

CREA Traveller

クレアトラベラー

本物の旅を愛する人たちへ
誌上でいく至上の旅——
日本で唯一のラグジュアリートラベルマガジン

Media Guide

株式会社文藝春秋
メディア事業局 CREA広告担当チーム

「CREA Traveller」は、2000年に「CREA」の姉妹誌として創刊されました。
“好奇心や冒険心を満たしてくれる本物の旅”を提案するラグジュアリー誌として、
世界中から選りすぐりの素晴らしいデスティネーションを、
圧倒的ビジュアルと、好奇心を刺激する切り口でご紹介しています。

「CREA Traveller」は
冒険心や遊び心、知的好奇心に満ちたハイエンドな読者の皆様に支持をいただいています。
小誌のアイデンティティでもある「旅」は、本質的に
多様な文化、価値観の尊重や寛容、学びをもたらしてくれます。
旅をして終わりではない、その先に生まれる価値も見据えた
新しいリユクスな旅体験をお届けします。

そして、変化の激しい世の流れや価値観に左右されない
確固たる自信と、華やぎをもたらす
ジュエリーやウォッチ、ファッションといったハイエンドな相棒たち。
匠の技と美意識を愛でる感性もまた、人生という旅の時間を豊かに彩ります。

創刊から25年を経てこれからも、自分なりの審美眼を大切に日々を楽しむ読者の皆様とともに
「旅」と「上質」を愛する雑誌で在り続けます。

時代の変化とともに旅する「CREA Traveller」にどうぞご期待ください。

没入感を生む、唯一無二の高品質なクリエイティブ

20年以上にわたり培ってきた圧倒的なビジュアルと編集力で、読者が五感で旅を追体験するような高品質なコンテンツを追求。美しい写真やデザインが作り出す「没入感」は、ご紹介する体験や商品の世界観を最大限に引き立て、読者の心に深く響きます。旅の情景から、ジュエリーやウォッチ等の商品の輝きを忠実に再現する高品質なビジュアル、高品質の紙と印刷技術で、貴社のブランド価値を余すことなく伝えます。

旅の業界が認める揺るぎない信頼と実績

2000年の創刊以来、国内外のホテル、航空・鉄道会社、政府観光局、地方自治体など、旅のプロフェッショナルから揺るぎない信頼を寄せられてきました。長い時間をかけて磨き上げてきた質の高い情報と、好奇心を刺激するユニークな切り口は、旅を知り尽くした業界関係者からも高く評価されています。

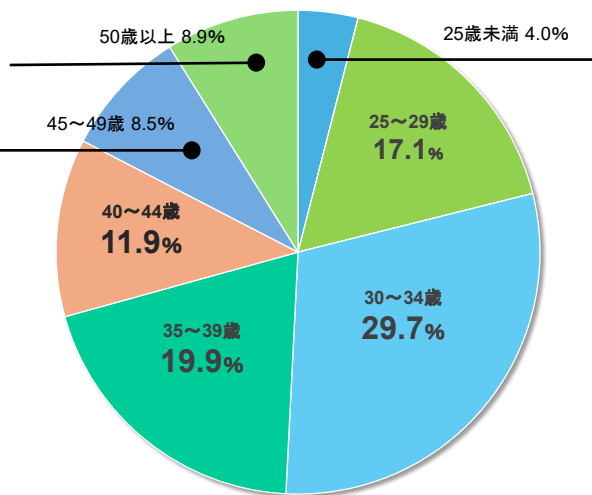
知的好奇心に満ちた富裕層読者

旅を通じて新しい価値観や文化に触れることを楽しむCREA Travellerの読者は、サステナビリティや文化の多様性にも関心が高く、単なるモノ消費にとどまらない、本質的な豊かさ、上質さを求めています。ブランドが持つストーリーや哲学を深く理解し共感することで、価格を判断基準としない確かな購買力を持っているのが特徴です。

