

日本工芸株式会社



2024年4月



社名 日本工芸株式会社（英文社名 JapaneseCrafts Co.,Ltd.）

- 中小企業基盤整備機構「地域活性化パートナー」企業
- 中小企業庁「事業継続力強化計画」認定企業

代表者 代表取締役 松澤齊之

本社 〒151-0051東京都渋谷区千駄ヶ谷2丁目39-3千駄ヶ谷ホリタン307
03-5843-0886

URL <http://www.japanesecrafts.co.jp>

設立 2016年12月

主要取引銀行 みずほ銀行 新宿中央支店

ビジョン 日本の工芸、職人の技と精神性・製法・技法に宿るこだわりや歴史背景を理解し、国内外の人に、流通・教育などで工芸体験の新しい接点をつくり続けます。

ロゴ  工芸の”工”を型取り、色は銀朱（洋名、バーミリオン）。
 銀朱は保護と再生を表し、古くは『続日本紀』に記載があり、
 弥生時代にかけては祭事で活用されていた。

登録商標 「日本工芸」は当社の登録商標（登録番号第6102875号）
当社ロゴは、登録商標（登録番号第6102874号）





工芸体験の新しい接点をつくる



1. 自社ECを運用し日々オンラインにて事業展開



2. 多地域の工房に出向き、課題を把握しアクション



3. 全国各地の伝統工芸品の流通が可能



4. 伝統工芸に関連した企業コラボ事業などの実績



5. 自治体、団体、大企業などでの講演実績多数

① コマース事業

- 工芸品をセレクトし仕入れ、国内外に向け自社オンラインにて販売
 - 厳選した日本の工芸品を世界へ届ける通販サイト「日本工芸堂」運営
 - モール販売

実績:

- 自社サイト「日本工芸堂」
- アマゾン「日本工芸堂」

② プロデュース事業

- 店舗、ECサイト、海外事業者への卸
- 法人事業プロデュース
 - WEB活用、海外展示会への出展などで新規distributorを開拓

実績:

- 全日空様(wayo craftサイト)
- オイシックス様
- 西日本新聞様

③ 販促支援事業

- 販路開拓の作戦計画立案・実践サポート、及び人材育成
 - SNS設計、運用
 - WEBマーケティング戦略・実施
 - EC事業立上げ、改善

実績:

- 福岡県、東京都など多数自治体
- 江戸切子工房
- 大日本印刷様

工芸品をセレクトし仕入れ、国内外に向け自社オンライン(日本工芸堂 japanesecrafts.com)にて販売

- ◆ 選定したブランド、産地、工芸品をお取り扱い(不易流行なブランド)。
 - ◆ 工房、職人をじっくりと取材し、文章と画像で語り、販売に至る。
 - ◆ 国内でハンドメイドで作られた工芸品をセレクトしてお客様に提供。
- ◆ 江戸切子、南部鉄器、九谷焼など全国各地のメーカー、職人と商談しギフト要望に対応可能な2000以上の工芸品を取り扱う。
- ◆ 1%for日本の工芸育成プロジェクトを実施中。
 - ◆ 日本工芸堂オンラインショップでの売上の1%を工芸産地に寄付し、伝統を未来へつなぐ取り組みを開始。

 日本工芸堂 ONLINE SHOP

想いをつなぐ、工芸専門ギフトショップ



自社EC「日本工芸堂」概要

- ◆ 取り扱い品: 日本の伝統的工芸品など
- ◆ コンセプト: 工芸品のギフト、逸品に出合える通販サイト
- ◆ 取り扱い数: 3000品程度
- ◆ 形態: 仕入れ販売
- ◆ 販売先: 国内外



自社販売サイトにおけるコンテンツコンセプト

<メーカー・職人>

想い

- ✓ どのような想いで作られているか
- ✓ 発想・起源はどのようなものか
- ✓ 開発・製造秘話、苦労話

<購入者>

こだわり

- ✓ 購入動機
- ✓ 使用方法(国内外のユーザー)
- ✓ 継続利用している理由・こだわり

<商品>

精巧さ

- ✓ 「メキキ」による工芸品選び
- ✓ 当該工芸品の歴史
- ✓ 素材、技術、構造、製法など

詳細: <https://japanesecrafts.com/pages/about>



1%for日本の工芸育成 : オンラインショップ売上の1%を工芸産地に寄付

目的:

