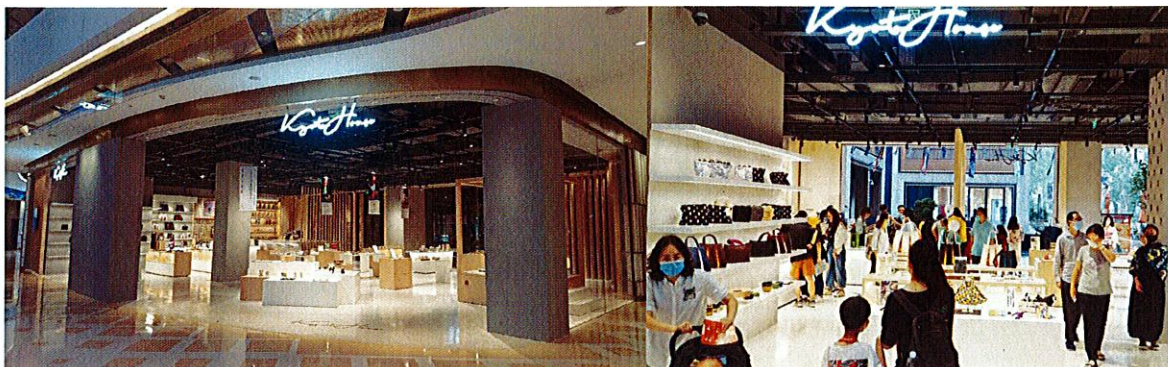


上海・KYOTO HOUSE 概要



【KYOTO HOUSE】は、中国市場で京都の伝統工芸品などの販路開拓の拠点として上海市に2019年12月オープンしました。現地で京都の魅力を発信する目的で、京都府と連携協定を結ぶ中国の投資会社「复星国際(フーシン)」が開設。

京都府指定工芸品目を始めとし、漆器や陶器、和雑貨、清酒、コーヒーなどの府内の事業者が参加し、約200点が並んでいます。2020年は更に取り組みを充実させ、「茶道」「香道」といった企画展を通じて京都の魅力を中国へ発信し続けています。また、2021年には特別商談会も開催予定。京都と世界を「KOUGEI」でつなぎながら、文化交流を促進しています。

上海・KYOTO HOUSE 会場情報・協定先

(1) 場所

The Bund Finance Center (BFC 上海) 【住所：上海市黄浦区中山东二路600号】

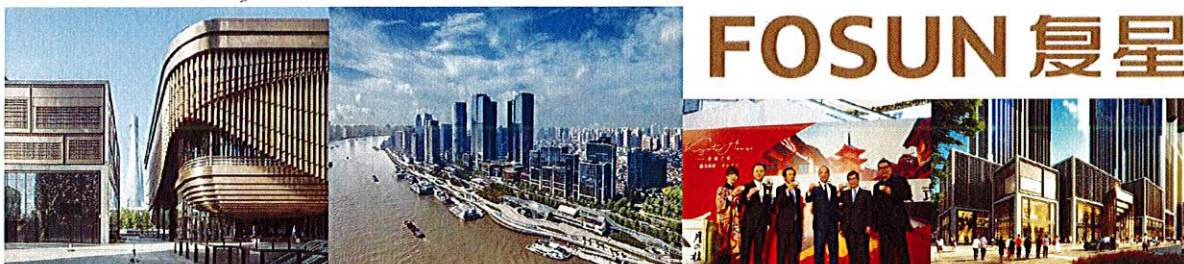
- ・外灘の南側に位置する大型複合ビルで、オフィス棟、美術館、商業施設などがある
- ・复星国際有限公司(以下「FOSUN」)ヘッドクォーター(本部)

(2) 店舗

BFC 上海内ショッピングモール(地上4階地下3階)の1階スペース

※約250平方尺(70坪)

- ・京都府と京都産品の販売促進等に係る協定を締結したFOSUNが、新たに開設・運営。
- ・「KYOTO HOUSE」を通じて中国の消費者に京都の産品やサービスを提供することを目的としている。
- ・店舗内では、メイドイン京都の伝統工芸品、日用品や食料品を取り扱う。
- ・上記の小売販売(BtoC)に加えて、BtoBビジネスの拠点としても活用。



