

2015年5月13日

1950年、日本橋高島屋の屋上に、タイから子象の「高子」がやってきました。  
タイ製品の販売や、タイと日本の友好の象徴でもあった高子のご紹介を通じて  
タイ製品の魅力、タイと高島屋の過去・現在・未来を感じていただける催しを開催します。

## 「見て、さわって、香って、タイを感じて」 タッチ オブ タイ Touch of THAI

2015年5月20日(水)～5月26日(火) 京都高島屋 1階ゆとりうむ特設会場(京都市下京区)  
2015年6月10日(水)～6月16日(火) 大阪高島屋 1階グッドショックプレイス(大阪市中央区)  
2015年7月8日(水)～7月14日(火) 日本橋高島屋 1階イベントスペース(東京都中央区)

■開場時間:午前10時～午後8時(3会場共通)

■主催:タイ国政府商務省国際貿易振興局

高島屋では、上記の会期・会場におきまして、タイ製品の魅力を伝える催し「見て、さわって、香って、タイを感じて Touch of THAI」を開催いたします。これは、タイ国政府商務省が公認した商品を中心に、天然素材のバッグやタイシルクのスカーフ、タイの植物を素材にしたアクセサリなど高い品質を誇るタイ製品を紹介し、タイのものづくりの伝統と革新を皆様にご紹介しようとするものです。

タイと日本は古くから交流があり、タイにとって日本が最大の輸入相手国であるなど、経済的にも強いつながりがあります。日本のポップカルチャーがタイの若者たちを中心に支持されるなど日本文化への関心も高まっており、また2013年のビザ免除措置導入以降、タイから日本を訪れる観光客も増加しています。

タイと高島屋の間にも様々なつながりがあり、その代表ともいえるものが、象の「高子(たかこ)」です。戦後まもない1950年、日本橋高島屋の屋上に、タイから子象がやってきて、こどもたちの人気の的になりました。また、高島屋は、2017年にタイ・バンコクで「サイアム高島屋(仮称)」の出店を予定しており、その関係はより一層深いものになっていくことでしょう。

このたびの催しでは、①タイ国政府商務省が公認した企業の製品をはじめとした商品の販売を通じて、高品質のタイ製品の魅力をご紹介するほか、②象の高子についてなど、タイと高島屋のつながりについて、皆様に広くお知らせできればと考えています。



### 催しの主な見所

① タイ国政府商務省が認定した企業の製品など、高い品質を誇るタイ製品を販売。

タイシルクのスカーフ、スズ製のアクセサリ、竹や水草など天然素材を使用したバッグなど約15企業。

② タイからやってきて1950年から4年間日本橋高島屋の屋上で皆様に愛された象の高子についてご紹介。

③ 2017年にタイ・バンコクに出店する「サイアム高島屋(仮称)」についてご紹介。

※②、③は、縦:約180×横:約90cmサイズのパネル1枚で、当時の写真等を交えながらご紹介いたします。

パネルのサイズは、京都高島屋会場に設置するものです。各店でサイズが異なる場合があります。

## 販売商品の一例

(■・・・TTM マークを取得済企業／□・・・タイ国政府商務省推薦・TTMマークは取得していない企業)

左から

■〈ベター アーツ グループ〉ブローチ 税込 8,640 円

蘭の花をモチーフにしたスズ製のブローチ。

□〈ボリボーン〉カゴバッグ 税込 16,200 円

手編みで竹のぬくもりをお楽しみ

いただけます。

■〈ナーツ リビング〉

大判シルクスカーフ

(約 67cm×177cm)

税込 17,280 円

伝統的な手織りの美しさが魅力。



## そのほか取り扱い予定企業と取扱い商品の一例(■はTTM取得、□は取得なし)

■ユナイテッドグラス(ハンドメイドガラスの花瓶)、■エフ アンド アール ジュエリー(アクセサリ)

■サイアム ロイヤル オーキッド(タイの植物を使ったアクセサリ)、■グレースオブアート(アクセサリ)

■ブサバ クラフト アンド デザイン(タイの伝統のチェック柄のスカーフ)、■ベリベスト(水草製のバッグ)

■ジェイエスフラワー(蘭の造花)、■セス インタートレイド(セラミックのアロマポット)、■パンピューリ(化粧品)

□タイ シルク ビレッジ(タイシルクのスカーフ)、□トモ(婦人服)、□クラジュート タイ(水草を編んだバッグ)

※順不同

## TTM(タイランド・トラスト・マーク)マークについて

タイ国政府商務省国際貿易振興局(DITP)は、2015年のアセアン経済共同体(AEC)への統合を控え、1990年より導入された「タイランド・ブランド」に代わるタイ製品・サービスに対する新たな品質保証マークとして、2012年より「タイランド・トラスト・マーク(TTM)」を導入しました。タイ政府は、TTMが付与された製品やサービスの品質の高さだけでなく、その生産過程の信頼性や安全性、環境への優しさ、社会的責任等についても保証しています。TTMは国際的に通用する規格に準拠している製品・サービスを認証しており、タイ製品・サービスの多様性と緻密さを保証した「タイランド・ブランド」の成功を元に、一歩前進して、タイ製品・サービスの「信頼の品質」を世界の消費者に示します。TTMロゴマークの使用は、タイ国政府商務省国際貿易振興局(DITP)登録輸出企業でありタイ国で登録された企業に限られており、約640社(2015年4月時点)がその認定を受けています。



### ■意味

マークには次の3つの意味があります。

タイランド: 高品質製品の原産国であるタイ国を示すため、タイ国旗のデザインがアレンジして使われています。

タイネス(タイらしさ): ものづくりにおける精緻さが、織りと籠細工に表現されています。

トラスト(信頼): 消費者に対する、選ばれた製品の品質の信頼性と一貫した基準が表されています。

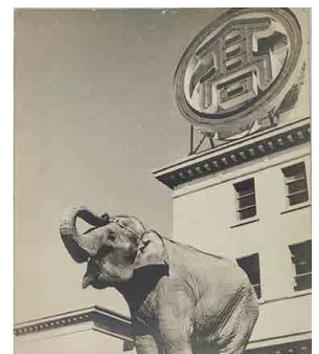
DITP(タイ国政府商務省国際貿易振興局)公式HP(日本語) <http://www.ditp.go.th/japan/>

## 子象の高子について

戦後、一般消費が復興を遂げていく中で、各百貨店は集客のためのアイデアを練りました。そんな中1950年に日本橋高島屋の屋上に子象がやってきました。タイからやってきたこの象は、高子ちゃんと名づけられ、4年後上野動物園に引き取られるまで子どもたちの人気ものになりました。2012年には、「高子」を題材にした絵本「デパートのうえのたかちゃん」が発行されています。(この絵本は、各店にてそれぞれ会期中に販売します。)

## サイアム高島屋(仮称)について

高島屋は、2017年にタイ・バンコク、チャオプラヤー川西岸に完成予定の大型複合施設「ICONSIAM」のショッピングモールにおけるアンカーテナントとして「サイアム高島屋(仮称)」を出店いたします。



象の高子