文春オンライン

MEDIA GUIDE
2026. 10 – 12

株式会社文藝春秋

Index

文春オンラインについて

前回の媒体資料からの変更点 P3
メディア概要 (PV・UU) P5
コンテンツの特徴 P9
読者属性 P11

特集企画

「いまさら聞けない資産運用のすべて」 P21
「IR特化企画」 P22
「高くても買いたい」「相続」「防災」「睡眠」 P23
ファッション・ライフスタイルブランド向け 「the Style」 P24
自治体・地方向け「移動編集部」「+ LOCAL」 P25

タイアップ広告プラン一覧

「文春オンライン」のタイアップの特長 P27
オリジナルタイアップ (企画提案型) P29
ライトタイアップ (素材提供型) P32
一社専用タイアップ特集 P35
動画番組セットプラン P36
誌面セットプラン (転載) P37

タイアップ広告オプション

アンケート調査 P39
Xプレゼントキャンペーン P40
外部誘導　ニュース系メディア配信 P41
外部誘導　デモグラ・興味関心ターゲティング配信 P42
外部誘導　B to Bターゲティング配信 (DSP・Meta) P43
外部誘導　B to Bターゲティング配信 (Linkedin) P44
記事内動画制作プラン P46
オプション・二次利用一覧表 P47

バナー広告プラン一覧

SPネイティブ動画（縦型動画 / 横型動画) P49
静止画バナー広告 P51

タイアップ広告高反響事例集

B to C P53
B to B P69

掲載基準

広告掲載基準 P75
文春オンラインの品質 P76

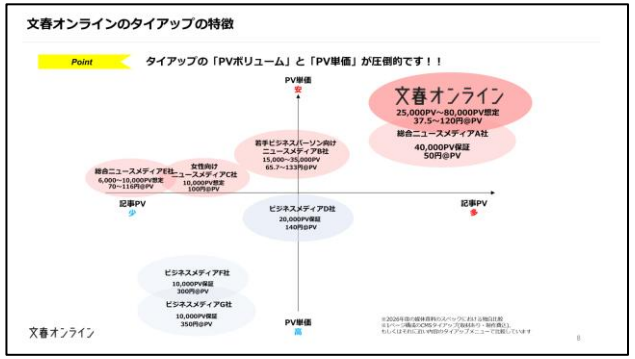
前回からの主な変更点

HOT!

BtoB商材向け
LinkedIn外部配信メニュー

P44-45
タイアップオプションとして、世界最大級のビジネス特化型SNS LinkedInでの外部配信メニューを新しくご用意しました。業種、職種、企業規模、企業名などでの精緻なターゲティング配信が可能です。BtoB商材のターゲットリーチ強化のために是非お役立てください。

HOT!



引き続き、タイアップの
PVボリュームと単価がお得です

P8
2026年度下期も、「文春オンライン」のタイアップは、PVボリュームと単価がお得な設計になっています。
タイアップご出稿にあたり、情報を届ける力と、読まれるコンテンツを作る制作力を最大限にお役立ていただけます。

大手企業・金融・BtoB領域に広がる「文春オンライン」のタイアップ企画

文春オンラインでは、商品訴求に限らず、
企業の取り組みや経営者・担当者の想いを伝えるタイアップも展開しています。

Point **金融・保険、BtoB、メーカー、不動産・住宅、インフラなど、幅広い業界の企業にご活用頂いています。**

金融・保険

みずほFG / SOMPOひまわり生命 / 日本生命 / 三井住友銀行 / 三井住友FG / ライフネット生命 / 明治安田生命

BtoB・IT・コンサル

アクセンチュア / デル・テクノロジーズ / NEC / ラクス

メーカー・消費財・小売

ヤクルト / Anker/ 日産自動車 / マクセル / アインホールディングス / サントリー / キリンビール

不動産・住宅

東急不動産 / 住友不動産/ 三菱地所ホーム / オープンハウス / 大和ハウス / 東急リバブル / LIXIL

インフラ・商社

JR東日本 / JR東海 / 三菱商事 / 伊藤忠丸紅住商テクノスチール / JERA

※順不同
※すべて文春オンライン上で公開された掲載事例です。一部、文藝春秋本誌・文藝春秋PLUS等からの転載・展開事例を含みます。
※実際の記事のご紹介が可能ですので、お気軽に担当者までお申し付けください。

文春オンラインとは

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 3億2270万2654 PV

2025年5月31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

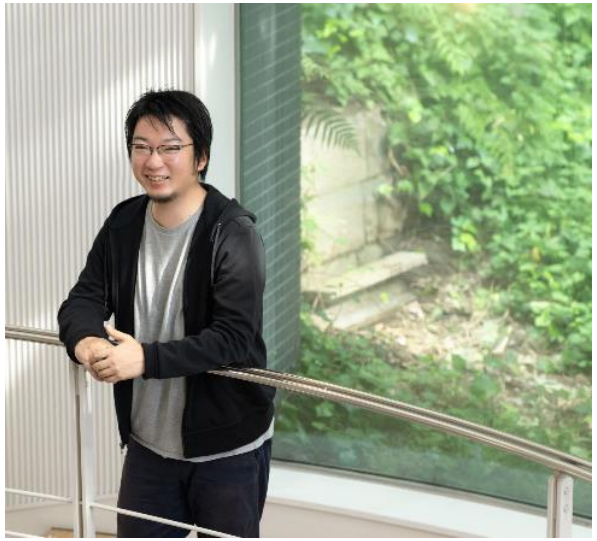
自社UU	2986万1627 UU/月
外部含むPV	5億7003万8989 PV/月
X	約 74万 フォロワー

※UU・PV：2025年5月31日時点
※X：2026年9月30日時点

編集長挨拶

「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。

媒体の特徴

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3.2億（※）「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 Analytics2025年5月31日実績

2 「ビジネスからエンタメまで」バラエティ豊かな記事

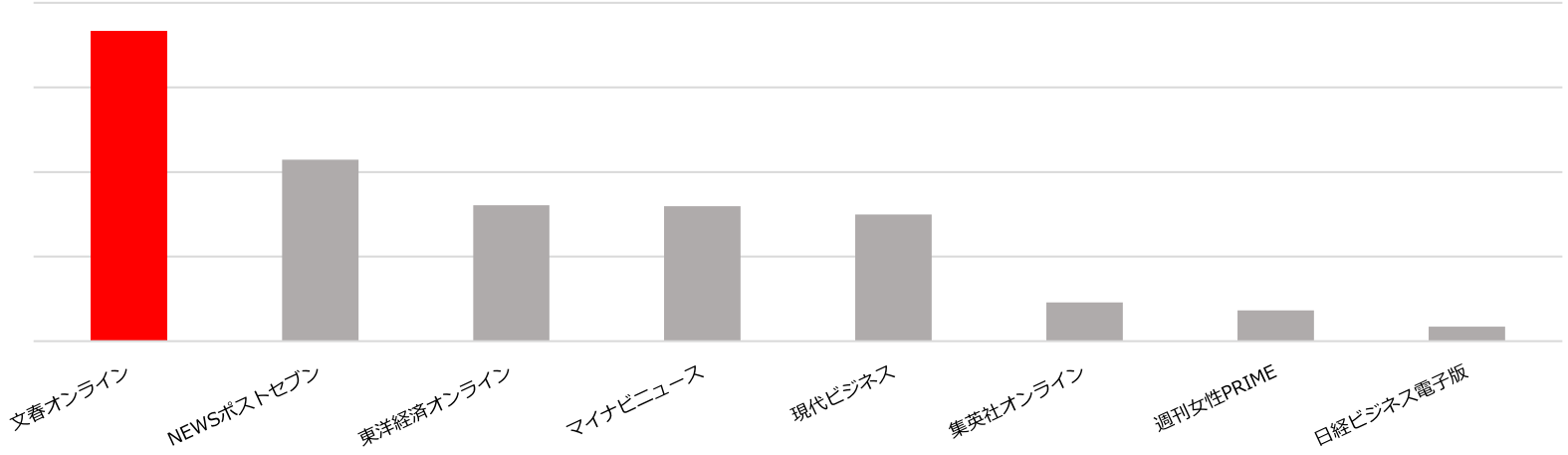
政界・経済界を揺るがす大スクープ。芸能人・インフルエンサーへの深掘りインタビュー。意外と知らない洗濯のコツ……オンビジネス、プライベートを問わず、読者が「知りたいこと」に答えます。

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

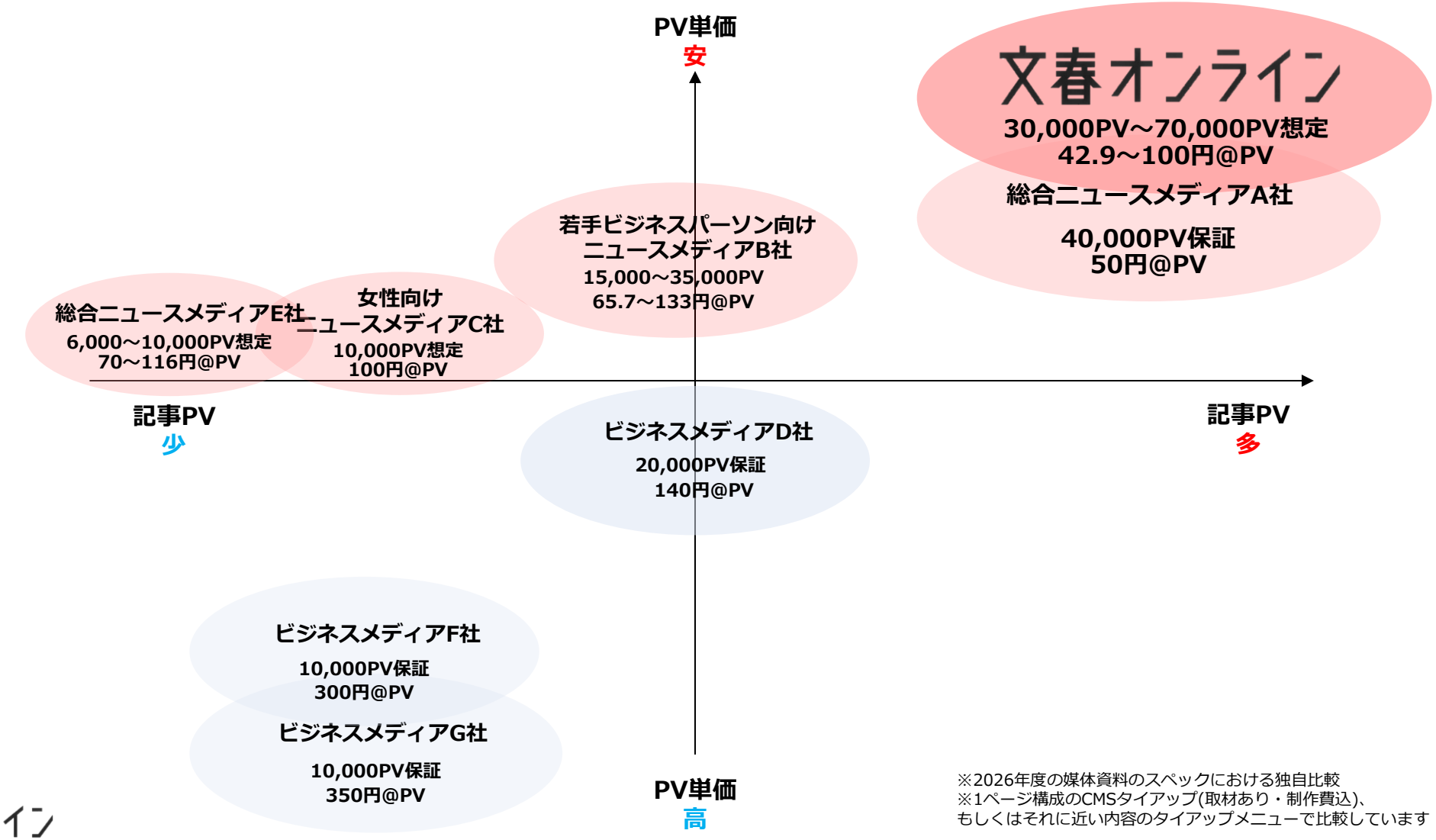
国内の主要ウェブメディア (ニュース・ビジネス系)とのPV比較



出典：日本ABC協会Web指標一覧 (2026年1-3月期)／媒体資料

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！！



※2026年度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

編集コンテンツの特徴

「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

政財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

「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」編集部　2025/05/09

マネー

〈「インフレには不動産投資」は本当か？〉橘玲氏が臆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」

橘 玲　2024/11/27

社会

#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

健康

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

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

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

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「スペシャルブレックファスト」も！――＜じゃない方のグルメ＞

