

# metropolitana

『メトロポリターナ』 媒体資料

## 令和の時代に、東京の街を忙しく行き交う人へ 地下鉄から届ける“ココロのサードプレイス”という価値

2025.10.10  
Renewal!

メトロポリターナは、2003年から、東京で働く女性を応援する月刊のフリーマガジンとして、駅のラックに存在し、22年という時代の変遷をともに歩んできました。

時代は令和へと移り変わり、働き方や価値観、ライフスタイルも多様化し、コロナ渦を経てからは、SNSをはじめとする情報の波が一層押し寄せてきています。

そんな東京で生きる私たちが、いま求めているもの。  
それは、ときにスマホを手放して、深呼吸する場所。ちょっと立ち止まり、自分と向き合う時間。  
ページをめくることで生まれる心の余白や、インターネットでは出会えない気づきや発見だと思いました。

駅でふと手に取ったとき。職場のランチのあとや、カフェのテーブルの上。  
美しい街の風景で、思いがけない誰かの言葉で、自分でも気づけなかった気持ちに触れて、心を揺らしたり、くすっと笑えたり。

メトロポリターナは、そんな、ホッと心を休める、自分だけの心地いいひとときを提供します。  
それが、東京の街を生きるひとに贈る、「ココロのサードプレイス」という価値。  
読者の四季折々の変化に寄り添い、一年ずつ歳を重ねていく日々をやさしく見守る、  
唯一無二の存在を目指します。

metropolitana

# MEDIA OUTLINE

媒体概要

## 媒体概要

タイトル	metropolitana [メトロポリターナ]
創刊	2003年1月10日
発行部数	200,000部
発行サイクル	毎月10日→19日(予定)の10日間
判型	A4、中綴じ、オールカラー、基本24～32頁
印刷	オフセット印刷
価格	FREE
チャンネル	東京メトロ53駅(駅改札周辺および地下通路)
配布形態	メトロマガジン専用ラックを各駅、計157台設置 <small>※ラック設置数は各駅により異なり、設置場所は変更になる場合があります。</small>
オンラインコンテンツ	メールマガジン会員 約3万人(2025年10月現在) WEB SNS [Instagram など]



WEB  
<https://metropolitana.tokyo/>



SNS  
[https://www.instagram.com/metropolitana\\_tokyo/](https://www.instagram.com/metropolitana_tokyo/)

## 配布ラック設置駅一覧

浅草	池袋	神谷町	代々木公園
上野	大手町	六本木	東池袋
三越前	後楽園	広尾	市ヶ谷
日本橋	御茶ノ水	恵比寿	麴町
京橋	東京	高田馬場	有楽町
銀座	霞ヶ関	早稲田	半蔵門
新橋	四ツ谷	神楽坂	神保町
虎ノ門	新宿三丁目	飯田橋	白金高輪
溜池山王	新宿	九段下	麻布十番
赤坂見附	秋葉原	竹橋	六本木一丁目
青山一丁目	八丁堀	新御茶ノ水	四谷三丁目
外苑前	茅場町	赤坂	
表参道	東銀座	乃木坂	
渋谷	日比谷	明治神宮前〈原宿〉	



フリーマガジン『メトロポリターナ』は、東京メトロの主要駅を中心に、53駅157台に設置されたラックで無料配布されています。

# CONTENTS

コンテンツ

## 【表紙】デザイン



### 想像力を高めて、 未経験のできごとに行動を 促すことができる

クリアで品の良い世界観にすることでブランド  
価値を高め良質な印象を与えさせることができ、  
今っぽさの軽快な印象や  
海外で使用されるような色合いを地色に使うこと  
でデザインへと変化させる。号変わりがわかりや  
すくなるよう、地色をしっかりと見せていきます。

# metropolitana

旧ロゴの愛らしい印象から、読者の成長や時代感として楽しみだけではなく学びや信頼を感じるように愛らしさも持ちながら上品な印象へとリニューアルすることで、既存読者ととも新たな読者へのアプローチを意図しています。

