



<http://toyokeizai.net/>

Company Profile 東洋經濟新報社 会社案内

TOYO KEIZAI INC.

健全なる経済社会は
健全なる個人の
發達に待_さるへからず。
政府に對_{して}は監督者、
忠告者、苦諫者となり、



實業家に對_{して}は
親切なる忠告者、
着實なる訓戒者、
高識にして迂遠_{なら}ざる
先導者_{とならん}。

そして**未来**へ…

当社は1895（明治28）年、『東洋経済新報』の創刊とともに創設されました。創業者の町田忠治は、創刊の目的を「健全なる経済社会の発展」に貢献することであるとしています。以来、その目的を果たすべく、「政治に対する監督者、経済に対する忠告者」としての言論・報道活動を行うとともに、経済情報や企業情報、各種の経済データを発信することによって、情報面から市場経済のインフラを提供してまいりました。日本経済が幾多の困難を乗り越えて発展する中で、時流におもねることなく、自由主義、民主主義、平和主義（国際協調主義）の旗を掲げ、今日に至っております。

現在は『週刊東洋経済』『会社四季報』などの雑誌、書籍の刊行、データベース事業に加え、時代の要請に応じ、「東洋経済オンライン」による情報発信にも力を入れております。「電子書籍」「電子雑誌」などデジタル媒体にも事業を展開し、さらには広告、セミナー事業、カスタム出版を通じて、事業会社への支援サービスにも業容を拡大しています。

今後も良質で公平、沈着な報道、的確な情報提供に、インターネット、デジタル時代に即して果敢に挑戦し、難問山積の経済社会の革新、発展に資することが出来るよう全力を尽くしてまいります。

代表取締役社長
山縣裕一郎

東洋経済という存在

東洋経済新報社が生まれてから1世紀超、当社は日本や世界の経済・政治を見つめ発言しながら、近代から現代への激動の時代を突き進んできました。創業の精神を忘れることなく、進取と独自性にこだわり、実直に情報を発信することで、経済情報のリーダー、インフラ役として認められてきました。今では、「東洋経済」「四季報」の2大ブランドのもと、経済・企業情報、株式・市場情報において、広く信頼と信用をいただいています。さらに出版社の枠を超え、早くからデータ事業などデジタル化を推進。マルチメディア時代にあっても、その役割が変わることはありません。

鏡

東洋経済が扱うのは経済社会、市場の動向です。しかし、経済とは限られた人たちが関わるだけのものではありません。「経済という鏡を通して社会を観る」——つまり私たちは社会全体を対象にしているのであり、経済という鏡があればこそ、見えてくる真実がたくさんある。そう考えています。



言論・報道活動を行うにあたり、不偏不党、中立の立場から客観性を大事にします。我々が恐れるのは、筆が曲がることです。独立性を維持した活動、真実を追究する姿、反発を恐れない批判精神、前向きな合理主義。これらが血となり肉となり、社会から信頼をいただいていると信じています。

信頼



オリジナリティ

東洋経済がこだわるのはオリジナリティです。他がやらない独自性。それを支えるのが約100人に及ぶ社員記者、多くの書籍編集者、データ編集者、ITエキスパートや営業担当者たちです。独特の切り口による記事、新しい著者の開拓、独自調査によるデータ分析。つねに新しい情報の伝達者を目指しています。



東洋経済はいつも新しいことを追求してきました。雑誌週刊化、英文誌の発行、株式情報誌『会社四季報』の創刊、コンピュータの導入から経済データ事業への展開、そして電子書籍やオンラインなどマルチメディアへの取り組み。時代を読み失敗を恐れぬ、進取の気性を大事にしています。

進取

品質

東洋経済は品質にもこだわります。情報の品質とは、多くの人に、価値がある、ためになる、おもしろいと思っていただく記事や書籍の内容であり、正確性です。特に経済データにミスは許されません。品質を維持・向上させ、顧客（読者）満足を高めるため、我々は日々努力を怠りません。



メディアは広告なしでは成り立ちません。広告を載せたい、と思われる雑誌、Webメディアの品質を追求し、企業のビジネスをサポートする姿勢を大事にしています。最近では企業や大学などの情報発信意欲に応え、セミナーやカスタム出版を通じて、事業展開を支援する仕事に力を入れています。

