NIKKEI Asia

The voice of the Asian century

MEDIA KIT

2023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。

Nikkei Asiaを中核に、日経はアジアの取材網を強化してきました。結果、 アジアにおける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）を通算7回受賞し、Nikkei Asiaの報道は高い評価を得ています。

実際に2021年6月に米国ホワイトハウスが発表した 「サプライチェーンに 関する報告書」において、Nikkei Asiaの記事が複数引用されており、国際的 にも記事内容に対する高い信頼、評価を得ている証左と言えます。

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

Cover Story

今知るべき重要ニュースについて特集した長尺の分析を毎週掲載

Company in Focus

アジア経済の発展を支える企業や人、そして技術をクローズアップ

Asia Insight

アジアで今最も注目すべき政治・経済のニュースやトレンドを深掘り

Asia300

日経が独自に選んだアジアの主要企業群「Asia300」。
企業の戦略や業績トレンドを知ればアジア経済の形が見えてきます

Opinion

世界の著名エコノミストやジャーナリストが
アジアのビジネス、政治、安全保障問題を論じます

Latest news

最新の企業ニュースや速報ニュース、日々変化する政治情勢からマーケット情報まで

About Nikkei Asia

Nikkei Asiaは、ビジネスに重要な情報を提供する媒体として、広く海外で読まれています。

Yoriyuki Sugiyama

Former General Manager & Chief Representative
Tokyo Stock Exchange, Inc.
Singapore Branch

"I think one of the advantages of Nikkei Asia is that the local reporters bring you the real voices of the people on the ground"

Nozomi Oda

Partner
Morrison & Foerster
Tokyo Office

"Using Nikkei Asia to share information with team members and clients has become part of my regular routine"

Sergiy Korsunsky

Ambassador Extraordinary
and Plenipotentiary
Ukraine to Japan

"Nikkei Asia is the number one source of information when it comes to gaining deep insights on the economy and politics"

Dr. Pietro Borsano

Deputy Executive Director, Industrial and Global Alliances
Senior lecturer in Entrepreneurship and Core Business
School of Integrated Innovation, Chulalongkorn University

"I instruct students to use Nikkei Asia as a primary source of information."

2022年によく読まれた記事

Convenience store chain Ministop pulls out of South Korea and Philippines

Korean deal will bolster third-ranked Lotte in tough market

Japan to allow visa-free individual tourists from Oct. 11

Kishida announces full reopening as weak yen gives visitors extra incentive

Analysis: Xi no longer described as 'people's leader' in China

Leader tries smile diplomacy, but public scolding of Canada PM ruins image

Most Read in 2022

詳細は以下のページをご覧ください。

https://asia.nikkei.com/Spotlight/Most-read-in-2022

About Nikkei Asia

世界で評価されるNikkei Asia

米報道団体SABEW　２部門で2年連続最優秀賞

中規模メディア部門で**TIME, Fortune, ForbesやWiredをおさえ最優秀賞**に輝き、コロナによる失業や孤独がネット犯罪の増加につながっていく構図を豊富な写真や映像と共に伝えた記事が**「国際報道」部門最優秀賞を受賞**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。

世界新聞･ニュース発行者協会(WAN-IFRA)「2022年アジア･メディア賞」 過去最多の5賞受賞

アジア・太平洋、中東地域の新聞・雑誌社の優れた報道を表彰する「アジア・メディア賞」において、新型コロナウイルス関連部門で最高賞の金賞と銀賞、報道写真部門で金賞、銀賞、特集記事（新型コロナウイルス以外）部門で銀賞を獲得しました。

アジア出版者協会賞（SOPA）で優秀賞、通算7度目の受賞

香港を拠点にアジア・太平洋地域に関する優れた報道を表彰するアジア出版社協会賞（SOPA）において、東アジア地域包括的経済連携（RCEP)の影響を分析した記事で通算7回目の受賞となる優秀賞を受賞しました。

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, 2022 Monthly Avg.

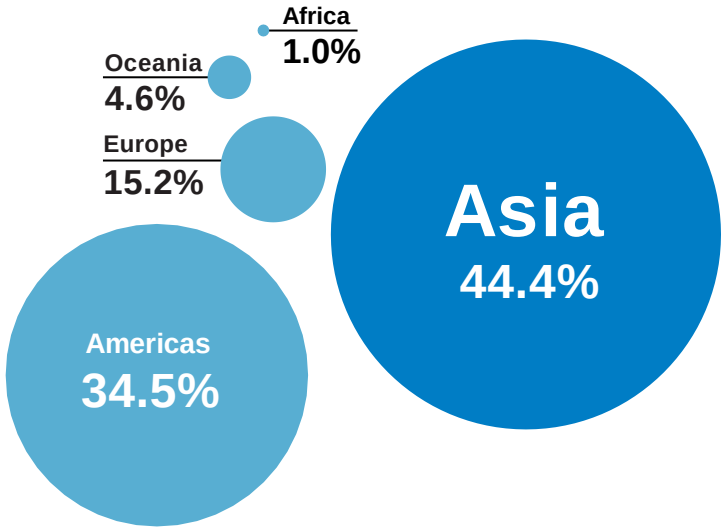
月間ユーザー数

3,118,908

月間 PV

6,204,288

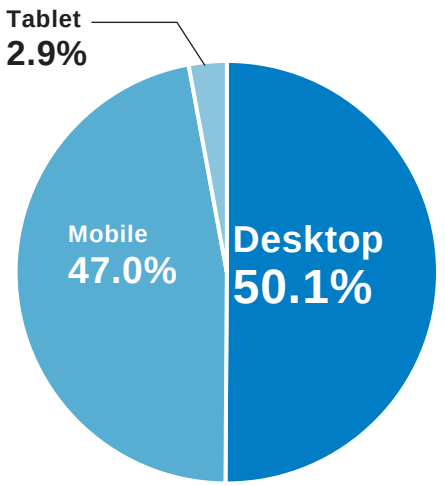
地域別ユーザー分布



国別ユーザー分布

United States	30.6%
Philippines	10.2%
Singapore	7.6%
Japan	5.7%
India	4.3%
Australia	4.1%
Malaysia	4.0%
United Kingdom	3.1%
Canada	2.8%

