

京都市伝統産業未来構築事業

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS

Document Book 2025

京都市伝統産業未来構築事業 SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS Document Book 2025



京都伝統産業ミュージアム
Kyoto Museum of Crafts and Design



CITY OF
KYOTO

京都市伝統産業未来構築事業

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS

Document Book 2025

京都の伝統産業では、デザインや観光、福祉、農業、更にはデジタルファブリケーション（デジタルデータを基に創造物を制作する技術）など、多様な分野と交わりながら、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つくる先進的な動きが各所で起こっています。「京都市伝統産業未来構築事業」は、そんな取組をサポートし、伝統産業の持続的な発展を支えています。

4年目となる今年度は、販路開拓・拡大や新商品開発、後継者・技術者の育成に加え、確保が困難となっている道具や部品への対策にも光を当て、20グループの多様な取組を支援しました。原料や素材のあり方を問い直す動き、伝統の技術を生かした用途や分野の拡張、体験やデジタル技術を用いた新たな届け方など、それぞれの現場から未来へとつながる成果が生まれています。

本ドキュメントブックでは、採択された20グループのこれまでの歩みと、今年度の取組の成果を紹介します。

目次

- 02 京都市伝統産業未来構築事業とは

- 04 素材をひらく
- 06 京焼清水焼陶工会
- 08 Weaving the Future 2
- 10 Beyond Urushi
- 12 次世代 URUSHI 創世 PJ

- 14 技術をいかす
- 16 茶煙静
- 18 京都紋美京サポーターズ
- 20 ITO&
- 22 KYOTO Leather Products
- 24 イノベティブクラフトワークス
- 26 N180
- 28 Zen Craft KYOTO
- 30 京都府仏具協同組合商部青年会
- 32 Kyo-YUZEN CONNECT

- 34 届け方をつくる
- 36 京豊インド市場販路開拓チーム
- 38 伝統工芸士 AI アバター化 PJT
- 40 wagashi wonders
- 42 日本酒と鶏肉の食文化発信プロジェクト協議会
- 44 型友禅とアート、デザインを交配する場を作るチーム
- 46 MOSS
- 48 シンガポール販路開拓チーム

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、海外も含めた販路開拓、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

市内の伝統産業の振興を図るため、伝統産業の事業者や関係団体と連携し、様々な取組を行っている。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」、若手職人の自己研鑽にかかる費用を助成する「伝統産業技術後継者育成制度」など、業界支援を多様に展開している。

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)

1976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、伝統産業の振興に取り組んできた。2020年のリニューアルを経て、現代のつくり手の活動を紹介する事業を更に充実させ、つくり手と使い手がともに伝統産業の「今」と「これから」を見つめる交流の場を創出している。2024年度には、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、次世代の育成と業界の活性化にも取り組んでいる。

領域を超える取組

今年度採択された20のグループは、京焼・清水焼、西陣織、京漆器、京鹿の子絞、京友禅、京仏具、京表具、京たみなど、市の指定する伝統産業を基盤としながらも、他分野や市外の事業者などと協働し、素材提供や受注に留まらない取組を実施してきた。本書では、こうした多様な実践を、原料や材料の供給環境の再構築を試みる「素材をひらく」、技術を再編集し用途や分野を横断する「技術をいかす」、体験やデジタル技術、海外展開などを通じて価値を伝える「届け方をつくる」の三章に分類し、その現在地を紹介する。

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、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る。



株式会社ビジネスガイド社の大阪支社長・今井珠加氏を招いたレクチャー「販路拡大を戦略的に進める展示会の活用と可能性」の様子。



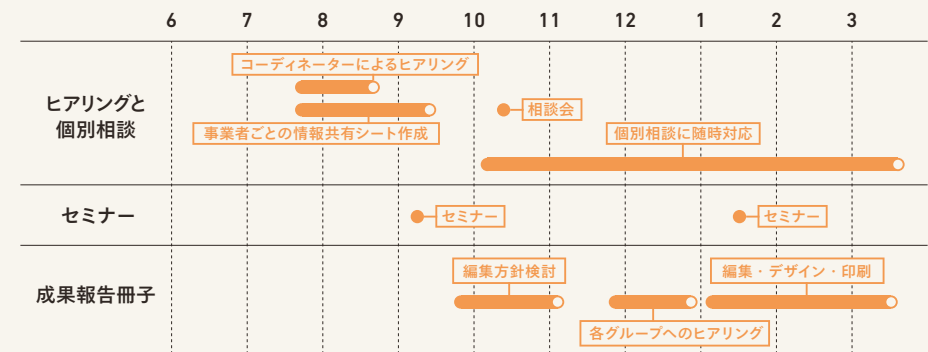
Pieces of Japan 株式会社(POJ Studio)代表取締役社長の小山ティナ氏を招いたレクチャー「知恵や思想、所作からライフスタイルまで、POJが実践する伝統の届け方」の様子。

