

日本の伝統工芸品の可能性と世界展開

株式会社Culture Generation Japan
代表取締役 堀田卓哉



国指定伝統工芸品

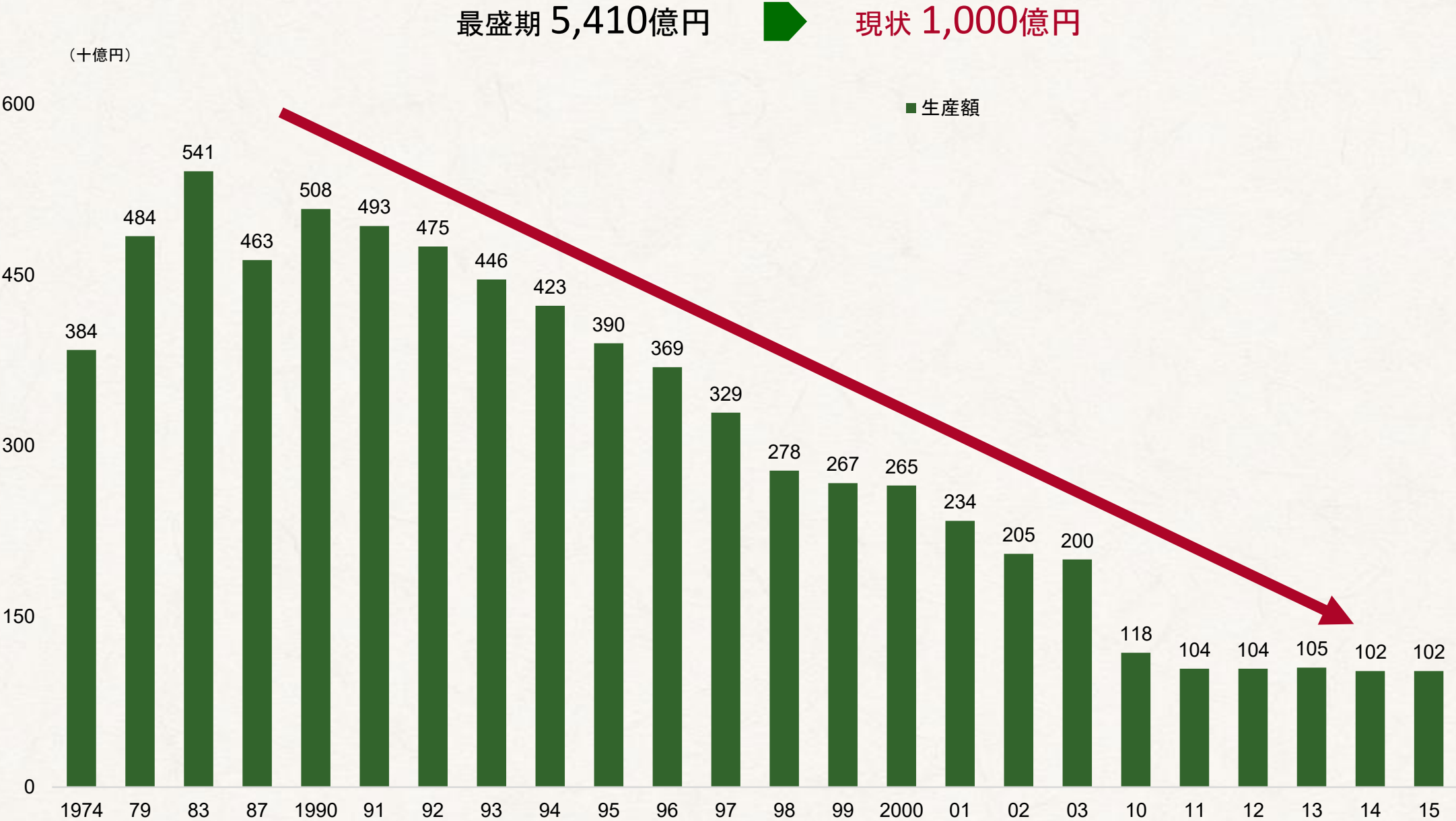
240

種類

自治体指定伝統工芸品を含めると
数千種類の工芸品が存在している日本は、
世界でも唯一の存在として高く評価されています

伝統工芸品市場は生産額ベースで 最盛期（1983年）の

約2割にまで縮小



伝統工芸が失われることによる**経済損失**（年次）

約1兆1,950億円 ≡ プロスポーツ全体
約1兆円弱と同じインパクト

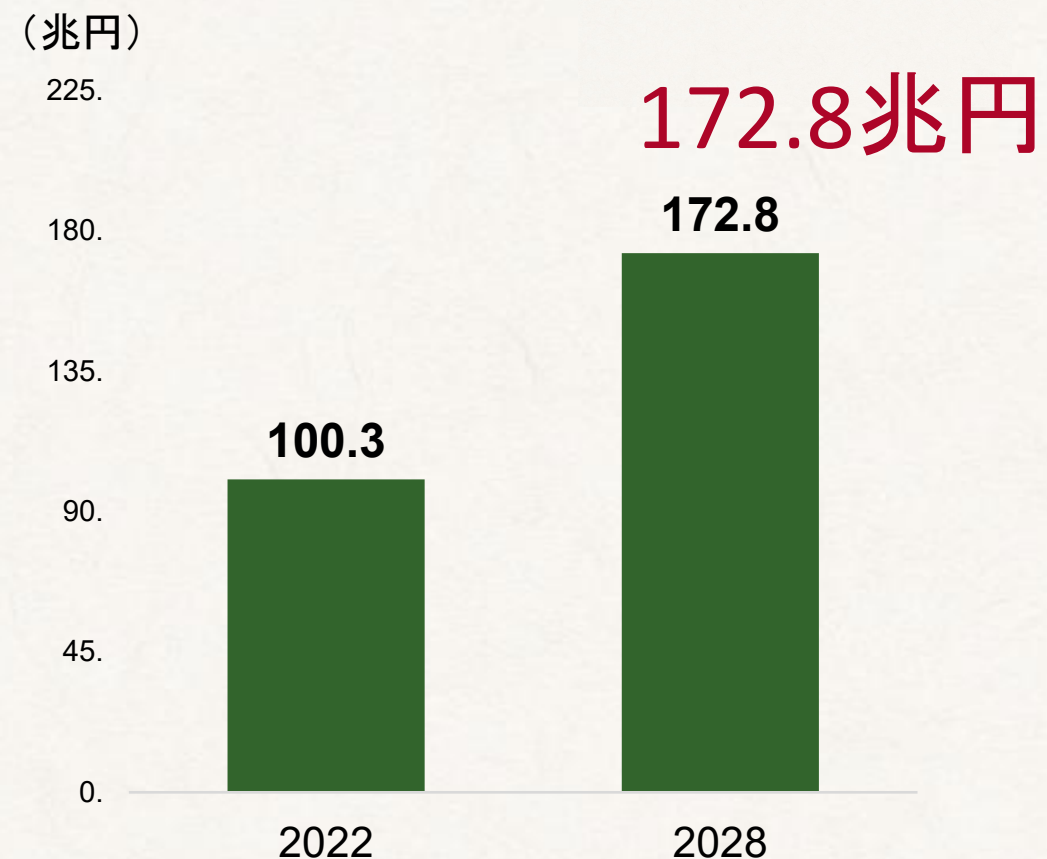
区分	項目	年間経済損失（仮説）	定性的な影響
直接的影響	国指定240品目の工芸市場	約1,200億円	工芸産地の経済基盤が消滅。職人の失業、技術の断絶、地域アイデンティティの喪失
	非指定地域工芸・地場手仕事	約1,800億円	村落単位の技術・風土文化が途絶え、後継者ゼロのまま消滅。地域コミュニティの崩壊
	伝統工芸輸出額（直接）	約50億円	工芸品輸出市場が消滅。特にアジアや欧米の高付加価値ギフト・インテリア需要が打撃
間接的影響	観光・インバウンド	約3,000億円	工芸目的の観光体験、文化イベント、地域回遊が激減。観光地としての魅力が低下
	飲食・和食・酒器文化	約900億円	和食の演出価値が損なわれ、「使い捨ての器」による価値低下。料亭・旅館の文化力劣化
	建築・インテリア設え	約800億円	旅館・ホテル・飲食空間から「和の空気感」が消え、画一的な無国籍デザインに
	体験・教育コンテンツ	約200億円	修学旅行、親子体験、訪日体験プログラムからの文化接点が消滅。地域と都市の断絶が進む
	輸出における文化的裏付け	約5,000億円	日本ブランドの本質的価値が下がり、高付加価値輸出品（日本酒・インテリアなど）に波及損失

