

文春オンライン



MEDIA GUIDE
2026. 7 – 9

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
お得なキャンペーン情報	P5
メディア概要 (PV・UU)	P7
コンテンツの特徴	P10
読者属性	P12

特集企画

「いまさら聞けない資産運用のすべて」	P22
「IR特化企画」	P23
「高くても買いたい」「相続」「防災」「睡眠」	P24
ファッション・ライフスタイルブランド向け「the Style」	P25
自治体・地方向け「移動編集部」「+ LOCAL」	P26

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	P28
オリジナルタイアップ (企画制作型)	P30
ライトタイアップ (素材提供型)	P33
一社専用タイアップ特集	P36
連載タイアップ	P37
動画番組セットプラン	P38
誌面セットプラン (転載)	P39

タイアップ広告オプション

アンケート調査	P41
Xプレゼントキャンペーン	P42
外部誘導 ニュース系メディア配信	P43
外部誘導 デモグラ・興味関心ターゲティング配信	P44
外部誘導 B to Bターゲティング配信	P45
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	P68

掲載基準

広告掲載基準	P76
文春オンラインの品質	P77

HOT!

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 / SOPPOのまわりの生命 / 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 ヤマト / Anker / 日産自動車 / マツダ / アイホールディングス / 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 / 三井不動産 / マネックス / オープンハウス / 大和ハウス / 東急リハビル / LIXIL	インフラ・商社 京浜東北 / JR東海 / 三井物産 / 伊藤忠商事 / 住友物産 / 丸紅 / JERA
--	---	--	---	--

文春オンライン

※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、文春オンラインと文春オンライン以外の掲載事例を記載しています。
※掲載の記事の掲載が可能な限り、お見積りにお見積りいたします。

幅広い業界・業種の
タイアップ掲載実績

P4
多様なテーマの記事を扱う「文春オンライン」は、タイアップ企画の間口も広い媒体です。
最近特に増えてきたBtoB企業様の掲載実績を中心に、これまでのタイアップ実施実績を簡単におまとめしましたので、是非お役立てください。

HOT!

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」を新たにご用意しました！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。

IR訴求記事の事例（一部）

文春オンライン
いまさら聞けない
資産運用のすべて

※新しい内容・ご予算に合わせて2種類のプランをご用意

①リッチプラン G250万円～ 最低25,000PV保証
事業の成長性や今後の発展性、株主への還元内容、優待など、特に
投資家にとって重要な情報を詳しくお伝えするプラン。掲載後
はPVが伸びることも期待できる記事になります。掲載後、お見積り
のうえに追加のPVが保証されます。

②IR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作成するプラン。普
通のIR記事よりもPVが伸びることも期待できる記事になります。掲載後、お見積り
のうえに追加のPVが保証されます。

プラン詳細：P8～10参照
「いまさら聞けない資産運用のすべて」企画書

文春オンライン

IR訴求事例急増中
「IR特化企画」のご紹介

P23
企業の取り組みや今後の業績の見通しを個人投資家に分かりやすく伝えるタイアップ事例が急増中です。
そこで、「文春オンライン」の資産運用特集内でIR関連の情報を発信できる「IR特化企画」をご用意しました。最新の事例とともにぜひご参照ください。

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。



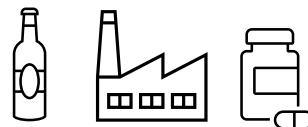
金融・保険

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



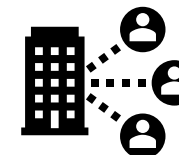
メーカー・消費財・小売

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申し付けください。

＼大好評企画がついに9月末で終了します……／

新たなキャンペーンのご用意を進めておりますので、
今後ともご期待ください

2媒体で最大150,000PVを保証！「文春オンライン」× Yahoo!ニュース W掲載パッケージ

Point

「文春オンライン」のタイアップがYahoo!ニュースにも掲載！圧倒的高リーチを獲得できます



2媒体合計のPVを保証

保証を大きく上回るPV獲得実績が多数！

メニュー名	プランA	プランB
料金	定価4,500,000円 3,500,000円	定価6,500,000円 5,000,000円
PV	2媒体合計PV 70,000PV 【保証】	2媒体合計PV 150,000PV 【保証】

※クライアント、想定テーマ、記事の切り口、掲載期間に関してはLINEヤフー社の掲載審査を実施します。必ず事前に「文春オンライン」担当までお問合せください。
※2媒体合計でのPV保証となります。PV内訳は弊社にご一任いただきます。



