



日本商工会議所
The Japan Chamber of Commerce and Industry

×

Creema

「日本の逸品×Creemaハンドメイド(仮)」マーケット ～平成30年3月24～25日 東京・二子玉川～

【募集要項】

2017年11月17日
日本商工会議所
株式会社クリーマ

日本商工会議所は、小規模事業者が地域資源を活用して制作している工芸品やハンドメイド・クラフトなどの販路開拓・拡大を後押しするため、平成30年3月に東京において展示販売促進事業「日本の逸品×Creemaハンドメイド(仮 ※)」マーケットを実施することとなりこのほど参加事業者を募集することといたしました。

この事業は、小規模事業者が販売ターゲットとしたい顧客層にあった商品のPR手法などについて販売戦略を学んだり、専門家から個別指導を受けることができる実践研修型の販促事業です。手作りの小物などに関心の高い人々に売り込みを挑戦できる絶好の機会となります。

つきましては、首都圏の消費者に向けた販路開拓の場としてご活用いただきたく、貴所管内の小規模事業者に広くお声がけのほど、お願い申し上げます。

なお本事業は、中小企業庁の補助を受け、平成29年度地域力活用新事業創出支援事業「販路開拓手法習得支援事業」として実施し、事業運営を株式会社クリーム(Creema)に業務委託しておりますことを申し添えます。

※イベント名称は今後、ターゲット層集客に効果的なものに変更予定です

実施概要

1 イベント名称

「日本の逸品×Creemaハンドメイド(仮 ※)」マーケット

※イベント名称は今後、想定来場者層集客に効果的なものに変更予定です

※各地の日本の逸品とCreema人気クリエイターのハンドメイド作品が一堂に集結します

※Creemaは、「クリエイターズ・ニューマーケット(創作者たちの新しい場所)」を語源とし、ハンドメイド品を対象に創作者(クリエイター)と購入者が繋がる場を提供する事業であり、株式会社クリームが運営しています

2 実施(出展)場所

FUTAKO TAMAGAWA rise

東京都世田谷区／東急田園都市線・大井町線「二子玉川駅」より徒歩1分／ホームページ <http://www.rise.sc/>

3 想定来場者層

二子玉川一帯商業施設来訪者

－ 30～40代女性ならびにファミリー層

－ 世田谷区および周辺地域在住者

－ 東急(田園都市線・大井町線)沿線の居住者 など

4 実施(出展)期間

平成30年3月24日(土)～25日(日)

5 出展募集商品

小規模事業者(非会員企業でも可)が、地域資源等を活用した商品(新商品・既存商品いずれも可)
(伝統)工芸品、ハンドメイド・クラフト、手仕事品、手作り食品 など

[注] 出品にあたりましては、商品の事前審査があります

6 今回の事業内容

-1 出展者説明会の開催(於：東京都内)

※出展までのスケジュールや出品商品、ブース装飾、試飲・試食、搬入搬出等について説明します

-2 催事規模や想定される来場顧客層の購買行動の特徴に対応した商品選定や商品のブランディング・PR手法に対するコンサルティング・専門指導

・期間：平成29年12月～平成30年2月(具体的な日程は今後調整のうえ決定)

・場所：各地域また東京(具体的な場所は今後調整のうえ決定)

-3 FUTAKO TAMAGAWA riseにおける催事／一般消費者向け販路開拓

・期間 平成30年3月24日(土)～25日(日)

・場所 FUTAKO TAMAGAWA rise 東京都世田谷区二子玉川

・ブース 10～15程度を想定／サイズ：8～9m²程度(今後調整のうえ決定)

※ブースは原則として小規模事業者単位を予定しておりますが、出展を希望される事業者数・商材属性等により同一ブース等での出展をお願いする場合があります、予めご了承ください

実施概要

7 参加要件

- 1 小規模事業者であること ※定義については、[注]をご覧ください
- 2 催事期間中(平成30年3月24～25日)はブースに常駐し、対面販売が出来ること

[注] 業種分類(中小企業基本法の定義)／製造業その他(従業員20人以下) 商業・サービス業(従業員5人以下)

