

文春オンライン



MEDIA GUIDE
2025. 01 - 03

株式会社文藝春秋

NEW!



P8-16

ユーザーアンケートを実施し読者情報の一部を更新しました。月間約3372万UUの読者の属性や関心事項をより詳しくご覧いただけます。間口が広く、多様なターゲットに情報を届けられる「文春オンライン」をぜひご活用ください。

NEW!



P17-18

読者と親和性が高い特集企画を順次リリースし、特集内で展開可能なタイアップ企画をご用意しました。「高くても買いたい」特集では3月までキャンペーンを実施し、販促に二次利用可能な特製認定ロゴを提供しています。

NEW!



P27

「連載タイアップ」メニューを新規にリリースしました。3回の連載を通して、広告主様が伝えたいテーマをより深く、広く発信することが可能です。特典として保証PVアップや記事下アンケートがつき、一層訴求効果を高めます。

国内出版社系列のウェブメディアで「**1番読まれている**」サイト

月間 約 **3億8768万8572 PV**

2024年12月19日時点

※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、
2019年10～12月より5年連続で自社PV1位を獲得しています。

Media Information

自社UU **3372万1539** UU/月

外部含むPV **6億4652万9422** PV/月

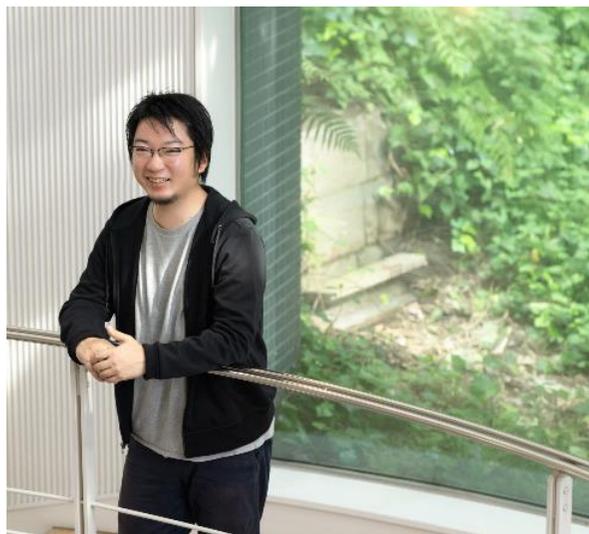
X **703,634** フォロワー

※2024年12月19日時点



「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。



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。

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。

Point

- ### 1 高PV、高UU。圧倒的な読者数と幅広い読者属性

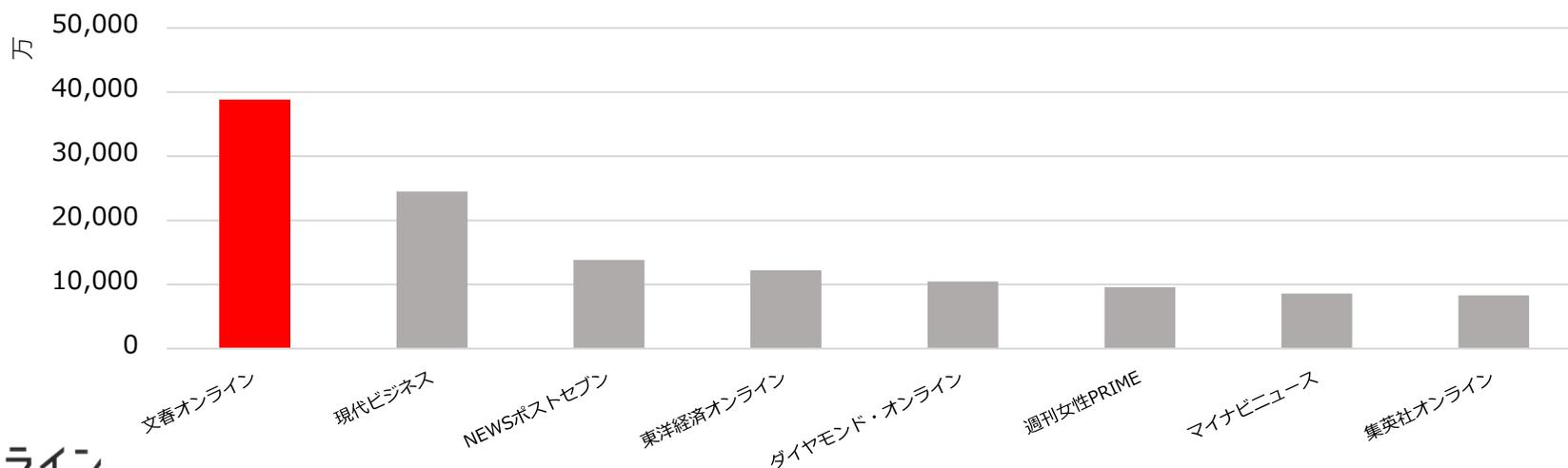
月間ページビューは平均3.8億（※）「文春オンライン」でしか読めない充実のコンテンツが満載で、老若男女幅広く、圧倒的な読者数を抱えたウェブメディアです。※自サイト内。Google Analytics2024年1月～2024年3月実績
- ### 2 「ビジネスからエンタメまで」バラエティ豊かな記事

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……オンビジネス、プライベートを問わず、読者が「知りたいこと」に答えます。
- ### 3 SNSでトレンドを席巻する話題性

「#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、話題性にあふれるコンテンツ作りが強みです。

Page View

国内の主要ウェブメディア（ニュース・ビジネス系）とのPV比較



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。

「ビジネスからエンタメまで」多様なカテゴリで「読まれる記事」を配信しています

Point

財政界の有識者から愛される「月刊 文藝春秋」発のコンテンツから、話題の人への深掘りインタビュー、ユニークな生き方をしている人のライフスタイルなど多様なコンテンツが「文春オンライン」で配信されています

文春オンライン

新着 ランキング カテゴリ

特集

連載

週刊文春

文藝春秋

WOMAN

CINEMA

読書

コミック

文春野球

検索

週刊文春
電子版

文藝春秋
電子版

ライフスタイル/健康



#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



#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



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」

操作イトウ

2023/03/04

430万PV超え

社会



#1

#2

「56歳と45歳の夫婦では、学資保険に入らなかった」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



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？

押条 良太

2023/07/04

外食/グルメ



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！—くじゃない方のグルメ—

小宮山 雄飛

2024/02/06

旅/車



#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

890万PV超え

ランキング企画



#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 文春オンライン

270万PV超え

Point

「トレンド」「独自のコンテンツ」「ニュース」の3本柱で
月間3372万UUを超える読者の多様な関心事に応えています

文春オンラインの訪問目的 TOP 3

- 1 世の中の動きを知る
- 2 ここにしかないスクープを読む
- 3 最新のニュースを得る

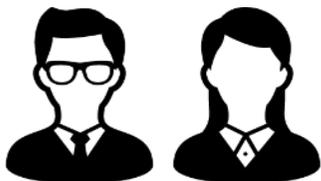
出典：「文春オンライン」読者アンケート 2024年11～12月実施 (n=510)
設問「文春オンラインの訪問目的を教えてください」に対する回答結果 (複数選択可)

