

# 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”的魅力、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けますと幸いです。

# 「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

文春オンライン

電子版101 メニュー

検索 ランキング スケープ コミック 遊戯文春 文藝春秋

検索 移動編集部



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

これぞ大人の社会科見学・充電版!?

文春 「文春オンライン」編集部 2020/03/21

PR

観光化された「ニッポン文化」があふれかえる昨今、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、日本の魚文化を支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、漁業の現場を目の前で体感できる場所があるのだ。



## 【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>





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なりました。



## 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堀り

<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年を通じて比較的おだやかだという。



「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だ

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りました。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」の由来に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。

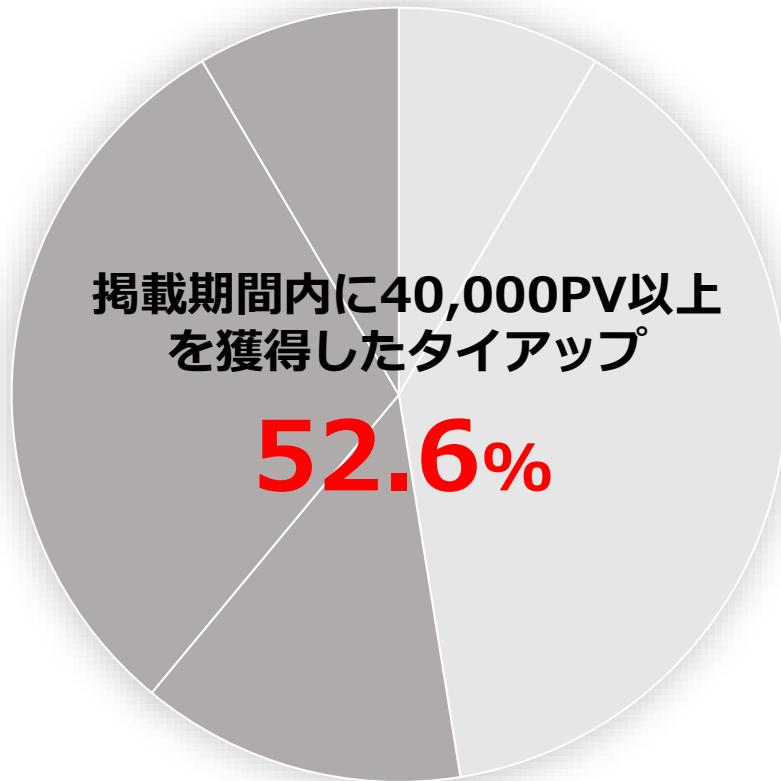
<https://bunshun.jp/articles/-/47924>



# 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

# 【文春オンライン】「移動編集部」タイアッププラン詳細

## 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

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



※メールマガジン内ローテーション

4万人 70万follower

※1回ツイート

誘導④⑤

文春オンライン

### 【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。

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：1,60,000円 (G)  
制作費：400,000円 (N)

PV

30,000～80,000PV【想定】  
※最低25,000PV【保証】

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)

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。

# 【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

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



※メールマガジン内ローテーション  
※各記事1回 / 合計3回ツイート

「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。

タイアップページ



誘導①

#1 #2 #3

連載記事間の  
相互誘導を実施



誘導②



誘導③



誘導④⑤



※メールマガジン内ローテーション  
※各記事1回 / 合計3回ツイート

記事下アンケート

文春オンライン

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 100,000PV 【保証】  
※各記事 最低30,000PV 【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）

※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。

# 【文春オンライン】Yahoo!ニュースW掲載プランのご案内

## 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



保証を大きく上回るPV獲得実績が複数！

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→

第一弾 詳細

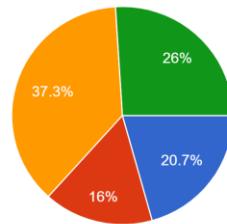
# 【連載プランご出稿特典】アンケート調査どちらかを各回無償提供

## 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。

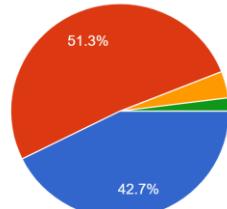
※設問イメージ

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



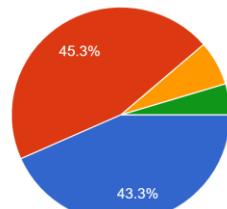
- 知っていたし、現在使っている
- 知っていたし、以前使っていた
- 知っていた
- 知らなかった

