

The Japan Times

The Optimum Advertising Medium
for Sustainable Companies

MEDIA DATA ジャパンタイムズ媒体資料



The Japan Times Has... / ジャパンタイムズの3大特色

Largest Circulation

Quality Reporting

Independent History

Over its 110-year history, *The Japan Times* has consistently sought and upheld three goals. Those goals have supported *The Japan Times* over the years and made this newspaper distinctively different from other English-language publications. No matter what changing times and circumstances bring, *The Japan Times* is confident that, as long as it maintains its distinctive features, it will continue to be the most suitable advertising medium for companies seeking continued growth.

110年もの長い歴史の中で「ジャパンタイムズ」が一貫して追求し、そして堅持してきた目標は3つ。それこそがジャパンタイムズを支え、またジャパンタイムズと他の英文媒体とを隔ててきた最大の特色といっても過言ではありません。いかに時代と環境が変わろうとも、この3つの特色があるかぎりジャパンタイムズは、持続的な発展を求める企業にとって最適な広告媒体であり続けると自負しています。

① Largest Circulation of All Domestic English-language Newspapers

The Japan Times has the largest circulation of all domestic English-language newspapers and reaches by far the largest number of non-Japanese readers living in Japan.

① 日本で発行される英字紙の中で最大の発行部数

ジャパンタイムズの現在の発行部数は、日本国内で発行される英字紙の中で最大。また、在日外国人に対するカバー率においても他紙を圧倒しています。

② Quality Writing That Comes from Independent Reporting and Editorial Policy

The Japan Times follows an independent reporting and editorial policy. Its writers do not rely on material translated from Japanese; they write original material in English based on their own reporting, producing quality articles that *The Japan Times* is proud of.

② 独自の報道・編集方針から生まれる質の高い記事

専任の英文記者が翻訳によらずに独自に取材し記事を書き起こすジャパンタイムズ流の報道・編集方針。そこから生まれる質の高い記事こそジャパンタイムズの誇りです。

③ Independent History over Three Centuries

The 110-year history of *The Japan Times* is proof of the widespread support and confidence it has enjoyed over the years.

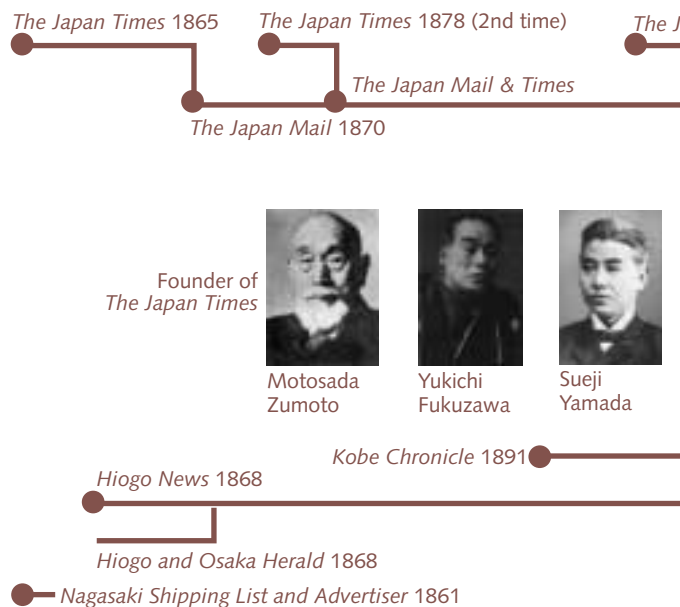
③ 3つの世紀を生き抜いてきた自主独立の歴史

ジャパンタイムズの歴史は実に110年。この事実1つの中にも、ジャパンタイムズがいかに多くの支持と信頼を得てきたかがお分かりいただけるはずです。

History of The Japan Times / ジャパンタイムズの歴史

The Japan Times, Japan's largest English-language newspaper by circulation, was founded in 1897 with the support of elder statesman Hirobumi Ito and educator and philosopher Yukichi Fukuzawa. It was the first English-language paper in Japan to be edited and managed by Japanese. Over the years and hand in hand with the growth of the domestic economy, the paper grew by absorbing and merging with other English-language newspapers. Today, it is the leading daily publication of its kind in Japan.

日本最大の発行部数を誇る日刊英字新聞「ジャパンタイムズ」は、1897年（明治30年）、当時の元勳である伊藤博文や福沢諭吉の支援により、日本人が編集・経営する最初の英字新聞として創刊されました。その後ジャパンタイムズは、日本の幾多の英字新聞との吸収・合併を繰り返しながら発展を遂げ、日本経済の成長とともに日本を代表する日刊英字新聞の地位を確立しました。



Sample Pages from *The Japan Times Today*

ジャパンタイムズの現在の代表紙面



Front page



1. National News



2. World/Asia-Pacific



3. Sports



4. Features

1. National News

Main domestic politics, foreign affairs, local news, analyses and trends are delivered. Now a series of "For your information" articles is being carried to let foreign readers easily understand how the Japanese political, business and social systems work.

国内の主な政治、外交、社会ニュース、解説、トレンドを独自の視点でカバー。外国人読者に日本の仕組みをわかりやすく伝えるFYI (For your information) シリズを連載中。

2. World/Asia-Pacific

Overseas news and analyses that cannot be read in Japanese are also solid.

日本の新聞では読めない海外ニュース・解説記事が充実。

3. Sports

Fresh sports news both at home and abroad, including those concerning Japanese players abroad are reported in detail. Sports columns by staff writers are being run.

海外の日本人選手の活躍をはじめ国内外のスポーツニュースを満載。スタッフ記者によるコラムも連載中。

4. Features

Overseas feature stories from specially contracted pages of Britain's *Observer* and other influential newspapers of *Los Angeles Times*, *Time* and *Washington Post* are delivered. It offers *Weekend Scene* and *TIMEOUT* as weekend reading, as well as other feature pages for *Community*, *Lifestyle*, *Technotimes* and *Nature*. Moreover, it abundantly provides entertainment reading in the pages of *Review* and *What's On*.

英Observer 紙との特約ページや、LA タイムズ、ワシントンポストなどその他海外有力紙の特集記事を掲載。週末の読み物 *Weekend Scene* や *TIMEOUT*、*Community*、*Lifestyle*、*Technotimes*、*Nature* など多彩なフィーチャーページに加え、*Review*、*What's On* などエンターテインメント情報も豊富に提供。



5. Business

5. Business

Major business, industry and financial news and analyses from diverse sources are delivered. A series of "Taking a Chance" articles profiling the presidents of venture companies is being carried.

国内外の主要な経済、産業、金融記事、解説を多彩なソースから満載。ベンチャー企業社長の横顔を伝えるTaking a Chanceシリーズを連載中。



6. Classified Ads

6. Classified Ads

The Japan Times classified ads serve the needs of foreign and Japanese companies seeking employees with language skills and an international outlook, as well as those individuals seeking employment in internationally related areas.

毎週月曜日に掲載している求人案内ページ。語学力や国際性に富む人材を必要とする企業と、そのような企業への就職を希望する優秀な読者の双方から高く評価されています。

Japan Advertiser 1890

The Japan Times and Advertiser 1940



Tokichi Tanaka



Hitoshi Ashida



Shintaro Fukushima



Toshiaki Ogasawara



Yukiko Ogasawara

The Japan Times and Mail 1918

The Japan Times 1897

The Japan Chronicle 1900

Nippon Times 1943 The Japan Times 1956

Circulation Close to 70,000 Copies. Total Readership over 200,000

実売約7万、そして20万人を超える読者総数

The Japan Times today has a circulation of approximately 67,000 copies (as of May 2006). This is equivalent to nearly half of non-Japanese of Western origin living in the Tokyo, Nagoya and Osaka areas (138,986 persons, as of 2006). In addition, total readership of over 200,000 people, which is the number of readers multiplied by the average pass-around rate per reader (3.1 persons), constituting a large core group of stable readers for *The Japan Times*.

