

# 大学PR 特別企画 『文藝春秋』ご提案



2019年  
文藝春秋 メディア事業局 メディア事業一部

## はじめに

平素は弊社および弊誌『文藝春秋』に格別のご高配を賜り、誠にありがとうございます。

『文藝春秋』は日本を代表する総合月刊誌として多くの皆様に愛読されご好評をいただき、おかげさまで2023年に100周年を迎えます。政治・経済などといった硬い評論から、時の政治家や芸能人、一流アスリートの手記、連載小説、芥川賞の発表など、一読すれば日本の「今」を知ることができる国民雑誌です。多くの方々の支持をいただき、発行部数も約40万部（芥川賞掲載号は60万部）と堅調に推移しております。

18歳人口の大幅減少が、各方面で警鐘が鳴らされており、大学を取り巻く環境はますます厳しくなっています。こうした中、他校との差別化を図るために、有効なインフォメーションが重要度を増してくると考えています。また少子高齢化における社会人教育の需要も高まってきています。

そうしたなか、文藝春秋メディア事業局は大学及び教育機関を対象に、弊社ネットワークの著名人を活用した「大学PR特別企画」をご用意しました。大学及び教育機関のOB・関係者、教育関係者、学者、タレントなど、大学PRにふさわしい人選をご提案させていただき、効果的な広報アプローチをはかります。

ぜひともご検討賜りますようお願い申し上げます。

今回ご提案させていただきます『文藝春秋』は政界・官界・財界のオピニオンリーダーに広く読まれており、政治家や企業のトップの意見表明の場として選ばれることも多い雑誌です。読者の多くが、教育水準が高く、豊富な資産をお持ちの方々です。また2015年、又吉直樹さんの受賞で一段と注目度が高まった芥川賞は、2016年9月号で村田沙耶香さんの「コンビニ人間」が受賞。又吉さんのような知名度がないにも関わらず、その作品の魅力で話題になり、純文学作品の書籍では異例の実売100万部を達成しました。数年前より金融、住宅などの資料請求はがき付き連合広告企画を定期的実施しておりますが、毎回1,000通を超える読者の方々から資料請求が寄せられ、ご出稿いただいた企業様より高い評価を頂戴しております。この圧倒的レスポンスの高さに、雑誌という媒体では他に例を見ない読者の質の高さを実感していただいております。ぜひ本企画をご高覧の上、ご検討賜りますよう、お願い申し上げます。

**①部数でも内容でも、日本で唯一無二の総合月刊誌です**

……平均発行部数：397,667部（JMPAマガジンデータ 2018年7～9月）

**②男女ともに愛される国民的雑誌です**

……読者の年齢層は60代以上が中心。男女比は6：4

**③競合誌はありません**

……1923年創刊。2023年には創刊100年を迎える、日本で唯一無二の総合月刊誌です。

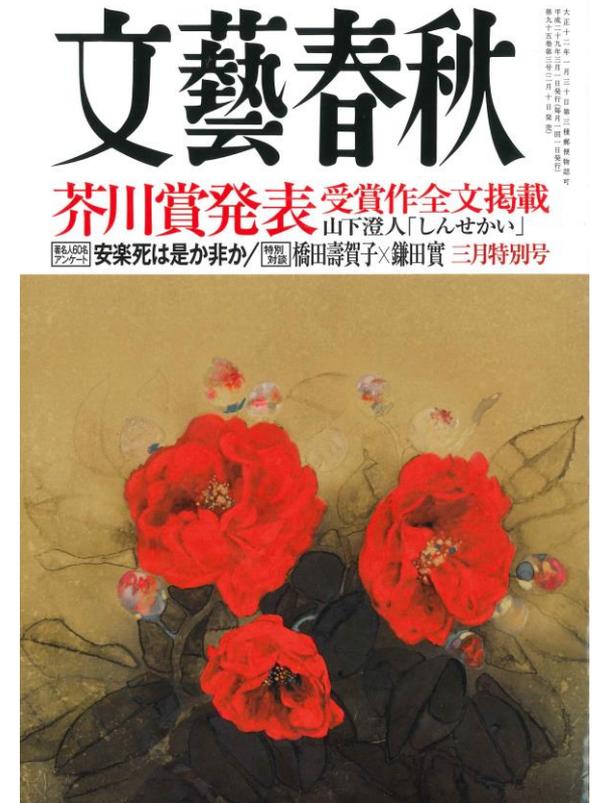
**④豊かな経済力を持つ読者が多数います**

……貯蓄・投資額が3000万円超の読者が4割以上、1億円を超える読者も9.7%を占め、富裕な読者が多くを占めています。また、企業の会長・社長経験者が15%、役員以上の経験者が30%以上と、エグゼクティブに愛読されています。

