

日経ヘルス  
Health



現代女性に求められている  
「信頼性の高い健康・美容情報」を提供する

## オンリーワンマガジン 『日経ヘルス』

今、女性にとって、健康は、ファッションやメイクなどの装いや、カルチャー、  
レジャー以上に重要なライフスタイル情報になっています。  
なぜなら、健康に裏づけられてこそ、「美しさが増し、装いも華やぎ、楽しさや豊かさを感じられる」と、  
多くの女性が気づき始めたからです。  
健康こそが、ブームやトレンドではない、本質的な情報であると実感する女性が増えています。  
背景には、仕事や家庭でのストレスの多い日々の中で、体型や肌、便秘、  
凝りといった以前から多かった悩みだけでなく、疲れがとれにくい、気持ちがあはれない……  
といった、すっきりしない不調に悩む女性が急増していることが挙げられます。  
このように表層的な不調だけでなく、より深い女性の悩みにまで答えていくためには、  
最新の正しい情報が不可欠です。

本誌は、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供することに、  
日夜全力を注いでいます。改善プログラムにより不調が解消すると、  
多くの女性が「本来の美しさ」を取り戻すことができます。  
このような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。

06～07年にかけて、「代謝アップ」「ゆがみ解消」「解毒」「ニッポン女性の正しい食事」など、  
健康に生きるための本質的なテーマを打ち出し、読者の皆さんから私たちも驚く大きな反響をいただきました。  
また、ほかのマスメディアにも、「解毒＝デトックス」ブームなどの大きな影響を与えてまいりました。

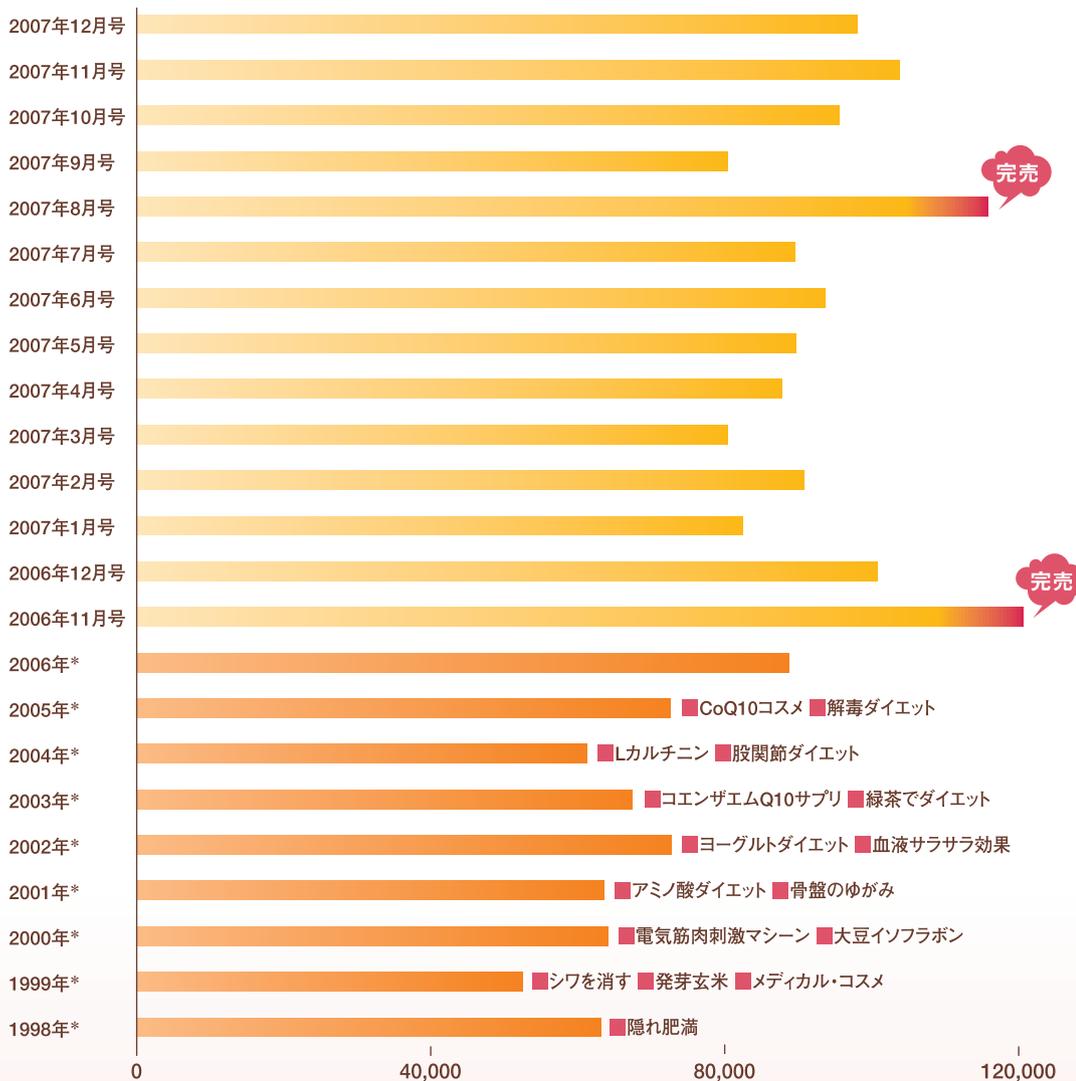
そして2008年、わたしたちは創刊10周年を迎えます。これにあたり、『日経ヘルス』は、  
もっと斬新なテーマの提案を行なうのはもちろん、デザインを刷新、著名なタレントや  
ヘア&メイクアップアーティストによる新連載や、カラダのことをもっと知るための  
シリーズ記事をスタートし、一層のパワーアップを図ります。  
スキンケア製品、メイク品、食品、サプリメント、医薬品、グッズ、サービス……。  
良質な健康・美容商品の情報を効果的に読者に伝えたいと考えるならば、  
「健康を裏づけに、真の美しさを提案する」オンリーワンマガジン『日経ヘルス』をお選びください。  
広告主の皆様も必ず効果を実感していただけることと思います。



