Tokyo Calendar 𝕏 sponsorship package

About Tokyo Calendar

グルメ＆ライフスタイルを通じて、
お客様の人生を艶やかに。

読者は、ビジネスシーンでも、遊びでも、東京の最先端トレンドを謳歌している一流の大人たち。
そしてそれを目指す次世代リーダー。
より豊かで、艶やかな人生を送ることを目指す大人たちにむけて、
自らがレベルアップしたくなるコンテンツやサービスを提供し、
一流の大人への成長を後押します。

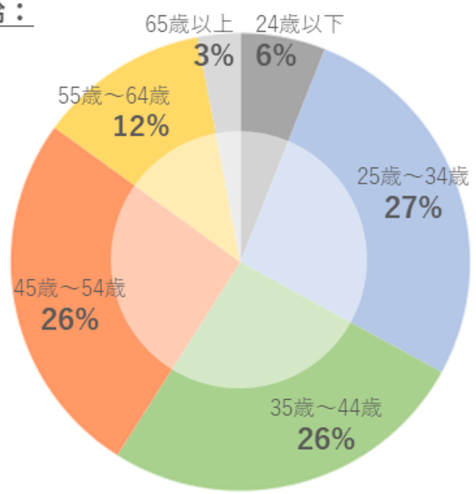
読者属性①

＊データ出典：自社アンケートより

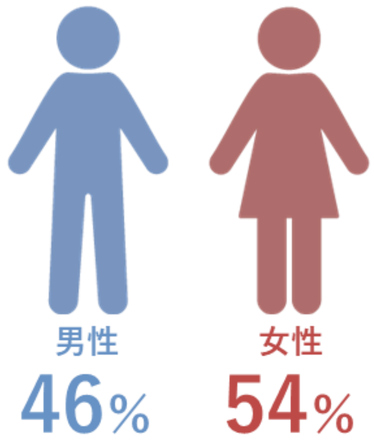
首都圏に住み、高い年収を得る、20代後半-40代の現・次世代リーダー層の男女

WEBメディアという特性から、**全国各地に読者**を抱えております。

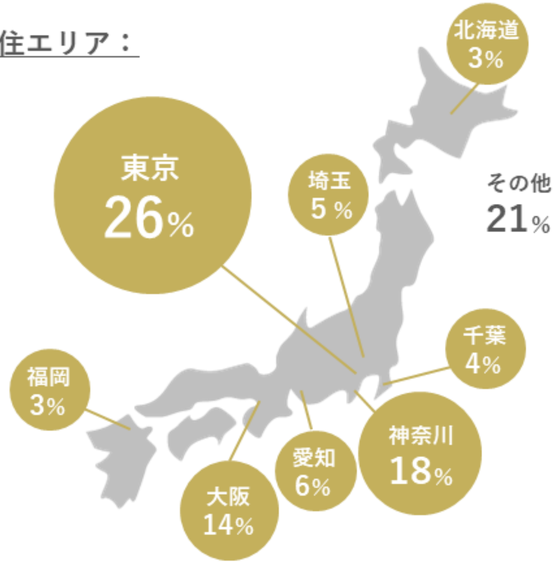
年齢：



