

広告料金

タイアップ制作費1ページにつき300,000円

スペース	金額(円)	寸法(mm)天地×左右	線数
表4 4色1P	2,400,000	241 × 172	切 175
表2見開き 4色2P	3,900,000	257 × 364	
特表2 4色1P	1,950,000	257 × 182	
表3見開き 4色2P	2,900,000	257 × 364	
4色 1色 特表3 4色1P	1,450,000	257 × 182	切 133
4色1P	1,850,000	257 × 182	
4色タテ 1/3P	770,000	243 × 55	
4色ヨコ 1/5P	400,000	50 × 170	
1色1P	1,080,000	257 × 182	切 133
1色タテ 1/3P	440,000	243 × 55	
1P	650,000	217 × 145	枠 85
ヨコ 2/5P	280,000	82 × 145	
タテ 1/3P	250,000	217 × 50	
ヨコ 1/4P	170,000	50 × 145	
目次下ヨコ 1/5P	155,000	38 × 155	
ヨコ 1/5P	140,000	38 × 145	
突出	120,000	82 × 50	
ハガキ(1色+1色)	2,100,000	150 × 100	切 133

※表4は右上隅に天地10mm×左右55mmのロコスペース有り ※4色・1色のセーフティは天地各4mm、左右各10mm(見開き原稿は左右各12mm)
 ※活版の見開きサイズは天地217mm×左右320mm、中心余白30mm、枠必須

● 締切

通常号申し込み受付締切……………発売4週間前まで
 4色・1色入稿締切……………発売14日前
 活版入稿締切……………発売9日前
 ※合併号の後は締切が繰り上がりますのでご注意ください。

● 二次展開事例

文春オンラインへの転載
 (月間PV3億6000万UU3800万)^{*1}



*1 2020年4月~6月実績

dマガジンへの転載
 (月間UU207,563)^{*2}



*2 2019年7月~12月 NTTドコモ提供

抜き刷り・冊子への転載・制作



広告主ウェブサイトへの転載・制作



株式会社 文藝春秋 メディア事業局メディア事業一部
 〒102-8008 東京都千代田区紀尾井町3-23

●TEL. 03-3288-6163 (進行担当直通) ●FAX. 03-3239-5481 (メディア事業局直通)
 ●文藝春秋メディア事業局ウェブサイト <http://koukoku.bunshun.co.jp>

