

令和7年度鳥取県インテリア・ライフ分野商品の欧州・アジア向け海外販路開拓支援業務 企画提案書



株式会社コミュニナ

980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町1-12-2 星光堂ビル6F

代表者：代表取締役 齋藤高晴

電話・FAX (共通)：022-398-5395

メールアドレス：takaharu@communa-td.net

1. 与件の整理	・ ・ ・ p.3
2. 現状分析・背景	・ ・ ・ p.4
3. 事業提案の概要	・ ・ ・ p.5
4. 欧州・アジア現地での販売プロモーション	・ ・ ・ p.6
5. 越境ECサイトでの販売プロモーション	・ ・ ・ p.14
6. 欧州・アジア現地でのBtoBの取り組み	・ ・ ・ p.15
7. 海外販路開拓等に関するフィードバック	・ ・ ・ p.18
8. 組織体制・ネットワーク	・ ・ ・ p.20
9. 全体スケジュール（案）	・ ・ ・ p.23
10.まとめ	・ ・ ・ p.24

業務の目的：

インテリア・ライフ分野商品等の事業者の欧州市場へのさらなる展開
促進を図るとともに、アジア市場への進出を強化する

手段 1 : BtoC

現地での展示販売
及び越境ECの手法

【海外消費者に直接販売】

手段 2 : BtoB

海外流通事業者への
販路開拓

【持続的な海外取引の仕組み構築】

その過程で提供

今後の海外販路活動に資する
経験を得る機会・有用な情報

【インテリア・ライフ分野商品等事業者に提供】

昨年度事業と鳥取県様のこれまでの オンライン・オフラインプロモーション



鳥取県様は、これまでもオンライン・オフライン両面で海外販路開拓事業を進めてきた実績・背景があります。そして過去2ヶ年度の事業を担当させていただいた際に、主なターゲットは欧州でしたがアジア圏でも活動を行い、大きな反響があったため、有望なエリアだと考えます。（写真：2024年3月にシンガポールで弊社が現地パートナーと行った鳥取県和紙事業者のワークショップ）

これまでの取り組みとネットワークをベースに、さらに鳥取県産品のファンを増やす事業をめざします。

日本の工芸品がもつストーリーへの 関心の高まりと、鳥取県のポテンシャル



ヨーロッパを中心に、日本の工芸品や伝統産業が持つ歴史・物語への関心が高まっており、越境ECでの購入も増えています。また、アジア市場は欧米と比較しても日本の文化の浸透度が高く、両市場において工芸に興味がある方であれば「民藝の聖地」のひとつとも言える鳥取県のインテリア・ライフ分野商品は、どれも高い品質とストーリーがあり、広くその魅力をアピールするチャンスであると考えます。

日本文化や工芸等への関心の高まりを活かして、鳥取県が持つ豊かな手しごとの文化を海外に伝えます。

続く円安と世界的な越境ECの伸び 越境ECに関する環境の進歩



コロナ禍を経て、世界的なECの伸びはさらに加速しており、それに伴って越境ECに関連する技術も急速に進歩し、以前は「越境EC」として特別な機能やアプリであったものも低コストで利用しやすくなっています。歴史的な円安とあいまって、海外販路開拓には大きなチャンスであると考えます。

【写真：ECプラットフォームShopifyによる世界的なECの市場規模予測】

円安や越境EC関連の技術的な敷居が下がっていることなど、海外販路開拓の好機をつかみます。

昨年度事業の実績、海外販路開拓の豊富な経験、そして越境ECサイト運営のノウハウで効果的な事業を行います。

業務の目的

インテリア・ライフ分野商品等の事業者の
欧州市場へのさらなる展開促進を図るとともに、アジア市場への進出を強化する

手段1 : BtoC

現地での展示販売
及び越境ECの手法

【海外消費者に直接販売】



欧州市場向け

- ・ フランスでのポップアップ開催
- ・ ヘルシンキの見本市出展
- ・ ヘルシンキのギャラリーで展示販売
- ・ 自社の越境ECサイトで販売

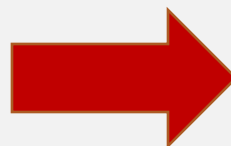
アジア市場向け

- ・ 台湾、シンガポールでの現地店舗PR
- ・ 香港のデザイナー等とコラボレーション、現地PR
- ・ 大阪万博関西パビリオン多目的エリアでの県工芸品等の展示

手段2 : BtoB

海外流通事業者への
販路開拓

【持続的な海外取引の仕組み構築】



- ・ 香港での見本市参加
- ・ 流通事業者を招聘
- ・ BtoBの訪問営業

その過程で提供

今後の海外販路活動に資する
経験を得る機会・有用な情報

【インテリア・ライフ分野商品等事業者に提供】

- ・ 各種データの取りまとめと報告書によるフィードバック
- ・ 参加事業者向け報告会の開催
- ・ 欧州への事業者の招聘

【欧州】現地での販売プロモーション：
1

昨年度に続いて「Dejima Store」（パリ・マレ地区）で販売プロモーションを開催
スペース借りから、より踏み込んだ協働での商品選定やキュレーションを行います

フランス



- ・ 想定会場：Dejima Store
- ・ 住所：7 Rue des Filles du Calvaire, 75003 Paris, France
- ・ 時期・期間：2025年9月前後を想定

パリ有数の文化の発信地マレ地区に立地するDejima Storeにて販売プロモーションを行います。パリの日本の製品に興味がある人々はもちろん、観光客や流通事業者も多く訪れる表通りの路面スペースであり、波及効果の大きいロケーションです。店舗を運営する協同設立者でありディレクターのティモテ・カプラン氏はR5およびR6（予定）の事業で鳥取県に招聘しており、すでに鳥取県の工芸品・雑貨等も買付をいただいて販売されていることから、商品知識、品揃え等において、昨年度以上の効果が見込めます。

