

文春オンライン

メディアガイド (2024年7月~9月)



<https://bunshun.jp>

世の中の「ほんとう」がわかる。月間平均4億PV 国内雑誌系No.1サイト



3つの特長

1.高PV、高UU。圧倒的な読者数

月間ページビューは平均4億（※）「文春オンライン」でしか読めない充実のコンテンツが満載で、老若男女幅広く、圧倒的な読者数を抱えたウェブメディアです。

（※自サイト内。Google Analytics2023年10月～2023年12月実績）

2.「ビジネスからエンタメまで」バラエティ豊かな記事

政界・経済界を揺るがす大スクープ。芸能人・インフルエンサーへの深掘りインタビュー。意外と知らない洗濯のコツ…きっと読みたい記事が見つかります。

3.SNSでトレンドを席卷

「#文春オンライン」はトレンドタイムラインの常連ハッシュタグ。ネット上にうねりを起こす、ニュース性、話題性にあふれています。

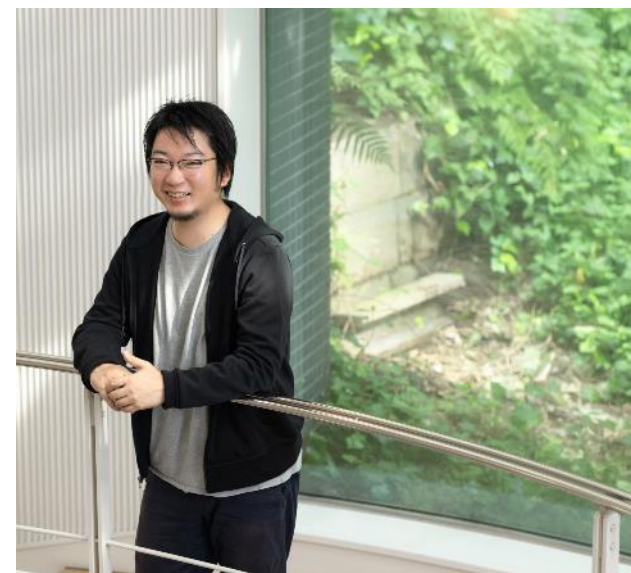
「間口」は広く、「中身」は深く。

それが文春オンラインの記事づくりの基本です。

2017年に誕生した文春オンラインは「世の中の『ほんとう』がわかります」をコンセプトに掲げています。

インターネットはフラットな空間です。数多くあるコンテンツの中から読者に興味を持ってもらえるよう、まずはキャッチーな入り口を意識しています。一方では、読んだ後の「発見」と「納得」を提供するため、文春オンラインならではの斬新で丁寧な記事づくりを心がけています。

世の中を騒がせるスクープに加えて、将棋や声優などエンタメ分野の“推し”を深掘りするインタビュー、あるいは美容や家電などのオトクな実用記事まで。それが読者の知りたい「ほんとう」を届けるための編集方針になっています。



文春オンライン編集長

池澤 龍太 (Ikezawa Ryuta)

1982年生まれ。2006年、文藝春秋入社。

『週刊文春』編集部、『文藝春秋』編集部を経て、2017年から『文春オンライン』編集部配属。事件、政治といったテーマから、地方の探索ルポ、将棋、コミックまで幅広い記事を手掛ける。

2023年7月より『文春オンライン』編集長に就任。

SmartNews Awards 2019グランプリ、2021グランプリ、2023読者投票賞を受賞

スマートニュースが良質なコンテンツとその担い手となるメディアを表彰するSmartNews Awardsにて2019年、2021年の2度のグランプリと、2023年の読者投票賞を獲得しています。



2023授賞理由

今やWEBマガジン界のフロントランナーとして押しも押されぬブランドであり、SmartNewsアプリでの人気も盤石を誇る文春オンライン。2023年は、ジャニーズ性加害事件についていち早い関係者取材を行い、社会に問題提起をしたことが大きな反響を呼んだ。週刊文春電子版にて、読者の期待に応える取材を続けるため導入した「寄付プラン」の取り組みもユニークなことから今回の受賞に至る。



2021授賞理由

スクープを連発する取材力と独自性の高さは、2021年も健在。加えて、東京オリンピック・パラリンピックをはじめとした特定トピックの継続報道にも注力し、ユーザーの関心に応え続けた。読み物や、釣り・将棋などの趣味系コンテンツも強化。3月には、雑誌発売日の1日前に読める有料サービス「週刊文春 電子版」をリリースし、ビジネス面でも積極的な姿勢を見せている。



2019授賞理由

雑誌の持つブランドイメージを活かしつつも、巧みなデジタル戦略により「文春オンライン」としての新たなブランドを確立した。SmartNews上でも圧倒的な成長を見せ、チャンネルプラスを通じて多数のファンを新たに獲得。スクープにとどまらず、幅広い話題でユーザーのニーズに応える記事を発信し、伝統的印刷メディアのデジタル展開における新たな可能性を示す象徴的存在となった。

- 自社PV
- 自社UU
- 外部含むPV
- X

4億2556万8136 PV/月

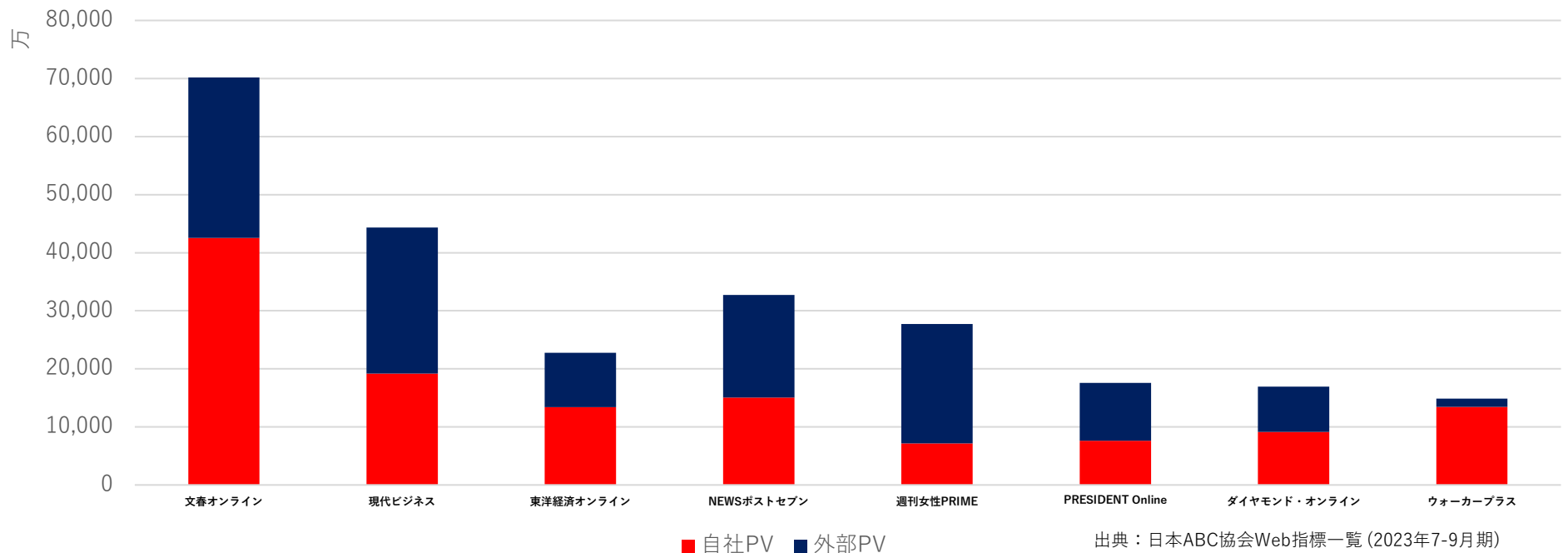
3602万4327 UU/月

7億0155万9303 PV/月

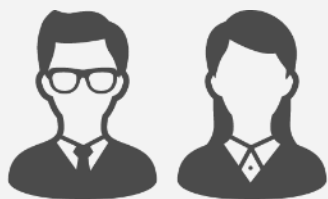
705,647 フォロワー

※2024年5月20日時点

圧倒的No.1のPVを誇る出版社系ウェブメディアです



出典：日本ABC協会Web指標一覧 (2023年7-9月期)