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



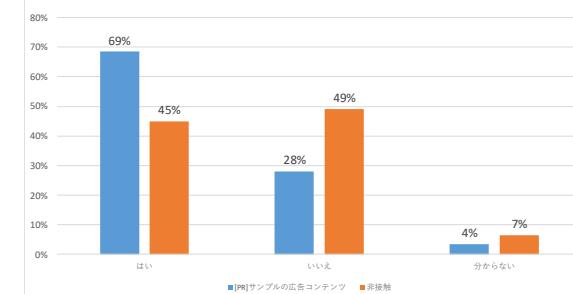
- とてもそう思う
- そう思う
- あまりそう思わない
- 全くそう思わない

## ブランドリフト調査 200,000円(N)~

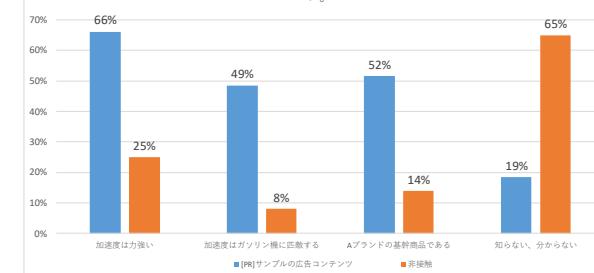
属性情報以外に4問まで設問設置可能。強制接触により、記事の接触者と非接触者へのアンケートを実施し、コンテンツ接触で「認知」「理解」「好意度」「利用意向」が向上したかを可視化いたします。

※設問イメージ

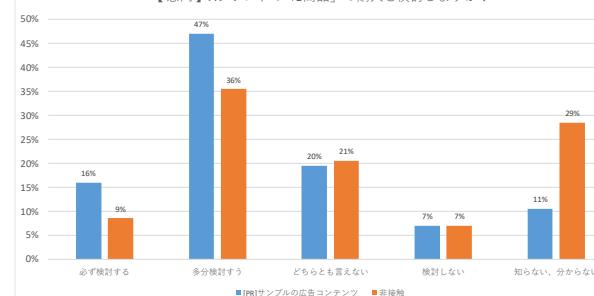
【認知】あなたはAブランドの「B商品」を知っていますか？



【理解】Aブランドの「B商品」について当てはまるものを全てお答えください。



【意向】Aブランドの「B商品」の購入を検討しますか？



## 【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



### 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 **3億8768万8572 PV**

2024年12月19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

**3372万1539 UU/月**

外部含むPV

**6億4652万9422 PV/月**



**703,634 フォロワー**

※2024年12月19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3.8億（※） 「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 Analytics2024年1月～2024年3月実績

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……。オンラインビジネス、プライベートを問わず、読者が「知りたいこと」に答えます。