上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

全月

季節に合わせた新商品の提案・入荷・陳列

京都での
事業者選定

上海への
提案

商談・交渉

成約



上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

4月

コロナ禍の中で、「春×和文化」をテーマに誘客

鬱蒼とする状況の中、少しでも京都・春を感じてもらう為に
春の設えと各種イベントの仕掛け+開催



上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

5月

京都からも「着物・帯」など協力・連携

京都×上海
企画立案

必要物選定

必要物
準備・発送

実施・運営



上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

5月

地域の子どもに京都を届ける為の「こどもの日」イベント

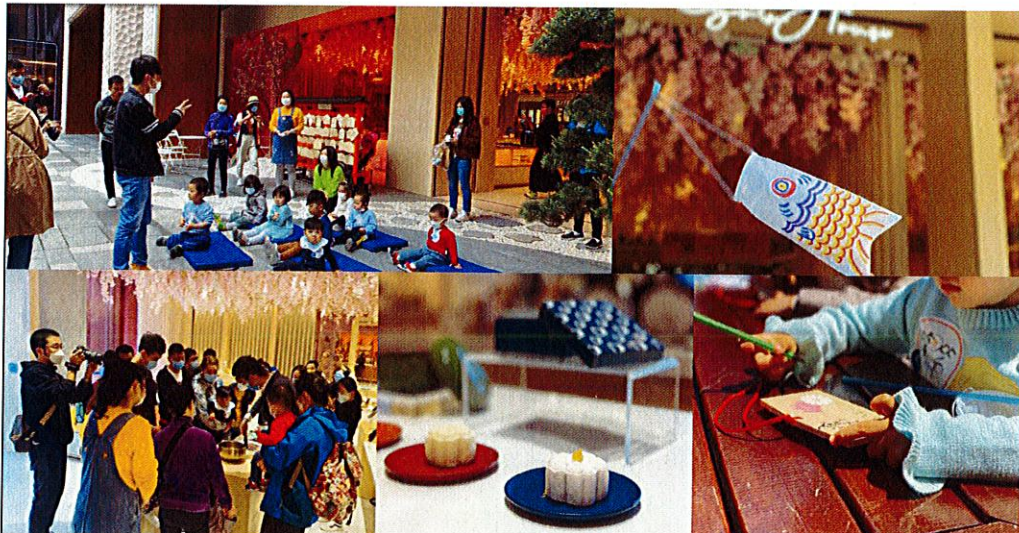
日本の文化
関連共有

企画立案

販促物作成
集客

実施・運営

【本イベント売上】 無料の為なし 【集客】 12家庭 約30名



文化体験イベント(和菓子)を現地で開催

京都×上海
企画立案

販促物作成
集客

必要商品
現地調達

実施・運営

【本イベント期間売上】 ¥276,000 【集客】 360家庭 約1,000名



「食×工芸×文化」で体験と購買増進に誘導

京都×上海
企画立案

試飲・体感
必要物仕入

広報PR
集客

実施・運営
販促

【本イベント期間売上】 試飲などの仕掛けの為なし



京丹後のテキスタイルを「KYOTO Gentlemen Style」
として提案

京都×上海
企画立案

サンプル
準備・提供

広報PR
集客

実施・運営



「七夕」にコロナ終息を願い、茶道イベントの実施