日本の伝統工芸の継承と発展を支援すること

- ◆ 2022年10月～ 始動
- ◆ 第一回寄付先は会津漆器技術後継者訓練校
- ◆ 2023年6月に寄付金の贈呈式を実施

<https://japanesecrafts.com/blogs/news/donation230609aizu>

- ◆ 会津若松市での工芸体験イベントも実施。



◀ 各種メディアにも掲載されました。

取り組みの詳細:

<https://japanesecrafts.com/pages/1percentfor>

- 店舗、ECサイト、海外事業者への工芸品の卸販売。
- 法人事業プロデュース。

【取組概要】

- ◆ 企業・団体が工芸品・工芸を活用したビジネス展開する際の事業プロデュース
- ◆ オリジナル品の製作や贈り物のご提案
- ◆ ブランドイメージやビジョンに適したビジネス、商流の構築や展開などのサポート

【実績】

- ◆ 全日空様 (wayo craft サイト)
- ◆ オイシックス様
- ◆ 西日本新聞社様 など。

その他、事例多数 > <https://pj-japanesecrafts.mystrikingly.com/>



◀ WA+YOでは、日常に寄り添った和食器や生活雑貨をお届け。少しモダンにリデザインされた和食器、使いやすさを追求したキッチン用品、遊び心のある雑貨など、現代の生活に馴染んだモノをセレクト。

<https://anamall.ana.co.jp/shop/top/0017-0017/>



総務省主催“移住交流フェア”(2019)での企画・実行

総務省主催の「地域の魅力発信！移住交流フェア」の体感ゾーン(地域のリアルを体感できるコンテンツ展開)、伝統工芸コーナーのアレンジを依頼頂きました。

津軽びいどろ、南部鉄器、大阪浪華錫器、別府竹細工、越前漆器、大館曲げわっぱ、四万十ひのきまな板、高岡銅器など100SKU程度を持参し展示販売。



新宿御苑インフォメーションセンター

全国の国立公園近隣の産品が集まるセレクトショップ「JAPAN GOLD LABEL」の商品選定、設置、運営。



所管の環境省大臣、小泉進次郎氏も来場いただきました。プレゼントした名入れ屋久杉箸とともに写真。

－ 販路開拓の作戦計画立案・実践サポート、及び人材育成

EC戦略立案/実行支援

新規事業立ち上げ実行サポート

アマゾン販売加速サポート

SNS設計、運用

上記に関連する人材育成



【取組概要】

- ◆ 各地の工房や工芸メーカー、老舗企業向けの販促支援
- ◆ オンライン化、海外販路など新規マーケット開拓
- ◆ 上記に関する人材育成から制作、実行支援（WEB関連事業の立ち上げ・改善など）までカスタマイズ対応

