

A black and white aerial photograph of the Tokyo skyline. The Tokyo Tower is prominent on the right side, rising above the dense urban landscape. The sky is filled with soft, wispy clouds. The overall tone is monochromatic, with the white text and red line providing a sharp contrast.

TimeOut

TOKYO

タイムアウト東京 媒体資料 2026



“ 世界が認めるローカルエキスパート ”

地域密着型のシティガイドとして、日本で唯一のグローバルメディアブランド

Contents

01

タイムアウトについて	P4
世界中のオーディエンス	P5
タイムアウトの実績	P7
タイムアウトマーケット	P8
タイムアウト東京について	P10
タイムアウト東京の強み	P11
プラットフォーム	P12
オーディエンス ① / 英語	P13
オーディエンス ② / 日本語	P16
クライアント一覧	P19
タイムアウト東京を活用したメディア戦略	P20
ケーススタディ	P21

02

クリエイティブソリューションズ	P25
1. プロダクト紹介	
① デジタル	P26
（1）オンライン登録	P27
（2）SNS展開（オンライン記事の拡散専用プラン）	P31
（3）オンライン広告バナー	P32
② プリント	P33
（1）マガジン	P34
（2）スポンサードガイドマップ	P35
③ 動画	P36
④ イベント	P48
2. メディアコラボレーション	P40

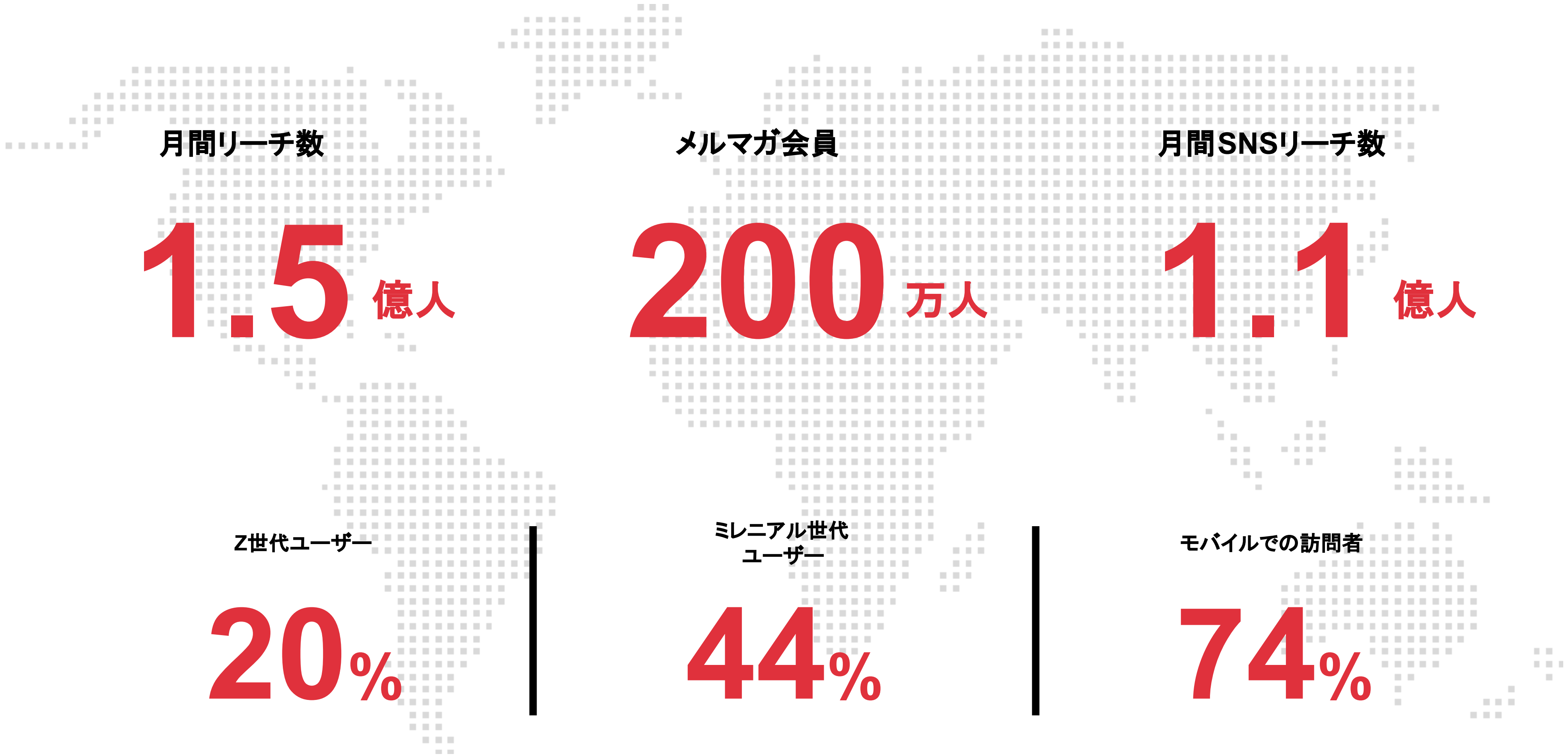
タイムアウトについて



地域密着型でありながらグローバルで認知を得るユニークなメディアブランド

1968年にロンドンで創刊されたシティガイド。ローカルエキスパート(地元の目利き)によるガイドが支持され、それからニューヨーク、ベルリン、上海やバンコクなどの世界大都市を中心に展開している。

世界中のオーディエンス



ユーザー行動への影響

長い歴史があり、世界333都市に展開されているタイムアウトは高品質のコンテンツ力を持ち、ユーザーの行動に影響を与える。タイムアウトの読者「タイムアウターズ」は社交的で、アウトドア、文化、旅やグルメが好きな人が多い。「トラベル」や「Things To Do」の定番コンテンツが人気で、95%の読者が記事を読んだ後、実際にイベントやヴェニューを訪れている。

✓ タイムアウトを
読んだ後に行
動する

95%

✓ 毎週末に出
かける

58%

タイムアウトの実績

2012年



2012年「ロンドンオリンピック・パラリンピック」の公式トラベルガイドに採用。



2018年



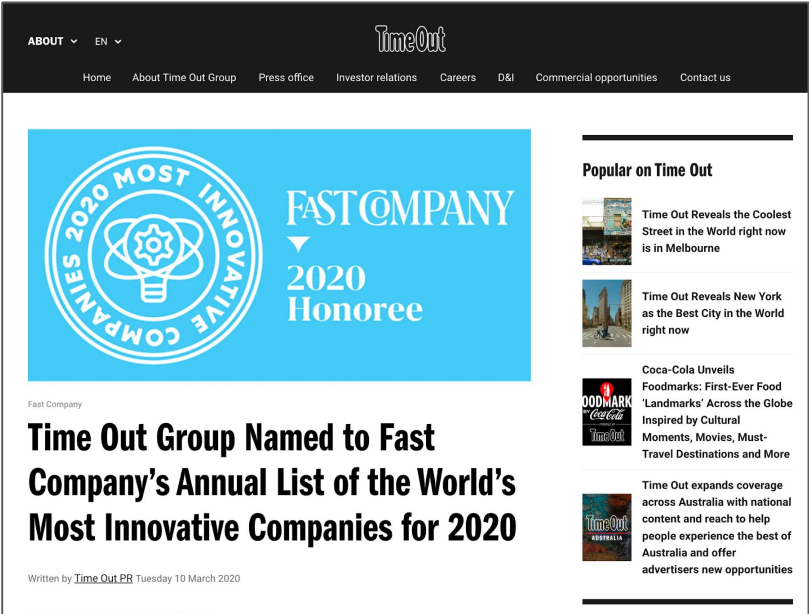
英国出版協会主催「PPA AWARDS」にて通算5度目となるインターナショナルMEDIAブランドを受賞。



2020年



Fast Company誌が選ぶ「10 Most Innovative Companies of 2020」にラインアップ。



2022年



グローバル・レコメンデーション・プロバイダーのタブーラ社と、独占的複数年契約を締結する。



2023年



ペルノ・リカル・グループとのパートナーシップのもと、持続可能な取り組みをする先駆的なバーを讃えるべく、「The Bar World of Tomorrow Award」を始動。



