



日経 **XTECH**

日経 xTECH読者プロフィール

# 日経 xTECHとは？

過去に例を見ない技術革新の大波によって  
ビジネスや社会のあり方が劇的に変化しています。  
そうした時代における情報ニーズを見据え、日経のテクノロジーメディアが統合し、  
新デジタルメディア **日経 XTECH** が2018年2月13日にスタートしました。



既存のテクノロジーメディアが統合

日経 **XTECH**



専門記者120人の取材力や人的ネットワークなど総力を結集し、  
日経 xTECHならではのコンテンツを作成、発信しています。  
さらに、質・量ともに向上させた情報提供を通じて、各産業・  
技術分野のキーパーソンと強固な関係を築いています。

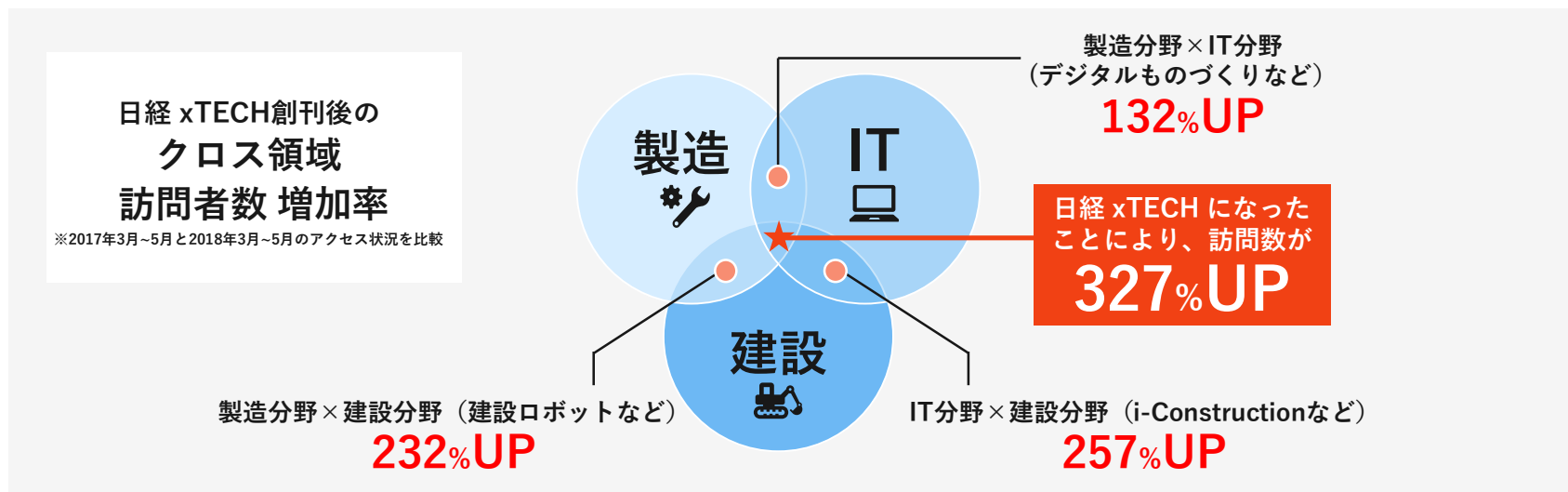
月間約 **2,000万** PV  
登録会員約 **220万** 人

# ビジネスパーソンを惹きつける日経 xTECH

従来からのIT、製造、建設はもちろん、各分野のクロスする領域にも裾野を広げてパワーアップ。  
ビジネスの変革や技術の開発・革新に携わる全てのビジネスパーソンに、急速に浸透しています。

## クロス領域

「AI」「IoT」といった最新技術トレンドや「IT」「エレキ」「製造」「自動車」「建築」などの専門分野を深掘りした情報はもちろん、「自動運転」「FinTech」「デジタルものづくり」「i-Construction」をはじめとする、技術とビジネスが“クロス”する領域で起こる変革の最前線をお伝えしています。



## 3つの メリット

- 1 ITpro、日経テクノロジーオンライン、日経アーキテクチュア、日経コンストラクションから引き継いだ専門性の深さ。
- 2 他の技術メディアの追随を許さない産業、テーマの網羅性。
- 3 技術とビジネスが融合するクロス領域へのキャッチアップ。

