

2013年3月25日

報道関係者各位

株式会社日本経済新聞社
フィナンシャル・タイムズ・リミテッド

日経とFTの協力拡大について

株式会社日本経済新聞社グループと The Financial Times Ltd.は本日、コンテンツから関連事業まで広範な分野で協力していくことで合意しましたので、ここにお知らせします。

日経とFTは、経済を中心とする総合メディアとしてそれぞれの読者から信頼を得ています。日本を含め、成長著しいアジア・太平洋地域において協力することで両社のプレゼンスを高め、ブランドと発信力をさらに強化することが、今回の合意の狙いです。

両社はまず、主に以下の分野で具体的な協力事業を展開していきます。

● コンテンツでの協力

日経はFTの記事を随時、日経本紙や日経電子版に掲載しています。今後は日経の記事や見出しをFT.comにも掲載し、それぞれの読者に多様な切り口の記事を提供します。両社の編集は互いに独立し、報道を競い合う関係に変化はありません。

● 教育事業

FTを傘下に持つピアソン・グループは英国に拠点を置く大手教育メディア企業で、日経は同社とオンラインの新しい英語学習プログラム「GlobalEnglish日経版」を開発しました。日経とFTは、このプログラムにそれぞれの記事を提供することで合意しました。両社はほかにもコンテンツを活用した教育・研修サービスを検討していきます。

「GlobalEnglish」は、ピアソン傘下のグローバルイングリッシュ社が開発したオンラインの英語教材で、多くの多国籍企業で採用実績があります。

● 販売・マーケティング協力

日経とFTは日本国内で、FTの個人購読者向けの販売で協力しています。この協力を、大口の法人読者にも拡大します。また両社は電子版の個人ユーザー獲得を目的に、両社の媒体を活用してプロモーションを展開します。

- イベント・シンポジウムなど

日経、FTともに、経済、産業、政治などをテーマにシンポジウムやセミナーを数多く主催しています。FTはメディア・パートナーとして「日経フォーラム世界経営者会議」に告知協力をしています。今後はこうしたシンポジウムで議論するコンテンツも含め、相互に更なる協力関係を構築していきます。

- 中国ビジネス

FTは2005年に中国語サイト「FTChinese.com」を創刊。日経は2012年に「日経中文網」を立ち上げました。両社の中国語サイトを活用し、中国市場でビジネスする欧米・日本企業のマーケティングニーズに応えていきます。

今回の合意に関連し、日本経済新聞の喜多恒雄社長は、「日経は経済情報を中心に、コンテンツを様々な形で発信する『複合メディア』をアジアを中心にグローバルに展開していきたいと考えています。世界で信頼を得ているFTと、今回の合意をきっかけに協力をさらに深めていきたい」と述べています。

FTのジョン・リディング最高経営責任者（CEO）は、「日経とのパートナーシップは、もともと質の高い国際的なビジネスニュースと分析を世界中の金融業界の意思決定権者に届けるための価値の高い新しいチャンネルになります。世界のなかでもっとも影響力と権威あるメディアの一つである日経とより緊密な協力関係を築ける事を喜ばしく思います。」と述べています。

FTの概略

フィナンシャル・タイムズはその権威ある報道で世界に認められるビジネスメディアです。日刊紙およびデジタルサービスを通じ、毎日必要不可欠なニュース、分析・論評記事を世界のビジネスコミュニティに届けています。紙・電子版を合計した有料読者数は全世界で60万2000部(Deloitte監修、2012年末)。電子版FT.comの有料読者数は31万6000人。FTの教育関連商品は、世界のビジネススクール上位50校のうち25校で利用されています。

Nikkei Inc (Nikkei) and the Financial Times (FT) announce today an extensive partnership, ranging from content syndication to sales, education and other business areas.

Nikkei and the FT, both internationally recognised business news organisations, provide unbiased and trustworthy news and information to their powerful global audiences. By forging this partnership, they both aim to grow their audience and strengthen their brands in the Asia Pacific region, with a strong focus on the Japanese market.

The partnership will include:

➤ Content syndication and licensing

Nikkei has been a syndication partner of the Financial Times for more than 20 years, translating and publishing FT content in its newspaper and on Nikkei Online Edition, www.nikkei.com. In addition to this existing partnership, Nikkei and the FT have agreed to a licensing arrangement to publish headlines and articles on reciprocal websites.

➤ Education business

Nikkei and Pearson Group, the FT's parent company and the world's leading learning company, have agreed to partner to produce a 'GlobalEnglish Nikkei edition' English language learning service.

GlobalEnglish is a Pearson company that offers award-winning cloud-based Business English software and services to global corporations. The new 'GlobalEnglish Nikkei edition' leverages the core GlobalEnglish suite of products and utilises FT and Nikkei content as a language learning tool to serve English students in the Japanese business community.

Nikkei and the FT will also explore further opportunities to collaborate in education and training services.

➤ Subscription sales

Nikkei and the FT already partner on individual subscription sales in Japan,

and this agreement will now expand to include corporate sales.

Nikkei and the FT are also considering joint promotions to acquire digital subscribers using reciprocal media space.

➤ Events

Nikkei and the FT both organise events, symposiums and seminars that attract the world's leaders in politics, economics and business in a wide range of industries. At Nikkei Global Management Forum, for which FT has long been a media partner, Nikkei and the FT agreed to establish a deeper partnership.

➤ China Business

Nikkei launched its Chinese language website in 2012, and the FT launched its Chinese language service, FTChinese.com in 2005. Nikkei and the FT have agreed to explore cross-marketing these sites with an aim to attract western and Japanese companies who increasingly accelerate their businesses in the Chinese market.

Tsuneo Kita, President and CEO of Nikkei, said; "We are pleased to announce this agreement today, just as Nikkei is committed to expand our multi-platform media strategy by providing a variety of content through multiple channels in Asia and beyond. We would like to expand and deepen our partnership with the FT, a highly trusted business media in the world, through continuous cooperation in a wide ranging areas."

John Ridding, CEO of the Financial Times, said: "Our partnership with Nikkei will serve as yet another valuable channel to provide financial decision-makers everywhere with the best international business news and analysis. We are pleased to collaborate more closely with Nikkei, one of the world's leading and authoritative news organisations, on this endeavour."

About Nikkei Inc:

Nikkei Inc. is one of the world's leading providers of business and financial news. Since its establishment in 1876, Nikkei has been offering timely, accurate news and authoritative opinions on business, finance, politics, science and technology, and other issues. Based in Tokyo, Nikkei has a network of 36 bureaus around the world. The Nikkei has a combined paid and digital circulation of more than 3.16 million (January 2013). Digital subscribers are growing to over 270,000 as of March 2013.

About the Financial Times:

The Financial Times, one of the world's leading business news organisations, is recognised internationally for its authority, integrity and accuracy. Providing essential news, comment, data and analysis for the global business community, the FT has a combined paid print and digital circulation of more than 602,000 (Deloitte assured, Q4 2012). FT.com has over 316,000 paying digital subscribers and the newspaper has a global print circulation of 269,121 (ABCs, February 2013). Mobile is an increasingly important channel for the FT, driving 30% of FT.com traffic and 15% of digital subscriptions. FT education products now serve 25 of the world's top 50 business schools.