世界の手工芸品市場規模は今後9.1%で成長(CAGR) で
1兆2966億米ドルに達すると予測。

また世界的に評価が高い和食文化も成長を続けている。

◆世界の伝統工芸 (手工芸品) の市場規模

年平均成長率：9.1%



出典:Technavio

◆世界の和食店舗数

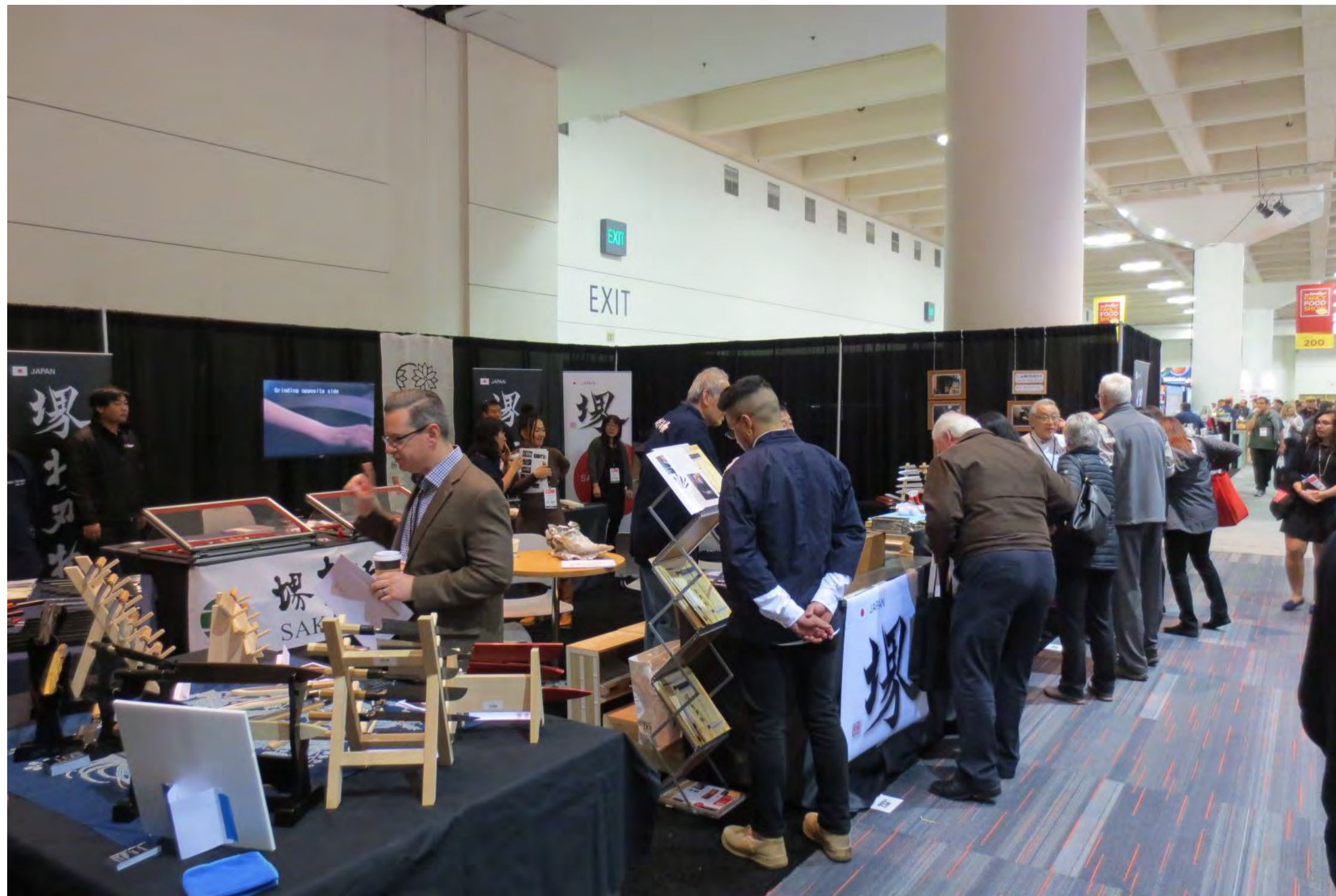
日本人が
経営関与

5%

GAP=Potential

和食器が必要な
海外法人による和食店舗

世界の和食/日本食
188,700店舗



包丁を欧米のシェフ向けに販売促進（大阪・堺刃物）



台灣でのアパレルブランドプロデュース（福島・からむし織）



ムスリム圏におけるデザイナーコラボレーションを実現（東京・江戸小紋）