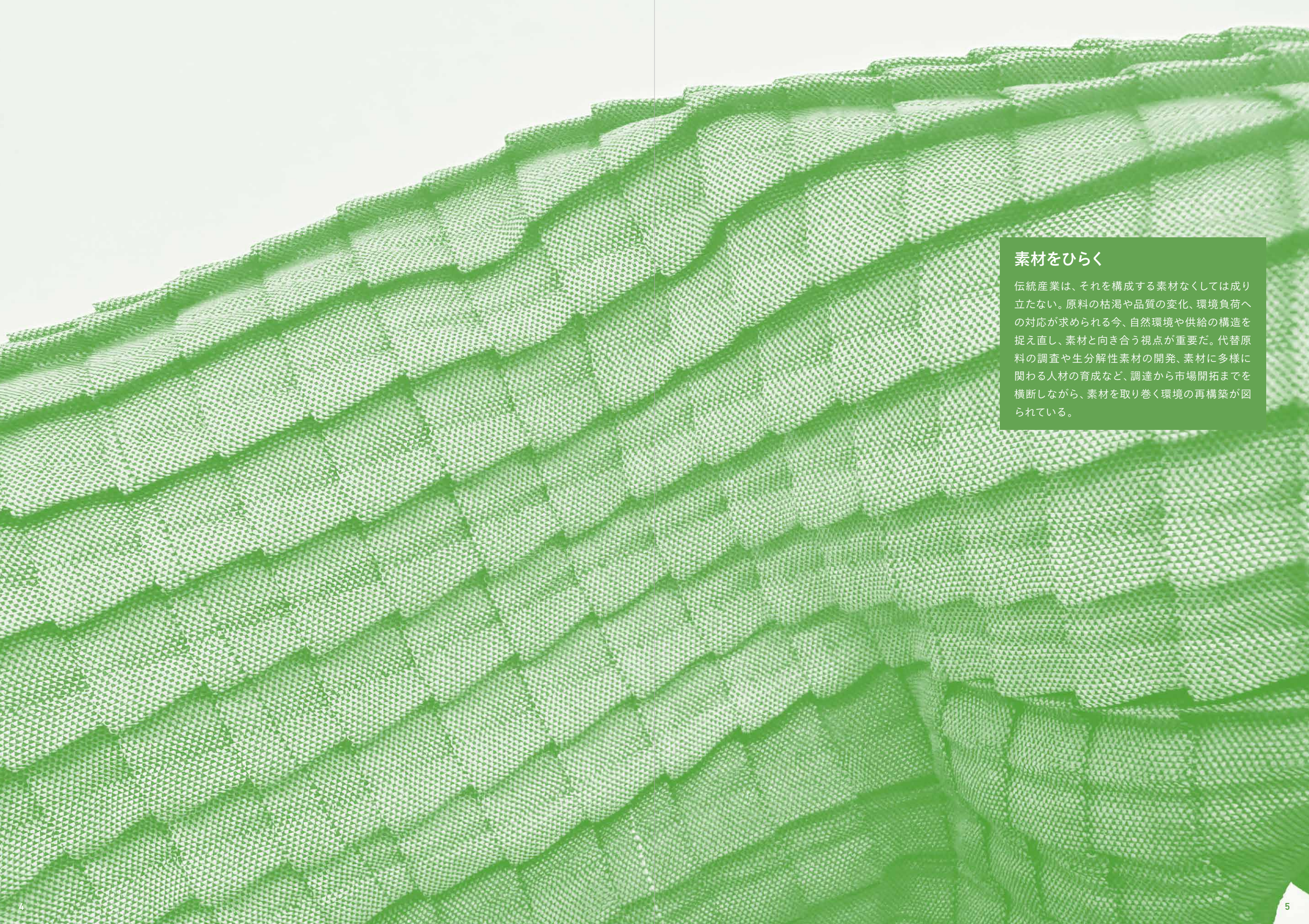


交流会では、業界内外から集まった参加者が名刺交換や互いの業界の情報共有を行った。

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。





素材をひらく

伝統産業は、それを構成する素材なくしては成り立たない。原料の枯渇や品質の変化、環境負荷への対応が求められる今、自然環境や供給の構造を捉え直し、素材と向き合う視点が重要だ。代替原料の調査や生分解性素材の開発、素材に多様に関わる人材の育成など、調達から市場開拓までを横断しながら、素材を取り巻く環境の再構築が図られている。

枯渇原料の持続可能な活用に向けて 日韓の職人の交流が京焼・清水焼の未来をひらく

京焼清水焼陶工会

吉川充 奥谷隆央
村田製陶所 村田森 泰平窯 平野泰三
市川亭山製陶所 市川正吉 岡山製陶所 岡山高大



木浦市の中心から車で30分ほど、海沿いの地域にある鉱山を訪問した

京焼・清水焼の製造に欠かせない鉱物「カオリン」は、生地・化粧土・釉薬の調合に用いられる重要な原料である。かつて多くの陶工に使用された韓国・河東産カオリンは、その鉱山の閉山により入手不能となり、現在主に流通している韓国産カオリンは、安定供給こそ実現しているものの、過度な精製によって風合いや素材感が損なわれるという課題を抱えている。

本取組では、河東産カオリンが持っていた未精製の豊かな風合いを再現しうる新たな原料を確保するため、新規の資源採掘地の調査を進めた。また京都の職人と長年交流のある全羅南道務安陶磁器協会とのネットワークを活用し、新規カオリン鉱山への訪問調査とソウルでの展示会を実施し、枯渇する原料の調達と販路開拓に取り組んだ。

京焼清水焼陶工会

京焼・清水焼の陶工を中心としたメンバーで2024年に設立。京焼・清水焼の普及と知名度の上昇、伝統工芸の地位向上、陶磁器を通じた食文化の発信を目的に、展示会や海外の職人との交流活動を行う。

韓国産カオリンの調査と使用適性の検証

京焼清水焼陶工会に所属する有志の職人たちが、枯渇原料の調達と市場開拓の両面で重要な取組を進めている。取組の背景にあるのは、長年使用されてきた韓国・河東産カオリンの入手困難化である。現在流通している市販カオリンでは再現が難しい質感や風合いを表現するため、新たなカオリンの供給源の開拓が急務となっている。そこで京焼清水焼陶工会は、韓国・全羅南道の木浦市近郊に点在する鉱山を訪問し、原料の品質や供給の安定性、価格、輸出実績などを現地でもリサーチするとともに、現地のカオリンを日本へ輸入し、工房での試作を通じて使用適性を検証した。これにより、カオリンの入手が困難になる以前は可能だった表現方法に近づく可能性や、新商品の開発に向けた素材としての活用余地が見えてきた。同行した職人は、「難しくなってきた自身の表現が可能になるのでありがたい」と話していた。

この取組は韓国での販路拡大も目的としており、日韓の職人がそれぞれ制作した作品を展示する日韓交流展示会をソウル市内のギャラリー及び京都陶磁器会館にて開催した。韓国では手工芸品市場が成長途上にあり、食文化・健康志向の高まりも相まって、陶磁器需要が拡大する見込みがある。展示会では、務安の作家から提供を受けた新たな韓国産カオリンを使った作品の展示も行われた。務安の職人や作家たちとの交流によって、技法が安定し、京都の職人の中で代表的な表現方法を持続可能にしていく動きにつながっている。

今回の訪問で得た情報は陶磁器関係の他事業者にも共有し、産地としての共有財産にすることで、職人たちに新たな供給源のカオリンによる新商品開発を含め、市内産地での需要喚起を目指している。これらの取組により、京焼・清水焼の原料調達力強化、商品開発力向上、海外販路開拓の三位一体の成果が期待されている。

今後の展開

日韓の陶工同士の交流を続け、韓国の陶工が使用する原材料についての情報交換や更なる関係構築を重ねている。今後は、カオリンの安定的な輸入に向け、現地の陶工を通じて、陶芸材料の商社や現地組合との調整を進めていく予定だ。また、互いの地域で制作を行うレジデンス的な取組やコラボレーション企画も視野に入れている。アートではなく工芸として職人の存在を前面に出し、単なる交流に収まらない企画として発展させていく。



鉱山近くの山を掘ると白い粘り質の層が現れる



ソウル市内のギャラリーでの、務安と京都の職人による交流展の様子



チョン・インスさんの工房「夢平窯」で登窯を見せてもらう

西陣織の強みを生分解性素材にいかす 産学連携でつくる持続可能な西陣織生地

Weaving the Future 2

株式会社もりさん 森英明 (企画・統括)
株式会社沢本織物 澤本知浩 (製織)
桂機業社 桂浩之 (製織)

神戸大学大学院人間発達環境学研究科 准教授 上田香 (企画・デザイン)
嵯峨美術大学・嵯峨美術短期大学 学長 江村耕市 (企画・デザイン)
Royal Collage of art Tutor (Research) Bine Roth (企画・デザイン)



「Oh! Neo Neo - Nishijin Neo One-piece Fashion Show」でのファッションショー (西陣織博 2025)

近年、繊維産業が環境に与える負荷は国際的な課題となっており、合成繊維由来のマイクロプラスチックや、非分解性廃棄物の増加が深刻視されている。こうした背景のもと、自然環境下で分解・循環し、有害な残留物を残さない生分解性の生地が注目を集めている。

本取組では、西陣に拠点を置く織元・株式会社もりさんと神戸大学が協働し、西陣織の高度な意匠技術と生分解性素材を融合させた持続可能かつ高付加価値な糸と生地を開発した。更に嵯峨美術大学が加わり、それらを使った新しい衣服のデザインの制作、そしてファッションショー及び国際見本市での発信も行った。