タイムアウトマーケット

The Best of the City Under One Roof

タイムアウト編集部のカキュレーションによるフード
&カルチャーマーケット

2014年に「タイムアウトリスボン」がオープンしたタイムアウトマーケットは、世界で初めてのフード&カルチャーマーケット。タイムアウト編集部のカキュレーションにより、受賞歴のあるシェフから各都市で一番の秘密のヴェニューまで網羅。わずか数年の運営で、地元の人にも観光客にも、間違いなく市内で最も人気のあるアトラクションとなった。また、世界の地方創生プロジェクトとしても注目を集めている。

2021年4月にオープンした「タイムアウトマーケットドバイ」を含め、現在世界7都市で展開。2025年までに12都市に拡大予定だが、ここでとどまることなく、タイムアウトグループは世界中の食通都市を積極的にリサーチしている。どの都市のタイムアウトマーケットでも最新のフードトレンドが再現されていて、ミシュランなどのアワードを受賞したレストランや、予約の取れないレストランなどがワンルーフの下に集まっている。



タイムアウトマーケット大阪

TimeOut
MARKET
OSAKA

アジア初の「タイムアウトマーケット大阪」
2025年の大阪・関西万博に先駆けてオープン！

タイムアウト東京について



2009年に設立したシティガイドを中心としたメディア。英語／日本語バイリンガルのウェブサイトを中心に、英語版マガジン、ガイドマップなどマルチプラットフォームで展開する。グローバルなネットワークを活用した世界目線の編集・コンテンツで、インバウンド、クールジャパン、地方創生、アウトバウンドなどに幅広く貢献。カスタマイズコンテンツは日英以外の言語での対応も可能。

世界333都市に広がる
グローバルネットワーク

・
・
・

世界で通用する
コンテンツの宝庫

・
・
・

外国人目線で
街の魅力を伝える

・
・
・

お出かけに特化した
街のデータベース

タイムアウト東京の強み

2009年に事業を開始した「タイムアウト東京」は、日本のインバウンド市場をリードするメディアとしてのポジションを確立。
グローバルに広がる編集部とともに築き上げた豊富なノウハウ、世界目線でのトレンドを汲んだ制作、経験を積んだ多国籍の人材を持っている。

01

世界各地のパートナーと連携が可能

タイムアウトは世界333都市59カ国、14の言語で展開。各言語への翻訳はもちろん、ターゲットとする国や地域に向けた情報を、現地スタッフと相談しながら制作することが可能。各都市で記事を展開することもできる。
世界各地の都市街のデータベースを保有し、外国人ユーザーインサイトを持つ。

02

経験豊かな外国人編集チーム

14カ国（2021年8月時点）のスタッフがグローバルな視点でコンテンツの企画、編集、執筆から校正、撮影までを一貫して行う。英語や日本語だけでなく、その他の言語でも優れたコンテンツの作成や多言語化が可能。各地へ出向いての取材にも対応する。

03

一気通貫で多言語への翻訳が可能

ウェブサイトでは記事、マイクロサイトの展開が可能。オフラインでは、マガジンやガイドマップをはじめ、クライアント要望に応じてカスタマイズされたリーフレットの制作も可能。東京在住の外国人向けのリアルイベントなどを実施することも可能。

04

長年蓄積されたノウハウと豊富な実績

交通機関、商業施設などの民間企業から、地方自治体を含む官公庁までのインバウンド／アウトバウンド両者の施策に多く携わってきた。10年以上のノウハウと知識をもとにお役に立てるコンサルティングを提供するほか、制作にこだわりを持ち、良質なコンテンツと制作物で、高い評価を得ている。

プラットフォーム



マガジン

210万部
累計発行部数

都内600カ所以上で配布
(2020年3月から調整中)



マップ

550万部
累計発行部数

都内600カ所以上で配布
(2020年3月から調整中)



ウェブ

615万+
月間ページビュー
英: 日=4.8:5.2

314万+
月間ユニークビジター
英: 日=3.9:6.1



SNS

FB followers
23.5万+ (英) / 6.5万+ (日)

X(Twitter) followers
7.6万+ (英) / 8.0万+ (日)

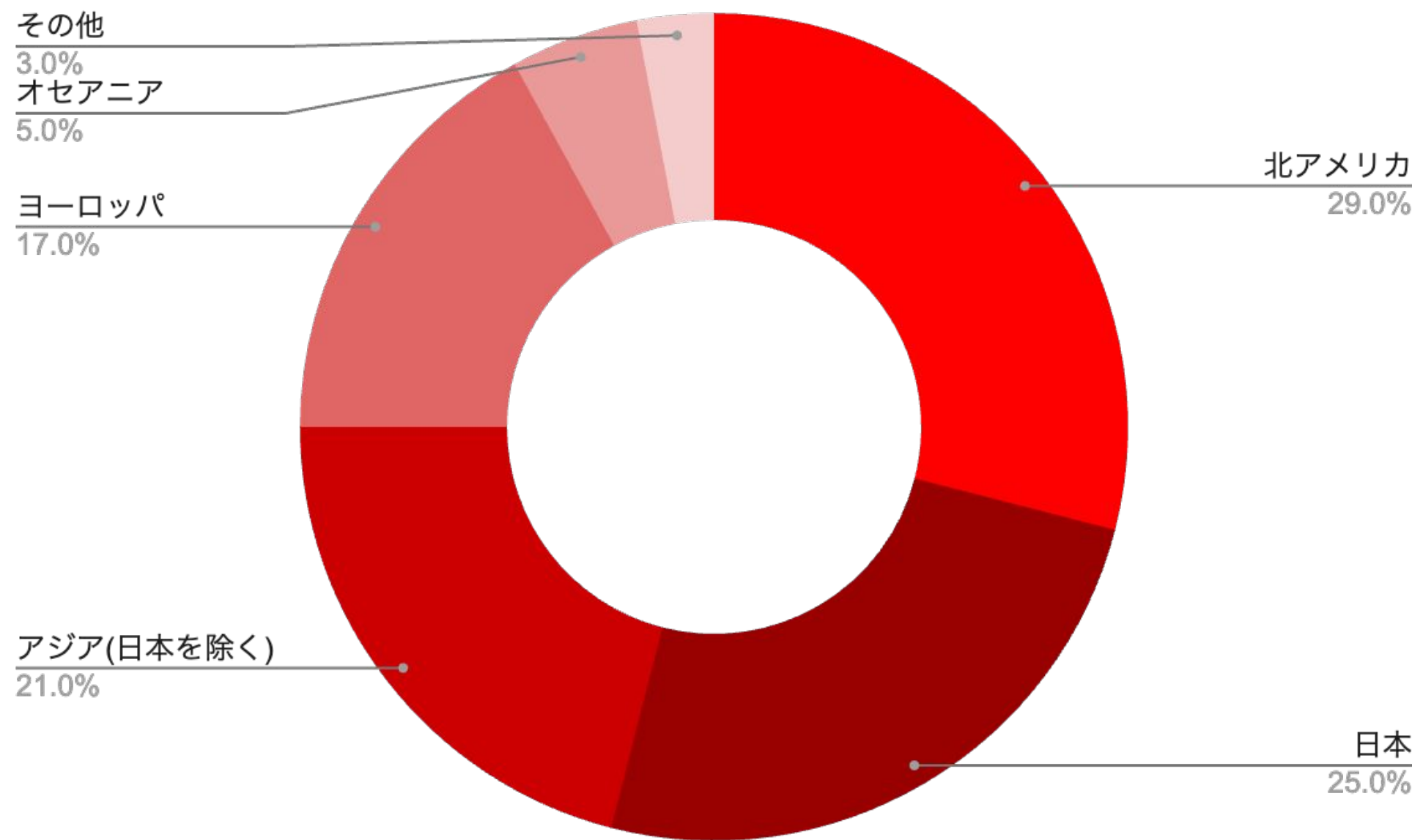
Instagram followers
33.3万+ (英) / 7.3万+ (日)

