

週刊文春

15年連続週刊誌売り上げNo.1!
2020年3度の雑誌完売

文春オンライン

月間PV3億4000万超!
出版社ウェブサイトPV数No.1

the Style 〈ファッション特集〉



2021年ご案内 vol.2

2021年6月更新

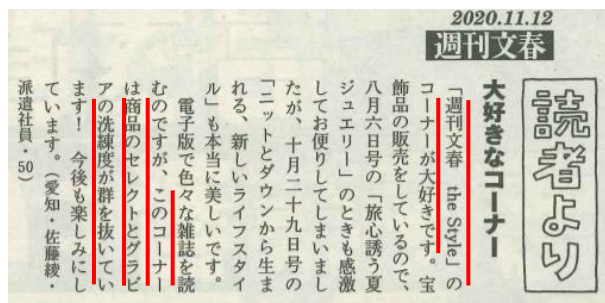
週刊文春・文春オンラインの ファッションページは ハイクオリティで反響が非常に大きいです

他誌では出せないスクープを連発し、注目度NO.1の『週刊文春』は、
売れ行き・影響力ともに日本NO.1の媒体です。

政治や経済、社会、芸能のニュースのイメージが強い週刊文春ですが、
ファッショングラビアページ「週刊文春 the Style」は、ファッション誌と遜色ないハイクオリティな誌面と、
購買力のある富裕な読者も多くいることから、**ファッションページのレスポンスが非常に高い媒体でもあります。**
ご出稿頂いたクライアント様からは「**雑誌を手に来店されたお客様が多数いた**」「**ファッション誌とは違う反響の多さに、とても驚いた**」等の声も頂き、反響の大きさから継続的にご出稿頂くクライアント様も多数ございます。

また「文春オンライン」は、2020年5月に月間の純PVが4億を超え、出版社系ウェブサイトでNO.1です。
ユーザーは雑誌の読者層よりも20～30代と若く、雑誌とは異なる若い層にもアプローチができるメリットがあります。

「週刊文春」「文春オンライン」でご出稿頂くことで、他社ではできない反響の大きいプロモーションが実現できます。ファッションクライアント様からのご出稿の際には、クライアント様の希望を的確に捉えたクリエイティブに加え、編集ページ「the Style」誌面との連携をとりながら媒体の強みである、高いレスポンスを出すようにコンテンツを制作致します。



the Styleのページは読者からも
大変好評で、注目されています！

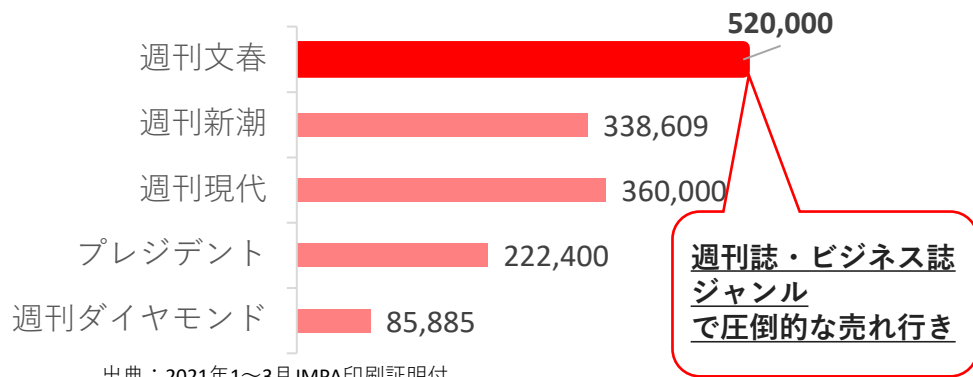
週刊文春・巻末ページ「読者より」

文春ブランドの強み

- ◆圧倒的なリーチ力を誇る巨大メディア
- ◆消費行動に積極的で富裕な読者・ユーザー
- ◆他のメディアにはできないキャスティング力
- ◆ファッション誌で活躍する豪華スタッフ陣

圧倒的なリーチ力を誇る巨大メディア

週刊文春



出典：2021年1～3月JMPA印刷証明付

実売部数
(総合週刊誌)
15年連続NO.1!
実売部数
285,530部
(2020年ABC公査年間平均)