女性が約半数

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



充実したオフタイム

お酒を飲む読者は63%と非常に高く、ビール/酎ハイを好む



SNSとも好相性

SNS閲覧者97%、投稿者86%と拡散力の高いユーザー多数



ファミリー層も多数

家族、育児、住宅の売買などファミリー・教育関連テーマに関心が高い

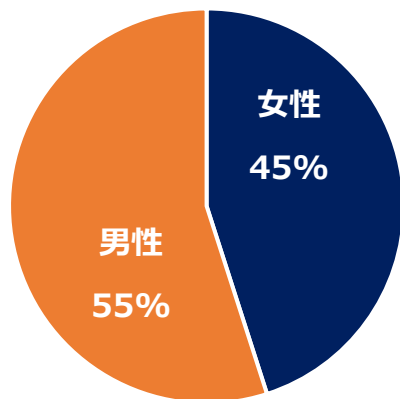


投資への強い関心

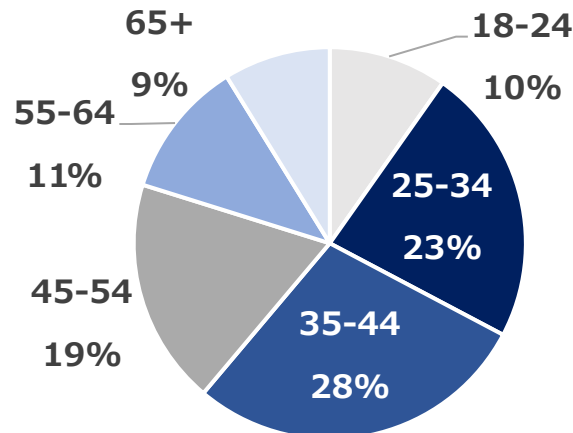
貯金だけではなく、株式や投資信託に関心が向いている

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3700万を超えており、多くの人にリーチできるメディアです。

男女比

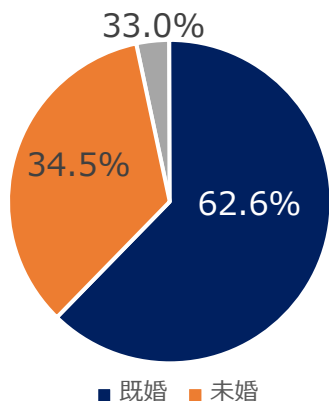


年齢層

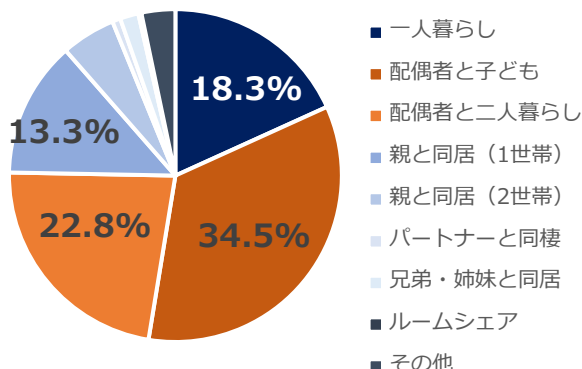


出典：GoogleAnalytics 2022年9月～2022年11月

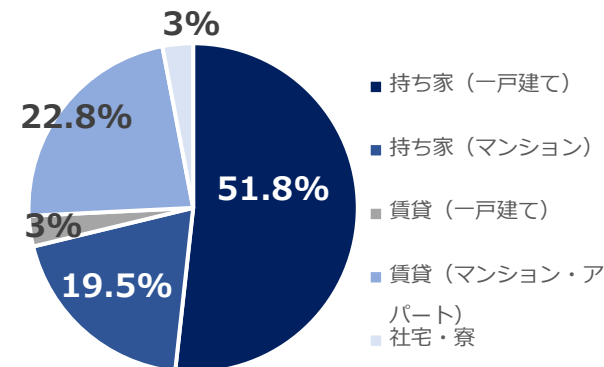
未既婚



家族構成

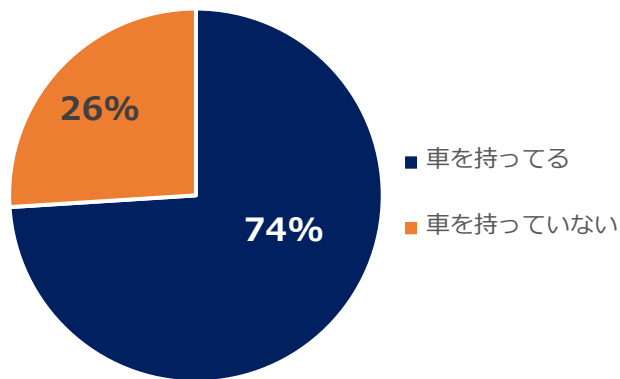


居住形態

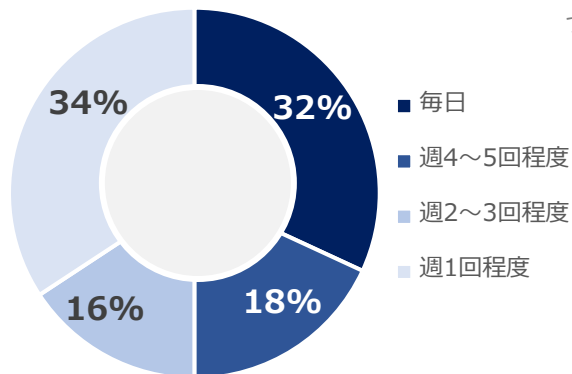


自動車保有者やお酒を飲む方が多く、生活習慣や食生活など健康を気にする方が多いです。
NISAや投資信託、株式投資などに興味があります。

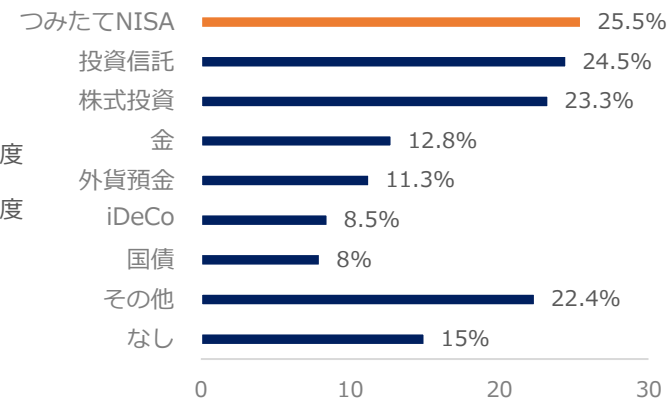
車の保有



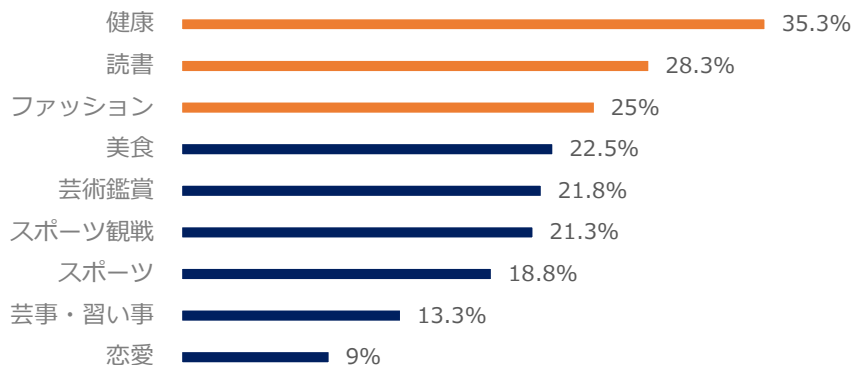
お酒を飲む頻度



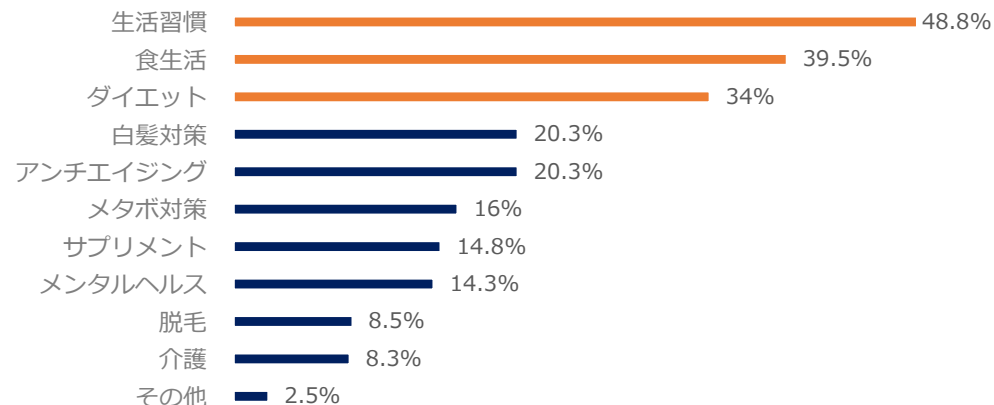
関心がある投資



とくに興味があるテーマ

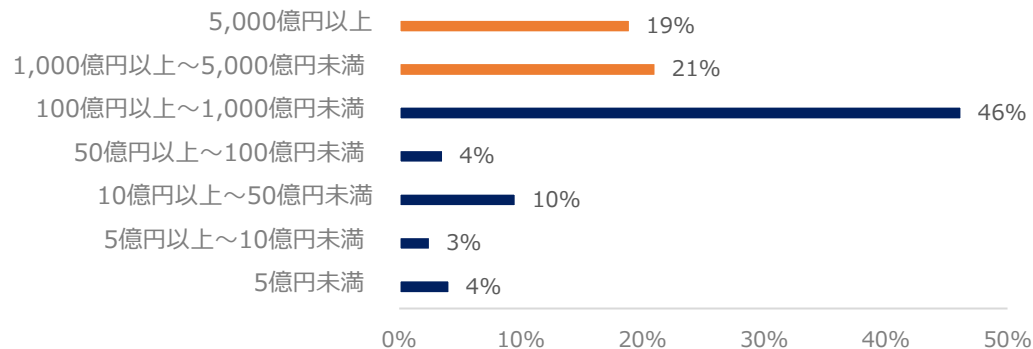


関心がある医療・ヘルスのテーマ

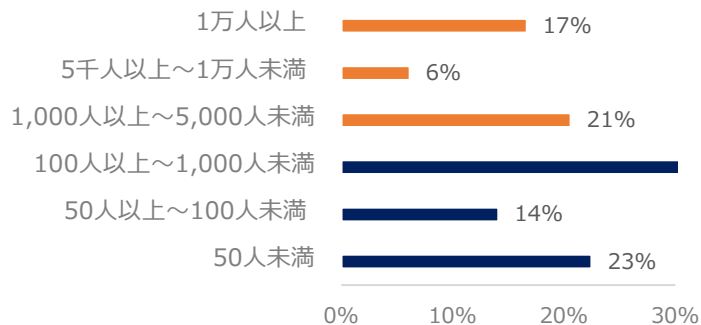


会社の売上規模1,000億円以上、従業員数1,000人以上の企業に勤める方もそれぞれ約半数おり、**大手企業**や**プライム市場（東証一部）上場企業**が多い点が特徴です。

