

週刊文春

Media Guide

編集長挨拶

「週刊文春は永久に不滅です」。

他誌の相次ぐ休刊、右肩下がりの部数、紙代・インク代の高騰、2024年問題による物流危機……

雑誌を取り巻く環境の厳しさを物語る「要因」には事欠きません。

それでも私は、冒頭の一言を、自信をもって断言できます。

瓦版が読まれていた江戸時代も、令和の2023年も、「人間の好奇心」に変わりはありません。

一説によると、瓦版の三大キラーコンテンツは「火事や地震などの災難」「男女の心中話」「壮絶な敵討ち」だそうです。

現代に置き換えれば、「災害報道や事件報道」「芸能人の不倫ネタ」「政界や経済界の凄まじい権力闘争」でしょうか。

これから先、何百年経っても変わることのない「人間の好奇心」という需要。これを満たす日本一の供給源こそが「週刊文春」です。

他メディアでは読めないディープな証言が満載の事件報道、テレビや新聞が報じてこなかった巨大芸能事務所の性加害問題、時の総理の子息の接待風景や公邸での大ハシャギぶりまで写真入りで伝える徹底的調査報道……こうした特集記事はもとより、沢田研二の魅力や羽生善治の人生に迫るノンフィクション連載、人気作家の小説やエッセイ、女優とカメラマンの真剣勝負＝「原色美女図鑑」など、「週刊文春」のすべての記事の目標は、極論すればただ一つです。

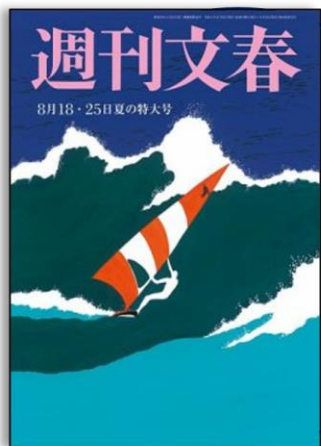
「より深く知りたい」「もっと面白いものが読みたい」「さらに美しいものを見たい」。

人間の根源的欲求に応えるべく、毎週心血を注いで作られる現代最高の瓦版、それが「週刊文春」です。

週刊文春編集長 竹田聖

日本一の週刊誌「週刊文春」の魅力

週刊文春
発行部数**46.6万部**



・世間を揺るがす「スクープ」



・多彩な連載陣による「コラム」

- ・林真理子さんのエッセイ「夜ふけのなわとび」
- ・池上彰さんの時事解説「そこからですか!？」



・グルメ、芸能、ファッションの今を切り出す「グラビア」

- ・旬な女優が登場する「原色美女図鑑」



3つの特徴

- ① 46.6万部^{※1}の圧倒的発行部数を誇ります。実売部数19年連続一位^{※2}の週刊誌です。

(※1:2023年1月～3月 日本雑誌協会印刷証明付き発行部数、※2:ABC公査)