サポート



東洋経済の事業マップ

東洋経済のミッションは、質の高い情報を社会に配信し、自由で開かれた経済社会の実現に貢献することです。雑誌や書籍、インターネットやマルチデバイスなど、さまざまな媒体を通じて有益な情報を発信し、経済活動の基礎となる経済・企業データを提供しています。また、企業の情報発信を広告やセミナーなどを通じて支援するプロモーション事業にも取り組んでいます。

雑誌事業 Magazine

当社のジャーナリズムの中軸である『週刊東洋経済』。明治時代からの伝統を誇り、日本を代表する本格派総合経済誌として、当社の言論・報道活動をリードしてきました。また、『会社四季報』は投資家のバイブルとして、証券市場のインフラを担っています。これらは独自の記者集団によって支えられています。

書籍事業 Book

書籍は当社の出版活動を支える歴史ある柱です。毎年200点以上を刊行し、数々のベストセラーやロングセラーを生み出しています。経済学・経営学のテキスト・専門書から、ビジネスの現場で役立つ実務書や自己啓発書、一般読者向けの生活関連の実用書まで、幅広く魅力的な書籍の編集・発行に邁進しています。

デジタルメディア事業 Digital Media

インターネットやスマートフォンの普及により、メディアの世界は一気にデジタルへとシフトしています。当社はこの流れに遅れることなく、「東洋経済オンライン」での情報発信、ネット広告の開拓、電子書籍・雑誌の開発などに取り組んでいます。媒体は多様化しても、最適な経済情報の発信方法を追求しています。

データ事業 Data

当社が日々収集し、提供している経済・企業データは経済社会の情報インフラそのものです。特に上場企業の決算財務データ、当社記者による業績予想データなどは、まさに株式市場に不可欠な要素です。強力な調査機能により、企業や地域に関する独自のデータベースを構築し、高い品質が評価されています。

プロモーション事業 Promotion

企業や大学、自治体の事業展開を総合的にサポートするのが、プロモーション事業です。その手段は、当社のブランド力を背景にした雑誌広告、広く展開可能なネット広告、そして厳選された顧客に直接訴えるセミナー、一般書店にも流通させるカスタム出版など、多様な情報発信を親身になってお手伝いします。

Digital Media デジタルメディア事業

あらゆるコンテンツを、マルチデバイスに展開



東洋経済オンライン

Webメディアの情報発信
「東洋経済オンライン」は、高品質のオリジナル記事やスマホ表示最適化などで、多くのアクセスを得ている。「会社四季報オンライン」も銘柄情報やスクリーニング機能が強み。一方で雑誌の記事検索サービスも提供。

デジタルコンテンツライブラリー

会社四季報オンライン

メディアの世界は、紙からデジタルへと大きくシフトしています。インターネットの普及、スマートフォンやタブレット、電子書籍専用端末などの進化に伴い、新しい形の情報、コンテンツが求められています。こうしたニーズに対応し、当社はあらゆるコンテンツをデジタル化、様々な切り口で提供しており、経済情報における先端的なデジタルメディアの開発に取り組んでいます。

その1つが、インターネットで独自のコンテンツを展開するWebメディア事業で、「東洋経済オンライン」が中心となります。2012年11月、「新世代リーダーのためのビジネスWebサイト」をコンセプトとして全面リニューアル。『週刊東洋経済』等で活躍する社内記者が書いた独自の企業・経済記事、ランキング解説などに加え、広いジャンルでコラムニストを発掘。ビジネス情報から教養やセンスを磨くコンテンツまで、充実した内容によ

て新たなメディアの可能性と使命を追求しています。

また当社の雑誌類を検索・閲覧できる「デジタルコンテンツライブラリー」を展開。『会社四季報』のWeb版として本格デビューした「会社四季報オンライン」は、投資家に新鮮な情報と独自の予想を日々提供しています。

Webメディアから電子出版まで展開

もう1つの分野が電子出版事業です。電子書籍や電子雑誌を国内外の電子書店を通じて配信、本も雑誌もあらゆるデバイスで読めるようにしています。特に『週刊東洋経済』の人気特集を切り出した「eビジネス新書」は手軽で好評を博しています。

スマートフォンでのアプリケーションとしては、「会社四季報STORE」「業界地図」「鉄道完全説明2012」などがあり、誌面では表現し切れない情報や機能を提供。「高機能電子書籍」を実現しています。