【左写真】R6年度事業にて、販売プロモーションを行った際の様子
鳥取県の包丁やまな板を手取る現地の方々

Dejima StoreでのR7の展開

R6年度の現地プロモーションの内容や、ディレクターであるティモテ・カプラン氏とのディスカッションを通じて、これまでは単純な「場所借り」に近い形式だったところを、R7はより双方向的かつ踏み込んだ内容のプロモーションを行います。具体的には、ティモテ氏と協働の上、Dejimaとしてより特集したいアイテムの背景や作り手のストーリーなどをきめ細かく伝える他、プロモーションのアイテムも、Dejimaの他の商品との関連や、上記の特集プロモーションを意識して、より「セレクト」（単純なセレクト）から「キュレーション」（テーマに沿ってセレクトとプレゼンテーション）に近い展開を組み立てていく想定です。



R6招聘事業者あとのの
販売の様子



R6招聘事業者The Hinokiの販売
の様子

目標と、それに向けた取り組み

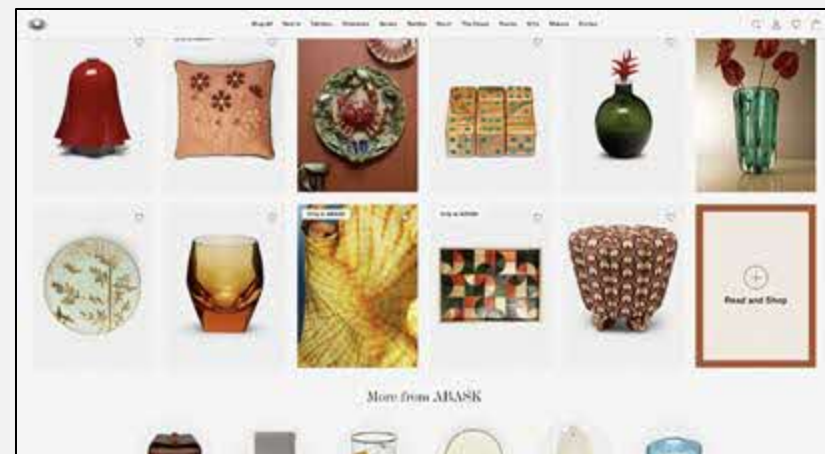
- ・ 鳥取県産品の売上目標：1,000,000円＋定番としてDejimaで取り扱いとなる商品の創出
- ・ 奥心舎におけるメールマガジンの配信やDejimaと連携したSNSでのプロモーション、SNS広告の配信を行います。

ア【欧州】現地での販売プロモーション：2**パリ以外の有望な市場へ、ターゲットを絞りつつ、訪問営業を拡大**

R5およびR6での営業活動において、パリ市内の店舗については、一定の知見とネットワークを得ることができたと考えます。また、実際に取引をいただく店舗も出てきたことで、やはり同じ商圈での営業活動には店舗側への忖度などの制限も必要となってきました。そのため、今年度はパリ以外の市場において、有望な店舗等への訪問営業を行い、可能であればその地域の足がかりとできればと計画しています。

候補店舗1**ABASK（英国）****※2025年1月に一度訪問**

ECサイトを中心に、主に米国やヨーロッパへ世界各地の工芸品を販売する事業者。バイヤー2名とは連絡先を交換済み。日本の工芸品には興味がありつつも、まだネットワークがなかったとのことで、今後招聘も含めて有望な事業者と考えています。

**候補店舗2****Yonobi（デンマーク）****※2019年10月に訪問あり**

デンマーク・コペンハーゲンを拠点とする、陶磁器専門のセレクトショップ、屋号の「Yonobi」は「用の美」より。ヨーロッパや日本を中心としてデザイン性がありつつも日常使いのできる食器を扱っており、鳥取県の工芸品と相性がよいと思われます。積極的に陶芸のコースを開催しており、ユーザーのコミュニティを持つのも強みです。



従来のポップアップストアと同時の周辺の店舗をまわるスタイルではなく、やや遠距離になるため、実際の訪問先は決定した活動内容や訪問可能なタイミングなどをベースにセレクトする想定です。

ア【欧州】現地での販売プロモーション：3

**三年目となる見本市「Habitare」（フィンランド・ヘルシンキ）に出展
継続展開の利点を活かしてフィンランドでの新たな展開へとつなげます。**

フィン
ランド



R5、R6と参加したフィンランドのデザイン関連見本市「Habitare」においては、400,000円強の売上に加えて、現地のデザイナー、写真家、店舗経営者などと幅広いネットワークを構築することができ、そこからバイヤー招聘・BtoB販売、現地作家の来鳥、など様々な展開が生まれています。R7年度は、継続参加のメリットを活かしてHabitare事務局とも連携がとれており、参加する場合より良いブースの場所をすでに確保いただいています。また、11月にヘルシンキ無印良品ギャラリーでの展示を計画していることから（後述）その展示との相乗効果も期待できると考えます。

【左写真】R6年度事業にて出展した際のブース

2025年Habitare概要

会期：2025年9月10日（水）～14日（日）

開催地：ヘルシンキ、フィンランド

全体展示予定面積：13,000 sq.m.