【実績】

- ◆ 福岡県、東京都など多数自治体
- ◆ 江戸切子工房のオンラインサイト制作
- ◆ 老舗食器メーカーのEC化その他、事例多数

その他詳細一覧 > <https://pj-japanesecrafts.mystrikingly.com/>

- 事業会社での実績一部【2018年以降】
- リソースの洗い出し、既存事業の強み出しから取り組むことで成功確率UP。

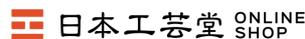
内容	対象	主な対象者	背景課題	実施内容	関わり方	期間
EC戦略立案、販売加速支援	東証一部上場企業(製造業)	事業部長以下5名	ECはアマゾンへの販売のみで数十億円。楽天、自社ECをどのような取り組みか作戦と実行スキルがほしい	社内メンバー選定、ECリテラシー強化。作戦計画策定のための調査、分析を行い、役員への承認を取り付ける。その後、事業部化した組織の立ち上げ全般を支援	仮想部長として人材育成目的で計画策定をリード。事業部化されてからは外部業者選定実施など立ち上げ全般を支援。定例及びオンラインサポート。	18ヶ月
新規事業立ち上げ実行	マザーズ上場企業(IT系)	社内統合メンバー5名	新規で海外ECプロジェクトを起案。そのためのプロジェクト推進、国内営業開拓などを行う必要がある。これらを推進するプロジェクトマネジメントがほしい。	新規事業の要件を定義し、異なる事業部メンバーの役割を明確化。運営の課題出し解決を導く。	週1もしくは隔週での定期ミーティング実施。新規営業開拓のため人脈紹介や同行レクローゼングを実施。	23ヶ月
DX化新規事業立ち上げ実行	年商300億未上場企業(サービス)	主担当4名	店舗での事業展開を行う企業だが、DX化推進に取り組む。サービス業だが既存顧客に対してECでの商品販売を計画している。	新規事業開発に関する基礎インプット。自社の強み、リソースの洗い出し、実施ビジネスでのポジショニング、ターゲット設定。自社ECでの戦い方、流入設計、物流・運用留意点など指導。	隔週の定例ミーティング及びオンラインサポートも実施。立ち上げフェーズで商談先選定・紹介、商談同行など実行サポート。	6ヶ月
DX化新規事業立ち上げ実行	地域最有力新聞社	社内メンバー2名	自社の強み及び地域の強みを生かし新規事業に取り組みたい意向。子会社展開しているECサイトと連動した新機軸を打ち出した展開を模索。	EC事業展開、新規事業展開の基本的なステップをレクチャー。強み、リソースを洗い出し、ECでの戦略立案サポート、テストマーケティング実施。	隔週での定期ミーティング実施。戦略立案及び外部交渉への帯同、商品選定・商談同行サポート。	9ヶ月(継続中)
アマゾン販売加速サポート	年商15億未上場企業(小売業)	担当役員1名、2名担当者	店舗小売をメインに事業展開していた。コロナ影響を強く受けECでの展開を強化する方針に。特にアマゾンでの販売加速を目指す。	アマゾンで成功するEC戦略についてのレクチャー実施。商品カテゴリーや商品数、競合環境を見据え具体的な戦略立案。具体的なアクションへの指導。	隔週の定例ミーティング及びオンラインサポートも実施。各種アドバイジング(サイト掲載内容、画像、FBAなど段階的な指導。広告と分析手法など)。作業はクライアント企業側で。期間内で実績は5倍以上	6ヶ月
アマゾン販売加速サポート	創業100年強老舗企業(製造業)	担当責任者1名、担当者3名	百貨店での販路展開がメインの老舗メーカー。コロナ影響を強く受けECでの展開を強化する方針に。特にアマゾンはほぼ未着手で立ち上げ、販売加速を目指す。	アマゾンで成功するEC戦略についてのレクチャー実施。商品カテゴリーや商品数、競合環境を見据え具体的な戦略立案。具体的なアクションへの指導。	隔週の定例ミーティング及びオンラインサポートも実施。各種アドバイジング(サイト掲載内容、画像、FBAなど段階的な指導。広告と分析手法など)。作業はクライアント企業側。	6ヶ月