週刊文春

Media Data

週刊文春は60周年を迎えました

人は自己利益のために完全に合理的に意思決定する。
 経済学の前提だったこの概念があてはまらないことが、
 研究の結果、わかってきました。

その成果は2017年のノーベル経済学賞を受賞したほどです。

人間は合理的に行動するわけではない——。

「週刊文春」は、そのリアルをよく知っています。

地位も名誉もある人々が犯す「過ち」「ウソ」……。

人間界は、「コスパ」のあわない行動に満ちています。

でも、だから人間は面白い。愛おしい。

「週刊文春」は、こうした人間の営みを、1959年4月から見つめてきました。

2018年12月には3000号、2019年には創刊60周年を迎え、

2020年に入ってから3回の完売を記録しています。

地を這う取材で積み上げたファクトによる「特集記事」、

さまざまな角度から柔らかく今を描く「連載」、

ニュース、女優、料理、ファッションの今週を切り出す「グラビア」。

ご覧いただければわかるように、そこには人への好奇心が満ちています。

そして、時代を映す鏡になっているはずです。

ビッグデータではわからない「時代」の胎動。

後追いではなく、世の中を半歩先じて知りたいなら「週刊文春」を。

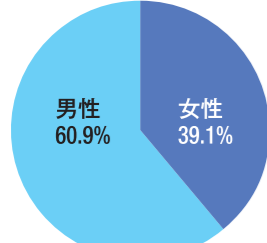
そんな思いで、今週も人間を追いかけます。

第21代週刊文春編集長 加藤晃彦

創刊60周年を迎え、名実ともにNo.1の雑誌です。

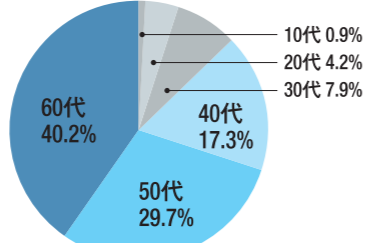
読者データ

男女比



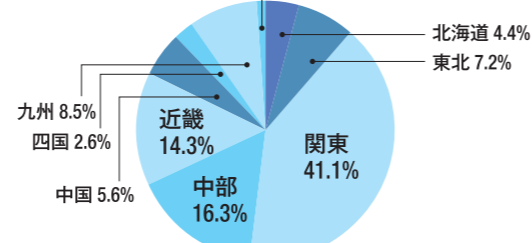
家庭に持ち帰れる週刊誌として
ご夫婦で愛読されています

年齢構成



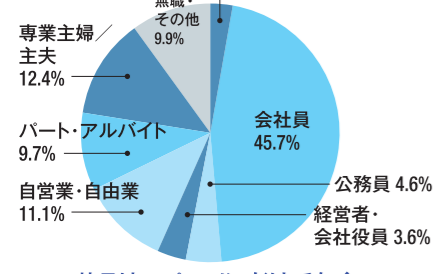
読者層の中心は
社会的地位の高い中高年世代です

配本地域



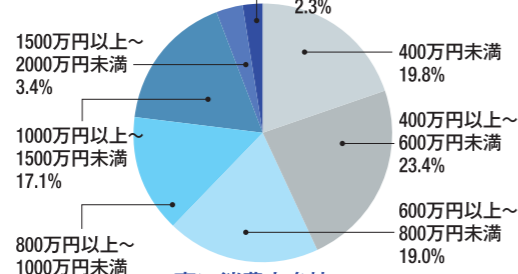
大都市を中心として
全国に読者がいます

職業



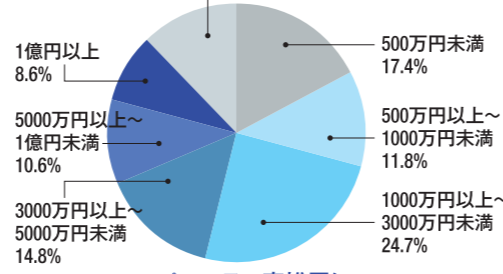
サラリーパーソンだけでなく
経営者や自営業者にも支持されています

世帯年収



高い消費力を持つ
世帯が読者です

資産額



アッパーマス~富裕層に
リーチできる媒体です

出典:男女比・年齢構成はビデオリサーチMAGASCENE/EX、配本地域は2017年7月6日号実績、職業・世帯年収はマクロミル調査、資産額は資産運用・相続特集読者アンケート

掲載事例

the style



上質な写真と
確かなセンスで読者から
長年愛される
ファッション特集です。

the style plus



the styleのフォーマットを
生かして、クライアント様の
商品を紹介する
タイアップ企画です。

齋藤薫の 人間・見た目学



女性誌で引っ張りだこの
美容ジャーナリスト、
齋藤薫さんを起用した
タイアップ企画です。

Bunshun PLUS



広告の対向面・隣接面に、
ご希望のテーマに沿った
記事を掲載します。

おいしい健康学



食品の持つパワーや
健康作用を紹介する、
食と健康の
広告企画です。

医師に訊く 病気のリスクと 対策



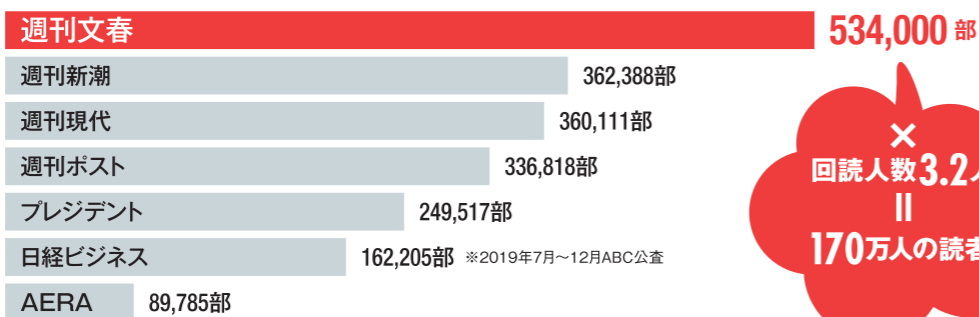
医師が読む一般誌
ランキングNo.1の週刊文春で、
医師と患者両方に訴求する
医療啓蒙タイアップです。

部数比較

競合誌との 印刷部数比較

週刊誌・月刊誌を含め他誌を
凌駕する圧倒的印刷部数!