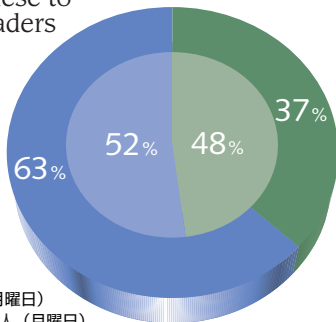
現在、ジャパンタイムズの発行部数は約6万7,000部(2006年5月)。この数字は、東京・名古屋・大阪圏に在住する欧米系外国人(13万8,966人、2006年法務省調べ)の約半数に相当します。また、一部あたりの平均回読数(3.1人、当社調べ)を乗じた読者総数は実に20万人以上にもなります。このようにジャパンタイムズは依然として、数多くの安定した読者を擁しています。

66,958	Actual distribution (as of May 2006) 2006年5月現在の発行部数実績
207,570	Total readership (number of readers multiplied by the average pass-around rate per reader) 2006年5月現在の読者1人あたりの平均回読数(3.1人、当社調べ)を乗じた読者総数

1 Ratio of Japanese to Non-Japanese 日本人・外国人の比率

Over half *The Japan Times*' readers are non-Japanese. On Mondays, however, when one-off sales are higher than on other days of the week, the ratio of Japanese to non-Japanese readers is roughly equal.

外国人が読者の過半数を占めています。しかし、即売比率の高まる月曜日は日本人と外国人の比率がほぼ半数になります。

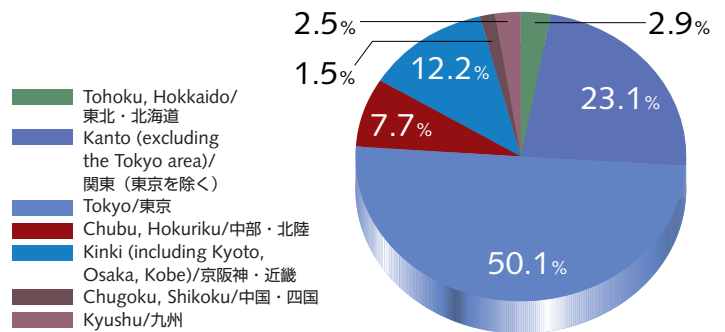


- Japanese (Mondays)/日本人 (月曜日)
- Non-Japanese (Mondays)/外国人 (月曜日)
- Japanese (Weekly average)/日本人 (1週間平均)
- Non-Japanese (Weekly average)/外国人 (1週間平均)

2 Circulation by Region in Japan 日本国内における配布地域

Circulation is concentrated in centers of international business, mainly the two major urban areas of Tokyo and Osaka.

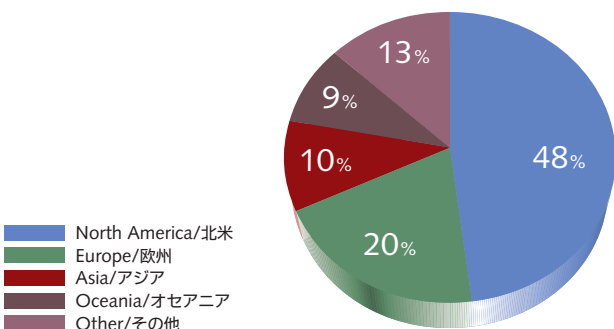
東京・大阪の2大都市圏を中心とした国際的なビジネスエリアに読者が集中しています。



3 Non-Japanese Readers' Countries of Origin/外国人読者の出身地域

People from all over the world read *The Japan Times*. About half of *The Japan Times*' readers are from North America.

世界各地の出身者が読者です。そのうちほぼ半数は北米出身者です。

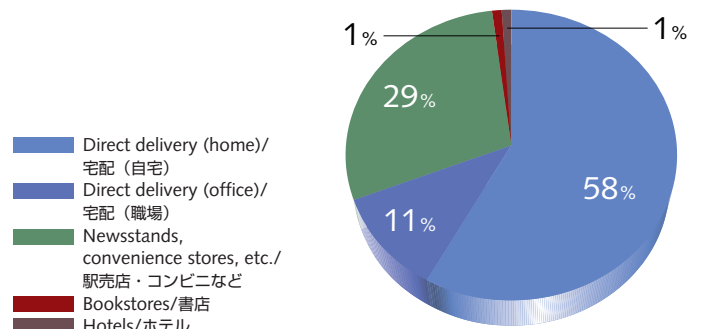


- North America/北米
- Europe/欧州
- Asia/アジア
- Oceania/オセアニア
- Other/その他

4 Sales Modes 配布・入手方法

Nearly 70 percent of readers get *The Japan Times* by direct delivery, ensuring that they receive their copy of the paper regularly.

7割の読者が、確実に手にすることのできる宅配によって入手しています。



- Direct delivery (home)/宅配 (自宅)
- Direct delivery (office)/宅配 (職場)
- Newsstands, convenience stores, etc./駅売店・コンビニなど
- Bookstores/書店
- Hotels/ホテル

The Japan Times Online—Over 7 Million Page Views per Month

700万以上の月間ページビューを誇る ジャパントイムズ・オンライン

The Japan Times Online, which first appeared in 1996, is the Web-based version of the paper edition of *The Japan Times*. Many readers of the online edition are highly educated, high-income individuals, and *The Japan Times Online* boasts an average of over 7.5 million page views per month.

1996年に開設された「ジャパントイムズ・オンライン」は、ジャパントイムズ本紙のウェブサイト版。高学歴・高年取のユーザーが多いといった特色に加え、その最大の強みは月平均750万を超える閲覧(PV)数です。



The Japan Times Online front page

75,500... No. of registered *The Japan Times Online* readers (as of January 2007)
ジャパントイムズ・オンラインの会員登録者数(2007年1月現在)

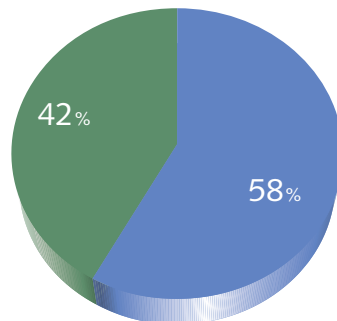
7,600,000... Average no. of page views per month (as of January 2007)
1月あたり平均閲覧者(PV)数(2007年1月現在)

5

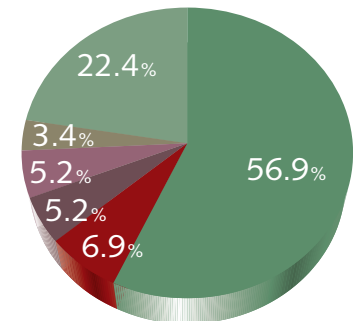
Where *The Japan Times Online* Is Accessed from ジャパントイムズ・オンライン閲覧(PV)のアクセス場所

Over half the page views of *The Japan Times Online* are from abroad.
閲覧の半数以上が海外からのアクセスです。

Total page views/
全体(%)



From abroad/海外から(%)



Survey outline/調査の概要

Name	Japan Times Readership Survey 2007
Period	March 1–March 16, 2007
Method	Questionnaires sent and retrieved by mail, facsimile or Internet
Valid responses	1,097
Sponsored by	The Japan Times Ltd.
Conducted by	Synovate
調査名	ジャパントイムズ読者調査2007
調査期間	2007年3月1日～3月16日
調査方法	郵便・ファックス・インターネットにより調査票を送付・回収
有効回収数	1,097
調査主体	株式会社 ジャパン タイムズ
調査実施	Synovate

Readers: Well-educated and High-profile

社会的・知的ステータスが際だつジャパンタイムズ読者

As an advertising medium, *The Japan Times* has access to a quality pool of readers who are well-educated, high-profile and high-income individuals. In addition, reader loyalty is strong, most readers having been subscribers for five years or more.