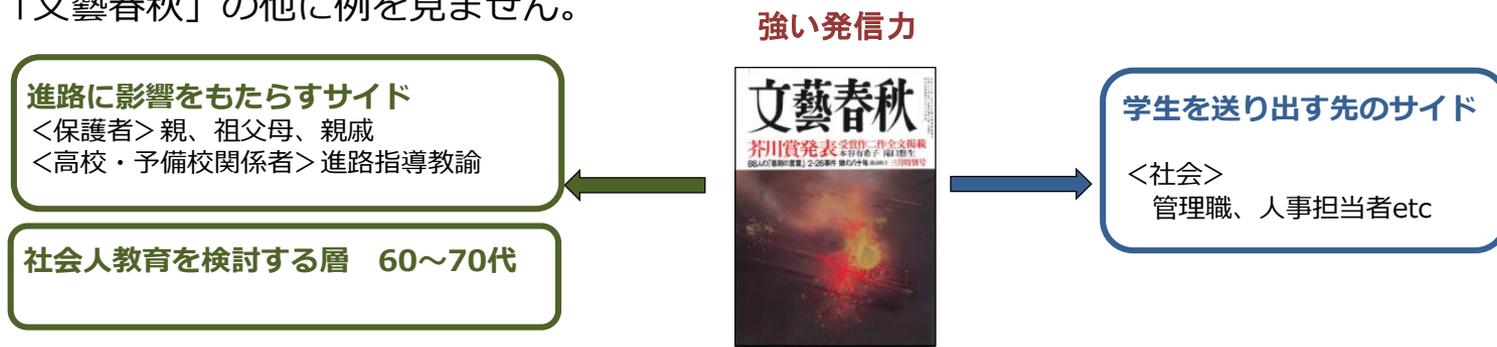
**⑤毎年2月売、8月売は芥川賞受賞作を全文掲載します**

……毎年3月号(2月発売)と9月号(8月発売)において芥川賞を発表。テレビや新聞などで多くのメディアで取り上げられる国民的関心事のひとつで、部数を大きく伸ばします。史上最年少の受賞で話題となった、2004年3月号の綿矢りささん、金原ひとみさんの受賞作掲載号は100万部を超えました。また、一昨年の9月号も又吉直樹さん「火花」、羽田圭介さん「スクラップ・アンド・ビルド」のW受賞で、110万部を記録しています。

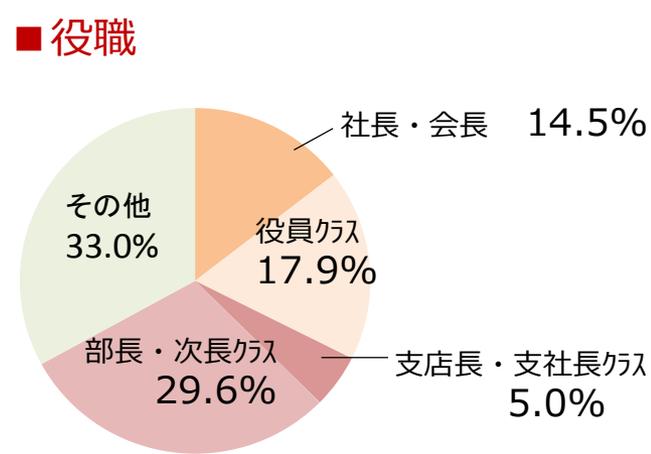
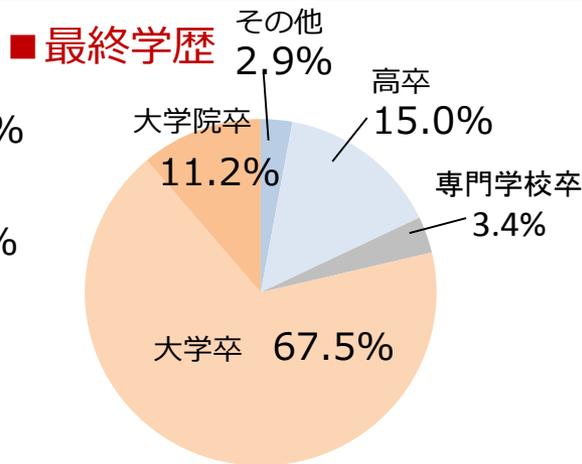
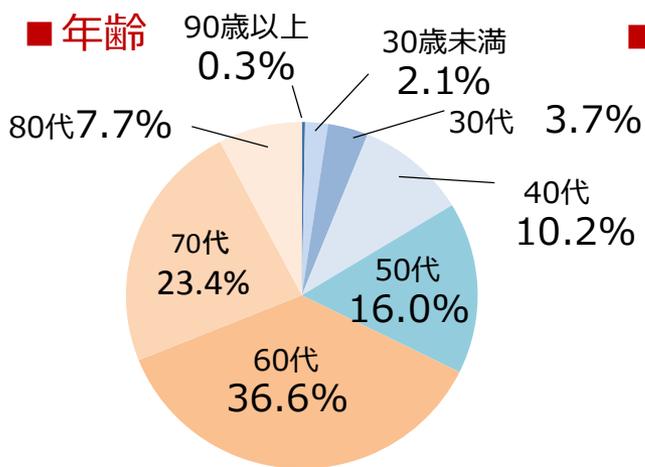
(データはいずれもビデオリサーチ・マガシーンおよびマクロミル読者調査より算出)



