

令和3年度第1回京都市伝統産業活性化推進審議会 摘録

1 日時

令和3年8月30日（月）午前10時～正午

2 場所

京都市役所分庁舎地下1階 産業観光局大会議室

3 形式

オンライン会議

4 出席者

(1) 出席委員（敬称略，五十音順）

会長 若林 靖永 京都大学経営管理大学院 教授

副会長 大野木 啓人 京都芸術大学 常務理事 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

各務 亮 (株)電通 京都支社プロデューサー

THE KYOTO Creative Director

金谷 勉 (有)セメントプロデュースデザイン 代表取締役

雁瀬 博 京の伝統産業春秋会会長

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

田中 優衣 市民委員

デービッド アトキンソン

小西美術工藝社 代表取締役社長

平方 久美子 **HOTEL THE MITSUI KYOTO** チーフコンシェルジュ

廣岡 青央 (地独) 京都市産業技術研究所知恵産業融合センター長

牧野 茜 市民委員

松井 元子 京都府立大学大学院教授

森 愛鐘 京の伝統産業わかば会顧問

矢島 里佳 (株)和える 代表取締役

(2) 欠席委員（敬称略，五十音順）

出口 由美 (株)ハースト婦人画報社 **HEARST made General Manager**

5 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の後半5年間の取組について

<大野木啓人副会長>

・社会情勢の変化の中で，伝統産業業界において，材料，道具，技術の質と量が以前よりも低下している点を大きな問題として取り上げるべきである。

・コミュニケーションの形が変化している中で，使い手とつくり手の間をつなげる伝統産業

製品を介したコミュニケーションのあり方について、また、社会の中で伝統産業製品がどのような役割を果たしているのかという点を今後5年間で再確認をしていくことが必要である。

<各務亮委員>

・中長期的に実施すべきこととして、伝統産業に関する関係人口を増加させることであると考え。現状は30代、40代の関心が高い層と繋がりがきれていない。市場の規模が縮小していく中で、質の高い使い手をつなげコミュニティ化して行くことが重要である。例えば、「京都観光おもてなし大使」のようなイメージで、使い手を主役にしていく施策ができれば、伝統産業の関係人口を効果的に増やすことができるのではないかと。

・短期的には、現在はコロナ禍で緊急事態といえる環境下なので、この1年間は意欲ある事業者がしっかりと生き残れる施策に集中するフェーズであると考え。

<金谷勉委員>

・10%の事業者がコロナ禍でも売り上げを伸ばしているというのはすばらしい。売り上げを伸ばしている事業者はこれまで同業者で誰もトライされていなかったことに果敢に挑戦でいらっしゃる方が含まれているように思う。

・他業種との商品開発（カフェのマグカップ製作）を通じて、審議会委員の方々が当たり前知っている工芸品でも、知られていない物が多いと気付いた。

・産学連携で工芸についてリサーチした際、大学生が「欲しい物が一つもない」と言っていた。これは、20代に響く商品が未だ作れていないということである。

・「働き方」について、伝統産業の事業所の雇用形態がどのようになっているのか。私の知る限り一般企業の雇用スタイルを取れていないケースが多い。就労支援は大切だが、雇用する側の情報を各工芸の産地と協力して資産にすること、その資産を活用するプログラムがなければ従事者を増やすことはできないと考える。

<雁瀬博委員>

・京都市伝統産業づくり手支援事業補助金は、有意義な事業であったと思う。作り手のみならず、材料を供給する事業者にも効果が波及する支援策であった。今後も必要であると思う。

・私が会長を務める春秋会では伝統産業の展覧会を毎年開催している。その催しの一つとして市内の大学、高校の茶道部の学生に御参加いただきお茶席を運営している。学生に参加していただくことで、学校関係者、友人や保護者の来場にもつながり、伝統産業との間に新しい接点を持つことができた。

