

A group of people, mostly women, are shown from the chest up, holding champagne glasses and smiling. They are dressed in formal or semi-formal attire. The background is dark and out of focus, suggesting an indoor party or event. The lighting is warm and slightly dim, creating a festive atmosphere.

東京カレンダー

TOKYO CALENDAR

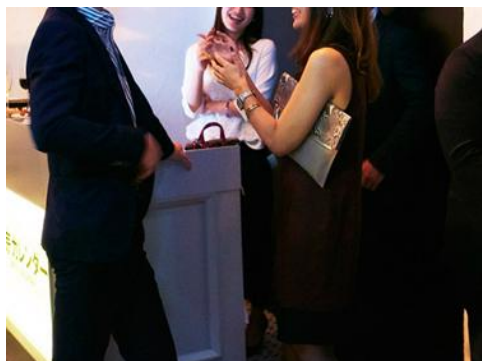
2019年度 月刊誌東京カレンダー
広告媒体資料



東京カレンダーのファンは、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
アッパーな都会のインフルエンサーたち。

東京カレンダーでは、それらの人々が求める**体験型コンテンツ**を展開し続けています。

深く届け、拡げる。
リアルライフスタイルメディア



東京カレンダー月刊誌は、さらなる成長を目指します 2019年。東京カレンダー月刊誌の新たな挑戦、第二章が幕を開ける

東京カレンダー月刊誌は、
2017年4月（6月号）から「東京コンプリート」を宣言し、
東京の「魅力的な街」をピックアップし、
「その街での上質な過ごし方」を提案し続けてまいりました。

「レストラン＝目的」とする従来の食雑誌的アプローチから
「レストラン＝舞台」として、
そこに至るまでの読者層の行動導線、シチュエーションを大事にし、
「リアリティ」の表現を常に意識した誌面展開を行いました。

