

京都市伝統産業未来構築事業

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS

Document Book 2024

京都市伝統産業未来構築事業 SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS Document Book 2024

京都市伝統産業未来構築事業

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS

Document Book 2024

京都の伝統産業では、多様な他分野と融合しながら、人とのづくりの新たな関係やこれからのライフスタイルを創造する先進的な動きが色々なシーンで起こっています。その分野は、デザインや観光、福祉、農業、さらにはデジタルファブ리케이션(デジタルデータを基に作品を制作する技術)と様々。「京都市伝統産業未来構築事業」は、そんな伝統産業の先進的な取組をサポートしています。

事業開始から3年目となる今年度も、採択された18グループそれぞれが、海外への販路開拓や新商品の開発、後継者の育成などに取り組み、新たな成果が生まれています。伝統工芸の歴史や技法を伝えるワークショップの海外諸国での開催、伝統工芸の技法を転用したファッションアイテムやインテリア用品の開発など、伝統を守り未来へとつなぐ挑戦が続いています。

このドキュメントブックでは、18グループのこれまでの活動内容と今年度の成果を紹介しています。

目次

02 京都市伝統産業未来構築事業とは What's SFC?

04 海外展開 Overseas Program

06 Beyond Urushi

09 京都絞美京サポーターズ

12 ICW 新表具開発グループ

15 Meet Traditional Arts 実行委員会

18 COFFEE CEREMONY

20 夢の壘

22 Zen Craft KYOTO

24 新しい手法 New Approach

26 型友禪とアート、デザインを交配する場を作るチーム

28 KYOTO Leather Products

30 新・紙製京漆器PJ

32 N180

34 チームギギガガ

36 京の伝統産業わかば会

38 一般社団法人京都物産出品協会

40 西陣織工業組合

42 人材育成 Development Program

44 RE 日本画×京表具

46 京都陶磁器協同組合連合会

48 京友禪協同組合連合会

京都市伝統産業未来構築事業とは

京都市伝統産業未来構築事業(SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS)は、京都市が指定する74品目の伝統産業を持続可能にする取組への支援事業。伝統産業の事業者が主体的かつ意欲的に行う、海外も含めた取組開拓、変化していく社会のニーズを捉えた商品やサービスの開発、そして後継者や担い手の育成などの取組が将来的に自走し業界の好事例となるよう、京都市と京都伝統産業ミュージアムが支援する。



事業の組織構成

実施主体 | 京都市

伝統産業の事業者や関係団体と連携しながら、市内の伝統産業の支援を多角的に展開している。本事業のほか、若手職人に営業や広報などの経営能力を指導する「京もの担い手育成事業」や、若手職人の自己研鑽に係る費用を助成する「伝統産業技術後継者育成制度」などにも取り組む。

事務局 | 京都伝統産業ミュージアム(株式会社京都産業振興センター)

1977年の開館以来、京都市が指定する74品目の伝統産業を展示し、その魅力を広く発信することでその振興に取り組んできた。2020年のリニューアルからは、現代の作り手の活動を紹介する事業の企画や運営も担い、次世代の育成と業界の活性化にも注力している。2024年度には、京都にゆかりのある伝統産業の職人と全国の芸術系大学生や専門学校生を対象とした作品コンペ「TRADITION for TOMORROW」を新たに立ち上げた。

領域を超える取組

今年度採択された18のグループは、西陣織、京鹿の子絞、京友禅、京仏具、京漆器、京表具、京たみなど、市の指定する伝統産業のいずれかを主な専門分野としながらも、単なる素材の提供や発注にとどまらない形で別の業界や京都市以外の地域と協働し、取組を進めてきた。本書では、各グループの取組を、海外での販路拡大やイベント開催などの「海外展開」、新商品開発や異分野との融合を進める「新しい手法」、次世代の職人育成に向けた実践的な指導をする「人材育成」の3つに分類している。

採択グループへの支援

本事業では、採択されたグループに対して補助金を交付するだけでなく、京都市と京都伝統産業ミュージアムが一体となり、約1年にわたる伴走支援を行っている。

①ヒアリングと個別相談

取組の現場に事務局からコーディネーターが赴き、取組の内容や必要なサポートをヒアリング。それぞれについて、年度内目標やその達成に向けたロードマップ、課題などを整理する。希望するグループには個別相談を実施し、取組を進める中での課題解決策を提案。随時フォローアップをすることで、各取組の目標達成をサポートする。

②セミナーの開催

各グループの需要に合わせて、多様な分野の講師陣を招いたセミナーと交流会を企画開催。一般向けにも公開することで、採択されたグループ同士はもちろん、ほかの分野の事業者との交流の創出も図っている。

③成果報告冊子(本書)の作成

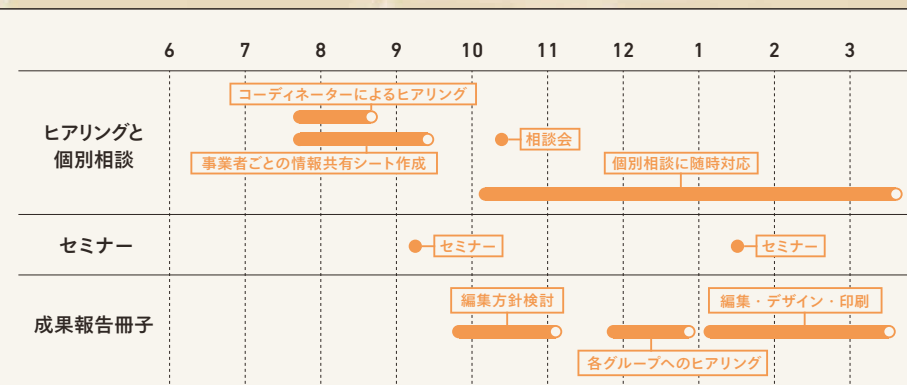
取組についてのヒアリングやインタビューを通して各グループの成果をまとめ、好事例や先進事例として広く共有する。



講師を招いたセミナーの様子。上から、デザイナーの堀内康広氏による「デザインとものづくりの幸福な関係」、パイヤーの山田遊氏による「セカイから見る工芸の現在地と少し先の未来」。



交流会では業界内外から集まった参加者が交流した。





海外展開 Overseas Program

日本国内での伝統産業の需要が減少傾向にある現在では、海外まで販路を開拓して、新たな市場の可能性を拡大していくことが重要だ。海外諸国に職人が出向いて行うワークショップや、海外のライフスタイルに合わせて開発した新商品のテスト販売などを通し、世界に向けて京都の伝統産業の魅力を伝え、その認知向上と需要の創出を図った。

コペンハーゲン、イスタンブール、サンディエゴ、サンパウロ、そして台北。 “URUSHI”の価値への挑戦



サンディエゴでの金継ぎのワークショップの様子

堤浅吉漆店は、漆への認識を変えていくため、漆とアーバンスポーツとをコラボレーションさせる試み「BEYOND TRADITION」や、多様な形で漆芸に関われるショップ「Und.」の開設などに取り組んできた。世界からは、素材としての“URUSHI”への関心が集まっているが、まだ認知度は低く、同時に間違った情報も広まってしまっている。そこで、デザイナーや漆芸家らと「Beyond Urushi」を立ち上げ、コペンハーゲンでの展示会出展、イスタンブールでの領域を超えた交流、またサンディエゴやサンパウロ、台北での展示会やワークショップの実施などを通じて、漆の多様な魅力を伝え、その認知度向上を図った。

堤浅吉漆店

1909年創業の漆屋。採取された漆樹液を仕入れ、生漆精製から塗漆精製、調合、調色を一貫して自社で行う漆のメーカー。受け継がれてきた伝統の工法に加え、新たに開発した高分散精製工法を駆使し、文化財修復や伝統工芸など、現場のニーズに合わせた漆をきめ細やかに提供する。また、サーフと漆、BMXと漆、スケボーと漆など、今までになかった取り合わせを通じて、漆との新しい出会いを提案する「BEYOND TRADITION」を実施。1万年前から日本の風土で使われてきた持続可能な天然素材「漆」を次の時代に継承するべきものとし、伝統の枠に囚われない漆の可能性と植栽の輪を広げる活動を開始している。

<https://www.tsutsumi-urushi.com>



Beyond Urushi

事業主体 株式会社堤浅吉漆店：堤卓也、森住健吾、Mayu Claire Swallow
 デンマーク・コペンハーゲン SEIKI DESIGN STUDIO：石井聖己、野村涼平（デザイナー）
 トルコ・イスタンブール 漆芸家：服部一齋（バックギャモン蒔絵）
 森工芸：森寛之（バックギャモン木工・本体制作）
 鋳金具竹内：竹内直希（バックギャモン金具制作）
 アメリカ・サンディエゴ LINKED ARTISAN（展示企画、運営サポート）
 台湾・台北 一般社団法人RELEASE：桜井肖典、風間美穂、Yuju Chen

Interview インタビュー：堤卓也 聞き手：山崎伸吾、森谷のぞみ

海外で事業を展開されている 経緯を教えてください。

前提として、文化庁が、重要文化財（建造物）や国宝の保存修理には原則的に国産漆を使うという方針を打ち出したことにより国産の漆を生産する動きは増えている一方で、京都には産業としての漆器生産が余りなかったり、漆の使用先である仏壇や仏具の需要も低迷している背景があります。漆の材料屋である堤浅吉漆店が続いていくためには、材料が売れるだけでなく業界全体が良くなるのが必須なんです。とはいえ、漆の木の不足や、産業に関わる担い手と後継者の不足、漆を使った商品が売れないといったリアルな現状に正面から太刀打ちするのは難しいので、自分たちができるのは漆への認識を変えることだと思っています。そこで、塗料としての漆の新たな魅力や可能性を海外に伝える試みとして「BEYOND TRADITION」を始めました。漆塗りのサーフボードや自転車を作ったり、その映像の展開のために海外に行ったりしたんです。漆の素材としてのすばらしさや見た目の美しさ、触ったときの質感、そして循環可能な素材であることはもちろん評価されたんですが、なにより日本人が1万年以上前から漆を植えて育てて使ってきた歴史が評価されたことに海外で展開していける兆しを感じました。わらにもする思いで始めた取組でしたが、今では無限の可能性を感じています。



漆塗りの深みをまとった自転車



イスタンブールの「LES BENJAMINS 1ST CRAFT WEEK」では、漆塗りのバックギャモンボードを展示。

今年度訪問した地域で印象的だった エピソードや出会いを教えてください。

2024年6月にデンマークのコペンハーゲンで行われた「3days of design 2024」に、Beyond Urushiのメンバーでもあるデザイナーの石井聖己さんと作った照明やトレイを出展した際には、パリの美術館「Fondation Louis Vuitton」から作品を収蔵したいと問い合わせがありました。また、トルコと日本の外交樹立100周年記念のイベント「LES BENJAMINS 1ST CRAFT WEEK」のために9月に訪問したイスタンブールでは、京都や徳島の職人たちと制作したトルコの伝統的なボードゲーム「バックギャモンボード」をコレクションに買取してもらい、2回目のイベントを京都で開催しようと言われてもらいました。

11月には、サンディエゴの日本庭園「Japanese Friendship Garden and Museum」にて「Beyond Urushi」展を開催し、漆の多様な側面として、1万年以上前から受け継がれてきた歴史や、修復や金継ぎといった使われ方、新しい価値に挑戦



サンパウロの「JAPAN HOUSE」では漆塗りのサーフボードを展示した。

するためのサーフボードなどを展示しました。子どもたちも含めたたくさんの方が展示を読んでくれて、現地のキュレーターの方からも「読み物としておもしろい展示ができて嬉しかった」と言ってもらい、手応えを感じられる展示になりました。

サンパウロでは、外務省が設置する対外発信拠点「JAPAN HOUSE」の展示に選ばれたことがなにより印象的でした。「もったいない」の精神が息づく日本のものづくりが集まる中で、バッグのブランド「PORTER」や徳島の藍師「BUAISOU」に並んで、漆に焦点を当ててもらえたことが嬉しかったです。2025年4月には現地で開催する予定です。