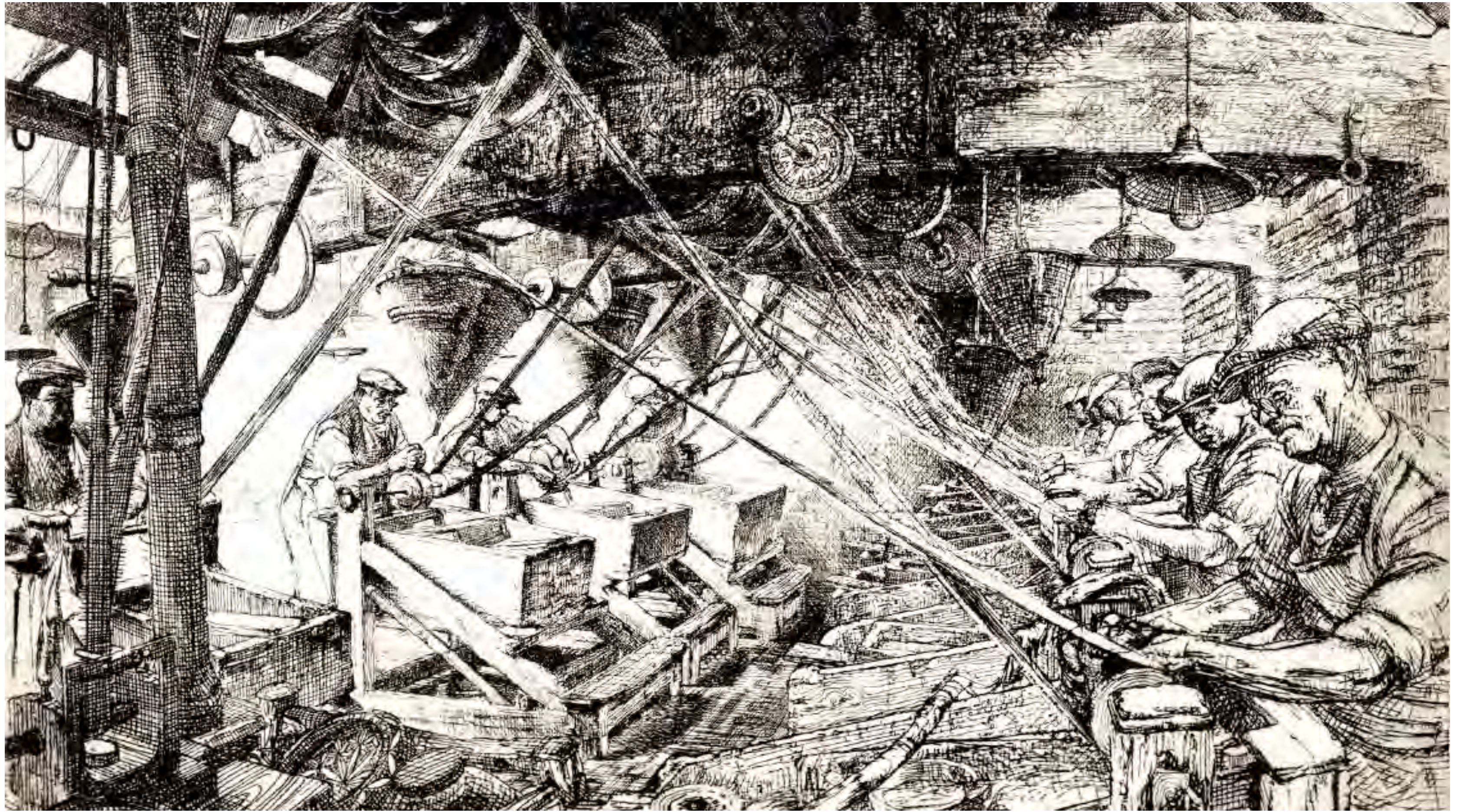
A craftsman, Toru Horiguchi, is shown in profile, focused on his work. He is wearing a blue denim shirt and is working on a piece of Edo Kiriko glass, which is illuminated by a bright light source. The background is a workshop filled with various tools and materials, creating a sense of a traditional craft environment.

