

平成29年度京都市伝統産業活性化推進審議会 摘録

日 時：平成29年12月20日（水） 10：00～11：55

場 所：職員会館かもがわ

出席者：12名（五十音順，敬省略）

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
大野木 啓人	京都造形芸術大学副学長
各務 亮	(株)電通 京都支社 プロデューサー
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
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
西村 かおり	市民委員
松井 元子	京都府立大学大学院教授
森 紗恵子	京の伝統産業わかば会会長
山本 建太郎	京都工芸繊維大学名誉教授
湯浅 靖代	市民委員
若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部長 教授

欠席者：4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
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
矢島 里佳	(株)和える 代表取締役
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特任講師

<委員>

京都伝統産業ふれあい館が楽しい施設になってきていると思う。先日まで開催されていた歌舞伎のモノコト展においても体験や写真が撮影できるなど世の中のニーズを意識した取組をされている。

昨年度から市民委員として関わってきたが、環境の変化があり、伝統産業に従事する立場になった。業界全体も2020年に向かって色々取り組んでいるところであるが、その後も意識しなければならない。

<委員>

取組自体は良いものが多いと思うが、様々な事業が市民の方にどう感じてもらっているか気になるので、結果もしっかり発信してほしい。

京都市の取組がどの程度直接的に寄与しているかを示すのは難しいと思うが、取組に参

加した事業者等にどのような成果が出ているのかも市民の方にも知ってほしい。

出荷額の増加を目指す基本的施策1の取組が多いと感じるので、将来を見据え、後継者の育成、技術の継承、教育に関する取組も充実してほしい。

<委員>

出荷額について、数値を取らないとアバウトになってしまうので把握は必要だが、大まかな指標として捉えたほうがよい。これまでは右肩下がりが続いていたが、このところ横ばいになってきているという状況である。

行政による取組が出荷額全体に与える直接的な影響は限定的であると思うが、近年の大幅な観光客の増加や宿泊施設の建設ラッシュなど京都を取り巻く環境の変化が伝統産業にどれほど影響を与えているかなどを掘り下げていく必要がある。

<委員>

技術功労者顕彰制度や未来の名匠認定制度で事業者を多く訪問したが、技術のレベルが非常に高く、他の委員も受賞者を選考するのは非常に難しかったのではないかと。

先日、ふれあい館に伺った際に外国人観光客が見学されていたが、伝統産業製品を購入したり、正絹のきもののレンタルを着てもらおうようにするなど、本物に触れる機会をより作っていく必要があると思う。

また、昔に比べ卒業式・入学式等でも安価なレンタル品の着物を使っている人が多い印象である。親世代から子世代に受け継いでいくことが重要であると思うので子どもや若者にも本物を体験させてあげたい。

<委員>

最近、ECサイトを立ち上げる方を工房にお連れしたり、京都の伝統産業の技術を使ったオーダーメイドの土産物の製造など、消費者と事業者に関わる仕事をしている。

また、近年、京都や日本の手しごとを切り口にした催事が多くなっており、それに携わる機会が増えている。特に女性物の需要が多いが、女性職人が少なく要望に応えるのが難しいという状況にあり、消費者の需要とこれまで職人たちが作ってきたものの差を感じることで、その差を埋めることが重要になってきている。

行政の取組の中では、教育の取組が重要であると思う。地域や学校とも連携して将来の使い手の育成に取り組んでほしい。

<委員>

職人にとってもチャンスは増えてきていると思う。消費者は直接意見を言わないので、消費者と作り手が対話するように繋ぐ役割は大事である。

<委員>

情報分野の発展により今まさに第4次産業革命が起きているといわれており、デジタルでのコミュニケーションをどう扱っていくかが重要である。Eコマースやスマートフォンの先にあるものとしてIoTやスマートスピーカーが世を席卷し、情報の受け取り方が変わっていく中で、世界中のどんな人にも分かりやすく、手軽に感動を与えられることが重要で

ある。一方、失くしてはいけない手しごとなど人の手のぬくもりがあるものの価値は、この先ますます高まっていく傾向にあり、それをこの先どう表現していくかを追求していく必要がある。この2つを同時に進めていかなければならない。

2年前に委員を引き受けたときより、さまざまな取組が幅広く出来つつあると思う。今後はより価値を高めていくことに関して重点的にやらなくてはいけないと感じる。

<委員>

工業製品など情報で機能の向上が伝えられるものと、手しごとの着物や工芸品、体験する観光などデジタルで必ずしも全てが伝えられないものとあるが、どのように工夫して価値の向上に取り組んでいくのがよいのか。