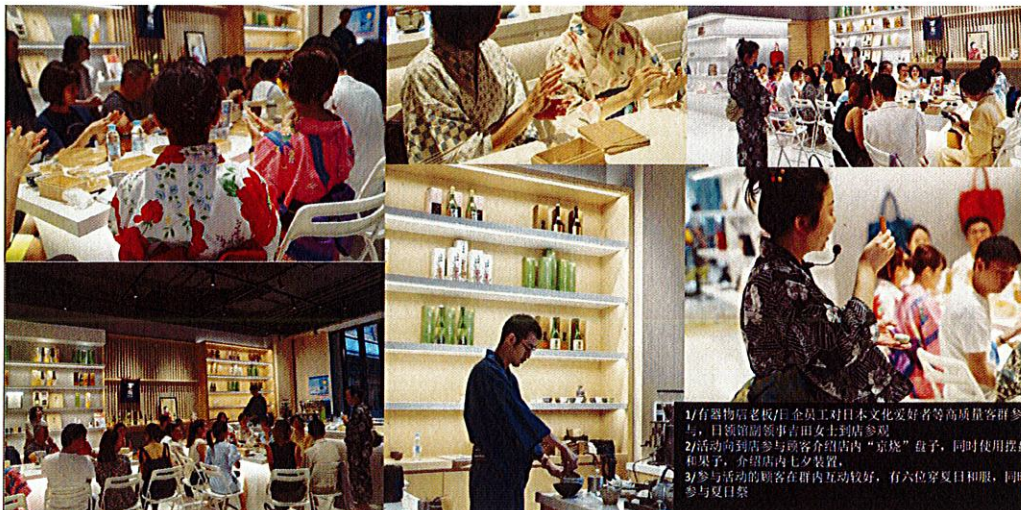
京都×上海
企画立案

試飲・体感
必要物仕入

広報PR
集客

実施・運営
販促

【本イベント期間売上】 ¥86,432 【集客】 12組 24名



「香道×工芸」をテーマに、withコロナの為の企画・実施

京都×上海
企画立案

販促物作成
集客

必要商品
現地調達

実施・運営



「京焼・清水焼」を活用したイベント企画提案・実施

陶磁器産地
企画立案

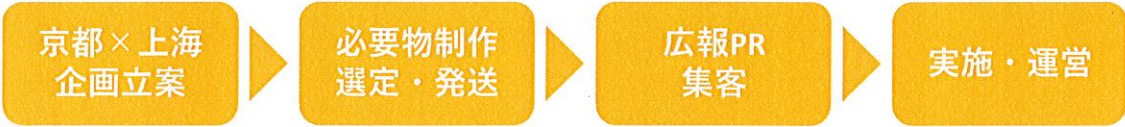
必要物制作
提案

成立
広報PR
集客

実施・運営
テスト販売



「茶道×京焼・清水焼」イベントでの誘客・販売促進



【本イベント売上】 ¥57,855 【集客】 約22名



「煎茶道×京焼・清水焼」イベントでの誘客・販売促進



【本イベント売上】 ¥36,817 【集客】 約24名



ザ・ペニンシュラホテル×地酒×京焼・清水焼

香港を代表するラグジュアリーホテル「ザ・ペニンシュラ」の絶大な人気を誇る
 月餅と京都の地酒・京焼・清水焼の特注コラボレーションセットを実現

京都×上海
 企画立案

商談・交渉

生産管理
 納品管理

広報PR
 集客・販促

本コラボレーションにより、お猪口1200個 徳利200本 生産・納品・セット制作



LONDON CRAFT WEEK出展(オンライン)

出展依頼
 商談・確認

事業者選定

必要情報精査
 提供

アップロード
 出展



KYOTO KOUGEI WEEKの発端でもある「LONDON CRAFT WEEK」への参画が実現。
 主催者と連携を図り、コロナ禍に於ける“工芸のあり方”“伝え方”を主軸に
 展開した本イベントは、世界中の“ものづくり”へのアクセスを可能とし、工芸の技術や
 その文化を伝えた。主催者とのコミュニケーション～事業者連携・実施までサポート

