

令和元年度京都市伝統産業活性化審議会 摘録

日 時：令和2年3月3日（火）午後2時～午後3時30分

場 所：京都市勸業館みやこめっせ第2・3会議室

出席者：13名（五十音順，敬称略）

安藤 信幸 京都市産業技術研究所知恵産業融合センター長

<副会長>大野木 啓人 京都造形芸術大学教授

各務 亮 (株)電通 京都支社 プロデューサー

川添 智未 市民委員

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

デービッド アトキンソン (株)小西美術工藝社 代表取締役社長

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会長

矢島 里佳 (株)和える 代表取締役

<副会長>山本 建太郎 京都工芸繊維大学名誉教授

米原 有二 工芸ジャーナリスト，

京都精華大学伝統産業イノベーションセンター長

<会 長>若林 靖永 京都大学経営管理大学院附属経営研究センター長，
京都大学経営管理研究部教授・経済学研究科教授

欠席者：2名（五十音順，敬称略）

金谷 勉 (有)セメントプロデュースデザイン 代表取締役

出口 由美 (株)ハースト婦人画報社 ラグジュアリーメディアグループ
デジタルコンテンツ部 編集長

水木 ユキ 市民委員

1 審議会委員の新任者紹介

森 愛鐘委員・・・京の伝統産業わかば会会長

2 「金網細工」から「京金網」への名称変更について

<事務局>

ある金網細工の事業者から京金網への名称変更について要望書が提出された。本市では金網細工として認定している店舗が3店舗あり，他の2店舗に対して意見を求めたところ，変更に対する異議はなかった。

本市としては，次の点により変更したいと考えている。

(1) 京都で製造される金網の特徴は，生活の中で使用する道具であること。その製造技術

は、曲輪、網加工、手編みの3つを柱とし、一つ一つ手作業である。はり金をねじる間隔を調整することによって、様々な型や大きさの網目を出すことであり、明治以来の伝統的な技術・技法である。

(2) 機械加工によって製造される金網とは異なり、また、生活の中で使用する道具類を伝統的な手作業によって、京都で製造される金網は正に「京金網」である。

(3) 「金網細工」のままであると、消費者に対して京都で製造されている金網であることが正確に伝わらない。また、京都の生活文化と結びつき、生活の中で使用されてきた道具類であるという点が認識され難い。

以上によって、「金網細工」から「京金網」へ名称を変更することについて審議いただきたい。

<委員>

「京金網」という呼称は、これまで使用された経緯もあり、「京都」ということを強く打ち出すことで、事業者が積極的に事業をアピールでき、マーケティングプロモーション的な観点から言うと、名称変更が有効であるというケースである。

<委員>

質問だが、「京金網」という名称になると、「京」ということと金網の技能的なものが融合した地域ブランドとしての登録になるのか。

<事務局>

お見込みのとおり。

<委員>

他地域では使用できない名称になるということか。

<委員>

使用できる、できないという点では、団体商標登録が必要であるとする。本件は団体商標登録として団体が届出をして、それが認められるということではない。したがって、他地域での使用を妨げるような法的効力を生じさせるものではない。

<委員>

本件はブランディングという視点では良いものであり、特に不利益を被る人がいないことから、他地域の事業者が使えないブランドにするべきであるとする。その他の京都の伝統産業のうち、「京」という言葉が使用されていないケースもあるため、他の名称もこれを機に見直してみるということをご提案したい。

<委員>

例えば「きせる」は京都だけではなく、日本各地にあるから「京きせる」にしたほうが、京都の事業者にとってのインセンティブになる可能性もある。

それでは、反対意見はなく、事業者にとっては積極的に頑張るいい名称変更ではないかという御意見も出ているため、議案を可決としてまとめたいと思う。また、他の名称について

も、今後さまざまな関係者と議論していただくきっかけになればと思う。

3 技術功労者一般部会と食品部会の統合について

<事務局>

本市の顕彰制度には4つの部門があり、各部門で毎年審議されている。制度発足当初の部門は3つあったが、その後、新たに食品部門ができ、現在に至っている。

しかし、近年は審議する対象人数が減少していることから、部会を統合し、総括的、効率的に審議することが求められているため、技術功労者一般部会と食品部会を統合することについて審議いただきたい。

