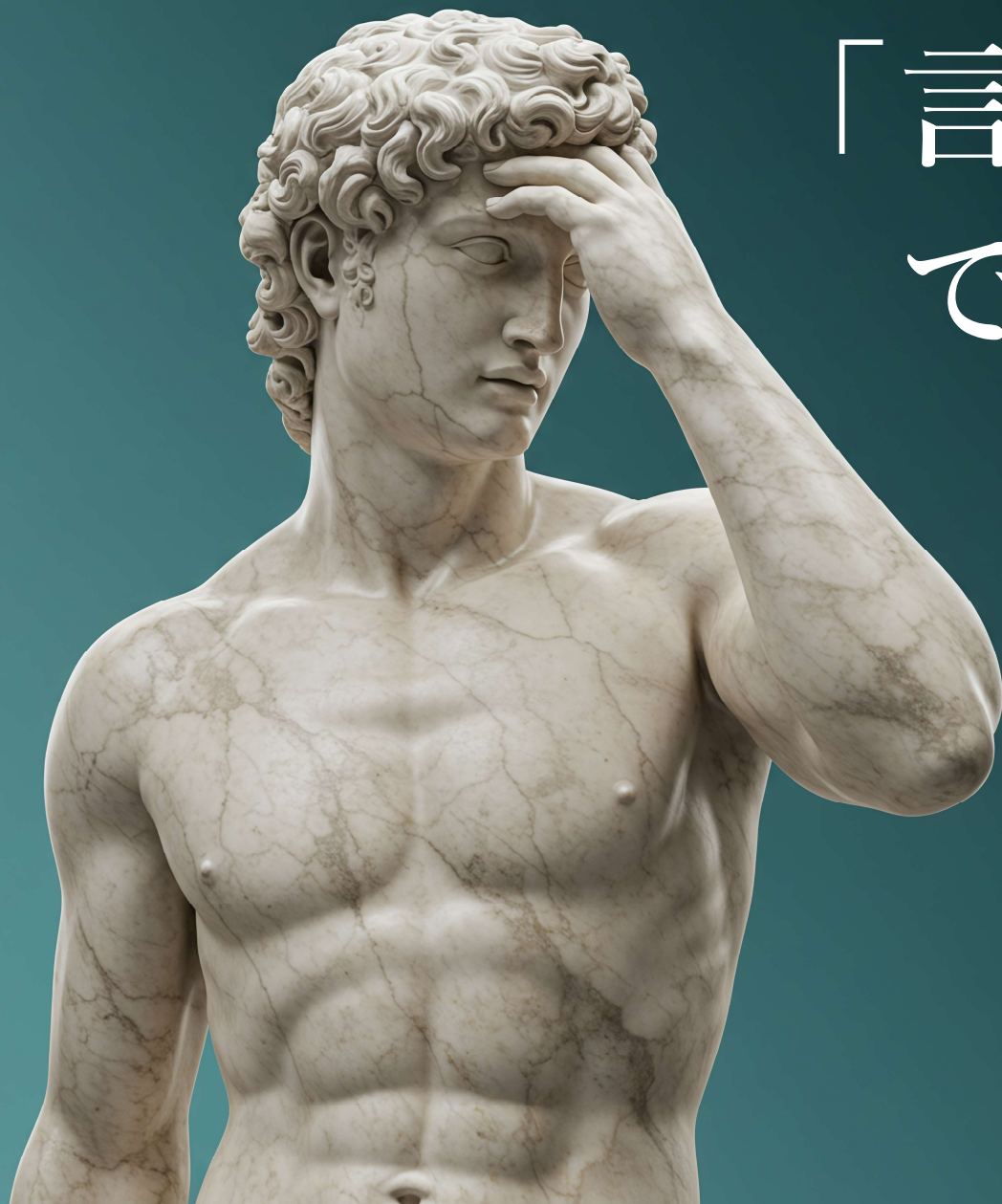




「言えない悩み、 でも知りたい」

～専門家×当事者×企業担当者が語る、
本音の座談会～

企画趣旨

AGA、水虫、痔、ED——誰にも相談しづらく、
抱え込みがちな悩みにフォーカス

40～60代の読者を中心に支持を集める最新・信頼の健康情報サイト
「日経Gooday」では、読者のQOL（生活の質）に深く関わるにも関
わらず、“人に相談しづらく、抱え込みがち”な健康課題（AGA、水虫、
痔、EDなど）に着目。

