

NIKKEI *Asia*

The voice of the Asian century

MEDIA KIT

2024年

日本経済新聞社

Copyright © Nikkei Inc. All rights reserved.

About Nikkei

日本経済新聞社は、147年の歴史を持つビジネス・メディア企業です。主力媒体「日本経済新聞」はビジネスパーソンに長年親しまれてきた、日本最大の経済メディアです。またNikkei225で知られる日経平均株価の算出企業としても、日経は世界の金融業界で認知されています。

日経は、日本国内にとどまらず、海外市場においても新しい成長を求め積極的に活動しています。

2013年に英文媒体「Nikkei Asian Review」を自社で発行したことを皮切りに、2015年に英国の有力経済紙Financial Times (FT) を発行するFTグループを日経グループに迎えました。

さらに2019年には、東南アジアにおける投資ファンドやスタートアップの情報に特化した英文ニュースサイトを運営するDeal Street Asia (シンガポール拠点) をグループに迎え、日経グループはグローバル・メディアへとさらなる進化を加速させています。

over **200**

Overseas journalists
and editorial staff

37

International bureaus

147

Years of quality journalism

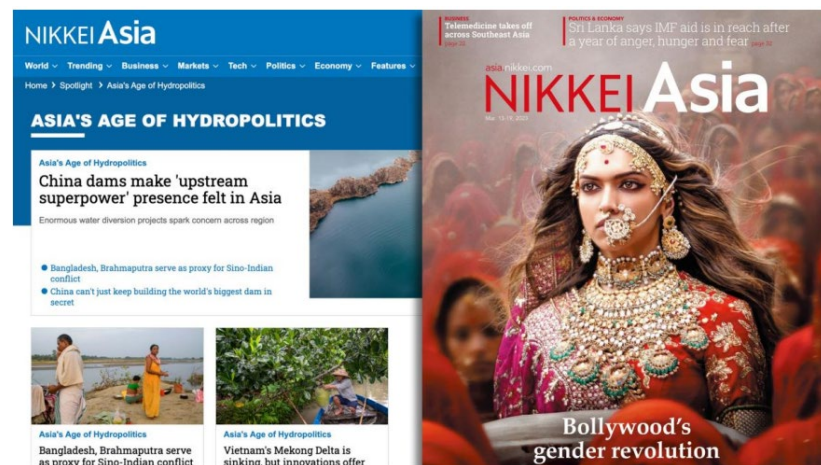
About Nikkei Asia

日本において、経済を中心とした総合情報紙として知られる日経は、海外市場においても「真のグローバル・メディアを目指す」という方針を掲げています。2013年秋には、グローバル戦略の中核となる英文媒体「Nikkei Asian Review」(2020年秋に、名称を「Nikkei Asia」へ変更)を創刊しました。

米報道団体SABEW 2部門で最優秀賞を受賞、3年連続

中規模メディア2部門でTIME, Fortune, ForbesやWiredをおさえ最優秀賞に輝きました。「エネルギー・サステナビリティ・気候変動」部門では「アジアの hidro ポリティクス」、「メディア・エンターテインメント」部門では「ハリウッドのジェンダー革命」が受賞しました。

本賞は世界の経済ジャーナリストが構成する団体米SABEW (The U.S. Society for Advancing Business Editing and Writing) が主催。1995年から毎年、ビジネス分野に関する優れた報道作品を表彰しています。



We bring you the Asian business, politics and economy stories others miss.

Exclusive business reporting

日経の取材網に加えアジア有数のビジネス情報専門メディアとも提携し、IT業界中心に注目のアジア企業や新進気鋭の起業家を幅広くご紹介。ミクロのレンズを通して、サプライチェーン再編など大変革期を迎えたアジアビジネスの潮流を克明にレポートします。

Original views from Asia

当局者の何気ないひと言や統計データが発する微妙なシグナルをくまなくキャッチ。外側からはわかりにくいアジアの政治やマクロ経済を解析し、その先行きにも光を当てます。

Never miss a story

忙しくて毎日ウェブサイトをチェックする時間がない方にお勧めなのは、多彩なニュースレターの数々。ウィークデーには編集部が厳選したアジアや日本の必読ニュース、週末にはその週で最も読まれた記事や注目のオピニオンなどをご紹介します。購読者の方々にはFinancial Timesと共同制作したアジアのテクノロジー情報も週刊でご提供します。

Politics and policy made clear

アジアに精通した政策当局者や学識経験者らがアジアの視点で書いた、タイムリーなオピニオン記事をご提供。元首相や中銀総裁経験者など、裏の裏まで知り尽くした専門家がひと味違ったアングルをご紹介します。

Global Reach – Digital

アジア、アメリカを中心に世界のアジアウォッチャーに利用されているグローバルメディアです。

※出典：Google Analytics Report Jan 1st - Dec 31st, 2023 Monthly Avg.

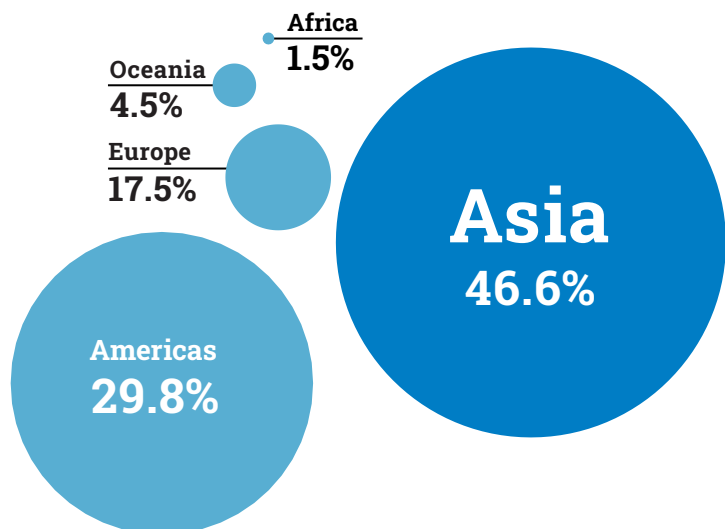
月間ユーザー数

3,135,346

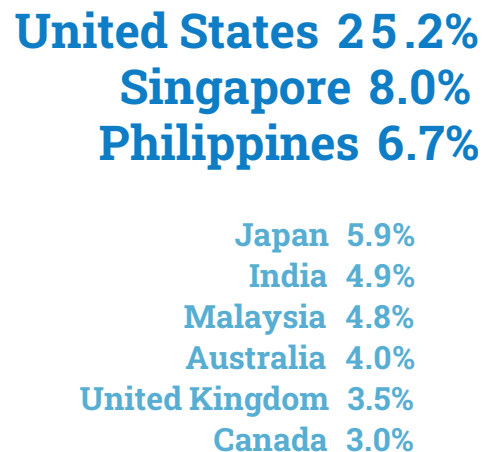
月間 PV

6,034,368

地域別ユーザー分布

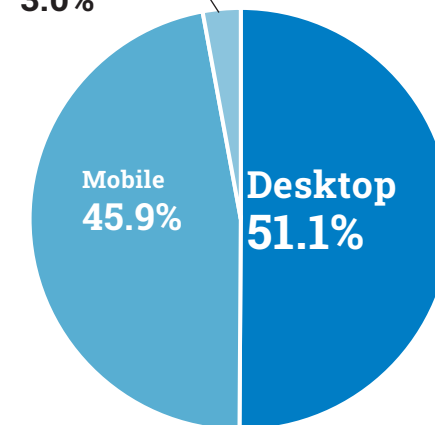


国別ユーザー分布



デバイス

Tablet
3.0%

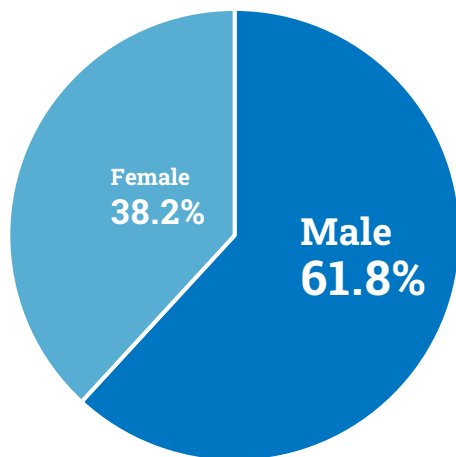


Our Readers

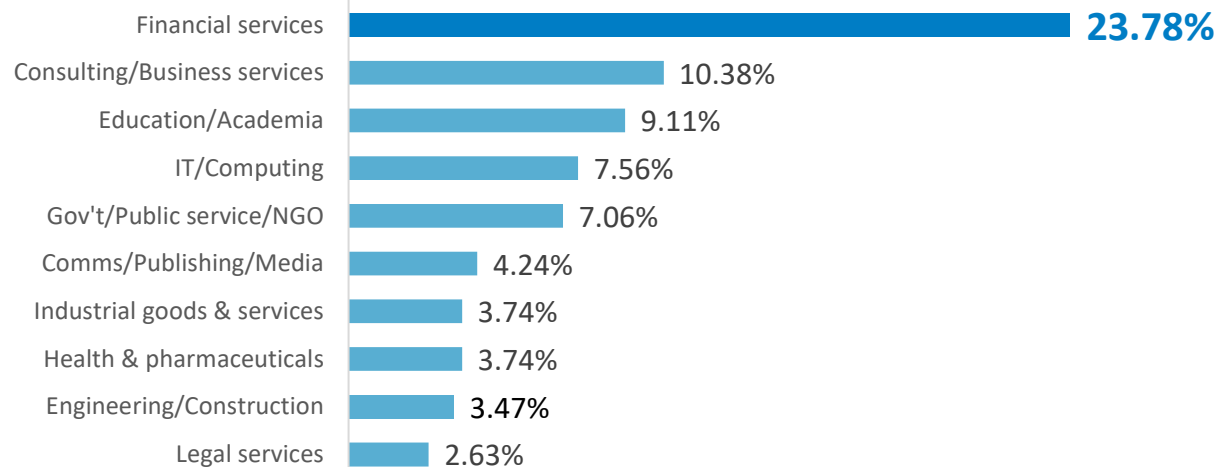
Nikkei Asia は金融を筆頭に幅広い業種のビジネスパーソンに読まれています。20代後半から30代にかけてと比較的若い年代の読者が多いにもかかわらず、マネージメントやC-suite層の比率が高いことも特徴です。