# 数字で見る「日経 xTECH創刊後の変化」

日経 xTECH創刊以降に会員登録された方と創刊前からの会員を比較すると、新しい読者層の開拓に成功していることがわかります。

## 比率が増加した業種

金融・保険業



創刊前 2.4% → 創刊後 **6.6%**

サービス業



創刊前 6.8% → 創刊後 **14.8%**

## 比率が増加した部門

営業・販売



創刊前 4.7% → 創刊後 **15.6%**

## 40歳未満の会員の割合

40歳以下



創刊前 14.1% → 創刊後 **38.0%**

## 女性会員の割合

女性会員



創刊前 6.3% → 創刊後 **16.8%**

## 関心のあるテクノロジー

創刊前 創刊後

ブロックチェーン 29.0% → **38.0%**

働き方改革 29.5% → **36.5%**

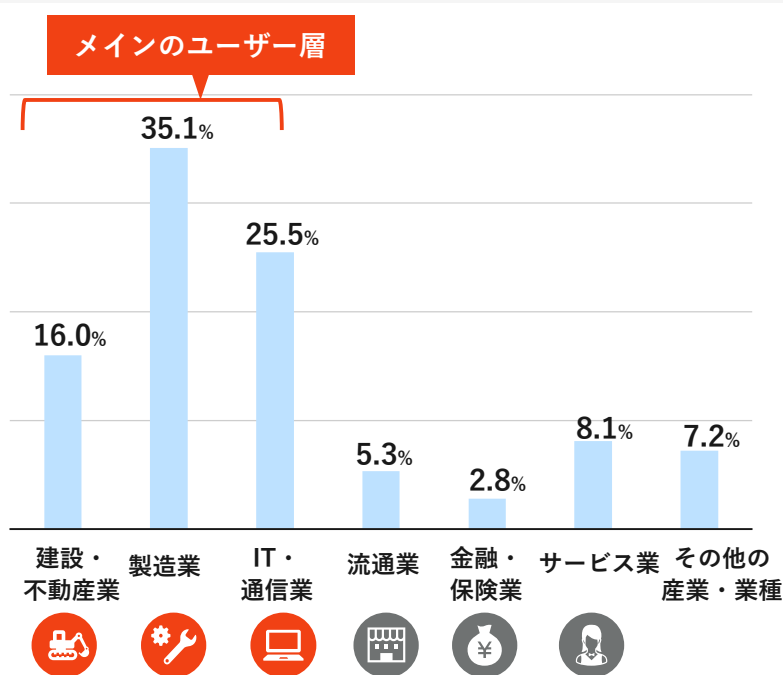
AI 73.2% → **76.6%**

※創刊前からの会員における比率と創刊後に新たに会員になった方の比率を比較

従来からの読者層に加えて、金融・保険業、サービス業など、これまで少なかった業種や若い年齢層の読者も獲得できています。

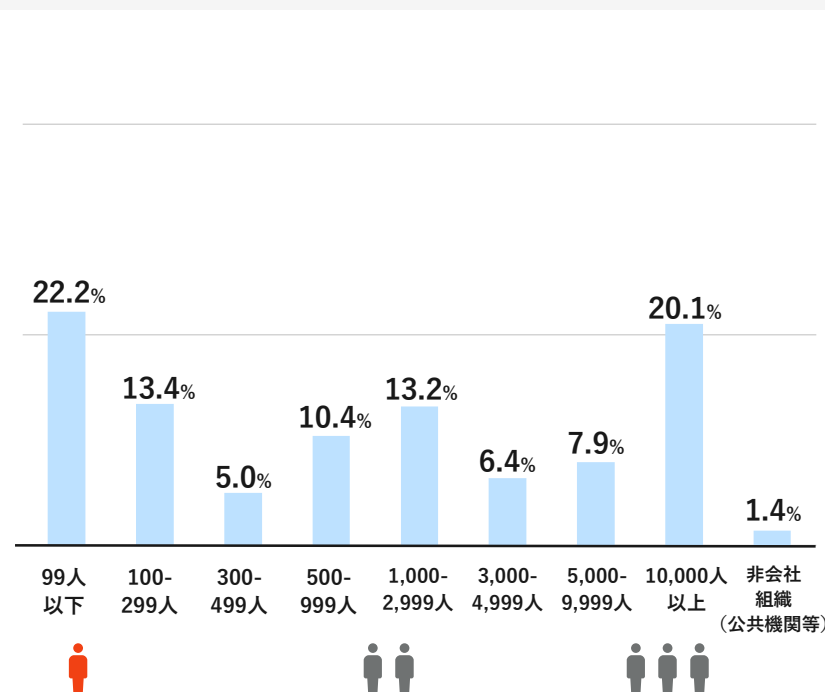
業種は「製造業」「IT・通信業」「建設・不動産業」の会員を中心に、幅広い企業規模のビジネスパーソンに読まれています。