広告媒体としてのジャパンタイムズの特徴は、学歴・地位・世帯年収などに見られる読者の質の高さにあります。加えて、その大部分がジャパンタイムズを5年以上にわたって講読しているというロイヤリティーの高さも見逃すことができません。

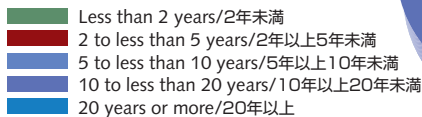
6

Length of Subscribership/ジャパンタイムズ読者の講読期間

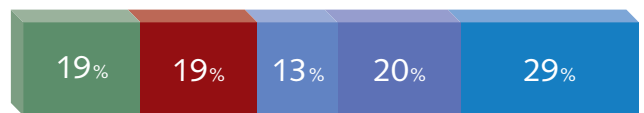
Over half of *The Japan Times* readers have been subscribers for five years or more; nearly one-third have been subscribing for over 20 years.

講読期間5年以上が全体の半数近く、同じく20年以上が4分の1近くを占めています。

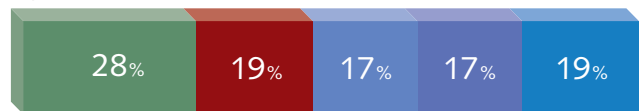
Total respondents/全体 (%)



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



Japanese readers/日本人読者 (%)



7

Male-to-female Ratio/男女比率

Two-thirds of *The Japan Times* readers are men and one-third are women.

3分の2が男性、3分の1が女性となっています。

Total respondents/全体 (%)



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



Japanese readers/日本人読者 (%)



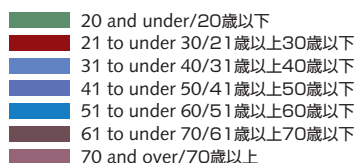
8

Age/年齢

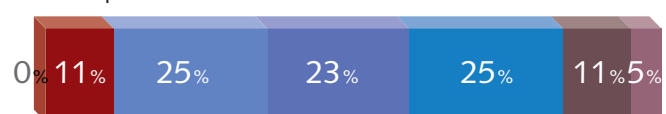
Readers are spread over a broad range of ages, but are mostly between 31 and 60.

幅広い年齢層に支持されていますが、中でも31歳から60歳までが中心読者です。

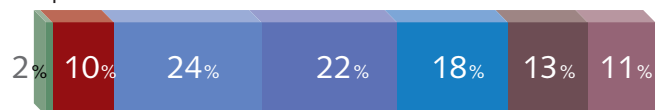
Total respondents/全体 (%)



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



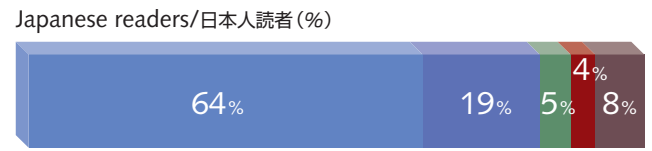
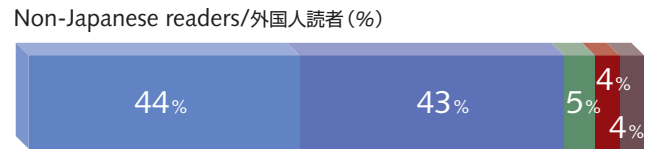
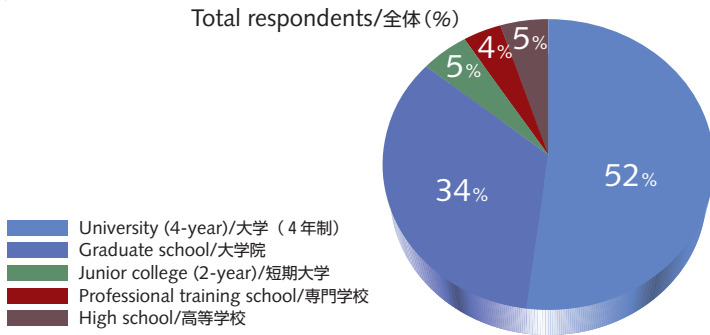
Japanese readers/日本人読者 (%)



9

Educational Background/学歴

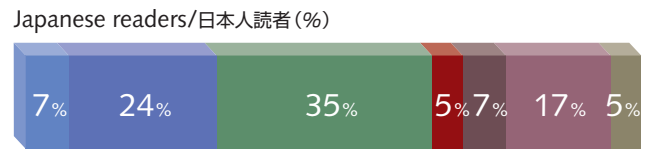
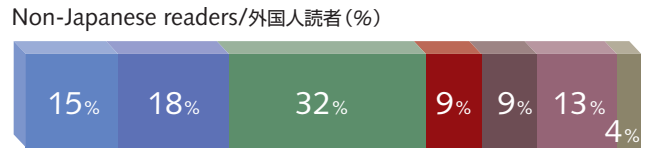
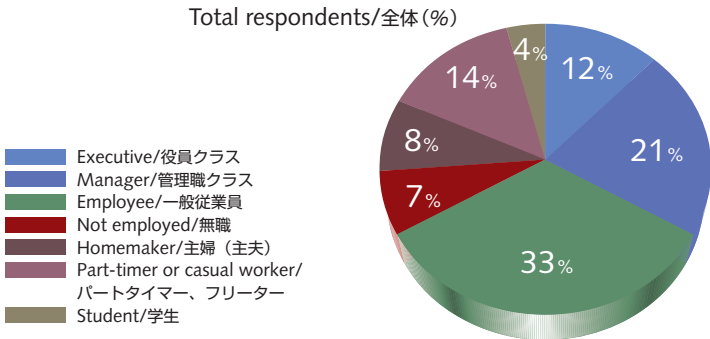
Readers are well educated, with 85 percent having graduated from university or graduate school.
4年制大学・大学院卒業者が85%を占めるなど、高学歴であることが特色です。



10

Occupation or Position/職業・地位

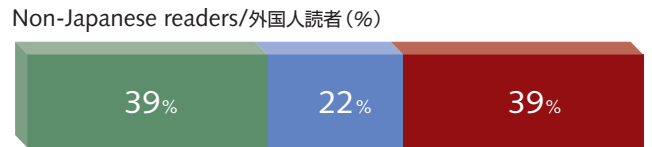
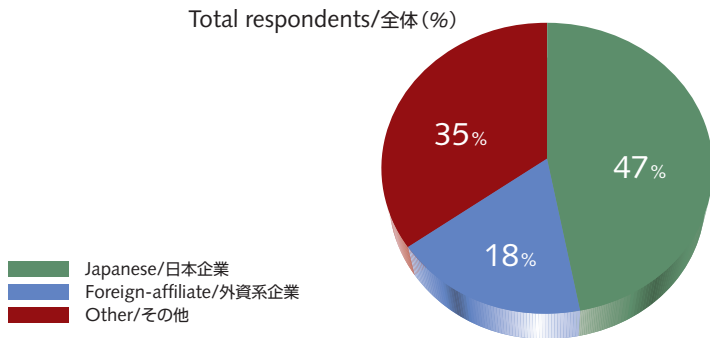
Over 30 percent of readers are corporate executives or managers.
役員・管理職クラスが30%以上を占めるなど、役職の高い読者層です。



