

### 第3回 京都市西陣を中心とした地域活性化ビジョン検討委員会 議事録

#### 《日時》

平成30年6月15日（金）午前10時～正午

#### 《場所》

有斐斎弘道館

#### 《出席者》

別紙一覧表参照

#### 《議事録》

##### 1 開 会

— 省略 —

##### 2 議 題

###### (1) テーマ別意見交換会の実施結果

###### ◆高田委員長

前回の検討委員会で、西陣の活性化を検討するに当たって、分野やエリアの特性が非常に多岐にわたっているという御意見をいただいた。活性化の契機、あるいはその方向性を探るためにテーマを設定して、意見交換会を開催することになった。

意見交換会を3つのテーマで2回ずつ開催して、いろいろな新しいアイデアや御意見を頂いている。その報告をお願いしたい。

【資料説明】— 省略 —

###### ◆高田委員長

具体的に出た御意見等については、この後、議論していただく活性化ビジョンの骨子（案）の中に取り込まれているので、内容の議論そのものはビジョンの議題の中でできればと思う。

こういうやり方で意見交換したということ踏まえ、これをビジョンに取り込むことについての御意見や、意見交換会に出席いただいた委員の御感想や御意見等があったら、御発言いただきたい。

###### ◆新川委員

クリエイティブなものづくり、それから暮らしの文化をテーマとした意見交換会に出席した。いずれも本当に刺激的な新しい御意見、ある意味では将来を先取りするような御意見を伺った。

御意見を聞きながら、この地域にはそういう人たちだけではなく、もっと普通の人もたくさんいるのだろうということが、多少、気になった。これまでの暮らし方、生き方を大切にされている、それ以外のところに目が向かない人たちもたくさんいると思ったし、それは暮らしの

文化の意見交換会でも感じた。何をどのように大事にしていけば良いのか、次に何をつないでいけば良いのかということについては、少し悩ましいなと思いながら、お話を聞いていた。

文化やものづくりの分野で活躍しておられる方々のお話をたくさん聞くことができたが、一方ではその後ろというか、見えなかった部分のたくさんの方のことも改めて考えないといけないと思った。視点を少し広げて見てみる必要もあるという感想である。

#### ◆高田委員長

他にはどうか。(御意見等なし)

新川委員の御意見は、この地域の中で非常に多様な、活発な活動をされている方々の御意見を数多く拝聴できたことは良かったが、日常の生活を普通に送っておられる方のニーズをどう捉えるかという問題提起である。これは重要な問題提起だと思うので、後ほどのビジョンの中で、そういうことも含めて御意見を頂きたい。

### (2) 西陣を中心とした地域活性化ビジョン骨子(案)

#### ◆高田委員長

テーマ別意見交換会の開催により、情報がより豊かになったということを確認した上で、次の議題(2)、今日の中心的なテーマである、西陣を中心とした地域活性化ビジョンの骨子について、御説明を頂いた上で、皆さんから御意見を賜りたい。

この活性化ビジョンは、今までの皆さんの御意見や、テーマ別意見交換会での御意見を踏まえて事務局で取りまとめたものであり、表現の仕方やどのように全体をまとめるのが良いのかを含め、根本的な問題と、個別のアイデアや方策の問題についても、ぜひ御意見を賜りたい。

【資料説明】— 省略 —

#### ◆高田委員長

資料3についてはどのようにして実現するかではなく、目標をどう設定するかということで、西陣を中心とした地域の将来像をどのように考えれば良いのか、あるいはそれをどのように表現すれば良いのかということについて、御意見を頂きたい。それから、実現の方策のフレームワークについて御意見を賜った上で、具体的な方策のイメージの御検討を後ほど頂きたいと思う。

この「Re 西陣(仮)」という表現がどうかということや、代替案等についても、ぜひ御意見を頂きたいと思う。自由に御発言いただきたい。

#### ◆濱崎委員

「Re 西陣」というのは、テーマ別意見交換会で出されたものなのか。

#### ◆事務局

誰かの意見というわけではなく、いろいろな話を伺っている中で、事務局でイメージして作った言葉である。

#### ◆高田委員長

建設的な批判をしていただくのが良いと思う。

表現の問題もあるが、将来像として何をここで言わなければいけないかということについて御意見を頂き、表現は表現でまた別途考える必要があると思う。

#### ◆冷泉委員

「Re 西陣」という表現はちょっと気に入らない。「西陣ふたたび」や「ふたたびの西陣」などはどうだろうか。

#### ◆高田委員長

過去の業績を何となく重視したような表現が良いのか、あるいは将来像ということなので、皆さんから挙げていただいた「つながり」や「変革」などをうまく組み合わせて、想起できるような表現をした方が良いのか。そういうこともあろうかと思う。

#### ◆吉田委員

クリエイティブなものづくりに関する意見交換会に出席したが、そこではすごく活発に、新しい取組について事業者が議論していた。一方で、その方たちがなぜ西陣で事業をされているかという、やはり歴史や文化など、この地域がずっと維持してきたものがブランド価値になっていることを明確に認識されている方が多かった。そうしたことをもう少し言語化することが、新しいものづくりにプラスになると考えている。

将来に向けてのコンセプトという位置付けではこういう形でも良いかもしれないが、「50年後を見据えたビジョン」とするならば、この地域でのアイデンティティというか、50年たっても変えてはならないものや、変わらないでいるべきものなど、他の地域にはなくて、この地域にあるものは何なのかということ言語化してどこかに入れることが必要だと思う。