文春オンライン月間約**3372万UU**の読者



Point

「間口」が広いメディアなので、様々な世代・属性の人に読まれています



女性が約半数

男女の偏りがなく、幅広い年代の読者を含有



高い購買力

大手・グローバル企業勤務の従業員が多く、世帯年収も高め



充実したオフタイム

週に1回以上お酒を飲むユーザーが約半数 国内旅行やグルメにも高い関心



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



ファミリー層が多数

持ち家率が約72% 子供のこと(教育)にも親のこと(介護・相続)にも関心が高い

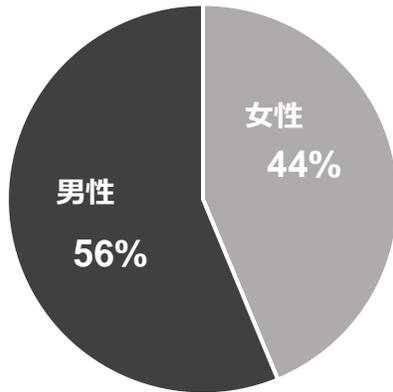


健康への関心

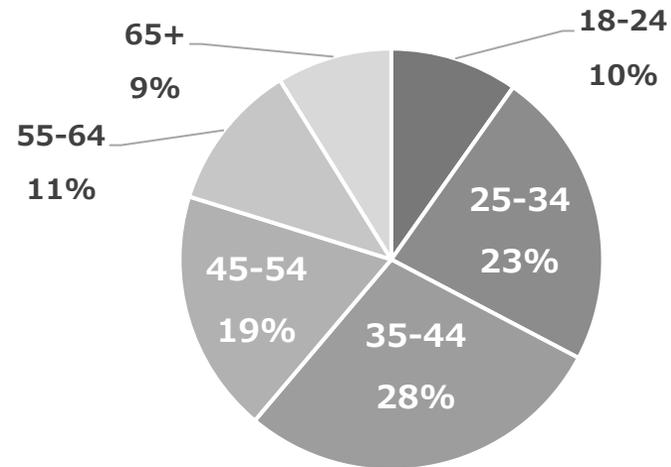
健康や美容情報へのアンテナ質が良い食生活や生活習慣のヒントが知りたい

圧倒的に多くの人に読まれている「文春オンライン」は性別や年代を問わず、幅広い層にリーチできるメディアです

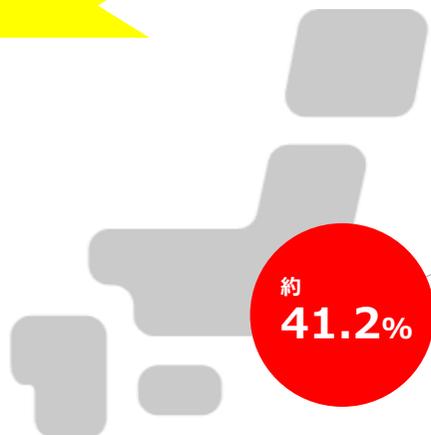
男女比



年齢層



居住地

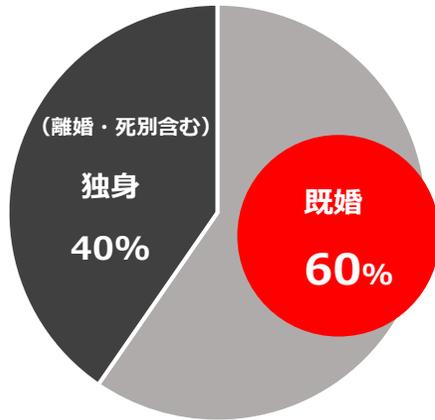


都市圏
(関東)居住率 4割以上

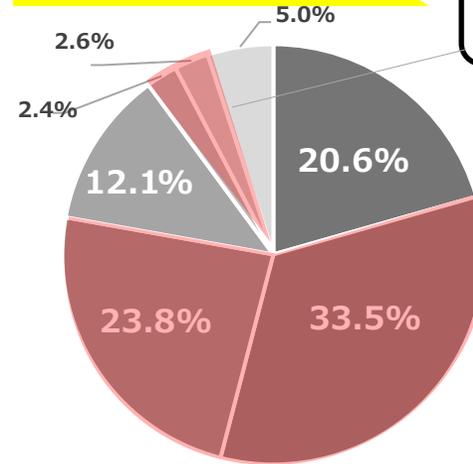
関東	: 41.2%
中部	: 17.3%
関西	: 16.3%
中国・四国	: 9.6%
九州・沖縄	: 5.7%
北海道	: 3.1%
海外	: 0.2%

既婚・持ち家のファミリー層から特に支持されています

結婚



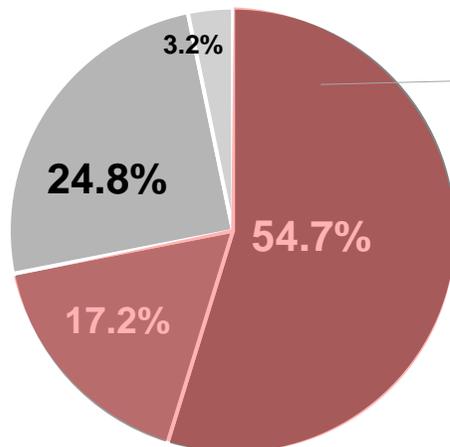
家族構成



ファミリー層
2世帯同居 約 **62.3%**

- 一人暮らし (単身赴任も含む)
- 配偶者やパートナーと同居
- 配偶者やパートナー、子どもと同居
- 親と同居
- 2世帯：親・配偶者
- 2世帯：親・配偶者・子ども
- その他

住まい



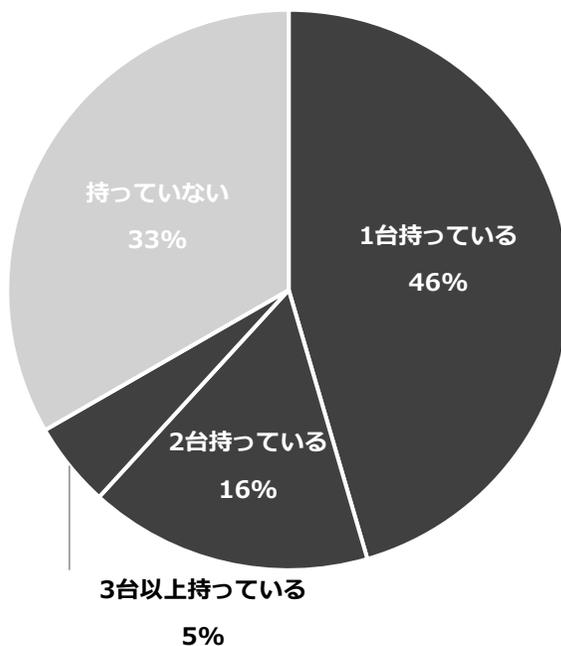
持ち家率
(戸建て・マンション・アパート) 約 **71.9%**

- 持ち家(戸建て)
- 持ち家(マンション・アパート)
- 賃貸(マンション・アパート)
- その他

都市圏のユーザー比率が高いメディアですが、
自家用車を保有し、日常的に運転するユーザーも多くいます

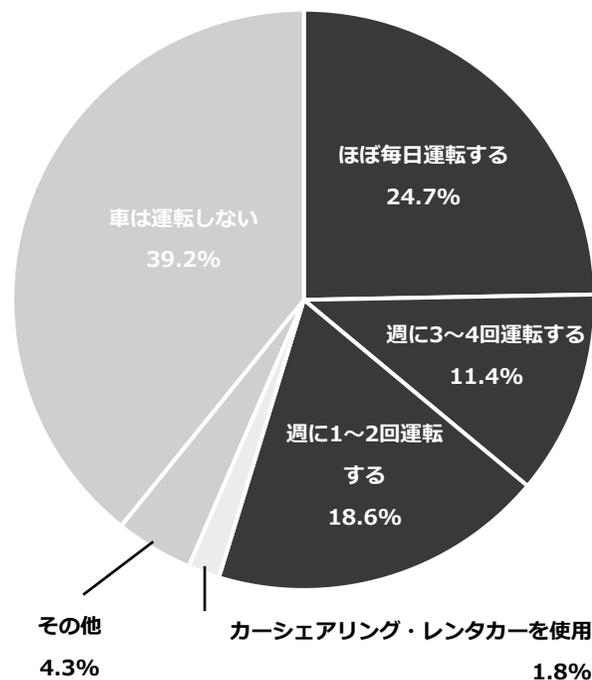
車について

□ 自家用車の保有数(世帯あたり)



