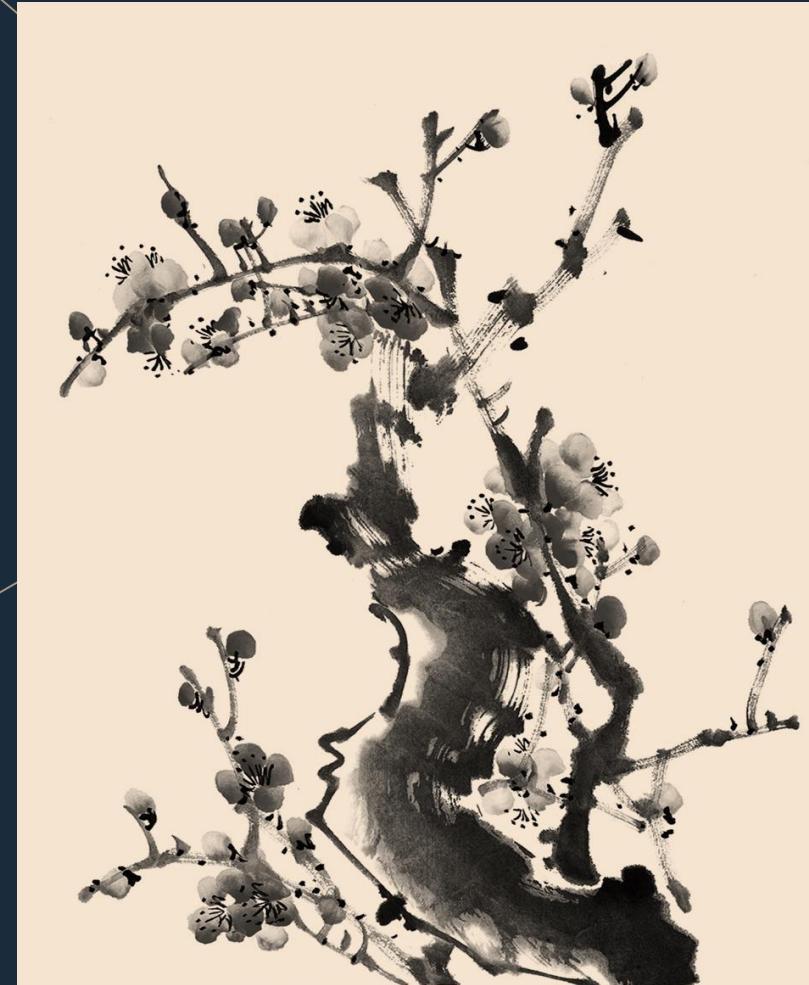




SUIGENKYO
KYOTO

資料内容

1. 弊社概要
2. 伝統工芸品市場
3. サービス内容
4. お問い合わせ先



伝統工芸品市場（国内）

設立年度
2022.3.18

拠点
京都市

資本金
840万円

事業内容

1. ECサイトの運営：日本工芸品を販売
▶ 国内では販売をせず、国外のみに販売
2. SNSを活用した日本工芸品の認知拡大



契約職人数

172

配送実績国数

20+

掲載商品数

2,700

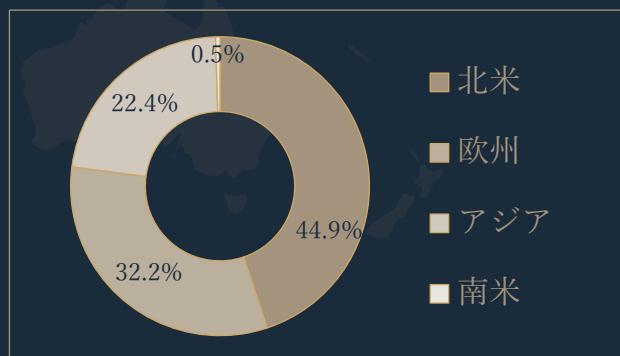
工芸品種類

118

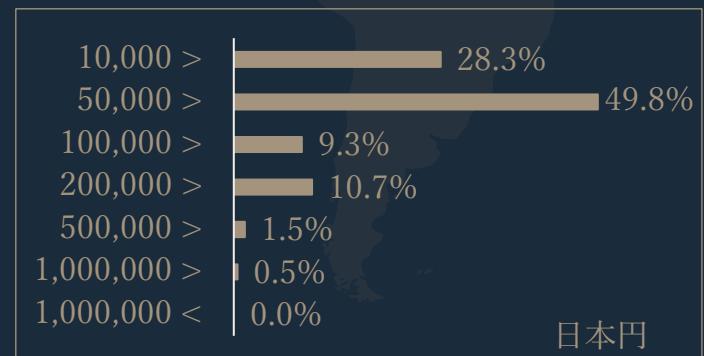
総SNSフォロワー数

1,260,000 (日本国外： 90%)