<委員>

これまで、部会は別であったが、ここ数年は同日に審議している。特に、本件は効率的な進行というシステム的なものではある。意見がなければ、今後、一般部会と食品部会を統合して進めるようにしたいと思う。

(意見なし)

<委員>

それでは統合することとする。

4 第3期京都市伝統産業活性化推進計画に係る進捗状況等について

<事務局>

まず、京都の伝統産業の出荷額について説明する。平成30年度の出荷額は1,628億円であり、この計画の目標である平成27年度の1,716億円を下回っている。特に、染織分野は平成29年度よりマイナス13.2パーセントと大きく減少している。一方で、従事者数は、平成29年度から増加し、19,028人である。出荷額等のアンケート調査の結果は、以上である。

次に、計画の進捗状況について、主な事業を説明する。「伝統産業プロデューサー等の人材の発掘・育成」は今年度の新規事業として、若手職人がコーディネーターの指導の下、インターンシップ生を受け入れるという事業を実施した。京焼・清水焼の工房で4名、西陣織の工房で3名のインターンシップ生を受け入れ、職人とインターンシップ生がコミュニケーションを取りながら、職人が気付いていなかった商品の魅力への気付きを生み、若い人たちの感覚と触れることでモチベーションアップにつなげることができたという結果となった。また、インターンシップ生は、自らの言葉で伝統産業の魅力を発信することで、作り手と使い手をつなぐ人材としての役割を担うことが期待できる結果となった。

次に、「異業種間交流の推進」について、今年度の新規事業として、昨年9月に日本で初めて開催された国際博物館会議（ICOM）京都大会の開催に合わせ、「京都・くらしの文

化×知恵産業展」を開催した。この大会では120の国と地域から過去最多となる4,590名の参加者が博物館会議に参加した。同時期に開催した「京都・くらしの文化×知恵産業展」では、実演、体験ブースを中心に日本文化を支えてきた京都の伝統産業をPRすることができた。

次に、「第37回伝統的工芸品月間国民会議京都大会」について、この事業は、経済産業省が主体となって、国が指定する伝統的工芸品を一堂に集めた展示販売、製作体験を行うイベントであり、令和2年度、11年ぶりに京都で開催される。京都市の伝統産業74品目のうち、国の指定を受けている物は17品目あるが、17品目以外も積極的にPRし出荷額の増加につなげていきたいと考えている。

次に、「京都伝統産業ミュージアムリニューアルオープン」について、3月6日金曜日から内覧会を開始し、3月14日土曜日にリニューアルオープンする。コンセプトは「伝統産業ファンの裾野を広げる」、「伝統産業の売上げ増につなげる」の2つである。ミュージアムでは、年数回の企画展の開催や、アート、漫画、アニメ、食のイベントとのコラボなどを実施していく。この審議会後に館内を御案内させていただく。

<委員>

ただいま説明のあった内容についての質問や御意見はあるか。

<委員>

出荷額について、京都市の出荷額調査の結果と国の生産額を比べると、相当大変な状況だと感じたが、従事者が増えているというのは明るい傾向だと思う。この傾向の原因を考えるに、特に思い当たることはないが、もしかすると最近のメディア等での紹介などが影響したのかもしれない。

また、「伝統産業プロデューサー等の人材の発掘・育成」のインターンシップ生の受入については、効果が出るまでには長い時間を要する取組であると感じた。来年度以降、継続する場合には、発展的な継続ができるよう、相談していただければと思う。今年度の実績がまとまったら詳細を教えてほしい。