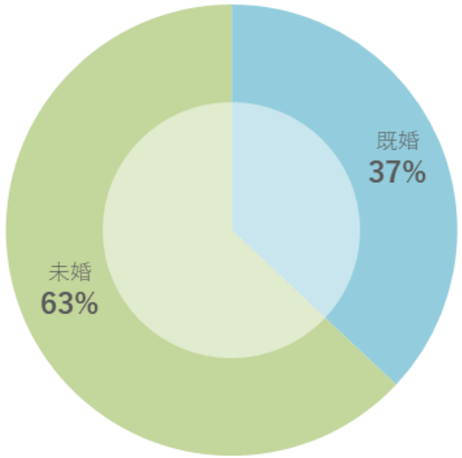
性別：



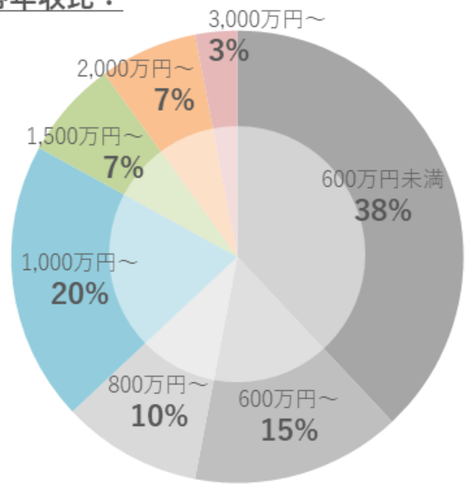
居住エリア：



未既婚：

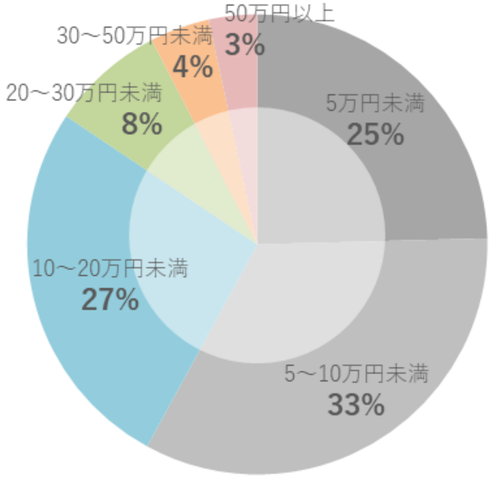


世帯年収比：



全国の平均世帯年収は**約546万円**。
東京カレンダーWeb読者世帯平均年収は**約1,020万円**

1か月間小遣い：



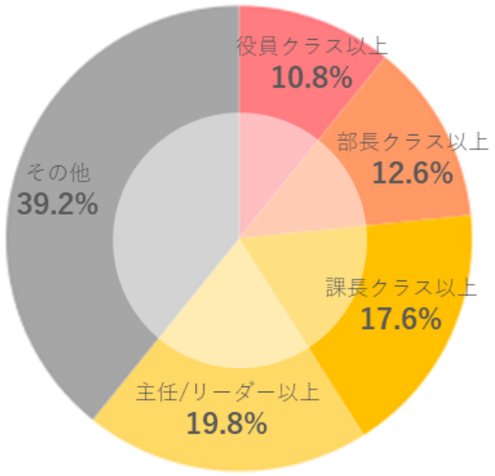
読者属性②

＊データ出典：自社アンケートより

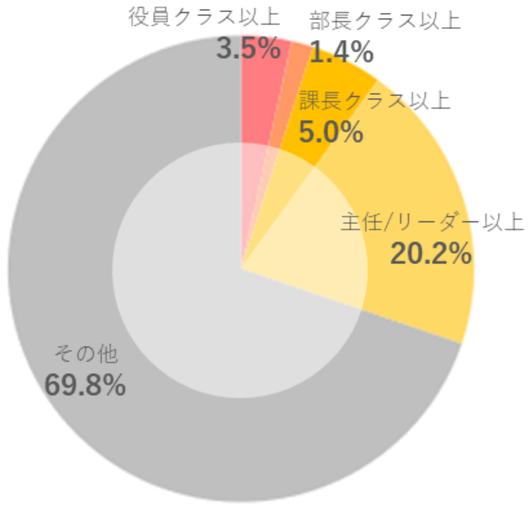
男性は**経営者や役職付きが約6割以上、都心のアッパー層が多い**のが特徴。

女性は**約3割が役職者以上**で、**9割以上が有職者**。

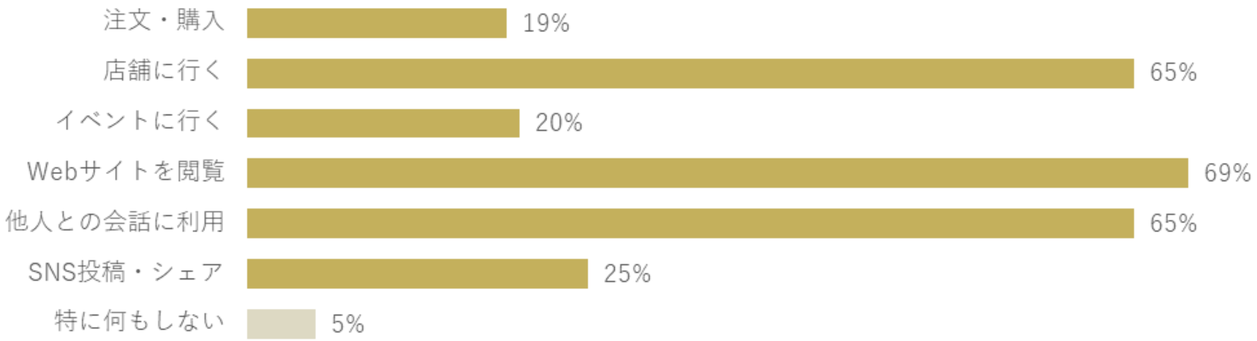
職業クラス（男性）



職業クラス（女性）

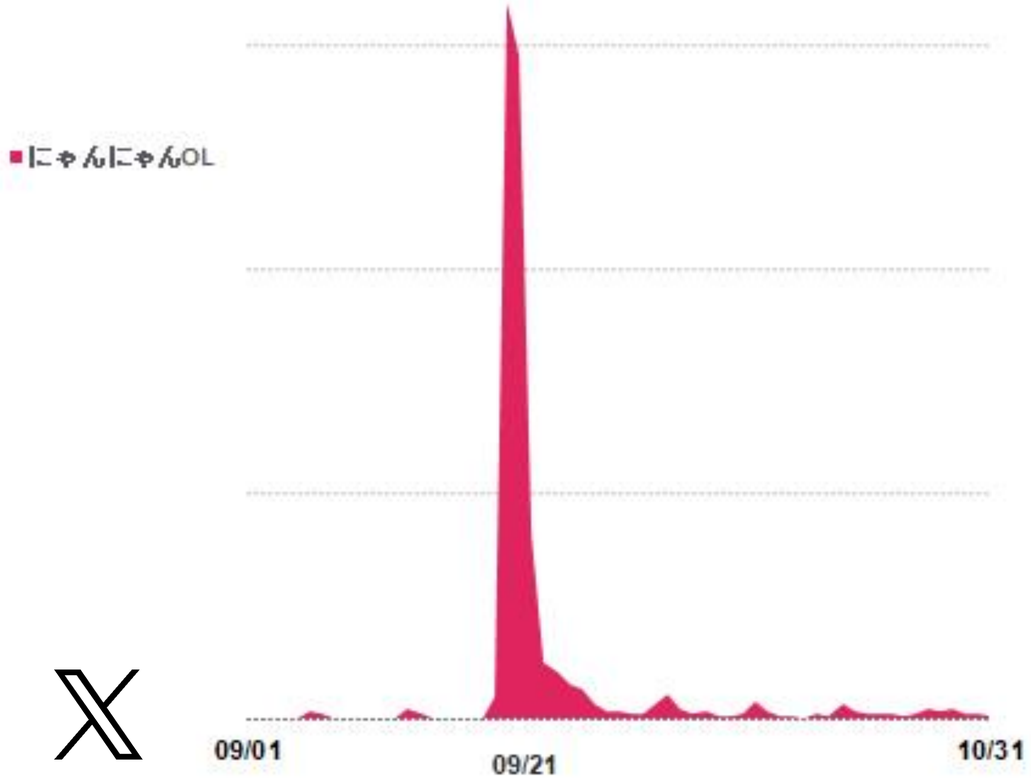


東カレコンテンツを見た後、**95%が何らかのアクションを行っている**ことからも、アクティブなユーザー像がうかがえます。



東京カレンダーがプロデュースしたトレンドが 𝕏 で話題になる

「丸の内にゃんにゃんOL」



No.196 「丸の内」の裏の顔、すべて見せます（11月号 9月21日発行）

UserB
@handleB

4月から転勤が決まったよ〜！生きてるだけで誘われる丸の内にゃんにゃんOLになるよ！

2 3 81 26 Mar 2021

UserC
@handleC

同期会のために髪結い直して化粧も直してお腹もペコペコにした！まさにキラキラ女子のにゃんにゃんOL！

4 3 4 4 Apr 2021

19:48

ツイート

UserA
@handleA

医者は世間では給料もらいすぎだと叩かれ、にゃんにゃんOLやハイスペ男子からは年収1500万程度で調子乗るなと罵られる。
人の命を預かり月に100時間以上の時間外勤務も当たり前でその上、診療報酬下げられまくり。
ちょっとくらいモテても怒らないでほしいよ。。