イタリア・ミラノで開催された「Milano Unica」出展時の様子

株式会社もりさん

<https://www.mori-san.com>

京都・西陣に拠点を置く織元として、西陣織金襴裂地のデザインから製織、販売までを一貫して行い、節句人形や神社仏具、和装小物、ブライダルなど幅広い分野に素材を提供してきた。古典文様を基盤に五千種以上の図案を継承し、糸づくりから織りまでの高度な技術を保持する一方、一般的に用いる絹よりも耐光性が高く摩耗に強いポリエステル糸を採用。大量注文や短納期にも柔軟に対応し、現代のニーズに即したものづくりを行っている。



生分解性素材を用いた糸の開発

土に還るポリエステルを開発する企業と協働し、西陣織に用いるための生分解性ポリエステルの糸を開発した。太さや断面の形状など糸自体を設計できる生分解性ポリエステルの性質をいかし、西陣織に用いるのに適切な撚りの回数や方向、強度や伸度のバランスを細かく調整した。撚り直しや経糸の掛け替えを何度も行うなど、高度な技術と時間を要する工程を重ねながら、素材の特性と織りの規則の検証を行い、量産を見据えた仕様の検討にも取り組んだ。

西陣織の強みを現代的な素材に

糸をあらかじめ染めてから織り上げる「先染め」の技法を基本とし、高い表現力を持つ西陣織に対して、スポーツの分野などで主に使用されている既存の生分解性生地には、織り上がった後に染色する「後染め」の製品が多い。この取組は、生分解性素材において先染めを行うことで、西陣織の強みである表現力を成立させるといっても大きな意義を持つ試みであった。



神戸大学及び嵯峨美術大学の学生とともに、ジェンダーレス・エイジレスなワンピースを構想。和洋融合やゼロウェイストの発想で、現代のライフスタイルに合う西陣織を生み出した

こうして、様々な織り方や配色、質感の生分解性の西陣織生地を約20着分生産し、神戸大学と嵯峨美術大学の学生たちが、土に還ることを前提とした「新しい衣服」として、裁断による廃棄を最小限に抑えたデザインのユニセックスワンピースなどを制作した。完成した衣服は、2025年11月15日、16日に西陣織会館で開催された「西陣織博2025」にてファッションショー形式で発表し、西陣織の新たな可能性を提示した。来場者からは、「生分解性素材と西陣の技術を一体で示した点が新しい」「西陣織の技術を使って、持続可能で環境に優しい生地を作れることに可能性を感じた」といった評価を得ることができた。また学生からも、「ファッションショー後も日常的に着用している」「プロジェクトのコンセプトも含め、学びが大きかった」などの声が寄せられた。

また、2026年1月20日から22日にイタリア・ミラノで開催された、高級生地などに特化した国際的な展示会「Milano Unica」でも、既存の株式会社もりさんの生地に加えて新しく開発した生地を5点出展した。13社から22点のサンプル請求があったうち、4点が今回の生地についての問合せだった。来場者からは「100%生分解性の素材であることがすごい」「ポリエステルが土に還るなんてありえない」といった声が寄せられた。

今後の展開

Milano Unicaへの出展は、「国際的なファッション・テキスタイル業界は、持続可能な生地であることが当たり前」という前提で挑んだが、生地を買い付けるデザイナーは、持続可能か否かよりも、デザインや品質の良さに比重を置く人が多い印象だった。そのため、表現力の高い西陣織の生分解性生地は受け入れられる可能性があると思われる。

Weaving the Future 2では今後、他産地との協働や更なる素材開発を進めるほか、開発した生分解性の糸そのものの販売も視野に入れており、テキスタイル業界における環境への配慮の重要性を示し、西陣織の新たな発展の契機となることが期待される。併せて、世界に向けた販路開拓も継続して行う予定である。

工芸の未来をつくるプラットフォーム

若手育成から国際展開まで、漆の多角的な取組が生み出す新たな循環

Beyond Urushi

堤浅吉漆店
大川翔吾(デザイン)
服部一齋(漆芸)



2025年6月にバリ島で開催した展示会の様子

枯渇する道具や原料、需要の激減など漆職人を取り巻く環境の変化は著しい。そんな中、漆精製屋、デザイナー、漆芸家で構成されるグループ「Beyond Urushi」は、漆文化の継承を目的として、堤浅吉漆店が開設した拠点「Und. (アンド)」を拠点に、若手育成と新たな需要の創出に取り組んでいる。

Und.には、若手職人の育成スタジオが併設されており、漆文化を次世代に継承していくための専門性と実践力を育むことを目的に運営されている。従来の漆芸技術指導のほかに、3Dプリンタを活用した新素材研究や福祉分野との協働を通じ、多様な領域で漆がいかされる未来を探っている。

さらに、国産漆の価値向上に向けて、漆の植樹や自然と工芸の関係を学ぶ機会を各所で提供。バリ島での展示、ワークショップによる海外での認知拡大と販路開拓を進め、次世代の工芸の担い手を育てている。



D&DEPARTMENTと制作している塗梔の地下工程

堤浅吉漆店

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

1909年、京都で創業した漆の原材料店。漆の精製・販売を行う傍ら、漆の新たな価値を提案。スケートボードやBMXに漆を施すなど、ストリートカルチャーとの融合や、自宅で楽しめる金継ぎキットの展開などを通じて、漆を日常の身近な素材へ変える活動に注力する。「漆を一滴も無駄にしない」という創業者の想いを継ぎ、持続可能な循環型ものづくりを追求。伝統の枠を超え、人や地球に優しい漆の可能性を世界へ発信している。



京漆器職人の技術継承と人材育成

Und.では、若手漆芸家を中心に塗り・蒔絵(まきえ)・螺鈿(らでん)・金継ぎなど漆芸技術の習得を目的とした研修を定期的に行っている。今年度はその一環として、D&DEPARTMENT KYOTOと連携し、京漆器の職人を育てるプロジェクトとして「d&URUSHI PROJECT KYOTO 2026」をスタートさせた。若手塗師の成長の過程に伴走しながら、漆器を購入することで若手職人をサポートする仕組みにつながっている。

2025年に堤浅吉漆店に入社し技術研修を受けている久保氏は「数をこなさないと身に付かないことが多い中で、職人としての技術を学べる貴重な機会になっている」と話し、また、講師役である漆職人の高木氏は「先輩から教わってきた技術を僕たちは次の世代につないでいく責任がある。この育成の形はまだ探りながらだが、可能な限り協力したい」と使命感を滲ませた。



Und.での技術研修

新素材・他分野との商品開発

漆の技術を社会の多様な領域に広げ、また新市場開拓にもつなげていくことを目的として、新素材や異分野と協働した商品開発にも力を入れた。堤浅吉漆店は従来から「R&Dプロジェクト」として新しい技術活用を進めてきたが、今年度はデザイナーの大川氏と連携し、3Dプリンタで成型した器に漆を施す新商品開発を行った。

また、発達障害や精神障害を抱える方々の特性をいかした就労をサポートする福祉施設Kaizen(カイエン)との協働で、お箸の開発にも取り組んだ。塗りの作業に携わる施設利用者の方々に色漆を使った拭き漆の技法を伝え、漆を通じて一人ひとりの特性に応じた強みを発見する取組を行った。