“BtoB”の促進に向け、中国輸入博覧会展

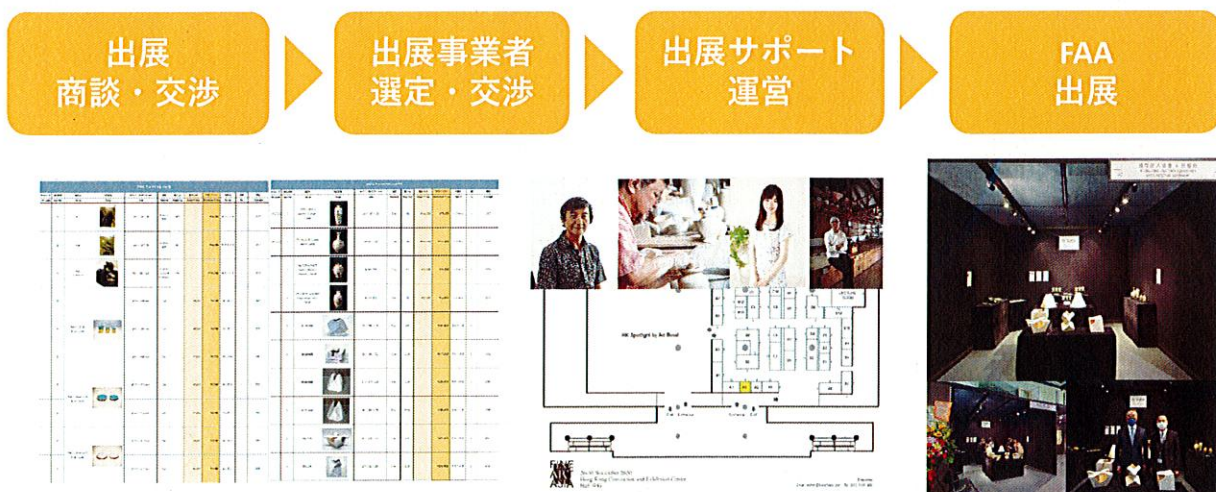


上海のKYOTOHOUSEの認知度を更に向上させ、BtoBの販路開拓を促進するために、中国最大規模の展示会「中国輸入博覧会」へ出展。

現地チームとの連携を密にとり、今後の展開含めての戦略策定を共同で実施。結果として、「商品の買付」から「展示会出展」に至るまでサポートを行った。

上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

“工芸アート”の販路開拓 FINE ART ASIA 出展



上海のKYOTOHOUSEを機に更なる中国市場への展開を見込み、「Fine Art Asia」へ出展。本展示会の主催者と連携し「工芸アート」をキーテーマにしたブースを設置した。主催者との連携の中で、事業者の提案～選定・交渉・作品決定・輸送～実施までトータルにサポートし、より一層の中国市場への展開を狙う。(11月30日まで実施)

記念展示会やPOPUP等の実施による誘客と販売促進

KYOTOHOUSEオープン1周年記念（12月19日～春節頃まで）として、
京焼・清水焼展や**SOUSOU冬のキャンペーン**などの
 イベントを開催し、FOSUNとの連携の更なる強化を図ると共に、
 店舗の認知度向上と販売促進・出展事業者の売上UPを目指す

1周年記念に紐づけた連携事業

京焼・清水焼展@店内



POPUPイベント@店外



SOUSOU冬のキャンペーンを実施

イベント
企画依頼

事業者
交渉・商談

施工図面制作
運営体制整備

買付・納品
実施・PR



上海のKYOTOHOUSEの誘客と春節までの売上促進の為のイベント企画を打診され、
 京都サイドで事業者と商談と運営体制を構築した。（発注ロットや方法・時期、納品までのスピード感など調整）
 現地ではメディアやインフルエンサーを活用し、より一層の
 注目度の向上を狙い、**現時点でもメディアで1000万ビューを獲得している。（現在も継続中）**

SOUSOU冬のキャンペーンを実施

「別紙4_SOUSOUキャンペーン報告書」参照

古川剛氏の作品の展示販売会による販売促進

KYOTOHOUSEオープン1周年記念（12月19日～春節頃まで）の一環として、中国市場に非常に人気もあり、**認知度の高い”天目”**をテーマにした作品の展示販売会を実施。本テーマを起点に更なる誘客を図り、KYOTOHOUSE全体での売上アップも狙う。



4月7日まで香港のタイムズスクエアで京焼・清水焼展と共に巡回展開催中。

現地販売も順調に伸び、**全体の70%程成約**に至っている。

上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

1月

京都陶磁器協同組合連合会

“京焼・清水焼展”を実施（1月8日～）



京都府内で開催される「京焼・清水焼展」の巡回展として上海での実施を実現。
事前交渉、時期調整、運営調整、出展サポート、輸送業務など全てにおいて
実施し、スムーズに実現に至った。