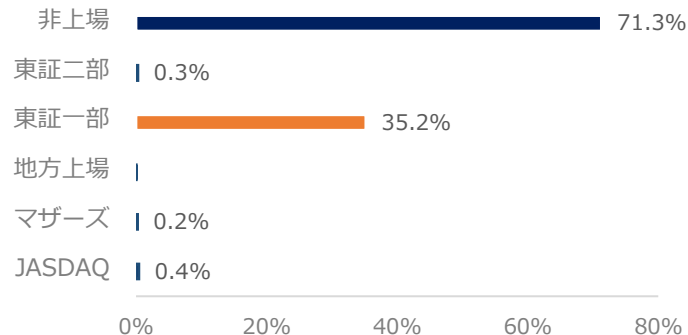
売上規模



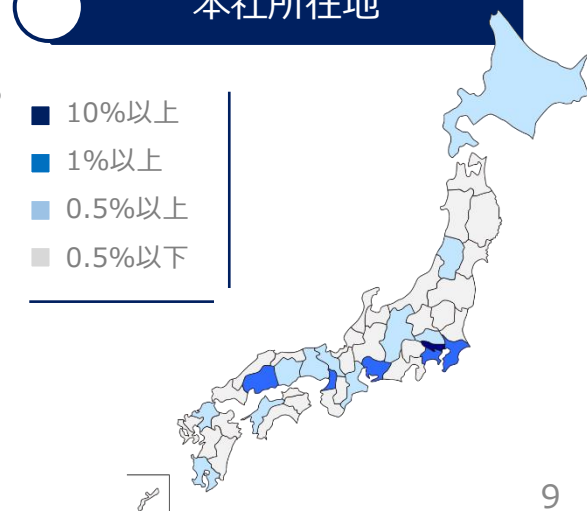
従業員数



上場区分




本社所在地



【文春オンライン】コンテンツ（通常記事）

世の中を騒がせるスクープからヘルス・メンズコスメまで——文春オンラインが取り扱うテーマは他のニュースサイトと比べても幅広くハイクオリティ。いわゆる「こたつ記事」のような記事はひとつもありません。すべてのコンテンツが丹念な取材を重ねたものであり、文春ならではの個性と才能にあふれる書き手によるものです。

ライフスタイル/健康



©平松市聖 / 文藝春秋

#1 #2

《男性更年期障害を告白》ヒロミ (57) が語る令和のオジサン“生きづらさ”「昭和世代の僕らは休み方がわからない」「体調が悪いと言えない」

ヒロミさんインタビュー **120万PV超え**

マネー



©iStock.com

#1 #2

年収750万のサラリーマンが「6億円」当選...スポーツくじBIGで億万長者になった男が語る「人生の大変化」

高額当選者・ファイターズファンさんインタビュー #1

小泉 なつみ 2023/10/07

美容



©AFLO

カット料金が3000円の店と、6000円の店...美容師が教える、2倍近い料金差の「正体」

操作イトワ 2023/03/04

430万PV超え

社会



写真=本人提供

#1 #2

「56歳と45歳の夫婦では、学資保険に入れなかった」2歳児を育てる“高齢パパ” (59) が明かす、シニア育児のリアルな金銭事情

中本裕己さんインタビュー #2

平田 裕介 2023/03/26

アパレル



©iStock.com

ユニクロなら1000円台でも良質だが...売れている1万円超の白無地Tシャツには“相応の価値”があるのか？

押永 良太 2023/07/04

外食/グルメ



©山元茂利 / 文藝春秋

びっくりドンキー最安値の「330円モーニング」に“大満足の朝”

990円「スペシャルブラックファスト」も！—くじらない方のグルメ>

小宮山 雄飛 2024/02/06

旅/車



写真=「軽バン生活」あかねさん提供

#1 #2

38万円で買った軽自動車をキャンピングカー仕様に“魔改造”...銀行を辞めて車中泊生活を続ける29歳女性が語った“周囲からの反応”

「軽バン生活」あかねさんインタビュー #1

890万PV超え

ランキング企画



©AFLO / ©文藝春秋

#1 #2

《好きな外食チェーン・ベスト15発表》サイゼリヤ、吉野家、スシロー、ガストも及ばず！堂々1位はやっぱり王道のビッグチェーン！

文春 Online 「文春オンライン」特集組 **270万PV超え**

【文春オンライン】特集企画

2023年にスタートした人気の「高くても買いたい」特集の他、SDGsに取り組む企業様向けの特集や地方自治体様向けの特集をご用意。1社専用特集の立ち上げもご相談可能です。

高くても買いたい



“高くても買いたい”ガジェット・家電・アパレル・趣味グッズなどをご紹介。製品愛用者やマニアが語ることで、「思わず読みたくなる」記事に。

#ガジェット・ファッション関連ブランド様向け

週刊文春CINEMA



邦画・洋画を問わず、旬な映画コンテンツを展開。作品そのものから、演者や監督まで取り上げる。映画から広がる世界の先へ！

ホネのSDGs



丹念な取材や一級の専門家、文春オンラインが発掘した新進気鋭の書き手によるコンテンツを厳選して配信。きれいごとで終わらない本音のSDGsに、文春オンラインが迫ります。

#SDGs取り組み企業様向け

the style



～ファッションはスcoopだ！～
30～60代男女に向け、ファッション関連のコンテンツを展開。特に、世帯年収の高いカップルや夫婦での着用を提案しています。

#ファッションブランド様向け

移動編集部



文春オンライン編集部が、ライター・カメラマンと一緒に地方に滞在。観光ガイドではわからない、地方の面白ネタ、気になる事件、魅力的な人を紹介していきます。

#地方自治体・旅行会社様向け

タイヤアップ広告

1



月間4億PVのサイトパワーで、すごく読まれます

月間ページビューは約4億。
外部誘導のご予算がなくても、安定した閲覧数が見込めます。

企画提案の幅広さに自信あり！

金融機関のまじめなPRから、バズを狙ったクリエイティブな記事まで。
ご希望に応じて幅広い企画をご提案します。



2

3



「文春でしかできない！」
著名人・インフルエンサーのブッキング力

人気タレント・大御所俳優・漫画家・作家・知識人など、総合出版社ならではのブッキング力・取材ノウハウで多くの起用実績があります。

【文春オンライン】タイアップ広告の切り口パターン

「徹底的に取材を行う」「世の中のほんとうを明らかにする」文春だからこそ効果を発揮する切り口パターン例。

突撃・潜入取材

PR



「育毛剤でフサフサになった人なんていませんよね？」スカルプDでおなじみのアンファーに禁断の質問をぶつけてみた

告発風記事

PR



創業76年の老舗菓子メーカー・おやつカンパニー社員がエスカレートする“異色コラボ”に決意の告白「ベビースターのビール、スニーカー、ついには香水まで…」

8月2日は「ベビースターの日」

スクープ・真相追及

PR



【衝撃スクープ】森永乳業のアイスクリーム「ピノ」に激震！人気の“アーモンド味”がついに単独発売

※実施には、審査が発生いたします

専門家・愛好家起用

PR



「ポータブル電源はかなりの不便をカバーできる」防災アドバイザーが語る「令和の防災」7種の神器

防災コンサルタント 永田宏和さんインタビュー (PR)

体験企画

PR



「突然画面にグルグルマーク」「繋がりにくい場所を求めてウロウロ」…お値段“25万円超え”のWi-Fi機器を試して分かった、Wi-Fi“あるある”の“本当の原因”

