

もっと健康に、もっと美しく
日経ヘルス

Health

「日経ヘルス」媒体資料

2020年度版

現代女性に、信頼性の高い健康・美容・医療
情報をお届けするオンリーワンマガジン

もっと健康に、もっと美しく



現代女性に求められている 信頼性の高い健康・美容・医療情報がここに！



日経ヘルス編集長 白澤淳子

今、女性にとって「健康」は一番のテーマになっています。仕事や家庭で感じるストレスから、肌荒れ、便秘、肩こりだけでなく、疲れがぬけない、気分がうつうつするなど、ちょっとした不調に悩む女性が多いためです。また、人生100年時代、元気に働き続けるために、健康が不可欠だと実感している女性も増えています。

女性が上手に体調を管理するためには、最新の正しい健康情報が不可欠です。

日経ヘルスは、最先端の健康情報や医学・科学情報をいち早くつかみ、実用的で楽しい健康と美容の改善プログラムを提供することに、全力を注いでいます。世界の最新情報をもとに、健康・美容雑誌が作れるスタッフとノウハウを持つのは、本誌をおいてほかにないと自負しています。

2018年に創刊20周年を迎えた『日経ヘルス』は、食、運動、美容のジャンルに加えて、「医療」についての記事を強化しています。

良質な健康・美容情報を多くの女性にしっかり伝えたいならば、「健康を裏づけに、真の美しさを提案する」オンリーワンマガジン『日経ヘルス』をお選びください。

「日経ヘルス」とは

他に類をみない「オンリーワンマガジン」

「日経ヘルス」は、ダイエット・サプリメント・スキンケア・生活習慣病などの健康・美容・医療に関するテーマを科学的・具体的に提供する実用情報誌です。

大学や研究機関、医療機関などの専門家への取材やエビデンスにもとづいた信頼のおける記事コンテンツを、読者にお届けしています。

世界の最新健康情報や医学・科学情報をいち早くキャッチし、現代女性の悩みにフィットする、実用的で楽しい健康と美容の改善プログラムを提案しています。

このような世界の最新情報・データをもとにした健康・美容雑誌は他に類をみないものであり、信頼できる健康・美容・医療の情報源として、多くの読者にご愛読いただいております。

「日経ヘルス」媒体概要



創刊：1998年3月

発行部数：65,226部（2019年上期部数）

* 2018年上期部数（57,522部）より前年同期比13%UP↑

発行日：隔月刊 奇数月2日発売（年6冊）

版型：A4変形（天地280mm×左右210mm）

印刷：多色オフセット

販売方式：全国書店・コンビニエンスストア

価格帯：600円～800円

読者ターゲット

- ✓健康で、体の内側からきれいな「すっぴん美人」を目指す30～50代女性
- ✓元気に、美しく人生100年時代を乗り切りたい女性



コア読者の特長

- ✓2割が、ヘルスケアプロフェッショナル
(看護師、鍼灸師、トレーナー、エステティシャンなど)
- ✓健康・医療に関わる専門用語も理解するアーリーアダプター
- ✓母娘で読んでいるケースも多く、「食卓ジャック」しやすい

