

文春オンライン

災害大国を生きる

〈防災特集〉



防災・減災プロモーション向け資料

自分や家族の身を守るために役立つ情報や商品の訴求におすすめです

【2025年4月-9月】

アンケートまたはブランドリフト調査無料は先着3枠

<https://bunshun.jp/>

メディア概要

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



Point

- ### 1 高PV、高UU。圧倒的な読者数と幅広い読者属性

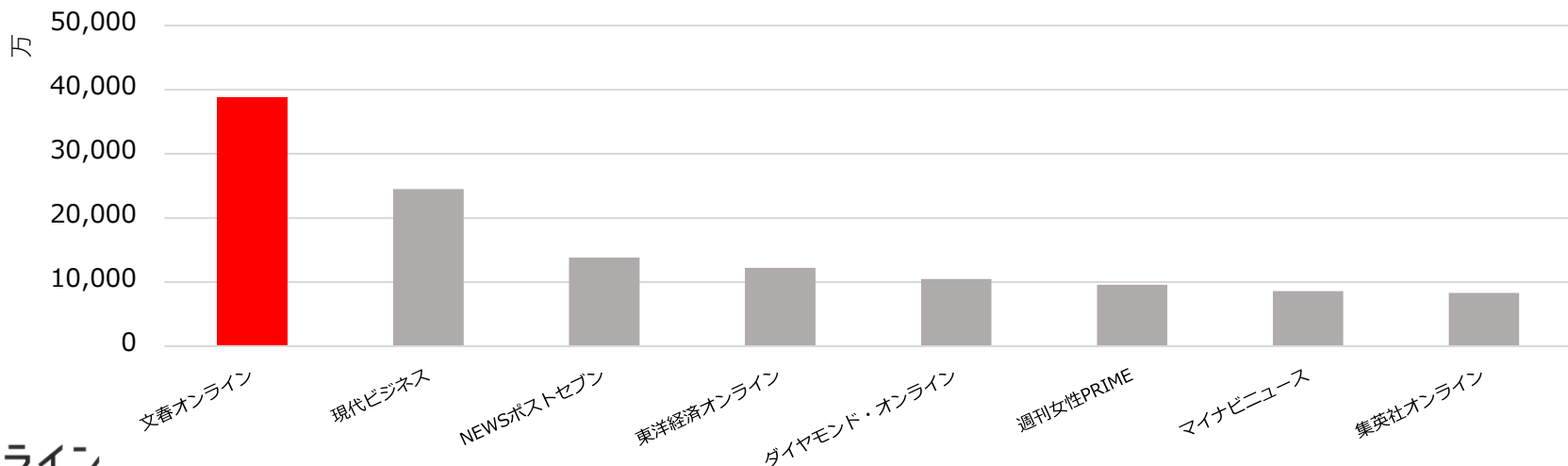
月間ページビューは平均3.8億（※）「文春オンライン」でしか読めない充実のコンテンツが満載で、老若男女幅広く、圧倒的な読者数を抱えたウェブメディアです。※自サイト内。Google Analytics2024年1月～2024年3月実績
- ### 2 「ビジネスからエンタメまで」バラエティ豊かな記事

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



Point

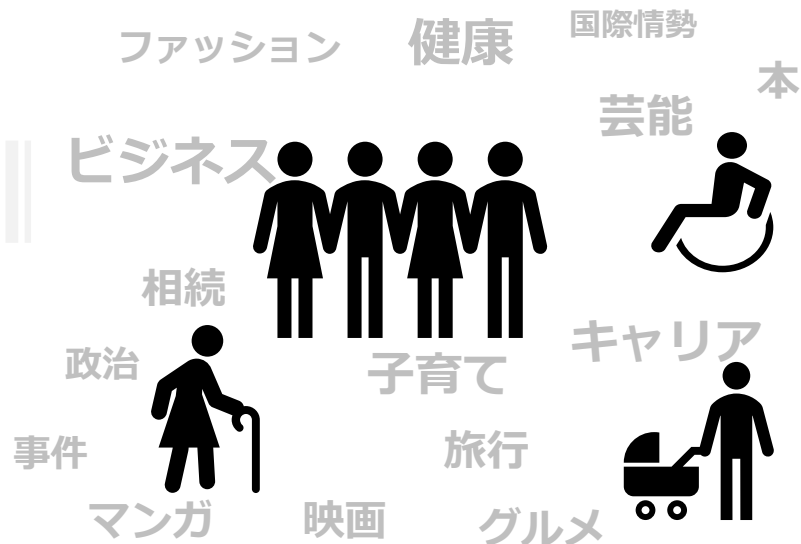
「トレンド」「独自のコンテンツ」「ニュース」の3本柱で
月間3372万UUを超える読者の多様な関心事に応えています