詳細はこちらの企画書をご参照ください→

詳細

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



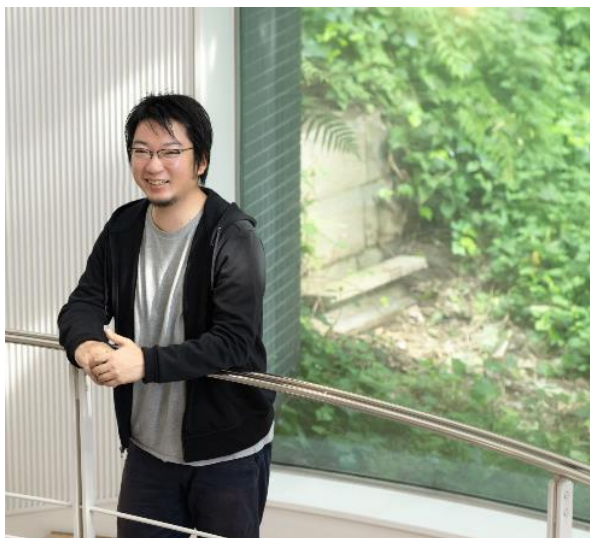
約 **71万** フォロワー

※UU・PV：2025年5月31日時点
※X：2026年2月26日時点



「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。



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。

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。

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。

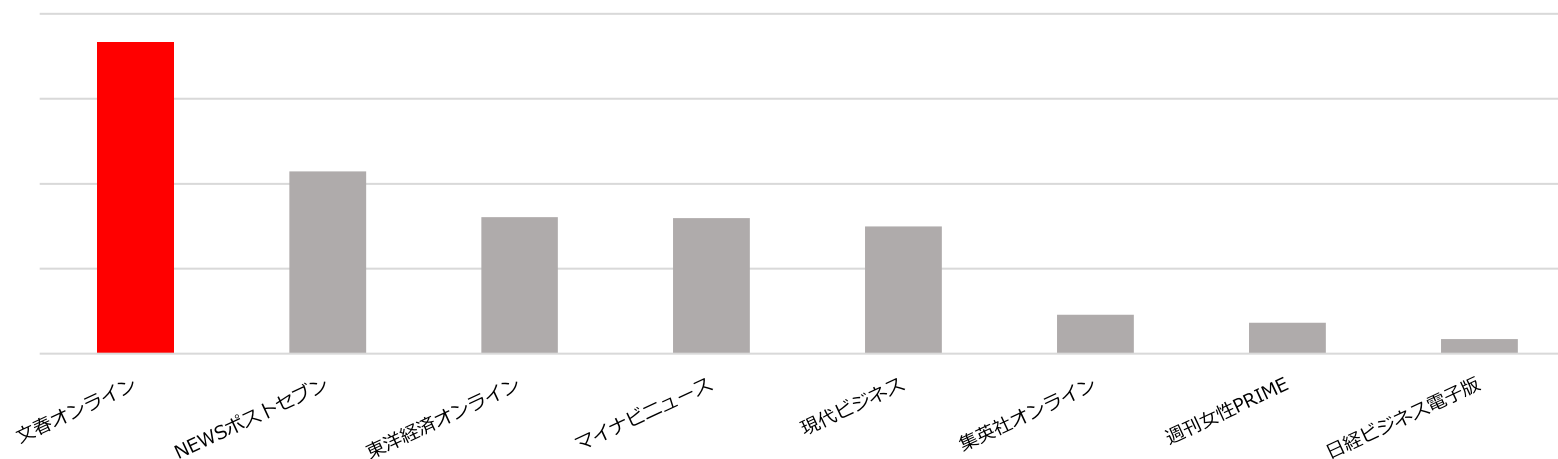
3

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

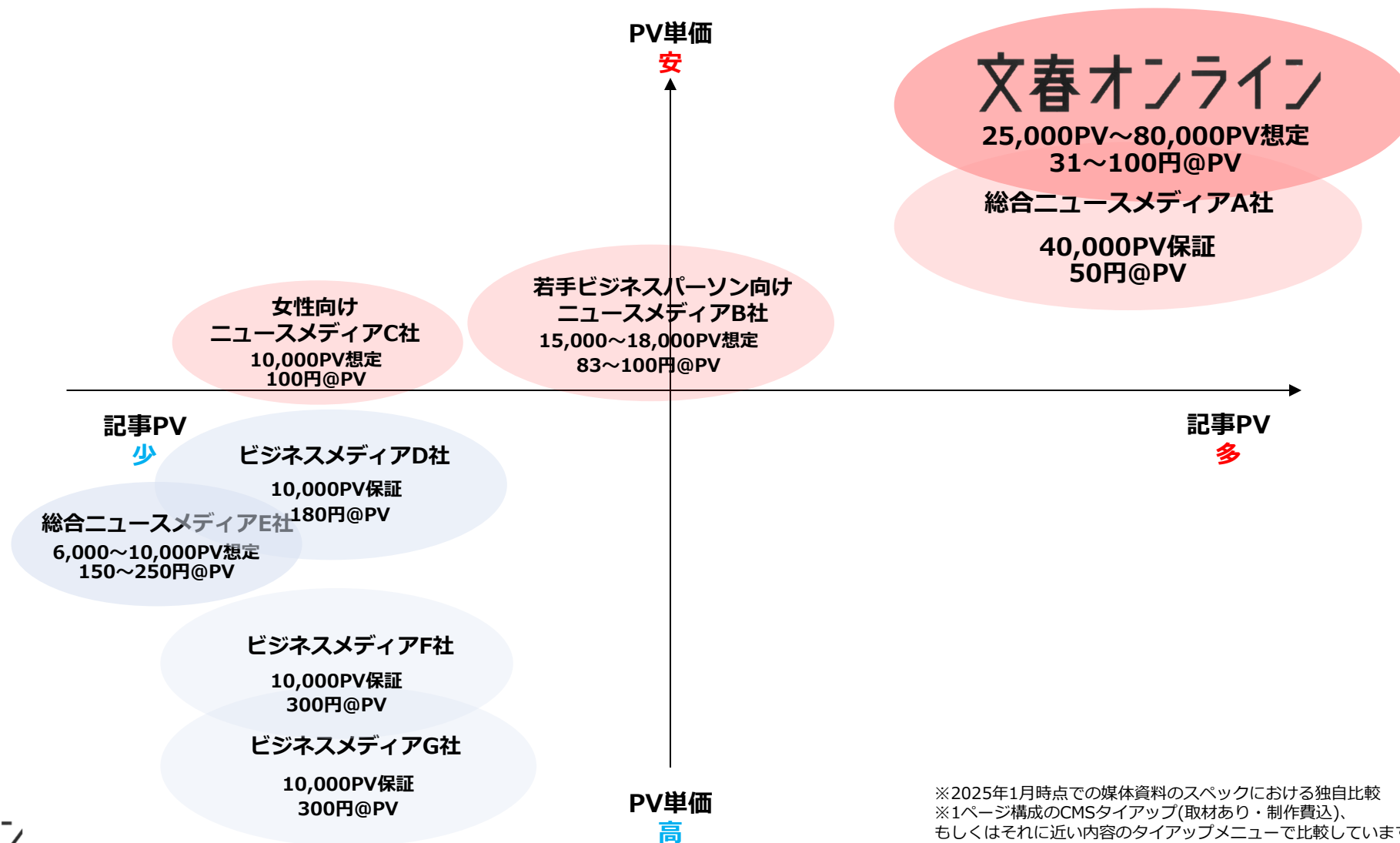
国内の主要ウェブメディア（ニュース・ビジネス系）とのPV比較



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！！



※2025年1月時点で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

「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

財政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



SCOOP!

©文藝春秋

「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「文藝春秋」編集部

2025/05/09

マネー



©akingイメージマート

「インフレには不動産投資」は本当か？
橋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」

橋玲

2024/11/27

社会



写真＝本人提供

#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



写真＝鈴木七絵／文藝春秋

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

©AFLO

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



©iStock.com

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？

押泉 良太

2023/07/04

グルメ



©山元茂樹／文藝春秋

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「スペシャルブレイクファスト」も！――くじゃない方のグルメ>

小宮山 雄飛

2024/02/06

旅



890万PV超

写真＝「軽バン生活」あかねさん提供

#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

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

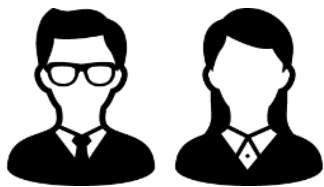


読者属性

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

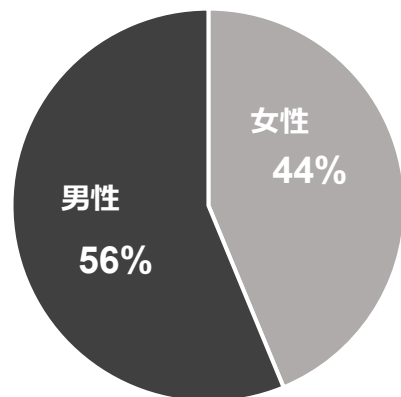


健康への関心

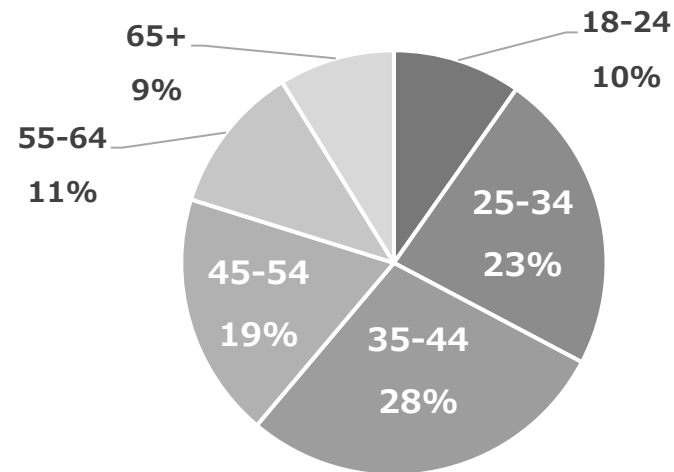
健康や美容情報へのアンテナ質が良い食生活や生活習慣のヒントが知りたい

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

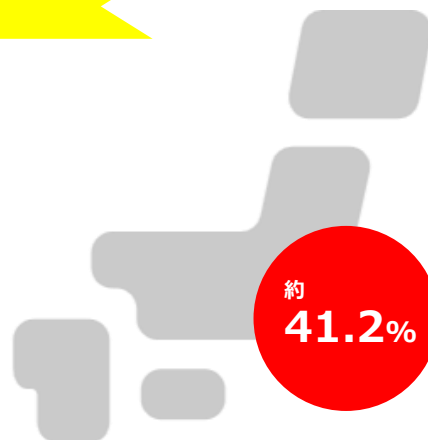
男女比



年齢層



居住地

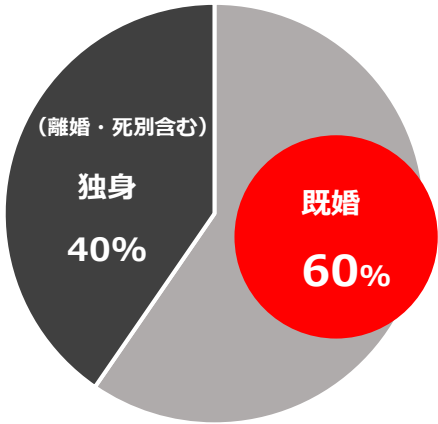


都市圏
(関東)居住率 4割以上

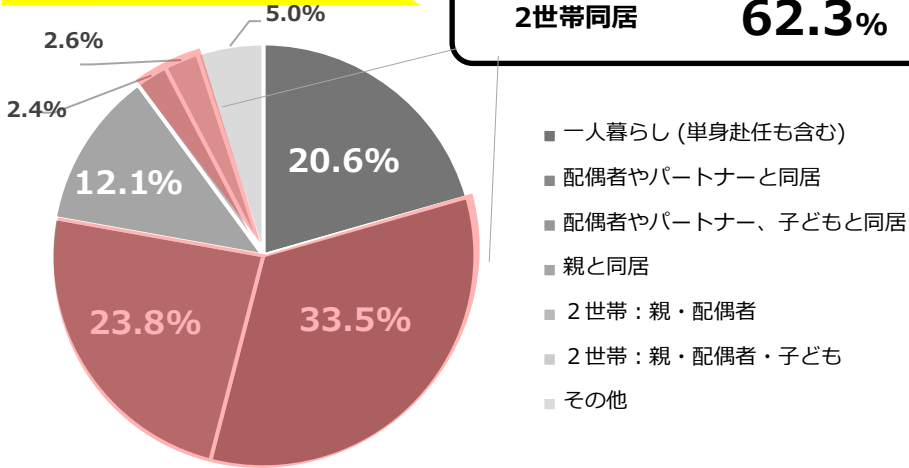
関東	:	41.2%
中部	:	17.3%
関西	:	16.3%
中国・四国	:	9.6%
東北	:	6.7%
九州・沖縄	:	5.7%
北海道	:	3.1%
海外	:	0.2%