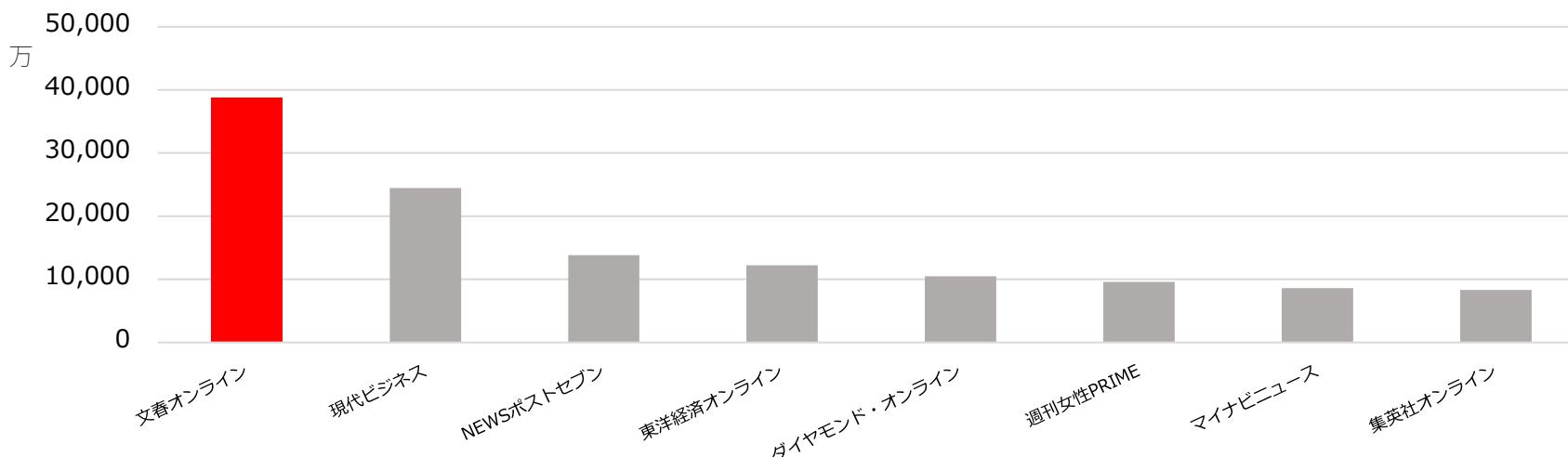
3

### 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

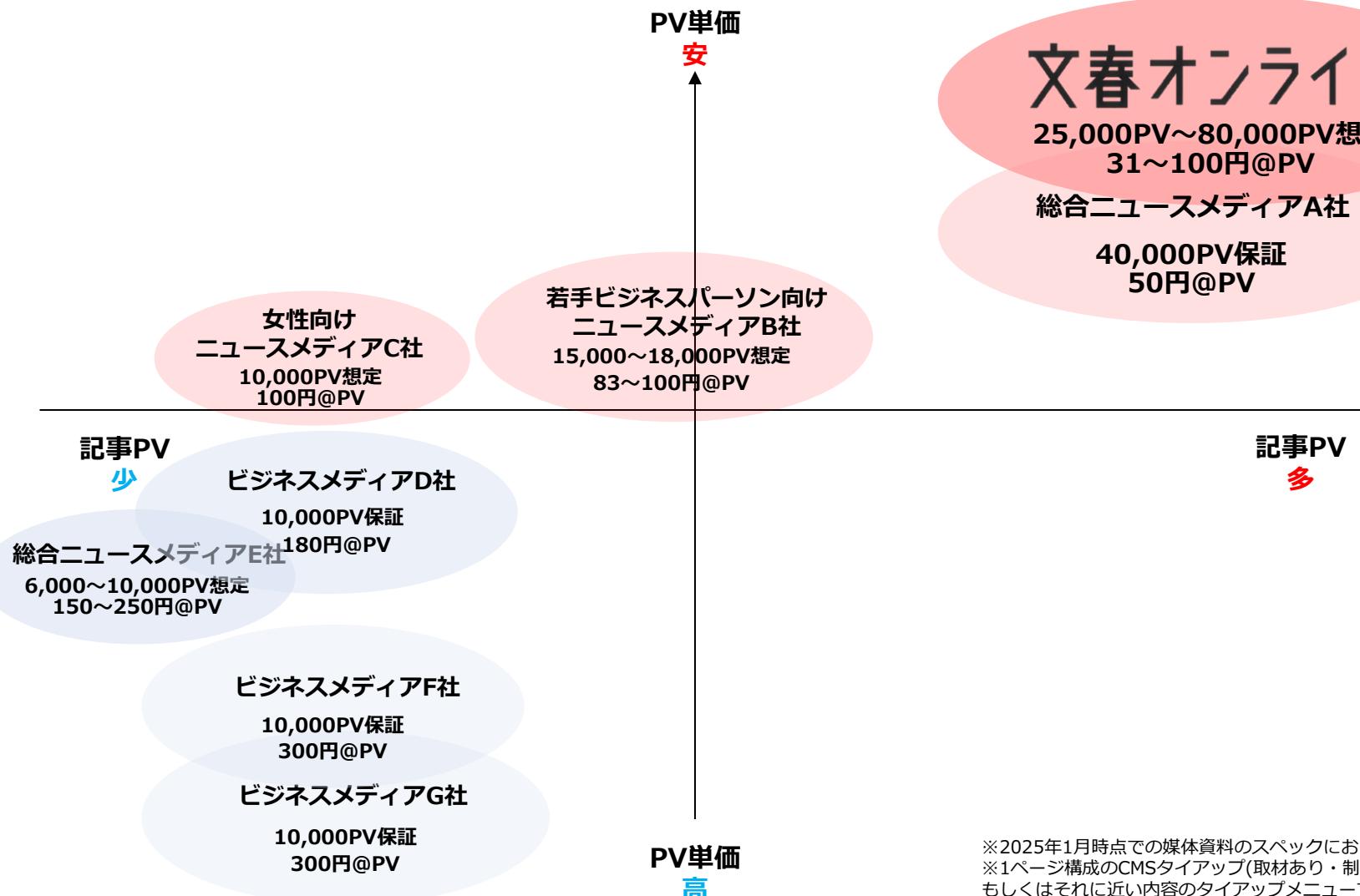
### 国内の主要ウェブメディア（ニュース・ビジネス系）とのPV比較



# 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！！



## Point

「トレンド」「独自のコンテンツ」「ニュース」の3本柱で月間3372万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**3372万uu**の読者



