

文春オンライン

「映え」なくても読者の心を掴む
地域の魅力を発掘・発信する特集「移動編集部」



移動編集部

「文春オンライン」があなたの街に

株式会社文藝春秋

移動編集部 ～文春オンラインがあなたの街に～

たとえ「映え」なくても
読者の心を掴む勘所を提案します

文春オンラインは2017年のローンチ以来「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。フェイクニュースや、どちらかに偏った情報が溢れる時代に「丁寧に取材した事実」や「他では読めない本音」を読者に届けたいと考えています。

特集「移動編集部」は、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”を文春オンライン編集部が発掘する企画です。わかりやすい見所や映えスポットがなくても、人が生活を営んできた場所には、必ずその土地固有の物語があります。「読まれる記事」を届けるプロが、地方の魅力を発信する切り口をご提案していきます。

タイアップ記事の制作・掲載を通して、本企画では、文春オンライン編集部の記者が実際に街にお伺いします。滞在することで見えてきた「知られざる魅力」や「意外な名所」「アピールポイント」などの気づきを、自治体や企業の皆様にも共有させていただきます。

是非「移動編集部」企画を、地域の新たな魅力を発見するきっかけとしていただくと幸いです。



「移動編集部」 タイアップ広告事例① 崎山半島渚泊推進協議会様 能登半島



【大人の社会科見学】 能登半島・七尾市崎山地区 でガチの定置網漁船に乗り、 さらに豪快骨酒を味わう

- 能登半島のくびれたあたりに位置する石川県七尾市崎山地区
- 本物の大型定置網漁に同行できる極めて貴重な体験を取材
- 都会では滅多に食すことのできない地元の漁師飯を味わう。

<https://bunshun.jp/articles/-/36833>



「移動編集部」タイアップ広告事例②石川県小松市様 EATLAB



©上田順子

東京から移住して出産・子育て、そして起業... 35歳女性が石川県小松市を選んだ理由とは

コワーキングスペース「EATLAB」を立ち上げた瀬尾裕樹子さん

文春 「文春オンライン」編集部

2022/04/11

PR 提供：小松市



「多様な働き方」ができる自治体として、石川県小松市が全国1位にランキングされた。人口10万人以上の市と特別区について、東京大学と日本経済新聞が通勤時間など8項目を点数化したところ、合計がもっとも高かったのだ。

小松で働く魅力はどこにあるのか。出産を機に東京から移住し、フリーの編集者などとして働くかたわら、市内で初めてのコワーキングスペースを開いた瀬尾裕樹子さん（35）に話を聞いた。実は瀬尾さんは、非常にユニークな働き方をしてきた人だ。



その頃、東京でやはり『ビール女子』というタイトルで発信しようと考えていた同世代のグループが連絡をくれ、一緒になって私のブログをウェブメディアに発展させました。これが投資家の目にとまり、2014年にスタートアップ企業の事業部になりました。しかし、「1人事業部」の「1人編集長」という形だったので、とにかく忙しかったですね。スノーボードをする時間もなくりました。



©上田順子



出産後4カ月で思い切って小松市へ移住

——その後はフリーランスに転身されたのですか。

瀬尾 2年後の2016年、『ビール女子』を会社に置いたまま独立しました。ビールや食に関してウェブメディアに掲載する内容のディレクション（企画や制作指導）などに取り組み、さらに忙しくなりました。クライアントの期待に応えないといけないというプレッシャーもあって、円形脱毛症になったほどです。

一方、個人生活にも変化があり、大学時代に知り合った夫と結婚しました。夫はデータの分析やマーケティングの仕事をしていて、私と同じタイミングで独立しました。

東京から移住して出産・子育て、そして起業... 35歳女性が石川県小松市を選んだ理由とは

- 「多様な働き方」ができる自治体として、全国1位にランキングされた石川県小松市
- 出産を機に東京から移住し、市内で初めてのコワーキングスペースを開いた女性にインタビュー
- 小松市を選んだ理由や、地域での暮らしと仕事の両立、地元の支援による事業展開について深掘り



<https://bunshun.jp/articles/-/53114>

「移動編集部」タイアップ広告事例③島根県観光連盟様 島根県



丼、丼、丼...！ 島根県にて、思わず白飯をかきこみたくなる悪魔的な海鮮丼と出会った

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月中旬の萩・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。