日経ヘルス編集長 藤井 省吾

日経ヘルスは10年間、いつもブームの先陣をきってきました。

日経ヘルスの提案は市場を動かし、数々のブームをまき起こしています。

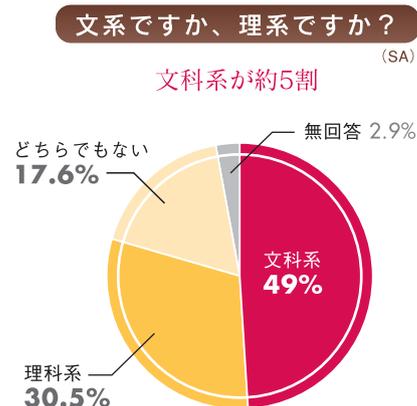
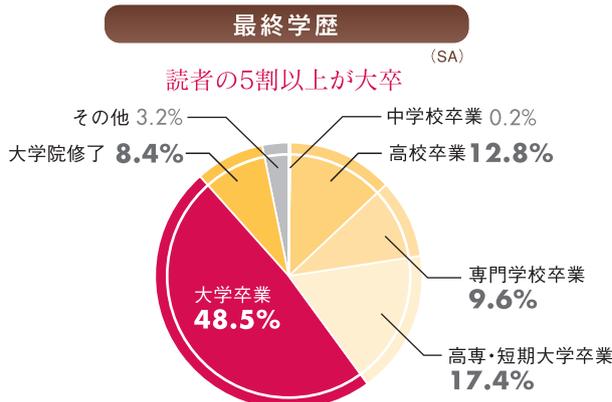
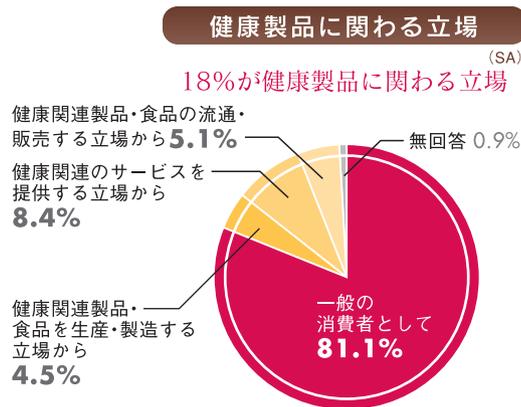
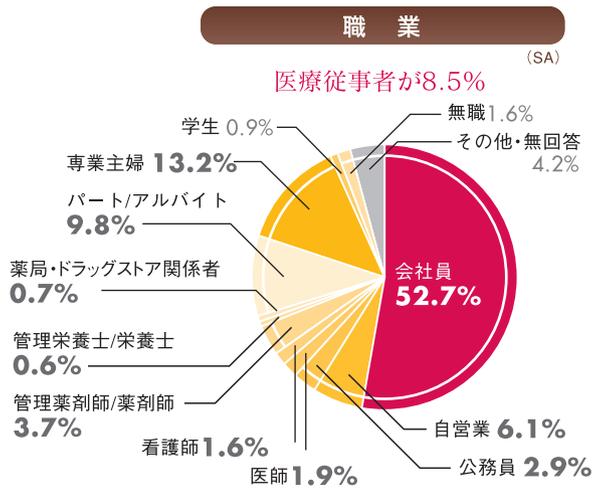
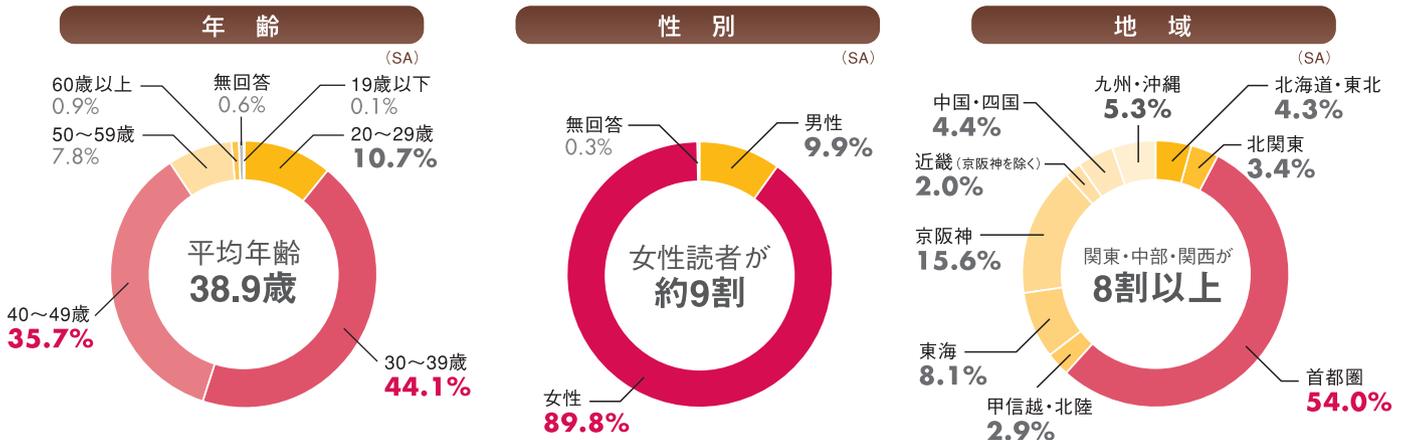