#### ◆福間委員

資料3の2「ポテンシャルと課題」について、私の本業が不動産業ということもあり、非常に引っかけ部分がある。京町家や低家賃の不動産の活用というのが「ポテンシャル」に入っているが、私たちから言えば、これは「課題」である。駄目なところがあるから安いのだと思う。どんどん希望者等が来たら、家賃は上がる。需要がないから家賃を下げて、来てもらうということになる。

吉田委員の発言でもあったが、クリエイティブな方などは「ここが良い」と思って来られている。「Re」という言葉が良いかどうかにも関わるが、「活性化ビジョン」という名称なので、駄目なものを何とかしようという気持ちは分かるが、そればかりを押し出すと、ちょっとさもない印象を受ける。「良いですよ」ということをもっと謳った方が良い気がする。

#### ◆鳴橋委員

不動産に関して、上京では東から西にかけて、だんだん家賃が安くなるイメージがある。

極端に差があるということはないのか。

#### ◆福間委員

例えばワンルームマンションで考えると、同志社大学が京田辺からこちらへ来たことにより人口が増え、家賃は北区などよりは高い。その意味では、一部地点だけ取り上げたら、そうかもしれないが、基本的には西陣の中ではそれほど極端な差はないと思う。

例えば10坪でお店を出す場合、中京のまちなかと西陣では、テナント料は全然違う。安いのが良いというより、それだけ払ってもそこへ店を出したいということが重要だと思う。例えば、「これだけ良い地域だから、こちらでお店をどうですか」や、「こういうことが整っている」、「歴史や伝統の素材がたくさんある」など、そちらを打ち出す方が良いと思う。

ただ、同志社大学の周辺と北野辺りとは家賃がどうかと言われたら、それは違うと言える。

#### ◆鳴橋委員

私の感覚だけだが、最近、千本商店街に若い人のお店がぼつぼつと出始めているような気がしている。それが、値段が安いからなのか、文化的なことが何か影響しているのか、よく分からないのだが、価格が関係している可能性もあると思ったので質問させていただいた。

#### ◆福間委員

千本は当社でも幾つか管理や募集をしているが、プロから見ても比較的安いと思うし、若い人も入りやすいと思う。

千本もそこが栄えていったら、家賃も上がると考えられる。そこが経済の面白いところとも言える。どんどん魅力を高めていかないと維持していけない。

#### ◆上林委員

様々な場で次の時代を担う学生に期待するとか、若い人に期待するという話があるが、実際に学生や若い人の声を聞いているのか。こうではなかろうか、という見込みで議論しているところが多くないかと、少し反省している。

たくさんの芸術系の大学が京都にあるが、その学生たちが西陣という地域をどのように見ているのか、聞いてみたい気がする。おそらく魅力を感じているのだろうと勝手に思っているが、本当にそうだろうか。その辺は検証しないといけないと思う。

#### ◆平岡委員

芸術系大学の友人が数名いるが、京都の魅力に関心を持つというよりは、映像など自分の興味、関心があることに没頭しているイメージがある。西陣に住んでいるからといって、全員が西陣に魅力を感じているわけではないと思う。

一方で、芸術関係ではないが、私が所属している同志社大学の学生の中にも、たくさん西陣の素敵などを感じて、共感を持って授業を履修している人もいる。一概に芸術系大学の学生だからではなく、いろいろな所にいろいろな興味を持つ人がいると感じている。

多くの人に聞いているわけではないので、偏った意見かもしれないが。

#### ◆伊豆蔵委員

西陣の素晴らしいところはどこなのかなのか。

自分たちは小さな時からずっと西陣で育っているので、西陣の魅力は何かと言われても、よく分からない。

#### ◆平岡委員

私も西陣に住んでいるので、一概には何とも言えない。

地方から同志社大学に入学し、西陣の活性化プロジェクトという授業と一緒に履修した友人に聞くと、長い歴史のある大学で、魅力がたくさんある京都の中でも、西陣には確立された伝統産業があるところに魅力を感じていた。そして、西陣の地域活性化に携わる中で、活性化のモデルができれば、将来的に自分の地元でも何かできるのではないかと考えていた。

また、町家でアルバイトをしたり、魅力に触れていくことで、何かしらのきっかけが生まれるのではないかと意識を持った友人は何名かいる。

#### ◆伊豆蔵委員

西陣に住んでいても、なかなか伝統産業に触れることはできないと思う。

プロたちが携わっていて、町を歩いているだけでも、どこで何をやっているか、一般の方にはほとんど分からない。

伝統産業に触れられるまちが西陣だと言われても、よく分からなくて、この検討委員会の当初から、ずっと疑問が頭の中にある。

#### ◆平岡委員

学生側からアプローチして、産業の深い部分に触れるというのはとても難しいと思う。

学生からすると、本当に簡単どころ、例えば京町家のお店に行ってみたり、京町家がどんなものか知ってみたりなど、まずは知るところから始まっている。

でも、この委員会等で求めていきたいのはそこではなくて、もっと深い触れ方だと思う。その触れ方の差をどんどん詰めていくことが大事なのではないかと、今の御意見を伺って思った。

#### ◆上林委員

京町家・路地関係の意見交換会で、爪搔本綴織の方がいたが、起業するなら、織屋建の町家でやりたいということで、織屋建の町家を改修して生産をされていた。それが当たり前ではないかという感じで、目からうろこが落ちる思いがした。そんな人が今どきいるのだなと思った。

実際にお客さんに来てもらった際も、口で言わなくても空間を見てもらったら、「こういうところで作っています」とか、西陣はこういうところで歴史もあるのだということが分かってもらえる。そこに魅力を感じたのではないかと思う。