- ・「商業」とは、卸売業・小売業を指します
- ・商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(小規模事業者支援法)、中小企業信用保険法、小規模企業共済法の3法・政令により宿泊業及び娯楽業を営む従業員20人以下の事業者を小規模企業としています

8 参加経費

無料

※4頁記載 6の-1及び-2実施に際しての、小規模事業者側要員の交通費・宿泊費などは小規模事業者の自己負担となります

※4頁記載 6の-3における、会場までの往復に係る交通費・宿泊費・配送費などは出展者の自己負担となります

9 募集締切

平成29年12月8日(金) 18時

10 お申込方法

本ご案内を地元の小規模事業者の方々にご周知・ご相談いただいたうえ、本事業にご参加いただけます場合には、出展申込書に必要事項をご記入いただき、

下記事務局まで平成29年12月8日(金)18時までにEメールにて送付してください

[注] ご出品にあたり商品の事前審査があります／応募点数が多い場合には出品をお断りさせていただく場合があります

株式会社クリーマ「展示販売促進事業」事務局 kimura@creema.co.jp

お問合せ／上記Eメールアドレス または 03-6447-0105(土日祝日除く 平日10:00～18:00)

スケジュール

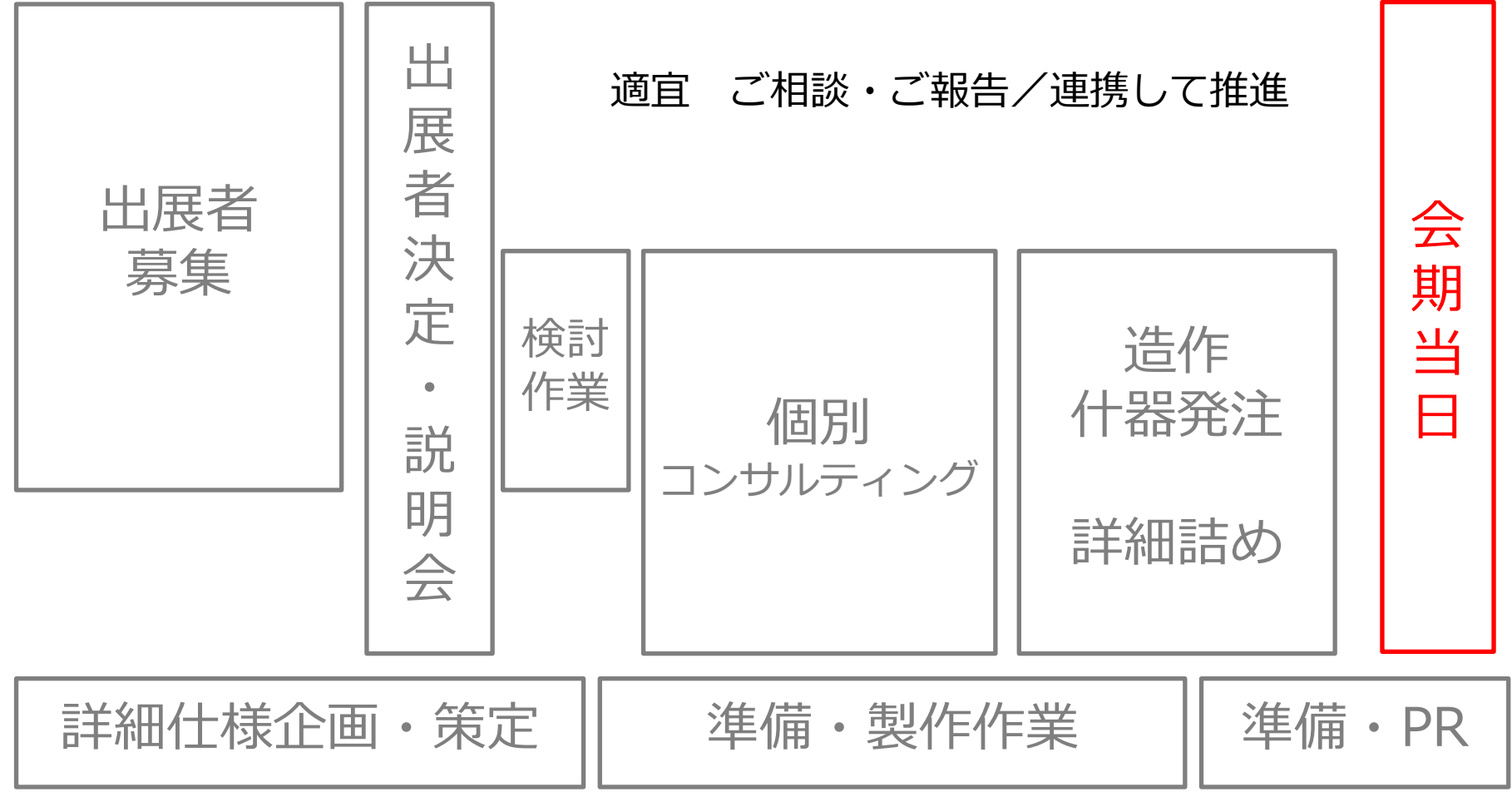
- 平成29年11月17日(金)～
募集開始 (募集要項および申込書をCCIスクエア掲載・Eメール送信後、11月24日金曜日以降郵送)
- 平成29年12月8日(金) 18時
出展申込締切
- 平成29年12月11日(月)～15日(金)
出展商品の事前審査
※参加確定事業者へは平成29年12月15日(金)までに通過の旨、ご連絡します
- 平成29年12月22日(金)
出展者説明会・出展者マニュアルの提供／都内
- 平成29年12月25日(月)
～平成30年1月12日(金)
出展事業者での検討作業
(過去出展事例を踏まえての商材選定・販売方法等)
- 平成30年1月22日(月)
～平成30年2月6日(火)
出展事業者と株式会社クリーマでの個別コンサルティング
販売方法の検討作業
- 平成30年3月23日(金)
出展品搬入
- 平成30年3月24日(土)～25日(日)
「日本の逸品×Creemaハンドメイド(仮)」マーケット
開催当日