出展対象品目：家具、インテリア装飾、デザイン等

来場者数：45300人（2024年）※前年比約10%増

ヘルシンキデザインウィーク期間中に開催される、北欧地域最大級の家具インテリア・雑貨関連の見本市。会場内での販売も可能。



熱心に出展商品を見る来場者



無印良品のMUJI Community Marketにも出展

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：800,000円
- ・ SNS広告の発信および、前回のHabitare以降増加したフィンランドのフォロワーへの情報発信を行います。

ア【欧州】現地での販売プロモーション：4**欧州最大の無印良品「MUJI Kamppi Helsinki」内のギャラリーにて
鳥取のインテリア・ライフ分野商品の展示・販売を約1ヶ月に渡って展開します**フィン
ランド

R5, R6での「Habitare」の参加および二度にわたる無印良品のMUJI Community Marketへの参加によって担当者とのネットワークができ、ギャラリーの使用についてご案内をいただいたため、2025年11月を押さえており、鳥取県の工芸品を中心としたインテリア・ライフ分野の展示と、それに付随した販売のポップアップを行う想定です。正式に実現となった際にはこのタイミングに合わせてこれまでバイヤー招聘でも来鳥いただいているヘルシンキのCOMMON様とも、コラボイベントの開催について現在調整中であり、広がりのある企画としたいと思います。この展示販売は株式会社コミュニナの販売促進活動として独自予算で鳥取県のインテリア・ライフ分野商品のプロモーションを行う想定であり、事業全体の効率的な予算運用にも貢献します。

【左写真】ギャラリーのオープンスペース部分

MUJI Kamppi 鳥取展（仮）概要

会期：2025年11月

※詳細な会期は後ほど決定

※撤収と翌月の展示の関係で正確な会期は1ヶ月弱となる予定です。

開催地：ヘルシンキ、フィンランド



ギャラリー内部



MUJIが入るKamppiは地下鉄駅やバスターミナルも入る商業施設

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：500,000円
- ・ SNS広告の発信および、先行して9月に行われるHabitareにおいても宣伝を行う予定です。

【アシア】現地での販売プロモーション:

台湾の新竹に位置する工芸ショップ「OR Craft或者工藝櫥窗」にて
ポップアップはじめとした複合的な展開を行います。

台湾



- ・ 想定会場：OR Craft或者工藝櫥窗（以下「OR Craft」）
- ・ 住所：No. 75號, Zhongyang Rd, North District, Hsinchu City, Taiwan 300
- ・ 時期・期間：2025年6月前後を想定

台湾の新竹に位置し、工芸品のショップやホテル、百貨店を改装した店舗、本屋などを展開する「或者」の工芸品店舗「OR Craft或者工藝櫥窗」（以下「Or Craft」）にて鳥取県インテリア・ライフ分野商品のポップアップを行います。店舗の4階にはカフェが併設されており、カフェと連携した展開やシンポジウムなどの企画と組み合わせることを検討しています。

【左写真】OR Craft二階の工芸品販売スペース

OR Craftを選定した理由

これまでの弊社の活動では、台湾は総じて欧米に比べて客単価が低く、やや高額になる工芸品は販売に至らないケースもありました。ただ、OR Craftが位置する新竹はTSMCの本社など半導体やIT系の企業が集積する「台湾のシリコンバレー」と言われており、年収も高めであることから、比較的高価格帯の商品であっても販売が期待できます。また、運営している或者グループが工芸品ショップの他にも多様な業態の店舗を運営しており、相乗効果が得られると考えます。



R6年10月に訪問した際の様子



R6招聘事業者The Hinokiの販売の様子

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：1,000,000円
- ・ 奥心舎におけるメールマガジンの配信やOr Craftの顧客にむけたプロモーションを行います。

【アジア】現地での販売プロモーション： 2

シンガポールの日本商品専門のライフスタイル店舗「asaru studio」と連携してポップアップストアとワークショップ等を開催します

シンガ
ポール



- ・ 想定会場：asaru studio
- ・ 住所：195 Pearl's Hill Terrace, #01-07, Singapore 168976
- ・ 時期・期間：R7年度に3回～4回に分けて実施（各1週間前後を想定）

シンガポールの中心部チャイナタウンの一角に位置し、同じ建物内にある系列のカフェ「paaru」と連携して日本の商品や文化を紹介している「asaru studio」の一部をお借りし、ポップアップと連携して、年間四回に分けて鳥取県事業者のワークショップ、レクチャーなどのイベントも開催予定です。

【左写真】R6年度事業にて出展した際のブース

asaru studioを選定した理由

asaru studioは弊社が2023年から協働しており、2025年1月にも、COCOROSTOREおよびドモク堂のワークショップ&ポップアップを開催し好評だったこと、また2023年にも海外販路開拓事業の招聘バイヤーとしてオーナーのVincent様、Huishan様に来鳥していただいております、その蓄積も活かして効果的な事業ができると思います。



2025年1月のポップアップより



2023年12月、バイヤー招聘時

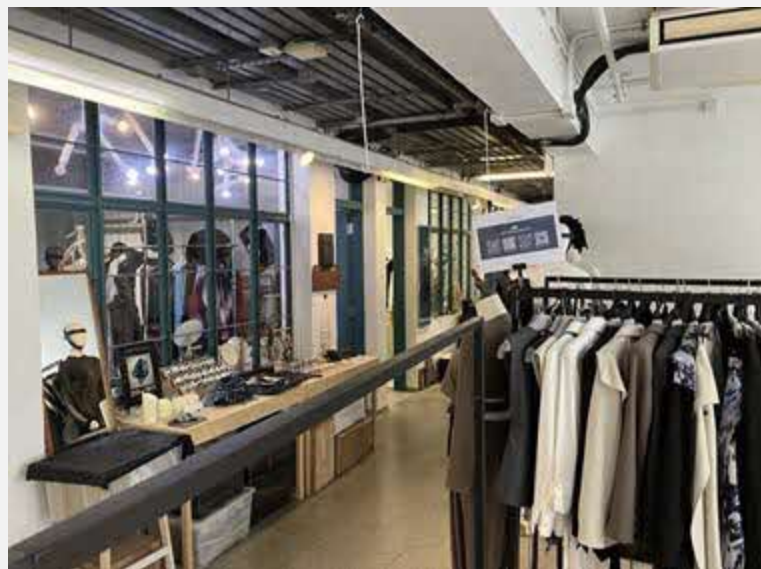
目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：1,000,000円（ポップアップ売上＋ワークショップ等参加費）
- ・ asaru studioにもご協力いただきSNSでの発信、SNS広告の出稿およびメールマガジンの配信を行います。