・京都市の財政が厳しさを増す中、事業者が知恵や力を出し合うべき時である。異業種の方々と提携やコラボレーションを推進していくべきであると考え。

<田中雅一委員>

- ・私は京都府仏具協同組合の理事長をしている。この業界ではコロナ禍に関係なく組合員が廃業される方も増えている。
- ・京都文化博物館で開催した京都伝統工芸協議会の展示会では多くの来場があった。イベントは人が集まる場所で、伝統産業を見ていただけるような仕組みもっと出来たらがよいと思う。
- ・京都伝統産業ミュージアムがリニューアルされたが、伝統工芸の体験できる場所として十分とは言えない。
- ・私は、京都の文化、食、伝統工芸が集まり、体験できるテーマパークのような場所が出来るといいと考えている。
- ・伝統産業製品は消費者から美術的な価値があるという見方をされることがあるが、決してそういった物だけではないと思う。美術的な側面だけではなく、日用品として、生活に取り入れられる物であると消費者に伝える施策が必要であると考えている。

<田中優衣委員>

- ・私は大学卒業後に、伝統産業に関わる会社への就職が決まった。
- ・ふるさと納税返礼品のビニール和傘などの伝統産業の新商品を作る大学のプロジェクトに参加したことがあり、産学連携プロジェクトに興味を持っている。
- ・そのプロジェクトでの経験から、お金はないものの、時間とアイデアを持っている大学生とのコラボレーションは企業にとってもメリットがあるのではないかと考えている。
- ・現在、社会経済においては、単にものを作るだけではなく、課題を発見し、解決するためのものづくりが求められている。
- ・京都市において、全国の企業、大学がマネしたいと思うプロジェクトができるといいと思う。

<デービッド アトキンソン委員>

- ・国内の人口が減少する中、今ある企業及び従業員の数が継続的に減っていくことは仕方がないことだと思う。
- ・現実的に、どれだけ減ると産業としての限界で、問題があるのかということを考える必要がある。
- ・伝統産業においては補修や修理の需要が高まる一方、新規の需要がどのように減少するかを予想することが必須となる。
- ・潜在需要があるという前提に立つのではなく、今後、潜在需要がどのくらい、どこにあるのかを分析する価値が最も高いと考える。

<平方久美子委員>

・ラグジュアリーブランドと言う時に、なぜ海外ブランドばかりに繋がるのかという疑問を持っている。京都にしかない大きなブランドができると、まち全体が潤うきっかけになると思う。

・私は審議会の後継者育成部会を担当しているが、昨年の受給者のうち、何名かは辞退していると聞いた。理由は事業所の廃業によるとのことであった。一人一人の熱い思いを面接で聞いていたので、廃業を理由に辞退に至っていることに危機感を持っている。

・若手職人からは、道具や書籍の購入費、美術館等への入場料への資金援助が求められている。京都市の財政が厳しい中で、お金を直接支出せず、入場料だけでも免除するといったことだけでも、できる支援であると考えている。

<廣岡青央委員>

・材料、素材がない並びに部品、道具が調達しにくい、ということは、私が所属する産業技術研究所で対応しており、産学連携により新商品開発も行っている。

・今後、伝統産業のファンを作っていくことが大切であると思う。インフルエンサーでなく、アンバサダーのような人を増やしていくために、産業技術研究所でも取組を進めたい。

<牧野茜委員>

・きものは、ここぞという時に着る人が多い中、コロナ禍で着る機会を失っている。

・きものの着つけを学ぶ人が増えてはいるが、着る機会はほとんどないままである。

・今は、逆に冠婚葬祭、七五三、入学式などの機会を尊ぶことがコロナ禍以前に比べ高くなっていると思う。家族のためにお金と時間をかけ、大切な思い出にしようという人が増えていくように感じる。ストーリーを作って、伝統産業製品を日常で使うことの大切さを訴えていくべきである。