自家用車の保有率 約 **67%**

□ 運転の頻度



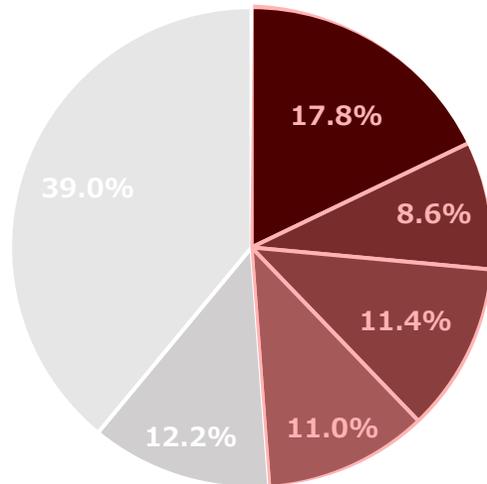
週に1回以上運転するユーザー 約 **54.7%**

日常的にお酒を楽しむユーザーが約半数。よく飲むお酒の第一位はビールです

お酒について

□ お酒を飲む頻度

週に1回以上
お酒を飲む **約
半数**



- 毎日
- 週4～5回
- 週2～3回
- 週1回程度
- 月に数回
- お酒は飲まない

□ よく飲むお酒

1位 **ビール**

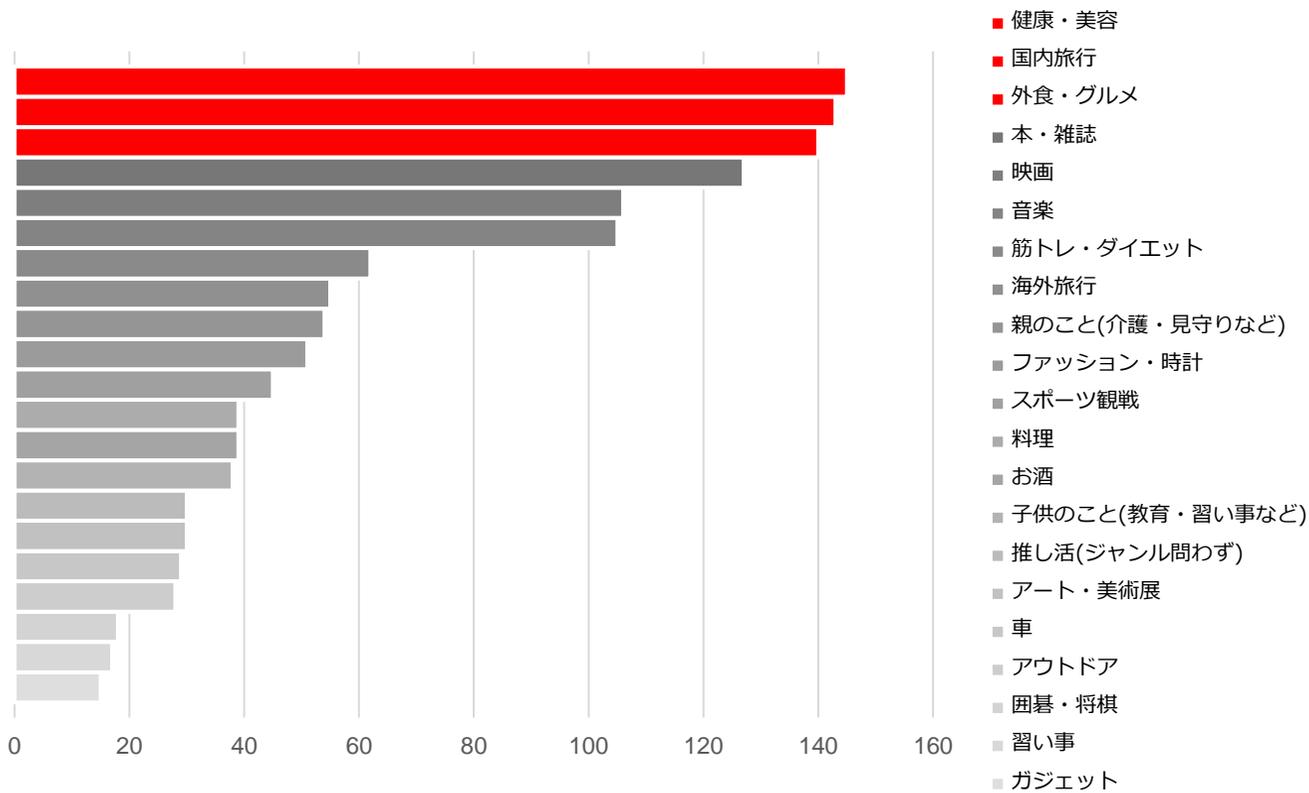
- 2位** チューハイ
- 3位** ワイン
- 4位** 焼酎
- 5位** 発泡酒

※以下の選択肢から2つまで選択
 ビール / 発泡酒 / チューハイ / 日本酒 / 焼酎 / ワイン / ウイスキー・
 ハイボール / ブランデー / 梅酒・果実酒 / その他 / お酒は飲まない