デバイス

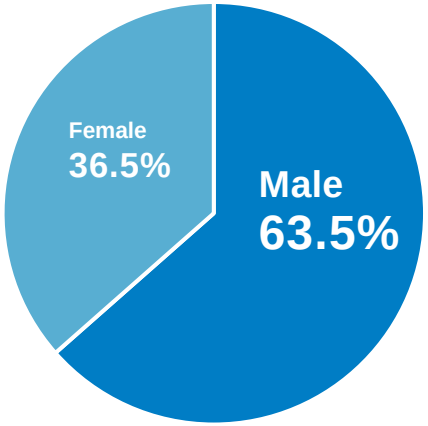


Our Readers

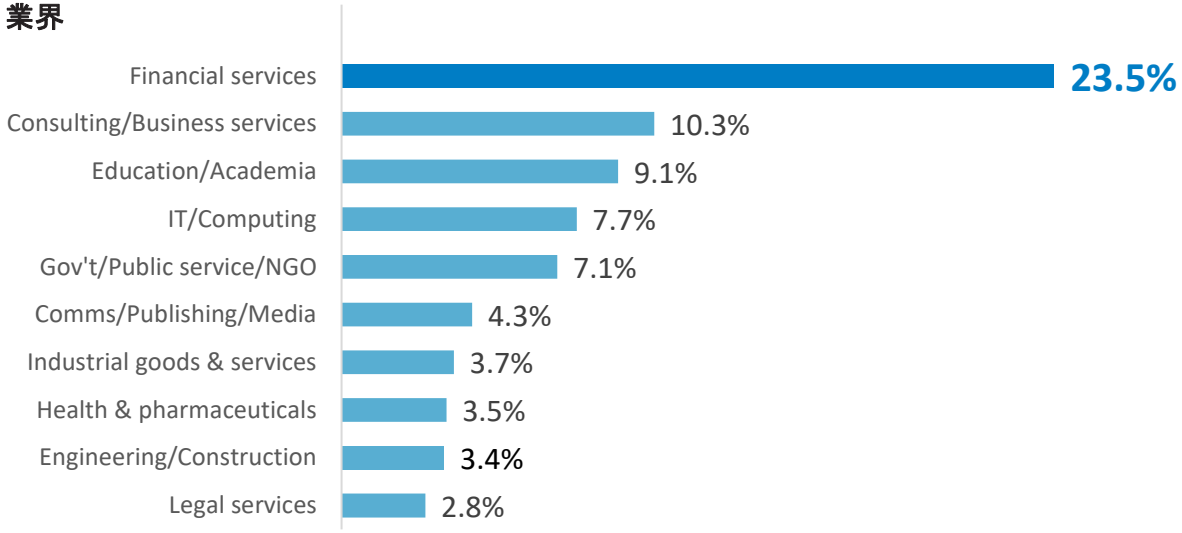
Nikkei Asia は金融を筆頭に幅広い業種のビジネスパーソンに読まれていま**す。**20代後半から30代にかけてと比較的若い年代の読者が多いにもかかわらず、マネージメントやC-suite層の比率が高いことも特徴です。

※出典： :Google Analytics Report Jan 1st - Dec 31st, 2022 Monthly Avg. / Nikkei Asia CRM Data as of Jan 2023

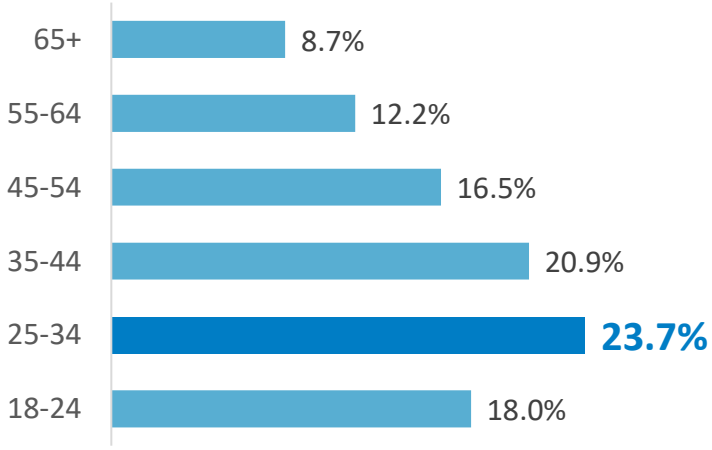
性別



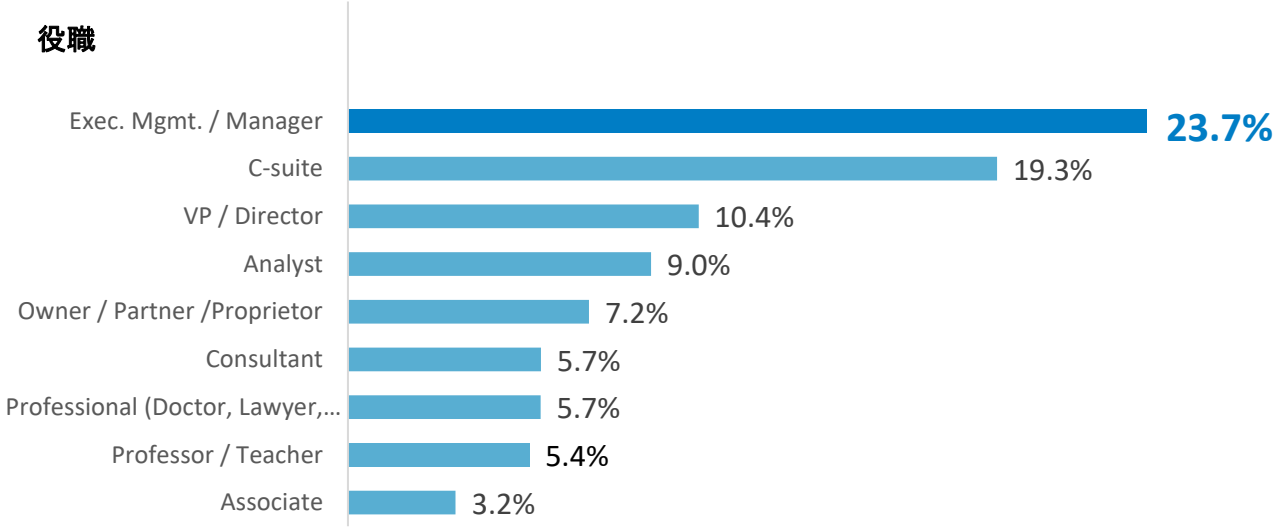
業界



年齢



役職



Our Readers

Ipsos GBI APAC 2022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

Corporate

- **49.7%** 従業員数500人以上の企業に勤務
- **98.3%** ビジネス意思決定者
- **88.4%** 年間5回以上の海外出張
- **72.9%** ビジネスクラス以上に搭乗
- **72.8%** C-suite
- **79.7%** 4つ星以上のホテルに宿泊
- **67.3%** 旅費予算 $5000以上

Consumer

- **80.5%** 年収$100,000以上
- **73.0%** 資産$250,000以上
- **60.7%** $100万以上の物件を購入
- **61.3%** $5,000以上の時計 / 宝飾品を所持
- **73.1%** 投資純資産 $250,000以上
- **78.1%** ESG企業への投資意欲がある

※出典：The Ipsos Global Business Influencers APAC (GBI APAC) survey 2022

＊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			
Hong Kong	Indonesia	Malaysia	Philippines
Singapore	South Korea	Taiwan	Thailand
China	Japan	India	Australia

母集団
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**

Partner Content

Partner Content

Quality

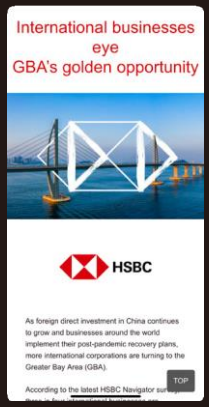
記事スタイルの広告「アドバトリアル」は多くの広告主様に利用されているプロダクトです。綿密な打ち合わせをもとに企画を立て、丁寧に取材します。商品やブランドへの深い理解を、読み応えのある高品質なストーリーに落とし込んで読者に届けます。