さらに2025年2月には、台北で、これまでに日本で実施してきたつくり手を訪ねるツアーの様子を展示しました。会場となった「重本書店」では、オーナーの方と漆を使ったものづくりやツアーができないかという話もできました。



台北「重本書店」での展示の様子

漆塗りのサーフボードや自転車の開発に、京都でのショップ開設、そして海外展開と、いろんな方面での経験を重ねて見えてきた今後の展望はありますか。

ここ数年で作った産地との関係や、海外とのつながり、ワークスペースを兼ねたショップ、そこでの職人の育成体制といった基盤を整理し、商品やツアーにして、漆業界、ひいては工芸全体が持続できる事例を作っていきたいです。地元の山の木を切り出し、また木を植えて、切り出した木から作った商品にショップの中のワークスペースで若手職人が漆を塗る。その職人は、漆屋としてある程度の収入が担保されている安定感を持ちながらものづくりに関わり、また店頭で漆の文化を伝えたりもする。そこで出会った使い手に、ものづくりの背景が分かるツアーに参加してもらい、そこで見聞きしたことを更にほかの人に伝えてもらう。そうしたものづくりの循環が実現できるのではと思っています。その流れが産地にも及んで、産地に入りする人が増えたり、そこでの新たな雇用が生まれたり、結果として生き方の選択肢が増える、という世界になるといいなと思っています。まずはこのショップを拠点に、そういったものづくりの循環のモデルをつくり、目に見える形でほかの工芸にも波及させていきたいです。

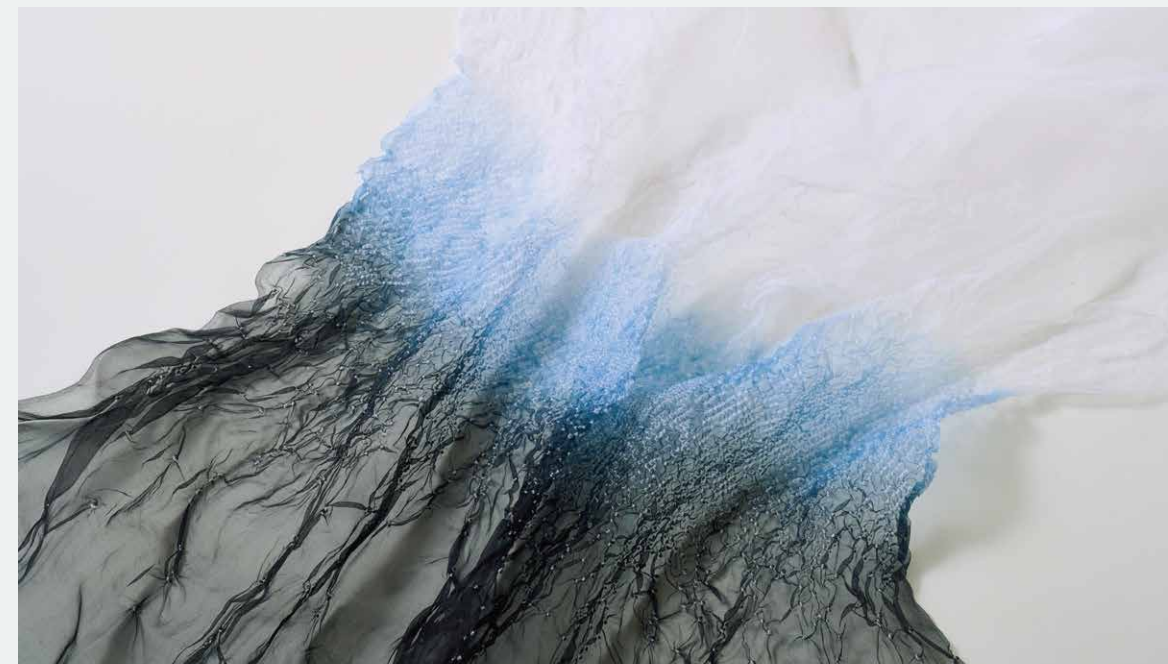


お碗の中に描かれた堤浅吉漆店のビジョンマップ

Interview

インタビュー：堤卓也 聞き手：山崎伸吉、森谷のぞみ

伝統的な技法をいかした新しいファッションアイテムを海外へ



株式会社京都絞美京は、2016年の設立以来「京鹿の子絞」の技法を用いたストールやスカーフなどの商品開発を手掛けてきた。また最近、BtoBが中心であった体制からBtoCにも力を入れていくため、絞り染めが体験できるスペースと商品を展示販売できるギャラリーを工房内に併設した。今年度は、社外から京鹿の子絞の職人2名を加えた「京都絞美京サポーターズ」として、ギャラリーで展示販売するための新商品を開発し、国内外の展示会やパリ市内の工芸品のアンテナショップ「maison wa」でのテスト販売を実施。50件以上の商談を行い、今後の販売につながるネットワークを作った。

株式会社京都絞美京

1937年創業の老舗呉服店。日本の心のアイデンティティである着物の魅力を、伝統と革新のものづくりで発信している。京鹿の子絞の技法で染色する種々のファッションアイテムは、伝統を継承しつつもカジュアルさを持ち合わせ、海外からの注目を集めている。三代目の松岡輝一氏は、従来は平面に仕上がっていた「板締め絞り」に、世界で初めて3Dプリンターで作った型を用い、立体感のある作品を生み出した。

<https://kyoto-shibori.com>



京都絞美京サポーターズ

株式会社京都絞美京：松岡輝一

松本忠紘下画：松本忠雄

たきもと染工：瀧本勇



新商品開発の手ごたえ

今年度は、伝統的な京鹿の子絞の商品ではなく、絞りの技術をいかしたアートパネルやバッグ、スマホケース、Tシャツ、ストールなど、現代のライフスタイルに合う新商品を数多く開発した。東京やパリの展示会への出展の際には同時に絞り染め体験を実施し、またパリではテスト販売を行った。その結果、フランスの大手ホテルを含む50以上の事業者と商談を行うことができ、一部は販売にもつながっている。

パリの展示会「MAISON & OBJET」では、販売する商品だけではなく、絞り技術そのものの魅力や技術力を伝えることができるサンプルが必要であること、色やサイズに関する現地のニーズをより多く把握しなければならないことなどが分かった。それを受けて、今後は、ヨーロッパでの更なるニーズの把握と、既存商品の改良、新商品開発に取り組むほか、SNSなどでの情報発信を強化するとともに、多言語で新商品を紹介できるパンフレットも制作する予定。また、工房に併設するギャラリーにてワークショップや展示会を開催することで、京鹿の子絞の魅力の発信を更に強化していく。



展示会展

京鹿の子絞 特別展
2024年8月3～4日
伝統工芸青山スクエア



MAISON & OBJET
2025年1月16～20日
パリ(フランス)



テスト販売

maison wa
2025年1月16～23日
パリ(フランス)



パリを代表する日本の工芸品店。2015年の開業以来、日本の伝統工芸に現代的なデザインを融合させた高品質な商品を取り扱う。今回は、京都府の伝統工芸に携わる職人と伝統工芸の商品開発に長く関わってきたデザイナーが手を組み、新たな価値を生み出すプロジェクト「PRECIOUS KYOTO」のイベント内でテスト販売を実施した。

表具の技術を展開した新商品開発で、市場を国内外へ広げる



加工した和紙を京表具の技術で仕立てたランプシェード「折灯華」

京表具師3名により立ち上げられたイノベティブクラフトワークス合同会社(通称ICW)は、表具の認知向上に向けた種々の新商品開発や国内外での市場開拓に取り組んできた。特に、折り紙を設計するプログラムで作ったデザインを京表具の技術で形にしたランプシェード「折灯華(せつとうか)」については、パリ市内の工芸品のアンテナショップ「maison wa」での展示販売やそのほかの展示会への出展にて、大きな反響を得た。そこで今年度も、折灯華を主軸にした国内外の展示会出展とパリでのテスト販売に取り組み、更なる販路の拡大に挑んだ。

イノベティブクラフトワークス合同会社

骨格のない折り紙の技術を使ったランプシェード「折灯華」をはじめ、高い表具の技術を用いて現代のライフスタイルに合う新しい表具製品を開発し、国内外で販売を行う。多様な伝統産業製品を組み合わせ、仕立てる表具師ならではの技術を応用し、環境にやさしい新商品の開発をはじめ、京都の伝統産業全体の活性化にも取り組んでいる。

<https://www.settoka.com>



ICW新表具開発グループ

安達表具店：木南拓也
夜天堂：宮岸篤史
株式会社弘誠堂：田中善茂

Interview インタビュー：木南拓也 聞き手：山崎伸吾、森谷のぞみ

表具師というお仕事や、京表具の特徴について教えてください。

「和紙を糊で貼り合わせる仕事」とひとくりにされることが多いですが、実際は、掛軸を仕立てたり、壁面に紙を貼ったり、屏風を作ったりと多岐に渡ります。京表具の特徴としては、京都にはお寺の大本山や有名な京料理屋さんが多くあるため、仕事が安定的にあるうえに求められる質が高く、他府県から修行に来る人もいます。

ただ、業界としては、和室の減少に伴い仕事が減ったり、団塊世代の表具師が業界の厳しさなどを理由に跡を継がせずに辞めていったり、原料となる和紙の生産者の廃業が続いていたりするのが現状で、京都表具協同組合に登録している組合員は、10年前は210人だったのが、今では90名ほどになっています。

そんな中で新商品「折灯華」の開発や、海外展開に取り組まれたんですね。

同じく表具師で組合の販路拡大事業部にいた弘誠堂の田中さんが、先に新商品開発に取り組んでいたのですが、それを僕が引き継ぎ、工芸分野のデザイナーと知り合って完成したのが現行の折灯華なんです。思いがけず京都のホテルから250個ほどの注文をいただき、組合の若手に頼んで折灯華を作ってもらい、そのホテルに商品を納めることができました。ただ、百貨店でポップアップイベントやワークショップを実施するようになると、今度は在庫を抱えて組合に大きな赤字を出してしまいました。組合としてこの活動を続けることに難しさを感じ、同じ思いを持っていた3人でICWを立ち上げました。

海外展開のきっかけは、日本の展示会に出たときにフランスの工芸市場とつながりがある方と出会ったことです。テスト販



「MAISON & OBJET」での展示の様子

売のためにフランスに持っていった商品が販売につながり、また別の機会で赴いたドイツでも販売につながったので、海外でも通用することが分かってきました。2022年度からは未来構築事業を活用して海外向けの新商品開発に取り組み、その次年度には京都府がフランスで開催する展示会「PRECIOUS KYOTO」に出展したんです。そのときはフランスの展示会「MAISON & OBJET」での市場調査も実施しました。価格面での難しさは残るものの、おおむね評判がよく手応えを感じました。

今年度も海外展開に取り組まれて、どんな感触がありましたか。

上海、ロッテルダム、パリ、東京などの展示会への出展は着実に売上につながっており、商談件数が100件を超えています。パリにある工芸品のアンテナショップ

Interview

インタビュー：木南拓也 聞き手：山崎伸吉、森谷のぞみ

「maison wa」では、クリスマス商戦用に、フランス人に好まれるカラーとデザインの折灯華を展開し、用意した8個のうち4個が売れました。フランスのほかにも、アメリカやイギリス、イタリアからも数百個単位で注文したいというお声をいただいています。継続中の商談もあるので、引き続きいい結果につなげていきたいですね。

また、以前はこの活動に協力的でなかった組合のメンバーが折灯華のSNS投稿にリアクションを付けてくれたりと、組合の中の空気も変わってきていると感じています。最近では、運営が3人では足りなくなってきたので、組合の若手にも協力してもらえるような新たな動きも作っていききたいと思っています。

ICW 立ち上げからの3年で見てきたこれからの展望があればお聞きしたいです。

最近では日本国内でも知名度を得てきて、展示会で名刺交換していない会社からも問い合わせや注文が来るようになりました。売上としては昨年と同じレベルですが、国内外ともに問い合わせの数はとても多くなっているので、次は商品を卸していける確実なルートを築いていきたいです。

