

**Positive and
Look Forward**

つねにポジティブであることを追及し、読者が前に向かう確信を持てる情報の発信を目指します。

**Toward Global
with Local Eye**

「世界から日本に、日本を世界へ」をテーマにグローバルな視点を持つ読者たちのコミュニティを開拓・構築し、世界へと繋げる架け橋となります。

**Stories and
Messages**

本誌が取り上げる人物の人生には必ずストーリーがあり、そのストーリーから「未来を切り開くメッセージ」を読者へ届けます。

Forbes JAPAN

日本を動かす人を動かす雑誌

Influence the Influencer

2人に1人がトップマネジメント(意思決定者)

3人に1人が年収2000万円以上

3人に1人が次世代のアントレプレナー

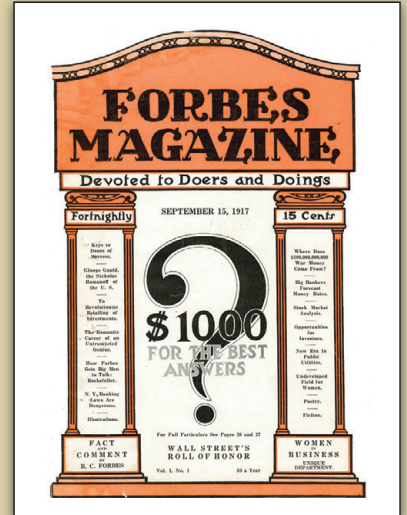
4人に1人が金融マン

5人に1人がビジネスウーマン

ビジネスとは
幸せを創造するためのものであり、
巨万を蓄えるためのものではない。
我々は、それを
忘れてはいないだろうか。

Business was originated to produce happiness,
not to pile up millions.
Are we in danger of forgetting this?

創刊編集長B.C. フォーブス (1917年)



世界40カ国、800万人が 愛読している経済誌

フォーブス マガジンは、1917年当時ハースト社が発行している新聞のビジネスコラムニストたちを統括していた、スコットランド移民のB.C.フォーブス氏によって創刊。

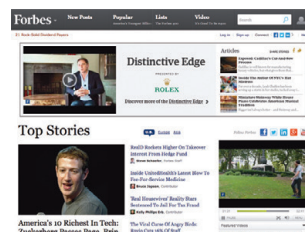
フォーブスのミッションは、世界を変えていく人々、アイデア、テクノロジーの情報を、ビジネスエグゼクティブのコミュニティに届けることです。他のメディアブランドと異なるフォーブスの強みは、世界の経済を左右させる程の影響のあるパワフルな人々とのネットワークです。出版、デジタル、イベントという独自のプラットフォームを通して、雑誌のコンテンツを様々な形に変え発信しています。

フォーブスは、フォーブス・アジア (アジア太平洋地域)、フォーブス・ヨーロッパ、他各国版 (アフリカ、アルゼンチン、ブラジル、ブルガリア、中国、クロアチア、チェコ、エストニア、グルジア、ギリシャ、インド、インドネシア、イスラエル、カザフスタン、韓国、ラトビア、メキシコ、中東諸国、ポーランド、ルーマニア、ロシア、スロバキア、トルコ、ウクライナ、タイ、そして日本) で発行。



グローバルイベントも多く開催

2013年6月に国連で開催された慈善活動に関するフォーブス400サミット。この時の議題は「子供たち」。ウォーレン・バフェットと息子のピーター、マリリン・カールソン・ネルソン (カールソン社一族の女家長)、リーゼ・ブリーカー (シカゴの大富豪)、リーゼ・ブリーカー (シカゴの大富豪) が超富豪層150人の聴衆を前に、億万長者の家庭それぞれの環境についてラウンドテーブルを行いました。



