

文春オンライン



MEDIA GUIDE
2025. 07 - 09

株式会社文藝春秋

目次

1	読者属性	P13~20
2	特集企画	P22~24
3	タイアップ広告 プラン一覧	P26~34
4	タイアップ広告 オプション	P36~42
5	タイアップ広告 高反響事例集	P44~55
6	スケジュール・掲載基準 . .	P57~62



前回からの主な変更点

HOT!



PV1位記念キャンペーン開始

P4・5

「文春オンライン」の5年連続自社PV1位を記念し、オリジナルタイアップを実施いただく広告主様に向けて2つのキャンペーンをご用意しました！ぜひこの機会にご活用ください。

NEW!



マルチメディア展開の強化

P30-36

タイアップ広告のプランを再編。オンラインで高リーチを狙うプランから、文藝春秋の他の媒体とのマルチメディア展開が可能なプランまで、目的やご予算に応じて幅広い施策に対応することが可能になりました。

NEW!



外部メディア連携メニュー強化

P39-42

外部メディアを活用するオプションメニューを大幅アップデート。Xでの拡散を狙える「プレゼントキャンペーン」と、目的やターゲットに応じて最適なプランを選ぶ「外部誘導オプション」をご用意しました。

第1弾

2媒体で最大150,000PVを保証！「文春オンライン」× Yahoo!ニュース W掲載パッケージ

Point

「文春オンライン」のタイアップがYahoo!ニュースにも掲載！圧倒的高リーチを獲得できます



2媒体合計のPVを保証

保証を大きく上回るPV獲得実績が複数！

メニュー名	プランA	プランB
料金	定価4,500,000円 3,000,000円	定価6,500,000円 5,000,000円
PV	2媒体合計PV 70,000PV 【保証】	2媒体合計PV 150,000PV 【保証】

※クライアント、想定テーマ、記事の切り口、掲載期間に関してはLINEヤフー社の掲載審査を実施します。必ず事前に「文春オンライン」担当までお問合せください。
※2媒体合計でのPV保証となります。PV内訳は弊社にご一任いただきます。

文春オンライン



詳細はこちらの企画書をご参照ください→

第一弾 詳細

第2弾／初回限定※1

リピート&継続が約70%※2「文春オンライン」オリジナルタイアップ 初回限定キャンペーン

Point

オリジナルタイアップのリーチ力を初回限定価格でぜひお試しください！



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	定価2,500,000円 2,000,000円 内訳) 掲載費：1,500,000円 (G) 制作費：500,000円 (N)	定価3,500,000円 3,000,000円 内訳) 掲載費：2,500,000円 (G) 制作費：500,000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】

※1 オリジナルタイアップをまだ実施したことがない広告主様すべてを対象とします。
ライトタイアップのみご利用だった広告主様や、文藝春秋の他媒体での実績がある広告主様もご利用いただけます。
ご不明な点があれば担当までご遠慮なくお申し付けください。
※2 「オリジナルタイアップ」の掲載実績のうち、リピートもしくは複数本まとめてご発注いただいた案件の割合
(集計期間 2020年1月～2025年1月)



オリジナルタイアップの詳細は媒体資料P28をご参照ください

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

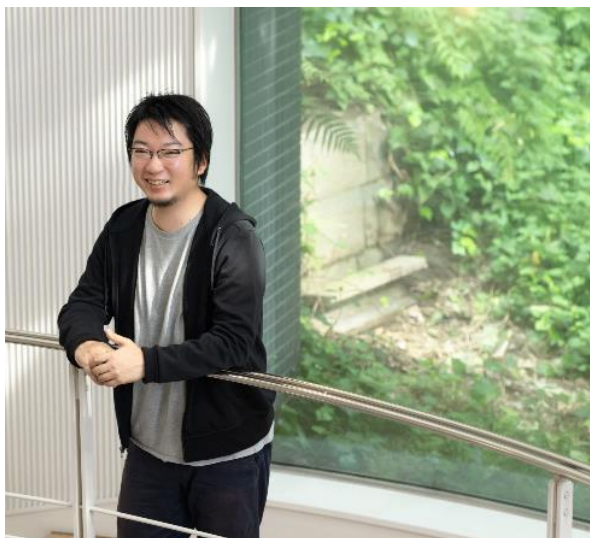
自社UU	3372万1539 UU/月
外部含むPV	6億4652万9422 PV/月
X	703,634 フォロワー

※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。

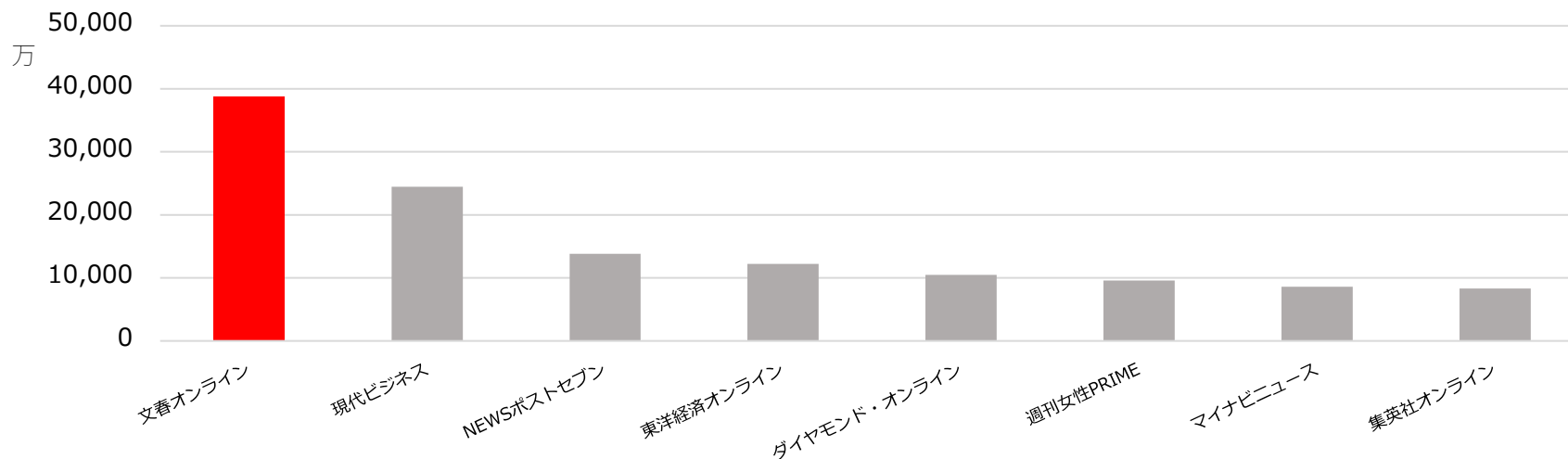
3

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

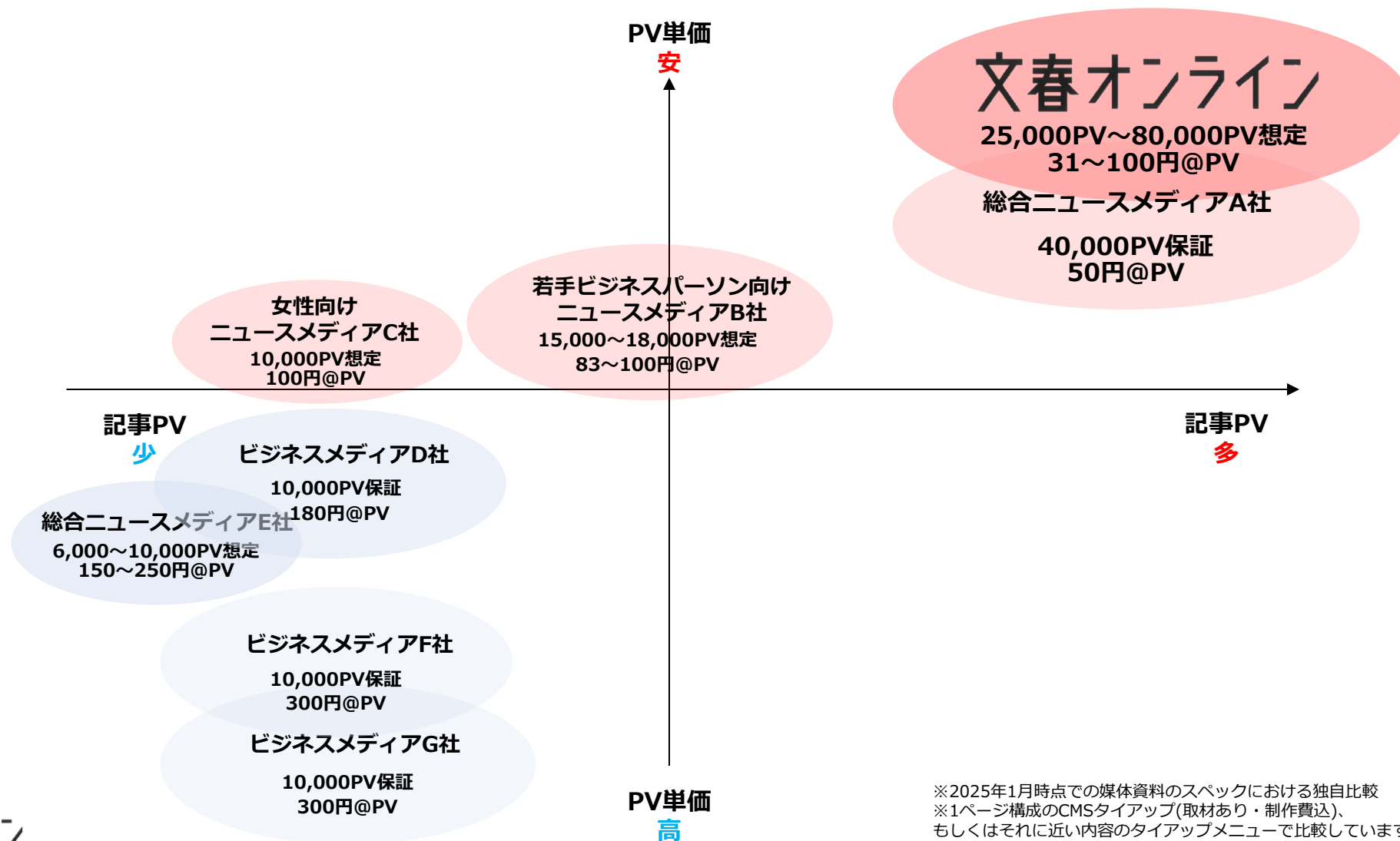
国内の主要ウェブメディア（ニュース・ビジネス系）とのPV比較



文春オンラインのタイアップの特徴

Point

タイアップの「PVボリューム」と「PV単価」が圧倒的です！！



※2025年1月時点での媒体資料のスペックにおける独自比較
※1ページ構成のCMSタイアップ(取材あり・制作費込)、
もしくはそれに近い内容のタイアップメニューで比較しています

「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まで、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
PLUS

ビジネス



SCOOP!