<委員>

出荷額については、先ほどの委員のご意見に同じである。

資料にある「京の匠ふれあい事業」について、毎年同じことを実施しているが、市内全学校に行けていないという課題があると思う。事務局いかがか。

<事務局>

小学校から希望を募り、希望のあった学校に職人を派遣している。

<委員>

希望のない学校が、どういった理由で希望していないのか把握しているか。

<事務局>

「京の匠ふれあい事業」を活用せずに伝統産業に関する授業を実施している学校もある。例えば、地域に職人がおり、児童・生徒が直接話を聞くようなこともあると聞いている。

<委員>

伝統産業に触れる機会が全くない学校があるか否かというところにも、こだわるべきだと考える。例えば、学校で、授業として必要ないと判断され、伝統産業に触れる機会を持っていない子どもがいるとするならば、この事業を積極的に取り入れていただくことで、もう一步深い成果となると思う。

また、「わたしたちの伝統産業の製作」について、冊子を配布するまでが事業として終わっているとするならば、学校の方針で配布しない、配布だけはする、配布したうえで授業している、と大きく分けられる可能性もあると考えられるが、この事業の成果指標はどこに置かれているのか。

<事務局>

冊子を配布した学校から、小学校で取り組んだ伝統産業に関する授業に、職員から話を聞きたいと呼ばれるケースもあるため、力を入れて取り組んでいる学校もあると理解している。

また、配布先の学校にアンケート調査を実施しており、前年度に配布した冊子に関するアンケートでは、市内約8割の小学校で活用されていることが分かっている。活用されていない学校では、別の教材を使用している。時間的に余裕がないという回答を得ている。

<委員>

事業として冊子を配布している以上、市内の小学校すべてで活用できるような状況を作るべきである。「京の匠ふれあい事業」「わたしたちの伝統産業の製作」は、周辺の大人たちの感度や理解、また対応によって、差が出てしまいやすい施策だと思うので、子どもによって理解度の差が出ないように、成果指標の取り方、成果の後追い、教育現場での在り方を、可能であれば追求していく必要があると考える。もちろん、何かできることがあればさせていただく。

<委員>

それぞれの先生の事情もあると思うが、それぞれの地域で伝統産業のことが話題になるような地域と、そうでない地域もあり、地域の事情に合わせて重要度を変えるケースもあると聞いている。

ただし、京都市全域で目配りして、評価していくということは重要なことである。

<委員>

京都市の伝統産業は74品目あり、先ほどの名称の議論の中で、名称変更の提案をこちらからしてもいいのではないかという意見もあったが、項目分けも制定されてから時間が経っていると思うので、見直すべき部分があると考えている。

制定時から仕事の内容が変化しており、項目名と実情が合致していない例があるということを知っている。

こういったケースに当てはまる事業者から新たな項目の新設を提案するのは勇気が必要であると思う。伝統産業も時代に合せて変化しているので、それに合わせて項目自体も見直

すようなのがあるといいのではないか。

<委員>

単に関係者が内輪で産業分類あるいは技術分類の名称として使用しているということだけでなく、先ほどの「京金網」がそうであるように、社会的にアピールして認知されて、その分野の技術が生活の中で受け入れられて産業として確立し、持続できるようになっていくための武器にもなり得るということでは、大きくくりになっている項目を幾つかに分割、逆に統合するという事も考えていいと思う。

名称についても、業界の関係者自身が自分たちの未来をどう描くかという中で、名称問題も併せて、議論できたらということもある。この点は、新しい議論として、今後クリエイティブな議論になるかもしれない。また、具体的にここが気になるという点があれば事務局に伝えていただき、また、それぞれの組合関係者との意見交換の際に、意見を聞きながら必要な取組につなげられればと思う。

<委員>

「伝統産業プロデューサー等の人材の発掘・育成」のインターンシップ生の受入についての質問であるが、インターンシップは誰を対象に、どのように募集しているのか。

<事務局>

大学生を対象に、大学コンソーシアムを通じて広く募集している。

<委員>

大学生がインターンシップ生として伝統産業の事業所に受け入れていただき、製造や、販売に携わって、その後、学生たちがどのような役割を果たしていくのか、考えを持つようになるのか、どういったことを期待しているのか。

<事務局>

学生たちが今後、様々な分野に就職していく中で、一つは伝統産業の分野で働くといったことも考えられるし、また、伝統産業の分野と別の分野に就職するけれども、働く中で伝統産業に関りを持つ仕事を作っていくなど、伝統産業の魅力を自分が担う仕事の中で取り入れるようなことを期待している。ただし、1年目の事業であり、今後、その人たちがどうなるのかを追っていくことになる。