LINE friends
34.3万+ (日)

Newsletter subscribers
3.8万+ (英) / 3.3万+ (日)

オーディエンス(英語) 1/3

タイムアウト東京英語版の読者は、食文化、歴史文化に興味を持つ、東京に何度も訪れるコアな東京ファンや東京在住の外国籍の方が中心



日本 39% 海外 61%

約46%の在京外国人が毎月アクセスする
国籍・地域別外国人人口(令和6年1月)275,748(中国、台湾、韓国、朝鮮を除く)
参考元: 東京都総務局統計部

オーディエンス層

世界中の多様な、消費力が高い読者層

51% 女性 47% 男性
(その他2%)

主要年齢層

45~54歳 22%

平均年収

年収1,000万円以上

727万円 18%

タイムアウト東京英語版の読者は、食文化、歴史文化に興味を持つ、東京に何度も訪れるコアな東京ファンや東京在住の外国籍の方が中心

生活習慣・日本旅行

活動的なライフスタイルで、日本に対しても好意

おでかけ好き

70%

ほぼ毎週でかける

東京リピーターが多い

65%

東京訪問回数が4回以上

※東京を訪れる外国人観光客のリピーター率(4回以上)は32.6%
(2023年 観光庁の訪日外国人消費動向調査)

日本国内の
関心度が高い

96%

東京以外の都市も必ず訪問

※3大都会圏のみ訪問は約38%
(2023年 観光庁の訪日外国人消費動向調査)

日本旅行に
お金を使う

53%

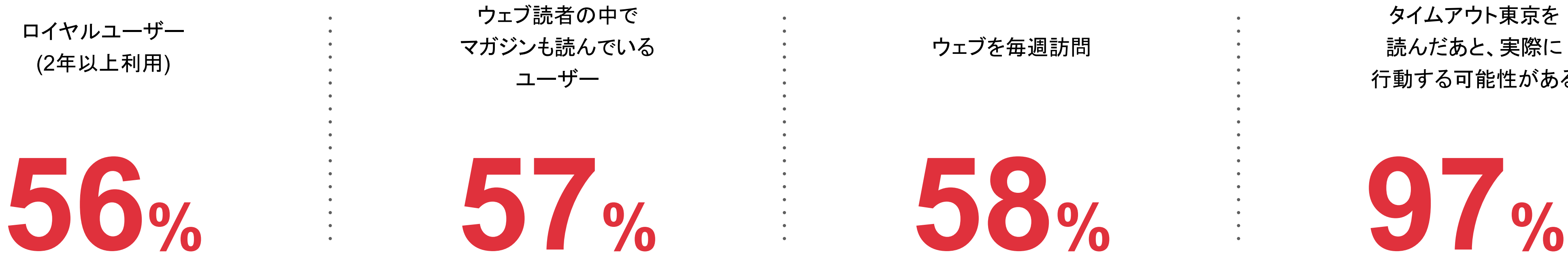
日本旅行で10万円以上を消費

(宿泊代と交通代を除く)

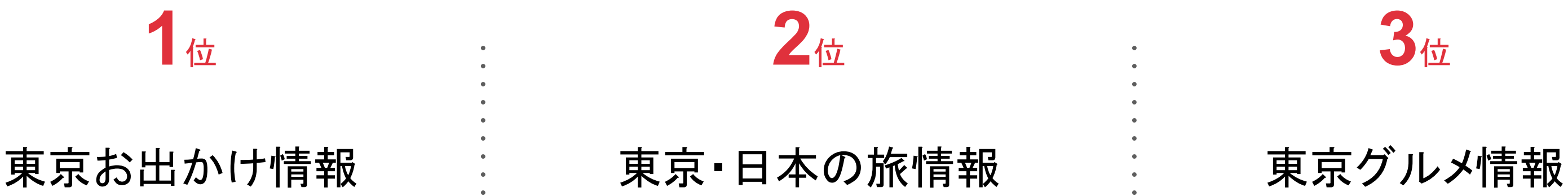
タイムアウト東京英語版の読者は、食文化、歴史文化に興味を持つ、東京に何度も訪れるコアな東京ファンや東京在住の外国籍の方が中心

利用習慣

行動するためのツールとして、長期的・定期的に、タイムアウト東京を活用するロイヤルユーザーが多い



読者調査による好まれる情報 TOP3



オーディエンス層

都平均より高い年収で、消費力のある読者が多い

59%
女性

39%
男性
(その他4%)

主要年齢層

20～49歳

60%

平均年収

510万円

年収500万円以上

53%

生活習慣・日本旅行

活動的なライフスタイルで、日本に対しても好意的

お出かけ好き

1週間のお出かけ頻度が3回以上
毎週お出かけする:87%

30%

旅行への関心
が高い

46%

年間国内旅行頻度:2.6回

海外志向

66%

海外居住経験あり

アート・カルチャーに
興味がある

74%

東京訪問回数が4回以上

グルメに興味
がある

76%

ほぼ毎週でかける

利用習慣

読者の日常生活の一部になり、情報元として常に活用する
主な情報はレストラン情報、アート&カルチャー情報、エリアガイド

ロイヤルユーザー
(2年以上利用)

44%

毎日訪問

61%

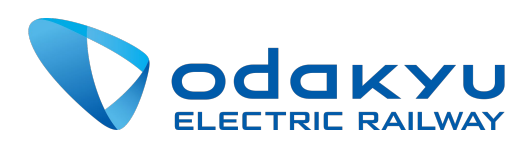
ほぼ毎日訪問

21%

タイムアウト東京の閲覧理由(読者の声)

- ・ 日本のほかのメディアとは違う視点での記事
- ・ 外国人目線で東京の新たな魅力に気付ける
- ・ グローバルな視点から東京を発見できる
- ・ 知らない情報を得られるメディア
- ・ 情報の切り口がユニーク
- ・ レビューがあるので安心して行ける
- ・ 1つのテーマに特化した記事を読むのが好き
- ・ さまざまなイベントなどをわかりやすく掲載

取引実績



タイムアウト東京を活用 したメディア戦略

タイムアウトが持つ高品質なコンテンツとグローバルネットワークを活用したプロモーションやサービス。
クライアントの多様なニーズに応じて、適切なソリューションを提供。



ケーススタディ① Foodmarks by Coca-Cola - Powered by TimeOut

コカ・コーラとタイムアウトによるグローバルキャンペーン。

文化やエンターテイメントに触発された食の目的地を紹介する新しい旅行ガイドを作成。



ケーススタディ② 「See the best of Shibuya in 30 minutes with Jins」

アイウェアブランドの「JINS(ジンズ)」とのコラボレーションとして、訪日外国人観光客のための新たな渋谷の夜の楽しみを提案。

「ジンズ 渋谷店」で眼鏡を新調する際、完成までの時間を有意義に過ごしてもらうため、店舗から30分間で回遊できるスポットをおすすめするプロモーションイベント
「JINS 30 min Night Walk」に、コンテンツ「See the best of Shibuya in 30 minutes with Jins」を提供。



ケーススタディ③ Over the Rainbow: 10 LGBTQ-Friendly Spots in Osaka

タイムアウト東京は、公益財団法人 大阪観光局とのコラボレーションで、「タイムアウト大阪」の特別版リーフレット「Over the Rainbow: 10 LGBTQ-Friendly Spots in Osaka」をリリースした。

大阪は、多様性の象徴としてのLGBTQフレンドリー都市の実現を目指し、2024年度にはアジアで初となるIGLTA(国際LGBTQ+旅行協会)世界総会の開催が決定するなど、さまざまな取り組みが行われている。

発行したリーフレットには、カフェやレストラン、バー、クラブなど、大阪のLGBTQ+フレンドリーなスポット10カ所を紹介。また、特別なツアーやイベントなども掲載するほか、関西最大の国際的なLGBTQIA+のドラッグパフォーマー集団であるHaus of KINKIの団長・Nikuman.coへのインタビューを掲載している。