ずっと西陣におられる方は、すぐに「もう少しましな建物で生産しようか」などと思ってしまふ。その方はお生まれが西陣ではないのだが、地区外から来る方は、別の目で見ている、ということが分かった。もっとたくさんの他地区の人の目を通して西陣を見る必要があるのではないかと思う。

#### ◆タナカ委員

最近、学生に関わる機会があった。その学生からすると、西陣に何があるのかよく分からないとのことである。機の音についても「あの音は何か」と尋ねられ、機の音＝西陣織といったイメージを持たない学生も多いのではないかとと思われる。

同志社大学など、多くの学生がいる中で、もっと触れる機会をつくれたら良いと思っているが、触れるきっかけがない。全体のコンセプトに関しては、そういった若い人たちにも伝えていくという方向性の中でコンセプトを立てられたら良いと思う。さらにそれがまち全体に広がればと感じている。

「Re 西陣」については、今はそれで良いかもしれないが、50年後を考える時にはずっと「Re」をしても駄目だと思う。もう少し大きなビジョンの中でコンセプトがつくれたら良いと思う。

#### ◆高田委員長

具体的な提案があればお願いしたい。

#### ◆タナカ委員

若い人たちは、おそらくずっと住んでいる方々とは違った視点でまちや伝統工芸を見ることができると思う。

不動産についても、一般的には魅力がないだろうと思われる物件であっても、若い人の中にはまた違った魅力をそこに見出し、自分でリノベーションやDIYをして住んでみたいという人も増えてきつつある。

実際、京都に移住する人たちのサポートに取り組む中でも、そのような物件をうまく活用してまちとつながる場に変える方がいたり、一度は四条などの都市部に住んでも、京都の暮らしに触れることや子育てなどのタイミングでは、静かで落ち着いた町や伝統的な町に住んでみたいという希望を持たれる方もおられる。

最近、千本通り界限では新しく住んで拠点を構えた人たちが仲間を呼んで、大家さんも巻き込んだまちづくりを考えておられたり、伝統工芸を身近に感じることができるお店を立ち上げ、起業する方がおられたりする。今後、そのような人達による発信が増えることで、まずは西陣に興味を持つ人が増え、新しい価値に気づき、人をつなぐつながり手から最終的には担い手となってもらえたらと思っている。

少し時間はかかるが、そういった人たちをまずは見える化し、この検討委員会などの活性化の取組に巻き込み、一緒に西陣の活性化を考えていく必要があると感じている。

#### ◆冷泉委員

西陣の問題の一つに、着物の流通がある。生産の場と出来上がった製品の展示や販売の場が全く違い、そこで何を作っているのかが全然分からない。例えば、ショーウインドウのようなもの、単にガラス張りというのではなく、その商品を道行く人たちが見える形で発表する場ができると良い。ほんの少しでも良いが、どういうものが作られているかが現実的に分かることがすごく重要なことだと思う。

そこで買えるようにするには、流通業界全体の問題があり、簡単にはいかないと思うが、そこで生産しているものを直に販売している空間があれば、例えば観光客がまちを見に行き、そこで気に入ったものを買えるようになる。それがブランド化してくると、そのまち全体がブティック街のようになると思う。西陣が、高級なものを生産して、同時に販売しているまちになると良いと思う。現在は生産しているところと販売のところがあまりにも遠過ぎて、何を作っているのか分からない状況である。

ベルギーのブルージュはレース織りが非常に盛んなところである。レース織りのお土産もたくさん売っているが、その中に世界的なレースの小売りや、素晴らしい花嫁衣装のようなものを作って売っている高級店が何軒かある町並みで、それを求めて海外からもお客が来ている。そういうまちになると良い。流通の問題に関わるので、難しいだろうと思うが、理想の姿かもしれない。

#### ◆伊豆蔵委員

冷泉委員が言われる方向は、我々もずっと検討している。現実に西陣織会館の中に直接、我々の商品を買える場所も設けている。ただ、そこがきっちり発信できているかという点、なかなか発信力が弱い。その背景には、我々組合員がまだまだ小売店に遠慮している、流通に遠慮している状況がある。和装産業は長年の歴史の中で非常に複雑な流通過程を取っている。そのため、産地と末端の価格に乖離があり、高くなっている。

もっと生産量が小さくなっている、ある型染めの産地では、早くからワークショップという形で、自らの工房を一つの販売拠点として、作るところを見せて販売もしている。それにはまだ西陣のキャパが、これだけ落ちてきても、まだ大きい。

今、言われていることは、我々の組合でも非常に大きな課題として考えている。一昨年頃からファミリーセールという名前での販売にも取り組んでいる。まだまだやりきれていない部分もあるが、ゆくゆくは、そういう方向に向かっている。

次の資料4でもお話ししようと思っていたが、西陣織工業組合は地域組合に向けた取組を行っており、西陣織会館の在り方も含めて、変えていこうとしている。もっといろいろな人、京都市内の人が入り込めるようなイベントなどができないかと一昨日の会議でも意見が出ている。

先ほど私が申し上げたように、一般の方がまちを歩いていても、何をやっているか分からない所で、織物が作られている。それをもう少し見える状況に持っていく努力をすることが、我々から下の代につなげることのできる西陣織の世界ではないかと、みんなが自覚している。ちょっとずつの進歩だが、その方向へ向かっていくと思う。

#### ◆冷泉委員

西陣織会館とは別に、西陣の町家を舞台にしたブティックができればよいと思う。それも高級なものでないといけない。十把一絡げみたいなものではなくて、本当にこの店が持っているものすごいもの、高くても良いので、例えばシャネルなどのように世界から人が来るような、それぐらいの価値を持った場ができると思う。商品の数はそんなに多くなくても良いと思う。