近い将来の目標としては、今は弘誠堂を事務所としていますが、会社としての事務所を新たに構えてメーカーとして動いたり、そこで海外の旅行客を受け入れたワークショップを実施したいです。それによって新しい雇用も生んでいけるのではと考えています。



現在試作中の壁掛け時計と器

2024年度の活動

インテリアライフスタイルリビング
2024年6月12~14日
東京ビッグサイト

Design Shanghai
2024年6月19~22日
上海(中国)

MONO JAPAN
2024年9月13~15日
ロッテルダム(オランダ)

MAISON & OBJET
2025年1月16~20日
パリ(フランス)

国際ホテル・レストラン・ショー
2025年2月4~7日
東京ビッグサイト

東京インターナショナル・ギフト・ショー
2025年2月12~14日
東京ビッグサイト

maison wa
2024年7月~2025年2月
パリ(フランス)



パリを代表する日本の工芸品店で、2015年の開業以来、日本の伝統工芸に現代的なデザインを融合させた高品質な商品を取り扱う。今年度は、半年以上にわたり商品を販売した。

海外に日本の文化の礎を築く。
展示会出展とイベントを通じたネットワークづくり

「Japan Fest Atlanta」の主催者 Kazuko Lillie 氏の来日時の様子。石灯籠の職人である齋田隆朗氏が、自宅と工房が一体になった齋田石材を案内した。

「Meet Traditional Arts 実行委員会(以下 MTA)」は、職人が海外展開をしやすくすること、また日本の伝統工芸を海外の方々に文化として体験してもらうことを目的に、イタリアの日本食レストランやアメリカ各所の日本庭園など、様々な場所で企画を展開してきた。今年は、京都の伝統工芸の市場を海外で更に拡大していくために、日本文化を扱うイベントとしてアメリカ東部で最大規模の「Japan Fest Atlanta」に参加。また、台北にて現地のデザイナーやつくり手と交流するトークイベント「Fab Meetup | Dialogue in Artisans & Designers」を実施し、各地とのネットワーク構築に挑んだ。

一般社団法人 LINKED ARTISAN

文化や感性を生み出し、循環的なものづくりを行う仕組みとしての工芸と職人の技術や哲学を通じて、海外をはじめ、様々な背景を持つ人々との交流を生み出すためのプロジェクトを行っている。職人の海外派遣や海外の日本文化発信拠点と連携した研修事業などを実施。

<https://linkedartisan.com>



Meet Traditional Arts 実行委員会

齋田石材：齋田隆朗
昇苑くみひも：八田俊
蘇嚙窯：涌波まどか
堤浅吉漆店：堤卓也
手描友禅作家：眞鍋沙智
南條工房：南條和哉
一般社団法人 LINKED ARTISAN：安井玲子

展示会出展

Japan Fest Atlanta

2024年9月21~22日
アトランタ(アメリカ)

MTAの活動に興味を持った主催者のKazuko Lillie氏から招待を受け、種々の伝統工芸に触れられるブースを出展。関守石*づくりのワークショップや石灯籠についての講演なども行った。会期中は累計500人がブースに来場し、多くの関心を集めた。また、アトランタでのイベントは初めての参加であったため、現地の工芸市場やコミュニティのリサーチ、及び現地パートナーになりうるプレイヤーとのコネクションづくりにも取り組んだ。

※関守石：日本庭園や神社仏閣の境内で立ち入り禁止を表すために使われる石



関守石づくりのワークショップの様子

Fab Meetup | Dialogue in Artisans & Designers

2024年11月28日
台北(台湾)

LINKED ARTISANとFabcafe Taipeiの共催で、工芸とデザインの新たな可能性を探る対話を実施。MTAのメンバーで石灯籠の職人である齋田隆朗氏と、プロダクトデザイナーの大津寄信二氏(京都)とLo Chi氏(台北)が登壇した。MTA及びLINKED ARTISANの活動についての意見交換や、齋田氏と大津寄氏が製作した石のミルでコーヒーを淹れるワークショップを通じて、30名ほどの参加者と交流した。



トークとワークショップを通じて、登壇者と参加者が入り混じって対話を重ねた。

Interview インタビュー：齋田隆朗 聞き手：山崎伸吾、森谷のぞみ

MTAが結成された経緯をお教えください。

私が「京都職人工房^{※1}」に在籍していた2013年ごろ、シカゴ在住の日本人ギャラリスト^{※2}の方との出会いがあり、アメリカの日本庭園でイベントを実施することになったのが全てのきっかけです。アメリカの日本庭園は、広いところでは茶室を併設して茶道文化を広める場になっていたり、展示スペースがあったりと、日本と同じくパブリックな場所です。そういったところで、職人を派遣したワークショップなどのイベント開催を重ね、それに関わる伝統工芸の職人たちが2019年に結成したのが「Meet Traditional Arts」です。

補助金などのサポートを受けながら同様のイベントを実施する中で、組織として自走していく必要性を感じ、2023年には一般社団法人LINKED ARTISANを設立しました。主に職人によって構成されているMTAに対し、こちらは海外での工芸の普及活動に必要な専門分野ごとにメンバーを集めています。現地の要望に合わせて日本国内から職人さんを派遣したりイベントをプロデュースしたりするなど、縁の下の力持ちとして動いています。

※1 京都職人工房：京都府が主催する、伝統産業の担い手が次のステップを踏み出すためのプラットフォーム。2012年から2022年にかけて、デザイナーを講師に迎えた商品開発ゼミやブランド開発のためのワークショップを開催していた。
※2 ギャラリスト：美術画廊やギャラリーなどを経営し芸術作品を販売する職業。美術商。



2019年にローマで開催した蘇麗葉の榎木鉢のワークショップの様子。現地で活動するアーティストのスタジオで開催した。



2021年にフェニックスにある日本庭園で開催した、日本文化を体感してもらうイベント。写真は職人によるレクチャー開催時のもの。

どんなことが海外での伝統工芸の普及活動のモチベーションになっているのでしょうか。

アメリカには、日本の工芸の熱心なファンのコミュニティもありますが、日本庭園のショップで売られているものが中国製だったり、まだまだ情報や知識が行き届いていないとも感じていて。その悔しさと使命感から、アメリカに日本文化の礎を築きなおそうという思いで活動しています。

そして、海外での活動はやはりやりがいがあります。アメリカで隔年開催される北米日本庭園協会(NAJGA)のカンファレンスが新型コロナの影響で1年遅れて開催されたとき、その登壇のために現地に行ったら、みんなが「来てくれてありがとう!」と言ってくれたのが嬉しくて。商品や技術はもちろんですが、なにより僕らの存在に対して、感動的に、そしてリスペクトを持ったリアクションがあるのがいつも印象的です。アトランタの「Japan Fest Atlanta」では、ブースにいらした組み紐のファンの方が、恥ずかしそうにしながらも職人さんの近くで技に見入っていたり、昨年サンディエゴで実施した食のイベント「Japanese Cultural Experiences through Kyoto Cuisine & Craftsmanship」では、50名ほどの参加者の中にわざわざカナダ

から来てくれた人もいました。声を掛けていただくこともそうですし、ひとつひとつの行動が嬉しいです。

そうして海外での活動を続けるうえで、現地のスタッフがパートナーとして協力してくれることも本当にありがたいです。こちらは地域ごとの価値観をその土地の肌感覚で知ることができるし、相手は日本で活動する職人と直に交流できる。互いにメリットのある関係ですし、心から伝統工芸を愛している人が多いという意味でもパートナーですね。

これからの展開について考えていることがあればお教えください。

「Japan Fest Atlanta」の主催者であるLillieさんをはじめ、海外で出会った方が京都の工房を訪れてくれることが増えていて、累計30~40人が来訪しています。京都のほうが、海外での実演よりも工芸の本質に近いものを見てもらえるので、海外での活動をうまく伝統工芸の認知向上につなげられていると感じています。こういった機会を通じて、よりコアなファンとのネットワークを作っていきたいです。

またこれからは、活動拠点と協業するパートナーを着実に増やしながら活動の可能性を広げていきたいです。5月には精華町と姉妹都市提携しているオクラホマのイベントへの参加も決まっているほか、職人が互いの国を行き来して特定の期間滞在しながら創作活動や交流を行うレジデンスプログラムや、海外の大学生を巻き込んだ教育プログラムなど、工芸の本質を次の1000年に伝えるための動きを計画中です。

日本の伝統工芸の技術をいかした コーヒーツール開発と販路開拓



茶道具をヒントに、異なる技術を持つ10人の職人と開発したコーヒープロダクト

茶道が持つ様式美を世界中で親しまれるコーヒー文化に融合し、伝統工芸の新たな用途と価値を創造するプロジェクト「COFFEE CEREMONY」。伝統工芸の感性を受け継いだコーヒーツールを、京都を中心とした全国の10人の職人と試行錯誤して作り、届けることで、海外市場での京都の伝統工芸の認知度向上を目指している。今年度は、展示会への出展を重ねる中で、世界中で親しまれているインテリアセレクトショップ「POJ STUDIO (通称POJ)」への販売委託が決定。さらには、海外市場への本格的な展開を見据えたテストマーケティングを実施するため、ロサンゼルスでの展示販売を行った。

PUBLIC SERVICE

竹工芸や茶道具といった工芸製品に携わる石上諒一と業務用機器やアウトドア製品などの工業製品に携わった大津寄信二により2021年に結成されたデザインユニット。キッチンウェア・家具などの量産品から、伝統・産業技術を取り入れた特注品の設計製作まで、多岐にわたるものづくりに関するサポート事業を行う。これまでに培った協力業者や異業種ネットワークを活用し「つくり手をつなぎ、つくりたい想い」の実現に向けて伴走し、ものづくりの全てをプロデュースする。

https://www.instagram.com/ps_public.service



COFFEE CEREMONY

高野竹工株式会社
株式会社佐藤喜代松商店
齋田石材店：齋田隆朗
六兵衛窯：清水宏章
京菓子司金谷正廣：金谷亘
PUBLIC SERVICE：大津寄信二、石上諒一（デザイナー）



「Milano Salone」での出展時の様子



銀座での展示会では、セレモニー自体をサービスとして実施した。

各所での展示と出会い

今年度は、2024年4月にイタリアのミラノで開催された「Milano Salone」にはじまり、京都、東京、台北、ロサンゼルスなど、精力的に展示会へ出展。様々な国や地域で前向きな反応を得てきた。特にイタリアではコーヒーのドリップの作法が一般的ではないため、珍しい抽出方法と日本の異文化を掛け合わせたインテリアとして受け入れられた感触があった。いずれの展示会でも、お茶会の形式を模したドリップサービス「セレモニー」の評判が良く、2024年11月に銀座で開催された展示会では、商品の展示ではなくセレモニー自体をサービス化した。その効果は絶大で、セレモニーによって商品の価値を更に伝えることができると確信した。さらに、台北で登壇したトークイベントにおいては、現地で近日オープン予定の店舗との商談につながった。

これまでは販路開拓のみを目的に展示会に参加してきたが、商品が異文化交流のきっかけとしての役割を果たし、共感してくれる仲間が増え、その関係が結果的に後の収益や販路の拡大につながりうると感じた。

ロサンゼルスでの展示

2024年7月の京都の展示会では、本商品の販売先となるPOJと出会う機会を得た。デザイナー目線で伝統工芸の商品を作ることに互いに共感を持ち、その後、2025年2月にロサンゼルスでセレクトショップ「EYN VAS」にて展示販売会とセレモニーを実施した。

スペースの一角を暖簾で囲い、黒畳を敷き、靴を脱いで上がる茶の間のような空間を作ったことで、体験を求めて来場する人が多く、コーヒーを飲みながらのコミュニケーションが活発になり、セレモニーが終わった頃には、来場者は日本の文化に親近感を持っていた。その結果、販売についても案内しやすく、セレモニーの参加者全員が物販スペースに立ち寄った。さらには現地の陶芸家ともつながりが生まれ、共作の話にも発展した。

