

週刊文春

19年連続週刊誌売り上げNo.1!

文春オンライン

出版社ウェブサイトPV数No.1

the Style 〈ファッション特集〉



2024年
媒体案内 & 広告事例集

週刊文春・文春オンラインにご出稿頂いたクライアント様は 次のシーズンも継続出稿して下さるケースがほとんどです！

理由はシンプル・・・

反響が非常に大きいからです！！！！

他誌では出せないスクープを連発する『週刊文春』は、売れ行き・影響力ともに日本NO.1の媒体です。

政治や経済、社会、芸能のニュースのイメージが強い週刊文春ですが、

ファッショングラビアページ「週刊文春 the Style」は、ファッション誌と遜色ないハイクオリティな誌面と、購買力のある富裕な読者も多くいることから、**ファッションページのレスポンスが非常に高い媒体でもあります。**

ご出稿頂いたクライアント様からは「**タイアップで掲載した商品を目掛けて来店されたお客様が多数いた**」「**ファッション誌よりも反響が大きく、とても驚いた**」等の声も頂き、反響の大きさから継続的にご出稿頂くクライアント様がほとんどです！

また「文春オンライン」は、2021年8月に月間の純PVが**6億を超え**、出版社系ウェブサイトでNO.1です。

ユーザーは雑誌の読者層よりも**20～30代**と若く、雑誌とは異なる若い層にもリーチができるメリットがあります。

「週刊文春」「文春オンライン」でご出稿頂くことで、他社ではできない反響の大きいプロモーションを実現致します。是非とも広告ご検討の程よろしくお願いいたします。

ご出稿頂いたクライアント様から反響の声が続々届いております

「週刊文春を見て」という方が直営店に何週にも渡り来店されました



掲載した商品目的で来店されるお客さんが殺到。男性だけでなく女性の商品も非常によく売れました



雑誌発売直後から10件以上の電話問い合わせがあった
この時代に純広告で問い合わせるのは文春だけです

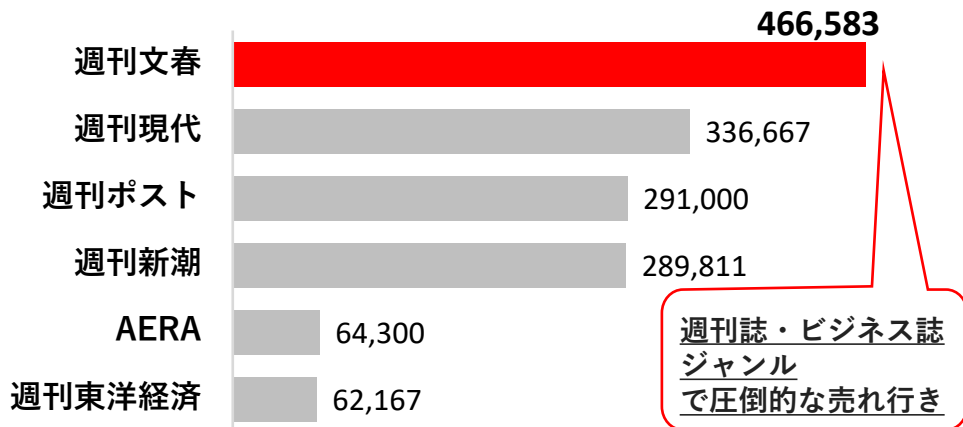


文春ブランドの強み

- ◆圧倒的なリーチ力を誇る巨大メディア
- ◆消費行動に積極的で富裕な読者・ユーザー
- ◆他のメディアにはできないキャスティング力
- ◆ファッション誌で活躍する豪華スタッフ陣

圧倒的なリーチ力を誇る巨大メディア

週刊文春



出典：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

文春オンライン単体のPV

約4億9,597万 PV/月
(2023年5～7月)