<委員>

事業の資料の中で気になる点として、人材等を確保するなど掲げているが、経営者に対しての研修、悩み相談はどのようにしているのかということである。人を雇う、雇わない以前の問題で、今の御時世、伝統産業の分野で、会社をどのように経営していくべきか、ということは最大の課題だと考える。会社を存続させていくための社長に対するアドバイスはできてないと感じるので、そこを考えるべきだと思う。

<委員>

中小企業の経営者への経営相談は商工会議所なり様々なところでされているが、融資と絡んで相談できる場所であるとか、特に伝統産業の経営者、従事者に対する経営指導、経

営相談について事務局より説明願いたい。

<事務局>

現時点では伝統産業に特化した相談窓口というものはない。しかし、商工会議所の窓口で一括した経営相談が受けられるようにはなっている。経営相談では、就職、金融などの一般的な相談が行われている。

<委員>

必ずしも伝統産業の分野にマッチしてない可能性があるから、そこは少し工夫が必要である。

<委員>

商工会議所の経営相談は一般的な話はあっても、伝統産業のような特殊な課題を抱えている分野では、一般の企業に当てはまるものが必ず当てはまるとは限らないと思う。

また、伝統産業業界全体として、従事者数が減っている、供給量が減っているっていうことは、供給側の考え方だけであって、それが正しいか正しくないのかということ判断することはできないので、それに対する政策を打つという結論にはならないと考える。需要側と供給側に関わる特殊な問題を分析する必要があると思うが、その分析がなされていない。

日本の生産年齢人口は約7000万人いた時代から今後4000万人まで減少する時代に移る。そういった日本全体の事情がある中で、従事者どうなったのかということだけでは、京都の伝統産業が衰退しているという結論にならない。

伝統産業全体の問題と、動向を供給側だけで見るべきではなく、需要側はどうなっているのかということも考えなければならないが、そういった分析がないままに経営者に対して、需要がないところで人材を発掘させたとしても無駄な努力になる。需要と供給の両方の分析をすべきだと思う。

<委員>

一般的なアプローチで議論できるところもあるが、日常生活にベースがある製造品は日用品と同じような形で需要の計算はできるが、ラグジュアリー、特別な文化的生活の分野に関わる製品になると、需要があるのか、ないのかという観点から分析し、その分析をベースとして経営者に対する経営相談、経営指導がしっかりしたものになるという御指摘であった。是非、今後の施策につながれと思う。

<委員>

従事者数について、平成30年度は増加し、染織分野以外の工芸分野が増加しているということだが、推測するに、食品関連が増加していると思うが、どこの分野で増加しているのか。

<事務局>

従事者数であるが、工芸分野全体が増加しており、具体的にどこということはない。ただし、京袋物の組合が最近まで存在していなかったが、平成30年度に組合組織を結成されており、今回のアンケート調査を実施したため、増加している。その他、50人、100人

と増加している組合がある。

<委員>

「京都・くらし文化×知恵産業展」について、様々な工芸品の様々な工程が見られる展示会が実施された。I COM京都会議の開会時期にしかできないということであり、その時期が平日ということで来場者が非常に少なく、残念に思った。

京都の伝統産業が一堂に会し、細かな工程まで見られるというのは貴重なイベントであり、内容が充実している面白い企画なので、今後、このようなイベントを実施する際には、入場者数を増やさないと損なうと思う。

<委員>

この事業の経験を活かし、今年の第37回伝統的工芸品月間国民会議全国大会は、関係者の集まりにするというだけではなく、観光客、国内広くに対してPRすべきということになると思う。

<委員>

委員として参画して依頼、出荷額の数字を毎年見て、何とか改善することに貢献できないかと考えている。この審議会を通して皆様の様々なアイデア、知見を聞き、三つ、取組の方向性が必要だと考えている。