販売・成約にも至っており、更に別の場所での展開や次年度の依頼も受注している。

上海・KYOTO HOUSE 進捗報告

1月

京都陶磁器協同組合連合会

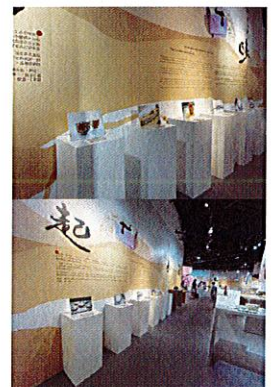
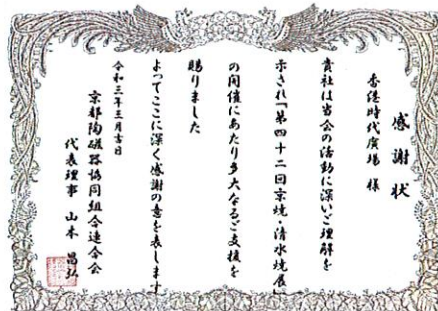
“京焼・清水焼展”を実施（1月8日～）

「別紙_京焼・清水焼展報告書」参照

4月7日まで香港のタイムズスクエアで巡回展開催中。

現地販売も順調に伸び、全体の70%程成約に至っている。

また、香港の芸能人も呼び込みPRの反響も大きく在事が起因している。更なる関係構築の
為、産地とも連携し、感謝状を作成・送付するなどの調整も実施。



京都陶磁器協同組合連合会



上記のステップを丁寧に進み、“コミュニケーション”を密に行った事で、KYOTOHOUSEサイドにとって売上増加と誘客用のイベントコンテンツの提供に至り、市場性と流通の安全性の確認が取れたため、現在FOSUNサイドからディストリビューション契約の話が進行中。(現在、商談により契約内容の調整中。)

京の酒 BtoBイベント



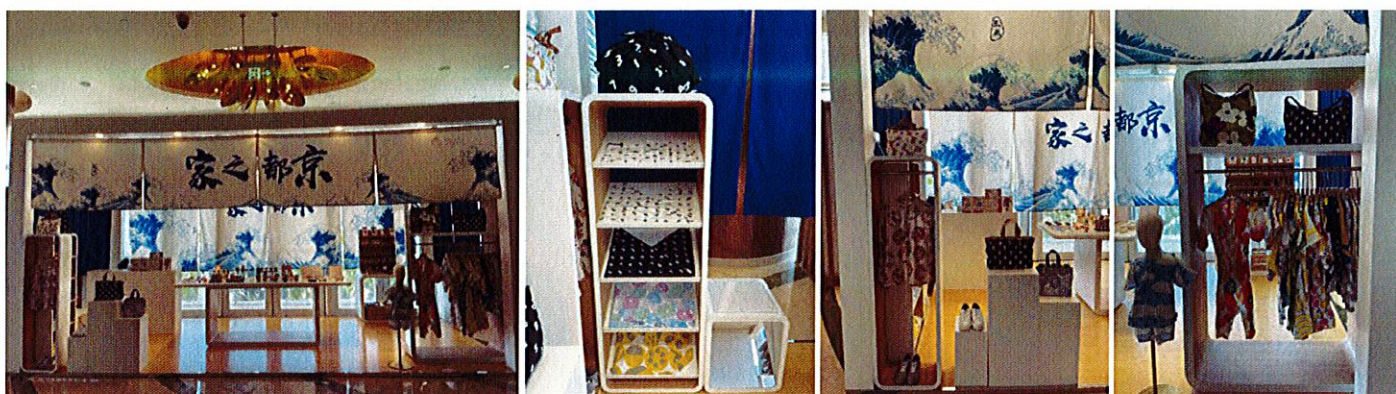
京都府内の酒蔵から日本酒を購入し、酒造が現地販売代理店があるところは現地にて買付の対応を行うなど臨機応変に対応し、実現に至った。
日本酒に関する興味関心の高まりがある為、現地でも良いフィードバックと今後につながる為のプロモーションが可能となった。※KYOTOHOUSEのオンライン媒体でも発信済み。

上海・KYOTO HOUSE 進捗報告

2月

海南にKYOTOHOUSEのPOPUPをオープンし、 更なる販売促進と市場開拓を狙う

中国におけるリゾート地であり、富裕層が集まる“海南”にFOSUN関連の商業施設があり、その一角でKYOTOHOUSEがオープンしました。上海とは別拠点でターゲット層も異なる為、より一層の市場開拓やマーケットニーズを集め、展開を目指す。