文春オンライン単体のUU

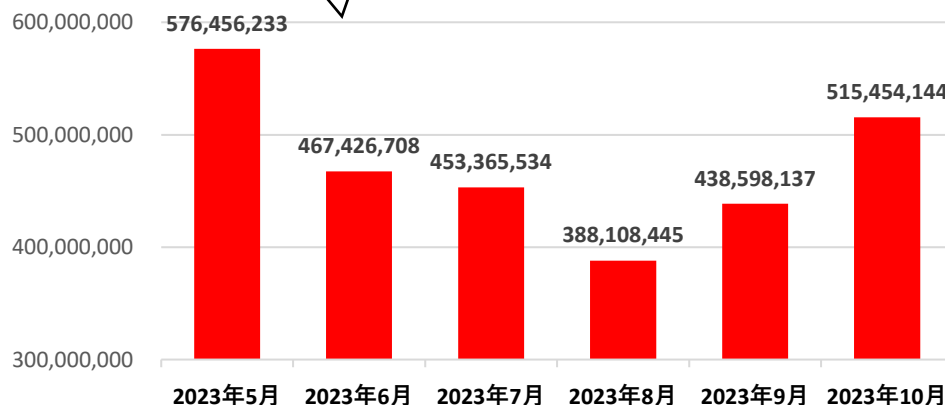
約4,127万 UU/月
(2023年5～7月)

実売部数
(総合週刊誌)
19年連続NO.1!
実売部数
205,839部
(2022年ABC公査年間平均)

※週刊文春は、銀行、病院等公共機関に置かれることも多く
回読人数は**3.2人**
約66万人に読まれています

平均で4億PVを推移する出版社系WEBメディアでは日本一のPVです

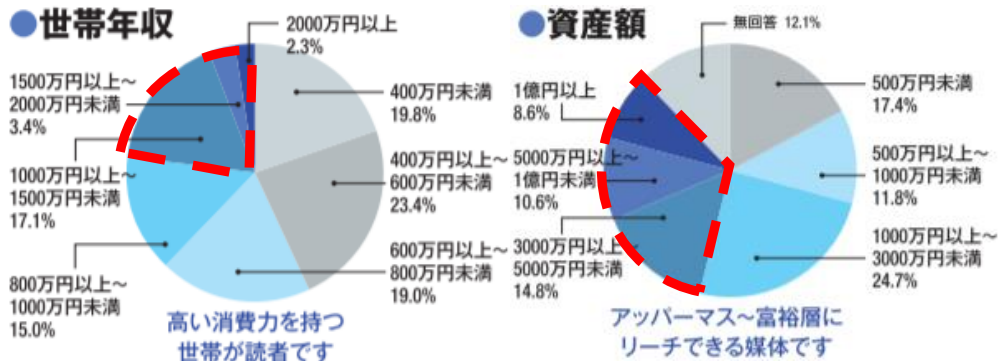
文春オンライン 単体PV推移



消費行動に積極的で富裕な読者・ユーザー

週刊文春

文春オンライン



アフィニティ カテゴリ (リーチ) ユーザー全体の 43.92%

3.10%	Media & Entertainment/TV Lovers
2.94%	Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts
2.76%	Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs
2.58%	Beauty & Wellness/Frequently Visits Salons
2.46%	Media & Entertainment/Comics & Animation Fans
2.45%	Media & Entertainment/Movie Lovers
2.43%	News & Politics/Avid News Readers
2.41%	Sports & Fitness/Sports Fans
2.27%	Shoppers/Value Shoppers
2.19%	Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts

週刊文春の読者は、世帯年収1,000万円以上の読者が全体の4分の1、資産額もアッパーマス層の3,000万円以上が3分の1を占めています。実売部数21万部を誇る媒体で、富裕な層が約7万人いることになります。また「医師が読む雑誌」では一般誌で唯一ランキングに入り、「グリーン車利用者の読む雑誌ランキング」でも一位で、**社会的地位の高いエグゼクティブ層にもリーチのできる質の高い読者が多くいます。**

