

the 週刊文春
Style

Media Guide

2025.04~2025.06



What is the Style?



Beyond the Scoop, Your Unique Style.

週刊文春 the Styleは今から17年前、2007年に発足したファッション企画です。この20年弱で人々のモノに対する価値観、買い物に対する考え方は大きく変化してきました。

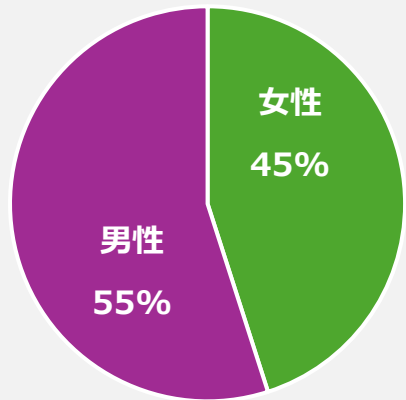
ただこの20年においても「あたらしい服を着て、モノを持つことはそれだけでなんだか楽しい」という価値観は大きく変わらないように思います。そのワクワクがあるから買い物をするし、その中で自然と身に着けている、買って持っているモノたちがそのひと自身のStyleをつくっているのだと思います。

変化の激しい多様性の時代、あたらしい気づきを与え、そのひと自身のStyleを大切にする、そんなライフスタイルを提案する企画でありたいと思っています。

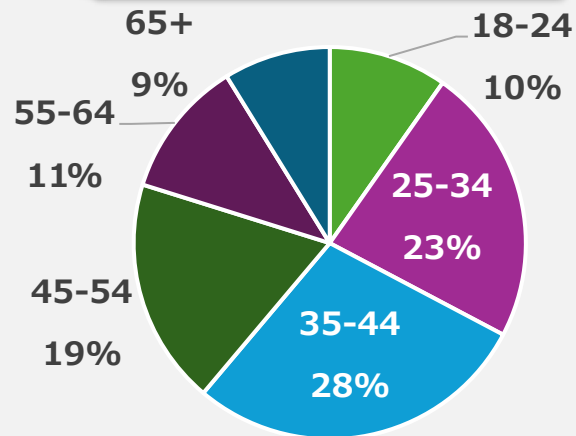
User Profile (Digital)

性別・年齢ともにバランスのとれた構成となっております。特に、持ち家のある既婚者やファミリー層世代より、大きな支持を集めています。月間UUは3600万を超えており、多くの人にリーチできるメディアです。

男女比

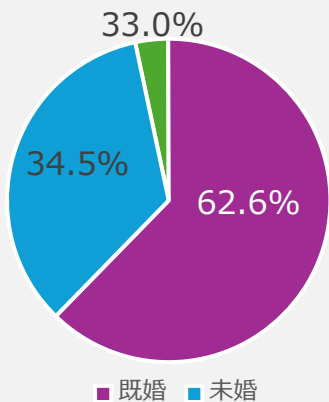


年齢層

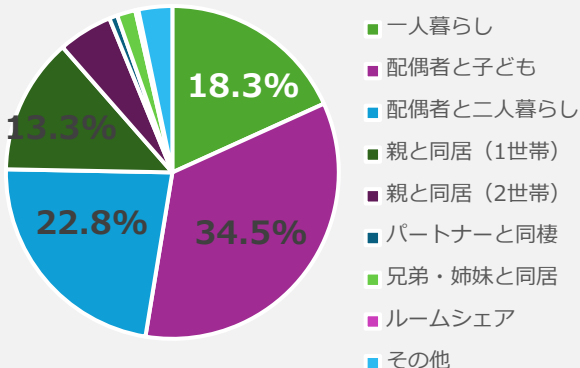


出典：GoogleAnalytics 2022年9月～2022年11月

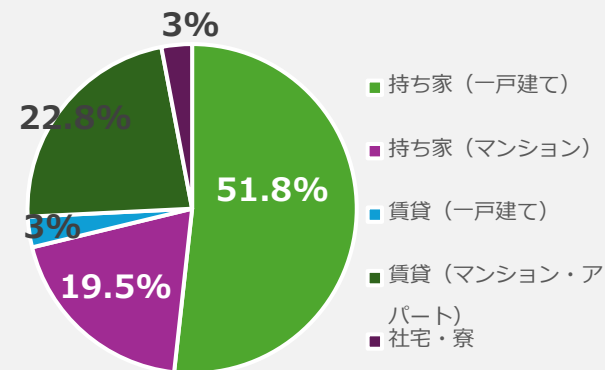
未既婚



家族構成



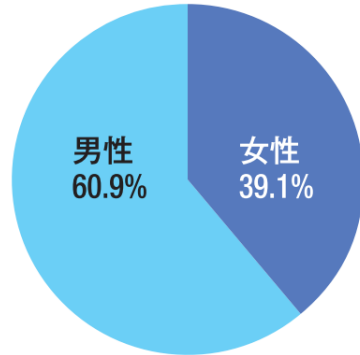
居住形態



User Profile (Print)