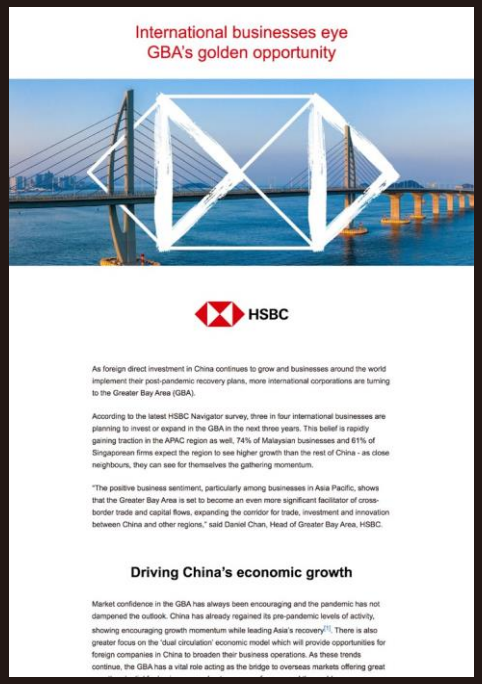
Consistency

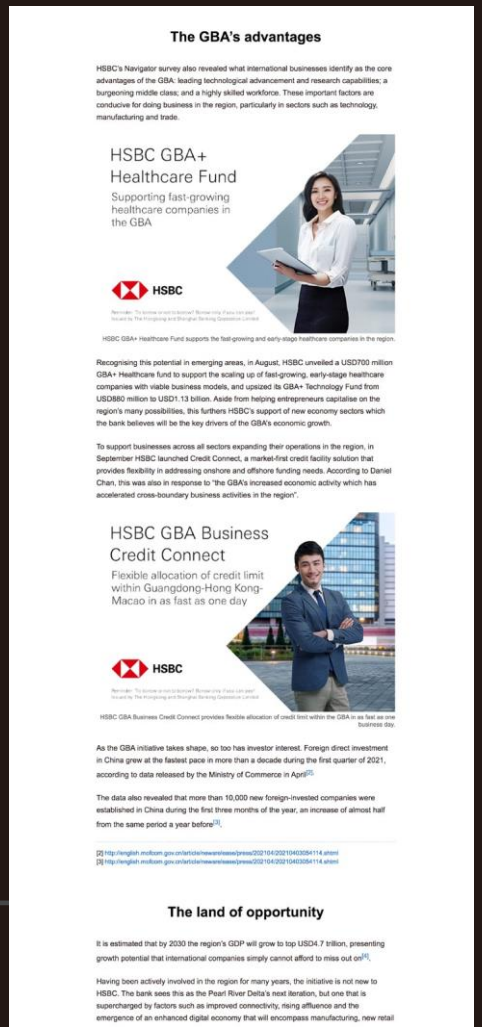
デスクトップ、モバイル、プリントとそれぞれで最適な表現を追求し、媒体をまたぐキャンペーンの一貫性を保ちます。複数回にわたる連載でも文章のスタイルやデザインを統一。ブランドの世界観を守りながら、ストーリーを効果的に印象付けます。

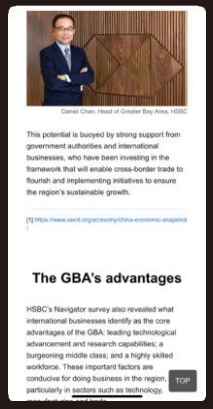
Case study 01

HSBC







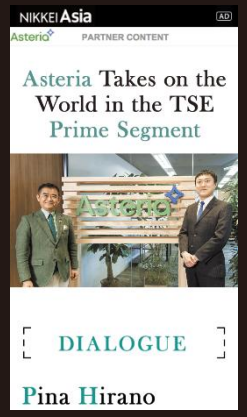


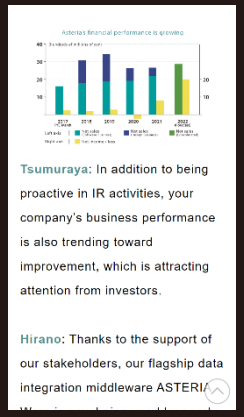
Partner Content

Case study 02

Asteria

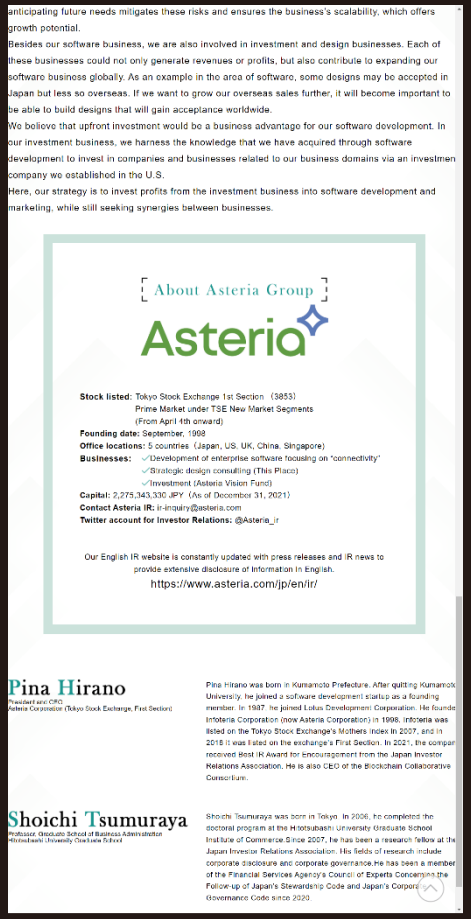
NIKKEI Asia
PARTNER CONTENT
Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment
DIALOGUE
Pina Hirano
President and CEO
Asteria Corporation (Tokyo Stock Exchange, First Section)
Shoichi Tsumuraya
Professor, Graduate School of Business Administration
Hitotsubashi University Graduate School
Equity markets 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, discussed the company's management approach to pursuing growth together with investors, among other topics.

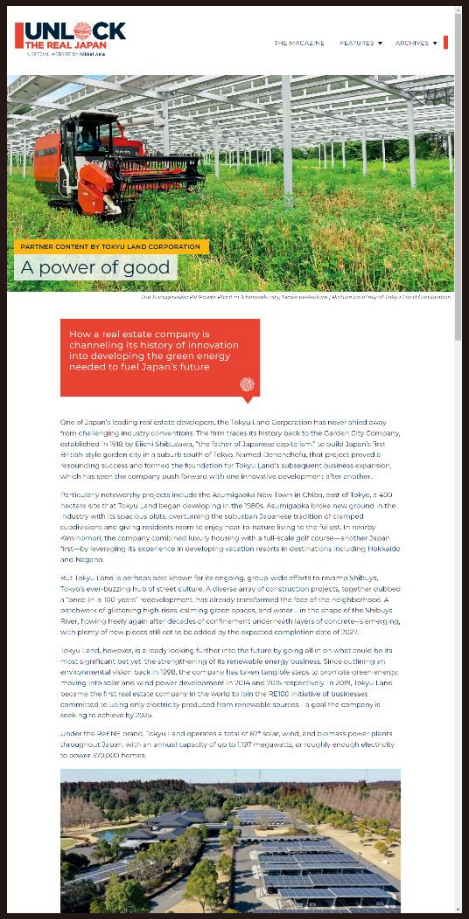

NIKKEI Asia
PARTNER CONTENT
Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment
DIALOGUE
Pina Hirano