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

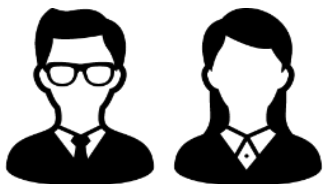
出典：「文春オンライン」読者アンケート 2024年11～12月実施 (n=510)
設問「文春オンラインの訪問目的を教えてください」に対する回答結果 (複数選択可)

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

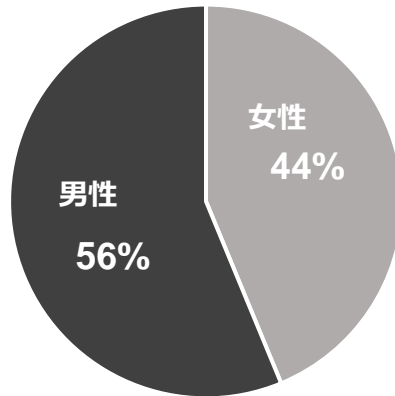


健康への関心

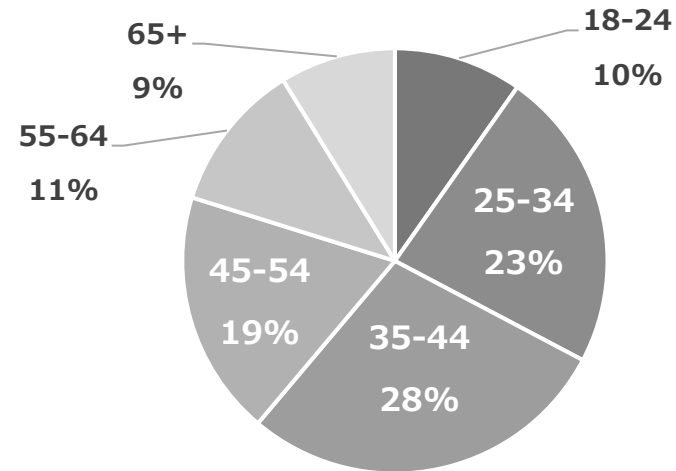
健康や美容情報へのアンテナ質が良い食生活や生活習慣のヒントが知りたい

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

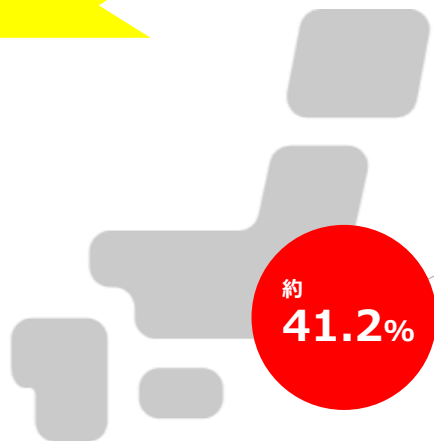
男女比



年齢層



居住地

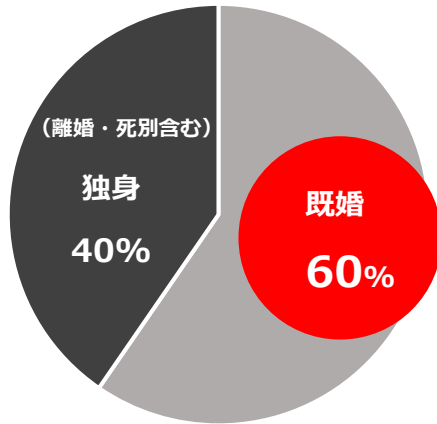


都市圏
(関東)居住率 4割以上