電子書籍を選ぶ時代
紙の書籍が、電子書籍か。もはや二律背反ではなく、内容や用途によって使い分ける時代だ。当社は新刊本の同時発売、既刊本の電子化を進めている。

電子書籍

電子雑誌



電子雑誌で読む「週刊東洋経済」
「週刊東洋経済」は紙だけでなく、電子雑誌としても配信。画面を指先でスワイプすれば紙のようにめくれる。特集を抜粋した「eビジネス新書」も好評だ。



アプリ

手軽に使えるアプリ群
「会社四季報STORE」(右)は先駆的なアプリとして、ランキングからの遷移や社名検索、本社地図表示等を搭載。「鉄道」は写真や動画、図表などファン必見のコンテンツを多数収録したリッチ型アプリ。



東洋経済オンラインのビジョン

読者や筆者のみならず皆さんに支えられ、「東洋経済オンライン」は、2012年11月のリニューアル後に急成長。月間ページビューは5300万まで伸び、ビジネス誌系サイトNo.1となることができました。その強みは、「若さ」と「自由さ」と「オープンさ」にあります。これまでのビジネスサイトは、40～60代をターゲットにしてきましたが、われわれが想定読者とするのは、20～40代前半の新世代リーダーです。ぜひ、新たな日本のモデルを創る人々にとっての、定番メディアになりたいと思っています。コンテンツの中身も、徹底して「自由さ」にこだわります。批判や反対意見も大歓迎です。ひとつの立場に固執することなく、クオリティの高い、さまざまな意見や情報を発信していきます。

そして、オープンな姿勢にもこだわります。メディアとは読まれてなんぼです。特定の人にしか届かない閉じたメディアは、魅力に欠けます。面白く意義のあるコンテンツを創り、世の中に良質かつ大きなインパクトを与える——それこそが、「東洋経済オンライン」のビジョンです。情報の質や種類が変われば、人々のマインドが変わり、行動まで変わります。日本と日本人を新ステージへといざなえるようなコンテンツを、編集部一同力を合わせて、創り上げていきます。



公正な言論・報道を担う、
独自の専門記者集団



本格的な経営実践情報
経営学者や経営コンサル
タントなど専門家による
経営・ビジネス現場と
学会をつなぐ「一橋
ビジネスレビュー」、実
践的トレーニング誌
「Think!」を展開。

一橋ビジネス
レビュー
&
Think!

業界地図

業界事情を鋭く分析
6割近い圧倒的シェアで売
上10万部超を誇る「会社
四季報 業界地図」。毎夏、
最新の業界分析情報を満載
して発行、ビジネスパーソン
から就活学生まで、幅広く
読まれている。

フラグシップマガジン
日本の週刊誌として最も長い歴史
を誇り、有力経済誌として近現代
史に言論を刻んできた『週刊東洋
経済』。半歩先を読む姿勢で「考
える視点の材料」を提供し続ける。



丸ごと特集した臨時増刊
特定のテーマを一冊丸ごと特集した臨
時増刊号も発行。時事問題をタイム
リーに取り上げたり、「生保・損保」号
のように年刊化しているものもある。

臨時増刊

学生の強い味方『就職四季報』



かつて、就活前の大学4年生に分厚い
「企業研究ブック」なる本が送られてき
ました。就職先を検討するのに役立ちま
したが、書いてある記事はいいことばかり。
企業がオカネを出しているのですから、
当然のことです。
しかし、学生に企業の本物の姿、働き
やすさなど、記者が足で集めた客観的中
立的な情報を提供すべきであると当社は
考え、『就職四季報』を1983年に創刊。
企業広告は原則なし。オカネをもらっ
ていないから、「宣伝」じゃないホントを
書ける——大袈裟に言えば、ジャーナ
リズム精神の発露だったのです。
当初からの「総合版」に加え、雇用機

会均等法の施行を機に「女子版」を続刊。
その他のシリーズも続き、学生の間に普
及していきました。ところが、就職情
報ネットの広がりとともに部数が急落。
「ブック」ではなく「ネット」なら信用
できるとの勘違いでした。そして2000
年前後の就職氷河期を境に、再び注目度
がアップ。リストラ時代を経て、ホント
の情報が必要になったのです。
今や、学生にとって四季報とは『会社
四季報』ではなく『就職四季報』です。
現在は「総合版」「女子版」のほか「中堅・
中小企業版」(2013年復刊)のライン
ナップ。『業界地図』とも連携し、多面
的な就活・企業研究を可能としています。