※出典： : Google Analytics Report Jan 1st - Dec 31st, 2023 Monthly Avg. / Nikkei Asia CRM Data as of Jan 2024

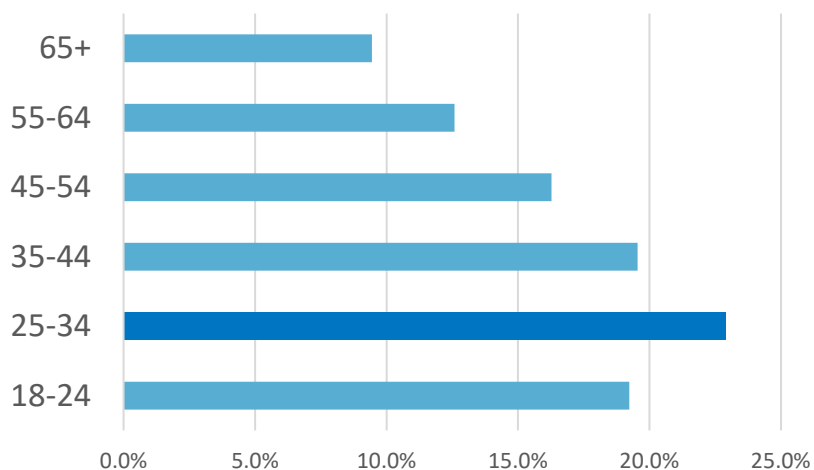
性別



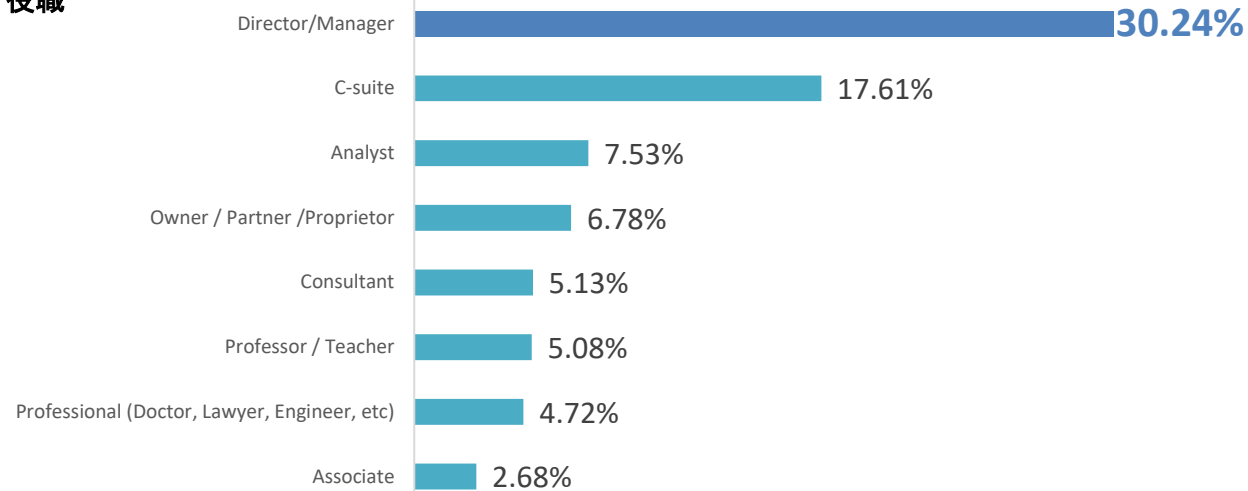
業界



年齢



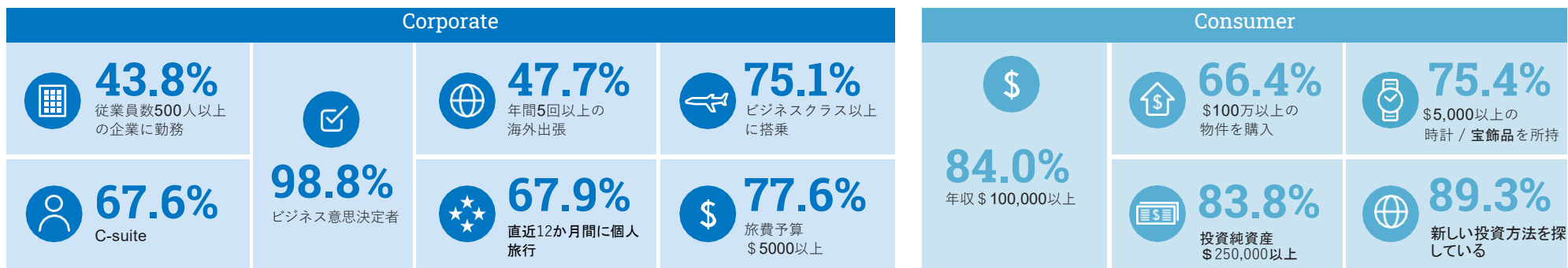
役職



Our Readers

Ipsos GBI APAC 2023に見るNikkei Asiaの読者像

読者の多くはビジネス意思決定者であり、経営幹部層も多数。また、個人としても資産と投資意欲のある富裕層です



※出典：The Ipsos Global Business Influencers APAC (GBI APAC) survey 2023

* Ipsos Global Business Influencers APAC (GBI APAC) とは

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で、アジアにおける従業員数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す。接触頻度やデバイスなどメディアに関する詳細な質問に加えて、出張・旅行や個人の資産形成、ラグジュアリー製品の購入などについても調査します。本調査は対象国・地域すべてで同じ内容の質問票を用い、インターネットベースで年に一度行われます。

調査対象国・地域				母集団
Hong Kong	Indonesia	Malaysia	Philippines	アジアにおける従業員数 50人 以上の企業に勤務する シニアビジネスパーソン 計 100万人
Singapore	South Korea	Taiwan	Thailand	
China	Japan	India	Australia	

Partner Content



Partner Content


Quality

記事スタイルの広告「アドバトリアル」は多くの広告主様に利用されているプロダクトです。綿密な打ち合わせをもとに企画を立て、丁寧に取材します。商品やブランドへの深い理解を、読み応えのある高品質なストーリーに落とし込んで読者に届けます。

Consistency

デスクトップ、モバイル、プリントとそれぞれで最適な表現を追求し、媒体をまたぐキャンペーンの一貫性を保ちます。複数回にわたる連載でも文章のスタイルやデザインを統一。ブランドの世界観を守りながら、ストーリーを効果的に印象付けます。

Case study 01 HSBC



International businesses eye GBA's golden opportunity


As foreign direct investment in China continues to grow and businesses around the world implement their post-pandemic recovery plans, more international corporations are turning to the Greater Bay Area (GBA).

According to the latest HSBC Navigator survey, three in four international businesses are planning to invest or expand in the GBA in the next three years. This trend is rapidly gaining traction in the APAC region as well, 74% of Malaysian businesses and 61% of Singaporean firms expect the region to see higher growth than the rest of China - as close neighbours, they can see for themselves the gathering momentum.

"The positive business sentiment, particularly among businesses in Asia Pacific, shows that the Greater Bay Area is set to become an even more significant facilitator of cross-border trade and capital flows, expanding the corridor for trade, investment and innovation between China and other regions," said Daniel Chan, Head of Greater Bay Area, HSBC.

Driving China's economic growth

Market confidence in the GBA has always been encouraging and the pandemic has not dampened the outlook. China has already regained its pre-pandemic levels of activity, showing encouraging growth momentum while leading Asia's recovery^[1]. There is also greater focus on the 'dual circulation' economic model which will provide opportunities for foreign companies in China to broaden their business operations. As these trends continue, the GBA has a vital role acting as the bridge to overseas markets offering great



Daniel Chan, Head of Greater Bay Area, HSBC

This potential is buoyed by strong support from government authorities and international businesses, who have been investing in the framework that will enable cross-border trade to flourish and implementing initiatives to ensure the region's sustainable growth.

[1] <https://www.hsbc.com/regions/china-economic-english>

The GBA's advantages

HSBC's Navigator survey also revealed what international businesses identify as the core advantages of the GBA: leading technological advancement and research capabilities; a burgeoning middle class; and a highly skilled workforce. These important factors are conducive for doing business in the region, particularly in sectors such as technology, manufacturing and trade.

TOP

The GBA's advantages

HSBC's Navigator survey also revealed what international businesses identify as the core advantages of the GBA: leading technological advancement and research capabilities; a burgeoning middle class; and a highly skilled workforce. These important factors are conducive for doing business in the region, particularly in sectors such as technology, manufacturing and trade.




HSBC GBA+ Healthcare Fund

Supporting fast-growing healthcare companies in the GBA

Recognising this potential in emerging areas, in August, HSBC unveiled a USD700 million GBA+ Healthcare fund to support the scaling up of fast-growing, early-stage healthcare companies with viable business models, and upsize its GBA+ Technology Fund from USD80 million to USD1.13 billion. Aside from helping entrepreneurs capitalise on the region's many

TOP

International businesses eye GBA's golden opportunity



As foreign direct investment in China continues to grow and businesses around the world implement their post-pandemic recovery plans, more international corporations are turning to the Greater Bay Area (GBA).

According to the latest HSBC Navigator survey

TOP

The GBA's advantages

HSBC's Navigator survey also revealed what international businesses identify as the core advantages of the GBA: leading technological advancement and research capabilities; a burgeoning middle class; and a highly skilled workforce. These important factors are conducive for doing business in the region, particularly in sectors such as technology, manufacturing and trade.




HSBC GBA+ Healthcare Fund

Supporting fast-growing healthcare companies in the GBA

Recognising this potential in emerging areas, in August, HSBC unveiled a USD700 million GBA+ Healthcare Fund to support the scaling up of fast-growing, early-stage healthcare companies with viable business models, and upsize its GBA+ Technology Fund from USD80 million to USD1.13 billion. Aside from helping entrepreneurs capitalise on the region's many possibilities, this furthers HSBC's support of new economy sectors which the bank believes will be the key drivers of the GBA's economic growth.