それにより、読者をはじめとする、高いご評価を頂戴することができ、
目に見える形の成果を多く実感することができました。

2019年、これからも、東京カレンダーは立ち止まることなく、
次なる挑戦に挑んでまいります。



2019年
新コンセプトを宣言

東京カレンダー月刊誌 2019年 新コンセプト

『リアルラグジュアリー』

2019年。東京カレンダー本誌の新たな挑戦、第二章が幕を開ける。

テーマは「リアルラグジュアリー」。

ポジティブにエネルギーに東京の夜を楽しむ男女たち。

そんなアッパー層の読者層が、本当に求めていることは「**手の届く高級感**」。

日常的で身の丈に合った、でも艶やかで上質な世界。

それこそが、テーマに掲げる「リアルラグジュアリー」です。

本誌の18年という歴史から、強みである「**ファインダイニング**」を軸に

「リアルラグジュアリー」を体現するアッパーな読者層の積極的な掲載。

そして「食」以外にも「リアルラグジュアリー」を表現するにあたり避けては通れない

「**車**」「**旅**」「**ファッション**」などの**ライフスタイルコンテンツ**も盛り込みます。

読者層のライフスタイル、行動導線、シチュエーションを大事にし、「『リアルラグジュアリー』とは？」を毎号、提示します。

それが積み重なった先に、

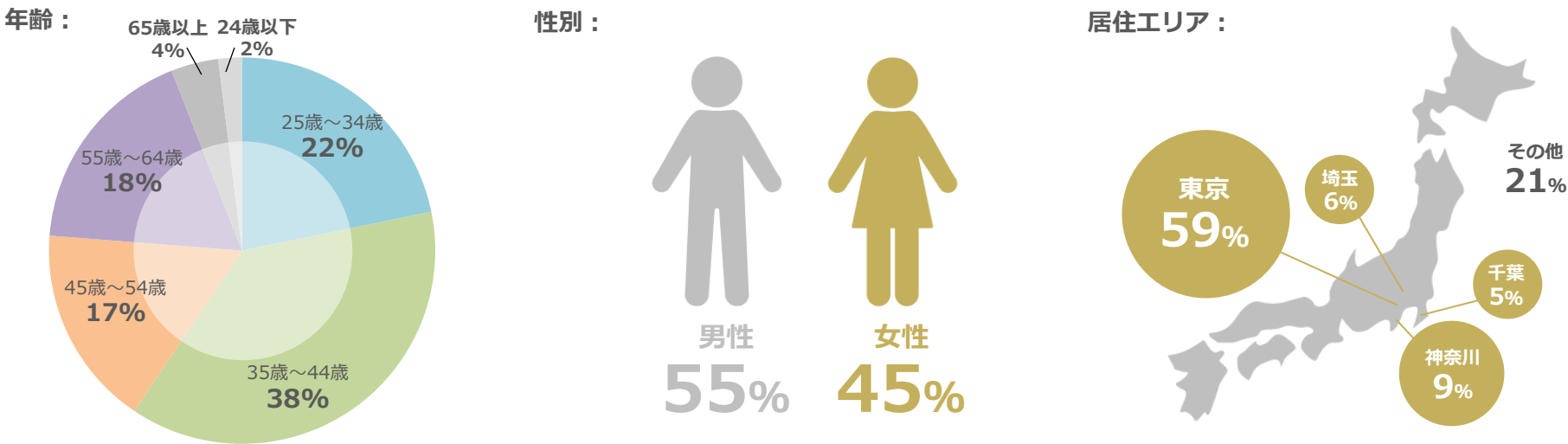
「**新元号を生き抜く東京のアッパー層の実態**」が

浮き彫りになる、と考えています。

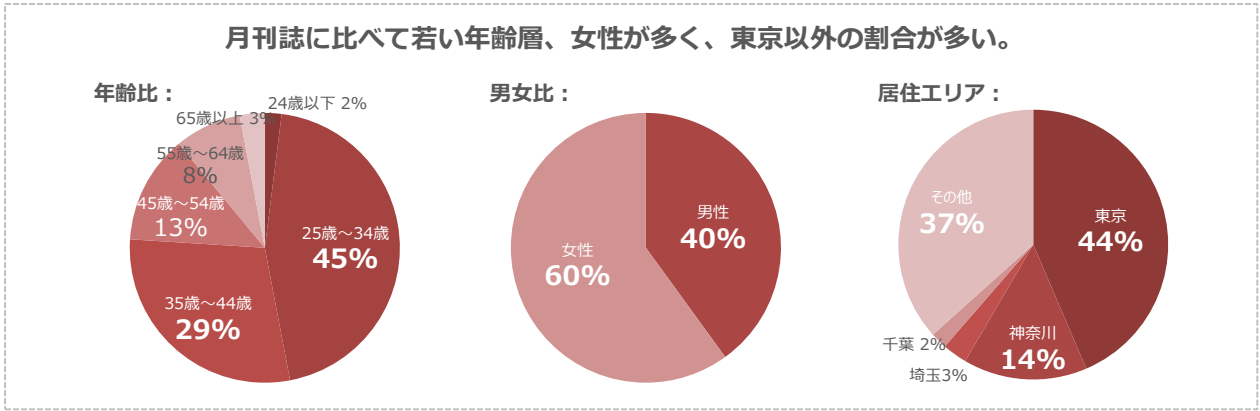
東京カレンダーのオーディエンスは、**可処分所得の高い20代後半～40代の男性**を中心とした次世代リーダー層。**50代以上が比較的多いのも特長。**