※週刊文春は、
銀行、病院等公共機関
に置かれることも多く
回読人数は3.2人
約91万人に
読まれています

文春オンライン

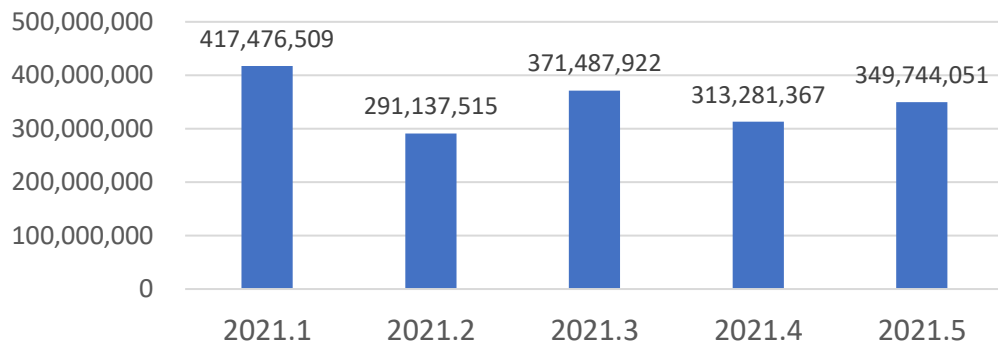
文春オンライン単体のPV

3億4,5517万1,113 PV/月
(2021年3～5月)

文春オンライン単体のUU

3,180万8,110 UU/月
(2021年3～5月)

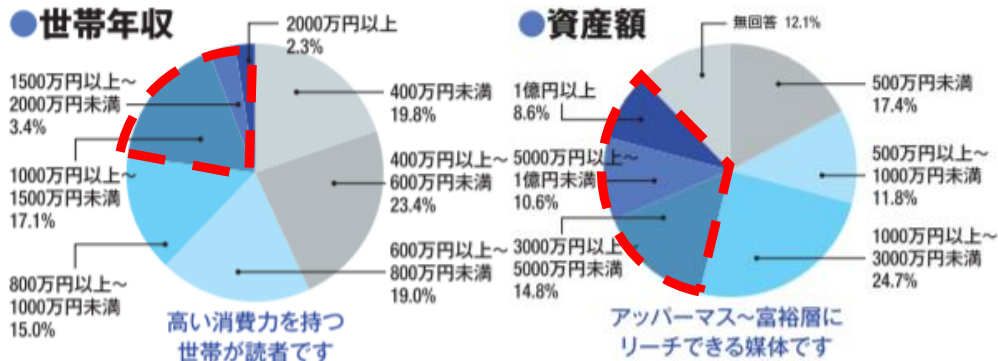
文春オンライン 単体PV推移



消費行動に積極的で富裕な読者・ユーザー

週刊文春

文春オンライン



アフィニティ カテゴリ (リーチ) ユーザー全体の 43.92%

| | |
|-------|---|
| 3.10% | Media & Entertainment/TV Lovers |
| 2.94% | Lifestyles & Hobbies/Green Living Enthusiasts |
| 2.76% | Food & Dining/Cooking Enthusiasts/30 Minute Chefs |
| 2.58% | Beauty & Wellness/Frequently Visits Salons |
| 2.46% | Media & Entertainment/Comics & Animation Fans |
| 2.45% | Media & Entertainment/Movie Lovers |
| 2.43% | News & Politics/Avid News Readers |
| 2.41% | Sports & Fitness/Sports Fans |
| 2.27% | Shoppers/Value Shoppers |
| 2.19% | Lifestyles & Hobbies/Outdoor Enthusiasts |

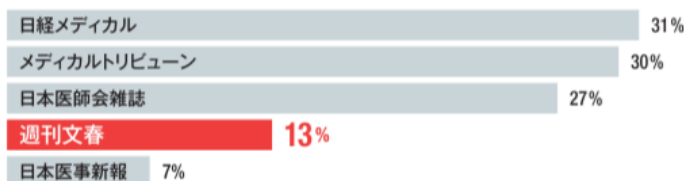
週刊文春の読者は、世帯年収1,000万円以上の読者が全体の4分の1、資産額もアッパーマス層の3,000万円以上が3分の1を占めています。実売部数28万部を誇る媒体で、富裕な層が8万人近くいることになります。また「医師が読む雑誌」では一般誌で唯一ランキングに入り、「グリーン車利用者の読む雑誌ランキング」でも一位で、社会的地位の高いエグゼクティブ層にもリーチのできる質の高い読者が多くいます。

