EDO TOKYO KIRARI

第９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～

令和元年7月17日

本日の進め方

第１　令和元年度モデル事業の選定結果

第２　プロジェクトの今後の展開

（１）　モデル事業の磨き上げ

（２）　プロモーションイベントの展開

（３）　商品販売に向けて

（４）　若手ネットワークの形成

（５）　その他

第１　令和元年度モデル事業の選定結果

（１）　令和元年度モデル事業の選定結果

モデル事業の募集（４～５月）

↓

１４事業者から応募

↓

書類及び面接審査（６月）

≪選定の視点≫

① 技や産品の独自性・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

↓

≪**モデル事業**として相応しい**６事業**を**選定**≫

令和元年度モデル事業　①

現代のライフスタイルにフィットしたデザインによる江戸の粋と艶を表す「ＺＯＲＩ」の提案

四谷三栄（新宿区）

- 「**江戸**は**履き道楽**」といわれるほど、履き物への拘りが強かった江戸庶民の**履き心地**と**洒落心**を満足させる**草履づくりの技とデザイン**を代々受け継ぐ。

- 着物の“草履”から、**洋装**にも合う“**ＺＯＲＩ**”へ、パリのコレクションなど、**世界に通用する足元ファッション**としての**製品づくり**と**発信**に取組む。

令和元年度モデル事業　②

「フルーツの老舗」としてのグローバルブランドの確立と発信

株式会社千疋屋総本店（中央区）

- 天保五年（１８３４年）**日本橋**に「水菓子処」の店を構え、以来**１８５年**、**日本初の果物専門店**として、地域の活性化にも貢献

- これまで築いてきた**千疋屋ブランド**を**海外向け**にさらに**進化・アピール**し、インバウンド客に「**世界一美味しい日本のフルーツ**」を**東京**で味わって頂く。

令和元年度モデル事業　③

「不易流行」による「江戸・東京の地酒と食文化」の発信

株式会社豊島屋本店（千代田区）

- 慶長元年（１５９６年）**神田**にて酒屋兼一杯飲み屋が起源の**東京最古の酒舗**。「金婚」ほか高品質の**東京地酒**を醸造販売

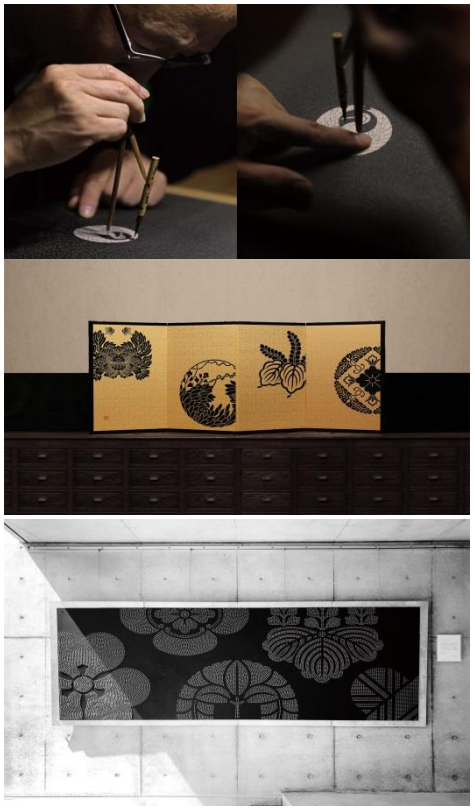
- 海外の**食とのペアリング**による新たな日本酒の**飲み方提案**や、**異分野**との**コラボレーション**による新規顧客開拓、江戸・東京の**食文化の発信拠点**づくりを通して、**東京の酒を世界にＰＲ**

令和元年度モデル事業　④

日本の伝統的な「紋」と現代のデザイン感覚を融合させた「京源のアート＆デザイン」

株式会社京源（台東区）

- 江戸時代に栄えた、大小の正円の描き分けにより**家紋**を**着物**に描く「**紋章上繪師**」の技法と作図方法を代々継承
- 「**デザインとしての家紋**」をコンセプトに、**デジタルツール**を駆使し、**プロダクト、ファッション、インテリア、アート**と**あらゆる分野に展開**させ、家紋の世界観を**国内外へ発信**。



令和元年度モデル事業　⑤

東京発の時計ブランド「セイコー」と匠の技のコラボレーションによる新たな魅力の発信

セイコーウオッチ株式会社（中央区）

- １８８１年**銀座**で**服部時計店**として創業、**国産初の腕時計**「ローレル」発売など、百年を超える時計づくりの伝統と技術を有する**東京発**の**時計ブランド**

- **有田焼**ダイヤルモデルの新規発売など**日本の伝統技法**を取り入れた「**セイコー　プレザージュ**」の**海外展開**を通して、**東京・日本の魅力**を世界に**発信**

令和元年度モデル事業　⑥

「海」をモチーフにした江戸木版画を世界に発表し、豊かな海の恵みを未来に引き継ぐ

株式会社高橋工房（文京区）

- **安政年間創業**、木版画摺師、版元として代々その技術を継承。**浮世絵版画**の復刻とともに、洋画、**現代アート**など、新たな木版画の世界を創造

総州利根川

- 各地の水の風景と漁師の営みを描いた**北斎「千絵の海」**シリーズに国内外の**詩編**を添えた**江戸木版画**を制作販売し、**海洋環境保全**に向けた**問題意識**も提起

