雑誌とWEBが連動！

住宅・住宅設備特集は、「週刊文春」と「文春オンライン」の両方で展開いたします。

発行部数 595,846部

月間PV 3億6000万
UU 3800万
2020年 4～6月平均

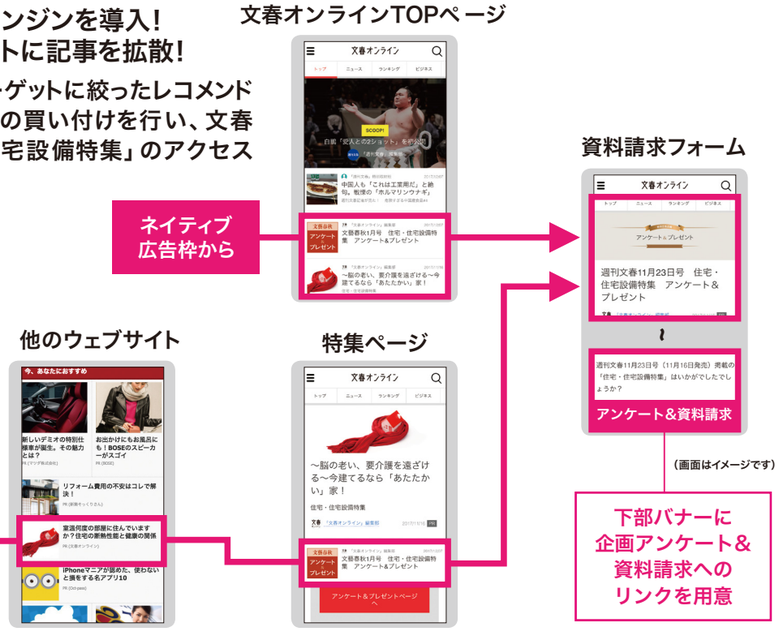
書店・コンビニ・駅販売店 売り上げ部数 国内No.1

資料請求

「雑誌の資料請求ハガキ」と、「文春オンライン上の資料請求フォーム」の両方から資料請求を受け付けます。

本特集はレコメンドエンジンを導入！ さらに良質なターゲットに記事を拡散！

住まいに関心があるターゲットに絞ったレコメンドエンジンにて、外部誘導の買い付けを行い、文春オンラインの「住宅・住宅設備特集」のアクセス数増大を図ります。



特集の編集ページ、資料請求フォームを無償で設置したうえで、ご協賛各社様は、タイアップ記事を文春オンラインへ転載（別途50万円）することが可能です。

ハガキ、文春オンラインでの資料請求を付けた**特別価格**です。

広告料金（タイアップは制作費込）

	カラー（通常実施価格）
2P タイアップ	390万円（430万円）
1P タイアップ＋1P 純広告	370万円（410万円）
2P 純広告	350万円（370万円）
1P タイアップ	200万円（225万円）
1P 純広告	180万円（185万円）

申込締め切り

タイアップ	10月8日（木）
純広告	10月29日（木）

※純広告の原稿は11月16日（月）までに入稿をお願いします。

株式会社文藝春秋　メディア事業局　メディア事業一部
TEL：03-3288-6259　E-mail：saito@bunshun.co.jp（斎藤）　www.bunshun.co.jp/ads/

週刊文春×文春オンライン

雑誌とWEBが連動！　特別広告企画　**住宅・住宅設備特集**

2020年11月26日 発売（12月3日号）

安心・安全な住まいが健康を守る

元気に長生きする温かい家づくり

週刊文春
発行部数
595,846部

＋

文春オンライン
月間PV 3億6000万
月間UU 3800万

＋

資料請求
これまでの平均は、
1社あたり280～500
通のレスポンス！

スクープ連発！
日本一の部数と話題性！　**発信力No.1の雑誌です**

ごあいさつ

『週刊文春』は多くの読者とご協賛社様に支えられ、売上 No.1 雑誌の座を不動のものにしてきました。毎年初夏・秋・初春に実施している『住宅・住宅設備特集』は、そんな圧倒的大多数の読者とご協賛社様を橋渡しする企画としてご好評いただいています。

『週刊文春』の読者は、男女比・年代が偏らずバランス良く分布しています。子育て世代で、住宅の一次取得者層である20～40代が 33.5%(35万人)、新築、古くなった家の建て替えやリフォーム、相続対策などを検討する 60 代以上が 39.3%(41万人)。幅広い読者層に読まれている雑誌であるがゆえに、さまざまな世代から、住まいを改善したいという声が寄せられています。

人生100年時代に重要となるのは、自分や家族が健康に暮らせる家づくりです。そのために欠かせないのが住まいの高断熱・高気密化。さらに地震や風水害など自然災害が頻発化・激甚化している今は、災害への強さ、そして防犯対策も求められます。

本特集は誌面に加えて「文春オンライン」でも資料請求フォームを設置し、誌面とウェブの相乗効果でより多くの読者に情報提供を行っています。ぜひ、貴社の優れた商品やサービスを訴求する機会として本企画をご活用ください。

読者はここを気にしています!