漫画家・著名人起用

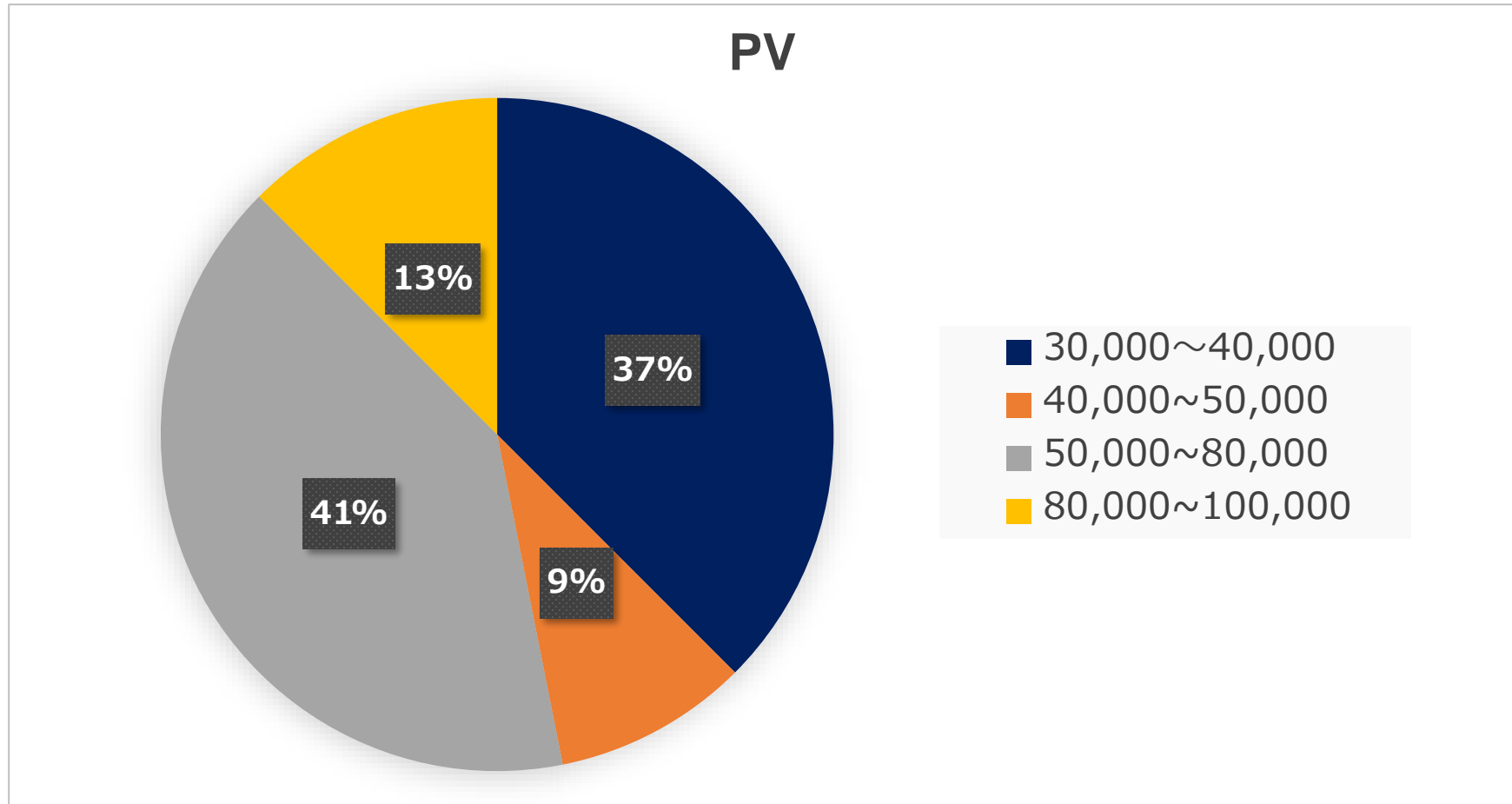
PR



「最近、我が家にはゴリラがいる」…日々の疲れを癒やしてくれる“ゴリラ”がパワフルで頼もしすぎた

【文春オンライン】タイアップ広告の実績

2023年度タイアップ記事実績について、4週間（最低保証2万5千PV）の掲載期間で半分以上が5万PV以上を獲得。



【文春オンライン】タイアップ広告①オリジナルタイアップ（スタンダード/プレミアム）

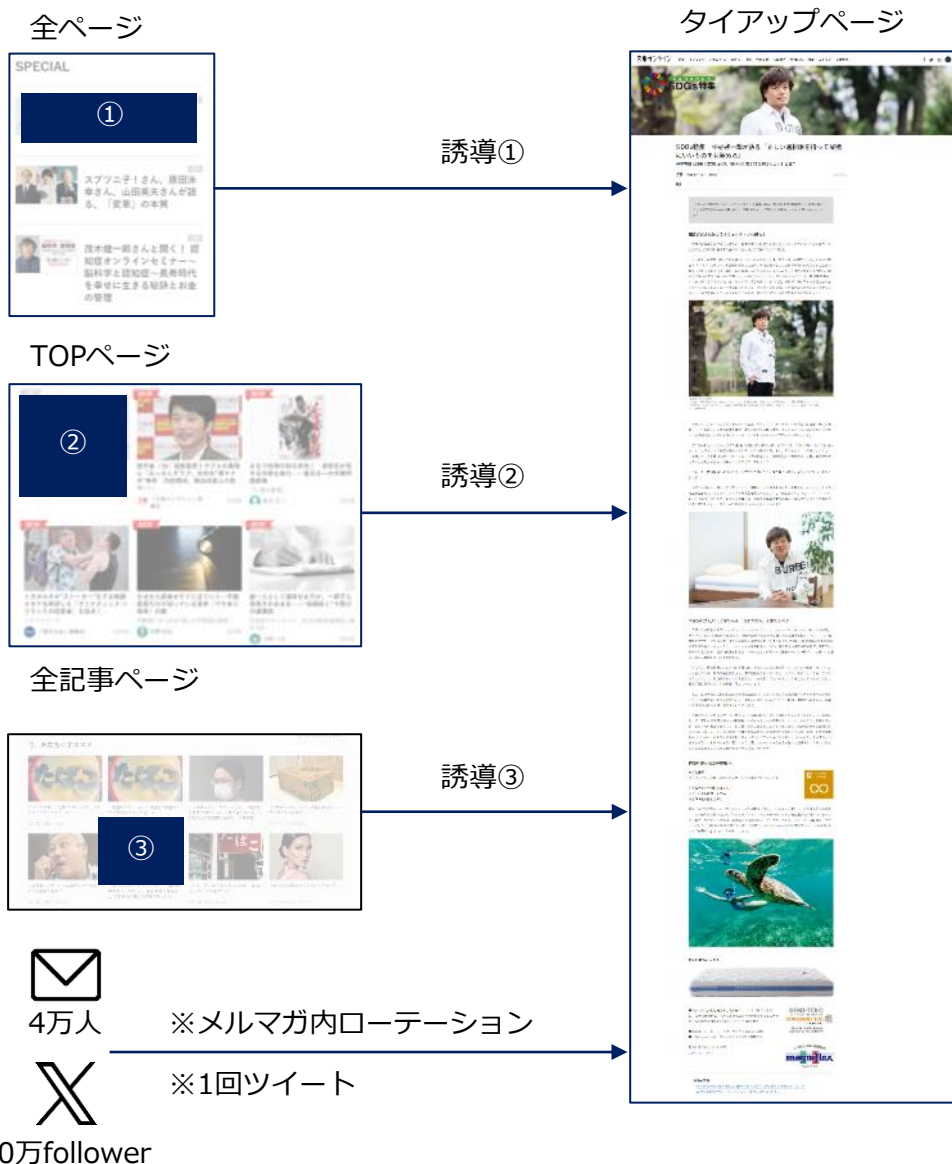
圧倒的なPV数/UU数を誇る文春オンラインの記事本文直下の関連記事枠から強力誘導するプラン。過去に10万~40万PVの獲得実績複数あり。1回の出稿でサービス認知~理解・興味喚起を促進させます。



メニュー名	スタンダードタイアップ	プレミアムタイアップ
料金	2,000,000円 (グロス)	3,000,000円 (グロス)
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「SPECIAL」枠（常時表示） ②トップページ コンテンツエリア内（2枠ローテーション） ③関連記事欄（2~3枠ローテーション） ※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、短期間で保証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。別途かかります。 ※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。	

【文春オンライン】タイアップ広告②ライトタイアップ

圧倒的なPV数/UU数を誇る文春オンラインに低予算でスピーディーに出稿可能なプラン。タイアップ記事は半永久的にアーカイブとして残ります。



メニュー名	ライトタイアップ
料金	1,000,000円 (gross)
PV	10,000PV 【保証】
掲載期間	2週間 【想定】
誘導枠掲載期間	①「SPECIAL」枠 (画像+テキスト) ②TOP画面コンテンツエリア内 (2枠ローテーション) ③関連記事 誘導枠B
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	<p>※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。</p> <p>※クライアント様からの画像・素材提供必須/撮影無し/イベント取材可、クライアント様側の人物取材可 (※拘束時間、場所等により別途見積もり)</p> <p>※掲載基準に基づいた事前審査が必要となります。</p> <p>※CMSテンプレートでの制作となります。</p> <p>※平日 (任意) 11:00~掲載開始となります。</p> <p>※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。別途かかります。</p> <p>※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。</p>