既婚・持ち家のファミリー層から特に支持されています

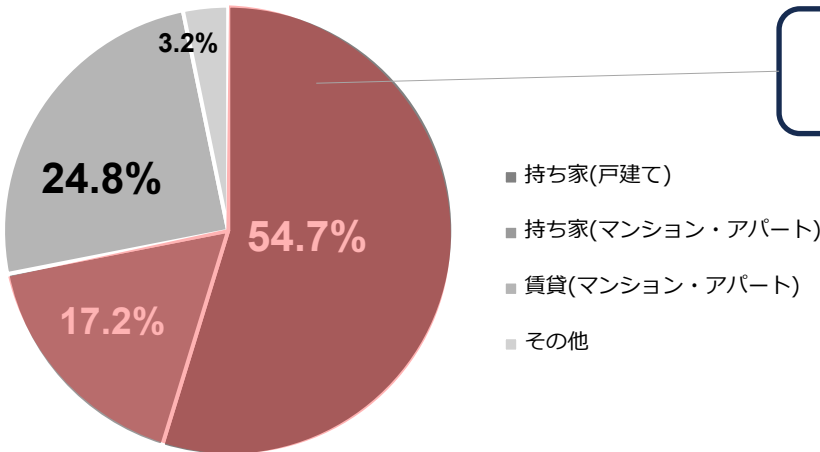
結婚



家族構成



住まい

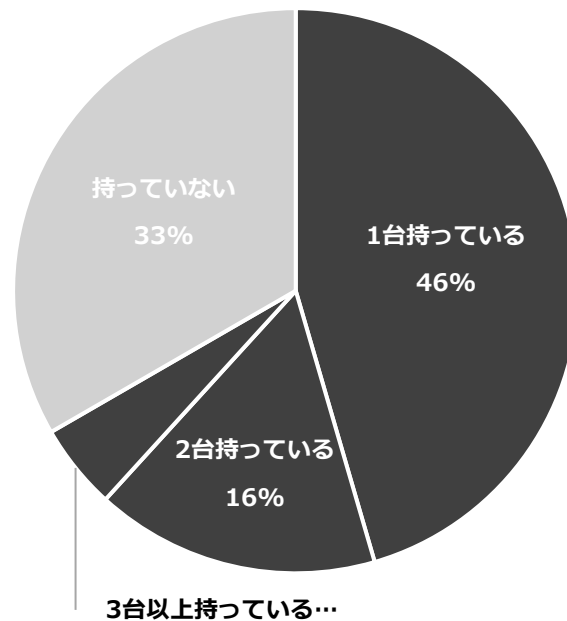


持ち家率 (戸建て・マンション・アパート) 約 **71.9%**

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

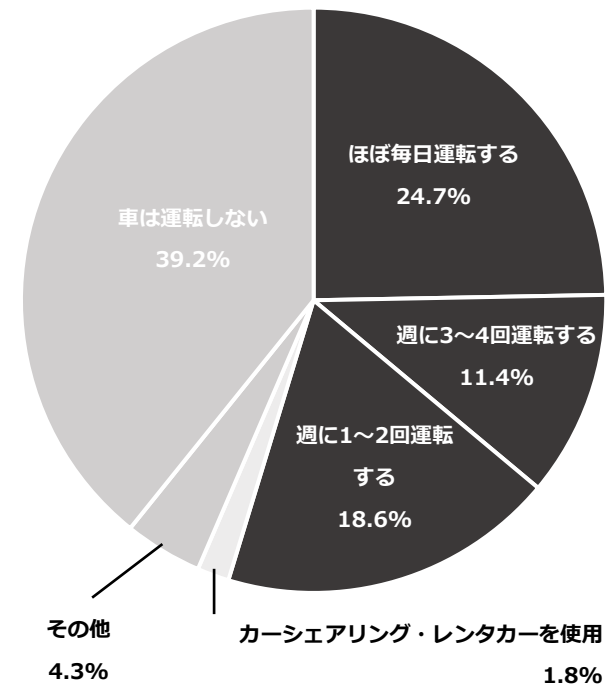
車について

□ 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

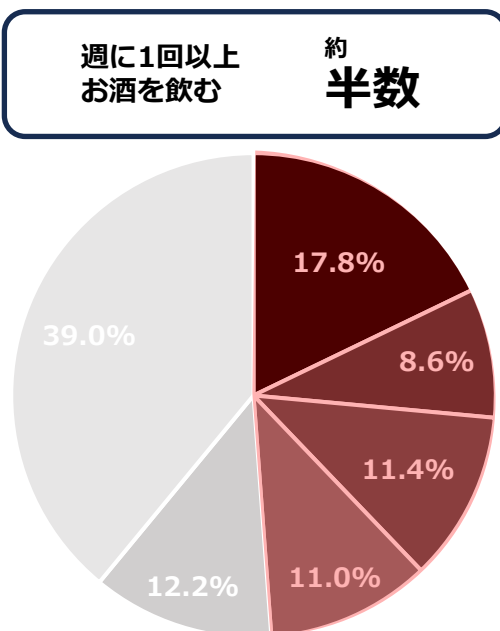


週に1回以上
運転するユーザー 約 **54.7%**

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



□ よく飲むお酒



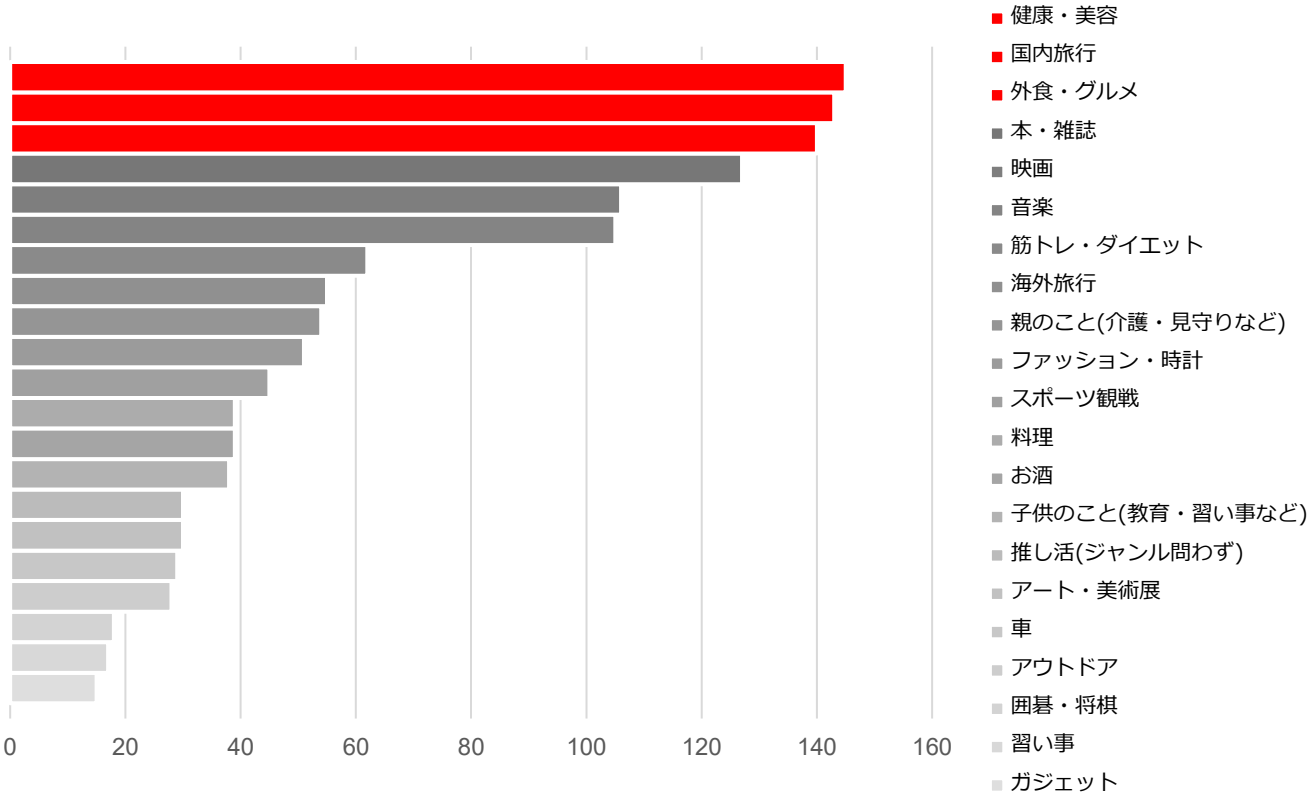
2位 チューハイ
3位 ワイン
4位 焼酎
5位 発泡酒

※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

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

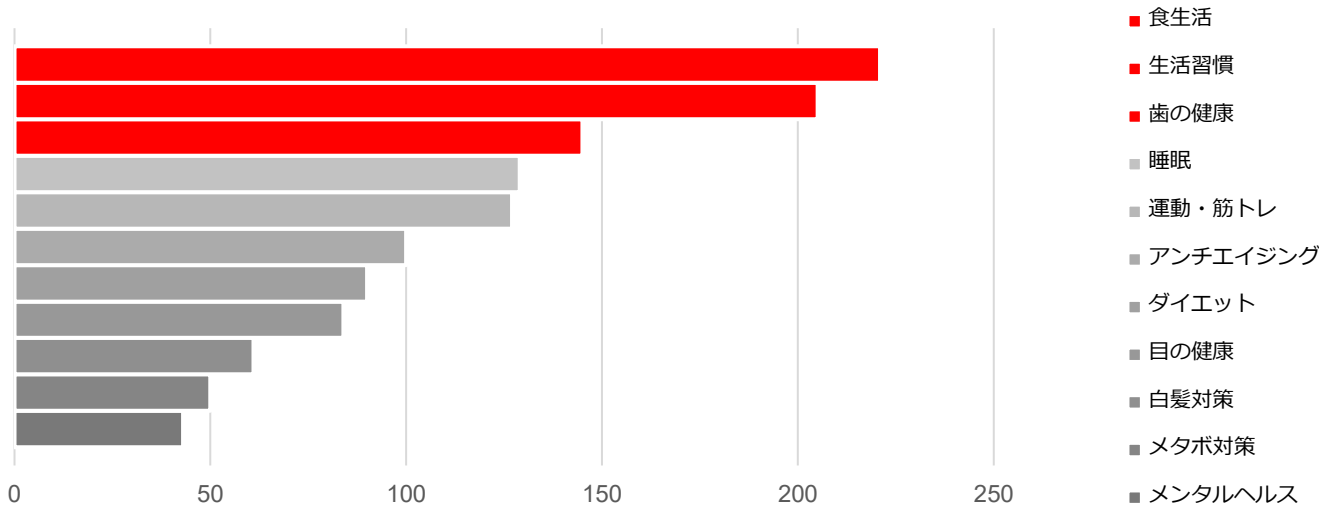


※上記の選択肢から3つまで選択

関心があるテーマ

□ 健康・美容編

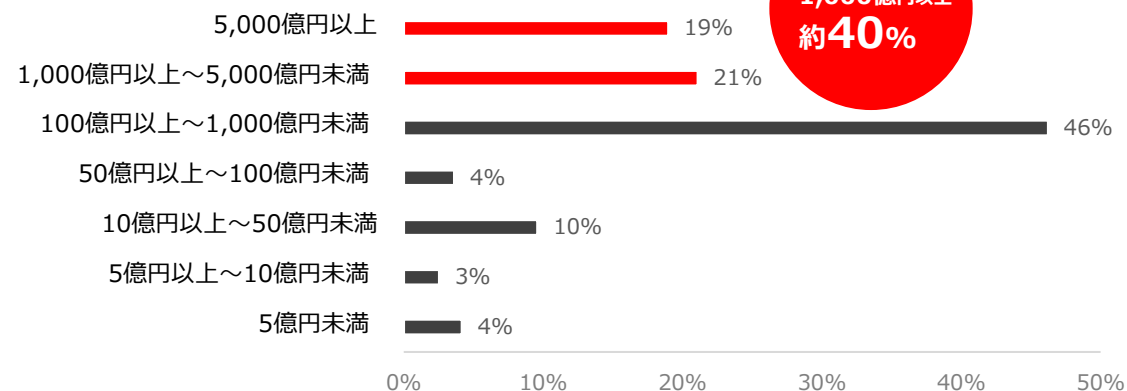
食生活 / 生活習慣 / 歯の健康 がトップ3



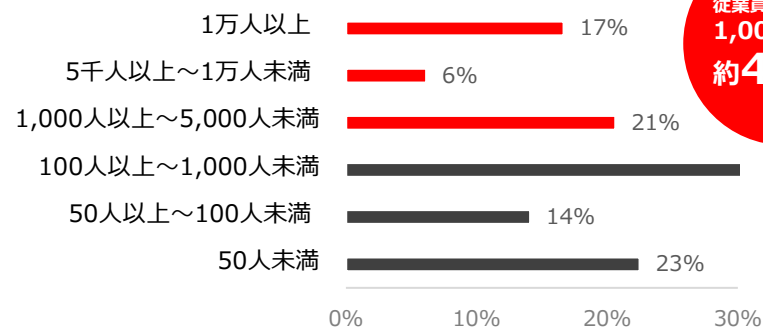
※以下の選択肢から3つまで選択し上位を集計
生活習慣 / 食生活 / ダイエット / 白髪対策 / アンチエイジング / 歯の健康 / 目の健康 / メタボ対策 / メンタルヘルス / 脱毛 / 植毛・増毛 / 美容医療 / 睡眠 / 運動・筋トレ / その他

