



「日本の工芸を、世界へ、そして未来へ」 中川政七商店、ロゴデザインをリニューアルし 初の海外出店を計画

1716年創業の奈良の老舗・株式会社中川政七商店（所在地：奈良県奈良市、代表取締役社長 千石あや）は、日本の工芸を世界へ、そして未来へ繋いでいく一歩を踏み出すため、2025年より、当社のロゴデザインをリニューアルいたします。また2030年までに初の海外旗艦店をオープン予定。日本の工芸を世界中の暮らしの中へ届ける第一歩を踏み出します。



中川政七商店は「日本の工芸を元気にする!」というビジョンのもと、日本の工芸に根差した暮らしの道具を作り、日本の市場を中心にお届けしてきました。2002年より直営店出店を加速し、工芸業界初のSPA業態を確立。2009年には自社の経営再生経験を活かした工芸メーカーへのコンサルティングも開始し、生活雑貨事業の売上高は22年間で約20倍へと成長し続けています。また、当社が2024年4月に行った調査では、全国20～69歳男女のうち31.5%が「工芸や日本のものづくりに興味がある」と回答するなど、日々の生活に工芸が溶け込むライフスタイルの広がりも見られています。

この新たな時代を迎え中川政七商店は、「日本の工芸を世界へ」広げていく挑戦を始めます。より多くの人々にとって身近な存在となり、日本の工芸を次のステージへ導くべく、このたびロゴデザインをリニューアルし、新たな一歩を踏み出します。また2018年より台湾、北京、上海、ソウルなどのアジア圏を中心にPOPUP STOREを展開してきたグローバル展開を一層加速し、2030年までに初の海外旗艦店オープンを目指します。



新ロゴデザインについて

ロゴのデザインは、クリエイティブディレクター水野学氏(good design company) が担当。現行ロゴが誕生した2008年以來、約17年ぶりの一新となります。グローバル市場での可読性を意識し、新ロゴにはアルファベットのブランド名や創業を示す「SINCE 1716 NARA JAPAN」が描かれ、「日本」「工芸」の文字も加わりました。このデザインには、これまで以上に覚悟を持ち、改めて「日本の工芸を元気にする!」というビジョンを背負っていく意思を込めています。

good design company 水野学氏からのコメント

江戸時代から続く老舗「中川政七商店」に相応しいマークは何かと、様々な文献を読み漁り、試行錯誤を繰り返し、制作したマーク。
あれから約17年。
成長し続ける中川政七商店と、日本の工芸を元気にするというその志、そして300年以上も真摯に商いを続けてきた先人の皆様の偉業に敬意を表しながら、日本の工芸とともに世界へと進出し続ける中川政七商店に相応しいマークを再編集しデザインを完成させました。

水野学

中川政七商店の海外展開について



2018年より、当社はアジア圏を中心に海外展開を積極的に推進しています。現地小売店での卸販売やECモールへの出店を進める中、2019年には台湾政府機関との協働による初の海外コンサルティングと、大型イベント「大日本市台湾博覧会」を開催しました。コンサルティングプロジェクトでは、台湾の陶磁器産地・鶯歌(イングー)にある陶磁器メーカー「佳鼎(ジャーディン)」と約1年半にわたり協働し、経営方針の見直しやブランディングを実施。その成果として、2020年に食卓ブランド「KOGA - 許家陶器品」が誕生しました。ブランドの台湾現地での発表後、クラウドファンディングでは目標売上の約10倍を達成し、大きな注目を集めました。さらに、2021年には日本国内でも販売を開始し、国際的な広がりを見せています。

また近年は、台北・上海・北京・ソウルなどアジア主要都市へとエリアを拡大し、現地のSNSやPOPUPイベントを通じて販路を開拓しています。特に中国発のSNS「小紅書(RED)」では、フォロワー数が16,000人を超え、「ドラッグストア・バラエティストア・免税店」部門のフォロワー数で日本企業として第8位にランクイン[※]。2023年からは積極的にPOPUPイベントを開き、23年11月に台北、23年12月には上海と北京、そして24年11月にはソウルで開催。ソウルのPOPUPでは「土鍋」や「茶碗」などの食卓アイテムが人気を集め、即日完売する商品も多く、大きな反響を得ました。

そして2025年以降は、新たなロゴを掲げ、初の海外直営店展開を視野に入れながら、一層の拡大を目指します。これまで培ってきた経験を活かし、日本の工芸を世界へと広げるため、さらなる挑戦を続けていきます。

※アライドアーキテクト株式会社 中国マーケティングラボ調べ「2024年下半年REDアカウントフォロワー数ランキングTOP10」