\*はABC部数。2006年11月号以降は実売部数



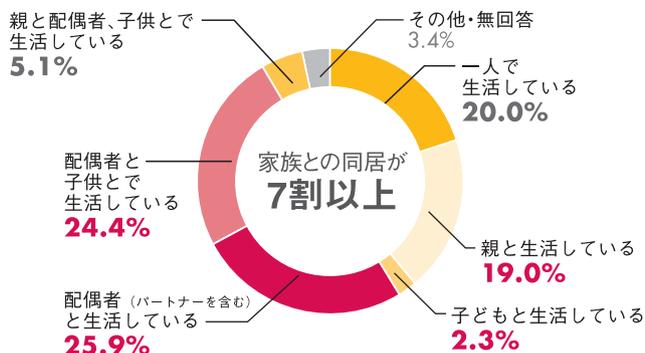
## ● 読者プロフィール

読者の中心は、経済的に「ゆとり」があり、健康情報に対しての関心が高い女性です。



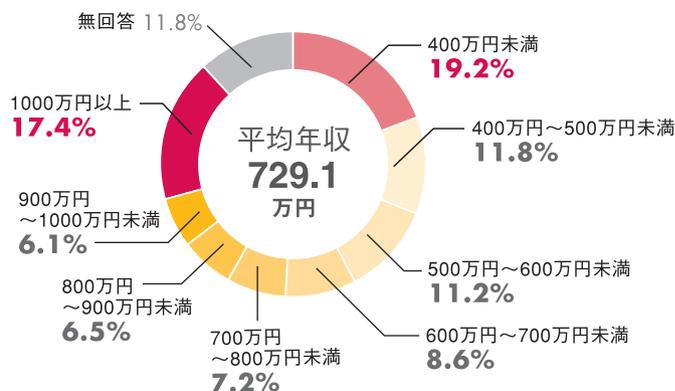
家族構成

(SA)



世帯年収

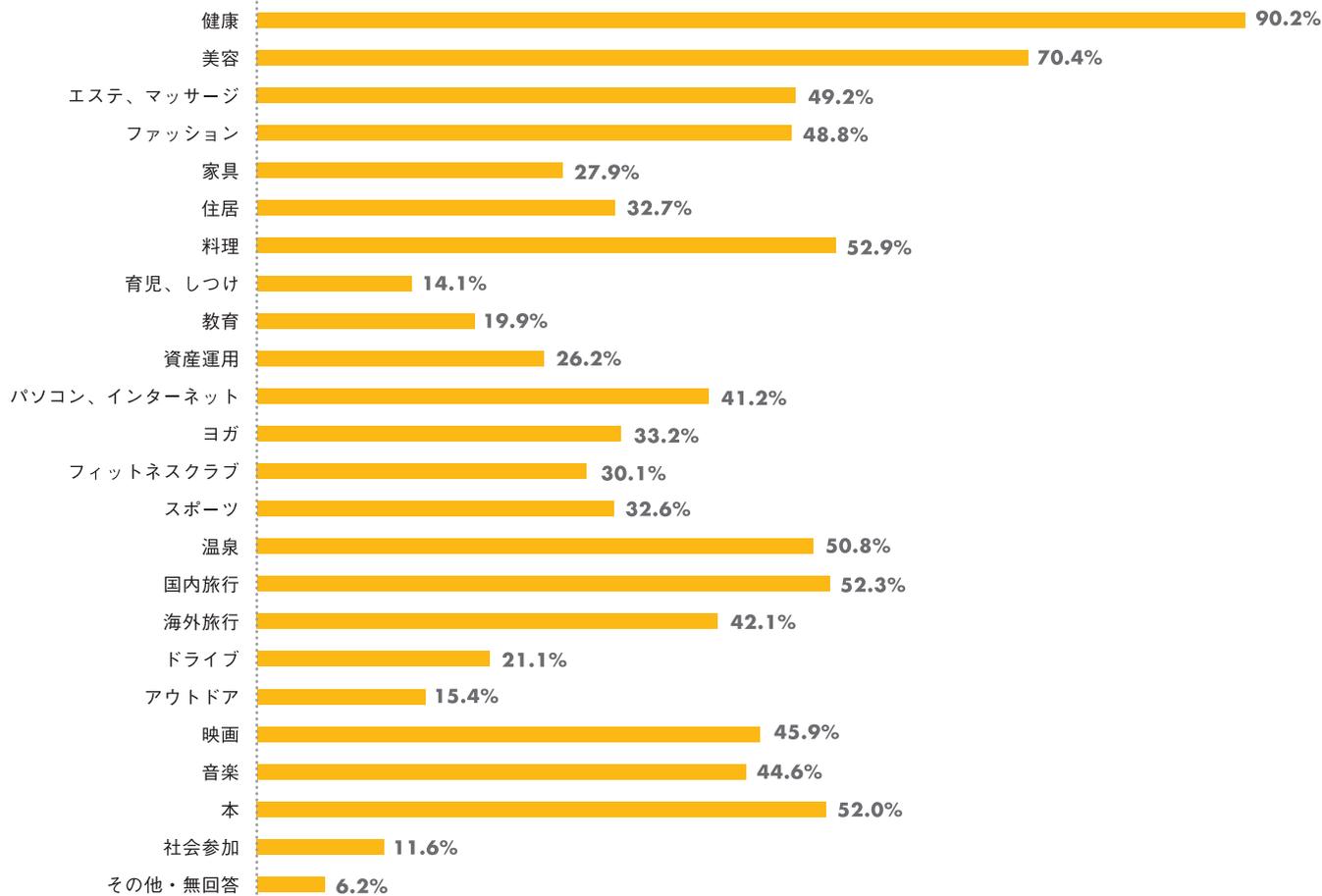
(SA)