<委員>

両極端のことを勧めていくべきで中途半端なことはしないことではないか。体験することは終着点であり、京都や日本の良さは単に「物」だけではなく、「物とともにある体験」だ。そこに興味のある人を誘導していくためには、即時的で拡散型の情報戦略が重要であり、体験したり、自分で作るということをゴールとして、そこにたどり着いてもらうためにスタート地点を設定する取組を進めていくことである。

<委員>

市民や海外の方に伝統産業をPRすべく、京都や首都圏において様々な展示・販売会を実施しているが成果を出すことが難しい状況にある。

現在では和のある暮らしが無くなりつつあり、畳や表具など和に関わるものを使わないことが普通になってきているが、生活用具と使っていただく良さを認識していただきたい。ある登山家が漆の器を持って登頂し、これだと湯が冷めず軽いので重宝すると仰っているようだ。うまくPRすれば決して単に高額であるわけではないと理解してもらえ。他にも、文化財の修復の勉強会なども開催しており、今後に向けてあらゆる方策を検討しているところである。

<委員>

トレーサビリティシステムについては生産者の顔が明らかになるが、事業者によっては企業秘密が露になる恐れがある。インクジェットと手描で製造されたきもの違いを証明する商品履歴と区別して考えないといけないではないか。

コンテンツの取組は素晴らしいと思う。木版画と織物、友禅とインテリアなどコラボの取組も進めていきたい。

出荷額について、染織系は右肩下がりの状況が続いているが、手描はここに記載している以上に減少しているように感じる。この数値にはインクジェットのきものも入っているのではいか。

<事務局>

この数字の中にはインクジェットの数値も入っている認識である。また、トレーサビリティシステム構築のきっかけは、手描・型・インクジェットと友禅の種類がある中で、手

描は手間ひまかけて製造しており、それゆえに高価であることが消費者に伝わりにくいというところにある。これからは商品の販売方法としてどれが手描・型・インクジェットなのか分かるようにしていくことも重要であると考えている。

<委員>

京都市において様々な事業に取り組まれているが、その中でも結果を出していくためには、戦略的にこの5年間でどこに力を入れてやっていくのか優先順位付けやっていくべきではないか。その方が周りの協力も得やすいと思う。

伝統工芸を切り口に、ものづくり、売り場づくり、遊び場づくりをこれまで手掛けてきたが、最近、手応えを感じたのは大手家電メーカーや有名マンガなどコンテンツとのコラボレーションで、海外からも良い反応を得た。

東京は発展しているように見えるが画一的に感じる。その中で京都はユニークさをもっており感動と物語がある。そういったものと京都で出会いたいと考えている人は世界中にいると思うので、京都の人々と結びつけたい。

<委員>

伝統産業などものづくり事業者の支援を行っており、材料や部品が入手困難になり、代替可能なものが何かないかという相談を受けたり、後継者育成事業を40年近く実施し卒業生は約13,000人いるが、その後のアフターフォローの方策を模索している。一方、京都の伝統産業の若手職人の育成に何か協力したいと考えている企業もあるので、そういったニーズを一手に引き受ける枠組みづくりが出来ないか検討している。

<委員>

京都の職人の一人当たりの出荷額で見れば低く、海外の大手メゾンとは桁違いではないか。今のままのやり方で少しずつ出荷額があがっても10年後には大きく変わらないと思うので、構造を変える取組をしていかないといけないと思う。

<委員>

京都市の伝統産業に対する支援は日本・全国随一だと思う。ものづくりとその背景にある暮らしと文化が重要であると考えておられると思うが、事業の実施結果なども踏まえながらより戦略的に優先順位をつけていってはどうか。

力を入れてほしいことは海外進出である。サンパウロからデザイナーと建築家の留学生を受け入れ半年間研修したが、デザイナーはきものの素晴らしさを伝えたいと現地で会社を立ち上げ、きものを製造販売している。建築家は、伝統産業の良さは体験することであると感じ、食事とともに京都の伝統工芸の器を販売したり、器を使って食事を提供し、製作体験もできる施設を構想している。パリも良いと思うがブラジルなどこれから需要が伸びそうなところにも注目してはどうか。ふれあい館でもデンマークのデザイナーとコラボして取り組んでいたが、国際交流の成果をどうフォローしていくかということも重要である。

また、ふれあい館はより触れ合える場となってほしい。内装・家具調度品も全て伝統産業製品で揃え、宿泊・飲食等全てを体験できる京都文化を伝える施設にしてはどうか。京都には製造業の大手優良企業もたくさんあるので協力を得ながら取り組んでほしい。