【アニア】現地での販売プロモーション：

香港のデザイナー等とコラボレーションを行い、
そのコラボレーションに関連した現地プロモーションを行います

香港



2024年12月の視察時に構築したネットワーク（ファッションを中心としたプロデューサーのAries Sin氏や現地クラフト関連の組織「Crafts on Peel」を運営するPenelope Luk氏）、および2025年4月に参加を予定しているHome InStyleで構築をめざす新たなネットワークを通じて、香港のデザイナー等と鳥取県事業者が連携した商品開発を行います。コラボレーションの実行にあたっては、出口となるオンライン販売（奥心舎を想定）と現地（香港）でのプロモーションを併せて設計し、商品開発のみで終わらないコラボレーションをめざします。（プロモーションでは、商品開発を行ったものと、既存の鳥取県商品の両方を展開想定）

【左写真】クラフトやライフスタイル商品のブランドがあつまる複合文化施設PMQ（2024年12月の視察時）

現時点で想定している会場

Aries Sin氏のつながりから、ファッション・ライフスタイルに近いデザイナーとのコラボレーションを行う場合は香港の複合文化施設PMQ、Penelope Luk氏のつながりから、よりクラフトに近い文脈でのコラボレーションを行う場合は、Luk氏が運営する団体Crafts on Peelでの展示（1階がギャラリースペース）を現時点では想定しています。



現地プロデューサー：Aries Sin氏



2024年12月Crafts on Peel 訪問時

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：500,000円
- ・ SNS広告の出稿や、コラボレーションを行うパートナーと協働で香港のメディア経由のプロモーションを行う予定です。

【アンア】現地での販売プロモーション：
4

大阪・関西万博の関西パビリオン多目的エリアにて、
広く海外からのお客様にインテリア・ライフ分野商品をアピールします

万
博



期間：2025年8月20日～25日

大阪・関西万博における関西パビリオンの多目的エリアの一部を使用して、上記の日程で鳥取県のインテリア・ライフ分野商品をアピールします。世界中から来場者が集まる万博において、パビリオン自体も東ゲート近く、立地のよい場所にあり、広く様々な方々への発信が期待できます。

【左写真】関西パビリオン。右側のスペースが多目的エリア

現時点で想定している展示内容

工芸品関連の展示や「奥心舎」内販売スペースへの誘導と合わせて、R6年度事業で招聘したスウェーデンのデザイナーと県内事業者とのコラボレーション商品についても、コラボレーションのその後の進捗、輸送・製造などのコスト等を鑑みつつ、展示できればと考えています。



目標と、それに向けた取り組み

- ・「奥心舎」内鳥取県ページへの誘導（QRコードベースを参照）：売上150,000円
- ・万博会場限定のクーポンコードなども発行し、県内事業者の商品のオンラインでの購買につながることをめざします。

イ 越境ECサイトでの販売プロモーション：

越境ECサイト「奥心舎」での鳥取コーナーのリニューアルを行い、部分的な中国語対応を行い、アジア市場への販路拡大へ繋がります

**工芸品専門越境ECサイト 「奥心舎／Oshinsha」**

昨年度の事業で制作した鳥取県の特設ページや事業者・商品紹介ページを活用し、「奥心舎」での販売を継続・拡大します。ウェブ販売に加え、Instagramや催事でのプロモーションを通じて「Tottori」の認知度が定着しておりますので、これを基盤にインテリア・ライフ分野の商品販売を強化。

過去2年間の活動で鳥取県の商品はサイト内で最大カテゴリとなりましたが、規模拡大に伴い回遊性の課題が生じたため、「奥心舎」をリニューアルすることで、利便性を改善するとともに、高価格帯商品の展開やリピート購入促進に向けたマーケティングを強化。さらに、アジア市場への販路拡大を見据え、社内の台湾人スタッフを活用し、リニューアルに合わせて部分的な中国語対応（現時点では、問い合わせやメッセージへの対応、もしくは商品の概要がわかるかたちでの繁体字対応を予定）を導入、台湾などの顧客が購入しやすい環境を整えます。

奥心舎上でのR6年度鳥取県産品売上：761,256円 441,137円（前年度比172%）

Instagramフォロワー：4,748名 ※昨年度から約20%増

【画像左】奥心舎内、鳥取県特集ページ

【画像右上】鳥取県事業者のストーリーを伝えるページ

【画像右下】弊社で撮影を行った鳥取県商品（因久山焼）

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 鳥取県産品の売上目標：欧州3,000,000円、アジア1,500,000円
- ・ 鳥取県特集ページを着地先としたSNS広告の出稿と、Instagramでの紹介を行います。
- ・ 高価格帯の商品の販売や、これまで鳥取県の商品を購入してくださった顧客へのメールでのマーケティングやキャンペーンなどを通じて売上のボリュームを増やします。

【欧州】BtoBの取り組み：欧州の流通事業者の鳥取県への招聘

欧州から1者以上の流通事業者・バイヤーを招聘 これまで以上にBtoB販売を強化します



欧州からバイヤーを選定・招聘

これまでの欧州での販路開拓活動を継続するかたちで、欧州から1者以上のバイヤーを招聘します。招聘事業者の選定については、パリやヘルシンキ以外の新しい市場からの選定、もしくはこれまで協働したバイヤーと、単純にもう一度来ていただく、ということではなく新たな展開へとつながるような選定を検討しています。