日経ヘルスの影響力

日経ヘルスは過去20年間、健康・美容分野の新しい情報をいち早く誌面で紹介し、健康・美容市場のムーブメント創出に寄与してきました。

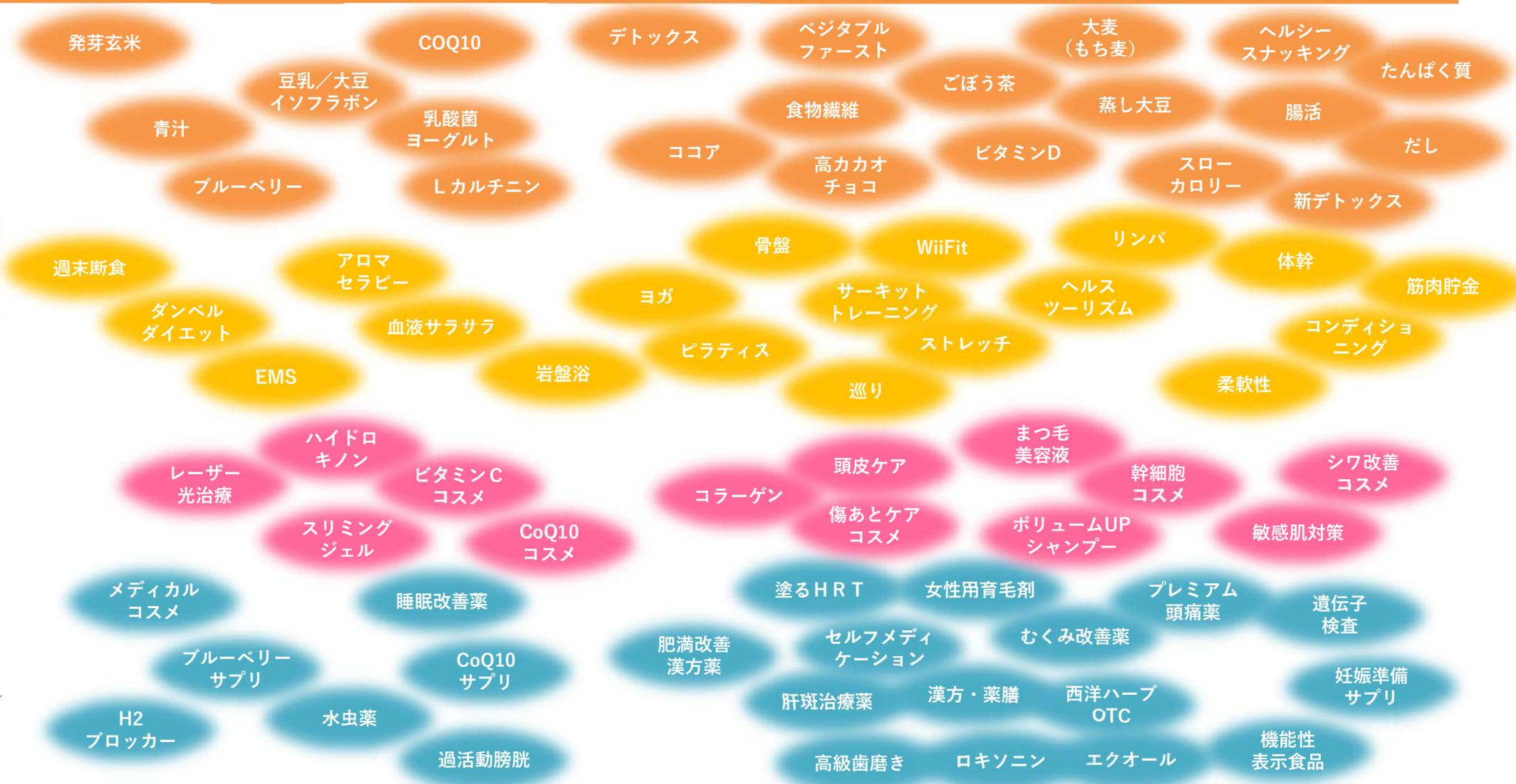
1998年（創刊） 2000年 2005年 2010年 2015年 現在

食

運動/コンディショニング

ビューティー

OTC/DTC
サプリメント



日経ヘルスの影響力 事例①

「ベジタブルファースト」の概念を世に広めました

“同じ食事の内容でも、野菜から食べ始めると食後血糖値の上昇がゆるやかになり健康に良い”「ベジタブルファースト」。日経ヘルスは「食べる順番ダイエット」として、世の中に先駆けて誌面で紹介しました。

2009年～

「食べる順番ダイエット」としてベジタブルファーストの概念を紹介

食物繊維を豊富に含む野菜や海草、豆から先に食べ始める「ベジタブルファースト」習慣。日経ヘルスは、2009年からこの健康法に注目し、「食べる順番ダイエット」として、誌面で紹介。

日経ヘルス特集「朝ベジ・ファースト」ダイエット
(*一部抜粋)



ナチュラルローソン キャンペーンチラシ



2012年～

ナチュラルローソンとともにキャンペーンを仕掛ける

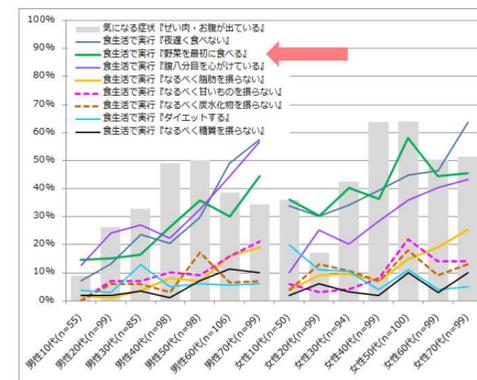
ナチュラルローソンと共同で、2012年から「ベジタブルファースト」キャンペーンを展開。日経ヘルス誌面でも、ダイエットや健康習慣の提案として、継続的に取り上げて来ました。

2016年～

健康法としてベジタブルファーストが定着

「健康ニーズ調査2016」(日本能率協会)によると、健康法としてベジタブルファーストの定着度合いの高さが際立つ50代女性では50%以上の実施率と、糖質制限よりもはるかに高い数値が出ています。

【健康ニーズ調査2016】



(日本能率協会)

「もち麦」のブレイクにも、一役買っています

ほんの数年前まで、一般にはほとんどその存在を知られていなかった「もち麦」。日経ヘルスはその健康効果に早くから着目し、誌面で伝え続けてきました。

2012年～ 日経ヘルスは2012年からもち麦に注目

12年4月号で「もち麦ご飯を食べるだけで悩みの下腹が凹む!!」特集を掲載し、読者から大きな反響を頂きました。その後も、最新のエビデンスをもとに、アンチエイジングや腸活など、もち麦の効果を誌面で紹介してきました。

日経ヘルス「もち麦ご飯を食べるだけで悩みの下腹が凹む!!」特集（*一部抜粋）



2014年～ テレビも続々ともち麦を取り上げ、話題沸騰。品切れ状態に

2014年ごろから、テレビ番組でも大々的にもち麦が取り上げられるように。2016年3月に放映された特番『その原因、腸にあり!』（フジテレビ系）で「もち麦腸活ダイエット」として紹介されると、もち麦商品の欠品が相次ぎました。

