

the 週刊文春
Style

Media Guide

2025.07~2025.09



What is the Style?



Beyond the Scoop, Your Unique Style.

週刊文春 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。この20年弱で人々のモノに対する価値観、買い物に対する考え方は大きく変化してきました。

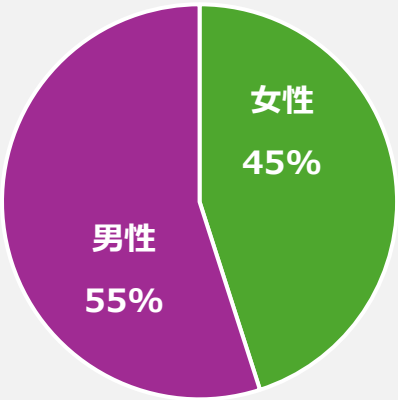
ただこの20年においても「あたらしい服を着て、モノを持つことはそれだけでなんだか楽しい」という価値観は大きく変わらないように思います。そのワクワクがあるから買い物をするし、その中で自然と身に着けている、買って持っているモノたちがそのひと自身のStyleをつくっているのだと思います。

変化の激しい多様性の時代、あたらしい気づきを与え、そのひと自身のStyleを大切にする、そんなライフスタイルを提案する企画でありたいと思っています。

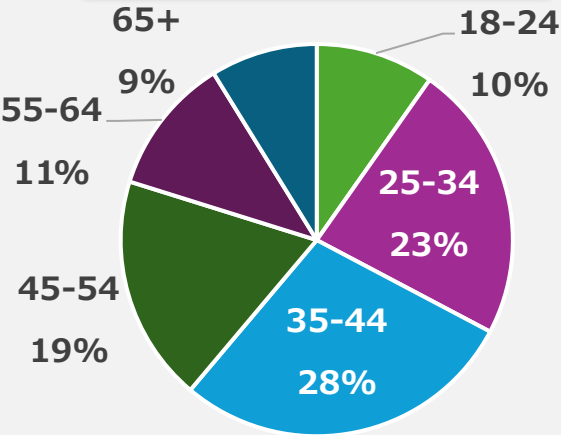
User Profile (Digital)

性別・年齢ともにバランスのとれた構成となっております。特に、持ち家のある既婚者やファミリー層世代より、大きな支持を集めています。月間UUは3600万を超えており、多くの人にリーチできるメディアです。