読者の社会的地位が高く、管理職が読むべき雑誌と認識されている「文藝春秋」誌上において、大学PR特別企画をご提案いたします。この超少子化社会の中、子供の入試や就職は一家を挙げての一大事と言っても過言ではありません。「文藝春秋」は、学生の進路に大きな影響を持つ親世代、経済的援助者である祖父母世代が読者の中心層です。また同時に、ニーズの高まりが顕著な社会人教育を希望する60代以上の層も読者全体の約7割を占めます。これらの層に向けて大きな発信力を持ち合わせているのは「文藝春秋」の他に例を見ません。



## 読者データ



## ① トップ対談

御校の理事長様もしくは学長様といったトップと、「文藝春秋」のネットワークの著名人との対談企画。自らに御校の独自性、取り組み、未来ビジョンなどをいかに語っていただき、学生を送り出す先の「社会」へ向けて広く深く訴求するものです。

御校トップ

理事長または 学長



×

作家

タレント

学者

文化人

教育者

## ② 学部・学科PR

御校の特徴が象徴されている学部・学科、新設で注目されている学部・学科を、担当教授・教員から紹介していただく企画。これから学校を検討する親・祖父母世代へのPRに加え、社会的な大学のブランディングをはかることができます（著名人との対談も可能です）。

教授・教員



### ③部活動PR

大学のブランディング、イメージ訴求として大きな効果を発揮する部活動。2020年に向けて注目を集めるスポーツに加え、音楽、演劇、伝統芸能など学校の特徴を象徴する部活動を担当の監督・部員から通えていただきます（著名人との対談も可能です）。

部活動  
監督・部員



### ④社会人大学PR

60代の定年後に、社会人大学を第2の人生として選ぶ方が年々増えてきています。自らのさらなる成長を求めるアクティブシニア層に向けて、御校の社会人大学制度のPRを行います。すでにリタイアされている方に加え、今後予想される団塊ジュニア世代の大規模リタイアに向けて、具体的な提案を発信することで、新しい大学の価値を高めていきます（著名人との対談も可能です）。

社会人大学  
担当教授・教員・学生



## 掲載料金

### カラー

4ページタイアップ	特別価格	500万円（税込）	※定価838万円
2ページタイアップ	特別価格	290万円（税込）	※定価419万円

### モノクロ

4ページタイアップ	特別価格	360万円（税込）	※定価540万円
2ページタイアップ	特別価格	200万円（税込）	※定価270万円

### 活版

1ページタイアップ	特別価格	99万円（税込）	※定価112万円
-----------	------	----------	----------

### 目次スペース（モノクロ）

1ページ純広	特別価格	50万円（税込）	※定価86.4万円 ※純広の場合は大学様で原稿のご制作をお願いします。
--------	------	----------	--

