

文藝春秋

電子版 

動画広告メニュー ご案内

2023年10～12月

文藝春秋メディア事業部

雑誌「文藝春秋」は創刊100周年を迎えました。
そしてこの節目の100周年を契機に、「文藝春秋」は本格的にデジタルに注力し、2022年12月1日に「文藝春秋 電子版」をローンチしました。

「文藝春秋 電子版」は、毎月の雑誌記事はもちろん
過去10年3000本以上のアーカイブ記事が読み放題となる有料会員サービスです。

そして電子版の立ち上げから僅か5か月弱で
有料会員数10,000人を超えるほど好調なスタートを切っております。
その大きな要因となっているのが、月10本配信される「**オンライン番組**」です。
外交・安全保障、国家財政、少子化、象徴天皇制など、
この国の根幹にかかわる大切な問題を、
その道の有識者、文化人、専門家にご出演頂き、
真正面から議論する番組がユーザーにとっても高い興味・関心を持って頂いています。

オンライン番組のダイジェスト動画を視聴できる
「文藝春秋 電子版」公式YouTubeチャンネルの
登録者数も6万人を超え、日に日に増えています。

そこで今回、
「文藝春秋 電子版」のオンライン番組を、
《動画広告》メニューとして新たにご案内いたします。
企業やブランドとして伝えたいメッセージやストーリー、
商品やサービスの魅力等を
「文藝春秋 電子版」のオンライン番組を通じて多くの視聴者に発信いたします。

是非ともこの機会にご検討の程、よろしく願いいたします。



<https://bunshun.jp/bungeishunju/webinar/full>



<https://www.youtube.com/@Bungeishunju/featured>

① 企業経営層・政財界の良質なユーザーが多いメディア

企業の経営層を中心とした経済界や、政治家・官僚・士業の方々に親しまれています。
また富裕層の読者が多いのも特徴。

ゆえに **メリット** 社会的影響力のある層に自社のPRができ、大きな反響が期待できる

② 幅広いテーマを扱う硬派なメディア

外交・安全保障、国家財政等社会性の高いテーマの番組が多いのが特徴。
昨今注目されている、「SDGs」や「CSR」等も視聴者の関心が高い。

ゆえに **メリット** 企業やブランドが発信したいメッセージや価値が伝わり易い

③ (雑誌読者に比べて) 若い世代にも閲覧されるメディア

いろいろな組織の中核にいる人たち = 40~50代の現役世代の視聴者も多いのが特徴。

ゆえに **メリット** 若い世代へのリーチも可能に

豪華ゲストによる番組コンテンツ



【ベラルーシ政変】で戦争が終わる？
小泉悠と高橋杉雄が「ルカシェンコ体調不良」が
“ワイルドカード”になる可能性を考察

(YouTube視聴回数) **48万回**



【元SMAPマネージャー】
「飯島さん」はなぜ凄いのか
鈴木おさむが語る

(YouTube視聴回数) **24万回**



岸田文雄×岡藤正広×中野信子（司会・新谷学）
「**脳波鼎談**」日本復活への道



佐藤可士和×新谷学
「**ブランディングの極意**」

YouTubeでダイジェスト配信した番組は、視聴回数が40万回を超え（上記2番組）、大きな反響がありました。
電子版会員限定の番組は、政界・財界のトップ同士の他では見られない番組や
誰もが知る文化人やクリエイターの出演など、豪華なラインナップで大きな話題を呼んでいます。
文藝春秋だからこそ実現できる番組が大変人気を博しています。