男女比

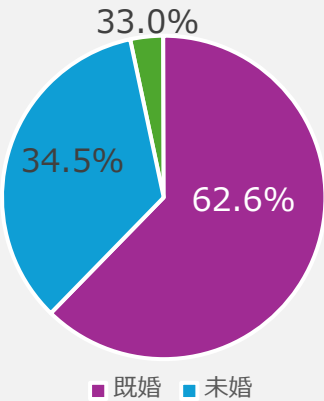


年齢層

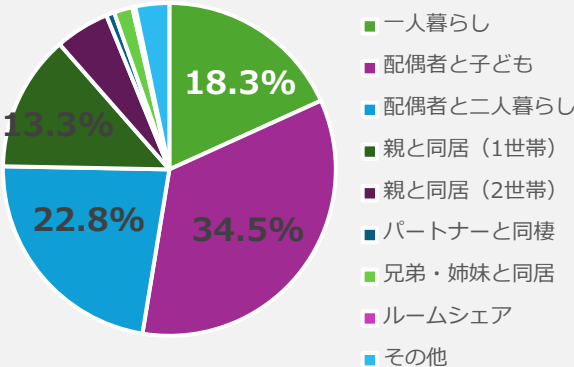


出典：GoogleAnalytics 2022年9月～2022年11月

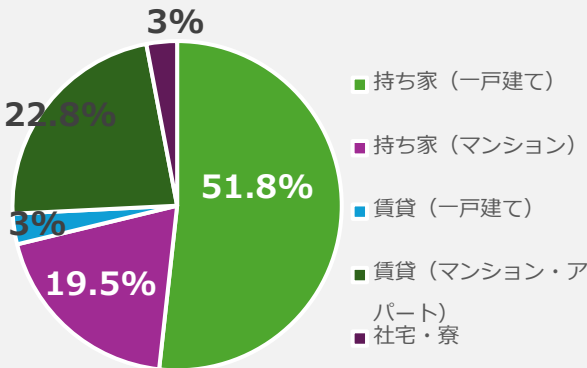
未既婚



家族構成



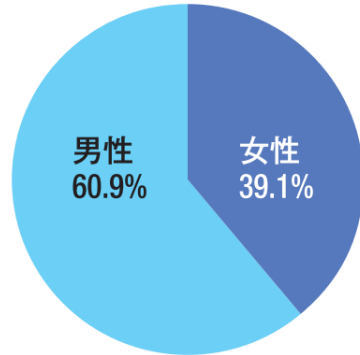
居住形態



User Profile (Print)

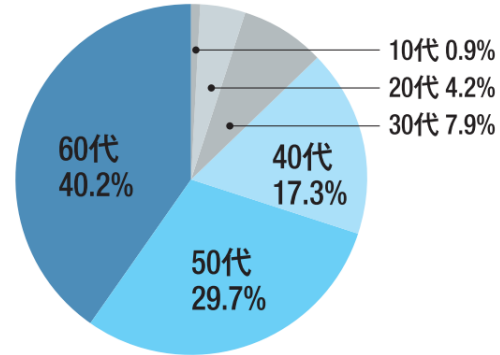
40～60代を中心とした高所得層によく読まれています。大都市を中心に、全国に読者がおり、会社経営者はもとより、会社役員や医師、弁護士などオピニオンリーダーから大きな支持を集めています。社会的地位が高く、購買力の高い人にリーチできるメディアです。