一つ目は、体質を改善すること。

二つ目は、他力を使うこと。

三つ目は、世界のパトロンをコミュニティ化すること。

である。

一つ目の体質を改善するというのは、様々な取組をされている中で、特に若手の職人を中心に非常に危機感と意欲を持って取り組んでいる方がおり、その中で、世界の舞台で手ごたえをもって、チャンスを掴んでいる方がいると思う。こういった結果を出している方を引き続き、事業を通して輩出するべきだと思う。

二つ目の他力を使うというのは、外部の資本、外部の力を使って海外展開も含め、推進するべきだということである。事業費が行政の伝統産業振興の予算だけというのも限定的であると考え、外部の予算を上手に使わせていただくという考え方が大事だと思う。「京ものユースコンペティション事業」では、レクサスというスポンサーが京都の地において、全国47都道府県の職人を集めて実施されたことは非常に有意義に感じられた。

今年は京都市京セラ美術館、京都伝統産業ミュージアムがリニューアルされるので、同様に、京都で何かしたいと考えている世界中の方を上手に巻き込んでいくか、したたかに、その方たちの予算を使いながら、伝統産業の魅力を発信していくことを推進すべきであると考え。

三つ目の世界のパトロンをコミュニティ化するというのは、現状、マーケティングを正攻法で進めることが難しい状況であると思う。1,000億円の市場を作るためには、例えば、世界の10万人に対して、毎年100万円をいかに使わせていただくという考え方が現実的

であると思う。その先には、多くの方に楽しんでいただくということが必要だと思うが、今の不都合な現実を少しでも突破するためには、正攻法のマーケティングというよりはコミュニティ化というアプローチが必要であると思う。

私は、工芸、お茶、お花、能、京都の生活文化、これらが対象としているお客様は共通点があるので、そういう方をコミュニティ化する取組を京都新聞と新しく5月に事業として立ち上げる。出荷額の推移をこの数年間拝見し、自分がやるべきことは何か、自分なりに始めたいという思いで実施するので、もし御利用いただけることがあれば、お願いしたい。

<委員>

伝統産業の名称を今一度見直したほうがいいと思う。例えば、「京弓」と「矢」を「京弓矢」とまとめられたりはしないのかなと感じた。それぞれの事業者の方もプライドを持ってお仕事されているので、まとめることへの反発はあるかもしれないが、独自の技術は独自の技術としてカテゴリーとして、形を残して整理できないものかと思う。

また、「伝統産業プロデューサー等の人材の発掘・育成」について、コーディネーターはどのような形で選定しているのか。

<事務局>

これは、プロポーサルの手法により受託業者の募集を行い、事業者を選定している。

<委員>

コーディネーターは何人いるのか。

<事務局>

1社である。この事業は、未来のコーディネーター、プロデューサーを若い方に担っていただくための足掛かりとして、実施している。

<委員>

そちらも重要だが、まず、発掘する、イニシアチブをとるためのプロの人の手がいるのではないかと思う。それをビジネスモデルの見直しと併せて動かしていかないといけないと感じた。人材育成という点においては、ハローワークに行っても、伝統産業関係の求人がないようである。何か関心はあるが、どうやって働いたらいいのかという人のために、パブリックな窓口みたいなものをつくるべきと思う。

<事務局>

興味の部分から入ろうと思った場合、京都伝統産業ミュージアムがリニューアルオープンし、これまで以上に京都の伝統産業を間近で見られ、触れられ、工程が理解でき、製造の背景もわかるようになる。また、職人が実演している場合もあり、直接話が聞けるため、伝統産業への入口とならないか仕掛けを検討している。

<委員>

それで興味を持ち、伝統産業の仕事をしたくとも、求人がないと寂しいので、その辺りの筋道みたいなものを整える必要があと考える。

<委員>

実際に、この技術、この工芸にほれたとなれば、求人なんてあろうがなかろうが、そのお店の門をたたいて、最初は「ただ働きでも」という、昔も今もそういう若者はいる。求人がないから諦めるという段階で、本気なのかということも思う。大学等で関心を持つ人を広げるという議論と、就職できるかという、それぞれ異なる状況と課題はあるかもしれない。状況を見て必要な手だてについて具体化してくると、1つのテーマとなりえるかもしれない。