【特集】テーマ

2025年

10月10日

**ちょっと立ち止まって、  
ひと呼吸しよう。**

～読者・街の人にきいた、心豊かに生きるということ～

11月10日

【旅】 「深呼吸しよう、旅しよう」(仮)

12月10日

【季節】 「お疲れ様わたし、ありがとう2025年」(仮)

2026年

1月10日

【学び】 「いまだからこそ学びたいこと、始めたいこと」(仮)

2月10日

【食】 「心に沁みるひと皿を」(仮)

3月10日

【国際女性デー】 「大切なひとと話したいこと」(仮)

※特集テーマについては変更の可能性がございます





metropolitana

# READERSHIP

『メトロポリターナ』の読者層

## 『メトロポリターナ』の想定読者像

### ◎ 35歳 / 女性

家族構成：

独身

居住地：

東京都内

仕事：

メーカー勤務・マーケティング職



仕事柄、世の中の新しい動きには常にアンテナを張っているが、SNSにはない信頼できる情報源として「メトロポリターナ」を愛読。

駅のラックで最新号を手にとることが、月一度の楽しみ。

アートやグルメ、ウェルネスなど「体験」や「自己投資」への関心が高く、公私にわたるヒントを得ている。

単なる情報収集としてだけでなく、内面を磨き、未来のロールモデルを探すための、都会の暮らしの羅針盤として活用。

## 『メトロポリターナ』の想定読者像

### ◎42歳／女性

家族構成：

夫と小学生4年生の子どもの3人暮らし

居住地：

首都圏郊外

仕事：

公務員



首都圏郊外から東京メトロを乗り継いで通勤する、小学生の息子を持つワーキングマザー。家事や仕事に忙しい日々で、消費は家族優先でコストと品質を重視。

メトロポリターナは、「母」や「妻」ではない「私」の好奇心を刺激し、日常を少し豊かにすることを思い出させてくれる大切な存在。

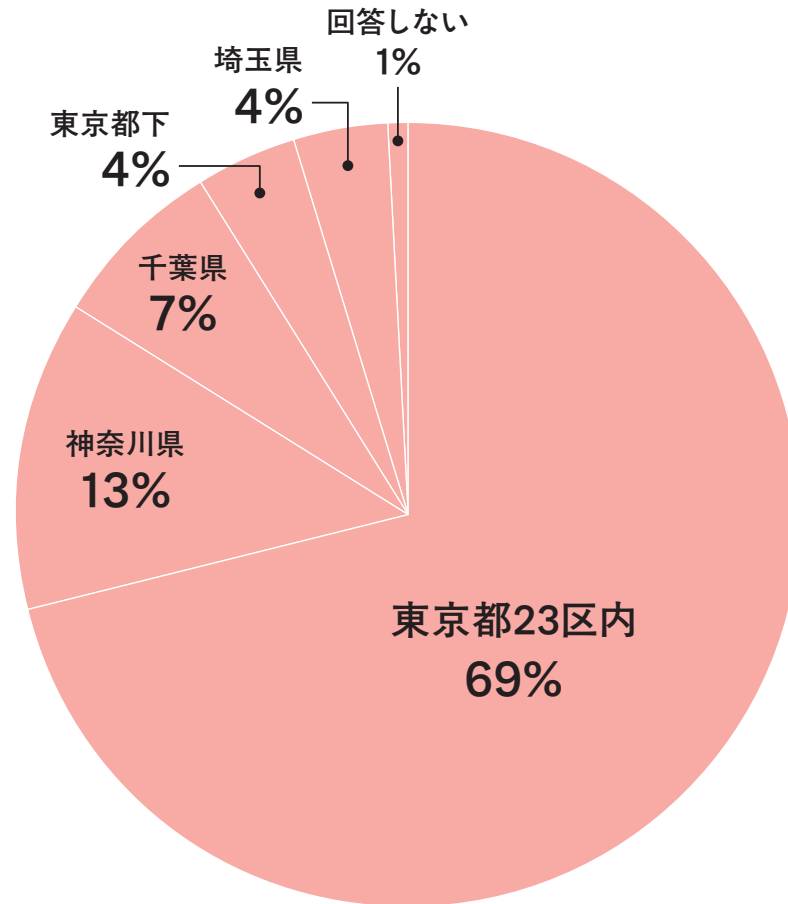
最近の関心事は、家事の時短や効率化。暮らしに役立つライフハック記事を見つけると、すぐに試してみたいくなる。

