



第12回

江戸東京きらりプロジェクト推進委員会

～江戸東京の技・伝統をつなぐ、広げる～

令和3年2月10日～2月19日

ポストコロナを見据えた令和3年度の事業展開

- (1) 新しい時代に向けて
- (2) 国内における展開
- (3) 欧米市場に向けたブランド訴求
- (4) 中国マーケットへのアプローチ

(1) 新しい時代に向けて ～本プロジェクトの意義～

(第11回委員会での意見を踏まえ改変)

○エコ・アート・伝統が織成す、豊かな「衣・食・住」を提案

- ・ライフスタイルが見直され、サステナビリティへの意識が高まる中、伝統が持つ意味を改めて考える
- ・ステイホームで、身近な生活を彩る「本当にいいもの」の価値、歴史・ストーリーを改めて伝える



○明るい未来を切り拓く

- ・新たな取組に果敢にチャレンジする事業者には希望あるメッセージを発信
- ・変革に向けた新しいビジネスのプラットフォームに

○都民に共感いただく

- ・江戸、東京と続いてきた伝統・技・文化を深く知り愛着と誇りを感じてもらおう

(2) 国内における展開

◆ 展覧会イベントによる更なるブランド発信

- 「伝統×革新」のプロジェクトのコンセプトをより効果的に訴求するため、**展覧会形式のイベント**を開催
- 取組を進化させ、**リアルでの体験**や**販売機会**などを充実

◆ 様々な媒体による積極的な情報発信を継続

- **雑誌記事**での紹介、**東京スポーツスクエア**での体験イベントなどの情報発信の取組を引き続き展開

◆ 伝統産業分野のネットワークの形成・拡大

- 伝統産業の分野**横断的なネットワーク活動**を促進、**民間からの提案**による意欲ある取組を**支援**
- 江戸の文化や生活、老舗の歴史などを深く伝える**セミナー**や**ワークショップ**を通して、きらりプロジェクトの新たな**顧客層獲得**や次代の**担い手育成**につなげる。

(3) 欧米市場に向けたブランド訴求 ①

◆越境ECサイトによる販売拡大

- ▶ 今年度立ち上げた販売の仕組みの**範囲・機能**を**拡充**
- ▶ **欧州(仏・英)**で確立したモデルケースを、他市場に展開し、一元的な運用による効果的なPR、効率的な販売を目指す

【今年度の取組】

イギリス、フランス
2か国市場における
モデルケースを確立

【来年度の展開】

PDCAによる継続進化

中国向けECの統合

北米地域に向けた
展開可能性の検討

多
国
展
開

(3) 欧米市場に向けたブランド訴求 ②

◆ フランスのデザイナーとの共同制作プロジェクト

- パリ市との間で**事業連携協定**を締結
- 来年度から**3か年**にわたり、**現地デザイナー**ときらり**モデル事業者**との「**交流**」「**創造**」「**発信**」に関する活動を推進
- **リモート**を活用した**技術交流**や**共同開発**を展開
- 成果を**東京⇄パリ**の相互で**発信**



「**Les Ateliers de Paris**」
パリ市立のデザイン産業イン
キュベーション施設。毎年厳し
いセレクションをクリアしたプロ
のデザイナーが**30~40名**所属



(4) 中国マーケットへのアプローチ

◆ 中国人富裕層への重点的なプロモーション

- 富裕層のニーズ調査をもとに、**イン/アウト両面**から展開

インバウンド
展開

都内**老舗を巡る**上質・特別な「**東京滞在体験ツアー**」を企画、実施を目指す

アウトバウンド
展開

商業施設などでの**現地イベント**などを検討

◆ SNSを活用した積極的な情報発信

- **中国人インフルエンサー**をPRに引き続き起用し、独自の視点から「東京の宝」の魅力を**発信**

※今年度の投稿動画では、合計65万件の視聴を獲得



チークとしても応用可能

参考

令和2年度の取組

- (1) 令和2年度選定モデル事業の紹介
- (2) コロナ禍におけるプロモーション

令和2年度選定モデル事業の紹介 ①

江戸より続く技術とオリジナルのデザイン による『竺仙テキスタイル』の発信

株式会社竺仙（中央区）

- ▶ 天保13年（1842年）の創業以来、染めの技術を磨き、こだわりの**生地**とオリジナルの**デザイン**による**小紋**、**浴衣**を製作・販売
- ▶ 現代の日常にも使える**新しい商品アイテム**を構築し、着物・浴衣のみに留まらない「**竺仙テキスタイル**」として国内外へ発信



