

「Tokyo Tokyo」アイコンを活用した取組について

概要

- 平成29年4月に、東京の魅力を効果的に海外へ発信するため新たなアイコンとキャッチフレーズを発表。

アイコン



キャッチフレーズ

Tokyo Tokyo Old meets New

アイコンとキャッチフレーズに込められたメッセージ

- Tokyoを異なる文字で繰り返し、東京のイメージを印象づけるデザイン。
- 筆文字のTokyoとゴシック体のTokyoは、江戸から続く伝統と最先端の文化が共存している東京の特色を表現。
そうした部分をOld meets Newでも重ねて強調。
- 伝統の部分は墨で、先進性は未来へ広がる青い空をイメージしたブルーで表現
- 東京の新しい観光名所である渋谷のスクランブル交差点をイメージした「落款」をデザイン

取組状況

PRツールの作成

① 映像

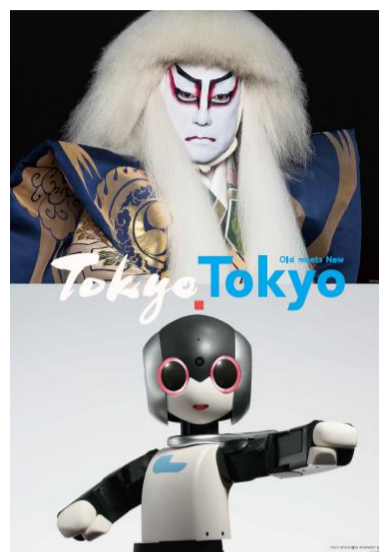


▲EXCITING編 30秒



▲UNIQUE編 30秒

② ポスター



▲歌舞伎とロボット



▲浮世絵とバーチャルシンガー

海外に向けた発信

① 海外における広告展開

- CNN等で全世界200カ国に向けてCM放映
- Google、YouTube等でオンライン広告を展開
- ニューヨーク市等と相互PRを実施

② イベント等での発信

- 海外旅行博、国内イベント、平昌オリンピック等でのPR



▲ニューヨーク市でのPR



▲旅行博(タイ)でのPR



▲ツーリズムEXPOでのPR



▲平昌オリンピックでのPR(ソウル駅)

③ その他

- 民間企業と連携したプロモーション
- アイコンを活用した「東京おみやげ」の開発・販売



▲資生堂とのジョイントプロモーション