【左写真】R6年度バイヤー招聘の様子（八島農具興業を訪問するヘルシンキの小売店COMMON中村氏）

現時点での招聘候補事業者

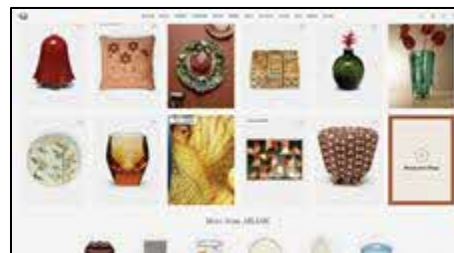


事業者名：Dejima

拠点：フランス・パリ

取り扱い商品：日本の工芸品・ライフスタイル商品

R5, R6（予定）も招聘。より踏み込んだ内容の協働を検討中です。ポップアップも行っているため、ポップアップで興味を持っていただいたものを招聘で買付け、という流れがあります。



事業者名：ABASK

拠点：イギリス・ロンドン

取り扱い商品：世界各国の工芸品

2025年1月に訪問。これから日本の商品を増やしたいということで鳥取県の商品にも興味をもっていていただいているため、有望な招聘先と考えています。基本的に買取で取り扱うという点もメリットです。

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 売上目標：750,000円
- ・ COCOROSTOREと連携して発注しやすい体制を整えるとともに、事前の送付資料等をより充実させ、ニーズをつかみます。

ウ【アジア】BtoBの取り組み：香港のBtoB見本市への出展

香港で開催されるBtoBの見本市「Home InStyle」に出展 アジア市場でのBtoB取引拡大へと繋がります。



- ・見本市名：Home InStyle 2025
- ・会場：Hong Kong Convention and Exhibition Centre
- ・日程：2025年4月27日～30日

香港の公的機関Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) が主催する見本市Home InStyleに出展します。これまでは販路開拓を行っていなかった香港市場であり、また中国本土からのバイヤーの来場も見込めるということで、アジアの新たな市場、BtoB取引拡大に効果が見込めると考えます。

見本市後は、フォローアップはもちろんのこと、Home InStyleで構築したネットワークも活かしつつ香港のデザイナー等とのコラボレーション（p.9参照）にもつなげることで、香港市場との継続的なつながりをつくります。

【左写真】Home InStyleの様子。主催者提供資料より

目標と、それに向けた取り組み

- ・ BtoB取引売上：1,500,000円
- ・ 会場でのリアクションメモや、会期後のフォローアップなどによって、一過性ではないつながりを構築します。

【ウ】 BtoBの取り組み：アジアの流通事業者の鳥取県への招聘

アジア地域から2者以上の流通事業者・バイヤーを招聘 アジア向けのBtoB販売を強化します



アジアからバイヤーを選定・招聘

アジア地域から2者以上のバイヤーを招聘します。現時点では、欧州向け販路開拓事業においてフランスのDejima Storeにてポップアップを開催→オーナーが、そのポップアップで人気であったり自分が興味をひかれる商品を確認→実際に鳥取を訪れて買付、という流れが効果的だったため、現時点では現地プロモーションの会場となる店舗の招聘を想定しています。

【左写真】 R5年度に招聘したシンガポールasaru studioのTeng氏とPang氏

現時点での招聘候補事業者



事業者名：OR Craft或者工藝櫥窗

拠点：台湾・新竹

取り扱い商品：台湾の工芸品、ライフスタイル商品（日本のものもあり）

ポップアップと連携しての招聘を検討しています。写真は2024年10月に訪問した際に、鳥取の商品をオーナーのBenさんと店長のKerahさんに紹介している様子。（店舗についてはp.7参照）



事業者名：asaru studio

拠点：シンガポール

取り扱い商品：日本の工芸品、ライフスタイル商品

招聘が実現すれば、2023年12月以来2度目となります。2025年1月のCOCOROSTORE ポップアップも好評だったため、積極的な展開が期待できると考えます。（写真はその際のもの）

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 売上目標：1,000,000円
- ・ COCOROSTOREと連携して発注しやすい体制を整えるとともに、事前の送付資料等をより充実させ、ニーズをつかみます。

(2)-1: 各種データのとりまとめとフィードバック

**事業報告書ベースでのデータのとりまとめと報告はもちろん
事業期間中の報告会を通じて直接事業者の方々にフィードバックを行います**

1. 販売実績等のデータ

販売実績等のデータは、チャネルごと、事業者ごとにとりまとめ、報告書のかたちで提出します。またそれに際して、販売の傾向や今後の示唆などについての所見を付与します。

2. 流通事業者、消費者等の属性、評価、意見等

こちらについても、報告書としての報告はもちろん、意見などについては活字のものだけではなく、一部は動画インタビューとしても制作し、より見やすく、ニュアンスまでわかりやすい共有を行います。（昨年度よりも、しっかりとしたインタビューを制作します）

**3. 今後の改善や検討すべき展開等に関する提案**

改善や検討すべき展開等についても、販売実績等のデータとともにチャネルごと、事業者ごとにとりまとめて報告書として提出します。

【画像上】 R5年度報告書より、EC上の売上
【画像下】 同、工房ごと売上と所見

事業期間中の報告会

上記1～3のような内容について、事業終了後の報告書だけではなく、事業期間中の報告会を通じて直接事業者にフィードバックを行います。報告会はリアル参加とオンライン参加を組み合わせたものを想定し事業者の方々が参加しやすくするとともに、希望する事業者の方へは個別のフィードバックの機会なども設けることで、より深い内容の提案や議論を行います。



昨年度事業期間中に行った報告会と個別フィードバックの様子

(2)-2: 鳥取県の事業者を海外販路開拓の現場に招聘

過去2ヶ年度に続いて「一歩進んだ、より直接的なフィードバックのかたち」として事業者の海外販路開拓の現場への招聘を行います。

自分の作品への反応と、国際的なトレンドにダイレクトに触れていただく機会

希望する事業者に対して定額の補助を出すかたちで、昨年度に引き続き希望する鳥取県の事業者様を海外販路開拓の現場へ招聘します。今年度はフィンランド、パリ、台湾、香港、シンガポールから選択可能と想定しており、制作の実演や、自分の作品の説明を通じて海外消費者とダイレクトに関わっていただく他、現地の小売店や文化施設、ギャラリーなどを訪れ、非常に早いスピードで変化している現在のアジアのトレンドや、今後の海外販路開拓に必要なものを体感していただくねらいです。