©文藝春秋

「不動産開発は今が踏ん張りどころ」東急とJR東日本のトップが明かした“東京改造計画”〈40年ぶり対談〉

文藝春秋「文藝春秋」編集部

2025/05/09

マネー



©Cookingイメージアート

「インフレには不動産投資」は本当か？
橋玲氏が聴病者のために考える「リスクなしで金融資産を保全する方法」

橋玲

2024/11/27

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

健康



写真＝鈴木七絵／文藝春秋

3回連載合計
430万PV超

#1

#2

#3

MRIで「がんではない」→別病院でステージ3の乳がんを宣告された梅宮アンナ（52）が明かす、検査までの経緯「場合によっては人が死にますよって...」

梅宮アンナインタビュー #1

平田 裕介

2024/11/24

美容



430万PV超

©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」

操作イトウ

2023/03/04

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？

押桑 良太

2023/07/04

グルメ



©山元茂樹／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！――くじゃない方のグルメ>

小宮山 雄飛

2024/02/06

旅



890万PV超

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

Point

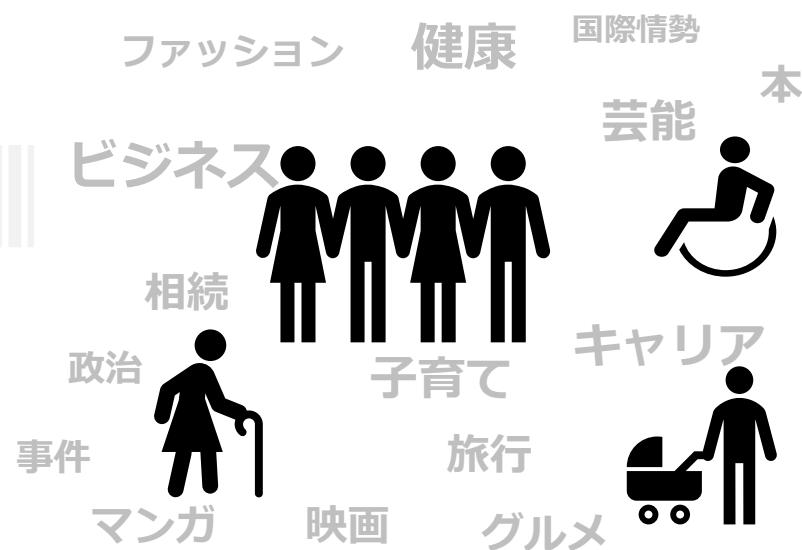
「トレンド」「独自のコンテンツ」「ニュース」の3本柱で月間3372万UUを超える読者の多様な関心事に応えています

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

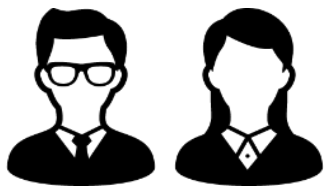


読者属性

主な読者はこんな人

Point

「知的好奇心」と「購買意欲」が高い読者に支持されています



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

世帯年収が高め
タイアップ記事からの購買実績も多数



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

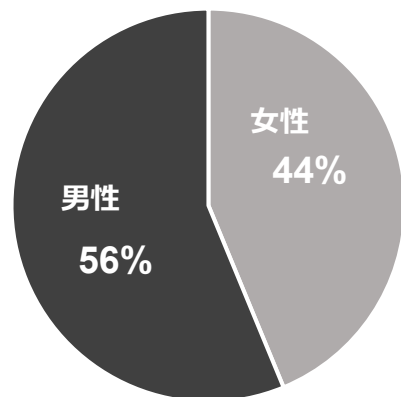


健康への関心

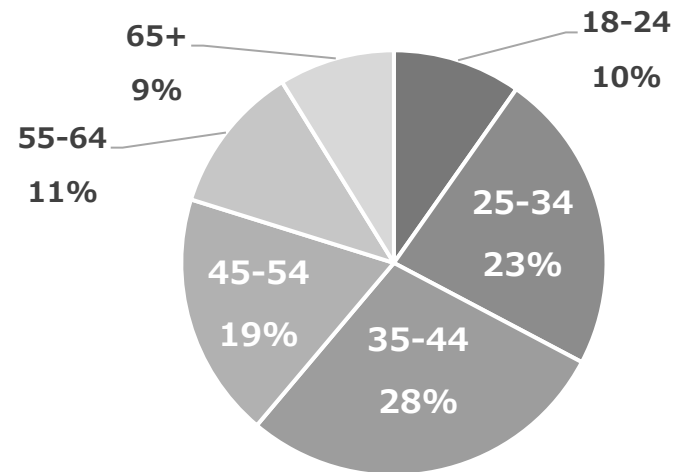
健康や美容情報へのアンテナ質が良い食生活や生活習慣のヒントが知りたい

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

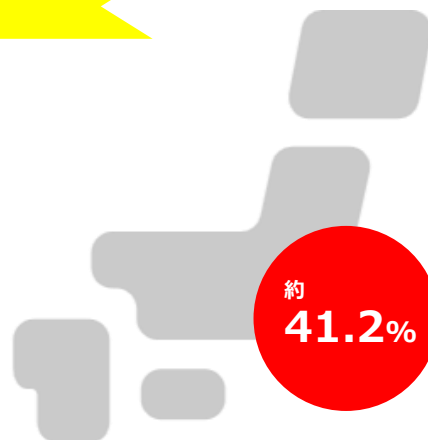
男女比



年齢層



居住地

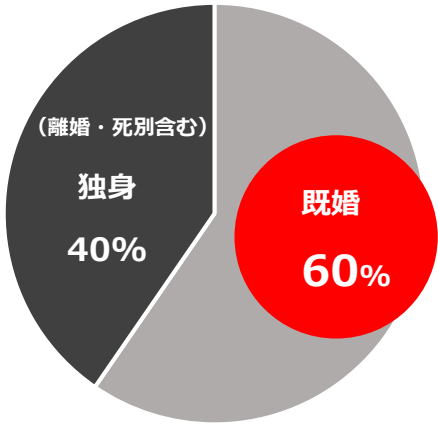


都市圏
(関東)居住率 4割以上

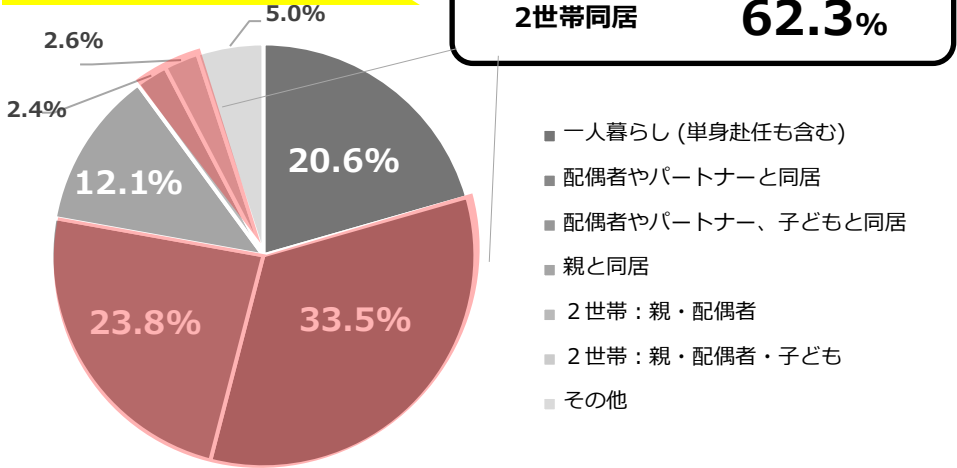
関東	:	41.2%
中部	:	17.3%
関西	:	16.3%
中国・四国	:	9.6%
東北	:	6.7%
九州・沖縄	:	5.7%
北海道	:	3.1%
海外	:	0.2%

既婚・持ち家のファミリー層から特に支持されています

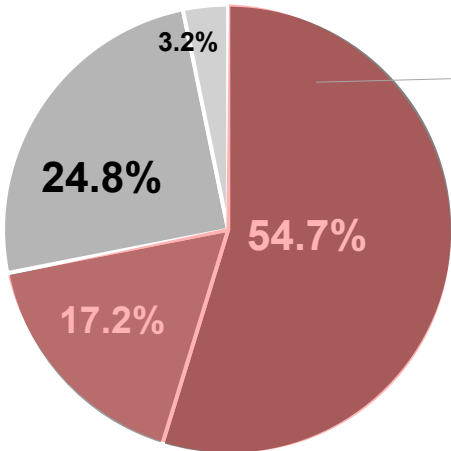
結婚



家族構成



住まい



持ち家率
(戸建て・マンション・アパート)