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

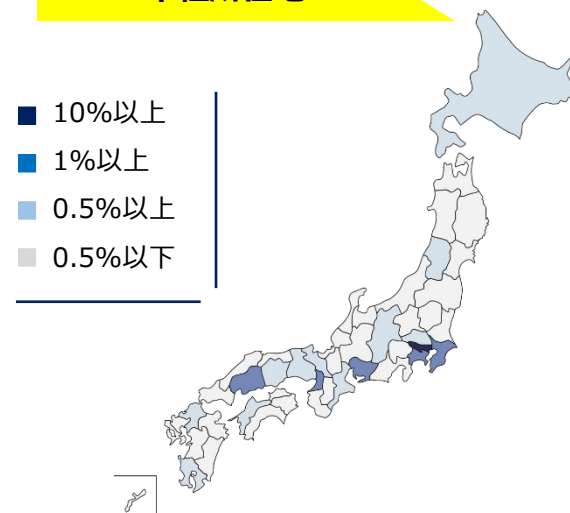
売上規模



従業員数



本社所在地



特集企画

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



#1 #2 #3

「余裕のある資金はすべてNISAで運用する」「臆病なあなた」に薦めたい“資産形成の王道”

『新・臆病者のための株入門』より#2

橋 玲 2025/10/31

月3万円で1億6300万円

NISAのメリットがどれほど大きいか、簡単な試算をしてみよう。

ファイナンス理論では国債は「無リスク（安全）資産」で、元本と利払いが国家によって保証されている。それに対して株式投資は元本の保証がなく、リスクが高い分だけ平均的には国債よりリターンが大きくなるはずだ。



人類史において「貨幣」が登場してから歴史はまだ浅い。AI時代の私たちは今、マネーの役割や形が変わりつつある転換点を生きているのかも知れない。新著『エブリシング・ヒストリーと地政学』が話題のエコノミスト、エミン・ユルマズ氏と、起業家のけんすう（古川 健介）2025/12/05



エミン・ユルマズ氏（左）とけんすう氏（右）撮影・細田忠（文藝春秋）

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」を新たにご用意しました！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

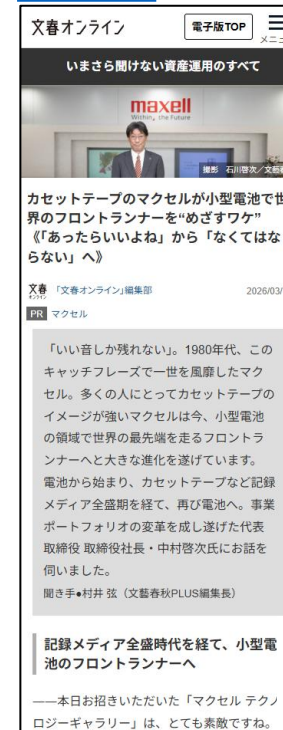
[「いまさら聞けない資産運用のすべて」企画書](#)

文春オンライン

IR訴求記事の事例（一部）

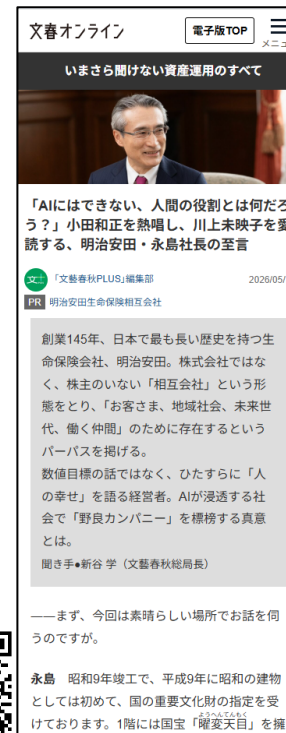
▼マクセル様

<https://bunshun.jp/articles/-/86945>



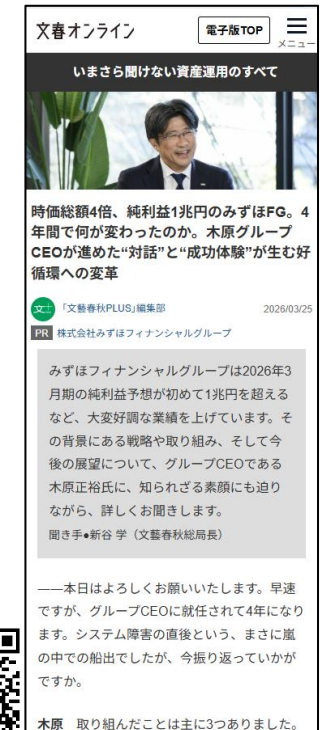
▼明治安田生命様

<https://bunshun.jp/articles/-/87052>



▼みずほFG様

<https://bunshun.jp/articles/-/85855>



「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うような“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](#)

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

【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

2025/03/26

genre : フォッション

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26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: Karuya Aoki
Styling: Nektaka Kobayashi
Composition & Text: Shingo Sano

オンとオフの区別が難しいワイ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ブラコッパルなものの選好がポイント。ワーク・ライフ・バランスを重視するのと同じように、仕事モードの善いと、休日モードの悪いものも持っていることで、どちらのスタイルにも応用できたりリラックスが生まれてくるはずだ。ビジネスアイテムで登場してほしい、どんな場面でもスマートに着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、そして幅広いチューニングスタイルに対応できる汎用性。この3つを兼ね備え、自分だけのビジネススタイル像を素人らしく。

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、シルエットが綺麗なパンツで仕上げたミニマムコーディネート。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ク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。真面目すぎず軽佻でないバッグを持ってビジネスに気分が乗らな
し、おとい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。やはり目録すべきは、真摯なミ
ニマルだ。シンプルで作りがよいコンパットなレザーのグリーナースに少しだけ赤の糸を色を添えれば、
スマートかつスタイリッシュに魅せる。¥43,650/ポール・スチュアート (スタイロ株式会社 カステー
ーサービス ¥1021331-296)

お家時間をちょっと贅沢に。出しっぱなしでもサマになる“機能美”あふれる家電選び

インテリアにすんなり馴染む高いデザイン性が選びのキモ

10. [The Best of the Best](#)

紙面裏のスタートまで戻すことになり、そこで再び通りのアイムを全開する。足速のタイミンが、ここでは0.1秒（クォーター・オブ・ア・セカンド）が上がる。前後にブレーキを食った分際を返す。

Photographs : Shalchi Marasoto (ZYTACI94F)
 Styling : Sho Marasoto
 Compositing & Thor : Karthika Karthika

[illegible]

récolte
スライドラクトースター
レトロなブラウン管TVを彷彿とさせるトースターには珍しい個性的デザインが



動物に食べられる動物は、しばしば草食性動物である。草食性動物は植物性の食物を摂取し、全ての栄養素を一度に消化することが出来る。それはその消化管の長さによってある程度決定される。食肉動物は肉食性動物であり、しばしば他の動物を食べる。肉食性動物は植物性の食物を食べることが出来ないが、動物性の食物を食べることができる。肉食性動物は植物性の食物を食べることが出来ないが、動物性の食物を食べることができる。

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。

自治体様とのお取り組み事例も多数。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

文春オンライン



能登半島・七尾市崎山地区でガチの定置網漁船に乗り、さらに豪快得満を味わう

これぞ大人の社会科見学・究極版!?

文春「文春オンライン」編集部 2022/03/21

PR

観光化された“ニッポン文化”があふれがえる昨今、とにかく“本物”を体験したいと考える旅行好きも多いのではないだろうか。

そんな人におすすめしたいのが、日本の偏文化を変える最前線に立ち会える漁船体験。それも本物の定置網漁船に乗り、漁獲の現場を目の前で体験できる場所があるのだ。



井、井、井...! 島根県にて、思わず白飯をかきこみたくなる絶品の海鮮丼と出会った

文春「文春オンライン」編集部

2022/01/11

PR 提供：島根県観光連盟



冬の山陰地方といえば、荒れ狂う日本海に雪景色——。そんな勝手なイメージがあったが、羽田空港から1時間半のフライトを終えて12月中旬の秋・石見（いわみ）空港に降り立つと、予想は良い意味で裏切られた。むしろ東京よりも心地よいぐらいの陽気だ。沿岸の対馬暖流の影響もあり、島根県西部・石見（いわみ）地方の気候は1年を通じて比較のおだやかだという。



Point

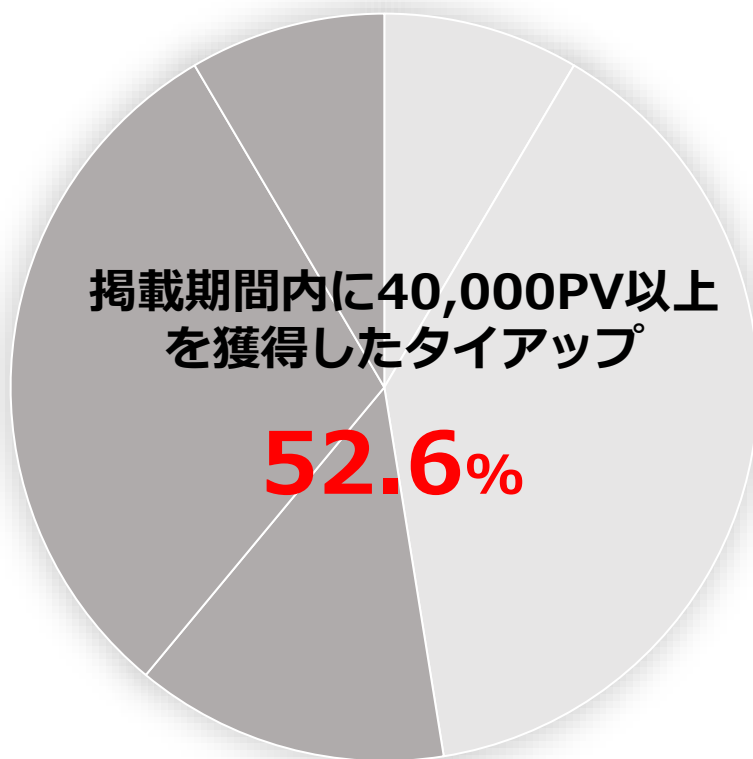
文藝春秋の動画メディア「文藝春秋PLUS」でも、「地域の課題に向き合い行動する人」を応援するYouTube番組 **+LOCAL**を展開中！動画とオンラインタイアップセットでの展開もおすすめです！詳細はお気軽にお問い合わせください。