●男女比



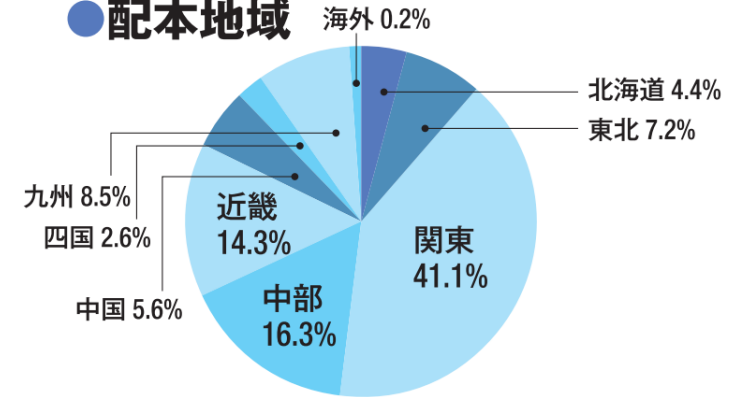
家庭に持ち帰れる週刊誌として
ご夫婦で愛読されています

●年齢構成



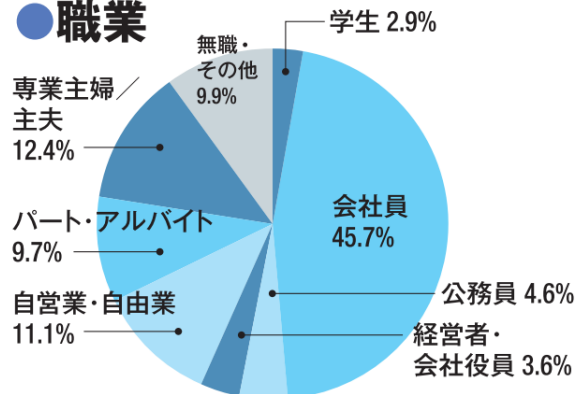
読者層の中心は
社会的地位の高い中高年世代です

●配本地域



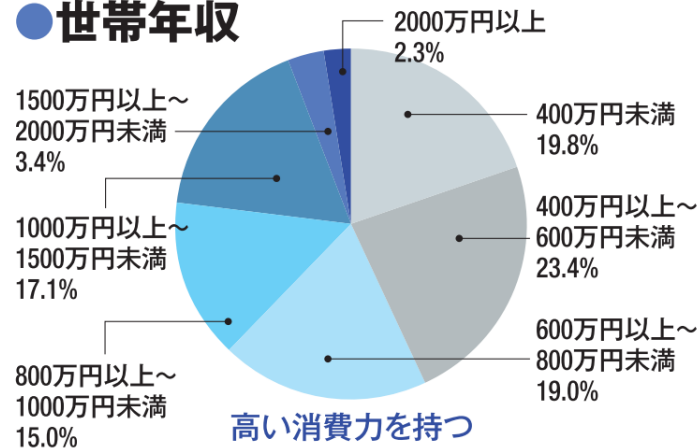
大都市を中心として
全国に読者がいます

●職業



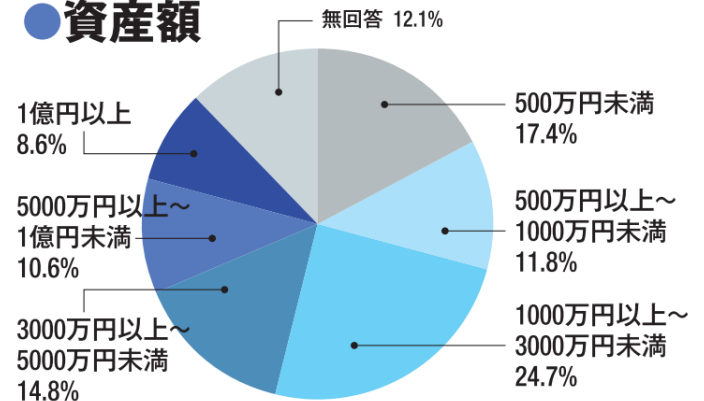
サラリーパーソンだけでなく
経営者や自営業者にも支持されています

●世帯年収



高い消費力を持つ
世帯が読者です

●資産額



アッパーマス～富裕層に
リーチできる媒体です

Spreading power (Digital)