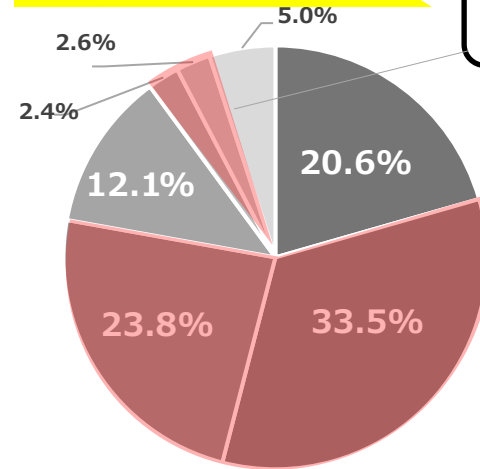
| | |
|-------|---------|
| 関東 | : 41.2% |
| 中部 | : 17.3% |
| 関西 | : 16.3% |
| 中国・四国 | : 9.6% |
| 九州・沖縄 | : 5.7% |
| 北海道 | : 3.1% |
| 海外 | : 0.2% |

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



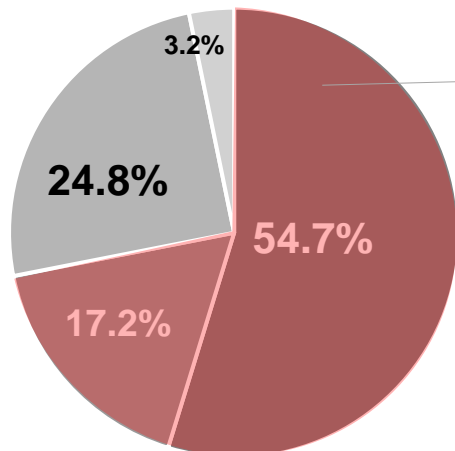
家族構成



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



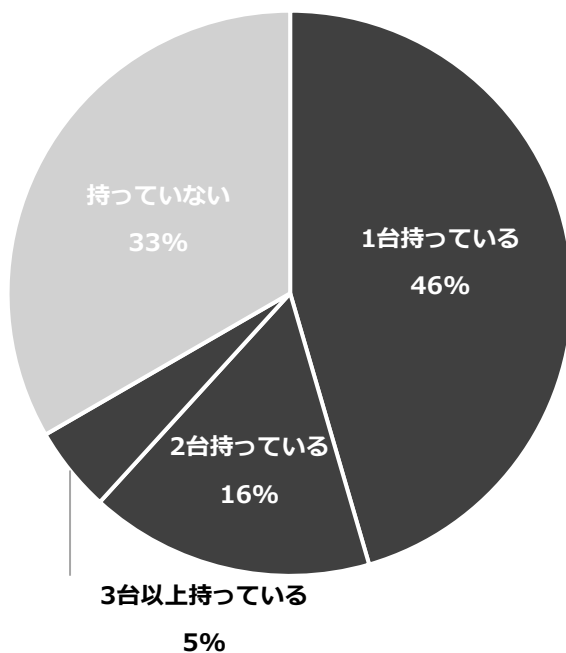
持ち家率
(戸建て・マンション・アパート) 約 **71.9%**

- 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

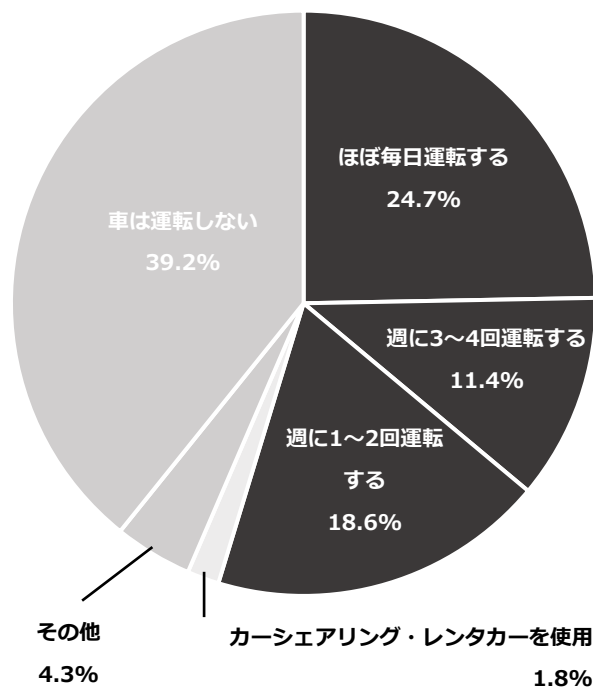
車について

□ 自家用車の保有数(世帯あたり)