+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 2023年4月～2024年12月

80,000～100,000PV	8.5%
50,000 ～ 80,000PV	30.5%
40,000 ～ 50,000PV	13.6%
30,000 ～ 40,000PV	37%
25,000 ～ 30,000PV	8.5%

集計条件：
最低25,000PV保証・4週間掲載保証のタイアップ

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



PR
「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



PR
「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



PR
【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



PR
「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



PR
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「風呂キャンセル界限」の救世主となるか？

漫画制作



PR
「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

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



トップページ
コンテンツエリア内



記事ページ下部



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



誘導①

誘導②

誘導③

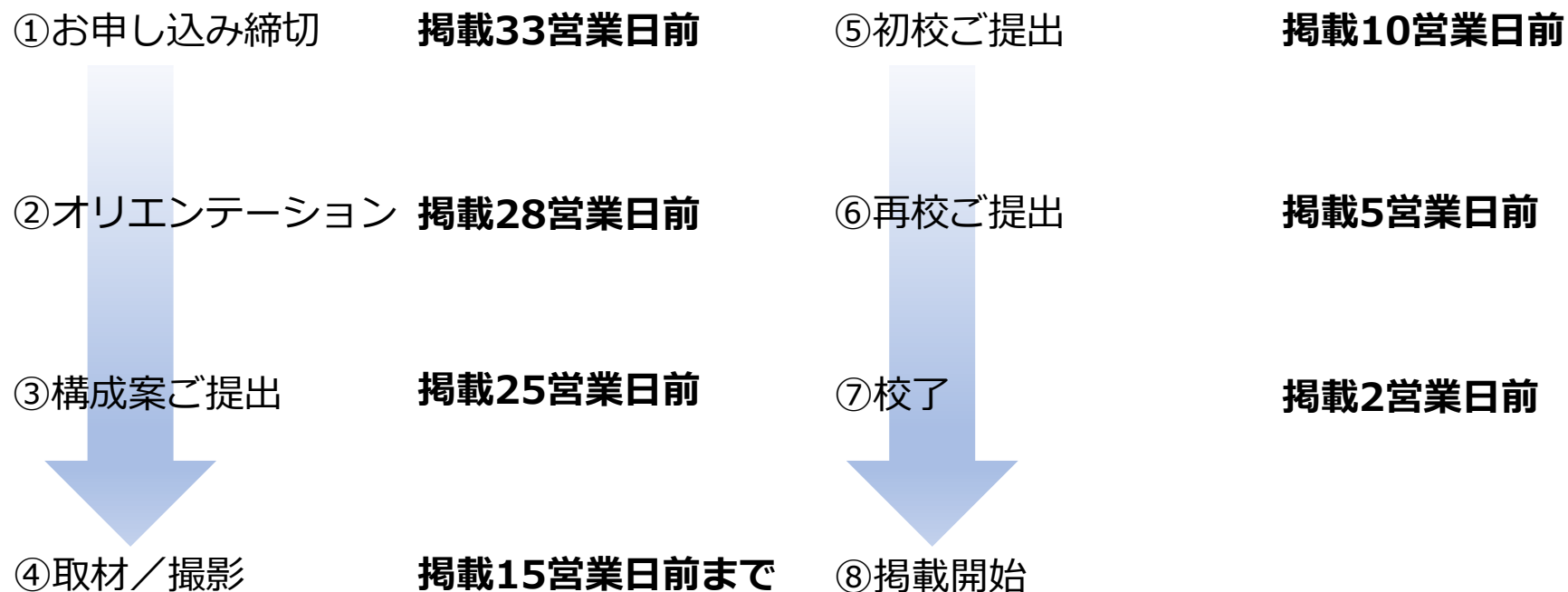
誘導④⑤

文春オンライン

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	2,500,000 円 内訳) 掲載費: 2,000,000円 (G) 制作費: 500,000円 (N)	3,500,000 円 内訳) 掲載費: 3,000,000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あります。詳細は担当営業までお問い合わせください。	

オリジナルタイアップ進行スケジュール

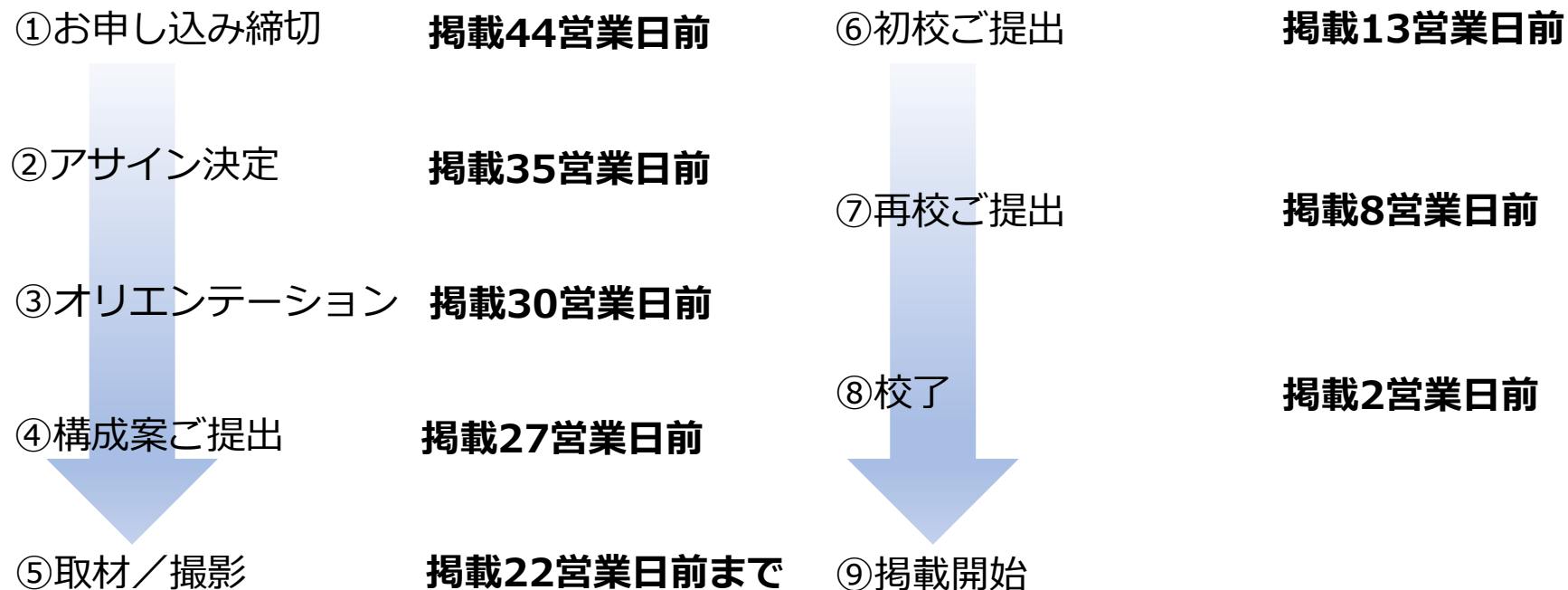
オリジナルタイアップの制作進行スケジュールは以下のとおりとなります。



※ 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。



※ 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

タイアップページ



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

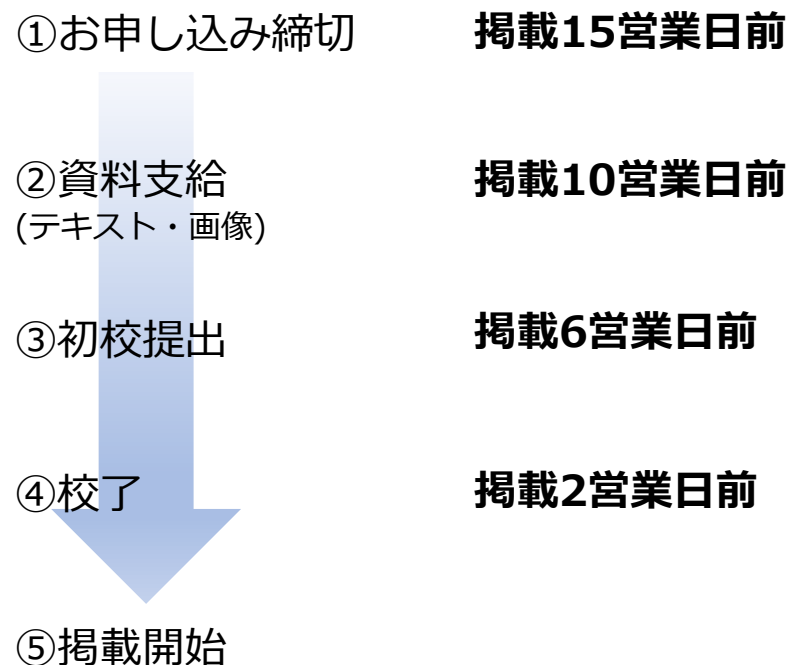
※1回ツイート (注:備考)

文春オンライン

メニュー名	ライトタイアップ
料金	1,200,000 円 (G)
PV	10,000PV 【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※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場合がございます。詳細は担当営業までお問い合わせください。