関心があるテーマ

□ 趣味編

健康・美容 / 国内旅行 / 外食・グルメ がトップ3

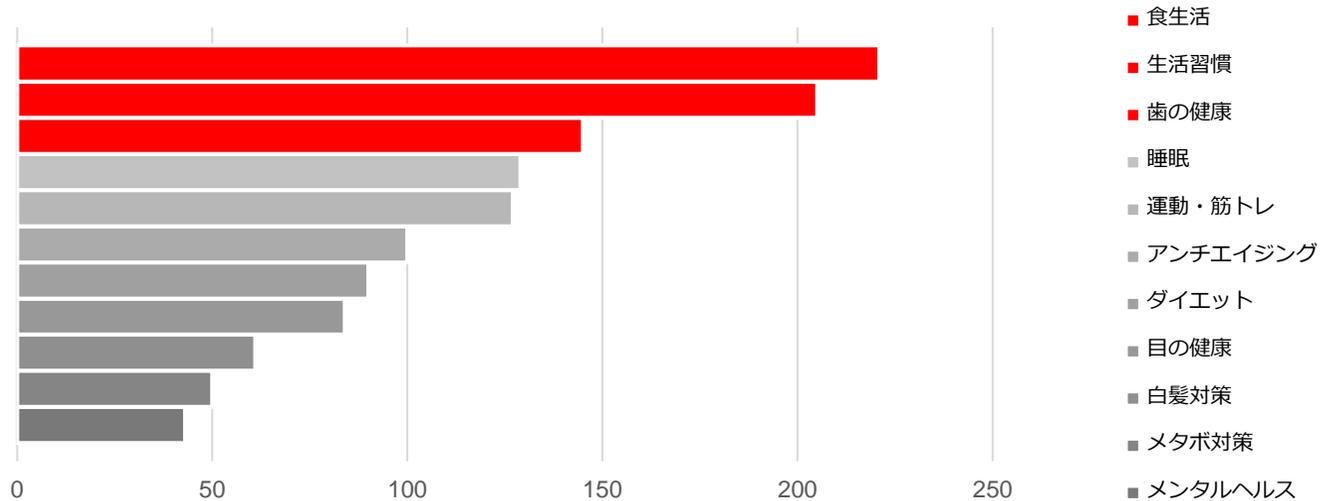


※上記の選択肢から3つまで選択

関心があるテーマ

□ 健康・美容編

食生活 / 生活習慣 / 歯の健康 がトップ3

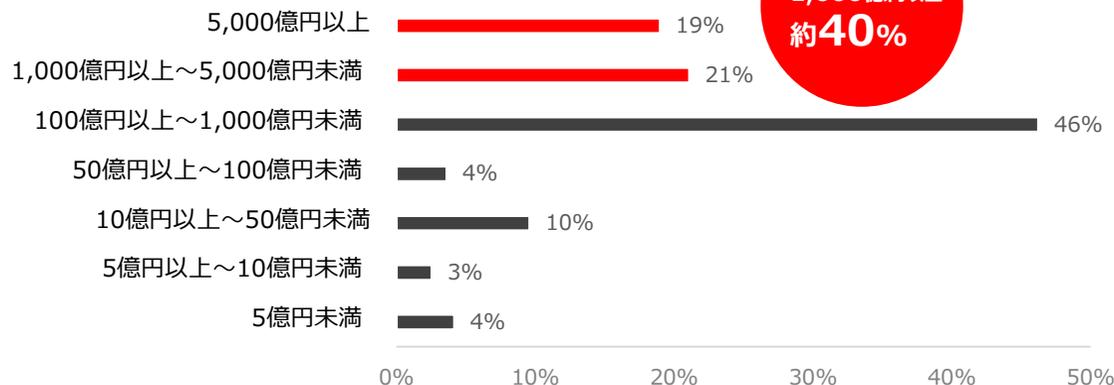


※以下の選択肢から3つまで選択し上位を集計

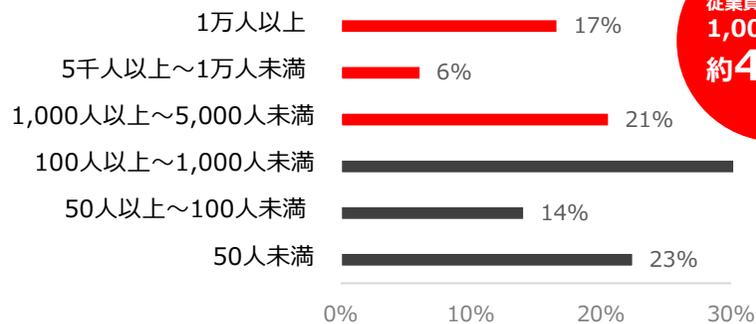
生活習慣 / 食生活 / ダイエット / 白髪対策 / アンチエイジング / 歯の健康 / 目の健康 / メタボ対策 / メンタルヘルス / 脱毛 / 植毛・増毛 / 美容医療 / 睡眠 / 運動・筋トレ / その他

オンビジネスでも幅広い属性のユーザーを網羅。
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が多いことも特徴です

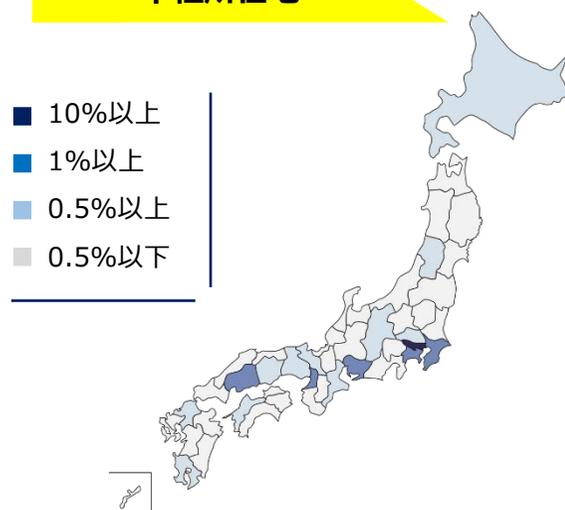
売上規模



従業員数



本社所在地



特集企画 一覧

2023年から人気の「高くても買いたい」特集の他、2024年11月より新たに**相続特集・防災特集・睡眠特集**がスタートしました。それぞれ特集内で展開可能なタイアップ企画をご用意していますので、各リンクからぜひ個別企画書をご確認ください。



高いものにもワケがある。値段だけを見るとびっくりしてしまいそうな“ハイエンド”商品の謎に迫ります。

#ガジェット #ファッション #グルメ #旅行 #美容

🔗[「高くても買いたい」企画書](#)



人が亡くなると突如訪れる一大事。人生の終わりを考えれば、家族の絆も見えてきます。

#相続税対策 #不動産 #終活 #介護

🔗[「相続」特集企画書](#)



日本社会と自然災害のリスクはとなりあわせ。

“もしもの日”は今日かもしれない……。

#被災地取材 #専門家取材 #防災家電 #防災グッズ

🔗[「防災」特集企画書](#)



夜中に目が覚める、寝つきが悪い、疲れが取れない……。

悩み多き「睡眠」と向き合うためのヒントをどうぞ。

#専門家取材 #医療情報 #生活の知恵 #寝具 #ヘルスケア

🔗[「睡眠」特集企画書](#)

特集企画一覧

週刊文春とセットでの掲載も可能な「**ホネのSDGs**」と「**the Style**」もご用意。文春オンライン編集部が地方に滞在してその土地の魅力を発掘する、スペシャル特集企画「**移動編集部**」もご好評いただいています



建前、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。

#環境保全 #ジェンダー平等 #教育 #経済成長

※詳細は営業担当までお問合せくださいませ。



～ファッションはスクープだ！～

30～60代男女に向け、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

🔗 [「the Style」企画書](#)



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。

#観光 #旅行 #移住

※詳細は営業担当までお問合せくださいませ。

タイヤアップ広告 プラン一覧

1



月間3.8億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3.3億。
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**ブッキングカ**

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カ・取材ノウハウで多くの起用実績があります。

タイアップ広告の切り口パターン

「圧倒的に読まれる記事」を発信する文春だからこそその視点で、貴社に最適な切り口を提案します

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coop・真相追究



PR
【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

※実施には、審査が発生いたします

専門家・愛好家アサイン



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



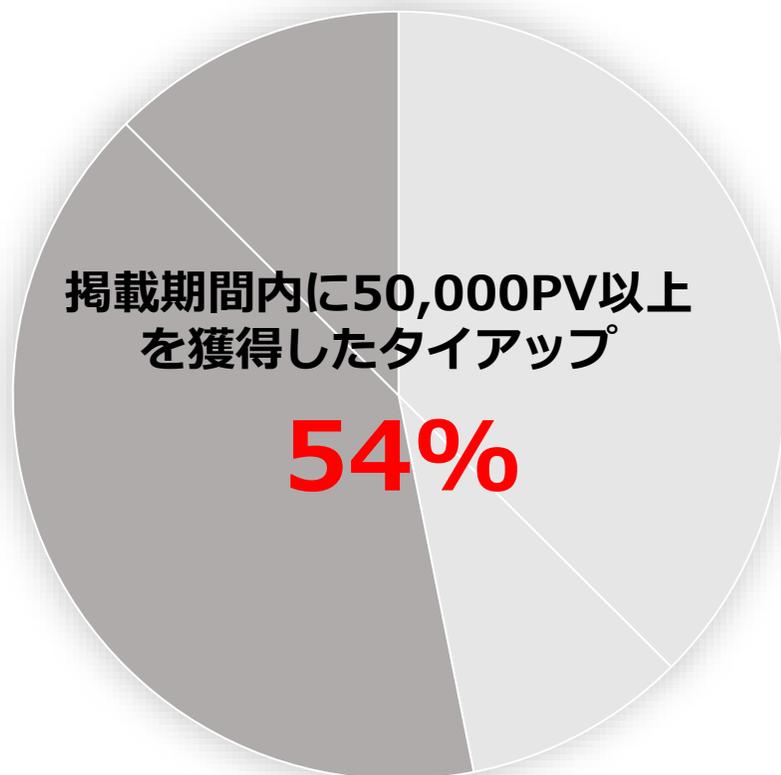
PR
風呂に入る気力はない、でも汚れはさっぱり洗い落としたい……88,000円の泡シャワーは「風呂キャンセル界限」の救世主となるか？