### 業 種



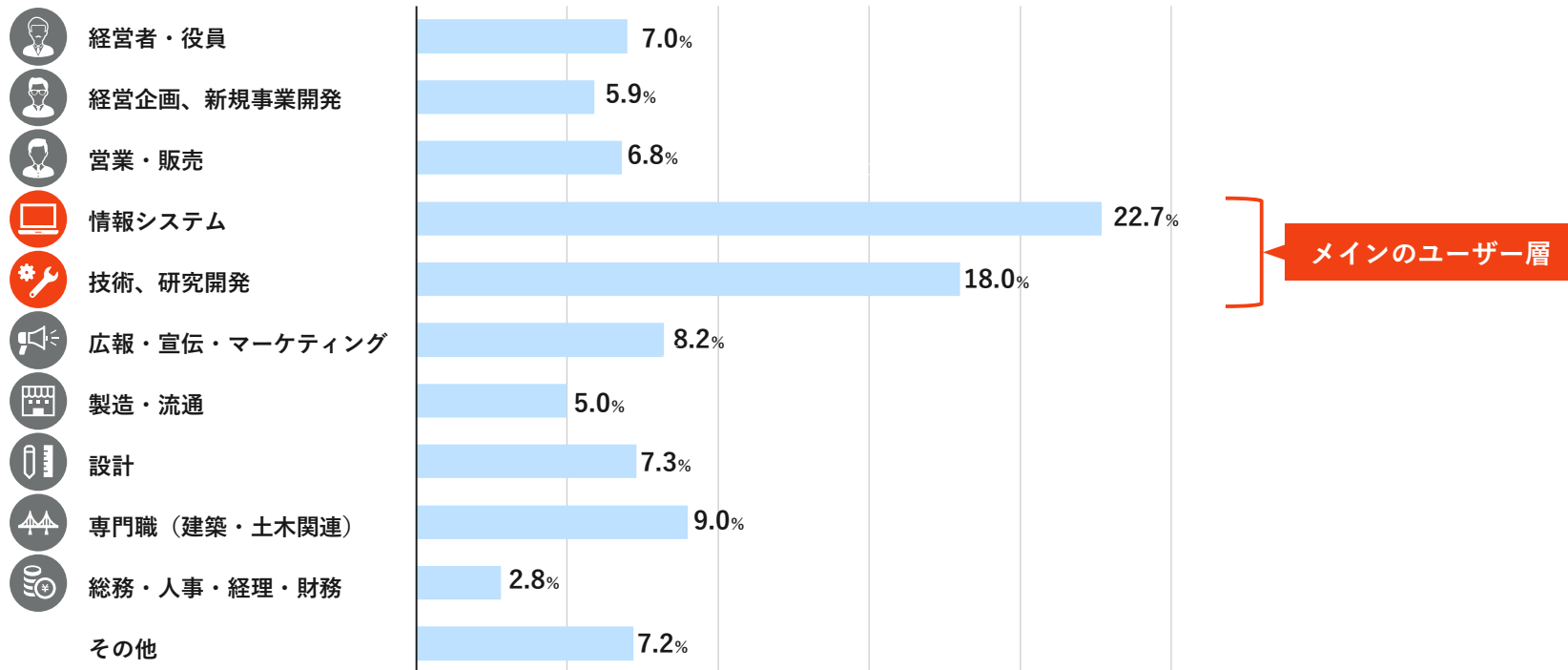
創刊前から中核の業種を軸に、幅広い産業に読者がいます。

### 従業員数



企業規模は、大企業から中小企業・スタートアップ企業まで幅広く分布しています。

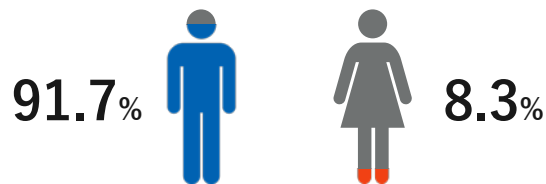
情報システム部門や技術・研究開発部門を中心に、会員の大半は技術に関わるプロフェッショナルです。