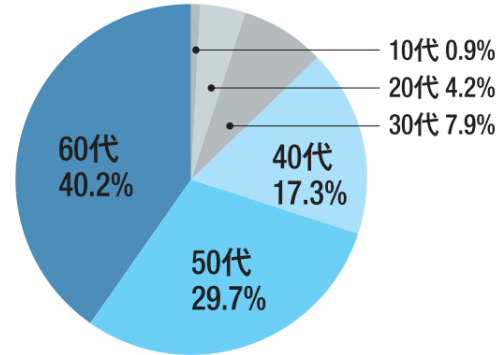
40～60代を中心とした高所得層によく読まれています。大都市を中心に、全国に読者がおり、会社経営者はもとより、会社役員や医師、弁護士などオピニオンリーダーから大きな支持を集めています。社会的地位が高く、購買力の高い人にリーチできるメディアです。

●男女比



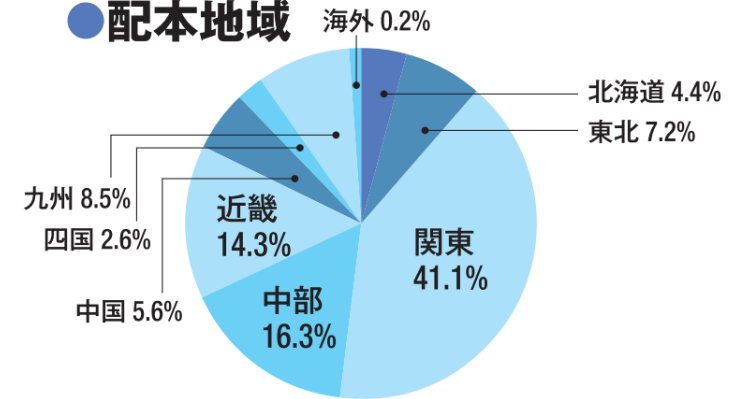
家庭に持ち帰れる週刊誌として
ご夫婦で愛読されています

●年齢構成



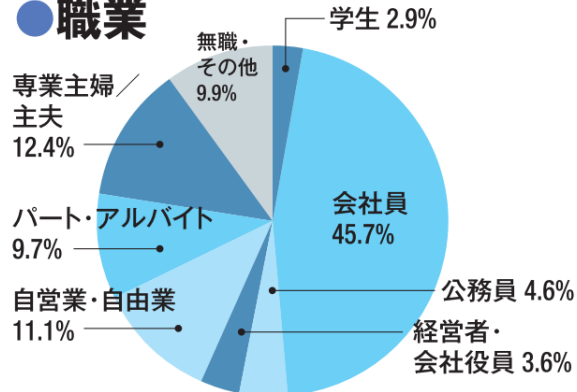
読者層の中心は
社会的地位の高い中高年世代です

●配本地域



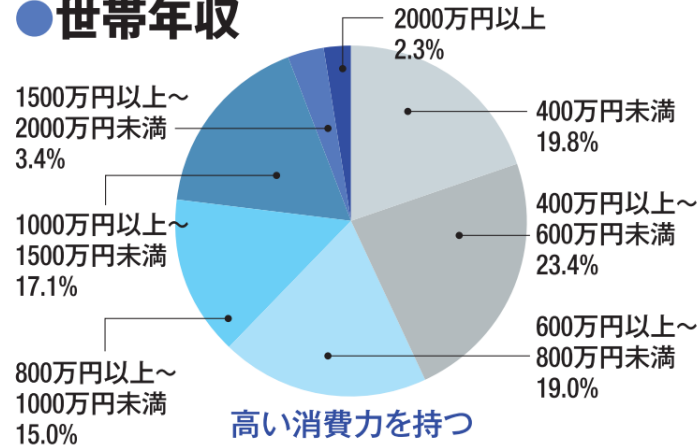
大都市を中心として
全国に読者がいます

●職業



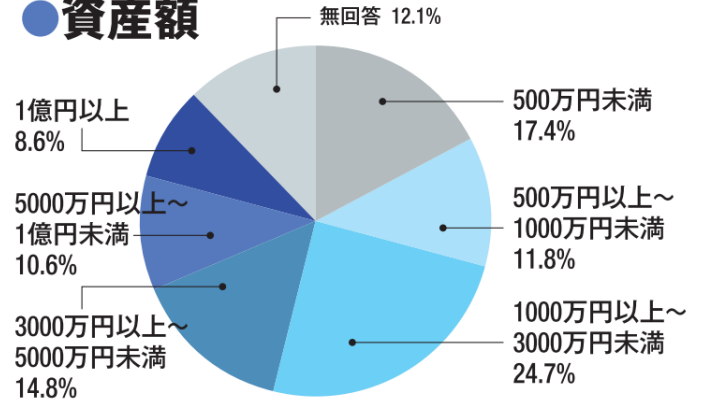
サラリーパーソンだけでなく
経営者や自営業者にも支持されています

●世帯年収



高い消費力を持つ
世帯が読者です

●資産額



アッパーマス～富裕層に
リーチできる媒体です

Spreading power (Digital)

