

# Nikkei Asia メディア紹介

---

# Nikkei Asiaとは



2013年秋にNikkei Asian Reviewとして創刊以来、アジアに於けるビジネス、政治・経済、マーケットなど幅広いニュースをデジタルおよび週刊のマガジンにて発信。優れた報道を表彰するアジア出版者協会賞（The Society of Publishers in Asia's Awards）を6年連続で受賞するなどコンテンツの質にも定評があり、アジア事情の最前線をアジア視点で世界に発信する英字媒体です。20年秋には**Nikkei Asia**に名称を変更、装いも新たにグローバルメディアとしてさらなる進化を加速させています。

# Nikkei Asiaとは

NIKKEI Asia

The voice of the Asian century

## デジタル版

月間ユーザー数

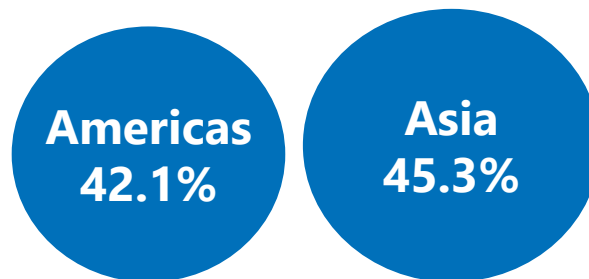
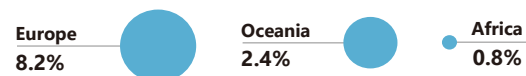
5,324,184

月間 PV

9,272,555

\*Google Analytics (As of Dec 2020)

地域別ユーザー分布



国別ユーザー分布

United States	39.1%
Philippines	12.2%
Malaysia	6.7%
Singapore	6.6%
Japan	4.2%
Indonesia	3.2%
India	2.6%
Canada	2.2%
Thailand	2.2%
Australia	2.1%

## プリント版

約

12,000 copies

\* As of March 2020



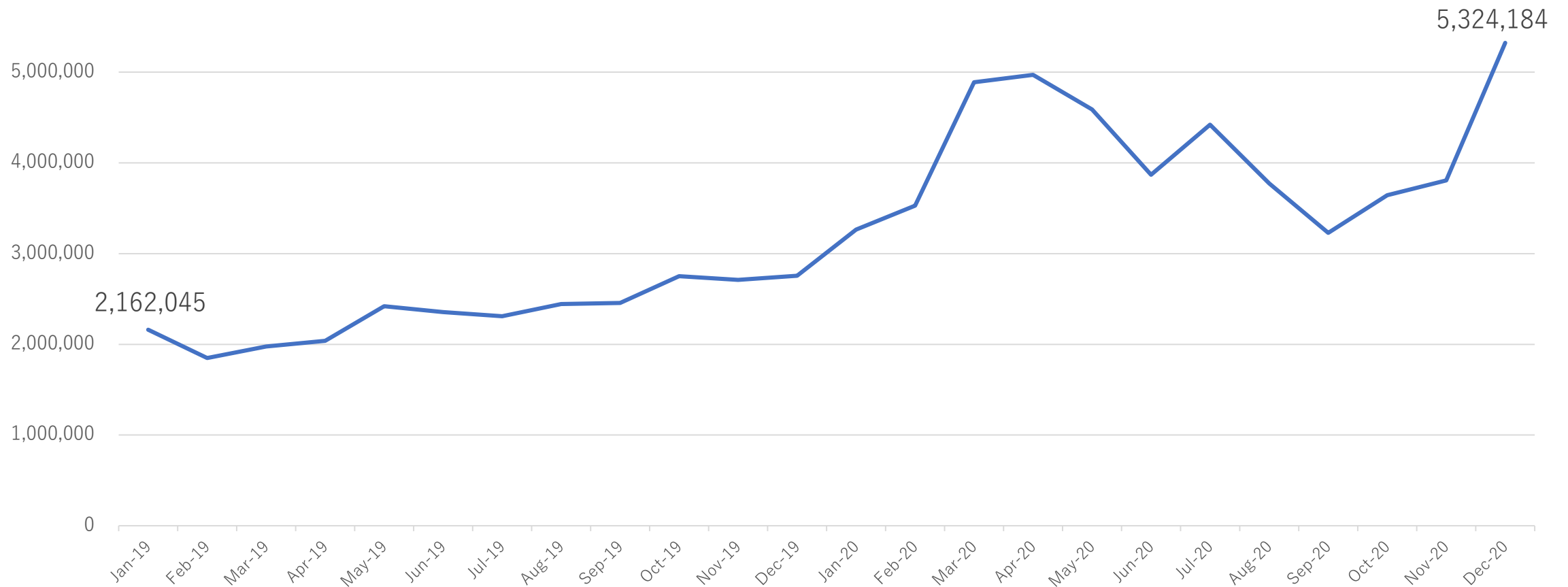
Print Circulation by Country

Nikkei Asiaの主要配布国・地域

Singapore	Thailand
Hong Kong	Taiwan
Japan	United Kingdom
United States	Indonesia
Malaysia	Australia

## Nikkei Asia User数の推移

2019年1月～2020年12月



## Ipsos Global Business Influencers 2020 (GBI 2020)\* に見るNikkei Asia読者の横顔

Ipsos社が実施するビジネスパーソン向けのメディア ブランド調査。世界各国の従業員数50人以上の企業に勤めるシニアレベルのビジネスパーソンが対象で、今回は香港、シンガポール、インドネシア、マレーシア、フィリピン、韓国、台湾、タイを対象に、アジアにおけるシニアビジネスパーソンのデータをご紹介します。

### アジアにおけるNikkei Asiaのリーチ層

CEO,CFOなどのC-suiteへのリーチ **27%**

金融機関勤務者へのリーチ **22.8%**

政府機関・NGO勤務者へのリーチ **24%**

「投資」に関する意思決定層へのリーチ **25.3%**

「投資」を主務とする層へのリーチ **30.6%**

海外直接投資 (FDI)に携わる層へのリーチ **29.7%**

## Ipsos Global Business Influencers 2020 (GBI 2020)\* に見るNikkei Asia読者の横顔

「環境」や「倫理感」に関心の高いNikkei Asia読者

『このまま何もしなければ環境は破滅にむかってしまう』

Yes → Nikkei Asia読者の**79.8%**

『従業員に対する均等待遇はビジネスの成功に不可欠である』

Yes → Nikkei Asia読者の**82.9%**

『自分の倫理観と合致する企業の商品・サービスを選ぶようにしている』

Yes → Nikkei Asia読者の**76.5%**



“If you are looking for the best coverage on Asian markets and economies, then it’s Nikkei Asia”

**Jim McCafferty**

Joint Head of APAC Equity Research

Nomura International (Hong Kong) Limited