「ゆうひパーク三隅」からの景色。目の前を山陰本線の列車が走る



ザ・山陰ブルー。四季に応じた変化も楽しめそう

イカは、プチプチとはじけるような食感

絶景を堪能したあとは、ご当地ならではのグルメで舌も楽しみたい。

丼、丼、丼...！ 島根県にて、思わず白飯をかきこみたくなる悪魔的な海鮮丼と出会った

- 羽田空港から1時間半のフライトで石見（いわみ）空港に到着。
- 海に面した石見の海鮮など、ご当地グルメを巡る。
- 店主のインタビューも交えながら地元の人の声も届ける。

<https://bunshun.jp/articles/-/51181>



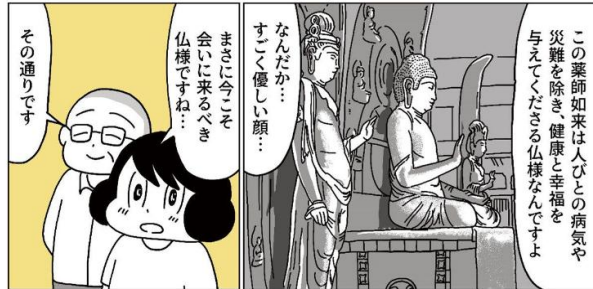
その他地域に関するタイアップ広告事例④JR東海様 奈良県

「修学旅行以来、20年ぶりに来てみたら…」大人になってからの奈良観光が楽しすぎてテンションがMAXになった

山本 さほ

2021/10/15

PR 提供：JR東海



[漫画を読む](#)

文春オンラインで『きょうも厄日です』を好評連載中の漫画家・山本さほさんが、修学旅行以来20年ぶりに奈良県を訪れました。歴史ある古都と旅して発見した、意外な自身のルーツとは.....!?



さらに漫画ではご紹介しきれなかった素敵なお土産。スポットもたくさんあります！

「修学旅行以来、20年ぶりに来てみたら…」大人になってからの奈良観光が楽しすぎてテンションがMAXになった

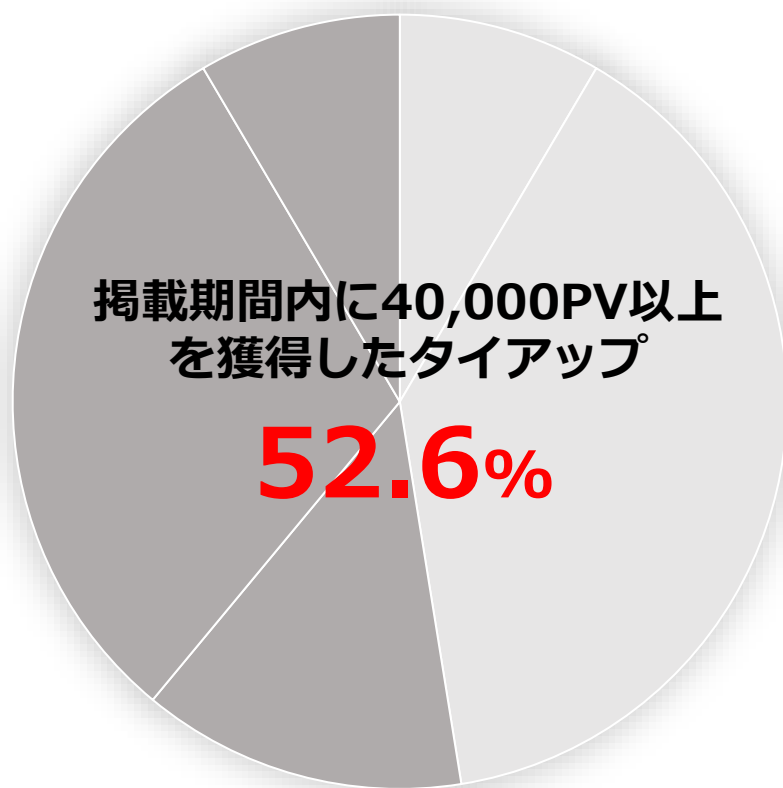
- 文春オンラインでも連載中の人気漫画家山本さほを起用。
- 「さほ」の由来となった奈良県に流れる「佐保川」を訪れに、修学旅行以来20年ぶりの奈良を観光する。

<https://bunshun.jp/articles/-/47924>



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

＼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

【文春オンライン】「移動編集部」タイアップ特別プラン

①オリジナルタイアップ

【タイアップ記事 1本ご出稿プラン】

「移動編集部」チームが実際に取材に行き、タイアップ記事を1本制作します。

トップページ
「SPECIAL」枠



誘導①

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 70万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



