。国内外のモデルケースの共有と課題の整理、脱炭素を目指す企業のイメージ調査や、積極的に取り組む企業、団体、個人への表彰事業などを行います。

日本経済新聞社は2007年11月に「環境基本理念」及び温室効果ガス削減の数値目標を盛り込んだ「環境基本指針」を制定。観光配慮の先進企業となることを宣言しました。2017年9月には指針を改定、積極的に取り組んでいます。

### 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2021年の「ジェンダー・ギャップ指数」で、日本は156カ国中120位でした。主要7カ国（G7）の最下位で多くの社会的な課題を抱えています。

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この10年、3~4割で推移しており、今後も平均で4割台とする計画です。

### 日経SDGsフォーラム／日経SDGsフェス

「日経SDGsフォーラム」は、日経グループのメディア・イベント・ネットワーキングを通して、企業のSDGs達成や、その過程における情報発信をサポートしていくプロジェクトです。日本経済新聞社と日経BPとで運営しています。

「日経SDGsフォーラム」の活動内容のなかで、最も注目されているのが年5回開催する「日経SDGsフェス」

です。1週間にわたり、10前後のセミナーやシンポジウムを集中開催します。政府関係者、研究者、国内外の有識者や企業トップらが毎年400名ほど登壇する日本最大級のSDGs関連イベントとなっています。日経SDGsフォーラムシンポジウムはそのメインイベントです。政府と地方自治体、企業などの取り組みを内外に広く発信しています。



### 日経Smart Workプロジェクト

労働環境の整備など人材の活躍に関わる要素だけでなく、先進技術の導入やイノベーション、構造転換を通じた働き方改革を企業の生産性向上につなげ、日本経済の成長を目指す取り組みです。シンポジウムによる情報発信や学識者による研究会などを実施。主に上場企業を対象にしたアンケート調査を経て、優秀企業を表彰。Smart Work企業＝次世代の日本型エクセレントカンパニーを探っていきます。

NIKKEI Smart Work



## 国際会議・フォーラム

### 国際交流会議 アジアの未来

アジア太平洋地域を中心とした政界、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。新型コロナ禍の影響により2020年の中止、2021年のオンライン開催を経て、2022年は3年ぶりにリー・シェンロン・シンガポール首相ら海外の要人を会場に迎えたほか、リアルの有料受講者も復活しました。自由で豊かな経済社会の実現を後押しするために2021年に創設した「日経アジアアワード」を受賞したシンガポールの食品テック企業「シオック・ミーツ」のサンディヤ・シュリラムCEOも登壇しました。



### 日経フォーラム 世界経営者会議

世界の著名経営者らが経営哲学や最新の企業戦略に加え、世界情勢などを幅広く議論するアジアを代表する国際会議です。2021年の第23回会議のテーマは「世界経済再興と新常态の経営」。アミン・ナセル・サウジアラムコ社長兼CEOら海外の講師は2020年に続きオンラインで、南場智子・ディー・エヌ・エー会長やクリストフ・ウェバー・武田薬品工業社長兼CEOら国内在住の講師はリアルに登壇。オンラインで有料配信したほか、会場でも人数を制限して有料聴講いただきました。



## 出版事業

日経グループの出版事業を担ってきた日本経済新聞出版社と日経BPは2020年4月に経営統合しました。統合後の新・日経BPは経営・ビジネス書から経済・技術・医療の専門書、生活実用書、文芸書、文庫・新書、電子書籍、カスタム出版まで手がける総合出版会社になりました。「日本経済新聞出版」と「日経BP」の2つのブランドで、良質で専門性の高い書籍を提供します。デジタルメディアや雑誌も強みです。ビジネスパーソン向け「日経ビジネス電子版」、技術系の「日経クロステック」、女性向け「日経クロスウーマン」、医療系の「日経メディカル」、マーケティング情報の「日経クロストrend」などを通じて日々情報発信しています。

## インデックス事業

日経は日本を代表する株価指数「日経平均株価」を筆頭に様々な指数（インデックス）を日々算出・公表しています。世界の投資家が市場の体温計として日経のインデックスに注目するほか、先物や投資信託など指数に連動した金融商品としても使われています。最近では日経平均をベースに温暖化抑止の国際枠組み「パリ協定」の目標に沿うように調整した「日経平均気候変動1.5°C目標指数」を米ウィルシャーと共同開発しました。海外売上高比率で選別した「日経平均内需株50指数」「日経平均外需株50指数」、東証REIT銘柄を対象にESG評価を反映した「日経ESG-REIT指数」も公表しています。成長著しいアジア企業の株価指数も算出しています。