日本ABC協会が加盟社のWEBメディアを対象に行うWeb 指標一覧では、
2019年10~12月より5年連続で自社PV1位を獲得しています。

- 自社PV
- 自社UU
- 外部含むPV
- X

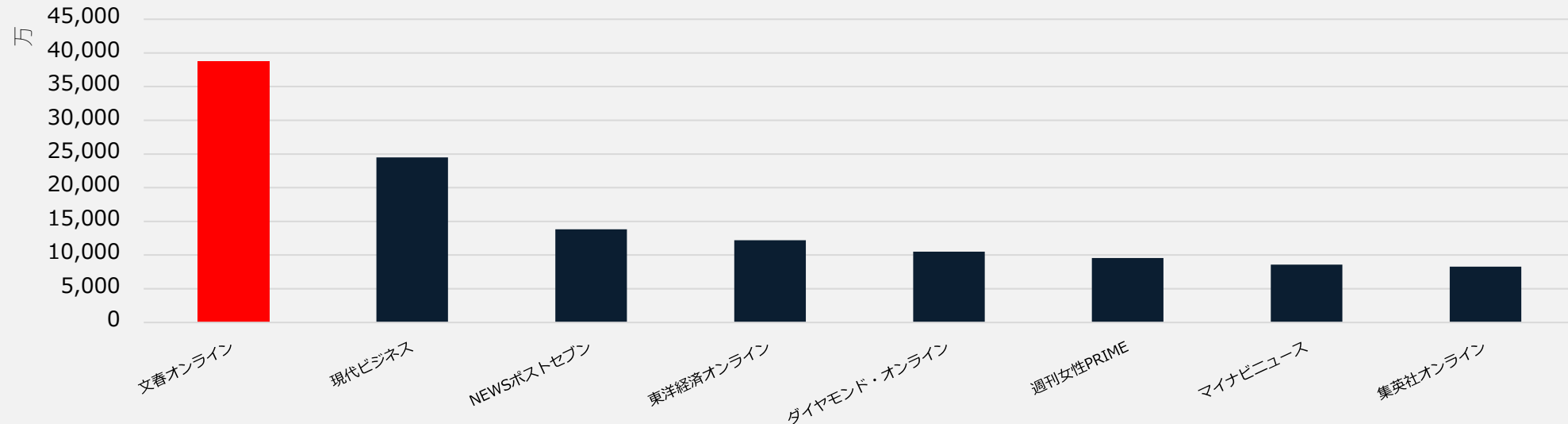
3億8768万8572 PV/月

3372万1539 UU/月

6億4652万9422 PV/月

703,634 フォロワー

※2024年12月19日時点

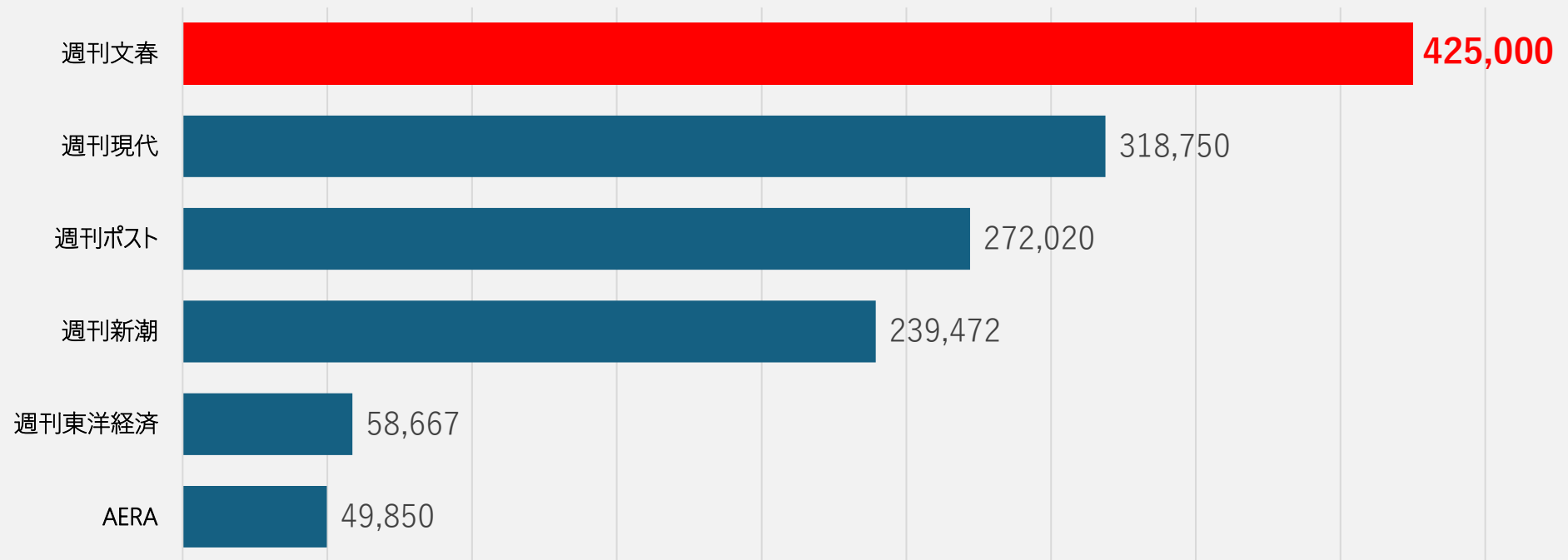


Spreading power (Print)

42.5万部の圧倒的部数を誇る日本一の週刊誌です。

