

日本の着物をボーダーレスに リメイクで伝統美を未来へ



「しづくま着物を着て茶道体験する外国人」

道、しづくま着物を着て茶道体験する外国人



Shirokuma Kimono
S/N 0001
mode yoshida
wavers international inc.
SDGs collection
Save The Culture
shirokuma-kimono.com
made in Japan

「しづくま着物の真髄」

着物の真髄とは、縫製技術の繊細さや、素材の選定、そして着る人の心遣いにある。現代の生活には合わない着物を、リメイクして再び着られるようにする。それは、単なるリメイクではなく、文化の継承と創造の行為である。

「誰かが気軽にセパレートで」

従来の着物には、着脱に手間がかかるという課題があった。セパレート式の着物は、着脱が簡単で、着る人も着る方も楽である。これは、着物のアクセシビリティを高めるための重要な取り組みである。

「ウエイバースインターナショナル」

ウエイバースインターナショナルは、海外からの観光客や外国人に日本の着物を紹介し、体験の機会を提供している。彼らは、着物の魅力を伝えるだけでなく、着る文化の楽しさも伝えることに力を入れている。

「B型事業所と着物収集拠点」

B型事業所は、社会福祉施設や高齢者施設など、着物の需要が高い場所である。着物を収集し、リメイクして再利用することで、着物の寿命を延ばし、資源の循環を促進している。

「体験用貸出や日本土産に」

着物を体験的に着用できるサービスを提供することで、外国人への着物の魅力を伝えることができる。また、着物を土産として提供することで、日本の文化を海外に広げることができる。

「廃棄される運命にあった着物の未来」

かつては、着物は着なくなった後、そのまま廃棄されてしまっていた。しかし、リメイク技術の進歩により、着物は再び着られるようになり、新たな価値を生み出している。

体験用貸出や日本土産に

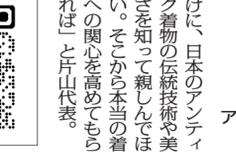


アレンジスタイル

着物の体験用貸出は、外国人への着物の魅力を伝える有効な手段である。着物を着てみることで、着物の美しさや着る楽しさを体験することができる。また、着物を土産として提供することで、日本の文化を海外に広げることができる。

ウエイバースインターナショナル
しづくま着物事業部

〒530-0041 大阪市北区天橋橋3-5-3
https://www.wavers.co.jp/shirokuma/



大阪・心斎橋に今年5月にオープンした、日本文化体験施設「Shirokuma Kimono」が、外国人への着物の魅力を伝えるために、体験用貸出や日本土産としての提供を開始した。

▼大阪で行いたいアクティビティ(国籍別)

