

「東京文化プログラム」の発信力強化について

課題

- 過去の芸文評で指摘されているように、東京文化プログラムが、より多くの人から認知されるとともに、支持や注目を集めるためのPR戦略が弱い
- 今後、2020年に向けて、国内外に対し、訴求力の高いプロジェクトの展開が必要

発信力強化の方針

- 国内外から注目が最も集まる2020年4月からの半年間に実施する東京文化プログラムを「Tokyo Tokyo FESTIVAL」と銘打ち、集大成となる文化事業を展開
- 2020年に向けての期間は認知強化、文化気運醸成を図るため、「Road to Tokyo Tokyo FESTIVAL」として国内外への発信と拡散力を強化
- 象徴となるロゴを作成してブランディング
- 運営事務局の設置など事業展開に向けた実施体制を整備

主な戦略

東京文化プログラム全体の
プロモーション戦略の立案

ショーアップされた
「発表会」で情報発信

象徴となる目玉イベントの
企画・実施



Tokyo Tokyo FESTIVAL □□

Tokyo Tokyo
FESTIVAL

Road to Tokyo Tokyo FESTIVAL □□

Road to Tokyo Tokyo
FESTIVAL

「Tokyo Tokyo FESTIVAL」に向けた具体的な取組・事業

カテゴリー	具体的な取組・事業
ブランディング プロモーション 戦略	「Tokyo Tokyo FESTIVAL」に向けた期間を「Road to Tokyo Tokyo FESTIVAL」として、ブランディングと認知強化、気運醸成を目的に、新規・既存事業を含めて、戦略的にプロモーションを展開。具体的には、各種コンテンツラインナップの定期的な発表会を開催し、国内外に向けて発進力を強化
新たに展開する象徴的なプログラム	企画公募事業、場の開放事業、パリ東京文化タンデム2018（風呂敷をテーマとしたアートイベント等）等 ブランディング・プロモ戦略に沿った、目玉となる新たな事業展開
民間等に対する助成事業の実施	「芸術文化創造発信助成」、「地域芸術文化助成」及び「芸術文化による社会支援助成」の各既存助成事業により、民間等による活動を着実に支援 「東京文化プログラム助成」のメニュー拡充により、海外アーティストの新作発表、先端技術と芸術文化の融合、都民主体による大規模な文化活動支援など、東京文化プログラムを重層化する『東京発の独自コンテンツ創造』を支援
東京文化プログラムの土台となるプログラム	都立文化施設における展示や公演等を着実かつ効果的に実施 都響を様々な場面で活用するとともに、大規模なオペラ公演を国や地方と連携して実施 芸術文化拠点の魅力向上（東京芸術祭、上野文化の杜、六本木アートナイト等）や、観光振興との連携（伝統文化芸能体験等）、多様性の理解促進（アールブリュット展等）など、東京の芸術文化基盤となる取組を推進 様々なジャンルや人々の混流を生み出す「東京キャラバン」の全国展開や、福祉施設や大学等との連携を強化して「TURN」の取組を充実