スケジュール



出展小規模事業者様
各地商工会議所様

Creema



一般消費者向け販路開拓イベント_会場



FUTAKO TAMAGAWA rise

■ 選定のポイント

- 1) メインターゲットの憧れる、住みたい町であること
- 2) 購買目的が比較的高い層の来場が期待できること
- 3) 今回実施規模に会場規模・ロケーションが適切であること

■ 開催日時

平成30(2018)年 3月24日(土)・25日(日) 時間は今後調整

■ 会場

FUTAKO TAMAGAWA rise イベントエリア全域(詳細別紙)

■ 想定来場者層

- Creemaユーザー(東京都・神奈川県を中心とした関東地方)
二子玉川一帯商業施設来訪者
- 30~40代のファミリー層・DINKSを中心に可処分所得高い層
 - 世田谷区在住・東急(田園都市線・大井町線)沿線の居住者

一般消費者向け販路開拓イベント_ご出展概要

■ご出展内容

- 1 ブース出展 「日本の逸品」 展示・販売・ワークショップ等
- 2 ステージ企画 「日本の逸品」 紹介(MCがインタビューする形式等を想定)

※ステージ企画は「日本の逸品」紹介以外に、滞留を高める音楽コンテンツなどを予定しています

■ブースサイズ

小規模事業者等「日本の逸品」ブース 15社程度(8~9m²程度/社)

※その場ですぐに飲食されることを想定される商材の場合は飲食/カフェエリアでの同程度規模の出展となります

※本イベントでは「現場での調理を伴うブース出展」の場合、選考の際にご相談させていただく場合がございます
ご希望に添えない場合もございますので、あらかじめご了承ください