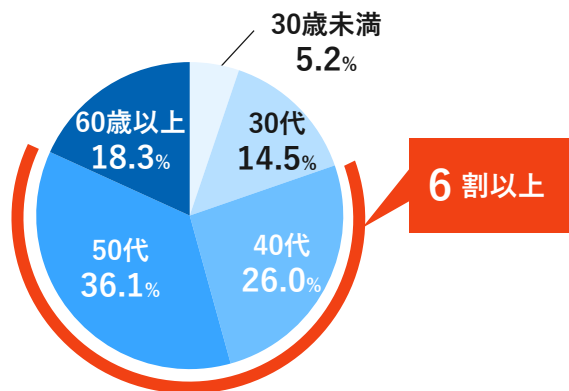
裾野は広く、経営層や専門職、マーケティングなどにもリーチしています。

経営やマネジメントに関わる読者が多数を占め、  
役職者は全体の5割以上です。

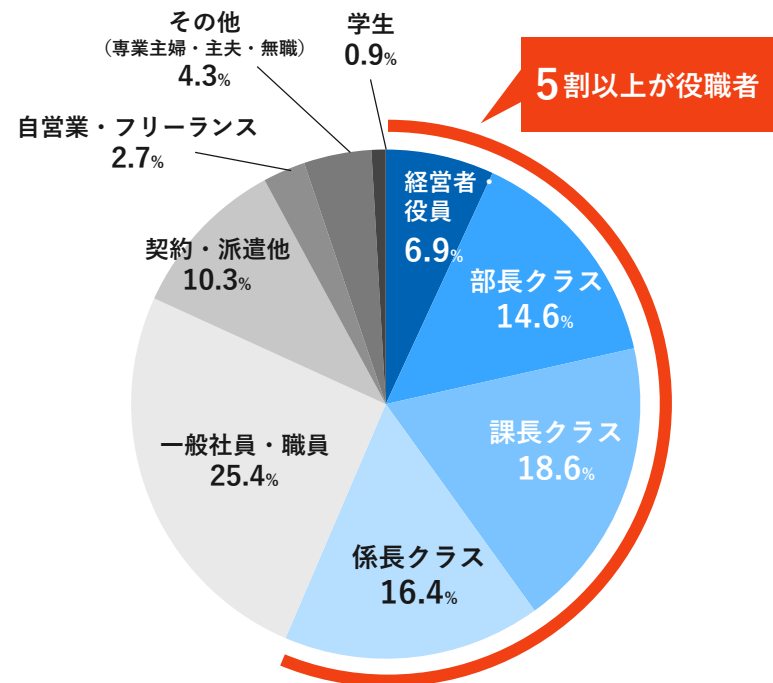
### 性別



### 年齢

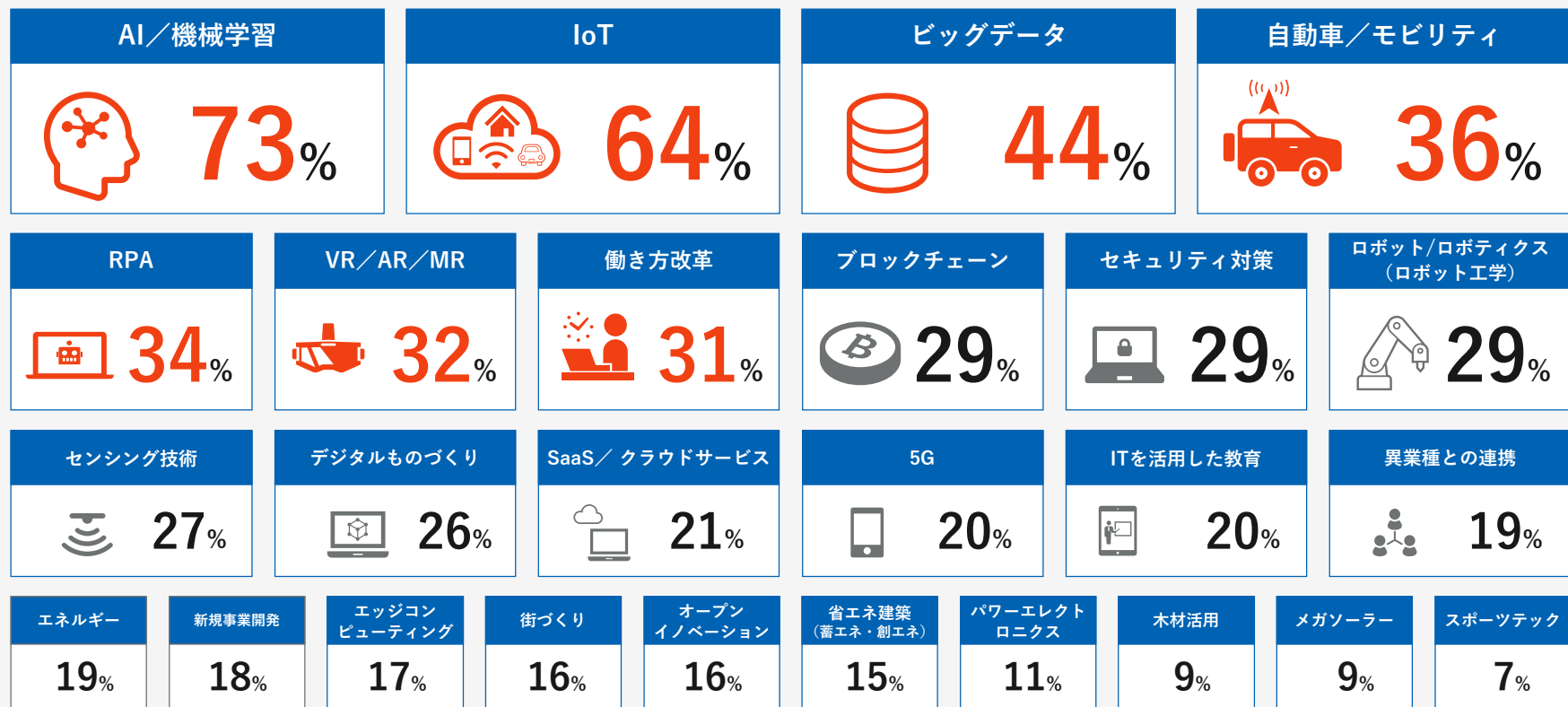