昨年度招聘した事業者の実演（パリにて）

事業者招聘の主な内容（フィンランドの場合）

- ・ 期間：2025年9月の一週間前後
- ・ 場所：フィンランド・ヘルシンキ
- ・ アテンド、通訳：弊社が担当
- ・ 招聘該当者：鳥取県の工芸品等製造事業者、もしくは鳥取県の工芸品等に関わる流通事業者の方
- ・ 想定活動：見本市への参加、ヘルシンキの店舗訪問 等
- ・ 帰国後は、報告会等を通じて、招聘での経験を広く共有していただければと思います。

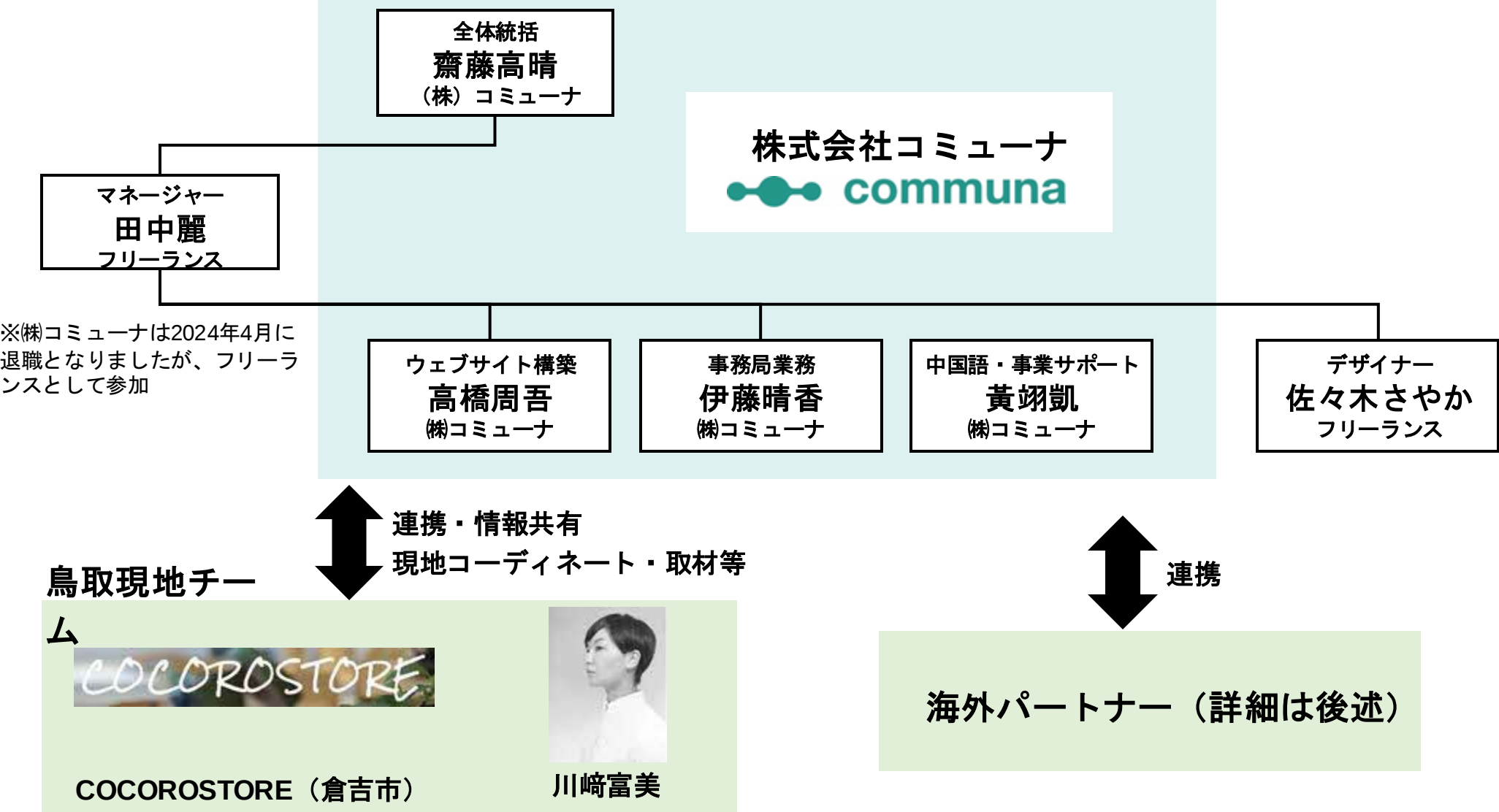
事業者招聘の主な内容（シンガポールの場合）

- ・ 期間：2025年年間4回（想定）
- ・ 場所：シンガポール
- ・ アテンド、通訳：弊社が担当
- ・ 招聘該当者：鳥取県の工芸品等製造事業者、もしくは鳥取県の工芸品等に関わる流通事業者の方
- ・ 想定活動：ポップアップの参加や実演、ワークショップ 等
※詳細は、参加事業者様の分野や先方の希望に応じて決定
- ・ 帰国後は、報告会等を通じて、招聘での経験を広く共有していただければと思います。

目標と、それに向けた取り組み

- ・ 招聘事業者：欧州1者、2者
- ・ 事業の参加事業者に広く呼びかけを行います。

昨年度の体制をベースに、より鳥取現地チームのサポートが
強力になったかたちで事業を遂行します。



※(株)コミュナは2024年4月に退職となりましたが、フリーランスとして参加

R5, R6事業を通して様々な協働を行った鳥取県を拠点とする2者、倉吉でライフスタイル商品の店舗を運営するCOCOROSTOREと、フリーランスで工芸品等の展示設計や店舗設計、プロダクトデザイン等を行う川崎富美氏と引き続き、より緊密に連携します。