小宮山 雄飛　2024/02/06

旅

890万PV超

#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

メディアと読者の関係

Point

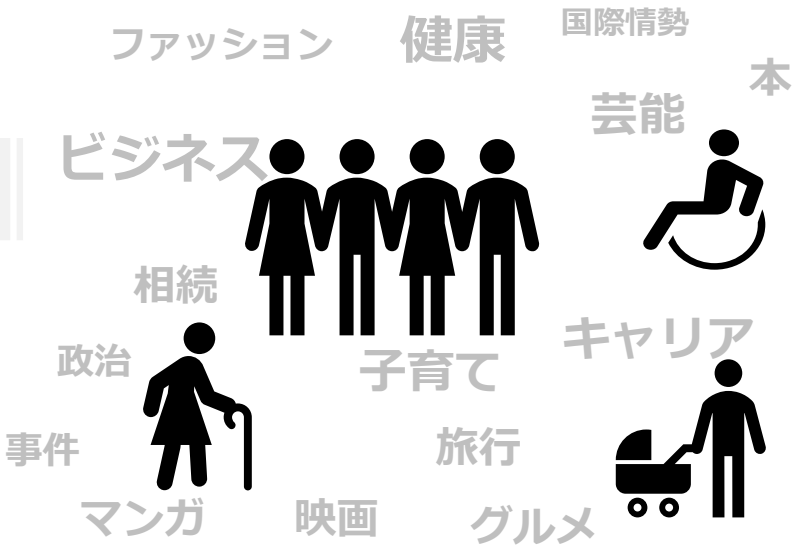
「トレンド」「独自のコンテンツ」「ニュース」の3本柱で月間2986万UUを超える読者の多様な関心事に応えています

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)

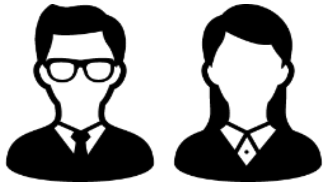
文春オンライン 月間約2986万UUの読者



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

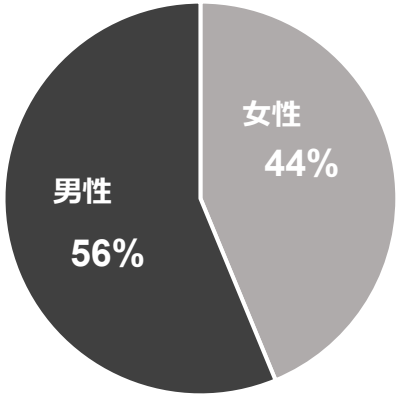
健康や美容情報へのアンテナ質が良い食生活や生活習慣のヒントが知りたい

ユーザープロフィール①

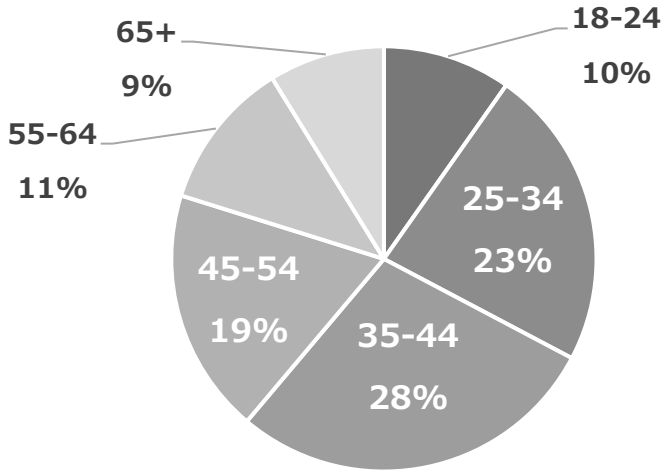
年齢層出典：GoogleAnalytics 2022年9月～2022年11月
出典：「文春オンライン」読者アンケート　2024年11～12月実施 (n=510)

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

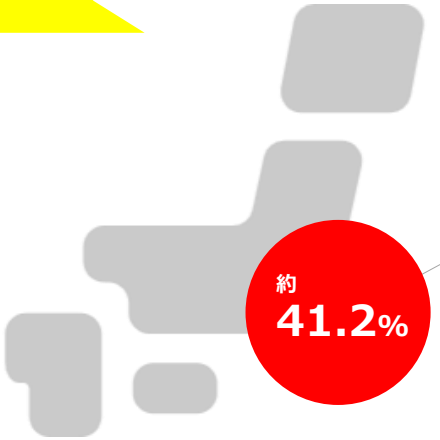
男女比



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%

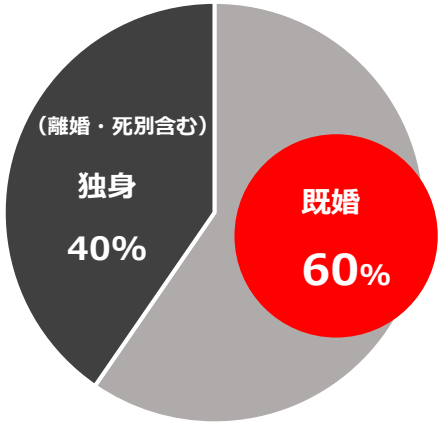
文春オンライン

ユーザープロフィール②

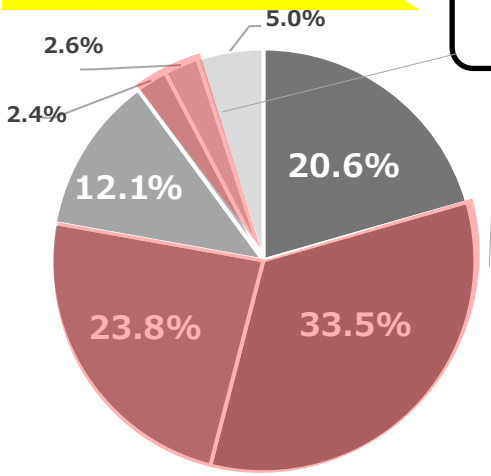
出典：「文春オンライン」読者アンケート　2024年11～12月実施 (n=510)

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

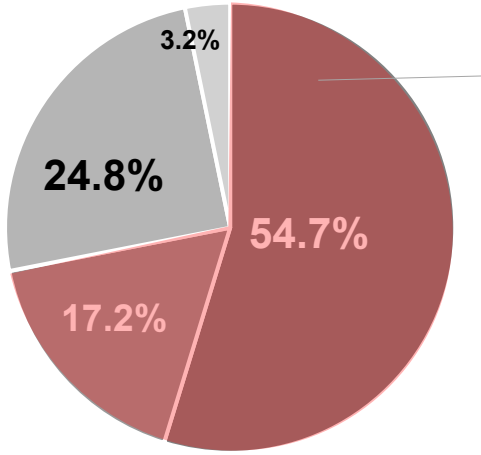


家族構成



ファミリー層 2世帯同居　約 62.3%

住まい



持ち家率 (戸建て・マンション・アパート)　約 71.9%

文春オンライン

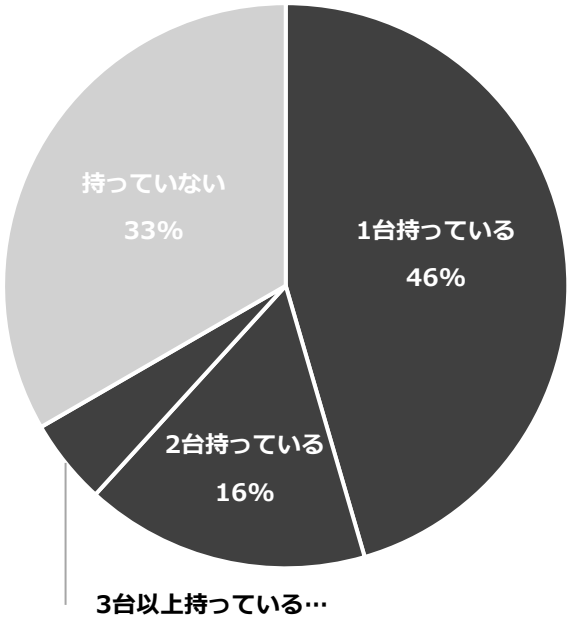
ユーザープロフィール③

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)

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

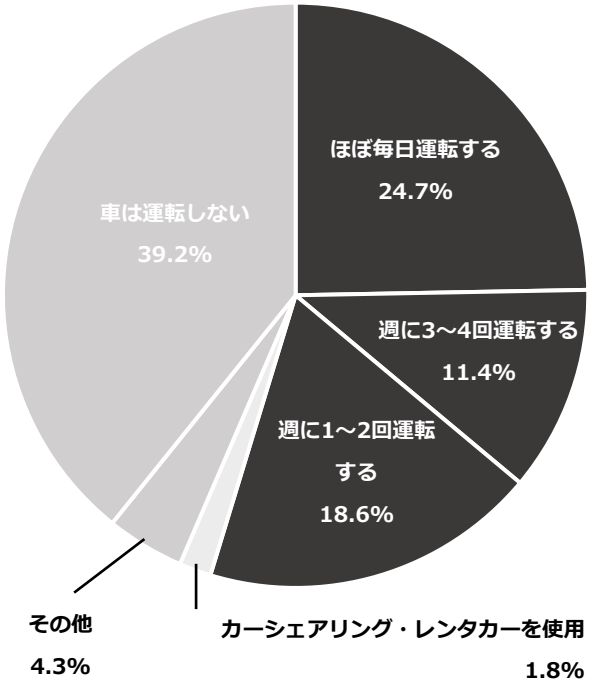
車について

□ **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%**

文春オンライン

ユーザープロフィール④

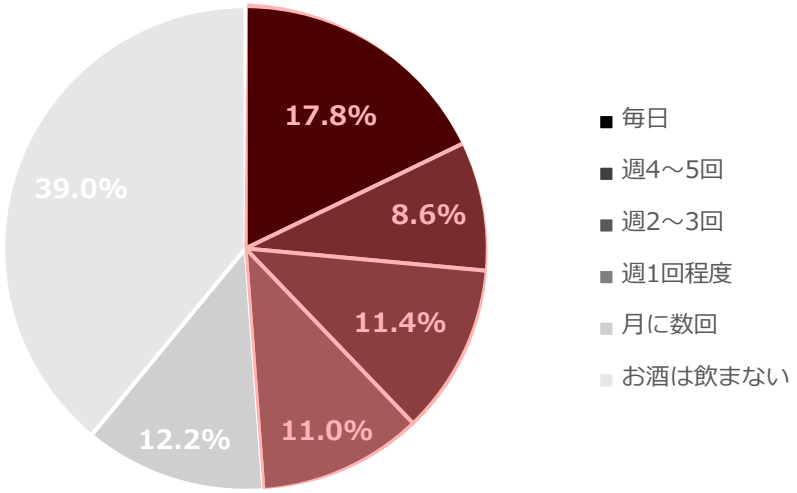
出典：「文春オンライン」読者アンケート　2024年11～12月実施 (n=510)