ケーススタディ④ 伊勢市駅周辺でしかできない 20のこと

タイムアウト東京は、日本電気（NEC Corporation）と提携したガイドマップ「伊勢市駅周辺でしかできない20のこと」（日本語版）を2022年7月22日に発行した。「伊勢の観光」と聞くと、神宮をはじめ、おはらい町やおかげ横丁といった内宮エリアの人気観光スポットを思い浮かべる人が多いと思うが、今回フィーチャーしたのは外宮エリア。
外宮（豊受大神宮）の最寄駅である伊勢市駅周辺は、それぞれに「個」を持った店が多く、内宮エリアとはまた違ったローカル感が楽しめるのだ。

また、本ガイドマップは同日にサービスを開始するタイムアウト東京のLINE公式アカウント『Desika: 伊勢でしか』とも連動し、より快適な旅を提供。『Desika: 伊勢でしか』では、50件以上のガイド情報を収録するほか、特典を配信したり、チャットボットが会話をしながら同エリアのおすそめを教えてくれたりするので、目的地が決まっていなくても安心だ。



クリエイティブ
ソリューションズ





1. プロダクト紹介

① デジタル

オンライン登録

ヴェニュー・イベント登録

バイリンガル(英・日)で運営しているタイムアウト東京ウェブで、さまざまな記事パターンで情報配信を提供。海外のタイムアウト東京とつながるグローバルネットワークを活用し、国内外からのアクセスを得る。街情報のデータベースとして登録されるヴェニュー・イベントは20万件を超す。

ヴェニュー登録

タイムアウト東京のヴェニューデータベースに、基本情報として店舗情報を登録。
さらに、タイムアウトレビューではその店や施設の魅力と特徴を紹介。

- ▶ タイムアウトレビュー
- ▶ ヴェニュー名
- ▶ ウェブサイト・電話番号・営業時間・住所
- ▶ アクセス情報・マップ
- ▶ 掲載期間:アーカイブ

料金

20万円～(税別) / 1言語

※レポート提出をご希望の場合SNS展開プランが必要です。

掲載期間:アーカイブ

イベント登録

イベントや展覧会の概要や開催趣旨の情報をタイムアウト東京に登録。
タイムアウトレビューで見所を紹介するほか、写真も複数枚掲載することで、イベントのイメージを強く伝えて、訪問意欲を向上。取材はプロのライターが対応することも可能。

- ▶ タイムアウトレビュー
- ▶ イベント名
- ▶ 開催情報(開催期間、アクセス、チケットなど)
- ▶ 掲載期間:イベント終了まで

料金

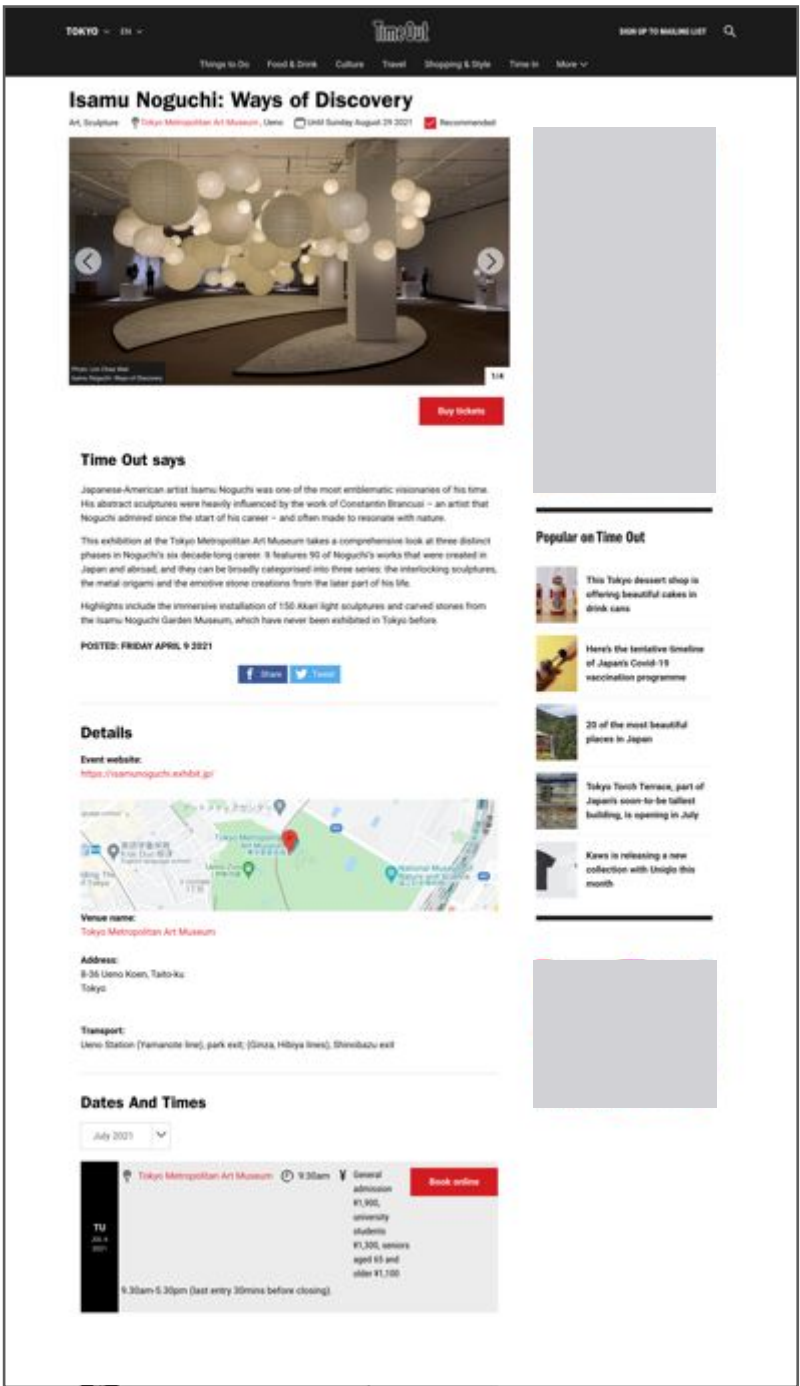
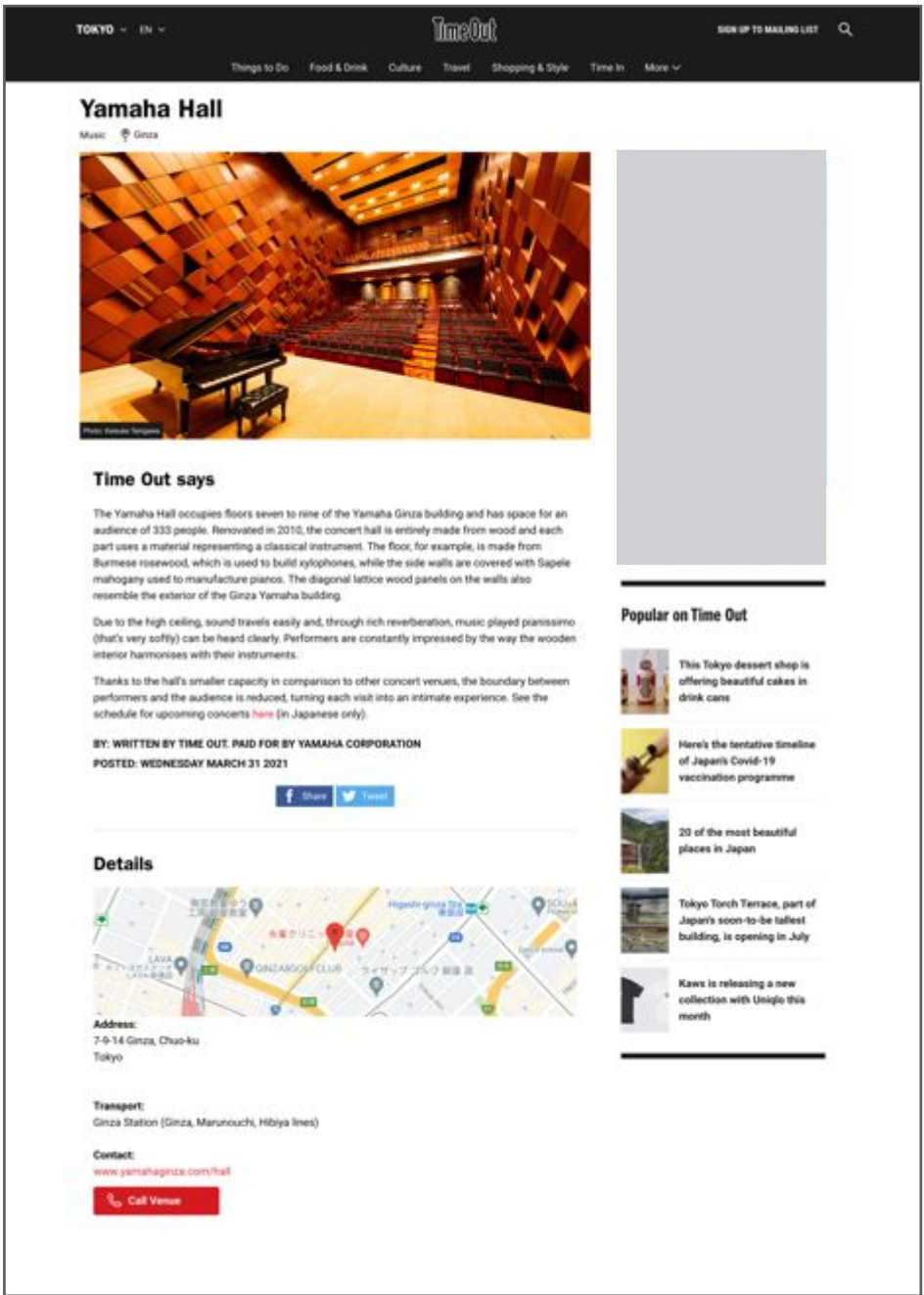
6.5万円～(税別) / 1言語