特番「その原因、腸にあり!」（フジテレビ系）

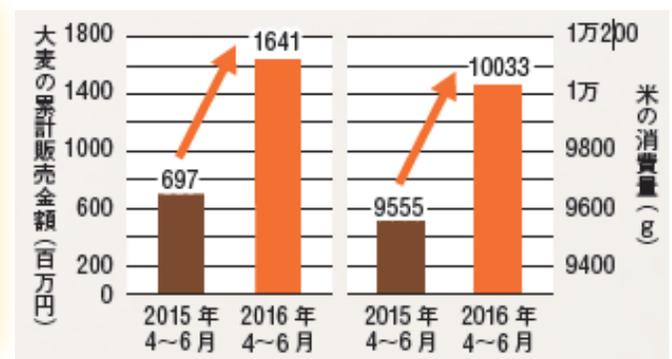


2016年～ 大麦市場は前年比約2.4倍。米の消費量UPにも貢献?

2015年4～6月期と2016年4～6月期を比較すると、大麦の売上は前年比235%に。連動するように米の消費も増えています。

グラフの大麦は総合スーパー、スーパーマーケット、ドラッグストア、コンビニエンスストアの売上金額の合計。米は1人当たりの1カ月の家庭内消費量。

【大麦の累計販売金額と米の消費量の変化】



(データ：大麦はインテージSRI、米は米穀機構米ネット)

「蒸し大豆」大ヒットのきっかけを作りました

10年前、大豆といえば「水煮」が主流でした。“蒸す事で大豆の栄養成分を丸ごと摂取できる”という蒸し大豆の特長に着眼し、最初に発信したのが日経ヘルスでした。それを機に「蒸し大豆」大ヒットの快進撃が始まります。

2013年12月 日経ヘルス誌面で「蒸し大豆」を特集

もともと優れた栄養価を持つ大豆を”蒸す事で、おいしさと栄養価をさらに格上げできる”という蒸し大豆の特長に着目した日経ヘルス。専門家へ取材し、更年期、PMS、乳がん、ダイエットといった女性の悩みへの大豆の健康効果、蒸し大豆と水煮との栄養成分比較、食べ方のアイデアなどを特集し、大きな反響を呼びました。

日経ヘルス特集「蒸し大豆がすごい」 (*一部抜粋)



2014年 日経ヘルスから他メディアに飛び火し、大ブレイク

2014年2月に、NHK「あさイチ」が“体にいい大豆を丸ごと食べるともっといい、丸ごと食べるなら蒸し大豆がいい”という内容を放送。他のTV番組、新聞、雑誌でも続々と取り上げられ、蒸し大豆の売上げは右肩上がりに増加。

2015年 文部科学省の食品標準成分表に「蒸し大豆」が追加される

文部科学省発行の食品標準成分表に、2015年版から「蒸し大豆」が加わりました。

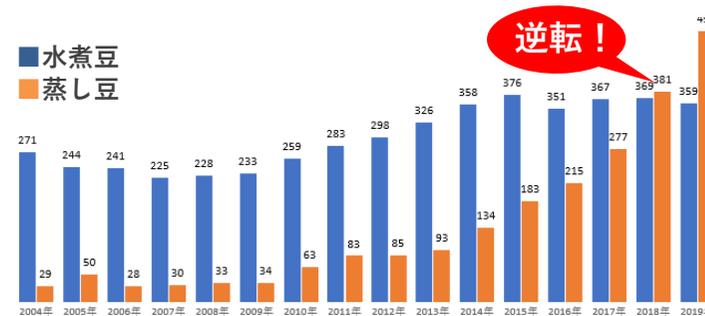
2018年 「蒸し大豆」と「水煮大豆」の売上金額が逆転

2004年時点で国内の蒸し大豆の売上げは、水煮大豆の約1/10にすぎませんでした。2013年から蒸し大豆売上げは急激な伸びを見せ、2018年ついに水煮大豆を逆転。

2019年 蒸し大豆市場の売り上げは6年間で5.4倍に

2013年の蒸し大豆の国内市場規模は12億円。それが2019年には5.4倍の65億円へと急成長。2020年以降、さらなる市場の伸びが見込まれています。

【水煮大豆・蒸し大豆 PI金額推移】 (単位:円/千人)



*PI値とは、Purchase Indexの略で、レジ通過客1,000人あたりの購買指数 (KSP-POS全国データより)

【蒸し大豆市場規模推移】 (単位:億円)



日経ヘルスの編集コンテンツの特長

女性が「本来の美しさ」を取り戻し、自分らしく輝くために必要な最新情報を、様々な切り口で取材し、いち早く紹介しています。信頼できる情報をお届けする事をモットーとしており、主な取材先は大学、医療・研究機関を初めとした専門家の方です。

食

新しい健康食材の紹介は勿論、身近な食材の健康効果に最新データを基に新たにスポットを当てるなど、独自の切り口で、健康食のムーブメントを牽引してきました。人気の料理家のヘルシーレシピも、数多く紹介。



- 健康食品・サプリ
- 健康食材
- 機能的食品
- トクホ
- ヘルシーレシピ
- ダイエット
- スーパーフード
- デトックス
- 腸活
- 血管力UP
- 血糖値対策
- ヘルシースナッキング

