

令和6年度京都市伝統産業活性化推進審議会 摘録

1 日時

令和7年2月3日（月）午前10時～正午

2 場所

京都市役所正庁の間

3 出席者（五十音順、敬称略）

会長 若林 靖永 佛教大学社会学部公共政策学科 教授
副会長 大野木 啓人 京都芸術大学 教授
副会長 米原 有二 京都精華大学 伝統産業イノベーションセンター長
今井 珠加 株式会社ビジネスガイド社 大阪支社支社長
小林 啓治 京都府立大学農学食科学部 教授
小山 汀奈 Pieces of Japan 株式会社 代表取締役 CEO
溝部 千花 市民委員
竹口 尚樹 京都信用金庫 常務理事
田中 雅一 京都伝統工芸協議会 会長、京都府仏具協同組合 理事長、
（公財）京都伝統産業交流センター 理事長
永田 宙郷 ててて協働組合 共同代表
永山 富男 地方独立行政法人京都市産業技術研究所 知恵産業融合センター長
畠 利和 京の伝統産業春秋会 会長
室井 麻依子 京の伝統産業わかば会 会長
※欠席：北川 淑恵 株式会社季縁 代表取締役
LIN SELINA 市民委員
平方 久美子 バンヤンツリー東山京都 宿泊部 元チーフコンシェルジュ

4 内容

- ・京都市（後藤伝統産業振興担当部長）挨拶
- ・若林会長挨拶
- ・事務局から審議会資料に基づき説明

(1) 京都市の取組について

<事務局>

資料に基づき説明

<若林会長>

まず、これまでの京都市の取組等の説明に対し、御意見・御質問があればお伺いしたい。

<溝部委員>

出荷額の増加が最大の目標とあるが、最近は色々な販売や輸出の方法がある中で、出荷額はどのように算定されているのか。

<事務局>

毎年、74品目の業界に対して実施しているアンケート調査等を基に算出している。

<若林会長>

組合に加入していない事業者もいるため、必ずしも正確ではないが、増減の変化は業界の状況を一定反映している。

(2) 今後に向けて

<若林会長>

伝統産業の現状と課題、そして未来についてご意見をお願いしたい。

<田中委員>

コロナ禍が明けても業界は委縮しており、事業者の廃業が増えている。原因は高齢化や後継者不足、インボイス、働き方改革などである。このような状況では、新しい人を雇うことはできず、廃業に追い込まれてしまう。組合自体の存続も危うい状況である。廃業せず、事業を残していくためにはどうしていけばいいか、ご意見をいただきたい。

また、京都伝統産業交流センターで伝統産業品の制作体験を実施しているが、そこから購買につなげるのが難しい。和活などで伝統産業品を知ってもらうことはできるが、そこからも購買につながらない。その辺りのご意見もいただきたい。

<今井委員>

京都市伝統産業未来構築事業の審査をしているが、どのような課題があつて、海外への販路開拓であれば、海外の方からどのような意見があつて、どれくらいの商談が成立したのかという情報は把握していない。そこにヒントがあるのではないかと考えている。

東京のギフトショーにおいて、海外のバイヤーを招くプログラムがある。海外のバイヤーが興味を持つのは、日本の伝統的な商品が圧倒的に多く、同程度で文房具やサステ

ナブルな商品である。例を挙げると、燕三条のステンレス製のシンプルな急須、浮世絵のパッケージのコーヒー、バイオマスプラスチックの子供用の食器やタンブラーなどのニーズが高かった。

未来構築事業の中でも漆と再生紙のプロジェクトがあるが、このような日本的な伝統技術とサステナブルの要素を掛け合わせた商品をうまく打ち出せば、少し値段が高くても海外では購入につながると思う。補助金を活用した後、いかにその事業を続けていくかという取組が重要である。

<小林委員>

西陣と関係の深い丹後ちりめんの歴史を研究していた時、大学院生をよく京丹後市に連れて行った。何度か連れて行くうちに、大学院生がすごく丹後ちりめんに興味を持ち、ある時から突然、私服として和服を着るようになった。それが格好よく、大学内で目立つため、影響を受ける学生や先生が出てきた。和服は、どうしても冬に足元が寒くなるのが難点。その学生は革靴やブーツを履き、和服と合わせていたが、違和感がなかった。

