

港区くらい注目したいのが「池尻・三宿」!

TOKYO CALENDAR

# 東京カレンダー

【通常版】

川口春奈

29歳から30歳へ、  
ポジティブじゃない

BE・FIRST

SHUNTO / KYOKI / SOTA  
渋谷で体感したホテルの進化。

- Topics 1  
飾らずお洒落な人々が集う  
「ヒップな店」が急増中
- Topics 2  
「バー、ラウンジ、スナック」。  
夜の刺激、東京トップレベル
- Topics 3  
昼は「イマドキなカフェ」が  
存在感を大に放つ

いまの「池尻・三宿」を作った  
超人気店を深堀り取材  
淡島通りって、実は  
美食ストリートでした

大島麻衣  
池尻のディープな夜を体験して  
岩本達加 (内本46)  
恵田谷公園で、わんことランチタイム

お隣りの三軒茶屋で  
大人が1軒目に予約したい店8

SPECIAL TALK  
株式会社浅井雄策 代表取締役CEO  
浅井雄一郎

## 「池尻・三宿」の 誘惑。

# 東京カレンダー

TOKYO CALENDAR

月刊誌広告媒体資料 2024年10月-12月



# 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します。



## 質の高いコンテンツ

広告主様の商品やサービスのブランド価値向上につながるような、より洗練されたクリエイティブを制作しターゲットにお届けします。写真1枚からこだわり、またオリジナル動画やオリジナル記事（小説など）など、多様なコンテンツを制作いたします。

## 良質な読者層

東京カレンダーの読者は、全国の都会的成人男女（企業や組織の現リーダー層または次世代リーダー層）が多く、より効率よく広告主様の商品やサービスを良質なお客様に訴求することが可能です。

## 業界トップクラスのリーチ力

東京カレンダー月刊誌は全国誌です。東京にローカライズされた情報が多いながらも、全国の都市圏にユーザーを抱え、WEBやSNSの人数含めライフスタイルメディアとしては日本最大規模の読者数を有します。

## 多彩な広告プラン

様々なニーズにお応えするために、多彩な広告プランをご用意しております。また、基本広告プランにない場合でも、ご要望に合わせた形で広告プランをご提案することも可能で、広告主様のご要望に柔軟に対応いたします。

## イベント／リアル

洗練された大人男女を集めたイベントを定期開催中。広告主様のオリジナルイベントを企画実施することも可能で、メディア上のリーチだけでなく、リアルな場でダイレクトに商品・サービスを良質なお客様へ訴求することが可能です。

## 独自のネットワーク

長い年月をかけて培ってきたグルメ業界（飲食店、シェフなど）とのネットワークは東京カレンダーならではの武器。また、芸能事務所とのパイプや外部メディアとの連携（提携メニューなどあり）など、様々なネットワークを活用した企画提案も可能です。

## 多種多様な商材・サービスに対応

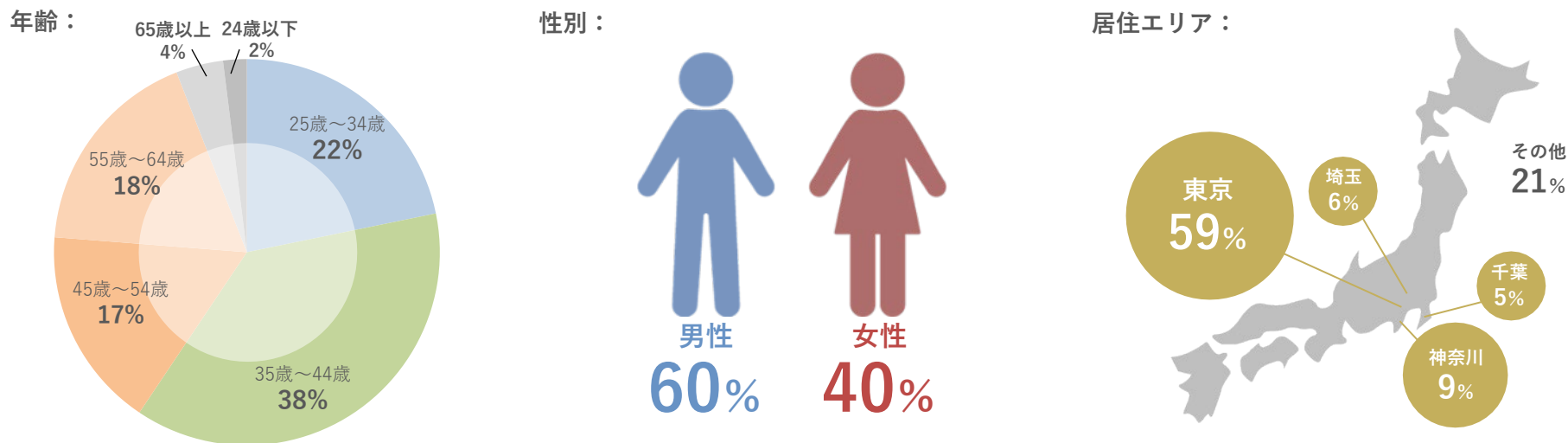
低価格、高価格関係なく、様々なジャンルの商品・サービスの広告企画制作に対応いたします。多種多様な広告主様の事例がございますので、まずは気軽にご相談ください。

