

# 週刊文春

17年連続週刊誌売り上げNo.1!  
現在も部数50万部超

# 文春オンライン

21年8月の月間PVが6億を突破!  
出版社ウェブサイトPV数No.1

## the Style

〈ファッション特集〉



## 2022年 媒体案内 & 広告事例集

# 週刊文春・文春オンラインにご出稿頂いたクライアント様は 次のシーズンも継続出稿して下さるケースがほとんどです！

理由はシンプル・・・

**反響が非常に大きいからです！！！！**

他誌では出せないスクープを連発する『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「**タイアップで掲載した商品を目掛けて来店されたお客様が多数いた**」「**ファッション誌よりも反響が大きく、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がほとんどです！

また「文春オンライン」は、2021年8月に月間の純PVが**6億を超え**、出版社系ウェブサイトでは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を実現致します。是非とも広告ご検討の程よろしくお願いいたします。

## ご出稿頂いたクライアント様から反響の声が続々届いております

「週刊文春を見て」という方が直営店に何週にも渡り来店されました



掲載した商品目的で来店されるお客さんが殺到。男性だけでなく女性の商品も非常によく売れました



雑誌発売直後から10件以上の電話問い合わせがあった  
この時代に純広告で問い合わせるのは文春だけです

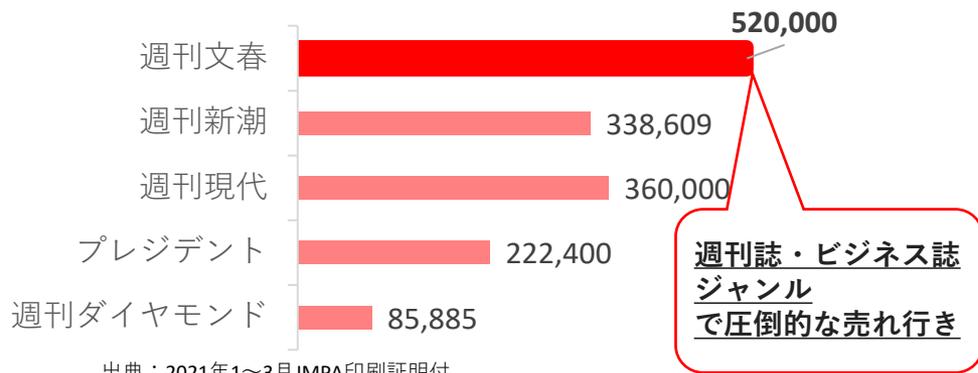


# 文春ブランドの強み

- ◆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

## 文春オンライン

### 文春オンライン単体のPV

3億3,523万9,355 PV/月  
(2021年10～12月)

### 文春オンライン単体のUU

5,071万1,669 UU/月  
(2021年10～12月)

実売部数  
(総合週刊誌)  
17年連続NO.1!

