



EDOTM
TOKYO
KIRARI

第19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6年9月3日

I 令和5年度の主な取組とモデル事業者の状況

- (1) 令和5年度の主な取組**
- (2) モデル事業者の状況**

II 今後のプロジェクトについて

- (1) 今後のプロジェクトの方向性**
- (2) 今後の事業展開**



EDOTM
TOKYO
KIRARI

I 令和5年度の主な取組と モデル事業者の状況

(1) 令和5年度の主な取組

■ モデル事業者の新たな「ビジネス展開」を支援し成長を促進

○経営基盤強化や事業者間連携の5つの取組(6事業者)に補助

事業テーマ	取組内容
新しいライフスタイルの提案	事業者間連携による新商品開発、体験イベントによるPR
リブランディング	手提げ袋や包装紙等のデザイン変更(環境に配慮した材料)
令和の浮世絵師の育成	若年浮世絵師の木版画制作、新商品開発による魅力のPR
認知度の向上	自社ブランドのPRと体験を通じたPR
ECサイト構築	自社新商品、事業者間連携商品の販売サイトを構築

○海外等に向けた売上促進や販路拡大

- ・羽田空港ポップアップショップ開設
出展者数29事業者。来場者約4,600人
- ・フランス国際見本市MAISON&OBJETに出展
出展者数12事業者。商談約400件



(1) 令和5年度の主な取組

■ ネットワークを拡大し、プロジェクトの成長を促進

○パリ市との連携強化による取組

- ・パリ市BDMMA所属のデザイナー(3人)とモデル事業者(6事業者)の共同制作による新商品開発
- ・パリ市所有の歴史的建造物(オテル・ド・ロザン)で魅力をPRするイベントを開催し、現地バイヤーやデザイナー等とのネットワークを形成

○匠の技とアートの融合による作品の展覧会を開催

- ・現代美術家と6事業者によるコラボレーション作品を制作
- ・旧岩崎邸庭園(公園協会)と連携開催
- ・アートに興味がある層への訴求



Photo by GION



Photo by GION

(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3年度までに採択した27のモデル事業者に対し、アンケートを実施(令和6年7月)

主な事業活動状況・ビジネス上の成果(令和5年度から現在まで)

- 直近1年間で約7割のモデル事業者が売上増
- 新規取引先としては、国内395社、海外37社
- 海外のハイブランドや国内の著名なホテルとのコラボレーションの実現
- その他、知名度・信用度の向上、参画事業者間での連携(新商品開発等)プロジェクトを通じた新たな人脈の確保などの効果



EDOTM
TOKYO
KIRARI

Ⅱ 今後のプロジェクトについて

Ⅱ 今後のプロジェクトについて

(1) 今後のプロジェクトの方向性

- 江戸から続く匠の技や名品である「東京の宝」は東京の魅力
- その価値や魅力を向上させるため、モデル事業者のネットワーク拡大、ビジネスとしての成果につながる取組を展開



プロジェクト全体の成長につなげ、伝統の技を将来へ継承

(2) 今後の事業展開

- プロジェクトの成長に向けての強化

- ① 情報発信
- ② 国内展開
- ③ 海外展開
- ④ 技の継承

(2) 今後の事業展開

① 情報発信

国内外のメディア掲載向上とターゲットへのアプローチを強化

■メディアへのアプローチ

- ・多くのメディアに取り上げてもらうため、国内外のプレスへの働きかけを強化
- ・メディアの興味を引く打ち出し方やツールの工夫

■ファンを獲得するためのアプローチ

- ・ターゲットに適したPR媒体と内容を選択
- ・イベント実施などのタイミングに併せタイムリーに情報発信

■インバウンドなど東京を訪れている層へのアプローチ

- ・ホテルのコンシェルジュへのイベント等の情報を提供

(2) 今後の事業展開

② 国内展開

インバウンド需要への対応と富裕層に向けた展開を強化

■インバウンド需要への対応

- ・東京の魅力である、江戸東京の歴史や文化、匠の技や名品を、広く国内外に発信する拠点の整備に向けた検討
- ・羽田空港など多くの外国人が利用する場所での展示・販売を強化

■富裕層への対応

- ・ホテルのコンシェルジュイベント等の情報を提供(再掲)
- ・富裕層が求めている内容(実演や体験、商品等)を把握し、プロモーションに反映

(2) 今後の事業展開

③ 海外展開

現地機関等の連携を深め、ターゲットへの訴求を強化

■パリ市との連携

- ・BDMMAのデザイナーと共同制作(新商品開発)
- ・共同制作商品を国際見本市「メゾン・エ・オブジェ」に出展・商談
- ・共同で商談会を開催し海外でのビジネス展開を促進

■海外での販路開拓・販路拡大

- ・展示会来場者の属性にマッチした商品等を展示
- ・現地バイヤーや海外メディア等とのタイアップ企画による販売促進

(2) 今後の事業展開

④ 技の継承

モデル事業者の持続的なビジネスにつながる展開を強化

■モデル事業者の新事業展開を支援

- ・経営基盤の強化や新たな事業展開、事業者間連携等ビジネスの発展につながる取組を支援

■モデル事業者の継承につながる支援

- ・モデル事業者の連携強化
 - 事業者間連携による新商品開発等を促進
 - プロジェクトで蓄積したノウハウや成功事例等を事業者等へ共有
- ・海外展開などに必要となる手続きや許認可などの情報を提供

【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6年度の予定

	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月
情報発信	SNSや雑誌、各種メディア等を活用した情報発信			
国内プロモーション	PR プロモーション (6月)	ブランド訴求につながるプロモーション		販売・PR プロモーション (1月～3月)
海外プロモーション		パリ市BDMMA デザイナーとの共同制作プロジェクト		パリ M&O出展 PR・商談会等
		海外機関連携プロモーション		
	欧州市場・中国市場をターゲットとしたECサイトによる販売			
技の継承・発展 (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)		
	モデル事業者(令和4年、5年採択) 個々の事業プランに即した磨き上げ			
		R6モデル事業募集・選定		
		推進委員会 ●		推進委員会 ●