Book 書籍事業

世界3大経済教科書が勢ぞろい



テキスト分野
経済学を志す者なら必ず一度は手にするマンキュー、スティグリッツ、クルーグマンといった世界標準テキストをはじめ、質が高く信頼の置ける教科書をラインナップ。

トレンド分野
これから生きるビジネスパーソン・社会人にとって、いまこそ知っておくべきテーマ、経済社会で話題になっている時事問題を、最適な著者、専門家の筆で素早く読者に提供する。

日本と世界の構造を知る



経営と言えばこの名著

これまでを学び、
これからを開く、
確かな視座を

経営書分野
日本の経営学を世界に知らしめた野中郁次郎・一橋大学名誉教授の『知識創造企業』、ベストセラー『ストーリーとしての競争戦略』など、エポックメイキングな書籍が揃っている。



知的衝撃が走る「ヤバい」シリーズ

翻訳分野
経済出版社ならではの「眼力」をフルに働かせ、世界で注目されるながら日本では知られていない名著、快著を見つけ出し、読みやすく正確な日本語に翻訳して紹介している。

このような経済・経営領域でのネットワークを活かし、専門家による時事的なテーマ解説や啓蒙書の刊行にも力を入れています。特に経済情勢が大きく変化するときには、的確な内容の書籍を迅速に刊行することを使命と考え、読者と時代のニーズに即応する体制をとっています。

専門性の追求と一般向け周辺分野の開拓

近年は、ビジネスパーソンや一般読者といった「個人」を対象に、自己啓発ものや、投資・資産運用のマネー本、健康や食などの生活関連の分野にも展開しています。

そして毎年ベストセラーやヒット作を連発。中には10年以上読み継がれているロングセラーも少なくありません。どの分野においても、社会に訴えるべきテーマの設定と企画、そして著者の開拓が書籍編集の命です。専門性の追求と同時に周辺分野を開拓しながら、社会的意義があり、読者に喜ばれる書籍の発行を目指しています。



ビジネススキルを磨く

知的技術分野
調べる、まとめる、考える、つくる。ビジネスは知的作業の積み重ねである。そのためのスキルを各分野の専門家がわかりやすく解説。ビジネスパーソン必読の書籍群。



生き方、働き方を考えよう

自己啓発分野
激しい変化の時代にどうしたら自己実現できるのか、どうやって残酷な競争に打ち勝てるのか、個人に焦点を当て、現代社会のサブバイブル・ノウハウを扱った書籍群を展開。



教養と生活の質を高める

生活教養分野
大ベストセラーとなった『食品の裏側』『読書の技法』をはじめ、現代人が本当の意味で豊かに暮らすための知識、方法論から気づきやアイデアまで多彩なリエーション。



歴史を振り返り今を知る

歴史分野
先が読めないときは、過去に溯り、先人たちが問題にどう取り組み、どう考え、何を手にしたのかを学ぶことに大きな意義がある。こうした経済・政治・社会を振り返る歴史書を揃えている。

過去から学び、現在を直視し、未来に対し明確なターゲットを見いだすために役立つ書籍を刊行したい——。こうした想いをもとに、当社は年間200点以上の書籍を編集・発行しています。対象とするテーマは、経済出版社として特徴のある専門書をはじめ、ビジネスパーソンや生活者向けの一般書に至るまで、ジャンルにとられない幅広いラインナップを揃えています。

「教科書・専門書」は当社のいわば伝統領域。『ケインズ全集』をはじめ、「マンキュー」「スティグリッツ」「クルーグマン」の世界3大経済学テキストの翻訳出版を一手に扱っているほか、第一線の経済・経営学者や実務家による名著を数多く世に送り出してきました。また、行動経済学など新しい分野にもいち早く取り組み、そうした書籍群の中から「日経・経済図書文化賞」「サントリー学芸賞」などといった栄誉をたびたび獲得しています。

電子書籍との相性はバツグン

書籍のデジタル化に対して、当社は正面から取り組んでいます。新刊書籍については紙と電子の同時発売、同時配信を追求しており、既刊書籍についても膨大な過去のコンテンツをすべてデジタル化すべく投資を続けています。

電子書籍の成長が、単純に紙を圧迫すると当社は想定していません。紙と電子はむしろ融合して、書籍マーケット全体が活性化することを目標に、書店や取次その他のパートナーたちと連携して、さまざまな取り組みを進めています。