※レポート提出をご希望の場合はSNS展開プランが必要です。

掲載期間:イベント終了まで

※ヴェニュー未登録の場合は、ヴェニュー登録が必要です。

ヴェニュー登録例ご参考



オンライン登録

特集記事

特集記事ではタイムアウト独自の視点で街の魅力をコンテンツ化。ニューオープンやイベント体験記事などのレポート記事も作成可能。

特集記事

タイムアウト東京を代表する「TO DO(=そこでしかできないこと)形式」の記事や、「〇選」「〇〇でしかできないこと」といった切り口で、宣伝したいポイントにフォーカスを当てた記事。情報を分かりやすく伝えることで、PRポイントを読者に効果的に伝えることができる。

特集記事タイトル例

- ▶ 5 things to do in ×××
- ▶ 5 reasons to ×××
- ▶ 東京、〇〇5選
- ▶ 〇〇でしかできない5のこと



料金
65万円～(税別) / 1言語
※レポート提出をご希望の場合SNS展開プランが必要です。
掲載期間:アーカイブ

特集記事例ご参考

(英語)



特集記事例ご参考

(日本語)



オンライン登録

マイクロコンテンツ付き記事

特集記事にインタラクティブなコンテンツを生かして、より印象的な記事の配信や情報配信以外につながる結果が可能。

アンケート付き特集記事

特集記事にインタラクティブなアンケートをつけることで、より印象的な記事を配信すること共に、読者からの声・意見を集めることも可能。
基本テンプレート以外、さらにブランド認知度を向上するためのデザインのカスタマイズも対応。

- ※ アンケートは3問まで、1問当たりにつき選択肢4つまで
- ※ 料金は記事制作費込み(1言語)
- ※ 掲載期間:アーカイブ ※アンケートは1カ月間確保

料金

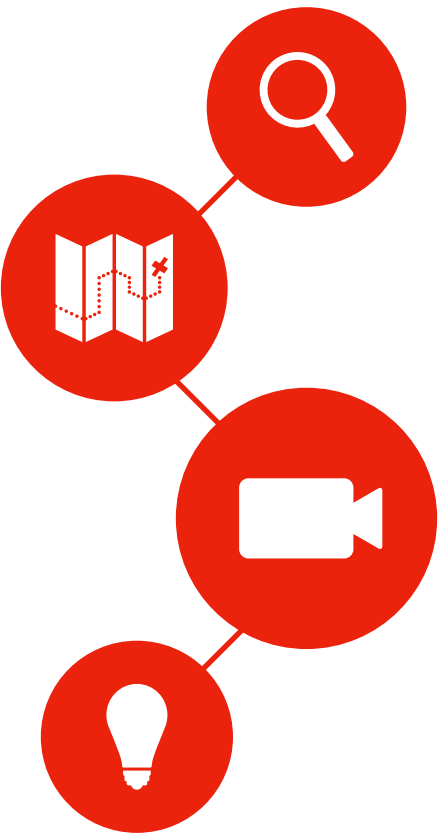
75万円～(税別) / 1言語

掲載期間:アーカイブ

※アンケートは1ヶ月間確保

マイクロコンテンツ

記事広告に差し込むインタラクティブなマイクロコンテンツで、読者への注目を引き、より印象的にブランドの認知度を向上。
ビジュアルで魅力をさらに伝える、読者からの声を集めるアンケート、コンテンツの個別化の診断テストなど、幅広い目的に合わせて制作が可能。
完全にカスタマイズされたコンテンツも作成可能。
お気軽にご相談ください。



アンケート事例
ご参考



アンケート埋め込み
記事事例ご参考



オンライン登録

特集ページ

特集記事により、さらに魅力的なコンテンツを配信。読者に主体性を持たせるインタラクティブなコンテンツのため、より長い時間、読者を記事内に滞在させることが可能。

特集ページ

体験的なコンテンツで、さまざまな背景色や動くイラストなど、ビジュアルを重視した魅力的な記事コンテンツ。
さらに、特集ページの滞在時間は、一般の静的な記事と比べて平均10倍ほど長いことがわかっている。
写真素材のほか、動画を埋め込むことも可能で、情報発信の幅も拡大。

- ※ 動画掲載・制作の場合は別途料金が必要
- ※ 料金は記事制作費込み(1言語)