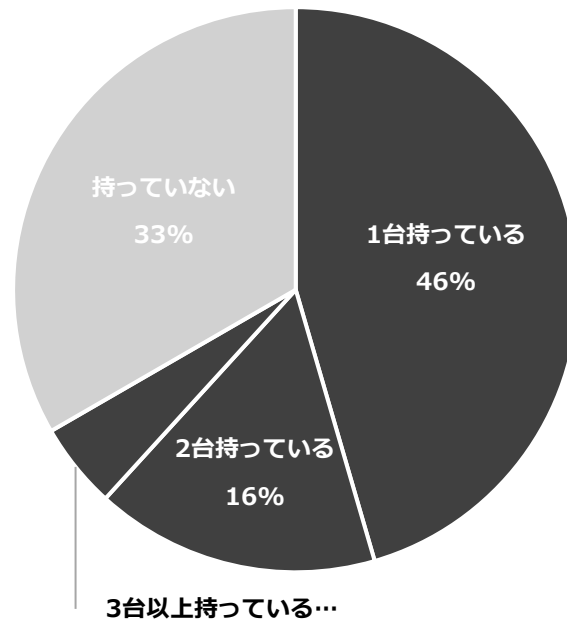
約
71.9%

- 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

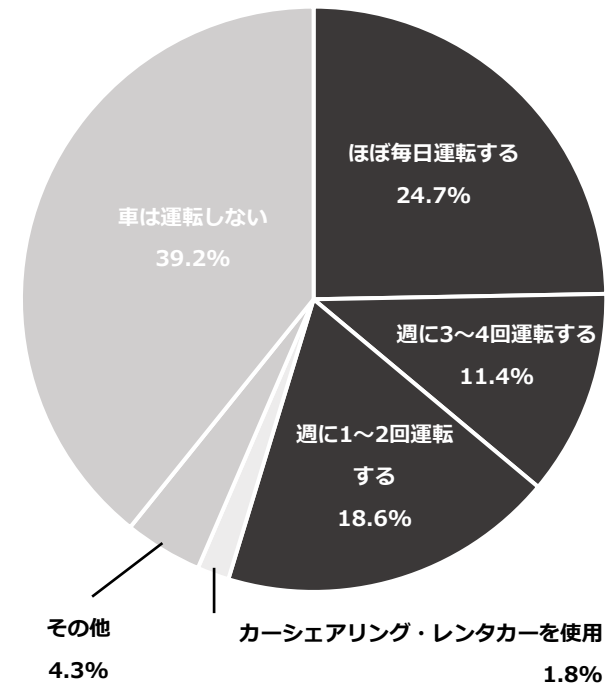
車について

□ 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%**

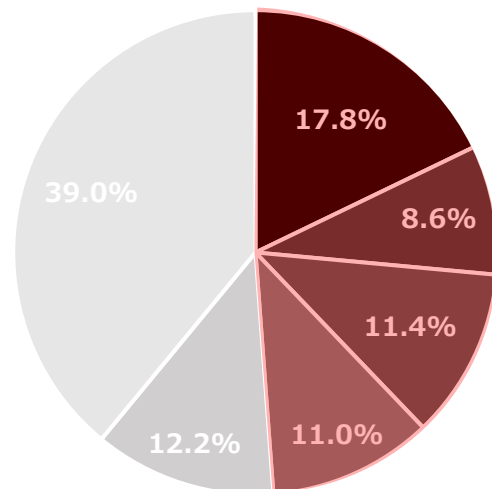
日常的にお酒を楽しむユーザーが約半数。よく飲むお酒の第一位はビールです

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

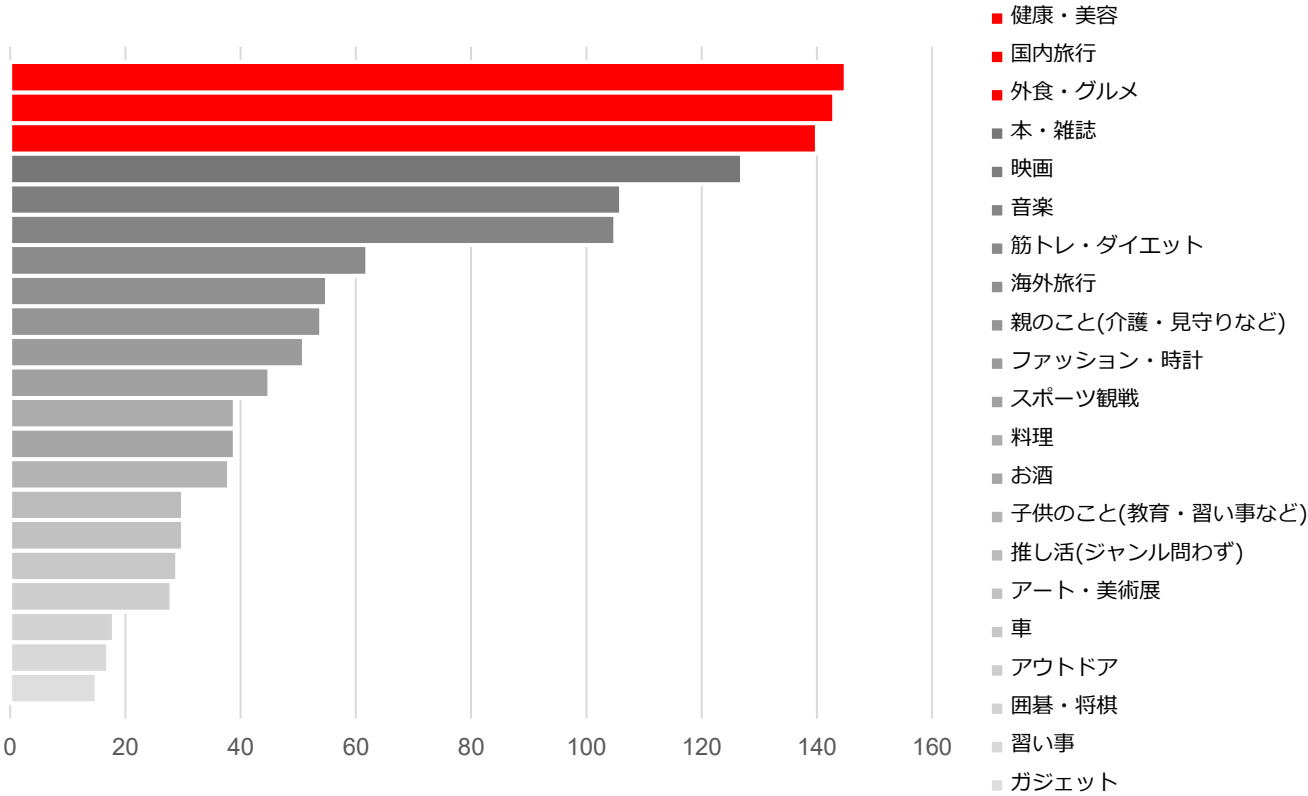
発泡酒

※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

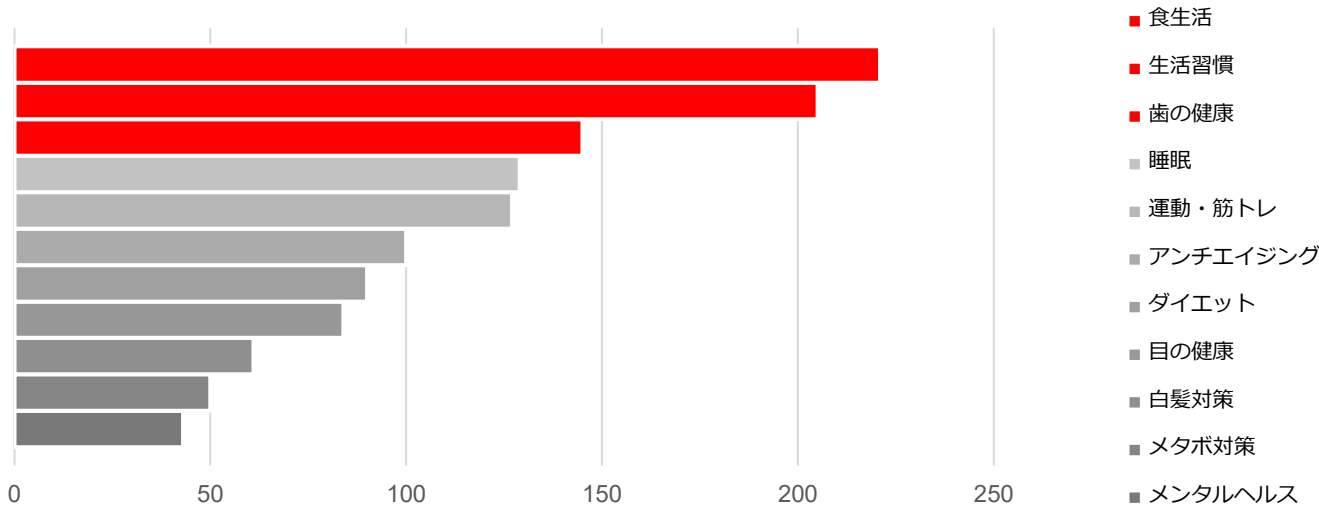


※上記の選択肢から3つまで選択

関心があるテーマ

□ 健康・美容編

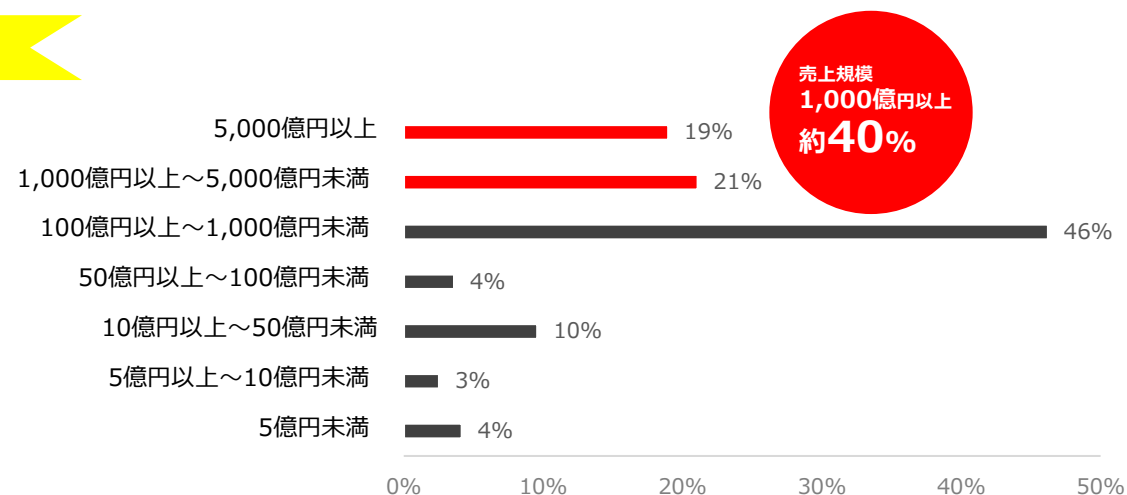
食生活 / 生活習慣 / 歯の健康 がトップ3



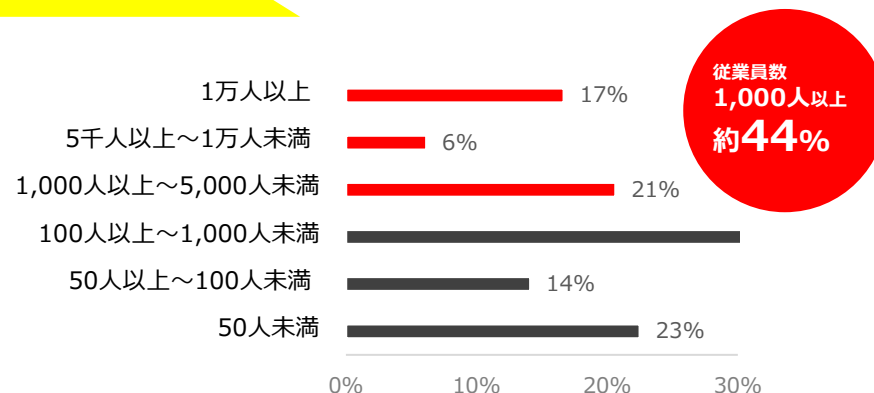
※以下の選択肢から3つまで選択し上位を集計
生活習慣 / 食生活 / ダイエット / 白髪対策 / アンチエイジング / 歯の健康 / 目の健康 / メタボ対策 / メンタルヘルス / 脱毛 / 植毛・増毛 / 美容医療 / 睡眠 / 運動・筋トレ / その他

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

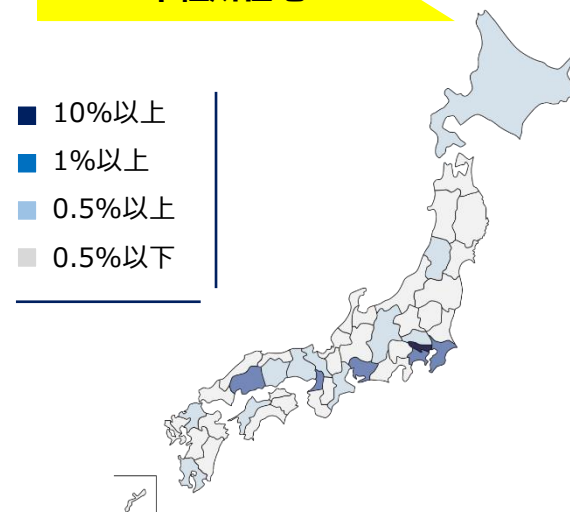
売上規模



従業員数



本社所在地



特集企画

「文春オンライン」で良く読まれるテーマを中心に、トップページに特集ページを設置。
特集内で展開できる特別タイアップメニューをご用意しています。



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うような“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](#)



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](#)

文春オンライン



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](#)



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 ファッション・ライフスタイルブランド向け

30～60代の男女に向けて、ファッションや日常を豊かにするプロダクトを通して「そのひと自身のStyle」を見つける楽しさを発信する企画です。服飾・時計・ジュエリーなど、ブランドの情報発信に特におすすめです。



Beyond the Scoop, Your Unique Style.

the Styleは今から17年前、2007年に発足したファッション企画です。雑誌「週刊文春」から出発し、現在では「文春オンライン」でも特集ページを展開しています。

オンラインでのタイアップメニューは「週刊文春」とのセット展開と「文春オンライン」での単独タイアップの2パターンをご用意しています。詳細は企画書をご参照ください。

「the Style」企画書

文春オンライン

▼編集記事 イメージ

【Business Style Updates 2025 ss W】春はスタイルをアップデートするベストなタイミング！ビジネスシーンのアイテム選びでおさえるべき3つのポイントとは？