- 2023年12月
東京都通訳ガイド育成事業にて登壇「伝統工芸の魅力と可能性」90分程度
- 2023年11月
第17回杭州文化創意産業博覧会実施内フォーラム”杭州国際手工芸創新発展討論”にて基調講演
- 2022年11月:
福岡県伝統的工芸品商談会に招聘いただき全10社と商談実施
- 2022年11月:
香川県の工芸品の魅力を体感できるアートプロジェクトのSANUKI ReMIXに招聘いただき、3工房の視察と展示会参加
- 2022年11月:
令和4年度「商品・商材開発を伴う販路開拓支援事業」京都WDH第3回全体会議にて、「Amazon販売の基本と応用」セミナー登壇。16事業者向けにアマゾン販売スタート、拡大のための必須取り組み事項をご説明。
- 2022年3月:
栃木県産業技術センター窯業技術支援センター主催”「とちぎの器」魅力向上研究会(海外展開)”海外向けバイヤー参加。
- 2021年12月:
ふくしまみらいチャレンジ合同商品評価会にバイヤー参加。
- 2021年11月:
(公社)鹿児島県特産品協会が主催する”かごしまの新特産品コンクール”県内で新たに開発・製造・改良された対象商品(工芸雑貨メーカー、34社)の審査員として招聘。
- 2021年11月:
(公社)福岡県物産振興会主催講演会に登壇
演題「ECビジネス成功のポイント」福岡県内の中小事業者対象。
工芸品、食品メーカー、自治体関係者など100名程度来場。
- 2021年11月:
滋賀県令和3年度「首都圏販路開拓支援事業*」の「商談会」および事前の「商品評価会」にバイヤー参加。
- 2021年10月:
東京国際フォーラム開催「出会う”日本の手仕事”関東甲信越静地域の伝統的工芸品」伝統工芸品の展示、販売や伝統的工芸品の制作体験)の工芸品バイヤーとして招聘いただき参加。
- 2021年09月:
独立行政法人中小企業基盤整備機構主催で初開催「虎ノ門サポートチャンネル」生活用品系サポートに登壇／テーマ:「高級工芸品を募集！越境ECによる中国市場への挑戦」
- 2021年08月:
「とちぎの器」魅力向上研究会(海外展開)”の構成員として委嘱。益子焼、小砂焼、みかも焼をはじめとする栃木県の伝統工芸品である陶磁器の海外展開。役割は「海外向けバイヤー」として、試作や展示販売に対するアドバイスを行う。
- 2019年06月:
東京都中小企業振興公社主導による、越境ECを活用したプロモーション支援事業(ECモール展開)／対象商品の審査会に審査員として参加。
- 2018年11月:
東彼商工会主催、monova運営にて行われた波佐見焼の展示販売会。個別商談会にバイヤーとして招聘いただき参加。波佐見焼の窯元、地元卸の方々に、商品特性や既存商流での課題点など伺いながら商談。
- 2018年11月:
総務省主催「地域の魅力発信！移住交流フェア」の体感ゾーン(地域のリアルを体感できるコンテンツ展開)、伝統工芸コーナーの企画・販売。当社1社での実施。津軽びいどろ、南部鉄器、大阪浪華錫器、別府竹細工、越前漆器、大館曲げわっぱ、高岡銅器など販売。



日本工芸株式会社の公式サイト

<http://www.japanesecrafts.co.jp>



日本の工芸品、逸品に出合える通販サイト「日本工芸堂」

<https://japanesecrafts.com/>



▲ALL LINK



日本工芸株式会社の“facebook”

<https://www.facebook.com/JapaneseCrafts/>



日本の工芸品、産地、製造現場などの取材の様子や商品“Instagram”

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



LINE公式アカウント

<https://page.line.me/340jrxia?openQrModal=true>



日本工芸公式“X(旧ツイッター)”アカウント

<https://twitter.com/japanesecrafts1>



日本工芸のinspiration_”pinterest”

<https://www.pinterest.jp/ecjapanesecrafts/>



日本工芸株式会社の“Youtube” Channel

<https://www.youtube.com/channel/UCDVTyFRIFKG3IZAKIf-yXA>

中国四川大学に留学後、96年東京理科大学卒業。
アジア展開に注力する小売業ヤオハンジャパン入社、翌年倒産。
その後東南アジアなどからの輸入水産商社にて製品開発・輸入及び国内販売に従事。

99年大前研一氏の起業家育成学校立ち上げに参画(現株式会社ビジネス・ブレイクスルー)
国内最大規模の起業家育成プログラムを提供するスクールの企画運営に関する
統括責任者となり事業戦略・マーケティング戦略立案・実行。
社内新規事業として企業内アントレプレナー育成サポート事業を立ち上げ、リクルート、
三井不動産、NTTドコモなどの大手クライアントを獲得し、マザーズ上場に貢献。

06年に新規事業開発支援を特長とするコンサルティング会社、株式会社フロイデを創業。
役員就任(現在、エグゼクティブパートナー)。ホンダ、日経新聞、パナソニック、NEC、
東京電力など大手クライアントを獲得。

12年6月インターネット通販アマゾンジャパン、ホーム&キッチン事業部
バイイングマネジャー
販売戦略立案・実行。新規取り組みとして和食器ストア、大分県ストアなどスタート。
全国の信用金庫経由での新規メーカー開拓スキーム確立。

16年12月 **日本工芸株式会社創業**、代表取締役社長

独立行政法人中小企業基盤整備機構中小企業アドバイザー
SBI大学院大学事業計画演習講師、ドラッカー学会会員

新規事業開発アドバイザー
共著:企業における『成功する新規事業開発』育成マニュアル
(日本能率協会総合研究所)