コンテンツによっては、電子でプロモーションを行い、紙の販売をメインに据えることもありますし、その逆も考えられ

ます。ITに近い内容の書籍なら、電子の方が反応がよい場合もあります。それぞれのコンテンツに最適な提供方法を選択できる体制を目指しているのです。

紙の本に対するサービスの付加価値をデジタルで提供し、書籍の魅力を引き上げる試みにも取り組んでいます。電子雑誌の例ですが、週刊誌を買った際に受け取るレシートにIDが印刷され、それを使ってPC等でアクセスすると過去分の記事が読めるサービスもあります。

経済・経営の分野は、比較的デジタルに馴染みやすいと言われる。当社は多様な読者ニーズに対応して、デジタル化を推進していきます。



Data データ事業

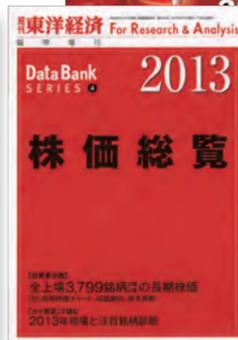
経済・投資・研究活動を、
高品質なデータで支える



投資情報



個人投資家向けツール
パソコンで個人投資家
が手軽に株式投資分析
ができるツールとして、
「会社四季報 CD-ROM」
を紙の四季報と同時発
売。詳細なスクリー
ニング機能に定評がある。



充実した上場会社データ
上場会社が日々公表する決
算発表（決算短信）データ
を当日中に入力・配信。他
に類がない全社カバレッジの業
績2期予想も日々見直し
て配信している。また社名変
更などの基本データはもち
ろん、有価証券報告書、セ
グメント、株数異動、株主
優待、四季報データなど、
多様な情報を提供している。



経済を語る時、データは欠かせません。当社では創
業以来、合理的な議論にデータは不可欠との認識から、
さまざまな統計情報や企業データなどの収集・発信に取
り組んで来ました。戦前には日本初の卸売物価指数を算
出するなど、「データ重視」の伝統を誇っています。

特に独自の切り口によるアンケート調査力と分析力に
定評があり、『会社四季報』をはじめ、『未上場会社版』、『役
員四季報』のほか、『海外進出企業総覧』『外資系企業総覧』
『CSR企業総覧』などの企業調査シリーズ、『地域経済
総覧』『大型小売店総覧』などの地域経済シリーズとい
ったデータブックを制作、提供しています。

比較的早い時期からコンピュータを導入し、1980年
代初頭から証券会社や機関投資家向けに財務データや業
績予想データなど、投資関連情報を日々配信する事業
を始め、今では『会社四季報』とともに、株式市場の

情報インフラを担っています。データ品質を評価され、
ロイター（現トムソン・ロイター・マーケット）やS&P
社など多くの情報ベンダーを通じて、海外へ「TOYO
DATA」が配信されています。

投資情報から企業・地域経済データまで

個人投資家向けには「会社四季報 CD-ROM」によ
ってパソコン上で自由にデータを検索・分析するツールを
提供。また日々の株式相場と四季報情報などを組み合わ
せて分析できる「会社四季報オンライン」も開始しました。

企業情報や地域情報も総覧シリーズの調査結果を CD-
ROM や Web、テキストデータで提供。企業分析やマー
ケティング調査、学術研究に活用されています。近年は
日本企業の海外展開に伴い、「海外進出企業データ」の
注目度が高まり、2012年にはアジア市場開拓へのガイ
ドともなる『中国会社四季報』を創刊しました。

企業情報



多面的な企業情報の切り口
〈外資〉〈海外進出〉〈未上場〉など独特の観点から企業
データを収集・分析。〈役員〉〈大株主〉〈グループ〉な
ど主要企業を深掘り。多面的な企業情報を提供する。

中国企業の会社四季報
上海・深圳・香港・ナ
スダック・NY市場に上
場する中国企業 3000
社強を収録。特色・動向・
実質支配者・業績など、
中国企業や市場の分析
に欠かせない一冊。



「CSR」推進具合で企業を評価



CSR（企業の社会的責任）への関心が
高まっています。21世紀の企業は、ス
テークホルダー、つまり株主、従業員、
顧客、地域社会など利害関係者との関係
性を重視し、自分の利益ばかり追求する
のではなく、安全や環境、社会倫理、社
会貢献などを十分に考慮した経営・企業
活動を求められています。特に海外展開
において、CSR活動は現地参入のパス
ポートとまで言われます。