# 讀者屬性

# 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

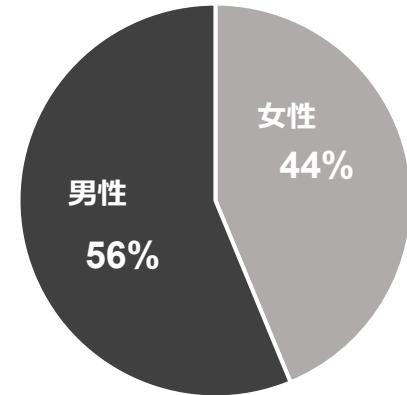


## 都市圏の居住率が高い

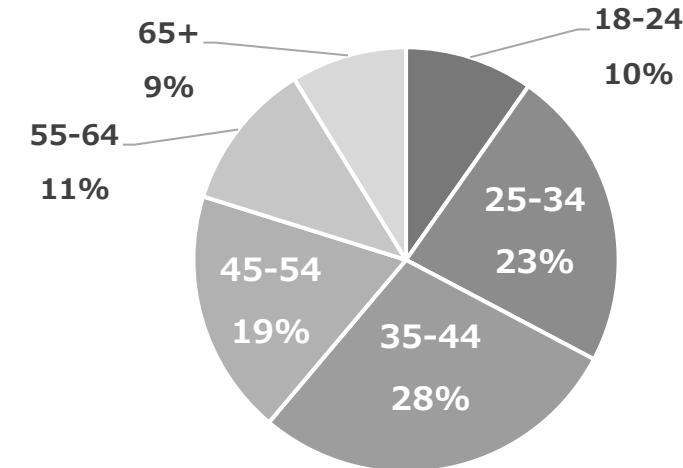
首都圏(関東)を中心に、関西・中京など主要都市に住む読者が多い

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

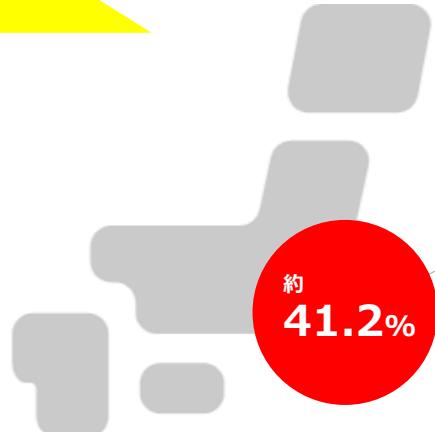
男女比



年齢層



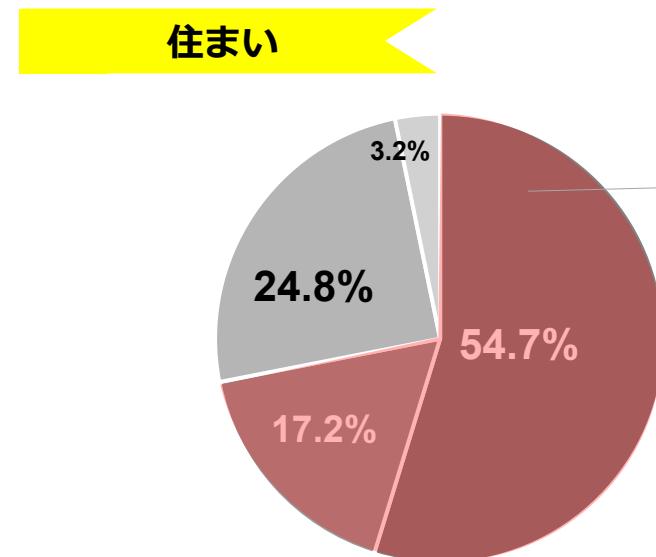
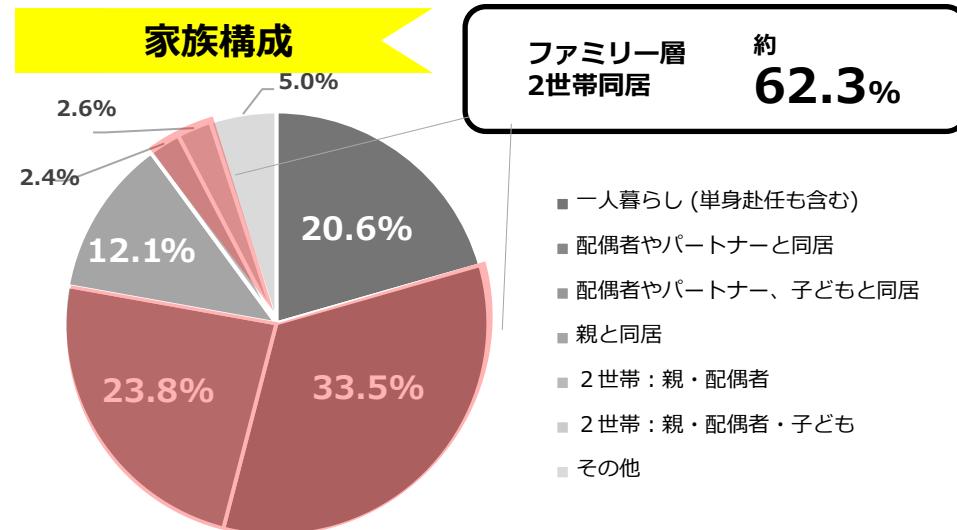
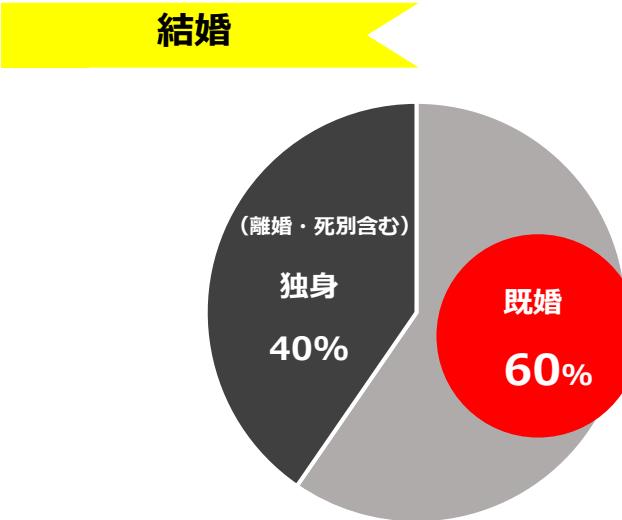
居住地