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。



※ 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 (P33)	オリジナル：スタンダード (P30)	オリジナル：プレミアム (P30)
実施料金	1,200,000 円 (G)	2,500,000 円 (G) 掲載費 2,000,000円 (G) 制作費 500,000円 (N)	3,500,000 円 (G) 掲載費 3,000,000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	10,000PV【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)	

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

※デザインあり(別途料金)

※デザインあり(別途料金)

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

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

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

特集バナー

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。別途がかかります。 ※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。

タイアップ広告プラン一覧

④連載タイアップ

「文春オンライン」での貴社のタイアップ記事のリーチを最大化でき、連載形式でより深いテーマ設定が可能です。連載特典として、通常プランより合計PV増 & 各記事下で読者へのアンケート実施が付帯。出稿効果を最大化します。

タイアップページ

誘導①

連載記事間の
相互誘導を実施

誘導②

誘導③

誘導④⑤

※メルマガ内ローテーション

※各記事1回 / 合計3回ツイート
(注：備考)



メニュー名	連載タイアップ
料金	6,000,000 円 (G)
PV	3記事 合計 100,000PV【保証】 ※各記事 最低30,000PV【保証】
掲載期間	5週間【想定】※1記事あたり
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。 ※タイアップ記事にはPR表記が付きまます。 ※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。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あります。詳細は担当営業までお問い合わせください。

トップページ
「SPECIAL」枠



トップページ
コンテンツエリア内



記事ページ下部



4万人 71万follower

文春オンライン

タイアップ広告プラン一覧

⑤ 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

文春オンライン

媒体資料

公式YouTubeチャンネル登録者数

文藝春秋+ PLUS

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 7,500,000 円 6,500,000 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

⑥ 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。



週刊文春 文藝春秋 週刊文春 W O M A N

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)	1,800,000 円 (G)
PV	7,000PV 【保証】	10,000PV 【保証】	25,000PV 【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)		
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。		

タイアップ広告 オプション

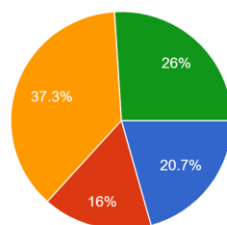
アンケート調査

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。

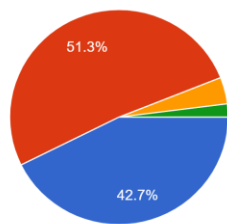
※設問イメージ

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



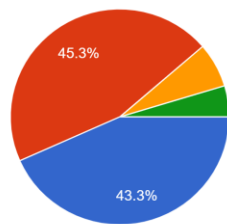
- 知っていたし、現在使っている
- 知っていたし、以前使っていた
- 知っていた
- 知らなかった

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



- とてもよく理解できた
- 理解できた
- あまり理解できなかった
- 全く理解できなかった

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

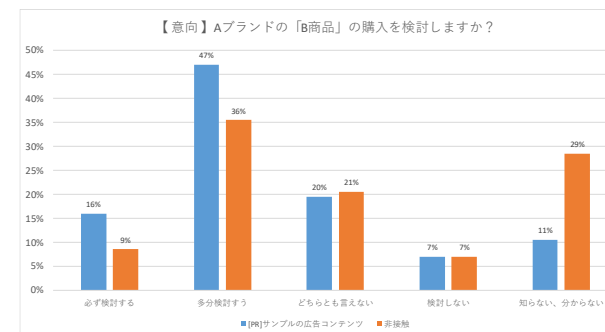
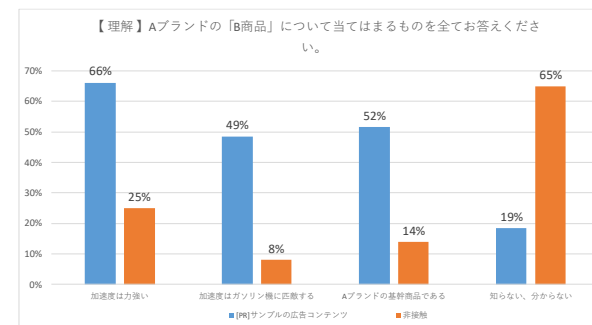
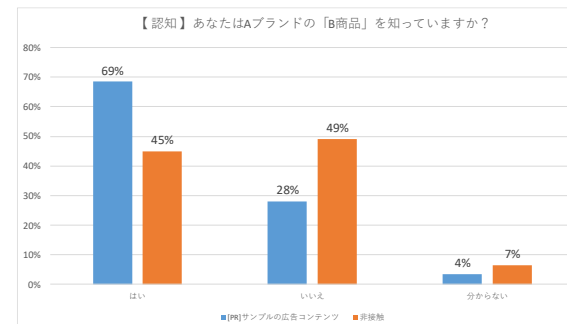


- とてもそう思う
- そう思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

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



Xプレゼントキャンペーン

フォロワー約70万人の「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。

X

@bunshun_online

約71万フォロワー

※2026年2月26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けます。 ※ 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（gross）～	24,000CL～	42円	4週間	10営業日前～
	1,500,000円（gross）～	39,000CL～	38円		
	2,000,000円（gross）～	60,000CL～	33円		

※料金はgross、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場合がございます。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（gross）	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	4週間	5営業日前～
		1,500,000円～	8,000CL～	188円		
		2,000,000円～	12,000CL～	167円		

※料金はgross、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場合がございます。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

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)
 	1,000,000円（gross）～	2,400CL～	417円	4週間	5営業日前～
	1,500,000円（gross）～	3,900CL～	385円		
	2,000,000円（gross）～	6,000CL～	333円		

※料金はgross、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場合がございます。案件に応じて都度見積もりいたします。

※媒体ごとに審査基準は異なり、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。

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P33 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・サービスの紹介の適しています。※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～	P41参照
	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	P41参照
	ブランドリフト調査	200,000円～／5問	P41参照
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。

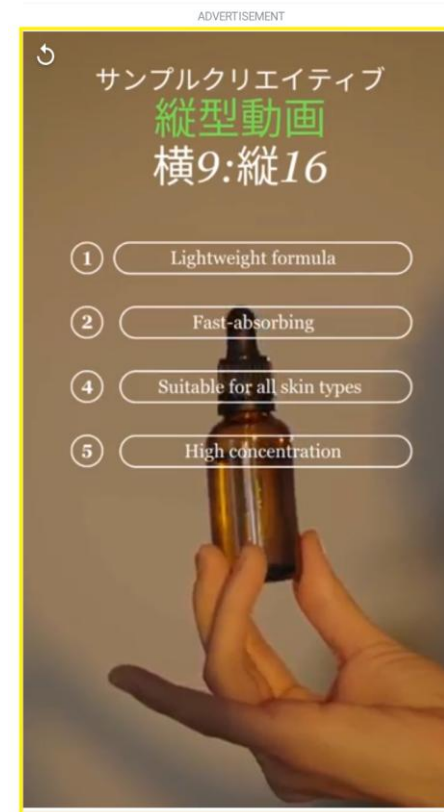
- 100万imp保証
- 縦型（横9:縦16）、横型（横16:縦9）どちらも対応
- JICDAQが除外する8つのカテゴリを排除
（IASに準拠したアドフラウドなし、ブランドリスクなし）

縦型動画



QRコードから
配信イメージを
ご覧ください

横型動画



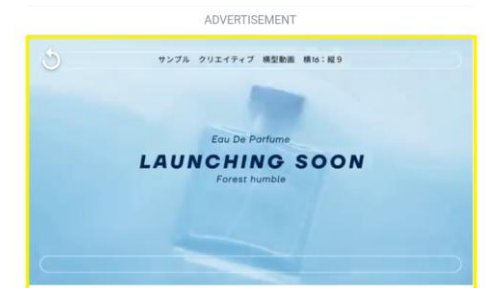
「そう、ほとんどお母さん役なんです！ この間

縦型動画（横9:縦16）

いた愛子さまは「えーっっっ！」と驚いた様子だったという。

カーテシーを何度も練習された

那須、そして須崎。充実した夏休みを過ごされた愛子さま。帰京後に臨まれたのが、国際会議の舞台だった。



天皇后両陛下は8月22日の午後、TICAD=アフリカ開発会議に出席したアフリカ27か国の首脳夫妻などを皇居・宮殿に招き、6年ぶりの茶会を催された。

両陛下に続いて、愛子さまも若草色の淡い地色に藤や菊などの四季の花々がちりばめられた、爽やかな振り袖姿でお出ましに。少しほっそりとされたご

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-margin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^o広告 好反響事例集

「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

「土地は売りたいくない、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

昌品雄 2024/09/17

PR 提供：東急リバブル株式会社

f X B! LINE

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ようだ。



「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

結果

PV 40,646 PV
CTR 6.21 %

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



著名人起用

文春オンライン

電子版TOP



鹿でも、大仏でもない.....“じゃない方”の奈良「飛鳥」を巡って見つけた、定番を超えるかもしれない“必見スポット”とは？



芦部 聡

2025/03/31

PR JR東海

聖徳太子生誕の地として知られる奈良県明日香村には、6世紀末から7世紀末までの約100年間、都が置かれていた。現在の東京にある首都機能がこの地域に集約され、「十七条憲法の制定」「大化の改新」など律令国家体制の礎が築かれたという。国家としての日本は明日香村から始まったとも言えるのだ。

プラン

オリジナルタイアップ(P41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。

階段を上った先にある展望広場からの景色を眺めつつ、小宮山さんが独りごちる。

「僕の地元の渋谷区には明治天皇を祀った明治神宮があります。子どもの頃からたびたび訪れている名跡で歴史を感じていたけど、創建されたのは1920年だから、まだ100年ちょっと。牽牛子塚古墳は古墳文化の終末期にできたとはいえ、それでも1400年近く前ですからね。明日香の古墳に比べたら、明治神宮は新しいってことに気づかされました（笑）」



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



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\(企画書\)](#)

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入ページに総客。
CTRは約23%と高水準で、商品への関心を醸成できました。

「文春オンライン」でも人気の釣りYouTuber めこまた釣査団 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（P41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めこまた釣査団 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



全国の漁村で“爆売れ”している「プロ愛用のぼんそうこ」、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

めこまた釣査団 (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驚つ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