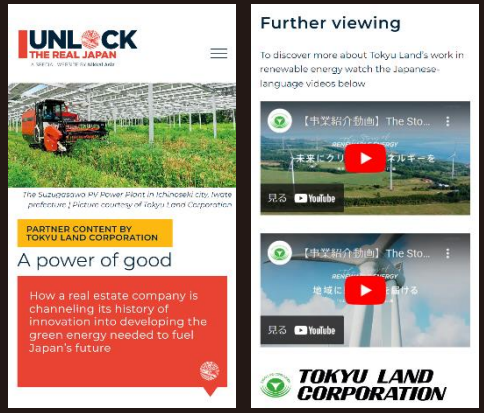

Tsumuraya: In addition to being proactive in IR activities, your company's business performance is also trending toward improvement, which is attracting attention from investors.
Hirano: Thanks to the support of our stakeholders, our flagship data integration middleware ASTERIA

プリント版アドバトリアル

Asteria Takes on the World in the TSE Prime Segment
Pina Hirano
Shoichi Tsumuraya


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 4th 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 (This Place)
✓Investment (Asteria Vision Fund)
Capital: 2,275,143,330 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 Lotus Development Corporation. He founded Infoteria Corporation (now Asteria Corporation) in 1998. Infoteria 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 Best 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.

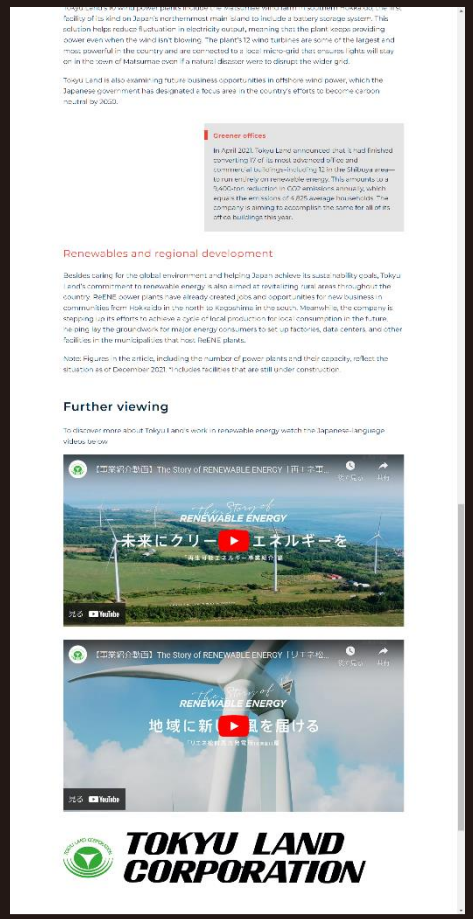

UNLOCK THE REAL JAPAN
PARTNER CONTENT BY TOKYU LAND CORPORATION
A power of good
How a real estate company is channeling its history of innovation into developing the green energy needed to fuel Japan's future
One of Japan's leading real estate developers, the Tokyu Land Corporation has never shied away from challenging industry conventions. The firm traces its history back to the Garden City Company, established in 1918 by Eiichi Shibusawa, "the father of Japanese capitalism," to build Japan's first British style garden city in a suburb south of Tokyo, named Denenchofu, that project proved a resounding success and formed the foundation for Tokyu Land's subsequent business expansion, which has seen the company push forward with one innovative development after another.
Particularly noteworthy projects include the Asumigaoka New Town in Chiba, east of Tokyo, a 400 hectare site that Tokyu Land began developing in the 1960s. Asumigaoka broke new ground in the industry with its spacious plots, overturning the suburban Japanese tradition of cramped subdivisions and giving residents room to enjoy near to nature living to the full est. In nearby Kashiwanoha, the company combined luxury housing with a full-scale golf course—another Japan first—by leveraging its experience in developing vacation resorts in destinations including Hokkaido and Nagano.
But Tokyu Land is perhaps best known for its ongoing, group wide efforts to revive Shibuya, Tokyo's ever-buzzing hub of street culture. A diverse array of construction projects, together dubbed a "once in a 100 years" redevelopment, has already transformed the face of the neighborhood. A patchwork of gleaming high rises, calming green spaces, and water, in the shape of the Shibuya River, flowing freely again after decades of confinement underneath layers of concrete is emerging, with plenty of new pieces still set to be added by the expected completion date of 2027.
Tokyu 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 1990, the company has taken tangible steps to promote green energy, moving into solar and wind power development in 2014 and 2018, respectively. In 2019, Tokyu Land became the first real estate company in the world to join the RE100 initiative of businesses committed to using only electricity produced from renewable sources. A goal the company is seeking to achieve by 2030.
Under the ReENE brand, Tokyu Land operates a total of 61* solar, wind, and biomass power plants throughout Japan, with an annual capacity of up to 1,197 megawatts, or roughly enough electricity to power 370,000 homes.


UNLOCK THE REAL JAPAN
The Suzugasawa PV Power Plant in Ichinoseki city, Iwate prefecture. | Picture courtesy of Tokyu Land Corporation
PARTNER CONTENT BY TOKYU LAND CORPORATION
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

Further viewing
To discover more about Tokyu Land's work in renewable energy watch the Japanese-language videos below
TOKYU LAND CORPORATION

Case study 03

TOKYU LAND CORPORATION


Greener offices
Renewables and regional development
Further viewing
To discover more about Tokyu Land's work in renewable energy watch the Japanese-language videos below
RENEWABLE ENERGY
TOKYU LAND CORPORATION