本来は早期に改善できる課題にもかかわらず、情報との出会いの機会
を逸したまま、何年も悩み続けているケースが多く見受けられます。
こうした“顕在化しにくい市場”にアプローチするべく、「人に相談し
づらい体の悩み」をテーマにしたタイアップ企画を展開します。

最新・信頼の健康・医療情報サイト

日経 Gooday



22万人の
WEB会員

月間ページビュー数： 2,121,113
月間ユニークブラウザ数： 1,050,643
登録会員数： 226,660
(2024年7月時点)

健康テーマに関連する幅広い記事を提供する総合サイト。健康管理、予防医学、健康食品、ダイエット、ストレス対策、医療技術など、一般の人々に役立つ情報を掲載。専門家によるコラムやインタビューもあり、医療や健康に関する専門知識やアドバイスも提供。読者は専門家の意見や知識を参考に、健康な生活を送るための情報を入手できる。

企画概要

当事者のリアルな悩みを赤裸々に語る、覆面座談会タイアップ

悩みの当事者である読者（匿名・覆面参加）×医療専門家※×貴社担当者による「本音座談会」を実施。
座談会の模様を、タイアップ記事として日経Goodyで発信します。

医療的見解と生活者視点、そして貴社の商品・サービスを結びつける“リアルな接点”として、読者の不安を解消し、解決策への共感・理解を深めます。

信頼性のある日経メディアで、読者の関心と共感を呼ぶコンテンツを発信することで、貴社サービスの深い認知・理解を促進します。



日経メディアの信頼性 × 読者の強い関心・共感 × 貴社サービスの認知・理解
 → 信頼をベースにした、深いブランド接触を実現

※「医薬品等適正広告基準」の定めにより、医薬品等の場合医療専門家の出席はできず、企業担当者×読者の対談形式もしくは、商品を露出させず、テーマや疾患について話す記事になります

実施段取り、スケジュール、企画料金

①実施お申込



②タイアップの方向性と座談会テーマ決定（読者の関心＋商品特性を反映）



③医療専門家アサイン（テーマに最適な専門家を選定）※



③座談会参加者募集（読者向けに公募）



④参加者選考（悩みの深さ、共感性を重視）



⑤事前打ち合わせ（オンライン／読者・専門家・広告主）



⑥座談会実施＋取材・撮影（オフレコ含む本音トーク）



⑦記事制作・校正（広告主様チェック含む）



⑧日経Goody上で公開（誘導期間：4週間）



※医薬品などで商品を露出させる場合、医療専門家のアサインは無しになります

スケジュール お申込み～公開まで、2.5～3か月程度

企画料金 250万円(税別)

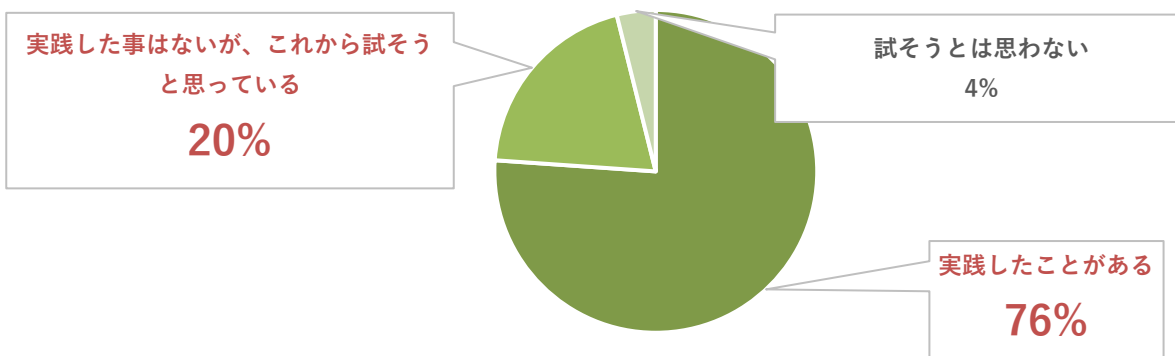
誘導4週間、読者謝礼、専門家謝礼、制作費込み（医療専門家の謝礼はMAX10万円、取材・座談会場所は都内を想定。それを超える場合差額分を申し受けさせていただきます。）