料金

100万円～(税別) / 1言語

※レポート提出をご希望の場合SNS展開プランが必要です。

掲載期間:アーカイブ



特集ページ例1

ご参考

特集ページ例2

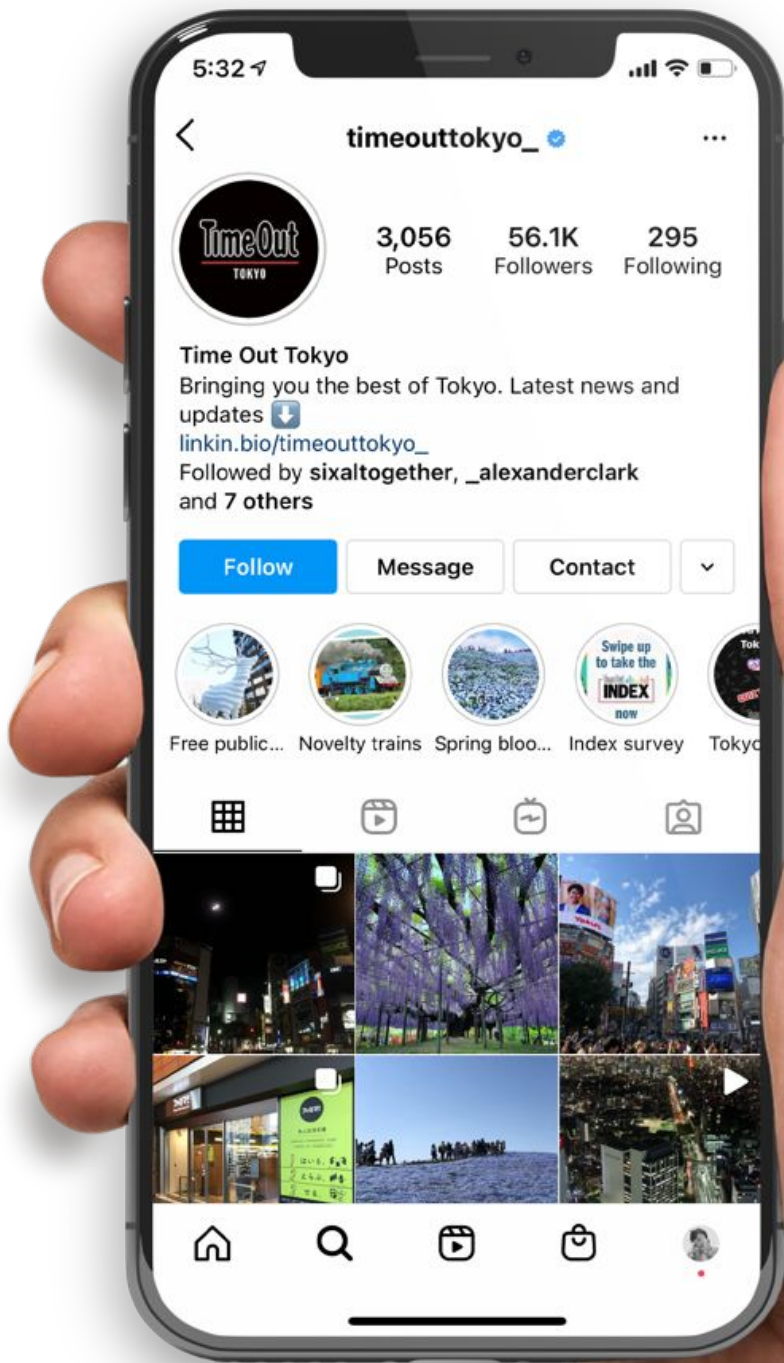
ご参考

SNS展開

オンライン記事の拡散専用プラン

記事広告の拡散やコンテンツのプロモーションのため、タイムアウト東京の公式SNSをフル活用。SNSやメールマガジンに展開することでより多くの人の目に入り、認知度を向上させる。

タイムアウト東京公式 SNSで
さらに認知度を向上



フェイスブック



英語・日本語



インスタグラム



英語・日本語



エックス



英語・日本語



メールマガジン



英語・日本語



料金
基本SNS展開プラン 20万円(税別)／1言語
Facebook、Twitter、Instagram storiesにて1回ずつ投稿

SNS展開

特集記事など制作したコンテンツをより多くの人にリーチできるように、タイムアウト東京の公式SNSで拡散プランも提供。
複数SNSプラットフォームでの発信とSNS広告によって、広く展開できて多くのインプレッションが獲得できる。認知度が向上するなどにもより一層効果的である。

オンラインバナー広告

製品、イベント、プロモーションキャンペーンの宣伝、またはオンライン特集記事の拡散に最適。
複数箇所にバナーに設置でき、パソコンだけではなく、モバイルデバイスも対応。

標準サイズ

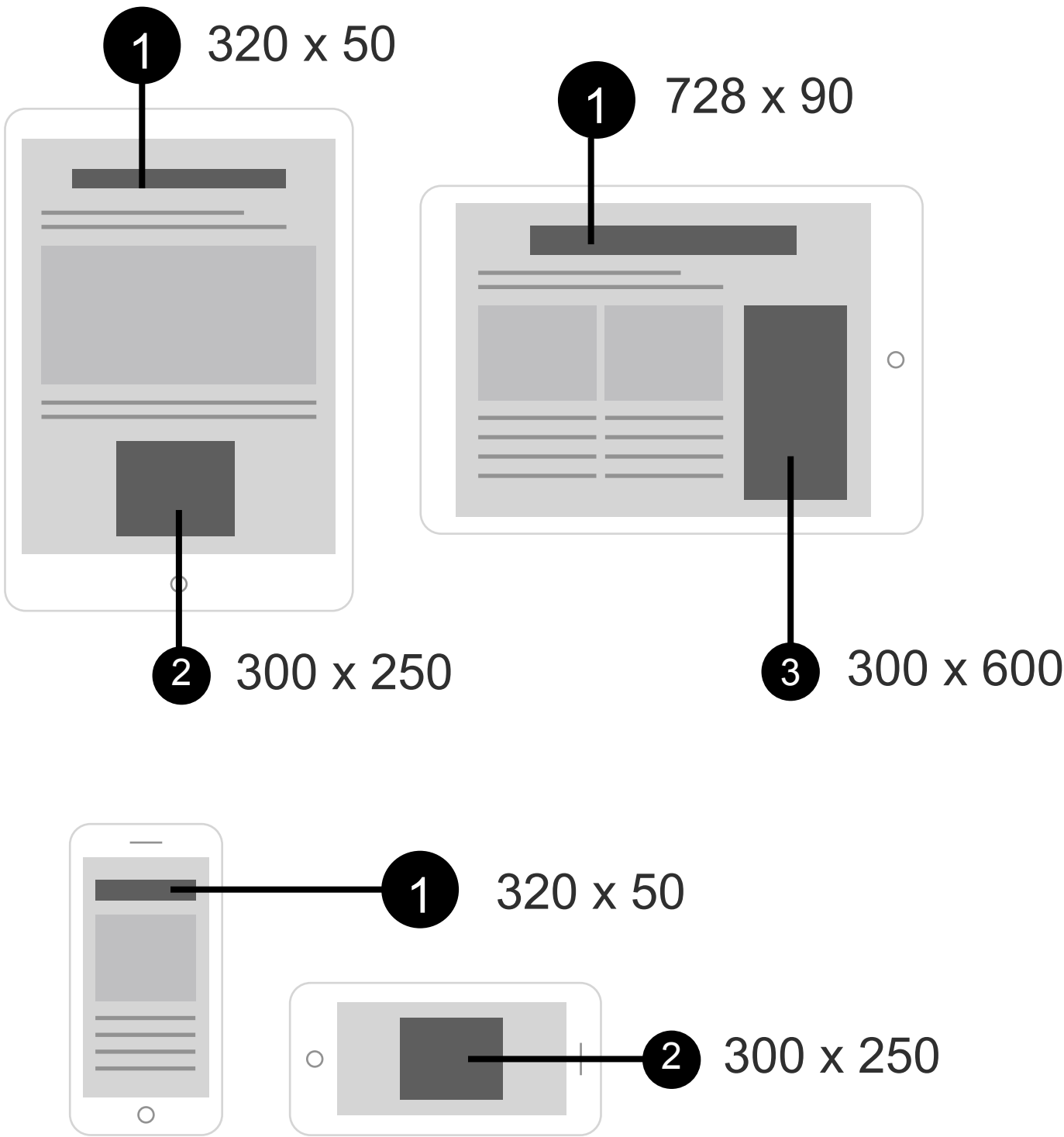


1 リーダーボード
728 x 90

2 レクタンブル
300 x 250

3 ハーフページ
300 x 600

モバイル端末サイズ



1 320 x 50

2 300 x 250

3 300 x 600

1 320 x 50

2 300 x 250

英語サイト

	想定imps	料金(税別)
1	100,000	25万円
2	100,000	28万円
3	要問い合わせ	要問い合わせ

日本語サイト

	想定imps	料金(税別)
1	100,000	25万円
2	100,000	28万円
3	要問い合わせ	要問い合わせ

※上記以上のimpsは1万単位で対応。
※上記の料金は1週間の期間保証。

1. プロダクト紹介

② プリント

タブロイドマガジン

旅と日常をつなぐ新しいライフスタイルを提案するライフスタイルマガジン『Time Out Japan Magazine』を日本語・英語の2言語で、2025年10月に創刊。外国人観光客の多い空港やラグジュアリーホテルの客室など、東京だけでなく全国に配布。



タブロイド版

言語

日英

ページ数

16ページ~最大24ページ

発行形態

2ヶ月に1回

部数

各3万部(デジタル版あり)

サイズ

A4変形

価格

無料

配布場所

タイムアウトマーケット大阪に専用ラック、全国の空港、ホテル、観光案内所等

スペース	サイズ	価格(税別)
表 2 / 3 / 4	4C1P	2,000,000
中面	4C1P	1,500,000
	4C1/2P	800,000
	4C1/4P	450,000
	4C1/8P	300,000
記事広告	4C1/2P以上	媒体費40%

