

# 週刊新潮

2023年3月2日発売

特別広告企画

## 「認知症」に そなえる

QRコードからの  
資料請求者データ提供付

株式会社 新潮社 広告部

「週刊新潮」は、知的で健康な老後を楽しみたい50代～80代読者が中心。

「認知症」問題にも大きな関心が寄せられ、専門家の寄稿や当事者・家族によるレポートなど、編集記事でもたびたび特集を組んでいます。

『ぼけますから、よろしく』  
**80代認知症 苦難を乗り越え 超「老老リアル」**  
特別読物

お願いします。～おかえりお母さん～  
**の母を介護する100歳の父 た「夫婦のかたち」とは 介護」の 介護」の に学ぶ**  
信友直子

世界的医学誌に衝撃  
**「認知症」は 予防できる**  
「発症リスク 40%減」の 「五感トレーニング」と「3つの習慣」  
浦上克哉

論文  
外にも… ▶最注目「難聴、対策」  
▶対策開始適齢、実は40代 ▶放置なら老後は「社会的孤立」

本人が一番苦しんで…

「ぼけますから、よろしく」

それは「認知症」の 始まりなのか…  
患者数 400万人  
**「軽度認知障害」の 正しい恐れ方**  
特集 繁田雅弘

- ▶医師によって診断にバラつき
- ▶コロナ禍で患者が増加?
- ▶診断のポイントとは
- ▶家族が気を付けるべきこと
- ▶認知症と予防法は違うのか
- ▶認知機能トレーニングで「記憶力」は? フィンランドで微さの研究報告

「軽度認知障害」の正しい恐れ方

論文

2021年12月～2022年6月  
掲載の「認知症」関連特集

安易なMC診断

認知症の正しい恐れ方

論文



「認知症」広告企画 タイアップ実施例：  
SOMPOケア株式会社様（2021年9月16日発売号）

アイキャッチの扉と  
深掘りのタイアップ記事  
読みやすいコラム記事  
を組み合わせた、読者  
満足度の高いクオリティ

タイアップページ

扉ページ

アンケートページでは、

- 1社あたり

約50~100件超の資料請求者データと

- 商品やテーマに関する 読者の“生の声” を集めます。

アンケート+ハガキ

記事ページ

## 本特集構成イメージ

現時点でのイメージであり、ページの増減や入れ替え等の可能性もあります。詳しくはお問い合わせください。



## 本企画だけのお得な料金プラン

- ① 4色2頁タイアップ 2,900,000円 (通常価格4,550,000円)
- ② 4色1頁タイアップ+4色1P純広告 2,700,000円 (通常価格4,200,000円)
- ③ 4色1頁タイアップ 1,700,000円 (通常価格2,600,000円)
- ④ 4色2頁純広告 2,500,000円 (通常価格3,800,000円)
- ⑤ 4色1頁純広告 1,500,000円 (通常価格2,200,000円)
- ⑥ 本文1頁タイアップ 900,000円 (通常価格1,350,000円)

※①～⑥のすべてで資料請求ハガキ(連合)ならびに誌面QRコードでの資料請求情報を提供いたします。

※③、⑤、⑥のプランをお選びいただいた場合、掲載位置が広告対向となる可能性があります。あらかじめご了承ください。

《申込み締切》タイアップ：1月19日(木)、純広：2月2日(木)

## 【媒体プロフィール】



創刊：1956年2月（今年65周年）  
出版社系ジャーナリズム  
誌としては日本初

編集長：宮本太一（2017年～）

- 発売日：毎週木曜日
- 発行部数：304,179部（印刷証明付発行部数 2021年1月～12月）
- 全国に配本（比率は人口比とほぼ同じ）
- 読者属性 『ABC REPORT2019 1～6』日本ABC協会発行より

### 男女比 3：2、50歳以上が7割

〈おもな購読者層（上位3つ）〉

- ①サラリーマン
- ②主婦（夫）リタイア層
- ③自営業

- ▶主に50～70代の男性が購入。自宅に持ち帰り夫婦でじっくり読む雑誌。
- ▶競合誌に比べ政治、経済、事件記事、連載小説に強み。
- ▶生活に余裕があり、自分と社会の関わりに強い意識を持つ読者。→信頼のおける活字情報をもとに商品・サービスを購入。
- ▶読者の関心の高い、医療・健康、終活、資産防衛などをテーマにした特集記事も多数掲載。

## 週刊新潮の歴史

1956年に創刊された『週刊新潮』は非新聞社系ジャーナリズム雑誌として創刊されて以降、今日まで常にトップランナーとしての言論活動をおこなってきました。政治・事件・文化風俗などへの徹底した取材から生み出された記事は、長年多くの読者に信頼され愛されてきました。また『週刊新潮』の記事をきっかけに、世論を大きく動かすような展開となった事件も数多くあり、媒体が持つ社会的影響力の強さを物語っています。

またもうひとつの側面は、老舗文芸出版社としての強みを活かし読者に時代を代表する人気作家の文芸作品を提供してきた雑誌であることです。かつては山本周五郎や池波正太郎といった大物作家の時代小説、松本清張や山崎豊子といった綿密な取材に基づく現代文学など、良質な作品を世に送り出してきました。

## 読者の傾向

週刊誌と聞くと読んだらすぐに終わり、というイメージがあるかもしれませんが、弊社が行った愛読者調査（2010年実施）によると、『週刊新潮』は、「自宅でじっくりと読む」「購入してから4～5日かけて読む」「毎週購読している」「最初から最後まで記事を読む」読者が多く見られました。

# お問合せ

広告部「週刊新潮」担当 TEL：03-3266-5211

大川一郎（おおかわいちろう）

[okawa@shinchosha.co.jp](mailto:okawa@shinchosha.co.jp)

重松厚至（しげまつあつし）

[shigem@shinchosha.co.jp](mailto:shigem@shinchosha.co.jp)

ご検討のほど、よろしくお願い致します。