

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

2026.03_ver.2

「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 destinations 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。

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。

創刊から25年以上を経てこれからも、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。

CREA Traveller 編集長 深尾智美

“没入感”を生む、唯一無二の高品質なクリエイティブ

25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、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の輝きを忠実に再現するビジュアルのクオリティ、そして高品質な紙と印刷技術で、ご掲載した広告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・共感し、価格を判断基準としない確かな購買力を持っています。

知的でハイエンドな価値観を持つ富裕層読者

- ☑旅を愛し旅を通じて自身の教養を高め、知的欲求を満たすことを重視
- ☑質の高い体験や商品に投資を惜しまない
- ☑自身で働きながらも多くの資産も保持
- ☑アクティブで能動的に行動
- ☑キーワードは、上質、本物、品性

<基本属性>

- ・30代～50代を中心に、購買の決定権を持つ自律した女性。

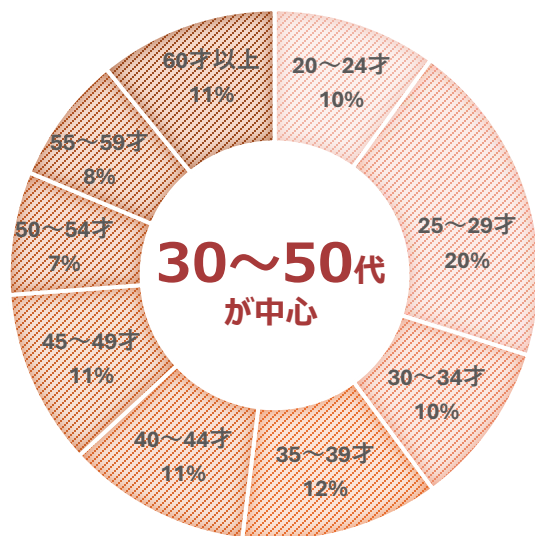
<消費行動>

- ・百貨店外商を利用し、ビジネスクラスで旅に出る。
- ・誌面の世界観を信頼し、数百万円単位の時計やジュエリーを「実際に購入」するアクティブな層。
- ・旅や商品に投資を惜しまない収入や資産もあるので、クレジットカードはプラチナ・ブラックカードを利用。

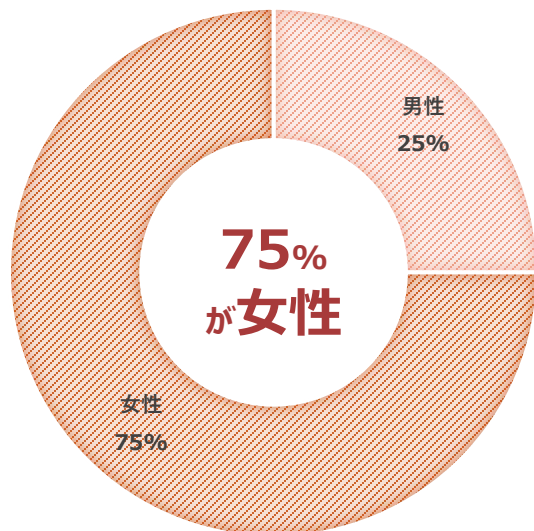
<価値観>

- ・旅は単なる観光ではなく、その土地の歴史、芸術、哲学に触れ旅を通じて知的好奇心を満たしたい。
- ・買い物は流行やブランドの名前に流されず、職人技やブランドの哲学に価値を感じ、「一生もの」を自分らしく持ち続けたい。
- ・日常的に、上質と品性を大切にしたい。