文春「文春オンライン」編集部

2025/02/20

genre: ファッション

タグ: ファッション

ファッションでも心掛けたい、ワーク・ライフ・バランスの見直し

2月20日発売の週刊文春the Styleでは、「スマート」と「アクティブ」という2つのシーンを想定したメンズビジネススタイルを紹介した。ここでは本誌のビジネスページに合わせた、スマートかつアクティブな最新のワイメンズビジネスアイテムを紹介する。

Photography: Kanayo Aoki
Styling: Natsuka Kobayashi
Composition & Text: Shingo Sano

オンラインの原稿を書いたワイメンズのビジネススタイルでは、ある程度ビジネスシーンに特化したプロダクトアイテムを紹介していたが、ワーク・ライフ・バランスを両立するためのアイテムは、仕事とプライベート、休日を分けず使えることで、どちらのスタイルにも活用できるアイテムを生み出さなくてはならぬ。ビジネスアイテムを重視する一方で、どんな場面でもスマートに着こなすためのアクセories、パフォーマンスをサポートする機能性、そして幅広いシチュエーションに対応できる汎用性。この3つを意識しながら、自分だけのビジネススタイル探しを楽しんでほしい。

イメージする際は、無地無地の下にブラウスやカットソーを合わせ、シルエットが緩やかなパンツや仕上げにミニマルなアクセories。そのスタイルをベースに、シチュエーションに合わせてバッグや靴やアクセサリーやアクセサリーがあれば、毎日のスタイリングが楽しくも便利になるだろう。

アクセントに取り入れる、ミントグリーンの爽やかさ



ビジネス用のバッグ選びは難しい。見た目だけでなく機能性のないバッグを持ってもビジネスに活用が難しい。かといって機能性重視のビジネスバッグは価格が高額で、中には目立つデザインは、実際のところ、ビジネスシーンで使いにくい。このようにビジネスバッグの選び方は、見た目だけでなく機能性も重視する必要がある。スマートかつスタイリッシュなデザイン、¥45,000/バーバリー・スモーク・スモーク（バーバリー株式会社 カスタマイザーサービス部 0120-311-296）

お家時間をちょっと贅沢に。出しっぱなしでもサマになる“機能美”あふれる家電選び

インテリアにすんなり馴染むデザイン性が選びのキモ

文春「文春オンライン」編集部

2025/02/20

genre: ファッション

タグ: ファッション

お家時間のスタートまでを豊かに過ごす。そこで使うインテリアアイテムも全体的な印象を左右する。スタイリングを、ここで取り入れたいアイテム・デザイン・カラー・素材・質感が揃う。機能美とデザイン性を兼ね備えた家電を選びたい。

Photography: Shalchi Kawanabe (BYT/MEMPH)
Styling: Sho Kawanabe
Composition & Text: Kaito Kawanabe

インテリアの定番。お家時間のスタートまでを豊かに過ごす。そこで使うインテリアアイテムも全体的な印象を左右する。スタイリングを、ここで取り入れたいアイテム・デザイン・カラー・素材・質感が揃う。機能美とデザイン性を兼ね備えた家電を選びたい。

recette
スライドラックトースター
レトロなブラウン調TVを彷彿とさせるトースターに凝ったデザインが特徴



お家時間の定番。お家時間のスタートまでを豊かに過ごす。そこで使うインテリアアイテムも全体的な印象を左右する。スタイリングを、ここで取り入れたいアイテム・デザイン・カラー・素材・質感が揃う。機能美とデザイン性を兼ね備えた家電を選びたい。

2025年、文藝春秋は地域の「今」と「未来」に向き合います



「映え」がなくても読者の心を掴む「移動編集部」

日本で一番読まれているウェブメディア「文春オンライン」の編集部が、実際に皆さまの街にお伺いし、まだ知られていない“場所”やその地域の“人”の魅力、その場所でしか体験できない“コト”を発掘する企画です。