Toru Horiguchi

Edo Kiriko Craftman

Toru Horiguchi began his training in 1999 under Tomio Suda — also known as Shuseki II — and who is recognised as ‘a bearer of intangible cultural heritage’ in Tokyo’s Koto ward. Horiguchi has taken on the mantle of passing the tradition onto the next generation as Shuseki III and opened his own studio, *Horiguchi Kiriko*, in 2008. He twice won the Gold Medal at the annual exhibition of *Edo Kiriko New Works* in 2009 and 2010. Furthermore in 2012, he was officially registered as a *Master of Japanese Traditional Crafts*.

99年より、二代目秀石（須田富雄、江東区無形文化財）に江戸切子を師事し、08年、三代秀石を継承し、同年「堀口切子」を創業。09年10年と、江戸切子新作展にて二年連続「最優秀賞」受賞。12年、日本の伝統工芸士（江戸切子）に認定される。※秀石 堀口硝子の創業者・堀口市雄が、江戸切子作家として最初に名乗った号。







Washoku Cut Glass

料亭の切子

堀口切子欧州戦略概要

Promise / キーメッセージ

「私達は、長年培ってきた技術と伝統に加え、一流の和食とそれを作る料理人の事を日々研究し、和食の繊細な美しさを際立たせるカットグラスを作り続けます」

Insight / 市場動向 和食は世界中の国々において高級で健康な経験として認知されており、近年では和食は無形文化財に認定され、今後欧州でも更に多くの高級日本料理屋が出店すると見込まれる

Target User / ターゲット

一流料亭の料理人

Inspiration / 訴求ポイント

和食を知り尽くした切子職人が作るカットグラス

Reason to believe / なぜ信頼できるのか 長年培ってきた最高峰の切子技術 老舗料亭に選ばれてきた実績 日々研究を続ける姿勢

Differenciation / 国内外の競合との差別化ポイント 和食と料理人に対する類希なる知見 装飾品としてではなく、プロに慕われる器 日本で育まれた鮮やかな色彩 日本の伝統技術と市場ニーズの融合

Cut-Glass Accents

Dialogues for Japanese Edo Crystal

This is a glimpse into the tradition of Japanese decorative glass cutting created with passion by today's craftsmen in Tokyo. Through a dialogue between master craftsman and expert Japanese chef, a number of unique vessels have been created especially to enhance the beauty of Japanese cuisine and are displayed for the first time in this exhibition: the creation of the perfect dish for the perfect dish.