### お勤め先での役職・立場



40～50代が6割以上を占めています。そのため、役職者の比率も高く、意思決定者に直接的にリーチできます。

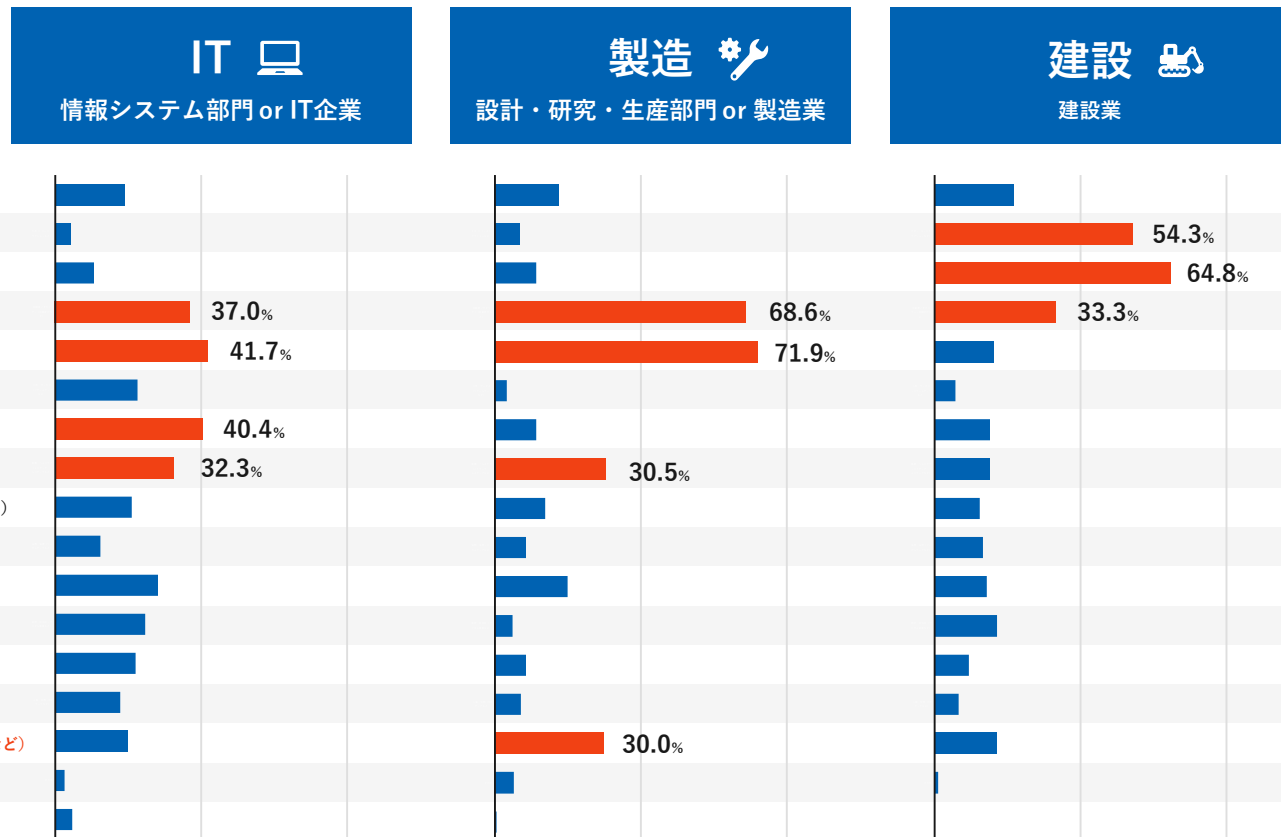
「AI」「IoT」「ビッグデータ」「モビリティ」  
 といった最新の技術トレンドに関心の高い読者が会員です。