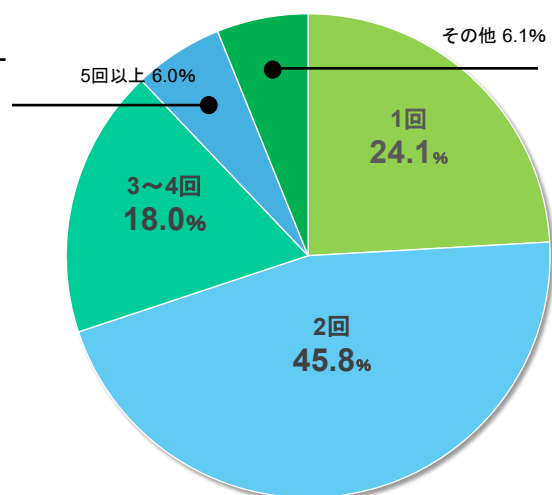
知的でハイエンドな価値観を持つ富裕層読者

読者は30～50代のアクティブな世代が中心。1年に複数回は旅にでかけ、旅を通じて新しい価値観や文化に触れることを楽しむ読者です。サステナビリティや多様性にも関心が高く、上質と品性を大事にし、能動的に、自律的にコト・モノを選ぶことのできる質の高さが特徴です。

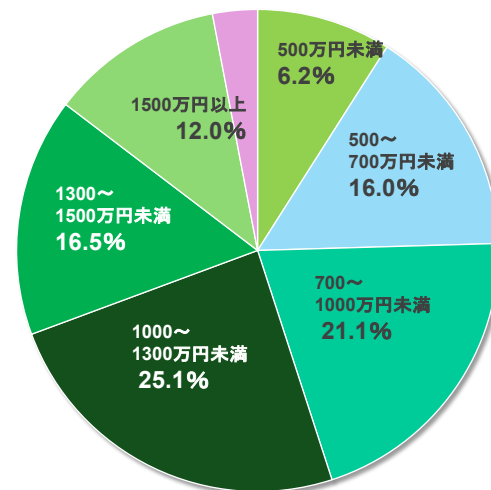
◆ 年代



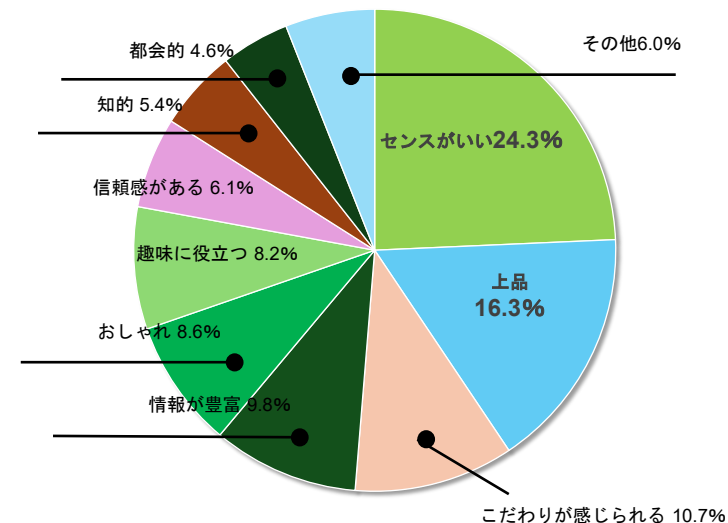
◆ 1年間に旅行する回数



◆ 世帯年収分布



◆ トラベラーの印象



“好奇心や冒険心を満たしてくれる本物の旅”を提案するラグジュアリートラベルマガジンとして、世界中から選りすぐりの魅力的なデスティネーションを、圧倒的ビジュアルと、好奇心を刺激する切り口で紹介。



人気の高いヨーロッパエリアの中でも、「パリ」と「イタリア」特集は、読者から特に支持されているCREA Traveller屈指のコンテンツです。



食、モノづくり、絶景等、日本の魅力を掘り下げる国内特集も人気です。国内特集はクライアントのニーズに合わせた特集構成も可能です。



オーストラリア政府観光局

特集連動



第一特集連動という形で、オーストラリア政府観光局とタイアップした大型の企画を実施。現地取材も行ない、70ページにわたりオーストラリアの魅力を余すことなくご紹介しました。

旅の目的の1つでもあるホテルを取り上げる特集も読者から大変好評なコンテンツ。
ホテル連載も実施中で、CREA Travellerだからこそ日本国内から海外の様々な
ホテル様との取り組みが実現。



