



ED<sup>TM</sup>O  
TOKYO  
KIRARI

## 第17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5年8月30日

# **I 令和4年度の取組とモデル事業者の状況**

- (1) 令和4年度 of 取組～プロジェクトの成果を高める取組～
- (2) モデル事業者の状況

# **II 今後のプロジェクト強化の方向性**

- (1) 今後のプロジェクトの方向性
- (2) 具体的な強化策



EDO<sup>TM</sup>  
TOKYO  
KIRARI

# I 令和4年度の取組と モデル事業者の状況

# (1) 令和4年度の取組～プロジェクトの成果を高める取組～

## ◆江戸東京きらりプロジェクト



### □ 江戸東京きらりプロジェクト

- ・平成28年「**江戸東京きらりプロジェクト推進委員会**」を組織
- ・平成29年度から「**モデル事業者**」の選定を開始
- ・令和4年度新たに**5事業者**を選定  
多彩な「**衣・食・住**」 **33のブランド集団**を形成

### □ モデル事業者の「磨き上げ」

- ・更なる**高付加価値化**につながる取組を支援
  - ・**新規商品**の開発、**ブランディング**、**プロモーション**等の**取組**
  - ・取組を成功に導くため**推進委員会委員**など**専門家**から**助言**
- 現在、令和3、4年度の11事業者が「磨き上げ」に取組中

# (1) 令和4年度の取組～プロジェクトの成果を高める取組～

## ◆社会情勢に柔軟に対応した事業展開で「東京の宝」を国内外にPR

水際措置緩和による人々の往来再開や円安など社会情勢の変化

⇒ オンラインに加えリアルでも国内外でプロモーションを展開  
(英国イベント、仏国デザイナーとの共同制作、国内での展覧会等)

### 【英国】ヴィクトリア & アルバート博物館



ワークショップの様子(伊勢半本店)

プラスの取組 ⇒ 「販路開拓」

- ・現地メディアとのタイアップ
- ・バイヤー等へ訪問

### 【国内】小石川後楽園展覧会イベント

プラスの取組

⇒ 「販売促進」

- ・売店等での商品販売



プラスの取組

⇒ 「PR強化」 広報ブック

- ・訴求力の高い関係者に配布



# (1) 令和4年度の取組～プロジェクトの成果を高める取組～

## ◆事業者の成長の後押しと、プロジェクトの強化

### 3つの具体的な強化策

- 【情報発信】SNS (Instagramの強化) ⇒ 「ファン層の拡大」
- ⇒ 【海外展開】越境ECの拡充、商談会 ⇒ 「販路開拓・拡大」
- 【モデル事業者の成長の後押し】新商品開発、若手職人の交流・育成  
⇒ 「成功の見える化」「モデル事業者の牽引力の強化」

プロジェクトのつなぐ役割(リエゾン)の強化 ⇒ 「ネットワークの拡大」

- ⇒ モデル事業者と様々なプレイヤーの連携を促進  
(パリ市所属デザイナー、江戸東京ブランド協会、JETRO等)

～プロジェクトの成果を高める取組を実施～

## (2) モデル事業者の状況

「磨き上げ支援」及びプロジェクト全体としての取組を通じて、**モデル事業者**の現在の**状況**を**把握**するため、令和2年度までに採択した**21**のモデル事業者に対し、アンケートを実施(令和5年7~8月)

### 事業活動状況(令和4年度から現在まで)

- 1年間での**売上**の増減は、約**8割**のモデル事業者が**増額**
- 他社コラボレーション・タイアップ**商品開発・販売**は、**12事業者20商品**
- 新規取引先は、**国内152社、海外18社**
- その他、**新規開拓の活動**としては、売上に資するものだけでなく、**CSR**など多岐にわたる取組を実施
  - 例) 新素材の商品開発、新領域での商品採択、環境に配慮した取組、小学生への伝統工芸体験・継承、旅行事業者とのタイアップ 等

## (2) モデル事業者の状況

### 「江戸東京きらりプロジェクト」のビジネス上の効果・成果

○知名度・信用度向上、新商品開発、プロジェクト参画事業者との連携について、7割以上の事業者が回答

#### 【具体的な意見】

- ・協同した企業を通じて新たな事業展開につながり、**売上・取引増**
- ・**仏国デザイナー、アーティスト、モデル事業者等との共同制作による新商品開発**
- ・国内外からの**顧客の信頼**と顧客**拡大**(来店数増による**売上増**)
- ・Webサイトの**アクセス数増**、**パブリシティ増** 等