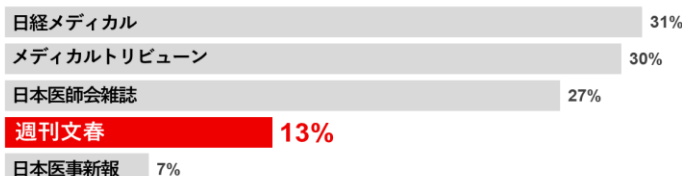
文春オンラインGoogleアナリティクス

「アフィニティカテゴリ」「購買意欲の高いセグメント」それぞれで、「**価値のあるものへの消費**」に興味が高く、**ファッションやギフト等の消費行動に積極的なユーザーが多いです。**エンターテインメント、カルチャー、旅、ファッション、ライフスタイルなど、OFFの情報への感度も高く、人生を楽しみたいと考えるアクティブなユーザーで、消費行動にも積極的です。

●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

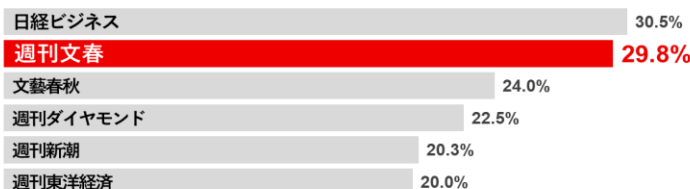
※ 出典：Doctor Media Research



●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



購買意欲の強いセグメント ユーザー全体の 35.90%

2.90%	Gifts & Occasions/Holiday Items & Decorations
2.84%	Education/Primary & Secondary Schools (K-12)
2.46%	Apparel & Accessories
2.36%	Financial Services/Investment Services
2.19%	Apparel & Accessories/Women's Apparel
1.96%	Gifts & Occasions/Gift Baskets
1.92%	Travel/Trips by Destination/Trips to Asia-Pacific/Trips to Japan
1.78%	Apparel & Accessories/Handbags
1.43%	Dating Services
1.42%	Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles (New)

他のメディアにはできないキャスティング力

『文藝春秋』や『週刊文春』は歴史も長く、これまで多くの著名人の取材実績があります。また、多くのベストセラー作家を輩出、名実ともにNO.1スポーツメディア『Number』も発行し、**作家やアスリートにも強いパイプがあります**。このリソースがあるからこそこれまでも**他社ではできない広告企画で多くの著名な方に出演頂いた実績があります**