文藝春秋

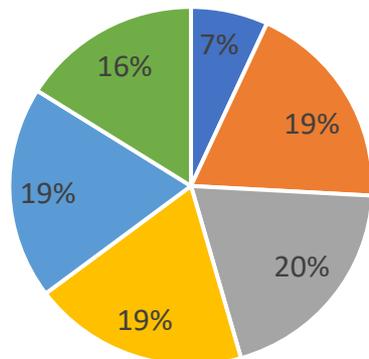
電子版 

有料会員数
12,585人

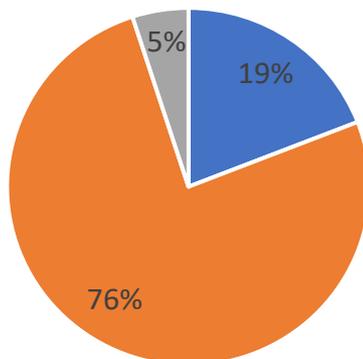


文藝春秋 電子版公式YouTube
チャンネル登録者数
60,012人

年齢



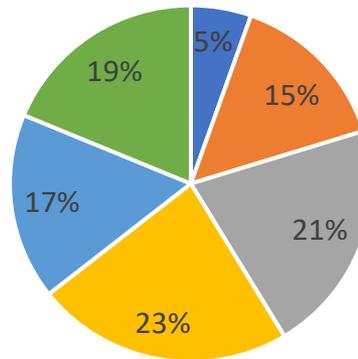
男女比



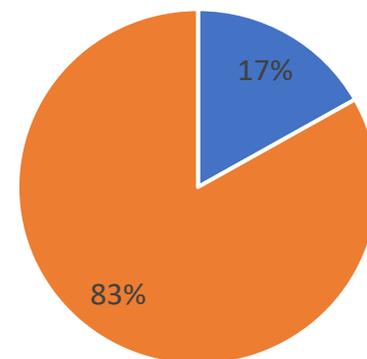
■ ～24歳 ■ 25～34歳 ■ 35～44歳
■ 45～54歳 ■ 55～64歳 ■ 65歳～

■ 女性 ■ 男性 ■ その他

年齢



男女比



■ ～24歳 ■ 25～34歳 ■ 35～44歳
■ 45～54歳 ■ 55～64歳 ■ 65歳～

■ 女性 ■ 男性

- ◆知的好奇心が高い
- ◆学びたいという意欲が高い（リスクリング意識が高い）
- ◆情報を聞き流すだけでなく一緒に参加して議論をしたい

コンテンツに対して関心度が高い
熱心に視聴してくれることが期待できる

「文藝春秋」は雑誌の読者をはじめ「オピニオンリーダー」に長く親しまれている媒体です。

「オピニオンリーダー」とは、経営者をはじめ、政治家、官僚、士業等に従事されている方々を指します。

社会的に地位が高く、社会問題やビジネス情報の収集に余念がなく、知識と教養を身に付けたいと考えているユーザーが非常に多いです。



従業員1,000人を超える
50代後半の大企業の経営者

社会的に責任ある立場ということもあり
経営ノウハウはもちろんのこと、俯瞰して
社会全体のことに目を向ける目的で
広く知識と教養を学びたい



40代後半の幹部候補
(ネクストオピニオンリーダー)

キャリア・年齢を重ね、経営側の立場
への出世を目前に控え、現役の経営者
が考えていることを深く知り、学びたい
と考えている



霞が関の40代前半
の現役官僚

現役の官僚として、国家財政や外交問題
にも関心があり、ビジネス系メディア
だけでは事足りず「文藝春秋 電子
版」を愛読している

高額サブスクを払う読者はコンテンツへの関心が高い

デジタルマーケティング戦略情報メディア「DIGIDAY」よりー
アクシオスのサブスクリプション、創刊1年で200万ドルの売上を獲得：
「高額サブスクを払う読者はコンテンツへの関心が高い」（2023/2/1）

<https://digiday.jp/publishers/axios-pro-generated-2-million-in-2022-with-more-than-3k-paid-subscribers/>



つまり無料メディアと比べて、有料メディアの視聴者は
コンテンツをしっかりと見てくれると言えます

エンゲージメントが高く、
「**文藝春秋 電子版**」の動画広告は
発信したい商品・サービスの内容がよりしっかりと伝わります

動画広告メニュー

動画広告メニュー①「トップが語る！5つの成長戦略」

日本を代表する企業のトップ自らがその思いを語るオンライン番組。激しい変化にいかに対応し、現場の士気を高め、どのようにイノベーションを実施しているのか。成長戦略を5つのテーマを設けてお聞きします。**企業のリーダーのビジョン・提言を社会に向けて発信することで、広報・ブランディングにつなげます。**対談相手は、文化人・学者・俳優など、効果的な人選をご相談のうえご提案します。

こんなケースにオススメ

- ・ 企業トップのメッセージを広く社会に伝え自社のPR/認知促進を図りたい
- ・ 周年記念、SDGs、CSRなどの企業広報に活用したい
- ・ 社内に向けたインナープロモーションや採用活動につなげたい

