

## NEWS RELEASE

2021年11月29日

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ

### 信頼性の高いヘルスケア情報をお届けする広告サービス

### 「Medical Tribune × Twitter」の提供開始

#### 医師の取材や研究エビデンスに基づくヘルスケア情報を生活者に発信

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ（本社 東京都港区、代表取締役社長執行役員 林 剛、以下「電通メディカル」）と株式会社メディカルトリビューン（本社 東京都港区、代表取締役社長 丸林 哲也、以下「MT」）は、信頼性の高いヘルスケア情報を発信する広告サービス「Medical Tribune × Twitter」を、2021年12月1日より提供を開始します。

昨今、コロナ禍の影響もあり、多様なメディアでヘルスケアの情報があふれる中、生活者にとって何が正しいのかの判断が付きにくくなり、広告も含めた信頼性の高い情報を発信することが課題となっています。

こうしたことを背景に、医療・ヘルスケア領域における社会ニーズや生活者インサイトを踏まえたコミュニケーションを強みとする電通メディカルと、約21万人以上の医師に信頼されるメディアを発行・運営し、医療の領域で実績と知見を有する MT が連携して、エビデンスや医師の見解をもとにした正しいヘルスケア情報を生活者に発信していくため、本サービスの開発に至りました。

「Medical Tribune × Twitter」は、専門医を起用したインタビュー取材や医師調査から得られたインサイトに基づいて、信頼性が高く生活者に有用なヘルスケア情報とともにクライアント（広告主）の商材を紹介するタイアップ記事や動画コンテンツを制作し、「メディカルトリビューン公式 Twitter アカウント」から生活者に情報を届けられる広告サービスです。Twitter 広告によるターゲット配信も可能です。

電通メディカルは、「Medical Tribune × Twitter」を通じて、生活者のヘルスリテラシー向上に貢献するとともに、生活者一人ひとりが正しいヘルスケア情報を得ることで健康に対して正しい選択ができる環境をつくり、健康・予防に寄与していく付加価値創造企業を目指していきます。

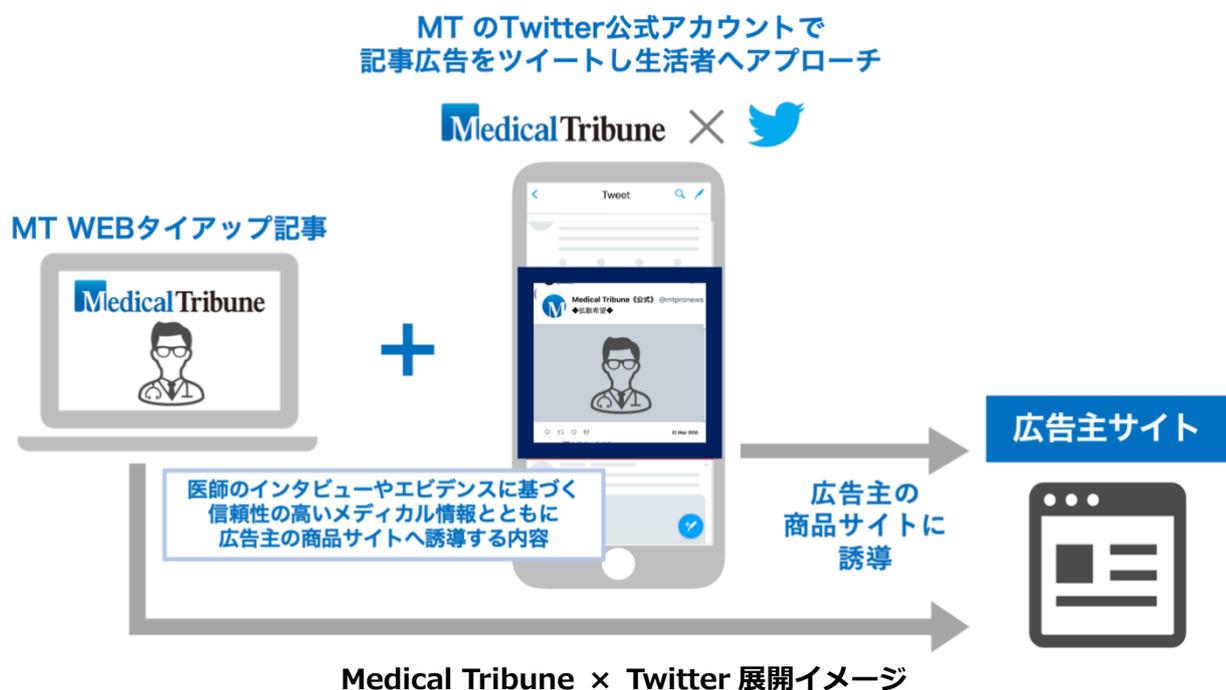


## <Medical Tribune × Twitter の概要>

「Medical Tribune × Twitter」は、電通メディカルとメディカルトリビューンの専門性と医師ネットワークを活用して、生活者に有用な信頼性の高いヘルスケア情報とともに広告主の商材を紹介するタイアップ記事や動画コンテンツを制作します。敷居の高い医師を起用したインタビュー取材やアンケート、研究エビデンスの調査など新たなヘルスケアコンテンツ開発が可能です。また、生活者ニーズを踏まえて、難しくなりがちなヘルスケア情報を、生活者の興味を引くわかりやすいコンテンツに仕上げます。

「Medical Tribune × Twitter」は、Twitter の広告配信費の一部が還元され、そこから制作費等への再投資ができる仕組みになっています。これにより、生活者がわかりやすいコンテンツ制作への再投資が可能になります。

※情報発信の内容に関しては MT 社及び Twitter 社の広告ポリシーに準じた内容になります。



## <メディカルトリビューンとは>

1968 年創刊の歴史ある医学新聞と、2006 年に開設した医師会員制 Web サービスとで、約 21 万人以上の医師に信頼されるメディアを発行・運営している。臨床に有用な国内外のトピックス、年間 100 を超える学会取材、多数のインタビュー企画など、半世紀にわたってニュースを発信し続けている。



【本案件に関するお問い合わせ先】

「Medical Tribune × Twitter」担当者

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ 村石・角田・尾方

※お問い合わせは下記、アドレスまで

【本リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社電通メディカルコミュニケーションズ 村石・角田・尾方 [eigyous@ dentsu-mc.co.jp](mailto:eigyous@ dentsu-mc.co.jp)

[\(http://www.dentsu-mc.co.jp/\)](http://www.dentsu-mc.co.jp/)