◆著名人連載タイアップ



中村アン (女優)
ティファニー



奥田民生 (ミュージシャン)
ウブロ



檀れい (女優)
シャルマン



渡部篤郎 (俳優)
メンズビギ

◆作家執筆連載タイアップ 豪華作家陣ご本人たちによる原稿執筆のタイアップ

カルティエ



朝井リョウ

最果タビ

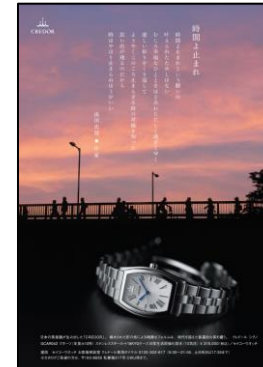
原田マハ



平野啓一郎

西加奈子

セイコー・クレドール



浅田次郎

S.T. デュポン



吉田修一

ファッション誌で活躍する豪華スタッフ陣

実績スタッフ陣

【編集・ライター】

<ファッション>

鷲尾顕司さん

山下英介さん

秦大輔さん

小曾根広光さん

遠藤彩乃さん

<時計>

渋谷康人さん

柴田充さん

数藤健さん

<美容>

斎藤薫さん

<眼鏡>

伊藤美玲さん

【カメラマン】

KEI OGATAさん

笹口悦民さん

Fumito Shibasakiさん

大原敏政さん

西原秀岳さん

新倉哲也さん

唐澤光也さん

渡辺修身さん

川田有二さん

【スタイリスト】

櫻井賢之さん

猿渡正樹さん

梶谷早織さん

武内雅英さん

四方章敬さん

土屋大樹さん

【著名人】

高橋克典さん

鈴木保奈美さん

大沢たかおさん

菜々緒さん

松本幸四郎さん

中村アンさん

浅田次郎さん

石田衣良さん

壇蜜さん

野村忠宏さん

葉加瀬太郎さん

松任谷正隆さん

他多数

広告事例 雑誌・オンライン

広告事例①：Cartier 作家起用「愛のメッセージ」企画



2021年12月23日売の年末特大号センター8Pでタイアップ実施

週刊文春を起点に、カルティエ様のクリスマスキャンペーンを共同で制作



朝井リョウ



最果タビ



原田マハ



平野啓一郎



西加奈子

5名の作家・詩人を当社でアサインし、クリスマスキャンペーンのメッセージカードおよびエッセイを制作



全てクライアント様の希望通り作家にご参加頂き、それぞれの個性あるエッセイがSNS等でも非常に話題となりました。

社名に「文藝」と付く
当社ならではの
作家起用の広告企画です



2021年12月に都内3か所で行われたイベントで、来場者全員に作家5名が考えた愛のメッセージカードをプレゼント

新聞広告にも月曜～金曜日の5日間作家のエッセイ付きの広告を掲載

広告事例②：HUBLOT 著名人起用・表2見開きタイアップ



2022年11月10日売
吉川晃司（ミュージシャン）



2023年9月28日売
中村倫也（俳優）



2022年5月19日売
井上尚弥（プロボクサー）



2023年8月31日売
大地真央（俳優）



2021年6月30日売
有田哲平（お笑い芸人）



2023年5月18日売
是枝裕和（映画監督）

弊社の媒体の強みは人選の幅広さです

俳優、女優、文化人、バラエティタレント、世界チャンピオン、ミュージシャン等

各ジャンルのトップクラスの方々にご出演頂き、

クライアント様からも週刊文春のバラエティに富んだキャスティング力を非常に評価して頂きました。

評価の高さから、2021年～2023年も継続実施して20回続く連載となりました。

※他の過去事例はこちらからご覧いただけます ⇒ <https://bunshun-jp.box.com/s/ewvoxj1r5yef0xrdfa7hok3gvjrj5xib3>

広告事例③：シャルマン 著名人起用タイアップ



2023年3月9日売
永山瑛太



2023年2月16日売
常盤貴子



2022年4月21日売
佐々木蔵之介



2022年4月14日売
檀れい



2021年11月25日売
板谷由夏



2021年11月18日売
大谷亮平

タイアップ実施後、
「週刊文春を見て」という方が直営店に何週にも渡り来店。
 さらに来店された方の中には
某企業の社長が「週刊文春」誌面を見て来店され、
 読者の量・質が他誌と比べ物にならないほど良く
 クライアント様の社内でも非常に評価頂いております。

※他の過去事例はこちらからご覧いただけます ⇒ <https://bunshun-jp.box.com/s/knhbj53dwzbjz1bf0m5ukxmgv7c47n4b>

広告事例：ラグジュアリーブランド

◆ブシュロン連載



2021年7月29日売vol.1

10月14日売vol.2

11月4日売vol.3

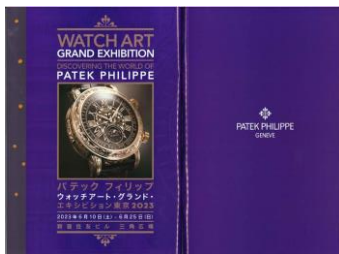
12月2日売vol.4

意外に思われることも多いですが週刊文春は読者の**4割は女性**です。そのためジュエリー等女性向けの商品もしっかり反響が出るので、ラグジュアリーブランドからの出稿も多いです。

◆パテック フィリップ

2022年12月28日売

表2見開き片観音



パテックフィリップ様からは**10年以上に渡り**継続して週刊文春に出稿頂いております。年末合併号では**片観音の広告が恒例**となっています。



◆GUCCI

2023年3月16日売



反響の良さから2022、2023年と2年連続でご出稿週刊文春に出稿した2022年は、2021年と比較して**数倍の売り上げ**を達成。**クライアント様からも「出稿した週刊文春そして文春オンライン（転載実施）のお陰です！！」**と感謝の言葉を頂きました。

広告事例：作家執筆×ブランド

商品も魅せる、モデルに着用させるタイアップとは一線を画す、当社の強みを生かした事例です。ブランドのストーリーや伝えたいコンセプトを、活字を生業としているプロに書いてもらうことで、目に留まりやすくじっくりと読んでもらい読者に強い印象を与えることができるタイアップとしてブランドからの支持も多く人気の企画です。また最近では、**オウンドメディアのコンテンツ拡充目的で、作家さんのメッセージを2次使用のニーズも多く好評です。**