地域別販売先割合

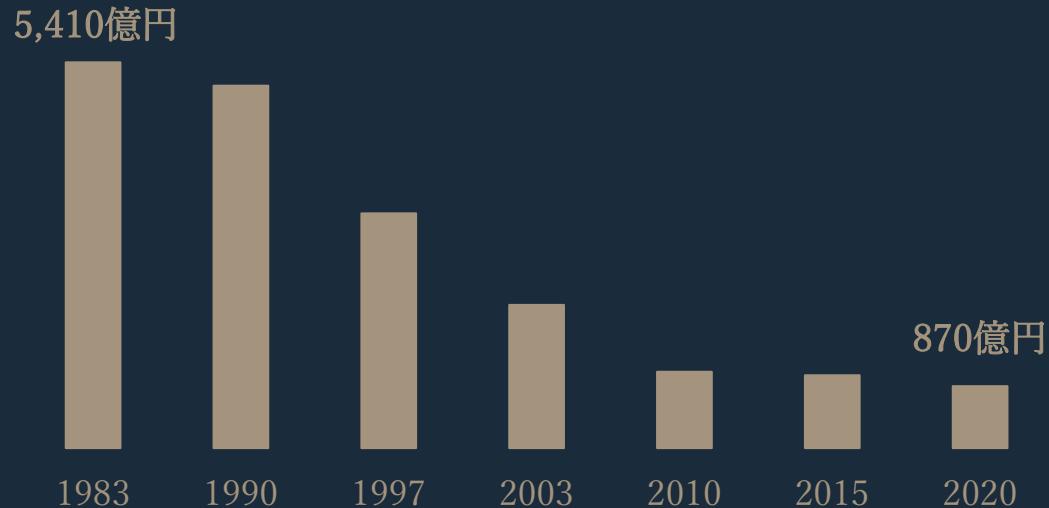


価格別販売割合



伝統工芸品市場（国内）

市場規模



1/6

バブル後期の1983年をピークに、減少傾向が始まり、現在の市場規模は、1983年対比で、
1/6に縮小している

主要な問題

後継者不足（職人の高齢化）

職人の高齢化は顕著に進んでおり、
30歳以下の従業者割合が5.6%に落ち込む

工芸品需要の低下

バブル崩壊後、国内需要が急激に減少し、
産業内企業数はピーク時の半数にまで減少

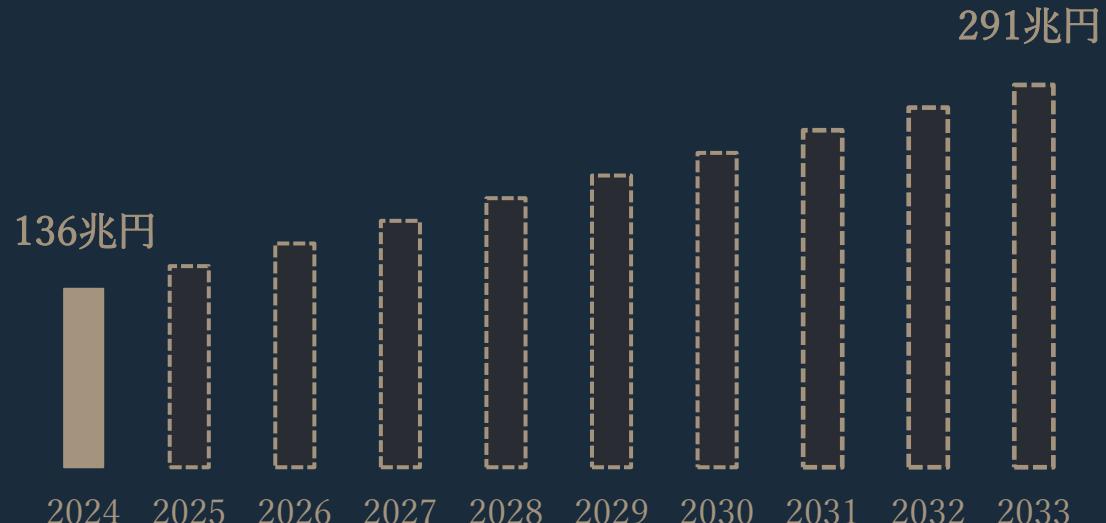
国外市場進出への障害

ネット販売への移行や、言語の壁が、
現在の顧客獲得への足止めとなる