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

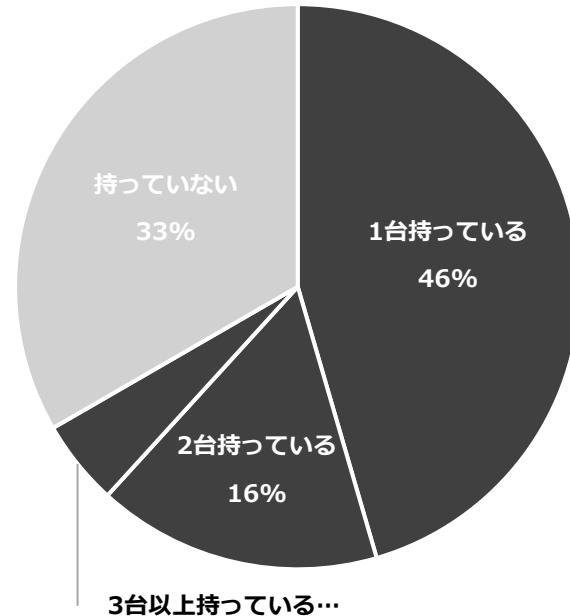


**持ち家率  
(戸建て・マンション・アパート)** 約 **71.9%**

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

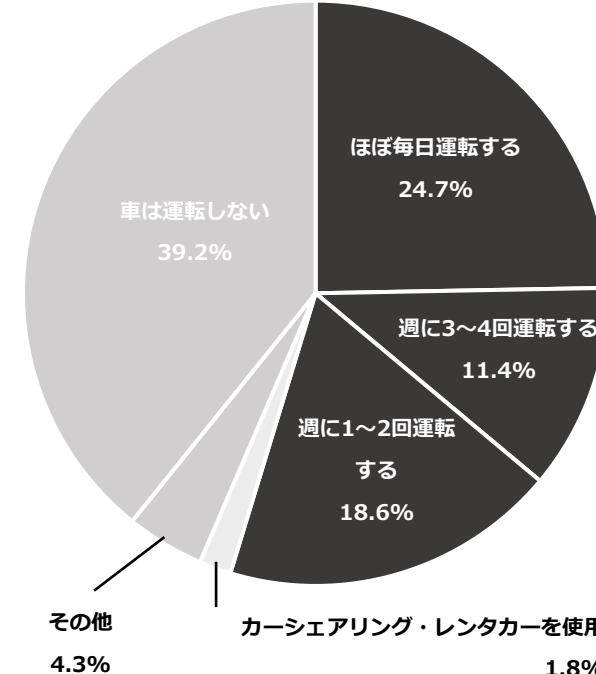
## 車について

□ 自家用車の保有数(世帯あたり)