実売部数においても20年連続1位の販売部数をほこる週刊誌で、
回読人数(1冊あたり何人が読んでいますか)は約660,000人にのびります。

競合誌との発行部数比較

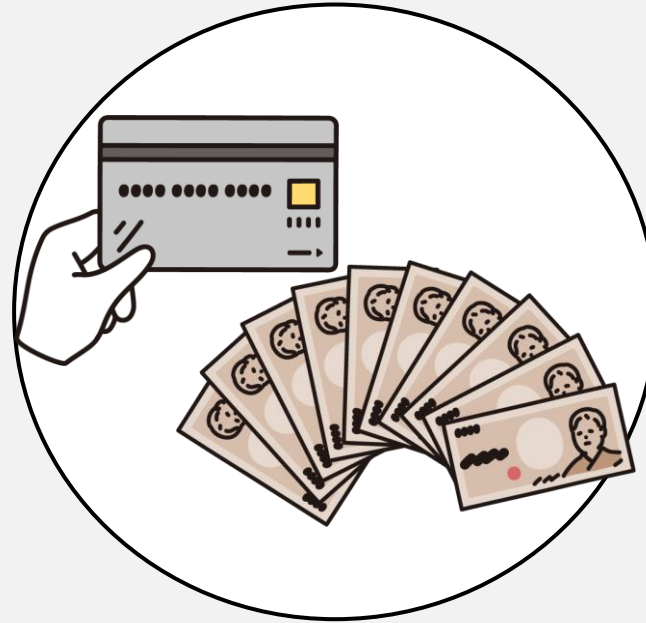


User attributes (Digital · Print)



女性が半数近く

男女の偏りがなく、
年齢は30-40代が中心



高い購買力

プライム市場上場企業勤務の
従業員が多く、世帯年収も高い



積極的な消費行動

ファッション、ギフト、旅など
価値あるものに対する情報感
度が高く、消費意欲が高い

Editorial (Print)