※小規模事業者様全体でイベント出展者全体の1/3程度の面積とお考えください

■ブースイメージ

今後、ご出展される小規模事業者が
出揃った時点で商材内容を確認

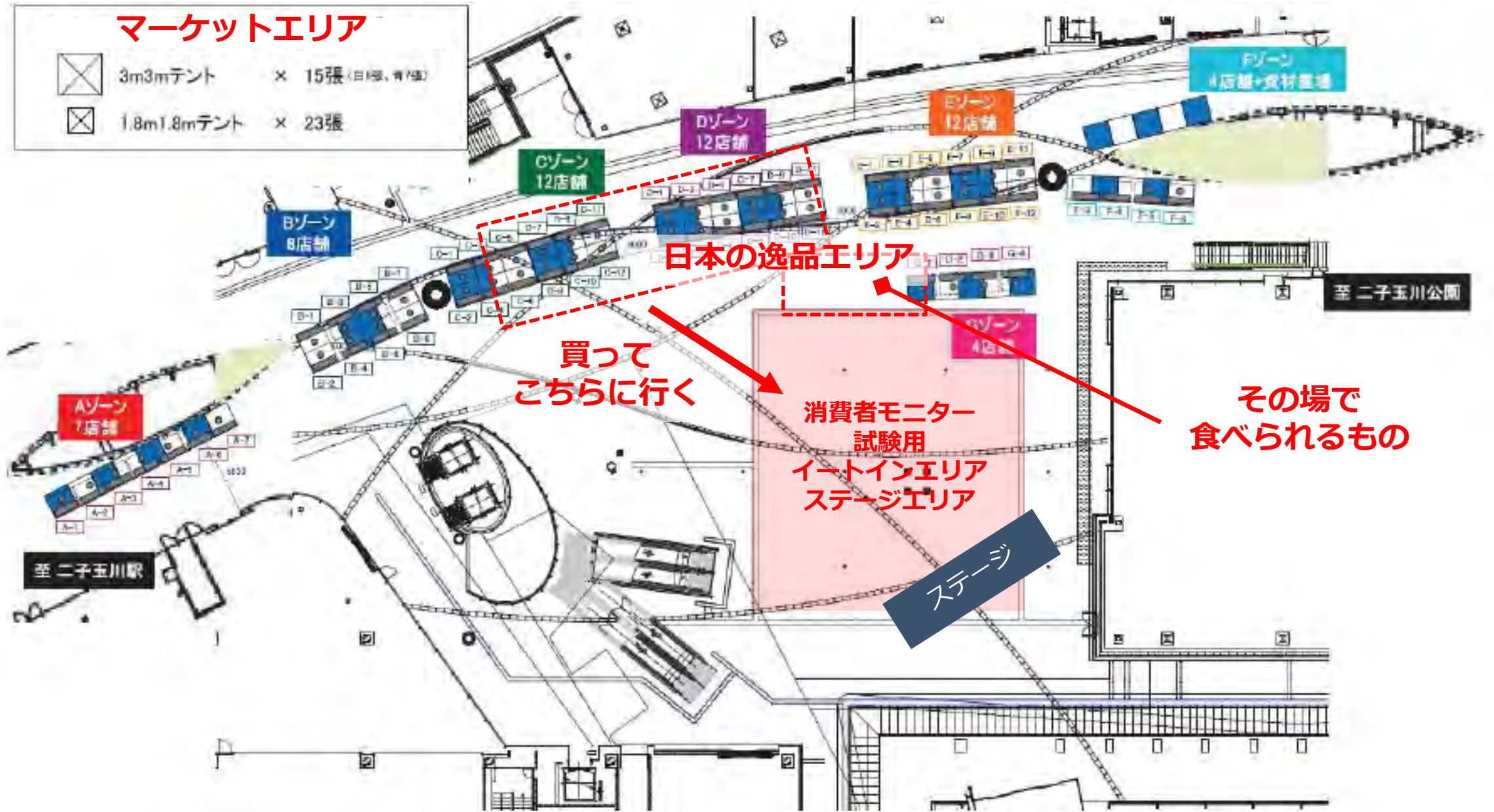
使用する什器・ディスプレイなどを
規定に基づきご提案いたします



イメージ:Creema主催イベント

「Marunouchi Street Market by Creema」 「Creema かえる COFFEE LIFE in 渋谷ヒカリエ」

一般消費者向け販路開拓イベント_会場ゾーニング(予定)