#### ◆赤星委員

西陣織会館は京都の中の博物館、美術館で外国人比率が一番高い。マンガミュージアムなどよりも多くお越しいただいている。

#### ◆伊豆蔵委員

外国人のための西陣織会館になっているので、これから日本人のための西陣織会館に変えていきたい。

#### ◆冷泉委員

みんなに見せ、たくさんの人が来られるのは構わないが、やはり高級品が売れないといけない。「売れるところ」には、雰囲気も必要だと思う。高すぎてもいけないかもしれないが、高級なものなのだというイメージ、西陣織という世界に冠たる織物で、世界に自慢できる製品だということの方が大切である。

それは帯だけでは駄目かもしれないし、展開は必要だと思うが、その一線は崩したら駄目だと思う。どんなに人がやってきて、小さいものを買って帰ってもらっても駄目で、やはりすごいものを買ってもらえることが西陣の魅力であり、潜在能力だと思う。

#### ◆鳴橋委員

組みひもの世界でも、職人が5,000円で作ったものが、東京で30万円で売られていると聞いてびっくりした。それを5,000円で売るとするのは職人も良くないかもしれないが、1日これだけできて、1ヶ月でこれだけあったら生活できるので、この金額で良いと言ってしまふ方がたくさんおられる。すごく高度な、難しい技術を持っている方がそういうことをおっしゃる。京都で発信できれば、もう少し職人の生活も底上げできると思う。

冷泉委員が言われたように、ショーウインドウができるのはすごくありがたい。職人の多くは家で仕事をしている。そこにいつも誰かが来られると、仕事ができない。見ていただける場所があると、職人としては張り合いもあって、自分たちの職場も邪魔されない。それはすごくありがたいことだと思う。

私のところでは組みひも体験を金土日とやっている。平日は仕事に集中したいので、金土日で余裕のある時に組みひも体験に来ていただくという形を取っている。体験では、体験料を払われて、自分でプレスレットを作って帰られることが多いので、その他のものをなかなか売ることはいかない。

帯締めを買いたいと思って、見られるところに置いていただくのが一番良いと思う。

みやこめっせなどでも置いていただいているが、なかなか売れない。発信力という点で、西陣のブランドがもう少し大きくなり、西陣に来たら、良い帯締めがあると思ってもらえるようになるとう良い。

#### ◆濱崎委員

有斐斎弘道館には日本の方も海外の方もかなり来られる。その中で、富裕層の方々に、着物を買いたい人も結構来られる。なぜ私たちに相談があるのかというと、どこで買ったら良いか

が分からない。デパートに行っても分からないし、ちゃんと見立ててくれない。海外でネットを探して、成人式の着物の量販店などの画像を持ってきて、「こういうものはないか」と言われることもある。彼女の生活レベルからすると全然かけ離れていて、実物を見るとこれではないと言われる。それで、いろいろなところに問い合わせをするが、彼らも良いものをしっかりと選びたいと考えているし、見る目を持っている。

着付けもできる人が、意外に、どうやって歩くか、どうやってお手洗いにいくのか、どうやって掘りごたつに入るのかなど、単純なことが分からないので教えてほしいと言われる。

今日は着物を着ていないが、普段、私たちは着物を着て、お茶会をしたり、いろんなことをここでしているので、女性同士で教えてほしいとか、一緒に買い物に行つて欲しいとか言われることもある。彼らはもちろん西陣織会館を知っているが、そこで買えないことも分かっている。もし西陣の中で、高額でも良いものを買う人たちが、満足できるようなものを提供できれば、日本人であれ、海外の人であれ、可能性はあると思う。うちは体験施設ではなく、普通にお茶会などをやっている場所なので、そういう方に対してここに行けば良いと案内できればすごく良いと思う。

#### ◆高田委員長

西陣のブランドに関して、かなり突っ込んだ議論をしていただいた。

コンセプトについては、もう一度、全体としては練った方が良いという御意見を頂いた。それから、特にレベルの高いものづくりに関する情報発信について、その機会自体も欠落しているという御意見を頂いた。そこは押さえないといけないと思う。

一方で、経済階層の高い人もいれば、低い人もいるというのがこの地域のある意味では魅力でもある。意見交換会でも意見があったが、いろいろな価値観の人がいて、共存出来る仕組みが西陣にはあるのだと思う。

私は、西陣に限らず、京都の生活文化は異なる価値観が共存できる仕組みがずっと蓄積されてきていると思う。どうしてこんなサステナブルなまちができたかという、いろいろな価値観の人がいるけれども、それが共存できる仕組みがあちこちにあり、無駄な争いが起きない仕組みが生活文化の中にあるからだと思う。西陣は非常に多様なものが現在もたくさん存在していて、その魅力を感じの良い人はかなり感じているように思う。

京都はモザイク都市だと昔からよく言われる。だんだん観光が盛んになると、非常に激しい力が外から働いて、モザイクが1色になってきているところが多くあるが、西陣は、今のところそういう多様性がまだまだあるということが魅力的だと思う。

また、先ほど新川委員が言われた普通の人々が普通に暮らせるということもとても大事な話だと思う。そうしたことも含めて、もう少し立体的な将来像を練り直したらどうかと思う。

