

令和5年度京都市伝統産業活性化推進審議会 摘録

1 日時

令和6年1月29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 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
	今井 珠加	株式会社ビジネスガイド社 事業部 次長
	北川 淑恵	株式会社 季縁 代表取締役
	小山 汀奈	Pieces of Japan 株式会社 代表取締役社長
	白須 美紀	市民委員
	竹口 尚樹	京都信用金庫 常務理事 企業金融本部長
	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
	長澤 遥司	市民委員
	永田 宙郷	ててて協働組合 共同代表
	永山 富男	京都市産業技術研究所 知恵産業融合センター長
	畑 利和	京の伝統産業春秋会 会長
	平方 久美子	元 HOTEL THE MITSUI KYOTO 宿泊部 チーフコンシェルジュ
	室井 麻依子	京の伝統産業わかば会 会長

※欠席：小林 啓治 京都府立大学文学部和食文化学科 教授

4 内容

- ・京都市（山口伝統産業振興担当部長）挨拶
- ・若林会長挨拶
- ・新任委員（永山委員、畑委員）自己紹介

＜若林靖永会長＞※挨拶要旨

- ・京都市では、伝統産業の活性化は京都の未来にとって不可欠であるという認識のもと、2005年に京都市伝統産業活性化推進条例を制定し、3期に渡って計画を策定し、伝統産業振興を進めてきたところ。第1期、第2期は5年ごとの計画だったが、現計画の第3期については、10年というより長い視点で、腰を据えた取組を実施している。
- ・第3期計画も8年目に入ろうとしている。新型コロナウイルスなどで伝統産業界は大変厳しい状況になったが、コロナが明けたこれからの伝統産業の取組や、今後の施策のあ

り方について、計画の終わりも見据えつつ、皆様から率直な御意見やアドバイスをいただきたい。

<事務局>

- ・資料に基づき説明

(1) これまでの取組について

<若林靖永会長>

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

<白須美紀委員>

- ・職人さんへの取材を行う中で、実演に携われることの喜びの声を聴いている。また、業界からミュージアムの展示品を提供されているという話を聞いたが、謝礼等は払われているのか。
- ・また、観覧料が有料になり、74品目の展示品の入替等がされているかお聞きしたい。

<事務局>

- ・74品目の常設展示については、ほとんどが各産地組合等から委託販売という形で展示品を預かり、値札を掲示して展示・販売している。そのため謝礼という形ではなく、売れた場合に、売上が入る形になる。
- ・また、観覧料設定のタイミングで、組合等に、有料になる前提での入れ替えをお願いし、多くが新たな展示品に入れ替わっている。ただ、例えば仏壇など、大きな展示品については簡単に入替ができないため、まだ入れ替えていない場合もある。

(2) 今後に向けて

<若林靖永会長>

- ・第3期計画の終期を見据え、今後の伝統産業の活性化に向けたアイデアを幅広くいただきたい。

<田中雅一委員>

- ・業界ではインボイス対応が大きな問題となっており、この機会に廃業するという事業者もいる。また、働き方改革で、昔ながらの弟子制度が時代に合わないとして、若い世代の雇用を諦める事業者もいる。この二つが重なり、今後も伝統産業従事者はかなり減っていくのではと思っている。
- ・また、従前から、伝統産業振興には量をはじめとした「和の設え」の普及が不可欠であるということを提案してきた。この間、京都市や京都伝統産業交流センターでも、様々な取組を実施しているが、参加者の数も限られている。多くの方に和室の良さをしっけていただけよう、今後も一層の工夫をお願いしたい。
- ・体験事業や実演への謝礼として業界にお金を回すのも大切であるが、中長期的に伝統産

業を支えていくためには、もっと抜本的な取組が必要だと考えている。

<畑利和委員>

・「薫香」は、衣食住等に関わる生活必需品ではなく、嗜好品に当たっている。そのため、一層厳しい状況に置かれている。そのような中で、発想を転換し、間口を広げてまずはお香を知ってもらいたいと考え、薫習館という情報発信拠点を開設した。また、実際に香りを楽しめる「くんくんくん」というカードゲームを作り、お子さんから大人まで幅広くお香に親しんでもらえるよう、種まきをしているところである。

・いわゆる昔ながらの「伝統的」なものだけでなく、皆で知恵を出し合い、新しいものを生み出すことで、業界全体の底上げにつなげていくことが大切だと考えている。

<平方久美子委員>

・雨で出かけられない宿泊者向けに、トランプなどを置いているホテルもある。「くんくんくん」も絶対に重宝されると思う。

・コロナが落ち着き、インバウンドも含め多くの観光客が京都に戻ってきており、京都市観光協会からも、ホテル等へ多くの情報が提供されるようになってきた。「くんくんくん」も、是非、京都市観光協会に取り上げてもらえるよう、アピールされたらよいと思う。