一般消費者向け販路開拓イベント_ご参考資料



出典/株式会社リクルートホールディングス「SUUMO」～住みたい街ランキング2017～

2位 東京都世田谷区

**未だ根強い世田谷ブランド
緑豊かな住環境が、幅広い世代から支持を得る**

昨年に続き2位に輝いた世田谷区。その人気をけん引する二子玉川をはじめ、三軒茶屋、成城学園といった人気の高い街が点在している。世田谷住まいのステータスは未だ強力のようで、シングルからファミリーまで、幅広い層から好感度が高い。

人口は東京23区内でトップだが、一方で人口密度は13番目。良好な住環境と、暮らしの快適さがうかがえる。交通網に目を向けてみると、メイン路線となる東急田園都市線や区内各所への生活の足となる充実のバスルートが整備されている。区が10路線のコミュニティバスの運行に関わり、交通インフラの強化、アクセス不便地域の解消などの問題に取り組んでいるのも心強い。

自然環境も申し分ない。区域全体に豊富な公園や緑地が整備され、「緑被率（区域に対する緑の多さの割合）」は22.89%。東京23区の平均値を大きく上回っている。というのも古くから国分寺崖線は豊かな緑に恵まれた農村地域で、その自然景観を活かす宅地開発が行われてきた。その結果、南部の玉川や等々力渓谷は景勝地・行楽地として現在でもにぎわいをみせているのだ。また、スポーツ施設が豊富な「駒沢オリンピック公園」、子どもが自由に創意工夫して遊ぶプレーパークが話題の「羽根木公園」といった広大なものから、小さな広場、緑道まで約400カ所の公園で自然を感じることができる。

近年では再開発による新しいエリアにも注目が集まっている。代表格といえば二子玉川だろう。「二子玉川ライズ」では家電やインテリア、本、雑貨と幅広いアイテムを取り扱う蔦屋家電があり、隣接する二子玉川公園も拡張され、まさに都市と自然が調和した新しい街が誕生した。注目は新しく開業される「キューブラザ二子玉川」。二子玉川らしい高級感溢れる建物と植物が共生した商業施設となっている。

一方で、悩ましいのが待機児童問題だ。世田谷区の待機児童は1000人を超え、全国で見て最もワークライフバランスがとりにくい。区によって0歳から2歳児を対象とした人材の確保と育成、保育士等に向けた個人給付、拠点保育園の整備など対応が進められている。

世田谷ブランドに優れる理由は整備された良好な住環境にあるだろう。人気のエリアだけに地価や賃貸相場も安くはないが、それに見合っただけの価値は十分に得られそうだ。

未だ根強い世田谷ブランド 緑豊かな住環境が、幅広い世代から支持を得る

昨年に続き2位に輝いた世田谷区。その人気をけん引する二子玉川をはじめ、三軒茶屋、成城学園といった人気の高い街が点在している。世田谷住まいのステータスは未だ強力のようで、シングルからファミリーまで、幅広い層から好感度が高い。