【文春オンライン】タイアップ広告③タイアップ特集

商品・サービスと親和性の高い特集テーマを設定し、タイアップ記事を中心に特集を構成していきます。多様な切り口で客観的な記事と、訴求ポイントを絞ったタイアップ記事を同時に展開することで、読者の理解促進をさらに深めます。

サイト内バナー



タイアップ特集トップ



タイアップページ



* オリジナルタイアップと同様の誘導もかかります。

bunshun.jp/feature/sdgs
SDGs特集

メニュー名	タイアップ特集
料金	都度御見積 5,000,000円～(グロス)
構成内容	記事4本～、タイアップ記事1本～ ※特集内容・ご予算により要相談
PV	25,000PV 【保証】 *タイアップ記事
掲載期間	4週間想定 *タイアップ記事
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)
誘導枠	<p>タイアップ記事への誘導</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. オリジナルタイアップと同様 2. タイアップ特集ページ内 <p>特集トップページへの誘導</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. サイトトップページ内のバナー
レポート	オリジナルタイアップと同様
備考	<p>※ タイアップ以外の記事の内容については弊社一任となります。</p> <p>※ CMSテンプレートでの制作となります。</p> <p>※ 平日(任意)11:00～掲載開始となります。</p> <p>※ 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。別途かかります。</p> <p>※ 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。</p>

【文春オンライン】タイアップ広告④誌面転載

記事転載の広告メニューです。雑誌に掲載された原稿を活用し、文春オンラインのタイアップ記事を制作・掲載をします。50代～70代が中心となる雑誌に加え、30代～50代が中心となる読者にも、文春オンラインで広く効率的にリーチできます。

雑誌誌面



誌面原稿を
リレイアウト

タイアップページ



メニュー名	誌面転載
料金	1,000,000円 (グロス)
PV	10,000PV 【保証】
掲載期間	2週間想定
アーカイブ	6カ月 ※
誘導枠	オリジナルタイアップと同様 ※タイアップ広告①参照
レポート	オリジナルタイアップと同様
備考	<ul style="list-style-type: none"> ※ 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。 ※ 誌面転載メニューは保証PV到達次第、誘導枠から外します。 ※ 転載時は誌面と異なるWEB用のタイトルを設定いたします。 ※ PV数の進捗によっては、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。 ※ 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。

【文春オンライン】 サイト内コンテキストターゲティングブーストプラン

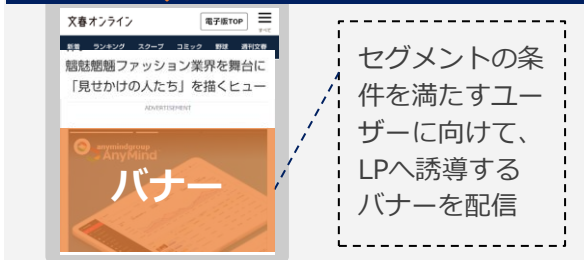
IAS (Integral Ad Science) データを活用し、タイアップ記事と親和性の高い通常記事内でタイアップ広告への誘導バナー（ネイティブ・動画も相談可）を配信するプラン

セグメント特定



ショッピング
ファッション
家電

誘導バナー配信



セグメントの条件を満たすユーザーに向けて、LPへ誘導するバナーを配信

記事広告へ誘導



I like it!

セグメント一例

- #小売 - ファッション
- #小売 - スーパーマーケット & 百貨店
- #小売 - オフィス家具
- #医薬 - 頭痛と片頭痛
- #飲食料品 - ビスケット & シリアル
- #カーマニア
- #自動車の所有
- #自動車 - 中古車
- #ファイナンス - 銀行口座
- #社会 - 家庭づくり
- #フィットネス愛好家
- #ソフトウェア & ITプロフェッショナル
- #音楽ファン
- #エンターテインメント-スポーツイベント
- #妊婦
- #ベビーケア - ベビーフード
- #クリスマス

ソーシャルディスプレイ広告

料金

100万円~

保証
imp

100万imp

備考

- ・ 料金は税別表示
- ・ 配信期間の期限はございません
- ・ 複数セグメントのカスタマイズはご相談ください
- ・ 動画配信もご相談可能
- ・ バナー広告素材の制作費別途
- ※タイアップ素材を利用する場合、二次利用期間であれば追加費用ナシ

【文春オンライン】タイアップ広告オプション表

	メニュー	価格（ネット）	概要・備考
タイアップ広告 オプション	スタジオ撮影・レンタル代	100,000円～	
	専門家起用	50,000円～/1人	
	著名人・インフルエンサー起用	300,000円～/1人	
	イラスト・漫画制作	500,000円～/4P	
	動画制作	750,000円～	1分～3分の尺を想定
	特急料金	50,000～100,000円	営業日の短縮度合いによって変動。
	タグ設定費	100,000円/3本	リターゲットイングやその他計測タグ等。 タイアップ広告ページにタグを埋め込みます。 原則記事誘導期間が終了したらタグは削除します。 外部ブーストなどを実施する場合は応相談。
	メルマガ会員アンケート	100,000円～/5問～	文春オンラインメルマガ会員約4万人（2023年2/23現在）に対しアンケートリサーチを実施。 リサーチ結果を切り口にタイアップ広告の実施やマーケティングとして活用可能。
	タイアップ閲覧者アンケート	50,000円～/5問	5問設問可能です。 タイアップ広告記事下に埋め込み型アンケートを実施し、 購入意向やブランド好意度等を調査。
ブランドリフト調査	50,000円～/5問	属性情報以外に4問設問可能です。	
タイアップ広告 2次利用	クライアント様サイトやSNSからのリンク	無料	リンク先URLとタイアップ広告のタイトルの掲載。 「掲載されました」等の文言は要相談。
	外部メディアブーストのLP利用	2か月：200,000円～/回 1年：600,000円～/回	クライアント様側が運用するSNSやGoogle等の広告のLPとして活用する場合 ※著名人起用の場合は要相談
	オンライン	1年：400,000円～/回 半永久：1,000,000円～/回	タイアップ広告の画像・原稿を、クライアントのオウンドメディアやHPのコンテンツとして二次利用。 ※著名人を起用した場合はその契約条件が優先
	オフライン	1年：400,000円～/回 半永久：1,000,000円～/回	販促物・パンフレット等に二次利用。 ※著名人を起用した場合はその契約条件が優先

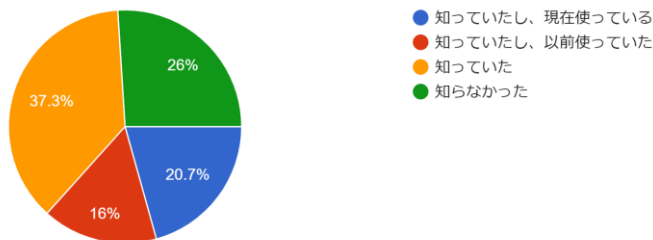
【文春オンライン】タイアップ広告オプション（アンケート調査詳細）

タイアップ閲覧者アンケート

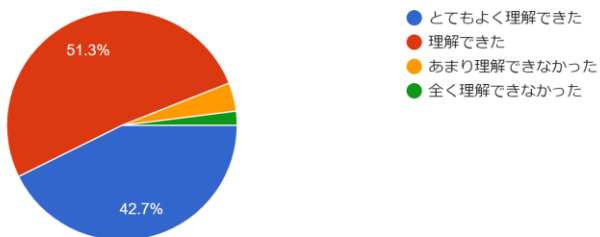
5問迄設問設置可能。記事を読んだユーザーに対して、認知度調査／理解・好意度調査／利用意向度などの調査が可能です。

※以下イメージです。

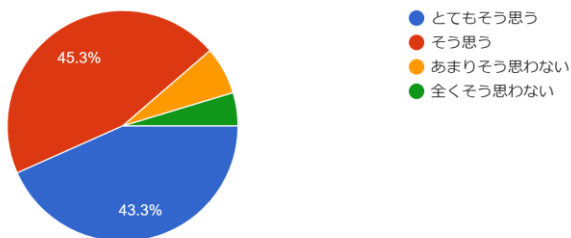
記事を読む前から **A商品** を知っていましたか？
300件の回答



記事を読んで、 **A商品** の特徴を理解できましたか？
300件の回答



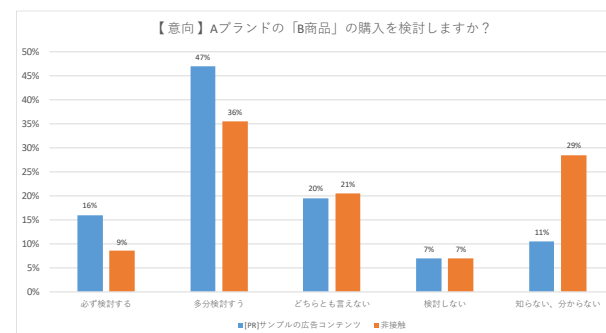
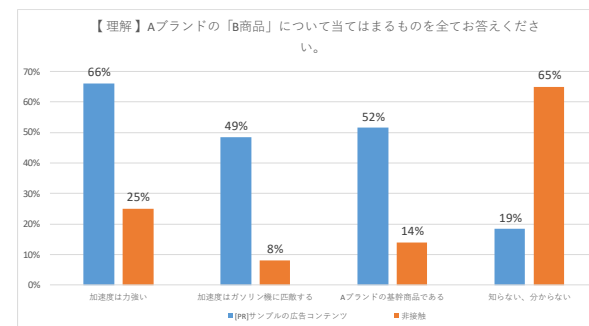
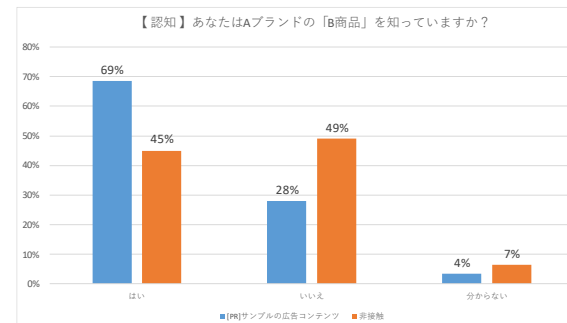
記事を読んで、 **A商品** を使ってみたいと思いましたか？
300件の回答