【動画イメージ】



瀬戸健さんにお話をお伺いいたします



実施料金	定価 3,000,000円 (税別・グロス ※制作費込) +別途キャスト出演料
実施内容	クライアント企業の代表者様とそれに見合う最適なキャスト(インタビュアー)による対談をベースとしたインタビュー動画 ※クライアント様のオフィスにて撮影 ・クライアント企業の代表者 ・キャストアサイン:1名 ⇒テーマに合うインタビュアーを弊社で選定
制作内容	・動画制作:1本(尺は内容に応じてご相談) ※約20~30分を想定 ・電子版記事制作:1本(動画を要約した内容) テキスト800~1,000文字(雑誌1P程度) / 画像5点まで
動画配信先	①文藝春秋 電子版公式サイト内「番組・動画」 ②文藝春秋 電子版公式YouTubeチャンネル
配信期間	4週間を想定(以後半永久的にアーカイブ) ※但し、出演者次第でアーカイブ期間が短縮される可能性もございます
配信誘導	①文藝春秋 電子版 公式Twitterアカウント投稿1回 ②文藝春秋 電子版 メールマガジン配信1回
動画再生数	20,000視聴保証 ※AD配信を含む
2次使用	別途ご相談 ※出演キャストへ要確認 ※お申込み前までにお知らせ下さい
その他備考	・キャストの出演料は50万円～ ・キャストの指定は不可となります。また弊社が想定する有識者を超越するランクの著名人起用の場合、キャスト出演料も大幅にあがります ・遠方での撮影や特別な機材の使用や編集内容をご希望の場合は、別途制作費が発生致します ・制作期間が短い場合は、特急料金が別途発生する場合がございます

動画広告メニュー②「名品探訪」

雑誌でも大好評の特集「名品探訪」のオンライン番組。
ファッション、時計、ジュエリーから、インテリア、
酒類、車や家電をはじめとする工業製品等、世界の
あるゆる名品をご紹介します。テーマに合う有識者が、
ブランドの歴史やもの作りへのこだわりを深掘りし、
ブランドのストーリーや価値を引き出すことで、
視聴者に名品たる魅力を伝え、ブランディングを高めます。

こんなケースにオススメ

- ・ブランドや製品等に、ストーリーや価値を付与して「モノ訴求」したい
- ・誌面だけでは伝えきれないポイントを、動画を用いることでリッチに表現
- ・店頭販促のプロモーションに動画を使いたい

【記事イメージ】



【動画イメージ】



実施料金	定価 3,000,000円 (税別・グロス ※制作費込) +別途キャスト出演料
実施内容	クライアントご担当者様とキャスト(有識者)による対談をベースとした名品解説の動画構成 ※クライアント様の店舗ないしはプレスルームにて撮影 ・クライアントご担当者様 ⇒店舗スタッフ様やPRご担当者様等ご相談可能です ・キャストアサイン:1名 ⇒テーマに合う有識者を弊社で選定
制作内容	・動画制作:1本(尺は内容に応じてご相談) ※約20~30分を想定 ・電子版記事制作:1本(動画を要約した内容) テキスト800~1,000文字(雑誌1P程度)/画像5点まで
動画配信先	①文藝春秋 電子版公式サイト内「番組・動画」 ②文藝春秋 電子版公式YouTubeチャンネル
配信期間	4週間を想定(以後半永久的にアーカイブ) ※但し、出演者次第でアーカイブ期間が短縮される可能性もございます
配信誘導	①文藝春秋 電子版 公式Twitterアカウント投稿1回 ②文藝春秋 電子版 メールマガジン配信1回
動画再生数	20,000視聴保証 ※AD配信を含む
2次使用	別途ご相談 ※出演キャストへ要確認 ※お申込み前までにお知らせください
その他備考	・キャストの出演料は50万円～ ・キャストの指定は不可となります。また弊社が想定する有識者を超えるランクの著名人起用の場合、キャスト出演料も大幅にあがります ・遠方での撮影や特別な機材の使用や編集内容をご希望の場合は、別途制作費が発生致します ・制作期間が短い場合は、特急料金が別途発生する場合がございます

日本を代表する企業のトップの方々に、文藝春秋編集局長の新谷が「未来への提言」を訊くインタビュー番組。週刊文春編集長、文藝春秋編集長として多くの報道を世に発信してきた新谷が、企業トップの本音にせまります。激しい変化にいかに対応し、現場の士気を高め、イノベーションを実施するのか。**リーダーのビジョン・提言を社会に向けて発信することで、広報・ブランディングにつなげます。**