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	定価2,500,000円 2,000,000円 内訳) 掲載費: 1,600,000円 (G) 制作費: 400,000円 (N)	定価3,500,000円 3,000,000円 内訳) 掲載費: 2,600,000円 (G) 制作費: 400,000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※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。	

【文春オンライン】「移動編集部」連載プランのご案内

②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、連載形式で幅広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。

トップページ
「SPECIAL」枠



タイアップページ

誘導①

連載記事間の
相互誘導を実施

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 70万follower

※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)



連載特典
各回でアンケート
実施!

記事下アンケート

メニュー名	連載タイアップ	
料金	6,000,000 円 (G)	連載特典 150万円G 値引き
PV	3記事 合計 120,000PV【保証】 ※各記事 最低40,000PV【保証】	連載特典 合計PV増!
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。	

文春オンライン

【ご出稿特典】 全プラン共通【特集掲載】

通常のタイアップ誘導枠の他、「文春オンライン」の特集カテゴリ内にもタイアップ記事を掲出。編集記事が掲載されているページから、タイアップ記事に対する誘導を実施できます。

掲載特集バナー



備考

- ※特別誘導を実施する特集は原則「移動編集部」特集となります。
- ※特集名やバナーデザインは予告なく変更する可能性があります。
- ※特集ページ内の編集記事は、弊社にて親和性が高い記事を選定して更新を実施、もしくは新規に制作された記事を追加します。掲載する編集記事に対するご要望は承っておりませんので、ご承知おきください。
- ※タイアップ記事にはPR表記がございます。
- ※特集ページからの流入情報は原則としてレポート対象外とします。