対話を始めた江戸切子

その昔、英国からの指導を仰いだ

日本のカットガラス技術は、

日本文化の中で江戸切子となりました。

この展示会は、そんな江戸切子に

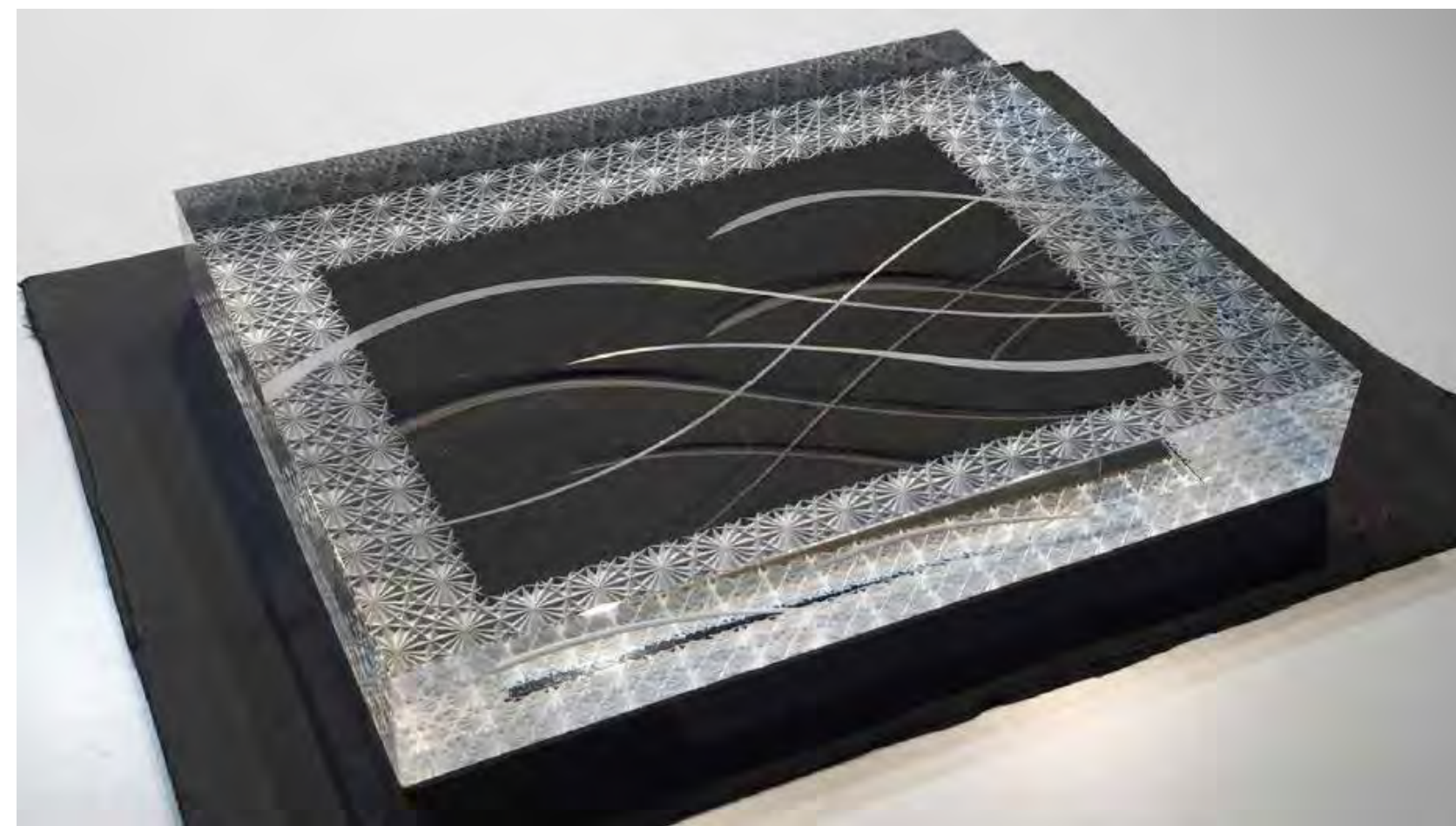
生涯を捧げる江戸切子職人達が始めた、

新たな対話の記録です。





Mr. Ishii





Emanuel Hauptmann
English glass cutter



Ichio Horiguchi
Japanese glass cutter



Toru Horiguchi
Japanese glass cutter **today**





美しい一品は、美しい一皿で



CRAFTAL

月額制で日本全国の和食器を 組み合わせて利用できる サブスクリプションサービスです

日本全国の窯元・陶芸作家の作品から
プロのスタイリストが厳選した和食器をお届け！
こだわりの器で理想のお店づくりをサポートします。



顧客のペイン

保管スペースの不足

高単価商品への投資

- ・20席程度のレストラン
内装費 2000万円
器購入費用 200万円(10%)
- ・某会員制ホテル
器購入費用 3億円/年

季節ごとの設え



✓ 低コスト ✓ 入れ替え自由 ✓ 高品質な器 で、

”季節のおもてなし” を実現





中華料理 慈華
田村シェフ
(ミシュラン一つ星)



敢えて自分では選ばないような器をCRAFTALでは選んでチャレンジしてみた結果、意外と料理と相性が良いという発見があり、
器の視野も広がり、料理のモチベーションも上がった。

契約レストランへのアンケート実施

サービス利用満足度

85%

新しい顧客獲得効果

62%

売上改善への効果

62%

季節のおもてなし実現

92%

費用感についての満足度

77%

(2024年度調査 58店舗回答)