興味・関心のあること

(MA)

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



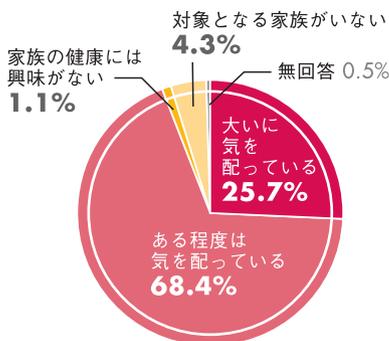
※日経ヘルス読者プロフィール調査（2007年11月実施）  
 n=970（2006/2月号～2007/10月号の読者アンケート回答者、  
 Health&Beauty mail Magazine登録者）  
 SA=シングルアンサー MA=マルチアンサー

読者は健康・美容製品の情報を積極的に入手し  
「品質がよく」、「効果の高い」製品を利用しています。

家族の健康に気を使っている

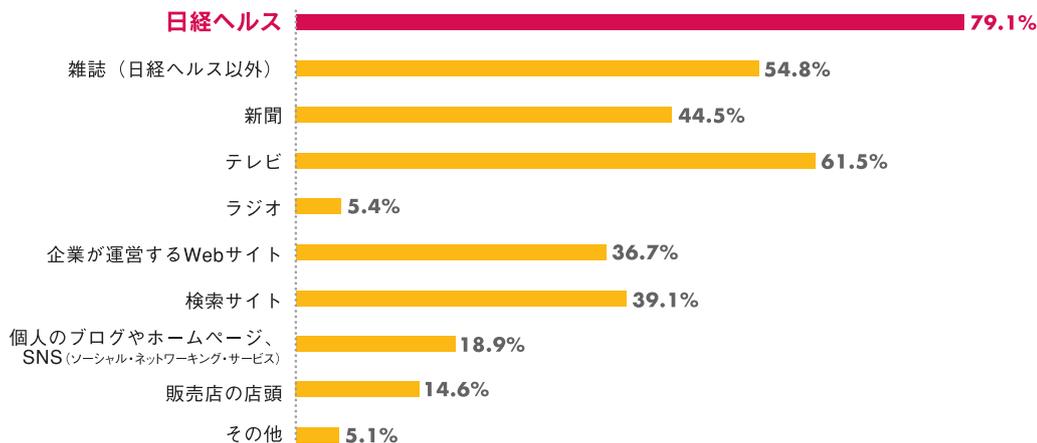
(SA)

9割が家族の健康に配慮



健康情報を入手するメディア

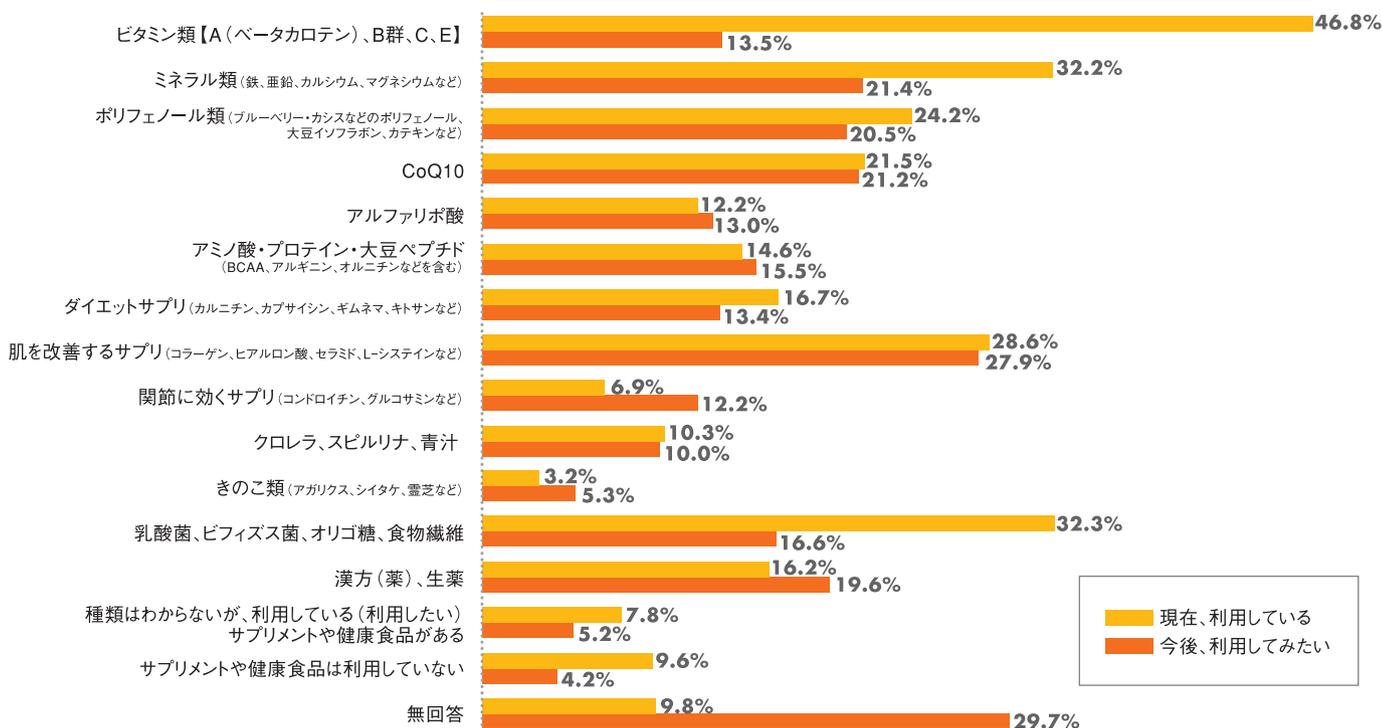
(MA)