Forbes.comの成功

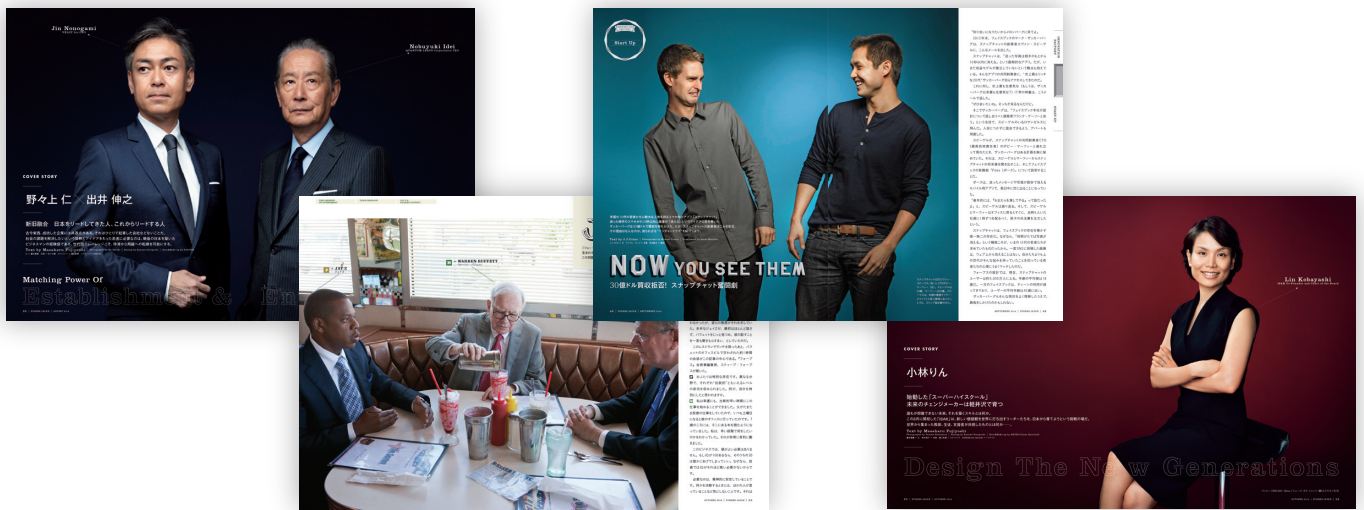
forbes.comは、1,000人を超える専属ライターや有識者たちの投稿型SNSを中心とした言論サイトとして展開しており、2013年8～10月には月間平均5,100万ものユニークビジターを集め、大成功を収めています。現在、日本版もこのプラットフォームをベースにアレンジを加え、ビジネスカテゴリにおいてももっともアクティブなサイト運営を目指し、準備を進めています。

「フォーブス ジャパン」 誌面の魅力

「フォーブス ジャパン」は、
日本一美しいビジネス誌を目指し、
読者・クライアント様に
魅力的なコンテンツを
お届け致します。

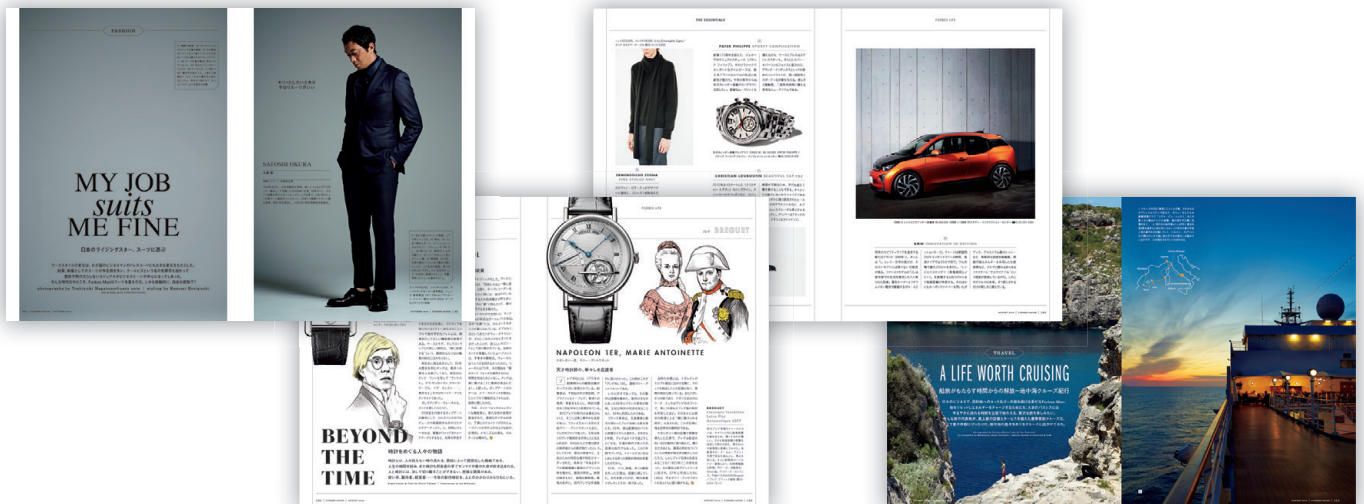
エスタブリッシュメント &アントレプレナー

フォーブス ジャパンは、“新旧融合”をテーマに、
世界あるいは日本をリードしてきたエスタブリッシュメントなビジネスリーダー、
そして、これからをリードしていくアントレプレナーにフォーカスしています。
また、フォーブス ジャパンを介して、様々なビジネスリーダーたちの交流の場を作り、
世代、国を超えたレバレッジという化学反応を実現していきます。



