

◆法人名・屋号

有限会社オープンクローズ

◆事業種別

専門商社

◆マッチング参加の目的

ライセンサーとの繋がり商品化等希望 OEMとしての受注制作等の受発注 販路・顧客開拓新規事業アイディア観光誘致・地域振興希望その他（共同研究）

◆所在地 東京都新宿区西新宿

◆会社HP <http://open-clothes.org>

◆設立年 2001年

◆1行キャッチ 日本と中国で「コンテンツ×ファッション」をつなぎます

◆自社の持っているシーズ（商品・製品／サービス／技術等 具体的に） [※動画があれば視聴URLも](#)

◆ ファッションや中国と、つながる

ファッションという「時代を映す鏡」を通じて、あなたの作品やキャラクターを日本・中国それぞれの文化に翻案。そのために既存のネットワークを活用し、最適なパートナーとのマッチングを支援します。

◆ 事例から学び、トライを楽しむ

「どんなグッズや商品を作ればよいかわからない」

「中国展開したいが、現地の販路や規制が不安」

「効果的な情報発信の方法を知りたい」

成功・失敗、各社のケースを共有し、協力して課題を解決できる場をつくります。

◆ 作品価値を、日中市場で最大化

今までアプローチできなかった人たちとつながる。作品の価値領域を拡張する。コピー商品の氾濫を防止する。それぞれ具体的な実装まで伴走することもできます。作品に感動価値を加えて、ファンに届けましょう。

◆自社の商品・サービス・技術が得意とするターゲット層／市場

中国の文化的に高感度な消費者層で、高額なファッション製品やライフスタイル製品を購買できる富裕層(20代～50代)。

またはその子供世代(10代後半～20代前半)で、キャラクターなどにアイデンティティや癒やしを求める層。

◆コンテンツ企業とのコラボ・協業により実現したいこと（解決したい課題・目指したい方向性など）

ファンションもコンテンツも「優れた表現が国境を越えて届かない」という構造的な問題に直面しています。

日本と中国では、美意識、語彙、流通、SNS——すべてが異なります。そのため、同じ商品、キャラクター、物語でも、受け取られ方が変わってしまいます。

2次元(キャラクター・物語)と3次元(ファンション・空間)を組み合わせることで、より深い世界観と体験価値を創出し、作品の魅力を立体的に伝えることができます。

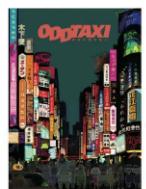
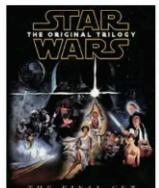
◆マッチングで会いたいコンテンツ企業（コンテンツジャンル他 具体的に）

ファンションを通じて中国市場の販路拡大、ブランディングや収益源の増加、コピー防止など実現したい企業。

◆コンテンツ企業との商品や協業の実績（次ページ）

コピー防止 製品づくりを高度化 (ODM/OEM)

ACGだけでなく、各種コンテンツのファッショニヨン製品化も経験豊富です。オンデマンド化もご相談ください。デザイナーも工場も、日本・中国それぞれから紹介可能です。



アニメ・映画 : STAR WARS / ODDTAXI

コミック : 寄生獣 / 勇者たち

ゲーム : MONOPOLY

音楽 : PUFFY / ASIAN KUNFU GENERATION / UNISON SQUARE GARDEN / 踊ってばかりの国 / ニガミ 17 才

アイドル・お笑い・演劇 : 金属バット / 男性ブランコ / オズワルド / ヨネダ 2000 / 怪談師複数名

アート : BANKSY / 伊藤若冲 / Yoshirotten / 長場雄 / キムソンヘ / 特別展ミイラ

生活用品 : サウナグッズ、寝具、アウトドア

ブランド価値向上 コンテンツとファッショニヨンの共創を実装した例



香港PMQでのプロモーションと、東京伊勢丹でのポップアップショップのミックス

日本のイラストレーター『たなかみさき』と香港の漫画家『Little Thunder』が描く「性・妄想・官能」を香港PMQのウォールアートにし、ガールズバンド『CHAI』も巻き込んでMVを制作し、さらにそれをグッズ展開＆ファッショニヨン製品を交えたポップアップショップを伊勢丹新宿で開催しました。"ハピネス香港" (2016～2019)