ブランドリフト調査

属性情報以外に4問迄設問可能。強制接触により、記事の接触者と非接触者へのアンケートを実施し、「認知」「理解」「好意度」「利用意向」が向上したかを可視化いたします。



※以下イメージです。





【文春オンライン】タイアップ広告オプション（外部誘導メニュー）

目的に応じて、適切な媒体で広告配信をおこない、記事に誘導いたします。


①効率的に記事誘導し、PVを増やす

メニュー	名称	アクティブユーザーなど	ボリューム層	推定クリック単価	広告配信開始スケジュール	最低出稿金額 (グロス)
	SmartNews	2,000万人	40代以上	100円~150円	9営業日後	¥1,300,000
	dメニューTOP	1,000万人 ※1週間ユニークリーチ数	40代以上	100円~150円	9営業日後	¥800,000

②SNS露出により、オーガニック投稿のエンゲージメントを獲得する/ニッチなターゲットにアプローチする

メニュー	名称	アクティブユーザーなど	ボリューム層	推定クリック単価	広告配信開始スケジュール	最低出稿金額 (グロス)
	X	4,500万人	20~40代 (平均年齢は35歳)	150円~200円	5営業日後	¥1,100,000
	Facebook Instagram	Facebook : 2,600万人 Instagram : 3,300万アカウント	20代後半~40代 (Facebookは 40代以上も多い)	150円~200円	5営業日後	¥800,000

③バナーで広く訴求をおこない、記事への興味関心を獲得する

メニュー	名称	アクティブユーザーなど	ボリューム層	推定クリック単価	広告配信開始スケジュール	最低出稿金額 (グロス)
	GDN/YDA	Googleディスプレイネットワーク Yahoo! 広告 ディスプレイ 広告	-	150~200円	5営業日後	¥800,000

※他ご希望の媒体・サービスなどあればご相談ください。 ※料金はグロス金額です。

※Xにて文春オンラインアカウントを第三者配信で使用する場合、**アカウント利用費としてグロス50万円**申し受けます。

※弊社過去実績などをもとに記載しておりますので、実際の配信とは結果が異なる場合がございます。

※媒体ごとに審査基準は異なり、商材等によって審査落ちが発生し配信できない可能性もございます。

※SmartNewsについては、タイアップ記事広告の場合、以下要件を満たしていることが出稿の条件となります。

①PR表記とエンドクライアントの名前がセットでわかりやすく1stviewにあること。②文藝春秋の会社概要とプライバシーポリシーへのリンクがページ内に配置があること。③SmartNews内のバナー下広告主表記名はエンドクライアントであること。

文春オンライン

電子版TOP

新着 ランキング スクープ コミック 週刊文春 文藝春秋

創業76年の老舗菓子メーカー・おやつカンパニー社員がエスカレートする“異色コラボ”に決意の告白「ベビースターのビール、スニーカー、ついには香水まで...」

8月2日は「ベビースターの日」

文春 「文春オンライン」編集部 2023/08/03

PR 提供：おやつカンパニー

シェア ツイート 送る

「始めは外食チェーンさんやアニメなど一般的なコラボばかりだったんです。それが、まさかこんなことになるなんて.....」

決意の表情で取材に応じたTさん



ベビースターのキャラクター「ホシオくん」もTさんの告白を見守る

おやつカンパニーからの回答は.....

Tさんの切実な告白を、会社はどう受け止めるのか。おやつカンパニーにコラボ施策に関する質問状を送ったところ、書面で以下のように返答があった。

「弊社では『驚きとワクワクを持ったブランドであり続けたい』という理念のもと、近年では『意外性』にフォーカスして業種を超えたコラボを推進しています。今夏に江ノ島電鉄さんでのイベントや

「ベビースターの日」に合わせた認知施策。マーケティング担当者の苦悩を「告発風記事」として掲載

「ベビースターの日」に向けて、異業種コラボ実現のため奔走するマーケティング担当者の苦悩を「告発風」に記事化。歴代のコラボ企画に加えて、文春オンラインの編集記事を真似た報道風のトンマナで、企業としての声明を発表し、『驚きとワクワクを持ったブランドであり続けたい』という理念も届けました。



<https://bunshun.jp/articles/-/64501>

【文春オンライン】タイアップ広告事例ドウシシャ様「ゴリラのひとつかみ」

文春オンライン 電子版TOP

新着 ランキング スcoop コミック 週刊文春 文藝春秋

「最近、我が家にはゴリラがいる」...日々の疲れを癒やしてくれる“ゴリラ”がパワフルで頼もしすぎた

ツボウチさん 2024/04/19

PR 提供：株式会社ドウシシャ

f X B! LINE

夫と子ども2人と家族の日常を描き、シュールなのにほのぼのするエッセイ漫画で人気を集めるツボウチさん。家事に育児に日々奮闘するツボウチさんのもとに現れた“ゴリラ”の正体とは.....?



文春 オンライン @bunshun_online

文春オンラインxドウシシャ Xで話題沸騰! #ゴリラのひとつかみが当たる!

応募方法は
1. @bunshun_online をフォロー
2. この投稿をリポストするだけ!
抽選で5名に#プレゼント🎁👉👈は5/3(金)23:59 記事感想付き引用RTで確定UP👍

記事はこちら⇒bunshun.jp/articles/-/69312
応募要項はツリーに↓
#bunshun_prize

文春オンライン×DOUSHISHA
フォロー&リポストキャンペーン
ふくはらぎケアグッズ「ゴリラのひとつかみ」5名様にプレゼント

10:44 AM · Apr 19, 2024 · 242K Views



タイアップまんがでわかりやすく「ふくはらぎケアグッズ」をPR

シュールなほのぼのエッセイ漫画で人気を集めるツボウチさんを起用し、ふくはらぎケアグッズ「ゴリラのひとつかみ」の使用方法やユーザーベネフィットをわかりやすく訴求。
Xでのプレゼントキャンペーンを実施し3,600以上リポストされました。



<https://bunshun.jp/articles/-/69312>



文春オンライン 電子版TOP

新着 ランキング スcoop コミック 野球 週刊文春

「ポータブル電源はかなりの不便をカバーできる」防災アドバイザーが語る「令和の防災」7種の神器

防災コンサルタント 永田宏和さんインタビュー (PR)

相澤 洋美 2023/06/2

PR 提供: Jackery Japan

シェア ツイート 送る

記録的な豪雨に頻発する地震……。近年の度重なる自然災害で、防災環境や人々の意識は大きく変わっている。様々な企業や自治体のコンサルティングを務める防災プロデューサーの永田宏和さんに、最新の防災事情を聞いた。



NPO法人プラス・アーツ 理事長 永田宏和さん

世界有数の災害大国といわれる日本。「防災の日」と制定された9月1日前後には、毎年どこかで防災関連のイベントが行われ、スーパーに防災グッズ売り場が設置されるなど、もしもの備えを啓発している。

しかし、近年はこうした「防災は万一の備え」という意識が大きく変わってきている。

防災グッズ「懐中電灯」がNGな理由

子どもから大人まで、楽しく学ぶ防災情報を発信しているNPO法人プラス・アーツの永田宏和さん

CTR22%を達成！ 「令和の防災」7種の神器を専門家が解説

防災の日に向けて、専門家の永田宏和氏を起用し、最新の防災アイテム事情についてインタビューを実施。

Google discoverやGoogleニュースに取り上げられ、20万円台の商品が複数購入されました。



<https://bunshun.jp/articles/-/62342>



文春オンライン 電子版TOP メニュー

新着 ランキング スcoop コミック 週刊文春 文藝春秋

長袖Tシャツとパンツで“3.5万円超え”の実力は本物か？ 「着て休むだけで疲労回復」を謳う“リカバリーウェア”が飛ぶように売れるワケ

押条 良太 2023/12/8

PR 提供：株式会社ベネクス

シェア ツイート 送る

私の朝は早い。夜明け前に目が覚めると、スマホの波情報アプリで波があるかどうかをチェックする。波があればサーフィンへ出かけ、無ければ海岸沿いを約7km走り、公園でストレッチ。そして8時過ぎに仕事を始める。