上海・KYOTO HOUSE業務完了報告書

3月

京の酒 BtoBイベント

企画立案
商談・交渉

国内
調整・交渉

出展サポート
物流サポート

特別試飲会



1月のプロモーションイベントに続き、3月からは実売に向けたイベントをKYOTOHOUSE内やBFC内で展開した。販売実績としても約450万程度を実現。そして、現地代理店の無い酒造様とFOSUNの契約を1社（松井酒造）500万分確定、1社（山本本家）現在調整中で進行中。今後更なる拡大を狙う。

世界的なデザイナーへの企画提案事業（採用決定）

ウィキペディアにも掲載され、ミッシェルオバマ氏のドレスをも手掛けるNY在住のファッションデザイナーJASON WU。米国・カナダ・上海に自身のブランドの店舗も有する。



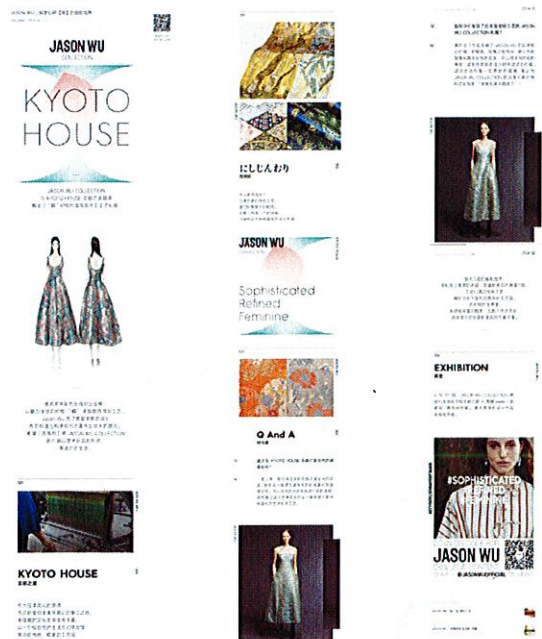
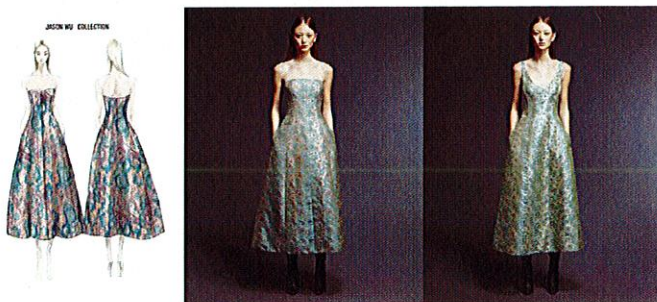
本コラボレーションにより、西陣織40M×2種類 計80M販売、採用決定



西陣織ドレスコレクション発表

西陣織ドレスコレクション JAOSON WUオフィシャルサイトでも発表済み。

岱崎織物が選定され、元来表装裂地を主にしていた織元が、JasonWuとの連携によりオリジナル柄で生地の開発・納品に至った。JasonWuが手掛けるドレスコレクションの仲間入りとなり、今後の量産に向けて更なる関係構築を見込んでいく。JasonWuのオフィシャルサイトで発表もあり、KYOTOHOUSEでの展示会も実施する為、更なるPR効果も狙っていく。



欧州展開用にオンラインプラットフォームを開設

越境ECを行うAtelier Japan内に「KYOTOHOUSE」セクションを設け、上海との連携事業にも取り組む。実売も可能なため、BtoC用のプラットフォームとして活用可能な上に、情報を英語で発信する為、世界に寄り広く認知を促すための場としての創り込みを狙う。1ヵ月で既に3万ビュー程度あり、今後更なる認知向上を狙う。



Insights [See all](#)

Last 7 days: 18 Feb - 24 Feb ▾

People reached **21,530**
▲1054%

Post engagements **780**
▲1492%

Insights [See all](#)