日経Gooday読者の媒体への信頼と積極性

読者は日経Goodayの健康情報に高い信頼と期待を寄せており、紹介されている健康情報を積極的に実践しています

「日経Gooday」の記事やサービスに関するアンケートより
2024年1-3月実施 N=236名

Q.あなたは、日経Goodayで読んだ健康法を実践していますか？



読者の96%が、日経Goodayで読んだ健康法の実践に積極的

読者からの声

●体力の衰えを感じ、年齢相応に身体のメンテナンスをすべきと、読み始めた。健康関連の真偽不明な情報が氾濫する中、日経らしい専門性の高い記事で読み応えがある。

会社員、課長クラス、47歳 男性

●以前から健康に対する興味を持っており、日経ビジネスオンラインで見つけてからずっと利用している。健康維持の為に有用な記事が多くある。参考になった記事は、家族や知人で当てはまる人がいるとすぐに伝え、よく感謝される。

会社員、経営層、役員クラス 56歳 男性

●健康維持に役立つ最新情報を知りたくて購読。年齢からくる身体的な変化に対して当てはまる内容があると、不安が解消する。

会社員、部長クラス、59歳 男性

●自分が高血圧肥満となったのをきっかけに読み始めた。科学的な記事が多いので長く購読している。

公務員 部長クラス 64歳 男性

●父親の認知機能の低下により、高齢化社会の弊害を実感するようになり、自分の子供たちにも同様の迷惑をかけないための健康寿命の維持管理に力を入れたく読ませて頂いております。生活習慣を見直し、積極的なアプローチをすることで、日常生活や健康診断結果、自分の体調管理に自信がもてるようになりました。60歳を超え、高齢者の仲間入りになりますが、毎日前向きに活動できています。

会社員、課長クラス、60歳 男性

●更年期で体調不良を感じたのがきっかけで購読。続けて読んでいると、常に最新の情報が得られていることに気づくので、定期的に読むことを心掛けている。

会社員、55歳 主任・係長クラス 女性

●コレステロール値が高く、それに関連した記事を読んだことがきっかけで読み始めました。とても参考になることが多く、ずっと読ませて頂いております。気になる記事などは、即プリントアウトし、ストックしております。医療などの最新情報など期待しております。

自営業、経営層・役員クラス 68歳 女性

■本企画の想定対象商品・サービス例

●AGA（男性型脱毛症）

市販の発毛剤、スカルプケア用品／処方による内服治療薬（医療機関での処方）／AGA専門クリニックによる治療サービス／頭皮ケア用シャンプー・トリートメントなどの予防・ケア用品

●水虫

市販の外用薬（塗り薬・スプレーなど）／医療機関での抗真菌薬治療（処方薬）／皮膚科での継続治療・再発予防指導／靴・足元の衛生対策用品（抗菌インソール、フットケア製品）

●痔

市販の坐剤・軟膏などの外用薬／医療機関での内服薬・外科治療／肛門科・内科による診療サービス／予防グッズ（クッション、整腸サポート食品など）

●ED（勃起不全）

市販の機能的表示食品／処方薬／専門クリニックでの診療・治療サービス／精神的サポートやライフスタイル改善支援ツール

上記ジャンルに限らず、わきが（多汗症）、いびき（睡眠時無呼吸）、口臭（体臭）、局部のかゆみ、頻尿・尿漏れ、など、本企画趣旨に合うテーマでしたら、実施可能です。お気軽にお問い合わせください。

広告のお申し込み・お問い合わせ

日経BP

〒105-8308 東京都港区虎ノ門4-3-12
メディアビジネス推進部
日経Goody担当まで

TEL : 03-6811-8071 MAIL : gdy-ad@nikkeibp.co.jp

Nikkei BP AD Web

<http://adweb.nikkeibp.co.jp/>