順位	項目	すべて	米国	カナダ	ドイツ	イギリス	フランス	スペイン	イタリア	中国	韓国	台湾	香港	フィリピン	インドネシア	タイ	マレーシア	シンガポール	オーストラリア	ベトナム	
1	地元の食べ物や飲み物を堪能する	30.5%	30.2%	32.5%	26.8%	22.8%	29.3%	28.0%	35.0%	27.0%	22.0%	27.3%	46.3%	47.0%	40.0%	39.3%	35.5%	38.8%	38.0%	31.0%	42.5%
2	有名な観光地・観光施設を訪れる	29.3%	9.0%	29.8%	26.3%	22.5%	27.0%	24.8%	29.5%	27.5%	23.8%	25.3%	44.3%	42.5%	40.0%	40.0%	38.8%	39.0%	39.5%	29.3%	38.8%
3	屋台や露店(ストリートフード)を食べ歩く	27.0%	9.0%	30.5%	24.3%	21.0%	27.5%	27.8%	28.5%	24.3%	20.0%	27.5%	43.0%	33.8%	35.0%	37.8%	36.8%	33.3%	32.3%	24.5%	34.3%
4	歴史的な建造物や博物館を訪れる	26.9%	9.0%	32.3%	27.3%	19.5%	23.5%	21.8%	31.5%	24.5%	21.3%	22.0%	42.3%	36.0%	35.3%	34.5%	36.0%	35.8%	36.5%	28.0%	35.8%
5	伝統的な市場や地元の人々のお店を訪れる	26.7%	4.0%	27.5%	27.0%	18.8%	22.5%	24.0%	30.8%	27.5%	22.8%	25.3%	33.3%	30.0%	35.5%	35.0%	37.3%	34.8%	34.0%	26.8%	36.5%
6	イルミネーションやライトアップ、夜間を鑑賞する	25.0%	9.0%	23.0%	19.8%	15.8%	22.5%	23.8%	29.5%	25.8%	25.5%	20.8%	32.0%	33.5%	34.0%	37.5%	37.5%	29.5%	30.0%	29.3%	32.5%
7	深夜まで営業するレストランや屋台で食事を楽しむ	24.8%	8.0%	30.8%	26.0%	15.3%	20.5%	21.8%	29.0%	21.0%	20.3%	22.3%	40.8%	33.8%	36.8%	37.3%	33.5%	26.5%	32.5%	26.5%	34.3%
8	地元のお祭りやイベントに参加する	23.3%	3.0%	26.3%	21.8%	17.0%	20.8%	17.5%	24.0%	17.3%	16.8%	22.5%	37.5%	36.3%	33.8%	33.8%	32.0%	30.5%	30.8%	22.3%	35.5%
9	文化体験に参加する(例: 書道、陶芸、生花、茶道)	22.9%	2.0%	24.8%	21.8%	15.3%	17.5%	20.5%	22.8%	25.0%	23.5%	15.3%	31.3%	28.5%	33.8%	35.3%	38.8%	28.8%	24.8%	24.5%	33.3%
10	有名なショッピングストリートや大型ショッピングモールで買い物を楽しむ	22.5%	14.0%	19.0%	19.5%	17.5%	16.5%	18.8%	23.5%	16.8%	17.3%	21.3%	39.3%	41.8%	33.8%	30.8%	34.3%	30.0%	34.3%	20.5%	30.0%
11	高級レストランで贅沢な食事を楽しむ	22.3%	15.0%	25.0%	22.0%	11.8%	19.0%	16.5%	26.3%	15.8%	21.5%	16.3%	36.8%	33.5%	29.0%	31.5%	29.3%	27.5%	30.0%	20.5%	32.3%
12	ガイド付きツアーに参加する	22.1%	17.0%	28.0%	23.3%	15.5%	23.8%	23.0%	34.3%	28.3%	16.5%	16.8%	27.5%	20.8%	33.0%	36.3%	28.3%	25.8%	23.5%	23.3%	33.8%
13	博物館やギャラリーを訪れる	21.3%	12.0%	26.0%	22.5%	14.8%	21.3%	21.8%	23.3%	25.0%	17.5%	16.0%	23.3%	23.8%	29.3%	31.3%	29.3%	27.0%	24.8%	21.8%	29.8%
14	バブ、バー、ナイトクラブを訪れる	20.0%	15.0%	21.3%	22.0%	14.3%	17.8%	15.3%	18.0%	18.3%	19.3%	17.3%	29.3%	25.0%	26.3%	28.0%	30.0%	22.3%	20.3%	21.5%	32.5%
15	人気キャラクターなどIPグッズが購入できるお店を訪れる	19.9%	3.0%	15.0%	16.8%	12.5%	13.8%	14.8%	18.3%	22.0%	22.0%	25.5%	30.8%	27.8%	33.0%	34.3%	32.5%	21.8%	28.8%	17.5%	34.8%