Nikkei Asia

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

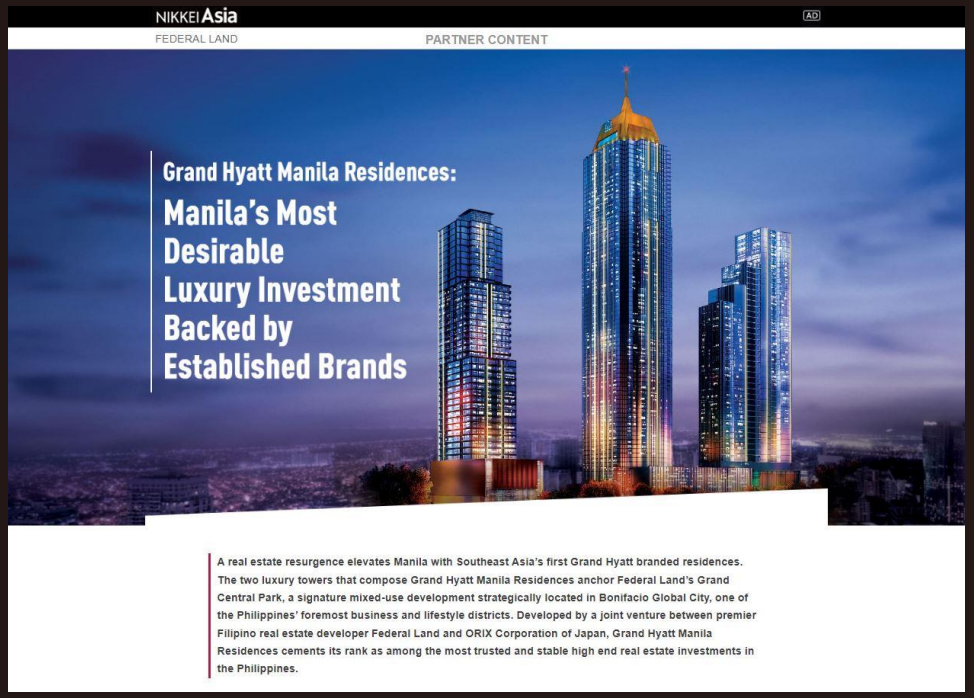
2022年5月に新たな中期経営計画を発表したUBE。泉原雅人社長が自社の成長戦略にかける思いをインタビュー形式で掲載いただきました。
2022年4月、およそ80年間続いた「宇部興産」という社名を「UBE」へ変更。 セメント事業の持ち分法適用会社化など、化学事業の企業として大胆な構造改革に取り組むなかで、国内外のステークホルダー、そしてグループ社員にUBEの戦略についてさらに理解を深めて欲しいという思いの下、トップメッセージでは社名変更に込めた意気込みを伝えたほか、付加価値の高い製品群を扱う「スペシャリティ事業」への積極的な投資、アジアの主要拠点であるタイでの設備増強についても訴求しています。

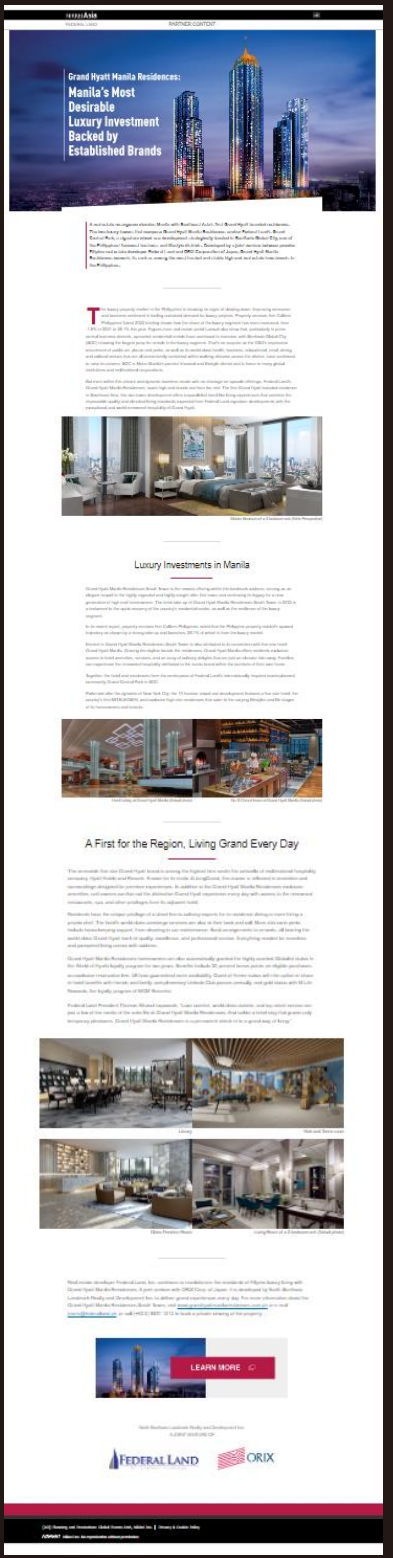
NIKKEI Asia
UBE Corporation PARTNER CONTENT
UBE Transform Tomorrow Today
Centering on specialty chemicals and achieving sustainable growth globally
Contributing to the global environment, human health, and an enriched future society ---Masato Izumihara
President & CEO
Masato Izumihara
Born in Yamaguchi 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

Nikkei Asia

Partner Content

Case study 05
Federal Land





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。

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。

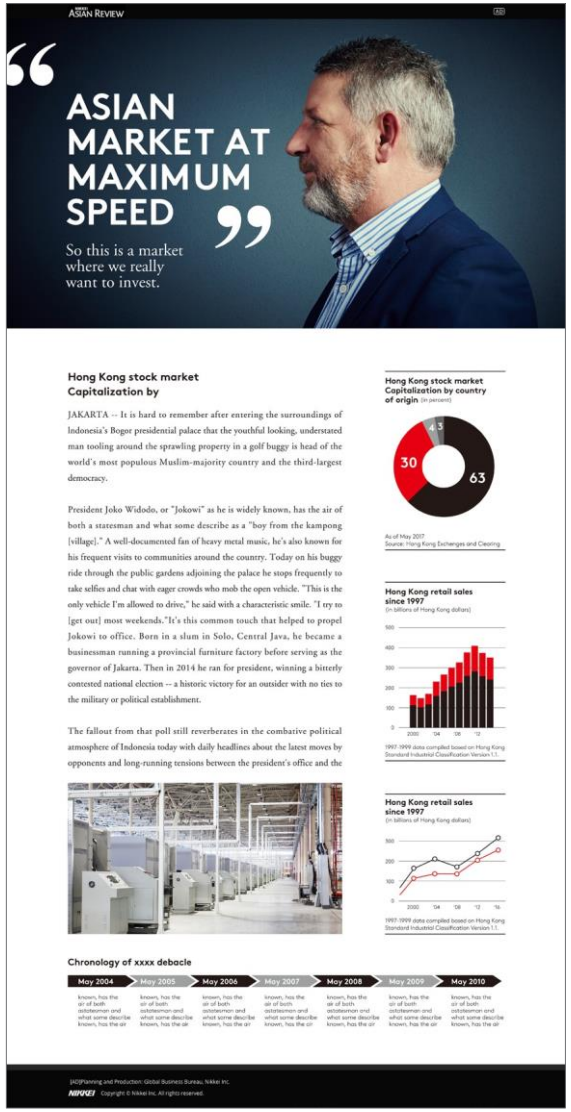
主なコンテンツ
イベントの採録
コーポレートブランディング
製品・サービス訴求
政府広報
トップインタビュー

広告誘導枠

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
バナー広告（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



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
Twitter	2,000クリック	￥500,000	

※ 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ございませんので、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ト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

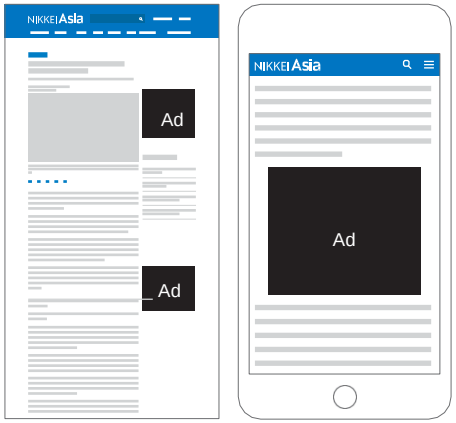
※ 各プラットフォーム毎に審査がございます。審査を通過した案件のみ掲載します。
※ 運用商品のため、パフォーマンス状況に応じてクリエイティブを差し替えます。
※ 掲載開始日は日本経済新聞社が決定します。
※ 掲載開始は掲載審査の都合で遅れる可能性がございます。
※ ターゲティングのご要望は各案件毎にご相談ください。
※ 著名人やモデルが出演するタイアップの場合は出演交渉時に事前の条件提示が必要です。詳細は営業担当にお尋ねください。
※ SNSは、Nikkei Asia Marketing & Eventのアカウントで運用します。