実売部数

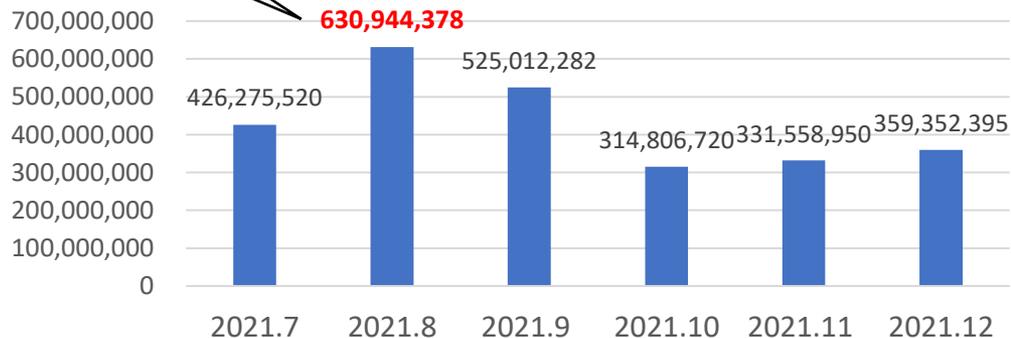
285,530部

(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

6億PVを達成  
出版社系WEB  
メディアでは  
日本一のPVです

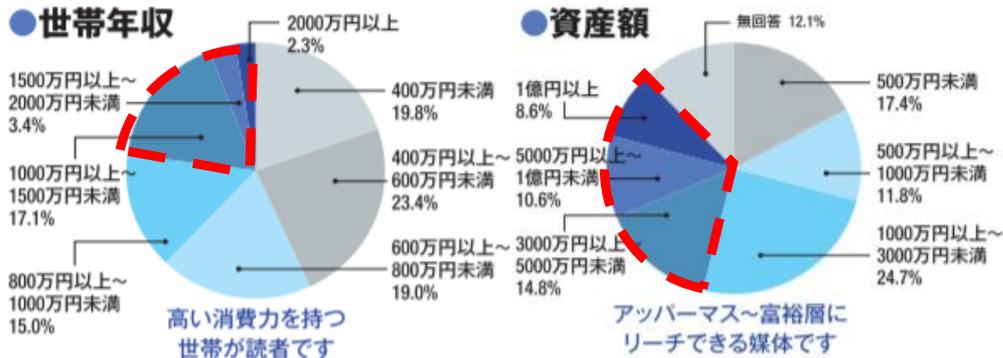
### 文春オンライン 単体PV推移



# 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

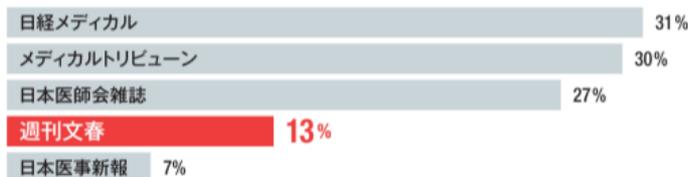
週刊文春の読者は、世帯年収1,000万円以上の読者が全体の4分の1、資産額もアッパーマス層の3,000万円以上が3分の1を占めています。実売部数28万部を誇る媒体で、富裕な層が8万人近くいることになります。また「医師が読む雑誌」では一般誌で唯一ランキングに入り、「グリーン車利用者の読む雑誌ランキング」でも一位で、**社会的地位の高いエグゼクティブ層にもリーチのできる質の高い読者が多くいます。**

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。

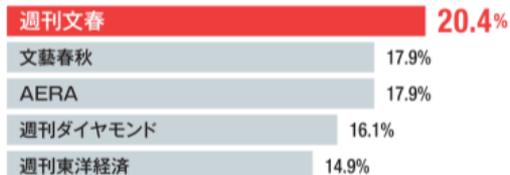
### ●医師が読む雑誌ランキング

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プがあります。**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）



奥田民生（ミュージシャン）



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



最果タヒ

原田マハ



平野啓一郎

西加奈子

## ◆その他著名人タイアップ



シャルマン  
 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)

数藤健さん (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

川田有二さん

### 【スタイリスト】

櫻井賢之さん

猿渡正樹さん

梶谷早織さん

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

壇蜜さん

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

# 広告事例 雑誌・オンライン

# 広告事例①：Cartier 作家起用「愛のメッセージ」企画



2021年12月23日売の年末特大号センター8Pでタイアップ実施

## 週刊文春を起点に、カルティエ様のクリスマスキャンペーンを共同で制作



朝井リョウ



最果タヒ



原田マハ



平野啓一郎



西加奈子

5名の作家・詩人を当社でアサインし、クリスマスキャンペーンのメッセージカードおよびエッセイを制作



全てクライアント様の希望通り作家にご参加頂き、それぞれの個性あるエッセイがSNS等でも非常に話題となりました。

社名に「文藝」と付く  
当社ならではの  
作家起用の広告企画です



2021年12月に都内3か所で行われたイベントで、来場者全員に作家5名が考えた愛のメッセージカードをプレゼント

新聞広告にも月曜～金曜日の5日間作家のエッセイ付きの広告を掲載

# 広告事例②：HUBLOT 著名人起用・表2見開きタイアップ



2021年4月22日売  
大沢たかお (俳優)



2021年5月20日売  
松本幸四郎 (歌舞伎役者)



2021年6月30日売  
有田哲平 (お笑い芸人)



2021年9月30日売  
武井咲 (女優)



2021年11月11日売  
喜友名諒  
(空手選手・東京五輪金メダリスト)



2021年12月2日売  
奥田民生 (ミュージシャン)

## 弊社の媒体の強みは**人選の幅広さ**です

俳優、女優、文化人、バラエティタレント、オリンピック金メダリスト、ミュージシャン

2021年6回に渡り各ジャンルのトップクラスの方々にご出演頂き、

クライアント様からも週刊文春のバラエティに富んだキャスティング力を非常に評価して頂きました。

そしてこの広告を見て、実際に来店された方もいて、目に見える反響も出しました。

# 広告事例③：BOUCHERON 連載タイアップ

BOUCHERONの歴史とクラフトマンシップを伝える連載「BOUCHERON」の第1巻。表紙には、ブランドの歴史を象徴する建築物と、様々なジュエリーが並ぶ。誌名「BOUCHERON」が大きく表示されている。