めこまた釣査団 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
めこまた釣査団 (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“ヤバイ沼”... 竿を出してみると想定外の大物が！
めこまた釣査団 (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！
めこまた釣査団 (大西) 2025/08/29

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



専門家アサイン

文春オンライン 電子版TOP

新着 ランキング スcoop コミック 野球 週刊文春

「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)

相澤 洋美 2023/06/30

PR 提供: Jackery Japan

シェア ツイート 送る

記録的な豪雨に頻発する地震……。近年の度重なる自然災害で、防災環境や人々の意識は大きく変わっている。様々な企業や自治体のコンサルティングを務める防災プロデューサーの永田宏和さんに、最新の防災事情を聞いた。

プラン

高くても買いたい特集 オリジナルタイアップ(P41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。



NPO法人プラス・アーツ 理事長 永田宏和さん

世界有数の災害大国といわれる日本。「防災の日」と制定された9月1日前後には、毎年どこかで防災関連のイベントが行われ、スーパーに防災グッズ売り場が設置されるなど、もしもの備えを啓発している。

しかし、近年はこうした「防災は万一の備え」という意識が大きく変わってきている。

防災グッズ「懐中電灯」がNGな理由

子どもから大人まで、楽しく学ぶ防災情報を発信しているNPO法人プラス・アーツの永田宏和さん

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！

結果

PV 71,203 PV
CTR 19.92 %

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



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coop 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

押桑 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

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。

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！

結果

PV 96,628 PV
CTR 8.70 %

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



体験レビュー

動画制作オプション実施

文春オンライン

電子版TOP



高くても買いたい



風呂に入る気はない、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「風呂キャンセル界限」の救世主となるか？



押条 良太

2024/08/05

PR 提供：株式会社LIXIL



全身からだんだん力が抜けて、リビングの照明が遠くなっていく.....ハッと我に返る。たしか帰宅後に晩酌した後、ソファで横になってウトウトしていた。が、このまま寝落ちするわけにはいかない。お風呂に入らなければならないのだ。

ハンドルひとつで、シャワーヘッドからキメ細やかな濃厚泡が！

実際に使ってみる。通常のシャワーを浴びた後、本体のハンドルをガチャッと下げる。すると、内蔵モーターがウィィーッと作動。数秒後にシャワーヘッドからシュワワ〜と勢いよく白い泡が噴き出してきた。クリーム状のこっくりとした濃厚泡があっという間に全身を包み込む。泡は弾力があって肌に程よくとどまるため、あとは手のひらでなでるように洗うだけで、汗や皮脂汚れが落ちていく。



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) + P40 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はオウンドサイトで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。

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ュミレーション読後に「切り替えを検討したい」と回答したユーザーが94.7%に！

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



プラン

文春オンライン × Yahoo!ニュースW掲載パッケージ
+ オプション 記事下アンケート

目的

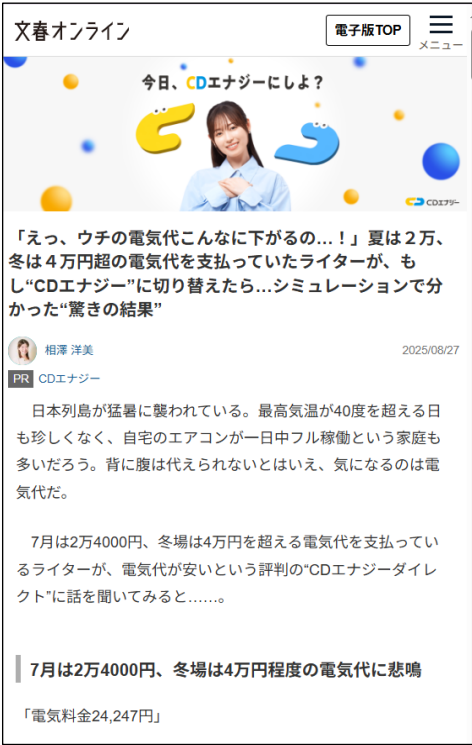
新電力プランの認知獲得

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。
またタイアップをYahoo!ニュースにも転載し、保証PV数の137.3%にあたる96,140PVを獲得。記事を多くの方に届け、認知獲得にも貢献しました。

文春オンライン

企業インタビュー



「文春オンライン」
タイアップページ

結果	PV 96,140 CTR 0.74 %
----	-------------------------



「Yahoo!ニュース」
転載記事

ブランド創業115周年を記念する特別モデルを周知
2媒体合計で20万PVを突破！外部遷移は13,500件超

広告主	サムソナイト・ジャパン株式会社
業種	アパレル
商材・サービス	ビジネスバッグ
記事URL	https://bunshun.jp/articles/-/77183



プラン
文春オンライン × Yahoo!ニュースW掲載パッケージ

目的
記念モデル・キャンペーン展開の認知獲得

概要
サムソナイト創業115周年に発売する特別なビジネスバッグを紹介するタイアップ記事。
文春オンラインのタイアップをYahoo!ニュースにも転載しました。記事PV、外部遷移の件数共に大幅に想定値を超え、記事からのコンバージョン(商品購入)を多数獲得しました。

結果	PV 201,640 PV CTR 7.41 %
----	-----------------------------

体験レビュー



動画制作オプション実施



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



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

1社専用特集



同テーマのムック本も展開中
※別途お見積



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

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。

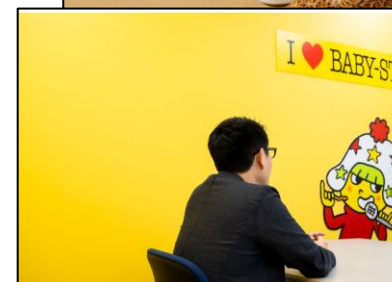
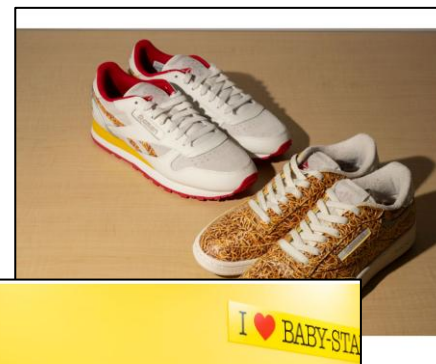
文春オンライン

告発風記事



結果

PV 77,108 PV
CTR 3.69 %



ベビースターのキャラクター「ホシオくん」もTさんの告白を見守る

おやつカンパニーからの回答は.....

Tさんの切実な告白を、会社はどう受け止めるのか。おやつカンパニーにコラボ施策に関する質問状を送ったところ、書面で以下のように返答があった。

「弊社では『驚きとワクワクを持ったブランドであり続けたい』という理念のもと、近年では『意外性』にフォーカスして業種を超えたコラボを推進しています。今夏に江ノ島電鉄さんでのイベントや

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3,600PR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



プラン
オリジナルタイアップ(P41漫画家起用) + P36 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



結果	PV 57,440 PV CTR 5.04 %
----	----------------------------



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

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

結果

PV 60,797

CTR 2.44 %

企業インタビュー

文春オンライン

電子版TOP

すべて

新着

ランキング

スクープ

コミック

野球

週刊文

「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



◆◆文春オンライン×アンファー プレゼント

発毛剤を利用する場合、「スカルプDメディカルミノキ5」を購入したいと思われましたか？

← 購入したい

購入したくない →

とてもそう思う

そう思う

どちらでもない

思わない

全く思わない



プラン

オリジナルタイアップ+ P36 Xプレゼントキャンペーン

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。
Xでのプレゼントキャンペーンを実施し、1,300件以上のリポストと200件以上の引用リポストで、サイト内だけでなくSNS上でも拡散されました。
Google Discoverでヒット、SEOで上位掲載され、「購買につながった」と感想をいただきました。

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	濱田酒造株式会社
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(P41著名人起用) + P41 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。



柳家喬太郎「腹を据えて向き合わなければ、新しい本格は生まれない」〈赤兎馬噺 私の本格 第一席〉

SEKITOBA STYLE #1

2023/09/27

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

円熟の語り口に現代的な感覚をのしはせる古典、卓越した創造力と演技力を満喫させてくれる新作、どちらにおいても当代屈指の実力と人気を誇る落語



「自宅で飲むのは芋焼酎。炭酸で割って一晩寝かせる“炭酸の前割り”が最高ですね」噺家・桃月庵白酒は落語もお酒も自在にアップデート〈赤兎馬噺 私の本格 第二席〉

SEKITOBA STYLE #2

2023/10/27

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

艶のある美声が繰り出すキレのよい江戸言葉と、チラリと毒をのしはせた現代感覚のアレンジで、古



噺家・立川談笑、本格焼酎『赤兎馬 極味の雫（ごくみのしずく）』にご満悦「とにかく美味しい。料理との相性も抜群」〈赤兎馬噺 私の本格 第三席〉

SEKITOBA STYLE #3

2023/11/22

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

古典落語の定番ネタ「壱算」が「薄型テレビ算」になり、「居酒屋」は多国籍言語が飛び交うカオスとなり、劇場の「世間百景」は「パ・ノ・ラマ」



噺家・柳家三三、キンモクセイのような香りの焼酎『薩州 赤兎馬（せきとば）玉茜』に酔う〈赤兎馬噺 私の本格 第四席〉

SEKITOBA STYLE #4

2023/12/19

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

小学校1年生にして落語に魅了され、中1の時に足を踏み入れた寄席で故柳家小三治に夢中になり、中2で弟子入り志願の手紙を書いたという柳家三三



芋焼酎で仕込んだ梅酒と、レーズンバターは永遠に飲める...！ 噺家・蝶花楼桃花が酒の席で学んだ人生の機微〈赤兎馬（せきとば）噺 私の本格 第五席〉

SEKITOBA STYLE #5

2024/02/21

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

この人が高座に上がると空気がパツと華やぐ。豊かな表情、歯切れの良い口調、そして軽やかな身の



あっという間にボトルが空に!? 落語界の異端児、柳亭小痴楽が仲間と盛り上がった芋焼酎の飲み方は...〈赤兎馬（せきとば）噺 私の本格 第六席〉

SEKITOBA STYLE #6

2024/04/25

PR 提供：濱田酒造株式会社 焼酎蔵 薩州濱田屋伝兵衛

キレッキレで威勢の良い江戸弁と愛嬌あるやんちゃぶりで高座を沸かせる若手真打のエース、柳亭小

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



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。

結果	PV 210,856 PV CTR - %
----	--------------------------



pino (ピノ) / 森永乳業 @morinaga_pino

一部報道について、#ピノ 公式Twitterアカウントからの意見を表明させていただきます。
#ピノアーモンドソロデビュー #ピノアーモンド



午後2:00・2020年11月17日・MarketingSuite

4.4万 件のリツイート 1.6万 件の引用ツイート 14.7万 件のいいね



森永担当者は直撃に絶句して.....