◆カルティエ



朝井リョウ 最果タビ 原田マハ 平野啓一郎 西加奈子

◆ティファニー

◆S.T. デュポン

◆エルゴポック

◆クレドール

◆ete



村山由佳 石田衣良



川上弘美



北方謙三



唯川恵



高瀬隼子

広告事例

◆ブルックス ブラザーズ

表2見開き + 特表2 (3P タイアップ) + 文春オンライン転載

2022年6月2日売



2022年10月20日売



タイアップ掲載する度に、雑誌発売直後から「掲載されている商品がほしい」と電話問い合わせが殺到し、**実際男女ペアで店頭に掲載商品も目的で来店される方も多く、毎度大きな反響があります。**ブルックスブラザーズ様はコロナ禍にも関わらず、**2021年に出稿回数を増やして頂きました。**その理由はとにかく週刊文春の反響が凄いからです！

※ブルックスブラザーズの過去事例はこちらからご覧いただけます ⇒ <https://bunshun-jp.box.com/s/ccww92eeiiq86uityeqgu3z6as0pr1m4>

◆マッキントッシュロンドン

3回連載を2022年からスタート

2022年11月10日売、11月17日売、12月1日売
4C1Pタイアップ+文春オンライン転載

2023年10月19日売
4C1Pタイアップ



掲載後、
一日何件もの電話
問い合わせや、
**誌面を切り抜けて商品
購入しにきた方が多
く来店し具体的な反
響を実感頂き、1年
後も継続出稿が決定**



2023年11月16日売
4C1Pタイアップも
掲載予定

広告事例

◆パラブーツ

2021年12月2日売4C2Pタイアップ+文春オンライン転載



オンライン、雑誌と読者の**男女比がほぼ50:50**の媒体特性を生かして、男女両方に向けて商品を訴求。

◆ココマイスター

2023年10月26日売4C2Pタイアップ



2023年10月から**年4回のタイアップが決定**

◆ファルコネーリ

2023年4月20日売
4C1Pタイアップ

2023年6月1日売
4C1Pタイアップ



春の記事掲載後、
具体的な反響を
実感頂き、
秋はタイアップ
ページを増やして
出稿が決定

2023年10月19日売表2見開き + 特表2タイアップ



the Style (編集特集) 事例



2022年6月30日売「時計特集」
時計特集は実施する毎に、多くのブランド様から週刊文春を見て、来店される読者がいるという評価を頂いています



2022年10月13日売「靴&鞆特集」
発売直後から掲載されている靴を買いたいという問い合わせが多数ありました



2022年4月14日売「ギフト特集」
男性読者6割、女性読者4割と男女両方から愛読されている週刊文春だからこそ、ギフト特集は非常に人気の高い特集です



2022年3月17日売「ゴルフ特集」
マクロミルの調査で週刊文春の読者の約50%がゴルフを趣味にしていることがわかりました。ゴルフも反響の良い特集です。

特集予定と広告料金

【週刊文春the Style 2024年特集予定】

発売日	テーマ	タイアップ 締切	純広 締切
2月29日	ビジネスファッション特集	1月10日	2月1日
3月14日	財布特集	1月17日	2月15日
4月18日	母の日特集	2月19日	3月21日
5月30日	父の日特集	3月29日	4月26日
6月27日	時計特集	4月24日	5月30日
7月18日	眼鏡・サングラス特集	5月17日	6月20日
9月19日	スーツ特集	7月19日	8月29日
10月24日	アウター特集	8月26日	9月26日
11月14日	時計特集	9月13日	10月17日
11月28日	ギフト特集	9月27日	10月31日

週刊文春

【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

- ◆オリジナルタイアップ **G200万円** (25,000PV保証/制作費込)
※著名人起用の場合、別途出演費が発生致します
- ◆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)

【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G530万円のところ)

※特集は予告なく変更になる可能性がございます。予めご了承ください。

〈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
Tel: 090-2528-0167 E-mail: a-majina@bunshun.co.jp
文藝春秋メディア事業局HP <https://admap.bunshun.co.jp/>