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**



□ 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

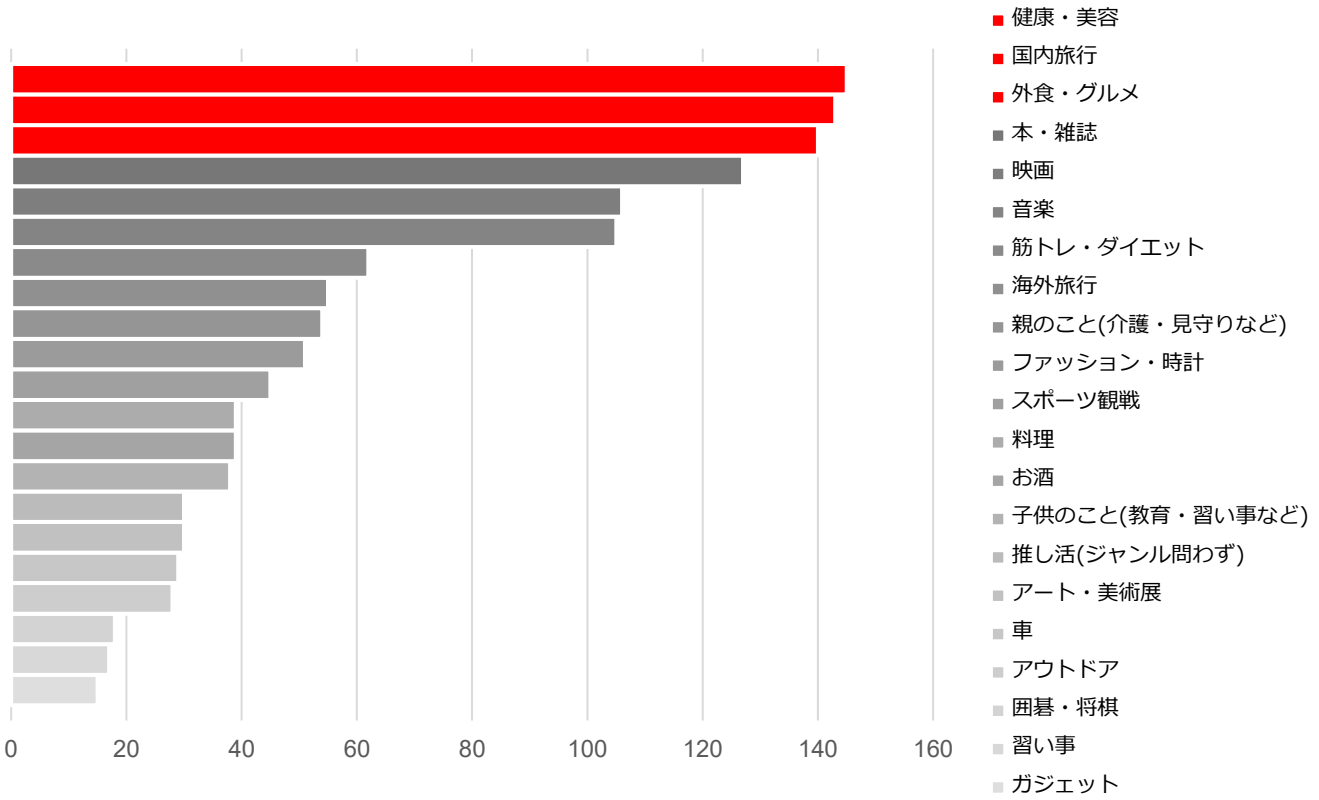
ユーザープロフィール⑤

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)

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

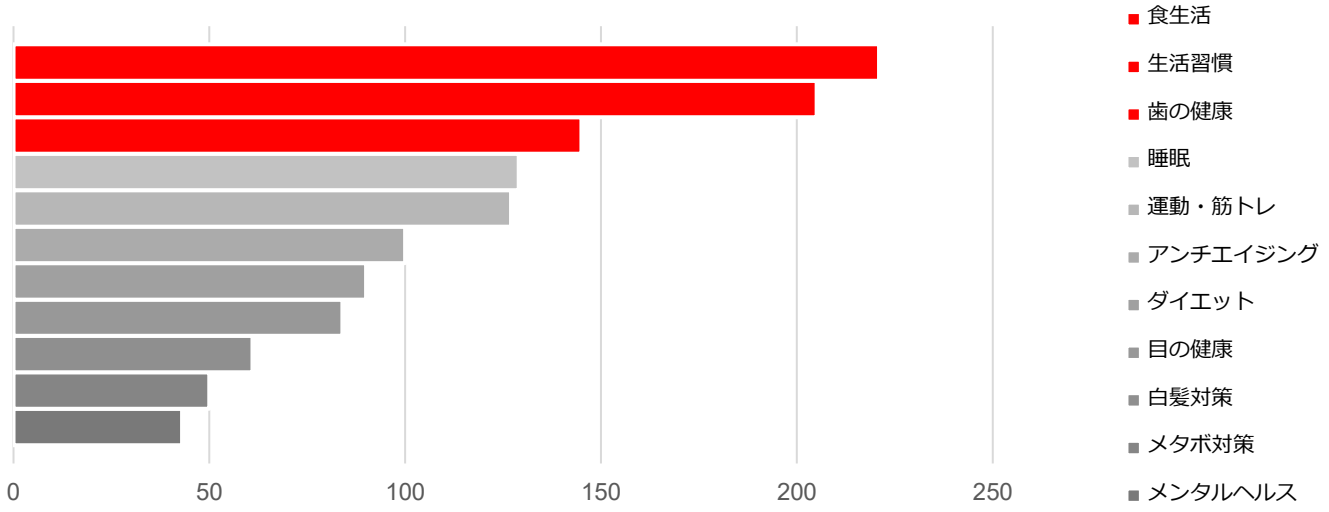
ユーザープロフィール⑥

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)

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



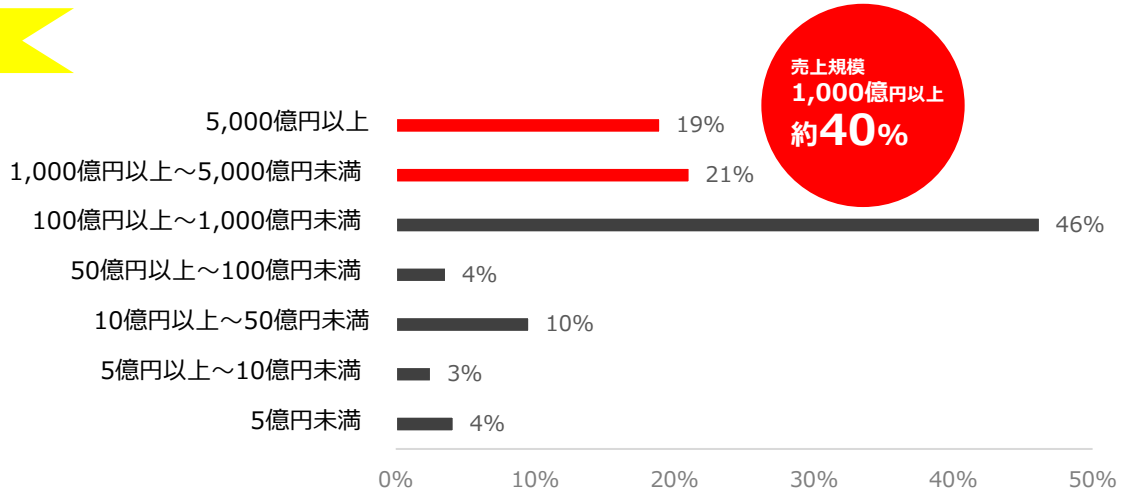
※以下の選択肢から3つまで選択し上位を集計
生活習慣 / 食生活 / ダイエット / 白髪対策 / アンチエイジング / 歯の健康 / 目の健康 / メタボ対策 / メンタルヘルス / 脱毛 / 植毛・増毛 / 美容医療 / 睡眠 / 運動・筋トレ / その他

ユーザープロフィール⑦

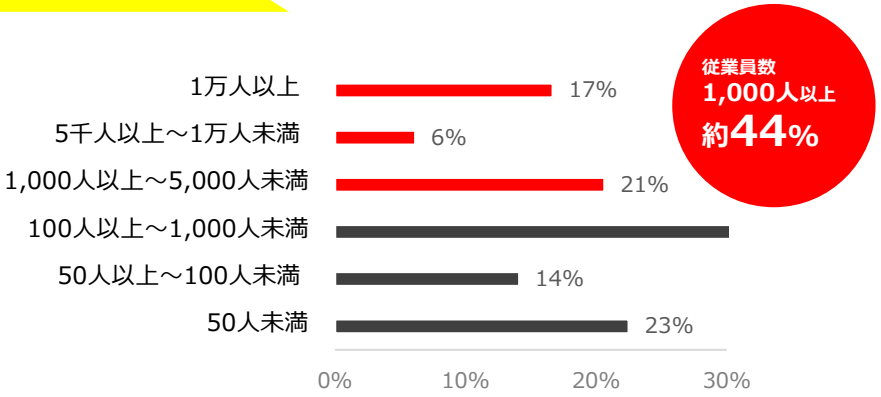
出典：AudienceOne®で取得した3rd Party Cookie Data 2021年8月1日～8月31日

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

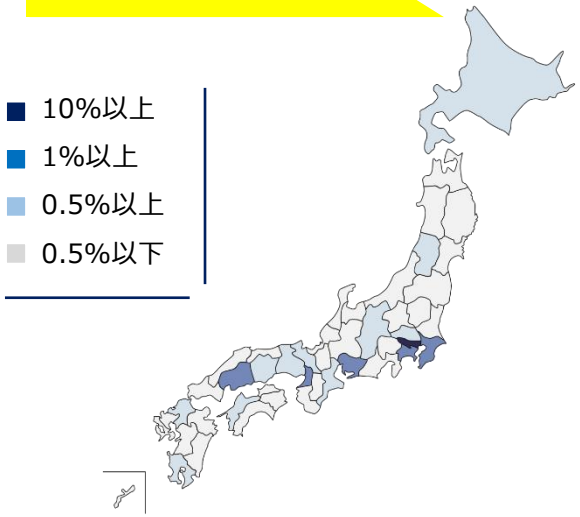
売上規模



従業員数



本社所在地



特集企画

特集企画　金融・保険向け

様々な読者の生活の身近にある「文春オンライン」だからこそできる資産運用・マネーの特集をスタートしました。
マネーリテラシーを高める記事の中でタイアップを展開できるプランは、金融・保険の情報発信におすすめです。

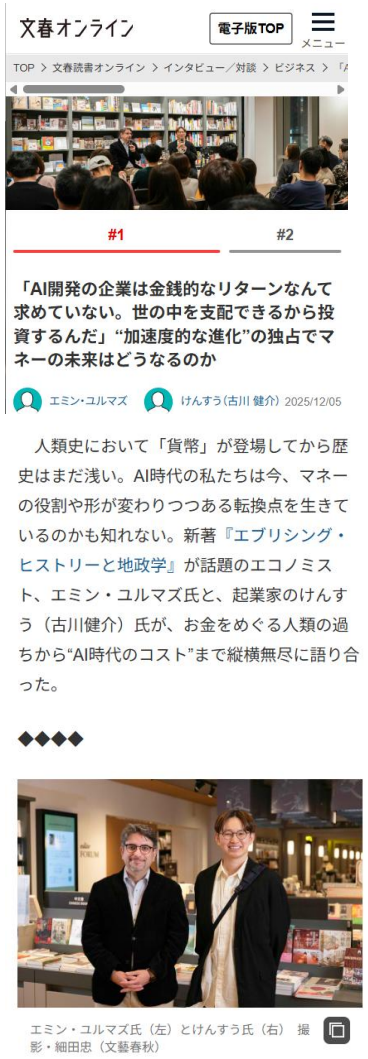
まずは”知ること”から”お金”と向き合う

教育費や住宅ローンを抱える現役世代も、退職後の資産寿命を延ばしたいシニア世代も読む「文春オンライン」。

世代ごとの運用に関する疑問やリスクへの不安を丁寧に掘り下げる企画や、マネーリテラシーを高める書籍の紹介、資産形成に必要な基礎知識など、読者の生活の質を上げるマネー情報を発信していきます。

「いまさら聞けない資産運用のすべて」企画書

▼編集記事 イメージ



特集企画　個人投資家に自社の強みを知って欲しい企業向け

「資産運用のすべて」特集内で、**投資に関心があるユーザーに向けて「自社のIR情報」を分かりやすく発信できる「IR特化企画」**をご用意しました！自社の強みを個人投資家に発信したい全ての企業様にご活用いただける企画です。

訴求したい内容・ご予算に合わせて2種類のプランを用意

①リッチプラン　G250万円～ 最低25,000PV保証
事業の成長性や期待の新規事業、株主への還元内容、優待など、特に訴求したい点を踏まえてオリジナルの企画を提案するプラン。最低保証PVを超えても読まれる記事はどんどん伸ばしていくので、高PVを狙うならこちらがおすすめ。