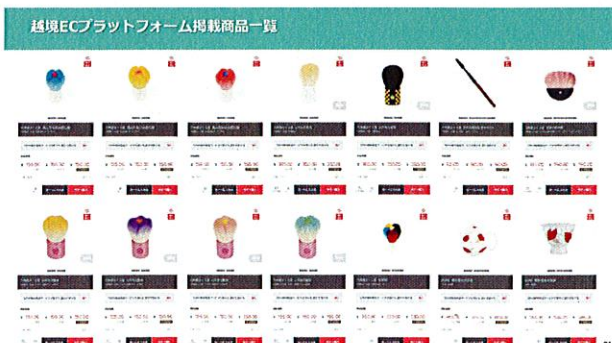
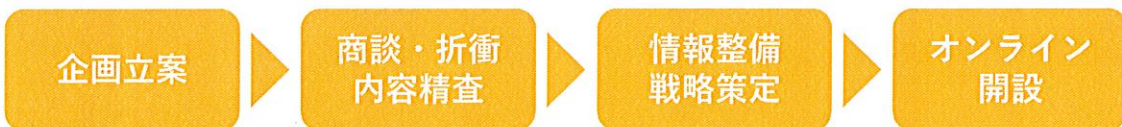
Last 28 days: 7 Feb - 6 Mar ▾

People reached **32,528**
▲67667%

Post engagements **1,475**
▲24483%

中国市場にオンラインBtoB展開を狙う為の施策

コロナ禍に於いて、実際の人の往来が難しくなり、より一層のオンライン市場への参入が必要になる中で、BtoCは多数展開されているが、今回の販路拡大の施策として「オンラインのBtoBプラットフォーム」との連携を実現させた。中国市場のインフルエンサー用の買付プラットフォームであり、インフルエンサーを通じた販売を狙う。



これまでの企画・提案→買付アイテム



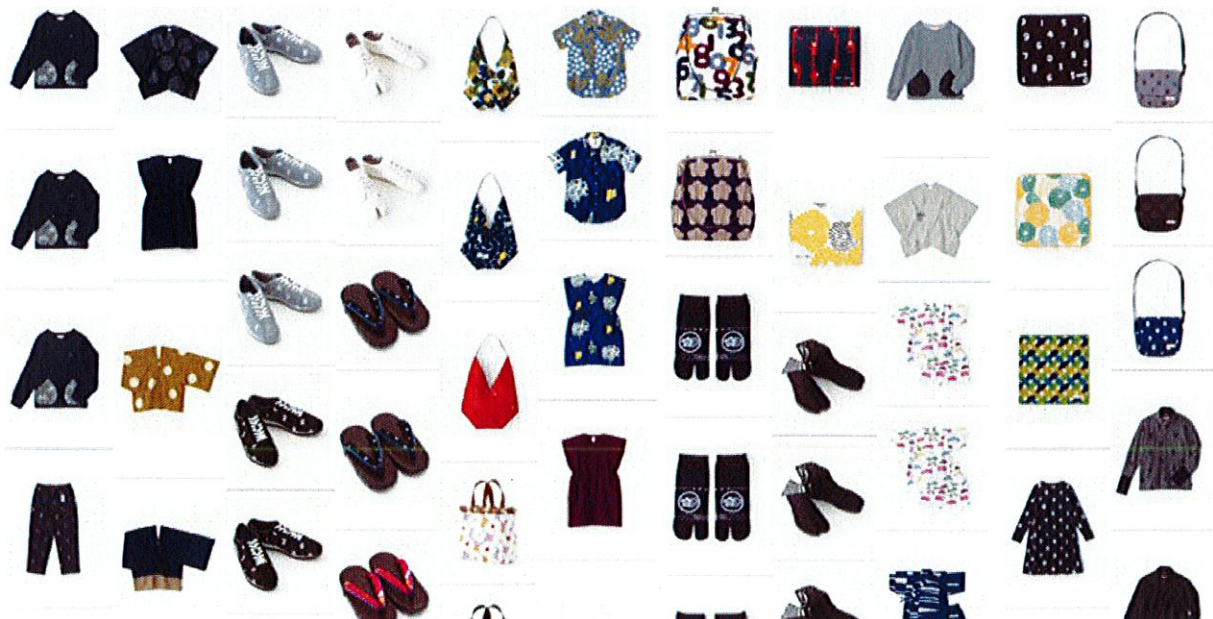
これまでの企画・提案→買付アイテム



これまでの企画・提案→買付アイテム



これまでの企画・提案→買付アイテム



これまでの企画・提案→買付アイテム



これまでの企画・提案→委託アイテム