出典:2020年1月~3月
日本雑誌協会印刷証明付き発行部数

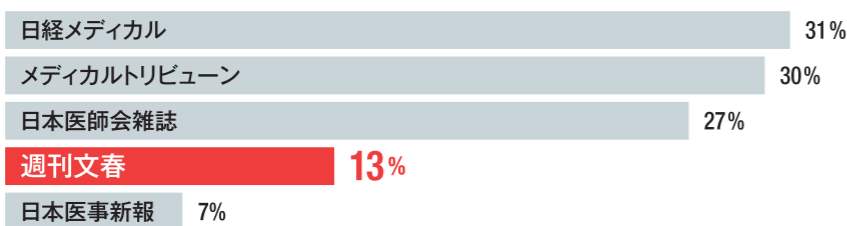


×
回読人数3.2人
||
170万人の読者!

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

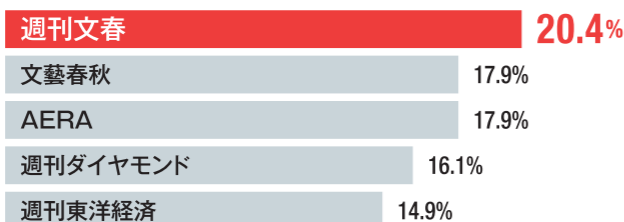
※出典:Doctor Media Research 2016



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



ハガキ付き資料請求企画

各社150件~800件超の資料請求がある大人気企画です。

資産運用・相続企画

豊かな資産・高い収入を持つ読者、退職金の運用
などに悩む世代の読者向け、資産運用や相続の
ためになる情報をわかりやすく伝えます

住宅・住宅設備企画

持ち家率が約8割の読者に向けて、魅力的な住宅
や進化した住宅設備の紹介、日々を快適におくる
ためのリフォームの提案をいたします

高齢者住宅・介護企画

老後や介護の不安を抱える読者に向けて、いざと
いう時の選択肢となる高齢者向け住宅や介護用
品、安心して過ごすためのサービスを紹介しします

遺贈・寄付企画

社会貢献意識の高い読者に向けて、資産を慈善団
体やNPOに贈るためのハウツーや、遺贈・寄付、税
控除の具体的な流れについて解説します

不動産・土地活用企画

所有する不動産や土地の活用法に悩んでいる読
者、不動産を投資先として活用したい読者に税制
や法律、最適な運用法を紹介しします

補聴器・認知症企画

「聞こえ」の不安・不調を感じ始める読者に、日々
進歩する補聴器の最新事情を伝え、「聞こえ」と
認知症リスクの関係をひも解きます

広告への反応

読者の声	
「格調が高い」(62歳・男性)	「高品質の商品を紹介している印象」(55歳・男性)
「週刊文春に載っていると信頼の置ける広告だと思える」(62歳・男性)	「タイアップ広告にも読みごたえがある」(52歳・男性)
「通読・精読を妨げない印象的な広告が多く好感が持てる」(41歳・男性)	「週刊誌売り上げNo.1ということが納得できる広告がほとんどで見ていて楽しい」(51歳・女性)

広告主の声	
「出稿後、週刊文春を店頭で持参して「これが欲しい」という人が増えた」(アパレル)	「数ある雑誌の中でももっとも優先順位が高い媒体が「週刊文春」」(食品メーカー)
「広告誌面で読者プレゼントを実施したら、想定をはるかに超えるレスポンスがあった」(アパレル)	「男性用化粧品のタイアップを掲載したら、90件以上の問い合わせがあり、媒体力の強さを感じた」(化粧品メーカー)
「資料請求企画に協賛したら、一戸5000万円以上の成約につながった」(ハウスメーカー)	「数千万円の寄付がよせられ、富裕層の絶対数が多いことを実感した」(NPO法人)