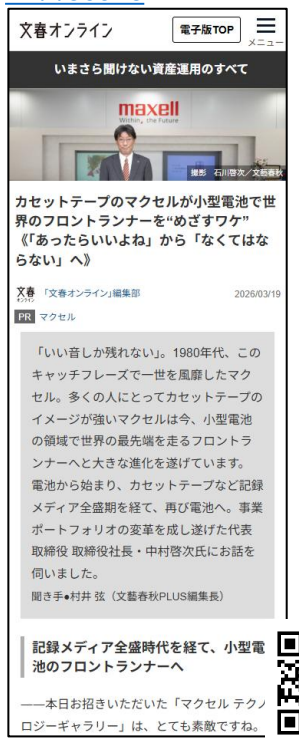
②IR訴求特化プラン　G180万円 25,000PV保証
個人投資家が「知りたい」ポイントに特化した記事を制作するプラン。書面での取材とリリースなどの支給素材を利用して、速やかに記事を掲載します。制作負担をできる限り下げたい場合やご予算が限られている場合にはこちらがおすすめ。

プラン詳細：P7～9参照

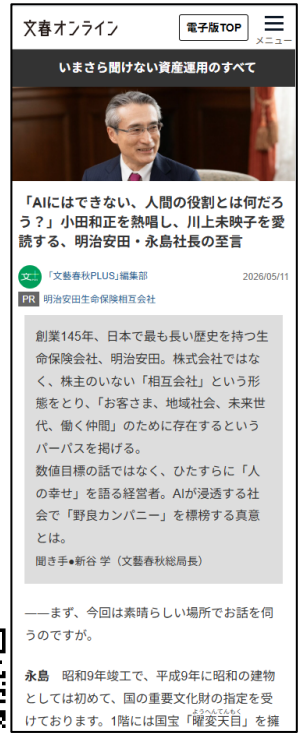
「いまさら聞けない資産運用のすべて」企画書

IR訴求記事の事例 (一部)

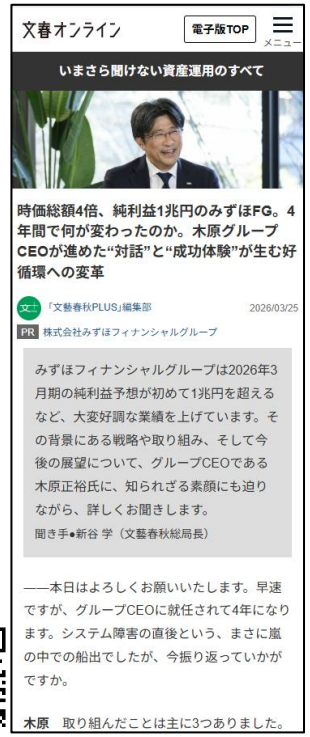
▼マクセル様
https://bunshun.jp/articles/-/86945



▼明治安田生命様
https://bunshun.jp/articles/-/87052



▼みずほFG様
https://bunshun.jp/articles/-/85855



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

文春オンライン

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

▼編集記事 イメージ

特集企画　自治体・地方向け

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、企業誘致などの訴求にお役立ていただけます。

「移動編集部」企画書

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 2025年4月～2026年7月

80,000～100,000PV： **5%**
50,000 ～ 80,000PV： **25%**
40,000 ～ 50,000PV： **20%**
30,000 ～ 40,000PV： 40%
25,000 ～ 30,000PV： 10%

集計条件：
オリジナルタイアップスタンダードプラン

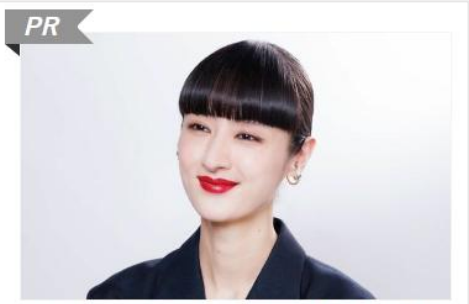
タイアップ広告の切り口パターン

「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「風呂キャンセル界隈」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

文春オンライン

タイアップ広告プラン一覧

①オリジナルタイアップ(企画提案型)

「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　71万follower

※メルマガ内ローテーション

※1回ツイート (注：備考)

タイアップページ

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	**3,000,000 円** 内訳） 掲載費：2,500,000円（G） 制作費：500,000円（N）	**4,000,000 円** 内訳） 掲載費：3,500,000円（G） 制作費：500,000円（N）
PV	**30,000～70,000PV【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(注：備考)※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。 (注) Xの審査基準により、業種・商材によってはXにタイアップ記事の投稿ができない可能性がございます。 詳細は担当営業までお問い合わせください。	

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。

①お申し込み締切	**掲載33営業日前**	⑤初校ご提出	**掲載10営業日前**
②オリエンテーション	**掲載28営業日前**	⑥再校ご提出	**掲載5営業日前**
③構成案ご提出	**掲載25営業日前**	⑦校了	**掲載2営業日前**
④取材／撮影	**掲載15営業日前まで**	⑧掲載開始	

※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。

①お申し込み締切	**掲載44営業日前**
②アサイン決定	**掲載35営業日前**
③オリエンテーション	**掲載30営業日前**
④構成案ご提出	**掲載27営業日前**
⑤取材／撮影	**掲載22営業日前まで**
⑥初校ご提出	**掲載13営業日前**
⑦再校ご提出	**掲載8営業日前**
⑧校了	**掲載2営業日前**
⑨掲載開始	

※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。

タイアップ広告プラン一覧

②ライトタイアップ(素材提供型)

リリースを元にスピーディーに記事を制作。
圧倒的なPV・UUを誇るメディアに最短で出稿可能です。

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　71万follower

※メルマガ内ローテーション

※1回ツイート (注：備考)

タイアップページ

メニュー名	ライトタイアップ
料金	**1,200,000 円（G）**
PV	**7,000PV　【保証】**
掲載期間	**3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(注：備考)※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/2wu0ivjn2wtdwgyg171sqsobt11u0dvc (注) Xの審査基準により、業種・商材によってはXにタイアップ記事の投稿ができない可能性がございます。 詳細は担当営業までお問い合わせください。

文春オンライン

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。

①お申し込み締切	**掲載15営業日前**
②資料支給 (テキスト・画像)	**掲載10営業日前**
③初校提出	**掲載6営業日前**
④校了	**掲載2営業日前**
⑤掲載開始	

※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。

タイアップ広告プラン一覧

メニュー名	ライト (P32)	オリジナル：スタンダード (P29)	オリジナル：プレミアム (P29)
実施料金	**1,200,000 円（G）**	**3,000,000 円（G）** 掲載費 2,500,000円（G） 制作費 500,000円（N）	**4,000,000 円（G）** 掲載費 3,500,000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	**3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	**7,000PV【保証】**	**25,000PV【保証】** **30,000～70,000PV【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)	

文春オンライン

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

https://bunshun.jp/feature/medical-201712

※デザインあり(別途料金)

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

※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

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	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の誘導枠 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。 ※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。

文春オンライン

タイアップ広告プラン一覧

④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

文藝春秋+ PLUS

公式YouTubeチャンネル登録者数
73万人突破！
(2026年6月実績)

メニュー名	動画番組セットプラン
実施料金	定価 ~~8,000,000~~ 円 **7,000,000 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

⑤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」「文藝春秋」「週刊文春WOMAN」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。

雑誌誌面

※転載の対象となる媒体
「週刊文春」「文藝春秋」

誌面原稿を
リレイアウト

タイアップページ

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)**	**1,500,000 円 (G)**
PV	**5,000PV 【保証】**	**7,000PV 【保証】**	**10,000PV 【保証】**
掲載期間	**3週間想定**	**3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）※簡易版		
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。		

「週刊文春」4C2Pタイアップとのセットメニュー
通称〈メガ盛り〉パッケージ
もおすすめです！

文春オンライン

タイアップ広告
オプション

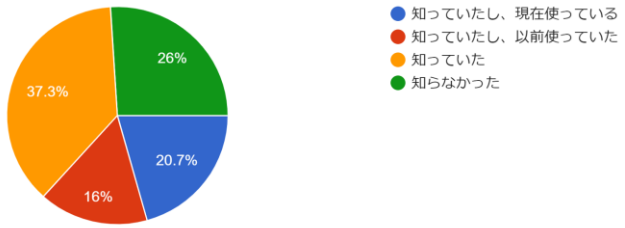
アンケート調査

タイアップ閲覧者アンケート　100,000円(N)～

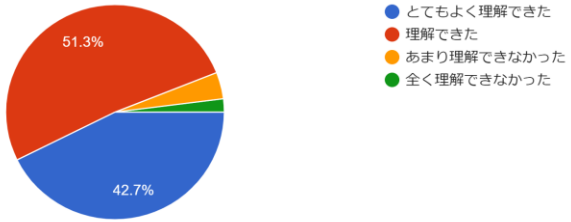
5問まで設問設置可能。記事を読んだユーザーに対して、認知度調査／理解・好意度調査／利用意向度調査などの調査が可能です。

※設問イメージ

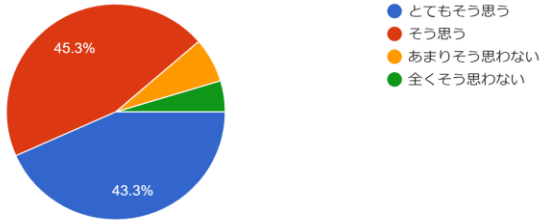
記事を読む前から **A商品** を知っていましたか？
300 件の回答



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



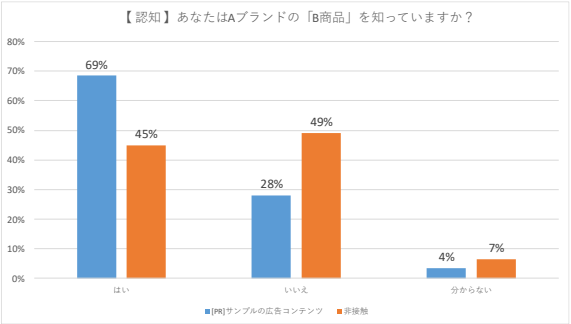
記事を読んで、 **A商品** を使ってみたいと思いましたか？
300 件の回答

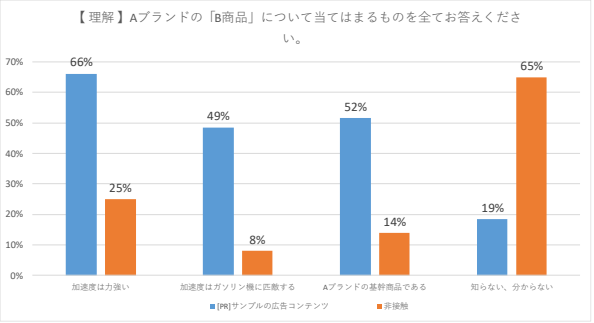


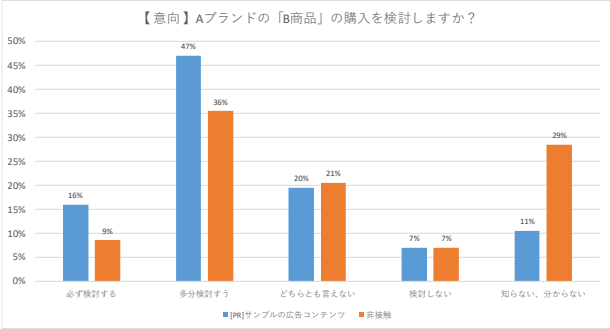
ブランドリフト調査　200,000円(N)～

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







文春オンライン

Xプレゼントキャンペーン

フォロワー約74万人の「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。

@bunshun_online **約74万フォロワー**

※2026年9月30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（グロス）～	24,000CL～	**42円**	4週間	10営業日前～
	1,500,000円（グロス）～	39,000CL～	**38円**		
	2,000,000円（グロス）～	60,000CL～	**33円**		

※料金はグロス、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ことがございます。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。
※タイアップで作成した記事・画像をもとに配信クリエイティブを制作します。内容は原則として弊社にご一任いただきます。
※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（グロス）	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**		
		1,500,000円～	8,000CL～	**188円**		
		2,000,000円～	12,000CL～	**167円**		

※料金はグロス、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ことがございます。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。
※タイアップで作成した記事・画像をもとに配信クリエイティブを制作します。内容は原則として弊社にご一任いただきます。
※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 (DSP・Meta)