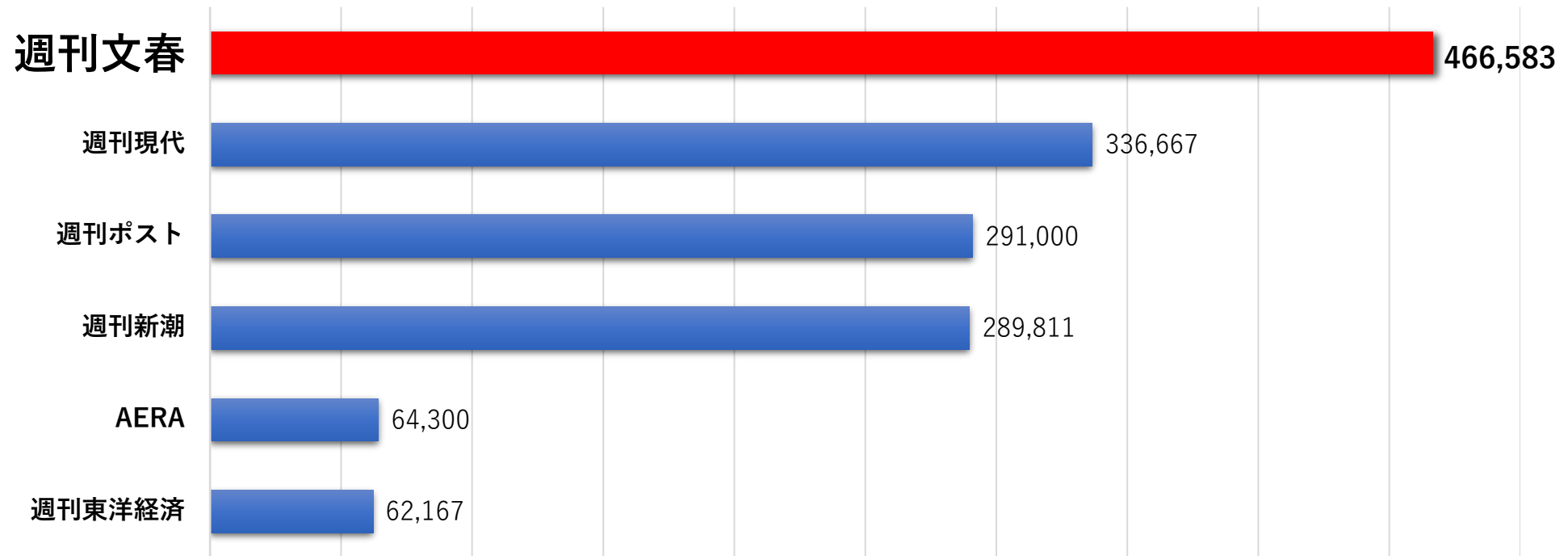
- ② スクープからコラム・グラビアまで、旬な話題を詰め込んだ雑誌です。

- ③ 文春オンライン、週刊文春電子版など、デジタル媒体と連携しています。

媒体概要：発行部数

46.6万部の圧倒的部数を誇る日本一の週刊誌です。

競合誌との発行部数比較

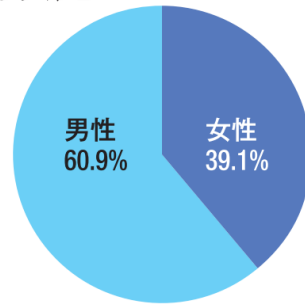


出典：2023年1月～3月 日本雑誌協会印刷証明付き発行部数

媒体概要：読者データ①

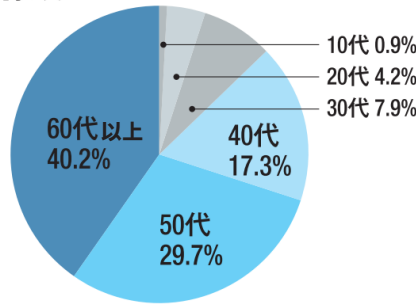
男女比はバランスが良く、親子三代にわたって愛される雑誌です。

●男女比



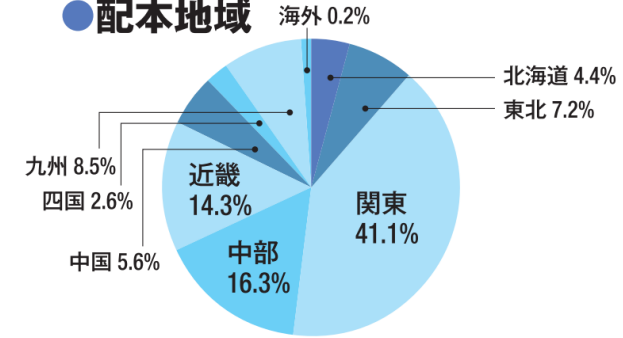
家庭に持ち帰れる週刊誌として
ご夫婦で愛読されています

●年齢構成



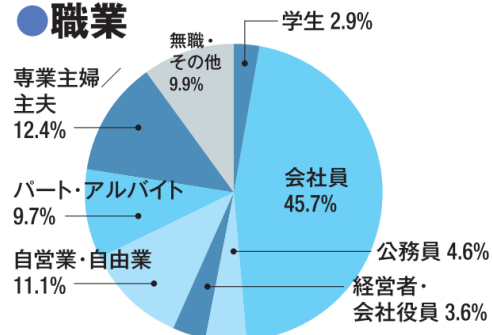
読者層の中心は
社会的地位の高い中高年世代です

●配本地域