当社では早くから、企業の新たな行動
指針であり、企業評価の重要なポイント
となるCSRに注目。2005年から主要
企業に毎年アンケート調査を実施して、
各社の取り組みを「CSR企業総覧」で

公表してきました。現在は1100社以
上から回答を得て、ガバナンス・法令順
守、雇用・人材活用、消費者・取引先対応、
社会貢献、環境など幅広くCSR活動状
況を調査。国内最大のCSRデータベース
として高い評価をいただいています。

これらのデータに持続可能性を計る財
務評価を加え、「CSRランキング」を発
表。総合ランキング、高成長ランキング、
人材活用・環境・企業統治+社会性の部
門別ランキング、あるいは有休取得、女
性部長、育休取得などのランキングを「東
洋経済オンライン」で展開。いずれも企
業や読者から高い関心を寄せられ、CSR
の発展を後押ししています。



広告事業
「週刊東洋経済」や「会社四季報」、「東洋経済オンライン」を主なメディアとして、多彩な広告事業を展開。ビジネスや社会の潮流にあった企画広告などによって、広告主のコミュニケーション活動をサポートしている。

ビジネスを力強く支援する、多彩なメディア



セミナー事業
マネジメント層を対象とした最先端の経営課題から、個人投資家向けの資産運用、ビジネスパーソンの知的好奇心を刺激する自己啓発まで、多彩なテーマのセミナーを企画・運営している。



カスタム出版
東洋経済の企画力やネットワーク力を活用して制作するカスタム出版の実績も増えている。単行本からMOOK、小冊子にいたるまで、企業、地方自治体、教育機関などの多彩なニーズに対応している。

企業活動を進めるうえで重要なポイントは、いかに市場や消費者、社会とのコミュニケーションを効果的に展開するかです。情報過多な時代にあって、主体的かつ適切に情報を発信し、企業活動への理解や共感を喚起する。それが、事業を円滑に推進させる前提条件であり、事業の成否を左右することになります。これは、自治体や教育機関も例外ではありません。

当社のビジネスプロモーション事業は、こうした企業などの情報発信やコミュニケーション活動をサポート。事業発展のお手伝いをしています。

情報発信の手段としては、『週刊東洋経済』や『会社四季報』など紙媒体への広告出稿、あるいは「東洋経済オンライン」へのネット広告があります。中でも『週刊東洋経済』の巻頭を飾る「アспект」や、話題のテーマによる特集企画広告への参加は、読者への高い訴求力

を発揮します。また最先端的な技術を活用したネット広告も、「東洋経済オンライン」の高いアクセス数によって、潜在顧客に対する効率的なアプローチを可能にしています。また、広報誌・会員誌、DVDの制作、海外向けを含めたWebサイトの開発も行っています。

セミナーの企画・運営からカスタム出版まで

企業が潜在顧客に直接情報を伝えたいと考えた時、役立つのが当社のセミナー事業です。セミナーの企画から集客・運営まで請け負っています。紙媒体やネットを持つ、当社ならではの集客力で訴求でき、リピーターも増えています。

書籍やMOOKなど出版物の形で情報発信するカスタム出版にも展開しています。企画内容を協議して、当社の編集力で作り上げ、書店に並べることもできます。総合的サービスの組み合わせの妙を享受できるのです。

クロスメディアで高い訴求力を

複数のメディアを活用して情報発信する「クロスメディア展開」のニーズが高まっています。

たとえば、『週刊東洋経済』と「東洋経済オンライン」を連携させた企画広告は、多様な読者に対し多面的なPR効果を発揮させることができます。セミナーを開催した後、その内容を簡潔なレポートにまとめて、『週刊東洋経済』や「東洋経済オンライン」に記事広告として掲載する事例もあります。また、カスタム出版の内容の一部を「東洋経済オンライン」に掲載することもできます。

セミナーではターゲットを絞った来場者に、直接しっかりと内容を伝達する

効果があり、『週刊東洋経済』への広告は、読者のボリュームゾーンであるマネジメント層への訴求ができます。さらに「東洋経済オンライン」への広告は、若手から中堅のビジネスパーソン層へ訴求効果を発揮します。