ホテルのプレゼント企画は、3,000件を超える応募が集まることも。旅好きの読者が集まり、レスポンスも非常に高いです。



星のや

課題解決

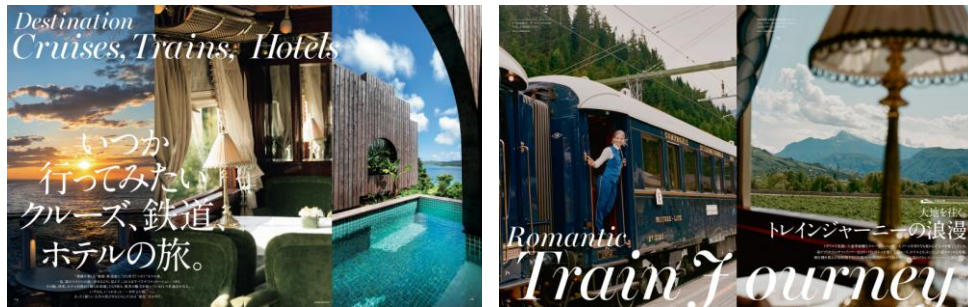
連載TU



「ラグジュアリーブランドのイメージをあらためてしっかり訴求したい」というクライアントの課題を元に、毎号テーマを設定し、ブランドが持つ世界観を連載形式で訴求しています。

エアライン、クルーズ、鉄道—

これらを単なる旅の手段と捉えず旅の目的の1つとして“移動時間も楽しむ、魅力溢れるコンテンツとして紹介。



旅のひと時を演出するコンテンツも網羅。広告でも鉄道会社から航空会社、クルーズ等多くのタイアップ企画を実施しています。



JR東日本

コンテンツ提供

2次使用



↑日経新聞 日曜版
「NIKKEI The STYLE」
〜2次使用

CREA Travellerの美しいビジュアルが評価され、タイアップのコンテンツを日経新聞紙面に2次使用。またオウンドメディアにも使用。クライアントからも大変評価いただいた事例です。

長年の恒例企画となっている「ジュエリー別冊」。CREA Travellerのクリエイティブと高品質の用紙で、他誌にはないジュエリーが持つ本来の輝きと世界観を表現します。



ヴァン クリーフ & アーペル

片観音

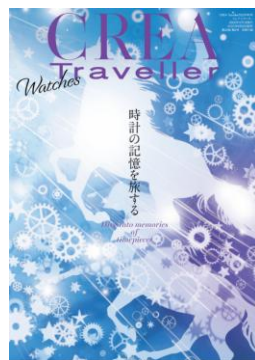
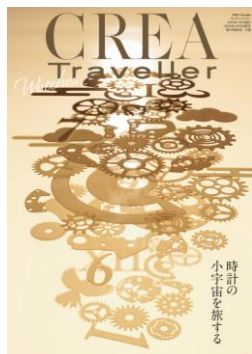
特殊加工



高品質の用紙を使用し、ジュエリーの輝きを最大限引き出したビジュアルを実現します。

CREA Traveller本誌と別冊の2冊でタイアップを展開。本誌では、ブランドの文化的側面を丁寧に紐解き、通常の誌面より厚紙を使用して片観音を実施。別冊では商品を圧倒的なビジュアルでご紹介しました。

2024年からスタートし、好評を得ているCREA Traveller「時計別冊」。
単なる商品紹介にとどまらず、時計が生み出されるまでの物語を、各ブランドの個性ある
取り組みとともに深掘りします



毎回40ページを超える大型別冊を実施。ブランドの
ブティックや百貨店でも販促物として活用いただい
ております。



シーン訴求のページからモノづくりの背景や歴史を
しっかり掘り下げるコンテンツまで用意。読み応え
十分の内容です。



A.ランゲ&ゾーネ

作家起用



A.ランゲ&ゾーネの実際の愛用者でもある作家・吉田修一さんに誌面で
紹介した「1815」にちなんだショートエッセイを執筆頂き、そのイメー
ジに合わせた誌面を制作。文藝春秋だからこそ実現可能な一流作家を起
用した事例。

媒体概要

発 売 日 : 3、6、9、12月／各22日

定 価 : 1,500円

部 数 : 23,000部 (印刷証明 2024年7～9月)

判 型 : A4変形判 (無線綴じ)

CREA Traveller WEBページ (CREA WEB内)
<https://crea.bunshun.jp/list/creaweb-traveller>

お問い合わせ

株式会社文藝春秋
 メディア事業局 CREA広告担当チーム
ad.crea-g@bunshun.co.jp

広告料金

スペース		料金 (グロス)	サイズ (mm) 天地×左右
表4	4C1P	¥2,100,000	280×222
表2見開き	4C2P	¥3,200,000	297×464
表3	4C1P	¥1,400,000	297×232
目次前見開き	4C2P	¥3,100,000	297×464
目次対向	4C1P	¥1,600,000	297×232
4C1P		¥1,500,000	297×232

※編集タイアップは別途1Pあたり¥300,000 (ネット) が掛かります

※dマガジンへの広告掲載も可能です

※著名人出演、遠隔地取材の交通費は別途かかります

※すべて税別金額