運動・コンディショニング

エクササイズ、筋トレ、マッサージなど、身体を整える為の様々なアプローチを分かりやすく解説・紹介しています。



- エクササイズ・筋トレ
- ストレッチ
- マッサージ
- 睡眠
- 肩こり対策
- つば・経絡
- ヨガ・瞑想
- 自律神経ケア
- ストレスケア
- PMS対策
- 更年期対策
- 温活・妊活

ビューティー

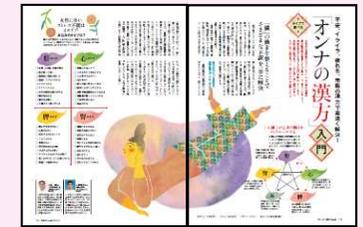
ダイエットやスキンケア、ヘアケアなど、美容に関する情報も充実しています。



- ダイエット
- スキンケア
- メイクアップ
- オーラルケア
- ヘアケア
- 睡眠
- むくみ対策
- マッサージ
- アンチエイジング
- 美腸

OTC・DTC

女性達の悩みを解決してくれる薬やサプリメント、養生法などのソリューションを紹介しています。また、DTC (疾病啓発) にも力を入れています。



- OTC (一般用医薬品)
- DTC (疾病啓発)
- 医療用医薬品
- 漢方薬
- サプリメント
- 栄養ドリンク

過去の主要特集紹介 (2019年2月号-8月号)

2019

2月号



- 特集1 失敗ゼロのダイエット
- 特集2 白髪ケア革命2019
- 特集3 最新! 免疫の鍛え方

4月号



- 特集1 5分! 筋肉貯金
- 特集2 “長生きみそ汁”のひみつ
- 特集3 かずのすけ流 敏感肌のための洗剤の選び方

6月号



- 特集1 医師に教わる老化のトリセツ
- 特集2 抹茶ヨーグルトで腸活
- 特集3 スマホ不調を改善する筋膜リセット術

8月号



- 特集1 手強い下腹が2週間でヤセたがる!
- 特集2 混ぜるだけ、かけるだけスパイス活用術
- 特集3 下地&ファンデ 毛穴くるくる塗り

過去の主要特集紹介 (2019年10月号-2020年2月号)