11

Where Readers Are Employed/勤務先企業の種類

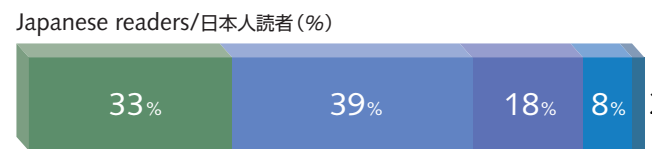
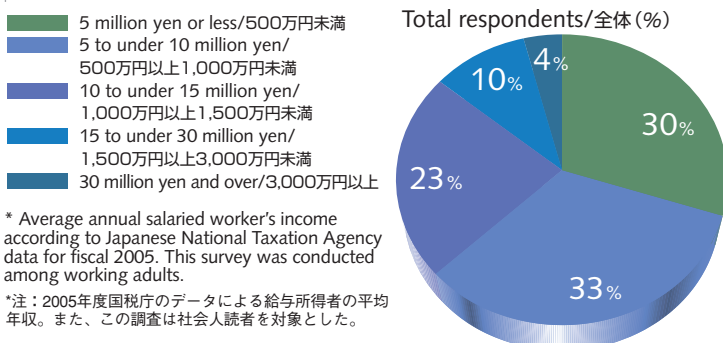
Many readers work for Japanese companies, but nearly 20 percent are employed by foreign-affiliate companies.
読者の多くは日本企業に勤務していますが、全体の2割近くが外資系企業に勤務しています。



12

Yearly Household Income/世帯年収

Nearly 70 percent of readers earn more than the average annual salaried worker's income of 4.36 million yen*, and approximately 40 percent have an annual income of 10 million yen or more.
平均的な給与所得者の年収(436万円*)を超える読者が7割近く、年収1,000万円以上が約4割を占めています。



* Average annual salaried worker's income according to Japanese National Taxation Agency data for fiscal 2005. This survey was conducted among working adults.
*注：2005年度国税庁のデータによる給与所得者の平均年収。また、この調査は社会人読者を対象とした。

Strong Purchasing Interest Underpins Varied Lifestyles 高い購買意欲が支える多様なライフスタイル

Readers of *The Japan Times* are active, interested and trend-sensitive individuals. Readers' active lifestyles, coupled with high social status and household income, translate into strong interest in purchasing and consumption.

ジャパンタイムズの読者は、行動的でさまざまなことに関心を持ち、流行に敏感な読者です。そうしたアクティブなライフスタイルは、前ページで紹介した高い社会的ステータスと世帯年収とあいまって大きな購買・消費意欲につながっています。

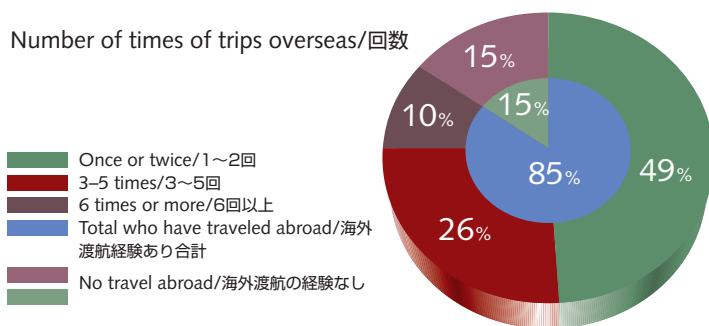
13

Non-Japanese Readers' Travel Abroad (Past 12 Months) / 読者(外国人)の海外渡航回数(過去1年間)

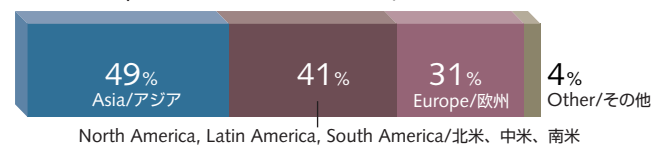
85 percent had traveled abroad in the past year, and nearly 40 percent have taken three or more trips overseas during that period.

85%の人が海外渡航の経験を持ち、4割近くの人が年間3回以上、渡航しています。

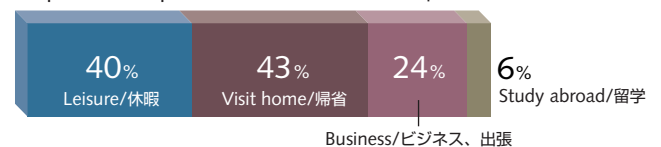
Number of times of trips overseas/回数



Areas of trips overseas/渡航地域 (Multiple answers/複数回答)



Purposes of trips overseas/渡航目的 (Multiple answers/複数回答)

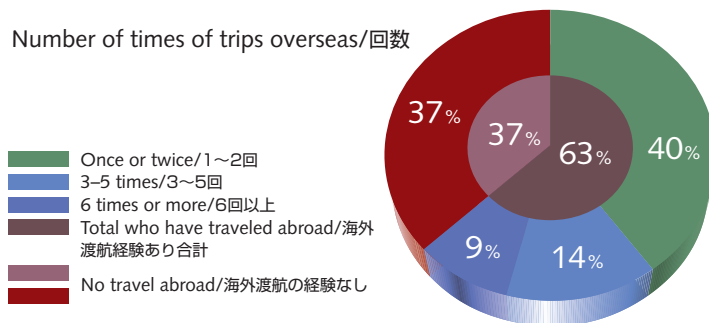


14

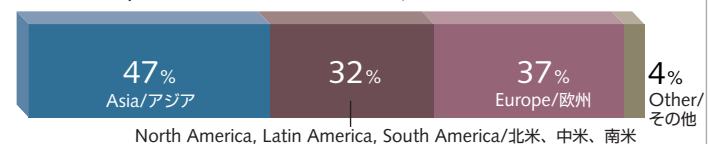
Japanese Readers' Travel Abroad (Past 12 Months) / 読者(日本人)の海外渡航回数(過去1年間)

Most have traveled abroad during the past year, and over 20 percent travel abroad three more times a year. 大部分の人が海外渡航の経験を持ち、しかも2割以上の人が年間3回以上、渡航しています。

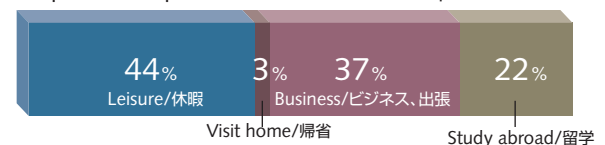
Number of times of trips overseas/回数



Areas of trips overseas/渡航地域 (Multiple answers/複数回答)



Purposes of trips overseas/渡航目的 (Multiple answers/複数回答)



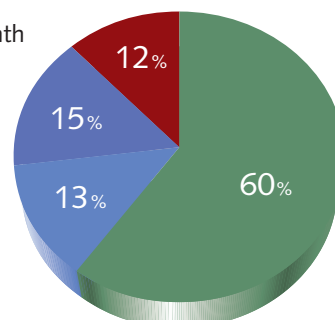
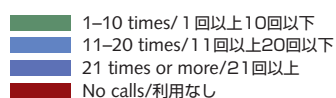
15

International Calls by Non-Japanese Readers (per Month) / 読者(外国人)の国際電話利用頻度(月あたり)

Most non-Japanese readers make international phone calls regularly. Nearly 30 percent call abroad 11 or more times per month.