<委員>

私は染織の仕事をしており、特に京都伝統産業出荷額等の状況の染織分野の従事者数の減り方について、どれだけ信ぴょう性があるのかと、気になった。現場の実感としては、この数字よりも倍近くまで減少しているのではないかと感じる。

また、実際に減っていなかったとしても、これから先、数年先にどうなっていくかということと考えたら、さらに厳しい数字になるのではないだろうか。今も団塊の世代の方々がこれから現場を離れる状況にあり、70歳を超えて、これから先も数字的には右肩下がりになるのが顕著に出てくるのではないかと思うので、その点に留意したアンケート調査の検討が必要ではないか。

さらに、伝統産業の後継者の育成・養成という取組について、いろんな努力されている。大いに結構なことで、数字的にもこれだけの動員数がありましたとされている。これはまた非常に結構なことだと思う。私ども春秋会という会で展覧会を実施している。数年前からお茶席を設けて、お客さんにお茶を楽しんでもらおうというようなことをやった際に、今までは、その道の方々にやってもらっていたが、ある時から高校生の茶道部にお願いした。そうすると、展覧会に親御さん、学校の先生、同級生、友達が来場し、職人と様々なお話をされることとなった。こういったことが、後継者の育成には実際いいのではないかと強く感じた。こういった成功例を記録しながら、次の人をどうやって巻き込んでいくかを、智慧を出し合いながら実施していくべきと感じた。

<委員>

この業界アンケート調査の従事者数は廃業という形では消えるが、実際は活動してなくとも含められる可能性があるので、線引きが難しいが、この数字の従事者が活躍されているとは見ないほうがいいということと理解した。第3期の計画を策定する際に、この従事者数については、団塊の世代が後期高齢者になる中で、従事者数が大幅に減少することが見込まれるとしていたので、引き続き注視したい。

<委員>

私が最近一番気しているのは、東京都の経済産業省指定伝統的工芸品の産地数が京都府の17品目を抜いて18品目になったことである。今後、東京都はそういった業種の産地数が時とともに増えてくると考えられる。3年前に伝統的工芸品月間国民会議東京大会が開催された際にも、東京都の力の掛け方を見て、京都では真似のできない規模であると感じた。昨年度の福岡大会、今年度の岩手大会でも、各産地で様々な工夫をされているが、東京大会を契機として、東京都の伝統的工芸品というのが見直されてきたような気がしている。

私も京都伝統工芸協会の会長に就任し、新春公演会の際には、京都の染織以外の伝統工芸の産地代表者会議を実施しているが、議論に挙がるのは専ら「職人の高齢化」と「高齢化による廃業」である。今後、産地がなくなるような業界も出てくるかもしれない。

先ほどから議論されているように、この出荷額、従事者数の数字はかなりアバウトであると思う。現実とは大きな差があるのではないか。

私は仏壇・仏具の業界におり、最近の伝統工芸に対する需要について感じるのが、お年寄りには理解されているが、それ以外の方には理解がなく、例えば仏壇やお墓を御本人が「欲しい」と思っても、あとを守る家族が「いらぬ」と拒否をされる。その中で、仏壇やお墓以外の分野を商品開発でカバーしたいと思うが、「伝統工芸」という言葉を使用していると、この言葉が足かせとなって、例えば金額も高額になる。そうすると、もともとは生活用品、生活雑貨だったものが美術品になってしまい、ほとんど世間から浮世離れした商品しか作れない状態になる。確かに、海外展開できれば理想的であるが、現実的に小さな企業がすぐに実施できるほどの体力が備わっているようには思えない。

最後に、昨年の ICOM 京都会議が実施され、同時開催された「文化×知恵産業展」に京都伝統工芸協会からも出展した。しかし、余りにも来場者が少なく、体験用に準備した材料が余ってしまい、出展者から大きなクレームとなった。今後、企画される事業では、多くの人が集まるように工夫していただきたい。無駄遣いと思われることのないよう、くれぐれもお願したい。