2019

10月号



- 特集1 ストレッチ革命
- 特集2 たんぱく質★新要素
- 特集3 万能美容成分「ビタミンC」

12月号



- 特集1 顔たるみ 根こそぎ解決
- 特集2 酢キノコ
- 特集3 医師も認める「きくち体操」

2020

2月号



- 特集1 ヤセ食ベダイエット
- 特集2 3大テクニック寝たまま美容術
- 特集3 腸内細菌の正しい育て方

4月号



- 特集1 5分! 「関節ほぐし」で不調を解決
- 特集2 カラダのにおい図鑑
- 特集3 HSP (ハイリー・センシティブ・パーソン) がラクになる

2020年 今後の特集予定

2020

【6月号】 本当に効果がある厳選アンチエイジング

【8月号】 下腹がすぐヤせる最速ダイエット

【10月号】 美容の教科書

【12月号】 効率のよい筋肉の育て方

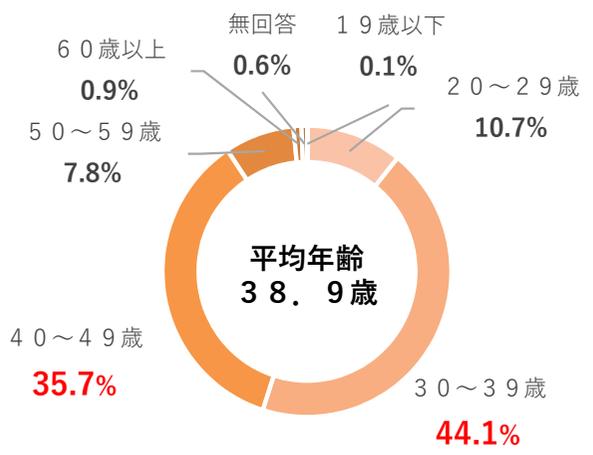


*特集内容は、予告なく変更する場合があります。最新情報は、随時営業までお問い合わせください。

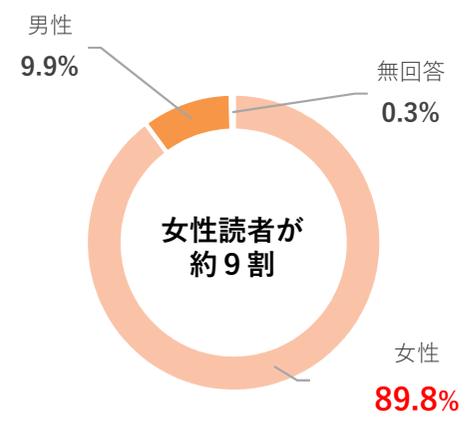
読者プロフィール

読者の中心は、経済的にゆとりがあり、健康情報に対して、意識の高い女性達です。

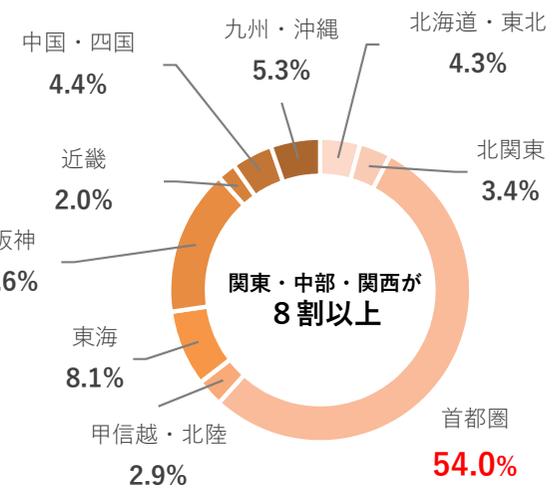
年齢



性別

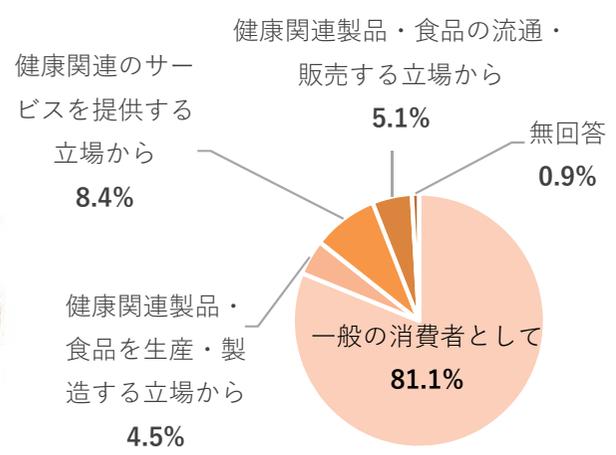


地域

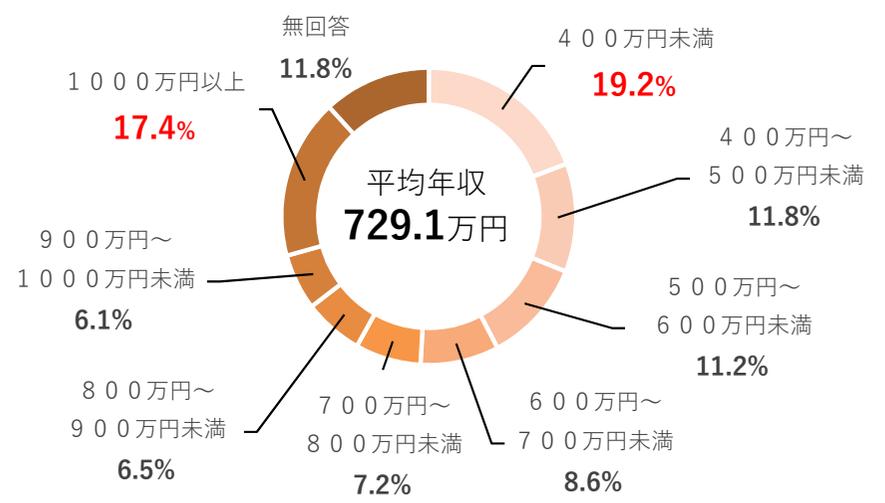


健康製品に関わる立場

18%が健康製品に関わる立場

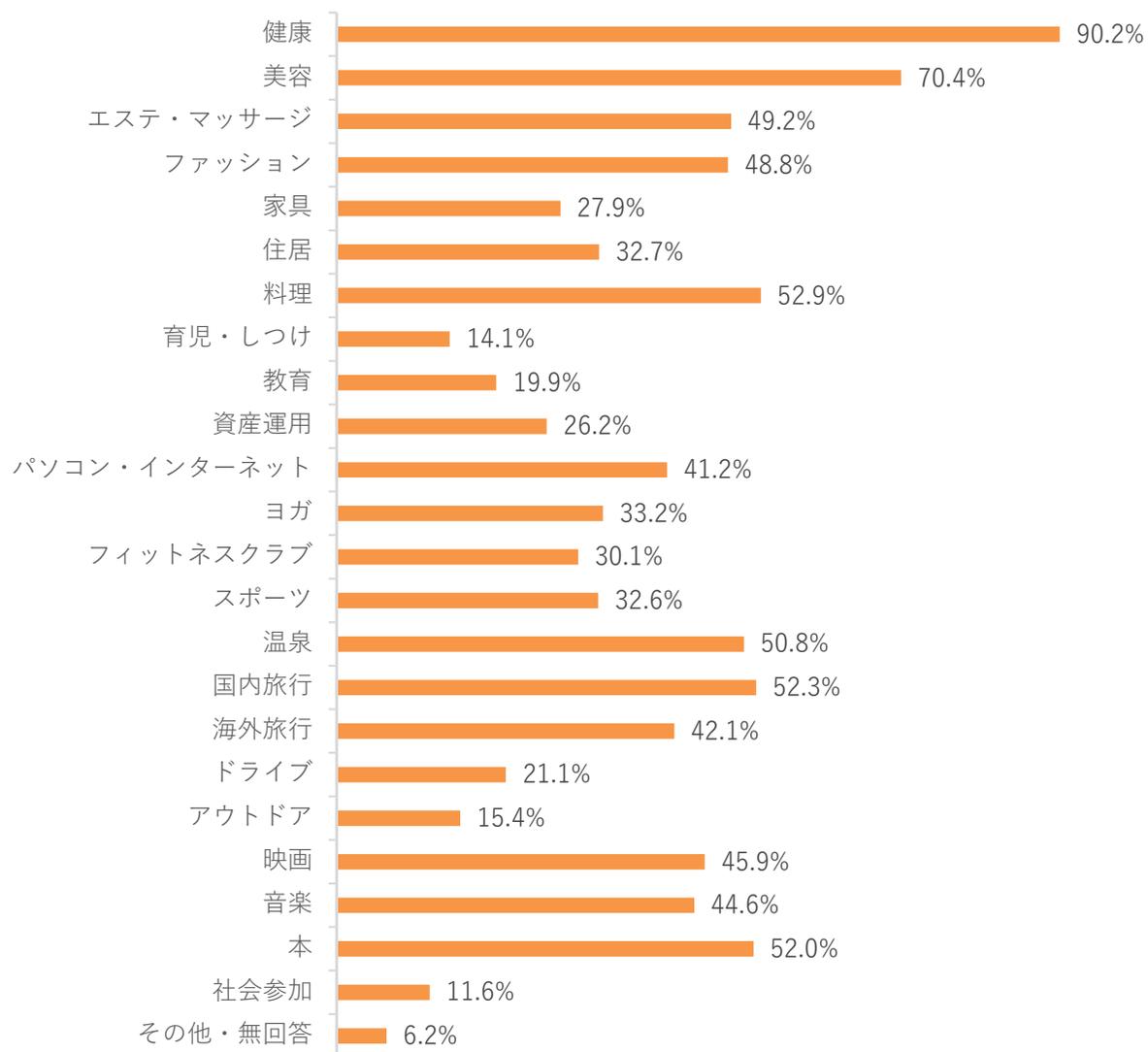