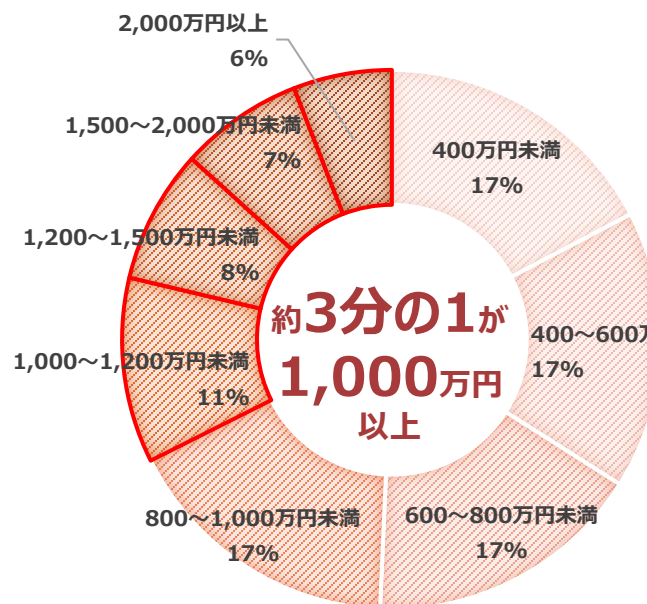
年齢



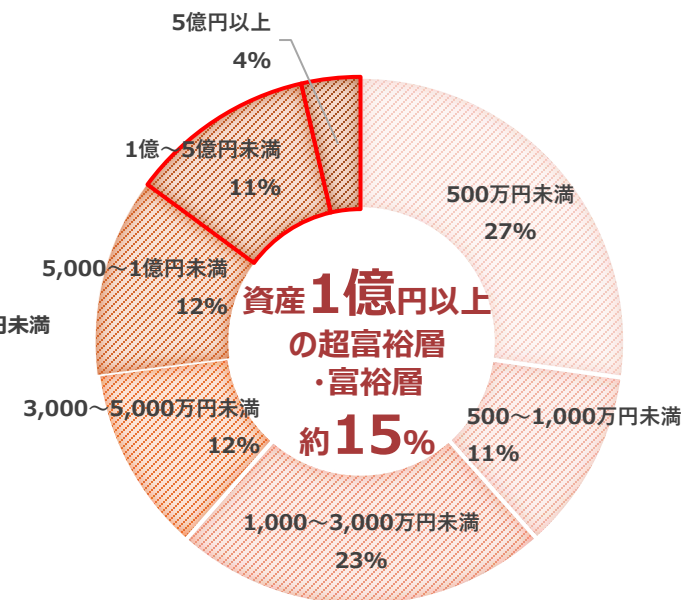
男女比



世帯年収



資産額



30代~50代が約6割とコア年齢層でありながら20代から60代まで幅広くカバー。女性読者が4分の3を占めつつ、特集テーマ次第で男性読者も網羅

世帯年収1,000万円以上が32%。年収以上にかなり高い資産を保有する読者が多い。**27%が資産5,000万円以上の準富裕層、1億円以上の富裕層も15%にのぼる**

CREA Traveller × 読者

購読理由として、「非日常に浸れる (44%)」「雑誌全体の世界観やセンスが好き (41%)」「紹介されているホテルやお店のセンスが良い (41%)」「掲載されている写真が美しい (40%)」「情報の信頼性 (35.4%)」が上位。また、30%が「何度も繰り返し読みたくなる」、28%が「写真集のように手元に残しておきたい」と回答。
 → **保存性に優れた媒体であり、長期間にわたり読者の目に触れ続けるため、高い広告効果が期待できます。**

国内旅行回数 (宿泊を伴う／プライベート)

年5回以上 34.9%
年1回以上 96.8%

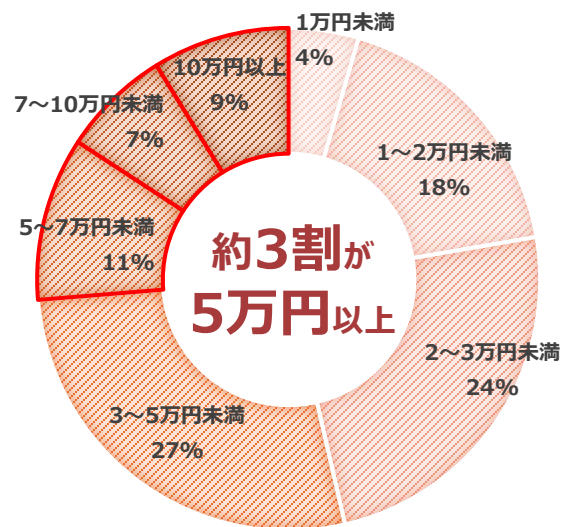
→読者のほとんどが、年に1回以上は旅行に行くアクティブで旅行好きです

海外旅行回数 (宿泊を伴う／プライベート)