28件のリツイート 221件のいいね

UserE
@handleE

その分、医学部入るのも辛かったし学生時代毎日のように徹夜して勉強したし今だって仕事辛いから、もてたり調子にのることくらい

返信をツイート

UserD
@handleD

丸の内にゃんにゃんOLなのでアフター６の生活が人生の８割（笑）

2 9 121 6 Apr 2021

*実際のツイートをもとに一部加工しております

Value Proposition

ビジネスシーンでも、遊びでも、
東京の最先端トレンドを生み出す東京カレンダー
“今、世の中で起きていること、
人々が話題にしていること”が集まる𝕏

トレンドをプロデュースし話題を拡げる共同広告商品

月間ユーザー数

東京カレンダー TOKYO CALENDAR	𝕏
2023年6月現在 400万	6,575万*

*日本の収益化できる 1ヶ月あたりのアクティブ利用者数 (mMAU)
*2022年第4四半期 2022年10月1日～2022年11月30日の平均値

商品紹介型

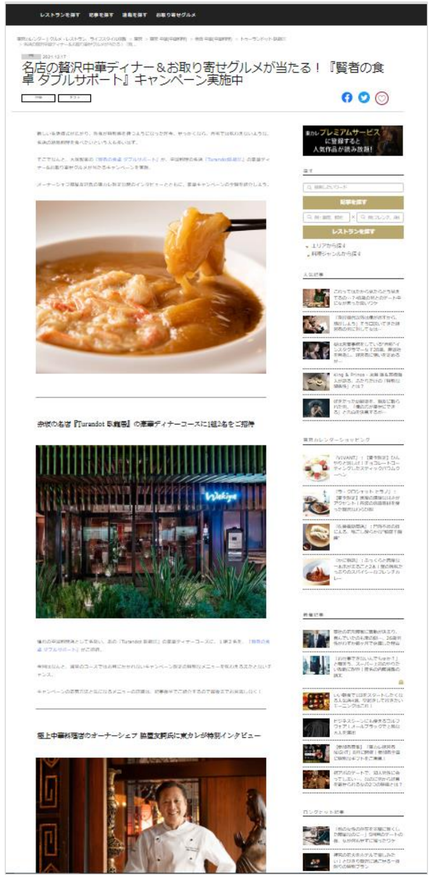
タイアップパッケージ

東カレならではの高いクオリティを誇るタイアップ

＜動画タイアップ＞

参考事例：https://tokyo-calendar.jp/article/25014

＜記事タイアップ＞



参考事例：https://tokyo-calendar.jp/article/22458

ドラマ型（小説・エッセイ型）

タイアップパッケージ

昨今絶大な人気を誇る東カレオリジナルのドラマ型タイアップ

＜動画タイアップ＞

参考事例：https://tokyo-calendar.jp/article/21938

＜記事タイアップ＞

参考事例：https://tokyo-calendar.jp/article/24085

商品紹介型タイアップ with X

① 動画タイアップパッケージ

*X社への一括発注（内容により東京カレンダーへの一部発注を含む）

掲載費＋制作費＋プロモツイート配信費
1000万円

G 1000万円分のプロモツイート配信

G 約500万円分の掲載・制作費

パッケージ金額
1,000万円（グロス金額）

1,500万円分の広告価値

② 記事タイアップパッケージ

*X社への一括発注（内容により東京カレンダーへの一部発注を含む）

掲載費＋制作費＋プロモツイート配信費
500万円

G 500万円分のプロモツイート配信

（G 約250万円分の掲載・制作費）

パッケージ金額
500万円（グロス金額）