普段利用している、または利用したいと思う健康食品

(MA)

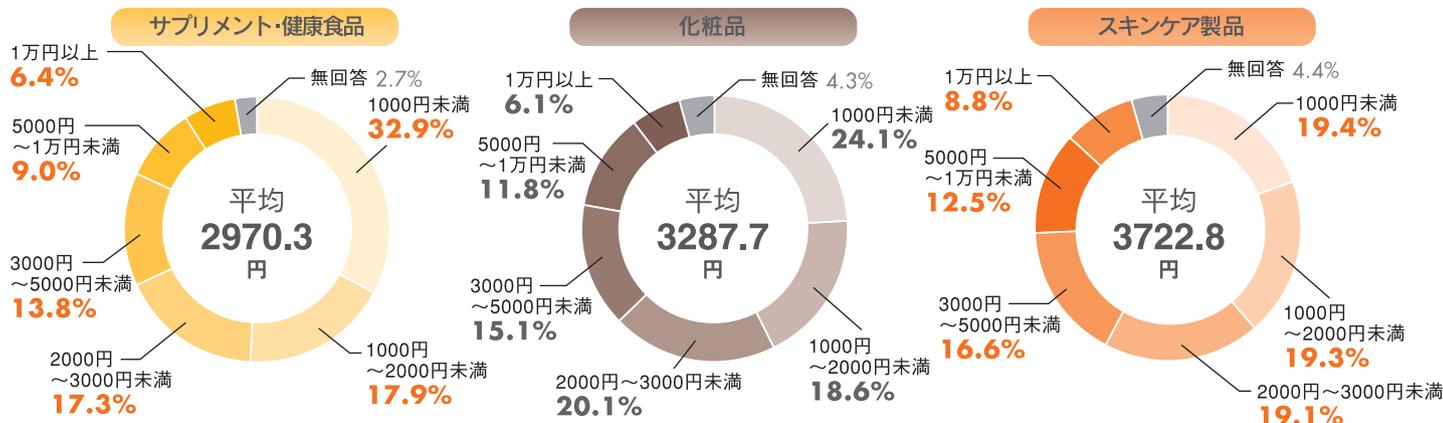
サプリメントをはじめとする健康食品を積極的に利用



■ 現在、利用している  
■ 今後、利用してみたい

1ヶ月の購入金額

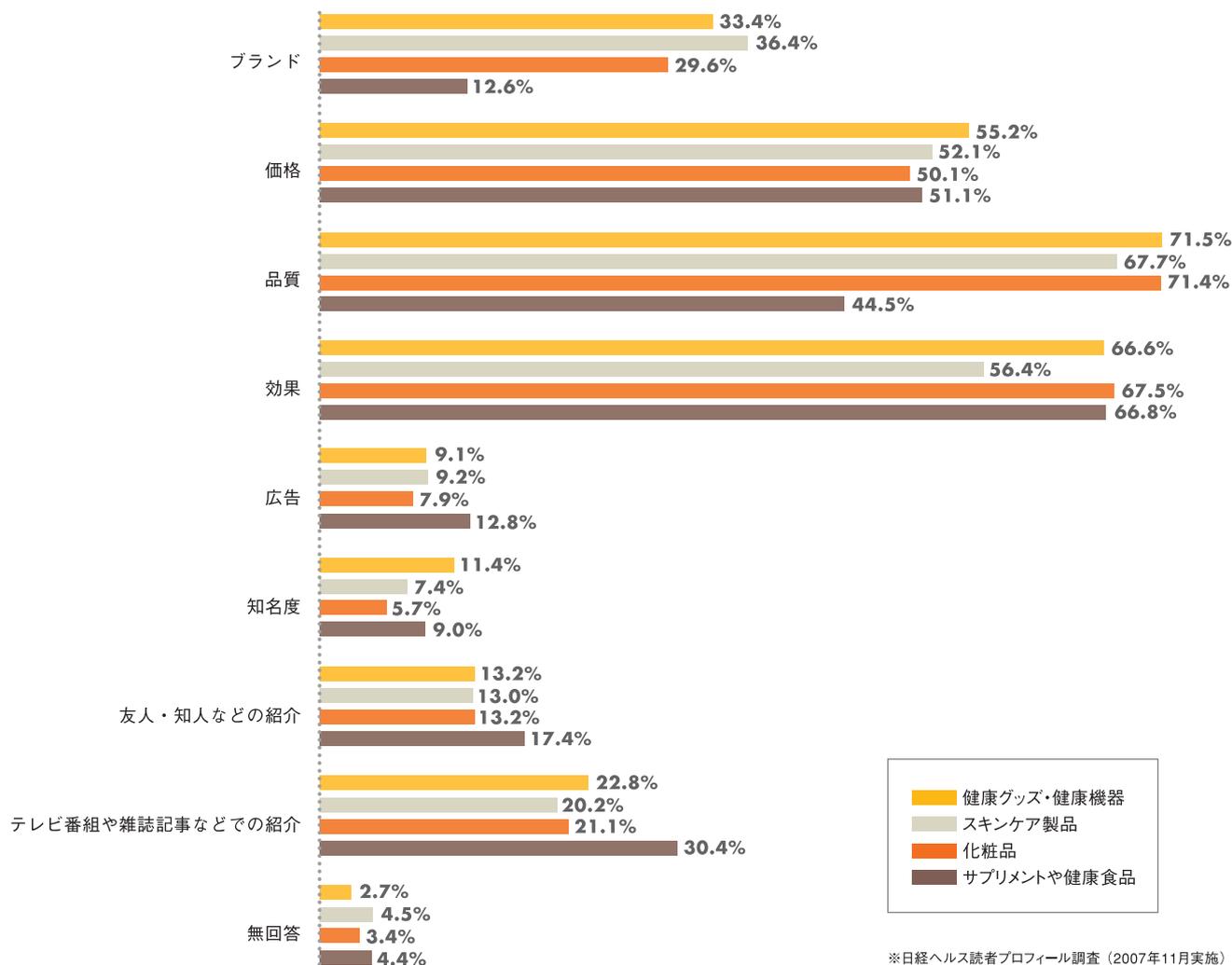
(SA)