自家用車の保有率 約 **67%**

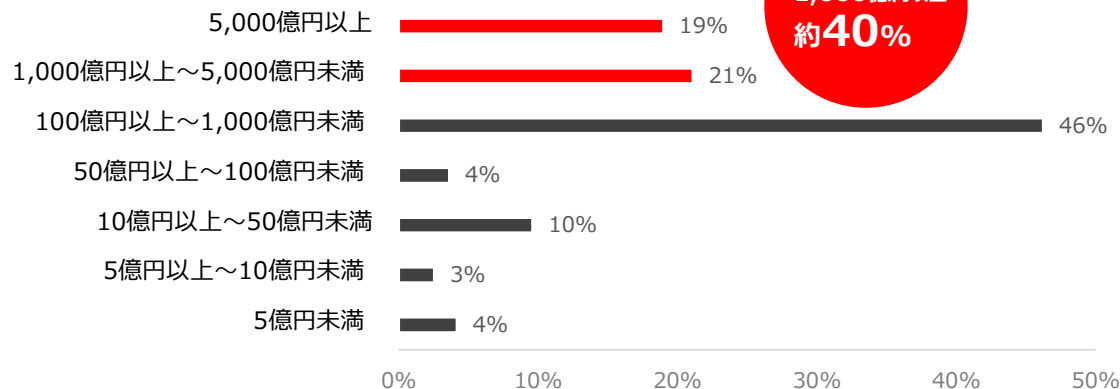
□ 運転の頻度



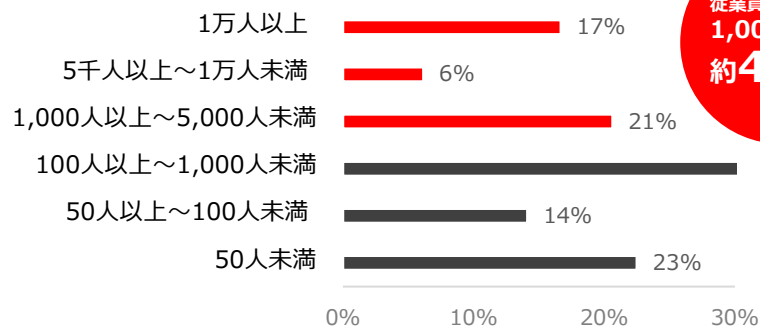
週に1回以上運転するユーザー 約 **54.7%**

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

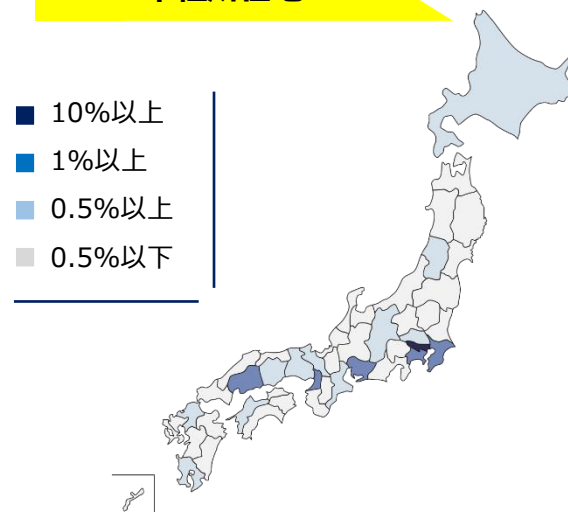
売上規模



従業員数



本社所在地



特集企画概要

守りたいものが多い「責任世代」の読者にとって、「災害・防災」は大きな関心事



文春オンライン
災害大国を生きる
〈防災特集〉

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……。

PR



停電時、ポータブル電源だけでどれくらい暮らせる？ 丸一日の“車中避難”で検証して分かった“驚きの結果”
2024/07/16



200人の観光客が島内にある水族館に取り残され…新聞・テレビが報じなかった能登半島地震“恐怖の一夜”のときま水供給の被災 #1
2024/06/15



「防災対策を行政に要望していたのに、対応してくれなかった」能登半島地震発災前から危険を訴えていた地域住民の指摘
能登半島地震・イカキングの風景 #2
2024/04/30



