



アートプリントジャングループは、様々な形でアートのある暮らしを提案しています。

○本社所在地：東京都練馬区

○事業概要：原画・版画・ポスターなどの輸出入・販売、アルミフレーム・木製額面の企画・製作・販売、アート雑貨・インテリア雑貨の企画・販売、ステーションナリー雑貨の企画・販売、アートフラワーの企画・制作・販売

○常時使用する従業員：420名（グループ全体・2025年4月期）

○現在の売上高：57億円（グループ全体・2024年4月期）

○法人番号：8011601000173

○Web：<http://www.apj-i.co.jp/>

企業理念・100億宣言に向けた経営者メッセージ



代表取締役社長
吉田 昌弘

ARTビジネスで『企業化』する！（インテリアARTをもっと身近に…）

売上高100億円は一般的な会社から『企業』と認めれるボーダーラインだと考えます。ARTを身近に感じて頂けるよう絵画だけでなく様々な商品開発に取り組み、インテリアARTメーカーとして『企業化』したい。創業から47年目を迎える今、従来のARTビジネスに加え、日本のARTを海外に発信する取り組みや、子会社エーピージェー工場の製造部門を活かしたSPA業態の確立、さらに作家育成のための新たなスキーム構築にも力を注いでいきたい。オンリーワンのARTビジネスで、しっかりと利益を生み出し、スタッフのみならず、アーティストも含めて賃金や収入アップを実現できる企業を築きたい。

売上高100億円実現の目標と課題

実現目標

2034年の売上高達成に向け、小売部門の全体における売上構成比を現状の27%→30%に上げる。またEC部門に関しても6%→10%を目指す。特に海外での売上創造で少子化の日本国内の商売から脱却が必要。全体的には年間5～6%の売上UPが必要。

課題

- ART小売部門では、絵画の趣味が十人十色で異なるため、売上増加に伴う新規仕入れ（海外含む）の為の資金も必要である。
- EC部門は伸びしろがある。ARTの売上構成比が低い改善が必要。
- 輸出がほぼゼロなので海外販路の構築が必要。
- 売上目標実現・SPA業態確立のためには、子会社エーピージェー工場の現状の生産能力では賅いきれない。設備投資や機械化が必須。
- 消費者ニーズの多様化に合わせた新たな業態開発。

売上高100億円実現に向けた具体的措置

目指す成長手段

- ARTを活用したWell-being分野にも挑戦。某大学によるARTと健康に関するデータの数値化にも協力し、心身の健康領域におけるARTの価値を明確化。ART商品に新たな付加価値を付けて小売・ECでの拡販に繋げる。
- 輸入部門である関連会社ポスターズを通じた海外展開を模索。卸・小売の両面から特に欧米でのART展開を目指す。
- 子会社エーピージェー工場の設備投資を実行。2拠点で1拠点到集約。機械の入れ替えや可能な限りの機械化を推進。
- ART小売×飲食などの新業態を開発し新規出店。

実施体制

- ART×Well-Beingの為のプロジェクトチーム発足。美術館や大学等の関係機関との連携模索。
- エーピージェー工場の生産数UPの為の拠点集約、機械設備、効率化の為のプロジェクトチーム発足。
- 5年後10年後を見据えた、ART小売部門の新たな業態開発プロジェクトチーム発足。常に売場にスタッフを抱えている事を逆に武器にして、売れない日もあるART商品とは違いデイリーで売上が取れて、尚且つARTとの親和性の高い商品やサービスとの連携。ART×CAFÉやART×クリニックなど。
- 海外展開に向け、現地法人設立や協業を検討。

売上高100億円実現目標とグループ体制



アートプリントジャパングループは卸売り・絵画・画材小売り（店舗運営）・EC販売・ステーションナリーや雑貨の企画開発デザインを主にする販売部門の株式会社アートプリントジャパンと、額縁・パネル（掲示用品）・絵画印刷・物流業務委託を主とする製造部門である株式会社エーピージェー工房、生花を加工してインテリア雑貨を制作する株式会社スーパードライ（現在休眠中）の3社で成り立っています。

1979年に現会長が、住空間を豊かに彩るインテリアアートを大衆に向けて発信するというコンセプトで設立されました。当時は海外からポスターを輸入してシート状態で販売していました。しかし当然ながらフレームに入れて飾りたいという需要が増えて、製造部門を立ち上げてフレームの生産を始めました。アートといっても十人十色の趣味趣向があり、皆様に気に入ってもらうには様々な作家やサイズを取りそろえる必要があり、在庫リスクが高く商売としては成り立ちにくかったです。かつては同業者もありましたが、在庫の問題で継続が困難になっていったようです。

このような一見リスクがありそうなアートビジネスですが、現在はオンデマンド印刷やSNSでの告知や宣伝、アーティストがどうしてこの作品を書いたのかの背景など、モノとコトの情報発信を上手くやって、作品の共感者を増やしていきます。また画廊と一番の違いは、原画販売をメインとしていない事です。もちろん原画も扱いますが1点物の為に共感者が複数いても1人にしか購入いただけません。しかしながら我々は限定枚数の高彩度印刷の複製画を契約・制作して、エディションと作家直筆サインを入れて付加価値を上げて、原画の価値を決して超えない価格設定をする事で、作品の市場の価値を保っています。このような取り組みで、作り手さんには原画購入費用や複製画の版權料収入、作品の額装や販売は当社で行い消費者に届けて住空間を彩って頂くという好循環を作ります。

一人でも多くの方にアートが身近なものだと感じてもらうために努力して、その結果が100億という数字によって表現されるのだと思います。

今後の少子化も視野に日本のアートを海外に発信する事も始めなければならないと思っています。

実現目標

- ・ 売上高100億円実現のため、年間5～6%の売上成長を目指す。
- ・ 特に、ART小売、EC部門、海外部門を伸ばす。