大半の読者が国際電話を継続的に利用し、3割近い人たちが月に11回以上利用しています。

Number of international calls per month
月あたりの国際電話利用頻度



16

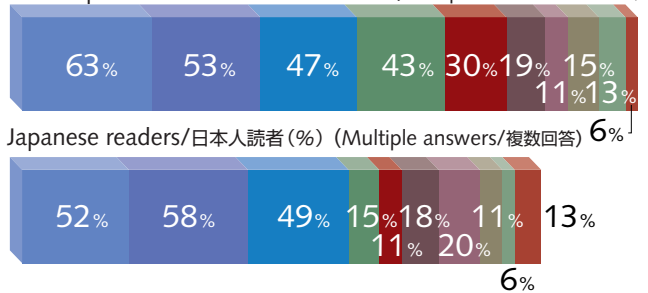
Leisure Pursuits of Interest to Readers / 読者が関心を持つレジャー

Both Japanese and non-Japanese readers are interested in historic sites, hot springs (*onsen*), visiting art exhibitions and other activities.

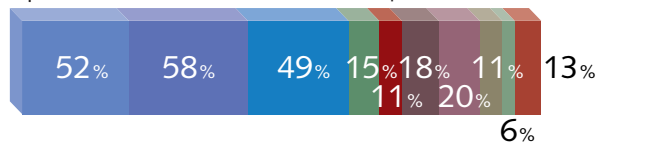
外国人・日本人読者ともに歴史的名所、温泉、美術鑑賞などに高い関心を持っています。

- Historic sites/歴史的名所
- Hot springs (*onsen*)/温泉
- Art museums/美術館
- Mountaineering/登山
- Beach-going/海水浴
- Theme parks/テーマパーク
- Sports events/スポーツイベント
- Skiing, snowboarding/スキー、スノーボード
- Attending sumo matches/相撲観戦
- Golf/ゴルフ

Non-Japanese readers/外国人読者 (%) (Multiple answers/複数回答)



Japanese readers/日本人読者 (%) (Multiple answers/複数回答)



17

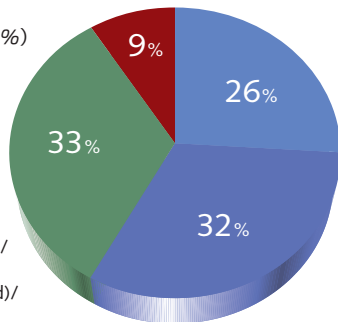
Type of Housing Desired/ 希望する住居形態

Nearly 60 percent of readers would like to own their own dwellings.

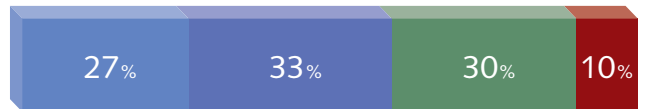
6割近い人たちが自分自身の住居を所有したいと願っています。

Total respondents/全体 (%)

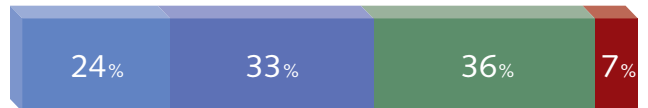
- Condominium or apartment (owned)/分譲マンション、アパート
- Detached single-family home (owned)/分譲一戸建て
- Condominium or apartment (rented)/賃貸マンション、アパート
- Detached single-family home (rented)/賃貸一戸建て



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



Japanese readers/日本人読者 (%)



18

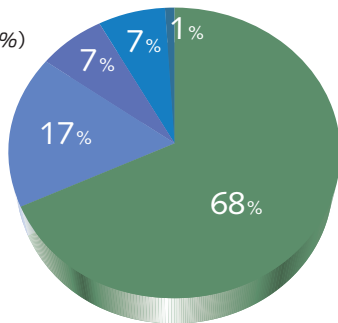
Desired Monthly Price Range, When Renting / 住宅を賃借する場合の希望価格帯 (月額)

Over 30 percent of all readers, and 40 percent of non-Japanese readers, are willing to pay ¥150,000 or more rent per month.

読者全体の3割以上、外国人読者の4割が月額15万円以上の家賃を許容しています。

Total respondents/全体 (%)

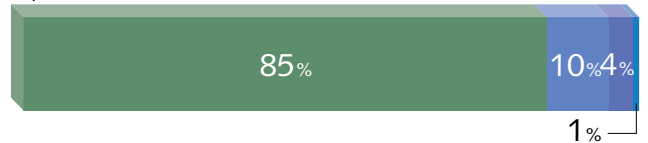
- Under ¥150,000/15万円未満
- ¥150,000 to under ¥250,000/15万円以上25万円未満
- ¥250,000 to under ¥400,000/25万円以上40万円未満
- ¥400,000 to under ¥1,000,000/40万円以上100万円未満
- ¥1,000,000 or more/100万円以上



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



Japanese readers/日本人読者 (%)



19

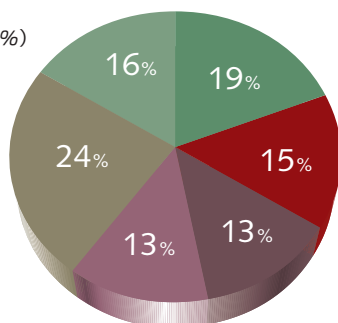
Type of Motor Vehicle Interested in/ 興味を持つ車種

Readers are interested in all kinds of motor vehicles, from mini-cars to sports cars.

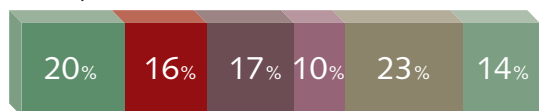
軽自動車からスポーツカーまで、多様な種類の車に関心が集まっています。

Total respondents/全体 (%)

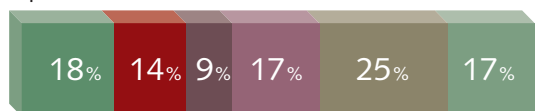
- Compact car, mini-car/コンパクトカー、軽自動車
- Minivan/ミニバン
- SUV/SUV
- Station wagon/ステーションワゴン
- Sedan/セダン
- Sports car/スポーツカー



Non-Japanese readers/外国人読者 (%)



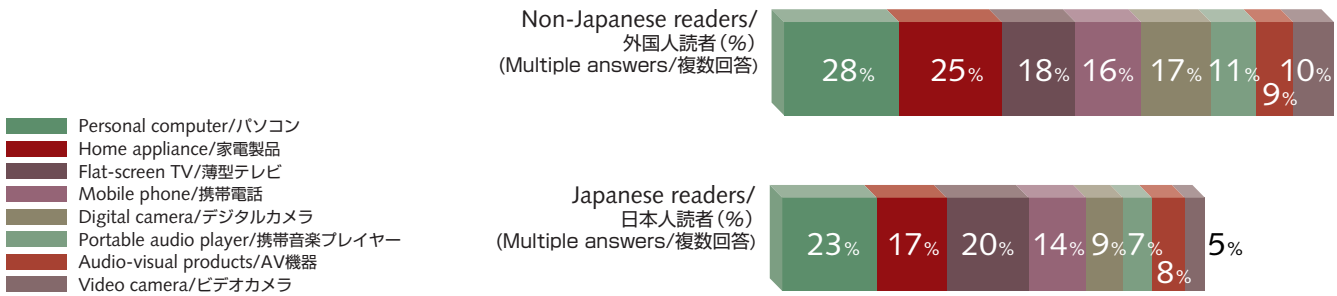
Japanese readers/日本人読者 (%)