3Dプリンタでの器の成型の様子



福祉施設で塗り技法の指導を直接行った

漆芸だけではない学び

漆を様々な分野で伝えていくため、近年、堤浅吉商店で雇用したショップスタッフや営業スタッフ向けにコーディネーター人材の育成を行っている。具体的には、漆を通じた環境意識の向上を目的とする企業向け研修プログラムの企画開発への参加や、京北地域で漆の植樹活動を行う人材育成プログラムを実施するほか、草木染めの新谷工芸や木工職人の上田氏などの専門家から、樹液を採った後のウルシ材を活用したウルシ染めや漆の木を使った器の開発など、漆の木の多様な活用方法を学ぶ機会を創出した。これらにより、職人のみならず、工芸の支援者・企画者・研究者といった幅広い人材が漆と関わる環境の形成につながっている。



一般社団法人リリースとの企業向け研修プログラムの開発ミーティング



木工職人の上田氏から、漆の木を使ったプロダクト開発を学ぶ研修を行った

海外発信の強化

インドネシア・バリ島ウブドにあるバンブー・インダーにて日本の工芸展示及びワークショップを開催した。エシカルコーディネーターのエバンズ・アリサ氏と、元Vogue India編集長のバンダナ・テワリ氏の協力のもと、小森優美(草木染め)、堤卓也(漆)、小林新也(鍛冶)、松村宗亮(茶の湯)による多彩なプログラムを提供。「エシカル※」という視点から日本の工芸を紹介し、漆の魅力を来場者に広く伝えた。

※エシカル「倫理的」「道徳的」という意味で、人、社会、環境、地域に配慮した考え方や行動のこと。

今後の展開

2026年8月にバリの展示会「Jia CURATED 2026」への出展に挑戦する。世界的に見ても最も高いレベルで自然への敬意を払い、それを生活でも実践するライフスタイルを持つバリにおいて、世界中から集まる感度の高い方々に漆の大きな可能性を届けたい。また、より多様な視点で職人育成に向けた事業を実施するために、建築やインテリア分野での研修プログラム企画に向けた動きも始めている。

技術継承・道具部品対策

海外展開

誰もが漆を扱える暮らしを目指して 体験から漆への関わり方をつくる

次世代URUSHI創成PJ

合同会社COCOO 前田愛花(企画・営業)
株式会社佐藤喜代松商店 レブロン紗綾加(漆職人)
The True Works 岡林智晴(留学生人材派遣)



「ここきよ」での漆塗りワークショップの様子

工芸のための漆は長らく漆職人の技術継承によって守られてきた一方で、漆に関わる文化を持続的に発展させていくためには、作り手だけでなく、その価値を理解し、使い、伝えていく「担い手」の存在が不可欠である。

本取組では、漆を用いた商品開発を行う人材に限らず、新たな体験を企画運営する人材、漆文化を発信する人材、更には将来的な関係人口をつくるための人材まで、漆に多様な形で関わる人材を育てることを目指した。その手段として、気軽に漆の魅力に触れられる体験プログラムの企画運営や、スタッフへの教育、多分野にネットワークを持つ学生起業家事業と連携した体制づくりに取り組んだ。

合同会社COCOO(こくー)

<https://co-coo.jp>

「小さく豊かに暮らす」を哲学に、心地よさの探究を続ける京都発の日用品ブランド。漆を軸としたものづくりを通じ、華美でなくとも満たされた暮らしの提案を行っている。2025年には漆屋・佐藤喜代松商店と協働し、漆に触れながらものづくりを体験できるスペース「ここきよ」をオープン。ものづくりや漆の魅力を広げる活動を展開している。



体験プログラムの企画と提供

気軽に漆の魅力に触れられる機会として、漆を主軸とした制作拠点「ここきよ」にて、漆塗りの体験プログラムを企画運営した。体験は、COCOOの看板商品である、漆を施した紙製カップ「KOMLA(コムラ)」や、漆塗りの真空魔法瓶タンブラー「KISSUL(キッスル)」に、豊富なパリエーションの色漆を自由に塗って仕上げるものとした。

また、京都のラグジュアリーホテルと連携し、ホテルスタッフを対象としたワークショップ形式の研修やOJTを実施。ホテルのスタッフのみで体験プログラムを提供できる体制を整えるためのオペレーションマニュアルの整理・検討を進めている。



ホテルスタッフを対象とした研修の様子

体験を支えるスタッフの教育と運営体制づくり

ここきよにて月に5回ほど開催している体験プログラムは、海外からの参加者を中心に高い満足度を得ており、世界的に知られるラグジュアリー層に向けた旅行情報メディア「Condé Nast Traveler」には「10 Best Things to Do in Kyoto」(京都でやるべきこと10選)として掲載された。色漆を用いる基本的な体験内容に留まらず、金継ぎや蒔絵などの高度な技術も体験できるプログラムを新たに追加することも見据えて、スタッフへの教育を続けている。

併せて、京都市内の芸術大学などの学生とのネットワークを持つ学生起業家事業「The True Works」と連携し、漆に関心のある海外留学生のマッチング及び受入れを実施した。新たに加わった海外留学生のスタッフ2名は、海外からの参加者に対応できる人材として育成し、年齢や国籍を問わない多様な来訪者に対応できる運営体制づくりを進めている。



ここきよでのスタッフ研修の様子



スタッフの研修の一環として、国産漆の森を守り漆掻きの職人の後継者を育てるNPO法人「丹波漆」へ漆掻きの見学へ

将来的な関係人口をつくる

そのほかにも、使い手となるユーザーを増やすことを目指し「ご近所から漆の魅力を感じられる機会」を多角的に展開している。その取組として、京都市立衣笠小学校の児童に対して、色漆をコースターに塗るワークショップを実施した。併せて、新設予定のホテル客室において、漆の魅力を体感できるコンセプトルームの提案を行い、看板商品のKOMLAのほか、紙漆ランチョンマット、漆の原木オブジェ、漆壁紙、漆樹皮ディフューザーなどの導入が検討されている。さらに、飲食店とのコラボレーションによる商品開発にも取り組んでいる。