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。

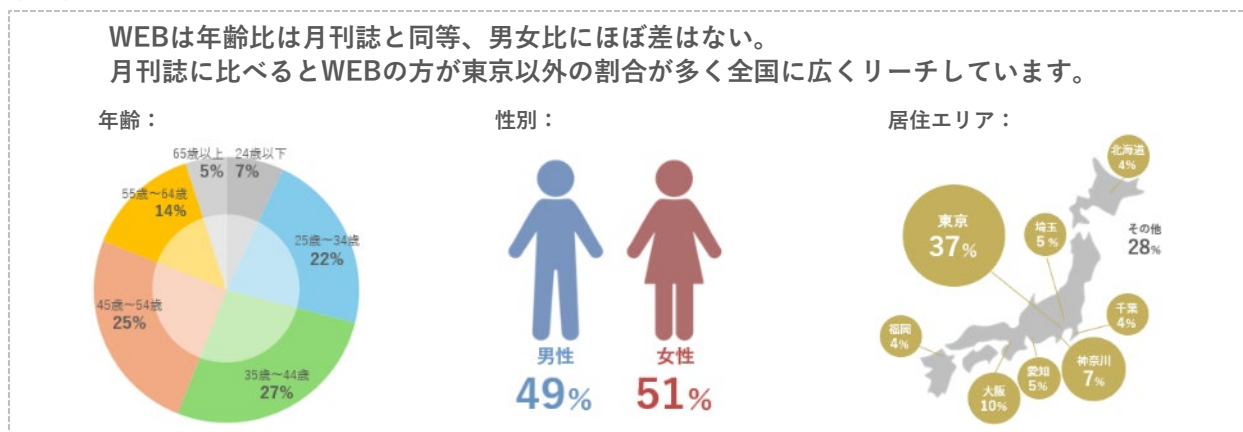
\*データ元：Google Analytics、自社アンケートより

**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。

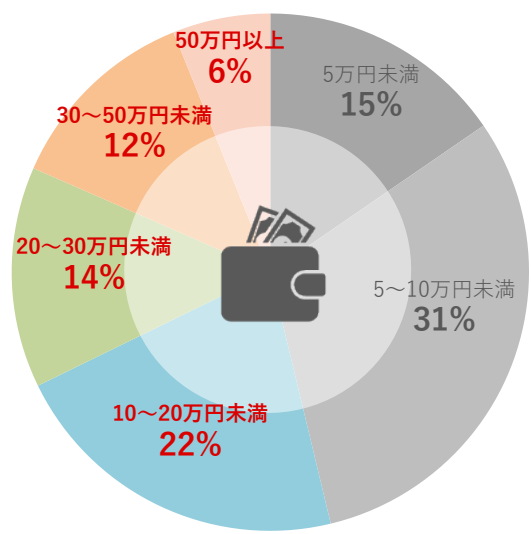
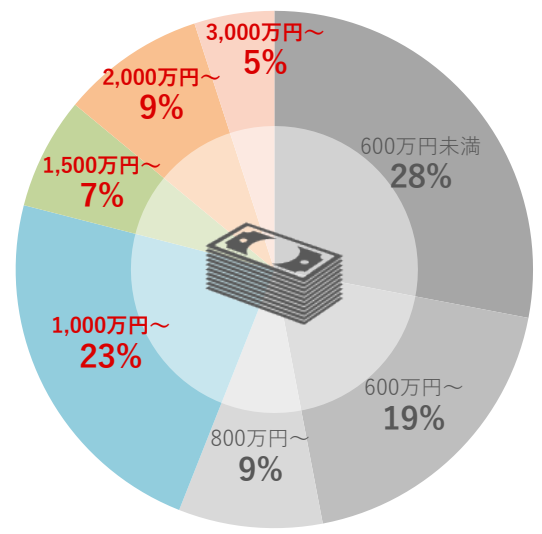
\*データ元：自社アンケートより