2021年7月29日売vol.1

BOUCHERONの歴史とクラフトマンシップを伝える連載「BOUCHERON」の第2巻。表紙には、ブランドの歴史を象徴する建築物と、様々なジュエリーが並ぶ。誌名「BOUCHERON」が大きく表示されている。

2021年10月14日売vol.2

BOUCHERONの歴史とクラフトマンシップを伝える連載「BOUCHERON」の第3巻。表紙には、ブランドの歴史を象徴する建築物と、様々なジュエリーが並ぶ。誌名「BOUCHERON」が大きく表示されている。

2021年11月4日売vol.3

BOUCHERONの歴史とクラフトマンシップを伝える連載「BOUCHERON」の第4巻。表紙には、ブランドの歴史を象徴する建築物と、様々なジュエリーが並ぶ。誌名「BOUCHERON」が大きく表示されている。

2021年12月2日売vol.4

意外に思われることも多いですが週刊文春は読者の**4割は女性**です。  
そのためジュエリー等女性向けの商品もしっかり反響が出せます！

週刊文春は一冊の雑誌で活字が非常に多い媒体です。  
読者も活字を通じて情報を得ることに能動的な読者が多く、  
このブシュロンのタイアップでは4回に渡る連載を実施して、連載通じて  
ブランドの歴史的背景やクラフトマンシップを丁寧に掘り下げました。

クライアント様からも既存の媒体とは異なる多くの読者（50万部）に  
自社のブランドのことを知ってもらえる良い企画となったと評価を頂きました。

# 広告事例

2021年12月23日売

パテック・フィリップ様  
表2片観音



世界最高峰の時計ブランド・パテックフィリップ様  
は10年以上継続して週刊文春にご出稿頂いています



2021年7月1日売



2021年11月4日売

シャルマン様著名人起用タイアップ (+文春オンライン転載)



2021年11月18日売  
大谷亮平 (俳優)

タイアップ実施後、  
「週刊文春を見て」という方が  
直営店に何週にも渡り来店。  
さらに来店された方の中には  
某企業の社長が「週刊文春」誌面を  
見て来店され、読者の量・質が  
他誌と比べ物にならないほど良く  
クライアント様の  
社内でも非常に評価頂いております



2021年11月25日売  
板谷由夏 (女優)

# 広告事例

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) + 文春オンライン転載

2021年6月3日売



2021年10月21日売



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、**実際男女ペアで店頭に掲載商品も目的で来店される方も多く、毎度大きな反響があります。**ブルックスブラザーズ様はコロナ禍にも関わらず、2021年に投稿回数を増やして頂きました。その理由はとにかく週刊文春の反響が凄いからです！

パラブーツ様2021年12月2日売

4C2Pタイアップ+文春オンライン転載

ベニス様 (下着ブランド) 2021年12月2日売

4 C1Pタイアップ+文春オンライン転載



このページの事例は雑誌+オンラインでの**広告展開**です。  
雑誌、オンラインともに日本トップクラスのリーチ力のある媒体だからこそ**大きな反響を出し、成果をあげることが**できます

オンライン、雑誌と読者の**男女比がほぼ50:50の媒体特性を生かして、**男女両方に向けて商品を訴求。また**純広に多くの問い合わせがありました**

本企画は広告企画で資料請求も実施。**800件を超える資料請求**が集まりました

# the Style (編集特集) 事例



2021年7月1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



2021年12月2日売「ギフト特集」  
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



2021年4月22日売「スポーツスタイル」  
部数が50部以上あるため読者も幅が広く、ゴルフ等スポーツに関心の高い読者も多いです



# 特集予定と広告料金

## 【週刊文春the Style 2022年特集予定】

発売日	テーマ	タイアップ 締切	純広 締切
3月17日	ゴルフ特集	1月27日	2月17日
4月7日	靴・革小物特集	2月18日	3月11日
4月21日	母の日特集	3月4日	3月25日
5月19日	靴特集 (スニーカー・サンダル等)	4月1日	4月22日
6月2日	父の日特集	4月15日	5月6日
6月30日	時計特集 ※6P	5月13日	6月3日
7月21日	アイウェア&サングラス	6月3日	6月24日
9月22日	秋のファッション特集	8月5日	8月26日
10月13日	靴・鞆特集	8月26日	9月16日
11月2日	時計特集 ※6P	9月16日	10月7日
12月1日	ギフト特集	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**(25,000PV保証/制作費込)  
※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) **+80万円**(20,000PV保証)  
(雑誌出稿料金) **+130万円**(30,000PV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 : 03-3288-6547E-mail : a-majina@bunshun.co.jp  
文藝春秋メディア事業局HP <https://www.bunshun.co.jp/ads/>