**※上記価格はすべて制作費込み、著名人出演料別途となります。ご了承のほどお願いいたします。**

### 【申込み締切】

**ご希望の掲載号の発売日2ヶ月前の10日までを目安にご検討ください。**

**例）掲載希望が9月号(8月10日発売)の場合は、6月10日までにお申込みください。**

※ただし2月号(1月10日発売)掲載希望の場合に限り年末進行のため、10月末日までにお申し込み下さい。

### 【お問合せ】

株式会社文藝春秋 メディア事業局メディア事業一部 文藝春秋チーム

電話 03-3288-6161/FAX 03-3239-5481 HP <http://koukoku.bunshun.co.jp/>

※本企画は、一般企業を対象としたものではありません。

# 金沢工業大学 KITキャンパスレポート

金沢工大生の現役大学生の実像をレポートする連載230回を数える好評企画。出身高校からいかなる理由でKITに進学したのか、大学生活でいったい何を学んだのか、社会に出てどんな道を歩もうとしているのか……。

就職内定先の社名まで具体的にレポートする徹底ぶり。活字の力でKITの大学力をアピールしています。

- \* あえて活版ページのなかに毎号掲載することで、連載記事のように愛読されています。
- \* 本広告の柳田さんは記事の中で「父が長年、文藝春秋を愛読していて、金沢工大はいい大学だと思っていた」と入学の動機を語っている。祖父母・両親世代の意見が、新入学生の入学動機に影響を及ぼしている一例。



柳田 茉子（らうでら まこ）  
金沢工業大学 工学部 化学科  
理系学部 新入学生 1年  
理系学部 新入学生 1年

## 行動力と積極性と好奇心。 それが留学へと導いてくれました。

「父が長年、文藝春秋を愛読していて、金沢工大はいい大学だと思っていたんです。応用バイオ学科は、バイオ工学、脳科学、遺伝子工学など、入ってから自分の専門を選べるというのがあって受験しました。また、何かしらこの形の留学を心にかけていて、今回の留学を活かして修士へ、もともと食品に興味があり、その分野の研究をしよう」と。

指導教授の尾関健二先生は清酒メーカー大関の出身。専門分野は麹菌や酵母などの発酵・醸造利用、発酵微生物の分子育種、機能性食品・化粧品素材の開発などである。とくに醸造（国産）に恩返しできるようにと種目的に日本酒の復権のプロジェクトに関わっている。

「尾関先生は、地域貢献など、いろんなことを幅広くやられています。知識が広いこと、学生との距離が近いところが魅力ですね。今の研究テーマは「αEGの食品応用」です。αEGというのは人の線維芽細胞に作用してコラーゲン産生を促進する物質です。これは日本酒特有の含有物で、なぜか北陸の酒には多いんです。」

研究室では、他にも小麦フスマの有用活用やレジスタントプロテインの研究なども行っている。これらを酒蔵といっしょに盛り上げて地域にも貢献していくことが、

研究室のテーマの「なのだ。」

「学生の好奇心をかき立てて可能性を広げてくれる大学です。それに学力に不安があっても、数多くの課題を出して全体を底上げしてくれました。ある意味で、入りやすく出にくいアメリカ式の大学かな。応用バイオ学科には自由配属制度というのがあり、学部一年次から興味のある研究室に入ったりして指導を受けることができます。自ら動けば教職員のみならずが全力でサポートしてくれます。」

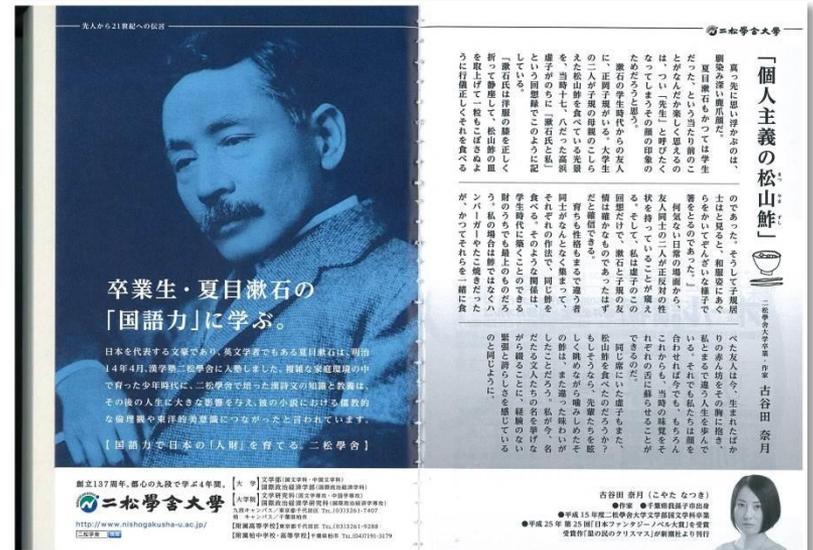
就職希望は、食品や醸造などの研究開発職で、新潟や石川の酒造メーカーも視野に入れている。いづれにしても、美味しく、美しく、そして地域との関係が就活のポイントのようなのだ。広く世界を視た目で、小さくとも豊かな社会があることに注目している。