日本ABC協会が加盟社のWEBメディアを対象に行うWeb 指標一覧では、
2019年10～12月より5年連続で自社PV1位を獲得しています。

- 自社PV
- 自社UU
- 外部含むPV
- X

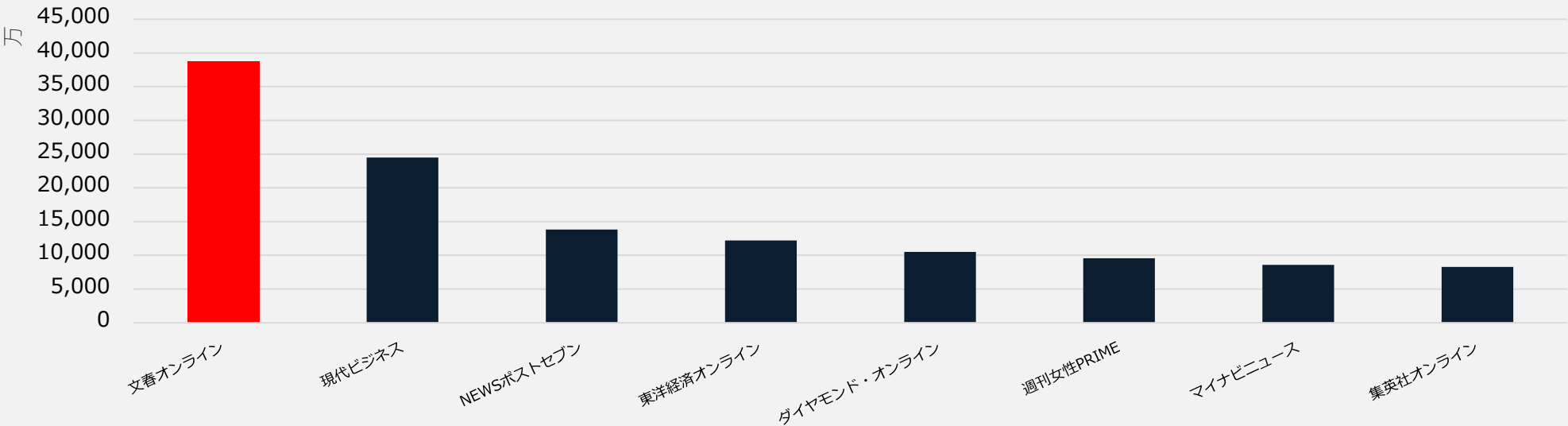
3億8768万8572 PV/月

3372万1539 UU/月

6億4652万9422 PV/月

703,634 フォロワー

※2024年12月19日時点

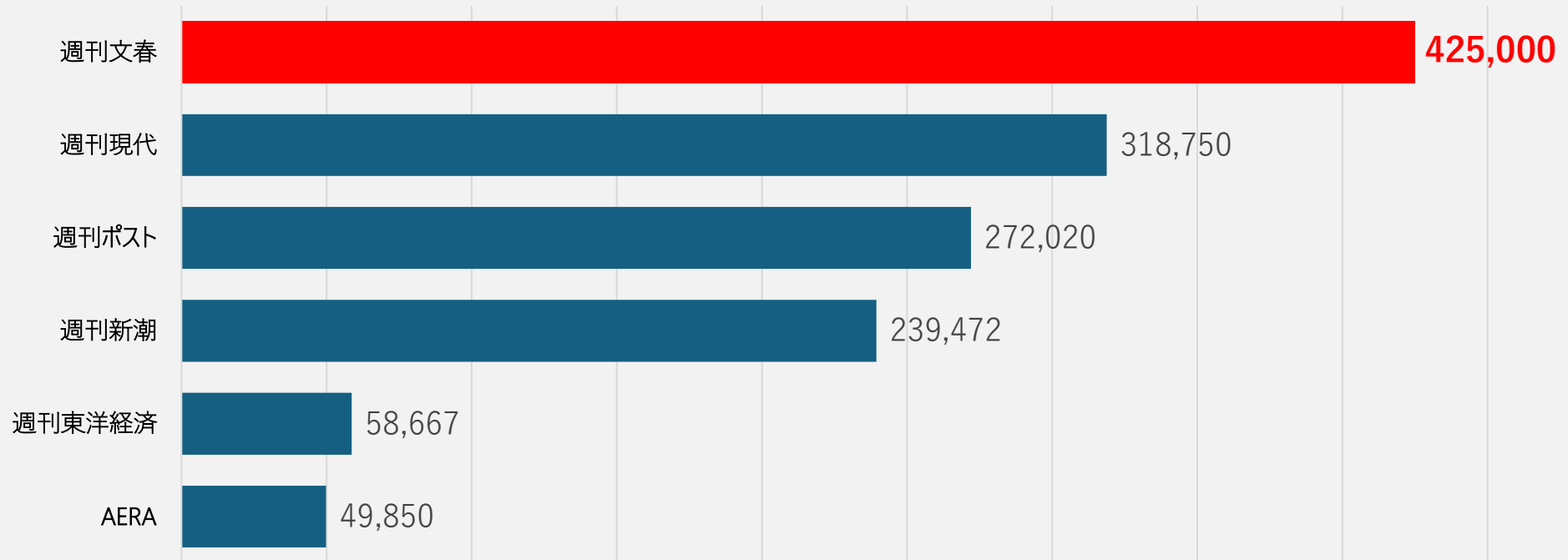


出典：日本ABC協会Web指標一覧 (2024年1-3月期)／媒体資料

42.5万部の圧倒的部数を誇る日本一の週刊誌です。

実売部数においても20年連続1位の販売部数をほこる週刊誌で、
回読人数(1冊あたり何人が読んでいるか)は約660,000人にのびります。

競合誌との発行部数比較



User attributes (Digital・Print)



女性が半数近く

男女の偏りがなく、
年齢は30-40代が中心



高い購買力

プライム市場上場企業勤務の
従業員が多く、世帯年収も高い



積極的な消費行動

ファッション、ギフト、旅など
価値あるものに対する情報感
度が高く、消費意欲が高い

Editorial (Digital)

【カテゴリページ】 <https://bunshun.jp/category/features/?categorize=the%20Style>

[illegible]

【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

View / フォッション

コメント

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が、ここでは女性のビジネスパーソンに向けた、スマートかつアクティブな最新のウィメンズビジネスアイテムを紹介する。

Photographs: Kazuya Aoki
Styling: Nottaka Kobayashi
Composition & Text: Shingo Sano