自家用車の 約  
保有率 **67%**

□ 運転の頻度

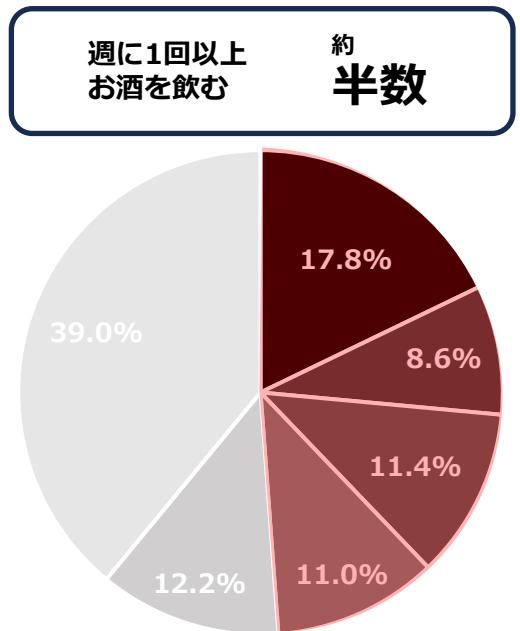


週に1回以上  
運転するユーザー 約  
**54.7%**

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

#### 1位 ビール

- 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

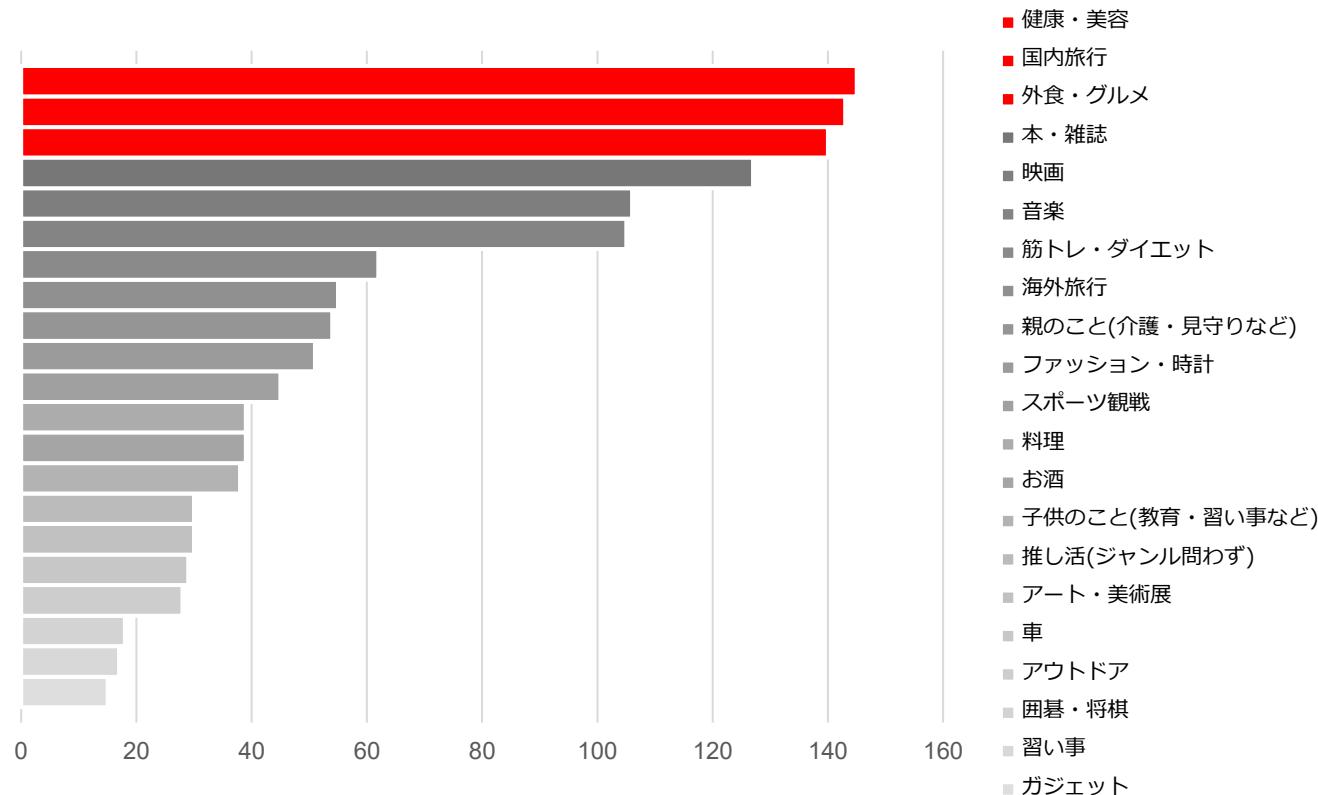
- 2位 チューハイ  
3位 ワイン  
4位 焼酎  
5位 発泡酒

※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