クロコダイルカーフの上質な質感が、ミニマルなスタイルをプラスアップ



全てのディテールに、最上級の品質が際立つ名作



ワードローブに一品は欲しい、まさに一生ものマスターピース



あらゆるビジネスシーンで活躍できる、タフな個性がブリーフケース

For Smart Occasions

the Style

Business Style Updates 2025 SS

日本を大きく変えていく2025年シーズンの中で、常に最高のパフォーマンスとプレミアムさを求める、ビジネスパーソンたちに向け、「スマート」と「アクティブ」という2つのシーンを想定した、最新のビジネススタイルを提案

心ゆくまで楽しむコネクションにも、なかやかに対応できる、個性溢るセレクトアップ

#ビジネスを刷新する朝の20分だけで、人生をアップデートする。そのための最新トレンドを先取り。最新のトレンドを先取り。最新のトレンドを先取り。

歴史の中で重宝された、オーセンティックは真似られない

スーツ選びもビジネスも、他人とは違うセンスで勝負

ビジネスシーンに必要な機能を集約した、最上級ラインのバックパック

長時間の使用を想定した、快適性が続くスニーカー

最新のテクノロジーを駆使して、あらゆるシーンで活躍できる。最新のテクノロジーを駆使して、あらゆるシーンで活躍できる。

Active Days

新しい生活スタイルを、あらゆる機能を備えたアーバニアウトフィット

最新のテクノロジーを駆使して、あらゆるシーンで活躍できる。

新しい生活スタイルを、あらゆる機能を備えたアーバニアウトフィット

最新のテクノロジーを駆使して、あらゆるシーンで活躍できる。

<h4>NEUTRALWORKS</h4> <p>モロセキツ</p> <p>もよおしたはずのデザインの変化で、より新しい印象へと磨いてくれる</p>	<h4>MARGARET HOWELL</h4> <p>フランジ</p> <p>スボーツジャケットから着替えた、軽快かつ上品な印象のハンカチスタイル</p>
<h4>Clarks Originals</h4> <p>デザートブーツ</p> <p>定番から頼り、まれるブランドアイコンの、心しん入るまで新しい印象を提案する</p>	<h4>COACH</h4> <p>クロスボディバッグ</p> <p>シンプルに佇む佇む定番コーデに、自分らしさを演出する</p>

the Style

春の新調アイテム リスト8選

この春から心ゆく、一年の節目だからこそ、新しいスタイルを身にまとい、そして季節感を感じる軽やかな気持ちから、暮らしを快適にしてくれるアイテムまで、取り入れればあなたのスタイルが、随分とアップデートされるでしょう。

Fashion

サラッと取替える指使い、新しい気分も軽快に!

01 **Bourles & Wilkins**
信頼と実用が揃ったサラウンドイヤホンが、イヤホンのハイエンドオーディオブランド

02 **MOLESKINE**
世界初の筆記帳ブランド「ムーレスキネ」が、最新の機能性を追求した「スマート」なアイテムとして、新しいアイデアの宝庫

03 **MONTBLANC**
高級筆記具の歴史を誇り、世界中の著名な人々にも愛される

04 **NEUTRALWORKS**
最新のテクノロジーを駆使して、あらゆるシーンで活躍できる。

Lifestyle

文春オンライン

お家時間をちょっと賢くに。出しっぱなしでもサマになる「機能美」あふれる家電選び
インテリアにすんなり馴染む高品質のアイテムが選びのキモ



家電選びのポイントは、見た目だけでなく、機能性やデザインも重要なポイントです。この記事を参考に、お家時間を賢くに過ごせるアイテムを選んでください。

Photographer: Shohji Nishino (STYLIST) Shingo, Sho Kusano (Composition & Text: Kazuyuki Kazuo)

recotte スライドラクトースター
1.5リットル容量の電子レンジが、お家時間を賢くに過ごすためのアイテムです。

RAIMUDA MoonKettle
お家時間を賢くに過ごすためのアイテムです。

Delonghi マグノカスタート 自動コーヒーマシン
お家時間を賢くに過ごすためのアイテムです。

【Business Style Updates 2025 ss W】 春はスタイルをアップデートするベストなタイミング！ビジネスシーンのアイテム選びでおさえるべき3つのポイントとは？