外でアクティブに過ごす社会的インフルエンサーの方で構成されています。

「東京」というエリアにローカライズされたメディアですが、全国の大人世代に広く親しまれています。

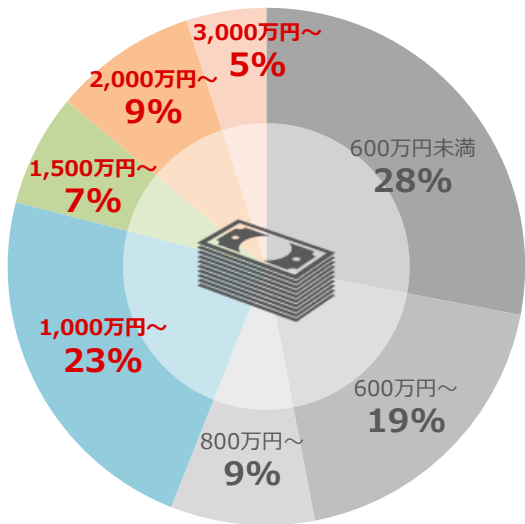


(参考) 東京カレンダーWEB読者層属性：

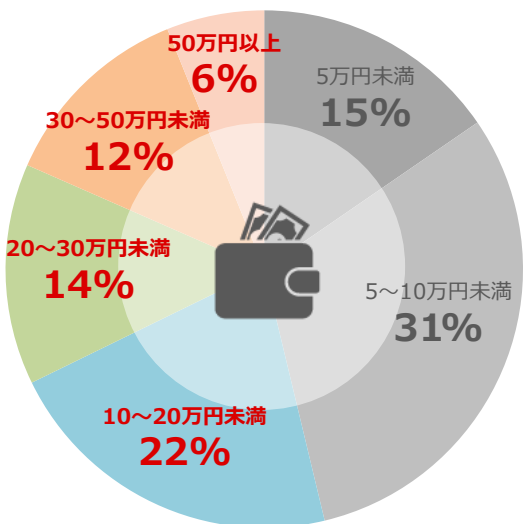


東京カレンダー読者層は、全国的に見ても比較的**高所得者が多く集まるメディア**です。
1ヶ月間に自由に使える金額（お小遣い）も全国平均に比べて圧倒的に高く、**モノ・コト消費に繋がしやすい**のが特徴です。

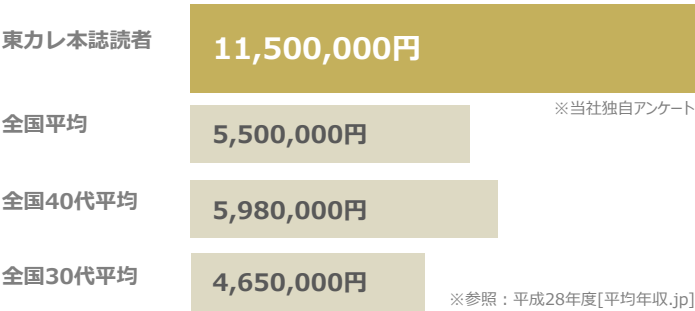
世帯年収：



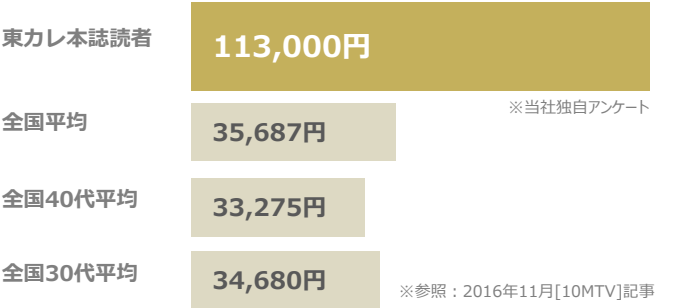
1ヶ月間のお小遣い金額：



平均世帯年収比較：

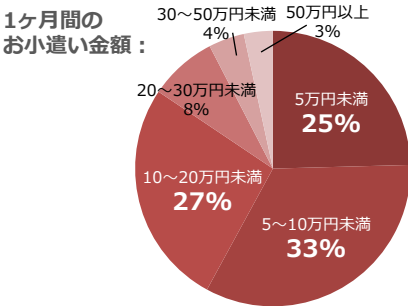
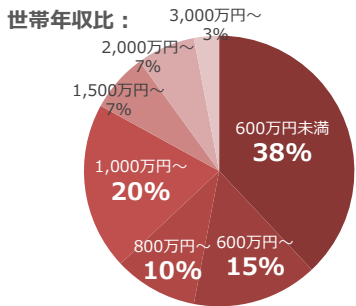