To support businesses across all sectors expanding their operations in the region, in September, HSBC launched Credit Connect, a market-first credit facility solution that provides flexibility in addressing onshore and offshore funding needs. According to Daniel Chan, this was also in response to "the GBA's increased economic activity which has accelerated cross-boundary business activities in the region".



HSBC GBA Business Credit Connect

Flexible allocation of credit limit within Guangdong-Hong Kong-Macao in as fast as one day

As the GBA initiative takes shape, so too has investor interest. Foreign direct investment in China grew at the fastest pace in more than a decade during the first quarter of 2021, according to data released by the Ministry of Commerce in April^[2].

The data also revealed that more than 10,000 new foreign-invested companies were established in China during the first three months of the year, an increase of almost half from the same period a year before^[3].

[2] <http://enlight.mofcom.gov.cn/article/finance/2022/04/2022042036414.shtml>
[3] <http://enlight.mofcom.gov.cn/article/finance/2022/04/2022042036414.shtml>

The land of opportunity

It is estimated that by 2030 the region's GDP will grow to top USD4.7 trillion, presenting growth potential that international companies simply cannot afford to miss out on^[4].

Having been actively involved in the region for many years, the initiative is not new to HSBC. The bank sees this as the Pearl River Delta's next location, but one that is supercharged by factors such as improved connectivity, rising affluence and the emergence of an enhanced digital economy that will encompass manufacturing, new retail

Case study 02 Asteria

Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment

Pina Hirano
President and CEO
Asteria Corporation (Tokyo Stock Exchange, First Section)

Shoichi Tsumuraya
Professor, Graduate School of Business Administration
Hitotsubashi University Graduate School

[DIALOGUE]

Pina Hirano × **Shoichi Tsumuraya**

Equity markets are paying keen attention to software developer Asteria. As digital transformation (DX) efforts ramp up among companies of all sizes, demand and expectations are rising for the core technologies and products that will facilitate data integration across different software packages and dramatically reduce workloads.

Pina Hirano, President and CEO of Asteria Corporation, and Shoichi Tsumuraya, Professor of Hitotsubashi University Graduate School, discuss the company's management approach to pursuing growth together with investors, among other topics.

Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment

Pina Hirano

Asteria's financial performance is growing

Tsumuraya: In addition to being proactive in IR activities, your company's business performance is also trending toward improvement, which is attracting attention from investors.

Hirano: Thanks to the support of our stakeholders, our flagship data integration middleware ASTERIA

プリント版アドバトリアル

Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment

Pina Hirano and **Shoichi Tsumuraya**

Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment

How a real estate company is channeling its history of innovation into developing the green energy needed to fuel Japan's future

One of Japan's leading real estate developers, the Tokuyama Land Corporation has never shied away from challenging its city core identity. The firm traces its history back to the Garden City Company, established in 1888 by Genji Okabayashi, "the father of Japanese city planning" in Saitama, Japan. His vision-style garden city in a suburb south of Tokyo, named "Senshūjima," that project proved a resounding success and formed the foundation for Tokuyama Land's subsequent business expansion, which has seen the company's path forward with ever-innovative developments that continue to flourish.

Historically noteworthy projects include the Akumagasaki New Town in Chiba, west of Tokyo's 400 hectare site in Tokyo, and began developing in the 1950s. Akumagasaki broke new ground in the industry with its spacious plots, overviews of the suburban landscape and creation of landscaped neighborhoods and green residents remain to enjoy now for generations to the future. In nearby Akumagasaki, the company created a new way of housing with a full-scale golf course—another "first-by-revolution" its experience in developing vacation resorts in destinations including Hokkaido and Nagano.

Mut Tokuyama Land is not less known for its ongoing group-wide efforts to revamp a Shiba-uya Tokyo's ever-buzzing urban district culture. A diverse array of construction projects, together labeled a "boom in a 100 years" redevelopment, has already transformed the face of the neighborhood. As a showcase of glimmering high rises, cutting green spaces, and water—in the shape of the Shiba-uya River, flowing freely again after decades of confinement—stands with layers of concrete's embrace, with plenty of new projects still to be added by the expected completion date of 2027.

Tokuyama Land, however, is already looking further into the future by going all-in on what could be its most significant bet yet: the strengthening of its renewable energy business. Since outlining an environmental vision back in 2000, the company has taken ample steps to promote green energy, moving into solar and wind power developments in various sites nationally. In 2020, Tokuyama Land became the first real estate company in the world to join the RE100 initiative of businesses committed to using only energy produced by 100% renewable sources—a goal the company is seeking to achieve by 2050.

Under the "Strategic Vision," Tokuyama Land envisions a total of 100 solar, wind, and biomass power plants (100MW x 20 plants) with an annual capacity of 100 TWh (equivalent to roughly enough electricity to power 670,000 homes).

anticipating future needs mitigates these risks and ensures the business's scalability, which offers growth potential.

Besides our software business, we are also involved in investment and design businesses. Each of these businesses could not only generate revenues or profits, but also contribute to expanding our software business globally. As an example in the area of software, some designs may be accepted in Japan but less so overseas. If we want to grow our overseas sales further, it will become important to be able to build designs that will gain acceptance worldwide.

We believe that upfront investment would be a business advantage for our software development. In our investment business, we harness the knowledge that we have acquired through software development to invest in companies and businesses related to our business domains via an investment company we established in the U.S.

Here, our strategy is to invest profits from the investment business into software development and marketing, while still seeking synergies between businesses.

[About Asteria Group]

Asteria

Stock listed: Tokyo Stock Exchange 1st Section (3853)
Prime Market under TSE New Market Segments
(From April 1st onward)

Founding date: September, 1998

Office locations: 5 countries (Japan, US, UK, China, Singapore)

Businesses:

- Development of enterprise software focusing on "connectivity"
- Strategic design consulting (Pina Hirano)
- Investment (Asteria Vision Fund)

Capital: 2,275,343,330 JPY (As of December 31, 2021)

Contact Asteria IR: ir-inquiry@asteria.com

Twitter account for Investor Relations: @Asteria_IR

Our English IR website is constantly updated with press releases and IR news to provide extensive disclosure of information in English.
<https://www.asteria.com/jp/en/ir/>

Pina Hirano
President and CEO
Asteria Corporation (Tokyo Stock Exchange, First Section)

Pina Hirano was born in Kumamoto Prefecture. After quitting Kumamoto University, he joined a software development startup as a founding member. In 1987, he joined Tokyo Development Corporation. He founded Infotopia Corporation (now Asteria Corporation) in 1998. Infotopia was listed on the Tokyo Stock Exchange's Mothers Index in 2007, and in 2018 it was listed on the exchange's First Section. In 2021, the company received listed IR Award for encouragement from the Japan Investor Relations Association. He is also CEO of the Blockchain Collaborative Consortium.

Shoichi Tsumuraya
Professor, Graduate School of Business Administration
Hitotsubashi University Graduate School

Shoichi Tsumuraya was born in Tokyo. In 2006, he completed the doctoral program at the Hitotsubashi University Graduate School Institute of Commerce since 2007. He has been a research fellow at the Japan Investor Relations Association. His fields of research include corporate disclosure and corporate governance. He has been a member of the Financial Services Agency's Council of Experts Concerning the Follow-up of Japan's Stewardship Code and Japan's Corporate Governance Code since 2020.

UNLCK THE REAL JAPAN
THE REAL JAPAN
THE MAGAZINE | FEATURES | ARCHIVES

A power of good

How a real estate company is channeling its history of innovation into developing the green energy needed to fuel Japan's future

One of Japan's leading real estate developers, the Tokuyama Land Corporation has never shied away from challenging its city core identity. The firm traces its history back to the Garden City Company, established in 1888 by Genji Okabayashi, "the father of Japanese city planning" in Saitama, Japan. His vision-style garden city in a suburb south of Tokyo, named "Senshūjima," that project proved a resounding success and formed the foundation for Tokuyama Land's subsequent business expansion, which has seen the company's path forward with ever-innovative developments that continue to flourish.

Historically noteworthy projects include the Akumagasaki New Town in Chiba, west of Tokyo's 400 hectare site in Tokyo, and began developing in the 1950s. Akumagasaki broke new ground in the industry with its spacious plots, overviews of the suburban landscape and creation of landscaped neighborhoods and green residents remain to enjoy now for generations to the future. In nearby Akumagasaki, the company created a new way of housing with a full-scale golf course—another "first-by-revolution" its experience in developing vacation resorts in destinations including Hokkaido and Nagano.

Mut Tokuyama Land is not less known for its ongoing group-wide efforts to revamp a Shiba-uya Tokyo's ever-buzzing urban district culture. A diverse array of construction projects, together labeled a "boom in a 100 years" redevelopment, has already transformed the face of the neighborhood. As a showcase of glimmering high rises, cutting green spaces, and water—in the shape of the Shiba-uya River, flowing freely again after decades of confinement—stands with layers of concrete's embrace, with plenty of new projects still to be added by the expected completion date of 2027.

Tokuyama Land, however, is already looking further into the future by going all-in on what could be its most significant bet yet: the strengthening of its renewable energy business. Since outlining an environmental vision back in 2000, the company has taken ample steps to promote green energy, moving into solar and wind power developments in various sites nationally. In 2020, Tokuyama Land became the first real estate company in the world to join the RE100 initiative of businesses committed to using only energy produced by 100% renewable sources—a goal the company is seeking to achieve by 2050.

Under the "Strategic Vision," Tokuyama Land envisions a total of 100 solar, wind, and biomass power plants (100MW x 20 plants) with an annual capacity of 100 TWh (equivalent to roughly enough electricity to power 670,000 homes).

UNLCK THE REAL JAPAN
THE REAL JAPAN
THE MAGAZINE | FEATURES | ARCHIVES

A power of good

How a real estate company is channeling its history of innovation into developing the green energy needed to fuel Japan's future

To discover more about Tokuyama Land's work in renewable energy watch the Japanese-language videos below.