こんなケースにオススメ

- ・ 企業トップのメッセージを広く社会に伝え自社のPR/認知促進を図りたい
- ・ 周年記念、SDGs、CSRなどの企業広報に活用したい
- ・ 社内に向けたインナープロモーションや採用活動につなげたい



1964年生まれ。早稲田大学卒業後、文藝春秋に入社。『Number』他を経て2012年『週刊文春』編集長。'21年7月より現職。著書に『「週刊文春」編集長の仕事術』（ダイヤモンド社）、『文春砲 スクープはいかにして生まれるのか？ 文春編集部編』週刊文春編集部編（角川新書）、『獲る・守る・稼ぐ 週刊文春「危機突破」リーダー論』（光文社）

実施料金	定価 6,000,000円 (税別・グロス ※制作費込)	月1回限定 特別企画
実施内容	クライアント企業の代表者様と新谷による対談をベースとしたインタビュー動画 ※クライアント様のオフィスにて撮影 ・クライアント企業の代表者 ・編集局長新谷	
制作内容	・動画制作:1本(尺は内容に応じてご相談) ※約20~50分を想定 ・文春オンライン掲載(4週間・20,000PV保証・動画も記事内に挿入) ・文藝春秋電子版掲載に転載(動画も記事内に挿入)	
動画配信先	①文藝春秋 電子版公式サイト内「番組・動画」 ②文藝春秋 電子版公式YouTubeチャンネル	
配信期間	4週間を想定(以後半永久的にアーカイブ) ※但し、出演者次第でアーカイブ期間が短縮される可能性もございます	
配信誘導	①文藝春秋 電子版 公式Twitterアカウント投稿1回 ②文藝春秋 電子版 メールマガジン配信1回	
動画再生数	50,000視聴保証 ※AD配信を含む	
2次使用	別途ご相談 ※出演キャストへ要確認 ※お申込み前までにお知らせください	
その他備考	・対談以外での新谷出演動画のご相談も可能です ・遠方での撮影や特別な機材の使用や編集内容をご希望の場合は、別途制作費が発生致します ・制作期間が短い場合は、特急料金が別途発生する場合がございます	