文春「文春オンライン」編集部

2025/02/06

genre: ファッション

ファッションでも心掛けたい、ワーク・ライフ・バランスの見直し

2月20日発売の週刊文春the Styleでは、「スマート」と「アクティブ」という2つのシーンを想定したメンズビジネススタイルを紹介したが、ここでは女性のビジネスパーソンに向けた、スマートかつアクティブを兼ね備えたアイテムを紹介する。

Photographs: Kazuya Aoki
Styling: Novtaka Kobayashi
Composition & Text: Shingo Sano

オンとオフの区別が難しいワイメンズのビジネススタイルでは、あえてビジネスシーンに特化したブラクティカルなものがポイント。ワーク・ライフ・バランスを見直すのと同じように、仕事モードの装いと、休日モードの装いを分けて考えることで、どちらのスタイルにも行きと戻りアリティが生み出されてくるはずだ。ビジネスアイテムで重宝するべきは、どんな場面でもスマートに身をこなすためのルックス、パフォーマンスをサポートする機能性、そして幅広いシチュエーションに対応できる汎用性。この3つを意識しながら、自分だけのビジネススタイル探しを楽しんでほしい。

イメージするのは、無地のニットの下にブラウスカットソーを合わせ、シルエットが綺麗なパンツで仕上げたミニマルなコーディネート。そのスタイルをベースに、シチュエーションに合わせてバッグや靴やストールなどのアクセサリーでアレンジすれば、毎日のスタイリング選びにも違いはなくなるだろう。

アクセントに取り入れる、ミントグリーンの興やかし



ビジネス用のバッグ選びは難しい。真面目すぎて個性のないバッグを持ってビジネスに気分が乗らないし、かといって個性が際立つハンドバッグでは真面目さが伝わらない。やはり目指すべきは、究極のミニマルだ。シンプルで作り手のいいコンバートなレザーのブリーフケースに少しだけ華のある色を選べば、スマートかつスタイリッシュに楽しめる。¥45,830/ポール・スチュアート (スタイル株式会社 カスタマーサービス室 0120-311-296)

ビジネス靴の絶対条件は、高い機能性と快適さ



ビジネスシーンでの足元は、見た目だけでなく、機能性と快適さが求められる。高い機能性と快適さを兼ね備えたビジネスシューズを選ぶことが、毎日の通勤や出張をサポートする鍵となる。

シーンに合わせて選別可能な、マルチ用途バッグ



ビジネスシーンだけでなく、休日や旅行にも使えるマルチ用途のバッグは、現代のビジネスパーソンにとって欠かせないアイテム。シーンに合わせて使い分けられるような、柔軟な機能性を備えたバッグを選ぶことが、ワーク・ライフ・バランスを達成するための鍵となる。

上品にブラッシュアップされた、機能性バックパック



ビジネスシーンでの足元は、見た目だけでなく、機能性と快適さが求められる。高い機能性と快適さを兼ね備えたビジネスシューズを選ぶことが、毎日の通勤や出張をサポートする鍵となる。

新年度はこの財布と



新年度は新しい財布と、お家時間を賢くに過ごすためのアイテムを選んでください。GUCCI、PRADAの新作財布は、機能性とデザインを兼ね備えています。

GUCCI 奇麗がかったような美しいニュアンスカラーに注目



GUCCIの新作財布は、奇麗がかったような美しいニュアンスカラーが特徴です。機能性とデザインを兼ね備えています。

PRADA 気分までシャープになるトライアングル・マジック



PRADAの新作財布は、気分までシャープになるトライアングル・マジックが特徴です。機能性とデザインを兼ね備えています。

Tie Up (fashion)

Brooks Brothers

松本幸四郎、市川染五郎親子で織うファルコネリのカシミア

期間限定の特別企画として松本幸四郎、市川染五郎親子が織り上げたファルコネリのカシミア。このカシミアは松本幸四郎のデザインで、市川染五郎の織り上げたファルコネリのカシミアを織り上げた。松本幸四郎のデザインで、市川染五郎の織り上げたファルコネリのカシミアを織り上げた。



【上質なカシミアだからこそ成せる美しい佇まい】

イタリアのチンチーノ産カシミアを織り上げた。カシミアの繊維は柔らかく、保温性が高く、美しい佇まいを演出する。上質なカシミアだからこそ成せる美しい佇まい。




Falconeri

文藝オンライン

the Style PLUS

秋の休日スタイルに一番は持っておきたい「ブルックス ブラザーズ」のニット

秋の休日スタイルに一番は持っておきたい「ブルックス ブラザーズ」のニット。ブルックス ブラザーズのニットは、秋の休日スタイルに一番は持っておきたいアイテム。ブルックス ブラザーズのニットは、秋の休日スタイルに一番は持っておきたいアイテム。