旅皿
TABISARA

CRAFTALで使用済の和
食器を個人向け・飲食
店向けに再流通する
二次流通ブランドです

物語のある、お皿たち。





作り手（職人）から使い手（シェフ）に焦点を変化させることで、工芸品の新たな売り方を生み出した

代官山TSUTAYA年末企画史上最高の売上を計上

飲食店での利用



器のリース

飲食店



レストランPR
CRAFTAL
利用の推進

Craft Circulation System

使うたびに価値が
増していく流通

使い手による
価値向上。
不要な器を下取り

小売店



旅皿として再流通

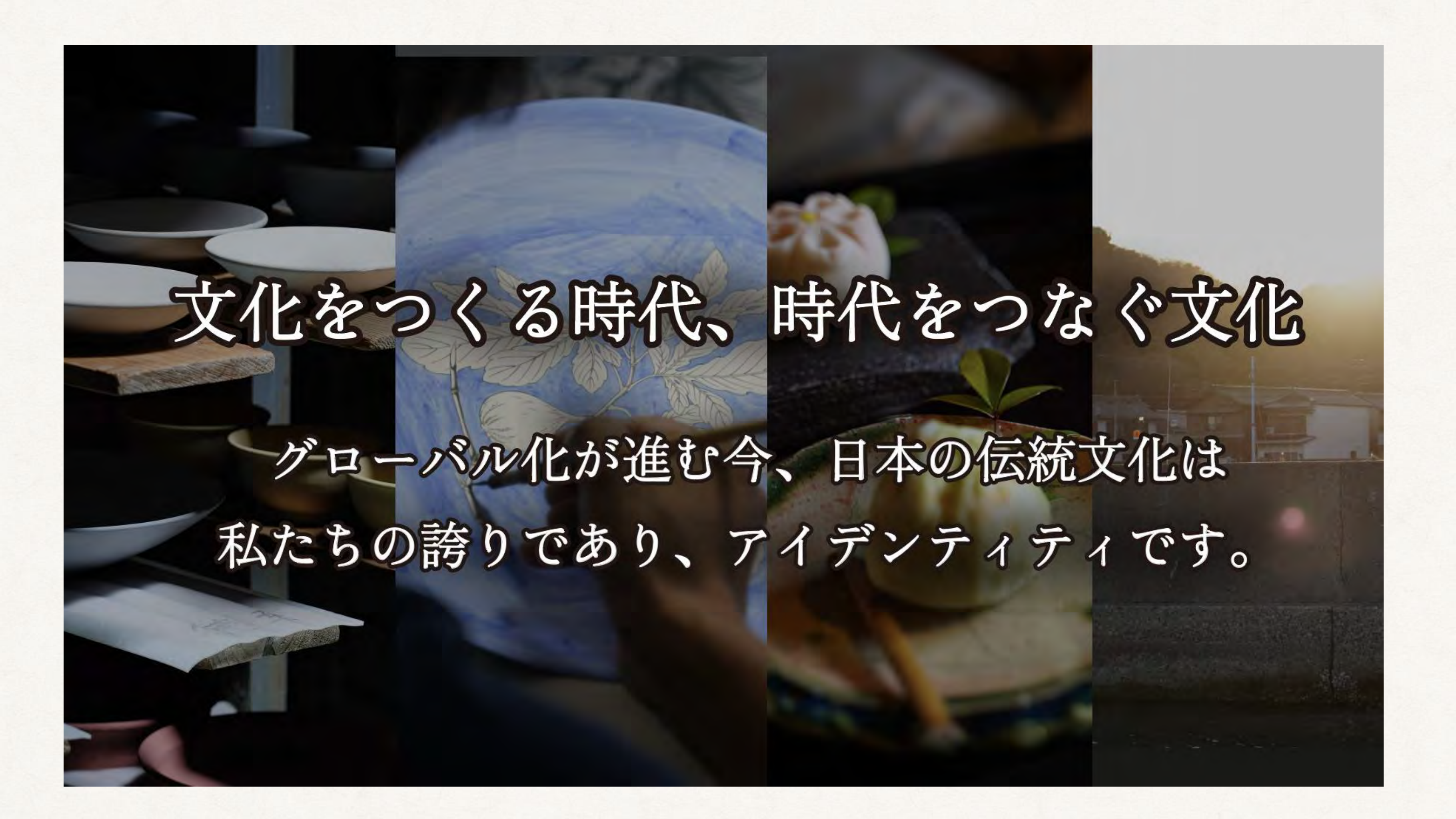
金継等、再商品化を実施



器を新規購入。産地を活性化

産地

シェフニーズに基づく商品開発



文化をつくる時代、時代をつなぐ文化

グローバル化が進む今、日本の伝統文化は
私たちの誇りであり、アイデンティティです。