

第7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～

平成30年9月4日

本日の進め方

第1 プロジェクトの取組状況等

- (1) 平成30年度モデル事業の選定結果
- (2) 平成29年度モデル事業の取組状況

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
- (3) 売り場の確保

第1 プロジェクトの取組状況等

- (1) 平成30年度モデル事業の選定結果
- (2) 平成29年度モデル事業の取組状況

(1) 平成30年度モデル事業の選定結果

モデル事業の募集 (4～5月)

10事業者から応募

書類及び面接審査 (6～7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

〈モデル事業として相応しい6事業を選定〉

平成30年度モデル事業 ①

伝統の口紅「小町紅」を紅ミュージアムを拠点に発信

株式会社伊勢半本店（港区）

- 日本の**伝統的な口紅「小町紅」**は、海外のみならず国内においても認知度が低いため、2020年に向けて、**江戸の文化などとあわせて国内外に発信**する。
- 伊勢半本店 **紅ミュージアム**（港区南青山）を「**日本伝統の赤**」や「**日本の化粧文化**」の**発信拠点**として、東京の観光スポットにする。



平成30年度モデル事業 ②

伝統的な素材や技を「和」とは異なる表現でグローバル展開

株式会社ポータークラシック (台東区)

- 日本が誇る**道着**や**刺子**を**世界基準の生地**として発信し、**織物**、**手仕事**を文化として**継承**。
- 寝具の老舗・昭和西川のmuatsuをストラップに採用した**重さを感じない次世代バッグ**を、抱っこ紐やランドセル等、**学校**や**医療**、**救助**分野への展開も検討



平成30年度モデル事業 ③

江戸の伝統食「海苔」を世界の「NORI」へ

株式会社山本海苔店 (中央区)

- **海苔**の仕訳技術の継承に努めるとともに、海苔の持つ栄養効能、うま味成分などの**魅力を国内外に伝える**べく、自社で考案した味附海苔を時代にあわせて進化させた「おつまみ海苔」などのさらなる改良に努め、**若年層や外国人旅行者**に訴える**ブランドづくり**に取り組む。



平成30年度モデル事業 ④

江戸から受け継ぐ「榮太樓飴」を「江戸菓子」として世界に発信

株式会社榮太樓総本舗（中央区）

- 2020年に向けて、国内外からのお客様に楽しんでいただくために、**日本橋**のたもとにある本店のリニューアル計画を進めるとともに、日本が誇る榮太樓飴をはじめとする「**江戸菓子**」を海外に向け発信する。



平成30年度モデル事業 ⑤

暖簾をアップデートし、世界で新たな価値づくり

有限会社中むら(千代田区)

- 江戸時代に**江戸で屋外広告**として進化・普及した暖簾の**文化や哲学**を改めて見直し、現代建築の玄関口や**空間の装飾**として**新たな価値が発揮できる暖簾を提案**することで、染色を主とした日本の**手工業や工芸の需要創造**を目指す。



平成30年度モデル事業 ⑥

江戸切子・江戸硝子で楽しむ新しい日本酒の飲み方提案

木本硝子株式会社(台東区)

- 食事にあわせてお酒とグラスを変える「**日本酒の新しい飲み方の提案**」を通じて、モダンデザインの**江戸切子・江戸硝子**のプロモーションを**都内酒蔵との連携**により行う。
- 外国人旅行者を都内酒蔵へ案内し、新しい飲み方を体験させる「**酒蔵ツーリズム**」にも取り組む。



(2) 平成29年度モデル事業の取組状況

○ 廣瀬染工場【江戸小紋】

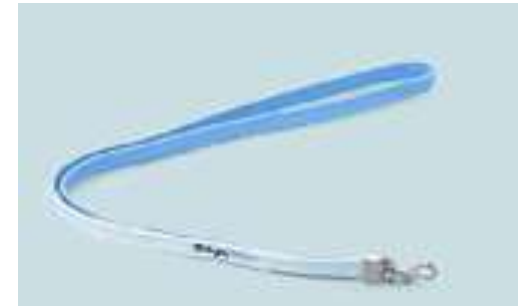
- 建築家とのコラボレーションにより、実験的な反物や着物の製作を行い、これまでにない江戸小紋の世界を創出する展示会を開催（7～8月）



(2) 平成29年度モデル事業の取組状況

○ 龍工房【江戸組紐】

- アイコンを活用した「東京おみやげ」を製作・販売（7月～）



- 株式会社 **JTB** と連携した店頭スタッフによるプロモーション（8月～10月）
- フランス人テキスタイル **デザイナー** との **新商品開発** を企画