750万円分の広告価値

*タイアップの企画、構成、出演者のアサインメント、またその他の諸条件はすべて、

東京カレンダー社の「タイアップ（商品紹介型）」の仕様に基づきます。詳細は媒体資料にてご確認ください。
*パッケージ金額はグロス金額となり、X社 認定代理店への発注が必要となります。（代理店手数料が含まれます）
*プロモツイートの配信はお申込金額の期間中での全額消化が前提となります。

*ツイート文の作成は東京カレンダー様、クライアント様または代理店との協議の上で決定いたします。

*制作費は、金額、内容に応じて変更となる場合がございます。

*広告主、ツイートおよびLPの掲載可否（審査）は東京カレンダー社とX社の規定に基づきます。

Xとのタイアップパッケージによって、ご出稿金額が全額 Xの広告配信に当てられます。

メニュー内容

東京カレンダー
・掲載・制作
掲載面、外部SNSでの配信は東京カレンダー社の仕様に基づきます。
詳細は営業担当社または媒体資料にてご確認ください。

X
・プロモツイート配信
Xの仕様に基づきます。詳細は営業担当社または媒体資料にてご確認ください。

ドラマ型（小説・エッセイ型） with X

① 動画タイアップパッケージ

*X社への一括発注（内容により東京カレンダーへの一部発注を含む）

掲載費＋制作費＋プロモツイート配信費
1,350万円

G 1,350万円分のプロモツイート配信

G 約675万円分の掲載・制作費

パッケージ金額
1,350万円（グロス金額）

2,025万円分の広告価値

② 記事タイアップパッケージ

*X社への一括発注（内容により東京カレンダーへの一部発注を含む）

掲載費＋制作費＋プロモツイート配信費
560万円

G 560万円分のプロモツイート配信

（G 約280万円分の掲載・制作費）

パッケージ金額
560万円（グロス金額）

840万円分の広告価値

*タイアップの企画、構成、出演者のアサインメント、またその他の諸条件はすべて、
東京カレンダー社の「タイアップ（ドラマ型）」の仕様に基づきます。詳細は必ず媒体資料にてご確認ください。
*パッケージ金額はグロス金額となり、X社 認定代理店への発注が必要となります。（代理店手数料が含まれます）
*プロモツイートの配信はお申込金額の期間中での全額消化が前提となります。
*ツイート文の作成は東京カレンダー様、クライアント様または代理店との協議の上で決定いたします。
*制作費は、金額、内容に応じて変更となる場合がございます。
*広告主、ツイートおよびLPの掲載可否（審査）は東京カレンダー社とX社の規定に基づきます。