自治体様とのお取り組み事例も多数。観光ガイドではわからない地方の面白ネタを発掘し、観光、移住促進などの訴求にお役立ていただけます。

「移動編集部」企画書

文春オンライン



丼、丼、丼...！ 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

文春 「文春オンライン」編集部 2022/01/11
PR 提供：島根県観光連盟



冬の山陰地方といえば、荒れ狂う日本海に雪景色……。そんな勝手なイメージがあったが、羽田空港から1時間半のフライトを終えて12月中旬の萩・石見（いわみ）空港に降り立つと、予想は良い意味で裏切られた。むしろ東京より心地よいぐらゐの陽気だ。沿岸の対馬暖流の影響もあり、島根県西部・石見（いわみ）地方の気候は1年を通じて比較のおだやかだという。



Point

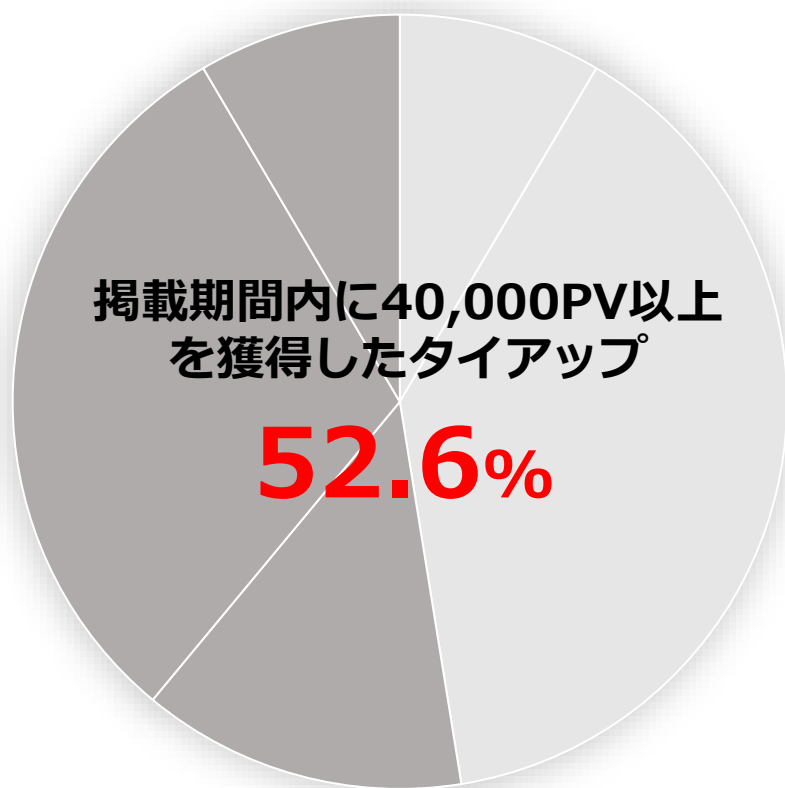
文藝春秋の動画メディア「文藝春秋PLUS」でも、「地域の課題に向き合い行動する人」を応援するYouTube番組 **+LOCAL**を展開中！動画とオンラインタイアップセットでの展開もおすすめです。詳細はお気軽にお問い合わせください。

+LOCAL 文藝春秋 PLUS

タイアップ広告 プラン一覧

タイアップ広告の特長

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
外部誘導のご予算がなくても、**安定した閲覧数**を見込めます



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

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



「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

著名人起用



「きちんとケアすれば、体は応えてくれると実感」シシド・カフカの体調キープのルーティンとは

私を整えるルーティン vol. 1

スクープ・真相追究



【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・愛好家アサイン



「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



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？

漫画制作



「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

タイアップ広告プラン一覧

①オリジナルタイアップ

「読まれるタイアップ」を実感できる基本プラン。
10万～40万PVの獲得実績が複数ございます。

トップページ
「SPECIAL」枠



誘導①

トップページ
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

4万人 70万follower

※メルマガ内ローテーション

※1回ツイート

タイアップページ



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	2,500,000 円 内訳) 掲載費：2,000,000円 (G) 制作費：500,000円 (N)	3,500,000 円 内訳) 掲載費：3,000,000円 (G) 制作費：500,000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。	

タイアップ広告プラン一覧



メニュー名	ライトタイアップ
料金	1,200,000 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）
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。 ※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。 ◎「ライトタイアップ」メニューでのご提案可否の審査にあたり、ヒアリングシートでの情報提供をお願いしております。以下のURLよりシートをDLの上、ご入力ください。 https://bunshun-jp.box.com/s/p0ytk2g0dayxxdkk7559gaz7suj8r946

タイアップ広告プラン一覧

メニュー名	ライト (P29)	オリジナル：スタンダード (P28)	オリジナル：プレミアム (P28)
実施料金	1,200,000 円 (G)	2,500,000 円 (G) 掲載費 2,000,000円 (G) 制作費 500,000円 (N)	3,500,000 円 (G) 掲載費 3,000,000円 (G) 制作費 500,000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	1,0000PV【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	○	○	○
基本レポート項目	PV／UU／ユーザー属性 (年齢・性別・デバイス・地域)	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)	

タイアップ広告プラン一覧

③一社専用タイアップ特集

「文春オンライン」の中にタイアップ記事と編集記事を組合せた貴社専用の特集を展開。トップページに特集バナーを掲載します。キャンペーン期間に合わせた短期展開から、年間・複数年にわたるブランディング施策までご活用いただけます。

特集ページ イメージ



※通常CMS ※デザインあり(別途料金) ※デザインあり(別途料金)

特集ページには広告主様のロゴ設置も可能です！

注目度
抜群

「文春オンライン」
トップページに
特集バナー設置

※設置位置は要相談



特集バナー

メニュー名	1社専用タイアップ特集
料金	都度御見積 目安：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	<u>タイアップ記事への誘導</u> 1. オリジナルタイアップと同様の誘導枠 2. タイアップ特集ページ内 <u>特集トップページへの誘導</u> 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。 ※タイアップ記事は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。 ※「文春オンライン」トップページの特集ページのバナーは、タイアップ記事の誘導終了後に一定期間を経て、取り下げいたします。掲出期間のご希望がある場合、ご相談ください。

タイアップ広告プラン一覧

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が付帯。出稿効果を最大化します。

タイアップページ

誘導①

連載記事間の相互誘導を実施

誘導②

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

#1 #2 #3

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

記事下アンケート

連載特典
各回でアンケート実施！

トップページ「SPECIAL」枠



トップページコンテンツエリア内



記事ページ下部



4万人 70万follower

文春オンライン

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！

タイアップ広告プラン一覧

⑤ 動画番組セットプラン

動画メディア「文藝春秋PLUS」での動画番組の制作と、「文春オンライン」でのテキスト記事をセットで展開できるプランです。
質の高いコンテンツをより多くのユーザーに届けます。
※動画番組の仕様や進行スケジュールなどの詳細はお気軽にお問い合わせください。

一度の取材で、動画とテキストの二つのコンテンツを制作。
有識者やパートナー企業、自社トップなど、複数回の取材調整が
難しい貴重な出演者の声を、効率良くマルチメディアで展開します。

さらに、動画もテキストも「高リーチ」を保証！面白くためになる
コンテンツを制作し、視聴者・読者と貴社との新たな接点を創出し
ます。

▼WEBメディア「文藝春秋PLUS」トップページ



▼YouTubeで配信中の番組イメージ



「文藝春秋PLUS」のご案内はこちら

媒体資料

文春オンライン

公式YouTubeチャンネル登録者数

文藝春秋+ PLUS

40万人突破！

(2025年7月実績)

メニュー名	動画番組セットプラン
実施料金	定価 6,500,000 円 5,500,000 円 (G)
制作内容	・ 動画制作：1本※約20～50分を想定 ・ 記事タイアップ：1本※4週間・20,000PV【保証】 ・ 文藝春秋PLUS公式サイトに転載（動画も記事内に挿入）
動画配信先	①文藝春秋PLUS公式YouTubeチャンネル ②文藝春秋PLUS公式サイト内「動画・音声」「BRAND」
動画再生数	70,000回視聴保証 ※AD配信を含む
記事PV	20,000PV保証 / 4週間掲載【保証】
備考	※出演キャストや構成によっては別途料金が発生する場合がございます。 必ず事前に担当までご相談ください。 ※弊社内スタジオでの収録を実施する場合の料金です。遠方での撮影や特別な機材を使用する場合は別途制作費が発生します。 ※動画の二次利用規定はじめ、諸条件は別途ご案内させていただきます。 〈お気軽にご相談くださいませ〉

タイアップ広告プラン一覧

⑥ 誌面セットプラン(転載)

雑誌に掲載された原稿をリレイアウトし、文春オンラインに掲載。実売部数20年連続1位の「週刊文春」や、創刊100年の歴史を持つ「文藝春秋」、40～60代の知的好奇心が高い女性読者に支持される「週刊文春WOMAN」との相乗効果を提供できるプランです。
※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。料金はお気軽にお問い合わせください。



週刊文春 文藝春秋 週刊文春 WOMAN

メニュー名	誌面タイアップセットプラン		
料金	1,000,000 円 (G)	1,200,000 円 (G)	1,800,000 円 (G)
PV	7,000PV 【保証】	10,000PV 【保証】	25,000PV 【保証】
掲載期間	2週間想定	2週間想定	4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		
レポート	PV/UU/ユーザー属性（年齢・性別・デバイス・地域）		
備考	※ 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。		