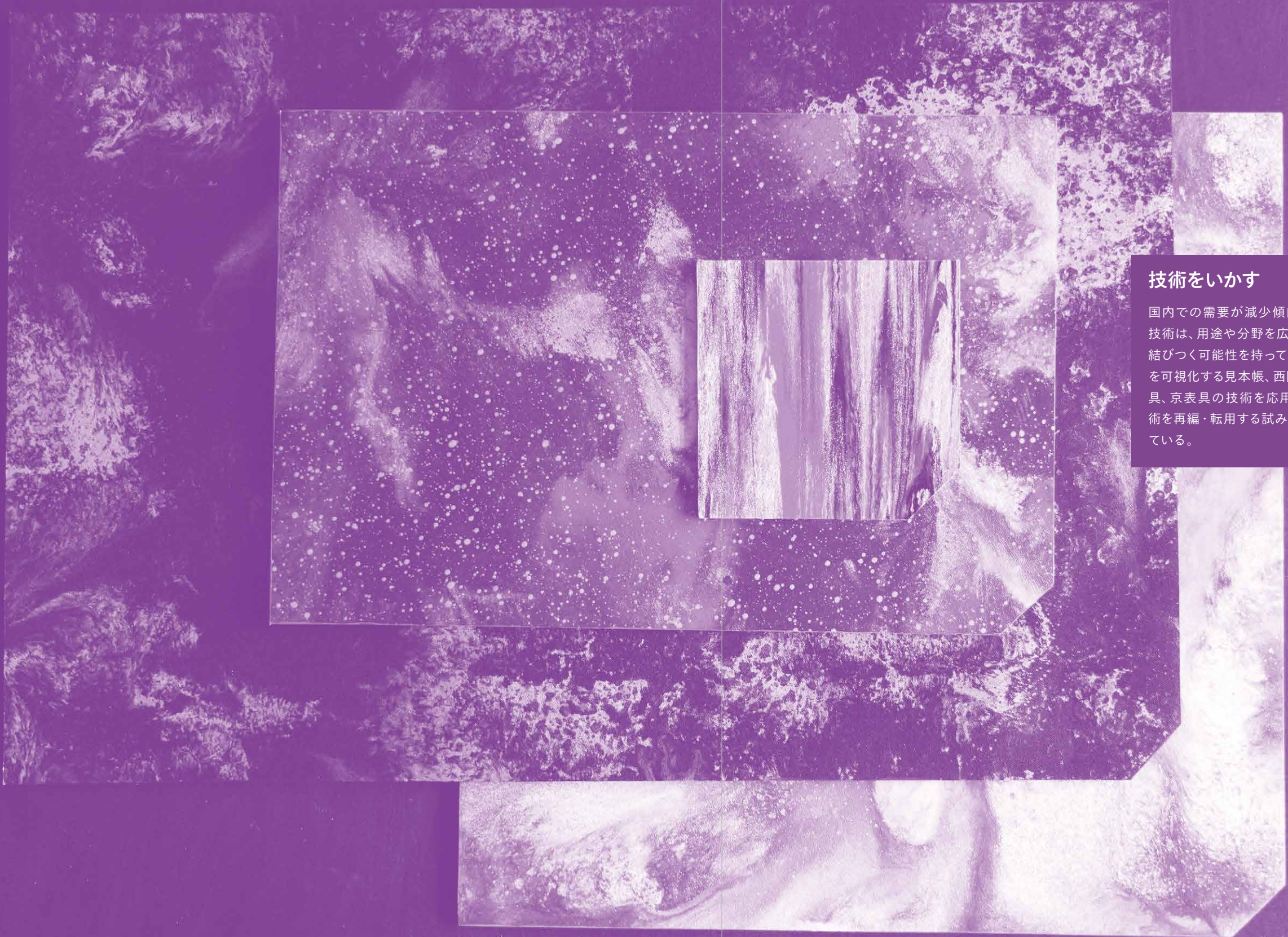


小学校でのワークショップの様子

今後の展開

今後も、体験を通じて「作り手・伝え手・使い手」の三役を増やすことを目指し、他府県への営業やブランド構築による事業基盤の更なる強化を図る。ラグジュアリーホテル向けプログラムや出張体験、商品開発を継続するとともに「短時間・簡易型プログラム」を新設する。これにより、単価の高さと回転率の高さを両立した全社最適な収益モデルを確立していく。

また、商品戦略との連動も強化する。海外での認知拡大に向け「作る・伝える・使う」を循環させるべく、漆の常識を覆す実用性の高い新規商品の普及と体験プログラムを連動させる。これらを通じて、誰もが日常の中で漆を扱える暮らしの実現を目指す。



技術をいかす

国内での需要が減少傾向にある中、伝統産業の技術は、用途や分野を広げることで新たな市場と結びつく可能性を持っている。京鹿の子絞の工程を可視化する見本帳、西陣織の糸を用いた照明器具、京表具の技術を応用したアート作品など、技術を再編・転用する試みが各分野で広がりを見せている。

茶×禅の新たな可能性

デザインと工芸から生まれる瞑想体験製品の開発

茶煙静 (さえんしずかなり)

デザインスタジオ SAKU 大津寄信二 (デザイナー)

高野竹工株式会社

品部東晟 (実演実施)

三浦照明株式会社

Art Collective Ochill (体験実施)



制作した体験用製品の3D図面

京都の伝統産業は、ライフスタイルの変化などにより需要が減少し、厳しい状況が続いている。一方で、禅や瞑想への関心は世界的に高まり、またウェルビーイングや健康志向の広がりを背景に、抹茶をはじめとする日本茶の人気も高まっている。

こうした状況を踏まえ、デザインスタジオ SAKU は、伝統工芸の技術と禅の精神性、そして日本茶を掛け合わせることで、京都の伝統産業における新たな需要の創出を目指した。そこでテーマとしたのが、Art Collective Ochill が探究する、“お茶を吸う”嗜好品「茶香」と坐禅を組み合わせた嗜み「茶煙」である。本取組では、この「茶煙」のための道具として、京都の伝統工芸の技術をいかした新たな体験用製品を試作し、京都とスイスにて展示と実演を行いながら、体験価値や商品の品質向上に向けたリサーチを実施した。

大津寄信二

<https://www.instagram.com/saku.kyoto>

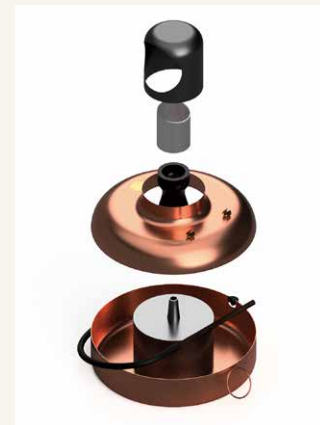
金沢美術工芸大学でプロダクトデザインを学んだ後、東京の企業にて研究開発とデザインを担当。ものづくりの現場と密接に連携しながら経験を重ねる。2024年には、ミラノサローネでオリジナルのコーヒープロダクト群を発表。2025年、京都・二条城前にデザインコンサルティング会社「SAKU」を設立。現在は商品開発を軸にブランド開発などにも取り組んでいる。



体験プログラムと体験用製品の開発

“お茶を吸う”嗜好品「茶香」を、茶の湯や禅の思想の元にしつらえた新たな嗜み「茶煙」。建仁寺で修行し、世界で座禅指導を行う品部東晟氏は、Art Collective Ochill が西陣に構える瞑想室「落散」にてその体験を提供している。デザインスタジオ SAKU の大津寄信二氏は、この「茶煙」を海外富裕層やインバウンドに提供するため、伝統工芸の技術を取り入れた新たな体験用製品と体験プログラムの開発に取り組んだ。

体験用製品は、水たばこの原理を応用し、茶葉の煙のみを吸引する仕組みを採用している。竹工芸の名門・高野竹工が吸引器具の竹パーツを制作するほか、金属加工や木工など、京都の伝統工芸の技術を組み合わせたデザインとした。



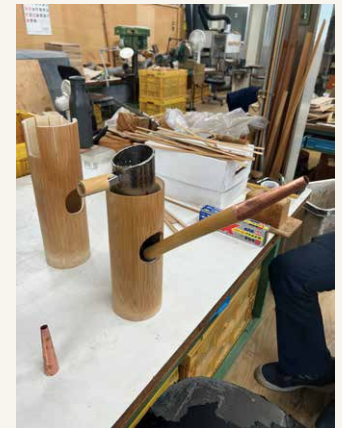
三浦照明が制作する金属加工部分の3D図面



三浦照明での吸引パーツの加工の様子



高野竹工でのホースパーツの加工の様子



高野竹工で試作品のパーツを組み合わせる

セカンドモデル開発と海外展開への展望

開発した体験用製品と体験プログラムを海外富裕層やインバウンドに提案・販売する足掛かりをつくるため、瞑想室「落散」と、日本の工芸品を扱うスイスのライフスタイルブランドにて体験会を実施した。瞑想と組み合わせた体験の独自性や、お茶の新しい嗜み方としての可能性が評価され、体験とセットで販路を拡大することで話題性のあるプロモーションになるとの声も寄せられた。