それでは資料4について、すでにこちらの話にも関わる議論をしていただいているが、きちんと説明をしていただいた上で、継続の議論をさせていただきたい。

【資料説明】 — 省略 —

#### ◆高田委員長

先ほどの議論の続きになるように思うが、御自由に御意見を頂きたい。できれば、具体的なアイデアについても、御発言いただきたい。

#### ◆赤星委員

いろいろな方策のイメージは素晴らしい案が並んでいるので、先ほどのコンセプトも合わせて全体の方向性は大きくぶれていないと感じている。

今後、様々な施策を展開していく、あるいはプロジェクトを展開していく際に、住民がこのまちが変わってきた、何かが変わってきた、何かがつながってきたと感じるタイミングと、交流人口の増加により外から入ってくる方が西陣に対するイメージが変わってきたと感じるタイミングにタイムラグが生じると思う。

先ほど不動産の話があったが、他地域よりも高いお金を払ってでもここに来て良いと感じるようになるのは、個別の現象が出てくるというよりも、いろいろな取組がある程度集積されて、広報されてきてからで、その段階でブランドになってくると思う。

各方策は大事だが、一方でこれを展開していきながら、しっかりとした戦略的な広報を仕掛けていくという視点を入れておいた方が良いと思う。

住民の方に対する情報発信と、これから入ってこようとされる方への情報発信は、しっかりと方策を展開していく際には留意した方が良い。

#### ◆高田委員長

関連する御意見があれば頂きたい。

情報の発信の仕方、あるいは広報の仕方ということで、何か御意見はあるか。

意見交換会では、外から入ってこられた方は比較的入りやすいという意見があった。入ってこられた方はともかく、入りにくい方もいると思う。今の御意見は、入りにくい以前にそういう情報がそもそも伝わっていないということが、あるのではないかということだと思う。

#### ◆赤星委員

いくつも「情報発信」という言葉が出ているが、この「情報発信」とは、誰に対して何を発信するのか、誰に対してどういう態度変容を促すための広報なのかということ、もう少ししっかりと詰めた方が良い。

#### ◆冷泉委員

情報発信の仕方として、中心になる考え方が必要だと思う。西陣が悪いから復活するというのは、やり方としてはよくない。

前から思っているのは、上京は御所があつての上京であり、京都は御所があつたから京都なのである。上京区に御所があつたから、その御所の文化が広がってきて、そこで高級なものを生んできた。

老舗のお店などでも、〇〇年から御所に品物を納めてきたなど書いている。そういうところにある西陣だということを再認識すると、それが1つの精神的な支柱になると思う。

そこに、意見交換会でも申し上げた世界文化遺産の動きと合わせて、世界文化遺産のまち・西陣ということ、また、権威・権力のあるところというよりも、ものすごく文化的に高いところ、日本の文化のオリジナルであり、長い伝統の中で文化を支え、発信してきた御所の周りにできた西陣のまちだということを打ち上げ、今回の精神的な支柱になれば良いと思う。

今は西陣再生と言っているが、寂しいのではないか。西陣の価値を認識して出発するという土台になれば良いと思う。

#### ◆吉田委員

西陣の特色として、準工業地域であり、職住近接の個性が強いエリアだと思う。御所に提供するものを作っている方たちのまちでもあり、ものづくりに限らず、職を持っている方、そこで仕事をしている方のまちであるというのが、個人的には他の地域と大きく違う印象として持っている。

#### ◆鳴橋委員

上京は御所があるが、その御所との距離によって「濃さ」が少し違うと思う。御所や門跡寺院、公家文化を紹介するような、魅力発信するエリアと、西陣の中心地域で御所にもものを納めていたものづくりのエリアとを分けて、発信をしたらどうかと思った。

もう少し西になるとまた違う文化になってくるかもしれないが、エリアを分けて、それぞれが御所にどういう関わりをしていたかという視点の違いで発信していったら良いと思う。

#### ◆濱崎委員

今の意見に賛成だ。

御所の文化は、それだけ切り離して別のもんと思っている方が京都の中にもいると思うし、外だとなおさらそうだと思う。御所文化というと、まず平安時代のイメージだけで止まっていると思う。冷泉委員がおっしゃるように、御所に納めるという歴史はずっとあるし、御所への憧れもずっとあるので、そのつながりみたいなものをうまく表現することができるが良い。

今の御所のお話は、もっともなのだが、「多様性」、いろんな層の方々がいる中で、どうつながるかということ、考えていく必要があると思う。別のものではないし、御所があつてのものだということ、をうまく表現できたら良いと思う。だからこそ、「ここのエリアならでは」となる。また、その構造は西陣だけではなく、世界中どこでも当てはまるようなモデルでもあると思うので、うまく表現できたら良いと思う。

#### ◆高田委員長

冷泉委員の御意見は、特上の文化的な資源をいかに強調できるかということが、京都の中でもこの地域を差別化する非常に重要なポイントだということだと思う。

それを言いながら、一方で、まちとしてはいろんな多様なものがあるということ、をうまく表現しなければいけないということだと思う。

今まで具体的な施策につながるような御意見も出していただいて、それを反映しているが、もっと詰めていく必要があると思う。ここに書かれている文言自体、もう少し検討していく必

要がある。

#### ◆タナカ委員

情報発信の続きだが、エリアの宣伝や、ターゲットの設定もそうだが、段階的にどうやって発信するかがとても大事だと思う。企業でも1年目、5年目、10年目の情報の出し方は全く変わってくると思う。1つの新しいまちを形成していく中で、戦略的な情報発信の仕方を考えていけたら良い。

ポータルサイトがあるが、現在のところ、そのサイトを見る人はそれほど多いわけではないと思う。実際に住んでいる人に伝えるために、いろんな切り口でフリーペーパーやマップなど、紙媒体でも発行することができたら良いと思う。