<委員>

私も現場の様々な意見を聞いていると、前途絶望的なところの方が多いと思う。一番残念なのが、京料理の業界である。まず、京料理の若手が育たない。料理人になりたい方は多くいるが、「京料理」をすると修行に10年かかる。だから、2、3年でできる焼肉屋のほうによっぽどスムーズにはじめられ、若者がそちらの業界に向かう。辛抱10年できないので「京料理」の後継者難で困っているというのを聞く。また、食材を手に入れるのが難しくなり、野菜もいい野菜が入らないと言われる。

また、京都の伝統的な料理屋の客の半分以上がインバウンド需要により観光客となっている。古くからの客で、味、接客などについての的確な批評をする方がいなくなった。そういう面では、技術、材料、客の質が落ちている中で、今の「京料理」というレベルを保つのかというのは、活路が見いだせていない。

この問題は「京料理」に限らず、日本全体の伝統的なもの全てに当てはまり、これだけ直せば何とかなるというわけではなく、むしろ、様々な課題が複雑に結びついており、悪い状況であると思う。これらを何とかしようと、エネルギーをかけて変えていくことに対して、悲観的な意見もあるが、私は変えていくべきであると考えている。変化する中で、今までの伝統的な技術、精神、文化性は守りつつ、次の時代にどう活かすかという発想に転換することで、次の時代に沿った力になると考えている。若者にこれらをどのように伝えるべきかという課題は教育の現場にもある。教育では学生たちに昔の良さを伝えるだけではなく、次の時代

に何が必要かということに焦点を絞り、若者の智恵も借りながら、今まで守ってきた文化性を新たに次につなげるにはどうしていけばいいのか考えていきたい。

<委員>

様々な意見を聞き、気になることがある。それは、京都の伝統産業74品目の各分野での問題に温度差があるということ、問題点は共通のものもあれば、バラバラであるということである。

私は、技術後継者育成資金事業の応募者である若手職人を面接する中で、次のことが分かってきた。皆さんいい物を作りたいという共通のビジョンは持っているものの、経営的、技術的な面から、材料がないとか、道具がないとか、分野によってそれぞれ悩みが違うということである。そのうえで、若手職人に、今後のプロモーション、プロデュースをどのようにしていくかと質問しても、回答の内容も様々で、若手職人にも温度差がある。

この審議会において、私たちはどこまで、京都の伝統産業74品目の各分野を細かく見て、アドバイス、意見を言ってきたのかが気になっている。余りにも一般的な話をしすぎているのではないかと反省している。

伝統産業に携わる方々全ての方にお話を聞いてどうのこうのというわけでもないが、業界を分析して、どこにどのような悩みがあるのかを理解したうえで、その悩みを解決するためのアイデアを考えていかなければならないと思う。

もう一点、出荷額について、平成27年から平成30年の間、特に平成28年、平成29年は、インバウンド需要の増加により、出荷額が緩やかに伸びていると思うが、平成30年には激減となっている。激減の要因について事務局で把握していることがあれば教えてほしい。

<事務局>

今の状況を考えると、和装産業の分野で厳しいからだと考えている。また、工芸の分野で新たな若手が出てきているものの、全体の需要が上がってきているかという点、そうではない。パイの大きい西陣織、京友禅などの染織分野と京焼、清水焼などの工芸分野を比較すると、染織分野が大きなパイを持っており、その分野が厳くなると全体的に落ちてくるのではないかとみている。

来年、再来年で急激に良くなることは無いので、新しい需要を作り出すなど、何年か後に消費者になる若い方に対して伝統産業のPRをすることが、今やるべきことだと考えている。

<委員>

なぜこのような質問をしたのかというと、第3期京都伝統産業活性化推進計画の基本施策の有効性を評価するうえで、出荷額の減少要因が分からないと、有効的な施策に注力するというような大きな戦略を立てられないからである。指定品目数も多く、その品目数に合わせた施策を増やすと、アクティビティが薄められてしまうのではないかと考える。