【MENS】一枚でもサマになる、さり気ない酒気っ装



3月26日は最強の開運日！この日に向けて買い替えるべきGUCCIの財布5選

一枚方倍日+天敵日+異の日最強運気の3月26日はGUCCIの新しい財布で！

幸せの種を大きく豊かに開かせる「一枚方倍日」と、天敵の種を散らす「天敵日」。そして最強運気の日ともないう「異の日」。この3つの吉日が重なる「最強開運日」が3月26日。すでにここにいる。最高のおいしいことを始めるに最適な日であるこの日だ。同時に運ませてもらいたい。事に任せて運命を切り替えることも、財布の買い替えだ。

その運気として最適なのが、イタリアを代表するラグジュアリーブランド、GUCCI。私たちの財産を守り上質な生活で幸せな日々を送る。運命もたらすカテゴリーもファッションも実は重要。しかも「ダブダブ」や「ムラつき」や「古びた」などの古い財布の存在は、この3つの吉日が重なる最大のダメージが与えている。あなたも運命を切り替えるためのGUCCIの財布も、この機会に手に入れよう。



ゴールドカラーのウォレット。しかもゴールドのダブルGアイコンという、究極のラグジュアリーを感じさせるハーフジップウォレット。サイズアップに最適なウォレットのウォレットが選ばれている。

【価格】¥120,000



音楽、観劇のシーンと最適なデザインに、持ちやすさの運気を取り入れられるマルチカラーが特徴的なウォレット。新しい自分へと変化した方には、ぜひおすすめしたい。

【価格】¥120,000



温かみのある肌触りがよいとされるタンブド（T）と、ダブルGという、グッチが誇る最大アイコンをあしらった、ジップアップウォレット。毎日の持ち運びに最適なウォレット。

【価格】¥120,000

Gucci



GGスプリムキャンバスをベースに、同じブランドのアイコンであるウルフスクライプをアクセントに追加。グッチのアーカイブを彷彿とさせる二つ折ウォレット。

【価格】¥120,000



温かみのある肌触りがよいとされるタンブド（T）と、ダブルGという、グッチが誇る最大アイコンをあしらった、ジップアップウォレット。毎日の持ち運びに最適なウォレット。

【価格】¥120,000

Tie Up (watch · jewelry)

PATEK PHILIPPE

【時計】17年間のブティック「クワットレ」の歴史
 1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。

【ジュエリー】1981年のブティック「クワットレ」の歴史
 1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。

【時計】1981年のブティック「クワットレ」の歴史
 1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。

【ジュエリー】1981年のブティック「クワットレ」の歴史
 1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。

【時計】1981年のブティック「クワットレ」の歴史
 1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。1981年のブティック「クワットレ」の歴史。

BOUCHERON

豊潤の時を、かけがえのないタイムピースと共に。
 風はすっかり秋色、輝かしい秋に彩るにあたっては、晴時計も選り感ずる色合いの、上品なモデルに着替えたい。選りながら、1839年創業のスイスの最高級メゾン「パテック・フィリップ」の新作を――。

アクアノート・ルーチェ 年次カレンダー
 Ref. 5281 (E)
 12時位置にムーンフェイズ、他のモデルよりケース径は1mm大きい。自動巻き、ロートゴールド、ケース径39.9mm (10×4mm 厚)、重さ10.99g、サファイヤクリスタルガラス、3気圧防水、ブルーレーバーバンド、82874000円

アクアノート・ルーチェ
 Ref. 5289 (E)
 12時位置のローズゴールドケースは、上海のザリツェン仕上げの最高級オパール仕上げの美しいコンクリート製。自動巻き、ケース径39.9mm (10×4mm 厚)、重さ8.8mm、サファイヤクリスタルガラス、3気圧防水、ブルーレーバーバンド、81478000円

「パテック・フィリップ」の歴史は、1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。

至高の時計で完成するエレガントな装い
 秋の季節が過ぎ去る季節は、気分を上げて楽しむために、食やパーティに合わせたいもの、優美な装いは上質な腕時計で完成します。選りながら、スイスの最高級メゾン「パテック・フィリップ」の新作を――。

カラトラバ
 Ref. 4897/200 (E)
 パテック・フィリップの歴史は、1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。

ゴンドローセータ
 Ref. 4982/200 (E)
 ケースに彫られた64個のスター、オパール仕上げの美しいコンクリート製。自動巻き、ケース径39.9mm (10×4mm 厚)、重さ8.8mm、サファイヤクリスタルガラス、3気圧防水、ブルーレーバーバンド、82874000円

その外見を特徴とするカラトラバは、1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。1839年の創業以来、歴史を刻みながら進化を続けるブティック「クワットレ」の歴史。

Tie Up (famous person)

Tiffany & Co.