観光客がどうやって西陣をめぐるのかを考えると、京町家をめぐると歩きのコースがあっても良いし、西陣の町を音で巡ったり、食で巡るなど、そうしたコースがあっても良いと思う。そのあたりは、住民を巻き込みながらやっていく必要があると感じている。

柱1の、方策1と2は融合しても良いと思う。

また、「ほんもの」という言葉が多く使われているのが気になる。もう少し「ほんもの」が何なのかというところを細分化していく必要があると思う。

体験する機会ということも多く出てきているが、どんな体験があれば良いのかについて、実際にプログラム化すると、西陣を教えるような初級者向けの体験から上級者向けの体験まで、多様なプログラムが出てくると思う。全国的にも増えているまちゼミのような感じで「西陣ゼミ」、「西陣大学」などの市民大学的な動きが始まっても良いという気がしている。

そのあたりについても、ウェブやその他の情報発信と融合していく必要性があると感じた。

#### ◆冷泉委員

西陣織は、非常に高級なものであり、それを忘れてはいけない。薄利多売式に安いものをたくさん作って売るといった方向ではないと思う。そういう分野があっても良いとは思いますが。

方策⑧「「ほんもの」に触れる観光の推進」の推進項目として、「寺社等での新たな魅力発信」がある。西陣には、有名ではないがすごい伝統のあるお寺が寺之内の辺りにもたくさんあり、発信の仕方として、そうしたお寺とのつながりができないかと思う。例えばライトアップ等のイベントの一環として、ファッションショー的なことを開催することが考えられる。

また、富裕層のお客さんを対象に、能楽をやり、高級な料理を出すなどのイベントをする中で、着物の魅力を発信することができないか。それを西陣の様々な伝統的なところをお借りして実施し、婦人雑誌などとも提携することで、世界から高級なお客を集めることができないか。それだけに特化するのはいかにも良くないかもしれないが、そこから広がっていく文化発信を期待できないかと思う。

今は意外に高級志向があると思う。西陣織は、やはり高級なものなので、その高級志向に合わせる方が向いている。そこに寺社と一緒にさせてもらおうチャンスがないか。お寺側も意外に何かしたいと思っているのではないかとも思う。

#### ◆伊豆蔵委員

おっしゃるとおりだと思います。

西陣織の世界は、本当に御所があって技術を磨き、高度化してきた。世界の織物の中で、織機の前に1人が立ってずっと見ていないといけない織物は、西陣しかないのではないかと思う。24時間交代制で、どんどん織ることができる工業的な織物が基本的に残り、私たち西陣の職人はいなくなってきた。

「高級路線」は、西陣が取ってきた1つの生き残り策で、これまでほうまくいってきた。しかし、現在の状況だと、私見だが、上だけでなく、もう少し下の層を作る必要があるのではないか。

手機で職人さんを募集すると全国から希望者が来ると聞いているが、「こういうものを織ってくれ」と、ステップアップすると辞めていく。そこまで育っていかない。

いきなり西陣の高度なものを織れと言っても、食べていけない期間がとんでもなく長く続いてしまう。もっと技術の低いものもあって、多くの人に西陣に来てもらう中で、技術を磨いていける人たちが残っていくということをしない限り、今のままやっていると、職人は5年先にはいなくなってしまう。

#### ◆上林委員

方策⑤の推進項目の3について、分業制の再構築、それから次世代へ引き継ぐための人材育成、それから3番目の西陣織の技術を活かした新たな製品開発や展開、この3つが書かれている。それらについて、実際はどういう現状なのか。

#### ◆伊豆蔵委員

分業制の再構築は難しい。分業から今度は集約化というか、私たちの父親たちがやっていた頃の時代に戻らない限り、技術は残っていかないと思う。

人材育成も難しい。産業として残るだけの生産のパイがない。

技術を活かした新たな製品開発についても、今の職人がいての話で、それすらも無くなってしまった時には、やはりこれも同じように無くなっていく。

例えば他地域では、広幅で、24時間操業で、3交代で帯を織っているところもあり、冷泉委員が言われるレベルからすれば低いものだが、消費者がそれを買っている現実もある。そういうところしか、設備投資や人を集める力がないのかなと思う。

西陣も努力して、自分のところだけ何とか維持してというのはできるが、それが産業になるのかどうか。着物市場は、三千億円弱の産業だが、それを維持していけるだけの供給があるかといえば、恐らく難しい。

#### ◆上林委員

流通の話が出ているが、西陣にとっての室町の問屋街はどういう関係か。

#### ◆伊豆蔵委員

分かりにくい話かもしれないが、現在、呉服の販売は基本的に催事形式の販売になっていて、

着物と帯とをセットにして小売店まで届けていかなければいけない。消費者が素人の方ばかりなので、コーディネート仕方から、小物の合わせ方から、全部教えて初めてお客さんが「こういう形で着られるんだな」と感じていただけるようにしないと、呉服が売れない。そのために問屋があり、小売店がある。

例えば、ネクタイであれば、締めてみなくてもネクタイを選んで買うことができる。そのように帯や着物を選べる人たちがいなくなった。

ワークショップ的なものや、西陣の産地の中で売っていく努力は絶対必要だと思うが、他方にはこのような部分がある。コーディネートしたり、経費を掛ける部分が高くなってくる。

#### ◆上林委員

昔の話だが、室町で知り合いを通じてものを買う時に、西陣をお薦めすることがあまりなかったように思う。大島や結城、博多など、帯でも幾つか産地があるが、ぜひとも西陣織という話にはあまりなっていなかったような気がする。