特集ページサンプル



メディア概要

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

X

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



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。

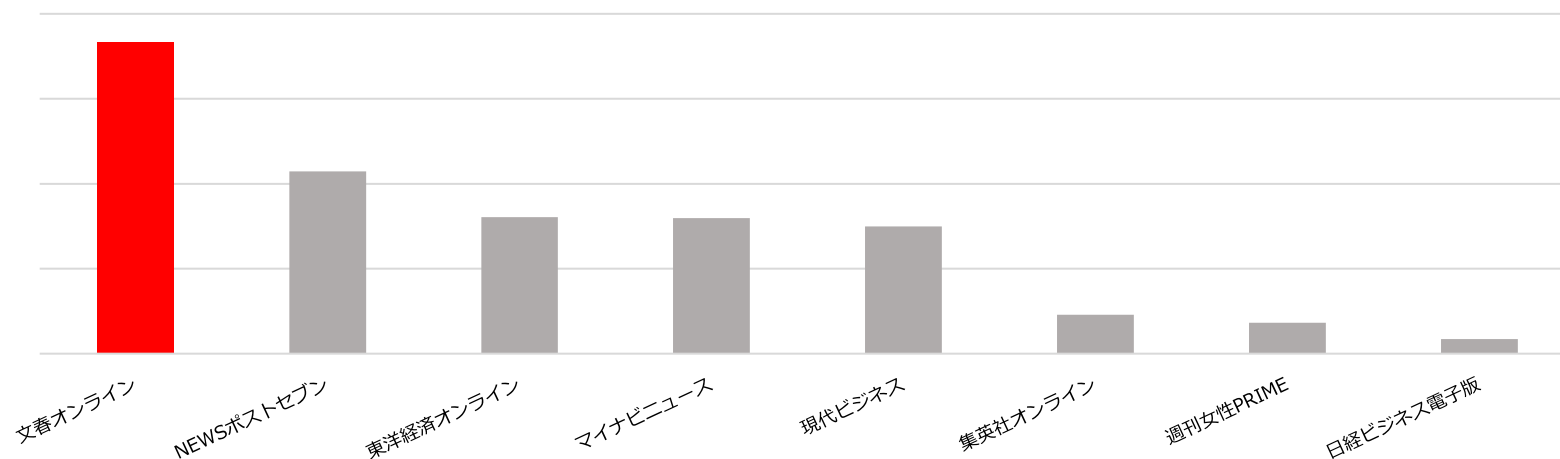
3

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

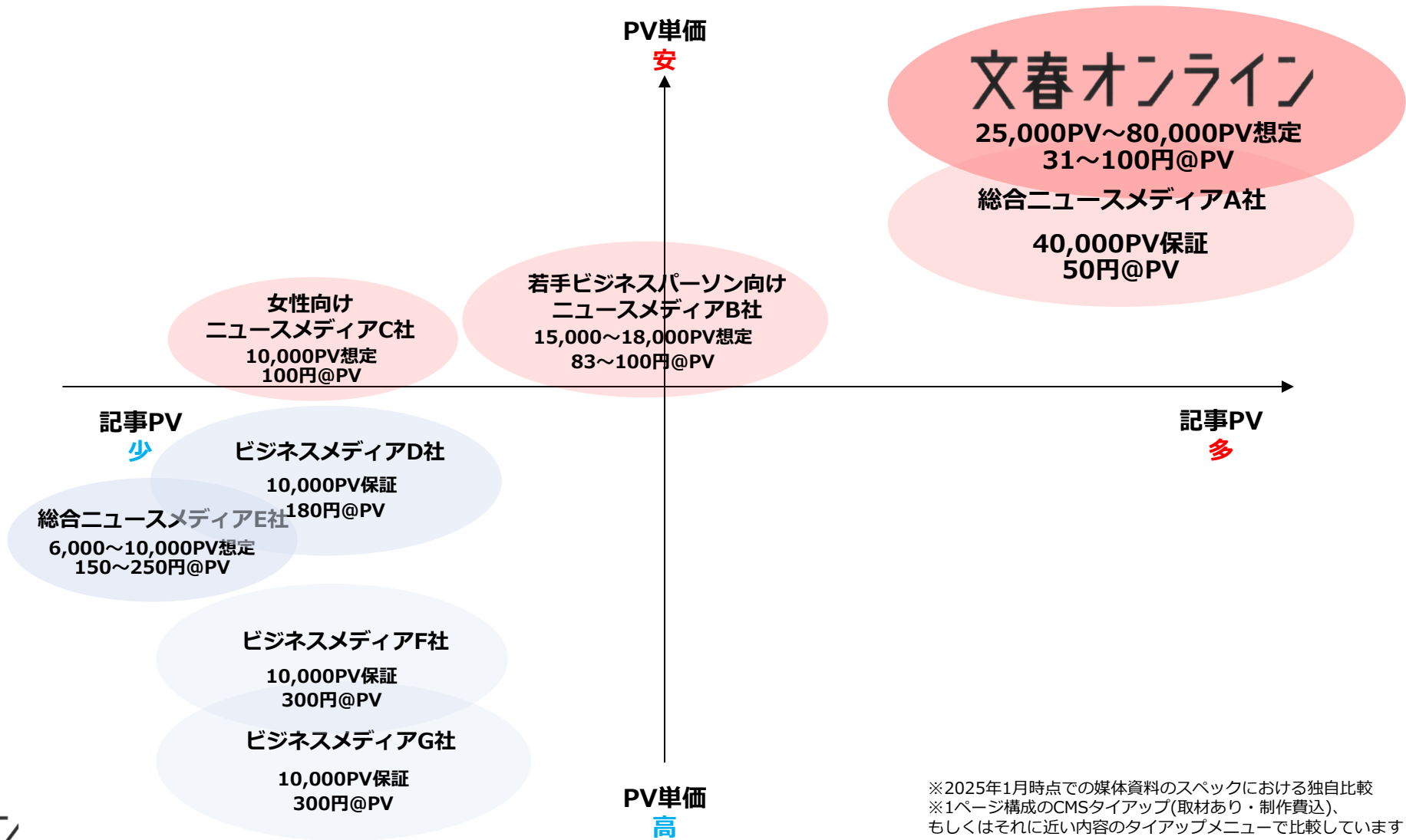
国内の主要ウェブメディア（ニュース・ビジネス系）とのPV比較



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

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

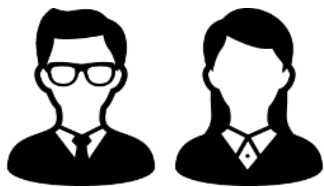


読者属性

主な読者はこんな人

Point

「知的好奇心」や「体験志向」が強く、発信力のある読者に多く支持されています