世帯年収



健康、美容はもちろん、自分磨きに高い関心を持っています。

興味・関心のあること

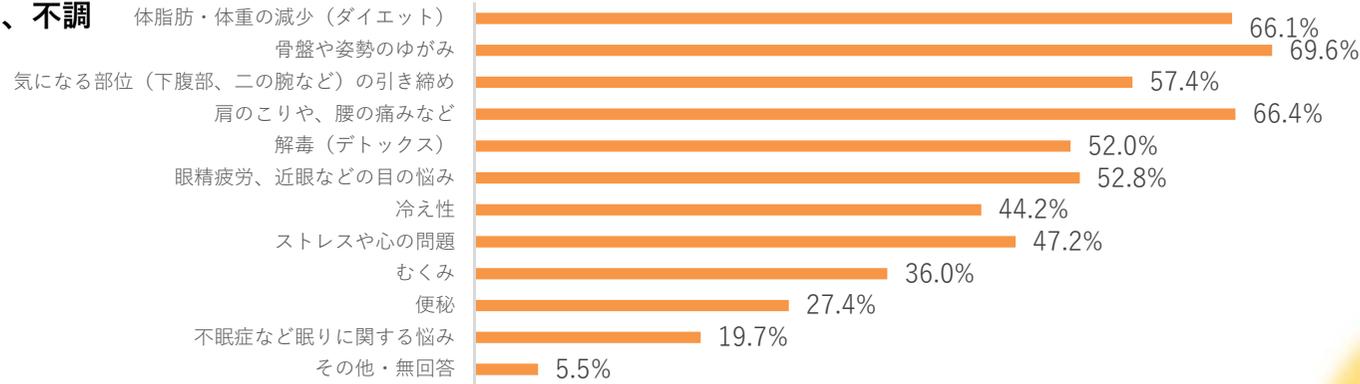


読者データ

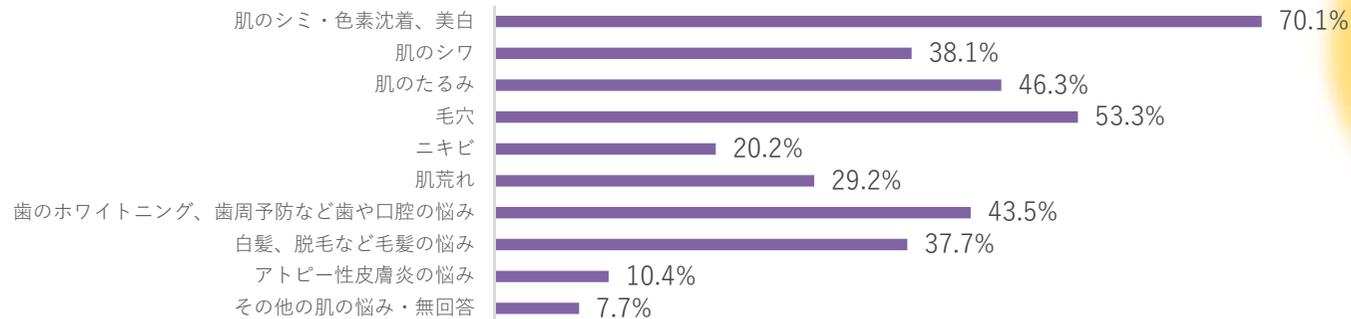
健康・美容に対する悩みを抱える読者から「日経ヘルス」は高い評価を得ています。

解消したい悩み

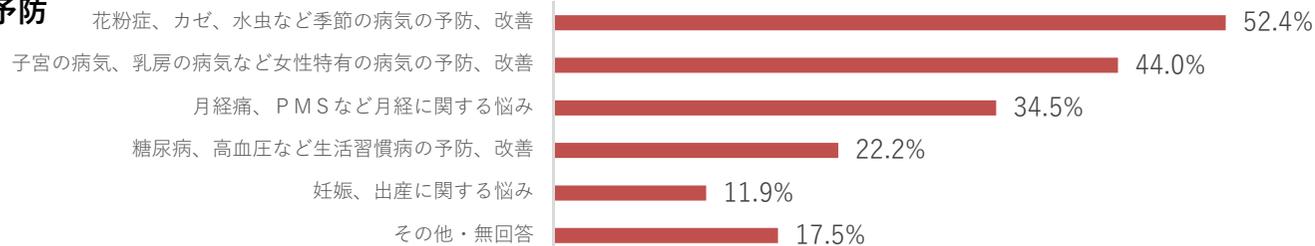
ダイエット、不調



肌、美容



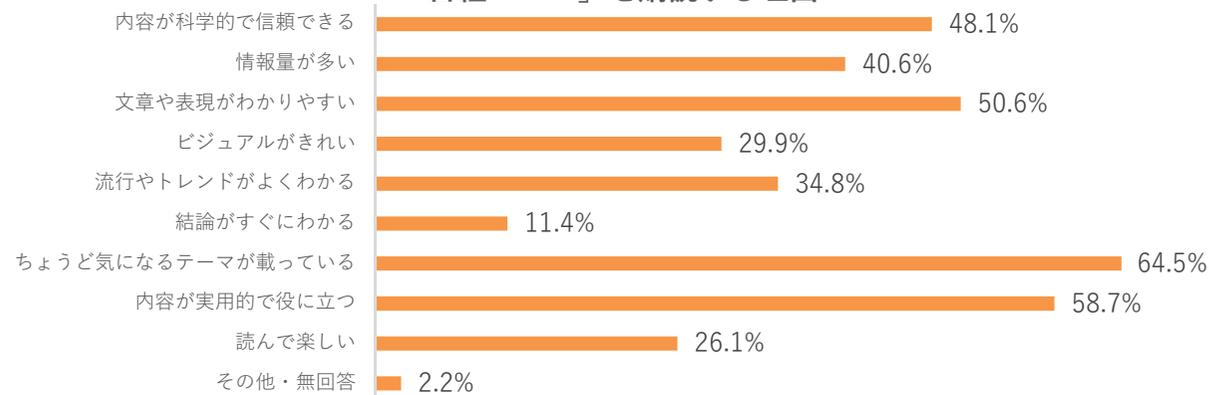
病気予防



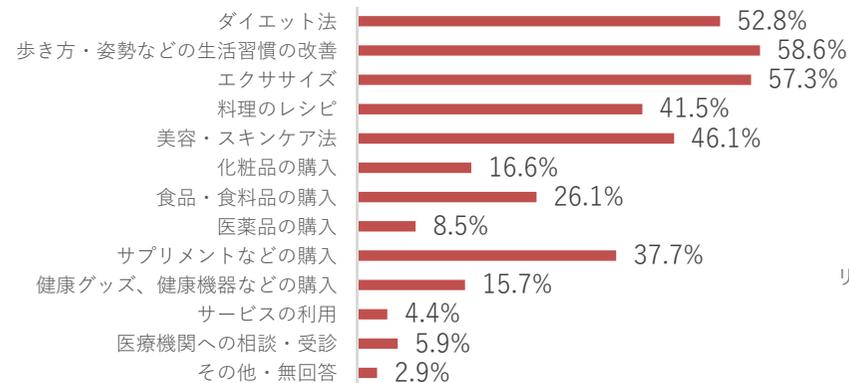
「日経ヘルス」は読者の求める旬の情報を提供し、読者の悩み改善に役立てられています。