**金沢工業大学**  
石川県野市町金沢5-1  
理系部 075-823-0810 内線2100

KIT  
キャンパス  
レポート  
文・池島二郎  
マーケティングディレクター

# 二松學舎大学 卒業生・夏目漱石の「国語力」に学ぶ。

小説に興味を持つ若者も手に取る  
芥川賞の発表号に、  
卒業生・夏目漱石を起用した広告を掲載。  
「国語力」で人材を育てている  
二松學舎大学の特徴を訴求しました。  
厚紙観音開きのスペースに純広告を掲載し、  
その対向ページに卒業生作家、  
古谷田奈月さんのエッセイを載せることで、  
読者の目を引き付けています。



# 明星大学 同級生交歓→教育の明星

月刊文藝春秋の名物コラム「同級生交歓」を読むと、「教育の明星大学」というキャッチコピーが現れる……。

同級生交歓は学び舎での出会い、経験、希望を語りあう、「教育」を想起させるページです。体験教育を要に、手塩にかける教育を掲げる明星大学が、その隣接ページ指定で広告を隔月掲載。受験生の親御さん、先生はじめ、学生の就職先となる企業幹部へ知名度アップを図ります。

\* 広告のモデルとなっているのは現役の学生で、「同級生交歓」に合わせて、あえてモノクロで掲載しています。



# 金沢大学 創基150年、自分の先へ、世界の先へ。

創立150周年に合わせて、金沢大学が取り組む重点研究プログラムを紹介する純広告を掲載。  
新しい研究領域の創出を目指すフロンティアサイエンス機構「FSO」で取り組む、「肝臓の新陳代謝」や「黄砂と環境動態」の研究内容を載することで、国立総合大学としての実力をアピールしました。

肝臓の新陳代謝に隠された生活習慣病予防のヒントを探る

黄砂の観察をとおし、環日本海域における環境を越えた環境動態を解明する

学びたいことを見つける。次の時代を動かすために。

金沢大学

# 早稲田大学

演劇博物館/會津八一記念博物館/歴史館PR

女優室井滋×演劇博物館館長

作家角田光代×會津八一記念博物館館長

2018年3月の歴史館オープンを契機に、改めて早稲田文化の結晶である博物館を紹介。大学OGである女優の室井氏と角田氏を迎え、学生時代に大学で学んだことを振り返っていただきながら、早稲田の魅力をアピール。



**室井 滋**  
女優  
「エンパクはわたしの原点」

早稲田大学 演劇博物館・會津八一記念博物館・歴史館  
**さあ、博物館に行こう!**

4月、華々たるデビューを迎える早稲田大学本部キャンパス。そこに、誰でも自由に楽しめる博物館が3つもあることをご存知ですか？博物館という「文化の現場」は、どれも一見の価値があります。