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）
Google Display Network	1,000,000円（グロス）～	2,400CL～	**417円**	4週間	5営業日前～
	1,500,000円（グロス）～	3,900CL～	**385円**		
	2,000,000円（グロス）～	6,000CL～	**333円**		

※料金はグロス、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ことがございます。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。
※タイアップで作成した記事・画像をもとに配信クリエイティブを制作します。内容は原則として弊社にご一任いただきます。
※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（Linkedin広告）

グローバルで10億人以上が利用する実名制のビジネスSNSでブーストを配信。高度なセグメント指定が可能です。

プラットフォーム名	メニュー名	セグメント例	料金体系	クリック数（想定）	クリック単価（想定）	申込期限（目安）
LinkedIn	採用広報 優秀人材向け	【経験例】3年以上 【職種例】事業開発／営業／マーケティング／人事／財務・経理等 【関心例】転職／キャリア／リーダーシップ／等	600,000円（グロス）～	1,200～2,000CL	**300～500円**	7営業日前～（目安）
	専門職 部門責任者向け	【職種例】事業開発／営業／マーケティング／人事／財務・経理等 【職位例】マネージャー／課長／部長等 【経験例】3年以上／10年以上等	600,000円（グロス）～	1,000～ 1,500CL	**400～600円**	
	業界 企業属性別	【業種例】IT／製造／金融等 【会社規模例】51-200名／201-500名／1,000名以上等 【企業タイプ例】上場／非上場／外資／成長企業等	600,000円（グロス）～	400～600CL	**1,000～1,500円**	
	決裁者 意思決定層向け	【職位例】シニア／マネージャー／ディレクター（部門長・上級管理職相当）等 【職種例】事業開発／営業／マーケティング／人事／財務・経理等 【企業規模例】51-200名／201-500名／1,000名以上等	600,000円（グロス）～	200～400CL	**1,500～3,000円**	

※上記はあくまでセグメント例ですので、ご希望に合わせたセグメント設定で正式にお見積りいたします。
※ターゲティング設定によっては大幅に単価が変動することがあります。
※料金はグロス、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。
※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。
※タイアップで作成した記事・画像をもとに配信クリエイティブを制作します。内容は原則として弊社にご一任いただきます。
※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（Linkedin広告）

指定可能なセグメント例です。配信ターゲットの検討の際にご参照ください。

1.地域・言語

- 勤務地 / 居住地：東京都、関西圏、福岡県
- 最近訪れた地域での指定も可能
- プロフィール言語：日本語 / 英語

2.会社属性

- 会社名指定：特定企業への配信
- 業種：IT、製造、金融、広告
- 会社規模：1-10名 / 51-200名 / 1000名以上
- 企業タイプ：上場、非上場、政府機関、非営利

3.職務経験

- 役職：部長、課長、マネージャー
- 職務機能：マーケ、人事、営業、情報システム
- 職務レベル：Manager / Director / VP /
- 経験年数：3年以上、10年以上

4.学歴・属性

- 出身校、学住、専攻

5.興味・関心 / 特性

- 関心：BtoBマーケ、DX、AI、採用、営業効率化

6.カスタムオーディエンス

- 会社リスト / 連絡先リストのアップロード

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P36 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・サービスの紹介に適しています。※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～	P46参照
	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	P39参照
	ブランドリフト調査	200,000円～／4問+属性	P39参照
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

バナー広告
プラン一覧

こちらに掲載していないプランもございます。
詳細をご希望の方はお問い合わせください。

SPネイティブ動画（縦型動画 / 横型動画）

SPネイティブ動画

スマホでの記事閲覧中に表示される動画広告枠。
認知獲得・ブランディングの効果を期待できます。

- 100万imp保証
- 縦型（横9:縦16）、横型（横16:縦9）どちらも対応
- JICDAQが除外する8つのカテゴリを排除
  (IASに準拠したアドフラウドなし、ブランドリスクなし)

縦型動画

横型動画

QRコードから
配信イメージを
ご覧ください

縦型動画（横9:縦16）

横型動画（横16:縦9）

SPネイティブ動画（縦型動画 / 横型動画）

縦型動画（横9:縦16）	
サイズ	横 9 : 縦 16
想定CTR	0.35～0.45%
QRコード	

横型動画（横16:縦9）	
サイズ	横 16 : 縦 9
想定CTR	0.18～0.25%
QRコード	

配信レギュレーション　（縦型・ 横型動画共通）

料金	G100万円		
配信枠	SP記事中		
imp保証	100万imp		
配信期間	２週間※均等配信ではなく、前半やや多めに配信します		
IAS準拠	あり	JICDAQ対応	あり
想定リーチ数	50万	動画秒数	10秒以下　＊要相談
データ容量	10MB以内	本数	2本以内
開始時間	平日11時～ ※相談可	素材	動画(MP4),遷移先URL
事前審査	要※10営業日前まで。審査によってはお断りする事がございます。		
発注	5営業日前まで	入稿	3営業日前まで
報告	（日別）imp,クリック,CTR,（期間計）リーチ数		

※バナーメニューのマージンは一律30%と致します。

静止画バナー広告

SP記事中バナー広告

配信枠	SP記事中
クリエイティブサイズ	横300x縦600
想定CTR	0.20～0.30%
imp保証	**500,000**
料金	グロス50万円 (広告会社マージン30%)

以下、配信イメージをご覧ください

SP記事中バナー

PC記事中バナー

クリエイティブ

640 x 360

↑

こちらをクリック

PC記事中バナー広告

配信枠	PC記事中
クリエイティブサイズ	横640x縦360
想定CTR	0.20～0.30%
imp保証	**500,000**
料金	グロス50万円 (広告会社マージン30%)

※バナーメニューのマージンは一律30%と致します。

素材	本数	容量	報告	期間	入稿	発注	開始
GIF/JPG	２本以内	1MB以下	(日別)imp,クリック,CTR	2週間	3営業日前まで	5営業日前まで	平日11時～　※相談可

タイアップ広告
好反響事例集

東急リバブル様「等価交換」

コンバージョン(無料相談申込)実績あり

相続特集企画掲載
B to C

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

結果	PV 106,075 PV CTR 4.10 %

広告主	東急リバブル株式会社
業種	不動産
商材・サービス	不動産活用 (等価交換)
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/73214

記事QR

プラン
相続特集企画オリジナルタイアップ ＋ オプション 記事下アンケート

目的
不動産活用事業「等価交換」の認知度獲得

概要
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。

物語風記事

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そうだ。

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

文春オンライン

JR東海様「いざいざ奈良」

B to C

「文春オンライン」で人気連載を持つホフディラン小宮山雄飛さんを起用
媒体の特性にマッチしたコンテンツで読者の興味関心を促進

広告主	JR東海
業種	鉄道
商材・サービス	旅行
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/77725

記事QR

結果

PV 40,646 PV
CTR 6.21 %

プラン

オリジナルタイアップ(P47著名人起用) ＋ 広告効果調査 (※詳細はお問合せ下さい)

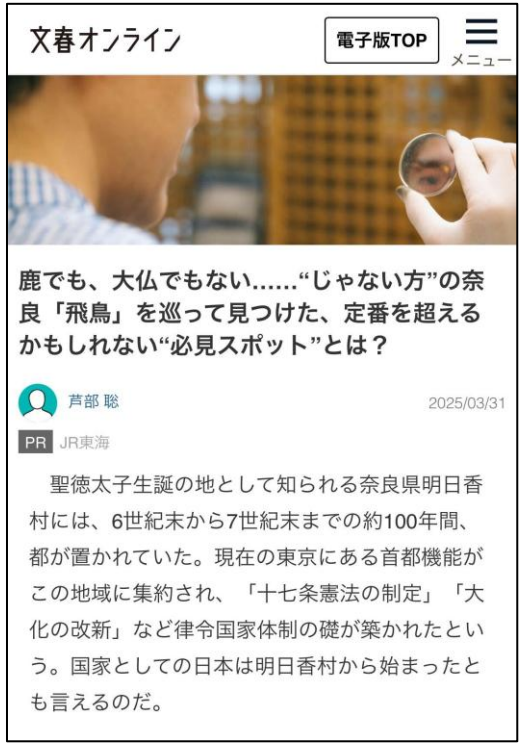
目的

旅行キャンペーン「いざいざ奈良」の認知度獲得

概要

大人が楽しめる”定番じゃない”奈良のスポットを小宮山雄飛さんと共に巡るタイアップ記事を展開。**記事最下部に設置したキャンペーンサイトのクリック率が6.21%**となりエンゲージメントが高い読者を多く遷移させられました。
別途実施した広告効果調査では、タイトルや記事内の写真を「印象に残る」と高評価するモニターが多く、**記事への「好感度」が87%**に。
媒体にマッチした切り口の記事で読者の興味関心を高めることができました。

著名人起用



文春オンライン

イーノウ・ジャパン 様「インバーター発電機」

文春オンライン「高くても買いたい」認定ロゴをECサイトにも掲載
防災知識と商品への関心を促進するコンテンツでCTRが約23%に

結果	PV 29,726 PV CTR 22.98 %

広告主	株式会社イーノウ・ジャパン
業種	電源機器製造・販売
商材・サービス	インバーター発電機
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/81593

記事QR

プラン
高くても買いたい特集オリジナルタイアップ（認定ロゴ二次利用特典付き）

目的
家庭向けバックアップ電源の普及促進・購買獲得

概要
備え・防災アドバイザーの高荷智也氏へのインタビュー記事を防災の日 (9月1日)に合わせて公開。
被災時に家電を稼働させることができる「バックアップ電源」の重要性とその選び方のポイントを商品の利用シーンがイメージできる写真とともに展開し、関心を持ったユーザーを商品購買ページに送客。
CTRは約23%と高水準で、商品への関心を醸成できました。

専門家アサイン

「ポータブル電源と併用すれば"画期的"な災害対策になる」カセットボンベで電気が作れる "インバーター発電機"を、防災の専門家が"激推し"する納得の理由

備え・防災アドバイザー　高荷智也さんインタビュー

数藤 健　2025/09/01

PR 株式会社イーノウ・ジャパン

気候変動によって豪雨・台風などの自然災害は増加の一途。四方を海に囲まれた火山列島＝日本では地震や津波も懸念される。「備えあれば憂いなし」。落ち着いて生活し災害時に慌てないために、一般家庭でも今すぐにできる防災対策について、備え・防災アドバイザーの高荷智也さんに聞いた。

災害の直撃を受けても即死しないために

＼認定ロゴ二次利用／

広告主様ECサイト

【期間限定】

「高くても買いたい」特集出稿企業様に自社サイトやECに掲載可能な認定ロゴを無償で進呈しています！
詳しくはこちら(企画書)

文春オンライン

ニチバン様「絆創膏 ガッチリバン」

B to C

「文春オンライン」 でも人気の釣りYouTuber ぬこまた釣査団 大西さん出演
“水に強い”という特徴を面白く伝えるタイアップが商品売上に貢献！

結果	PV 54,221 PV CTR 8.89 %

広告主	ニチバン株式会社
業種	製造業
商材・サービス	救急絆創膏
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/79689

記事QR

プラン

オリジナルタイアップ（P47著名人起用）

目的

救急絆創膏「ガッチリバン」の認知度獲得

概要

「水仕事やハードな作業にも耐えられる高性能な絆創膏」 という特徴を面白く伝えるため、文春オンラインでも記事を執筆するぬこまた釣査団 大西さんが、実際に「釣りの現場で商品を使ってみた」という切り口の記事を展開。タイアップ記事はSNSの釣り愛好家界隈からも好意的な反響を獲得しました。またECの中には1か月あたりの商品購入件数が大幅に増加したショップも。購買にも貢献した施策としてご評価いただきました。

著名人起用

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

全国の漁村で“爆売れ”している「プロ愛用のばんそうこう」、一体何が違うのか？ オールナイト釣行で酷使して分かった“驚きの進化”とは

ぬこまた釣査団(大西)　2025/06/25

PR ニチバン株式会社

釣りをしているとケガは付きものだ。釣り針が指に刺さったり、釣れた魚を興奮冷めぬまま鷲づかみしてヒレが刺さったり、過酷な環境になればなるほどケガを負うリスクは高まる。特に手のひらにできた切り傷や刺し傷は、海水でしみたり、釣具を握るたびにズキズキと集中力を欠いてしまうほどのダメージを与えてくるから厄介だ。