文春オンラインGoogleアナリティクス

「アフィニティカテゴリ」「購買意欲の高いセグメント」それぞれで、「価値のあるものへの消費」に興味が高く、ファッションやギフト等の消費行動に積極的なユーザーが多いです。エンターテインメント、カルチャー、旅、ファッション、ライフスタイルなど、OFFの情報への感度も高く、人生を楽しみたいと考えるアクティブなユーザーで、消費行動にも積極的です。

●医師が読む雑誌ランキング

医師が読む雑誌では一般誌で第1位
※出典: Doctor Media Research 2016



●グリーン車利用者の読む雑誌ランキング

グリーン車を使う経営者層や富裕層の中高年に支持されています
※調査機関: 楽天リサーチ



購買意欲の強いセグメント ユーザー全体の 35.90%

| | |
|-------|--|
| 2.90% | Gifts & Occasions/Holiday Items & Decorations |
| 2.84% | Education/Primary & Secondary Schools (K-12) |
| 2.46% | Apparel & Accessories |
| 2.36% | Financial Services/Investment Services |
| 2.19% | Apparel & Accessories/Women's Apparel |
| 1.96% | Gifts & Occasions/Gift Baskets |
| 1.92% | Travel/Trips by Destination/Trips to Asia-Pacific/Trips to Japan |
| 1.78% | Apparel & Accessories/Handbags |
| 1.43% | Dating Services |
| 1.42% | Autos & Vehicles/Motor Vehicles/Motor Vehicles (New) |

他のメディアにはできないキャスティング力

『文藝春秋』や『週刊文春』は歴史も長く、これまで多くの著名人の取材実績があります。
 また、多くのベストセラー作家を輩出、名実ともにNO.1スポーツメディア『Number』も発行し、
作家やアスリートにも強いパイがあります。このリソースがあるからこそこれまでも他社ではできない広告企画で多くの著名な方に出演頂いた実績があります

◆著名人連載タイアップ



川上未映子（作家）



畠山愛理（元新体操日本代表）



松本幸四郎（歌舞伎役者）



大沢たかお（俳優）

ティファニー様の企画で13回に渡り、
各ジャンルでの一流の著名人にご出演頂きました

ウブロ様と2021年から表2見開きで
年間通じての連載タイアップがスタート

◆作家執筆連載タイアップ

豪華作家陣ご本人たちによる原稿執筆のタイアップ



吉田修一



北方謙三



保坂和志

◆その他著名人タイアップ



メンズビギ
 大谷亮平

Zoff
 あいみょん



ファッション誌で活躍する豪華スタッフ陣

実績スタッフ陣

【編集・ライター】

関谷麻美さん

(レディスファッション・ジュエリー等)

山下英介さん

(メンズファッション)

斎藤薫さん (美容)

渋谷康人さん (時計等)

伊藤美玲さん (眼鏡等)