子どもの手が少し離れてきたので、昔好きだった絵を習い始めようかと検討している。

## 読者アンケート【居住エリア】

Q.

居住しているエリアはどこですか？



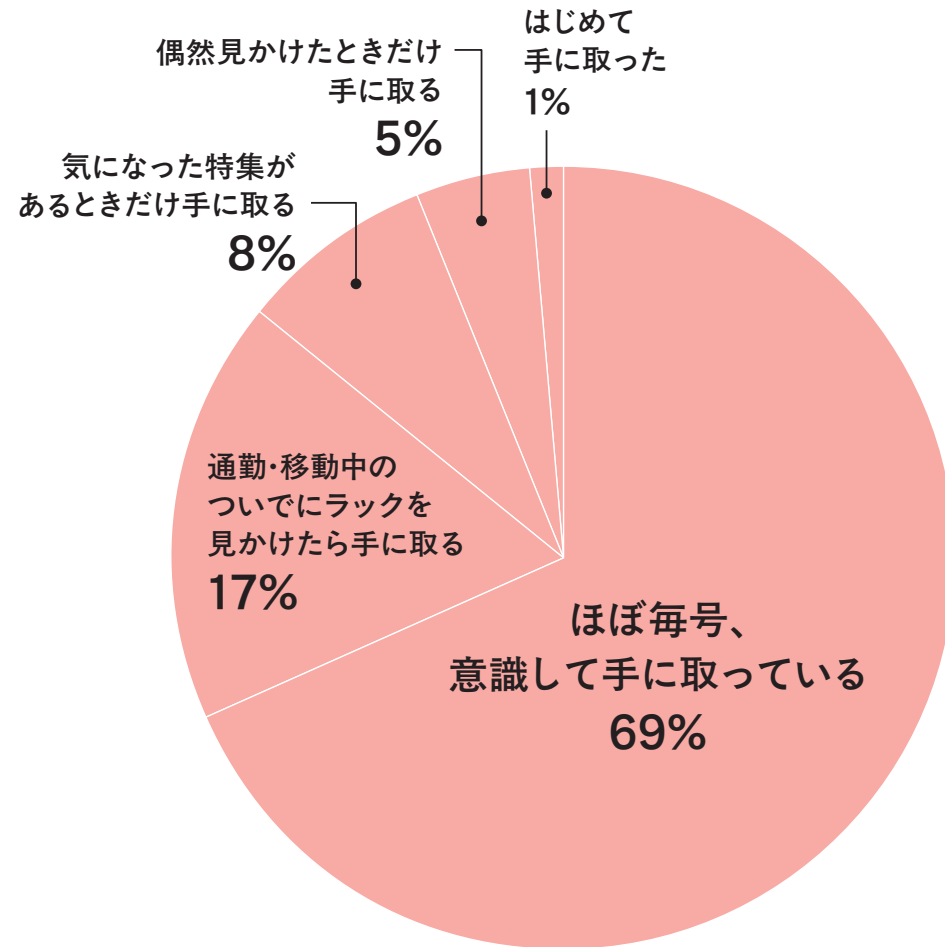
### 99%が一都3県在住の ビジネスパーソン

全体の約7割が東京都23区内に在住。次いで神奈川県が多く、東急東横線や、東急田園都市線、東急目黒線、小田急線など、東京メトロとの乗り入れ路線が複数走っていることから、首都圏郊外から都心の勤務地に通勤している層が一定数想定され、オンオフともに都心とのアクセスが日常的な読者がメイン。

## 読者アンケート【入手頻度】

Q.