ヒレなどの物理的な干渉にばんそうこうは耐えられるか？

餌の取り替えなどを繰り返し、ついに大きなイカを釣り上げた。釣ったイカを写真に収めるため、手で持ち上げて撮影を行う。

手には粘液がまとわりつき粘着剤の耐久性が試される

ぬこまた釣査団 大西さんは「文春オンライン」でも「釣り」に関する記事を執筆しています！

《潜入》「いったいなんなんだ？」15年間も立入禁止が続いた堤防で釣りをしてみると…竿をぶち曲げる想定外の大物だらけでした
ぬこまた釣査団(大西)　2025/10/31

27年間連続で「日本一汚い沼」と格付けされた千葉県にある“ヤバい沼”…竿を出してみると想定外の大物が!?
ぬこまた釣査団(大西)　2025/08/31

《釣り竿なし》斬新な釣法で入れ食いになった“隠れ高級魚”とは…？ 潮が引くと海底から現れる“ナゾの遺跡”での釣行を徹底ルポ！
ぬこまた釣査団(大西)　2025/08/29

文春オンライン

ジャクリジャパン様「ポータブル電源」

コンバージョン(商品購入)実績あり

「令和の防災」7種の神器を防災の専門家が解説
CTR 27%を達成し、20万円台の商品の購買を複数獲得！

結果	PV 95,476 PV CTR 27.80 %

広告主	株式会社ジャクリジャパン
業種	電源機器製造・販売
商材・サービス	ポータブル電源
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/62342

記事QR

プラン

高くても買いたい特集 オリジナルタイアップ(P47著名人起用)

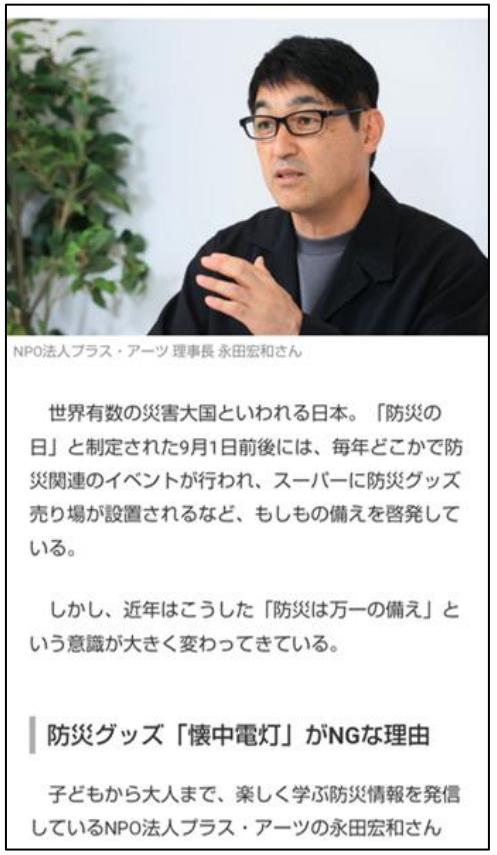
目的

家庭向け防災グッズとしてのポータブル電源の普及促進・購買獲得

概要

防災コンサルタント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。
タイアップ記事がGoogle DiscoverやGoogleニュースに取り上げられ、「文春オンライン」の記事文中や記事下に設置した公式オンラインストアやECサイトのリンクから、20万円台の商品が複数購入されました。

専門家アサイン



文春オンライン

ベネクス様「VENEXリカバリーウェア」

コンバージョン(商品購入)実績あり

運動好きでアパレルに精通したライターを起用した体験レビューと企業取材
CTR 19%超、ROAS目標を達成！

広告主	株式会社ベネクス
業種	アパレル
商材・サービス	リカバリーウェア
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/67287

記事QR

結果	
PV	71,203 PV
CTR	19.92 %

プラン

高くても買いたい特集 オリジナルタイアップ (ライター起用)

目的

リカバリーウェアの購買獲得

概要

ライターが実際に商品を体験し、リカバリーウェアの効果を実感。記事の後半ではその実力の秘密を企業に取材するという構成で記事を展開。
「買うべき理由」がユーザーにしっかりと届く構成で、ROAS目標を達成。

体験レビュー

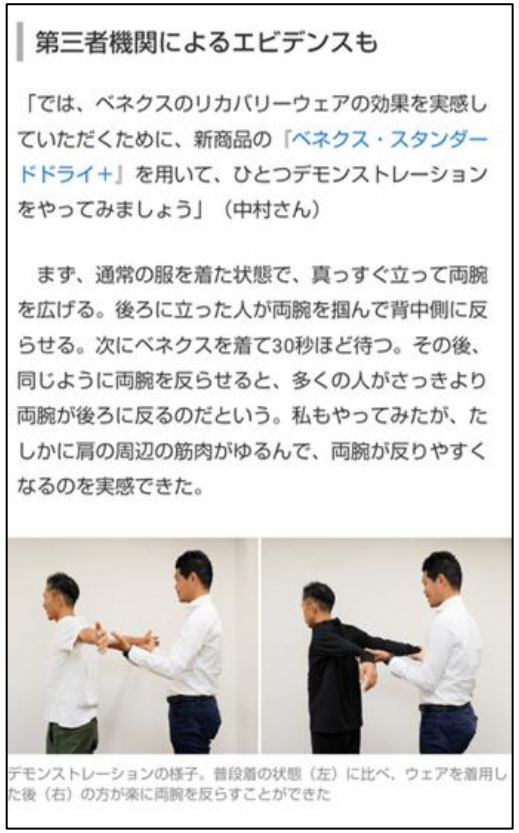
文春オンライン
電子版TOP
メニュー
新着 ランキング スクープ コミック 週刊文春 文藝春秋

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

文春オンライン

LIXIL様「泡シャワーKINUAMI」

シャワーから泡が出る革新的な商品をライターが体験し、泡が出る様子を動画で表現
CTR 8%超、ROAS目標を達成！

広告主	株式会社LIXIL
業種	住宅関連設備
商材・サービス	泡シャワー
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/71980

記事QR

結果	
PV	96,628 PV
CTR	8.70 %

プラン
高くても買いたい特集 オリジナルタイアップ(ライター起用) + 記事内動画制作

目的
泡シャワー「KINUAMI」の認知・理解促進～利用意向醸成

概要
「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。
文春オンライン経由のユーザー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。

体験レビュー　**動画制作オプション実施**

CDエナジーダイレクト様「新電力プラン」

B to C

電気代の高騰が気になるライターが、本気で新電力への切り替えをシミュレーション
読後に「切り替えを検討したい」と回答したユーザーが94.7%に！

結果	PV 30,799 PV CTR 1.69 %

広告主	株式会社CDエナジーダイレクト
業種	エネルギー (電力)
商材・サービス	新電力プラン
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/81487

記事QR

プラン
文春オンラインオリジナルタイアップ + オプション 記事下アンケート

目的
新電力プランの認知獲得

概要
前半部は「本物の電気代の明細」を掲載して面白く読み進められるように展開し、後半部は担当者インタビューを通して真摯なメッセージを訴求。記事下アンケートでは「切り替えを検討したくなった」が94.7%に達し、企業姿勢を評価するコメントも。信頼度の醸成に貢献しました。
。

企業インタビュー

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

「えっ、ウチの電気代こんなに下がるの…！」夏は２万、冬は４万円超の電気代を支払っていたライターが、もし“CDエナジー”に切り替えたら…シミュレーションで分かった“驚きの結果”

相澤 洋美　2025/08/27

PR CDエナジー

日本列島が猛暑に襲われている。最高気温が40度を超える日も珍しくなく、自宅のエアコンが一日中フル稼働という家庭も多いだろう。背に腹は代えられないとはいえ、気になるのは電気代だ。

7月は2万4000円、冬場は4万円を超える電気代を支払っているライターが、電気代が安いという評判の“CDエナジーダイレクト”に話を聞いてみると……。

7月は2万4000円、冬場は4万円程度の電気代に悲鳴

「電気料金24,247円」

筆者が今年7月分として支払った2万円超の電気代

今回検討したのは、2018年に設立されたCDエナジーダイレクト。日本第2・第3の都市圏、関西・中部エリアをベースにエネルギー事業を展開する、中部電力ミライズと大阪ガスが50%ずつ出資して生まれた新電力会社だ。大手電力会社が

文春オンライン

日産自動車様「新型日産リーフ」

B to C

文春オンライン編集長が体験
実際に約450kmを試走し、商品の強みを自然に訴求！

広告主	日産自動車株式会社
業種	製造業
商材・サービス	車
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/86272

記事QR

プラン
オリジナルタイアップ

目的

編集部視点の実体験を通じて自然な形で商品理解を促進

概要

車好きの文春オンライン編集長が横浜～伊勢神宮間約450kmを無充電で実走するという体験レポート形式のタイアップ企画。単なる製品紹介ではなく、第三者目線の実体験に数値的な裏付け（残量12%で到着）を組み合わせることで、説得力のある形で商品の強みを訴求。複数の訴求ポイントも、体験談の中に自然に織り込み、読者の「広告っぽさ」への抵抗感を抑えつつ、購入検討層の不安材料を解消する構成を実現しました。

編集部出演

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

新型日産リーフは充電なしで何km走れるの？　横浜から伊勢神宮まで文春オンライン編集長が実際に試走してみた“驚きの結果”《片道450kmをノン充電で走破できたのか？》

文春オンライン「文春オンライン」編集部　2026/03/31

PR 日産自動車

昨年発表された新型日産リーフ（B7＝バッテリー容量78kWh）の一充電走行距離はカタログ値（WLTCモード）で702km。だが、アップダウンのある公道を加減速を繰り返しながら、エアコンを入れて走ってみると、そんなに距離が出ないのは周知の事実だ。「EVって、しょっちゅう充電しないといけないんでしょ」と思っている人も多いはず。というわけで3月上旬、横浜の日産自動車グローバル本社から伊勢神宮まで、片道450kmを新型リーフでドライブしてみた。果たして、充電なしで辿り着けるのか――。

文：池澤龍太（編集長）

高速道路に入ると、さっそく評判の「プロパイロット（PP）2.0」を試してみる。ハンドル左側のスイッチを入れて、セットするだけ。緑色の「PP1.0」から青色の「PP2.0」に切り替わると、手放し運転ができる。最初は「本当にクルマに運転を任せていいのか？」と恐る恐るだったが、慣れてくるとすっかりリラックスモード。両手が空いているから肩を回したり、腕を伸ばしたりすることでができて、ロングドライブで長時間同じ姿勢で座っていても疲労度が全く違う。運転しているというより、クルマに乗せてもらっている感じだ。と思って、油断して前方から目線を外すと、パネルに「警告！」ランプが点灯。すかさず正面を向く。なんだか、クルマから怒られたような気分だ。

動画制作（GIF）実績

高速道路で「プロパイロット2.0」を体験。基本操作はすべてクルマにお任せ

プロパイロット2.0を使って自動で車線変更

文春オンライン

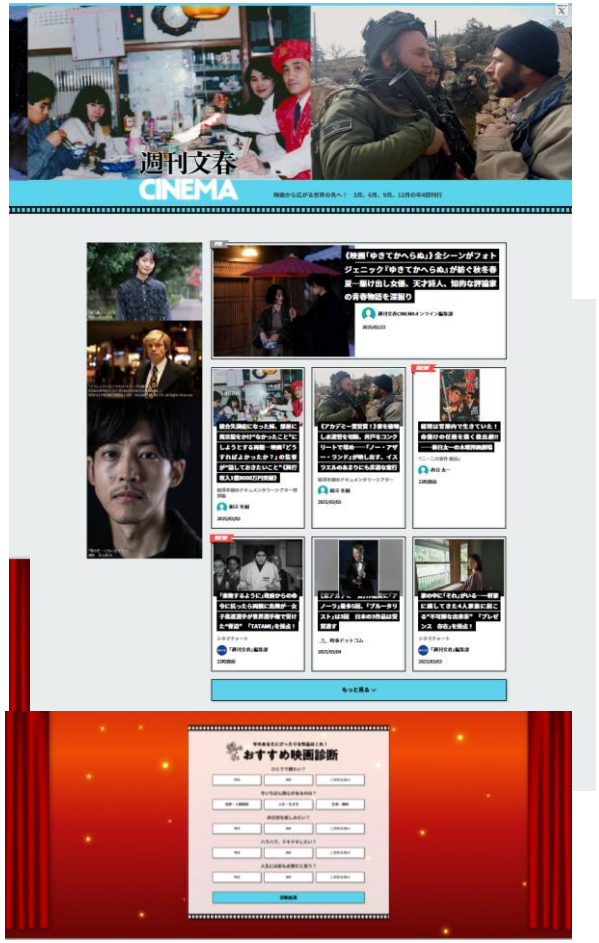
キノフィルムズ様「週刊文春CINEMA」

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」で映画特集を展開
タイアップ記事は毎回高反響・高PVを獲得