平均1ヶ月のお小遣い金額比較：

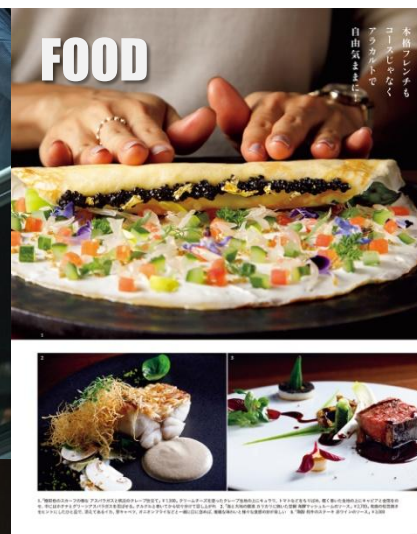
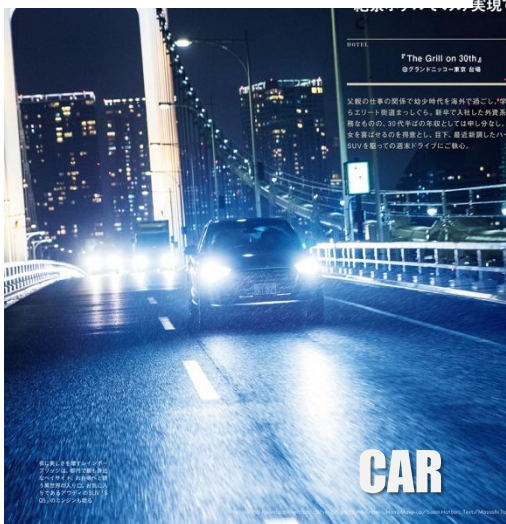
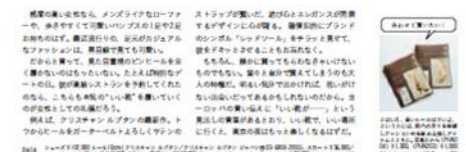


（参考）東京カレンダーWEB読者層属性：

月刊誌に比べて年収や1ヶ月お小遣いは若干低めではあるが、全国平均は大きく超えている。



掲載イメージ



■媒体概要

創刊	: 2001年10月
発行形態	: 月刊（毎月21日発売）
発行部数	: 5.5万部（公称）
版型	: A4変型
印刷	: オフセット印刷
定価	: 800円

■広告料金

掲載面	スペース	料金(円)	寸法 (天地×左右mm)	原稿〆切
表4・4色	1ページ	¥2,000,000	268×212	発売20日前
表2・4色	見開き	¥3,000,000	286×444	〃
表3・4色	1ページ	¥1,300,000	286×222	〃
特表2・4色	見開き	¥2,800,000	286×444	〃
目次対向4色	1ページ	¥1,500,000	286×222	〃
本文4色	1ページ	¥1,300,000	286×222	〃
編集 タイアップ	スペース料金+ 制作費	¥350,000 (1P制作費)		

※本誌コンテンツの2次利用は別途¥400,000～/月。詳しくはお問い合わせください。

■ご発注スケジュール

申込期日	: 発行月前々月20日まで
オリエン期日	: 発行月前月5日まで

■2019年-2020年本誌スケジュール

発売日	申込期日	校了日
12月21日（土）	10月18日（金）	12月6日（金）
1月21日（火）	11月8日（金）	1月7日（月）
2月21日（金）	12月13日（火）	2月6日（木）
3月21日（土）	1月17日（金）	3月6日（金）
4月21日（火）	2月21日（金）	4月6日（月）

■入稿規定

- 広告原稿はすべて完全データで入稿いただきますようお願いいたします。
また、いただいた原稿の修正は当方ではいたしかねます。ご了承ください。
- 原稿入稿時データの他に必ずカラーの出力見本と入稿仕様書を添付してください。J-PDFでの入稿は上記3点に加え、
プリフライトレポート添付してください。
- ツブレの原因になりますので、白ヌキ文字は極力130以上のゴシック体で
お願いいたします。
- 切れてはいけない文字、ロゴマーク、写真等は天地左右とも内トンボから
5mm以上のマージンをとってください。
- 表3は見開きにすることも可能です（料金¥2,600,000）。

東京カレンダーならではの“ファッション”コンテンツを開始

港区モード

東京カレンダーの視点から、オトナの“ファッション”を提案。

本誌＋動画＋WEB記事を連動させた他にはないアウトプットと、あの「港区おじさん」を活用した企画で、早くも多くのオトナ読者の話題コンテンツに

本誌8P



本誌連動で、「WEB動画」と「WEB記事」を掲載



本誌タイアップページを**東京カレンダーWEBに転載（料金 ¥500,000）**することで、
より多くのユーザーに貴社広告をお届けいたします。



本誌タイアップページ

WEBページ

- * 掲載期間は、本誌発売期間中（最大1ヶ月）となります。
- * 転載ページには「PR」表記がつきます。
- * WEB最適化のため、WEBに転載したタイアップページの見出し、リード、写真は、本誌とは異なる場合がございます。
- * タイアップの内容や諸事情によりWEB転載ができない場合がございます。（モデル使用、著名人使用、競合排除など）
- * WEB転載ページのPVなど、数値レポートはございません。
- * 実施料金と商材によっては適用できない場合がございます。詳しくはご相談ください。

