



業界が注目！
日経DI編集特集

大好評
第17回

後発品を どう選ぶ 2026

11月号掲載

連動

編集連動広告企画

ジェネリックの 有力企業に聞く わが社の戦略

後発品企業ランキング調査2026の
結果を踏まえて

12月号で実施

日経DI編集部が毎年実施している「後発品企業ランキング調査」(毎年11月号掲載)は今年で17回目を迎えます。本企画は、業界内でも高い知名度を得ており、ランキング結果を自社の経営計画の指標のひとつとして設定する企業も存在します。

「後発品企業ランキング調査」と連動したトップインタビュー形式の広告企画「ジェネリックの有力企業に聞く わが社の戦略」(12月号掲載)もまた人気企画です。

各企業の取り組みを、年に一度、経営トップが直接自ら語るこの企画は、日経DIの中核読者である薬剤師の先生方を中心に注目を集めています。今回も日経DI本誌とDI Onlineでのインタビュー記事掲載、好評の抜き刷り無償提供、調査結果の生データのご提供、薬剤師の先生方に対するメッセー

ジビデオ(2～3分の収録)の配信という特別パッケージを企画しました。

ランキング結果を自社のプレスリリースで報じたり、本企画記事を、自社のWebサイト上で公開することで、外部への発信に加え、インナー(社員等)向けの情報開示という副次的目的でもご活用いただけます。また、メッセージビデオは動画データをご提供しますので、貴社でもご活用いただくことが可能です。

広告企画「ジェネリックの有力企業に聞く わが社の戦略」は、雑誌とWeb連動により、推定約20万人の薬剤師の先生方への情報発信が可能です。つまり、日本全国のほぼ全ての薬剤師の先生方に、御社のメッセージを到達させることができる、大変効率の良い企画といえるでしょう。この機会に、ぜひ本企画へのご参加をご検討ください。

企画概要

最新の後発品企業ランキング調査の結果を基に、企業トップや開発責任者の皆様に、企業理念、自社製品の製剤的特徴、安定供給の取り組みなどをインタビューする人気企画です。

定型フォーマットの記事体広告
(カラー見開き2ページ)にまとめます。

2026年
12月号で
実施



企画特典

その1

本誌企画に連動して、DI Onlineの特設サイト「後発品をどう選ぶ2026Web版」にて本誌11月号の記事を再掲するとともに(2026年12月掲載)、御社の12月号掲載の記事体広告PDF版をこちらにも掲出します。

その2

本誌掲載の御社記事体広告見開き2ページを抜き刷り(A4表裏)にして、1,000部無償でお送りします。

- ※ A4表裏表紙以外の場合、もしくは部数変更ご希望の場合には、別途費用がかかりますのでお問い合わせください。
- ※ 御社記事体広告を貴社で活用する場合には、別途15万円(税別)の二次使用料がかかります。

その3

日経DI編集部が実施した調査の生データ(全企業のランキング結果)をエクセル形式にてご提供。(特別価格20万円)

- ※ 今年11月号の編集誌面に取り上げる予定の、ランキング以外の、回答があった全ての企業のデータを収録したのになります。
- ※ 属性別クロス集計結果までご希望の場合には、別途追加20万円(税別)にて申し受けます。
- ※ 本調査結果の二次利用については、個別にご相談ください。

その4

薬剤師に向けたビデオメッセージ(2～3分)の動画をDI Onlineの特設サイトで配信。動画データは提供いたします。

掲載料金

記事体広告

カラー見開き2ページ掲載料 + 編集制作費

+

抜き刷り(A4表裏)

1,000部

+

DI Online特設サイト記事体広告掲載

2026年12月掲載予定

+

後発品企業ランキング調査結果報告書

ランキングのみ クロス集計無し

+

DI Online特設サイトでの薬剤師向け メッセージ動画掲載(2～3分)

上記と同時期を予定 1社あたり2～3分

||

セットにした特別パッケージ価格

▶ **2,200,000**円(税別)



申し込みスケジュール

編集連動広告企画は12月号(11月30日発売)で実施いたします。
本企画のお申し込みは取材の都合上、9月11日(金)までをお願いいたします。

■ 編集記事とDI Online特設サイト

2025年11月号掲載の編集記事「後発品をどう選ぶ2025」では、DI Online薬剤師会員を対象に「お薦め後発品」と「好感を持っている企業」などを調査2,721人から回答を得て、その結果をまとめています。薬剤師が好感を持つ後発品企業ランキングでは、2025年は上位10社の顔ぶれは変わりませんでしたが、若干の順位の変動が見られました。

昨年の調査概要

DI Online(<https://di.nikkeibp.co.jp>)の薬剤師会員を対象に、メールやウェブサイト上でウェブ調査の実施を告知。2025年7月10日～8月4日の期間で回答を求め、2,721件の有効回答を得た。



昨年「後発品をどう選ぶ2025」▶

<https://medical.nikkeibp.co.jp/inc/mem/pub/di/ge2024/>

■ 日経ドラッグインフォメーション媒体概要

創刊：1998年4月

発行形態：月刊(毎月1日発行)

発行部数：87,600部

判型：A4判(天地297mm×左右210mm)中綴じ

印刷方式：多色オフセット印刷

配送方式：プレミアム版(有料)は直送、ダイジェスト版(無料)は薬局・医療機関に「医薬情報おまとめ便」で配送



▲ プレミアム版



▲ ダイジェスト版

■ 日経ドラッグインフォメーション Online 媒体概要

<https://di.nikkeibp.co.jp/>

月間PV：1,167,557

月間UB：436,121

登録会員数：209,490

(薬局勤務薬剤師：112,091 / 病院勤務薬剤師：37,226)

メールマガジン配信数：132,860(毎週水曜日配信)



(※2025年11月26日現在)

広告のお申し込み・お問い合わせ

日経BP

医療メディア広告部