日経ヘルスの影響力

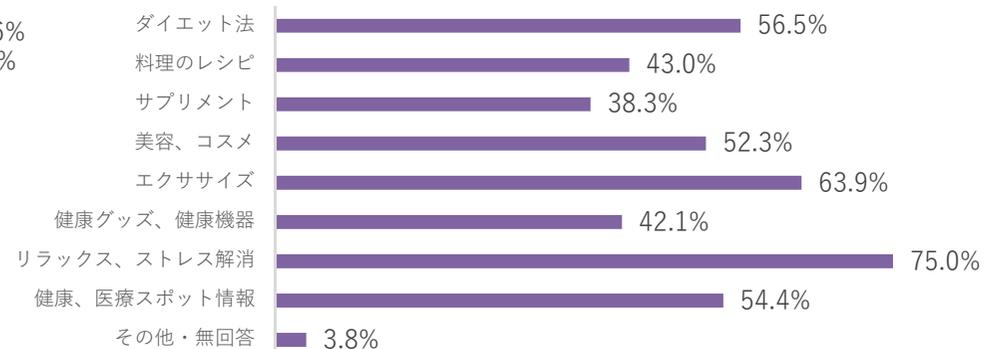
「日経ヘルス」を購読する理由



「日経ヘルス」で試した記事内容



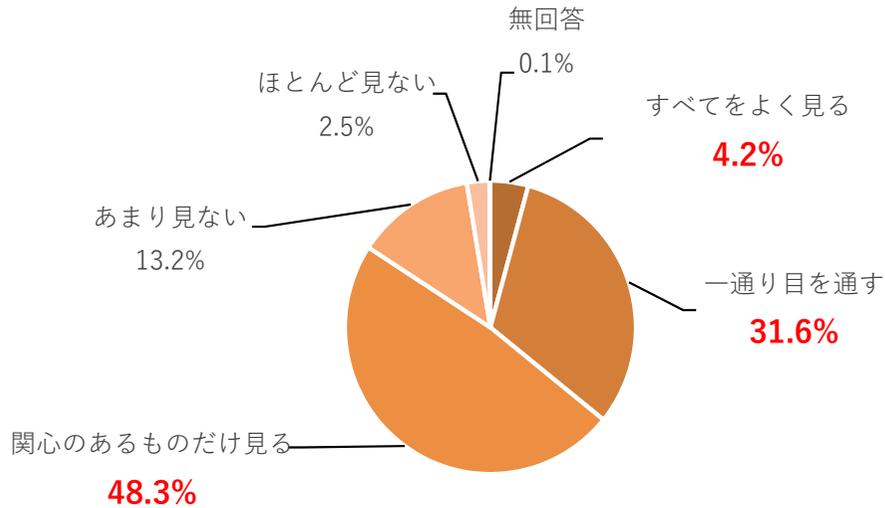
「日経ヘルス」から得たい情報



読者データ

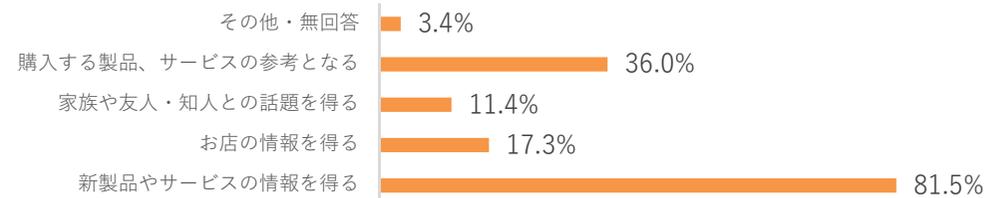
「日経ヘルス」読者は広告も情報源のひとつとして、高い関心を抱いています。

「日経ヘルス」の広告に高い関心

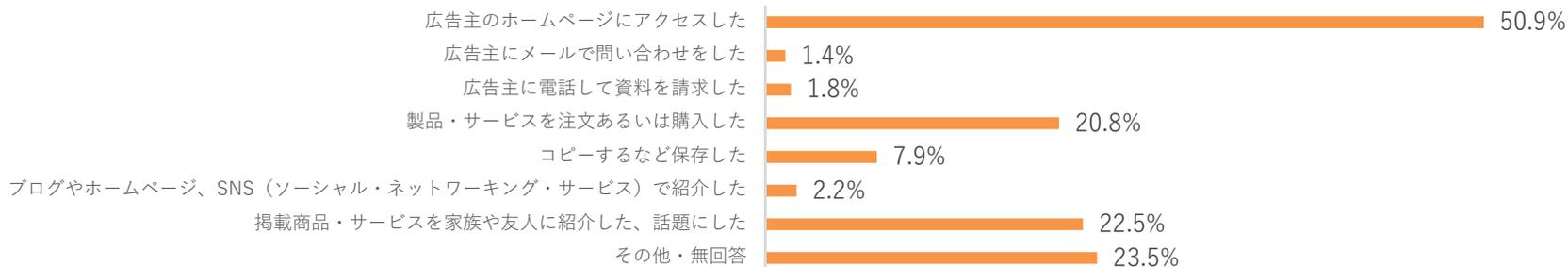


8割以上の読者が、広告に目を通してしています

「日経ヘルス」の広告で情報を得る



広告を見た後のアクション



Health 広告メニュー

純広告 出稿料金 (グロス、税別)

4色1ページ : 125万円 (G)
 白黒1ページ : 94万円 (G)

<メニュー別料金>

表4	: 160万円 (G)	特集前第一見開き	: 260万円 (G)
表2見開き	: 300万円 (G)	センタースプレッド	: 260万円 (G)
第2表2見開き	: 290万円 (G)	4色1ページ	: 125万円 (G)
表3	: 130万円 (G)	白黒1ページ	: 94万円 (G)
目次対向	: 135万円 (G)	4色たて1/3ページ	: 53万円 (G)
		白黒たて1/3ページ	: 40万円 (G)

タイアップ広告 料金例 (税別)

4色2ページタイアップ料金：
 掲載料125万円 (G) / P × 2 P + 制作費35万円 (N) / P × 2 P = 320万円 (G / N)

4色4ページタイアップ料金：
 掲載料125万円 (G) / P × 4 P + 制作費35万円 (N) / P × 4 P = 640万円 (G / N)

※特定のモデル起用、遠隔地での取材・撮影は別料金になります。

 株式会社 日経BP 経済メディア広告部

TEL : 03-6811-8218

FAX : 050-3153-7279

AD Web URL : http://adweb.nikkeibp.co.jp/adweb/mad/nh_/nh__mda.html