令和2年度選定モデル事業の紹介 ②

『節句文化』の再定義とその魅力の国内外への発信

株式会社松崎人形（足立区）

- ▶ 江戸の町民文化の中で栄えた「江戸木目込人形」と「江戸節句人形」の技術を継承、「ひな人形」「五月人形」に加え、ライフスタイルの変化に合わせた**新しい人形**の製造・販売
- ▶ 人形製造の技術を継承・進化、現代の「**新しい節句**」の形を**提案**し、その魅力を発信

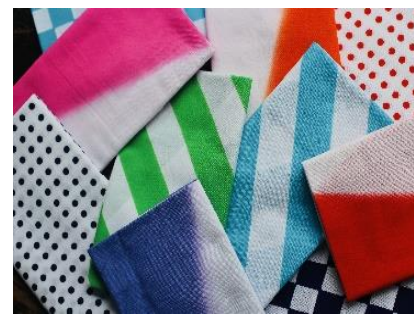


令和2年度選定モデル事業の紹介 ③

江戸東京の大衆生活に根差した文化・注染文化の啓発と普及

有限会社丸久商店（中央区）

- 創業以来「**新江戸染**」の屋号で、「**注染**」という日本独自の型染め技法を用いた**手拭**、**浴衣**、**半纏**などを企画、販売
- 染色**作家**や織**職人**、染**工場**等と協働し、**新たな分野**の**商品**展開などを通して、**染色**、**和装文化**の魅力を発信、可能性を拡げていく。



令和2年度選定モデル事業の紹介 ④

森を創る太鼓：東京の森林資源と工芸技術を活かした、豊かな循環型社会の提案

株式会社宮本卯之助商店（台東区）

- 1861年に太鼓店として創業し、**祭礼用品、和楽器**の製造・販売のほか、和太鼓スクールや普及活動を**世界規模**で展開
- 「**東京の木**」による和楽器の商品開発とその過程の発信を通して、**環境とものづくり**双方への関心を高め、**循環型社会**のあり方を提案



令和2年度選定モデル事業の紹介 ⑤

『江戸木目金（もくめがね）』の技による 唯一無二の結婚指輪を海外へ展開

株式会社空目金屋（渋谷区）

- **刀装具**の制作技術として生まれ、江戸時代の**鑢工**（つばこう）により完成された金属工芸「**木目金**」を応用した**ジュエリー**を製造
- **ユーザー参加型の商品開発**を通して技術を発展的に継承。工房の**ショールーム化**や他業種との協働により「**Made in Tokyo**」の**ジュエリーブランド**として世界へ発信。



(2) コロナ禍におけるプロモーション ①

◆ 展覧会イベント「江戸東京リシンク展」 のオンライン開催（3/3～3/31）

- 「**現代アート×伝統産業**」による新たな価値を伝える**展覧会をオンラインで発信**
- **舘鼻則孝氏**のディレクションのもと、モデル事業者とのコラボによる**アート作品**や、伝統の技に関わる**歴史的資料**などを公開
- **和敬塾**（旧細川侯爵邸）を活用した展示装飾で「過去・現在・未来の往来」を演出
- あわせて、**オンラインワークショップ**開催や、**コンセプトブック**を発行



(2) コロナ禍におけるプロモーション ②

◆欧米市場向けの越境ECサイトの構築（3月～）

- オンライン上でプロジェクト全体の**ブランドプロモーション**と**EC販売**を一元的に行うデジタルプラットフォームを立上げ
- まずは、**イギリス、フランス**を先行市場に定め、市場ごとに**ブランド発信**や販売のための**インターフェース**を**最適化**
- サイト立ち上げに合わせ、**現地メディア**との**タイアップ**プロモーションを実施