✓ 今後10年以内には伝統工芸市場が崩壊していく可能性があり、早急な解決策が求められる

手工芸品市場（海外）

市場規模



8.8%

年平均成長率は高水準が予想されており、觀光業の増加やEC市場の発展などが越境ショッピングの促進に寄与

主要な問題

需要の増加

日本国外での工芸品の需要が増加しており、日本の伝統工芸の高い品質と文化的背景が訴求可能

職人様への利益増加

日本人顧客と比べると、より適正価格を求める性質があり、商品／顧客単価も上昇

ストーリーを武器に

逆説的にはなるものの、日本伝統工芸の現状は、国外からも関心を向けやすい武器にもなりうる

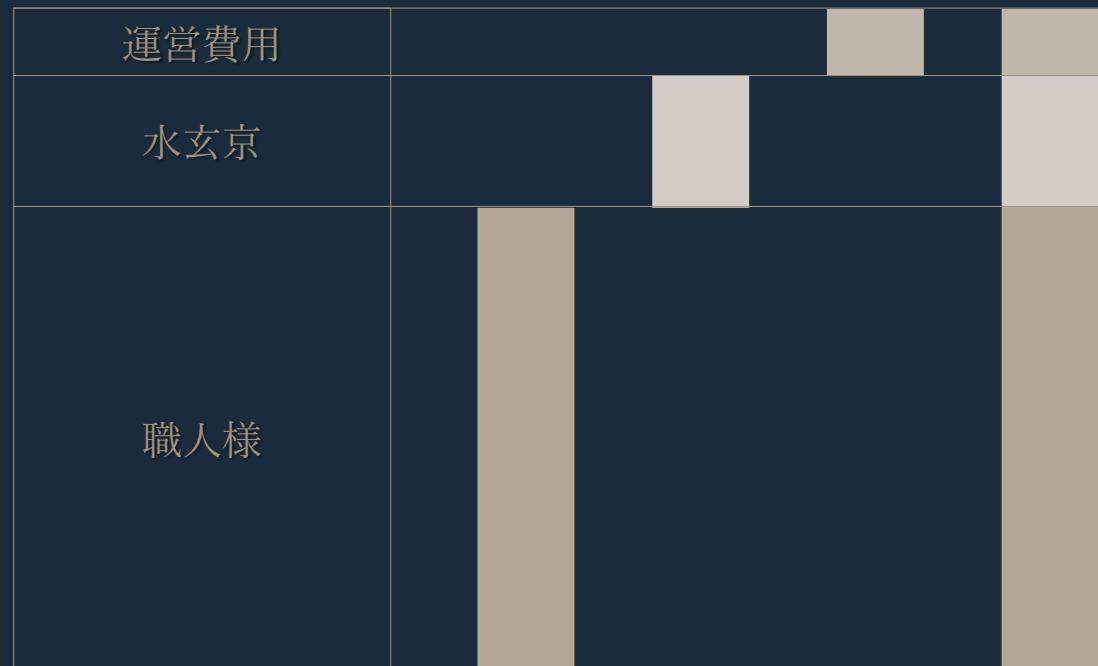
海外市場に目を向ける事が、日本伝統業界の最重要課題であり、
水玄京は、国内では販売すらしない方針を取っております