- ☑ 断熱・気密性
- ☑ 住まいの健康性能
- ☑ 万が一の災害時の強さ
- ☑ 資産価値
- ☑ メンテナンスの手軽さ
- ☑ 信頼できる会社選び

幅広い年代の読者を持つ注目度No.1の雑誌です

書店・コンビニ・駅販売店 売り上げ部数 国内No.1

拡散力のある媒体

回読者数
3.2人

↓

約104万人

職場や家庭、病院や銀行の待合室などで幅広く回読される雑誌です。また、文春オンラインでの展開によってさらに広い年代へリーチできます。

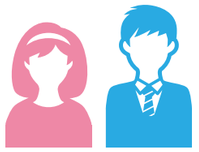
圧倒的な売り上げ部数

実売部数 **324,532部**
※各誌の数字は、ABC公査(2018年1～12月)より掲載

発行部数 **595,846部**
(2018年10～12月JMPA印刷証明付)

週刊文春	324,532部
週刊現代	232,258部
週刊新潮	211,236部
日経ビジネス	173,970部
PRESIDENT	138,910部
AERA	41,810部

読者の男女比



45% 55%

読者の男女比はほぼ半々。『安心して自宅に持ち帰れる週刊誌』としてご夫婦、ご家族で愛読されています。

誌面展開

読むほどに、深く納得できる!

編集記事から広告へと展開し、読者の興味を惹きつけます。

ページ構成(例)

資料請求ハガキが付きます。 ハガキ + 活版ページアンケート | AD … AD | 記事

○4C2P、4C1P、純広告、タイアップ、いずれの体裁でも可能です。
(※1P出稿の場合は、広告対向になる可能性があります)
○資料請求リストは週1回、計8回(予定)にわたってお渡しします。
(日本雑誌広告協会「個人情報の保護に関するガイドライン」に基づきます)
○協賛4ページ以上をもって、本企画の成立とさせていただきます。
○タイアップの場合は、レイアウトのフォーマットを統一させていただきます。
○掲載の順番は弊社にご一任下さい。※ページ構成は変更となる可能性があります。

住宅関連の記事は、読者からの関心が高い人気企画!

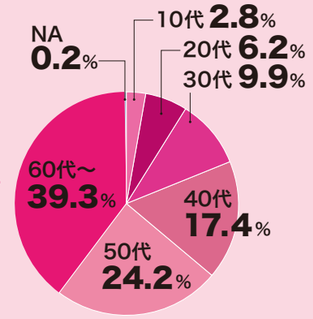
週刊文春の住宅特集は読者の注目度が高い人気企画となっています。2019年10月には住宅と健康の関係についての記事を再編集したムックも刊行し、話題になりました。

『週刊文春ムック 温かい家は寿命を延ばす』(笹井恵里子著)

読者の関心事

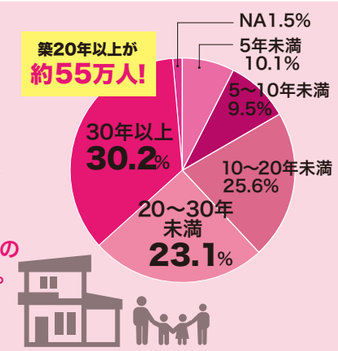
1 週刊文春の読者年代

老若男女から幅広く読まれています。



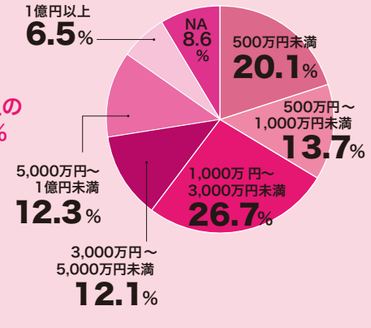
2 お住まいの築年数

読者の半数以上が築20年以上の住宅に居住。リフォーム・改築への関心も高い層です。



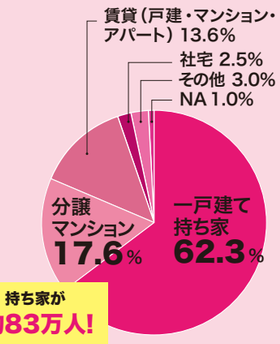
3 資産額

3,000万円以上の富裕層が約30%(31万人超)います。



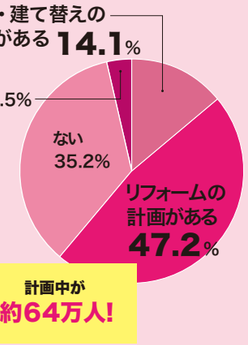
4 現在のお住まい

マンション、一戸建てを合わせると8割超が持ち家に居住しています。



5 住宅の新築・建て替え・リフォームの計画

6割以上の読者が、具体的に検討しています。



6 リフォームを検討中の読者の施工希望(複数回答)

1位	耐震補強・防火対策	> 22.2%
2位	省エネ・エコ対策	> 19.8%
2位	バリアフリー化	> 19.8%
4位	バスルーム	> 18.5%
5位	全面改装	> 17.3%
6位	トイレ	> 14.8%

※読者年代はMAGASCENE/ex2016より。
2018年6月28日号「住宅・住宅設備特集」読者アンケートにて集計。
人数は(実売)×(回読者数)で計算。

スケジュール

タイアップ広告の場合

10月16日(金) 申し込み締切
↓
～10月30日(金) 取材および撮影
↓
11月13日(金) 校了

純広告の場合

10月30日(金) 申し込み締切
↓
11月13日(金) 校了
(JMPAカラー準拠原稿)

11月26日(木) 発売

住宅・住宅設備特集 タイアップご出稿特典!

抜き刷り5000部を無料でご提供いたします。(希望された会社のみ)

モデルルームの販促やパンフレットへの挟み込みなど、各種営業ツールとしてご活用いただけます。 5000部を超えた部数も割引価格にてご対応いたします。