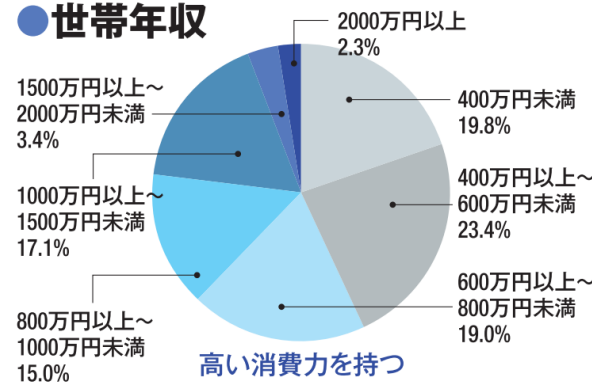
大都市を中心として
全国に読者がいます

●職業



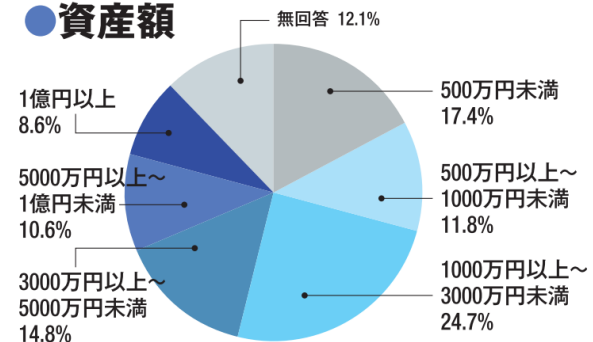
サラリーパーソンだけでなく
経営者や自営業者にも支持されています

●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

出典：男女比・年齢構成はビデオリサーチMAGASCENE/ex、配本地域は社内データ、職業・世帯年収はマクロミル調査、資産額は資産運用相続特集読者アンケート

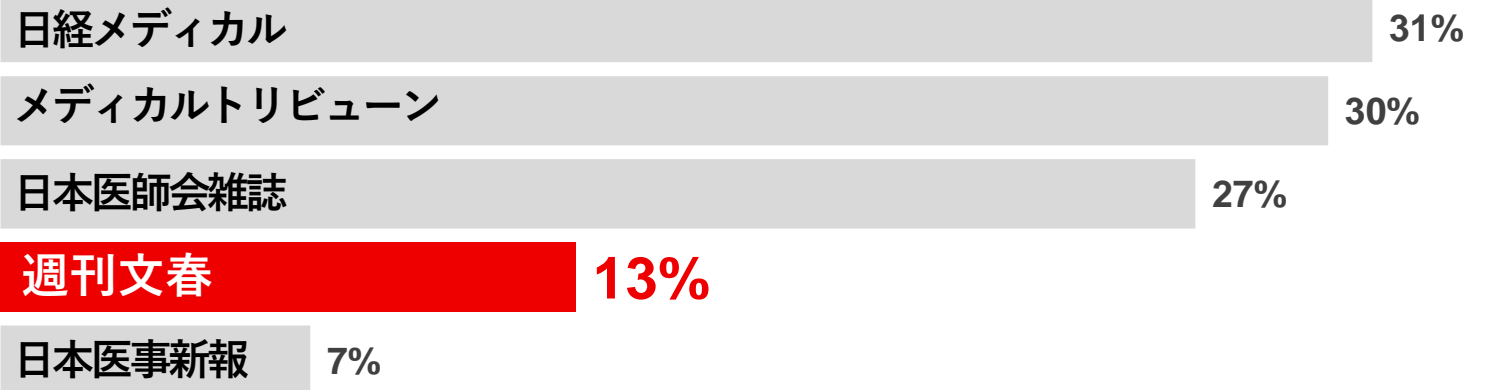
媒体概要：読者データ②

医師や経営者層などの知的富裕層にリーチできる媒体です。

● 医師が読む 雑誌ランキング

医師が読む雑誌では
一般誌で第1位

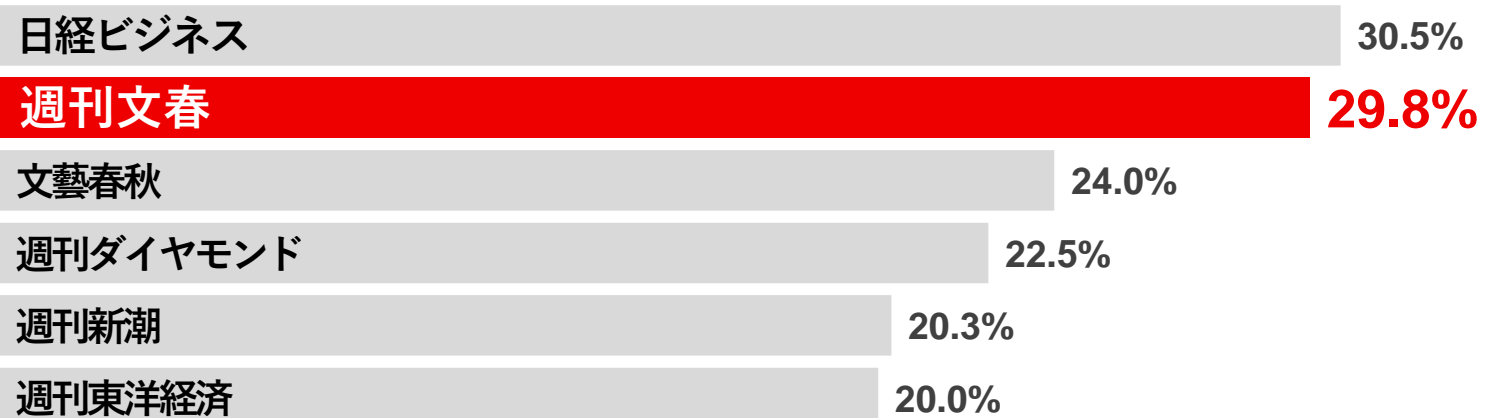
※出典：Doctor Media Research



● グリーン車利用者の 読む雑誌ランキング