第三者機関によるエビデンスも

「では、ベネクスのリカバリーウェアの効果を実感していただくために、新商品の「ベネクス・スタンダードドライ+」を用いて、ひとつデモンストレーションをやってみましょう」（中村さん）

まず、通常の服を着た状態で、真っすぐ立って両腕を広げる。後ろに立った人が両腕を掴んで背中側に反らせる。次にベネクスを着て30秒ほど待つ。その後、同じように両腕を反らせると、多くの人がさっきより両腕が後ろに反るのだという。私もやってみたが、たしかに肩の周辺の筋肉がゆるんで、両腕が反りやすくなるのを実感できた。



デモンストレーションの様子。普段着の状態（左）に比べ、ウェアを着用した後（右）の方が楽に両腕を反らすことができた

【高くても買いたい特集掲載】 「着て休むだけで疲労回復」を謳う“リカバリーウェア”の体験レビュー&企業取材

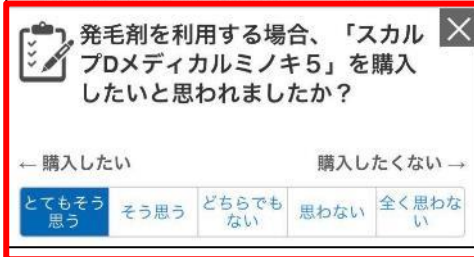
運動好きでアパレルに精通したライターを起用。実際に商品を体験し、その実力を取材しました。
ユーザーの興味を誘い、CTR16%超え、ROAS目標を達成。



<https://bunshun.jp/articles/-/67287>



◆◆文春オンライン×アンファー プレゼント



記事下ポップアップ型アンケートを実施



「アンファーに禁断の質問をぶつけてみた」 Xプレキャンで1,500件以上のリポスト！

ブランドの商品に対して「禁断の質問」をぶつけるという文春ならではの切り口で記事化。Xでのプレゼントキャンペーンを実施し、1,300件以上のリポストと200件以上の引用リポストで、サイト内だけでなくSNS上でも拡散された。Google Discoverでヒット、SEOで上位掲載され、「購買につながった」と感想をいただきました。

<https://bunshun.jp/articles/-/61126>





「一番“炎上”につながりやすいのは……」文春オンライン編集長が語る企業リスクと、“炎上”対策として期待する“AIツール”の実力

文春「文春オンライン」編集部 2024/0...
PR 提供：朝日新聞社

企業がSNSアカウントを持ち、プレスリリースやネット上で即時発表することが当たり前になった。代。チャンスが広がり便利になった一方で、発信される情報の内容はもちろん、言葉の“正確性”も一層求められるようになった。表現を一步間違えればたちまち拡散され、“炎上”してしまうリスクとも隣り合わせだ。

炎上リスク対策に最適な“究極の外の視点”

さらに、Typolessには現代社会に嬉しい機能も備わっている。本文のテキストを選択すると現れる「炎上リスクチェック」ボタンを押すと、リスクのある言葉や表現が含まれていないかをチェックできるのだ。これには、普段“炎上リスク”を間近で感じている池澤編集長も興味津々といった様子。



「炎上リスクチェック」結果画面。最大1000文字まで選択可能なため、SNSへの投稿のチェックにも使えそう

文春オンライン編集長出演！ 炎上リスク対策と “文章校正AIツール”への期待 を語る

朝日新聞社の開発した“文章校正AI”ツール「Typoless（タイポレス）」の認知拡大・トライアルユーザー獲得を目的にしたタイアップ記事。

「文春オンライン」編集長が編集部での記事制作における校正業務の効率化への課題や炎上リスクについて語るとともに、その対策として有効な「Typoless」についてご紹介。

<https://bunshun.jp/articles/-/69253>



【赤兎馬噺 私の本格】 人気落語家を起用した、6回に わたる連載企画

「ひとつ上の本格」を体現する落語家を起用し、落語へのこだわり・挑戦を語る企画。本格芋焼酎「薩州 赤兎馬」の焼酎蔵としての長い伝統を大切に守りながらも、「今までにない革新的な焼酎」というブランドイメージ醸成が目的のタイアップ連載。撮影画像をブランドサイトで二次利用いただきました。



<https://bunshun.jp/articles/-/69878>





文春オンライン 週刊文春 電子版

新着 ランキング スcoop コミック 野球 週刊文

【衝撃スcoop】森永乳業のアイスクリーム「ピノ」に激震！人気の「アーモンド味」がついに単独発売

文春「文春オンライン」編集部 2020/11/17

PR



pino (ピノ) / 森永乳業 @morinaga_pino

一部報道について、#ピノ 公式Twitterアカウントからの意見を表明させていただきます。
#ピノアーモンドソロデビュー #ピノアーモンド



午後2:00 - 2020年11月17日 - MarketingSuite

4.4万 件のリツイート 1.6万 件の引用ツイート 14.7万 件のいいね

担当者は直撃に絶句して.....

オンラインです。ピノのアーモンド味は2、3うかがいたいことがあるんです

アイスパックの中に入っているアーモンドですね。こちらはロングセラーでずっと売っていただいておりますが.....」

新商品をリリース前に「スcoop！」話題を呼びXトレンド入りも

ロングセラーブランドの新商品を「スcoopする」という文春ならではの切り口で記事化。事件報道風の文体ながらそのほほえましい内容にSNSでも好意的なシェアが拡がり、インフルエンサーの紹介なども経てXのトレンド入りを果たしました。