地震で孤立した村で始まった予想外にハイレベルな「自給自足」生活 お祭り用の発電機でウォッシュレット、山から水を引いて200人分の料理も
2024/02/17



地震の専門家が「地震のとき真っ先に見るのは、防災科学技術研究所の『防災地震Web』と語る理由とは
2024/02/02

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 永田和さんインタビュー (PR)
2023/06/30

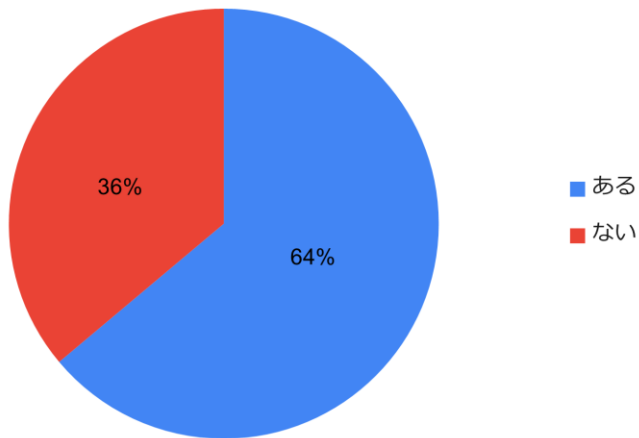
文春オンラインは2017年のローンチ以来「世の中の『ほんとう』がわかります」をコンセプトに掲げています。フェイクニュースや、どちらかに偏った情報が溢れる時代に「丁寧に取材した事実」や「他では読めない本音」を読者に届けたいと考えています。

それは芸能スcoopに限りません。震災の被災地を訪れ、取材を通して現場のリアルな声や、復興への道筋づくりに奮闘する方々の姿を届けています。

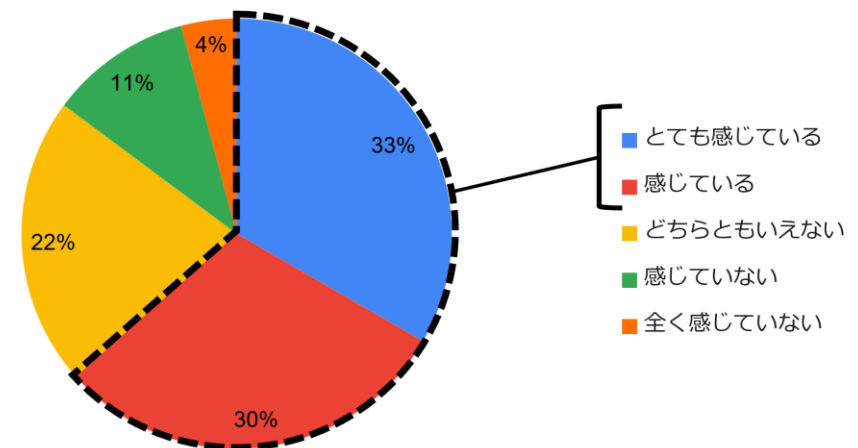
「災害大国」である日本で生きていくうえでは、もしもの日に備えるための情報収集が欠かせません。文春オンラインの読者の中心層は、パートナーや子供がいるファミリー層。親の見守りや介護などへの関心も高く、守りたいものが多い「責任世代」であることが推察されます。そんな読者に対して、自分や家族の身を守るために役立つ情報を、わかりやすく発信していきます。