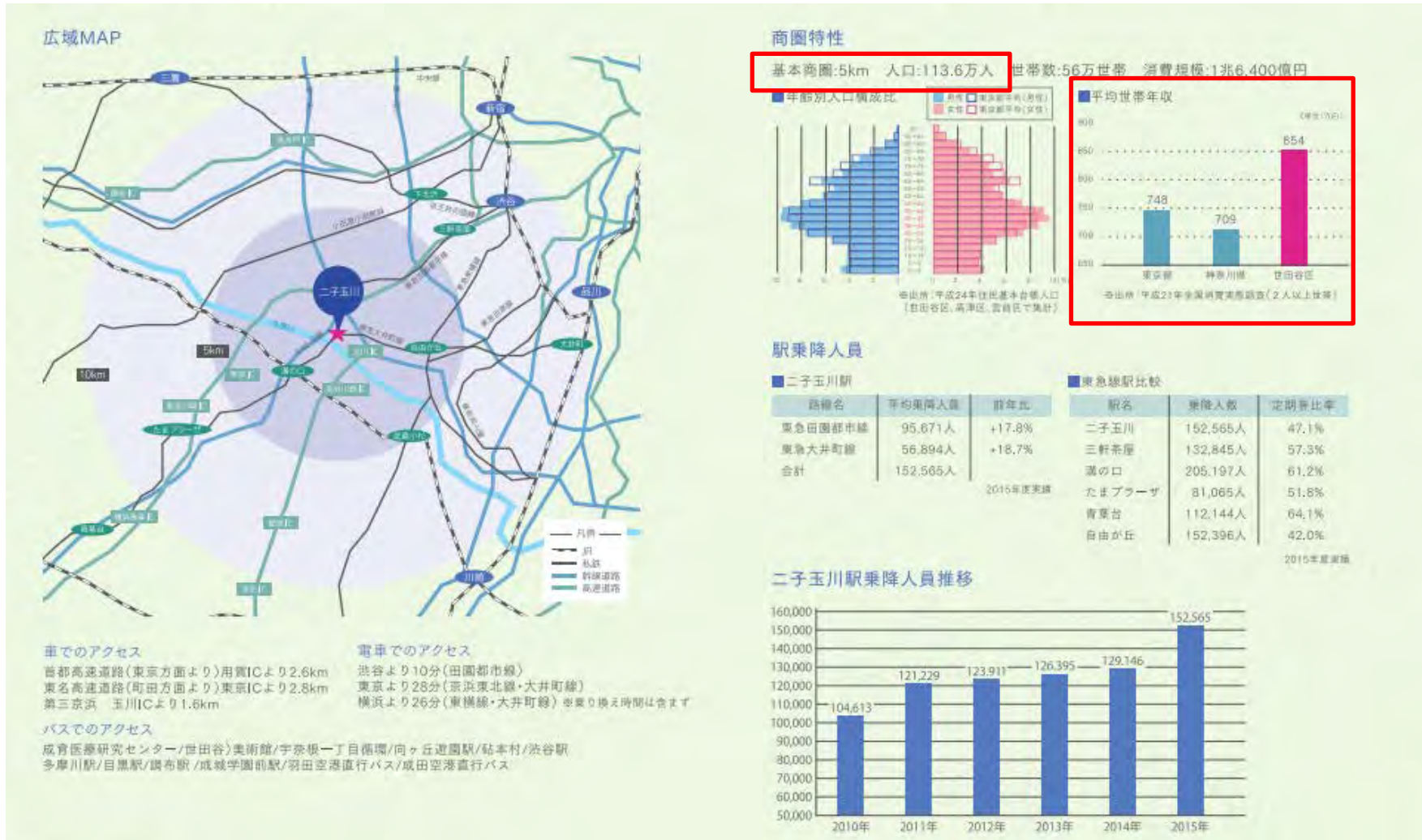
人口は東京23区内でトップだが、一方で人口密度は13番目。良好な住環境と、暮らしの快適さがうかがえる。交通網に目を向けてみると、メイン路線となる東急田園都市線や区内各所への生活の足となる充実のバスルートが整備されている。区が10路線のコミュニティバスの運行に関わり、交通インフラの強化、アクセス不便地域の解消などの問題に取り組んでいるのも心強い。

自然環境も申し分ない。区域全体に豊富な公園や緑地が整備され、「緑被率（区域に対する緑の多さの割合）」は22.89%。東京23区の平均値を大きく上回っている。というのも古くから国分寺崖線は豊かな緑に恵まれた農村地域で、その自然景観を活かす宅地開発が行われてきた。その結果、南部の玉川や等々力渓谷は景勝地・行楽地として現在でもにぎわいをみせているのだ。また、スポーツ施設が豊富な「駒沢オリンピック公園」、子どもが自由に創意工夫して遊ぶプレーパークが話題の「羽根木公園」といった広大なものから、小さな広場、緑道まで約400カ所の公園で自然を感じることができる。

近年では再開発による新しいエリアにも注目が集まっている。代表格といえば二子玉川だろう。「二子玉川ライズ」では家電やインテリア、本、雑貨と幅広いアイテムを取り扱う蔦屋家電があり、隣接する二子玉川公園も拡張され、まさに都市と自然が調和した新しい街が誕生した。注目は新しく開業される「キューブラザ二子玉川」。二子玉川らしい高級感溢れる建物と植物が共生した商業施設となっている。