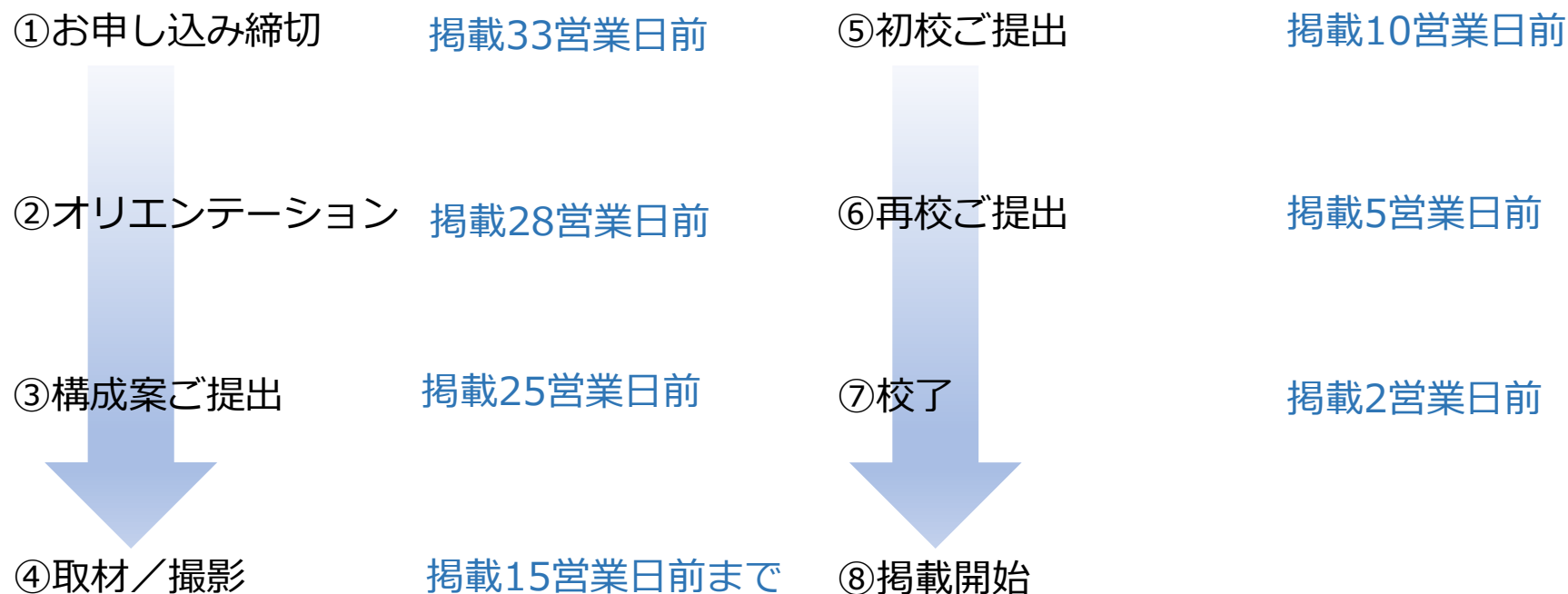


<https://bunshun.jp/articles/-/41292>

ピノ公式アカウントのツイートが“バズ”を起こし、Xトレンド入り

【文春オンライン】オリジナルタイアップ進行スケジュール

オリジナルタイアップの制作進行スケジュールは以下のとおりとなります。



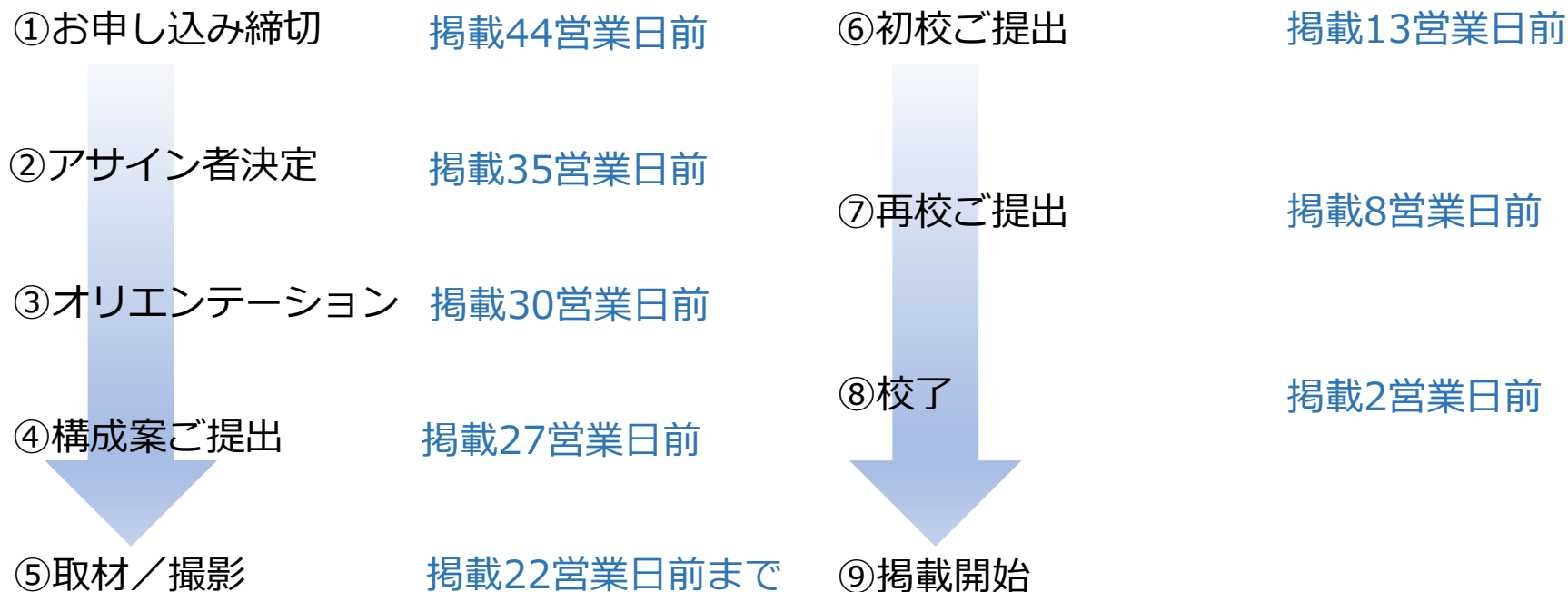
※上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※年末年始、ゴールデンウィーク、お盆休みなど、長期祝祭日を挟む場合はスケジュールが異なります。弊社営業までご確認ください。

※初校・再校確認は、中1営業日でのお戻しを想定しております。難しい場合は、プラス営業日数分掲載が後ろ倒しになります。

【文春オンライン】 著名人アサインありオリジナルタイアップ進行スケジュール

著名人起用を行うオリジナルタイアップの制作進行スケジュールは以下のとおりとなります。



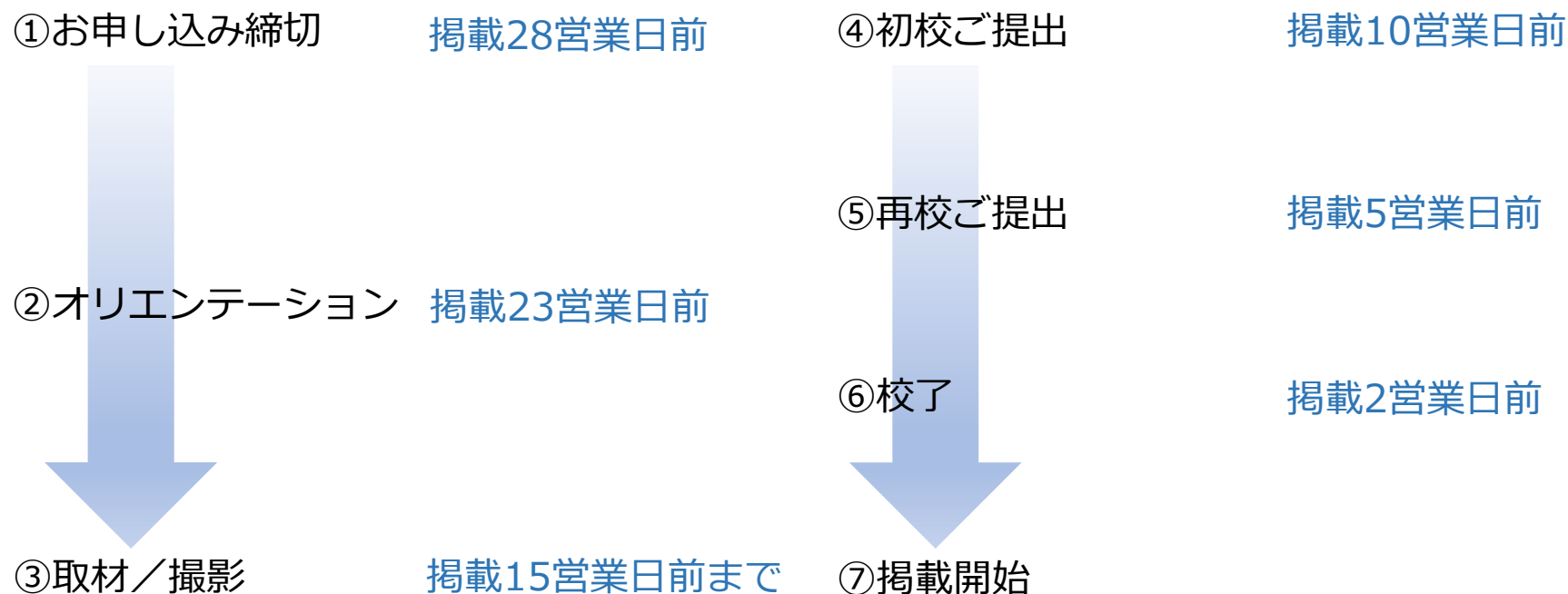
※ 上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※ 年末年始、ゴールデンウィーク、お盆休みなど、長期祝祭日を挟む場合はスケジュールが異なります。弊社営業までご確認ください。

※ 初校・再校確認は、中3営業日でのお戻しを想定しております。難しい場合は、プラス営業日数分掲載が後ろ倒しになります。

【文春オンライン】オリジナルタイアップ進行スケジュール クイック版

構成案の提出をなくし、スピーディーな掲載を可能にしました。クイック版のオリジナルタイアップの制作進行スケジュールは以下のとおりとなります。



※上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※年末年始、ゴールデンウィーク、お盆休みなど、長期祝祭日を挟む場合はスケジュールが異なります。弊社営業までご確認ください。

※初校・再校確認は、中1営業日でのお戻しを想定しております。難しい場合は、プラス営業日数分掲載が後ろ倒しになります。

【文春オンライン】 広告掲載基準

以下の広告は、原則、掲載をお断りさせていただきます。
必ず事前の掲載確認をお願いいたします。

1. 人権を侵害する広告
2. 消費者金融広告
3. 宗教・政治・意見広告
4. マルチ商法・連鎖販売取引（ネズミ講）広告
5. 商品先物取引の広告
6. 環境問題につながる広告
7. 比較広告
8. 風紀を乱す広告
9. 異性紹介サービス、結婚情報サービス等の広告
10. パチンコ／パチンコホールの広告（機器メーカーの広告は事前確認を必須とさせていただきます）
11. 加持・祈祷・易断・催眠・迷信に関する広告
12. その他弊社が不可と認めた広告

※「健康食品」お取り扱いのクライアント様については、事前確認を必須とさせていただきます。

※ 個人情報保護法の施行に伴い、個人情報の収集を行う広告に対しましては、個人情報入力画面への「個人情報の利用目的」の明示が必須となります。

明示がない広告は、広告掲載をお断りさせていただきます。

※ 弊社ユーザーへの個人情報保護を徹底するため、個人情報入力画面のあるURLで広告掲載をご希望の場合にはSSLなどのご対応を必ずお願い致します。

事前に掲載希望URLでのご確認をお願いいたします。

【注意事項】

- 受領確認後のキャンセルに関しましては、原則承っておりません。お客様都合による掲載取りやめ等が発生した場合でも、発生料金に関しましてはご請求をさせていただきます。予めご了承ください。
- 広告枠の仕様・ならびに料金に関しては予告なく変更する場合がございます。
- 停電、天災などの不可抗力な事象が発生した場合、広告が正常に掲示されない可能性がございます。その場合48時間／月を超えない場合は免責とさせていただきますので予めご了承ください。

タイアップ広告のお問い合わせ
ad.bunshun2-g@bunshun.co.jp

株式会社 文藝春秋

〒102-8008
東京都千代田区紀尾井町3-23
メディア事業局 メディア事業一部

担当 高橋 (070-1440-4028)



純広告のお問い合わせ

ad.web.order-g@bunshun.co.jp

文藝春秋

株式会社文藝春秋

〒102-8008
東京都千代田区紀尾井町3-23
デジタル広告部