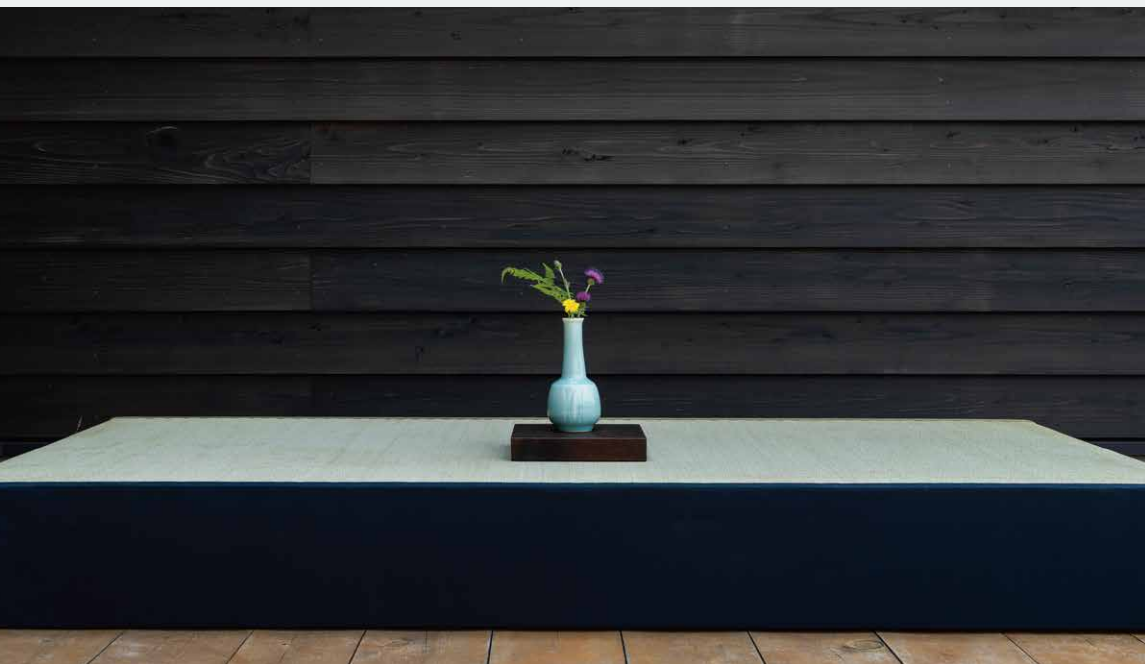
今後は、海外の展示会に参加するほか、展示会出店を強化する商品（トレイ、菓子商品、菓子器など）の開発、業界におけるブランドの存在感を強化するための海外の連携先の拡充、新たな市場（欧州、アジア圏）への展開などを検討していく。



10 SHOKUNIN (プロダクトを共に開発した10人の職人)

京都 | 竹のコーヒードリップスタンド 高野竹工株式会社、岡山 | 備前焼コーヒードリップ入れ 龍峰窯：藤田昌宏、奈良 | 再生靴下織維トレイ 株式会社 germination、岐阜 | 土器コーヒークップ 田中太郎、東京 | ガラスコーヒースーパー 池上太郎、静岡 | コーヒードリッパー（和紙） 修善寺紙谷和紙工房：舛田拓人、京都 | コーヒードリッパー（漆） 株式会社佐藤喜代松商店、京都 | 石のコーヒードリップスタンド 齋田石材店：齋田隆朗、京都 | 京焼・清水焼の湯沸かし器 六兵衛窯：清水宏章、京都 | コーヒー菓子 京菓子司金谷正廣：金谷亘

海外のライフスタイルに合う畳で 新たな販路を開く



「Table Style」は、一般的な大きさながら厚さが200mmあり、軽く座ったりディスプレイとして使える。

株式会社もとやま畳店は、和室の減少やライフスタイルの変化により畳の需要が大きく減少している状況を鑑み、現代のライフスタイルに合わせた新商品の開発に取り組んできた。今年度は、山本タタミ店と共同で、茶道用の畳に改良を加えて、西洋のライフスタイルに合うオリジナル畳を新たに開発した。完成した商品は、アメリカの「The International Global Solution Inc.」を通じてアメリカと中国にて販売し、海外での市場と畳の新たな可能性の拡大に挑んだ。



株式会社もとやま畳店

大徳寺門前にお店を構える100年以上続く老舗畳店。茶室はもちろんのこと、大徳寺の塔頭にも畳を納めるなど、京の粋と匠が深く根をおろす業界でその舞台の「足元」を支え続ける。最近では、国内外の展示会に出展したりロサンゼルスに支店を構えるなど、新たなチャレンジにも取り組んでいる。

<https://kyo-tatami.com>



夢の畳

株式会社もとやま畳店：本山浩史
 太秦 山本タタミ店：山本洋
 The International Global Solution Inc.：Kozo Okada

既存商品の改良と海外への展開

畳の市場を海外にまで拡大するため、既に商品開発に取り組んでいた茶道用の畳を海外のライフスタイルに合わせて改良し、ベッドや腰掛けられるテーブル、サイドテーブル、ディスプレイスタンドを開発した。具体的には、従来は厚さが140mmだった商品に、現地の人の体格などを考慮して、200mm・300mm・450mmの3パターンを制作。縁（へり）のカラーもこれまでは黒と紺の2色展開だったが、現地でのヒアリングなどに基づいて、茶色・緑・紫を追加した5色展開とした。商品名についても、海外の方が覚えやすく好まれやすいように「YUME」とし、日本の土産物などを紹介するECサイト「Japan Wave」で2025年2月から販売を開始した。

アメリカのステーキ店や雑貨店などで展示を実施したほか、中国での個別商談なども行った結果、まだ少量ながら販売にもつながっている。アメリカでは、「丸みがなく奇をてらっていないデザインが新鮮だ」、「畳を使うことで日本文化への理解が深まる」など好意的な声が集まっており、販売開始から間もない中で手ごたえを感じられている。

今後は、SNSでの情報発信をスタートさせるとともに、展示会などへ出展するほか、縁の柄やデザインのバリエーション追加も予定している。



新しく開発した商品。上から Bed Style / Table Style / Side Table Style



美術と工芸の融合である仏具を、
香具や香炉として海外へ



仏具製造のプロフェッショナル2名と、海外での工芸のプロデュースを得意とする1名によるチーム「Zen Craft KYOTO」。仏具を、美術と工芸を総合した「実用性を伴う美」として捉えなおし、海外の市場を想定して、香具や香炉、照明器具など様々な商品を開発してきた。今年度も、新しく開発した商品を携え、ロサンゼルスにて展示販売のイベントを実施した。



Zen Craft KYOTO

THE MOMENT 株式会社
株式会社関崎
株式会社吉田治市商店

Zen Craft KYOTO

伝統と現代の融合を追求する京都発のプロダクトブランド。洗練されたデザインと高品質な素材を特徴とし、禅の美学と職人技を駆使して日本の心を世界に伝える。

<https://www.instagram.com/zencraftkyoto>



照明



金箔を施したメモリアルフラワー



現代香炉



香具(上から時計回りに、銀杏 / この葉 / 紅葉)

仏具製造の技術を使った商品開発と海外市場開拓

仏具は日本の伝統工芸の集大成ともいえるものであり、日本の「美」を代表するアートでもあるが、近年では、日本人の宗教観やライフスタイルの変化に伴ってその需要は低迷し、その魅力がなかなか伝わっていない現状がある。そこで、今に伝わる仏具製造の技術とノウハウを用いて、新たな市場を見出ししていくための商品開発に取り組み、海外市場の開拓事業として、ロサンゼルスにあるジャパニーズスタイルのスパ「Tomoko Japanese Spa」での展示販売を行った。

商品開発においては、事前に行った市場調査の結果を基に、伝統工芸の技術をいかしつつ現代的なデザインを取り入れ、なおかつ機能性とデザイン性を両立させることで、アメリカ市場のニーズに応えることを意識した。

今後は、今年度新たに立ち上げたホームページやSNSなどを活用したPRを強化し、認知度を高めるとともに、ロサンゼルスでのつながりをいかに、展示会への出展も継続して行っていく。また、ロサンゼルス以外の市場開拓も目指し、現地のニーズに応じた更なる商品開発も行う予定である。

ポップアップイベント

2025年2月3~9日
Tomoko Japanese Spa



2014年にアメリカのビバリーヒルズにてオープンした。日本文化をモチーフにした高級スパとして、多くのセレブリティに人気を博している。



新しい手法 New Approach

伝統産業が持続可能であり続けるためには、時代の変化に合わせた商品やサービスの開発と展開も必須である。伝統産業の技術を現代のライフスタイルに合わせた価格帯で提供するための商品開発や、認知拡大を図るための他分野とのコラボレーション、そして技法そのものを商品とするマテリアルビジネスへの参入など、多様なアプローチでの市場開拓が進んでいる。

染織技術を中心とした 4つの場をひらく



2024年9月にリニューアルオープンを迎えた工場の内観

山元染工場は、舞台衣裳制作専門の染屋として事業を続けながら、新ブランドの立ち上げや新商品の販売に取り組んできた。2024年9月には、これまで使ってきた工場を新たな機能やサービスを展開していく場としてリニューアルオープンし、「考える」「開発する」「伝える」「作る」という4つの機能を持つ場として、染工場を持続させていくためのコンテンツ開発に取り組んだ。これらの創造的な場づくりを通じて、型友禪の技術とアートやデザインとの融合を促進し、多様な分野での応用の可能性を広げることが目標としている。



改装した工場のリニューアル記念イベントの様子

型友禪とアート、デザインを交配する場を作るチーム

山元染工場：山元宏泰、山元桂子（主催・企画）
ドットアーキテクト：家成俊勝、土井亘、勝部涼亮（コンテンツ開発）
椎口工務店：椎口真澄（ワークショップ開発）

山元染工場

京都・壬生にて1930年に創業し、舞台衣裳を専門に制作する京都の染工場として、数々の映画や舞台、国民的ドラマの衣裳を手がけている。演者が身に着けパフォーマンスをするための衣裳に特化し、企画、デザイン、染め、仕立てまで一貫した制作を特長とする。テキスタイルデザイナー山元桂子の感性と染工場に蓄積された多様なデザインを融合させたブランド「ケイコロール」も2016年より始動している。

<https://yamamoto-some.jp>



型友禪とアート、デザインを交配する場を作るチーム

考える場所 アーティストとの共同アトリエのような機能

アーティストの大和美緒氏とデザイナーの山直広氏を迎えて「アート／クリエイティブが生まれる場」について意見交換するトークイベントを実施した。伝統工芸の現場を誰もが安心して創作ができる環境に整え、工場が暗くて寒いといったネガティブなイメージを払拭していくことや、工場をひらくことで海外の作家を含めた染織以外の分野との融合を受け入れやすくすることなど、工芸の創造性を育む場の重要性について議論した。



伝える場所 技術の魅力を伝える商品販売

山元染工場が展開する、舞台衣裳ならではの染織技術を伝えるブランド「山元染工場」では、工場内に現存する様々なデザインの染型を使い、「縞（しま）」シリーズのブラッシュアップを行った。その際に実施した様々な生地に対応する糊の試験を発展させた新しいファッションアイテムの開発の計画も進んでいる。また、観光客向けの体験コンテンツとして、京都の種菓子専門店「SHUKA」との協業で、甘納豆の製造の際に廃棄される煮汁を染料に再利用した「京都名物で染める」ワークショップも開発した。体験を通じて、型友禪の職人技術をより多くの人々に伝える機会を創出した。



開発する場所 高単価で少量生産の商品の新開発

奈良を中心に生活雑貨を全国展開する企業と共同で、型友禪の技術をより現代的な商品へと応用したオリジナルのファブリックパネルを企画開発した。現在は、2025年4月以降の販売を目指し調整を進めている。型友禪のコラボレーションの可能性が広がったことから、今後はアーティストとの協業なども進めていく予定。