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

4週間の掲載期間で、半分以上の案件が**50,000PV以上**を獲得！
企画力と媒体のリーチ力で「読まれるタイアップ」を実現しています



2023年度タイアップ掲載実績

80,000～100,000PV : **13%**

50,000～80,000PV : **41%**

40,000～50,000PV : 9%

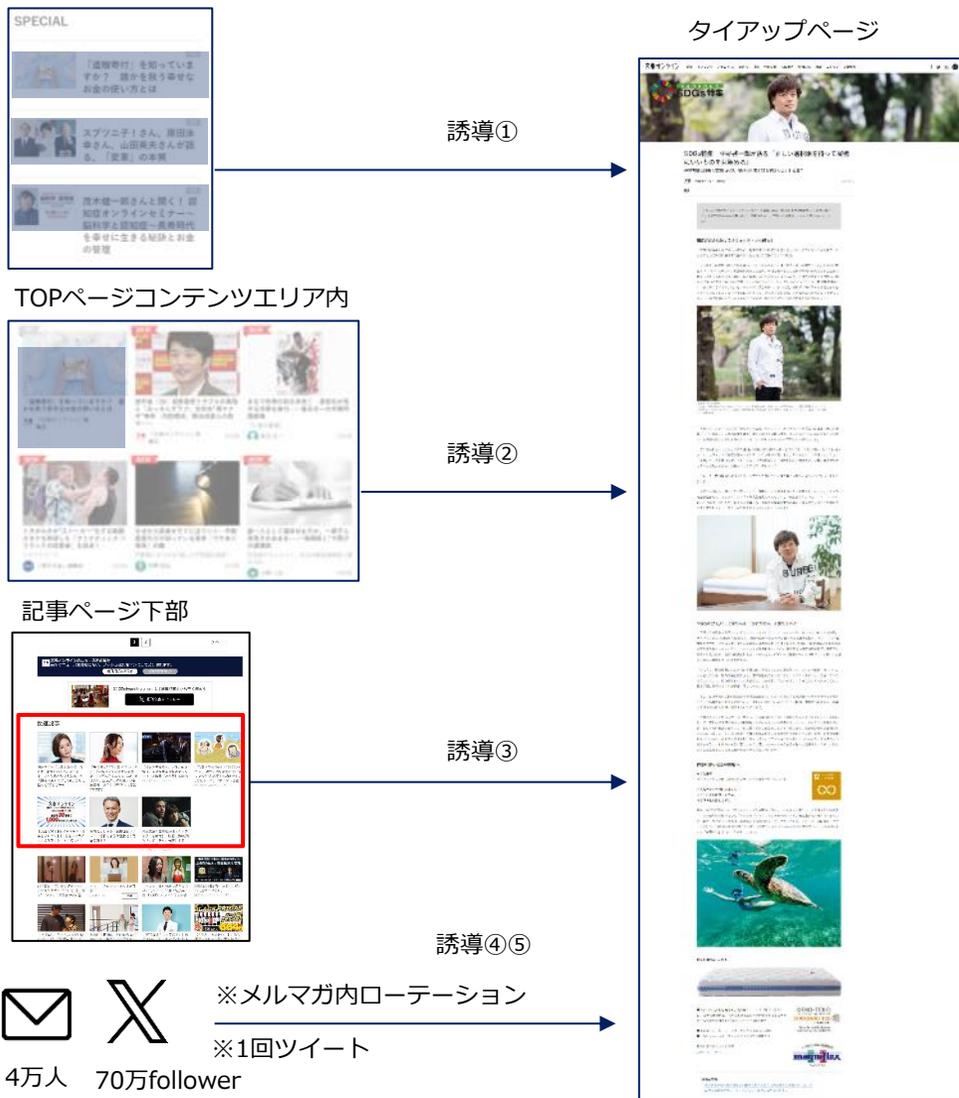
30,000～40,000PV : 37%

掲載条件 :

最低25,000PV保証・4週間掲載保証

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やトップページ等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。

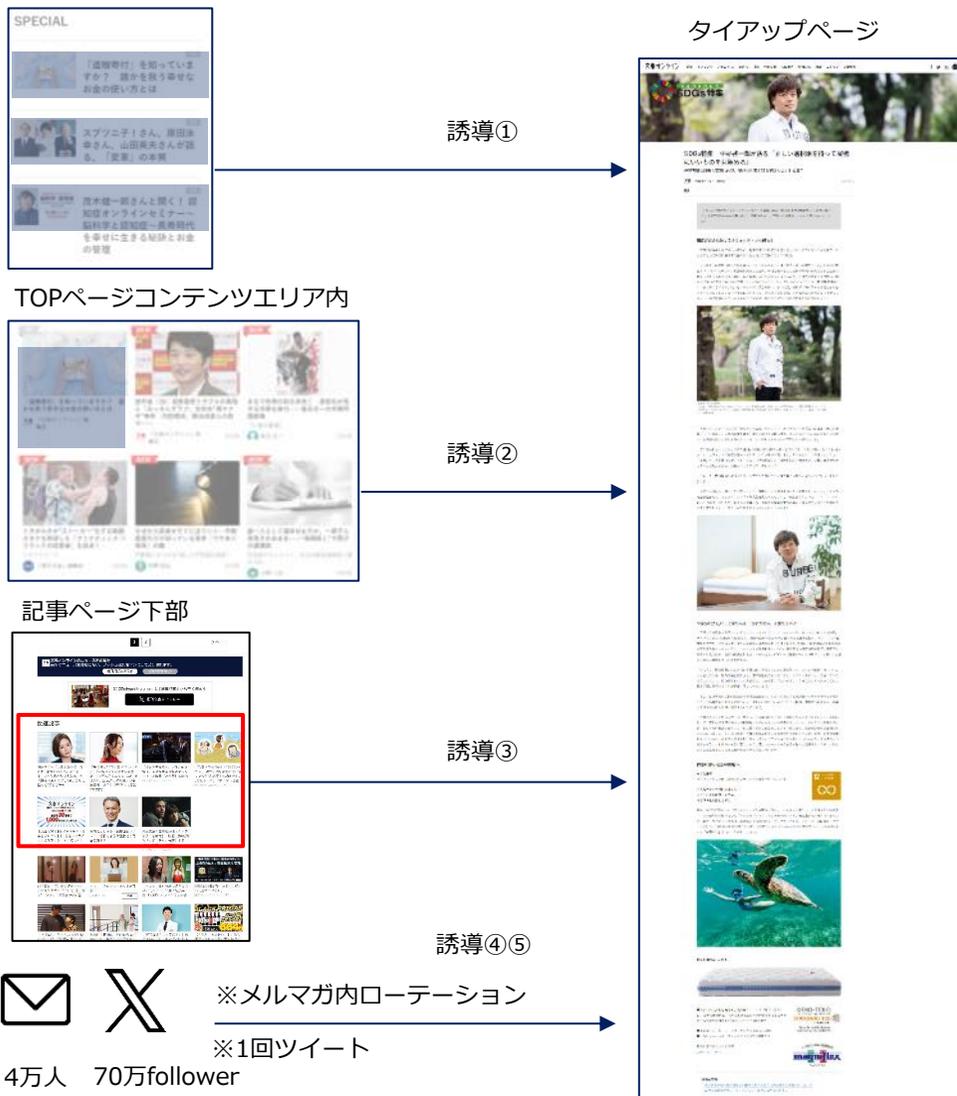


4万人 70万follower
文春オンライン

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 内訳) 掲載費：1,600,000円 (G) 制作費：400,000円 (N)	3,000,000 円 内訳) 掲載費：2,600,000円 (G) 制作費：400,000円 (N)
PV	30,000~80,000PV【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) 等	
PRクレジット	記事内と誘導枠に [PR] 表記を致します	
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。 ※ライター (顔出し)、モデル、著名人出演費、遠方取材費・スタジオ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。	

②ライトタイアップ

リリース等の支給素材を元に、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。



4万人 70万follower
文春オンライン

メニュー名	ライトタイアップ
料金	1,000,000 円 (G)
PV	10,000PV 【保証】
掲載期間	2週間【想定】
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
レポート	PV/UU/ユーザー属性 (年齢・性別・デバイス・地域) 等
PRクレジット	記事内と誘導枠に [PR] 表記を致します
備考	※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。保証PVの達成時点で誘導を終了させていただきます。 ※クライアント様からのリリース資料(画像・テキスト)提供必須/撮影無しのプランです。 ※掲載までの原稿確認は原則1回 (初校)のみと致します。 ※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。