健康・美容製品を購入する際に参考にするもの

(MA)

読者は「品質」「効果」の高い製品を求めています



※日経ヘルス読者プロフィール調査（2007年11月実施）  
 n=970（2006/2月号～2007/10月号の読者アンケート回答者、  
 Health&Beauty mail Magazine登録者）  
 SA=シングルアンサー MA=マルチアンサー

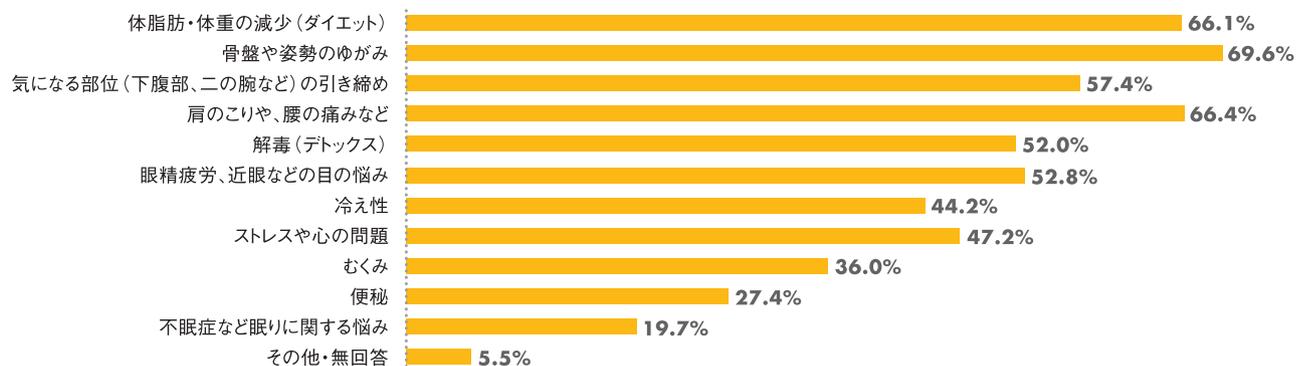
健康・美容に対する悩みを抱える読者から  
「日経ヘルス」は高い評価を得ています。

解消したい悩み

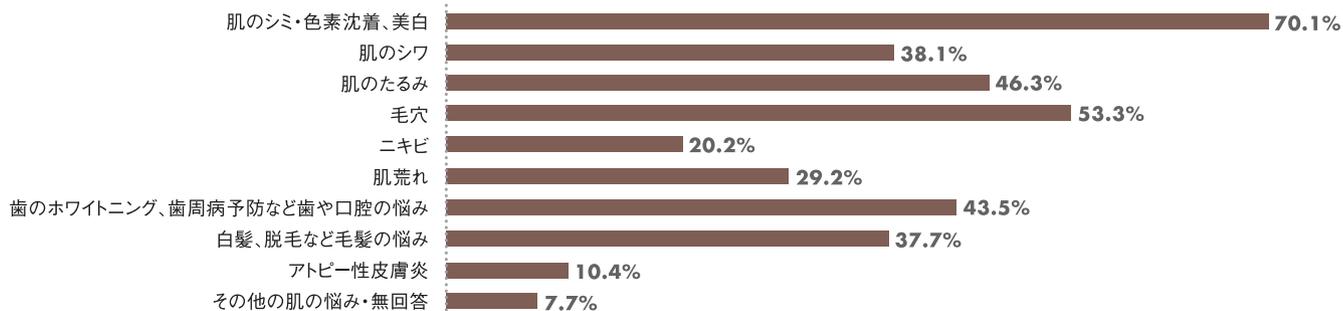
(MA)