「防災・減災に取り組んでいる」読者も、「自然災害に不安を感じている」読者も6割超
すでに対策を始めていても、災害への不安はやはり拭いきれない

防災・減災対策として取り組んでいることはありますか？

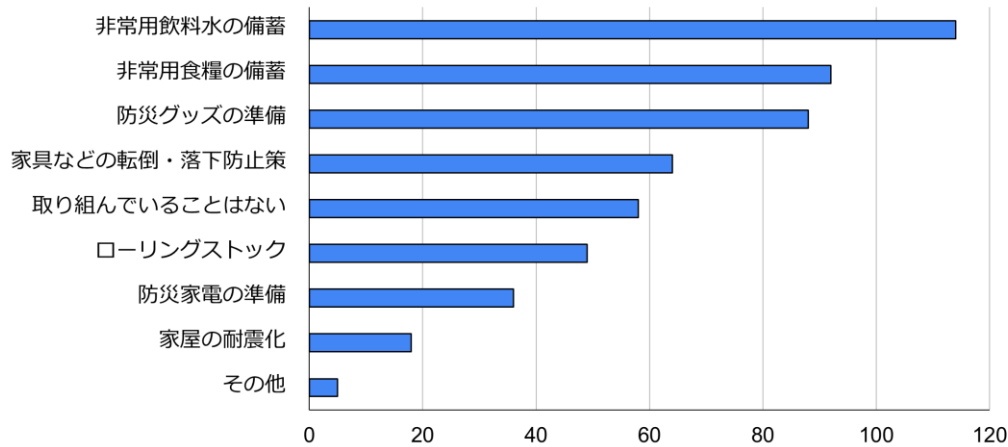


自然災害に対して不安を感じていますか？

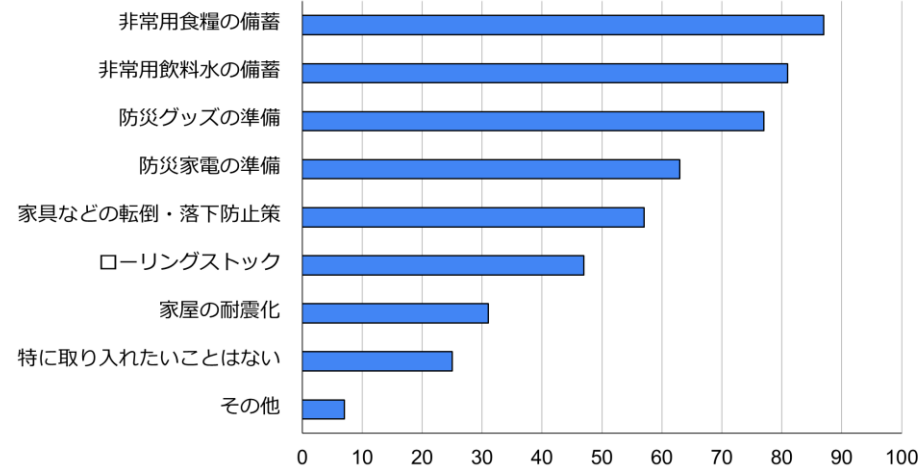


「非常用の水や食料の備蓄」を始めている読者、これから取り組みたい読者が多数 防災グッズや防災家電など、プラスαの備えにも関心あり

取り組んでいることについて具体的に教えてください。（複数選択可）



今後取り入れていきたいことについて教えてください。（複数選択可）



他にも読者はこのような情報を求めています

※「問：災害・防災に関して、文春オンラインで読みたい内容があれば教えてください」への自由回答結果より編集・抜粋

- ・ **バッグに入れて携帯する非常用品の優先順位を知りたい！**
- ・ **ペットとの避難や防災に役立つ情報を知りたい！**
- ・ **安心できる備えの量を視覚化してほしい！**
- ・ **防災食について知りたい！**
- ・ **避難で車中泊をする時の注意点が知りたい！**

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 2023/06/23

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。

※他媒体の5倍の購入実績とのフィードバック有



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

Jackery Japan様 ポータブル電源 1000 New

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



非常用電源の「置く場所がない」「重くて持ち運べない」を解決！ 新発売「Jackery ポータブル電源 1000 New」の実力は？

文春 「文春オンライン」編集部 2024/07/16

PR 提供：Jackery Japan

f X B! LINE

日本各地で頻発する自然災害。地震や台風、豪雨、洪水……いつ巻き込まれるかわからない大型災害への備えとして、年々関心が高まっているのがポータブル電源だ。停電してしまった場合の非常用電源としてはもちろん、近年ブームとなっているキャンプやアウトドア用途でも人気を集めている。その市場を世界的にリードしているJackery（ジャクリ）社が、新商品「Jackery ポータブル電源 1000 New」