一方で、試作した体験用製品には吸引部分の構造や素材の耐久性、温度管理などの課題があり、十分な体験プログラムのPRを行うには至らなかった。この体験会での経験は、課題とともに体験プログラムへの関心の高さを認識し直す機会となった。

現在、これらの課題を改善するため、新モデルの開発を進めている。今後は、禅の精神性や日本の伝統工芸の魅力を物語として発信する広報素材も制作し、体験プログラムとして完成させることで、欧州・中東・アジアの富裕層市場への販路開拓を目指す。また、インドネシアで抹茶販売を展開するブランドをはじめ、海外の店舗や体験施設との商談も進んでいる。物販と体験の両軸での事業展開に関心を寄せるパートナーと連携し、体験内容や製品のカスタマイズを含めた協業を推進していく。

京鹿の子絞の技法を現代のライフスタイルへ アートテキスタイルから小物まで、 中国とフランスで発信する絞りの魅力

京都絞美京サポーターズ

株式会社京都絞美京 松岡輝一
松本忠絏 下画 松本忠雄
たきもと染工 瀧本勇



京鹿の子絞の工程を解説する見本帳

京都の伝統染色技法である京鹿の子絞は、和装需要の減少や市場の縮小といった課題を抱えている。株式会社京都絞美京を中心とする京都絞美京サポーターズは、従来の着物としての用途に限らず、絞りの工程や表情そのものを価値として捉え直し、アートテキスタイルや現代的な商品への展開を行ってきた。

今年度は、京鹿の子絞の技法をいかしたアートパネルやコットンスカーフなどの開発に加えて、素材としての絞りの魅力を伝えるため、工程を可視化する「見本帳」の制作にも取り組んだ。この見本帳は、下絵・絞り・染色・糸を解く仕上げまでの工程を、技法ごとに複数の冊子にまとめたもので、言語の壁を越えて絞りの価値を伝える強力なツールとなった。並行して、国内外のホテルや展示会場などで、製品展示や販売だけでなく、職人による実演やワークショップを実施。現代のライフスタイルに寄り添う製品を提案するとともに、実演により確かな技術を示すことで、京鹿の子絞の魅力と伝統技術の新たな可能性を広く提示した。



「LA PUDEUR一恥じらい展」で発表した絞り染めテキスタイル「霜露」

株式会社京都絞美京

<https://kyoto-shibori.com>

1937年創業の老舗の伝統を受け継ぎ2016年に設立。京鹿の子絞の技法を基に、伝統的な工程をいかながら現代の感性に応えるテキスタイル表現を行ってきた。三代目・松岡輝一を中心に、和装分野に留まらず、ファッション、アート、空間装飾へと領域を横断し、国内外での展示・販売実績を重ねている。



工程を可視化する見本帳の制作

京鹿の子絞は、完成した意匠の美しさだけでなく、職人の高度な技と膨大な時間を要する工程そのものに大きな価値を持つ。一方で、国内外の展示会や商談の場では、その複雑な手仕事を言葉だけで説明することには限界があった。そこで、制作過程を直感的に理解できる「見本帳」の制作に取り組んだ。

見本帳では、①下絵、②絞括(しぼりくり)、③染色、④完成という京鹿の子絞の4つの主要工程を、実際の布見本を用いて一冊にまとめている。技法ごとに冊子を分け、ページをめくるだけで、立体的に括られた布がいかにか平面の染め模様へと変化していくのかを、視覚と手触りの両面から体感できる構成とした。言語の壁を越えて絞りの工程と価値を伝えるこの見本帳は、海外のバイヤーやデザイナーとの商談において、単なる製品説明を超えた技術への理解を促すツールとなった。



見本帳では、下絵から染色までの工程を紹介している

中国とフランスでの展開

制作した見本帳を携え、中国及びフランスでの展示会やラグジュアリーホテルを会場とした発信を行った。中国では、2025年6月の「Design Shanghai」への出展を皮切りに、ARANYA ホテルや天台山嘉助ホテルにおいて、コットンスカーフやアートパネルの販売、絞り染めの実演と体験を実施。中国の富裕層に向けて、京鹿の子絞の意匠性と手仕事の価値を伝える機会となった。

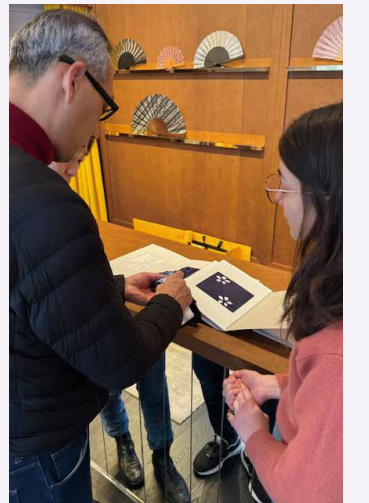


Design Shanghai



ARANYA ホテルでの絞り染め体験イベントの様子

フランスでは、2025年11月の「CREATIVA NANTES」への出品を経て、2026年1月にパリで集中的なプロモーションを行った。パリ7区のメティエールで開催された「LA PUDEUR一恥じらい展」では、アートテキスタイルやアートパネルを発表し、オープニングには、日本大使館関係者や建築家からも来場するなど高い関心を集めた。また、同区のお洒落専門店「DUVELLEROY」では、同店とのコラボレーションによる扇「深海」を発表し、見本帳を用いた技術解説も実施。パリ1区の「Maison Wa」においても、新作のバッグや絞りライト、絞り染めTシャツ、絞り染めアート和紙の展示販売を実施した。来場者からは「工程の多様さに驚いた」「染める前から絞りを解いた後までの技術を一度に深く理解できた」といった反応が寄せられ、技術の理解が購買意欲につながる手応えを得た。



見本帳を用いた解説の様子

今後の展開

今年度の取組において、中国では和紙を用いた絞りやアートパネルへの評価が高く、部屋に飾るためのサイズ展開やカスタマイズを求める声があり、パリでは藍色の製品が好評であった。また、工程を可視化する見本帳の有効性を改めて確認できた。

今後はこうした海外での成果を基軸にしなが、国内外で発信と販路の拡充を進めていく。海外では、中国とパリでの継続的な提案と営業に加え、北米や中東、東南アジアなど新たな市場での展示会出展を計画する。併せて、購入の入口となる価格帯の製品とハイエンド向け製品の両極に特化したものづくりによりターゲットを明確にするとともに、見本帳への技法を追加することで発信ツールの拡充を図る。

国内においては、伝統工芸青山スクエアでの長期個展を計画しているほか、自社の工房兼ギャラリーを拠点に、ワークショップや企画展示を実施する。絞りを「製品」「技法」「体験」という複数の切り口で提示することで、京鹿の子絞の価値を多層的に伝え、産地に新たな選択肢と持続可能な展開の可能性を示していく。

西陣織をインテリア商品に 絹糸の美しさをいかした照明シリーズ「ITO&」の開発

ITO&

合同会社SEIKI DESIGN STUDIO 石井聖己(プロダクトデザイン)

福岡裕典(糸の編込)

土肥板金工業株式会社(フレーム制作)