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



国内旅行やグルメへの 関心

国内旅行やグルメへの関心が高く、体験消費にも積極的



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

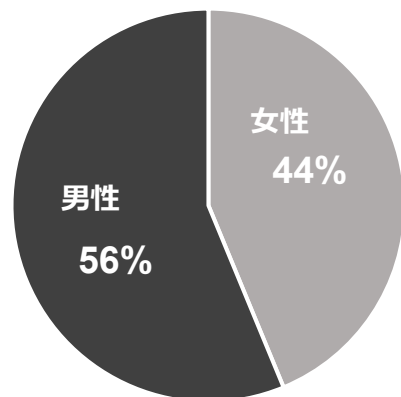


都市圏の居住率が高い

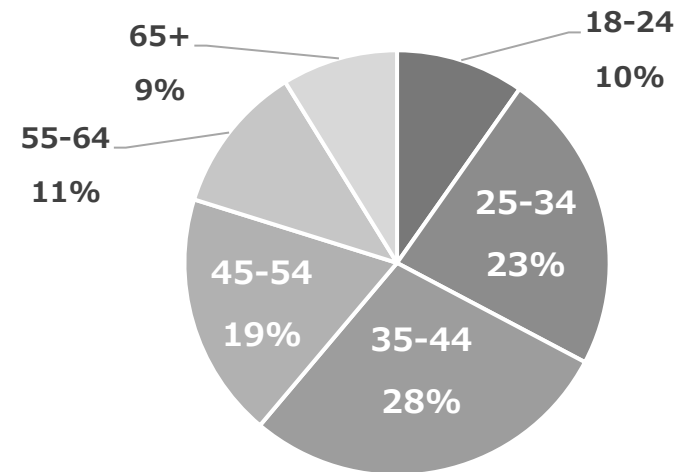
首都圏（関東）を中心に、関西・中京など主要都市に住む読者が多い

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

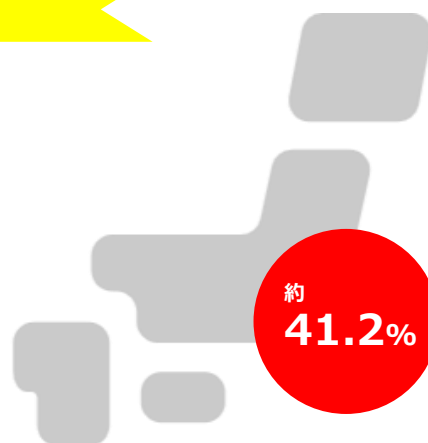
男女比



年齢層



居住地

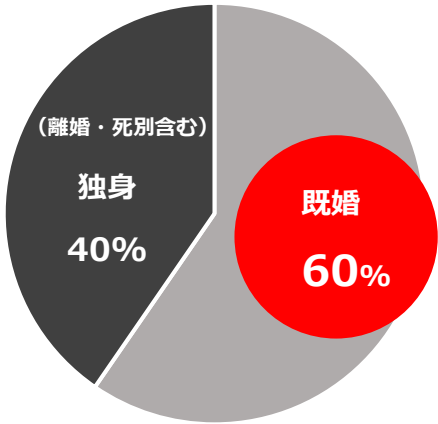


都市圏
(関東)居住率 4割以上

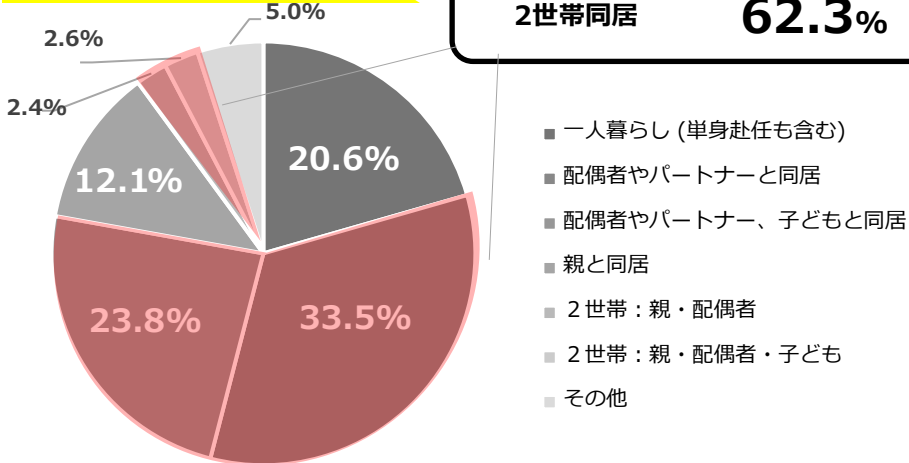
関東	:	41.2%
中部	:	17.3%
関西	:	16.3%
中国・四国	:	9.6%
九州・沖縄	:	5.7%
北海道	:	3.1%
海外	:	0.2%