作る場所 型友禪制作の工房ツアーの開発

京都の観光ツアー企画を行う「まいまい」と協業し、文化としての舞台衣裳と型友禪の職人技術を体感してもらう企画として、工場見学のツアーを共同開発し実施した。また、京都府からの声掛けによって「HELLO! KOUGEI 2025 | 伝統工芸のしごとを学ぼう！京都ものづくり見学プログラム」も実施。工芸に興味を持つ大学生を迎え入れて、交流を図った。今後は、技術継承の観点から若手職人やデザイナー向けの研修プログラムを設計し、次世代の担い手の育成体制の構築を検討している。



伝統技術を掛け合わせたレザー商品を 手に取りやすくする新ブランド展開



「KYOTO Leather Meeting 2025 Special Fashion Show」の様子

「KYOTO Leather Products」は、肉用牛の副産物として生まれる革を使った、持続可能なレザー素材の開発と生産体制の確立に取り組んできた。最近では徐々に注文数が増えているものの、展開する商品がどれも高価格帯なために、ブランドの認知が思うように拡大していかない問題があった。そこで次なる一手として、これまでに培った生産方式やデザインノウハウをいかし、手に取りやすい価格帯の新商品を開発し、現代の生活の中でより身近に感じられるブランドとしての知名度向上を目指した。

KYOTO Leather Products

減少し続ける職人への技術継承や後継者の育成など、地域の伝統産業が抱える課題の解決を目指し、2016年に誕生したプロジェクト。京友禅や西陣織に関わる職人と、国内有数のレザー産地である姫路の職人が連携し、肉用牛の副産物として生まれる天然皮革を京友禅の伝統技法で染める技法を確立。今までのレザーのイメージを覆す、世界に類を見ない繊細な色柄を作り上げる。着物を中心とした伝統工芸ではなく、現代の生活の中でも皮革をより身近に感じられる素材を提案し続ける。

<https://kyotoleather.com>



KYOTO Leather Products

KYOTO Leather 株式会社：田尻敏寛
かね井染織株式会社：岩田吉弘
西山治作商店：西山大介
福本染工：福本久人

カジュアルラインの新設と東京でのイベント開催

これまでは最高級の素材を潤沢に使用し、通常よりも手間の掛かる縫製を施した高価格帯の商品群を展開してきたが、若い世代やレザー素材になじみの少ない人へのアピールを目指し、新たに普及価格帯のラインナップを立ち上げた。できる限り簡略化した縫製にして価格を抑えながらもデザイン性にこだわり、エコバッグをはじめとしたバッグ類、カードケース、Tシャツなど、手に取ってもらいやすいアイテムを開発した。

2025年の1月には東京でファッションショーを開催し、2月にはブランド発表とオーダー受注を兼ねたイベントを実施した。低価格帯のアイテムはもちろん、レザーを使った扇子やレザージャケットなど比較的高単価なアイテムもいくつか購入され、来場者からは「掛かっている手間の割には安い」や「手描き友禅のシリーズは安すぎでは？」など値段に関する肯定的な感想や、「同じ素材でフラグメントケースも作れる？」など商品のデザインに興味を持つ声が上がった。

これからは、自社ショールームでのオーダー受注と販売をベースに、百貨店での固定客向けの特別販売会や、国内外での自社独自の販売会など、ブランドの自走化に向けた体制を構築していく。



新しく開発した財布とポシェット2種

実施イベント



KYOTO Leather Meeting 2025 Special Fashion Show
2025年1月29日
神田明神ホール



KYOTO Leather Meeting 2025 Exhibition / Order Event
2025年2月1~7日
麻布台ヒルズ タワープラザ

洗って何度でも使える、 再生紙を使った漆器の開発と販売



「森から生まれ、森に還る」がコンセプトの紙製京漆器「KOMLA」。14gと軽量ながら洗剤を使った丸洗いができるなど、機能性にも優れる。

合同会社COCOO(コクウ)を中心に構成された「新・紙製京漆器PJ」は、紙と漆の天然素材のみを使用し「森から生まれ、森に還る」をコンセプトにした、手頃で機能性に優れた漆器「KOMLA(コムラ)」を開発した。それを京都から普及させ、従来の伝統工芸に興味を持っていない層へ漆の魅力を伝え、新しい工芸の継承と「小さく豊かに暮らす」ライフスタイルを提案する。今年度は、「KOMLA」の新たなカラーバリエーションを開発・販売したほか、京都で広く展開する「大垣書店」から提供された古本・古雑誌を原材料として活用した試作品を製作した。また、誰もが漆を体験できる発進拠点として「ここきよ」をオープンし、ワークショップなどを実施している。

合同会社COCOO

「小さく豊かに暮らす」を哲学に掲げ「時空を超えたテクノロジーで、人と人、人と伝統がつながり、最大限の心地よさを詰め込んだライフスタイルを浸透させる」ことを存在意義とする活動体。ものづくりの匠たちと連携しながら、漆の技術をベースに「衣食住飾」にまつわる日用品や省エネルギー資材の開発・製造・普及を行う。伝統工芸のみならず、未来に通ずるであろう技術を「時空を超えたテクノロジー」と捉え、日本のものづくり技術を再評価し、タイムレスに仕立てながら、快適さや温もりのこもったモノを提案することで、華美でなくとも豊かな世界の実現を目指す。

<https://co-coo.jp>



新・紙製京漆器PJ

合同会社COCOO(営業企画)
株式会社佐藤喜代松商店(漆製品開発)
RIGHT DESIGN 合同会社(デザイン)



紙製の漆カップ「KOMLA」シリーズの
新商品「KOMLA pastels」



「Kyoto Crafts Exhibition DIALOGUE」
出展時の様子

商品開発と販路開拓

今年度は、軽量かつコンパクトで何度も洗って使える紙製の漆カップ「KOMLA」シリーズの中で、淡くて優しいパステルカラーが特徴の「KOMLA pastels」を新たに開発し、2024年11月から販売を開始した。加えて「KOMLA」を環境に優しい商品に改良するべく、大垣書店から提供された古本・古雑誌を原材料とした試作品開発に取り組んだ。今後も商品化に向けた改良を進める予定である。

また、有限会社マルシゲ紙器と連携し、食材入れや弁当箱などとして使える漆箱「シェーカーボックス」や漆塗りのアロマディフューザー「香紙器(かしき)」も新たに開発。2025年3月に実施された「Kyoto Crafts Exhibition DIALOGUE」において、共同出展と試験販売を行った。

また今年度は数多くのポップアップイベントや展示会に出展し、トークイベントにも登壇するなど、積極的に活動した結果、WEBメディアや新聞など様々な媒体に取り上げられ、多方面へ認知を拡大している。商品はアウトドア方面での売れ行きが良く、特に自然志向の層に支持を受けている。無印良品有明店が開催する、環境意識のあるブランドが参加する展示会「環境をかんガエル week」では、無印良品に所属する多数のキーパーソンとつながり、SDGsに取り組む大手企業とのコラボレーションの話が進むなどし、工芸の枠を超えた多方面での事業展開が期待できる。

新拠点「ここきよ」と今後の展開

佐藤喜代松商店に、漆を感じ、漆の未来を語らう場として、新しい拠点「ここきよ」を2025年1月にオープンした。漆塗りのワークショップなどを通してより多くの人に漆を身近に体験してもらい、誰もが漆に関わりたくなる柔軟で有機的な空間づくりと、漆を軸とした地場産業の活性化に取り組む予定だ。

また今後は、飲食店や海外などそれぞれのニーズに合った漆器のサイズや色の展開を計画している。異業種とのコラボレーションも積極的に行い、様々な素材への漆塗りにチャレンジし、漆の可能性を広げていく。



紙製カップに好きな色漆を塗る
ワークショップの様子

着物帯の生地を使った “じゃない” 新商品を異業種の市場へ



福岡での展示会に出品した、西陣織と博多織をコラボレーションさせたクッション

「N180(ニシジン・ワンエイティ)」は、「モノづくりの力で業界の閉塞感を180度ひっくり返そう」をテーマに、西陣織の織元3社が結成したチーム。昨年度までは、西陣織を使用した非和装商品、西陣織のデザインを使用した新商品、既存コンテンツとのコラボ商品、コト消費としての西陣織と、4つの軸で新商品開発に取り組んできた。今年度は、他産地との新たなコラボとして、博多織と西陣織を組み合わせたクッションの開発と、これまで開発してきた商品の販路開拓として、福岡でのポップアップイベントや渋谷での主催イベントを実施した。



「Bank of Craft presents CRAFT DESIGN MEETS FUKUOKA - 織・絆 -」の展示ブース

N180

今河織物株式会社：今河宗一郎
株式会社安田：安田建太郎
西陣おおば株式会社：大庭左由夫

今河織物株式会社

1912年創業の西陣織着物メーカー。古今東西の意匠を礎に、今を生きる私たちにとってのデザインを目指す着物と帯のブランド「木屋太 (KIYATA)」を展開する。

<https://kiyata.jp>



「Bank of Craft presents CRAFT DESIGN MEETS FUKUOKA - 織・絆 -」での展示販売の様子

展示会の参加、
そして主催イベントを通して生まれたつながり

2024年11月には、大丸福岡天神店での「Bank of Craft presents CRAFT DESIGN MEETS FUKUOKA - 織・絆 -」にて展示販売を実施した。地域共創型の展示会だったこともあり、博多織・鶯海(おしうみ)織物工場と共同開発したクッションの展示と販売を行った。

また、2025年1月には、N180として最大規模のイベントを渋谷の「JINNANHOUSE」にて主催。N180の創作物やコラボ商品を一堂に集め、博多織と西陣織を組み合わせた最新のクッションや、ガンダムきものNFTデザイン事業など、集大成ともいえる数の作品を展示した。和装業界にとどまらない、これまでのコラボ相手や関連企業の来場もあり、他分野との新たな展開へつなげる機会となった。会場では、展示されている着物や帯はもちろん、N180の非和装の商品を実際に身につけた来場者の様子を見ることができたため、来場者により具体的にN180とのコラボのすばらしさが伝わり、その結果として、大手企業からのコラボ商品の打診にもつながった。

さらには、インバウンド向け旅行者から「普段は見学できない特別な場所として工房を見学できないか」と打診があり、年数回の工房見学が始まった。工房見学の際の商品の購入率は50~70%程度と高く、商品ラインナップを更に充実させる必要性を感じている。

このような数々の取組の結果、本事業の売上総額は累計で数百万円となっている。



渋谷にて開催した「ダガヤサンドウ180」の様子

株式会社安田

創業200年を迎え、西陣で六代続く帯屋。茶席向きの古典柄とお洒落な名古屋帯を主に製作し、希少な手織りによるすくい織の帯も手がける老舗。

https://www.instagram.com/goyu_yasuda_nishijin



西陣おおば株式会社

大庭本家である大庭圭价と左由夫が、大庭の帯の特色を更に深化させて新しい織物を制作する。企業化した織屋では制作できない、素材を吟味し斬新な意匠を纏い全てに眼が行き届くぜいたくな帯づくりを行う。

<https://oba-obi.com>



異業種とのコラボレーションで、 京焼・清水焼の新たな市場を開拓する



2010年から続く陶磁器工房「めおと屋」は、出産や育児で仕事を離れざるを得ない女性絵付師が安定的に働き続けられる環境を守り、なおかつ絵付の技術を次世代に継承していくことを目的としている。2023年からは、若い世代を主なターゲットとし、鳥獣戯画を現代的な感性でオマージュしたスーパーブランド「gigigaga (ギギガガ)」をスタートした。今年度は、異業種との新たなコラボ商品の開発、百貨店などへの出展を通じて、商品の更なるブラッシュアップや一般販売に向けた準備、新たなコラボ相手の発掘をはじめとした市場の拡大に取り組み、持続可能なブランド確立の足がかりとした。