Digital Advertising

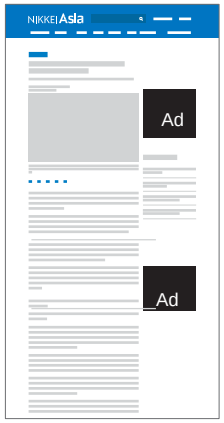
Digital Advertising

メニュー

1 デバイス連動型広告 推奨メニュー

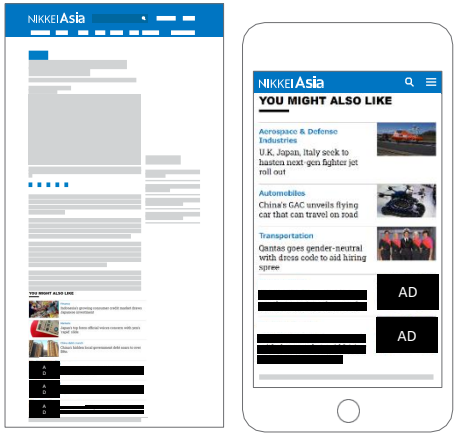


2 PC バナー広告

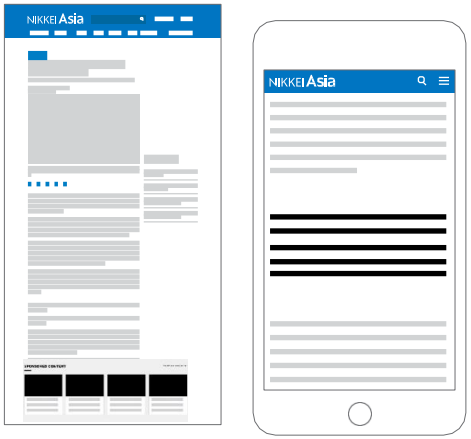


3 モバイル広告

4 インフィード広告（デバイス連動）



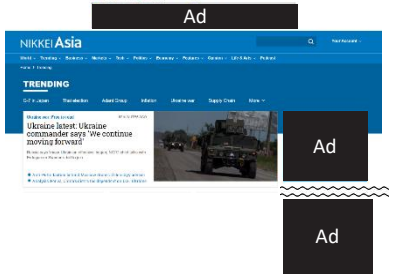
5 Sponsored Content広告



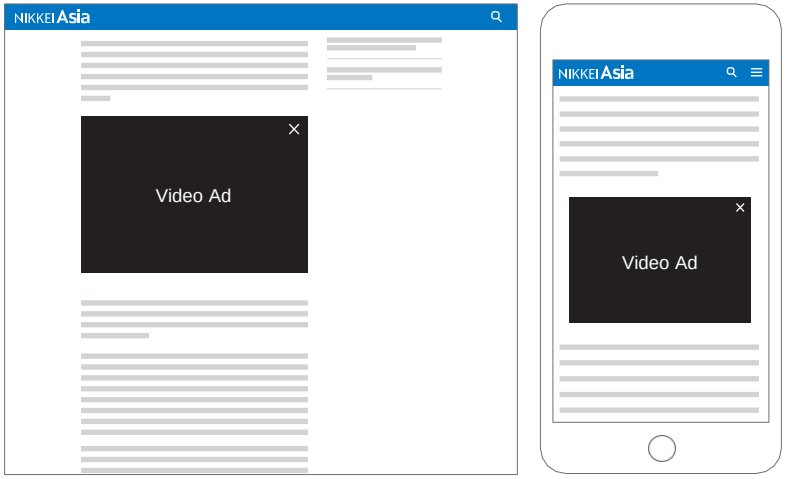
オプションメニュー　ジオターゲティング広告（CPM＋1,000円）

リーチするターゲットを国毎に絞り配信することで効率的な予算運用が可能になります 配信を希望される国、エリアや予算規模 期間など諸条件と共にお問い合わせください。

6 トップページ／セクション（Trending）トップページ ジャック広告



7 インアーティクル型動画広告



Digital Advertising

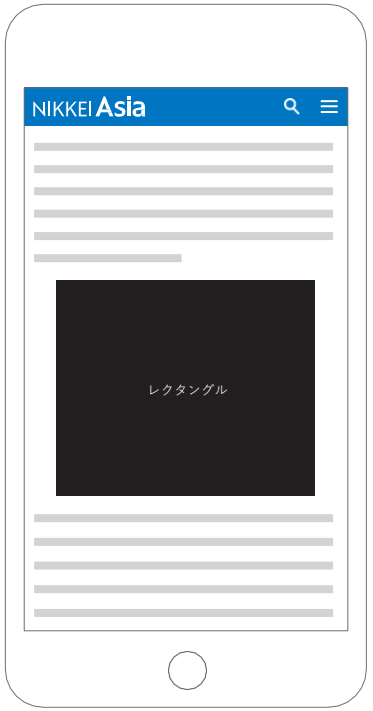
1 デバイス連動型広告 推奨メニュー

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営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023**年3月時点**のものになります。

Digital Advertising

2 PC バナー広告

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営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023**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 モバイル広告

モバイルデバイスのみにターゲティングした商品です。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営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023**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）**

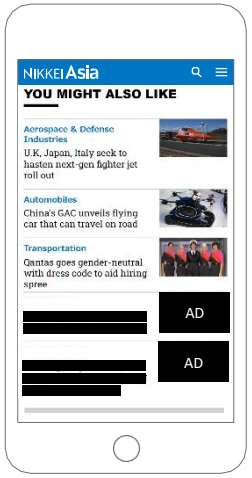
Digital Advertising

4 インフィード広告(デバイス連動)

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。

PC

モバイル



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	¥6,000	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営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023年8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）

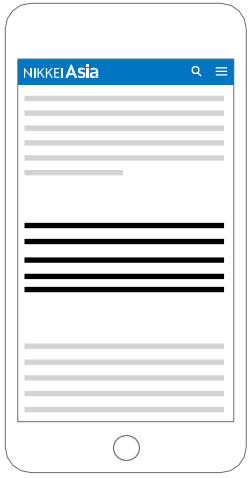
Digital Advertising

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。

PC

モバイル



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

・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営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023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