記事広告をご希望の場合はご相談ください。ターゲットや訴求内容に適したコンテンツ制作が可能です。

記事広告の制作には別途、媒体費の40%を申し受けます。

※1言語あたりの価格となります。

※記事広告取材のための取材費、出張費などは実費は別途請求となります。

※ウェブサイトやSNSへの掲載、または特設サイト設置をご希望の場合は、別途、ご相談ください。

※正式なご発注に際して、改めてお見積もりをさせていただく場合がありますのでご了承ください。

スポンサーガイドマップ

エリアの範囲、言語など、クライアントのニーズに合わせてカスタマイズされたスポンサーガイドマップを作成。さまざまな形態に対応し、全てのサイズはデジタル版への展開も可能。



レギュラー A2サイズ

201 × 100mm

420 × 600mm(展開)

用紙:ミューマツ

部数:3万部

料金:630万円(税別)



A3サイズ

201 × 100mm

420 × 297mm(展開)

用紙:ミューマツ

部数:3万部

料金:380万円(税別)



ディスペンサー付き A3サイズ

141 × 100mm

420 × 297mm(展開)

用紙:ミューマツ

部数:1万部

料金:380万円(税別)

言語

日本語、英語、繁体字、簡体字、韓国語など

※ 複数言語の制作も可能。

配布

ホテル、空港、観光案内所など

※右記料金に配布は含まれない(別途ご相談)。

※ 取材費、出張費などの実費は別途請求

※ タイムアウト東京ウェブサイトへの

掲載や特設サイトを設置する場合は、別途お見積もり。

※ 正式なご発注に際し、改めてお見積

もりをさせていただく場合があります。

1. プロダクト紹介



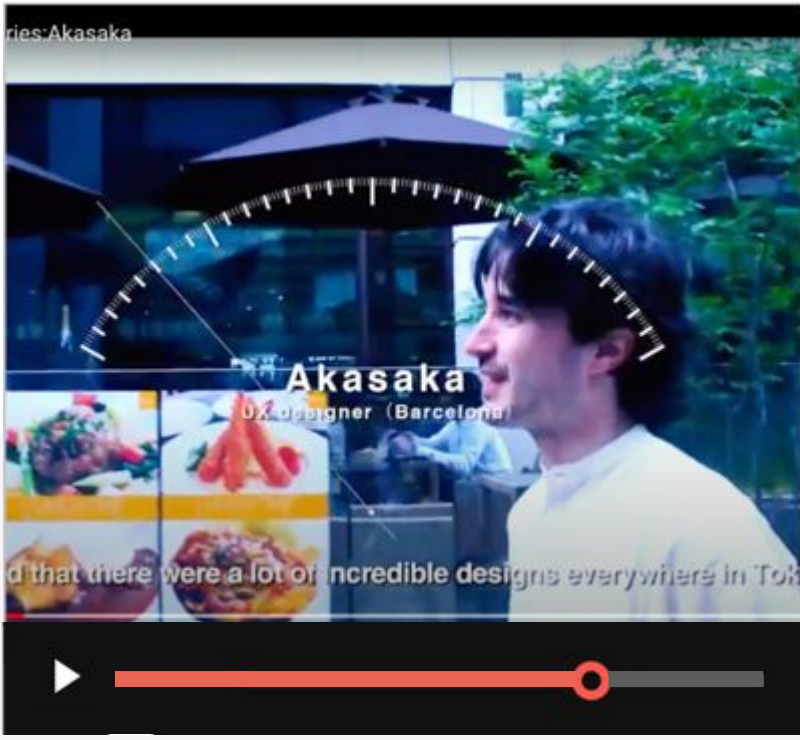
動画プロジェクト

ラグビーワールドカップ訪日観光客に向けた動画プロモーション、東京都国際広報の動画プロジェクト「TOKYO TALK」や動画ガイド「PLAY ▶ TOKYO」を手がけ、動画を通した取り組みを実施。動画を活用したプロモーション以外に、単独の動画制作サービスも提供する。



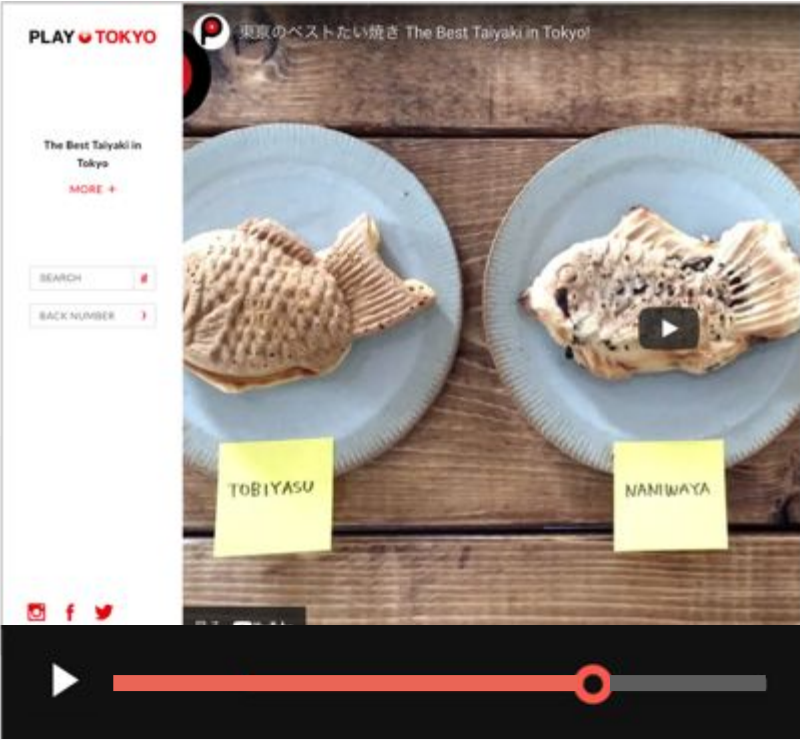
JNTO動画プロモーション

ラグビーワールドカップ開催都市において、観戦に訪れたラグビーファンで盛り上がる街の様子を発信し、その後の予定されているスポーツイベントへの誘客を狙った施策。制作した動画の投稿と24時間閲覧可能なストーリーズ動画をInstagram storiesにアップし、リアルタイムで街の様子を発信する。



TOKYO TALK

都内に住む外国人が、観光地やローカルのお気に入りスポット、東京での日常生活や街の魅力について自分たちの言葉で語る動画をサイト上に展開。旅行やビジネスで東京を訪れてもらうプロモーションを実施する。



PLAY ▶ TOKYO

博報堂ケトル、TUGBOAT、タイムアウト東京の3社共同動画ガイドで、「A VIDEO MAGAZINE OF THINGS TO DO IN TOKYO」をコンセプトに、東京を雑誌のように編集。外国人にたっぷりと東京を遊んでもらうため、文字や画像からでは伝えきれない街の空気感が感じられる映像で、街の楽しみ方を発信する。