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・コト消費に繋がりがやすいのが特徴です。

世帯年収：

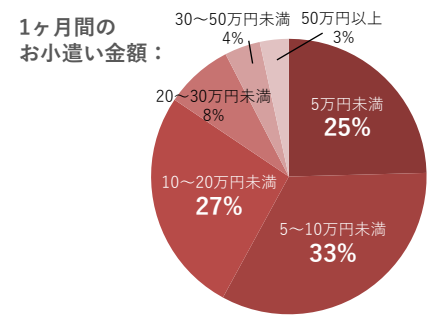
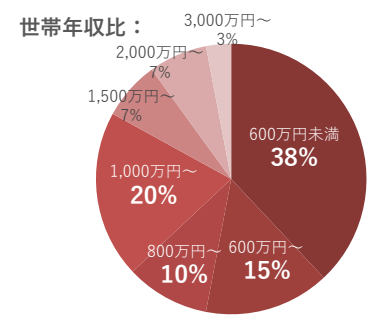
1ヶ月間のお小遣い金額：

平均世帯年収比較：

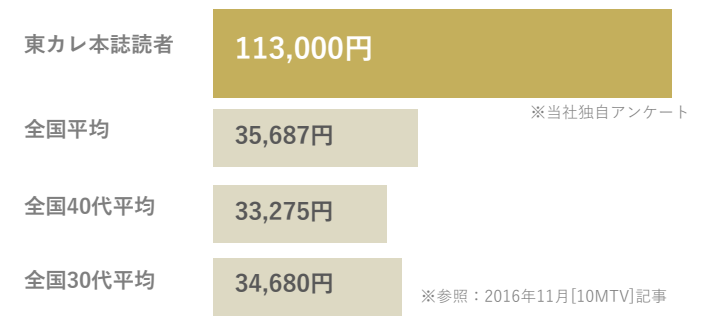


(参考) 東京カレンダーWEB読者層属性：

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。



平均1ヶ月のお小遣い金額比較：





## ■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	: 990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	//
中面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¥300,000～/月。詳しくはお問い合わせください。

## ■2024年本誌スケジュール（予定）

発売日	発注申込期日	校了日
12月20日（金）	10月4日（金）	12月3日（火）
1月21日（火）	10月28日（月）	12月25日（水）
2月21日（金）	11月25日（月）	2月3日（月）
3月21日（金）	12月19日（木）	3月3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13Q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10mm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）。

オプションメニュー（本誌記事のWEB転載）

本誌タイアップページの内容を**東カレWEBに転載（¥500,000）**することで、**より多くのユーザーにリーチ**することが可能です。  
また、転載記事へのリーチ強化のために東カレ公式X、Facebookおよびメルマガによる告知投稿もサービス。



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」表記がつけます。
- \* 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転載ページのレポート資料提出はございません。ご希望でしたら、PV数、男女比、年齢比の数値のみご報告可能です。
- \* 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。



お得なキャンペーン企画プランのご案内

[宿泊施設様限定]

ホテル・宿・トラベル関連の企画、コンテンツは読者からの人気が高く、広告主様からも大変好評をいただいております。  
東京カレンダーでは、**年間を通じて、宿泊施設様向けの特別プラン**をご用意しております。詳しくはお問い合わせください。