20

Purchases of Electronics Planned within the Next 12 Months/ 1年以内に購入予定の電気機器

Both non-Japanese and Japanese readers are very interested in acquiring digital products.
外国人・日本人読者ともにデジタル製品に対して高い購買意欲を持っています。



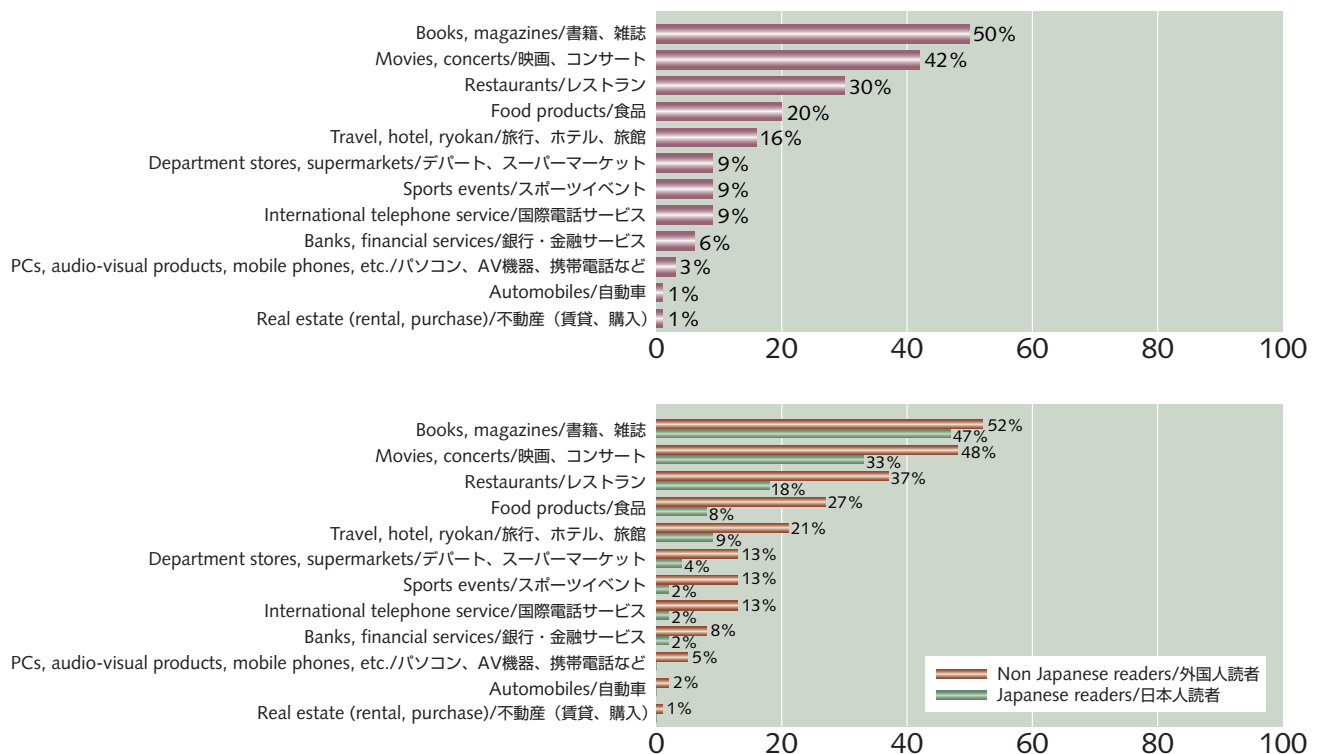
21

Products and Services Bought or Used (in the Past 12 Months) with Help from Advertising

記事・広告を参考に購入・利用した製品・サービス (過去1年間)

Readers found advertising particularly helpful when it came to buying or using entertainment-related products and services.

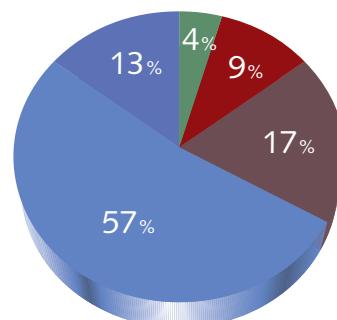
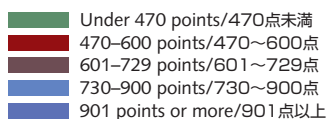
特にエンターテインメント型商品・サービスの購入・利用に役立っています。



22

Japanese Readers' TOEIC Scores / 日本人読者のTOEICスコア

Japanese readers generally have high TOEIC scores, with approximately 70 percent scoring 730 points or higher.
7割の読者が730点以上を持っているなど、総じて高いスコアを示しています。



Comprehensive Support for Advertisers with Our Quality PR Media Production Service

質の高い広報ツール制作サービスで広告主をトータルにバックアップ

The Japan Times, commissioned by various corporations and organizations, produces sales promotion and public relations literature well reputed for its high quality. It also offers advertisers effective sales promotion and PR support in coordinated with advertising.

ジャパンタイムズでは、企業・団体の委嘱を受けて販促・PRツールを制作するサービスを展開、その高いクォリティーが大きな評価を得ています。また、広告と連動した効果的な販促・PR活動支援を広告主企業に提供しています。

Examples of sales promotion and PR media produced by *The Japan Times*
 ジャパンタイムズが受託した広報ツールの例



CNNj Program Guide
 (Japan Cable Television, Ltd.)
 CNNjプログラムガイド
 (株式会社日本ケーブルテレビジョン)



Doing Our Part for Humanity,
 Society and the Earth...
 (NEC's Corporate Citizenship Activities)
 人と社会と地球のために
 (NECの社会貢献活動)



East Asian Strategic Review
 (The National Institute for
 Defense Studies Japan)
 東アジア戦略概観
 (防衛省防衛研究所)



Kabuki (Kabuki-za Theater)
 歌舞伎英文プログラム (歌舞伎座)



The Japanese Annual of
 International Law
 (The International Law Association
 of Japan)
 日本国際法年鑑 (日本国際法協会)



The United States and Japan in
 Global Context
 (The Edwin O. Reischauer Center
 for East Asian Studies)
 ライシャワーセンター年次報告書「日米関係」

Effective Display Ads and Advertising Sections/Supplements

効果的なディスプレイ広告と広告特集

The Japan Times—a trusted source of valuable information for the non-Japanese market in Japan and internationally minded Japanese. The various types of display ads and advertising sections and supplements produced taking advantage of its unique approach are well regarded among companies and organizations as powerful marketing and public relations tools.

在日外国人マーケットや国際派日本人のための貴重で有益な情報源として絶大な信頼を得ているジャパンタイムズ。その独自性を生かした多様なディスプレイ広告と数々の広告特集・企画広告は、強力なマーケティングおよびPR手段としてさまざまな企業・団体から高い評価を得ています。

Environments and CSR 環境・CSR



The Japan Times can improve company's corporate image in the overseas media and in the view of investors. This is particularly valuable at a time when Japanese corporate activities focused on social needs and the environments are drawing worldwide attention.

日本企業の社会貢献活動や環境に配慮した取り組みは、世界から高い関心が寄せられています。海外のメディアや投資家の企業に対する評価を高めるうえで大きな効果が期待できます。

National and Local Governments 政府・地方自治体



The Japan Times can help national and local governments and other entities appeal their activities, such as attracting international conferences and conventions, and promoting trade and tourism.