TOKUYAMA LAND CORPORATION

Case study 03 TOKYU LAND CORPORATION

Tokuyama Land is also examining future business opportunities in offshore wind power, which the Japanese government has designated a focus area in the country's efforts to become carbon neutral by 2050.

Greener offices

In April 2022, Tokuyama Land announced that it had finished construction of its most advanced office and commercial building, including 32, in the Shiba-uya area—aiming to realize a net-zero building. This marks a 1,000-ton reduction in CO2 emissions annually, which equals the amount of CO2 emissions from the average Japanese citizen. The company is aiming to incorporate the same level of green office buildings this year.

Renewables and regional development

Besides caring for the global environment, Tokuyama Land achieves its sustainability goals. Tokuyama Land's commitment to renewable energy is also aimed at revitalizing rural areas throughout the country. Several power plants have already created jobs and opportunities for new business in communities from Hokkaido in the north to Kagoshima in the south. Meanwhile, the company is stepping up its efforts to achieve a cycle of local production for local consumption in their area, including the grassroots for major energy consumers to set up factories, data centers, and other facilities in the municipalities that host the RE100 plants.

Note: Figures in the article, including the number of power plants and their capacity, reflect the situation as of December 2021. Figures in blue text are still under construction.

Further viewing

To discover more about Tokuyama Land's work in renewable energy watch the Japanese-language videos below.

TOKUYAMA LAND CORPORATION

Partner Content

Case study 04
UBE

成長戦略を広く浸透させたい、 トップメッセージで力強く発信

2022年5月に新たな中期経営計画を発表したUBE。泉原雅人社長が自社の成長戦略にかける思いをインタビュー形式で掲載いただきました。

2022年4月、およそ80年間続いた「宇部興産」という社名を「UBE」へ変更。セメント事業の持ち分法適用会社化など、化学事業の企業として大胆な構造改革に取り組むなかで、国内外のステークホルダー、そしてグループ社員にUBEの戦略についてさらに理解を深めて欲しいという思いの下、トップメッセージでは社名変更に込めた意気込みを伝えたほか、付加価値の高い製品群を扱う「スペシャリティ事業」への積極的な投資、アジアの主要拠点であるタイでの設備増強についても訴求しています。

NIKKEI Asia
UBE Corporation PARTNER CONTENT

UBE Transform Tomorrow Today

Centering on specialty chemicals and achieving sustainable growth globally

Contributing to the global environment, human health, and an enriched future society ---Masato Izumihara

President & CEO
Masato Izumihara

Born in Yamaguchi prefecture, he graduated from the University of Tokyo Faculty of Law and joined Ube Industries (now UBE). After serving as a director and other positions, he was named president & CEO in 2019. Under the new name, "UBE Corporation," he leads the transformation of its business structure by growing specialty chemicals.

--- In April 2022, you changed your company name from "Ube Industries" to "UBE." Would you tell me the reasons you did it and thoughts behind the new name?

Our company started 125 years ago, way back in 1897 as a coal mining company. Using that as our foundation, we eventually expanded our business into the fields of machinery, cement, and chemical fields. During World War II, all four of our businesses merged under the name "Ube Industries, Ltd.," This name stems from Ube City, a city in Yamaguchi prefecture, the location of our head office.

However, as times changed, we also had to make some changes as well. Each branch had to operate almost independently from each other in order to survive. Thus, in 1990, we split off our machinery business from the main company. And now, we have established a joint venture together with Mitsubishi Materials in our new company, Mitsubishi UBE Cement Corporation. Since we have become a company dedicated to chemicals, we have also taken this opportunity to change our company name to UBE.

UBE Transform Tomorrow Today

Centering on specialty chemicals and achieving sustainable growth globally

Masato Izumihara

NIKKEI Asia

Partner Content

Case study 05
Federal Land

NIKKEI Asia
FEDERAL LAND PARTNER CONTENT

**Grand Hyatt Manila Residences:
Manila's Most Desirable
Luxury Investment
Backed by
Established Brands**

A real estate resurgence elevates Manila with Southeast Asia's first Grand Hyatt branded residences. The two luxury towers that compose Grand Hyatt Manila Residences anchor Federal Land's Grand Central Park, a signature mixed-use development strategically located in Bonifacio Global City, one of the Philippines' foremost business and lifestyle districts. Developed by a joint venture between premier Filipino real estate developer Federal Land and Orix Corporation of Japan, Grand Hyatt Manila Residences cements its rank as among the most trusted and stable high end real estate investments in the Philippines.

アジアにおける富裕層に向け、 高級物件の魅力を訴求

Federal Landは、フィリピンを代表する不動産デベロッパーとして、50年以上にわたり、良質で革新的な住宅、商業・小売スペース、近代的なオフィスビル、ワールドクラスのホテル、統合型コミュニティの開発を幅広く手掛けています。日本のオリックスと共同で開発したGrand Hyatt Manila Residences South Towerは、東南アジアで初めてGrand Hyattの名を冠した高級物件。その魅力をアジア市場に訴求するため、「アジアで多くの読者を持ち、アジアにおけるビジネス情報の主要なニュースソースの一つ」であるNikkei AsiaにてPartner contentを展開いただきました。担当者からは「ターゲット層と合致する媒体を選択したことで、アジア地域の富裕層にリーチすることができた」と高評価をいただきました。

Grand Hyatt Manila Residences:
Manila's Most Desirable
Luxury Investment
Backed by
Established Brands

Luxury Investments in Manila

A First for the Region, Living Grand Every Day

LEARN MORE

FEDERAL LAND ORIX

Partner Content

Production & Delivery

広告主様とともにアドバトリアル制作を行います。新たに設けた誘導広告枠によってコンテンツへの送客も強化しています。

- 主なコンテンツ**
- イベントの採録
 - コーポレートブランディング
 - 製品・サービス訴求
 - 政府広報
 - トップインタビュー

広告誘導枠



SPONSORED CONTENT About Sponsored Content

 Innovative Asia gives unique insights on Asian key trends by the forerunner of industries.	 The latest issue: Towards a better tomorrow/ Unlock The Real Japan	 Nikkei co-host startup pitch competition of 10 young entrepreneurs	 Exploring ways of realizing a more active aging society./NIKKEI	 Presentation of Financial Results for FY2021 1-3Q/ MHI Group
--	--	--	---	--

広告料金	制作期間
¥3,000,000~ ※制作費一式と広告誘導枠の掲載料を含む目安。 ※ご発注内容によって料金は変動します。	約1ヶ月 ※内容や分量によって変動します。

広告誘導枠

パナー広告（レクタングル、スポンサードコンテンツ枠）

アドバトリアル

ASIAN MARKET AT MAXIMUM SPEED
So this is a market where we really want to invest.

Hong Kong stock market Capitalization by origin
JAKARTA -- It is hard to remember after entering the surroundings of Indonesia's Bogor presidential palace that the youthful looking, understated man tooling around the sprawling property in a golf buggy is head of the world's most populous Muslim-majority country and the third-largest democracy.

Hong Kong stock market Capitalization by origin (in percent)

30	43	63
----	----	----

Hong Kong retail sales since 1997
The fallout from that poll still reverberates in the combative political atmosphere of Indonesia today with daily headlines about the latest moves by opponents and long-running tensions between the president's office and the

Hong Kong retail sales since 1997
1997-2000 data compiled based on Hong Kong Standard Industrial Classification Version 1.1

Chronology of xxxx debacle

May 2004	May 2005	May 2006	May 2007	May 2008	May 2009	May 2010
----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Partner Content

Option: Partner Content boost plan

外部メディアを購入し、タイアップページへ誘導を行います。より多くのリーチを取り、エンゲージメントを高めることが可能です。各プラットフォームの保有するデータに基づく性別や興味関心によるターゲティングが可能です。

・誘導イメージ



商品名	想定クリック数	料金	ターゲティング
Facebook/ Instagram	4,000クリック	¥500,000	ご相談

- ※ 想定クリックは業種や商材によって異なりますので、都度見積もりとなります。詳細は担当者にお問い合わせください。
- ※ 想定クリック数は保証するものではありませんので、予めご了承ください。

商品概要

掲載期間	パートナーコンテンツの掲載期間に準じる
料金	¥500,000～
原稿制作	日本経済新聞社が制作します

- ※ 各プラットフォーム毎に審査がございます。審査を通過した案件のみ掲載します。
- ※ 運用商品のため、パフォーマンス状況に応じてクリエイティブを差し替えます。
- ※ 掲載開始日は日本経済新聞社が決定します。
- ※ 掲載開始は掲載審査の都合で遅れる可能性があります。
- ※ ターゲティングのご要望は各案件毎にご相談ください。
- ※ 著名人やモデルが出演するタイアップの場合は出演交渉時に事前の条件提示が必要です。詳細は営業担当にお尋ねください。
- ※ SNSは、Nikkei Asia Marketing & Eventのアカウントで運用します。

Digital Advertising



Digital Advertising

メニュー

1 レクタングル広告

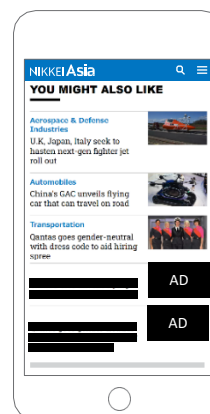
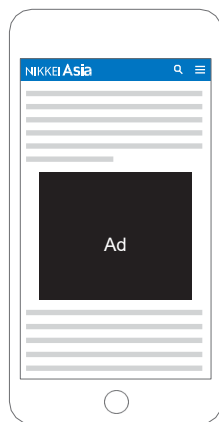
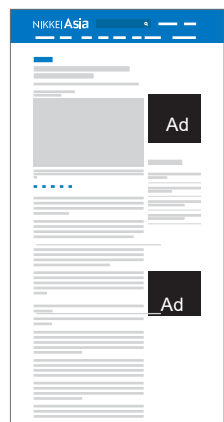
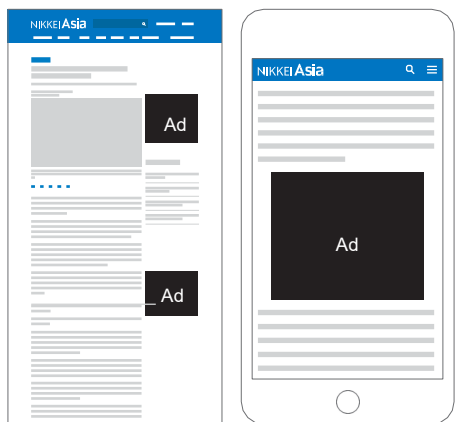
推奨メニュー