それぞれのメディアの特徴を生かし、テーマや訴求対象など、情報発信ニーズに応じた最適な方法を選択することによって、ビジネスを力強くプロモートしていきます。こうした多様なクロスメディア展開が可能となるのも、「東洋経済」ブランドに対し、経営者やビジネスパーソンなどから幅広い信頼をいただいているからにほかなりません。



東洋経済の120年

東洋経済の歴史は、日本の近代・現代史とともにあります。日清戦争が終了した年に創業。それぞれの時代の政治経済に深く切り込み、自由主義・経済合理性の立場から、ともすれば国粋主義に流れる論調に逆らい、官に抗い、企業に物言い、社会の向上のために智を働かせる姿勢を追求し続けました。



1907年3月、牛込区天神町、自前の初社屋

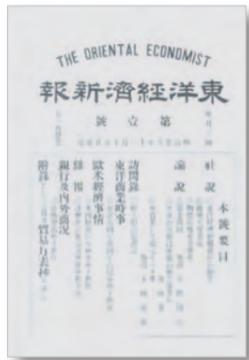


町田忠治 (1863~1946)

『東洋経済新報』を創刊し、初代主幹。その後、日本銀行、山口銀行（大阪）から政界に転じ、農相、商工相などを歴任、民政党最後の総裁となった。

小日本主義

財政の重荷となる軍備拡張は、武断政治家の「大日本主義」、つまり軍国主義、専制・国家主義、領土拡張・保護貿易主義であると批判。一方、「小日本主義」を善しとして、植民地経営は経済的な利益なく、相手民族の反感を招くと指摘、軍備を最低限に抑え、商業立国、自由主義を唱えた。ワシントン軍縮会議に際しては「一切を棄つるの覚悟」で、満州や山東の経済的特権、武装的足懸りを捨て、朝鮮や台湾に自由を与えてこそ、世界の尊敬を集める、との言説を論じた。



リベラル & デモクラシー

創業者の町田は外遊の折、英国で『The Economist』等の経済雑誌の影響力に感動、日本でも同様の雑誌の必要性を痛感して創刊に至った。町田を継いだ天野為之や三浦鍔太郎も、富国強兵には国富増進が先決とし、輸出主導の貿易立国を提言。藩閥政治に反対し、普通選挙を主張。労働組合の奨励など、民主主義や自由主義の推進が経済発展に不可欠との理念を貫いた。

高橋亀吉 (1891~1977)

1924年から編集長。のち、独立して経済評論家として活躍した。『日本近代経済形成史』など著作も多く、文化功労者として表彰。



人が国家を形作り国民として団結するのは、人類として、個人として、人間として生きるためである。国民として生きるためではない。

経済論争

自ら経済論壇として、自社の意見のみならず、反対の論文や「訪問録」（インタビュー）も積極的に載せた。明治期の金本位制移行論、地租増徴反対、軍備拡張反対、自由貿易論、関東大震災復興への提言、そして昭和初期の新平価金輸出解禁論、戦後も貿易・資本自由化推進、大型鉄鋼合併反対などを展開した。

石橋湛山 (1884~1973)

早大で哲学を学び 1911 年に入社。大正末期から22年間、第五代主幹。戦後、政界に入り蔵相、通産相を歴任、1956年、首相に就任した。



すべての経済理論は一定の時代の諸条件を基礎にして築かれたものである。時代が構造的に変化すれば経済理論も必然に変化せざるを得ない。

前途洋々

終戦翌日、石橋は社論「更生日本の門出——前途は実に洋々たり」を一気に書き上げた。敗戦で茫然自失、悲憤している場合ではない。領土の多くを失っても、人口過剰でも何ら問題はない。科学精神に徹すれば前途は洋々、日本が再起復興するチャンスだと、国民に再建の希望を呼びかけた稀有な発言だった。翌週から再建策を連載。敗戦を予期し、周到に研究を重ねていた。

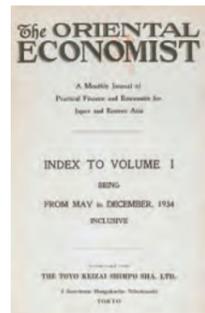


企業評論

1903年、「放資」（投資）欄の新設で企業評論が本格的に始まる。他に類のないパイオニアであり、株式投資の観点からの分析であった。大正期には『株式会社年鑑』を発刊し、主要企業の財務諸表や沿革などを掲載、『会社のかがみ』では企業評論を載せた。そして1936年、「生きた会社要覧を提供」するため『会社四季報』を創刊。いきなりベストセラーとなった。