国内外の多くのパートナーと事業を推進する中で、中心となるチームと海外パートナー

全体統括



齋藤高晴：奥心舎ディレクター／株式会社コミュニナ代表取締役

英語の翻訳家・通訳としてキャリアをスタートし、2016年から株式会社コミュニナとして工芸品・デザイン雑貨の海外販路開拓を手がけています。伝統工芸品の海外向け新商品開発や、海外見本市の出展サポート、ベルギー、パリ、台湾でのPop-upストアコーディネート、台北芸術大学との工芸品に関わる日台交流事業などを実施。2021年から工芸品専門の越境ECサイト「奥心舎」をスタート。東北経済産業局地域ブランド連携推進室の「TOHOKU CRAFTサポーター」（2022年）および「専門家派遣事業 専門家」（2021年）。昨年度事業においても事業統括・管理を行いました。

マネージャー



田中麗：フリーランス

(株)コミュニナにて宮城県の伝統こけしや「松華堂」、青森県の「烏城焼」など、多くの工芸品関連海外販路開拓プロジェクトにおいてメゾン・エ・オブジェをはじめとする国際見本市の出展実務、ブースのマネジメント・接客などを担当。奥心舎スタート後は、主に取り扱い工房との連絡調整や物流関係のマネジメントを担当。昨年度の事業においても各事業者との連絡調整や商品管理、現地販売プロモーションでの接客等を担当。

国内外の多くのパートナーと事業を推進する中で、中心となるチームと海外パートナー

欧州チーム

高野志津（フランス）



仙台市出身。2014年よりフランス・パリ在住。現地のネットワークを活かして日本企業の様々なコーディネート業務を行っています。昨年度事業でも、クルヴヴォワでの子ども向けワークショップの企画・コーディネートを担当

Rémi Buquet（フランス）



パリ在住の翻訳家。「キングダム」など日本のマンガ・小説の訳書を数多く手がけるほか、日本酒コンクール「Kura Master」の広報も担当しています。フランスでのPR関連のアドバイスおよびフランス語が必要な際の翻訳を担当。

Johannes & Noora（フィンランド）



フィンランド人のイラストレーター・陶芸家・デザイナーユニット。陶芸や染技術など日本の工芸技術を自身の作品・表現に活かしています。昨年度事業においてもHabitareの出展サポートや、実際に来鳥して鳥取の工芸を学びました。

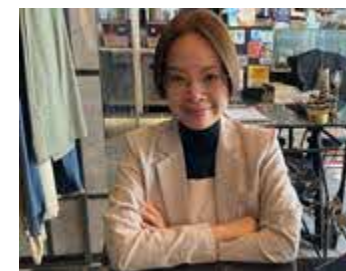
アジアチーム

黄翊凱：株式会社コミュニナ



台湾・台北出身。2023年から株式会社コミュニナに所属。日本と台湾のアート、文化に明るく、日本語、英語、中国語の翻訳・通訳およびデジタルプロモーションを幅広く手がける。事業アシスタントを担当。