タイアップ広告プラン 早見表

メニュー名	ライト	スタンダード	プレミアム
実施料金	1,000,000 円 (G)	2,000,000 円 (G) 掲載費 1,600,000円 (G) 制作費 400,000円 (N)	3,000,000 円 (G) 掲載費 2,600,000円 (G) 制作費 400,000円 (N)
目的	ニュースリリースを「読まれるタイトルで」記事化したい	「文春オンライン」ならではの切り口でタイアップ記事を作りたい	「文春オンライン」ならではのタイアップ記事をより多くの人に読んでほしい
制作内容	リリースを再構成して制作 ※取材なし	「文春オンライン」が取材&撮影を実施	「文春オンライン」が取材&撮影を実施
掲載期間	2週間【想定】 ※保証PVの達成次第、誘導終了	4週間【保証】 ※保証PVを達成した場合も保証期間内は誘導	6週間【保証】 ※保証PVを達成した場合も保証期間内は誘導
PV	10000PV【保証】	25,000PV【保証】 30,000~80,000PV【想定】	50,000PV【保証】 50,000~150,000PV【想定】
アーカイブ	半永久	半永久 ※著名人出演の場合は契約条件が優先	半永久 ※著名人出演の場合は契約条件が優先
オリエン実施	×	○	○
企画案	×	○	○
構成案提出	×	○	○
確認・修正回数	1回	最大3回 (念校含む)	最大3回 (念校含む)
著名人起用	×	○ (起用費別途)	○ (起用費別途)
ライター起用	×	○ (起用費別途)	○ (起用費別途)
レポート提出	○	○	○

③1社専用タイアップ特集

企業・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



タイアップページ



※オリジナルタイアップと同様の誘導も実施します。

タイアップ特集トップ事例
【週刊文春CINEMA】



<https://bunshun.jp/feature/shukan-bunshun-cinema>

【SDGs特集】



bunshun.jp/feature/sdgs

メニュー名	1社専用タイアップ特集
料金	都度御見積 5,000,000円～(G)
構成内容	記事4本～、タイアップ記事1本～ ※ご予算により特集内容・デザイン・導線など要相談
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	タイアップ記事への誘導 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 特集トップページへの誘導 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	※タイアップ以外の編集記事の内容は弊社一任となります。 ※CMSテンプレートでの制作となります。 ※タイアップ記事にはPR表記が付きまます。 ※平日(任意)11:00～掲載開始となります。 ※遠方取材費、スタジオ費、著名人出演費、ライター出演費（顔出しの場合）は上記料金に含まれておりません。別途がかかります。 ※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。

④連載タイアップ

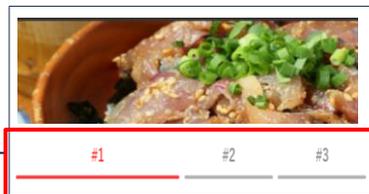
「文春オンライン」での貴社のタイアップ記事のリーチを最大化でき、連載形式でより深いテーマ設定が可能です。
連載特典として、通常プランより合計PV増 & 各記事下で読者へのアンケート実施可能です。

TOPページ「SPECIAL」枠



誘導①

タイアップページ



連載記事間の
相互誘導を実施

TOPページコンテンツエリア内



誘導②

記事ページ下部



誘導③

誘導④⑤



※メルマガ内ローテーション

※各記事1回 / 合計3回ツイート

4万人

70万follower

文春オンライン

井、井、井……！ 島根県にて、思わず白飯をかきこみたくなる悪魔的な海鮮丼と出会った



島根県に訪れた際に、地元、島根県産の新鮮な海鮮丼と出会った。悪魔的な美味さで、思わず白飯をかきこみたくなる悪魔的な海鮮丼と出会った。



「これは、アツアツとほじけるような美味。悪魔的な美味さで、思わず白飯をかきこみたくなる悪魔的な海鮮丼と出会った。

記事下アンケート

連載特典
各回でアンケート
実施！

メニュー名	連載タイアップ
料金	6,000,000 円 (G)
PV	3記事 合計 120,000PV【保証】 ※各記事 最低40,000PV【保証】
掲載期間	5週間【想定】 ※1記事あたり
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。 ※タイアップ記事にはPR表記が付きまます。 ※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。

連載特典
合計PV増！

タイヤアップ広告 オプションメニュー

オプション_Yahoo!ニューススポンサードコンテンツプラン

文春オンラインに掲載したタイアップ広告を、Yahooニュースに転載いたします。
通常のディスプレイ広告に加え、編集誘導枠にも掲載される特別プランです。
※別途「文春オンライン」でのタイアップ実施料金がかかります

①Yahoo!広告



③Yahoo!ニュースオリジナル



②Yahoo!ニュース主要カテゴリTOP



メニュー名	Yahoo!ニューススポンサードコンテンツ
料金	1,000,000 円 (N)
クリック	10,000PV【想定】 ※セグメント配信を希望される場合は上記に到達しない場合がございます
掲載期間	4週間【想定】
誘導枠掲載期間	①Yahoo!広告 ②Yahoo!ニュース主要カテゴリTOP SP/PC/アプリ (1日限定掲載) ③Yahoo!ニュースオリジナル SP/PC
アーカイブ	3か月
レポート	PV/送客数/ユーザー属性 (年齢・性別)
申込期限	掲載希望日の45日前
備考	※ご提案前にクライアント、想定テーマ、記事の切り口、掲載期間とともにLINEヤフー社の審査が入りますので必ず事前にお問合せください。 同社の基準で掲載不可の場合がございます。 ※編集誘導枠について、掲載のタイミング、場所、内容は同社にご一任いただけます。 ※2,500文字程度を推奨。上限は5,000字。

オプション_サイト内コンテンツ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) を配信するプランです ※別途「文春オンライン」でのタイアップ実施料金がかかります

セグメント特定



誘導バナー配信



記事広告へ誘導



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

サイト内コンテンツターゲティングブースト

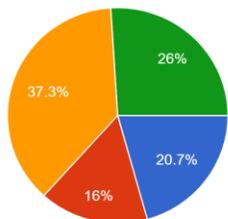
料金	1,000,000 円 (G)
保証 imp	1,000,000 imps
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・ 料金は税別表示 ・ 配信期間の期限はございません ・ 複数セグメントのカスタマイズはご相談ください ・ 動画配信もご相談可能 ・ バナー広告素材の制作費別途 ※タイアップ素材を利用する場合、二次利用期間であれば追加費用ナシ

タイアップ閲覧者アンケート 50,000円(N)～

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。

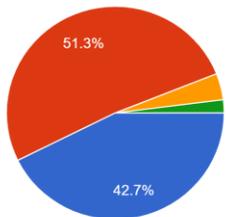
※設問イメージ

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



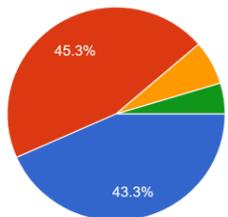
- 知っていたし、現在使っている
- 知っていたし、以前使っていた
- 知っていた
- 知らなかった

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



- とてもよく理解できた
- 理解できた
- あまり理解できなかった
- 全く理解できなかった

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

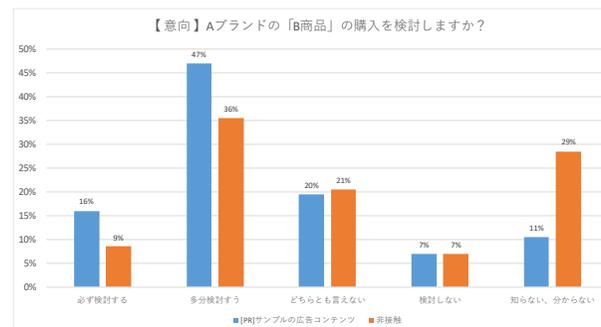
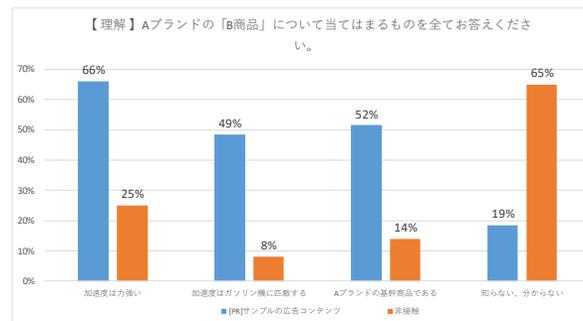
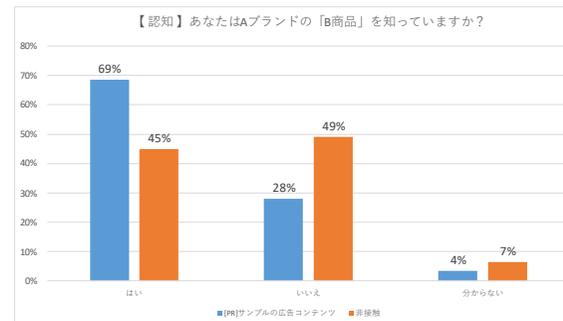