国際会議・コンベンションの誘致、諸外国との貿易促進、観光のPRなど地方自治体の取り組みを海外に向けて強力にアピールします。

Airlines エアライン



Because many *The Japan Times* readers earn high incomes and frequently travel by air for business and tourism, we are a very effective medium for disseminating airline information such as business class renewals, inaugural flights and campaigns.

出張や帰省など頻繁にエアラインを利用するジャパンタイムズ読者。高所得者をターゲットにビジネスクラスのリニューアル、新路線就航、キャンペーンの告知などに効果的です。

Corporate Anniversaries 周年・記念事業



The Japan Times can promote their company's corporate identity and boost its global profile by publishing specials on the occasion of, for instance, founding anniversaries, mergers and acquisitions, corporate name changes and commemoration events.

各企業や団体の創立後の節目の年や、社名変更、吸収・合併等のタイミングに合わせて、海外広報ツールのコンテンツとして活用されています。記念イベントにて新聞配布をする事でさらに知名度を上げられます。

Supplements for National Days and VIP visits ナショナルデー特集・VIP来日歓迎特集



With the cooperation of over 120 embassies, we carry special national day supplements celebrating such occasions as independence days. We also carry welcoming articles on the occasions of official visit by head of state.

120カ国以上の在京大使館からの協力により、建国記念日などに各国を紹介するナショナルデー特集を掲載しています。また、各国の首脳が日本に訪問する際は来日歓迎特集を発行しています。

Events and Seminars イベント・セミナー



Because many members of the foreign community read our newspaper, *The Japan Times* can help bolster their attendance and add international flavor to your events and seminars.

口コミ効果の高い在日外国人コミュニティへの呼びかけやイベント・セミナーの集客に活用されています。外国人が来場する事で国際性に富んだイベントを演出する事が可能です。

Corporate Interview Supplements 企業インタビュー



The Japan Times carries editorial-style information which incorporates interviews with company executives, corporate activities, HR strategies and overseas ventures. The materials is also suitable for long-term domestic and foreign PR purposes.

社長インタビュー、企業活動、人事戦略、海外進出等を記事スタイルで掲載します。英文の保存版として、国内外での企業の継続的PRを行うことができます。

International Conferences and trade Fairs 国際会議/国際見本市特集



The number of international conferences and trade fairs taking place in Japan grows yearly. Participants from sponsoring nation rely on *The Japan Times* supplements as source of English-language information about these events.

日本で年々増加する国際会議・国際見本市に関する特集は、主催国における英文での情報源として、海外の参加者からも注目されています。

Tourism Promotion Supplements 国内外の観光PR特集



The Japan Times carries tourism features focusing on sites at home and abroad that may interest visitors to Japan as well as those traveling abroad. With unique point of view as English newspaper, these features are very popular with our readers.

出張の多い国際派日本人に向けての海外観光特集や、増加する訪日外国人観光客に向けての国内観光特集は英字新聞ならではのアプローチにより、読者から定評を頂いております。

Redevelopment and Commercial Facilities Opening Supplements 再開発/商業施設オープニング特集



The Japan Times can provide foreign residents in Japan including many high-income earners with valuable information in English on new commercial facilities resulting from redevelopment projects, real estate investments, serviced apartments.

再開発による新しい商業施設のオープンや、不動産投資、サービスアパートメント特集は高所得者でありながら情報源が少ない在日外国人にとって有益な情報です。

New Internet Medium for "Newspaper + Internet" Marketing 「新聞+ネット」型マーケティングを実現する新インターネット媒体

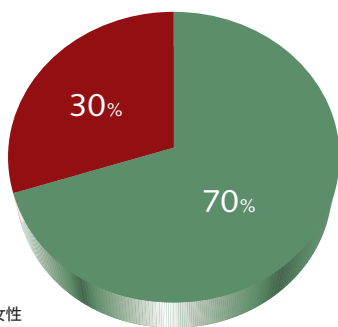
The Web-based *Japan Times Online*, with over 7.5 million page views monthly, is the domestic English-language publication with the highest number of visits. *The Japan Times Online*, together with physical newspaper advertising, substantially boosts advertisers' target reach in the non-Japanese market and among internationally oriented Japanese readers.

ジャパンタイムズ本紙のインターネット版である「ジャパンタイムズ・オンライン」。その月間閲覧(PV)数は750万を超え、国内の英字メディアでは最大級のアクセス数を誇っています。ジャパンタイムズ・オンラインと新聞広告とを連動することにより、外国人マーケットおよび国際派の日本人に対する訴求力は飛躍的に高まります。

23

Male-to-female Ratio among *The Japan Times Online* Users

ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーの男女比率

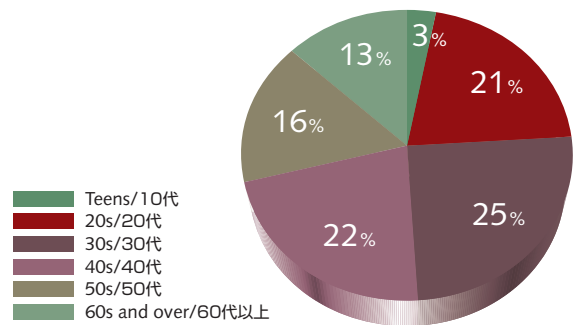


Men/男性
Women/女性

24

Age Breakdown of *The Japan Times Online* Users

ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーの年齢構成

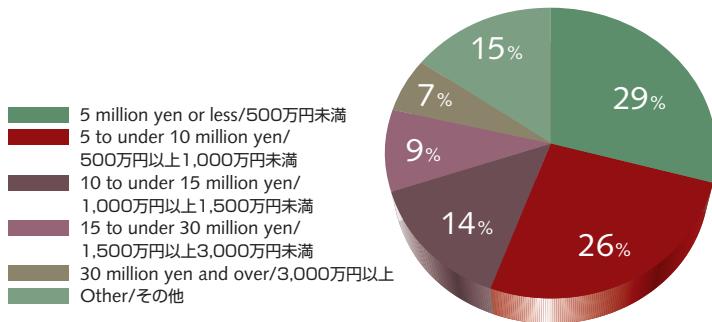


Teens/10代
20s/20代
30s/30代
40s/40代
50s/50代
60s and over/60代以上

25

Yearly Household Income of *The Japan Times Online* Users

ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーの世帯平均年収

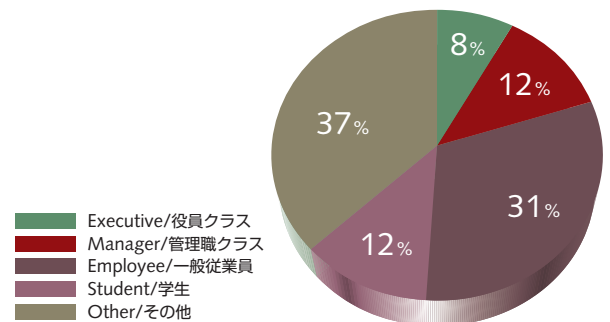


5 million yen or less/500万円未満
5 to under 10 million yen/500万円以上1,000万円未満
10 to under 15 million yen/1,000万円以上1,500万円未満
15 to under 30 million yen/1,500万円以上3,000万円未満
30 million yen and over/3,000万円以上
Other/その他