どのくらいの頻度で  
手に取りますか？



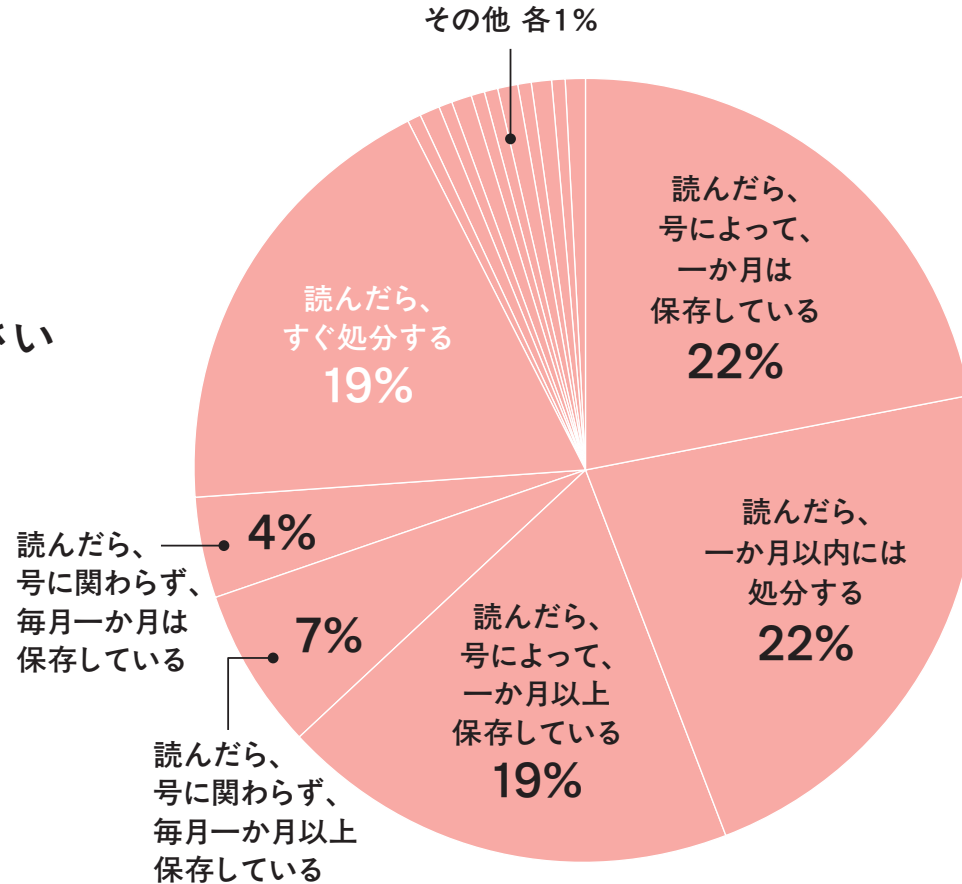
毎号入手することが  
習慣化

約7割が、毎月意識して手に取っている。メトロポリターナを読むことが習慣化されており、読者の日常の一部に。毎月掲載することで、ブランドの浸透が期待できる。

## 読者アンケート【保存率】

Q.

