



EDOTM
TOKYO
KIRARI

第20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7年3月27日

I 令和7年度の事業展開

(1) 事業展開

- ①情報発信
- ②国内展開
- ③海外展開
- ④総合的な取組

(2) スケジュール（予定）

II 令和6年度選定モデル事業

(1) モデル事業の選定結果

(2) 磨き上げの方向性



EDOTM
TOKYO
KIRARI

I 令和7年度の事業展開

(1) 事業展開

【全体方針】

江戸から続く伝統の技や産品である「東京の宝」の
価値や魅力を一体的にPRし

プロジェクト全体の認知度を向上

【ポイント】

- 富裕層やインバウンドに、よりフォーカスした取組の充実
- 様々な手法・媒体を活用して発信力を高め、購買までつなげる仕組みの構築
 - ・ デジタル、リアルの双方でのアプローチを強化し着実に訴求【魅力発信】
 - ・ 購入につながるタッチポイントを増やし販売を促進【販売促進】

【事業展開】

- ① 情報発信
- ② 国内展開
- ③ 海外展開
- ④ 総合的な取組

(1) 事業展開

① 情報発信

ターゲットに対しデジタル、リアルの双方でのアプローチを強化

■富裕層・インバウンドへのアプローチ

- ・感度の高い媒体への記事掲載
- ・「ブランドブック」で江戸から続く伝統の技の素晴らしさやストーリーを一体的に紹介

■メディアへのアプローチ

- ・国内外プレスへの働きかけを実施
- ・メディアの興味を引く打ち出し方やツールの工夫

(1) 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

- ・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

■富裕層への対応

- ・成約見込みの高い販路の新規開拓

■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開設準備

(1) 事業展開

③ 海外展開

購入につながるタッチポイントを増やし販売を促進

■海外での販売促進

- ・海外展示会出展やSNS投稿等における越境ECサイトへの導線を整備

■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
- ・海外でのビジネス展開を促進

(1) 事業展開

④ 総合的な取組

江戸から続く伝統の技や産品である「東京の宝」の価値や魅力を一体的にPR

■「江戸東京きらりプロジェクト展(仮称)」開催

- ・「見る」「触れる」「買う」を通じプロジェクトの価値と魅力を訴求
- ・富裕層やインバウンドなど来訪が期待できる場所で開催(予定)
- ・インフルエンサーなどを活用し発信力と集客力を強化
- ・モデル事業者のビジネス成果・成功事例の共有

※「技の継承」の事業展開も継続実施

(2) スケジュール (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	きらりプロジェクトの魅力発信拠点での取組内容の具体化（拡充）		インバウンドプロモーション	
海外	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	
総合的な 取組	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		「江戸東京きらりプロジェクト展（仮称）」開催 【新規】 「見る」「触れる」「買う」を通じ プロジェクトの価値と魅力を訴求	
技の継承	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5年、6年採択）		個々の事業プランに即した磨き上げ	
	推進委員会 ●		R7モデル事業募集・選定	推進委員会 ●

※具体的なスケジュールについては今後調整



EDOTM
TOKYO
KIRARI

Ⅱ 令和6年度選定モデル事業

(1) モデル事業の選定結果

令和6年度モデル事業の募集

(令和6年10～11月)

書類及び面接審査 (11～12月)

《選定の視点》

- ① 技や製品の独自性・優位性
- ② 東京ブランドの担い手としての意欲・適性
- ③ 事業計画の創造性・革新性
- ④ 海外からの来訪者等への訴求力、市場可能性
- ⑤ 事業計画、実施体制の妥当性、継続性

4事業を選定・公表 (12月)

※プロジェクトへの参画は全**43**事業者に

今後の取組について**意向確認** (2～3月)

(1) モデル事業の選定結果

<五十音順>

○浅草前川印傳(足立区)

テーマ:次世代に技術と文化を継承し印傳の魅力を世界へ

○金唐紙研究所(豊島区)