ビジネス & ライフスタイル

フォーブス ジャパンならではのビジネス記事はもちろんのこと、
フォーブスの創刊理念でもある『ビジネスとは幸せを創造するためのもの』をコンセプトに
ビジネスの成功と共に知っておきたい、人生をより豊かに楽しむライフスタイルを提案します。
ファッション、車、時計、旅、飲食、趣味、スポーツと
様々な厳選されたコンテンツを毎月、発信しています。



Forbes JAPAN

「ジャパン & ワールド」

フォーブスは、世界40カ国で展開している世界有数のビジネスメディアです。我々は日本版としてのオリジナル記事に加え、世界各国版の記事をキュレーションし、今の日本のビジネスパーソンに向けた最先端の情報をお届けします。それは、世界的に著名な経営者のインタビュー記事や、国内外の有識者からの寄稿など、一流の執筆陣とともに毎号、厳選されたコンテンツをお届けします。



「イベント & プロモーション」

年間の広告特集に加え、トップインタビュー、イベントレポート等、ご要望に合わせたカスタマイズ制作が可能です。また、広告タイアップページも、編集ページ同様のクオリティで制作し、統一感のあるデザインにて展開します。



フォーブス ジャパン読者データ

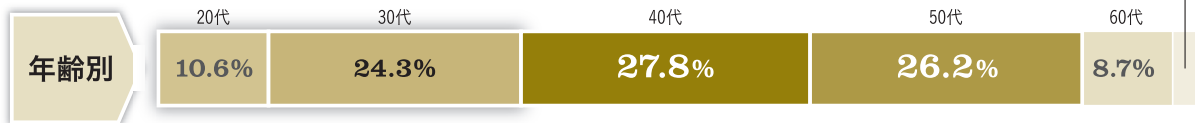
フォーブス ジャパンの読者は実際に今、日本経済(ビジネス)を
ドライブしている40～50代の企業経営者が中心です。加えて、業種別では
「金融・証券」が2割以上、そして年収も5000万円以上が1割を超えています。

◆ 下記は創刊号～3号の講読申込者、読者アンケートのデータをもとに現在の読者属性を表した数値となります。(2014年9月1日 現在)

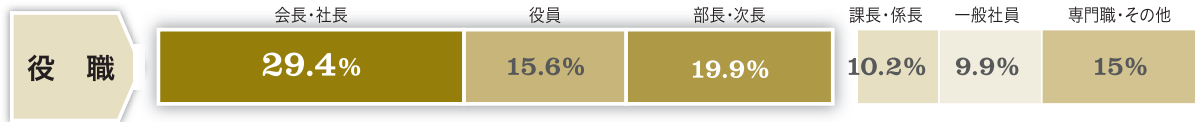
5人に1人がビジネスウーマン



3人に1人が次世代のアントレプレナー



2人に1人がトップマネジメント(意思決定者)



4人に1人が金融マン



3人に1人が年収2000万円以上



フォーブス ジャパン創刊によせて

茂木 友三郎 【キッコーマン株式会社 取締役名譽会長 取締役会議長】

社会を取り巻く変化の中で、グローバル化は最も大きな流れのひとつになっています。日本経済が長い停滞期から脱し、力強く成長していこうとする今、ワールドワイドな視点をもつことは大変重要で、世界中に拠点をもつフォーブスの日本版の創刊は、まさに時流に合ったものだと思います。グローバルに活躍するリーダーや、新しいビジネスが紹介される誌面は、多くのビジネスマンにとって刺激となり、示唆を与えてくれるものだと思います。