<今井珠加委員>

・「くんくんくん」は、以前試させていただいたことがあるが、大人でも十分に楽しめるものであり、日本伝統の香りを学べるため、インバウンドに向けた外国語版を制作されてもいいと思う。

<室井麻依子委員>

・京都伝統産業交流センターが東福寺の畳の大広間を使って開催された子ども向けイベントで、京七宝の体験事業を担当させていただいた。事前予約もすぐに一杯になる好評ぶりで、皆さん熱心に体験いただき、和の設えの良さも実感いただけたと考えている。

・一方で、別の事業者が嵐山で開催した体験イベントでは、準備期間が短かったことや、主催者がイベントに慣れておらず、十分に広報できなかったこともあり、参加者が3、4名しかいなかった。我々としても広報は大切だと思っているが、作り手には広報が苦手な方も多いため、セミナー等を通じて広報力をつけるサポートをいただけるとありがたい。

<田中雅一委員>

・京都伝統産業交流センターのイベントでは、体験事業を行う近隣の小学校に広く案内していることもあり、枠が埋まりやすい。例えば嵐山であれば観光客を中心に周知を強化するなど、対象を明確にしたらよいと思う。

<平方久美子委員>

・ホテルの建設が続き、インバウンドが戻ってきている現状は、伝統産業に大きな追い風であり、宿泊事業者とのマッチングは、私自身も進めたい分野である。

・インバウンドは、あらかじめ京都での行程を決めてきている傾向にあるが、コーディネートするのは東京の事業者であるケースがほとんどである。このため、行先についても、もっと行ってほしい工房が他にあるのに、という場合もある。もっと京都の中で完結でき、京都に回るべきお金が他に回らないよう、ホテル、旅行会社、伝統産業の業界とで一層連携することで、京都を盛り上げていきたい。

・技術後継者育成制度の審査選考部会の委員もやっているが、育成資金の用途として、「高額な専門書や道具の購入」を挙げられる方が多い。一方で、業界では高齢の方など廃業される事業者も多い。若い世代の職人と廃業する事業者とを繋ぐ仕組みを作れば、専門書や道具が継承され、若い世代の負担も軽減されるのではないかな。

<長澤遥司委員>

・コロナが落ち着いたこともあり、様々な事業が実施されているように思う。その中でも効果が出てきているようなものがあれば聞いてみたい。

<若林靖永会長>

・京都市の取組については、先ほど報告のあったとおりであるが、一般的な消費動向としては、まだ贅沢品の消費は回復しておらず、伝統産業分野の需要回復は遅れていると言える。

・Z世代と言われるような若い世代に向けた展開も大切である。長澤委員のような若い方が伝統産業と関わるために必要なことを聞きたい。

<長澤遥司委員>

・伝統産業に対して、上の世代では「モノ」に価値を感じるが、若い世代は「概念」に価値を感じる。例えば周囲でも、先ほど話に出た「薫習館」に、「伝統工芸」という概念で価値を感じ、多くの友人が訪れていた。加えて、お香は価格的にも買い易く、おしゃれなものも多いということもあり、購入にもつながっている。若い世代に対しては、どういう概念や価値観を伝えられるかが大切なのかなと思う。

<永田宙郷委員>

・例えば「あいつはロックだ。」と言われると、皆がなんとなく共通のイメージを抱く。同じように「クラフト」という言葉が、今や単なるものづくりのジャンルを表すだけでなく、思いと責任を持って、文化や背景に多少抗いながらも挑んでいく、というイメージになりつつある。そういったイメージを、つくり手側も覚悟を持って引き受けていくことが必要になる。

・第3期計画に関して言うと、3つの視点として「イノベーション」「文化・観光」「使い手」が挙げられているが、それぞれを大項目として、細分化した中項目を作るべきである。「イノベーション」一つとっても、5年前にはできなかったことができるようになること

がイノベーションなのか、など様々な解釈ができる。

・10年後、20年後を見据えて、どういった市場を成長分野と見るか。住宅メーカーとの連携という取組も報告いただいたが、住宅市場における内装の市場規模は2兆4千億円あるとのデータがある。例えばその1%でも伝統工芸の分野に回せれば、240億円の市場である。それぞれの専門分野の知見を合わせ、マクロとミクロの間を埋める中項目を設定し、明確な目標を定めることで、伝統工芸の分野に可能性が広がるのではないかと思う。