【カメラマン】

KEI OGATAさん

笹口悦民さん

芝崎フミトさん

新倉哲也さん

唐澤光也さん

渡辺修身さん

【スタイリスト】

櫻井賢之さん

猿渡正樹さん

武内雅英さん

四方章敬さん

【著名人】

高橋克典さん

鈴木保奈美さん

大沢たかおさん

菜々緒さん

市川猿之助さん

中村アンさん

浅田次郎さん

石田衣良さん

潮田玲子さん

野村忠宏さん

葉加瀬太郎さん

松任谷正隆さん

【デザイン】

白石デザインオフィス

他多数

the Style (編集特集) 事例



2020年10月29日売「時計特集」
時計特集は実施する毎に、多くのブランド様から週刊文春を見て、来店される読者がいるという評価を頂いています



2021年5月20日売「靴特集」
発売直後から掲載されている靴を買いたいという問い合わせが多数ありました



2020年12月3日売「ジュエリー特集」
男性読者6割、女性読者4割と男女から愛読されている週刊文春だからこそ、ギフト特集は非常に人気の高い特集です



2020年8月27日売「美容特集」
美容ジャーナリストの斎藤薫氏に監修頂く、恒例の特集です

the Style plus (広告) 出稿事例

2020年12月24日売

パテック・フィリップ様
表2片観音



2020年9月24日売

オメガ様表2見開き純広



2021年6月3日売 ブルックスブラザーズ様

表2見開き + 特表2 3P タイアップ



2020年10月1日売

コーチ様2P タイアップ



タイアップ掲載する度に、雑誌発売直後から「掲載されている商品がほしい」と電話問い合わせが殺到し、大きな反響があります。

ファッション誌でもお馴染みのスタッフ陣やモデルを起用し、クライアント様の伝えたいメッセージを体現するページを作りました

the Style plus (広告) 出稿事例

2020年1月26日売り

ココマイスター様1Pタイアップ



ロックポート様 1Pタイアップ×2回

2020年4月9売

2020年4月30日売



靴・カバン

ファッションはもちろんのこと、靴、カバン等の幅広くファッション関連のクライアント様からご出稿頂いております

週刊文春の読者の4割は女性！
女性ターゲットのTUも人気です



2019年11月21日売り

ロイヤル・アッシャー様
タイアップ



2019年連載11月21日売り

ティファニー様タイアップ



2020年10月8日売ブルックスブラザーズ様

表2見開き+特表2 3Pタイアップ



女性読者も多いからこそ、ペアでの購入も多く、**このTUは大きな反響がありました**

文春オンライン出稿事例



文春オンラインは
月間PVが3億を超え
タイアップのPV数も
保証数を超える高い数値が
期待できます
またPV数だけでなく、
クライアント様のECサイト等
の遷移先へのCTRは
5~8%と高水準となるケース
が多いです

文春オンラインは、PV数が高いのはもちろんのこと、
ファッション記事もきちんと
閲覧し、行動してくれる
エンゲージメントの高いユー
ザーが集まるメディアです

※事例は週刊文春タイアップの
転載になります

特集予定と広告料金

【週刊文春the Style 2021年特集予定】

| 発売日 | テーマ | タイアップ 締切 | 純広 締切 |
|--------|--------------------------|-------------|----------|
| 3月25日 | 靴・革小物特集 | 2月10日 | 2月25日 |
| 4月22日 | スポーツStyle (ゴルフ・アウトドア) | 3月4日 | 3月25日 |
| 5月20日 | 靴特集 (スニーカー・サンダル等) | 4月1日 | 4月22日 |
| 6月10日 | 眼鏡&サングラス | 4月22日 | 5月13日 |
| 7月1日 | 時計特集 ※6P | 5月13日 | 6月3日 |
| 7月29日 | 夏のジュエリー特集 | 6月10日 | 7月1日 |
| 9月22日 | ビジネススタイル | 8月5日 | 8月26日 |
| 10月14日 | 靴・鞆特集 | 8月26日 | 9月16日 |
| 11月4日 | 時計特集 ※6P | 9月16日 | 10月7日 |
| 12月2日 | ギフト・ジュエリー特集 | 10月14日 | 11月4日 |

週刊文春

【the Style限定 特別実施料金】

- ◆4C2Pタイアップ **330万円**(制作費込み)
定価料金:430万円(媒体費370万円+制作費60万円)
- ◆4C1Pタイアップ+4C1P純広 **300万円**(制作費込み)
定価料金:400万円(媒体費370万円+制作費30万円)
- ◆4C1Pタイアップ **180万円**(制作費込み)
定価料金:215万円(媒体費185万円+制作費30万円)
- ◆4C1P純広 **150万円**
定価料金:185万円
※著名人起用の場合、別途出演費が発生致します

文春オンライン

- ◆オリジナルタイアップ **200万円**(制作費込み)
※著名人起用の場合、別途出演費が発生致します
- ◆雑誌タイアップ 文春オンライン転載
(雑誌出稿料金) **+50万円**(10,000PV保証)
(雑誌出稿料金) **+80万円**(20,000PV保証)

〈週刊文春the Styleへのお問い合わせ〉

株式会社文藝春秋 メディア事業一部

the Style担当・間嶋

Tel : 03 - 3288 - 6547

E-mail : a-majina@bunshun.co.jp

文藝春秋メディア事業局HP

<https://www.bunshun.co.jp/ads/>