『メトロポリターナ』を  
読み終えたあとの  
行動について教えてください



その他(各1%)

- ・号によって、気になる特集ページについては切り取りマイノートとして記録している
- ・読んだ情報収集、キャンペーンがあれば応募したら、破棄する
- ・面白い記事、役に立つ記事は切り抜く
- ・気になる記事は会社の同僚や、親族に連絡する
- ・気に入ったページは切り抜いて保存
- ・記事を切り抜くこともある
- ・気になる記事だけ切り取って他は処分
- ・読んだら家族に渡している
- ・必要な所のみ切り取り保管
- ・読了後は、他者へ手渡し始める事がほとんど
- ・必要なページのみ保存する

約80%がすぐに捨てずに  
一定期間保存

すぐに処分すると回答した人が19%に対し、約8割の読者が、次号が出るまでの一か月間、またはそれ以上の期間手元に残す傾向に。フリーマガジンとしては、高い保存率を維持しており、何度も読み返したり、面白い記事や役に立つ記事は切り抜く人も。一時的ではなく長くリーチできる。

## 読者の声

### 【シェア】

#### 友人や家族、同僚など、周囲との対話や コミュニケーションのきっかけになっている

基本家で見るので、テーブルなどにメトロポリターナがあると旦那が表紙を見て、もう1ヶ月経ったの?!といつも驚きます。どうやら私が毎月、だいたい決まったタイミングで読んでいるのを知っており、月の経過を測っているみたいで面白いなと思いました。

以前勤めていた会社の休憩室で読んでいたとき、あまり話したことのない同僚から、あなたも読んでるの?と話しかけられて、仲良くなったことがあります。それ以来、毎号会社に最新号を持って行って、内容を語り合ったりしていました。

私は愛知県の事務所で働いていますが、60歳を超えた東京本社の同僚(元上司)が毎月欠かさず書類に同封して送ってくれています。今ではすっかり届くのが待ち遠しいほどです。東京の風(笑)

### 【アクション】

#### 読んだ後に検索したり、店舗にったり、 すぐアクションにつなげる

掲載されているお店に行き、常連になったこと。メトロポリターナをきっかけに世界が広がって楽しいです!

記事に載っていた飲食店で飲んだ時となり同士で意気投合し、仲良くなった子と今でも食べ歩きしたり飲んだりしています。

ラックからとって、社内で読んで、帰りの寄り道先を見つけることもあります。行き先の近くのスポットで興味のあるところが見つかる嬉しです。

## 読者の声

### 【習慣化】

毎号手に取ることで、  
読者の生活の一部になっている

妻と新婚の時からメトロポリターナを読んでおり、子どもがうまれるまでの期間は私が毎月10日に家に持ち帰ってお土産にしており、ずっと愛読させていただいております。

仕事が憂鬱な時も、メトロポリターナの最新刊が出ると少し、ウキウキした気分になります。

2017年から東京で仕事を始めて、地下鉄の駅構内に置いてあった冊子が目に入り、東京を勉強してみようと思って手に取ったのがキッカケでした。そこから毎月読んで6年くらい！たくさん学ばせてもらいました！20周年おめでとうございます。

### 【偶発的な情報との出会い】

自分のため、誰かのための消費行動につながりやすく、  
知らない世界との出会いにも

2021年6月号、たしかラベンダー色の表紙（※1）だったかな。この回によってフェムテックに興味を持ち、この手のお仕事をしてみたいと思うようになりました。あの回は私にとって衝撃でした。素敵な出会いを心からありがとう！

フェムケアの特集（※2）はいつも参考にしている、私は生理用ナプキンやタンポンから生理パンツに変えたことで信じられないほどQOLが上がり、生理痛もなくなりました。日本ではなかなか話題に出せないセンシティブなところもありますので、これからも活用して行きたい大好きなコーナーです。

何年か前の号を見た後、妻に、生理の辛い時期だろうから、とバスソルトをあげたらとっても喜んでくれた。

※1 2021年6月号「まずは知りたいフェムテック」特集 ※2 2021年10月号-2025年3月号「フェムトーク」連載  
「メトロポリターナの好きなお話やエピソードを教えてください。」 出展：2023年1月号20周年記念 読者アンケート n=1400

# ADVERTISING FEES

広告料金

## 『メトロポリターナ』広告料金表

※1 制作費はネット請求となります

※2 応相談(4P単位での加減となります)

