

◆法人名・屋号

GRAVETOKYO

◆事業種別

葬儀具ブランド

◆マッチング参加の目的(☑してください)

- ライセンスとの繋がり  
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  
新規事業アイデア  
観光誘致・地域振興希望  
その他( )

◆所在地

東京都中央区日本橋中洲

◆会社HP

<https://www.instagram.com/mikera1973/>

◆設立年

2022年

◆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

かわいい葬儀、かわいい棺桶をコンセプトに、これまでにない葬儀具を提供するというミッションで葬儀ブランドを運営しております。これまでにない切り口で、ファッションビル(ラフォーレ原宿・横浜ビブレなど)でのポップアップショップ運営、10代～20代を中心とした入棺体験イベントを開催。

各種媒体での取材記事に詳しいので是非ご覧ください。

<https://www.e-sogi.com/guide/17577/>

<https://www.tv-tokyo.co.jp/plus/lifestyle/entry/2022/027043.html>

<https://news.yahoo.co.jp/expert/articles/f946850a85aa8e741c1201ae2916e6e14e55b056>



◆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

もともとアパレルブランドのデザイナーだった経験を活かして、ファッション×葬儀の商品企画とマーケティングを得意としております。ラフォーレ原宿で棺桶を販売するという荒唐無稽に見えることも、実はファッション感度の高い10代～20代のお客様自らが「かわいい！なにこれ！入りたい！」と口をそろえて言い、ラフォーレ原宿では1か月に150人近いお客様が入棺体験を行っています。また、アジア各国をはじめ欧米でも土葬から火葬文化に変わっていく中で、今までにないポップでカラフルな棺がその目新しさから広がる可能性が高いと思っております。※現在海外販売は提携企業のYOMIInternational様にて実施しております。

◆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)

前職(玩具メーカー)での企画職が長かったことと、キャラクターやコンテンツコラボに数多く携わってきた背景をもっております。小さいお子様を無くされた親御さんからの「子供が好きだったキャラクターで送ってあげたかった」という声を何人もの方から聞きました。そして「葬儀は無理でもせめてキャラクターの骨壺がいつかできるはず、と10年納骨できないでいます」というたくさんの方の声。現在はファッション・アート視点での商品を中心に展開し

異業種企業エントリーシート(本マッチングイベント公式サイトに掲載されます。掲載可能な内容にてご記載ください)

しておりますが、ゆくゆくはキャラクター、コンテンツとコラボした葬儀具を世界中の「それを求める人に届けたい」、という夢を持っています。葬儀こそ、人ひとりの人生を表す壮大なエンターテインメントだと思っております。

#### ◆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)

海外人気の高いキャラクターコンテンツ

小さなお子様向けのキャラクターコンテンツ

ファッションブランド・アーティストコンテンツ

#### ◆コンテンツ企業との商品や協業の実績 (具体的に)

本ブランドでのコンテンツビジネスは初めてとなります。