2 PCレクタングル広告

3 モバイルレクタングル広告

4 インフィード広告

5 Sponsored Content 広告



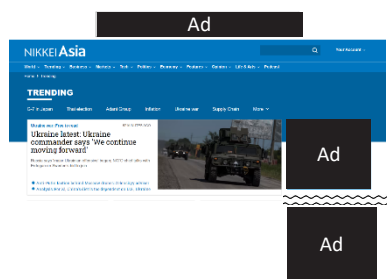
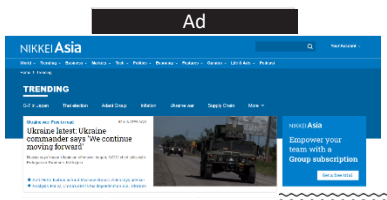
NIKKEI Asia

オプションメニュー

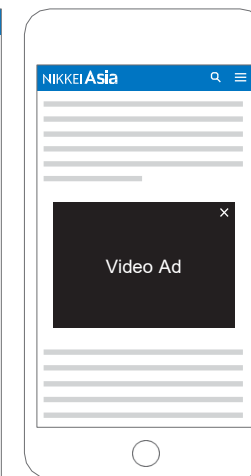
- ・ジオターゲティング広告 (CPM+1,000円)
- ・ページ指定 (CPM120%)

6 リーダーボード/ビルボード広告

7 ページジャック広告



8 インアーティクル型動画広告



Digital Advertising

1 レクタングル広告

推奨メニュー

デジタル広告の基本商品です。すべてのデバイスに広告を配信します。
ダブルレクタングルサイズの原稿はデスクトップ端末のみに掲出されます。

PC：レクタングル



PC：ダブルレクタングル



モバイル



原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG、PNG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	同時出稿本数	1社4本まで（差換含む）
ループ	35秒以内停止	差換規定	4本まで（同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿）

商品名	
デバイス連動型広告	
原稿サイズ (pixels)	
レクタングル: 300×250	
ダブルレクタングル: 300×600(PCのみ)	
枠	料金 / CPMレート (税別)
第1レクタングル	¥4,000
第2レクタングル	¥2,800
保証	
インプレッション保証	

- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・最低出稿金額は500,000円です。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年3月時点のものになります。

Digital Advertising

2 PCレクタングル広告

デスクトップ端末のみにターゲティングして広告を配信します。
ダブルレクタングルサイズの原稿にも対応しています。

レクタングル



ダブルレクタングル



商品名	原稿サイズ (pixels)	デバイス
PCバナー広告	レクタングル：300×250	PC
	ダブルレクタングル：300×600	

枠	料金 / CPMレート (税別)	保証
第1レクタングル	¥4,500	インプレッション保証
第2レクタングル	¥3,000	
第1ダブルレクタングル	¥5,400	
第2ダブルレクタングル	¥3,600	

- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・最低出稿金額は500,000円です。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年3月時点のものになります。

原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG、PNG ：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	同時出稿本数	1社4本まで (差換含む)
ループ	35秒以内停止	差換規定	4本まで (同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿)

Digital Advertising

3 モバイルレクタングル広告

モバイルデバイスのみを対象にした商品です。原稿サイズは通常レクタングル のみに対応します。



商品名	原稿サイズ (pixels)	デバイス
モバイル広告	300×250	モバイル

枠	料金 / CPMレート (税別)	保証
第1レクタングル	¥4,200	インプレッション保証
第2レクタングル	¥3,000	

- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・最低出稿金額は500,000円です。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年3月時点のものになります。

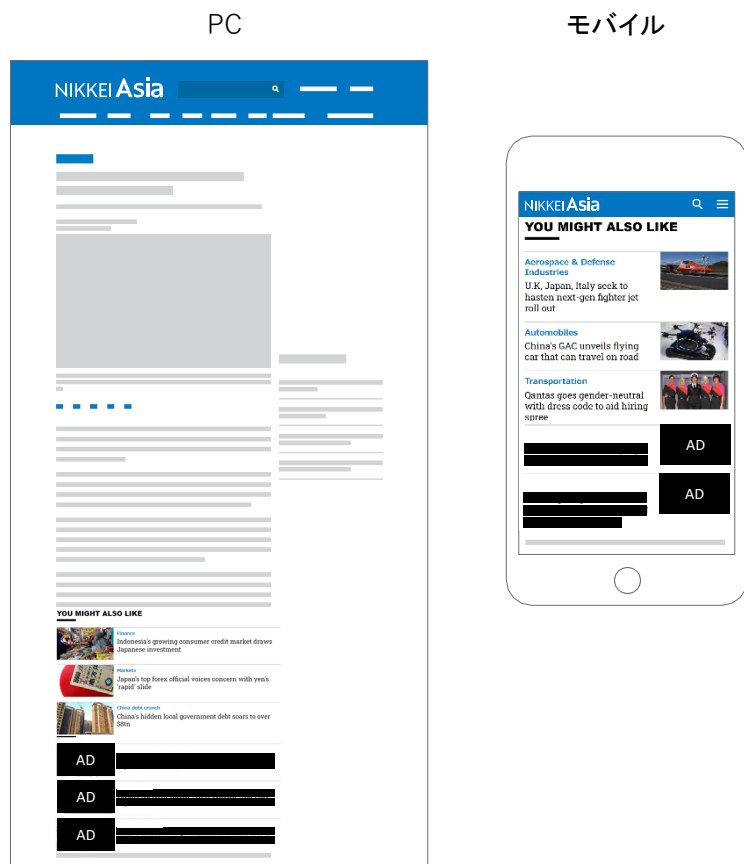
原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	同時出稿本数	1社4本まで（差換含む）
ループ	35秒以内停止	差換規定	4本まで（同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿）

Digital Advertising

4 インフィード広告

記事下の”YOU MIGHT ALSO LIKE”の枠に画像とテキストを組み合わせたインフィード形式で広告を配信します。



商品名	画像サイズ (pixels)	デバイス
インフィード広告(デバイス連動)	1200×800px	PC/SP
テキスト		
75文字以内 (広告主名(by 広告主名)及び記号、スペース含む)		

枠	料金 / CPMレート (税別)	保証
PC/SP	¥2,000	インプレッション保証

- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・最低出稿金額は500,000円です。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年4月時点のものになります。
- ・画像内のテキスト要素は企画タイトル、メインキャッチなど1点のみです。視認性が悪い場合は修正をお願いする場合があります。

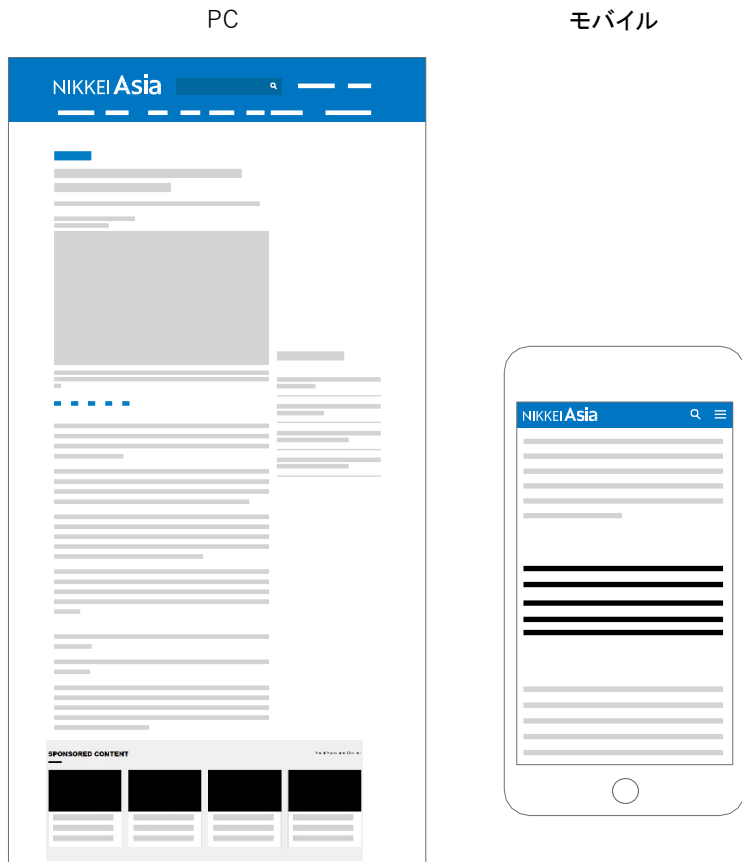
原稿規定

形式・容量	JPEG、PNG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	不可	同時出稿本数	1社4本まで (差換含む)
ループ	不可	差換規定	4本まで (同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿)

Digital Advertising

5 Sponsored content

画像とテキストを組み合わせたインフィード形式で広告を配信します。
※モバイルの場合はテキストのみでの配信になります。



商品名	画像サイズ (pixels)	デバイス
Sponsored content (PC)	620×350px	PC
枠	テキスト(広告主名必須)	デバイス
Sponsored content (PC/SP)	75文字以内 (広告主名及び記号、スペース含む)	PC/SP

枠	料金 / CPMレート (税別)	保証
PC/SP	¥1,000	インプレッション保証

Nikkei Asia

- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・最低出稿金額は500,000円です
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年3月時点のものになります。
- ・画像内のテキスト要素は企画タイトル、メインキャッチなど1点のみです。
視認性が悪い場合は修正をお願いする場合があります。

原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	不可	同時出稿本数	1社4本まで (差換含む)
ループ	不可	差換規定	4本まで (同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿)

Digital Advertising

6 リーダーボード／ビルボード広告

Nikkei Asiaトップページ、指定セクションのトップページ内にあるレクタングル、リーダーボードを1週間ジャック。

インパクトのある広告展開が可能です。

The screenshot shows the Nikkei Asia website interface. At the top, there's a blue navigation bar with the 'NIKKEI Asia' logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several article thumbnails. One large thumbnail on the left is titled 'China commercial property woes trigger surge in distressed sales'. To its right is an 'Opinion' article titled 'South Korea has to do more than 'Value-Up' to convince investors'. Below these, there are four smaller thumbnails: 'Pakistan elections', 'Automobiles', 'Gender', and 'Caixin'.

