

民間企業とのジョイントプロモーション過去実施事例

- 平成 27 年度実施

連携事業者：無印良品（MUJI）

内容：MUJI 10,000 shapes of TOKYO。台北及びニューヨークの店舗内に、無印良品の約 10,000 点もの販売商品を積み上げ、訪都外国人旅行者に人気の東京タワーや渋谷スクランブル交差点といった観光地や東京をイメージする街並みを再現。また、キャンペーンサイトを通じて、展示内容等を紹介。

（参考）<http://tokyo.muji.com/ja/>

- 平成 28 年度実施

連携事業者：株式会社三越伊勢丹ホールディングス

内容：マレーシア（クアラルンプール）及びフランス（パリ）において、アーティストの視点から東京の魅力を捉えたイベント等を開催。

- 平成 29 年度実施

連携事業者：株式会社資生堂

内容：主にフランスにおいて、東京の持つ様々な顔をメーキャップで表現するビジュアルを活用した PR 「#tokyolooks」(東京ルック)を実施。大手雑誌への東京特集掲載、メイクアップ体験イベント等を行う。

連携事業者：株式会社ぐるなび

内容：台湾にて食文化の実体験を通じて東京の魅力を PR する「JAPANESE RESTAURANT WEEK – TOKYO」を開催。

- 平成 30 年度実施

連携事業者：株式会社朝日新聞社

内容：東京の魅力をアメリカ向けに PR することを目的に、提携紙である The New York Times のブランドマーケティング部門 T Brand Studio International と連携した記事広告の配信。また、中国向けに中国と日本で人気の女性芸能人、龍夢柔（ロンモンロウ）さん出演の PR 映像を制作し、配信等を実施。

連携事業者：株式会社ぐるなび

内容：台湾（台北）にて、東京の食文化の伝統と革新を体験できるイベント「Café “TokyoTokyo”」を開催するとともに、現地インフルエンサーや交通広告などを活用して訪都意欲を喚起し、東京ファンを増加させるプロモーションを行う。

- 平成 31・令和 1 年度実施

連携事業者：株式会社朝日新聞社

内容：

（1）アメリカ向けに、東京の今昔ポップカルチャーを訴求することを目的として、「ニューヨーク・コミコン 2019」で朝日新聞社が「Tokyo Culture Old meets New ブース」を設置及び同ブース内に日本・東京を代表するクリエイ

ターを紹介する報道写真展「The Creators of Tokyo Culture」を展開。また、ニューヨーク特別版新聞及び同イベントでの来場者を対象にしたパーソナル号外も発行。さらに、イベント公式 SNS やニュースレター、朝日新聞社英文サイト等にてイベントを記録。

(2) 中国向けに、東京の伝統的なモノづくり企業を PR 及び同企業の商品の購買促進を目的として、中国のインフルエンサーが伝統の技を体験し、購入場所等を案内する動画を作成。また、中華圏訪日観光客向けのサイト「潮日本」にて伝統的なモノづくり企業の紹介動画を配信。

(参考) <https://weibo.com/2025994775/Itz636vsb?type=comment>

- 令和3年度実施

連携事業者：一般社団法人 One Young World Japan Committee

内容：全世界を対象に、One Young World (以下、OYW という。) 東京サミット 2022 の開催に向けて、東京の魅力を発信し、東京開催への注目度を高めることを目的として、①東京のプロモーション映像と②その制作風景等を映したドキュメンタリー映像を作成。映像①については、OYW ミュンヘンサミット 2021 閉会式で行った次回開催都市引継ぎセレモニーにて放映。また、閉会式後に、映像①及び②を OYW のオウンドメディア等にて配信。

(参考) <https://oywj.org/news/2021/10/watch-senris-seven/?lang=ja>

- 令和4年度実施

連携事業者：株式会社佐勇

内容：ミラノの複合商業施設「TENOKA MILANO」にて、東京の魅力を発信するアート・エキシビション「東京 LIFE IS ART」を3シリーズに分けて実施。エキシビションと連動したワークショップの実施や、SNS・ニュースレター・屋外広告等での情報発信を行った。

連携事業者：株式会社ジューリーメディアグループ

内容：台湾向けに、「樂吃購（ラーチーゴ）！日本」と連携し、「東京トップファン」募集キャンペーンを実施。SNS にて写真やおすすめの旅程を投稿した4名のトップファンを東京に招聘し、動画・特設サイトでのタイアップ記事・SNS 等を通じて、訪都旅行の魅力を発信した。

- 令和5年度実施

連携事業者：株式会社佐勇

内容：ミラノの複合商業施設「TENOKA MILANO」にて、「TRAVEL LIKE A TOKYO-JIN」というテーマで、イラストレーターの松本セイジ氏とコラボレーションした企画を実施。松本氏が参加するワークショップの実施や、ウォールアート、トラムラッピング、SNS・ニュースレター・施設内イベント等での情報発信を行った。

連携事業者：株式会社ジューリーメディアグループ

内容：台湾向けに、「樂吃購（ラーチーゴ）！日本」と連携し、インフルエンサー招聘及び特設ページを開設。台湾在住のインフルエンサー「東京トップファン」を4名募集し、4日間で招聘事業を実施。特設ページでは、東京の紹介記事を掲載するなど、訪日・訪都回数の多い台湾の方々に向けて、東京の幅広い魅力を紹介した。

- 令和6年度実施

連携事業者：株式会社エイチ・アイ・エス

内容：ロンドン、ベルリン、フランクフルトに保有する店舗「JAPAN PREMIUM FOOD & TRAVEL」にて、東京のキオスクを疑似体験できる空間を制作。インフルエンサーを活用したイベント実施し店舗にて東京のPRを行うとともに、特設サイトやSNSでの露出を実施した。

連携事業者：株式会社ジーリーメディアグループ

内容：台湾向けに、「樂吃購（ラーチーゴ）！日本」と連携し、インフルエンサー招聘及び特設ページを開設。台湾在住のインフルエンサー「東京トップファン」を4名募集し、インフルエンサーたちは東京の中心部だけでなく、多摩・島嶼エリアにも訪れ、東京の幅広い魅力を紹介した。

（参考）<https://www.letsgojp.com/features/tokyotokyo>

- 令和7年度実施

連携事業者：株式会社エイチ・アイ・エス

内容：パリ支店にて、イラストレーターの Mateusz Urbanowic 氏とコラボし、東京にある古き良き建物をノスタルジックに表現した企画展「FLAVORS OF TIMELESS TOKYO」を開催。さらに、現地の日系企業や職人と連携し、和菓子、おにぎり、日本酒など、パリにいながら東京の食の多様な魅力を体感できる参加型ワークショップを開催。東京の魅力を五感で楽しむプログラムにより、訪都旅行への興味喚起を図った。

連携事業者：株式会社朝日新聞社

内容：ジャカルタのショッピングモール内のリトルプラネットにて、東京の街歩きをVRで体験するイベント「Walk Tokyo: Virtual Journey」を約40日にわたり開催。VRを用いて浅草、渋谷スクランブル交差点、高尾山、東京の夜景などの観光地を巡る体験の他、高円寺阿波おどりや、ハラルラーメンなどの文化や食文化も紹介。また、「The Asahi Shimbun Asia & Japan Watch」に東京街歩きVRと連動した紹介記事を掲載し、訪都旅行の魅力を幅広く発信した。