#### ◆伊豆蔵委員

西陣は着尺もあるが、基本的には帯である。着物を買われる場合は、着物を買われてから帯を買われるので、なかなか西陣に来て帯を買うということにならない。

西陣織会館の中には「きものの館」という形で、組合が運営する販売ブースもあり、そこでは着物も扱っている。

#### ◆冷泉委員

先ほどおっしゃっていた、西陣織を使った新たな製品開発とはどんなものか。  
ハンドバッグなどはやっておられるのか。

#### ◆伊豆蔵委員

額装にしたり、軸にしたりということもある。

ハンドバッグもあるが、デパートなどでも、なかなか海外ブランドと同じステージに上がれない。

#### ◆冷泉委員

そこまで上げたい。私はそこがネックのような気がする。

#### ◆福岡委員

当社の話をさせていただくと、最近では自動車の内装材や、ヨーロッパのブランドの製品展開を期間限定でやっている。西陣は世界でも通用するブランドなので、メーカーが西陣という名前を使って製品展開したいという面もある。最近だと、桂由美とコラボして製品展開もしている。

当社の場合は、たまたま出会いがあつて、そういう製品展開ができています。

#### ◆冷泉委員

車の内装というと即消費者とは結び付かないのではないか。  
即消費者と結び付くものとしてはどんなものがあるのか。

#### ◆福岡委員

例えば、毎年2月に「DESIGN WEEK KYOTO」というイベントがあり、京都の伝統産業の工房を1週間、期間限定で一般の人が見学できる。それは京都信用金庫と伊勢丹が組んでやっており、京都信用金庫がお客さんを連れて工房めぐりして、最後に伊勢丹でその工房で作っている製品を買える形になっている。

#### ◆タナカ委員

製品開発はすごく難しい部分があると思う。

#### ◆福岡委員

難しい。当社でももう20年前から取り組んでいて、それが結果として今出てきている。この20年間にかなり投資もし、借り入れもしたし、そして徐々に国から補助金を受けたりして、研究開発ができるようになってきた。

自動車の内装材と同じ素材を使った財布や名刺入れを製品展開しており、名刺入れは2万円で販売している。有名ブランドは別として、普通は2万円の名刺入れはなかなか買ってもらえない。

当社は、20代を中心に職人を育てており、若い者が頑張っていて、一方で帯や着物を作り、また、一方では先端素材のものを作っている。そして、工場見学が非常に多いが、どういう取組をしているか、どういうコンセプトでものづくりをしているかを明確に相手に伝えると、その2万円が高すぎるものではなくなってくる。

価格も非常に大事だが、ストーリーを買う時代になっているので、名刺入れも財布も売れている。それは、どういう取組をして、どういうコンセプトでものづくりをしているか、というところに消費者が感銘を受けて、応援しようという気になってくれるからである。

企業が努力し、それをどう発信していくかというのは非常に大事だと思う。

当社はたまたま自動車業界やスポーツ業界などで採用されており、そこが自動的に西陣ブランドを発信してくれている。それに伴っていろいろな方が工場見学に来てくれている。月に1回は20人から30人ぐらいの見学が必ずあるし、週に1回は5～6人の見学がある。

#### ◆上林委員

広報はどこがやっているのか。

#### ◆福岡委員

大手の企業等が採用することによって、新聞や雑誌などが載せてくれる。それを見て、こんな取組をしているのかと興味を持ってくださり、工場見学に来られる。その結果として何か応援したいという気になってくださり、それがだんだんとブランド化していく。

#### ◆鳴橋委員

「西陣」というブランドは、ヨーロッパではそんなに通用するのか。  
ヨーロッパで「西陣」と言うと何になるのか。西陣織という素材なのか。

#### ◆福岡委員

ブランドが通用するかについては、やり方次第だと思う。ただ、残念ながら帯や着物ではなかなか厳しい。

ヨーロッパで「西陣」と言うと、「織物の技術」だと思う。

世の中は二極化していて、高級なものと安いものがあると思う。

安いものは、24時間交替制で、1人で数台切り盛りしながら機械が勝手に生産しているようなところで作られる。

我々は、人が魂を込めてものづくりをするところが西陣織だと思っている。そういうところにすごく興味を持っていただける。職人が一生懸命ものづくりしているところに皆さんが感銘を受けて採用してくださる。

人というのは非常に大事ではないかと思っている。

#### ◆福岡委員

福岡委員が言われたことをやっていて、500万円、600万円という帯を彼らは織ることができるのか。

#### ◆福岡委員

徐々にステップアップさせている。

#### ◆福岡委員

いわゆる一般論としての産業、利益の追求と伝統技術の保持とは、一致しないと私は思っている。

伊勢神宮の遷宮は、ただ単純に古くなったからやっているのではなく、その技術のある程度の期間で次に引き継ぐためにやっているという面が非常に強い。そうしないと後世まで技術をつないでいけない。例えば、工務店で日本一古いと言われている金剛組も、神社仏閣建築で、もうそこしかできないという技術がある。

西陣織のブランドについて、ヨーロッパやアメリカにも展開するのは良いが、誰かはほんまものの西陣織を織れる人を持っておかないといけない。もう作れないという話になってしまったら、産業として伸ばしていこうと思っているものまで、逆に二束三文になってしまうのではないかと思う。

自分の業界は違うが、お金もうけだけではなくて、教育というか、「この炎だけは絶対絶やさないと」という部分は、ものすごく大事だと思う。

#### ◆福岡委員

おっしゃることは私もよく理解できる。

当社も遷宮や宮内庁のものも手がけている。今までは帯や着物というのが売れていたから、帯を製造することによってその技術を継承することができていた。

昭和や平成の初めの頃には、バブルがはじけてもまだ余裕があつて、西陣織も売れていたが、だんだんと高額品は売れなくなってきており、技術を継承することが難しくなっている。