## 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。2021年から22年にかけては、海外の著名美術館と連携し、「メトロポリタン美術館展」「ボストン美術館所蔵 THE HEROES 刀剣×浮世絵展」などを開催。「皇室の名宝展」「聖徳太子展」など、日本の伝統文化を継承する美術の紹介も積極的に取り組んでいます。音楽・舞台芸術分野においては、50年の歴史を持つ「日経ミュージアム」に加え、「日経能楽鑑賞会」、オペラ公演などを実施しています。「日経アートアカデミア」では、文化教養講座の動画配信にも力を入れています。



「メトロポリタン美術館展」会場風景

## 放送事業

放送持ち株会社のテレビ東京ホールディングスを核に、放送・映像事業に取り組んでいます。テレビ東京をキー局とし、テレビ大阪、テレビ愛知など6局で構成するTXNネットワークは全国世帯の7割をカバー。「WBS」「ガイアの夜明け」「カンブリア宮殿」など経済ニュース・ドキュメンタリーに強みを持ちます。BSテレビ東京、日経CNBCもグループの放送事業です。2022年4月からテレビ東京では、一部の番組についてスマホやパソコンでのリアルタイム配信を開始し、これまで放送と同じ時刻では見られなかったエリアでの視聴が可能になりました。



「WBS」 © テレビ東京

## 教育事業

「日経ビジネススクール」では年間500を超えるセミナーを開催、オンラインで講座を提供するデジタルトランスフォーメーション（DX）も推進しています。記者経験者が講師を務める「日経 経済知力研修」は企業のニーズに応える日経ならではの研修です。エグゼクティブ向けには、経営トップの後継者育成や人事担当役員の役割を討議する「日本版エグゼクティブ教育研究会」を2017年から開催、2020年からは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）」やDX時代の企業経営のあり方を探る「日本版DX経営ラウンドテーブル」が加わり、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」も始めました。多忙なビジネスパーソン向けツールも充実。経済知識と思考力をスコア方式で測る「日経TEST」、スマートフォンで手軽に経済・ビジネスの基礎知識を学べる「ラングリット」のほか、グローバル分野では、英語のスピーキング力を言語認識システムで短時間に測定する「VERSANT（ヴァーサント）」、アプリで学べる「日経LissN」も提供しています。





## 混迷の時代、メディアの使命果たす



私たちはかつてないほど不確実性が高まった世界を生きています。急速に力を持ち始めた権威主義や独裁主義が戦後の国際秩序を揺さぶり、長い時間かけて人類が築いてきた民主主義や資本主義といった価値観は危機に瀕しています。新型コロナウイルスの感染拡大は分断や格差などの構造問題をあぶりだしました。気候変動や人種・性別による差別など、世界には一刻も早く手を打たなければならない課題が山積しています。

混迷の時代に報道機関が果たすべき責任は、信頼に足る情報を提供し続けることです。日本経済新聞は多くの課題と正面から向き合い、考え抜きます。そして問題のありかや解決に向けた処方箋を伝えていきます。それが、自由で豊かな世界の実現のために果たすべきメディアとしての社会的責任だと考えています。

読者や顧客の期待に応えるため、日経はデジタルとグローバルという新しい地平に踏み出してきました。2010年に創刊した「日本経済新聞電子版」は有料会員数約80万人と世界有数のネットメディアに育ち、朝夕刊に先んじてニュースや解説を配信する

新たな手法が定着してきました。報道に加え、情報サービスやイベント、人材教育などもデジタルの力によって新たな付加価値を生み出しています。

英国の有力経済メディア、フィナンシャル・タイムズ（FT）というパートナーとともに、グローバルな発信力も高めています。FTとの交流で人材とコンテンツの厚みが増し、アジアの経済情報を英語で世界に発信する「Nikkei Asia」は着実に存在感を高めています。