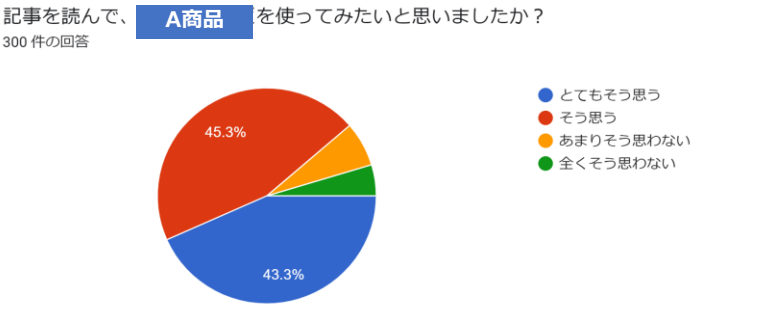
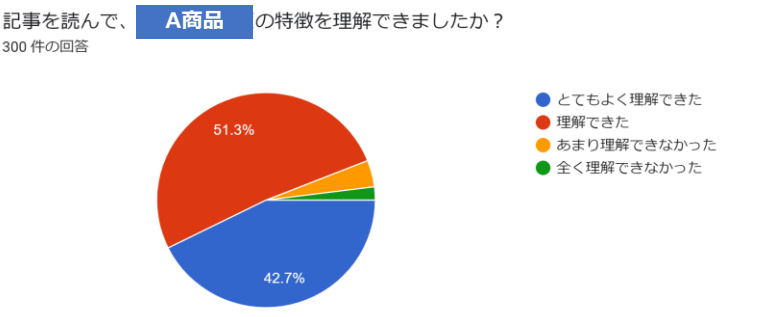
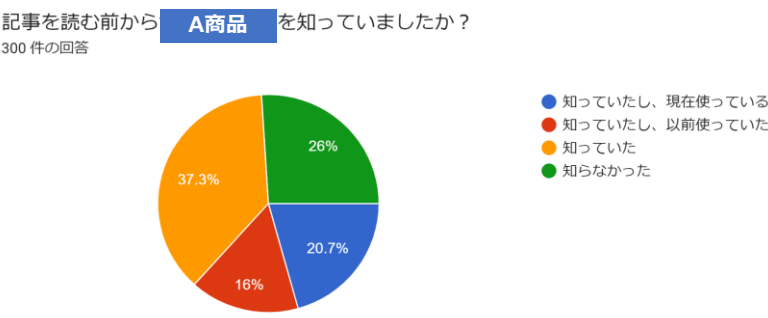
タイアップ広告 オプション

アンケート調査

タイアップ閲覧者アンケート 100,000円(N)～

5問まで設問設置可能。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／利用意向度調査などの調査が可能です。

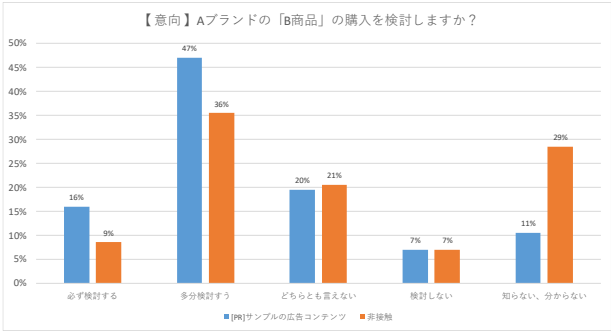
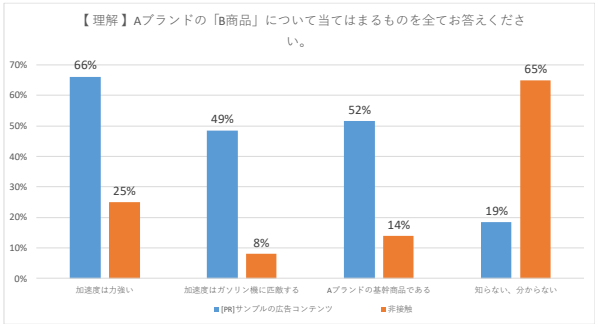
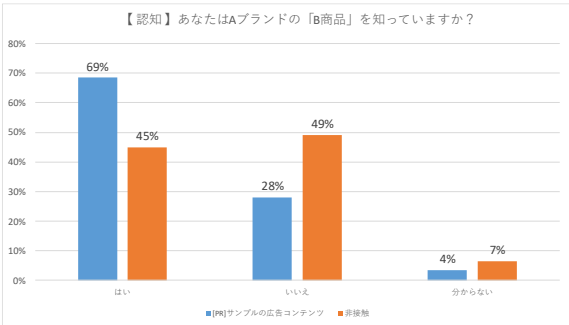
※設問イメージ



ブランドリフト調査 200,000円(N)～

属性情報以外に4問まで設問設置可能。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



Xプレゼントキャンペーン

フォロワー約70万人の「文春オンライン」公式アカウントにてプレゼントキャンペーンを実施し、RPしたユーザーの中から抽選で商品をお送りします！募集から発送までお任せいただけます。SNSとの相性が良い「文春オンライン」のおすすめプランです。

X

@bunshun_online

706,773フォロワー

※2025年6月5日時点



メニュー名	Xプレゼントキャンペーン	
料金	プレゼントキャンペーンのみ実施の場合 1,000,000 円(G)	タイアップとセットの場合 500,000 円(G) 特別価格
想定RP数	1,000～4,000	
キャンペーン期間	X投稿から締め切りまで1週間～2週間想定	
実施内容	・メイン投稿1回（写真4枚まで） ・応募要項など詳細ツリー投稿 ・当選者抽選（発送上限10名様まで） ・レポート提出	
スケジュール	投稿日の20営業日前までにお申し込み	
備考	※ 別途発送実費を頂戴いたします。 ※ 原則、プレゼントやインセンティブは広告主様にご用意いただきます。 ※ 投稿ご希望日に添えない場合がございます。 ※ 商品やサービス、内容によってはお受けできない場合がございます。 ※ X投稿内での競合排除はいたしません。 ※ 所定の文字数の範囲内で、希望するハッシュタグを追加することができます。 ※ レポートはインプレッション数/RT数/応募者数を提出いたします。 ※ X社の仕様変更等によりプラン内容に変更が発生する可能性があります。	

外部誘導 ニュース系メディア配信

新商品ローンチやニュースリリース、時事性の高い話題と掛け合わせた情報発信に最適なプランです。
SmartNewsを活用し、タイムリーな情報を効率的にリーチさせることが可能です。ご予算や配信規模に応じた柔軟なプラン設計も承ります。

プラットフォーム名	料金体系	配信量 (想定)	クリック単価 (想定)	配信期間 (想定)	申込期限 (目安)
 SmartNews	1,000,000円（gross）～	24,000CL～	42円	4週間	10営業日前～
	1,500,000円（gross）～	39,000CL～	38円		
	2,000,000円（gross）～	60,000CL～	33円		

※料金はgross、代理店マージンは一律15%です。

※上記メニューは単体では実施できません。タイアップ広告と同時発注が必要です。

※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。詳細は担当営業までお問い合わせください。

※他ご希望の媒体・サービスなどあればご相談ください。

※SmartNewsについては、タイアップ記事広告の場合、以下の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。

外部誘導 デモグラ・興味関心ターゲティング配信

ターゲットが明確な商材や訴求ポイントをお持ちの案件に最適なプランです。性別・年齢や興味関心（アパレル・モノガジェットなど）にあわせた精度の高いアプローチが可能です。記載以外のセグメントについても、商材や目的に応じたカスタマイズ提案を承りますので、お気軽にご相談ください。

ターゲティング	プラットフォーム名	料金体系（gross）	配信量（想定）	クリック単価（想定）	配信期間（想定）	申込期限（目安）
女性／男性	 SmartNews	1,000,000円～	15,000CL～	67円	4週間	10営業日前～
		1,500,000円～	25,000CL～	60円		
		2,000,000円～	40,000CL～	50円		
		1,000,000円～	6,000CL～	167円		5営業日前～
		1,500,000円～	10,000CL～	150円		
		2,000,000円～	15,000CL～	133円		
アパレル モノガジェット		1,000,000円～	5,000CL～	200円	4週間	5営業日前～
		1,500,000円～	8,000CL～	188円		
		2,000,000円～	12,000CL～	167円		

※料金はgross、代理店マージンは一律15%です。

※上記メニューは単体では実施できません。タイアップ広告と同時発注が必要です。

※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。詳細は担当営業までお問い合わせください。

※他ご希望の媒体・サービスなどあればご相談ください。

外部誘導 BtoBターゲティング配信

BtoB向けタイアップに最適な、業種・職種などを絞り込んだターゲティング配信が可能なブーストプランです。
DSPやMetaを活用し、意思決定層・有望見込み層への効率的な情報接触を実現します。
訴求ターゲットに応じたカスタマイズ設計も承りますので、ぜひご相談ください。

プラットフォーム名	料金体系	配信量 (想定)	クリック単価 (想定)	配信期間 (想定)	申込期限 (目安)
 	1,000,000円（gross）～	2,400CL～	417円	4週間	5営業日前～
	1,500,000円（gross）～	3,900CL～	385円		
	2,000,000円（gross）～	6,000CL～	333円		

※料金はgross、代理店マージンは一律15%です。

※上記メニューは単体では実施できません。タイアップ広告と同時発注が必要です。

※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。詳細は担当営業までお問い合わせください。

※他ご希望の媒体・サービスなどあればご相談ください。

記事内動画制作プラン

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。
※記事内に埋め込み、記事への理解を補助する動画の制作オプションです。動画番組の制作を希望の場合はP33 をご参照ください。

動画制作（GIF）実績



動画制作実績（イベントレポート）



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）	都度見積	30秒～1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。イベントのレポートや体験レビューに適しています。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