「コシシホの香りをまとう新しきアラスカエイゾー。」



■ 夏の味を伝える「アラスカエイゾー」。新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。

■ アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ。



「記念日」は舌の肥えた彼女とオーベルジュリゾートへ。聲沢なひと時でまた惚れ直されたい」

THE ATTA TERRACE CLUB TOWERS

「沖繩」

「海風リゾート」

「オーベルジュリゾート」

「アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ」

「アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ」



「アラスカ産の新鮮な野菜がたっぷりと入ったスープ」

個性あふれるホテルには忘れられないひと時が待っている

とっておきの旅で日本の夏に恋して。



On a special vacation

※画像は参考イメージです。

① リゾートホテル特集 《5月号 3/21発売》 **販売終了**

② HOTEL STORY 1 《7月号 5/21発売》 **販売終了**

③ グルメ旅特集 《9月号 7/20発売》 **販売終了**

④ 温泉宿特集 《11月号 9/21発売》 **販売終了**

⑤ HOTEL STORY 2 《12月号 10/21発売》 **販売終了**

2025年も特別企画検討中。 **計画中**  
詳しくはお問い合わせください。

**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。



➡月刊誌以外の広告プランに関しましては、別紙「東京カレンダーWEB MEDIA GUIDE」をご参照ください。

2001年10月から創刊開始。

2015年にWEBサイトを大幅リニューアルし、Web独自コンテンツの拡充、2016年にはアプリも開始し、飛躍的に成長してきました。

近年は、Instagram、Facebook、X、YouTube、TikTokなど

各ソーシャルメディアのフォロワー数も順調に伸長し、

グルメ&ライフスタイルメディアとしては日本最大規模のリーチ力を誇るWEBメディアへと成長しています。



月間ユニークユーザー数

**4,000,000**人


ソーシャルメディアフォロワー総数


**893,000+**人


 Instagram  
**282,000**人


 Threads  
**64,000**人

 Facebook  
**158,000**人

 X  
**120,000**人

 YouTube  
**94,000**人

 TikTok  
**71,000**人

 LINE  
**104,000**人

(2024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り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 the central focus, illuminated in a warm orange glow. The surrounding city is filled with numerous skyscrapers and buildings, their windows and lights creating a dense pattern of light against the dark night sky. The overall atmosphere is vibrant and modern.

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。

## 「2025年、新年外食計画」

2024年  
12/20売り  
【2月号】

2025年も始まるこのタイミングで、新年の外食計画を東カレがプランニング。

「やっぱりまずは、絶品鍋で2025年の始まりを景気よく！」 「今年こそは近所に本当の“いきつけ”を持つ！」

「冬の贅堪能する“美食の旅”を計画する！」 「贅沢な朝ごはんで、快調な1日をスタート！」

などなど。今までやりたくてもやれなかった「外食のあれやこれ」を  
新年にかこつけてやってみよう！という大特集に！

## 食通たちに聞いた「つい足が向く店」(仮)

2025年  
1/21売り  
【3月号】

特定ジャンルに強いグルメ有識者、食をこよなく愛するタレント、会食を毎晩こなす経営者、

“最先端”を知るインフルエンサー、隠れ家に強い芸能関係者、食いしん坊な人気店シェフ。

そんな食通たちが、本当に愛し、行きつけする店はどこなのか？

今号では徹底的にそこを取材していく。2025年に行くべき“課題店”が必ず見つかるはずだ！

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。

2025年

2/21売り  
【4月号】

## まだ知らない「鮭」の世界(仮)

毎号好評を博す鮭特集、再び。

今号は、不動の人気店から最新の人気店までしっかりフォローしながらも

鮭の歴史、文化や、旬の食材についてもフォーカスするなど、大人の知的好奇心を満たす企画もふんだんに展開。

その背景を知れば知るほど、鮭はさらに美味しくなる！

2025年

3/21売り  
【5月号】

## 第1特集「大阪という引力」(仮)

4月から始める「2025大阪・関西万博」や、

インバウンドの増加によるホテル建設ラッシュなど、大阪が活気づいている。

出張でも観光でも楽しい大阪を、東京カレンダーは初特集。

最新の大阪事情を徹底リサーチし、まだまだ知らない大阪の魅力を、すべてお届けする。

## 第2特集「過去イチのお花見を」(仮)

3月末の発売ということもあり、シズナルな「お花見企画」を計画。

人気お花見エリアでの大人の過ごし方指南から、

ホテルや商業施設のお花見プラン紹介、お花見ワインの選び方まで。

人生で一番充実したお花見シーズンとなること、間違いなし！

## ■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。

## （新ルール）PRマークの表示 / 2024年8月号（6月21日発売号）より適用

弊誌タイアップ記事において以下の通り「PRマーク」を表記いたします。

- 1PTUの場合は、ページの右下または左下に「PRマーク」を表記いたします。
- 2P以上のTUの場合は、各見開き毎に、ページの右下または左下に「PRマーク」を表記いたします。（原則左下）

PRマークデザイン



### ≪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く場合がございます。  
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・仮想通貨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（ベ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く場合がございます。

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. 個人情報を取得し、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](mailto:ad@tokyo-calendar.co.jp)