めおと屋

京都東山を拠点とする、女性職人による陶磁器工房。京焼・清水焼の伝統を受け継ぎながらも、思わず手に取りたくなる「身近でちょっといいもの」をコンセプトに、一点一点の作品を丁寧な手作りし手描きで仕上げていく。出産や育児を経ても職人が安定して制作を続けられる環境を整えることに力を入れ、その基盤のうえでの技術継承にも取り組んでいる。

<https://meotoyairoe.thebase.in>



チームギギガガ

めおと屋：光武美幸（絵付）

宗村太郎（成形）

洸春陶苑：高島慎一（成形）

mondo：刀根彰吾、安間仁美（デザイン・広報物）

Interview インタビュー：光武美幸 聞き手：立石飛鳥

今年度のコラボ商品の開発や
出展の成果を教えてください。

コラボ商品については、京都を中心に展開する「大垣書店」と、関西に複数店舗を展開している老舗飲食店との商品開発が主に進んでいます。大垣書店に関しては、「堀川新文化ビルヂング」や「SUINA 室町」にある店舗のギャラリーショップで販売されることを想定し、鳥獣戯画に登場するカエルが本を読んでいるなど、若い世代に向けた遊び心ある絵柄をご提案しました。現在は試作品やパッケージなどの資材制作が完成し、店舗とECショップでの販売が2025年中に始まる予定です。手作業で一点一点ずつ絵付けする特性から、コラボ相手の企業ならではの絵柄をいくつも提案でき、特別感を打ち出すことで京焼・清水焼の魅力の発信につなげることができると感じています。



大垣書店とのコラボ商品の試作品。
ウサギやカエルが読書する絵柄が映える。

出展については、2024年8月に佐賀県の「光武商店」にて試作品の市場調査を、11月に原宿の「Space WOW」にて得意先に向けた展示商談会を、2025年1月には新宿伊勢丹にて市場調査と営業を行いました。これらを通し、我々のターゲット層である若い世代の方々がシンプルな絵柄を好むことが分かり、商品のブラッシュアップを行いました。また、我々の技術や魅力を各地の取引先に知ってもらえたことで新たな商談も始まりました。



原宿の「Space WOW」での展示の様子

ギギガガの立ち上げから2年にわたり
未来構築事業を活用されましたが、
この経験を重ねて見えてきた
今後の展望はありますか。

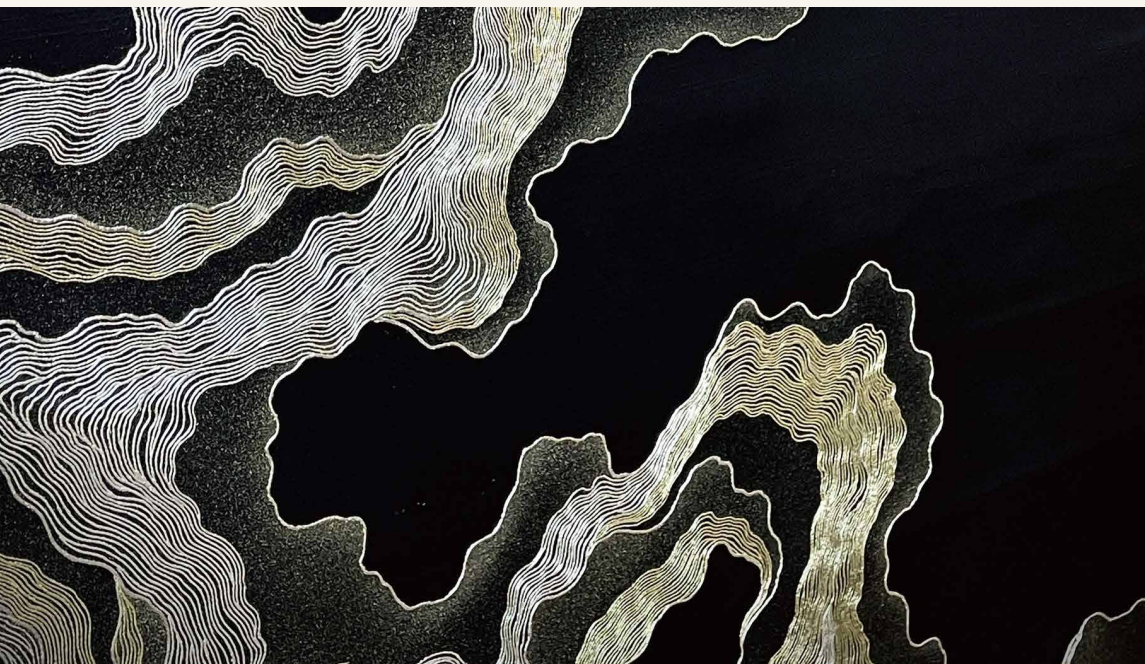
1年目はブランド立ち上げ時のレギュラー商品の開発に取り組み、工芸や手仕事の担い手を紹介する「Kyoto Crafts Exhibition DIALOGUE」にてプロモーションと市場調査を行いました。その結果、商品の方向性をしっかりと決めることができ、2年目となる今年度は様々な企業とのコラボ案件を進めたり、複数の展示会へ出展することができました。コラボ相手のみならず、一般の方々からも様々な意見をいただき、商品を更にブラッシュアップすることができました。コラボ案件も増えてきているほか、新たなレギュラー商品の開発も進めており、こちらも2025年中に販売を開始できる予定です。

今後は今年度の実績を基に、コラボ商品とレギュラー商品の販売を開始するとともに、展示会などにも精力的に出展し、コラボ相手と販売先の更なる獲得に努めます。並行してECサイトやSNSを活用し、ブランド認知度の向上も図っていく予定です。また、商品のブラッシュアップをしながらも業務の増加に対応できるよう、制作の効率化も必要だと考えています。



レギュラー商品のパッケージ

マテリアルビジネスで 若手職人の新たな道をつくる



京友禪の金彩加工を施したアートパネル

京都の伝統産業は分業制を特徴としており、その中間工程を担う職人は、自身の作品や最終製品を作るのが難しく、同時に自らの技術を知ってもらう機会が少ないことから、新たな顧客や販路の開拓に苦戦している。そんな中、伝統工芸の技術そのものを商品として展開し、異分野での販路拡大につなげる「マテリアルビジネス」への挑戦が、次代を担う職人たちによって始まっている。多様な若手職人で構成された「京の伝統産業わかば会」は、会をあげてマテリアルビジネスに取り組み、職人の新たな活動と販路の開拓、そして伝統産業の持続可能化を目指す。今年度は、伝統工芸の技術を使ったアートパネルの商品開発に取り組み、国内の展示会に出展した。

京の伝統産業わかば会

京都市が指定する74品目の伝統産業に従事する若手職人の集い。市が実施する若手職人の支援制度「京都市伝統産業技術後継者育英制度」(2003年度から育成制度に改定)の受給者を中心に1968年に組織された。育成資金を受給した職人の業種間交流を図るとともに、研修会や作品の展示販売会などを実施している。

https://www.instagram.com/kyoto_wakabakai



京の伝統産業わかば会

田中金彩工芸：田中栄人(京友禪 金彩)

紅村窯：林侑子(京焼・清水焼)

岩井染工：岩井隆明(京小紋)

箔沌房：澤野井生(京仏具 箔押し)



京友禪の金彩加工を施したアートパネル

技術そのものを魅せるアートパネルで 若手職人のビジネスモデルをつくる

わかば会に在籍する中間工程の若手職人たちが、コンサルタントの協力を得ながら、京友禪で使われる金彩加工、型友禪の染め技法、仏壇仏具や漆器などに用いられる箔押しなどの技術を伝えるためのアートパネルを製作した。完成したパネルは「東京インターナショナル・ギフト・ショー」内の「SOZAI展※」に出展。実演やワークショップを通じて、参加した職人全員が来場者との直接的な商談に成功し、合計で約60件の商談を行うことができた。

出展に参加した京友禪金彩職人の田中栄人氏は、出展の手応えを次のように振り返る。「来場者との直接のコミュニケーションや、そこから新たな可能性が生まれてくるのが非常に刺激的だった。また、伝統工芸の技術は小さな作品制作が主だという印象を残せた点を評価したい。今回の出展によって工芸の技術をほかの業界へ周知するとともに、新たな販路開拓の糸口を探ることができた」。

わかば会では、今回のアートパネルを皮切りに、今後もマテリアルビジネスの確立に取り組んでいく予定だ。最終的には他業界まで販路を開拓し、伝統工芸に携わる職人の新たな収入源の確保を目指す。

※SOZAI展：日本のものづくりを支える素材を「素材そのもの」として、建築やアートのような新たな分野に提案するブース

展示会出展

東京インターナショナル・ギフト・ショー

2025年2月12～14日

東京ビッグサイト



箔押しの技術を施したアートパネル。京仏具の箔押し職人である澤野井生氏は「展示会に来場する企業が、京都で行うよりも圧倒的に多かった。京都以外の方にとって伝統工芸の技術はまだ知られておらず、興味を持って話しかけてくれる方が多かったので、東京に出展する価値は大きいと感じた。一方で、この技術を使った新商品を作っていく道筋をより具体的に見せたり、継続的に出展する必要性も感じた」と振り返る。



鉄を用いた装飾を陶磁器に施す「土鉄」のブース。陶芸家の林侑子氏は「出展者同士の交流も含め、京都よりも幅広い出会いがあり、多くの刺激を受けた。自身の伝えたいことを明確にして展示に向き合う機会は、貴重な学びと経験の場だと改めて感じた。また、伝統工芸に従事する若い職人がこうした経験を積んでいくために、出展に際した種々のサポートを継続的に受ける必要があると感じた」と振り返る。



京小紋の技術を施したアートパネル。京小紋職人の岩井隆明氏は「商品開発において何をどう進めていくかが見えていなかったが、来場者の反応から市場の需要を知り、今後の商品開発の方針を決められたことが一番の収穫だった。また今後はワークショップや展示方法を魅力あるものにブラッシュアップし、集客の増加と認知の拡大を目指したい」と振り返る。

官学民一体で取り組む、 伝統産業をベースとした新商品開発



開発した新商品を展開する「おこしやす 京の小路」のイメージ図

訪日外国人観光客の急増や、旅行にアクティビティを求めるニーズが高まっていることから、京都物産出品協会は、買い物も旅行の体験の一部であると位置付け、伝統産業をベースにした新商品づくりを官学民一体で行っている。今年度は、京都芸術大学などと連携したセミナーやワークショップを開催し、学生の柔軟なアイデアを基に、伝統的な技術と技法を活用した新たな伝統産業の商品を開発した。新商品は、大阪・関西万博にて京都物産出品協会が運営する「おこしやす 京の小路」での出品を予定している。

一般社団法人京都物産出品協会

1949年に京都の伝統産業製品や特産品、そして近代産業製品の振興発展を図るため創立。京都市、京都商工会議所、公益社団法人京都市観光協会の連携のもとに広く京都の伝統工芸の宣伝や紹介を行っている。また、販路の開拓、取引の促進、京ブランド推進事業の企画や開発、文化観光の紹介と観光客の誘致にも取り組む。毎年、各地の百貨店20か所で「京都展」を開催するほか、ECサイト「日々の京都物産展」にて、京の名産品を出品し、全国の京都ファンや新たな顧客に向けた情報発信を行っている。



<https://www.kyoto-miyage.gr.jp>



京都逸品プロジェクト

大阪・関西万博での京都物産出品協会のブースである「おこしやす 京の小路」への出展に向け、協会会員企業の商品開発を支援するセミナーとワークショップを開催した。セミナーにおいては、講師から「他社との競争になるようなプレミアム商品ではなく、差別化されたラグジュアリーな商品を目指す」ことの重要性など、商品開発のノウハウについてのレクチャーがあった後、参加した会員企業が、京都芸術大学の学生と普段とは異なる視点でのワークショップを行った。学生の斬新なアイデアが企業にとって良い刺激、かつ発想の転換となり、出されたアイデアは各社内で積極的に検討された。