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～	大型商品のレビューやリッチな表現など、クライアント様の社内や文藝春秋社内での撮影対応が難しい場合に。
	専門家起用	50,000円～／1人	記事のテーマや目的に応じてご提案。 ※料金は都度ご相談
	作家・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	記事のテイストに合わせたオリジナルイラストの制作や、漫画家を起用したオリジナル作品の制作まで。
	記事内動画制作	200,000円～	P41参照
	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、原則記事誘導期間が終了したらタグは削除。 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（2025年6月現在）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	100,000円～／5問	P36参照
	ブランドリフト調査	200,000円～／5問	P36参照
タイアップ広告 二次利用	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、クライアント様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

タイアップ^o広告 好反響事例集

東急リバブル様「等価交換」

物語風記事

コンバージョン(無料相談申込)実績あり

文春オンライン

電子版TOP

メニュー

相続と争族



「土地は売りたいくない、でもお金がない…」高騰する土地の“相続税”に悩む家族を救った、“まだ世間が知らない”驚きの方法とは

 轟品雄

2024/09/17

PR 提供：東急リバブル株式会社



東京・江東区の一角にある、一軒のそば屋。昔は商店の並んでいた街がビル群へと姿を変えつつある中で、その谷間にひっそりと佇む、昔ながらの店だ。この店を営んでいるKさんと夫の老夫婦は、店舗の2階にある住居で、30代になる次男とともに暮らしている。

東急リバブルは、不動産総合流通会社として、売買仲介、賃貸仲介や、開発した分譲マンションの販売まで自社で手掛けている。そのため、等価交換で取得した部屋を1戸売却して現金に換えたいという場合には売買仲介の相談ができる。

また、東急リバブルを有する東急不動産ホールディングスには、建物管理を担う東急コミュニティー、取得した賃貸住戸の運営管理を担う東急住宅リースなどの関連会社もある。そのため東急リバブルだけでなく、東急不動産ホールディングス全体で土地所有者をトータルサポートする体制が整っているようだ。



東急リバブルは東急不動産ホールディングスの基幹事業のひとつ

「等価交換」をテーマにした物語風タイアップを実施し、10万PVを突破。外部遷移数は3,500件以上、CTRは4%超を記録！

同時期に実施したビジネス誌系メディアと比較し、PV・外部遷移数ともに50倍以上の好結果に。記事下アンケートでは相続について悩みを抱える50歳以上のユーザーからの反響が8割を超え、「等価交換」についての認知度が広がりました。CV(無料相談申込)も複数獲得しました。

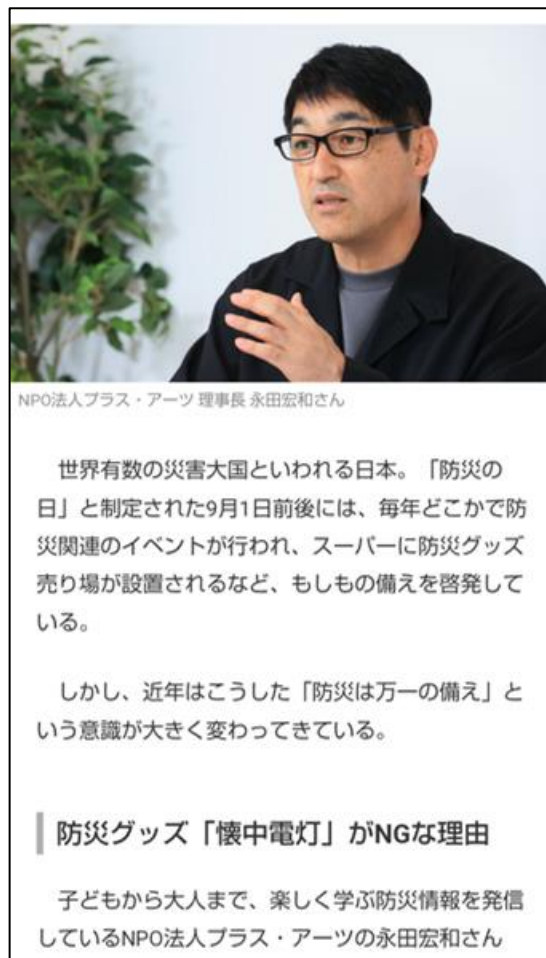


<https://bunshun.jp/articles/-/73214>

ジャクリジャパン様「ポータブル電源」

専門家アサイン

コンバージョン(商品購入)実績あり



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

体験レビュー

文春オンライン 電子版TOP メニュー

新着 ランキング スクープ 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 2023/12/04

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>

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

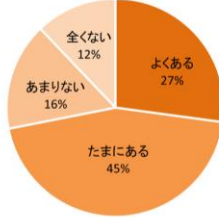
PR

提供：株式会社LIXIL



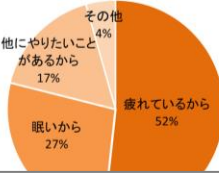
全身からだんだん力が抜けて、リビングの照明が遠くなっていく……ハッと我に返る。たしか帰宅後に晩酌した後、ソファで横になってウトウトしていた。が、このまま寝落ちするわけにはいかない。お風呂に入らなければならないのだ。

入浴を面倒に思うことはありますか？ (N=726)



回答	割合
よくある	27%
たまにある	45%
あまりない	16%
全くない	12%

入浴を面倒に思われる理由として、次のうち最も近いのはどれですか？ (N=522)



回答	割合
疲れているから	52%
眠いから	27%
他にやりたいことがあるから	17%
その他	4%

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〜ッ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。

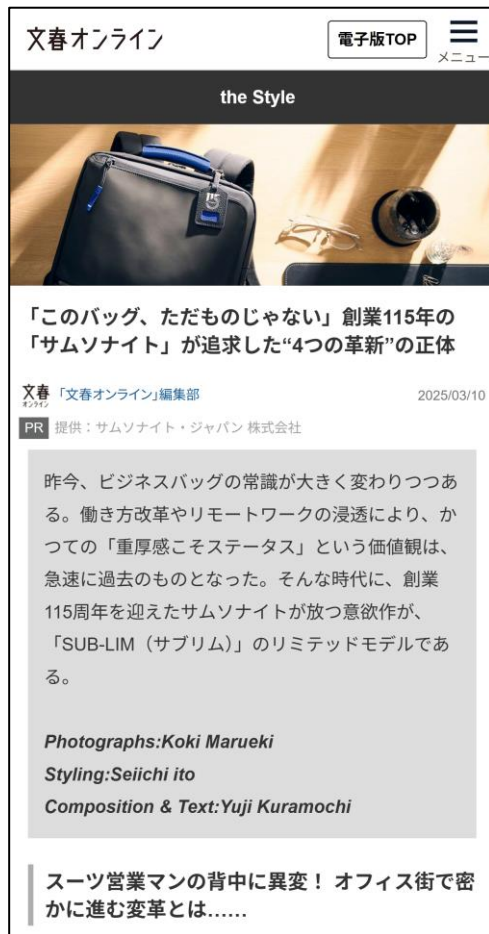


<https://bunshun.jp/articles/-/71980>

サムソナイト・ジャパン様 「ビジネスバッグ SUB-LIMシリーズ」

Yahoo!ニュースプラン

コンバージョン(商品購入)実績あり



「文春オンライン」
タイアップページ



「Yahoo!ニュース」
転載記事

【the Style特集掲載】

2媒体合計で20万PVを突破！
外部遷移は13,500件超
ブランド創業115周年を記念する
特別モデルを周知

サムソナイト創業115周年に発売する特別なビジネスバッグを紹介するタイアップ記事。
Yahoo!ニューススポンサードコンテンツプランを実施し、文春オンラインのタイアップをYahoo!ニュースにも転載しました。
記事PV、外部遷移件数共に大幅に想定値を超え、記事からのコンバージョン(商品購入)を多数獲得しました。



<https://bunshun.jp/articles/-/77183>

文春オンライン

キノフィルムズ様「週刊文春CINEMA」

1社専用特集



同テーマのムック本も展開中
※別途お見積



エンタメ&カルチャーへの感度が高い読者が集まる「文春オンライン」での「映画特集」は注目度抜群！タイアップ記事は毎回高反響

特集コーナー「週刊文春CINEMA」を設置。国内外の注目映画のレビューやプレミアのレポートなど、映画ファン必見のコンテンツが展開されるカテゴリの中で、映画に関するタイアップ記事を毎回掲載しています。親和性が高いページ内で展開する質の高いタイアップ記事は毎回高PVを記録しており、年間を通して高い訴求効果を発揮しています。



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

おやつカンパニー様「ベビースターの日」

告発風記事



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>

ドウシシャ様「ふくらはぎケアグッズ ゴリラのひとつかみ」

漫画タイアップ

Xプレゼントキャンペーン実施



タイアップまんがで わかりやすく「ふくらはぎ 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、ふくらはぎケアグッズ「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

アンファ―様「スカルプD」

企業インタビュー

Xプレゼントキャンペーン実施



記事下ポップアップ型
アンケートを実施



「アンファ―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」をぶつけるといふ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。



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

文春オンライン

朝日新聞社様「文章校正AIツール Typoless（タイポレス）」

編集部出演



文春オンライン 電子版TOP メニュー

新着 ランキング スクープ コミック 週刊文春 文藝春秋

「一番“炎上”につながりやすいのは……」
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
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
代。チャンスが広がり便利になった一方で、発信
る情報の内容はもちろん、言葉の“正確性”も一層
められるようになった。表現を一步間違えれば
まち拡散され、“炎上”してしまうリスクとも隣り
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。