#### ◆タナカ委員

今回のプロジェクトを通じて、ほんものの西陣の流れが残っていることを含めて、「見える化」できたら一番良いと思っている。このラインで作っているからこそ、この値段だという表現の仕方ができたら良いと思っている。

最近、ある人の相談からまちの中に点在するショールームをつくれなかと考えたことがある。西陣で作っているのは帯だけだが、帯だけ見せても仕方がないので、すべてコーディネートした状態で見せることで、全体の予算感はもちろん、帯がどこで作られていて、着物や小物がどこのもので、など、消費者にその価値を知ってもらう仕掛けが必要であると思う。

東京に一冊の本しか売らない本屋さんがある。そこでは一定期間で販売される本が変わり、それに合わせて空間が変わり、期間中はその本の著者がその場にいることもある。

西陣の中にいくつものショールームが点在することで、それらを回遊する仕掛けも考えながら、西陣織はもちろん着物や伝統工芸全体、そして西陣のまちを知ってもらえるようなビジネスができないかと話をしていた。

ものづくりの各産地にそういうものが必要だと思う。中で作っているけど外からは何も見えないことも多々あると思うので、場所としっかりとした裏のシステムとを含めて、何か各地に展開できないかと考えている。そういうほんものの流れと、実際に着方や、使い方が見えるような仕組みというのは大きく作った方が良いと思う。

物語がとても重要で、まちに物語があるからこそ、人が来るという流れが増えている。商品についてももちろん重要である。

西陣のいろいろな作り手を含めて、サイトを探しても全然情報が載ってないところが多々ある。

最近では、映像で発信するということが増えているが、テレビで放映された映像をそのまま展示会に持っていくという事例もある。それではいけないし、伝わらない。

商品開発については、投資できる企業は投資をしてしっかり作られているが、西陣織の帯があるから、それを使ってバッグを作るということでは、「西陣織」に負けてしまうのではないか。「西陣織といえば帯」のイメージが強い中で、その二番煎じ的な商品がどんどん出てきても、それほど魅力を感じないのではないか。良い生地は使っているけど、ほんものではないよね、という面もあるように思うので、もっと違う形で新しいブランドが作られても良いと思う。

#### ◆上林委員

昭和40年代の終わりごろ、短期間だったが、先染めのネクタイということで西陣のネクタイが売れた時があった。

地域の活性化は、ものづくりが元気になってくれないと活性化に繋がっていかない。産地がどういう現状にあるかということを知らないで議論していたら、これは上滑りになってしまうので、質問させていただいた。

#### ◆高田委員長

情報発信の話が出た。

また、最高レベルの技術、技能を維持するためには、そこだけがあっても難しい。もう少し下というか真ん中ぐらいの職人が入ってくる仕組みがなかったら、そこから上がっていくレベルの高い職人が生まれないのではないかと、という問題もあると思う。そのあたりは西陣織のブランドが高くなる仕組みとともに、その製造を継承していく、高度なものづくりを続けられる仕組みが組み込まれていなければ本質的なビジョンにはならないという御指摘をいただいたように思う。そこはもう少し書き方を工夫した方が良いと思う。

今触れた項目以外で何か気になることがあれば御発言いただきたい。(意見等なし)

本当は1つ1つ詰めていかないといけないと思うが、時間的な制約の中での議論となるので、どうしてもどこかで偏ってしまう可能性がある。御意見やお気付きの点は、メール等で事務局に連絡していただければと思う。

今日はかなり本質的な議論がたくさん出た。今回の御意見を踏まえて、もう一度将来像と方策イメージについて練り直すことになるが、まったくおかしなところがあるという話はあまりなかったように思う。もう少し重点を置いて強調すべきところについて、皆さんから御意見をいただいたと思うので、フレームについては、インパクトのある表現をしながら、重要なところを浮き出させることができればと思う。

他には、西陣織の製造プロセスや仕組みが、まちづくりの将来にとっては重要な意味合いがあるという御指摘をいただいた。また、御所を中心としたこの地域の成り立ちがベースとして重要であり、上質なものを作り上げていくベースが、そもそもこの地域にはあるのだという説明が必要であることを、その前段の議論として御指摘いただいた。その2つが今日は重要なところだったと思う。

今後の進め方について、御意見やまとめ方の提案等があれば、御発言いただきたい。(意見等なし)

それでは、今のような形で再整理をさせていただきたい。

### (3) 今後の進め方

#### ◆高田委員長

今後の進め方について、事務局から簡単に御説明をお願いしたい。

【資料説明】 — 省略 —

◆高田委員長

これについて御質問等があれば、御発言いただきたい。(意見等なし)

本日の議論もそういう方向を向いていると思うが、もう少し時間をかけた方が良いという御提案である。ここまで来たらもう少し完成度の高いものにしていくのが大事だと思う。

本日本日予定していた議事は以上になる。事務局から最後にお知らせがあればお願いしたい。

◆事務局

本日は活発な御議論をいただき、本当にありがたい。

次回の第4回検討委員会は9月頃の開催と考えている。

活性化ビジョンの検討もいよいよ佳境ということで、次の9月までの間、この夏が非常に重要な期間になると思う。今日の御意見を踏まえて、コンセプトの練り直しもして、推進項目の中身も、もう少し細かい話を入れていきたいと思う。委員会と別に、委員の皆さんからはまた個別に御意見を伺いたいと思っている。どうぞよろしくお願いしたい。

◆高田委員長

熱心な御議論に感謝申し上げて、閉会とさせていただきます。

以 上