京都で開催した展示会「ITO and」は、3日間の予定だった会期が1カ月以上延長された

長い歴史を経て、高度な織りと多様な糸遣いの技術を培ってきた西陣織。しかし近年は需要の縮小が続き、とりわけ機業の職人にとっては、着物や帯といった従来の用途に限定したもののづくりだけでは事業の継続が難しくなりつつある。

こうした状況のなか、プロダクトデザイナー、西陣の機業の職人、金属加工業の職人の三者によるユニット「ITO&」は、西陣織が持つ「糸そのものの美しさ」に着目し、西陣織に用いられる絹糸をランプシェードに用いて、現代の生活空間に取り入れられるインテリア照明を開発した。開発に当たっては、絹糸の繊細な表情をいかすデザインによって、西陣織の素材としての魅力を新たな形で提示することを目指した。日常空間の中で西陣織の美しさに触れられる作品として、新たな市場の可能性を探るとともに、技術継承にもつながる実践的なモデルづくりに挑戦している。

ITO&

<https://ishiiseiki.com>

西陣織の可能性を広げ、その技術を次世代につなぐことを目的に、織りや糸の持つ美しさを現代の生活空間に適した作品として再提案するユニット。2025年に結成し、プロダクトデザインを軸とした新商品開発と国内外への発信を中心として活動している。



絹糸の美しさをいかした照明シリーズ「ITO&」の開発

西陣織に用いられる絹糸を金属のフレームに巻きつけ、ランプシェードとして構成した照明シリーズ「ITO&」。絹糸は断面が三角形に近い構造をしており、光を方々に反射する特性を持つため、強い光を柔らかく拡散して穏やかな光に変える一方、弱い光であっても繊細で美しい輝きを生み出す。開発では、この特性をいかしながら、絹糸の質感や繊細な陰影など、素材そのものの美しさが際立つ構造を探りながら設計を進めた。試作段階では、絹糸の種類や染めの濃淡を変えた複数の試作品を制作。照明器具としての安全性や強度を確保しつつ、絹糸の存在感が損なわれない構造のバランスを検証した。



糸の編込の作業の様子

デンマークでの出展で見た課題と改良

完成した試作品は、2025年6月にデンマーク・コペンハーゲンで開催された国際的な家具見本市「3daysofdesign」に出展した。ペンダントライト2種とフロアライト1種の計3種類を展示し、海外のデザイナーやバイヤーから反響を集めた。

その一方、試作品は軽量化を優先した構造だったため、輸送時にフレームが破損してしまうという課題も明らかになった。そこで、その後の改良ではフレームの強度を高めるとともに、より太い絹糸を用いる構造への見直しを行った。また、糸を巻きつける間隔に余裕を持たせることで、糸の表情がより際立つデザインへと発展させた。そして、絹糸の色についても、「3daysofdesign」では絹糸が染色できる素材であることへの反応が得にくかったため、改良版ではあえて染色していない生成色の絹糸を中心に構成し、素材への関心を引き出せるよう工夫した。さらに商品構成については、サイズの大きいフロアライトはニーズが少ないことが分かったため、サイズの異なるペンダントライト計21種類のラインナップとした。



「3daysofdesign」の会場(コペンハーゲン・ORIGINAL COFFEE)

京都での発表と商品化への展望

改良を重ねた作品は、2026年2月から3月にかけて、京都市内のディスティネーションストア※「SOAN」で開催した展示会「ITO and」にて発表した。生成色の絹糸について「これは染められるんですね」との声を得るなど好評で、店舗側から展示期間の延長を希望されるなど、インテリアとして空間に取り入れる可能性への手応えが得られた。

今後は照明器具としての認証取得を進めながら、受注生産による販売体制を整備していく予定だ。京都伝統産業ミュージアムでの展示や、ホテルへの導入や小売店での取扱も視野に入れている。西陣織を「身にまとうもの」から「空間を形づくる素材」へと拡張する試みとして、照明を起点とした新たな市場の可能性を探りながら、その技術と価値を次世代へとつないでいく。

※ディスティネーションストア
消費者が「そこに行けば欲しいものが必ずある」「その店でしか買えない」という強い動機を持って、目的を持って訪れる専門性の高い店舗のこと。



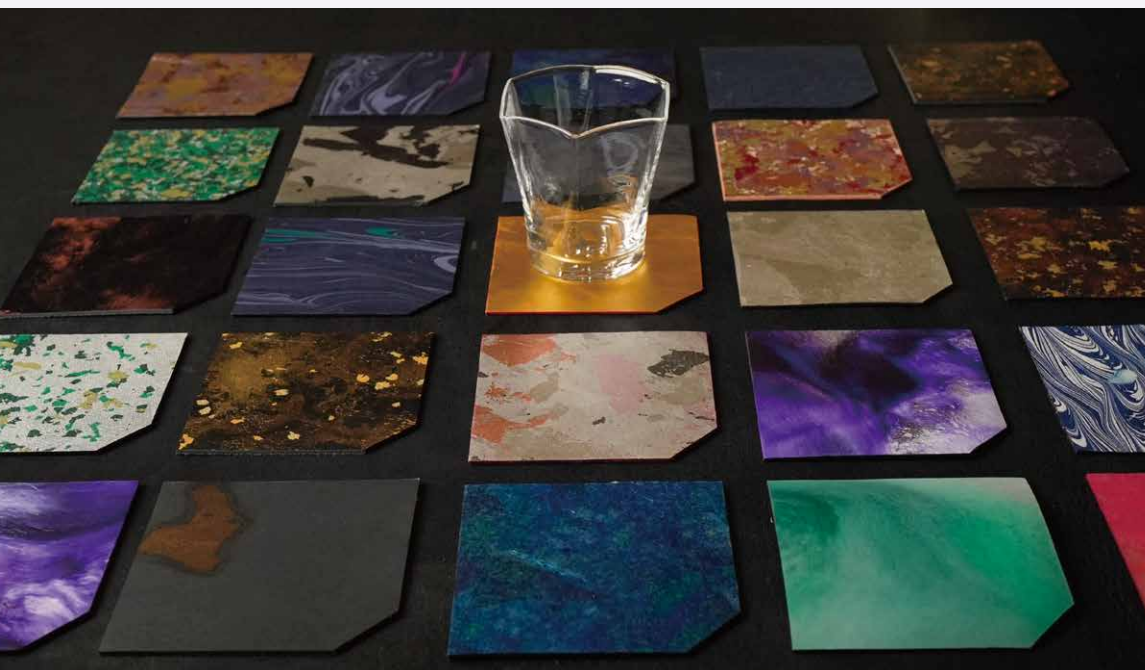
京都市内「SOAN」にて開催した展示会「ITO and」の様子

伝統をまとうレザーの未来

KYOTO Leather が拓く、ホテル市場と工芸の新たな接点

KYOTO Leather Products

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



レザーコースターに広がる、国産和牛レザーと工芸の掛け合わせのバリエーション

KYOTO Leather Productsは、京友禅・西陣織などの伝統工芸の技法を活用したレザーブランドとしてオートクチュール領域で実績を積み、昨年度はカジュアルラインの開発にも着手するなど、新たな市場獲得に挑戦してきた。高付加価値ブランドとして一定の認知を得てきたものの、価格帯の高さから認知拡大の速度には課題があり、より多くの消費者や観光客の目に触れる機会の創出が求められていた。

