



第10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12月20日

本日の進め方

第1 今年度の取組

第2 プロジェクトの来年度の展開

第1 今年度の取組

- (1) イベントプロモーションの展開
- (2) 今後の予定（令和2年3月まで）
- (3) モデル事業の取組

(1) イベントプロモーションの展開

① ライブキッチンTOKYOでの食イベント開催

- **日本料理アカデミー**料理人による創作料理、**組紐・家紋**の実演(11/16)
- メディア20社(海外8社)参加



② 百貨店等と連携した販売キャンペーン

- ◆ **日本橋三越本店** (11/13～11/26)
 - ・商品販売(14事業者)、体験イベント
 - ・5階のフロアで衣・食・住をトータルにPR
- ◆ **蔦屋家電(二子玉川)** (12/7～12/13)
 - ・商品販売(8業者)、体験イベント
 - ・体験イベント(12/7,8)には73名参加



③ ECサイトの立ち上げ

- **中国ECサイト**での販売開始(8月～)
 ※「独身の日」の11月に売上げが伸長
 ※さらなる販売促進に向け、SNSを活用しPR
- **国内オンラインショップ**での販売開始(11月～)



④羽田空港でのショップ展開

- **国際線ターミナル**出国エリアで実施(12/14～1/10)
- **テレビ番組**での特集企画による情報発信

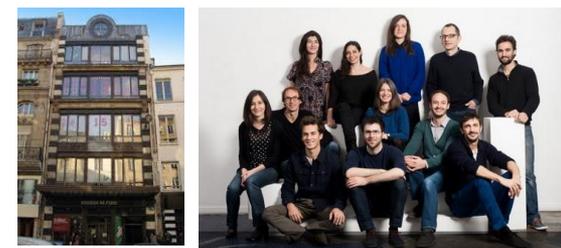


(2) 今後の予定（令和2年3月まで）

① 欧州市場向け商品開発・プロモーション

現地で売れる商品づくりプログラム

- パリ市インキュベーション施設「アトリエ・ド・パリ」と連携し、**デザイナーとのコラボ開発**を実施中(7月～)
- 6モデル事業者がプログラムに参加



「Les Ateliers de Paris」パリ市立のデザイン産業インキュベーション施設。毎年厳しいセレクションをクリアしたプロのデザイナーが30～40名所属。

ロンドン・パリでのプロモーション・商談会（1/16～1/22）

- 在**英国日本大使館**でのPRイベント、レセプション
- 「アトリエ・ド・パリ」でのデザイナーワークショップ
- パリの**ギャラリーショップ**での**テスト販売**
- 「インテリア・ファッション」「フード」関係者**商談会**（両都市で）

現地知識層へのブランド浸透、デザイナー・バイヤーとの関係構築

② 展覧会形式でのアートイベント

- 文化財施設など**ユニークベニュー**を活用した**展覧会形式**でブランドとメッセージを発信する**イベント**を開催(3月)
- イベントに連動して、**ワークショップ**や**セミナー**を開催、若手職人と学生、老舗経営者どうしなどの**横断的なネットワークづくり**を推進