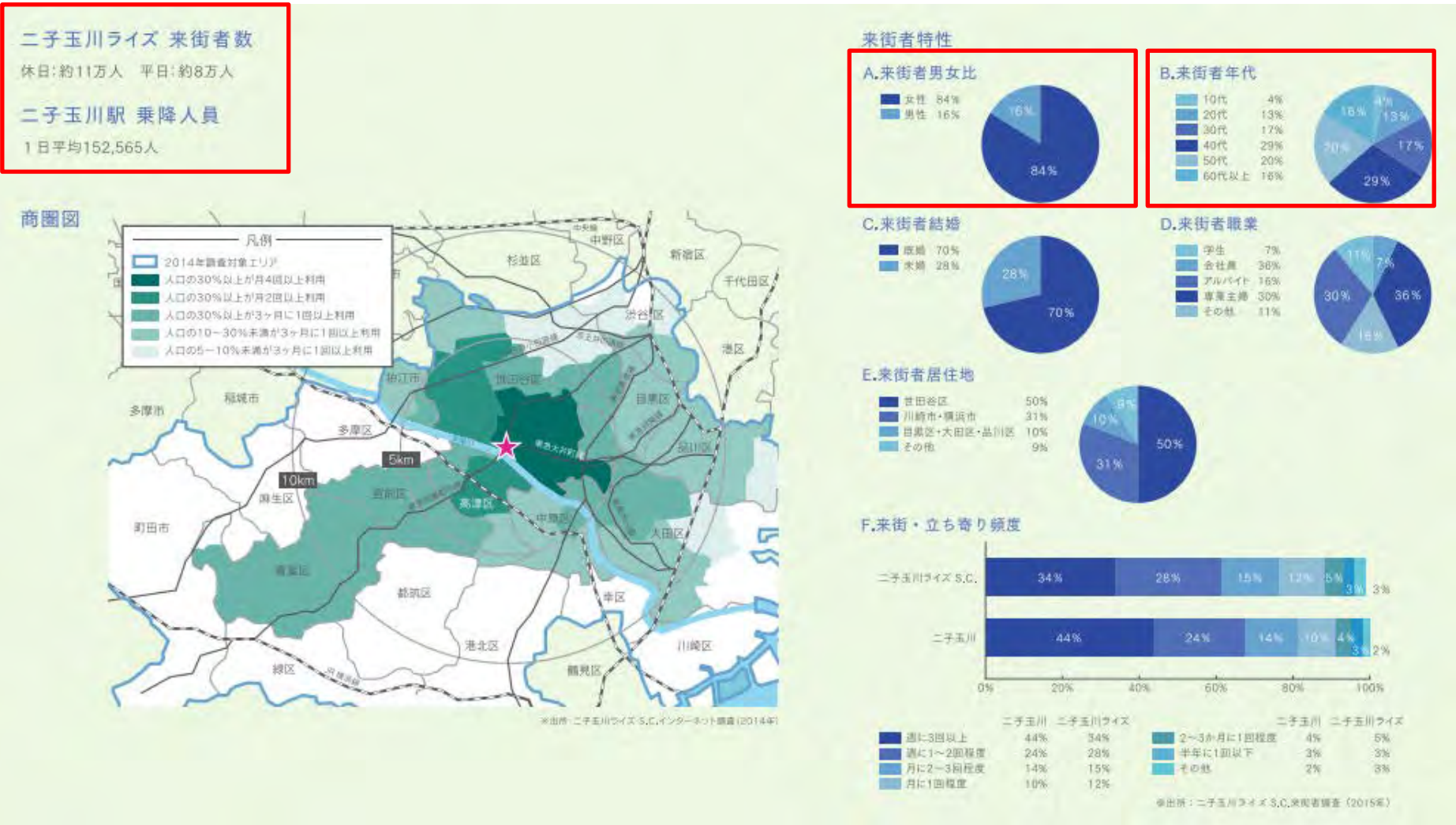
メインターゲットが憧れ・住みたい町と想定される「二子玉川エリア」

一般消費者向け販路開拓イベント_ご参考資料



商圏(5km)人口は113万人 立地行政区(世田谷区)の世帯平均年収は854万円

一般消費者向け販路開拓イベント_ご参考資料



休日来訪者 約11万人 / 来訪者年代は20~40歳代で約6割 / 約8割が女性

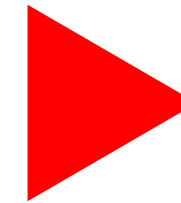
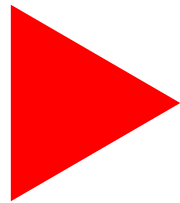
一般消費者向け販路開拓イベント_告知・集客(案)

公式SNS・メールマガジンによる情報発信 (イメージ)

イベント公式ページブログ等での案内告知 (イメージ)

【イベント会場】

「日本の逸品 ×Creemaハンドメイド」
マーケット in FUTAKOTAMAGAWA
(仮)



Facebook	フォロワー	約	26万
Instagram	フォロワー	約	4.8万
Twitter	フォロワー	約	5.7万

CreemaのWeb・各種媒体で告知・集客 1~1.5万人/日の来場を目指します

Creemaとは

■ フェアで新しい経済圏をめざすハンドメイドマーケットプレイスのパイオニア

Creemaは、創作活動に取り組む全国の作り手と、生活者が、オンライン上で直接オリジナル作品を売買できるCtoCマーケットプレイス「本当にいいものが埋もれてしまうことのない、フェアで新しい巨大経済圏を確立する」ことを目指して、2010年5月に、他社に先駆けてサービスを開始。現在、プロおよびプロを目指す作り手が中心の約11万人の出店者による、450万点以上のオリジナル作品が出品されている。

オンライン上だけでなく、東京ビッグサイトでの大規模イベント「ハンドメイドインジャパンフェス (<http://hmj-fes.jp>)」の開催や、ルミネ新宿店にて常設ショップ「Creema Store」を運営するなど、Creemaに出店する作り手の作品を生活者がリアルな場で購入できる取組みも推進。日本のクラフト文化の醸成に力を注いでいます。

■ Creemaの由来