## Ⅱ 今後のプロジェクト強化の方向性

## Ⅱ 今後のプロジェクト強化の方向性

### (1) 今後のプロジェクトの方向性

- きらりプロジェクトの意義をふまえ、つなぐ役割(リエゾン)を果たし、以下の事業成果につながる取組を展開
  - モデル事業者の「ビジネス」としての成果
  - モデル事業者のネットワークの拡大
  - きらりプロジェクト全体の成長

### (2) 具体的な強化策

- 事業成果につなげる4つの具体的な強化策
  - ① 情報発信
  - ② 海外での展開
  - ③ 国内での展開(インバウンド向けを含む)
  - ④ 技の継承

## (2) 具体的な強化策<①情報発信>

### 「情報発信」の強化

#### □ きらりプロジェクトの「魅力」(技やストーリー)を発信

- リアルな場で職人の実演など、「技」の素晴らしさを発信
- 動画等で職人の作業風景やものづくりへの想い「ストーリー」を発信

#### □ ターゲットに合わせたPR媒体の選択

- 訴求効果を高めるため、デジタルや紙などPR媒体を工夫

#### □ イベントと連動してタイムリーに情報を拡散

- イベント時にストーリーズやリール動画をタイムリーに発信

#### □ 海外メディアとのタイアップ

- 現地メディア等とのタイアップなど効果的に実施

## (2) 具体的な強化策<②海外での展開>

### 「海外での展開」の強化

#### □パリ市との連携

- 「BDMMA」所属デザイナーとの共同制作(新商品開発)
- 海外展示会「メゾン・エ・オブジェ」への出展
- カンファレンス・レセプションでのプロジェクト紹介と商談

#### □海外での販路開拓(新たな取引先の開拓)・販路拡大

- 現地バイヤーやメディア等とのタイアップによる販売プロモーション
- 販路拡大につながる展示会、商談会、越境EC等の活用
- 越境ECではインフルエンサーの効果的な活用

## (2) 具体的な強化策<③国内での展開(インバウンド向け)>

### 「国内での展開・インバウンド向け」の強化

#### □富裕層をターゲットとしたプロモーション

- 都内のランドマークであるユニークベニュー等で「東京の宝」をPR
- ラグジュアリー感・特別感を体感できる事業展開
  - ・ホテルや旅行業者とのタイアップによる工房見学等

#### □インバウンド需要を活かした取組

- 東京を訪れる観光客が利用する場所(空港など)でのPR
- きらりの魅力をいつでも体感でき、ビジネスにつなげられる取組

#### □きらりプロジェクトの魅力をPR

- 「東京の宝」が美しく見える形式(展覧会・雑誌等)でのPR
- 民間団体等と連携を図ったイベント等への出展

## (2) 具体的な強化策<④技の継承>

### 「技の継承」の強化

#### □後継者育成や新たな担い手の確保

- 職人の魅力を語るなど**若手職人**等が**交流**する取組

#### □モデル事業者の「新事業展開」を後押し

- モデル事業者**の経営基盤の強化に向けて新たな**事業展開**をサポート

#### □モデル事業者の「ワンランクアップ」を後押し

- 新規事業**の展開などにあたり、**推進委員会委員**や各分野の**専門家**等から、**アドバイス**が受けられる仕組みづくり

# 【参考】プロジェクトの意義

## ◆プロジェクトの意義への実現に向けて

【プロジェクトの意義】 ※第13回推進委員会資料より

### ○エコ・アート・伝統が織成す、豊かな「衣・食・住」を提案

- ・サステナブル・リカバリーの実現に向けて、ライフスタイルを見直し、伝統が持つ意味を改めて考える
- ・美しく健やかな生活を彩る「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希望あるメッセージを発信
- ・危機を乗り越え、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

# 【参考】令和5年度の予定

	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
情報発信	SNS等情報発信（HP・Instagram・随時）			
		雑誌掲載 (9月)		国内イベント ・ 展覧会 ・ ポップアップ ・ 魅力発信
海外展開	欧州市場・中国市場をターゲットとしたECサイトの強化（SKU拡充等・随時）			
		フランスデザイナーとの 共同制作プロジェクト	BDMMA館長 来日予定 (10月初旬)	パリM&O出展 (1/18～22) カンファレンス (日程調整中)
モデル 事業者の 後押し		募集・選定	モデル事業者の意欲的な展開の後押し（補助事業・専門家）【R5新規】	
	モデル事業者（令和3年、4年採択） 個々の事業プランに即した磨き上げ			
		推進委員会(8/30)	R5モデル事業募集・選定	推進委員会