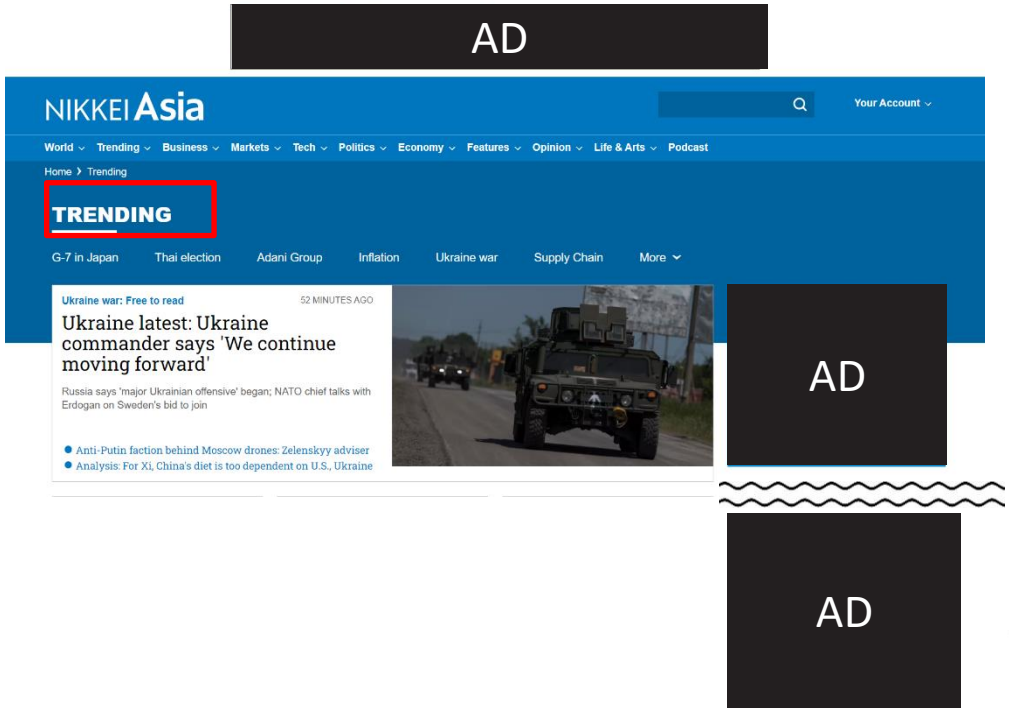
形式・容量	GIF、JPEG：150KB以内	ALTテキスト	不可
アニメーション	不可	同時出稿本数	1社4本まで（差換含む）
ループ	不可	差換規定	4本まで （同時出稿含む、営業日のみ、同時入稿）

Digital Advertising

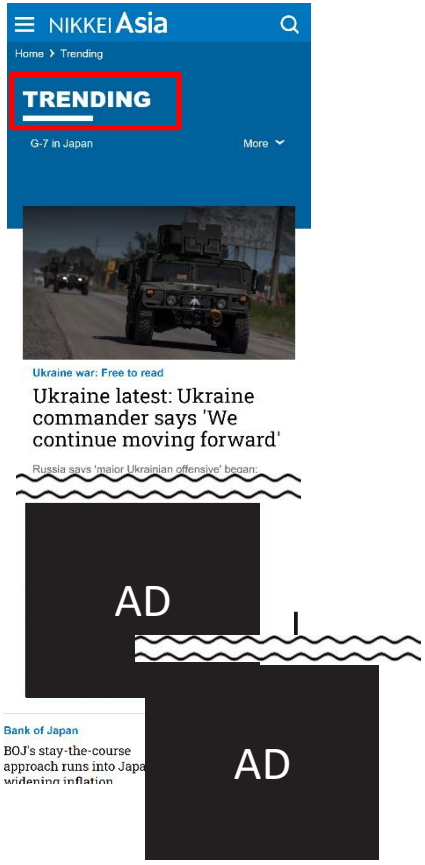
6 トップページ／セクション（Trending）トップページ ジャック広告

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、
トップバナーを1週間ジャック.
インパクトのある広告展開が可能です。

PC



モバイル



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）
トップバナー：728×90（PCのみ）

期間	料金
1週間	600,000 JPY

保証
期間保証

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）

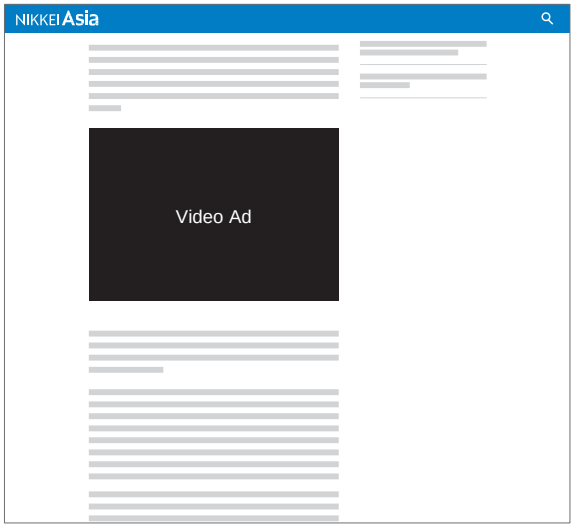
・上記広告掲載料に消費税は含まれていません。
・お申し込みは掲載開始日の2週間前まで受け付けています。
・原稿入稿は掲載開始日の5営業日前までにお願いします。
・在庫についてはお問い合わせください。
・上記料金は2023年8月時点のものになります。

Digital Advertising

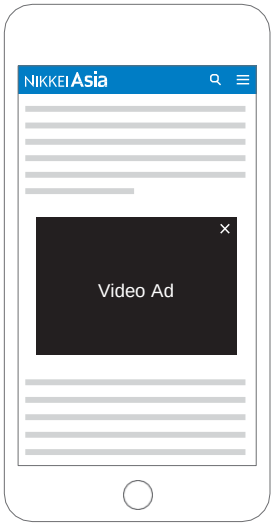
7 インアーティクル型動画広告

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。

PC



モバイル



商品名	原稿サイズ（pixels）	デバイス
インアーティクル型 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	

・インア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が流れ、フルスクリーンモードになります。
・上記料金は**2023年3月時点**のものになります。