- とてもそう思う
- そう思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

ブランドリフト調査 100,000円(N)～

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、コンテンツ接触で「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。

※設問イメージ



タイアップ記事内に埋め込む動画を、文春オンラインで制作いたします。
二次利用も可能なため、オウンドサイトやブランド公式SNSアカウントなどでもご活用いただけます。

動画制作 (GIF) 実績



動画制作 (youtube) 実績



※文藝春秋チャンネル制作実績

メニュー	価格 (N)	概要・備考
動画制作 (GIF)	200,000円～	10秒程度の動画を撮影し、GIFで記事内に挿入いたします。体験レビュー企画など、静止画では伝わらない商品・サービスの紹介の適しています。※著名人起用の場合は別途費用発生
動画制作・二次利用込み (GIF)	300,000円～	制作内容は上記と同様。二次利用1年間。※著名人起用の場合は別途費用発生
動画制作・二次利用費込み (YouTubeエンベッド)	950,000円～	3分～10分程度の動画を撮影し、記事内にyoutube動画をエンベッドします。体験レビューやインタビュー企画に適しています。二次利用1年間。※著名人起用の場合は別途費用発生。youtube広告・タクシー広告・展示会などにご活用いただけます。縦型動画への切り出しもご相談可能

オプション_外部誘導プラン

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	¥1,000,000

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)	180円~	5営業日後	¥1,000,000
	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)	180円~	5営業日後	¥1,000,000

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	¥1,000,000

※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、代理店マージンは一律**15%**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。案件に応じて都度見積もりいたします。

※媒体ごとで審査基準は異なり、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。

週刊文春・文藝春秋 タイアップ広告オプション_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。
※別途「週刊文春」または「文藝春秋」でのタイアップ実施料金がかかります。料金についてはお問い合わせください

雑誌誌面



タイアップページ



誌面原稿を
リレイアウト

メニュー名	誌面転載
料金	1,000,000 円 (G)
PV	10,000PV 【保証】
掲載期間	2週間想定
アーカイブ	6か月 ※
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、誘導枠への掲出を終了します。 ※ 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。

タイアップ広告オプション/ 二次利用一覧表

	メニュー	価格 (N)	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	100,000円～	P32 参照
	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	リターゲティ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	100,000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OWN 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

タイアップ広告 好反響事例集

告発風記事



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



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>

専門家アサイン

コンバージョン(商品購入)実績あり



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 2023/06/30

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>

体験レビュー



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>

体験レビュー

動画制作オプション実施

文春オンライン 電子版TOP メニュー

高くても買いたい



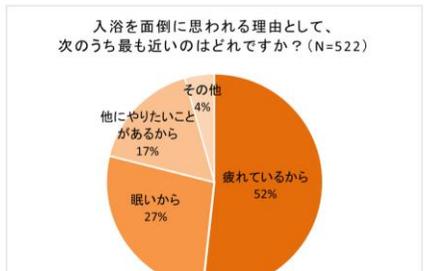
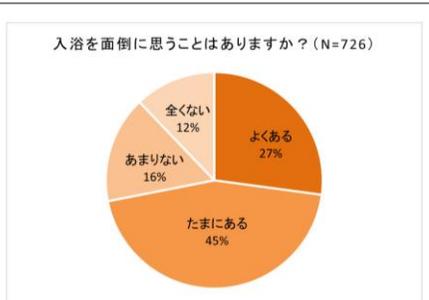
風呂に入る気力はない、でも汚れはさっぱり洗い落としたい……88,000円の泡シャワーは「風呂キャンセル界限」の救世主となるか？

押条 良太 2024/08/05

PR 提供：株式会社LIXIL

[Facebook](#) [Twitter](#) [B!](#) [LINE](#) [Link](#)

全身からだんだん力が抜けて、リビングの照明が遠くなっていく……ハッと我に返る。たしか帰宅後に晩酌した後、ソファで横になってウトウトしていた。が、このまま寝落ちするわけにはいかない。お風呂に入らなければならないのだ。



ハンドルひとつで、シャワーヘッドからキメ細やかな濃厚泡が！

実際に使ってみる。通常のシャワーを浴びた後、本体のハンドルをガチャッと下げる。すると、内蔵モーターがウィィィンと作動。数秒後にシャワーヘッドからシュワワ〜と勢いよく白い泡が噴き出してきた。クリーム状のこっくりとした濃厚泡があったという間に全身を包み込む。泡は弾力があって肌に程よくとどまるため、あとは手のひらでなでるように洗うだけで、汗や皮脂汚れが落ちていく。



【高くても買いたい特集掲載】

SNSでトレンド入りした「風呂キャンセル界限」をフックに“革新的”なアイテムとして泡シャワー「KINUAMI」を紹介

「お風呂が面倒」という悩みを持つライターを起用。商品を事前に体験の上、撮影では使用シーンを静止画・動画で撮影しました。記事内CTR7%以上の高実績。文春オンライン経由のユーザはオウンドサイトでの平均エンゲージメント時間が長く、泡シャワー「KINUAMI」への興味関心を誘うことができました。

<https://bunshun.jp/articles/-/71980>

企業インタビュー

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

GFA SCALP-D MEDICAL MINOXI 5 PREMIUM

「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アに禁断の質問をぶつけてみた

平田 裕介 2023/03/20

PR 提供：アンファア



突撃にもご対応いただき、ありがとうございました！

◆◆文春オンラインxアンファア プレゼント

✂️ 発毛剤を利用する場合、「スカルプDメディカルミノキシ5」を購入したいと思われましたか？

← 購入したい 購入したくない →

とても思う	そう思う	どちらでもない	思わない	全く思わない
-------	------	---------	------	--------

記事下ポップアップ型アンケートを実施



「アンファア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上でも拡散されました。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。

文春 オンライン @bunshun_online

🎁 文春オンラインxスカルプD 🎁
🎁 スカルプDシャンプー・コンディショナーが10名に当たる！ 🎁

応募方法は
1 @bunshun_online をフォロー
2 この投稿をRT
するだけ！抽選で10名様にプレゼント！
📅 〆切は4/4
記事感想付き引用RTで確率UP📈
記事はこちら⇒bunshun.jp/articles/-/61126
応募要項はツリーに👉

スペシャル
コラボプレゼント！
10名に
当たる
スカルプD
シャンプー&コンディショナー

午後5:00 - 2023年3月20日、8.5万 件の表示

1,301 件のリツイート 200 件の引用 287 件のいいね 11 ブックマーク



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

編集部出演



「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、
“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

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
ネット上で即時発表することが当たり前になっ
た。チャンスが広がり便利になった一方で、発信
す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か
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に。



「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>

文化人起用



【赤兎馬 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>



スクープ



担当者は直撃に絶句して.....

文春オンラインです。ピノのアーモンド味が2、3うかがいたいことがあるんです

アイスソート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いるのですが.....