堀 義人 【グロービス経営大学院 学長 グロービス・キャピタル・パートナーズ 代表パートナー】

愛読してきたフォーブスの日本語版の発刊を心より歓迎しています。なぜ、フォーブズがいいか？ それは、フォーブスは人に焦点を当てているからです。社会現象でも、ビジネスでも会社でもなくて、世の中に変革を与えている「人」です。その人となり、哲学、情熱が記事の中心です。奮闘ながらも僕も、2006年2月に取材を受け、フォーブズアジアの表紙を飾りました。その当時は、英語のみでの記事でしたが、今やフォーブズを日本語で読めるようになり、日本独自の取材をするとのこと。これは、期待せざるを得ないですね。

宮内 義彦 【オリックス株式会社 シニア・チェアマン】

『フォーブス ジャパン』の創刊により、いよいよ日本にも、経営者にフォーカスした経済誌が誕生しました。嬉しく思うとともに、今後に大きな期待を抱いています。私は、長年にわたる『フォーブス』の愛読者です。そしてその誌面からはもちろん、同誌主催の「グローバルCEOカンファレンス」への参加などを通じ、他では得難い貴重な情報や知識に接し、刺激を受けました。他の企業、そして経営者たちは、この時代をどう捉え、どのようなビジネスを考えているのか。『フォーブス ジャパン』の誌面を通じてさまざまなアイデアと出会うことを楽しみにしています。

小山 薫堂 【放送作家。脚本家】

時代を振り返った時、文化や芸術の多くは富める者の資産によって創造されてきた、と実感することがある。つまり、富をどう蓄えるか、以上に、蓄えた富をどう使うか？ ということのほうが、社会にとっては重要なのだ。そういう意味で、フォーブスという雑誌は、世の中を動かせる人々にとっての、最良の散財バイブルの一面も持って欲しい、と僕は思う。

読者の声

世界中のエリートがしている事、考えている事、目標等がよく分かるし、それが己のモチベーションアップに繋がる。今の自分ではまだまだだし、どうすべきかを考えられるので、この本に感謝しています。ありがとうございます。(30代・社長 男性)

日本の経営にフォーカスした内容が充実していてとても参考になる。(30代・社長 男性)

全体的に今までの経済情報誌と比較して面白かった。ワクワクしながら読むことができた。(50代・局長 女性)

創刊号を読んで内容の密度が、非常に濃いと感じました。ビジネス・私生活に役立つ情報を今後も期待いたします。(40代・次長 男性)

今までもフォーブスは読んでおりましたが日本版がなくなり心配していましたが、今回発売になり年間購読を申込みました。(70代・社長 男性)

Forbes JAPAN

《 広告料金表 》

スペース	色	ページ数	サイズ(天地×左右mm)	料金(税別)
表4	4色	1ページ	264×200	3,000,000
表3	4色	1ページ	280×210	2,000,000
表2見開き	4色	2ページ	280×420	4,200,000
特表2見開き	4色	2ページ	280×420	4,000,000
巻頭コラム対向	4色	1ページ	280×210	2,300,000
目次対向	4色	1ページ	280×210	2,100,000
編集長コラム対向	4色	1ページ	280×210	2,200,000
2ページ	4色	2ページ	280×420	4,000,000
1ページ	4色	1ページ	280×210	2,000,000

※広告原稿はJMPA準拠データでのご入稿をお願い致します。※裁ち切り原稿は、マーク/社名/コピー/資料請求などを仕上がり線から10mm以上内側に収めてください。※表4スペースには、定価、法定文字、雑誌コード、号数、印刷所名などの記載が義務付けられていますので、表示の原稿サイズでの制作をお願い致します。※入稿前には、原稿内容をご確認ください。原稿内容に不備がございますとお受けしかねます。※年間でのご出稿頂く場合は、特価プランをご用意させて頂いておりますので、担当までお申し付けください。※編集タイアップは広告スペース料金と、制作費を1ページにつき40万円付加させていただきます。(その他別途費用が発生することもあります。)

《 媒体概要 》

媒体名：フォーブス ジャパン	定価：1,100円(税込)
刊行形態：月刊(毎月25日発売)	発行元：リンクタイズ株式会社
発行部数：80,000部	販売元：株式会社プレジデント社
判型：A4変形/無線綴じ	発行人：高野 真
総ページ：140ページ前後	編集長：藤吉 雅春

広告のお申し込み・お問い合わせ

リンクタイズ株式会社 ビジネスデザイン部

〒106-0044 東京都港区東麻布 1-9-15 東麻布一丁目ビル 2F
TEL: 050-1745-6327 E-MAIL: sales@linkties.com