平成30年10月 浜離宮庭園でのイベントの様子

(3) モデル事業者の取組

龍工房（組紐）

- 大手カメラメーカーとのコラボによるカメラストラップ販売



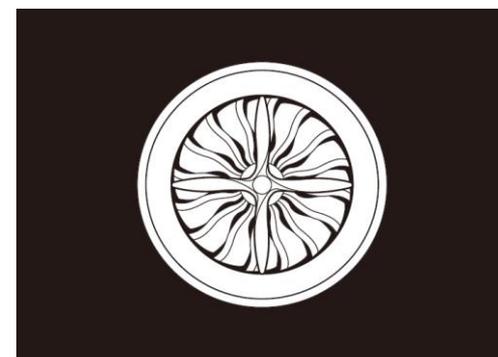
中むら（暖簾） × 京源（紋章）

- コレド室町テラスの「大のれん」デザイン・制作



京源（紋章）

- 羽田空港オリジナル「羽田紋」をデザイン

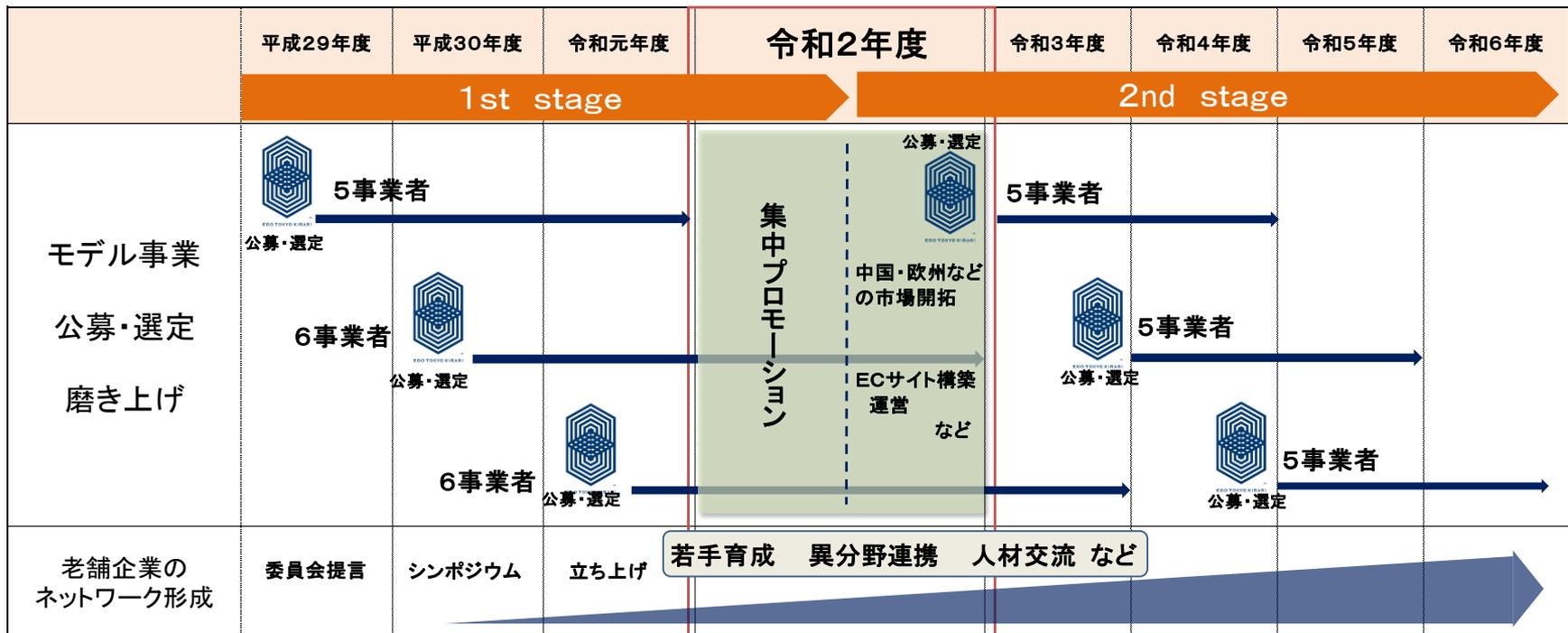


第2 プロジェクトの来年度の展開

- (1) 全体ロードマップ
- (2) 大会期間を中心とした集中プロモーション
- (3) 中国のマーケットの開拓強化
- (4) 欧州市場に向けたブランド訴求
- (5) ECサイトによる販売の仕組み充実
- (6) 伝統産業分野のネットワーク形成・拡大

(1) 全体ロードマップ

- 令和2年度前半は、大会期間に合わせ**集中プロモーション**
- 大会終了後の**年度後半**より、新たなモデル事業の**公募・選定を再開**
- 「東京の宝物」の選定・磨き上げをさらに1サイクル(3回)展開、きらりブランドの確固たる地位の確立と自走化を目指す。



目指す姿

東京版コルベール委員会

(2) 大会期間を中心とした集中プロモーション

①大規模イベントを活用したPR

- **東京スポーツスクエア** (有楽町) で開催する **魅力発信イベント** において、各国メディア等に向け、**展示・実演・販売** を展開



②インバウンド玄関口でのアプローチ

- **空港** の場を活用した **プロモーション** を引き続き展開
- **機内誌** などでの特集記事掲載

③民間企業と連携した回遊型キャンペーン

- **ホテル、百貨店** 等と連携し、エリア内を巡る **回遊型** の **キャンペーン** を企画

(3) 中国のマーケットの開拓強化

ポテンシャルの高い**中国市場**をターゲットに、**インバウンド／アウトバウンド**の両面から、**発信と販売**を強化

【取組例】

- 中国人**インフルエンサー**を起用した**SNS**による**発信**強化
- 現地の大型**商業施設**等を活用した実店舗での**販売イベント**の実施
- 訪日中国**富裕層向け**のきらり**体験ツアー**造成など

(4) 欧州市場に向けたブランド訴求

パリ市との連携プロジェクトを展開

- 今回の「**アトリエ・ド・パリ**」との連携の取組を**継続・発展**させていくため、**パリ市と事業協定**を締結(予定)
- 現地デザイナーとの**共同開発**、**ビジネスマッチング**、パリ・東京2都市間での**展覧会イベント**などを展開

【連携のイメージ】

東京都
(江戸東京きらり)



パリ市
(アトリエ・ド・パリ)

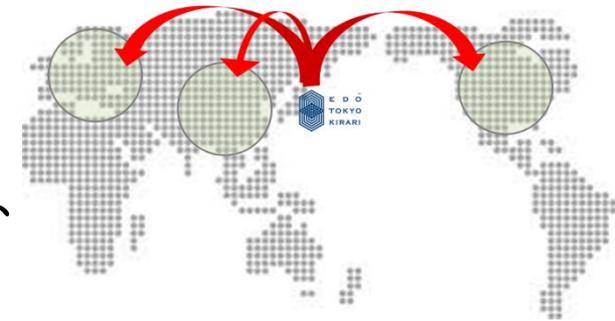
(交流) 職人・デザイナーによるワークショップ

(創造) 新たな商品・サービスの共同開発

(発信) 両都市でのイベント、ビジネス交流

(5) ECサイトによる販売の仕組み充実

- 今年度立ち上げた、**国内EC**、**中国EC**の継続・充実
- **英語圏**などに対応した販売サイトの**エリア拡大**を図る



(6) 伝統産業分野のネットワーク形成・拡大

- **伝統の技**を**次世代に継承**する目的とビジョンを共有する、老舗による**横断的なネットワーク**形成
- 若手育成プログラム、異分野勉強会、公開セミナーなどの取組を継続し、**コミュニティの深化**を図る。