動画は以下2媒体で配信（タイアップ動画は全編無料公開）



文藝春秋 電子版
公式Twitter
フォロワー
93,303人



文藝春秋 電子版
メールマガジン
登録者数
12,352人



メールマガジン
とTwitterで
1回ずつ
誘導を
図ります

文藝春秋 電子版公式サイト内



文藝春秋 電子版 公式YouTube



動画のコメント欄に、

「商品が欲しい」「実際に購入した」等反響の声も多数届いています

「ブルックス ブラザーズ」



光石さん、マジでダッフル似合いすぎ！
自分も欲しくなりました。

素晴らしい内容、素晴らしい面々👏そして何というタイミングでしょう、
今月銀座に行く用事が寄らせて頂きましょう。



2023 年9月公開

<https://www.youtube.com/watch?v=pHt8ngewBl5>

「シャルマン」



眼鏡で個性を増している五郎さん、眼鏡が個性を邪魔しない存在にしている長谷川さん。かっこいい～

初めての眼鏡、勉強してシャルマン眼鏡に辿り着いて、発注してきました。
エントリーモデルとのことですが出来上がりが楽しみです。疲れ目よサヨウナラ。



2023 年7月公開

<https://youtu.be/VLy1KwACqfY>

※山田さんが掛けている眼鏡がほしいと
実際に来店された方も！

① トップが語る！5つの成長戦略

「ライザップ トップインタビュー」



2023年5月公開

<https://youtu.be/HxBRTzx7cy4>

② 名品探訪

「ロイヤル・アッシャー」



2023年4月公開

<https://youtu.be/3dtclTo-noY>

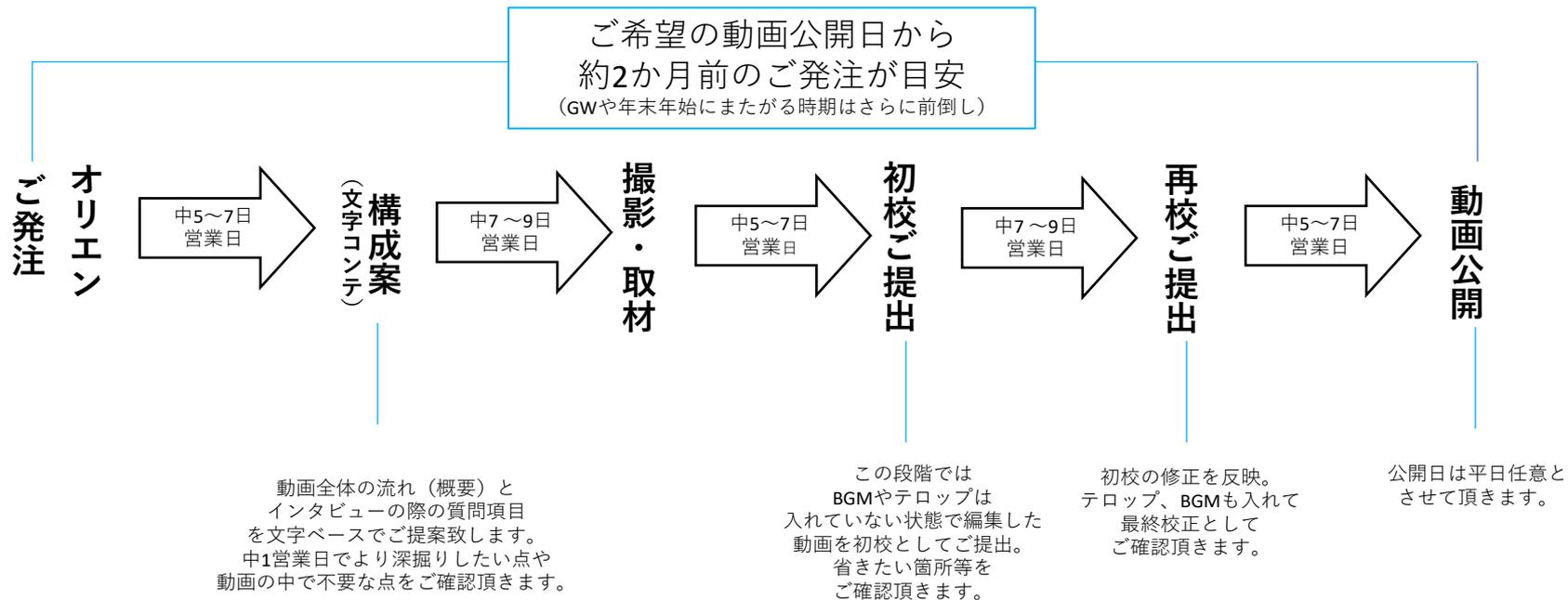
「パテック フィリップ」



2023年8月公開

https://www.youtube.com/watch?v=ptY40_E8LHo

制作進行スケジュール



※上記スケジュールは目安となります。企画内容や時期によって、スケジュールは前後いたします。スケジュール詳細はご相談の上、進行させていただきます。

ご留意事項

- ・動画にはスポンサーのクレジット表記が必須となります。
 - ex)「Sponsored by ●●● (スポンサー名)」※動画の冒頭の3秒間に提供クレジット表記予定／動画タイトルにもPR表記必須掲載。
- ・オリエン後のご要望事項の追加及び変更に関してはお受けいたしかねますので予めご了承ください。
- ・動画の校正は原則2回まで。
 - NG項目、撮影してほしくない箇所、言えない文言等ございましたら収録前に必ずご教示頂きますようお願いいたします。
- ・動画公開以降に媒体社判断で、再生率・CTR等を考慮してタイトルや冒頭の数秒間の内容、デザイン等を変更させて頂く可能性がございます。予めご了承ください。
- ・広告実施においては全て事前の掲載可否が必須となります。
- ・公開した動画は、サービスが存続する限り半永久的に掲載されます。掲載後の修正は致しかねます。
- ・出演者の指定は不可となります。
 - また出演候補者をご提示する場合も裏どりはなしとなっております。正式ご発注後にご出演依頼をさせていただきます。
- ・出演者により追加出演費、又は2次使用費が発生する場合がございます。
- ・動画の制作・掲載・配信にあたっての競合企業排他は行いません。
- ・動画公開日は祝日を除く平日のみとし、土日・祝日の公開はいたしかねます。