今年度は、合計5点の新商品が完成し、2025年4月からスタートする大阪・関西万博にて販売を行う予定だ。今後は講師とともに、引き続き会員企業からの相談対応を行うほか、万博での販売実績も踏まえながら、新たな商品開発を支援していく。

ワークショップの概要

会員企業と学生とのワークショップは、2024年の秋に2回に分けて開催された。各回、企業からは17社から約30名、学生は約15名が参加した。初回は「自社の商品の歴史、素材、製法、商品の魅力の可視化と整理」に関するワークとアイデア出しを実施。第2回では、初回で出たアイデアを基に試作品を作ってくる積極的な企業も見られ、実際の新商品開発に向けて、更なるディスカッションが重ねられた。



2回目のワークショップ開催時(10月15日)の様子

開発した新商品

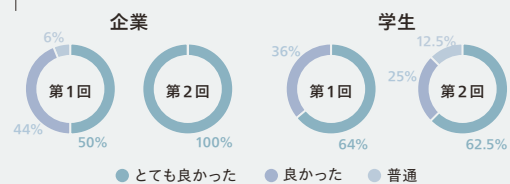


井筒八ッ橋本舗「ハッ橋デコレーションオーナメント」。学生の意見を受け、創業時から変えていないハッ橋の形状を変形。ハッ橋と同じ素材でスプーンやフォークや数字などの形を作ることで、食べられるオーナメントやカトラリーに仕立てた。



七條甘春堂「ななからね」。七條甘春堂の代表商品である、卵生地で作る優しい甘味の煎餅を若い世代にも届ける方法として、食べた時の食感や音が楽しめる和菓子を開発した。形が不揃いで商品にするのが難しい部分を活用している。

アンケート結果



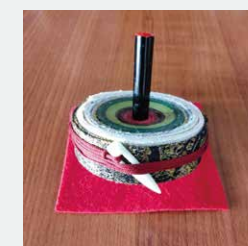
参加した企業と学生にアンケートを実施した結果、企業と学生の過半数が、各回について「とても良かった」と答えた。ワークショップに参加した学生は「プロトタイプを作ることでたくさん気づきが生まれ、アイデアがより洗練されるのを感じた」、「初回のワークショップで企業に提案した意見を、2回目では早速実装して下さっていて、とても嬉しかった。こんなにも学生の意見を聞いてくれるんだと驚き、そのスピード感がとても勉強になった」と振り返った。企業からの参加者は「自社商品の潜在的な可能性と、その魅力を発信する重要性に気づけた」、「採算や生産性など、実務ではまず考えてしまう無意識の制約を忘れて考えられたのはいい機会だった」、「学生が高い着想力と経験を持っていることに驚いた。また、社外の方から自社商品に対する前向きな意見をたくさんもらい参考になった」、「無料で受けられる講座だと思えないほど有意義だった」といった声が集まった。



くらま辻井「京つづり」。学生からの「(定番のサイズより小さい)食べきりサイズがあれば」という意見をもとに開発した、人気商品3種(山椒じゃこ/木の芽煮/蕨とうがらし)をそれぞれ小さなカップに入れたセット商品。



西利「漬物チップス(飯)」。漬物を揚げてチップスにすることで、漬物に親しみが少ない若い世代がお土産などとして手に取りやすくなるのでは、と開発された。発酵食品の新たな楽しみ方として提案していく予定。



雀休「京こま巻物語」。京こまは本来、平たい布を巻き糊で固めて完成するが、「あえてほぐく」という発想から、メッセージを書き込んで手紙として贈ることができるコマを開発した。

縫製職人の育成と 新市場開拓で産地活性に挑む



スイスで実施した展示販売の様子。西陣織の生地をテーブルの中央に配した。

和装の需要が低下する中、西陣織工業組合は、和装の周知と和装以外の業界への販路開拓を目的とした取組として、織り方や価格の異なる多様な生地ながら、あえて規格と価格を統一したバッグの開発を進めてきた。今年度は、その生産体制を整えるため、少量生産に対応できる縫製職人育成を見据えたプログラムの実施や新たな販路開拓に向けたセミナーの開催など、種々の取組を行い、産地活性と業界の持続可能性を目指した。



南青山での展示販売の様子

西陣織工業組合

中小企業団体法に基づく商工組合で、伝統的工芸品西陣織を製造する事業者263社で構成される。平安朝以降、連続と続いてきた伝統の技と美を継承し、「西陣」と呼ばれて558年目を迎える地で、持続可能な西陣織の産地づくりを目指している。



<https://nishijin.or.jp>

近年の活動内容

京都を代表する伝統産業でもある西陣織は、受注型の生産に特化することで世界に類を見ない高級テキスタイルを生み出してきた一方で、その需要は低下を続けている。そんな中、西陣織の広い周知と和装以外の市場での販路開拓を目的として、規格を統一したバッグの開発が組合主導で進んでおり、組合に参加する多くの事業者が参加している。

開発初期の試作品のバッグは、参加した50の事業者のうち30社の商品が販売につながり、組合員からも予想以上の反響が寄せられた。反面、和装への特化ゆえの洋装用のノウハウの不足や、多様な生地を扱える縫製職人が圧倒的に少ないといった、生産体制の課題も見えてきた。そこで今年度は、量産体制の確立に向けた縫製職人の育成のほか、新たな販路開拓に向けたセミナーの開催、既存商品の改良、そして国内外の展示会への出展などに取り組んだ。

縫製職人の育成

バッグ縫製の講習会は、「初級講座」と「中級講座」と題して計2日間実施し、それぞれショルダーバッグとスマホバッグの製作を指導した。受講生の中には、今までこの講習会に参加していなかった組合員の参加が見られた。さらに、少人数の場であったことから、それぞれが練習したい生地を自由に持ち込めるなど、行き届いた指導が実施できた。一方で、今回は講座の料金設定を無料としたが、今後も継続していくことを考えると受講料の徴収も検討する必要があるなど、運営面での課題も残った。



新市場開拓セミナー

①「これからはじめる原価計算」

講師：COS KYOTO (株) 北林功氏
参加者：25名

②「これからのセカイとコウゲイ」

講師：(株) Showyou 久野真嗣氏
参加者：27名

③「ビジョンと目標設定」

講師：(株) Showyou 久野真嗣氏
参加者：26名

既存商品の更なる改良

昨年度製作した3種類のバッグの裏地を綿からレーヨンに変更し、ショルダーバッグについては縦型から横型にするなどの改良を行い、また、有限会社昇苑くみひもに残糸を利用したタッセルを製作してもらうなど、他分野の伝統産業製品とコラボしながら装飾品も付け加えられるよう仕立てた。さらに、同一の生地で複数の生産ができる仕組みを整え、市場の需要に応えられる生産量を確保できるようになった。



改良を加えた商品。
左から、スマホバッグ、ショルダーバッグ、トートバッグ

新たな販路開拓

2024年9～10月にかけて、東京・大阪・京都の高島屋が開催するポップアップイベント「Life+Design」において、既存商品の改良から生まれた新商品のバッグを展示販売した。また11月には、初めての試みとして、台湾とスイスでの展示販売も実施。まだ大きな売上にはつながっていないが、今後の展開に向けたきっかけづくりとなった。引き続き国外での販路開拓にも努めていく。



大阪での展示販売の様子



人材育成 Development Program

加速度的に高齢化が進む伝統産業を将来にわたり残していくためには、担い手と後継者の育成も急務である。日本画と京表具を取り合わせる技法の継承に向けた教育プログラムや、陶磁器の絵付けから焼成までの一貫した技術習得を目的とした講座が実施されるなど、伝統産業を支える生きた技術を多くの若手が学べる機会が様々な形で創出されている。

京表具と日本画、双方の意匠と技法を学び 次世代へ継承する学びの場



表具師と日本画家がタッグを組んで結成された「RE 日本画×京表具」。日本画や書を掛軸や屏風などの表具に仕立てることが少ない現状において、日本画と京表具の意匠や技法の継承と、両者を掛け合わせた新しい作品の制作、及び海外での展示販売に取り組むことを目的としている。今年度は、そんな取組を3年計画で進めるうちの初年度として、学生から中堅作家に向けた教育プログラムを実施した。



第二回「掛軸への表現」では、墨を使って自由に図形を描いた。

RE 日本画×京表具

京表具の職人である井上光薫堂の井上利彦と河尻尚古堂の関修法、日本画家の河村源三の3人が主催するプロジェクト。京表具と日本画双方の意匠と技法を教授し次代へ継承するために、実習形式で学べる講座を2024年から企画運営し、将来的には日本画と京表具を掛け合わせた新しい作品の制作と、海外での需要拡大を目指している。



プログラムの実施内容

- ①京表具概論 表具の基礎知識を学ぶ(1日間)
講師：河村源三氏、井上利彦氏、関修法氏
- ②掛軸への表現 墨による描写の練習
墨による表具の為の構図(2日間)
講師：河村源三氏
- ③掛軸実習 裏打ち体験 / 掛軸工程(2日間)
講師：河村源三氏、井上利彦氏、関修法氏

講師助手 | 作画指導・講習会：

石田育代氏(日展)、大西健太氏(日展)、川嶋渉氏、成瀬今日子氏(創画会)、長谷川雅也氏(日展)、松浦丈子氏

講師助手 | 工程実演・裏打ち指導：

稲垣佳昌氏、木南拓也氏、衣川充洋氏、佐藤徹弥氏、竹中誠恵氏、中河吉由樹氏、前田倫明氏



表具と日本画の基礎知識と実習をプロから学ぶ

RE 日本画×京表具では初の取組として、日本画家や表具師などとして活躍している方に限定せず、広くこの分野へ関心を持つ層を対象とした教育プログラムを実施した。全国から多くの参加希望が集まり、30名の募集枠に55名の応募があったため、急遽、定員を40名に増やして開催した。京都精華大学の名誉教授でもある河村源三氏や、日本画家で京都市立芸術大学副学長の川嶋渉氏が講師として参加したことで、同窓生や大学関係者へ講座の存在を広く周知できたこともその一因となっている。

今年度は1年目として、掛軸の部位の名称や作法、京表具の歴史などの基礎知識、日本画の墨絵の表現技法や掛軸の裏打ち技法を学ぶ実習を開催した。参加者の8割は女性で、多くが初めて表具を学ぶ方々だった。京都市内では京表具を学べる機会は減少しており、アンケートでの満足度はとても高く「職人のみなさんの技術を間近で見られて、直接教えてもらえることに感動した。ぜひ次も参加したい」など次回の開催を望む声も多かった。



若手職人が学び実践する「寺子屋塾」で 陶磁器づくりを次世代へ



3日間にわたる焼成講座の様子

陶磁器に関わる若手職人には、技術の未熟さから、一定の時間に均一の品質の作品を一定数作ることが難しいという課題がある。そこで京都陶磁器協同組合連合会は、若手陶芸職人の技術向上を目的とした後継者育成事業「寺子屋塾」を伝統工芸士の指導のもと実施し、計5名が参加した。下絵付けや釉薬掛け、そして焼成の技術を重点的に指導する講座を計8日間にわたり実施し、均一の品質を確保しながら作品を作る技術の教授と、実践的な経験ゆえの座学では得られないノウハウの継承を目指した。

京都陶磁器協同組合連合会

陶磁器業界の振興を目的に1975年に設立され、会員の自主的な経済活動を促進するとともに、経済的地位の向上を図っている。2024年現在は、清水焼団地協同組合、京都府陶磁器協同組合、京都青窯会協同組合など、複数の組合が加盟し、121の企業から約850名が所属している。

<https://kyoyaki.com>



京都陶磁器協同組合連合会

清水焼団地協同組合
京都日吉製陶協同組合
京都青窯会協同組合
京焼炭山協同組合
京都色絵陶芸協同組合
京都府陶磁器協同組合

研修プロセス

①下絵付け講座（4日間）

職人による指導のもと、陶器への下絵付け作業を行った。4種類の筆の特性や使い分けについて講師が解説した後、受講生はサンプルの絵柄を模写し、筆運びや筆圧の調整、そして生地の吸水性や筆使いの特性も体感しながら実習を進めた。また細筆を使った精密な作業にも取り組み、技術向上とともに伝統的な文様や背景への理解も深めた。