ダイエット、スキンケアから病気予防まで  
読者はさまざまな悩みを抱えています

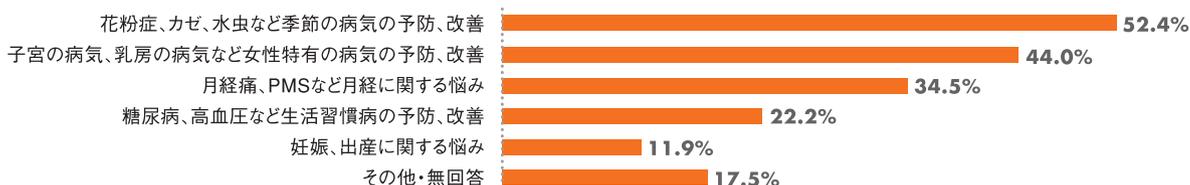
● ダイエット、不調



● 肌、美容



● 病気予防

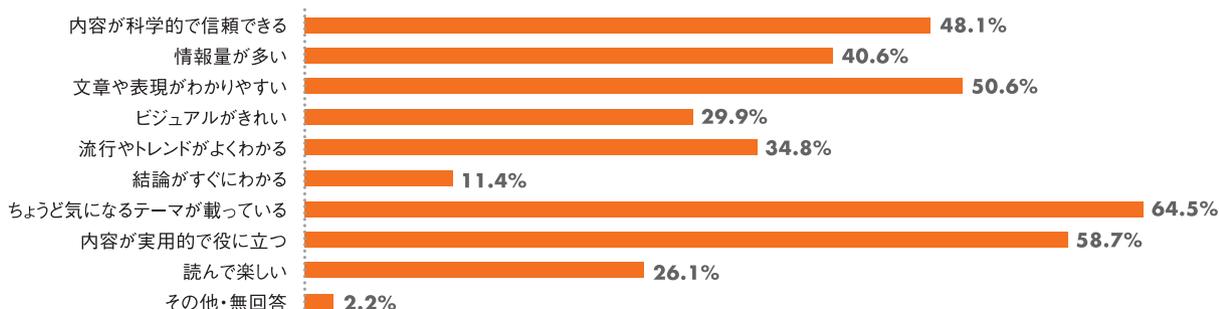


## 日経ヘルスの影響力

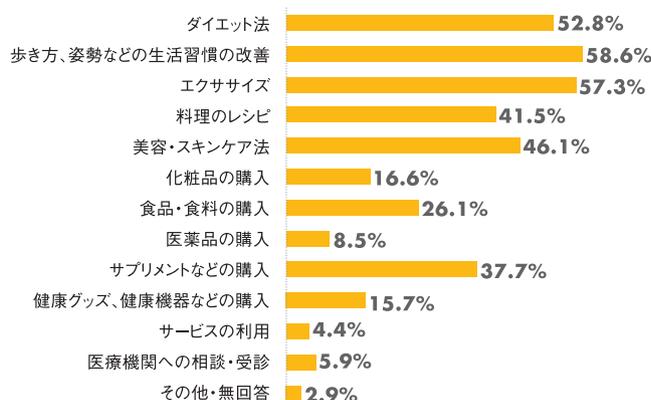
(MA)

「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

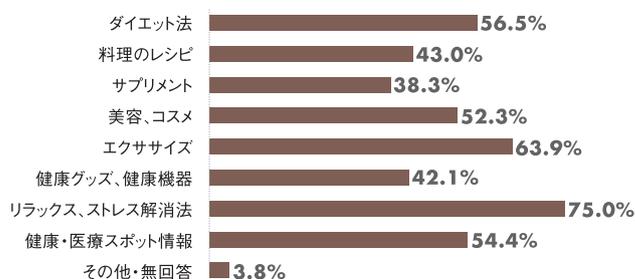
### ●「日経ヘルス」を購読する理由



### ●「日経ヘルス」で試した記事内容

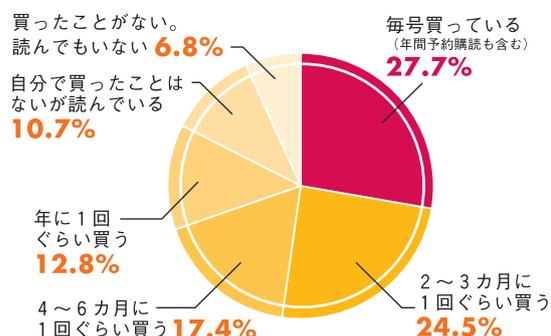


### ●「日経ヘルス」から得たい情報



### 日経ヘルスの購入頻度

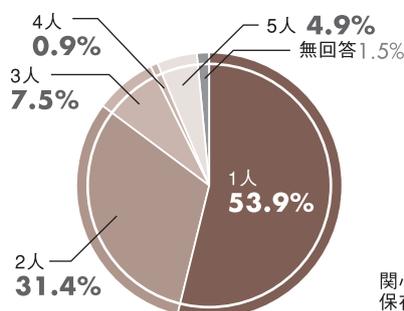
(SA)



### 回読人数

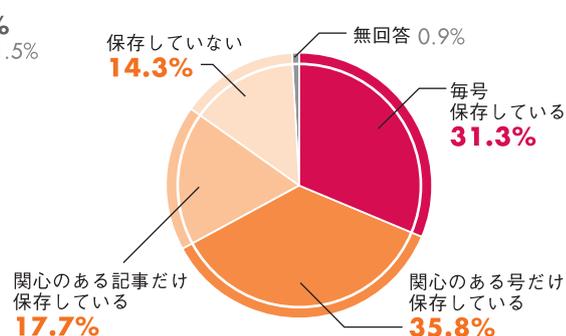
(SA)

平均回読1.83人



### 日経ヘルスの保存率

(SA)