年2回以上 45.6%
年1回 36.4%

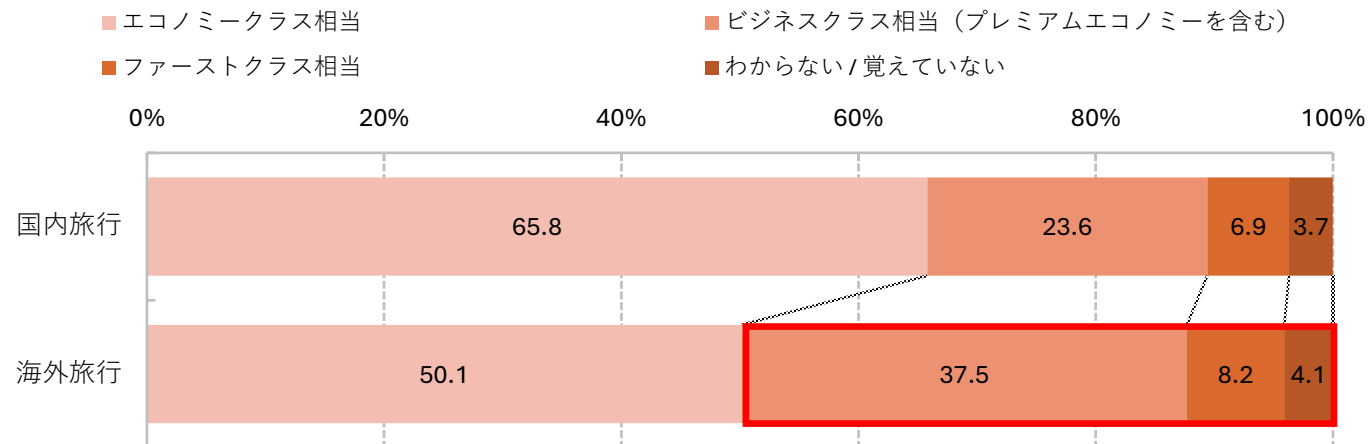
→年に複数回海外旅行に行くと言った読者は約半数

国内旅行の宿泊先 (1泊1名) の予算



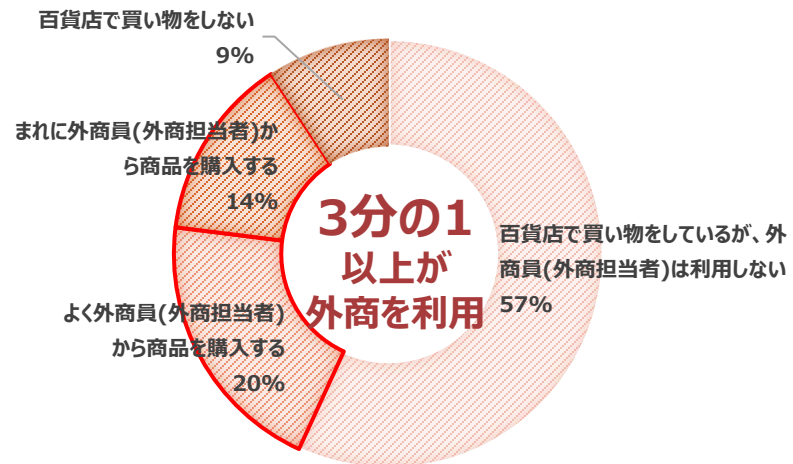
→1泊の宿泊に5万円以上の予算をかけられる読者は約3割。ラグジュアリーホテルを愛用できる読者も多い

飛行機で利用する座席クラス



→費用がよりかかる海外旅行において読者のほぼ半数が、ビジネスクラス相当以上の座席クラスを利用

百貨店および外商利用



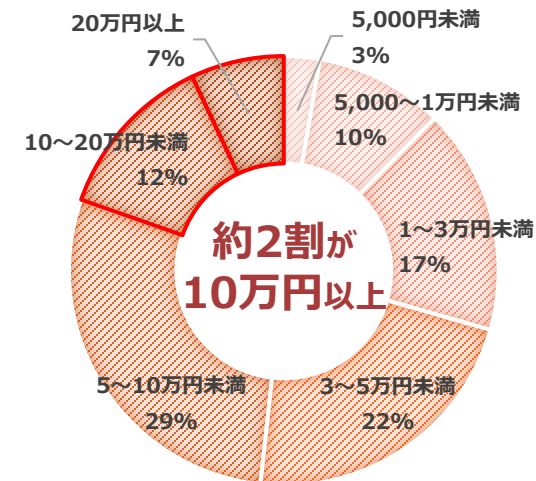
→年収や資産、高額購買の実績等の条件を満たし外商員がつく、**外商利用読者は34%**
よく外商を利用する読者に至っては**2割**

所有しているクレジットカードのグレード

ブラックカード	12.4%
プラチナカード	19.2%
ゴールドカード	57.3%

→高い年収や社会的な信用のもと招待制が基本の**ブラックカード利用率が12.4%**
高いステータスの読者が多い

自身で1ヵ月で自由に使えるお金の平均



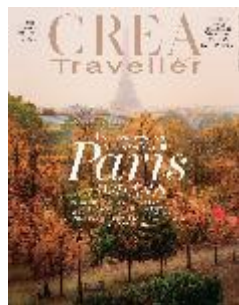
→1ヵ月で自由に使えるお金が10万を超える読者が**約2割**。ゆえに豪華な旅や買い物等、惜しみなく自己投資できる読者が多い

CREA Travellerを読んで取った行動

掲載された国・都市への旅行	44.2%
掲載されたホテル・旅館に宿泊	41.7%
掲載されたジュエリーを購入	25%
掲載された時計を購入	21.6%

→情報の信頼性が高いCREA Travellerだからこそ**媒体通じての反響が大きい**

“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。



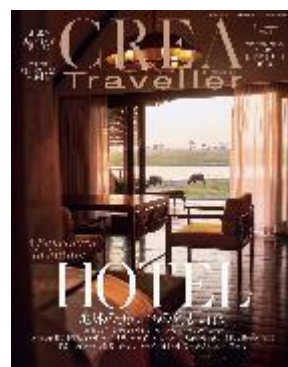
特集連動

オーストラリア政府観光局



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。



課題解決

連載TU

星のや



「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。



コンテンツ提供

2次使用

J R東日本



↑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&ウェディング別冊」。
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。



片観音

特殊加工

ヴァンクリーフ&アーペル



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。



作家起用

A.ランゲ&ゾーネ



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



▲
特集・スケジュール等
広告掲載のご案内ページ

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