

【衣】

「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」の魅力を、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。



「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。

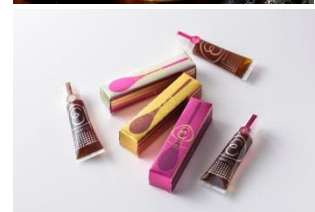
寝具の老舗・昭和西川の「muatsu（ムアツ）」をストラップに採用した荷物が軽く感じる次世代バッグを、抱っこ紐やランドセル等、学校や医療、救助分野への展開も検討。



【食】

「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」 株式会社榮太樓總本舗（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」海外に向け発信する。



「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）

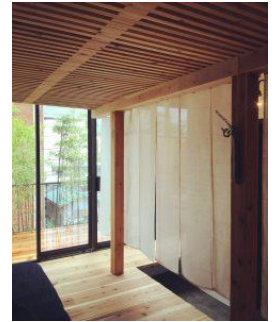
海苔の仕訳技術の継承に努めるとともに、海苔の持つ栄養効能、うま味成分などの魅力を国内外に伝えるべく、自社で考案した味附海苔を時代にあわせて進化させた「おつまみ海苔」などのさらなる改良に努め、若年層や外国人旅行者に訴えるブランドづくりに取り組む。



【住】

「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。



【組合せ】

「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。