(2) 平成29年度モデル事業の取組状況

○ 江戸切子の店 華硝

- S A K E女の会主催「大江戸 東京 粋な酒祭り」でのP R（7月）



- 大手ホテルの東京旅行紹介企画で、**日本橋老舗を巡るツアー**プランを構築・実施
- ブランド再構築に向けたコンサルティングを実施

(2) 平成29年度モデル事業の取組状況

○ うぶけや

- グラフィックデザイナーとの連携による**海外プロモーションツール**を企画

○ 日本料理アカデミー東京運営委員会

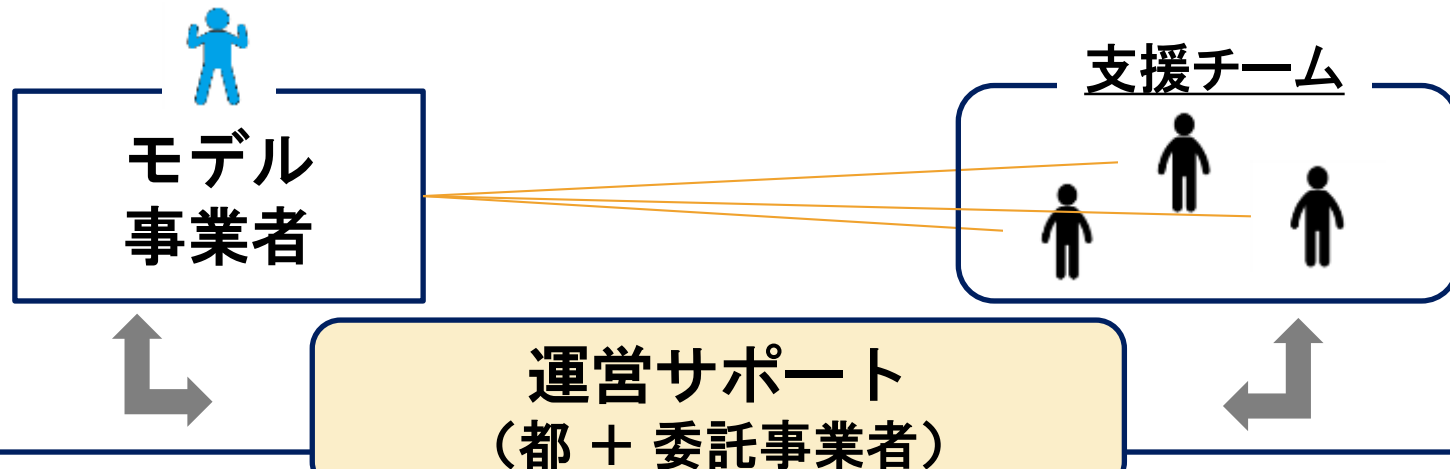
- 10月に開催する**東京150年祭**（仮称）において、**東京産食材**をテーマにした食のイベントを企画

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
- (3) 売り場の確保

(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
- 全体会議の運営
- モデル事業者の経営サポート
- マッチングのコーディネート
- 磨き上げ経費の支出
- 進捗管理 など

30年度

31年度

32年度

(2) プロモーション ①

全体の認知度アップ、ブランドイメージ醸成に向け、各種発信ツールを効果的に活用

- プロジェクト全体の周知に加え、**モデル事業**の**プロモーション**にもつながる**ロゴマーク**を作成
- ロゴマークを反映しながら、**統一感**のあるイメージのもと、**画像・映像**を前面に出した**情報発信**（WEBサイト、SNS等）

(2) プロモーション ②

国内外の東京の魅力発信イベントと連携したプロモーションにより、潜在層を掘り起し

- **浜離宮**庭園で開催する**東京150年祭**において、モデル事業者の**技や食を体験・実感**しながら御茶屋等を巡る**プログラム**を企画
- **パリ**で行う**観光プロモーション**での伝統の**技・産品の紹介**に加え「**アトリエ・ブランマン**ト」を活用した**プレマーケティング**も企画

(3) 売り場の確保

収益確保に向け、商品購入につながる場づくり、
仕組みづくりを多面的に検討

- **期間限定ショップの出店などを試行実施**
(候補) 空港ロビー、ギャラリーなど
- **パリ「アトリエ・ブランマン」での企画展・販売を予定** (31年2月頃)
- **海外ECサイトを活用した販売の可能性を**
検討

「アトリエ・ブランマント」とは

パリ・マレ地区にあり、齋藤峰明氏が総合ディレクターを務める日本の職人技術の新たな可能性を発信するアトリエ。