既婚・持ち家のファミリー層から特に支持されています

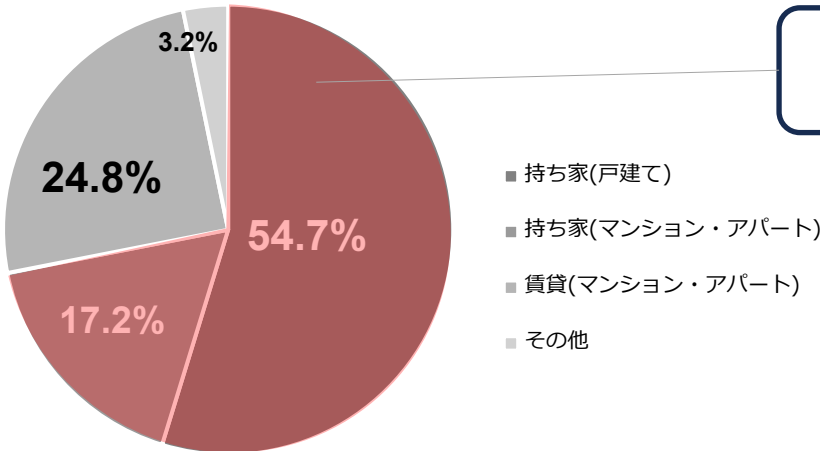
結婚



家族構成



住まい



持ち家率
(戸建て・マンション・アパート)