ハンドメイドマーケットプレイスの名称でもあり、社名でもある「Creema(クリーム)」は「クリエイターズ・ニューマーケット(Creators' New Market/創作者たちの新しい場所)」が言葉から作られた造語を語源にしています。

■ サービス基本情報

サービス開始	2010年5月
出店クリエイター数	110,000人超 (2017年10月1日時点)
出品作品数	4,500,000点超 (2017年10月1日時点)
- Webサイト	http://www.creema.jp
- iOSアプリ	https://itunes.apple.com/jp/app/id916614208
- Androidアプリ	https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.creema.creema_android



株式会社クリーム_会社概要

■ 会社概要

商号	株式会社クリーム
住所	東京都渋谷区神宮前3-1-14 LE REVE 2F
代表	代表取締役社長 丸林 耕太郎
従業員	50名
資本金	9億7470万円 (資本準備金を含む)
事業	<ul style="list-style-type: none">・ ソーシャルコマース事業 Creemaの企画、開発、運営・ クラフトイベント事業 ハンドメイドインジャパンフェス、クリームクラフトパーティの企画、製作、運営・ セレクトショップ運営 クリーマストア in ルミネ新宿2



■ 経営者プロフィール

代表取締役社長
丸林耕太郎(まるばやし こうたろう) 1979年・横浜生まれ。



慶應義塾大学在学中にプロとして音楽活動に取り組むも、22歳時に出会った大物経営者から強いインスピレーションを受け音楽と決別、自らも起業家として生きることを決意

29歳で現在のクリームを創業。日本初のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」
日本最大級のクリエイターの祭典「ハンドメイドインジャパンフェス(東京ビッグサイト)」、セレクトショップ「クリームストア(新宿ルミネ2 2F)」など
日本のクラフト市場に新しいうねりを起こし続ける気鋭の実業家
2016年にグロービス・KDDI等より11億円の資金調達を行い、Creemaの本格的な海外展開をスタート、趣味はDJとプロレス観戦