リアルとデジタルの融合。本誌とWEBの両輪を軸に、様々なサービスを連動させた立体プロモーションを実現します。

様々なニーズに応えるべく、立体的なマーケティング戦略をサポートするプロモーションアイテムをご用意しております。

月刊誌

純広・記事タイアップなど



WEB

誌面コンテンツとWEBの連動

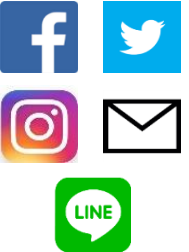


イベント



ソーシャル拡散

SNS・メルマガ告知



外部提携メディア

外部メディアより
情報拡散を強化



タレント・インスタグラマー
アサイン

タレント等のインフルエンサー
や有名レストランのアサイン



メニュー・商品開発

商品プロデュース



クライアントメディア

オウンドメディアへの
コンテンツ提供



その他

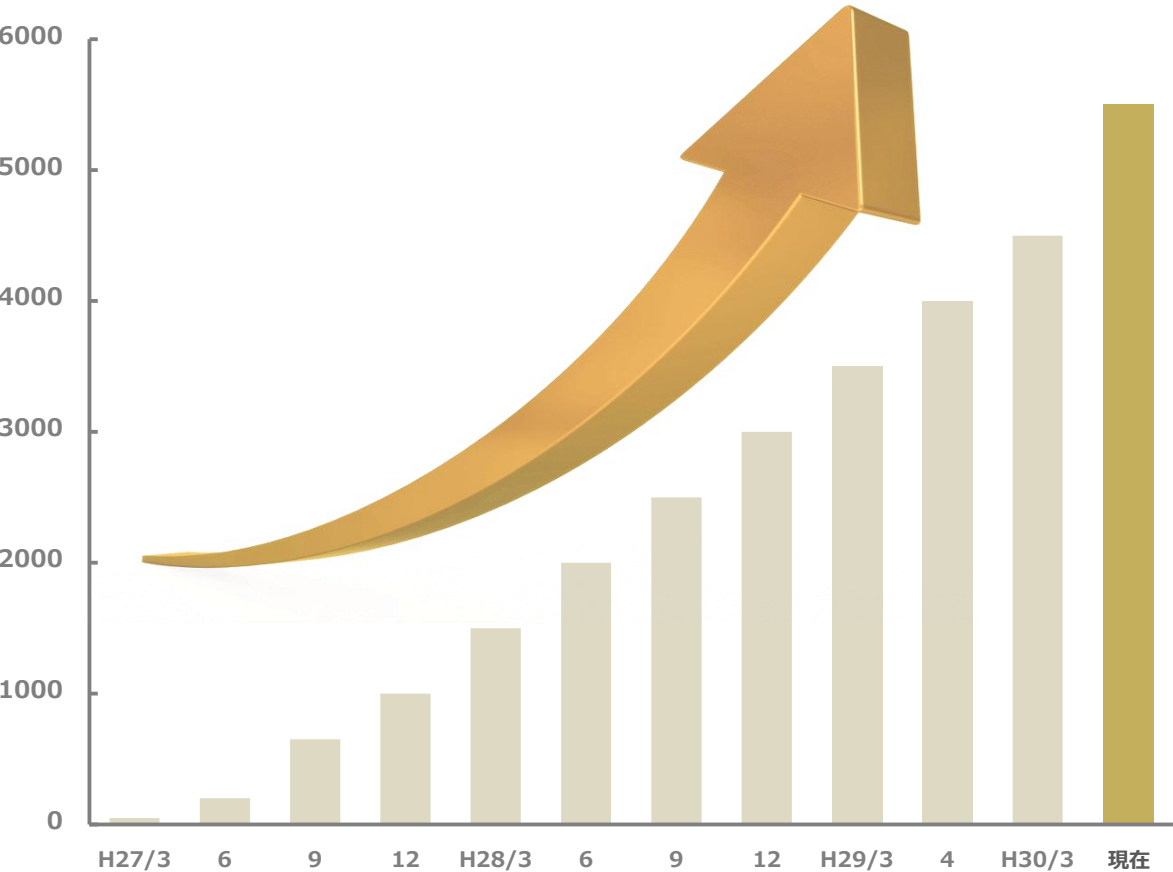


2015年にWEBサイトリニューアル。2016年にはアプリも開始し、当初の月間50万PVから**月間5,500万PV超**規模にまで急成長。

ライフスタイル系雑誌媒体のWEBメディアでトップクラスとなりました。

誌面との連動で、さらに波及効果の高いプロモーションが可能。

(万PV)