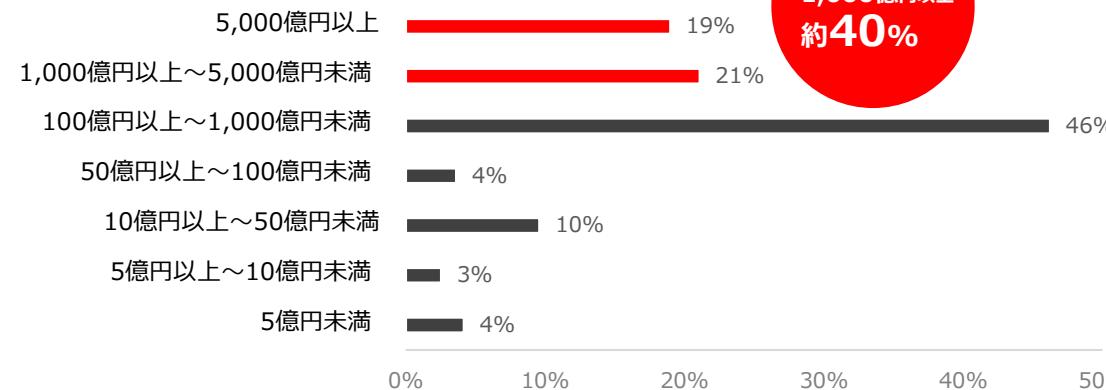
### 健康・美容 / 国内旅行 / 外食・グルメ がトップ3



※上記の選択肢から3つまで選択

オンライ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



売上規模  
1,000億円以上  
約40%

## 従業員数



従業員数  
1,000人以上  
約44%

## 本社所在地

- 10%以上
- 1%以上
- 0.5%以上
- 0.5%以下



タイアップ広告のお問い合わせ

[ad.bunshun-g@bunshun.co.jp](mailto:ad.bunshun-g@bunshun.co.jp)

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 相田・飯盛