<今井珠加委員>

・住宅購入希望者向けの商談会に工芸品を出品した伝統産業事業者によると、単価や掛け率をハウスメーカーの営業担当が決めるため、あまり儲けにならないと聞いた。手間暇かけて作られた工芸品を、一商品として大量生産品と同じように考えられると割に合わないということになる。工芸品の価値を高めるには、丁寧な説明が必要だと感じる。

・ギフト・ショーでは、最近、西陣織のアップサイクル商品が出てきており、エシカルという視点ではいいと思うが、本来は、西陣織のお誂え文化を売っていくべきだと思っている。まだまだ敷居が高いというイメージが先行しているが、思っているより簡単に、オリジナル商品などを小ロットから作ることができるというメリットもある。3月の京都ギフト・ショーでは、西陣織工業組合と連携し、特設ブースを設置してバイヤーに向けPRしていく。今後、西陣織以外も含めて誂え文化を発信し、伝統産業の可能性を広げていきたい。

<北川淑恵委員>

・ハイクラス向け観光コーディネートに携わる中で、特にインバウンドの消費がコロナ前よりも高額になっていると感じる。ホテルなどの宿泊にかかる費用も3倍近く上がっていると聞く。

・また、観光を伝統産業振興につなげるため、海外の富裕層に庭師の紹介や内装に使える工芸品や素材を紹介するなどしているが、まだまだ、インバウンドの希望に応えられるような窓口が不足している。今後は、インバウンドに関するデータ等も集めたうえで、市の施策にも反映していくことができればと思う。

<小山汀奈委員>

・伝統産業事業者の中には、PRを頑張っているのに売上に繋がっていなかったり、B to Bに力を入れているのに、マージンの計算などビジネスの基本さえわかっていないケースがあり、根本的な考え方やエネルギーの注ぎ方が効率的でないと感じることがよくある。後継者育成を行う際には、ビジネスとしていかに効率性を上げ、売上を上げていくかを上手く伝えていかなければならない。

・外国人労働者のビザ申請を支援しているが、人出不足と言われる中で、海外には、日本の伝統産業職人になりたいという人も多い。日本人はまだまだ英語が不得意で、海外へのPRも苦手であるが、それらが得意な外国人を雇用することができれば、海外展開やインバウンド向けの展開にもつながる。ただ、ビザの取得にはバチェラー（学位）が必要。今後、後継者として外国人についても選択肢として考えるためには、そのあたりも柔軟に考えられる制度があればいいと思う。

<白須美紀委員>

・伝統工芸を取材する中で、実際の日常生活とかけ離れてしまっていることを実感している。畳の部屋がなくなり、掛け軸をかけるような床の間もない。関心が薄い若い層では、和菓子を食べたことがないという人さえいる。伝統工芸を知る、体験できる場所を積極的に用意することは大切である。

・夜間観光についても複数取材しているが、京都は、まだまだ夜に観光できる場所が少なく、インバウンドの需要に応えられていない。伝統工芸を知る、体験する場所を用意する際は、夜間観光などの視点も大切だと感じた。

<竹口尚樹委員>

・金融機関という立場から見ると、コロナをきっかけに、様々な業界で事業が再構築され、大きく変化していると感じる。伝統産業においては、出荷額や従事者数が大きく減少している中で、特に従事者数の年齢層が高齢化していること、担い手不足、技術継承が大きな課題だと認識している。我々も「DESIGN WEEK KYOTO」や様々なセミナーを実施しているが、思うような広がりが見られず、様々な分野で今後どうしていこうか、という過渡期にきている。京都で伝統工芸を職にしたいという若い世代は多いため、今後も場づくりなど様々な面で応援していきたい。

・今後、龍谷大学、大阪ガス、京都信用金庫で共創施設を作るプロジェクトを進めていく。若手工芸作家の作品を展示するなど、引き続き、何ができるかを考え、様々な支援をしていきたい。

<永山富男委員>

・産業技術研究所では、約100年前から、京都の様々な産業を支援してきた。近年、所内でもリブランディングに関する取組を進め、残すべきものと、時代に合わせて変えるものとを議論している。研究所である我々は、「科学的に物事を研究すること」や、「新しい技術を活用すること」は、引続き取り組んでいく必要があると考えている。一方、時代の変化に対応していくという気持ちで、伝統産業事業者や、多くの民間企業を巻き込みながら取り組んでいる。