日経にとって最大の資産は人材です。年齢にかかわらず意欲と能力のある人材を登用する制度を導入したほか、女性や外国人の社員が働きやすい職場環境の整備にも積極的に取り組んでいます。社員一人ひとりの挑戦が日経を力強く成長させます。グローバルレベルの質の高いコンテンツを世界に発信するため、従来の枠組みにとらわれない改革を進めてまいります。

日本経済新聞社 代表取締役社長

長谷部 剛

## 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



平田 喜裕  
専務取締役  
メディアビジネス統括



渡辺 洋之  
専務取締役  
CDIO、  
ライフ&キャリアビジネス/  
情報サービス統括



阪本 浩伸  
専務取締役  
総務／HR／管財/  
製作統括



森田 勝久  
専務取締役  
財務統括



吉田 透  
常務取締役  
映像戦略/  
インデックス事業統括



井口 哲也  
常務取締役  
編集局長、記者塾長



松本 元裕  
常務取締役  
サブスクリプション事業統括



今井 俊之  
常務取締役  
経営企画／法務/  
出版統括



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



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



吉田 直人  
取締役  
日経 BP 社長



高見 信三  
取締役  
QUICK 社長



三宅 誠一  
監査役（監査役会議長）



包国 信彦  
監査役



服部 重彦  
監査役



荒川 詔四  
監査役



宮原 耕治  
監査役



## 日本経済新聞社の歴史

- 1876 中外物価新報創刊（12月）
- 1946 社名を日本経済新聞社に、  
題号を日本経済新聞に改める（3月）
- 1961 東京・大阪両本社制を実施（2月）
- 1963 日本経済研究センター設立（12月）
- 1969 日経マクロウヒル社（現日経BP）設立（4月）
- 1971 日経流通新聞（現日経MJ）創刊（5月）  
市況情報センター（現QUICK）設立（10月）
- 1972 コンピューターによる全自動新聞編集  
製作システム「ANNECS」が稼働
- 1973 日経産業新聞創刊（10月）
- 1975 日経ダウ平均（現日経平均）株価の発表開始（5月）
- 1984 日経テレコン提供開始（4月）
- 1998 日本格付投資情報センター  
（現格付投資情報センター）設立
- 1999 日経CNBC開局（10月）
- 2000 土曜朝刊に別刷り「NIKKEI プラス1」を創刊（4月）  
BSジャパン（現BSテレビ東京）開局（12月）
- 2007 日本経済新聞出版社（現日経BP）など発足、  
日経社は事業持ち株会社に（1月）
- 2008 日経ヴェリタス創刊（3月）
- 2009 東京新本社ビルが竣工（4月）
- 2010 日本経済新聞電子版を創刊（3月）
- 2011 英文媒体「The Nikkei Asian Review  
（現Nikkei Asia）」創刊（12月）
- 2012 中国語サイト「日経中文網」スタート（3月）
- 2014 バンコクにアジア編集総局開設（3月）  
シンガポールに事業統括会社  
「日経グループアジア本社」設立（4月）
- 2015 大阪新本社ビルが竣工（4月）  
英フィナンシャル・タイムズ買収を発表（7月）
- 2016 「日経アジア300指数」の算出開始（12月）
- 2017 日曜朝刊に「NIKKEI The STYLE」創刊（3月）
- 2018 動画配信サービス「パラビ」スタート（4月）
- 2019 ディールストリートアジア社を買収。  
中国「36Kr」と提携（5月）
- 2020 「NIKKEI Finacial」創刊（10月）
- 2022 「日経平均気候変動1.5°C目標指数」を  
米ウィルシャーと開発、算出開始（5月）

## 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。



## 「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年には米マクロウヒルと共同で日経マクロウヒル（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。



## 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。



## 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

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 3,045人（2021年12月末）

売上高 1,807億円（2021年12月期）

本社 ――― 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

支社 ――― 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 〒650-0011 神戸市中央区下山手通7-1-24 TEL (078) 371-3581

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― 日経東京製作センター（東雲、川崎）／日経首都圏印刷（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）／日経名古屋製作センター

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

## グループ会社一覧

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／QES

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／プレミアム・プラットフォーム・ジャパン（PPJ）

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／日経FTラーニング

印刷・製作系 ― 日経東京製作センター／日経首都圏印刷／日経西日本製作センター

日経名古屋製作センター／日経編集制作センター

サービス系 ― 日経ブラザ&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