原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG、PNG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	同時出稿本数	1社1本まで（差換含む）
ループ	35秒以内停止		

原稿サイズ (pixels)
リーダーボード: 728 × 90 (PCのみ)
ビルボード: 970 × 250 (PCのみ)

期間	料金(CPMLレート 税別)
リーダーボード	¥4,000
ビルボード	¥6,000

保証
期間保証

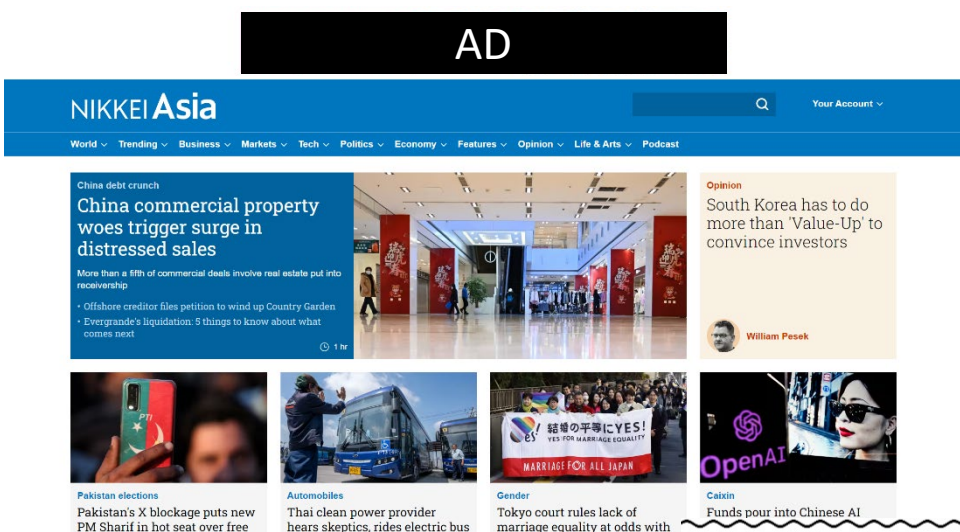
- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年4月時点のものになります。

Digital Advertising

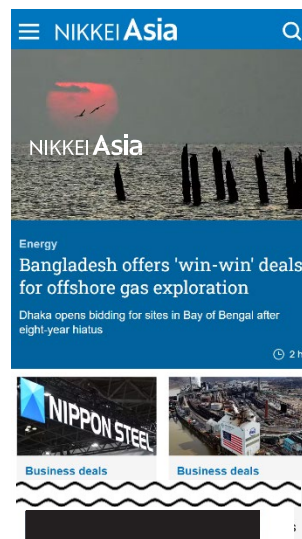
7 トップページ/セクショントップページジャック広告

Nikkei Asiaトップページ及び指定のセクショントップページのレクタングル、リーダーボード(ビルボード)を1週間ジャック。

インパクトのある広告展開が可能です。



モバイル



原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG、PNG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	同時出稿本数	1社1本まで（差換含む）
ループ	35秒以内停止		

商品名	
デバイス連動型広告	
原稿サイズ (pixels)	
レクタングル: 300×250	
ダブルレクタングル: 300×600(PCのみ)	
リーダーボード: 728×90(PCのみ) ビルボード: 970×250(PCのみ)	
期間	料金
1週間	600,000 JPY
保証	
期間保証	

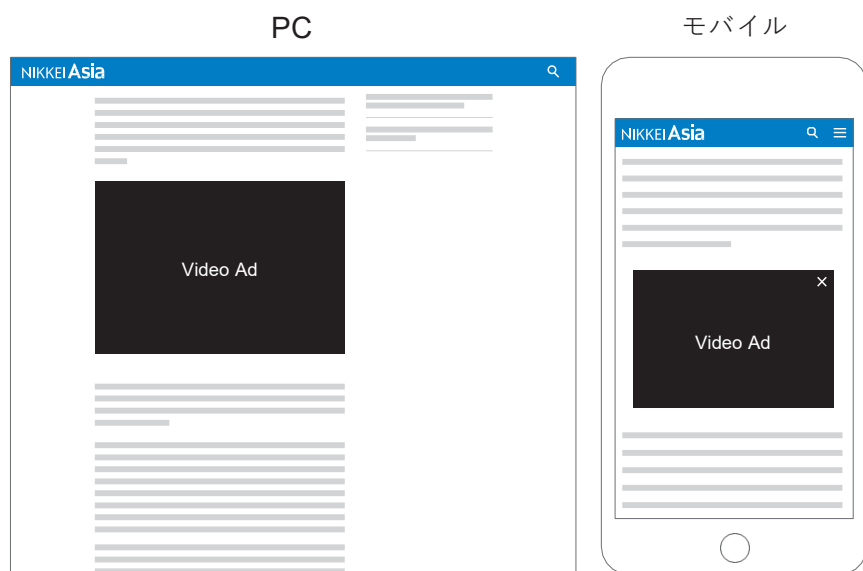
- ・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
- ・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・在庫についてはお問い合わせください。
- ・上記料金は2024年4月時点のものになります。

Digital Advertising

8 インターティクル型動画広告

コストパフォーマンスが高い、ユーザーフレンドリーな動画広告メニューです。記事本文エリアに動画が流れるため、ビューアビリティも高くブランディングや企業広告に有効です。

インプレッション課金及び、完全視聴での課金二つを料金体系からお選びいただけます。



商品名	原稿サイズ (pixels)	デバイス
インターティクル型動画広告	640×360 ~ 1920×1080	共通
保証	料金 / CPMレート (税別)	枠
インプレッション保証	¥5,000	記事ページ
完全視聴保証	¥30円 / 1視聴	

- ・インターティクル型動画広告の料金体系は、imp課金（動画開始課金）と完全視聴課金の2種類です。
- ・動画広告は記事と記事の間に配置、配信されます。
- ・動画広告の終了とともに動画広告枠は消え、通常の記事がご覧いただけます。
- ・動画広告枠の露出度が50%以下だと自動停止し、50%以上見えるようになると自動的に再開します。
- ・テレビCMや他の動画素材を簡単に配信することが可能です。
- ・完全視聴回数が目標回数に到達しない場合は、完全視聴回数に応じた料金を精算させていただきます。
- ・広告効果、ユーザー保護の観点からフリークエンシーコントロールを実施します。
- ・動画枠をタップすると音声流れ、フルスクリーンモードになります。
- ・上記料金は2024年3月時点のものになります。

原稿規定

形式・容量	mov / mpeg4 / avi / 200MB以内	動画再生時間	30秒以内（30秒以上をご希望の際はご相談下さい）	アスペクト比	16 : 9（4:3はサポートされません）
コーデック	ほとんど対応可（ただし、ProRes4444, HDV 720p60, Go2 Meeting3&4, ER AAC LD, RECODEは除く）				
入稿締切	事前テスト：掲載開始予定日10営業日前 最終入稿：掲載開始予定日の5営業日前				

Newsletter Advertising

Nikkei Asiaは様々なテーマでNewsletterを配信しています。
 Newsletter内の広告配信によって各トピックに関心の高い読者に訴求することが可能です。



Hells from Tokyo. The yen remains weak despite the bank of Japan's historic decision to raise the interest rate for the first time in 17 years. This is because Japanese rates are still low compared with other countries. With the BOJ maintaining its accommodative monetary policy, the expectation appears to be that the situation won't change much until the U.S. starts cutting rates.

This view seems even more plausible when closely examining how the BOJ board members make the rate-hike decision. During the policy meeting, one board member said that "even if the BOJ ends the negative rate policy, it would need to emphasize its cautious stance, as the economy is not in a state where rapid interest rate hikes are necessary," according to the summary of opinions released Thursday by the central bank.

Former BOJ chief Masaaki Shirakawa explains in his latest commentary for Nikkei Asia why he thinks raising the BOJ's decision "aimed" for an expansion. Even though it is known that Shirakawa has been critical of the bank's ultra-loose monetary policy, he offers an intriguing analysis of the latest policy changes by BOJ Gov. Kazuo Ueda.

So what does the BOJ's policy decision actually mean for the Japanese economy? This week's Big Story, supported by interviews with people across a range of sectors, examines whether the nation can truly break out of the "lost decades" and achieve strong growth.



Japan's economic fortunes will also determine the fate of Prime Minister Fumio Kishida, who is suffering from record low approval ratings in the wake of the ruling party's political funds scandal. At a press conference Thursday, Kishida stressed: "We have a once-in-a-generation opportunity for a complete break, from deflation. Achieving a virtuous circle between wages and prices is my mission."

But the unpopularity plaguing Kishida and his Liberal Democratic Party, especially in big cities, is becoming increasingly apparent, and the election prospects of his camp look bleak. According to LDP sources, if a vote were held now, the party would likely win fewer than five of the 30 electoral districts in Tokyo. Turning the situation around and winning at the polls may therefore require not just addressing economic concerns but also scoring some surprise achievements, such as a summit with North Korean leader Kim Jong Un.

Kishida has said he wants the expansion of renewable energy to be a pillar of Japan's economic growth, and this week's Asia Insight looks at offshore wind projects around the country. The challenges are not only technological, but also unique to Japan's long coastline, where each wind power project must receive approval from the many fishing cooperatives operating along the coast. Maritime issues are also focus of the Business Spotlight in this week's magazine. The story examines the potential economic benefits of the Thai government's signature project to build a land bridge connecting two of the nation's ports.

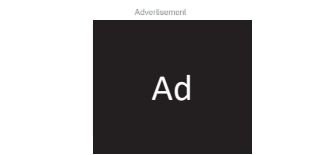
Lastly, from the Life & Arts section, our story on "staple destinations" may be a helpful guide in making your future travel plans. According to the article, alternative destinations that allow travelers to enjoy the same pleasures of famous travel spots but at more affordable prices and with smaller crowds are becoming popular. While I'm not a fan of the idea of substitution, discovering lesser-known destinations that are just as, if not more, appealing than high-profile tourist sites can be a refreshing way to enjoy your travels.