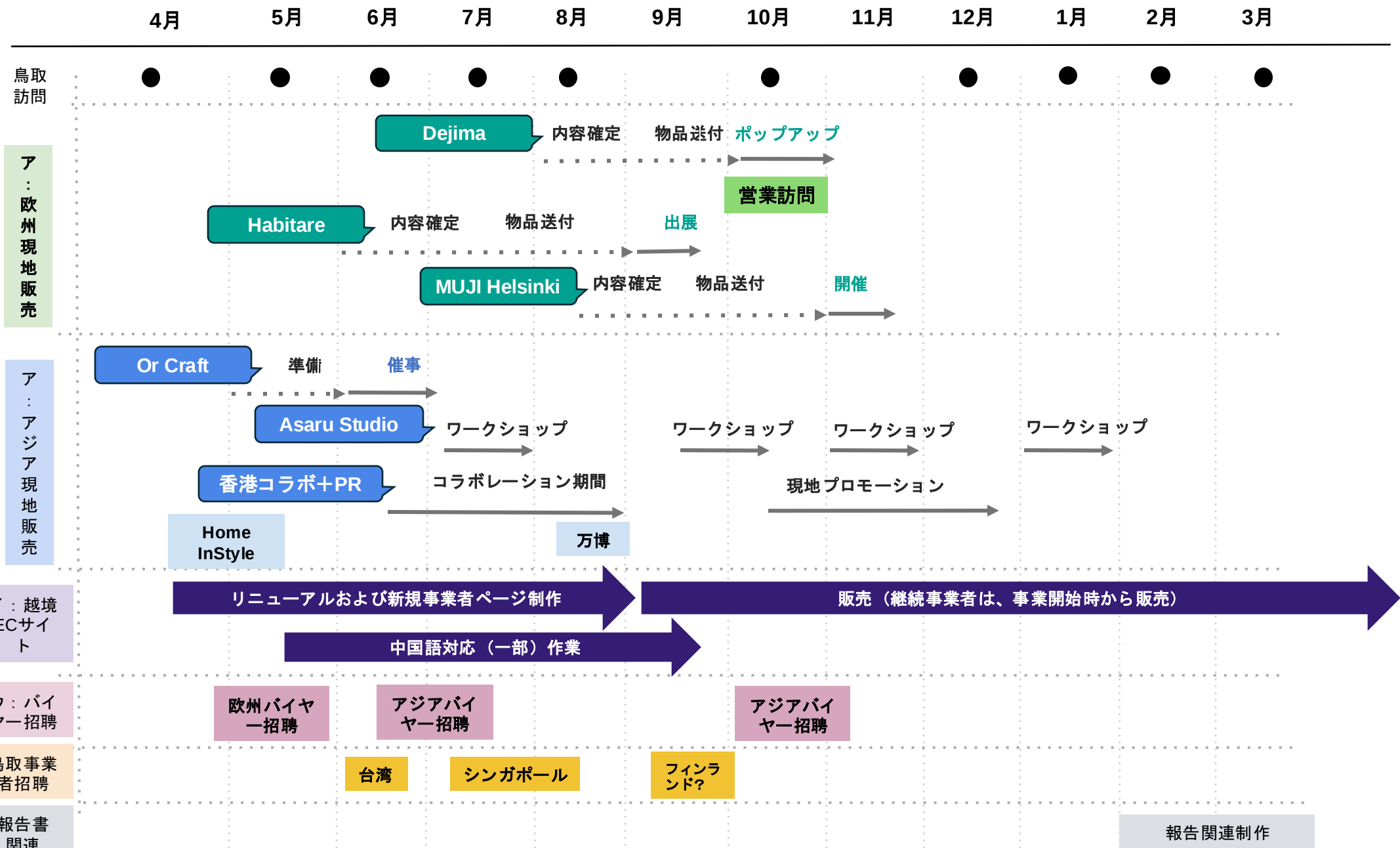
Aries Sin



香港出身。香港と英国を拠点に、ファッションを中心としたプロデュース全般を手がける。自身のファッションブランド「Modement」を中心に、ファッション、デザイン、クラフトなどの分野で幅広いネットワークを持つ。

全体スケジュール（案）※現在調整中の部分あり

以下のスケジュールを想定しつつ、参加事業者や招聘する流通事業者、コラボレーションを行う現地デザイナー等との予定をベースに調整を行いながら、事業を遂行していきます。



※鳥取の訪問回数・タイミングは、催事や海外でのプロジェクトに関連して、発注者・受注者協議の上変更となる場合があります。また、他の事業の鳥取訪問と組み合わせる場合があります。

No.	取り組み	場所	期間	商品販売展示	商品コラボ	鳥取事業者招聘	商談・訪問
1	香港でBtoBの見本市「Home InStyle」出展	香港	2025/4~	●			
2	欧州バイヤー招聘	日本・鳥取	2025/5				●
3	OR Craftでの店舗販売	台湾	2025/6	●		●	
4	Asaru Studioでの販売	シンガポール	2025年間四回	●		●	
5	関西万博でのPR	日本・大阪	2025/8	●			
6	香港コラボ+PR	香港	2025/6~8 2025/11~12	●	●		
7	越境ECサイト「奥心舎」での新規販売開始	オンライン	2025/9	●			
8	見本市「Habitare」出展	フィンランド	2025/9	●		●	
9	「Dejima Store」での販売	フランス	2025/9	●		●	
10	欧州現地営業訪問	イギリス、デンマーク	2025/9			●	●
11	「MUJI Kamppi Helsinki」内のギャラリーで出展・販売	フィンランド	2025/11	●		●	
12	アジアバイヤー招聘	日本・鳥取	2025/6~7 2025/10				●

※これらの取り組みについては、それぞれタイミングやプラットフォームの性格を加味して、取り扱い可能商品数、工房数、参加可能人数を想定してり、参加のご希望多数の場合、こちらで選定させていただく場合、もしくは関係者（招聘バイヤーや、訪問先店舗等）に選定いただく場合がございます。

■商品／作品のセレクトに関して

海外に持っていく（手持ちまたは発送）関係で、どうしても小さめ・軽めなものや、少なめの数量の選択になる可能性がございます。また、海外市場の特性やニーズを鑑みて、こちらで選択を調整させていただく場合（例：定番商品ではないものを選択する、など）もございます。可能な限り工房のみなさまの「これをぜひ海外の人に届けたい」という想いは尊重するつもりではありますが、予めご了承ください。

■販売方法について

全体の数量や、商品ジャンルの分布などを鑑みて、委託または買取どちらかでの取り扱いをご提案させていただければと思います。可能な限りご希望にそえればとは思っておりますので、ご希望がありましたらお知らせください。

■写真について

本事業において、商品写真や工房のお写真など、使用させていただくことが可能な写真がありましたら、ご提供いただければと思います。

■主なターゲット

今回のターゲット市場は、欧州を主軸としつつ、並行してアジア市場での展開を目指しています。

■取材について

鳥取の工芸品は全般的に質が高く、ストーリーがあるので、可能な範囲にはなりますが、取材や写真撮影を行って、工芸品を掲載したいと思っています。

■職人・工芸関係事業者海外派遣につきまして

今年度は、主に職人や工芸関係事業者のヨーロッパ（フィンランド／パリ）およびアジア（台湾／シンガポール）への派遣を検討しており、現地での店舗販売、実演、営業訪問、ワークショップなどの活動に参加いただく予定です。。今はむずかしくとも、今後なんらかのかたちで自主的な海外販路開拓や海外からの問い合わせ対応などを行っていきたい、という意向のある方や、海外市場を実際にみた知見や経験を、幅広く鳥取県に還元できる方、といった要素を中心に検討していきたいと思っています。

Q1：発注をうけてから納品まで時間がかかるが出品可能か？

A1：もちろんすぐ納品される商品とくらべて注文が入りにくい、という可能性は考えられますが、こちらとしては問題ありません。

Q2：販売できる数量・ロットが1～2個でも参加可能か？

A2：こちらとしては問題ありません。

Q3：商品説明などは日本語しかないが、出品可能か？

A3：出品いただくことになった場合には、こちらで英語に翻訳いたします。

Q4：海外でも日本とおなじ上代で販売するのか？

Q4：原則として、日本の上代よりも高い価格での販売を想定しています。目安は卸値の2倍ほどです。
(欧州の小売店は一般的に3倍前後)