総州銚子

第２　プロジェクトの今後の展開

（１）　モデル事業の磨き上げ

（２）　プロモーションイベントの展開

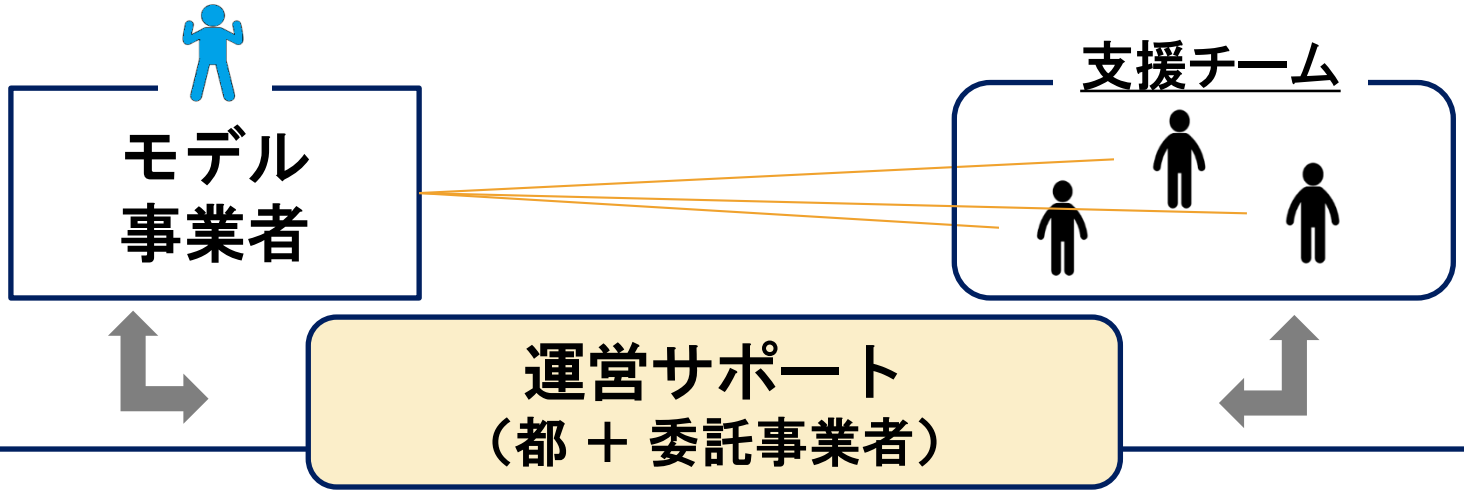
（３）　商品販売に向けて

（４）　東京１００年企業ネットワーク（仮称）の形成

（５）　その他

（１）モデル事業の磨き上げ

専門家による支援チームを組成、都との連携体制のもと、プロジェクトをサポート　（昨年度と同様）



- ○支援チームとモデル事業者の連絡調整
- ○定例会議の運営
- ○マッチングのコーディネート
- ○全体会議の運営
- ○磨き上げ経費の支出
- ○モデル事業者の経営サポート
- ○進捗管理　など

令和元年度 ▶ 2年度 ▶ 3年度

（２）イベントプロモーションの展開

①食体験を絡めたブランドスタイルの発信

（例）日本料理アカデミー×モデル事業者による
プレミアムな食のイベントの開催など

②欧州市場に向けたＢtoＢネットワーク構築

（例）現地デザイナーとのコラボによる商品づくりプログラム
⇒成果をパリでプロモーション⇒バイヤーとの人脈形成
⇒パリでのPR時期に連動し、ロンドンでのプロモーションも企画

③アートディレクションによるブランド訴求

（例）文化財施設などを使用した展覧会形式によるブランドの世界観を発信するイベント開催など

（３）商品販売に向けて

①空港でのショップ展開

⇒3月の試行販売に続き、羽田空港国際線でのショップ展開

⇒商品スペックを正確に伝える説明、旅客誘導などの仕掛けを工夫

②民間事業者とのジョイントキャンペーン

⇒百貨店やホテルからの提案を受け、魅力的な販売イベントなどを共同で実施

③ＥＣによる販売

⇒アジア圏、欧米などをターゲットとしたECサイトでの販売展開を検討

（４）東京１００年企業ネットワーク（仮称）の形成

伝統分野に関わる方々が連携し、若手育成や情報発信に取り組むネットワーク組織を立ち上げ

STEP1

キックオフイベント
（3月20日開催）

STEP2

ネットワーク立ち上げ
（今年度）

STEP3

個別プロジェクト展開
（今年度）

東京100年企業
フォーラム

呼びかけ

東京100年企業ネットワーク（仮称）

老舗経営者　伝統工芸職人　料理人

若手後継者の勉強会など横の連携づくり

ワークショップなど職人と学生の接点づくりと人材育成

江戸から続くアイデンティティを世界に情報発信