16	博物館のミュージアムや特別イベントを楽しむ	19.9%	13.0%	22.0%	19.8%	13.5%	18.8%	16.3%	20.0%	19.3%	20.3%	15.3%	26.3%	21.3%	29.3%	28.0%	31.3%	26.3%	22.5%	20.0%	31.3%
17	映画・ドラマ・アニメのロケ地や舞台となった場所を訪れる	19.9%	7.0%	19.5%	13.8%	9.5%	13.3%	13.3%	18.3%	14.5%	23.3%	21.5%	31.5%	31.3%	30.3%	30.5%	34.0%	24.5%	20.3%	13.8%	34.3%
18	コミコンなどのポップカルチャーイベントや展示会に参加する	19.1%	2.0%	14.3%	13.0%	11.8%	12.0%	16.0%	19.3%	14.8%	21.0%	17.5%	28.0%	33.3%	30.0%	34.8%	31.8%	24.8%	23.5%	18.5%	32.3%
19	テーマカフェやポップアップショップを訪れる	19.0%	7.0%	15.0%	14.5%	11.8%	13.8%	16.5%	22.5%	14.5%	16.8%	23.5%	31.3%	33.0%	34.3%	31.3%	31.3%	26.5%	23.8%	18.0%	30.5%
20	ワイナリーや酒蔵、食品工場を見学する	18.5%	7.0%	20.5%	16.5%	13.3%	14.5%	11.8%	23.0%	17.8%	19.8%	10.3%	23.5%	22.8%	28.5%	28.5%	31.3%	22.0%	24.0%	16.5%	30.5%
21	ヴィンテージショップや古物店を見学する	18.5%	6.0%	14.5%	17.5%	11.0%	15.5%	13.8%	20.3%	15.3%	20.3%	16.3%	24.0%	28.3%	29.0%	30.8%	29.8%	21.5%	22.3%	13.8%	32.8%
22	自然の中をハイキングやトレッキングする	18.1%	3.0%	16.5%	16.5%	11.5%	14.8%	13.8%	15.5%	16.0%	17.0%	14.0%	27.8%	30.0%	26.3%	27.3%	29.3%	22.8%	20.8%	15.0%	31.5%
23	料理教室やワークショップに参加する	17.9%	5.0%	19.5%	15.8%	10.5%	16.0%	17.8%	17.8%	14.5%	18.8%	14.5%	16.8%	23.5%	26.8%	25.0%	31.0%	18.3%	19.3%	18.3%	26.8%
24	田舎の暮らしを体験する(ファームステイや農体験など)	17.8%	2.0%	15.0%	14.0%	11.8%	10.3%	14.8%	18.3%	14.0%	21.3%	14.3%	21.0%	22.0%	33.0%	39.3%	35.5%	27.8%	24.5%	15.5%	33.8%
25	コンサートやライブミュージックのイベントに参加する	17.5%	15.0%	16.0%	16.0%	11.0%	16.5%	13.0%	19.3%	14.8%	18.0%	15.3%	22.8%	23.8%	24.5%	25.3%	28.5%	21.3%	19.8%	18.0%	26.8%
26	劇場、オペラ、バレエ、ミュージカルを見る	16.5%	13.0%	18.5%	12.3%	9.8%	13.3%	16.0%	17.0%	13.0%	20.0%	11.0%	17.5%	19.3%	21.3%	27.8%	24.3%	18.3%	18.0%	16.0%	25.8%
27	カヤックやラフティングなど、水辺でのアクティビティを楽しむ	16.1%	4.0%	13.0%	12.3%	11.5%	9.3%	9.8%	13.0%	12.5%	23.5%	12.5%	18.0%	20.5%	21.5%	28.0%	26.0%	18.5%	17.0%	13.0%	29.3%
28	釣りなど、アウトドアを楽める	15.4%	3.0%	13.0%	12.5%	11.5%	11.8%	15.3%	16.3%	12.0%	18.5%	10.5%	17.3%	19.0%	27.0%	26.5%	25.8%	17.3%	19.5%	11.0%	35.3%
29	スポーツ観戦に参加する	15.0%	12.0%	13.3%	14.5%	8.5%	10.8%	9.3%	14.5%	11.8%	18.5%	12.3%	21.0%	21.0%	20.3%	23.5%	24.8%	17.5%	18.0%	14.0%	27.0%
30	ハンジュープなどのエクストリームスポーツに参加する	14.2%	5.0%	12.8%	12.3%	7.8%	7.8%	10.5%	12.0%	9.3%	20.3%	11.8%	15.5%	20.0%	21.8%	24.8%	22.5%	14.3%	19.0%	9.8%	23.5%