広告主	株式会社キノフィルムズ
業種	エンタメ
商材・サービス	映画
記事URL	https://bunshun.jp/feature/shukan-bunshun-cinema

記事QR

1社専用特集



同テーマのムック本も展開中
※別途お見積

プラン
1社専用特集

目的
映画作品の認知獲得、映画文化の普及

概要
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、映画に関係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。

文春オンライン

おやつカンパニー様「ベビースターの日」

B to C

ブランドの記念日「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ユニークな「告発風記事」として掲載

結果	PV 77,108 PV CTR 3.69 %

広告主	株式会社おやつカンパニー
業種	食品
商材・サービス	お菓子
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/64501

記事QR

プラン
オリジナルタイアップ

目的
ブランド記念日に合わせた認知獲得・ブランディング施策

概要
「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文春オンラインへの「告発風」に記事化。
歴代のコラボ企画の紹介に加えて、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。

告発風記事

文春オンライン

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」

B to C

エッセイ漫画で人気を集める「ツボウチさん」を起用
Xプレゼントキャンペーンとの連動で約3,600RP獲得

広告主	株式会社ドウシシャ
業種	生活関連商品
商材・サービス	ふくらはぎケアグッズ
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/69312

記事QR

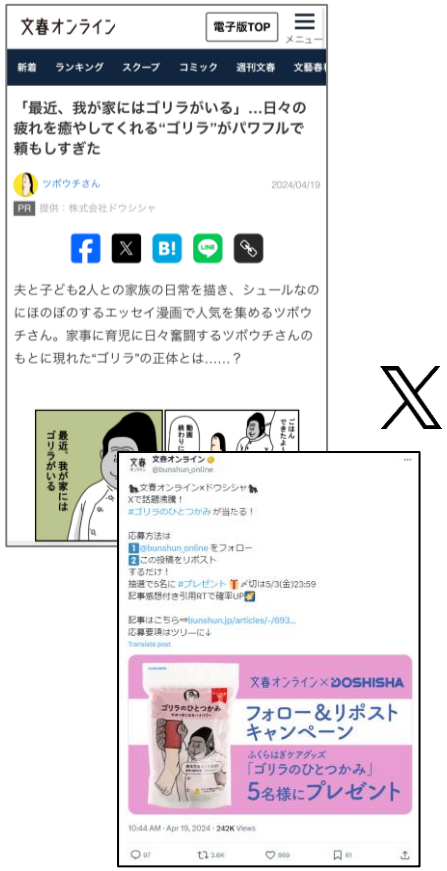
結果	
PV	57,440 PV
CTR	5.04 %

プラン
オリジナルタイアップ(P47漫画家起用) + P40 Xプレゼントキャンペーン

目的
健康・美容グッズの認知・購買獲得施策

概要
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、オリジナルのマンガを制作。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。

マンガタイアップ



文春オンライン

アンファー様「スカルプD」

コンバージョン(商品購入)実績あり

B to C

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
サイト内でもX上でも高反響で、商品購買を獲得

結果	PV 60,797 PV CTR 2.44 %

広告主	アンファー株式会社
業種	美容・健康
商材・サービス	ヘアケア商品
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/61126

記事QR

プラン
オリジナルタイアップ

目的
男性向けヘアケアグッズの認知・購買獲得施策

概要
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。
Google Discoverでヒット、SEOで上位掲載され、保証を大幅に上回る高PVを獲得。「商品の購買につながった」と感想をいただきました。

企業インタビュー

文春オンライン　電子版

「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

平田 裕介　2023/03/20

PR アンファー

俺は50歳。

30歳を過ぎたあたりから毛が抜け始め、いまや薄毛の極致としか言いようのない状態だ。

髪は断捨離したものだと思うようにして日々を生きている。

「ぶっちゃけ高価じゃないですか？」ホントに身も蓋もない質問だった

吉川　たしかに価格帯としては、けっしてお安いものではないですね。昨年10月に新たなラインナップとして価格7,800円の「スカルプD メディカルミノキ５ プレミアム」を販売したのですが、それに併せて従来からあった「スカルプD メディカルミノキ５」の価格を7,800円からお求めやすい4,980円に変更したんです。

――えええええーーー、3,000円も違うじゃないですか。それって、効果にも

文春オンライン

濵田酒造様「薩州 赤兎馬（せきとば） 」

B to C

人気落語家を起用
6回にわたる連載企画【赤兎馬噺 私の本格】を展開

文化人起用

広告主	濵田酒造株式会社
業種	酒造
商材・サービス	芋焼酎
記事URL	アーカイブ終了のため詳細はお問合せくださいませ

プラン

オリジナルタイアップ(P47著名人起用) + P47 二次利用

目的

ブランドイメージ醸成

概要

「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。

文春オンライン

森永乳業様「ピノ」

B to C

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
話題を呼びXトレンド入りも

広告主	森永乳業株式会社
業種	食品
商材・サービス	アイス
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/41292

記事QR

結果	
PV	210,856 PV
CTR	- %

プラン
オリジナルタイアップ

目的
新商品の認知・購買獲得施策

概要
新商品を「リリース前にスクープする」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

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

マクセル様「電池事業の成長戦略や経営方針」

動画視聴者のフリーコメントで「株を買いたい」という反響を獲得！
トップインタビューを通して企業の認知度向上と信頼感醸成に貢献

広告主	マクセル株式会社
業種	製造業
商材・サービス	経営・IR情報の発信
記事URL	記事 https://bunshun.jp/articles/-/86945 動画 https://youtu.be/zrUKCbP_MOg?si=FUS2WUVKazC4Pwl4

記事QR

プラン
動画番組セットプラン (資産運用特集掲載) + ブランドリフト調査

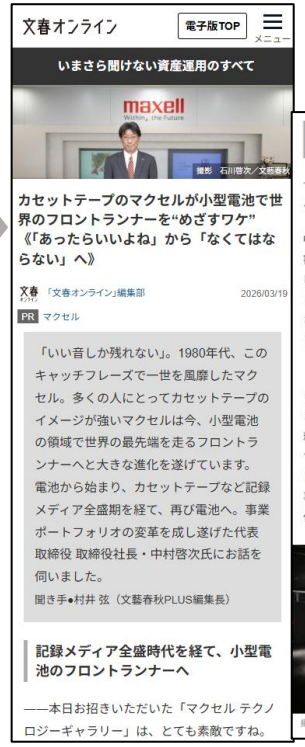
目的
個人投資家からの認知度と理解度の向上

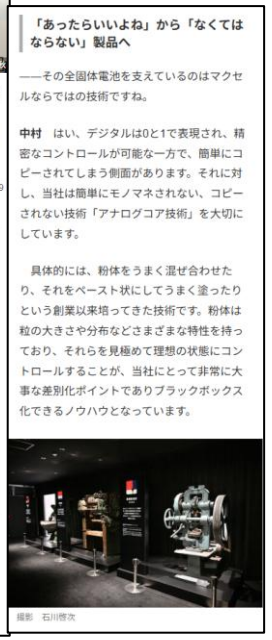
概要
「全固体電池」事業の成長を中心テーマとしたトップインタビューを実施。視聴後アンケートでは、終盤のIR情報（事業譲渡や経営体制の強化など）が印象に残った層が10%を超え、IR訴求に寄与しました。 また、フリーコメントでは「成長に期待できる」「株の買い付けを考えたい」等投資意欲に直結する反響があり、丁寧で落ち着いた印象の動画・記事でトップの声を伝えたことで、認知度とともに信頼感醸成に貢献したと言えます。

動画番組セットプラン

株や投資に関心がある読者向けの「資産運用特集」にも記事を掲載

＼1度の取材(収録)で2媒体に展開／





“インタビューが得意”な文春が
トップのお人柄が伝わるコンテンツを制作し、
2媒体で展開

ラクス様「メルマガ配信サービス」

コンバージョン(お問い合わせ)実績あり

B to B

「ありえそう」で共感できる物語風記事で高PVを獲得
潜在顧客との接点を創出し、サービスへのお問い合わせを獲得！

結果	PV 31,319 PV

広告主	ラクス
業種	IT
商材・サービス	メルマガ配信サービス 楽楽メールマーケティング
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/86342

プラン

オリジナルタイアップ

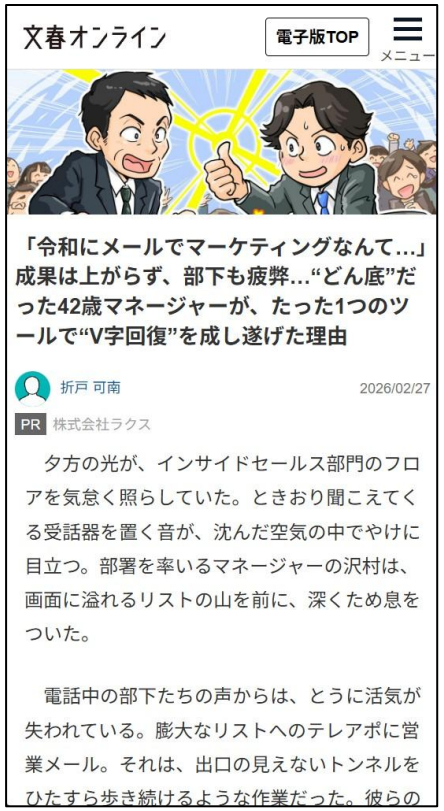
目的

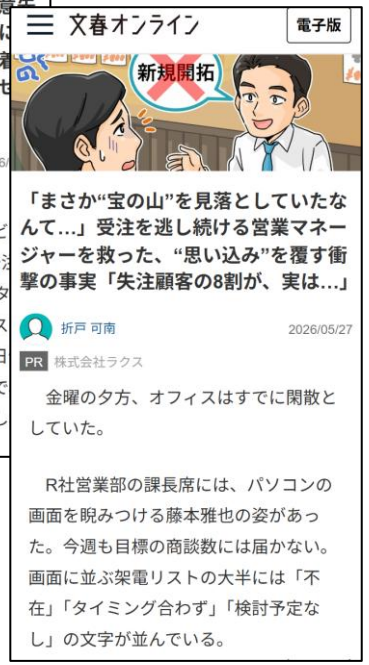
既存の営業・マーケティングではリーチできない潜在顧客からの認知獲得

概要

法人向けのメールマーケティングツールの訴求です。通常の広告展開はビジネスパーソン向け媒体が中心とのことですが、メディアとしての規模が大きい「文春オンライン」に、まだアプローチできていない潜在顧客がいると仮定し、つい読みたくなる切り口の物語風記事を制作。狙い通り高PVを獲得しただけではなく、課題解決の流れが分かりやすい記事によって、サービスへのお問合せを獲得できたことに高評価を頂きました。

物語風記事





成果を上げ、複数回ご出稿いただいています

記事 ① ②

文春オンライン

伊藤忠丸紅住商テクノスチール様「法人向け耐震診断 」

見込み顧客へのリーチを大幅に強化
法人向けサービスを分かりやすく解説し、引きがあるタイトルで高PVを獲得

結果	PV 35,261 PV

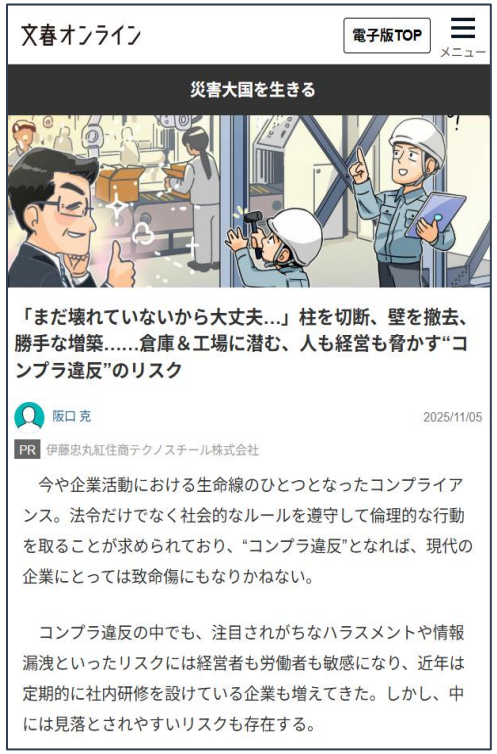
広告主	伊藤忠丸紅住商テクノスチール
業種	商社（鉄鋼建材）
商材・サービス	法人向け耐震診断
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/82320