オンとオフの区別が難しいウィメンズのビジネススタイルでは、あえてビジネスシーンに特化したプラクティカルなものがポイント。ワーク・ライフ・バランスを見直すのと同じように、仕事モードのきつい、休日モードの緩いを分けて考えることで、どちらのスタイルにも素行きとリアリティが生まれてくるはずだ。ビジネスアイテムで重要視すべきは、どんな場面でもスマートに身をおこなすためのルックス、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。

イメージするのは、無地のニットの下にブラウスカットソーを合わせ、シルエットが鋭質なパンツで仕上げたミニマルなコーディネート。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ストールなどのアクセサリでアレンジすれば、毎日のスタイリング遊びにも迷いはなくなるだろう。

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。真面目さが假性のないバッグを持っててもビジネスに気分が乗らないし、かといって個性が際立つハンドバッグでは真面目さが伝わらない。やはり目指すべきは、究極のミニマルだ。シンプルで作り手のいいコンバートなレザーのブリーケースに少しだけ華のある色を選ぶば、スマートかつスタイリッシュになれる。¥45,690/ポール・スチュアート（スタイル株式会社 カスタマーサービス室 ☎ 0120-311-296）

[illegible][illegible]

Tie Up (fashion)

Samsonite

松本幸四郎、市川染五郎親子で纏うファルコネリーのカシミヤ

文春「文春オンライン」編集部

2025/03/19

「このバッグ、ただものじゃない」創業115年の「サムソナイト」が追求した“4つの革新”の正体

文春「文春オンライン」編集部 2025/03/19

PR | 提供：サムソナイト・ジャパン 株式会社

「このバッグ、ただものじゃない」創業115年の「サムソナイト」が追求した“4つの革新”の正体

文春「文春オンライン」編集部 2025/03/19

PR | 提供：サムソナイト・ジャパン 株式会社

「上質なカシミアだからこそ成せる美しい佇まい」

カシミヤは羊の毛から採れる天然繊維で、柔らかく暖かい。サムソナイトは、カシミヤの魅力を最大限に引き出すために、独自の技術でカシミヤの毛を細かくカットし、その繊維をしっかりと絡め合わせることで、上質なカシミアの質感を再現している。サムソナイトのカシミア製品は、その美しい佇まいと、優れた機能性を兼ね備えている。サムソナイトのカシミア製品は、その美しい佇まいと、優れた機能性を兼ね備えている。



サムソナイトは、創業115年、世界中で愛用されている。その歴史は、品質と機能性の追求にあり、その結果、世界中で愛用されている。サムソナイトは、創業115年、世界中で愛用されている。その歴史は、品質と機能性の追求にあり、その結果、世界中で愛用されている。

Yahoo!ニュースへの転載も可能

3月26日は最強の開運日！この日に向けて買い替えるべきGUCCIの財布5選

文春「文春オンライン」編集部

2025/03/17

「一枕万福日・天赦日・寅の日最強開運の3月26日はGUCCIの新しい財布で！」

春の運気大きく盛り上がる3月26日は「一枕万福日」と、天赦万福の日を数す「天赦日」。そして金運最良日とも重なり「寅の日」。この3つの吉日が重なる最強開運日「3月26日」が、すぐそこに迫っている。運気的には新しいことを始めるには絶好の日とされているこの吉日に、同時に決まっておきたいのが、春にけりと金運を呼び寄せることされる、財布の買い替えだ。

その運気として最強なのが、イタリアを代表するラグジュアリーブランド、グッチ。私たちの財布をやらし更新し立ててお祝いしたいに、運気をもたらしカラーバリエーション美に惹かれ、しかも「ダブルG」や「ヴェネチアスタイル」「リボン」といったデザインの数々は、このブランドの歴史と誇りをパワーが蓄えている。あなたの春を呼び込んでもくれるグッチの最新財布を、この機会に手に入れよう。



ゴールドカラーの財布、しかもゴールドのダブルGアイコンという、究極のエンブローを盛りこめるハーフジップウォレット。ライニングにまでゴールドのレザーが使われている。