②釉薬掛け講座（1日間）

実際の作陶工房にて、釉薬掛けの講座を実施した。通常は企業秘密とされる釉薬の配合について講師が詳細に解説し、釉薬の風合いが温度や炎の条件によって変化する特性を伝授した。また、釉薬をかけた器を、さや（陶磁器を焼く際に使う耐火性の容器）に納めて積み重ねる作業や、薪割、及び薪の準備などの工程の実習も行った。



③焼成講座（3日間）

宇治炭山地区の京式登り窯[※]を使用し、それまでの講座で受講生が制作した作品を伝統的な方法で焼成した。初日は薪割や薪積みから始まり、以後2日間にわたる薪の投入や炎の管理といった作業を通じて、窯焚きの基本技術を伝授した。受講生は、窯の熱気に加えて、屋外ゆえの寒暖差や長時間の作業による疲労が蓄積する中で、温度の急上昇などにも対応しながら、焼成が途切れることのないよう薪をくべ続けた。電気窯などは異なる、偶発的で計算できない技法を体感する機会となった。



[※]登り窯：丘などの傾斜面に階段状に房を築き、薪を使って陶磁器を焼成する窯の形式。電気窯やガス窯が主流になった現在は、ほとんど使われていない。



受講の成果と受講者の声

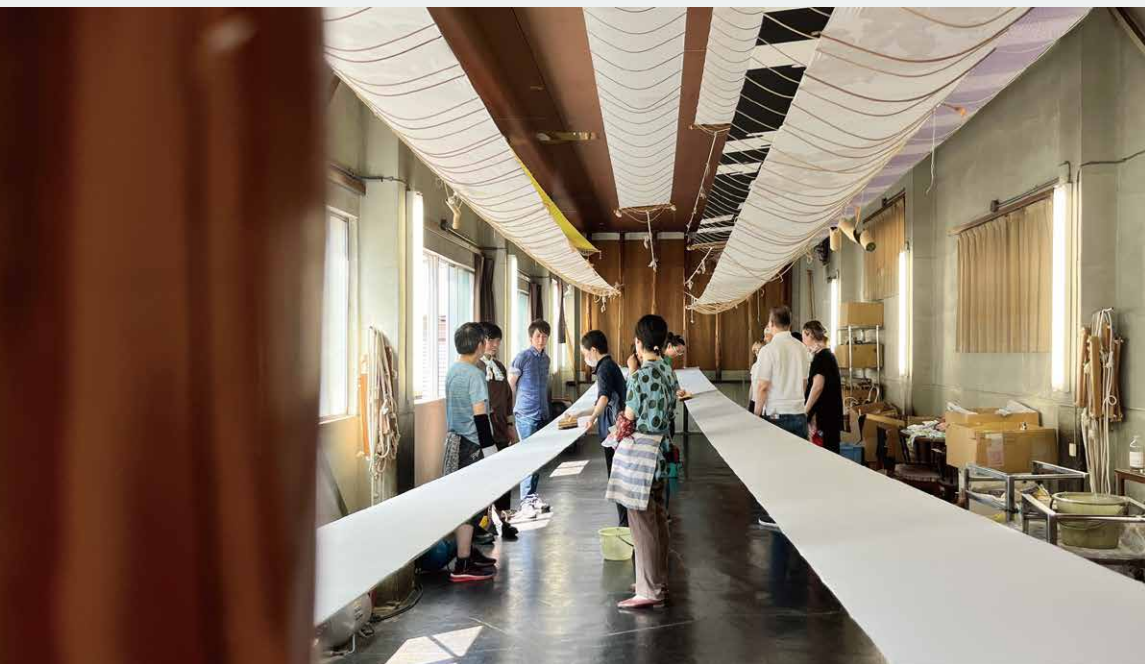
限られた時間の中で品質の高い作品づくりを目指し、当初の計画どおりの成果を収めることができた。特に登り窯を用いた焼成実習では、伝統的な窯変の技法を体感し、薪割や薪くべといった作業を経験することで、受講生の職人としての覚悟と技術習得への意欲が高まった。

受講生の感想として「少人数で丁寧に教えていただき充実していた」、「初めての技術に戸惑いもあったが楽しく作業できた」など、充実した指導が実践的な技術の習得に結び付いたという反応や、「薪で火が入る様子を初めて見て感動した」、「何度見ても圧倒される。この存在を多くの人に伝えたい」など、登り窯の伝統的な焼成技術の奥深さを体感する声、そして「職場では同世代の仲間がいないため普段の仕事ぶりや職場のことなど話せる場ができてよかった」といった受講生同士の交流を喜ぶ声もあり、交流の場としても意義があった。

また、担当講師と受講生との信頼関係が築かれ、講座終了後も疑問や助言を気軽に求められる環境が整ったことも大きな成果だった。継続した受講を望む声も多いことから、次年度以降の開催も検討している。



バーチャル展示会で魅せる、 手描友禅の後継者育成プロジェクト



市内の工場に赴いて行った引染作業の様子

手描友禅は、職人の高齢化や若い後継者の育成に掛かる費用の捻出の難しさに直面している。そこで京都手描友禅協同組合は、所属する伝統工芸士の指導により、手描友禅の基礎的な知識や技術の習得と、次世代の職人の育成を目指す「京都手描友禅染色教室」を実施。手描友禅を初めて体験する社会人や学生20名を対象に、継承者が少ない技術や技法の習得に焦点を当て、12回にわたる実習研修を行った。また、今回は実習で制作した作品を3DビューとVR映像で鑑賞できるバーチャル展示会も開催し、手描友禅の技術を次世代へつなぐきっかけとした。

京友禅協同組合連合会

京友禅・京小紋の振興を目的に1976年に設立され、振興のための諸計画の策定と実施をはじめ、全国の組織と連携しながら伝統工芸産業の発展に寄与する。傘下の組合とともに展示会「京友禅総合展」を開催し、意匠開発や後継者育成、さらには小中学生向けの体験学習などにも取り組んでいる。

<http://www.kyosenren.or.jp>



京友禅協同組合連合会

京都手描友禅協同組合
京都市産業技術研究所(連携)

研修プロセス

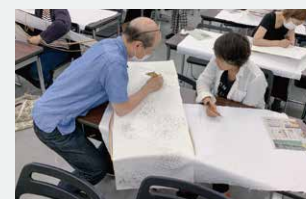
①下絵作業(2日間)

化学青花(かがくあおばな。蒸しを加えることで色が消える化学染料で、長く使われてきた青花紙の代わりに使用される)を使った下絵の描き方を指導。白生地を配布し、基本的な技術を実演した。



②糊置き作業(3日間)

「糊置き」は、布に挿した色が隣の色と混ざるのを防ぐために行う作業。糊筒(のりづつ)や先金(さきがね)といった道具を用いた糸目糊置き(いとめのりおき。下絵の線に沿って糊を糸のように細く置く技法)を実演した。ゴム糊を生地の内部まで浸透させて防染効果を高めるため、揮発油を使用した仕上げについても説明した。



③引染作業(1日間)

実際の染物工場にて、刷毛を使って地色を染める「引染(ひきぞめ)」を実演。生地の色を染める際に、模様の部分に色が入らないようにする「伏糊」を施し、引染を行った後、蒸し(染料を定着させる作業)と水元(みずもと。生地に付着した糊や染料を洗い流す作業)も実施した。



④挿友禅作業(3日間)

染料と片羽刷毛を使い、糸目糊で防染した模様の内側を彩色する「挿友禅(さしゆうぜん)」を指導。色合わせや配色についての解説を重点的に行った。



⑤金彩作業(3日間)

箔や振筒を使用して、染め上がった生地に金属の箔や粉などを接着加工する「金彩」について解説。型紙の選別や道具の使い方を指導し、作業の仕上げまでを行った。

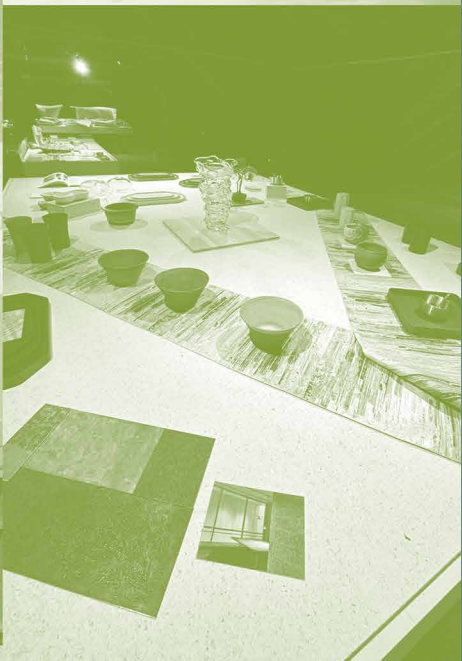
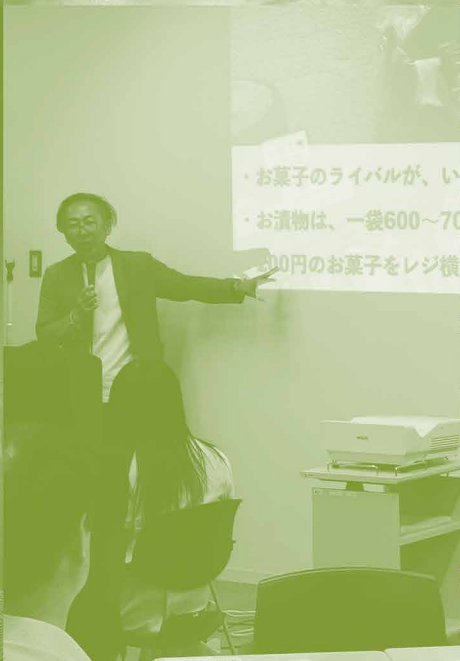
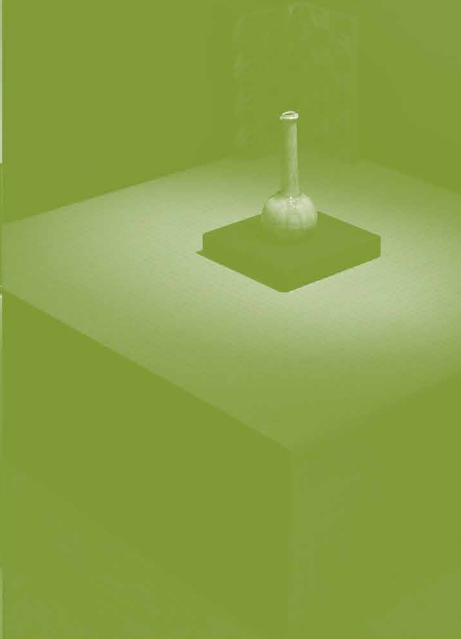


バーチャル展示会

受講生が実習で制作した作品は、京都伝統産業ミュージアムで開催された「京友禅総合展 京手描友禅作品展」に展示された。さらに、伝統工芸の魅力新たな形で発信する試みとして、京都市産業技術研究所の協力のもと、作品を3DビューとVR映像にデータ化し、バーチャル空間でも展示した。

実際の会場に足を運べなかった人にも作品を見てもらうことができ、また通常のWEBサイトよりも作品の質感を細部までリアルに伝えることができた。伝統工芸の技術を多くの人に伝えられる先進事例として期待が集まっている。





京都市伝統産業未来構築事業
SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS

実施主体：京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室
事務局：京都伝統産業ミュージアム（株式会社京都産業振興センター）
コーディネーター：吉澤寿陽 立石飛鳥 山崎伸吾 野田菜奈美



<https://kmtc.jp/sfc>

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS
Document Book 2024

企画：SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS
編集：森谷のぞみ（出雲路本制作所）
グラフィックデザイン：本田コウイチ（PNG design）

発行日：令和7年3月
発行：京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室

京都市印刷物第063177号