メディア規模

Monthly Page View

55,000,000

月間動画再生回数

7,000,000

Unique User

4,400,000

会員登録者数

120,000

ソーシャル拡散力

約 **51万人**



154,000



87,000



93,000



176,000

提携配信メディア



(2019年9月時点)

■大手酒類メーカー 事例



概要：本誌での記事タイアップとは別に、本誌では接触できないユーザーに向けたWEB小説を実施。

小説内に動画を組み込むことで訴求力を強化。また広告主名を冠したリアルイベントを実施。

予算感：G 2,500万円～

■大手不動産デベロッパー 事例



概要：本誌での記事タイアップに加えて、記事をWEB化し、広告主メディアへ転載。

本誌を活用した抜き刷り、ポスター、サイネージをプロモーションエリアで配布・掲出。

予算感：G 2,000万円～

■海外食品関連団体 事例



概要：本誌での記事タイアップに加えて、オリジナルメニューや店舗を開発。

また弊社ユーザーに向けたイベントを実施。

予算感：G 1,000万円～

※上記記載の予算感については参考値となります。実施内容や規模等より費用は異なります。詳しくは弊社担当者へお問い合わせください。

A nighttime aerial view of the Tokyo skyline. The Tokyo Tower is prominently featured on the right side, illuminated with bright orange lights. The surrounding city is densely packed with buildings, many of which have their lights on, creating a vibrant urban scene. A semi-transparent white horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text.

今後の特集予定

編集の都合上、内容やタイトルが予告なく変更される場合があります。詳しくはお問い合わせください。

11/21売り
【1月号】

「パートナーとの素敵な冬の過ごし方」 (仮)

令和最初の冬を、楽しい思い出で埋めるために。

「クリスマス」「年末」「正月」というイベントに焦点を当て
恋人、夫婦、家族とどう素敵に過ごすか？を
東カレらしく提案していきます。

「大人のクリスマスのリアルな過ごし方」

「年末、みんなどうしている？」「喜ばれる帰省土産とは？」etc.

この1冊さえあれば、冬の予定は完璧です。

12/21売り
【2月号】

「2019年、間違いなかった店」 (仮)

年末の総決算として、リアルに巷で「流行ったレストラン」を発表。

「男性も女性も納得した『話題のお店』」

「あの『ひと皿』が忘れられない」「半歩先ゆく『トレンドなお店』」etc.
変化が激しい東京のレストランシーンで、輝きを放つレストランだけを取材。

保存版として、しずる感たっぷりの誌面になります。

「2020年、まずは行くべきお店」のすべてがここに！

編集の都合上、内容やタイトルが予告なく変更される場合があります。詳しくはお問い合わせください。

1/21売り
【3月号】

大人の世田谷

港区、恵比寿、丸の内、渋谷などのイメージが強い東京カレンダーが、満を持して「世田谷」を開拓する！

「三宿」「三軒茶屋」「下北沢」「駒沢」「用賀」「成城」「二子玉川」「等々力」など。
住宅街に潜む“大人ないいお店”を徹底取材。

「三茶がいつのまにか大人になっている」「焼肉も世田谷は大人です」「家族で行きたい世田谷の名店」などのレストラン情報をメインしながら世田谷を舞台とした“ライフスタイル情報”もこの一冊に盛り込む。