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



停電時、ポータブル電源だけでどれくらい暮らせる？ 丸一日の“車中避難”で検証してみた“驚きの結果”

阪口 克 2024/07/16

PR 提供：Jackery Japan

f X B! LINE

ここ数年、大きな自然災害が全国的に多発している。今年1月1日の能登半島地震は記憶に新しいが、他にも大雨、土砂災害など、日本全国いつどこで被災するかわからない……。

災害のニュースで最近よく耳にするのが「車中避難」というワードだ。地域の体育館や公民館に設置される避難所に入らず、安全な駐車スペースに停めた車の中で避難生活をするを指す。避難所に比

2本掲載！ 新商品リリース記事 + 車中避難訓練企画

- 新商品リリース・Amazonセールに合わせて、リリース記事を文春オンラインに掲載
- 文春オンラインライターが車中避難訓練を実施。ポータブル電源をフル活用することで、具体的な利用シーンをイメージさせる記事を作成しました
- 複数台購入されました。

<https://bunshun.jp/articles/-/71867>
<https://bunshun.jp/articles/-/71956>



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

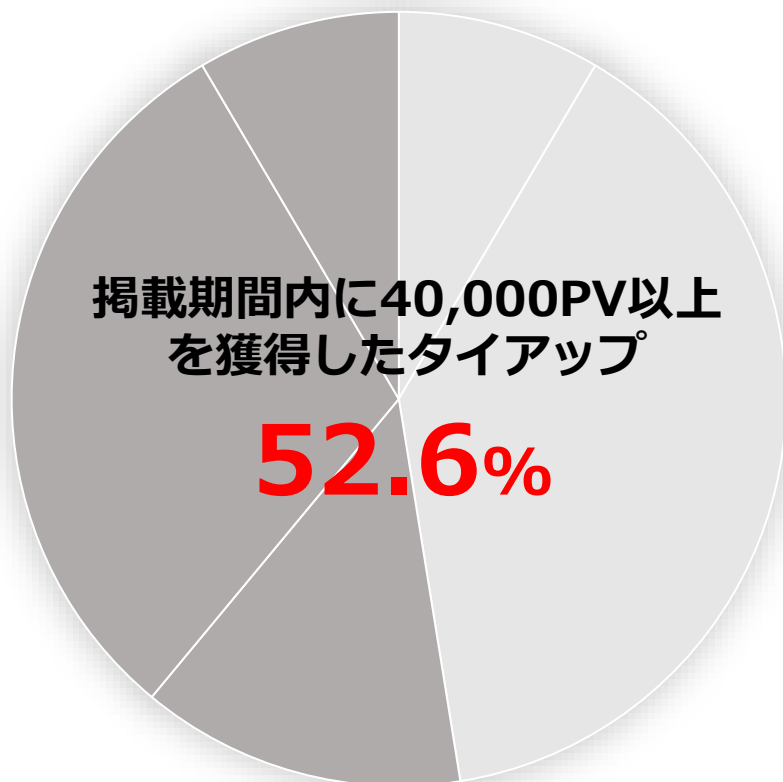
3



「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。

4週間の掲載期間で、半分以上の案件が**40,000PV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



タイアップ掲載実績 2023年4月～2024年12月

| | |
|------------------|-------|
| 80,000～100,000PV | 8.5% |
| 50,000～80,000PV | 30.5% |
| 40,000～50,000PV | 13.6% |
| 30,000～40,000PV | 37% |
| 25,000～30,000PV | 8.5% |

集計条件：
最低25,000PV保証・4週間掲載保証のタイアップ

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。



| 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。



| 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制作したい | 「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 | 原則としてリリースを再構成して制作 ※事前ヒアリングシート記載の上で実施可否を判断 | 「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 | ○ | ○ | ○ |
| レポート項目 | PV・UU (全体・日別) / セッション数 / 読了数 / 外部リンククリック数 / 読了率 / 外部クリック率 / 平均エンゲージメント時間 / 平均セッション継続時間 / ユーザー属性(性別・年齢・利用端末・地域) | | |