グリーン車を使う経営者層や
富裕層の中高年に支持されています

※調査機関：楽天インサイト

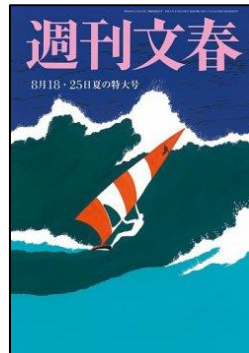


媒体特性：他媒体と組み合わせた展開

文春が持つ様々な媒体を組み合わせ、広告を展開できます。



文春オンライン
月間5億7674万PV
(自社PV、2023年5月)



週刊文春
発行部数46.6万部
(2023年1月～3月 日本雑誌協会
印刷証明付き発行部数)



文春オンラインTwitter
フォロワー数66.9万人
(2023年6月)



週刊文春Twitter
フォロワー数33.1万人
(2023年6月)



週刊文春電子版
月間408万PV
(2023年4月)



文春オンラインメルマガ
登録者数3.9万人
(2023年6月)



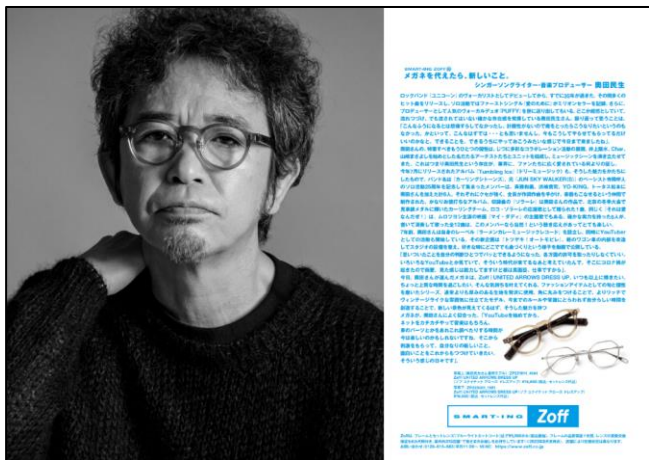
週刊文春電子版メルマガ
登録者数9.3万人
(2023年6月)



dマガジン
14.2万UU
(ABC調査2022年7月～12月)