・伝統産業、民間企業それぞれの若手から中堅が交流し、意見交換することで、伝統産業

のマインドを取り入れた先進分野のものづくりのアイデアや、技術的課題の解決にもつながるような取組が必要であると考えている。

<永田宙郷委員>

・「ニッポン手仕事図鑑」が行う「後継者インターンシップ」の事業では、1 枠に 7、8 人の応募があるなど、インターン生が殺到していると聞く。美術系の大学を卒業する学生は年間約 2 万人いるが、美術系、工芸系にはほとんど就職しない。職人になりたい若者も相当数いるが、やりたいことがあっても、どこに行けばいいのか分からず、現場を知る機会もない。伝統産業の人出不足の理由は「ミスマッチ」以外になく、就職希望者と後継者を求める事業者双方に適切な情報が与えられ、マッチングできる仕組みがあれば、後継者不足のかなりの部分が解決されるのではないかと思う。

<田中雅一委員>

・後継者がいないから、と黙って辞めてしまう職人が多いように思う。後継者がほしい事業者と、伝統産業に従事したい若者の情報が両方あれば、工房や材料などを有効活用しながら、インターンのような取組を行うことで、廃業も防ぐことにもつながる。間で双方をつなぐような仕組みを作り、この状況を変えてほしいと願っている。

・後継者問題で言うと、京都の職人は黙って辞めてしまう人が多い。事前に言ってくれていれば、若い世代と繋げるなどのアプローチができる。インターン生に入ってもらうなどの仕組みで繋がりを作って、単なる廃業になってしまっている状況を変えてほしい。

<若林靖永会長>

・組合や事業者のネットワークの中で繋げることができればいいが、そもそも伝統産業では職人の公募そのものをされない場合も多い。コミュニケーションツールのミスマッチというよりも、それ以前のミスマッチが起こっている。関心のある若者も多いという状況は、未来への大きな可能性を秘めており、いかに伝統産業の未来につなげていくか、大きな課題である。

<米原有二副会長>

・第 3 期計画の各取組をアーカイブするような、市民とも共有できる仕組みが必要だと思う。市の HP でイベント情報などは掲載されているが、詳細や、市の取組全体を知る機会がない。今日の資料を見ても、本当に様々な取組が実施されているが、そこから京都市の伝統産業の現状や課題が非常によくわかる。こうした内容を、数年単位でまとめ、蓄積させていくことも必要だと思う。

・販路開拓や後継者育成の取組について、「種まき」に当たるような取組は特に効果が数字に表れにくいと思うが、積極的な姿勢を示すためにも、支援の件数や金額等だけでなく、

数字には表れない部分の補足も必要である。例えば、海外展開など積極的な姿勢を評価して支援していたり、後継者に関しても、従来の家業を継ぐという形より、他府県から就職、弟子入りしてくる方、転職してくる方が増えてきていることなど、様々な事例をレポートとして残すことで、地域課題や重点的に取り組むべき問題が見えてくるのではないかと思う。

<大野木啓人副会長>

- ・資料6ページの「第3期計画後半期5年に向けて」には、今の伝統産業の課題や今後どうあるべきかなど、漏れなく網羅されており、大変よくまとまっている。ただ、一つ一つを掘り下げて見ていくと、簡単には解決できない、乗り越えることが不可能な課題もある。
- ・日頃、アートの現場にいて、芸術・工芸は、これまでは専門的な領域の話だと思われてきたが、実は次の社会の中で中核的な役割を担う大きな使命が含まれているのではないかと感じている。今後の社会を考える中で、芸術・工芸が持つ役割をしっかりと見据えていくべき。息詰まるような、人の心が病むような現代社会の中で、AIの台頭などもあり、人の仕事が機械に置き換わっていく中で、我々はどうあるべきか、次の時代をどう作っていくか、方向性を見失いかねない状況になっている。それを解決するのに必要なのが、芸術・工芸であり、アートの思考である。大量生産的な生活から、物を大切に使い、またそれを繰り返し使うことで、その人にとっていい人生になるというところまで、今は繋がっていない。物から作り手の心、思いが伝わるようなものづくりこそが、心豊かな生活を生み出す。そういったものづくりの大切な役割に現代社会が気付いていない。しかし、我々は、活路を見出しつつある。その活路に向け、我々が正しい方向で、できる限り早く到達できるよう、資料にあるような課題やビジョンを一つ一つしっかりと進めていきたい。
- ・今後に向けた重要なキーワードは「癒し」。作り手が、社会にどのくらい癒しを提供できるか。癒しを感じてもらうためには、魂のこもった本物である必要がある。また、市場は日本国内だけでなく、もっと国際社会に向けた取組を進めることが、今後の京都をより一層素晴らしいまちにしていくためのキーワードになる。こうしたことを理解しておけば、次の時代に向けて、ものづくりの可能性を大きく広げていくことになるだろう。

<事務局>

- ・本日いただいた貴重な御意見については、今後の施策にしっかりと活かしてまいります。