別の大学院生は、丹後ちりめんの歴史の研究成果を発表する際に、上が革ジャンで、下は和服にブーツだったが、その恰好がとても人気だった。

衣服は伝統的なものとそうでないものとで完全に分断されているが、今の生活の中に伝統的なものを取り込めるように工夫をしないと、古いものはそのままでは通用しない。現代の生活の中にどれだけ伝統的なものを活かすかが非常に大事である。

<小山委員>

海外と工芸を繋げるという面で考えると、資料14ページのような現代のライフスタイルに合ったものが増えてきて嬉しい。ただ、企画が増える一方で、販売までできているのかが心配である。今後、ただ物を作るのではなく、どのように売るかにフォーカスした方がいい。

企業が新しい商品を開発する度に新しいブランドを立ち上げるが、あまりよくないと考えている。グラフィックデザインやウェブサイト制作にお金がかかり、元からある伝統産業の会社の間にこのブランドを挟むと、どのような会社がこのブランドをやっているのか分かりにくくなる。元からある伝統産業の会社の名前や、会社のストーリーでこのようなコレクションを作りましたという考え方へ変えていくことによって、どういう企業がなぜそれを作っているのかが伝えやすくなる。

<溝部委員>

ここ1～2年、京都の染織物に特化した新たな取組をしている中で30代の職人に出会うことが増えた。中には、一から工房を作った職人もいて、若い世代のパワーを感じ

じた。しかし、古く長く続く友禅の工房が人知れず廃業したりしており、廃業せずにどのように存続していくかは、ビジネスとして考えないといけない。

コロナ前までは友禅の体験を格安の500円でできる工房も多かったが、コロナ後は本当に学びたい方が体験をする機会や、工房ツアーや、ターゲットが絞られてきている点がいい。

京都市の取組や他の委員の話を聞く中で、私自身知らないことが多かったので、これらを知らずに諦めようとしている職人たちにとって支えになるものだと思った。有識者と直接話ができる機会であったり、横と横が繋がったり、京都以外の自治体、例えば福井や福岡などと、取組や課題の情報共有をしてもいいのではないか。

<竹口委員>

金融機関として様々な事業者から話を聞くが、廃業したくてするわけではなく、後継者不足や、事業として成立しないなど、特に小規模事業者から事業をやめようという相談を受ける。後継ぎがないという相談を受けた時に、どう対応していくのか悩むことが多い。もう一度、自分たちが行っている事業について、伝統産業であればその方の技術やその方にしかできないものは何なのか、どんな価値につながっていくのかなどを考えていく必要がある。

時として、伝統産業に携わる方はいいものを作ることにこだわりが強すぎて、実際販売となるとアイデアや場所、工夫がなかつたりする場合がある。そういった場合の様々なアドバイスを我々ができるかと試行錯誤している。

京都市が開発を進めている京都駅東側エリアは、これから文化やアートについて魅力のあるエリアになっていくはずである。今年の秋に東側エリアでチームラボの施設もオープンするが、我々も同じエリアに場所を借りて、京都の商品を展示販売する場を作る予定である。

<永田委員>

今後、重要なキーワードとして、衣食住が変わり、三分割のビジネスモデルも終わると感じている。

服はユニクロ以降、着飾るものではなく、生活のパーツになったことで、装飾性の高い着物がファッションとして生き残れなくなったと感じる。食は非常に可能性が上がっている。住は人口減少で、建設業界の売上げが減っている。

では、どんな「じゅう」が始まったかというとウェルネス、充実の「じゅう」である。「い」は医療の「い」。高齢化も含め、これから自分の健康をどのように考えていくのかという風な、新しい「いしょくじゅう」が始まっている大きなトレンドの中で、伝統工芸がどのようなビジネスを立ち上げるか、伝統工芸をどう位置付けるかが重要である。

売り方に関して、高級という言葉には、高額と贅沢の2つの意味があるのに、何故か高額の方に振り切る方が多い。買い手は贅沢を求めているのに、ただ値段が上がってサービスや品質などの裏付けがないものが増えてきている。京都における体験の贅沢さとは何かを考えた方がいい。例えば、プロの職人が横に付いて体験することができたら、京都での体験価値も上がる。

<永山委員>

伝統産業事業者とそれ以外の事業者のマッチングや、技術支援をしている企業との交流、連携を行い、そこでイノベーションが起きるようにしている。若手の方々に幅広い分野で意見交換をしていただき、若手の意見を取り入れている。