媒体特性：幅広いジャンルの著名人が登場

幅広いジャンルの著名人をキャスティングすることができます。



ミュージシャンを起用した事例
(奥田民生さん)



作家を起用した事例
(平野啓一郎さん)



文化人を起用した事例
(中野信子さん)

- 過去にご出演いただいた方々
- 浅田次郎 (作家)
 - 平野啓一郎 (作家)
 - 西加奈子 (作家)
 - 原田マハ (作家)
 - 井上尚弥 (プロボクサー)
 - 棚橋弘至 (プロレスラー)
 - 檀れい (女優)
 - 永山瑛太 (俳優)
 - 渡部篤郎 (俳優)
 - 佐々木蔵之介 (俳優)
 - ヒロミ (タレント)
 - 有田哲平 (お笑い芸人)
 - ISSA (ミュージシャン)
 - 奥田民生 (ミュージシャン)
 - 葉加瀬太郎 (ヴァイオリニスト)
 - 松本幸四郎 (歌舞伎役者)
 - みうらじゅん (イラストレーター)
 - 中野信子 (脳科学者)
 - ホラン千秋 (キャスター)
 - 宇賀なつみ (アナウンサー)
 - 等 (敬称略)

広告企画：常設企画・著名人出演企画

著名人出演企画や、ファッションTU、編集との連動企画が好評です。



『the Style』

上質な写真と確かなセンスを誇るファッション特集です。



『作家起用エッセイタイムアップ』

一流作家にエッセイを手掛けてもらい、誌面及びオンラインに掲載します。



『私のお気に入り』

著名人にご出演いただき、商品やサービスを「お気に入り」として紹介します。



『企業力』

企業のトップやリーダーにご登場いただき、対談もしくはインタビュー形式で誌面を構成します。

各企画書はAD MAPでご覧いただけます：<https://admap.bunshun.co.jp/>

広告企画：資料請求付き連合企画

各社約60～600件超の資料請求がある反響の大きい企画です。

補聴器のイメージが一変!
人生の頼もしいパートナー
オーディオ・ブレインヒアリング特集

聞こえて心が変わる!
補聴器で豊かさを
取りもどそう

透明・安心・信頼の取引所FXで
円安・物価上昇から資産を守る!
AIコード証券のついで385

いま検討したい! 『資産運用』と『相続対策』

『補聴器・認知症特集』

自身もしくは親が、認知症や難聴に悩む年代である読者へ、認知症に関するサービスや最新の補聴器をご案内する企画です。

『資産運用・相続特集』

資産運用や相続にまつわる読者の悩みに応える企画です。金融関係の企業さまにご利用いただいています。

生前から亡くなった後のことまで
家族のように頼れる『心託』

家族のその後を左右する
もめない遺言書の心得

親を亡くした子どもたちから
希望まで奪ってはならない
交通遺児育英会

その一歩が、未来を変える
私の遺贈寄付ストーリー

『終活・エンディング特集』

終活意識の高まりに合わせ、お墓や葬儀、相続をめぐる情報を読者に提供する企画です。

『遺贈・寄付特集』

亡くなった後に財産の一部を慈善団体などに贈る遺贈・寄付。人生最後の社会貢献として、読者に紹介し、実際に遺贈に繋がった団体さまもいます。

各企画書はAD MAPでご覧いただけます：<https://admap.bunshun.co.jp/>

「週刊文春」への出稿のご感想

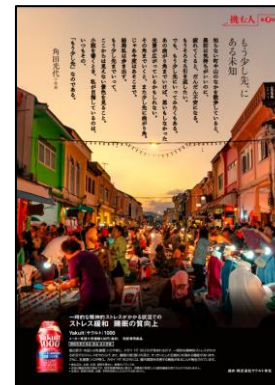
クライアントからのお喜びの声をご紹介します。

『遺贈・寄付特集』



2018年から続けてこの企画に出稿しています。過去には読者から「土地・自宅を引き取ってくれないか」とご相談を受けたこともあり、遺言書にまで繋がったこともあり、他媒体より反響が大きいと感じます。
(日本自然保護協会さま)