製造業からIT、サービス業と幅広い分野の会員がいるため、さまざまなテクノロジーに関心をもたれています。



「自動走行」「IoT」「FinTech」「メドテック」など  
各業界の先進分野に関心を持つ会員が揃っています。

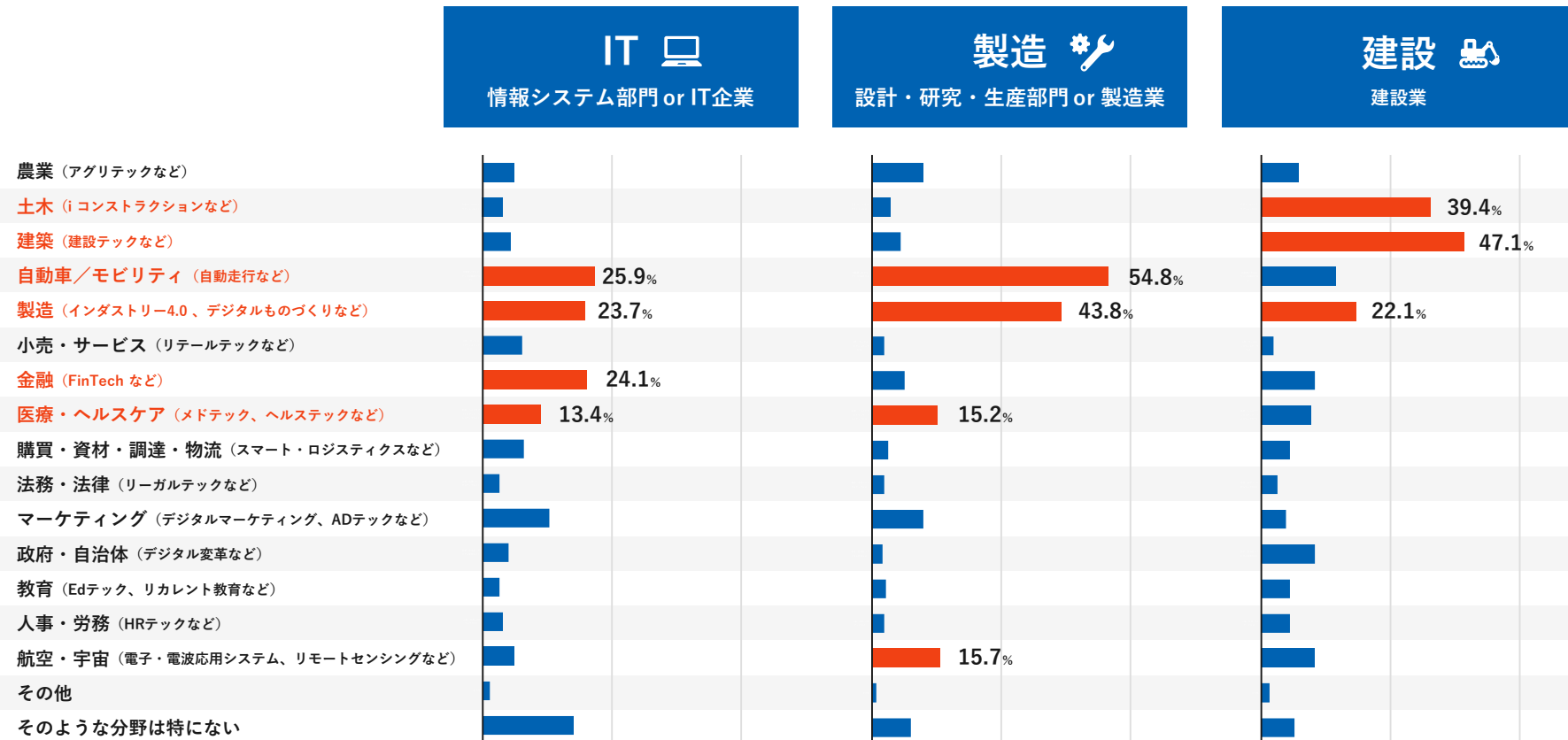


自動車、製造、金融、医療の関心が高くなっています。

製造、自動車、医療、航空の関心が高くなっています。

建設、土木、自動車の関心が高くなっています。

新メディアでも「自動走行」「IoT」「FinTech」「メドテック」など  
先進分野に対する関心は相変わらず高くなっています。



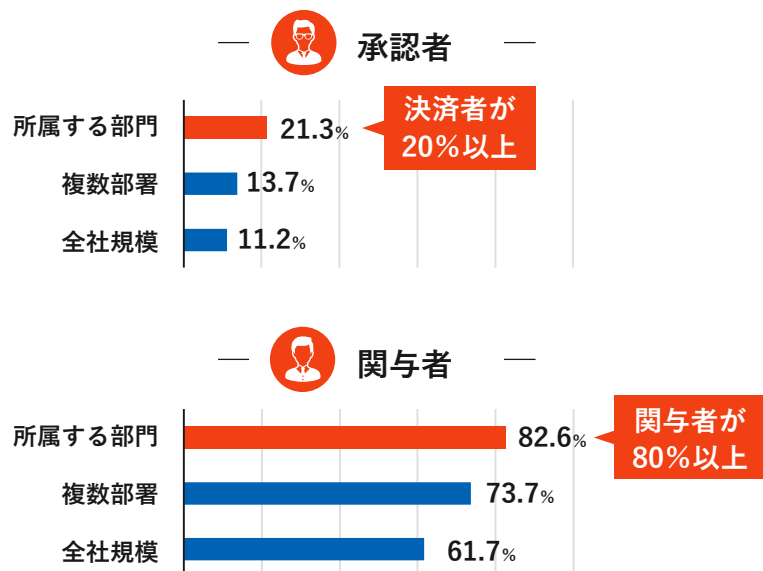
自動車への関心がより高くなっています。