Photograph: Celina Mazoni / Image: Brent Day



**角田光代**  
作家  
「ドラマを讀み取る力」

早稲田大学 演劇博物館・會津八一記念博物館・歴史館  
**さあ、博物館に行こう!**

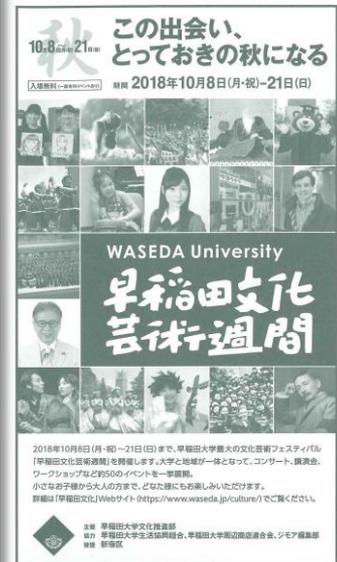
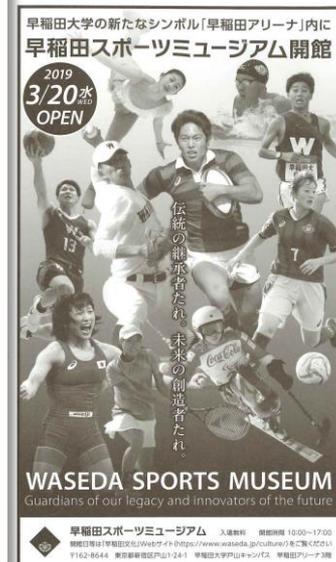
2018年3月20日  
**早稲田大学 歴史館オープン!**

早稲田大学で学んだこと、思い出したことを振り返っていただきながら、早稲田の魅力をアピール。

早稲田大学 歴史館  
〒169-8501 東京都新宿区早稲田3-4-1  
TEL: 03-3207-2381

# 早稲田大学 目次を活用した展開

雑誌を開いてすぐの、文藝春秋の雑誌の中でも注目率の高い目次スペースを活用した展開を実施。早稲田文化芸術週間や、ミュージアムウィークなどタイムリーに大学の催し物を告知。





# 文教大学 育ての文教。

第159回芥川賞授賞作家 高橋弘希氏と、  
第160回直木賞授賞作家 真藤順丈氏を  
生み出した文教大学。  
同じ時期に作家になることを夢見て、  
才能を開かせた2人を通して、  
建学の精神「人間愛」を伝えるPRを実施。



新しい個性から、新しい世界が生まれていく。  
第159回芥川龍之介賞受賞「送り火」高橋弘希。  
第160回直木三十五賞受賞「宝島」真藤順丈。  
ふたりも、文教大学文学部卒業生です。

中国語中国文学と日本語日本文学。  
学科こそ違いますが、同じ時期に越谷で学生生活を送り、  
同じ時期に作家になることを夢見たふたり。  
その才能を大きく花開かせました。  
私たちは、ふたりの活躍を、とても誇りに思います。  
建学の精神「人間愛」で、いちばんの答えを出し続けること。  
ひとりひとりの個性を尊重し、良さを最大限に引き出すこと。  
文教大学はこれからも、教育力でリードしていきます。

## 育ての、 文教。

### 文教大学

●文教大学（教育学部・人間科学部・文学部・情報学部・国際学部・健康栄養学部・経営学部）  
●文教大学大学院（人間科学研究科・言語文化研究科・教育学研究科・情報学研究科・国際学研究科）  
●教育専攻科 ●外国人留学生別科

## 大学寄付企画

2018年4月より大学への遺贈・寄付を募集する広告シリーズを展開。大学の奨学金制度や研究開発の取り組みを紹介し、興味を持った読者が、大学へ資料請求ができるハガキ付の企画。

### <実績大学>

青山学院大学、鹿児島大学、北里大学、大東文化大学、天理大学、東京都市大学、名古屋大学、明治学院大学、早稲田大学

特別広告企画

## 遺贈・寄付特集

[大学編]

学びたいと願う  
すべての若者へ

未来へつながる  
贈り物を

若い人材を育て、新しい知を生み出していく。  
大学はこれからの日本の未来を生み出す基盤だ。  
国の財政基盤が厳しい中、研究を深め、また東欧ある  
学生を育てていくには広く社会で支える必要がある。  
本特集では、遺贈や寄付制度を整備している5大学を紹介する。

青山学院大学  
大東文化大学  
天理大学  
北里大学  
東京都市大学

特別広告企画

## 遺贈・寄付特集

[大学編]

### 学び舎を支えることは、日本の未来をつくること

世界的に競争が厳しくなる中で、寄付や遺贈は、貴重な自主財源として、大学の運営を支えている。意欲ある学生にチャンスを与え、先人たちが構築してきた知の系譜を絶やさないためにも、今こそ支援が必要だ。寄付や遺贈の受け皿を整備している5校を紹介する。

鹿児島大学  
名古屋大学  
明治学院大学  
早稲田大学  
東京都市大学

企画書籍ページのハガキから、各大学の資料請求ができます