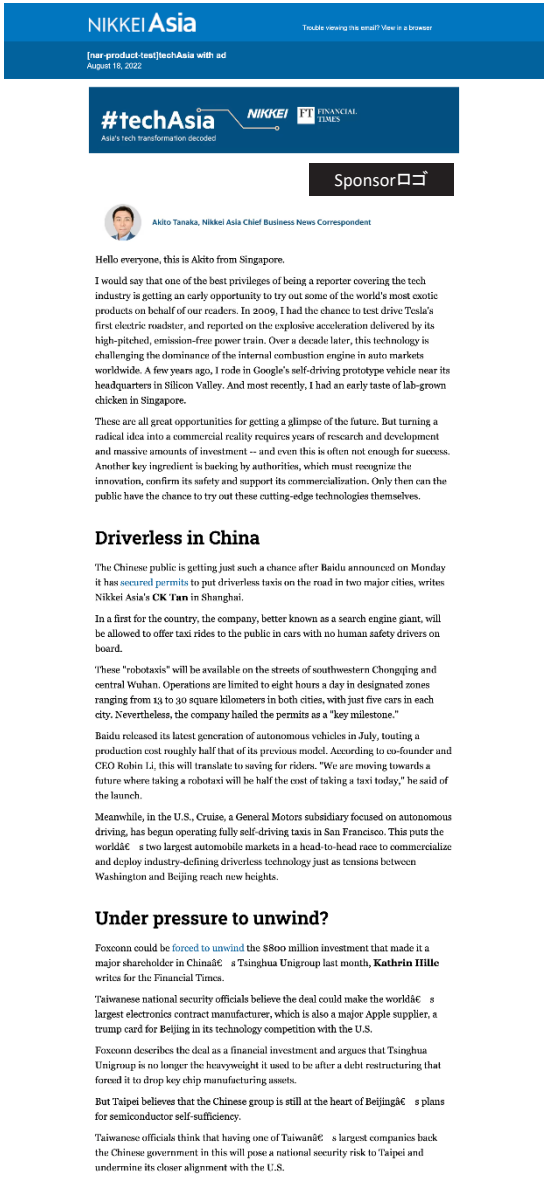
原稿規定

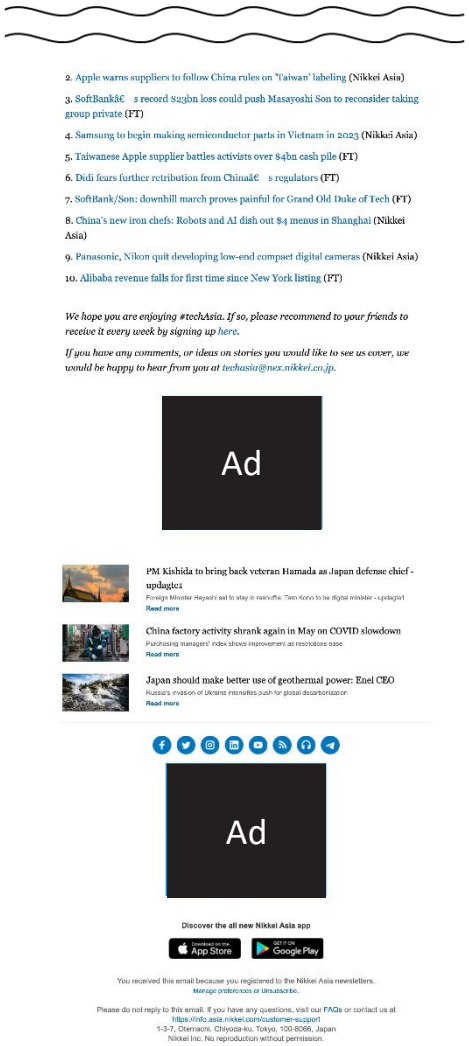
形式・容量	mov / mpeg4 / avi / 200MB以内	動画再生時間	30秒以内（30秒以上をご希望の際はご相談下さい）	アスペクト比	16：9（4:3はサポートされません）
コーデック	ほとんど対応可（ただし、ProRes4444, HDV 720p60, Go2 Meeting3&4 , ER AAC LD, RECODEは除く）				
入稿締切	事前テスト：掲載開始予定日10営業日前　最終入稿：掲載開始予定日の5営業日前				

Newsletter Advertising（#Tech Asia）

#techAsiaは毎週木曜日発行のNewsletterです。

世界の勢力図が変化する中、アジアのテクノロジー分野の主要企業に注目している読者にグローバルな視点から、アジアで活況を呈するハイテクシーンを彩るストーリー、トレンドを届けます。





購読者	開封率
約3万人超	約30%

商品名	広告枠	デバイス
Newsletter広告	Sponsorロゴ レクタングル2箇所： 300×250	共通

保証	料金	通数
期間保証	30万円/週	約3万通/週

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**

・2023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営業日前までにお願いします。
・**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。**

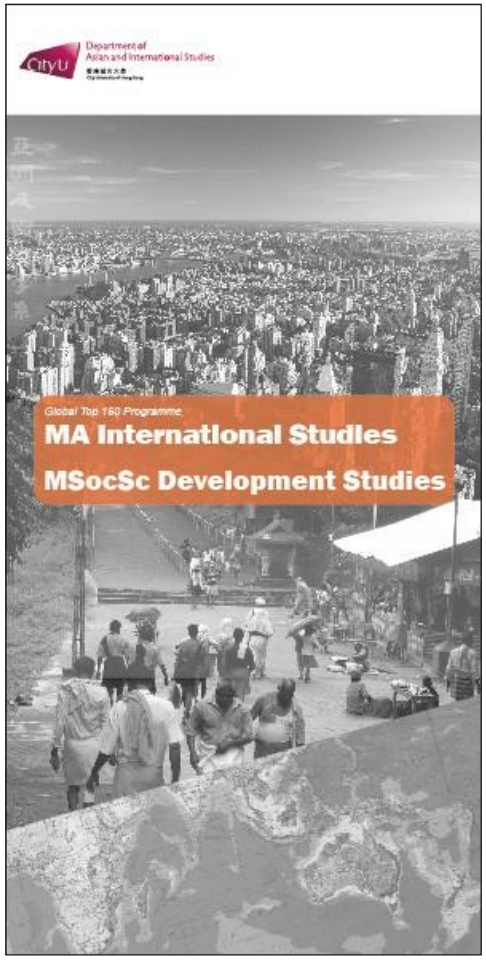
Digital Advertising

Banner Advertising Case Study

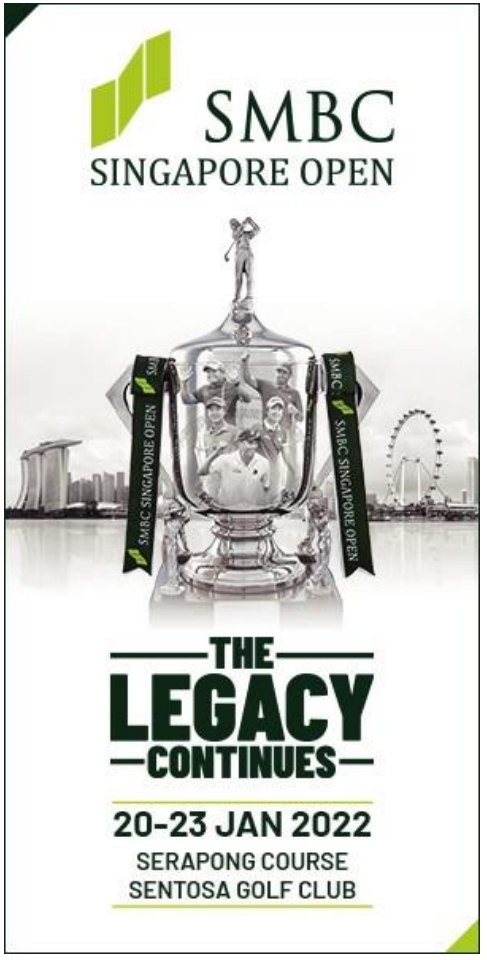
The Japan Foundation

IE University

City University of Hong Kong



SMBC シンガポールオープン



Waseda Business school

HSBC

Print Advertising

Print Advertising

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：GBI 2022 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週間前までにお願いします。
※ 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**2023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活用いただけます。
（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きますよう、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ス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ー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。
・クリエー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ーティブは物理的に査閲ができないため、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、配信リ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	
トップバナー	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
global.inquiry@nex.nikkei.co.jp

asia.nikkei.com

Copyright © Nikkei Inc. All rights reserved.