『作家起用エッセイタイアップ』



作家さんとの関係性が構築されているので、制作進行がスムーズでした。商品が訴求したい世界観を素敵なエッセイで表現していただきました。また、オウンドメディアにも展開できたので、長期的なよい企画になりました。
(ヤクルト本社さま)

純広告



雑誌発売直後から10件以上の電話問い合わせがありました。高価な商品にも関わらず、この時代に純広告でこんなに反響があるとは驚きです。
(パラブーツさま)

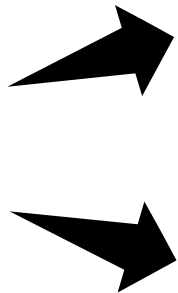
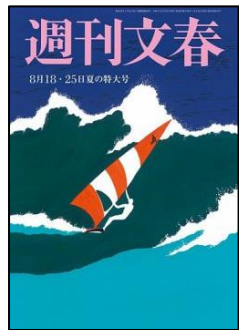
ファッションTU



掲載した商品目的で男女問わず多くのお客様がご来店されました。
(ブルックス ブラザーズさま)

WEBとの連動—誌面転載

誌面の内容を文春オンラインまたは週刊文春電子版に転載します。



文春オンライン
月間5億7674万PV
 (自社PV、2023年5月)



週刊文春電子版
月間408万PV
 (2023年4月)
 ※タイアップ記事は無料公開。
 有料会員でなくても読めます。

メニュー名	文春オンライン誌面転載 圧倒的PV数を誇る文春オンラインに誌面の内容を転載します。30~50代の文春オンライン読者に、広く効率的にリーチすることができます。
料金	1,000,000円 (グロス)
PV	10,000PV 【保証】
誘導期間	2週間想定
アーカイブ	6カ月

メニュー名	週刊文春電子版誌面転載 週刊文春の内容を電子で読めるサブスクリプションサービス・週刊文春電子版に誌面を転載します。アーカイブに制限がないため、長くコンテンツとして使っていただけます。
料金	400,000円 (グロス)
PV	1,500~4,000PV想定
誘導期間	4週間 【保証】
アーカイブ	半永久

広告料金・仕様

広告料金					
スペース		金額 (円)	寸法 (mm) 天地×左右	線数	
4色	表4 4色1P	2,400,000	241 × 172	切	175
	表2見開き 4色2P	3,900,000	257 × 364		
	特表2 4色1P	1,950,000	257 × 182		
	表3見開き 4色2P	2,900,000	257 × 364		
	特表3 4色1P	1,450,000	257 × 182		
	4色1P	1,850,000	257 × 182		
	4色タテ 1/3P	770,000	243 × 55	枠	
4色ヨコ 1/5P	400,000	50 × 170			
記事 中 (活版)	1P	650,000	217 × 145	枠	85
	ヨコ 2/5P	280,000	82 × 145		
	タテ1/3P	250,000	217 × 50		
	ヨコ1/4P	170,000	50 × 145		
	目次下ヨコ 1/5P	155,000	38 × 155		
	ヨコ1/5P	140,000	38 × 145		
	突き出し	120,000	82 × 50		
ハガキ (1色+1色)	2,100,000	150 × 100	切	133	

【仕様】

表4は右上隅に天地10mm×左右55mmのロゴスペースあり
4色のセーフティは天地各4mm、左右各10mm（見開き原稿は左右各12mm）
活版の見開きサイズは天地217mm×左右320mm、中心余白30mm、枠必須

【締切】

通常号申し込み受け付け締切：発売4週間前まで
4色入稿締切：発売14日前
活版入稿締切：発売9日前
※合併号の前は締切が繰り上がりますのでご注意ください。

お問い合わせ

株式会社文藝春秋
メディア事業局メディア事業部

✉ ad.shukanbunshun-g@bunshun.co.jp

TEL 03-3288-6163

メディア事業局HP
<https://admap.bunshun.co.jp/>

〒102-8008
東京都千代田区紀尾井町3-23