HUBLOT



Digital Tie Up

TOPページ「SPECIAL」枠



TOPページコンテンツエリア内



記事ページ下部



4万人 70万follower

※メルマガ内ローテーション

※1回ツイート

誘導①

誘導②

誘導③

誘導④⑤

タイアップページ



メニュー名	スタンダードタイアップ(the Style)	プレミアムタイアップ(the Style)
料金	2,200,000円 内訳) 掲載費:1,600,000円(G) 制作費:600,000円(N)	3,200,000円 内訳) 掲載費:2,600,000円(G) 制作費:600,000円(N)
PV	25,000~70,000PV【 想定 】 ※最低25,000PV保証	50,000~150,000PV 【 想定 】 ※最低50,000PV保証
掲載期間	4週間【 保証 】	6週間【 保証 】
誘導枠	①トップページ「SPECIAL」枠（常時表示） ②トップページ コンテンツエリア内（ローテーション） ③記事ページ下部（ローテーション） ④「文春オンライン」メールマガジン配信（ローテーション） ⑤公式 Xアカウントでの投稿1回※PR表記あり ※その他、任意で誘導枠を設定する場合がございます。	
アーカイブ	半永久(※著名人出演の場合そちらの契約条件が優先します)	
レポート	PV/UU/ユーザー属性(年齢・性別・デバイス・地域)	
備考	※保証掲載期間内で保証PVに到達しない場合、期間を延長、誘導枠追加、外部誘導により保証PVを達成する場合があります。一方、短時間で保証PVに到達した場合でも誘導枠の掲載期間は保証いたします。 ※掲載基準に基づいた事前審査が必要となります。 ※CMSテンプレートでの制作となります。 ※平日(任意)11:00~掲載開始となります。 ※モデル、著名人出演費、遠方取材費は上記料金に含まれておりません。 ※著名人出演の場合、出演契約に準じたアーカイブ期間が優先されます。	

Print Tie Up (& package plan)



週刊文春 the Style

【the Style限定 特別実施料金】

- ◆4C2Pタイアップ **G330万円**(制作費込み)
定価料金:430万円(媒体費370万円+制作費60万円)
- ◆4C1Pタイアップ+4C1P純広 **G300万円**(制作費込み)
定価料金:400万円(媒体費370万円+制作費30万円)
- ◆4C1Pタイアップ **G180万円**(制作費込み)
定価料金:215万円(媒体費185万円+制作費30万円)
- ◆4C1P純広 **G150万円**
定価料金:185万円
※著名人起用の場合、別途出演費が発生致します

文春オンライン the Style

- ◆雑誌タイアップ 文春オンライン転載
(雑誌出稿料金)+ **G100万円**(10,000PV保証)



週刊文春 + 文春オンライン

【初回お試しパッケージプラン】
週刊文春4C2PTU+文春オンライン転載(10,000PV保証)

→ **合計G400万円** (定価G530万円)

Featured plans (the Style年間特集予定)



発売日	特集テーマ	締切日
2/20(木)	ビジネススタイル	12/13(金)
3/6(木)	新生活アイテム	12/25(水)
4/17(木)	母の日	2/14(金)
5/29(木)	父の日	3/14(金)
6/26(木)	時計	4/18(金)
7/17(木)	アイウェア	5/9(金)
9/18(木)	コスメ	7/11(金)
10/16(木)	AWファッション	8/6(水)
11/13(木)	時計・ジュエリー	9/5(金)
11/27(木)	ホリデーギフト	9/19(金)

〈週刊文春the Styleへのお問い合わせ〉

株式会社文藝春秋 メディア事業局 the Style担当 間嶋・高橋

【間嶋】Tel:090-2528-0167 E-mail:a-majina@bunshun.co.jp

【高橋】Tel:090-3473-1181 E-mail:s-takahashi@bunshun.co.jp