ー文春オンラインです。ピノのアーモンド味のことで2、3うかがいたいことがあるんですが。

「え、アソートパックの中に入っているアーモンド味ですね。こちらはロングセラーでずっとご支持いただいています.....」



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

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=FUS2WUVKazC4PwI4

記事QR



プラン

P38 動画番組セットプラン (資産運用特集掲載) + P47 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、丁寧に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

＼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

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



文春オンライン

いまさら聞けない資産運用のすべて

「あったらいいよね」から「なくてはならない」製品へ

——その全固体電池を支えているのはマクセルならではの技術ですね。

中村 はい、デジタルは0と1で表現され、精密なコントロールが可能一方で、簡単にコピーされてしまう側面があります。それに對し、当社は簡単にモノマネされない、コピーされない技術「アナログコア技術」を大切にしています。

具体的には、粉体をうまく混ぜ合わせたり、それをペースト状にしてうまく塗ったりという創業以来培ってきた技術です。粉体は粒の大きさや分布などさまざまな特性を持っており、それらを見極めて理想の状態にコントロールすることが、当社にとって非常に大事な差別化ポイントでありブラックボックス化できるノウハウとなっています。

「いい音しか残れない」。1980年代、このキャッチフレーズで一世を風靡したマクセル。多くの人にとってカセットテープのイメージが強いマクセルは今、小型電池の領域で世界の最先端を走るフロントランナーへと大きな進化を遂げています。電池から始まり、カセットテープなど記録メディア全盛期を経て、再び電池へ。事業ポートフォリオの変革を成し遂げた代表取締役 取締役社長・中村啓次氏にお話を伺いました。

聞き手・村井 弦（文藝春秋PLUS編集長）

記録メディア全盛時代を経て、小型電池のフロントランナーへ

——本日お招きいただいた「マクセル テクノロジーギャラリー」は、とても素敵ですね。

撮影 石川啓次

「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！

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
文春オンライン × Yahoo!ニュースW掲載パッケージ

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、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

文春オンライン

電子版TOP

メニュー

「令和にメールでマーケティングなんて…」成果は上がらず、部下も疲弊…“どん底”だった42歳マネージャーが、たった1つのツールで“V字回復”を成し遂げた理由

折戸 可南

2026/02/27

PR 株式会社ラクス

夕方の光が、インサイドセールス部門のフロアを照らしていた。ときおり聞こえてくる受話器を置く音が、沈んだ空気の中でやけに目立つ。部署を率いるマネージャーの沢村は、画面に溢れるリストの山を前に、深くため息をついた。

電話中の部下たちの声からは、とうに活気が失われている。膨大なリストへのテレアポに営業メール。それは、出口の見えないトンネルをひたすら歩き続けるような作業だった。彼らの

「文春オンライン」
タイアップページ

結果 PV 96,539 PV

Yahoo!ニュース

文春オンライン (複製) 広告掲載実績: アプリで使えるお役立ちツール

「令和にメールでマーケティングなんて…」成果は上がらず、部下も疲弊…“どん底”だった42歳マネージャーが、たった1つのツールで“V字回復”を成し遂げた理由

文春オンライン

夕方の光が、インサイドセールス部門のフロアを照らしていた。ときおり聞こえてくる受話器を置く音が、沈んだ空気の中でやけに目立つ。部署を率いるマネージャーの沢村は、画面に溢れるリストの山を前に、深くため息をついた。

電話中の部下たちの声からは、とうに活気が失われている。膨大なリストへのテレアポに営業メール。それは、出口の見えないトンネルをひたすら歩き続けるような作業だった。彼らの

効率的に営業成果を上げたい。でも……

なんとこの状況は打破できない。せめて顧客の悩み解決に役立つ営業活動ができれば、MAツールの導入を検討したこともあった。しかし、上層部から渡ってきた答えは、いつも同じだった。

「出すぞ」

MAツールは多機能だがどれも高価で、部署には専門知識を持つ人材もいない。現場の課題は、いつでも解決されないまま、もどかしさばかりを繰り返していた。

そんなある日のことだった。1人の部下が、資料のデスクへやってきた。

「沢村さん、ちょっといいですか……」

「どうした、高橋？」

高橋は半年前にチームへ異動してきた若手だ。42歳の沢村より年齢は若いんだけど、バイタリティは目を覚ますものがあり、頼りにしてきた。しかしその声には、いつもの熱意がない。

「手作業の営業メールや、今の非効率なテレアポを、どうにか減らしたいんです」

「Yahoo!ニュース」
転載記事

伊藤忠丸紅住商テクノスチール様「法人向け耐震診断」

Yahoo!ニュースへの転載で見込み顧客へのリーチを大幅に強化
26万PV超！2025年度のタイアップ企画の中でも最も読まれた記事の一つに！

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

文春オンライン × Yahoo!ニュースW掲載パッケージ

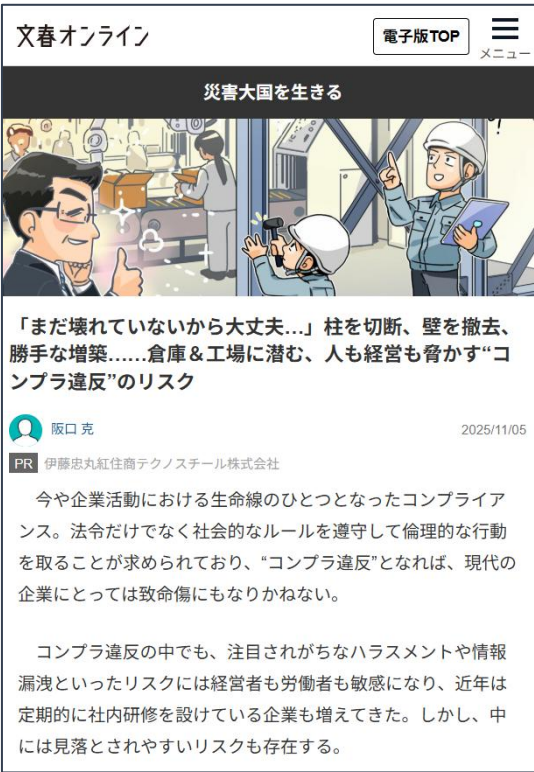
目的

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り2媒体合計で26万PVを獲得し、認知獲得への貢献をご評価いただきました。

企業インタビュー



「文春オンライン」
タイアップページ

結果	PV 263,204 PV
----	---------------



「Yahoo!ニュース」
転載記事

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

アクセントチュア

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

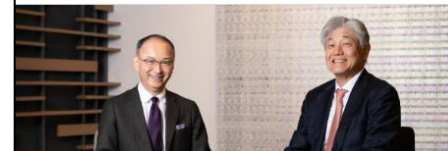
<https://bunshun.jp/articles/-/84588>



トップインタビュー

文春オンライン

電子版TOP



なぜ令和に、“週5日出社”を義務づけた？
10年で売上を7倍にしたアクセントチュア新
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 「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トチュア日本法人。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 「アクセント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。世の中で言われるように、方向性を示すだけの「言いつばなしコンサル」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

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。

文春オンライン編集長出演
炎上リスク対策と“文章校正AIツール”への期待を語る

結果

PV 39,735 PV

広告主

株式会社朝日新聞社

業種

マスコミ

商材・サービス

AIツール

記事URL

<https://bunshun.jp/articles/-/69253>

記事QR



プラン
オリジナルタイアップ

目的

新サービスの認知・トライアルユーザー獲得

概要

「文春オンライン」編集長が、記事制作における校正業務の効率化への課題や炎上リスクについて語るとともに、その対策として有効な文章校正AIツール「Typoless」について紹介するという構成。
実際に編集長がツールを体験する構成で、臨場感ある記事が制作できました。

編集部出演

文春オンライン

電子版TOP

新着 ランキング スクープ コミック 週刊文春 文藝春秋

「一番“炎上”につながりやすいのは……」文春オンライン編集長が語る企業リスクと、“炎上”対策として期待する“AIツール”の実力

文春「文春オンライン」編集部 2024/03/07

PR 提供：朝日新聞社

企業がSNSアカウントを持ち、プレスリリースはネット上で即時発表することが当たり前になった現代。チャンスが広がり便利になった一方で、発信する情報の内容はもちろん、言葉の“正確性”も一層求められるようになった。表現を一步間違えればたちまち拡散され、“炎上”してしまうリスクとも隣り合わせだ。

炎上リスク対策に最適な“究極の外の視点”

さらに、Typolessには現代社会に嬉しい機能も備わっている。本文のテキストを選択すると現れる「炎上リスクチェック」ボタンを押すと、リスクのある言葉や表現が含まれていないかをチェックできるのだ。これには、普段“炎上リスク”を間近で感じている池澤編集長も興味津々といった様子に。

Typoless

炎上リスクチェック

炎上リスクチェック結果

「炎上リスクチェック」結果画面。最大1000文字まで選択可能なため、SNSへの投稿のチェックにも使える。

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

P38 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

文春オンライン

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「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”してくれました。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」

▼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・ローソントウン」構想とは？

文春「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・ローソントウン」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。

▼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「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 Iohikawa

文学に目覚め、作家をめざした高校時代

奥田 今日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、それをどんな文豪で、どんな語り口で描くかってほうが大事なかもしれません。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。言語化することなんです。

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、他とどう違うに違いないことをやって、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/-/85708>

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

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

揭載基準

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いただきます）
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いただきます。

※ 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。

「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

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。



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。



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。



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

文藝春秋

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	
中川	080-2574-9947
相田	080-3129-5068
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

文藝春秋

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