プラン
オリジナルタイアップ

目的
既存の営業活動ではリーチできない潜在顧客からの認知獲得

概要
工場や倉庫を持つ法人向けの耐震診断の訴求です。
潜在層に広くサービスを知ってもらうため、「一見問題なく操業している工場や倉庫に“よくある”コンプラ違反の構造」を啓発するという切り口でインタビュー記事を制作。ターゲット層を徹底的に意識した記事タイトルと読み進めやすい構成による認知獲得に貢献。

企業インタビュー


文春オンライン 電子版TOP メニュー
災害大国を生きる
「まだ壊れていないから大丈夫…」柱を切断、壁を撤去、勝手な増築……倉庫＆工場に潜む、人も経営も脅かす“コンプラ違反”のリスク
阪口 克 2025/11/05
PR 伊藤忠丸紅住商テクノスチール株式会社
今や企業活動における生命線のひとつとなったコンプライアンス。法令だけでなく社会的なルールを遵守して倫理的な行動を取ることが求められており、“コンプラ違反”となれば、現代の企業にとっては致命傷にもなりかねない。
コンプラ違反の中でも、注目されがちなハラスメントや情報漏洩といったリスクには経営者も労働者も敏感になり、近年は定期的に社内研修を設けている企業も増えてきた。しかし、中には見落とされやすいリスクも存在する。

成果を上げ、継続してご出稿いただいています
記事 ①

文春オンライン 電子版
災害大国を生きる

「こんなの“事故物件”じゃないか！」“好立地＆安心”なはずだったのに…中古工場を購入した50代社長が驚愕した“まさかのトラブル”とは
折戸 可南 2026/09/09
PR 伊藤忠丸紅住商テクノスチール株式会社
その工場を初めて見たとき、胸が高鳴った。
中堅製造業の社長を務める田所は、敷地をぐるりと見渡しながら、思わず「ここだ」と口にした。幹線道路へのアクセスは申し分なく、今

アクセンチュア様「コンサルティング企業の価値訴求 」

B to B

インタビューが得意な文春の聞き手が貴重な「トップの本音」を引き出す
読み応えあるトップインタビューを通して理解醸成に貢献

結果	PV 50,232 PV

広告主	アクセンチュア
業種	総合コンサルティング
商材・サービス	コンサルティング
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/84588

プラン
オリジナルタイアップ

目的
生成AI時代のコンサルティング企業の価値訴求

概要
AI時代の企業変革をテーマに、トップの経営哲学や人材育成の考え方を紹介。会長に就任した江川氏へのインタビューを通して、同社が「戦略から実行まで伴走するパートナー」であるというブランドイメージを訴求しました。江川氏ご自身の仕事観を掘り下げて本音を引き出すインタビュー記事を制作し、ページエンゲージメント時間はタイアップ全体平均の約1.5倍に。関心を持った人に記事を読み込ませて理解を醸成するという目的に貢献しました。

文春オンライン

トップインタビュー

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

なぜ令和に、“週5日出社”を義務づけた？10年で売上を7倍にしたアクセンチュア新会長が明かす、AI時代に“社員を強くする”働き方とは

「文春オンライン」編集部　2026/01/23

PR Accenture Japan

10年間で売上高を7倍、社員数を5000人から約3万人へと押し上げたアクセンチュア日本法人。戦略立案から実行、運用までを一気通貫で手がける世界でも稀有なビジネスモデルはいかにして築かれ、生成AI時代にどう立ち向かっていくのか。2015年から務めた同社社長を12月1日に退任し、新たに会長へと就任した江川昌史氏の経営哲学に、文藝春秋・新谷学が迫る。

新谷　「アクセンチュアという名前は聞いたことはあるけれど、どんな会社だろう？」とい

江川　企業変革において、方向性を示すことはAIにもできます。しかし、人の感情に寄り添い、やる気を引き出すことは、まだAIには弱い。変革についていけない人をトレーニングしたり、後押ししたり、最後まで伴走して成果を出す。こうした部分は人間の仕事として残っていくでしょう。

我々のみならず、生成AIの登場でコンサル業界のあり方も変わるはずです。世の中で言われるように、方向性を示すだけの「言いっぱなしコンサル」はAIに代替され淘汰されるかもしれません。逆に、クライアント企業がAIと作った戦略を実行するだけの「言われっ

デル・テクノロジーズ様「AIエージェントの活用」

B to B

AI時代の大局観、組織デザイン、中小企業の成長戦略を議論
経営層に向けたメッセージ発信を「3メディア横断」で展開

広告主	デル・テクノロジーズ株式会社
業種	IT・通信
商材・サービス	AIエージェントの活用
記事URL	第1回記事 https://bunshun.jp/articles/-/83110 第1回動画 (前編) https://youtu.be/8iQQB-IeD-M

記事QR

プラン
動画番組セットプラン + 「文藝春秋」誌面掲載

目的
経営層からのソリューション認知獲得

概要
日本企業がAI活用の次のステージに進むために必要な要素を全3回の動画を通して考察。楠木建氏、西山圭太氏が出演し、企業における生成AIの利用促進活動に取り組むデルの若松氏と共に議論しました。さらに番組と同じテーマで「文春オンライン」と雑誌「文藝春秋」でもタイアップ(若松氏による解説記事)を展開。3メディアを横断してメッセージを発信しました。

※通常の「動画番組セットプラン」の記事タイアップでは「番組の採録記事」を制作します。
本事例のように採録以外での構成をご希望の場合はご相談ください

動画番組セットプラン

文藝春秋PLUS 動画番組
(全3回)

それぞれ前後編で制作し、
後編はクライアント運営の
チャンネルに掲載

＼誌面・オンラインでタイアップ記事を展開／

文春オンライン

法人向けのサービスやトップインタビューの事例

B to B

文春オンラインの「思わず読みたくなる」切り口の記事で、B to Bの潜在顧客やステークホルダーにも訴求

▼Dual Life Partners様
ファクタリングサービス「PAYTODAY」

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

「銀行融資は門前払い、赤字で相手にされない…」崖っぷちに陥った経営者を“たった1時間”で救う、経営者の90%が知らない“資金調達サービス”の正体

文春オンライン「文春オンライン」編集部　2026/02/18

PR Dual Life Partners

大口の注文が入りそうだが手元の資金が足りない、思っていたよりも税金の支払い額が大きかった——企業経営において、一時的に資金がショートしてしまうことは少なくない。しかし、もっとも一般的な銀行融資は審査のハードルが高く、時間もかかってしまう……。

そんな現代のビジネスシーンにおける新たな選択肢として、いま「ファクタリング」が注目を集めている。請求書（売掛債

中でも田中さんの印象に残っているのは、ある研究開発系の企業だ。

「がんの研究開発をされている会社で、素晴らしい事業内容にもかかわらず、その時点ではなかなか銀行からの融資が受けられない状況だったそうです。PAYTODAYをうまく活用して、事業を軌道に乗せて無事に“卒業”していってくれた。あれは嬉しかったですね」

事業の成長過程で、一時的に資金がショートすることは少なくない。その谷間を埋める役割をPAYTODAYは目指している。

「利用者の方には『つなぎ資金として使ってください』とよくお伝えしています。銀行融資や投資家からの資金調達が決まるまでの“つなぎ”という意識でファクタリングを利用してもらうことで、事業が安定し、ファクタリングが必要なくなります。そうやって綺麗に卒業してもらえるのが、私たちにとっても理想的なんです」

https://bunshun.jp/articles/-/85708

▼ローソン様
トップインタビュー (茂木健一郎氏出演)

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

「コンビニはもはやインフラ」——AIが値引きの提案、アバターはいても無人化しない理由、そして「ハッピー・ローソンタウン」構想とは？

文春オンライン「文藝春秋PLUS」編集部　2025/10/10

PR 株式会社ローソン

「私たちは“みんなと暮らすマチ”を幸せにします。」というグループ理念のもと、世代を超えて誰もが幸せに暮らせる「ハッピー・ローソンタウン」の実現を目指すローソン。代表取締役社長・竹増貞信氏と脳科学者の茂木健一郎氏が「コンビニの未来像」をテーマに語り合った。

司会●村井弦（「文藝春秋PLUS」編集長）

竹増: ローソンは1975年、大阪・豊中市に第1号店をオープンしました。私は隣町の池田市出身なんです。ですので幼少の頃からローソンが近くにありました。当時のローソンが50年続いて、今、日本に1万5000店舗弱、世界に7000店舗を広げるまでに成長してきたというのは、先輩方、社員はもちろん、オーナーさん、クルーさん、皆さんのご尽力がすごく大きかったんだなという感謝の気持ちでいっぱいです。

竹増貞信（株式会社ローソン　代表取締役社長）
1969年、大阪府生まれ。大阪大学経済学部を卒業後、1993年に三菱商事に入社。同社畜産部、広報部、社長業務秘書などを務めた後、2014年5月にローソン代表取締役副社長に就任。2016年６月より現職。2024年5月から同社子会社の成城石井会長も務める。

https://bunshun.jp/articles/-/82201

▼JERA様
トップインタビュー (三浦しをん氏出演)

文春オンライン　電子版TOP　メニュー

「知性」と「感性」が新たなイノベーションを生む…JERA奥田社長が描く未来のエネルギー会社

奥田久栄（株式会社JERA 代表取締役社長 CEO兼COO）×三浦しをん（作家）

文春オンライン「文春オンライン」編集部　2026/05/09

PR 株式会社JERA

日本最大の発電会社JERAは、世界初となる火力発電の“脱炭素化”に取り組んでいる。その原動力とは何か、お二人に語り合ってもらった。

photograph:Miki Fukano
hair&make:Kaori Ichikawa

文学に目覚め、作家をめざした高校時代

奥田　今日は三浦さんにお会いできるのを楽しみにしていました。

三浦　ありがとうございます。

奥田　そうなんです。肝心なのは、「ここでこういう対応をしておかなければ、こんなシナリオになったときに、こんなことになっちゃいますよ」というのをきちんとストーリーにして、相手の心にスッと入るように届けられるかどうか。そこが大事なんです。そのためには、感情を動かしていく、心を動かしていく「感性」の部分を鍛えておかないとできない。それって、小説を書く作業にすごく似ているんじゃないかと思うんです。

三浦　確かに、小説ってストーリーはもちろん大事なんですけど、それをどんな文章で、どんな語り口で描くかってほうが大事なのかもしれません。わたしがいつも意識しているのは、目に映ったもの、感じた気持ち、それを端から言葉にする。言語化するということです。

奥田　企業にとっても言語化というのはすごく大事です。同じ利益を上げていくにしても、どういうストーリーで利益を上げていくのか、企業によってそれぞれ違います。そこが企業の言葉で言う差別化戦略なんです。同じような利益目標であっても、他とどういうふうに違うことをやって、そこにたどり着くのか、きちんと言葉にしなければ戦略にはならないわけです。

三浦　同じ数字、達成目標でも、そこにどういう形で到達するのか言語化できれば、達成感も違ってきますからね。

奥田　数字の目標だけで人の心を動かすことは絶対できないんです。そこに至るまでのストーリーをちゃんと語ることによって、みんながそれに共感して動いていく。人を動かしていく力っていうのは、やっぱり言葉なんですよ。

https://bunshun.jp/articles/-/87966

掲載基準

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頂きます）
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頂きます。
※　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。

安心・安全な広告配信への取り組み

「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

受賞歴

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。

SmartNews Awards 2023
文春オンライン
読者投票賞

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。

SmartNews Awards 2021
文春オンライン
大賞

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。

SmartNews Awards 2019
文春オンライン
大賞

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

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
相田　080-3129-5068
高橋
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

〒102-8008
東京都千代田区紀尾井町3-23
デジタル広告部