▼都市別の認知度と訪問可能性

都市	すべて(WB)	知っている	詳しくない	割合(絶対値)	割合(相対値)
ロンドン	31.3%	41.1%	13.9%	27.1%	194.9%
東京	28.5%	41.3%	13.5%	27.8%	205.4%
パリ	28.0%	36.5%	13.7%	22.9%	167.6%
ニューヨーク	25.8%	36.9%	10.5%	26.3%	249.3%
香港	25.8%	38.8%	9.7%	29.1%	299.7%
大阪	24.2%	39.4%	12.4%	27.0%	217.4%
ロサンゼルス	23.4%	35.2%	11.5%	23.7%	205.9%
バルセロナ	23.3%	34.7%	12.4%	22.3%	180.4%
ミラノ	23.3%	36.9%	12.4%	24.5%	197.1%
アムステルダム	23.1%	33.5%	13.9%	19.7%	142.1%
ソウル	22.5%	38.1%	9.9%	28.2%	285.4%
バンコク	22.4%	34.5%	11.5%	23.0%	201.0%
シドニー	22.0%	35.0%	12.1%	22.8%	188.5%
上海	21.5%	34.9%	9.6%	25.4%	265.2%
シンガポール	21.4%	33.8%	9.3%	24.4%	261.4%
ドバイ	20.5%	36.3%	9.8%	26.6%	271.3%
台北	20.5%	37.4%	8.9%	28.6%	322.6%
イスタンブール	17.5%	32.9%	9.6%	23.3%	243.0%
クアラルンプール	17.2%	36.3%	7.5%	28.8%	386.4%

▼大阪のイメージ(国籍別)

順位	項目	すべて	米国	カナダ	ドイツ	イギリス	フランス	スペイン	イタリア	中国	韓国	台湾	香港	フィリピン	インドネシア	タイ	マレーシア	シンガポール	オーストラリア	ベトナム	
1	地元の食材を活かしたご当地料理を味わえる場所	32.1%	6.0%	40.0%	35.8%	29.3%	31.5%	30.5%	32.0%	30.3%	18.0%	25.5%	47.5%	44.3%	44.5%	39.8%	36.3%	35.5%	36.8%	40.0%	41.8%
2	アニメ・マンガ・ゲーム文化が盛んな場所	28.5%	2.0%	25.3%	24.0%	24.8%	25.3%	24.8%	35.0%	28.3%	25.0%	28.5%	40.3%	38.8%	44.3%	39.5%	35.3%	35.3%	34.0%	29.0%	38.0%
3	歴史や文化遺産を堪能できる場所	28.4%	7.0%	36.0%	31.0%	23.3%	31.3%	26.0%	26.0%	27.3%	19.8%	25.0%	39.5%	29.8%	44.0%	41.0%	38.0%	35.8%	34.5%	35.5%	34.5%
4	訪れる人を驚かせてくれる場所	27.4%	5.0%	29.0%	26.0%	26.5%	25.3%	25.5%	26.3%	23.8%	21.8%	23.8%	36.8%	33.0%	41.8%	38.3%	37.5%	38.8%	35.3%	28.0%	37.8%
5	ストリートフードやカジュアルグルメが豊富な場所	26.6%	8.0%	30.5%	21.3%	24.0%	21.3%	24.3%	24.3%	19.8%	23.0%	27.5%	38.8%	35.3%	40.5%	34					