動画制作価格表

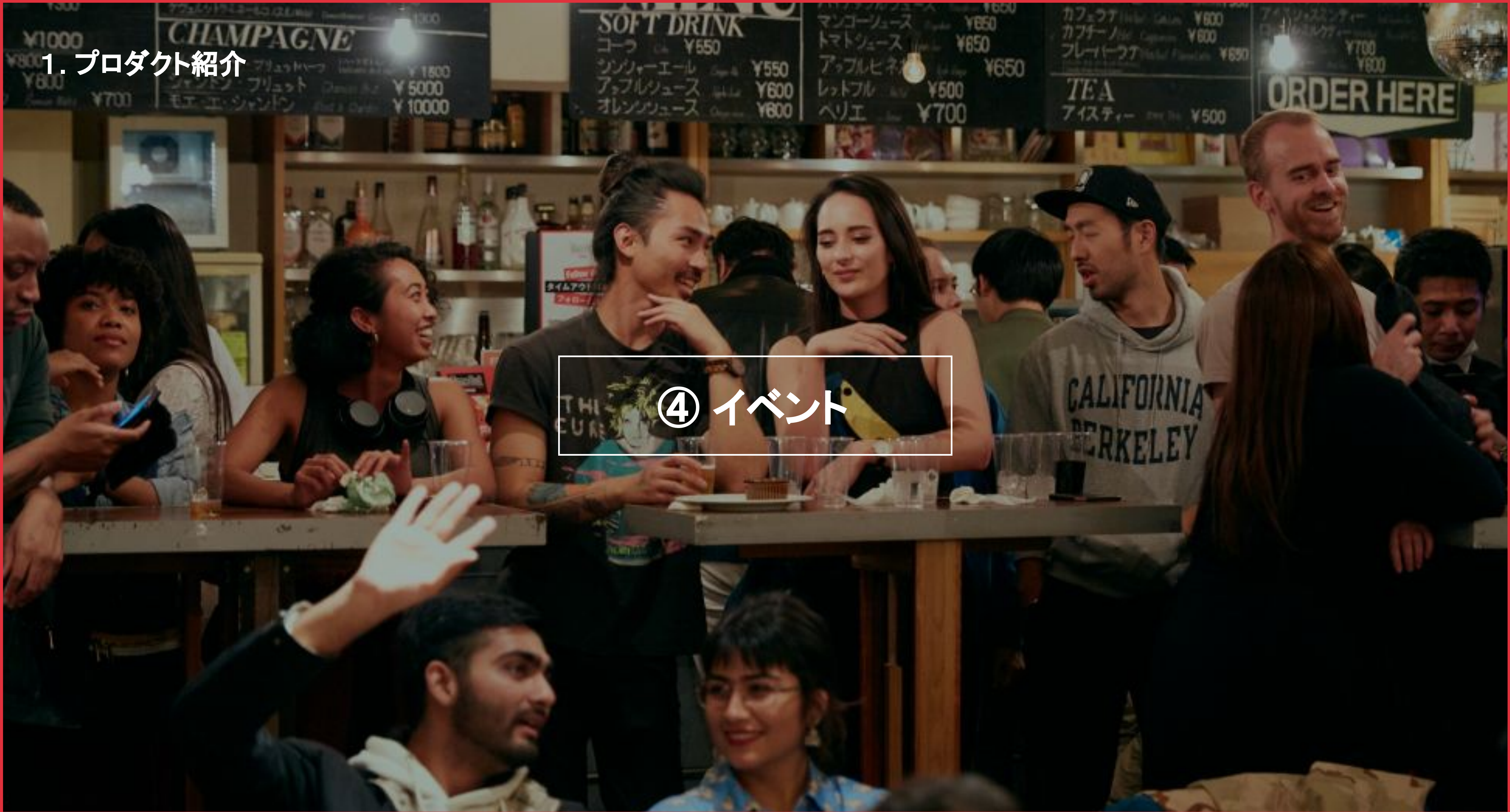
単独動画1本(1言語) 115万円～

※多言語化、出演者希望なども対応。
※取材費は場合による追加される可能性あり。
※上記の料金は制作のみ。プロモーション費用などは別途相談。

タイムアウト東京による単独動画制作

クライアントのニーズに合わせた、企画制作から国際的なチームで外国人・観光客に向けた魅力的な動画制作。

コンテンツ事例: ○○でしかできないこと、外国人による体験動画



1. プロダクト紹介

④ イベント

イベント

タイムアウト東京の幅広いグローバルネットワークを活用し、さまざまなジャンルで盛り上がるイベントを実施。



Open Mic

読者のコミュニティ形成を目的として、定期イベントをタイムアウトカフェで実施。欧米で人気のオープンマイクスタイルで演奏を楽しみながら、読者同士の交流を促す。



Love Tokyo Awards

東京のベストを世界に伝えるアワードとしてブランディング、メディア招聘(しょうへい)、グローバルプロモーションを提供する。東京のみならず、今後は、日本各所の魅力を世界に発信するアワードも検討中。



Love Tokyo Lounge

KITTE丸の内地下1階にある観光案内所「Tokyo City」でツーリストラウンジをタイムアウト東京がプロデュース。独自の観光情報の発信や、日本文化を体験できるワークショップ、丸の内エリアの観光ツアーを実施。

タイムアウト東京イベント 関連サービス

タイムアウト東京のイベントで商品やサービスのプロモーションから、コラボレーションイベントまで実施可能。また、ブランディング、メディア招聘、プロモーションなど、イベントに関連するサービスも多く提供。サービスの詳細や価格に関してはお気軽にご相談を。



東京都内で運営している「Time Out Café & Diner」を、イベント会場として提供可能。

<https://www.timeoutcafe.jp/>

人数制限: 100人

アクセス: 恵比寿駅から徒歩3分

2. メディアコラボレーション実績

日本経済新聞社とコラボレーションした「OPEN TOKYO」と「UNLOCK THE REAL JAPAN」や、文藝春秋との共同制作「タイムアウト京都」マガジンなどを過去事例として、メディアコラボレーションにも対応。



OPEN TOKYO

言語：日本語
部数：65万部
サイズ：天地210 × 左右285mm
ページ：32ページ

日本経済新聞社クロスメディア営業局と共同で制作。2017年3月に創刊、年2回発行。「THE NIKKEI MAGAZINE FUTURE CITY」と名付け、「Open Tokyo」をテーマとる。障がい者、高齢者、子ども、子どもを育てる親、LGBT、外国人を含めた全ての人が楽しめる東京を実現するために、「世界に東京をひらくムーブメント」として創刊。日本経済新聞への挟み込みとして配布される。

タイムアウト東京の役割：
企画、ディレクション、コンテンツ制作



UNLOCK THE REAL JAPAN

言語：英語
部数：2万部
サイズ：天地295 × 左右210mm
ページ：約30ページ

日本経済新聞社が発行するNikkei Asiaと共同で制作。2020年3月に創刊。アジアで活躍するビジネスリーダーに向け、旬のテーマと人にフォーカスしたメディア「UNLOCK THE REAL JAPAN」を展開する。日本国内の大使館や高級ホテルなどで配布される。

タイムアウト東京の役割：
企画、ディレクション、コンテンツ制作



タイムアウト京都

言語：英語
部数：5万部
サイズ：天地295 × 左右210mm
ページ：68ページ

タイムアウト東京と文藝春秋の「CREA」がコラボレーション。2016年発行。「A Perfect Day in Kyoto / パーフェクトディ」を題した特集を展開し、京都と東京を中心に配布。座禅で朝をスタートし、川床でランチ、骨董(こっとう)市でショッピングした後は、ディープなクラブやバー巡りをして、京都でパーフェクトな一日を過ごせるようにガイド。そのほか、京都で開催される注目イベントや展覧会のリストなど、「京都で今やりたいこと」を収録。

タイムアウト東京の役割：
企画、ディレクション、コンテンツ制作

ORIGINAL Inc.

ORIGINAL Inc.は、インバウンド／アウトバウンドに おける調査・企画・事業開発・コンテンツ開発・ブランディング・グローバルプロモーション&PR・コンサルティング・多言語対応を行う会社。
また、グローバルメディアの「タイムアウト」を運営し、「本当に素晴らしいものは、世界のどこであれ誰であれ 感動を与えてくれる」というビジョンのもと、東京や日本でしかできない体験を国内外に発信している。

社 名	オリジナル株式会社/ORIGINAL Inc.
設立日	2007年7月2日
代表者	代表取締役 伏谷博之 取締役：東谷彰子（副社長、OPEN TOKYO編集長） 平山一滋（K2パートナーズ株式会社 代表取締役） 高橋信太郎（株式会社USEN-NEXT HOLDINGS 取締役、株式会社U-POWER 代表取締役） □中直純 株式会社 デジティ・ミニミ代表取締役
住 所	〒150-0012 東京都渋谷区広尾 5-9-9 101
T E L	03-5792-5722
F A X	03-5792-5723 www.originalinc.jp www.timeout.jp