自動車への関心がより高くなっています。

製造への関心が高く、  
自動車を上回っています。

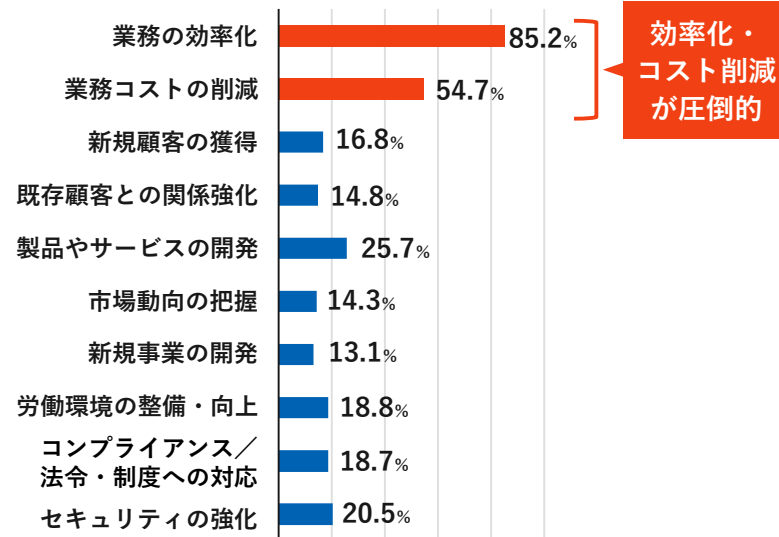
決裁者や関与者が大きな割合を占めており、  
ツールの情報を直接的に訴求できます。

サービス・ツール・テクノロジーの  
選定への関わり方。



全社規模の決裁権限をもつ会員が10%以上登録しています。

「IT関連システム／ツール・  
アプリケーション」を利用する目的



ツール導入の目的は、業務効率化やコストの削減が最も多くなっています。

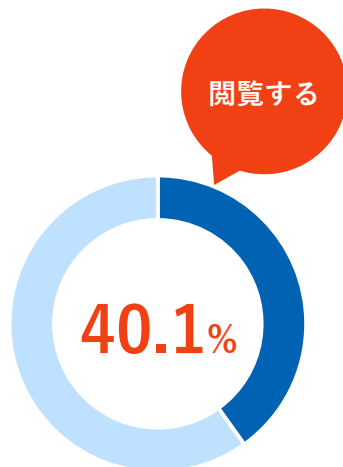
9割以上の方が「参考になる」と回答。  
そのため閲覧頻度も高く、4割の方がほぼ毎日アクセスしています。