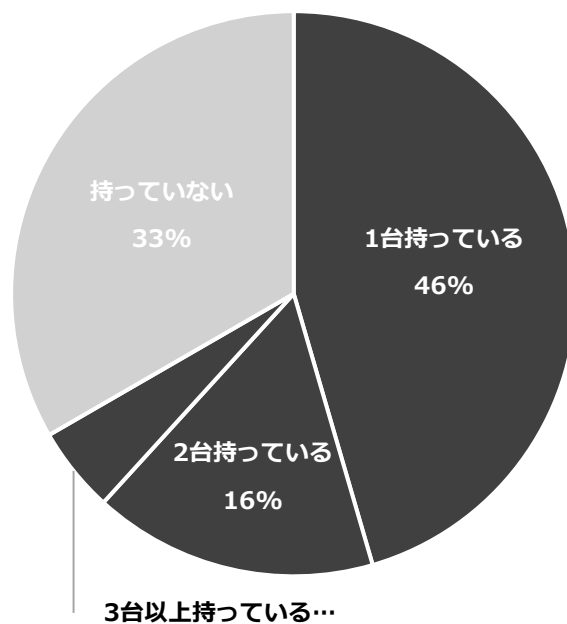
約
71.9%

- 持ち家(戸建て)
- 持ち家(マンション・アパート)
- 賃貸(マンション・アパート)
- その他

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

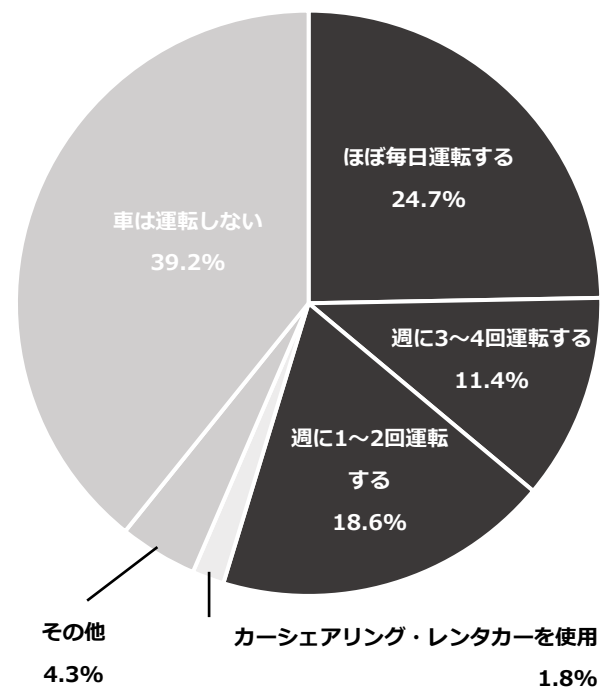
車について

□ 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%**

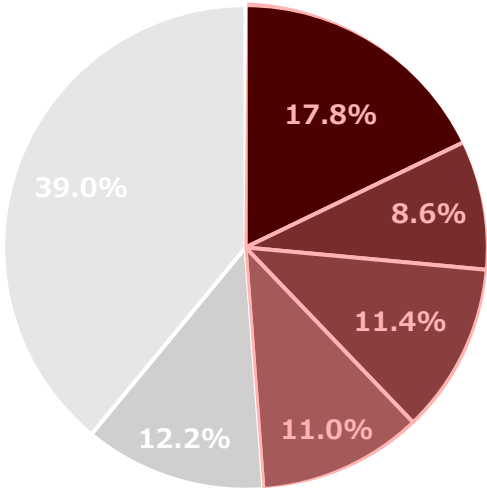
日常的にお酒を楽しむユーザーが約半数。よく飲むお酒の第一位はビールです

お酒について

□ お酒を飲む頻度

週に1回以上
お酒を飲む

約
半数



- 毎日
- 週4～5回
- 週2～3回
- 週1回程度
- 月に数回
- お酒は飲まない

□ よく飲むお酒

1 位

ビール

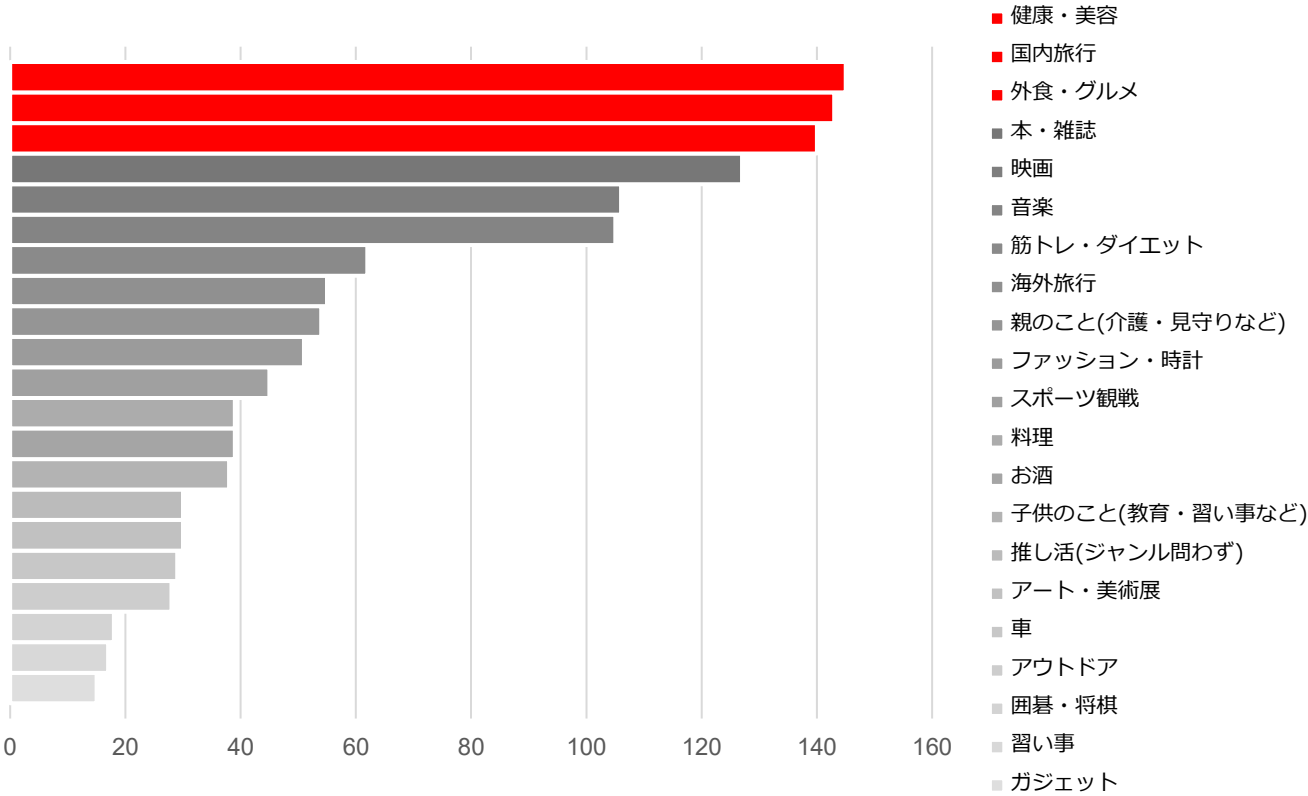
- 2 位
- チューハイ
- 3 位
- ワイン
- 4 位
- 焼酎
- 5 位
- 発泡酒