今後、この伝統産業の活性化につなげていくには、先ほど別の委員が指摘されたように、

外の力をもっと借りる必要があると考える。例えば、新しくオープンした京都伝統産業ミュージアムを新設されたデザインセンター、デザインミュージアム、クラフトミュージアムのような場であると考え、ファウンダー、スポンサーとしてのパトロネージュを集めるために、プロモーション、プロデュースングをB to Bの方向で展開していくべきであると思う。特に、京都の伝統工芸の価値に、自社のものづくりの質を乗せて、自分たちの製品の品質を世にアピールしようとしている企業に、資金、プロデュースング活動に関わっていただきたいと思う。

また、この審議会にもものづくりをグローバルに展開できるキャパを持つ企業にも入っていただいていると思う。企業にも、京都の伝統産業の実情を知っていただいたうえで、物の価値を高める方法を考えていただき、それをうまく利用していこうというスタンスで、伝統産業に携わる方々を巻き込んでいただきたいと思う。

<委員>

別の委員が指摘されたように、経営相談の議論にもつながるが、伝統産業業界全体の出荷額が減少しているという話をこれまでから繰り返してきた。マクロの視点で見なければならぬこともあるが、ミクロの視点で、京都の伝統産業74品目それぞれの業界を分析する、または、それぞれの業界でも主要な事業者について、販売ルートが弱いなどの経営課題、何が影響しているのかということの経営分析を行い、細かく見るということを積み上げていき、対策、支援を考えることも重要であると思う。

<委員>

従事者数は1万9,000人であるが、年齢別のデータはあるのか。そのデータがないと、今後どのように推移するのか分析できないし、この従事者数が減少している原因の一つに、高齢者が辞めていくことがあるのであれば、次の世代がどのくらいいるのか分かり、今後の推移がほぼ予想できるはずである。そこから、一人当たり出荷額は大きく変わっていないので、出荷額がどうなるのか、例えば令和10年度にどうなるかということも分析できるようになる。この問題に対して、その辺の分析がないと今後の予想できないので、業界で、例えばあと何人雇わなければならないというような対策が打てない。私は、業界の分析が急務ではないかと思う。私は、経営能力の問題があると同時に、このような会社経営者に対して、実態がどのようになっているのかを発信したほうが良いと考える。今の日本の労働力人口7,700万人が、2060年には4,400万人まで減少する。そういう状況で、最低賃金さえ払えない人たちが多いこの業界に、今後月5万円とか6万円で仕事する方は絶対にいなくなる。そういう危機感をもたらしたほうが良いと思う。仮に、大企業の意見を審議会で聞いたとしても「非現実的な世界に生きているのか」ということを、厳しく指摘されるだけだと思う。そのようなことを発信していかないと、どうにもならないと感じる。

また、漆塗りの場合、業界で一人前になるためには10年から12、3年掛かると言われていたが、それは、今まで人が多かったからであって、実際に、科学的に漆塗りを育てようと思えば、4、5年でできるということが最近分かってきた。

経営能力の問題、今までのやり方、危機感次第で変えられると思う。また、なぜこれだけ育成に時間が掛かるのかと聞くと、「掛かるから掛かるんだ」という答えしか返ってこない。10年掛かるということについて、その信ぴょう性に疑問を感じている。危機感がないままだと、絶対に変えられない。4、5年でできることを12年掛けさせ、その後の貴重な人生も掛けなさいということでは、誰もやらない。施策だけではなくて、危機感を持つような、将来を予想するような発信をすべきだと思う。

<委員>

それぞれの報告や分析は数値を丸めた形であるため、京都の伝統産業74品目に携わる組合のデータを、もう少し具体的に分析できればと思う。そのうえで、それぞれの組合、業種ごとの実情と事業者の実情とを、共有して発信できれば、それぞれの業界関係者、経営者の参考になり、フィードバックにもなる。そのまま出すのは、難しい面もあると思うので、取扱い方法は考える必要があるが、今後の取組として、検討できればと思う。

それでは、以上、議題3についての意見交換を終了する。

<事務局>

いただいた御意見を踏まえて、今後の施策に反映していきたい。以上、審議会を閉会する。