販売手数料

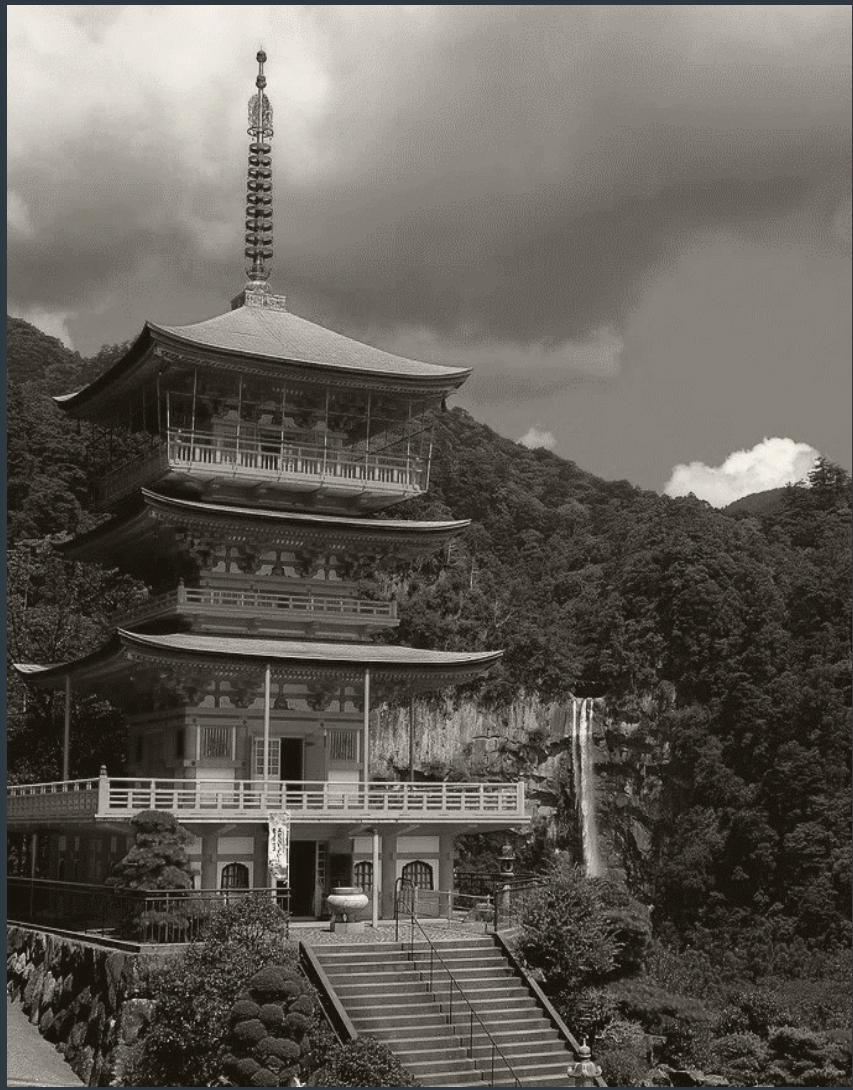
- ✓ 職人様の希望する金額をベースに価格設定
- ✓ 価格設定の際に水玄京が重要視するポイントは

仲介である弊社の利益配分が、
職人様の利益配分を超過しないか。

利益配分



弊社は、伝統工芸市場においての職人様の立場を確立したく、
職人様への利益の最低ラインを底上げするようなことを意識しております



お問い合わせ先

連絡先・各コンテンツ

メールアドレス：contact@suigenkyo.com

HP



EC Site



YouTube



Instagram



TikTok