（横11・縦9・マチ23cm）¥12,000

春、運気のシンボルとされるライオンシンボルに、様々な色の運気を取り入れられるマルチカラーが描かれたウォレット。新しい運気へと転換したい方には、ぜひおすすめしたい。

（横13・縦13・マチ20cm）¥12,000

春、運気のシンボルとされるライオンシンボルに、様々な色の運気を取り入れられるマルチカラーが描かれたウォレット。新しい運気へと転換したい方には、ぜひおすすめしたい。

（横13・縦13・マチ20cm）¥12,000

運気的に運気がよくなるライオン（L）と、ダブルGという、グッチが誇る2大アイコンをあしらった、ジップアップウォレット。目目の縫製力で仕上げられた縫製が、目を惹く。目目の縫製力で仕上げられた縫製が、目を惹く。

（横13・縦13・マチ20cm）¥12,000

Gucci



PATEK PHILIPPE

[illegible]

BOUCHERON

[illegible]

Tie Up (novelist)

Cartier

[illegible]

朝井リョウ

[illegible]

最果タビ

[illegible]

平野啓一郎

大切な人に贈りたい

5つの

愛の物語

西 加奈子 作家

平野啓一郎 小説家

原田 マハ 作家

最果タヒ 歌手

朝井リョウ 小説家

Cartier

西加奈子

村山由佳

[illegible]

川上弘美



HERBSPÖCK

北方謙三 小説

新装版 「ノルマンディー上陸作戦」

第二次大戦の終結を告げる「ノルマンディー上陸作戦」は、人類史上最大の作戦といわれる。本書は、この大規模な作戦の背景と展開を、作者の豊富な知識と鋭い洞察力に基づいて、詳しく解説している。また、作戦の成功に貢献した兵士たちの物語も、興味深い。本書は、歴史愛好家だけでなく、一般読者にもおすすめの一冊である。

著者：北方謙三 著 新装版

本書は、第二次大戦の終結を告げる「ノルマンディー上陸作戦」の背景と展開を、作者の豊富な知識と鋭い洞察力に基づいて、詳しく解説している。また、作戦の成功に貢献した兵士たちの物語も、興味深い。本書は、歴史愛好家だけでなく、一般読者にもおすすめの一冊である。

北方謙三

[illegible]

唯川恵

[illegible]

高瀬隼子

Tie Up (famous person)

HUBLOT



Tiffany & Co.



Digital Tie Up

TOPページ「SPECIAL」枠



TOP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

タイアップページ



誘導①

誘導②

誘導③

誘導④⑤

※メルマガ内ローテーション

※1回ツイート

メニュー名	スタンダードタイアップ(the Style)	プレミアムタイアップ(the Style)
料金	2,400,000円 内訳) 掲載費:1,800,000円(G) 制作費:600,000円(N)	3,500,000円 内訳) 掲載費:2,900,000円(G) 制作費:600,000円(N)
PV	25,000~70,000PV【想定】 ※最低25,000PV保証	50,000~150,000PV 【想定】 ※最低50,000PV保証
掲載期間	4週間【保証】	6週間【保証】
誘導枠	①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。 ※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。 ※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。	

the 週刊文春
Style



※著名人起用の場合、別途出演費が発生致します

(雑誌出稿料金)+G120万円(10,000PV保証)

the 週刊文春
Style

+ 文春オンライン

→合計G400万円(定価G550万円)

Featured plans (the Style年間特集予定)



〈週刊文春the Styleへのお問い合わせ〉
株式会社文藝春秋 メディア事業局 the Style担当 高橋
【高橋】Tel:090-3473-1181 E-mail:s-takahashi@bunshun.co.jp

発売日	特集テーマ	締切日
2/20(木)	ビジネススタイル	12/13(金)
3/6(木)	新生活アイテム	12/25(水)
4/17(木)	母の日	2/14(金)
5/29(木)	父の日	3/14(金)
6/26(木)	時計	4/18(金)
7/17(木)	アイウェア	5/9(金)
9/18(木)	メンズ美容	7/11(金)
10/16(木)	AWファッション	8/6(水)
11/13(木)	時計・ジュエリー	9/5(金)
11/27(木)	ホリデーギフト	9/19(金)