英文雑誌

1934年、国際的に日本の実情が理解されていないことを憂い、英文月刊誌『オリエンタル・エコノミスト』を創刊。海外の信頼を得て、占領政策にも影響を与えた。



会社沿革

1895 (明治 28)	町田忠治により、東京市牛込区小川町に創立
	旬刊『東洋経済新報』創刊
1902 (明治 35)	書籍の刊行開始 (天野為之『経済学綱要』)、卸売物価指数の発表開始
1919 (大正 8)	『東洋経済新報』を10月4日号より週刊化
1921 (大正 10)	株式会社東洋経済新報社に改組 (資本金 5 万円)
1923 (大正 12)	関東大震災で9月の4号中断、10月から発行再開
1924 (大正 13)	石橋湛山が主幹に就任 (翌年、代表取締役就任)
1926 (大正 15)	『東洋経済新報』を『週刊東洋経済新報』に改題
1927 (昭和 2)	『明治大正国勢総覧』刊行
1934 (昭和 9)	月刊英文誌『The Oriental Economist』創刊 (～1996年)
1936 (昭和 11)	『会社四季報』創刊
1939 (昭和 14)	『東洋経済統計月報』創刊 (～2012年)
1945 (昭和 20)	3月開設の横手支局 (秋田県) に本社疎開 (1946年1月閉鎖)
1947 (昭和 22)	『株式ウイークリー』創刊
1956 (昭和 31)	『東洋経済新報投資版』創刊 (61年『オール投資』に、～2012年)
1961 (昭和 36)	『週刊東洋経済新報』を『週刊東洋経済』に改題 中央区日本橋本石町1丁目に現社屋を新築・移転
1969 (昭和 44)	電子計算機を導入
1970 (昭和 45)	『石橋湛山全集』全15巻刊行開始
1971 (昭和 46)	『地域経済総覧』創刊
1974 (昭和 49)	英文会社四季報『Japan Company Handbook』創刊 『長期経済統計—推計と分析』全14巻刊行開始
1977 (昭和 52)	『ケインズ全集』全28巻刊行開始
1983 (昭和 58)	『会社四季報未上場会社版』『就職四季報』『役員四季報』創刊
1984 (昭和 59)	決算短信データの即日入力・配信を開始、データ販売が本格化
1987 (昭和 62)	英ロイター (現トムソン・ロイター) 社と業務提携
1991 (平成 3)	『完結 昭和国政総覧』全4巻刊行 『週刊東洋経済』創刊 5000号達成
1995 (平成 7)	創立100周年 (1996年『東洋経済新報社百年史』刊行)
1998 (平成 10)	『会社四季報 CD-ROM』市販開始
2000 (平成 12)	『一橋ビジネスレビュー』創刊
2001 (平成 13)	米 S&P 社と業務提携、新金融情報サービスを展開
2002 (平成 14)	『Think!』『会社四季報プロ 500』創刊
2003 (平成 15)	『東洋経済オンライン』サービス開始
2006 (平成 18)	『会社四季報 全70年 DVD 1936-2006』発売
2012 (平成 24)	『会社四季報オンライン』サービス開始

21世紀の東洋経済

当社は、19世紀末から20世紀を駆け抜け、21世紀を走り続けている。120年の歴史と伝統は、読者に支えられ、社会に信頼をいただいた賜物である。出版の形は雑誌・書籍から電子媒体・インターネットへ変遷するとしても、良き忠告者たらんとする姿勢、議論を恐れぬ批評、自由を尊ぶ独立精神、こうしたDNAが変わることはない。これからも、日本そして世界の発展と繁栄のために走り続ける。



TOYO KEIZAI INC. COMPANY PROFILE

<http://toyokeizai.net/>

<http://shikiho.jp/>

社名	株式会社東洋経済新報社
英文社名	TOYO KEIZAI INC.
創立	1895 (明治 28) 年 11 月 15 日
代表者	代表取締役社長 山縣 裕一郎 (やまがた ゆういちろう)
事業内容	雑誌・書籍等の発行・販売、データベース事業、セミナー事業
本社	〒103-8345 東京都中央区日本橋本石町 1-2-1 電話 03-3246-5551 (代表：総務部)
支社	関西 (大阪市)