Wishing you a wonderful weekend!

Shin Nakayama
 Editor-in-Chief, Nikkei Asia
 Follow me on X (formerly Twitter) @ShinNakayama_NA

The editor's choice

- Japan's tale of two economies: BOJ hike and stock boom yet to trickle down**
 Yen's descent may be more a sign of loose policies and Nikkei's rally
[Read more](#)
- Japan sails close to offshore wind surge, as fisheries, tech challenges lurk**
 Floating cages could ease pain to connect farmers to college and medical schools
[Read more](#)
- Thai ports become competitive decline as Suez crisis pushes 'land bridge'**
 It aims to cut shipping costs but faces challenges for labor, management
[Read more](#)
- Japan stocks could grow more volatile with end of BOJ ETF purchases**
 Central bank had bought most of country's exchange-traded funds
[Read more](#)
- U.N. sanctions on North Korea have been losing their bite**
 Prospects for nuclear talks are dim as the international community
[Read more](#)
- From India to Australia, Myanmar is 'fracking' Asia with cheap wealth**
 Myanmar's political crisis is giving, supply and trade price for global markets
[Read more](#)
- Analysis: Japan-looking Chinese unmet target Xi's 'hazy' temple**
 While it might be a while, an economic recovery is possible in the near future
[Read more](#)
- 'Deep destination' lovers hit social media**
 Travelers are seeking out less-visited spots in search of better experiences
[Read more](#)



EXPLORE NIKKEI ASIA'S NEWSLETTERS

- Japan Update**
 Get essential information about Japan for our daily update, a combination of the best articles from Nikkei Asia and Japan.
[Subscribe](#)
- #TechAsia**
 The latest news on the Asia tech trends that matter, mostly from Nikkei Asia and the Financial Times.
[Subscribe](#)
- China Up Close**
 A must-read column covering the people and ideas shaping modern Chinese politics.
[Subscribe](#)

Was this email forwarded to you? [Sign up here](#)

[Subscription options](#) | Individual | Corporate

If you are interested in sponsoring our media, please see details here.

Discover the Nikkei Asia app
[App Store](#) | [Google Play](#)

You have received this email because you registered for Nikkei Asia newsletters. If you would like to unsubscribe or change what emails you receive from us, simply update your email preferences.

Please do not reply to this email. If you have any questions, visit our [FAQs](#) or contact us at asia@nikkei.com or [+81 3 5700 0000](tel:+81357000000), Tokyo, 100-8501, Japan.
 Nikkei Inc. No reproduction without permission.

タイトル	配信頻度	配信日	配信通数	想定開封率	料金
Asia Daily Briefing (昼)	日次	月～金(昼)	200,000	約30%	60万円 (昼・夕・セツト)
Asia Daily Briefing (夕)	日次	月～金(夕)	200,000		
Japan Update	日次	火～土	75,000	約30%	30万円
Your Week in Asia	週次	月	120,000		
Indo-Pacific Diaries	週次	水	120,000	約30%	30万円
China Up Close	週次	木	120,000		
Editor-in-Chief's Picks	週次	金	200,000	約30%	30万円
Pick of this week's Opinion	週次	土	120,000		
Life & Arts Monthly	月次	日 (monthly)	90,000		

レクタングル原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	ループ	35秒以内停止

- ・2024年3月時点のものになります。
- ・広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・配信時期により購読者数、配信通数は変動します。
- ・お申し込み/原稿(画像、リンク先URL)入稿は掲載開始日の5営業日前までをお願いします。
- ・配信終了7営業日後までに配信数、開封数、クリック数のレポートを提供します。
- ・Newsletterの内容によって配信週を調整いただく場合があります。

Newsletter Advertising (# techAsia sponsored)

#techAsiaは毎週木曜日発行のNewsletterに2箇所のレクタングル広告に加え、Sponsoredロゴを掲載します。広告バナーのみでなく企業ロゴの掲載によりTech関心層へのブランディングが可能です。



Sponsorロゴ

Akito Tanaka, Nikkei Asia Chief Business News Correspondent

Hello everyone, this is Akito from Singapore. I would say that one of the best privileges of being a reporter covering the tech industry is getting an early opportunity to try out some of the world's most exotic products on behalf of our readers. In 2009, I had the chance to test drive Tesla's first electric roadster, and reported on the explosive acceleration delivered by its high-pitched, emission-free power train. Over a decade later, this technology is challenging the dominance of the internal combustion engine in auto markets worldwide. A few years ago, I rode in Google's self-driving prototype vehicle near its headquarters in Silicon Valley. And most recently, I had an early taste of lab-grown chicken in Singapore. These are all great opportunities for getting a glimpse of the future. But turning a radical idea into a commercial reality requires years of research and development and massive amounts of investment -- and even this is often not enough for success. Another key ingredient is backing by authorities, which must recognize the innovation, confirm its safety and support its commercialization. Only then can the public have the chance to try out these cutting-edge technologies themselves.

Driverless in China

The Chinese public is getting just such a chance after Baidu announced on Monday it has secured permits to put driverless taxis on the road in two major cities, writes Nikkei Asia's **CK Tan** in Shanghai.

In a first for the country, the company, better known as a search engine giant, will be allowed to offer taxi rides to the public in cars with no human safety drivers on board.

These "robotaxis" will be available on the streets of southwestern Chongqing and central Wuhan. Operations are limited to eight hours a day in designated zones ranging from 13 to 20 square kilometers in both cities, with just five cars in each city. Nevertheless, the company hailed the permits as a "key milestone."

Baidu released its latest generation of autonomous vehicles in July, testing a production cost roughly half that of its previous model. According to co-founder and CEO Robin Li, this will translate to saving for riders. "We are moving towards a future where taking a robotaxi will be half the cost of taking a taxi today," he said of the launch.

Meanwhile, in the U.S., Cruise, a General Motors subsidiary focused on autonomous driving, has begun operating fully self-driving taxis in San Francisco. This puts the world's two largest automobile markets in a head-to-head race to commercialize and deploy industry-defining driverless technology just as tensions between Washington and Beijing reach new heights.

Under pressure to unwind?

Foxconn could be forced to unwind the \$800 million investment that made it a major shareholder in China's Tsinghua Unigroup last month, **Kathrin Hill** writes for the Financial Times.

Taiwanese national security officials believe the deal could make the world's largest electronics contract manufacturer, which is also a major Apple supplier, a trump card for Beijing in its technology competition with the U.S.

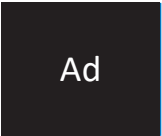
Foxconn describes the deal as a financial investment and argues that Tsinghua Unigroup is no longer the heavyweight it used to be after a debt restructuring that forced it to drop key chip manufacturing assets.

But Taipei believes that the Chinese group is still at the heart of Beijing's plans for semiconductor self-sufficiency.

Taiwanese officials think that having one of Taiwan's largest companies back the Chinese government in this will pose a national security risk to Taipei and undermine its closer alignment with the U.S.

1. Apple warns suppliers to follow China rules on 'Taiwan' labeling (Nikkei Asia)
2. SoftBank's record \$23bn loss could push Masayoshi Son to reconsider taking group private (FT)
3. Samsung to begin making semiconductor parts in Vietnam in 2023 (Nikkei Asia)
4. Taiwanese Apple supplier battles activists over \$4bn cash pile (FT)
5. Didi fears further retribution from China's regulators (FT)
6. SoftBank/Son: downhill march proves painful for Grand Old Duke of Tech (FT)
7. China's new iron chefs: Robots and AI dish out \$4 menus in Shanghai (Nikkei Asia)
8. Panasonic, Nikon quit developing low-end compact digital cameras (Nikkei Asia)
9. Alibaba revenue falls for first time since New York listing (FT)

We hope you are enjoying #techAsia. If so, please recommend to your friends to receive it every week by signing up [here](#).
If you have any comments, or ideas on stories you would like to see us cover, we would be happy to hear from you at techasia@nec.nikkei.co.jp.



- PM Kishida to bring back veteran Hamada as Japan defense chief - **updogtek**
Foreign Minister Hayashi set to stay in reshuffle. 'Tsun Koro' to be digital minister - **updogtek**
[Read more](#)
- China factory activity shrank again in May on COVID slowdown
Purchasing managers' index shows improvement as production eases
[Read more](#)
- Japan should make better use of geothermal power: Enel CEO
Business minister of Japanese renewables push for greater accountability
[Read more](#)



Discover the all new Nikkei Asia app
Download on the App Store | GET IT ON Google Play

You received this email because you registered to the Nikkei Asia newsletters.
[Manage preferences or unsubscribe.](#)

Please do not reply to this email. If you have any questions, visit our FAQs or contact us at info@no.asia.nikkei.com/customer-support
1-37, Chiyomichi, Chiyoda-ku, Tokyo, 100-8508, Japan
Nikkei Inc. No reproduction without permission.

