

和装産業の活性化に向けた戦略の展開

新年度、京都市と和装業界がスクラムを組み、京都のきもの需要に直結する効果的なプロモーション事業に取り組みます。

この新事業は、最大の市場であり、情報発信の要である「首都圏」で、「大人の女性」をメインターゲットに、日本最大級のファッションイベントへのきもの出展や、ファッション誌とタイアップした京都のきもの特集、首都圏のオフィス街・ショッピング街での「きものファッションショー」といった話題性のあるメニューを展開するものです。

流行を捉えた身近な服装としてきものが選ばれることを目指し、質・量ともに全国随一であり、日本のきもの産業を牽引する「Made in KYOTO」のきもの魅力を戦略的に発信することにより、和装産業の活性化を図っていきます。

<和装産業活性化に向けた戦略(案)>

1 目指す方向性

- きものを身近なファッションの一つとして認知してもらい、きもの魅力を定着させる。
- きもの需要喚起を図り、「Made in KYOTO」のきもの購入へ着実に結びつける。

2 メインターゲット

ターゲットを明確に設定し、戦略的な事業展開を図る。

『首都圏』… 日本の人口の27.3%が集中する我が国最大の消費市場

『大人の女性』… きもの需要に直結する可能性の高い20歳代後半～40歳代の女性

3 事業メニュー(案)

京都の和装業界と京都市が強固なスクラムを組んで、話題性のあるPR企画を中心に、多様な媒体できもの魅力を発信する。

(1) 首都圏で開催するファッションイベントに京都のきものが登場

- 「ジャパン・ファッションウィーク」や「東京ガールズコレクション」など、話題性のあるビッグイベントへの出展
- 「東京ガールズコレクション」へのきもの出展は、史上初
- 「ジャパン・ファッションウィーク」は2万人、「東京ガールズコレクション」は2万3千人の来場者を集める日本でも有数のファッションイベント

(2) ファッション誌とタイアップした「京都のきもの特集」企画

- メインターゲットである「大人の女性」から支持されている有名ファッション誌への特集記事の掲載
- 洋服中心の人気ファッション誌で、「ファッションに対する関心は高いが、きものを着たことがない層」にPR

(3) 首都圏のオフィス街、ショッピング街で「きものファッションショー」等を開催

- 多くのOLが働く丸の内・日本橋などのオフィス街や、表参道・代官山といったショッピング街できものイベントを開催
- 丸の内エリアで働く人は24万人、その内30%以上が女性
- 首都圏のまちなかにおけるきものイベントの開催は、これまでに前例のない取組

【参考】 和装産業活性化戦略プランについて

京都市では、首都圏をターゲットにした販路拡大を目指し、首都圏で活躍されている方々に呼び掛け、昨年9月に「和装産業活性化戦略プラン」策定委員会を立ち上げた。

これまで2度にわたり東京で開催しており、京都で開催する3回目の委員会では、京都の和装業界の方々と意見交換を行い、制作や販売の現場からの声、知恵、課題等を取り入れた上で、年度内に「和装産業活性化戦略プラン」を策定する。

今回の戦略の方向性、事業メニュー（案）等は、これまでの委員会での議論・提案を踏まえた骨子である。新年度から、策定したプランに基づき、事業を展開していく。

ア これまでの経過及び今後のスケジュール

- 平成20年 9月24日（水） 第1回策定委員会開催 於：東京
- 平成20年11月26日（水） 第2回策定委員会開催 於：東京
- 平成21年 3月 第3回策定委員会開催予定 於：京都
… 京都の和装業界の方々と意見交換を行い、
課題等を取り入れた上で策定する。
- 平成21年 3月末 「和装産業活性化戦略プラン」の策定
- 平成21年 4月～ プランに基づき、事業を展開

イ 委員

首都圏の和装ビジネスで成功を収めている方々や人気ファッション誌の編集者などに参画いただいている。

	役 職	氏 名
委 員	【和装事業者】 株銀座もとじ 代表取締役	もとじ 泉二 弘明
	【きものスタイリスト】 株らくや 代表取締役	石田 節子
	【ファッション雑誌編集者】 株小学館 女性誌編集局プロデューサー兼 プレシヤス編集長	恩田 裕子
	【ファッションイベントプロデューサー】 東京ガールズコレクション実行委員会 チーフプロデューサー	永谷 亜矢子
コーディネーター	株クリップ 代表取締役	島田 昭彦