若手の方と一緒にイベントをすると、リーダーシップを発揮されるのは伝統産業の三代目、四代目の方々が多い。他の事業者の若手との話が盛り上がり、現場の意見や課題がどんどん出てくる。それを解決していくためにはどうしていくかというコミュニティになっている。「京都市産業技術研究所ユーザーズコミュニティ」を今年から立ち上げたところである。

<畠委員>

毎回言われていることだが、後継者問題はすぐには解決できない。次の若い世代をどのように育てていくかという課題が山積している。

出荷額と従事者数が年々減少していると、事務局から説明があったが、これをネガティブに捉えても仕方はない。現状を平行又は少しでも上向いていくように知恵を絞るべきである。

運営しているお香の会社で、リスンというブランドを社内ですべてを構築して立ち上げた。国内市場だけでは大変厳しい状況が続いているので、アメリカ、フランス、ベトナムに拠点を設け、海外に向けた商品開発を積極的に行っていている。例えば、西陣織のネクタイを利用した匂い香はとても評判が良い。今まで大きなサイズで販売していたが、ダウンサイジングすることで、買い求めやすいように取り組んでいる。

烏丸二条に薰習館という無料でお香や香り文化を楽しんでいただける施設を作った。1日で400～500人が来館している。施設でお香を知っていたおかけが、前年比で売上げが少し上向いている。今後もこのような取組を大切にしていきたい。

<室井委員>

府市トップミーティングで、若手の意見を聞きたいと言つていただけるのはとてもありがたい。京の伝統産業わかば会は若手の会であるが、二代目三代目など若手でありながらも中堅の世代が増えてきている。わかば会の中では意見交換ができるが、外部との意見交換やつながりの場がないので、そのような場があるといい。

若手の職人を育てるに当たって、親方世代が高齢化しているので、学びたい若手がいてもなかなか技術継承ができない。産業技術研究所に伝統産業技術後継者育成研修があるが、西陣織や京友禅、漆などの大きい産地以外の技術を学べる場がない。瓦の職人のように1人しか技術を持っていない所の技術を学べる場があればいい。

例えば、京七宝を学びたい若手がいた場合、会社に入るしかない。しかし、会社も一から教えられるほどの若手を受け入れられる力がない。最近はセンスや想いが強いアーティスト志向の若手が多く、土台の基礎力がない状態がある。大事な仕事を任せようと思っても、地力がないと任せられない。基礎力をつけるための時間やコストを会社が割くのは難しい。同じような意見がわかば会でも出ている。府市トップミーティングでもOJTに対する支援が良かったという意見があったので、そのような支援があるといい。

<米原副会長>

京都市の取組は全方向に目配せができている。裏を返せば、なかなか一つ一つの細かなところまでは入り込みにくい状況ではある。後継者育成事業に関わっている中で、若手職人との面談を行っているが、求人情報になかなかたどり着けなかったという意見が印象深い。特に京都府外の学生からそのような意見を多く聞いた。新しく京都で伝統産業の職につきたい要望を強く持っていても、実態として縁故以外の就職が難しい現状がある。求人を出しにくいという課題はあると思うが、若い人が安心して職について、入った後の経済的事情もしっかりとフォローするような基本的な整備が必要である。

若い職人の活動が今後の伝統産業の匠の育成につながっていくと感じている。

<大野木副会長>

毎年課題を出し、行政と組合それがきめ細かく工夫しているにもかかわらず、出荷額と従業員数の減少を食い止められていない。単純に需要と供給のバランスが取れていないことに落ち着く。

京都には世界の中で持っている役割がある。京都学などで様々な方と話すと、京都は普通ではないということを感じる。ただ良い物を作り販売することではなく、物の中に文化性がある。あらゆる文化を取り入れながら自分の仕事をしている。これは日本の文化を持ったものづくりをしているということである。世の中は物から事柄に対する価値観が芽生えてきている。この価値観の変化に対して一つのチャンスと捉えて応えるべき。

京都で作られた物はただ単にビジネスとするのではなく、そこには文化を抱えながら意味を持って作っているということをどのように伝えていくかが京都のものづくりの使命である。その戦略をきちんと見える形で取れば恐れることなく十分にやっていける。しっかりした意識づけを持ちながら次の時代の戦略をたてて臨んでいけばいい。