タイトル	配信頻度	配信日	配信通数	想定開封率	料金
#techAsia (広告3枠)	週次	木	80,000	30%	30万円

レクタングル原稿規定

形式・容量	GIF、JPEG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	可	ループ	35秒以内停止

- ・2024年3月時点のものになります。
- ・広告掲載料に消費税は含まれていません。
- ・配信時期により購読者数、配信通数は変動します。
- ・お申し込み/原稿(画像、リンク先URL)入稿は掲載開始日の10営業日前までをお願いします。
- ・配信終了7営業日後までに配信数、開封数、クリック数のレポートを提供します。
- ・Newsletterの内容によって配信週を調整いただく場合があります。

Print Advertising



Print Advertising

※NIKKEI Asiaプリント版は2024年9月23日号を以って発行を終了します。

広告掲載料

週刊のプリント版でタイムリーなトピックを厳選してお届けしています。アジア地域を中心に、エグゼクティブ層に購読いただいております。

APACのシニアビジネスパーソンにおける
Nikkei Asiaプリント版 想定読者数

153,625人 ※出典：GBI2022 APAC

商品名	原稿サイズ	1回掲載料金（税別）	2-6回掲載料金（税別）	7-11回掲載料金（税別）	12回以上掲載料金（税別）
 表4	横204mm × 縦268mm 横210mm × 縦274mm (裁ち落とし含む)	¥1,800,000	¥1,620,000	¥1,440,000	¥1,260,000
 表2見開き2ページ	横408mm × 縦268mm 横414mm × 縦274mm (裁ち落とし含む)	¥3,000,000	¥2,700,000	¥2,400,000	¥2,100,000
 見開き2ページ		¥2,700,000	¥2,430,000	¥2,160,000	¥1,890,000
 目次対向1、1ページ	横204mm × 縦268mm 横210mm × 縦274mm (裁ち落とし含む)	¥1,400,000	¥1,260,000	¥1,120,000	¥980,000
 目次対向2、1ページ		¥1,320,000	¥1,188,000	¥1,056,000	¥924,000
 中面1ページ		¥1,250,000	¥1,125,000	¥1,000,000	¥875,000
 表3		¥1,500,000	¥1,350,000	¥1,200,000	¥1,050,000
 表3見開き	横408mm × 縦268mm 横414mm × 縦274mm (裁ち落とし含む)	¥2,800,000	¥2,520,000	¥2,240,000	¥1,960,000

※ 掲載予定号の3週間前までにお申し込みください。

※ 原稿入稿は掲載予定号の2週間前までをお願いします。

※ 在庫についてはお問い合わせください。

※ 詳細は入稿規定をご覧ください。

※ 上記料金は2024年3月時点のものになります。

UNLOCK THE REAL JAPAN

Nikkei Asia はTime Out Tokyoとコラボレートし、旬のテーマと人にフォーカスして日本の魅力を国内外に伝える英文媒体「UNLOCK THE REAL JAPAN」を不定期に発行しています。

2020年3月に初号をプリント版（国内外で配布）で発行し、12月にプリント版（国内配布）に加えてデジタル版をスタートさせました。22年は3月にドバイ万博閉幕のタイミングに合わせて、「大阪万博」にフォーカスを当ててた3月号、COP27に合わせて10月号を発行しました。今後も時流を捉えたさまざまなテーマで発行を予定しております。

プリント版、デジタル版ともにアドバトリアルなどの広告スペースをご用意しておりますので、詳細はお問い合わせください。

発行日	テーマ
第1号：2020年3月20日	Visit Japan
第2号：2020年12月14日	国際金融都市
第3号：2021年3月29日	カーボンニュートラル
第4号：2021年7月19日	東京オリンピック・パラリンピック
第5号：2022年3月21日	大阪万博
第6号：2022年10月24日	COP27特集
第7号：2023年3月27日	G7サミット特集



Unlock Website

<https://ps.nikkei.com/unlock/>



Secondary Use Options

オプションメニュー① デジタルアドバトリアル の2次利用

Nikkei Asia タイアップサイト



掲載終了後、オウンドサイトなどのWEB媒体のほか、チラシやパンフレットなどのオフラインコンテンツとしてもご利用いただけます。

(二次利用期間は半年間を想定)

広告主が運営・発行している媒体	料金（ネット）
オウンドサイト	300,000円～
オフライン (小冊子、パンフレットなど)	420,000円～

オプションメニュー② プリントアドバトリアル の2次利用



抜き刷り用 表表紙と裏表紙
プリント版タイアップ
見開き2ページ

掲載終了後、プリント版での見開き2ページのタイアップについて、表表紙と裏表紙を追加作成し、抜き刷りを作成することも可能です。イベント会場や説明会などでの配布資料として活用できます。

(納期は発注から2週間程度を想定)

抜き刷り部数	料金（ネット）
1000部～	営業担当にご相談ください

- ・二次利用料はタイアップの制作費および利用目的に連動しています。個別案件ごとに営業担当がお見積りをさせていただきます。
- ・タイアップ制作の権利関係者（出演者、カメラマンなど）の意向により別途、二次利用の追加費用が発生する場合がございます。
- ・二次利用にあたり追加作業が発生した場合、その追加費用をご請求させていただきます。
- ・二次利用をご希望される場合はタイアップ実施をご決定いただいた段階でお早めにご相談いただけますよう、お願い致します。
- ・デジタルアドバトリアルについてはタ広告内に使用した「テキスト、写真、動画、イラスト、図表」を、ヘッダーフッターを外した状態で納品いたします。

Advertising Terms and Conditions



Advertising Terms and Conditions (注意事項・免責)

- ・新規広告主の場合は弊社所定の審査が必要です。必要な書類をご用意いただくことがあります。
- ・最低掲載期間は連続した5日間とします。
- ・インプレッション保証の広告商品につきましては、掲載期間中の毎日の配信および日ごと・時間ごとの均等配信は保証いたしません。
- ・万一表示の不具合等があった場合、翌営業時間内の対応となります。この間の掲載の不備については免責とさせていただきます。
- ・また、掲載されたスクリーンショットは提供しません。
- ・顧客満足度の向上および広告主様へのサリポート項目はセールシートに記載されている場合を除き、配信数とクリック数、CTRが標準です。サービス向上のため、掲載原稿についての調査を実施することがあります。
- ・ユーザーの閲覧環境によっては、広告が配信できない、正しく表示されない、またはクリックしてもリンク先へ誘導できない可能性があります。
- ・天災、または停電・通信回線の事故など、不可抗力により広告掲載を中止する場合があります。
- ・報道内容やユーザビリティ改善のための画面構成変更に伴い、広告掲載場所が変更になる場合があります。
- ・ブラウザ表示サイズによっては、PCでモバイル用広告が、モバイルでPC用広告が表示されることがあります。

Advertising Terms and Conditions (注意事項・免責)

- ・第三者広告配信の場合は、必ず事前にサービス名をご連絡ください。そのうえで使用可否を回答させていただきます。また、インプレッション数は広告サーバーでのカウントを基準とします。
- ・トラッキングタグ設置をご希望の場合は、「利用するサービス」「計測希望広告商品」「計測目的」を添えて、可否をお問い合わせください。複数のソリューションでトラッキングする場合は、それらのタグを結合した1つのファイルで入稿してください。
- ・Nikkei Asia内で配信またはクリックしたユーザーへのリターゲティング広告を実施する場合は広告主様と弊社の両サイト内に当該広告配信のオプトアウトに関する記述が必要となります。
- ・クリエイティブ最適化を行う場合、パターンごとに原稿差し替え料のカウント対象となります。また広告主ページから商品画像などをフィードしたクリエイティブは物理的に閲覧ができないため、不可となります。
- ・外部ファイルを取り込んだり外部コンポーネントを組み込んで制作されている場合、正しく動作しないことがあります。
- ・広告内容確認のため、入稿時は第三者配信タグだけでなく、原稿規定で指定している原稿素材も必ずお送りください。
- ・入稿完了後に配信タグ中の広告の内容、スクリプトを変更することはできません。変更を反映した新たな配信タグを入稿してください。弊社で動作確認した上で差し替えます。
- ・タグ形式は、SSL (https) 形式化されたものを必ずご使用ください。(https://xxxx.com/xxxx または //xxxx.com.xxxx)
CSSでz-indexを指定する場合は10000以下の値にしてください。
- ・第三者配信利用時には、今後の商品改善のために統計的なデータ収集を目的として、配信レポートの共有についてご協力をお願いいたします。
- ・アドベリフィケーションツールをご使用される際は、あらかじめご連絡ください。ブランドセーフティー機能等により広告表示がされないことがありますので、代替表示用バナーの設定をお願いする場合がございます。

Advertising Terms and Conditions (原稿規定)

- ・ 広告原稿の背景が白地の場合は、原則として外枠線を付けてください。また、広告原稿とサイトコンテンツの境界が不明瞭な場合は、修正をお願いすることがあります。
- ・ 原色や蛍光色、輝度の強い色などが短時間でフラッシングする原稿、極度に動きの大きい原稿については変更をお願いすることがあります。
- ・ 広告原稿がサイト内のデザイン（題字、ナビゲーション、リンクボタン等）と酷似しているなど、ユーザーの誤解を招く可能性があると思われる場合は修正をお願いすることがあります。
- ・ 広告の内容については日本経済新聞社の広告掲載基準に準拠し、広告原稿の最終カットに広告主の社名が明記されていることが必要です。
- ・ なお、広告内容、リンク先ホームページにおいて問題が生じた場合は広告主の責任において対応をお願いいたします。
- ・ リンク先URLはトラッキングタグを含めて220バイト以内としてください。
- ・ リンク先は配信日の2営業日前までには公開してください。サイト内容の確認ができるまで掲載開始を延期することがありますので、必ず担当営業に事前のご連絡をお願いいたします。

Ad Specification (原稿規定)

商品	サイズ	形式・容量	アニメーション	ループ	ALTテキスト	備考
レクタングル	300×250	GIF/JPEG/PNG 150kb以内	可	35秒以内停止	不可	
ダブルレクタングル	300×600	GIF/JPEG/PNG 150kb以内	可	35秒以内停止	不可	
リーダーボード	728×90	GIF/JPEG/PNG 150kb以内	可	35秒以内停止	不可	

商品		サイズ	形式・容量	アニメーション	ALTテキスト	備考
インフィード広告 (デバイス連動)	画像	1200×800	JPEG/PNG 150kb以内	不可	不可	
	テキスト	75文字以内 (広告主名 (by 広告主名) 及び記号、スペース含む)				
Sponsored content	画像	620×350	JPEG/PNG 150kb以内	不可	不可	
	テキスト	75文字以内 (広告主名を含む)				

商品	サイズ	形式・容量	画角	再生時間	コーデック	備考
インリード動画	640×360 ~ 1920×1080	mov / mpeg4 / avi / 200MB以内	16:9	30秒以内	ほとんど 対応可	ProRes4444, HDV 720p60, Go2 Meeting3&4, ER AAC LD, RECODEは除く

NIKKEI Asia

広告出稿に関するお問い合わせは、下記までご連絡ください。

日本経済新聞社
グローバルイベントユニット 総合営業グループ

[NIKKEI Marketing Portal](#)

[お問合せフォーム](#)

asia.nikkei.com