世田谷在住者は納得、そうでない人も週末に行きたくなる、そんな完全保存版「世田谷バイブル」をお届けする。

2/21売り
【4月号】

大人は静かな“隠れ家”へ

大人になれば「静かで上質でゆっくりできる店」がよくなる。
知っていること自体がセンスの良さを示す、そんな「隠れ家」を今号では徹底的に紹介する。

「大人は路地裏の温かみのある店を目指す」「誰にも会わない完璧な隠れ家を知っているか？」など、大人が本当に知りたかったお店だけを厳選。

日常的に使うことも想定し「納得の価格設定」であることも掲載基準に。

この一冊があれば、家族、恋人を思わず誘って行きたくなるお店が必ず見つかる。

■広告掲載について

- ・弊社広告掲載審査基準に基づき、掲載をお受けできない場合があります。
- ・表2（見開き）、特表2（見開き）、表3、表4、目次対向以外の本文中の掲載ページのご指定はできません。
- ・タイアップ広告制作に際し、遠方取材、著名人出演など、そのほかの経費かかる場合には別途お見積申し上げます。
- ・タイアップ広告、記事広告に関するPRポリシーは以下の通りです。

«タイアップ広告（編集部制作）

- ・ノンブル表記はございません（編集ページではないことを明確にさせていただくためです）
- ・問い合わせ先（電話番号、URL）を明記いたします。
- ・商業施設の場合、住所も明記いたします。

«記事広告（クライアント様／代理店様制作）

- ・＜PR＞もしくは＜広告＞表記が必要となります。

以下に掲げる商品またはサービスに関する広告は、掲載をお断りさせていただきます。
詳細につきましては、都度弊社担当者までお問い合わせください。

1. 当社が当事業の競合にあたりと判断した商品・サービス
2. アダルト関連商品（性風俗に関する商品、サービス、書籍、コミック、ゲーム等）
3. 出会い系・コミュニティ系サービス
4. 年齢制限のあるゲーム、映画
5. 貸金業（消費者金融、キャッシング等）
6. 先物取引・不動産投資・ビットコインなどの投機性の高い商品・サービス
7. 美容整形、レーシック、インプラント、タトゥーに関連する商品・サービス
8. 斎場・葬式・お墓などの葬祭サービス
9. 連鎖販売取引（マルチレベルマーケティング、ネットワークビジネス）に関わる商品・サービス
10. 入札権購入型オークション（ペニーオークション等）
11. 暴力団等反社会的勢力と関連する商品・サービス
12. 法律、政令、省令、条例その他規則、行政指導などに違反する商品・サービス
13. その他、当社が不適切と判断した商品・サービス

以下の内容を含む広告は、掲載をお断りさせていただきます。

1. 公序良俗に反するもの
2. 法律（薬事法・景表法等）・条例その他の法令に違反するもの
3. 当社または第三者の著作権、肖像権、プライバシー、財産などを侵害する恐れのあるもの
4. 個人情報取得し、これを売買するもの
5. 当社または第三者を誹謗、中傷するもの
6. 当社、他の広告主または第三者に不利益を与えるもの
7. 東京カレンダーの運営を妨害するもの
8. 虚偽、誇大その他真偽が疑われると判断される表現を含んでいるもの
9. 暴力的表現、わいせつ表現、誹謗中傷、精神的圧力、差別、欠点の訴求など、犯罪行為の助長など、ユーザーに不快感を及ぼす恐れのある表現を含むもの
10. 投機、射幸心を著しくあおるもの
11. 内外の国家、民族などの尊厳を傷つけるおそれのあるもの
12. 非科学的または迷信に類するもの等ユーザーを混乱させる恐れのあるもの
13. 広告の表現とリンク先の内容が著しく異なるもの
14. 明示的または暗に特定競合を示唆した比較表現、実証されていない事項を挙げる比較表現、不公平な基準による比較表現が含まれるもの
15. 不良商法、詐欺的とみなされるもの
16. 宗教、政治、アダルトを増長するとみなされるもの
17. 選挙の事前運動、選挙運動またはこれらに類似する行為及び公職選挙法に抵触する恐れのあるもの
18. 法律、政令、省令、条例その他規則、行政指導などに違反するもの、またはそのおそれがあるもの
19. その他、当社が不適切と判断した内容

弊社では、原則として競合広告主の掲載排除は行いません。何卒ご了承ください。

東京カレンダー

TOKYO CALENDAR

■ 広告に関するお問い合わせ

社名 : 東京カレンダー株式会社
部署 : ビジネス開発&セールス本部
所在地 : 141-0032東京都品川区大崎1-2-2
アートヴィレッジ大崎セントラルタワー14F
電話 : 03-5740-5727
FAX : 03-3492-7880
Email : ad@tokyo-calendar.co.jp