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

新商品をリリース前に「スクープ！」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「スクープする」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。

※「スクープ」風タイアップの実施には、事前審査が発生いたします

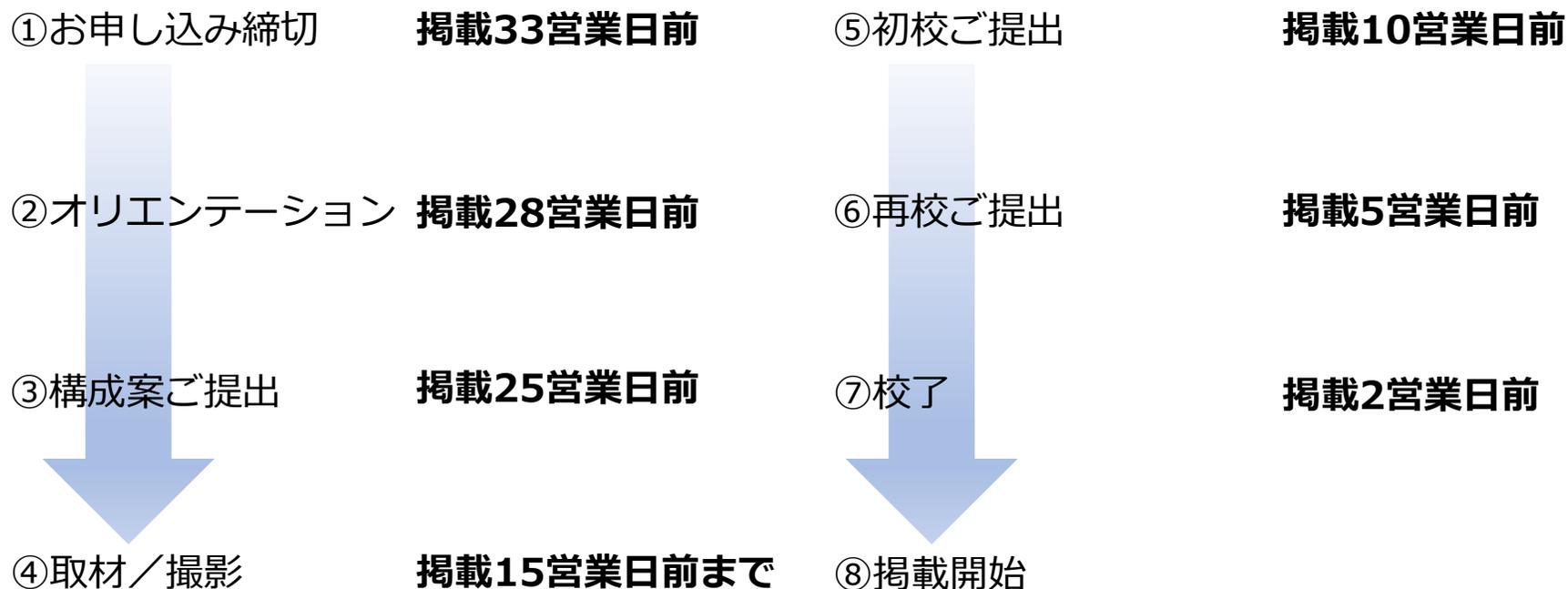


<https://bunshun.jp/articles/-/41292>

タイアップ広告 スケジュール・掲載基準

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。



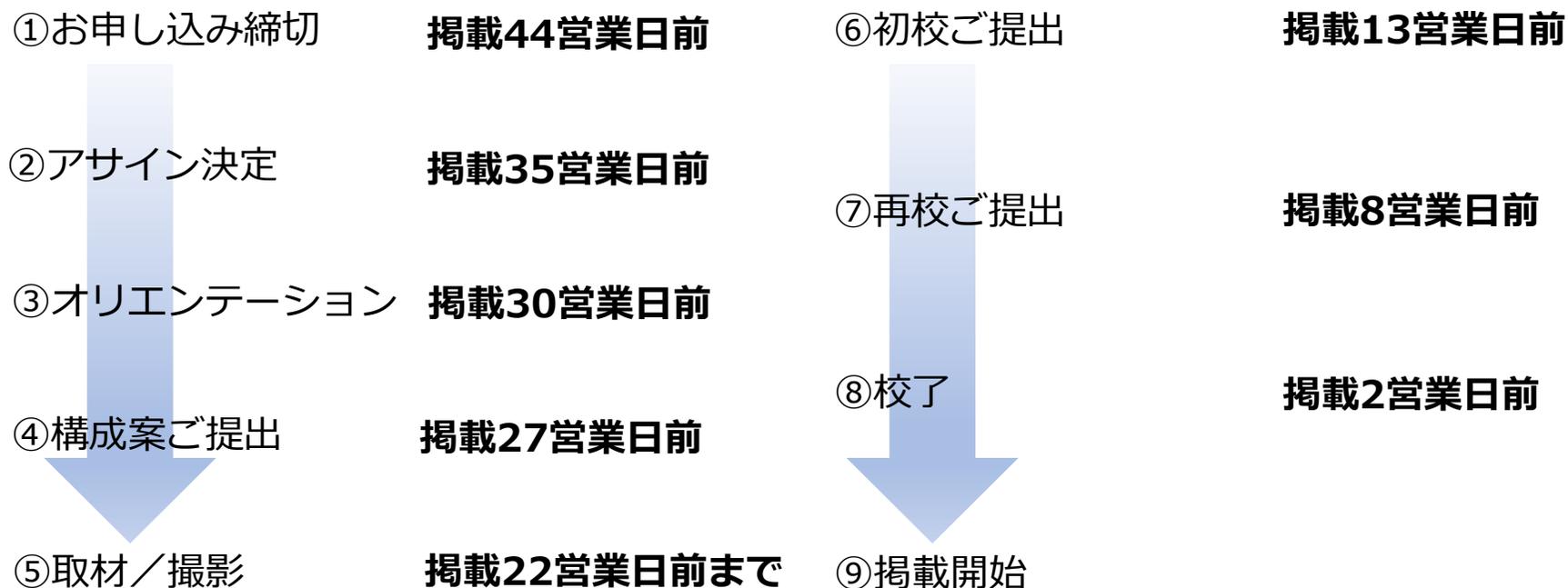
※上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※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。

[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。



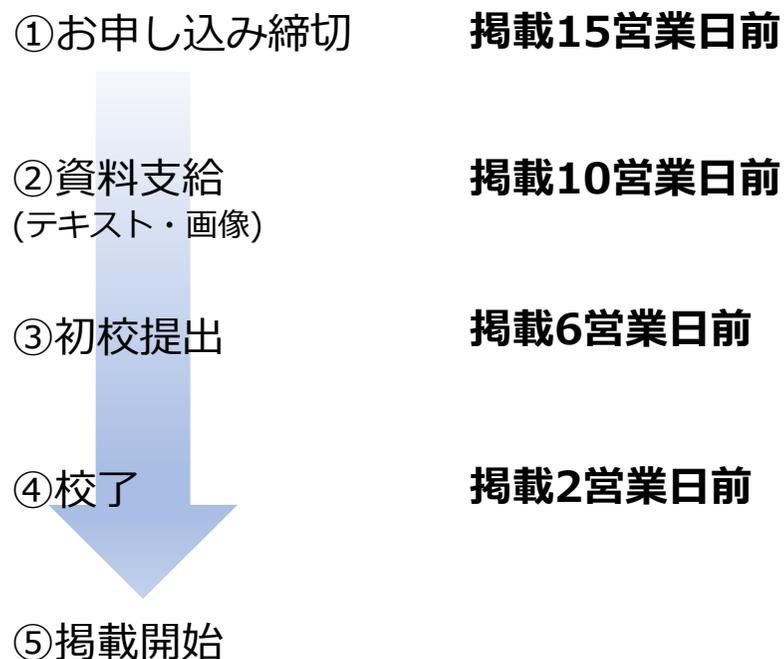
※上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※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。

ライトタイアップ進行スケジュール

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。ライト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。

※ 初校確認は中1～2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。

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。

お問い合わせ先

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

株式会社文藝春秋

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
中川 080-2574-9947
飯盛（いさがい） 090-3192-5848

純広告のお問い合わせ
ad.web.order-g@bunshun.co.jp

株式会社文藝春秋

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