Typoless

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>

濱田酒造様「薩州 赤兎馬（せきとば）」

文化人起用



【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>

スクープ



森永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のことで、2、3うかがいたいことがあるんですが。

「え、アソートパックの中に入っているアーモンド味ですね。こちらはロングセラーでずっとご支持いただけていますが.....」



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

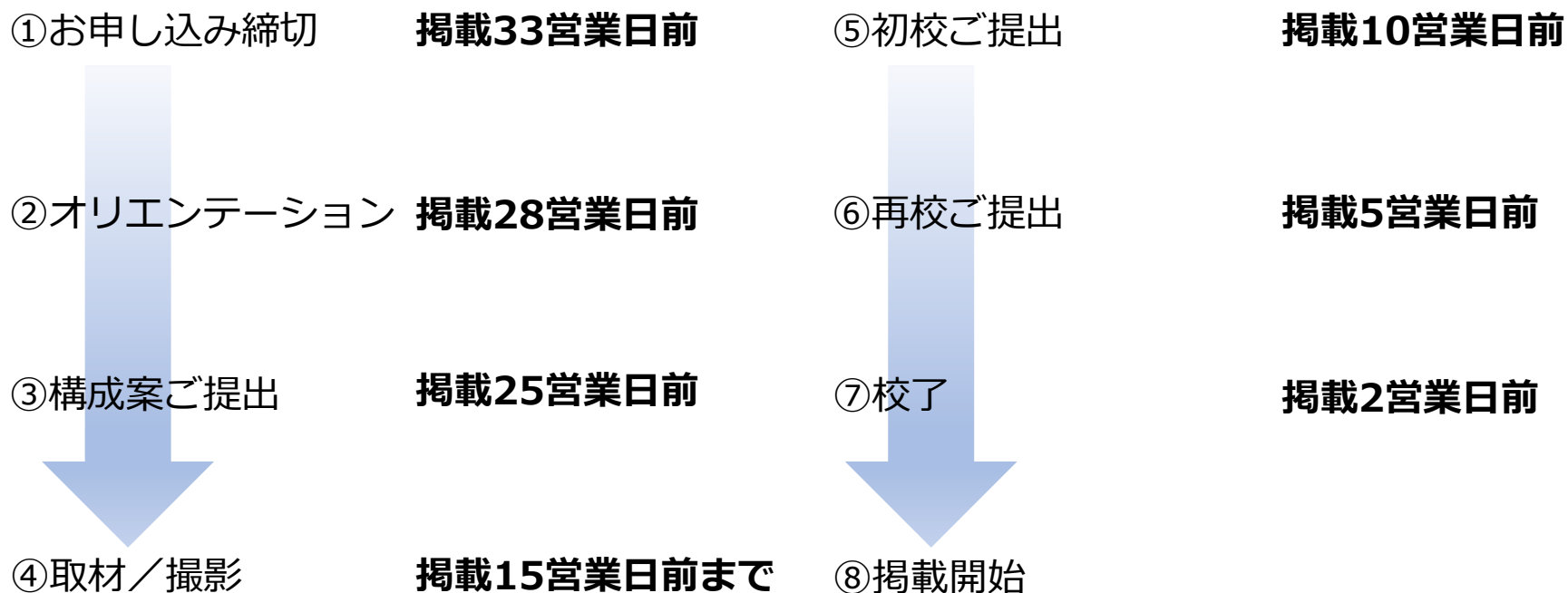


<https://bunshun.jp/articles/-/41292>

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。



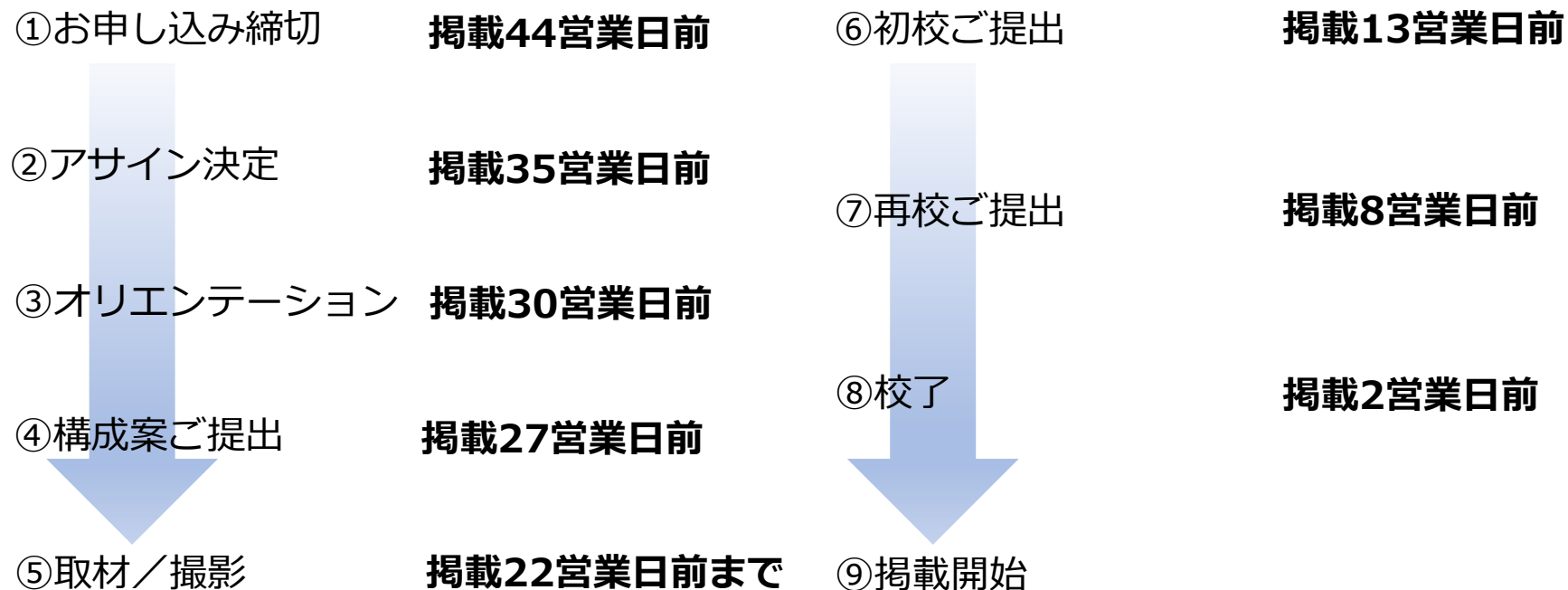
※ 上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※ 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。

オリジナルタイアップ進行スケジュール (著名人起用)

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。



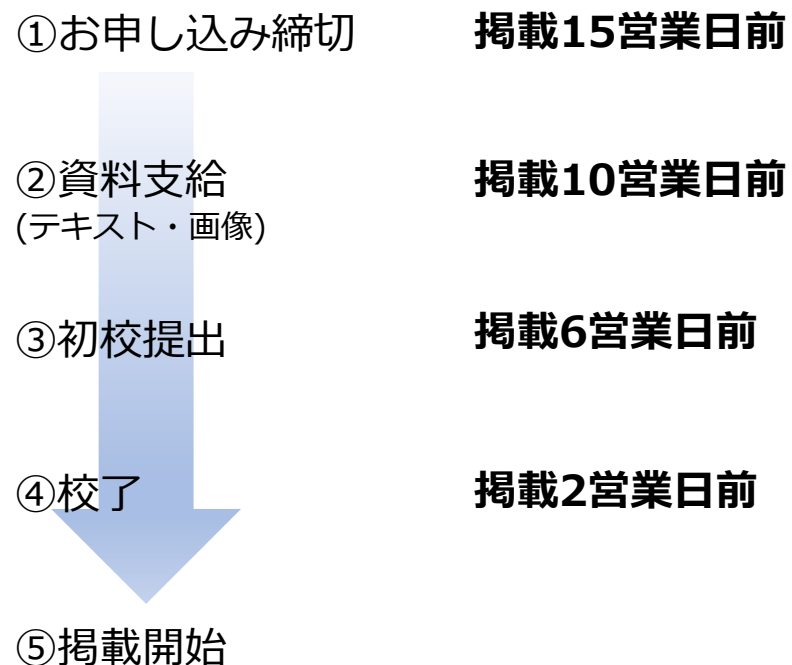
※ 上記スケジュールは概算となります。企画内容や時期により多少の変動がございますので、詳細スケジュールにつきましては別途ご相談ください。

※ 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。

「文春オンライン」はJICDAQ (一般社団法人デジタル広告品質認証機構)の品質認証事業者です

JICDAQ認証とは、「無効トラフィックの除外」と、「ブランドセーフティの確保」の2分野における業務プロセスの検証・認証を行う制度です。広告主様に安心して広告を掲載いただけるよう、「文春オンライン」ではアドベリフィケーションへの取り組みを行っています。



JICDAQ
Brand Safety
Requirements

JICDAQが提唱する8つのカテゴリを配信から除外し、 広告主様のブランドを守ります

- ① 犯罪を肯定したり、美化するなどして犯罪を助長しているもの
- ② 売春や児童ポルノなどの猥褻行為や違法な性表現に関するもの
- ③ 生命の死や暴力表現などの醜悪、残虐な表現で不快感を与えるもの
- ④ 詐欺行為や悪徳商法などの消費者などを騙すもの
- ⑤ ヘイトスピーチなどの差別や人権侵害をしているもの
- ⑥ 偽ブランド品の販売や海賊版サイトなどの商標権や著作権を侵害するもの
- ⑦ 危険ドラッグなどの違法薬物の販売やそれらを肯定するもの
- ⑧ その他違法、不当な内容または社会通念上好ましくない内容が含まれているもの

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。

タイアップ広告のお問い合わせ
ad.bunshun-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
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

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