<松井元子委員>

・今後5年間を考えると、今は買い物をネットで済ますことも多いので、ICTの活用が不可欠になってくる。

・ICTの活用という点から京都に来なくても京都を体験できるような工夫ができる、バーチャル京都館の活用も一つである。

・伝統産業事業者でインターネットを使用することが難しい方がいるのであれば、そこを支援していくべきである。

・例えば、着物を着る機会を失くしているのであれば、ズームでのパーティーを開くといった仕組みを構築してはどうか。

<森愛鐘委員>

- ・コロナ禍で多くの事業者の業績が低迷している中、京都の伝統産業に携わる若手職人も同じく仕事が減っている厳しい状態である。
- ・伝統産業を活性化する為には、生産者として常に新しい商品を考え、その商品を積極的にアピールしていくことは必要なことであると考えている。しかし、コロナ禍となり、消費者や他の生産者とコミュニケーションをとることが制限されており、思うように仕事ができずモチベーションを保つことが難しくなっている。
- ・モチベーションを保つためにも、コロナ禍が去り、需要が回復するまでの間は若手職人の会である「わかば会」でできることを実施したいと考えている。引き続き、行政からの支援をお願いしたい。

<矢島里佳委員>

- ・関東経済産業局と合同で伝統産業事業者向けのヒアリング調査を実施している。2月または3月にレポートとしてまとめ、広く発信していく予定である。
- ・今回の調査では、伝統産業業界でも割合が多い中小規模の事業者を対象とし、「自分たちにも真似できるかもしれない。」という希望にもつながるような事例をまとめたいと考えている。
- ・2020年にオンラインサロンを立ち上げた。サロン会員向けの職人のオンライン工房訪問イベントでは、より深く興味を持ち、購入される会員がいた。オンラインサロンを通じて、作り手と使い手、使い手同士のコミュニケーションが生まれ、伝統産業製品を暮らしの中に取り入れていくことが連鎖的に起こっていると感じている。
- ・伝統産業製品を購入する際に、暮らしの変化がイメージできるようなトークイベントや、対話の機会を設けることにより、購入意欲が育まれると感じる。そのようなイベントの実施や仕組みなども検討しては、いかがだろうか。
- ・小規模事業者のM&Aを専門に行う企業と協業を進めている。後継者にお金が払えないから廃業するのではなく、事業の承継者側が買い取る、お金を払ってもらう方法により事業を繋いでいくことが、伝統産業業界にとって有益ではないかと考えている。
- ・小規模事業者のM&Aでは、ただマッチングさせるだけではなく、リブランディングという手法で購入した経営者を支えていくプログラムも含めて、事業継続できるプランをセットで提供している。
- ・職人は退職金のようなものがないことが多いので、ただ廃業してしまうよりも、数百万円という金額で買い取ってもらい退職金代わりになり、かつ、伝統が次世代につながる意義は大きいと思う。

<米原有二副会長>

- ・京都市は他市町村に比べ、伝統産業事業者が多いことから、伝統産業に関する事業活動の

いい事例が多く生まれ、業界内で共有されていくことが財産の一つであると考えます。

- ・補助金を活用して、新商品開発や販路開拓に取り組んだ事業者が数年後にどのようなようになったのかを追跡し、成功事例、失敗事例を業界全体に共有することが必要であるし、どうなったのかを知りたい。

- ・アンケートによると事業者の取引先の20%は一般消費者であり、以前に比べBtoCが進んでいると思う。ただ、45%の事業者の取引先は問屋である。流通の改善に向けて、職人へのアプローチだけでなく、問屋への支援も着手していくべきである。

- ・伝統産業のプロデューサーについて、大都市圏から短期的に招聘していたコンサルティングなどの方で、京都に腰を落ち着けてお付き合いいただける方、さらにはプロデュースなどに対してリスクを共にすることができる方を育成し、サポートしていく仕組みを今後審議会の場で議論したい。

- ・京都の伝統産業の特徴として、中間工程が多いということが挙げられる。新規事業、新商品開発などを進める上では、最終商品の製作者だけではなく、中間工程の事業者へのアプローチが必要であり、分けて考える必要がある。

- ・サステイナブルについて、消費者に対して、作り手側から伝え切れてない部分が多いと考える。商品がサステイナブルである点を伝えていくべきである。

<若林靖永会長>

- ・各委員からの意見をうけ、第2回の審議会に向けて、計画の後半5年間に何を実施していくかというたたき台をまとめたい。