※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

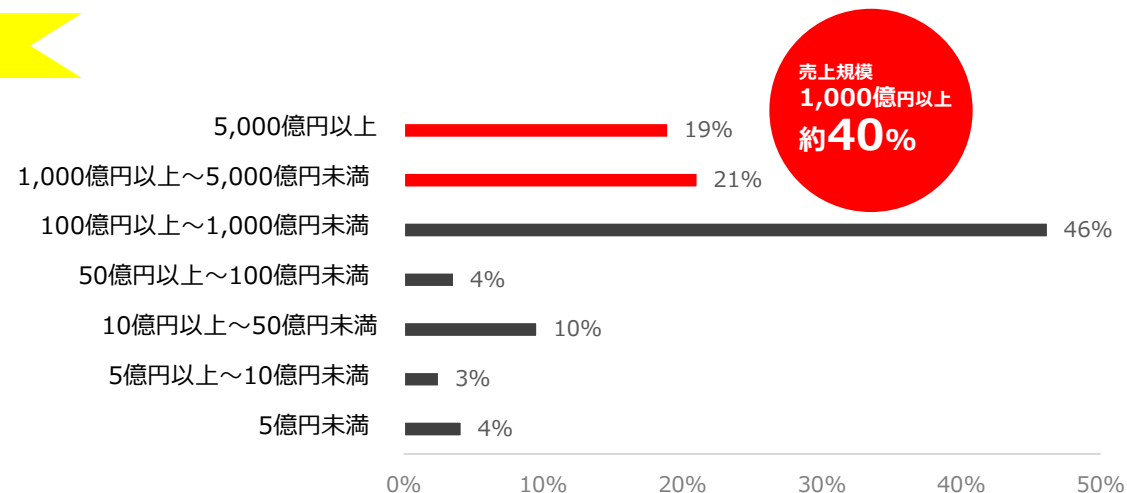
健康・美容 / 国内旅行 / 外食・グルメ がトップ3



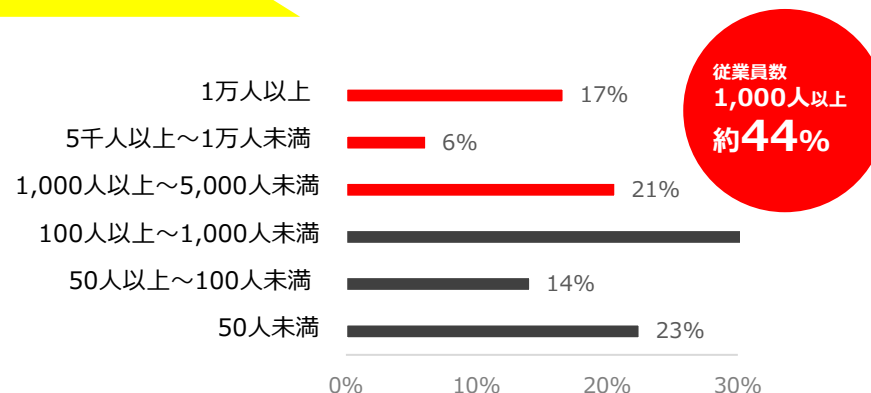
※上記の選択肢から3つまで選択

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

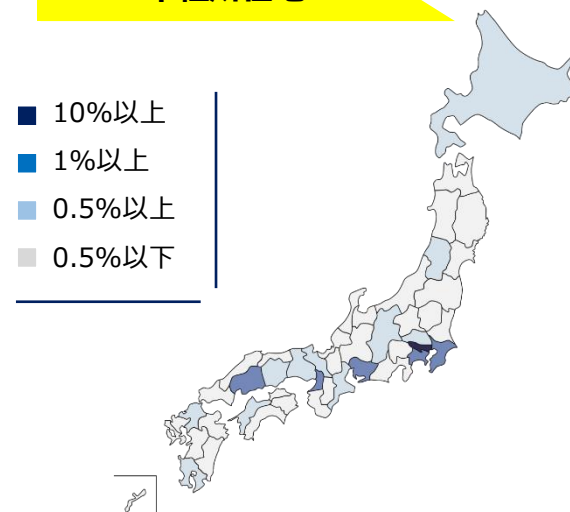
売上規模



従業員数



本社所在地



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