広告スペース	色／ページ	料金	サイズ(天地×左右)
表4	4色／1P	¥2,200,000	297×200mm
表2	4色／見開き	¥3,000,000	297×420mm
	4色／1P	¥2,000,000	297×210mm
目次対向	4色／1P	¥1,600,000	297×210mm
表3	4色／1P	¥1,400,000	297×210mm
中面	4色／1P	¥1,200,000	297×210mm
タイアップ制作費	4色／1Pあたり※1	¥200,000	—
臨時増刊号	4色／12P※2	—	297×210mm
Monthly Picks 枠	4色／1/2P	¥800,000	
	4色／1/4P	¥400,000	
Present & Information	1枠	¥300,000	
メールマガジン	1回	¥150,000	

## 編集タイアップ広告の基本条件

- メトロポリターナのトーン&マナーに合わせて制作します。
- タイアップ内にはロゴ(社ロゴ、商品ロゴなど)掲載しません。
- ホームページアドレスは「https://」から表記します。
- スタジオや遠方での撮影および再撮影が必要な場合は、別途経費がかかります。
- タイアップでモデルや著名人を起用する場合は、別途経費がかかります。
- PR表記はお問い合わせ先と社名が必須になります。
- 事前審査が必須となります。広告審査は産経新聞社の基準に準じます。

## 純広告入稿方法

- 印刷はすべて4色オフセット印刷、解像度2,400dpi、線数175線となります。
- 原稿はaiデータでの入稿とし、仕様書と原寸大の確認用PDFを添付の上、入稿してください。仕様書は、申込時に担当者よりお送りします。
- 雑誌の体裁上、切れてはいけない写真、社名、マーク、イラストなどは仕上がり寸法から10ミリ以上内側に収めてください。
- 校正は1回とさせていただきます。ご不明点は弊社広告営業担当までお問い合わせください。
- 事前審査が必須となります。広告審査は産経新聞社の基準に準じます。

## 締め切り

- 純広告の申込締め切りは発行日から40日前、入稿締め切りは発行日から1ヵ月前になります。
  - 原則としてタイアップ広告の申込締め切りは発行日から2ヵ月前になります。
- ※年末年始、GW、お盆などの時期は特別進行となります。スケジュールについてはお問い合わせください。

## 注意事項

- 事前審査が必須となります。さらに不動産、健康食品、健康器具、通信販売、エステ、美容院、病院などの広告は、お申し込み時に原稿内容を確認させていただく場合があります(産業新聞社および東京メトロ広告掲載基準により)。
- 業種によっては表4など特殊面に掲出できないものがございます。詳細は担当者までご確認ください。
- 特定面(表2、表3、表4、目次対向など)以外の掲載お申し込みについては、掲載場所のご指定はお受けできません。
- 特殊な企画広告(規定以外広告)ご希望の場合は、弊社広告営業担当までお問い合わせください。
- 掲載広告の内容については出稿者が全責任を持ち、著作権の侵害・名誉毀損など、私・法人間の権利問題については、弊社は一切責任をおいしません。
- 広告原稿の内容や体裁が不適切と思われるものに関しては掲載をお断りすることや掲載号の変更をすることがあります。
- 純広告原稿などの修正やリサイズなどについては、一切お受けできません。あらかじめ、内容をお確かめの上、ご入稿をお願いします。
- 純広告およびタイアップの申込締め切り日以降の掲載の中止、延期はできません。なんらかの事情により中止する場合は、別途キャンセル料が発生します。事前にご了承ください。
- 臨時増刷号、ブック・イン・ブック、サンプリングなど、各種企画にの詳細や料金等については弊社広告営業担当または、メトロポリターナの問い合わせメールまでご連絡ください。

# metropolitana

産経新聞社 [メトロポリターナ]

〒100-8079

東京都千代田区大手町1-7-2

TEL: 03-3243-8504

FAX: 03-3275-8932

E-mail: [ad-metro@sankei.co.jp](mailto:ad-metro@sankei.co.jp)