Xとのタイアップパッケージによって、ご出稿金額が全額Xの広告配信に当てられます。

メニュー内容

東京カレンダー
・掲載・制作
掲載面、外部SNSでの配信は東京カレンダー社の仕様に基づきます。
詳細は営業担当社または媒体資料にてご確認ください。

X
・プロモツイート配信
Xの仕様に基づきます。詳細は営業担当社または媒体資料にてご確認ください。

メニュー 一覧

	記事タイアップ（商品紹介型）	記事タイアップ（小説・エッセイ型）	動画タイアップ（商品紹介型）	動画タイアップ（ドラマ型）
掲載（配信）期間	1カ月 *X配信期間はご相談（最大1ヵ月）		1週間 *X配信期間はご相談（最大1ヵ月）	
想定PV、動画再生数	10,000〜20,000 PV	40,000 PV（保証）	約150,000〜200,000回 再生	約150,000〜200,000回 再生
プロモツイート想定値 （上記、総定PV数には含まれておりません）	12,500 clicks	20,000 clicks	1,000,000 views	1,200,000 views
オリエンからの制作期間	MIN6週間〜 *営業日ベース。内容により変動	MIN7週間〜 *営業日ベース。内容により変動	MIN8週間〜 *営業日ベース。内容により変動	
料金（グロス金額）	¥5,000,000〜	¥5,600,000〜	¥10,000,000〜	¥13,500,000〜
プロモツイート フォーマット	Website card *クリック課金のみ		Promoted video or Video website card *動画再生課金のみ	

[ご注意事項]

*実施時期、在庫状況によってメニューおよび料金は予告なく変更となる場合がございます。実施にあたっては予め営業担当者にお問い合わせください。

*タイアップの企画、構成、出演者のアサインメント、またその他の諸条件はすべて、東京カレンダー社の仕様に基づきます。詳細は必ず媒体資料にてご確認ください。

*上記料金はすべてグロス金額となります。実施にあたっては、代理店手数料が金額内に含まれます。

*PV、クリック数および動画再生数はすべて想定となります。効果を保証するものではございません。

*掲載（配信）期間の延長は原則は不可となります。また、Xでの配信は必ず期間中の消化が条件となります。

スポンサーシップ広告の注意点（広告主様向け）

①発注後のキャンセルは原則として受け付けておりません。
　やむを得ない事情で配信をキャンセルせざるを得ない場合には、
　既に制作が進行したものに関して広告主様から制作費を直接パートナーへお支払いいただきます。

②認証マークが付与された広告主様のＸアカウントが必要となります。

③掲載期間は原則3ヶ月以内となります。3ヶ月以上の期間で配信予定のものに関しましては別途ご相談くだいませ。

④スポンサーシップで制作していないクリエイティブを同じキャンペーン内では活用いただけません。

⑤他プラットフォームへのクリエイティブ転用可否は、パッケージによって異なります。

⑥掲載可否は、代理店様を通じてＸ社（業種担当or代理店担当）へ事前にご確認くださいませ。
　お返事は、最短でも7営業日は必要になります。

⑦申し込み期限に関しましては、代理店様のルールに準拠いたします。

⑧キャスティングリストは候補であり、発注が確定した後に確定をさせていただきます。

⑨スポンサーシップ広告に関してのお問い合わせは、Ｘ社（業種担当or代理店担当）までご連絡くださいませ。コンテンツパートナー様への直接のご連絡はお控えいただけますと幸いです。

スポンサーシップ広告の注意点（代理店様向け）

①以下の広告商品は、スポンサーシップ広告の適応対象外となります。

A)プロモアカウント、B)アンプリファイプレロール（IVA）

C)ファーストビュー、D)プロモトレンド、E)スポットライト

②スポンサーシップ広告の発注時に、正しいパッケージ名称を記載くださいませ。

③スポンサーシップ広告では、リーチ&フリークエンシーの活用ができません。

④IOは原則として満額消化となります。

プロダクション型スポンサーシップの場合、それ以外のクリエイティブ活用はできません。

⑤第三者投稿をプロモーション活用する際には、#PR を本文中に記載ください。

⑥TAPへの配信は活用できません。管理画面を設定する際に必ずTAPのチェックボックスから外してくださいませ。

⑦TBM経由あるいはTAPへの配信が誤って行われた場合には、

Ｘ社へお支払いいただく配信料金とは別に、追加で誤配信分の補填を代理店様から

直接コンテンツパートナー様へお支払いいただくためご注意くださいませ。

*TBM：TwitterBusinessManager（代理店様が利用するTwitter広告の発注管理ツール）
*IO：広告掲載申請（Twitter広告の発注時に案件ごとに付与される番号）
*TAP：TwitterAudiencePlatform（Twitterの持つ他のアプリを含むネットワーク広告の総称）

#Thanks