タイアップ広告オプション_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きます。 ※2,500文字程度を推奨。上限は5,000字。 |

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～ | 都度お問合せ下さい。 |
| | 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 |

通常のタイアップ誘導枠の他、「文春オンライン」の特集カテゴリ内にもタイアップ記事を掲出。商材やキャンペーンとの親和性が高い編集記事が掲載されているページから、記事に対する誘導を実施できます。

掲載特集バナー



特集ページサンプル



高いものにもワケがある。価格だけを見るのではなく、正しい知識を身に付け、災害の備えを。>

備考

- ※特別誘導を実施する特集は原則「防災」特集となります。
- ※特集名やバナーデザインは予告なく変更する可能性があります。
- ※特集ページ内の編集記事は、弊社にて親和性が高い記事を選定して更新を行います。掲載する編集記事に対するご要望は承っておりませんので、ご承知おきください。
- ※タイアップ記事にはPR表記がございます。
- ※特集ページからの流入情報は原則としてレポート対象外とします。



特集ページURL <https://x.gd/qWKUf>

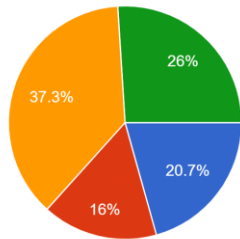
タイアップ閲覧者アンケート

5万円N→無料

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。

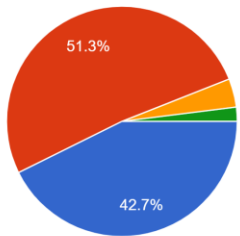
※以下イメージです。

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



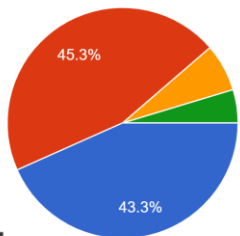
- 知っていたし、現在使っている
- 知っていたし、以前使っていた
- 知っていた
- 知らなかった

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



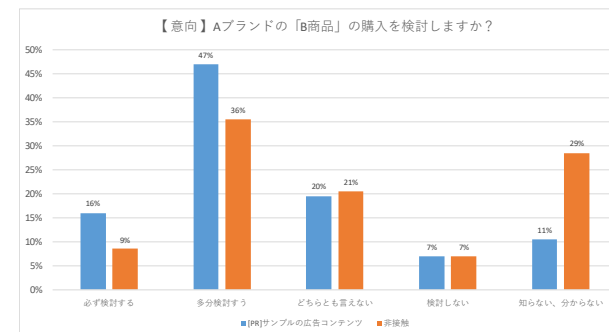
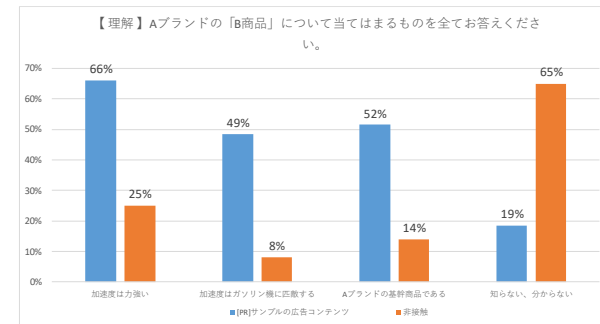
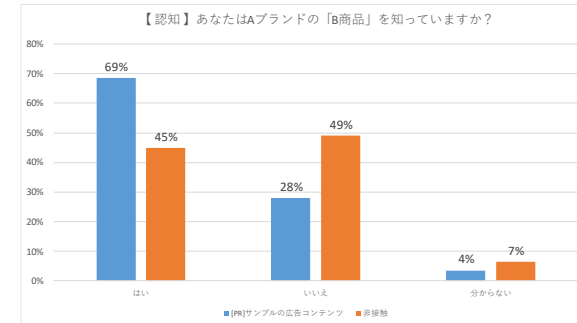
- とてもそう思う
- そう思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

ブランドリフト調査

10万円N→無料

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。

※以下イメージです。



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

〒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 飯盛 (090-3192-5848)