「日経 xTECH」 の閲覧頻度

「日経 xTECH」 への評価

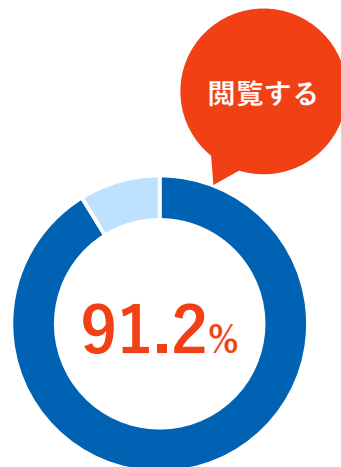
Q

ほぼ毎日  
閲覧しますか？



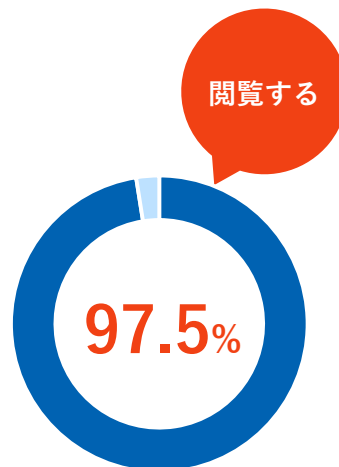
Q

週に1回以上  
閲覧しますか？



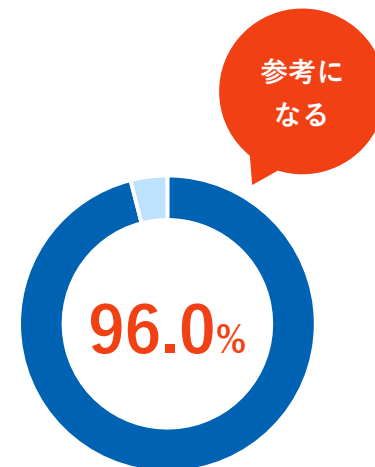
Q

月に1回以上  
閲覧しますか？



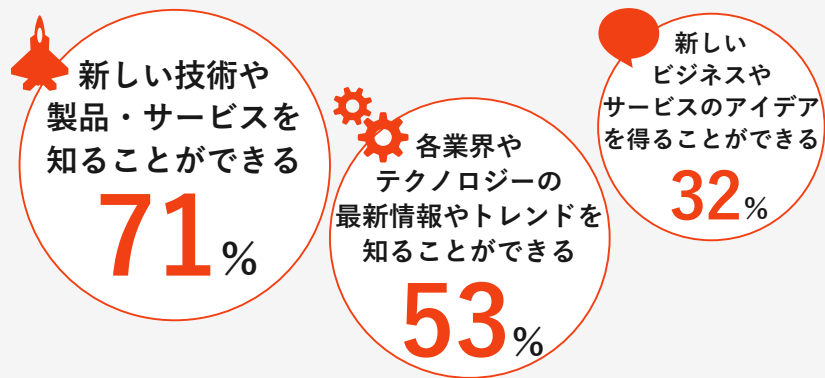
Q

「日経 xTECH」 が仕事の  
参考になりますか？

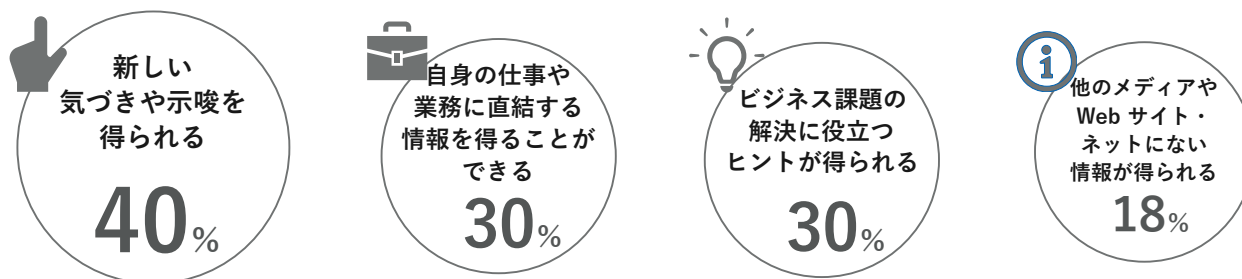
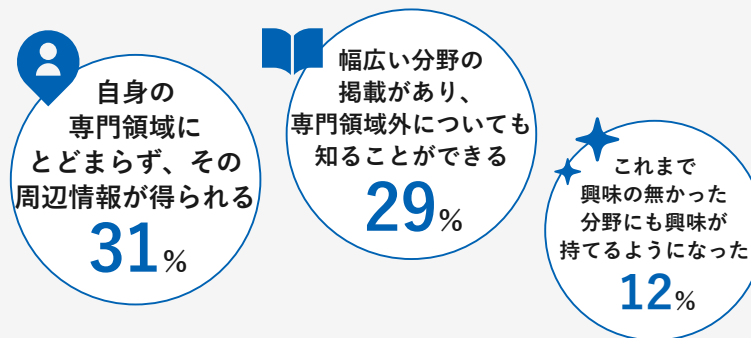


多くの読者が「新しい技術・製品・サービス・各業界のトレンド」を知ることができるとお答えいただいています。

### 最新情報に関する意見



### クロス領域に関する意見



「専門以外の情報を知ることができる」「興味のある分野が広がった」など、クロス領域に関する感想も多数いただいています。

## 日経BP社 技術メディア広告部

☎ 03-6811-8025 (IT)  
03-6811-8021 (製造・エレキ・自動車)  
03-6811-8034 (建築・土木・住宅・不動産)

✉ [nxt-ad@nikkeibp.co.jp](mailto:nxt-ad@nikkeibp.co.jp)

日経 **XTECH**  
<https://tech.nikkeibp.co.jp/>

### 【読者プロフィール調査概要】

■調査対象者 : 日経 xTECHの利用者  
■有効回答数 : 678  
■調査実施期間 : 2018年5月23日～6月11日

■調査企画 : 日経BP社 デジタルマーケティング局  
日経BPコンサルティング 調査部  
■調査実施 : 日経BPコンサルティング