26

Occupation or Position of *The Japan Times Online* Users

ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーの職業・地位

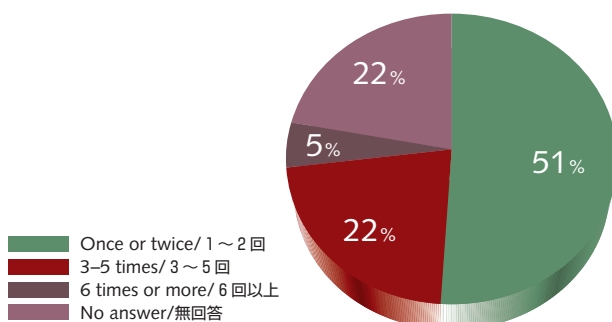


Executive/役員クラス
Manager/管理職クラス
Employee/一般従業員
Student/学生
Other/その他

27

The Japan Times Online Users' Travel Abroad (Past 12 Months)

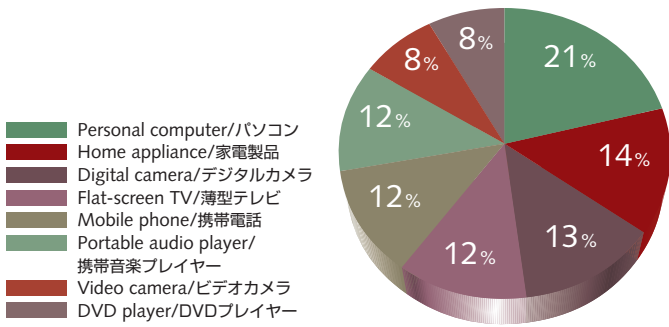
ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーの海外旅行回数(過去1年間)



Once or twice/1~2回
3-5 times/3~5回
6 times or more/6回以上
No answer/無回答

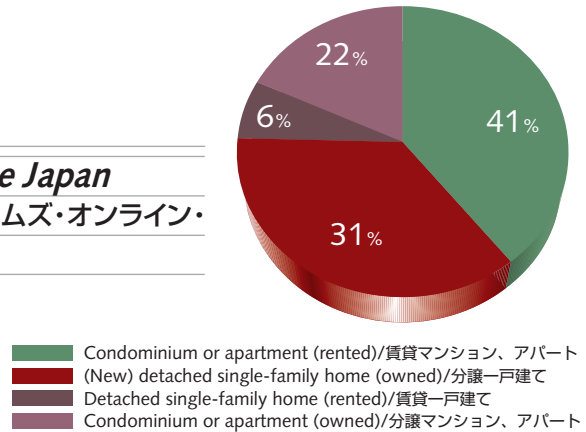
28

Purchases of Electronics Planned within the Next 12 Months by The Japan Times Online Users/ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーが1年以内に購入予定の電気機器



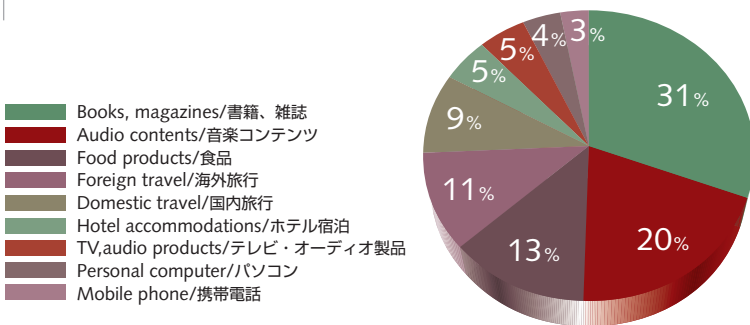
29

Type of Housing Desired by The Japan Times Online Users / ジャパンタイムズ・オンライン・ユーザーが希望する住居形態



30

Products and Services Bought or Used after Visiting The Japan Times Online (Past 12 Months) ジャパンタイムズ・オンラインを閲覧した後に購入・利用した製品・サービス (過去1年間)



Advertising Spaces in The Japan Times Online JTOの広告スペース

- A-1 : Top banner/トップバナー
- A-2 : Top rectangle/トップレクタングル
- A-3 : Top tile/トップタイル
- A-4 : Top panel/トップパネル
- A-5 : Top brand panel/トップブランドパネル
- A-6 : Top small panel/トッブスモールパネル
- T-1 : Header text/ヘッダーテキスト (1行)
- T-2 : Top text/トップテキスト (2行)
- T-3 : Center text/センターテキスト (2行)
- T-4 : Japan Info Guide text/ジャパンインフォガイドテキスト (2行)
- B-1 : Banner/バナー
- B-2 : Rectangle/レクタングル
- B-3 : Tile/タイル
- B-5 : Brand panel/ブランドパネル
- B-6 : Small panel/スモールパネル
- TE-1 : Header text/ヘッダーテキスト (1行)
- TE-2 : Header text/ヘッダーテキスト (1行)
- T-5 : Japan Info Guide text/ジャパンインフォガイドテキスト (2行)



HEAD OFFICE 5-4, Shibaura 4-chome, Minato-ku, Tokyo 108-8071, Japan
Advertising Department
Tel: Sales Division (03) 3453-5242
Administration Division (03) 3453-5530
Classified Ad Section (03) 3453-5552
Fax: (03) 3453-7085
E-mail: jtad@japantimes.co.jp

OSAKA OFFICE 2F MY Edobori Bldg., 25-31, Edobori 1-chome, Nishi-ku, Osaka-shi, Osaka 550-0002, Japan
Tel: (06) 6441-1451 Fax: (06) 6441-6761

REPRESENTATIVES **Publicitas North America**
330 Seventh Avenue, 5th Floor, New York, N.Y. 10001, U.S.A.
Tel: +1 (212) 599 5057 Fax: +1 (212) 599 8298
E-mail: ppn-newyork@publicitas.com

David Todd Associates, Ltd.
32/33 Skylines, Limeharbour, Docklands, London E14 9TS, England
Tel: +44 (020) 7538 5811 Fax: +44 (020) 7538 4911
E-mail: graeme@davidtoddassociates.co.uk

Publicitas Singapore Pte Ltd.
20 Bideford Road, #02-01 Wellington Bldg., Singapore 229921
Tel: +65 6836 2272 Fax: +65 6735 9653
E-mail: ppn-singapore@publicitas.com

Publicitas Hong Kong Ltd.
25 & 26 F, Two Chinachem Exchange Square 338 King's Road, North Point, Hong Kong
Tel: +852 2516 1001 Fax: +852 2528 3260
E-mail: ppn-hongkong@publicitas.com

Mass Media Publicitas
Level 9, 215-217 Clarence Street Sydney, NSW Australia 2000
Tel: +61 (02) 9252 9476 Fax: +61 (02) 9252 8456
E-mail: cdsilva@publicitas.com

Intermedian International Ltd.
Rm. 301, Growing Majesty Comm. Centre
Zhongshan City, Guandong Province, People's Republic of China
Tel: 86-760-8720-678 Fax: 86-760-8789677
E-mail : inter@intermedian.cn

M&M International Media AB
Västerlånggatan 67, nb
111 29 Stockholm, Sweden
Tel: +46 8 24 54 01 Fax: +46 8 24 54 02
www.mmim.se
E-mail: markus@mmim.se

Global Media Network
M-138, Greater Kailash-II,
New Delhi - 110 048, India
Tel: +91 11 516 38 077 Fax: +91 11 292 10 993
E-mail: mahesh@gmnindia.net

Zeeshan Agencies
Mr. Salman Jalil
14-Saleh Building
Malir City, Karachi 75050, Pakistan