テーマ:幻から蘇った伝統の金唐紙を東京から世界へ。そして未来へ

○三勝株式会社(中央区)

テーマ:ゆかたに関する豊富な絵柄等を活用した、現代へのライフスタイル提案

○株式会社FYSKY(フィスキー)(武蔵野市)

テーマ:世界に誇る東京の皮革製品を国内外に発信

(2) 磨き上げの方向性

浅草前川印傳(足立区)

テーマ:次世代に技術と文化を継承し印傳の魅力を世界へ

<特色>

○革を無駄なく再利用し環境に配慮した職人手作業の一点もの商品等を制作

<ビジョン>

○伝統技術を継承しながら、現代のライフスタイルに合った商品づくり

○若手職人の育成など次世代につながる取組を展開

<将来の展開(予定)>

○余り革の再利用で環境に配慮した新商品開発

○製作工程の見学などで職人の技術の価値を披露し、技術継承へつなげる

<令和7年度から実施の磨き上げの方向性(予定)>

○自社のブランド力の強みを整理し、リブランディングを図る



(2) 磨き上げの方向性

金唐紙研究所(豊島区)

テーマ: 幻から蘇った伝統の金唐紙を東京から世界へ。そして未来へ

<特色>

○江戸時代、主に壁紙としてヨーロッパに輸出されていた日本の高級擬革紙(金唐革紙)を、紙の博物館や江戸東京博物館等に保存されていた資料や文献をもとに技術を復活。新たに「金唐紙」として展開

<ビジョン>

○国内外に技と伝統の発信や小物販売、インテリアへの活用などを通じて、金唐紙のブランド確立を目指すとともに、技術を未来に継承

<将来の展開(予定)>

○ターゲットに訴求する新商品開発とブランド認知の向上

<令和7年度から実施の磨き上げの方向性(予定)>

○ターゲット層の見極めと自社ブランドHPの見直し



(2) 磨き上げの方向性

三勝株式会社(中央区)

テーマ:ゆかたに関する豊富な絵柄等を活用した、現代へのライフスタイル提案

<特色>

○ゆかたの製造元。現在は博物館を併設し、作品や反物、型紙、道具等を展示し、ゆかたに関する歴史や魅力を紹介

<ビジョン>

○植物繊維で持続可能なゆかた地を、アパレルからインテリア、雑貨など現代のライフスタイル商品として展開し、国内外へPR

<将来の展開(予定)>

○博物館という自社価値と日本橋という土地柄を生かしたPR

<令和7年度から実施の磨き上げの方向性(予定)>

○オールシーズン着用できる新商品や、東京お土産になるグッズの開発



(2) 磨き上げの方向性

○株式会社FYSKY(フィスキー)(武蔵野市)

テーマ:世界に誇る東京の皮革製品を国内外に発信

<特色>

- 革靴・革小物の企画、デザイン、製造、販売までを一貫して実施
- オーダーメイドの革靴は伝統的なハンドメイドの技術で手縫い製作

<ビジョン>

- 伝統やものづくりの精神を大切にしつつ、今の時代に受け入れられる新たな視点でのクリエイティブなものづくり
- 異業種とのコラボレーションに挑戦し、その魅力を国内外に発信



<将来の展開(予定)>

- メイド・イン・東京の靴の海外への販路拡大

<令和7年度から実施の磨き上げの方向性(予定)>

- 自社の価値をターゲットに訴求するPR



【参考】プロジェクトの意義

※第13回推進委員会資料より

◆プロジェクトの意義への実現に向けて

○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う

【参考】プロジェクトのブランドロゴ

※第8回推進委員会資料より

一環したイメージ、記憶を持ってもらうため、
プロジェクトの**シンボル**となる**ブランドロゴ**を製作し、
プロモーション等で活用



○六角形のモチーフは江戸東京の伝統文化＝**宝物が詰まった宝箱**を象徴

○2つの宝箱の重なり合いは、江戸から東京への**伝統の継承・進化**を表現

○多層的なデザインで、江戸東京の文化が**世界へ伝播**する様を表現