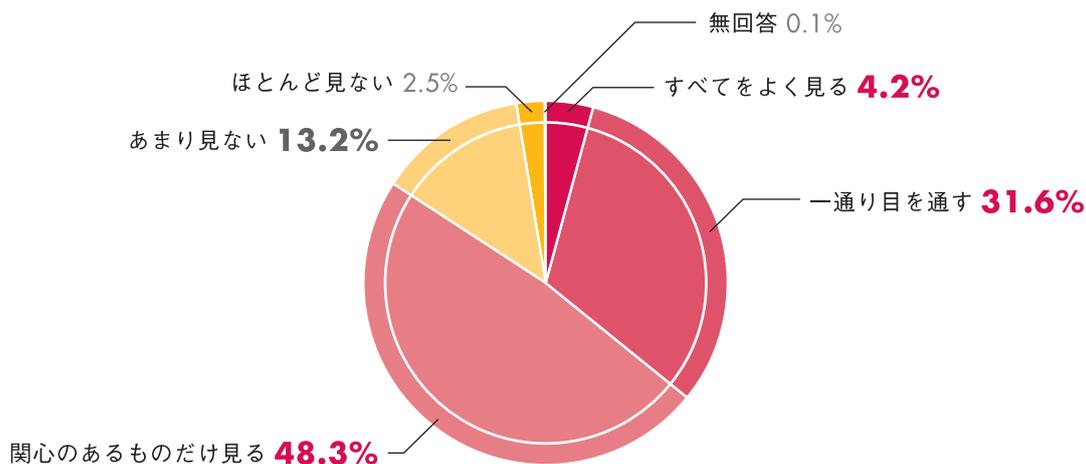
4人に1人が毎号購入し、関心のある記事、号を保存する読者が8割以上

「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

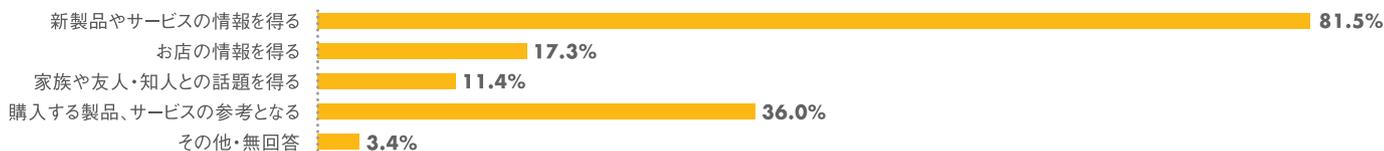
(MA)

8割以上の読者が広告に目を通して見ます。



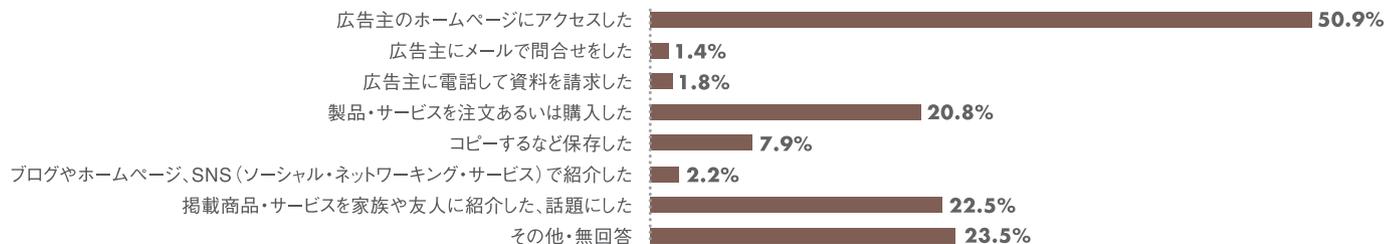
「日経ヘルス」の広告で情報を得る

(MA)



広告を見た後のアクション

(MA)



※日経ヘルス読者プロフィール調査（2007年11月実施）  
n=970（2006/2月号～2007/10月号の読者アンケート回答者、  
Health&Beauty mail Magazine登録者）  
SA=シングルアンサー MA=マルチアンサー



## 広告料金表

(下記料金には別途消費税が加算されます。)

単位：円

スペース	1回	3回	6回	12回	18回	24回
表4	1,300,000	1,260,000	1,230,000	1,170,000	1,100,000	1,060,000
表2見開き	2,150,000	2,090,000	2,040,000	1,930,000	1,820,000	1,760,000
表3	1,000,000	975,000	950,000	900,000	850,000	820,000
4色1ページ	1,000,000	975,000	950,000	900,000	850,000	820,000
4色1/3ページ(たて)	430,000	410,000	400,000	380,000	360,000	340,000
白黒1ページ	750,000	730,000	700,000	670,000	630,000	600,000
白黒1/3ページ(たて)	330,000	320,000	310,000	295,000	280,000	270,000
センタースプレッド	2,100,000	2,040,000	1,990,000	1,890,000	1,780,000	1,720,000

### 綴じ込みハガキ料金

単位：円

両面2色	1,000,000
------	-----------

※1ページ以上の広告を同時掲載していただきます。  
※記事体広告等については下記までお問い合わせください。

## 媒体概要

- 創刊:1998年3月
- 発行形態:毎月2日発売
- 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

広告のお申し込み、お問い合わせは

## 日経BP社 生活情報グループ広告2部

Nikkei Business Publications, Inc.

〒108-8646 東京都港区白金1-17-3

TEL:03-6811-8218 FAX:03-5421-9806

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