こうした状況の中で今年度は、京都のインバウンド需要の高まりを踏まえ、ラグジュアリーホテルやレストラン市場へ向けたテーブルウェアを開発した。プレスマット、コースター、メニューブック、ネクタイ、アメニティなど、宿泊や飲食の現場で確実に使用されるアイテムを展開することで、ブランドの認知向上と安定的な販路確保を目指した。またヨーロッパを中心とした海外での展示も計画し、世界市場での需要獲得にも取り組んだ。

KYOTO Leather Products

<https://kyotoleather.com>

京友禅・西陣織・草木染など、京都の伝統技術を革素材へ応用し、唯一無二のレザーアートを生み出しているブランド。2024年の設立以来、京都の伝統産業関係者や職人と連携しながら商品開発を進めている。ハイエンドブランドやホテル向けのアイテム制作が、国内外で高く評価されている。



収益基盤拡充の突破口としてのテーブルウェア製作

京都の伝統産業が持つ高度な染織・加工技術をレザー分野に応用し、独自の付加価値素材を開発してきたKYOTO Leather Products。代表の田尻氏は、京友禅や西陣織の美意識をいかしたレザー素材の確立、そしてオートクチュール領域におけるブランドポジションの向上に取り組み、コロナ禍以降も徐々に受注を伸ばしてきた。高価格帯ブランドとしての認知は広がりつつあるものの、それゆえに市場全体での浸透速度は限定的で、収益基盤の拡充が次の重要課題となっていた。

こうした課題への突破口としてKYOTO Leather Productsが見出した戦略が、ラグジュアリーホテル・レストラン市場に向けた商品開発である。京都市内の宿泊・飲食施設はインバウンド需要の増加により賑わいを見せており、レザーアイテムを導入すれば顧客の目に触れる機会が多くなることが期待できる。これまでもホテル・ザ・三井京都、The Shinmonzen、カペラ京都などでオーダーメイドのレザー作品を手がけてきたが、提案型の営業は十分に展開できていなかった。今年度は、これまでの経験と生産基盤をいかし、ホテル・レストラン・バー向けの定番アイテムを体系的に企画・製造する方針を掲げた。

店舗運営に不可欠なアイテム群として、プレスマット、コースター、メニューブックといったテーブルウェアを中心に、アメニティやスタッフ用ネクタイなどを試作した。伝統工芸とレザーを融合したデザインは市場での認知がまだ限定的であるものの、顧客となる各店舗の差別化につながる商材を開発し提案することで、長期的な事業成長を目指す。



試作したプレスマット

ヨーロッパでのPRイベントの開催

欧米への販路拡大にあたり、アメリカ市場は有望である一方で、関税負担などにより進出障壁が高いことから、まずはヨーロッパ、とりわけ購買力が高いパリとロンドンでの展示とPRを優先して実施した。ホテル・レストラン向けのレザーアイテムは国や地域を問わず導入しやすい特性があるため、海外のラグジュアリーホテルとの接点をつくる絶好の機会となった。

価格帯については、これまでの30～50万円台のオートクチュール領域、5～20万円台のカジュアルラインに加え、今年度開発したホテル用アイテムを1～5万円台とすることで、段階的なラインナップとした。これにより、富裕層から若い世代、インバウンド観光客まで幅広い層との接点を持ち、ブランド全体の価値を底上げした。

さらに、昨年度までの取組では試作に時間が割かれPRが十分にできなかった反省を踏まえ、今年度は初期段階から国内外のプロモーションを強化し、イベント・オンライン販売など多角的な営業活動を行った。



フランス・パリ「Ritz Paris」での展示の様子

今後の展開

今年度開発したテーブルウェアを核に、引き続き若い世代やインバウンド顧客にも手が届きやすいラインナップを構築していく。ホテル・レストラン・バーへの導入拡大を進め、2027年までに5店舗への導入を目指す。さらにオンライン販売も強化し、国内外での認知向上と継続受注につなげる。これらの取組を通じ、京都発の「伝統工芸×レザー」という新たなカテゴリーの市場価値を確立し、持続的に産地を活性化させたい。

京表具の可能性を拡張する

折灯華と新たな表具によるハイエンド市場への挑戦

イノベティブクラフトワークス

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



イタリア・フィレンツェで開催された京都伝統産業フェアにて、京表具の新たな可能性を発信した

表具師による新たな工芸表現の創出を目的に結成されたグループ「イノベティブクラフトワークス」は、これまで、折り紙の技術を立体照明へと転用した照明「折灯華」を開発・改良し、国内外の販路開拓を進めてきた。しかし市場ニーズの多様化・高度化に伴い、更なる高付加価値化と海外市場での競争力強化が求められている。

本取組では、金彩・和紙・漆などを表具の技術と掛け合わせた大型アートパネルや屏風、折灯華が持つ独自構造をいかした新商品を開発するとともに、既存の折灯華についても充電式器具やセンサー式スイッチを導入し、機能面の強化を図った。また、中国での「Design Shanghai」やパリの「Maison Wa」、そして「東京ギフトショー」などの大型商談会にも出展し、新たなライフスタイルの提案と販路開拓を行った。



金箔を施し高級感を高めた特別仕様の主力商品「折灯華」

イノベティブクラフトワークス

<https://www.settoka.com>

京都で長年表具に携わる表具師3名により構成され、新しい表具表現の創造と市場開拓を目的に活動。伝統的な表具技術を基盤にしながらも、新材料・新技術・異業種コラボレーションを積極的に取り入れ、国内外へ作品を発信している。折灯華の開発をはじめ、アートパネル・屏風・照明器具など、伝統と現代性を融合した商品群を展開する。



ハイエンド層に向けたアートパネルと屏風の開発

中国・欧州のハイエンド層では、文化的背景と高い工芸性を備えたインテリアアートへの関心が高まっている。中国では、日本の伝統工芸や美意識への評価が高く、住宅やホテル、商業施設で「日本文化を象徴する作品」を設置する動きが見られる。欧州でもサステナブル素材や職人技術への関心が強く、自然素材を融合した一点物の作品は、現代アート市場や高級住宅、ホテル空間での需要が期待された。

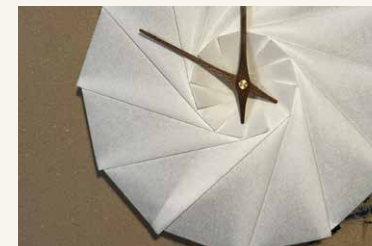
こうした動向を踏まえ、幅1.8~3.6mの大型アートパネルと屏風を開発した。和紙に金彩・箔・漆を施し、木工構造と組み合わせることで、従来の平面的な表具を立体的な作品とするとともに、主力商品「折灯華」の開発で培った知見を応用し、間接照明の要素を取り入れ、実用性を兼ね備えた作品とした。



中国・天台山の日系ホテルでの大型アートパネルと屏風の展示

新たな商品開発と既存商品の改良

展示会来場者や飲食店関係者の要望を受け、折灯華の技術を照明以外にも展開。より日常に取り入れやすい商品として、壁掛け時計と折りたたみ皿を開発した。高価格帯で導入のハードルが高かった折灯華に対し、手取りやすい価格の商品群を目指した。展示会では「日常使いできる工芸」「海外市場に合う」と評価され、中国のARANYAホテルでの展示販売会開催へとつながった。



折灯華の構造を応用し、立体感と軽量化を両立した壁掛け時計



可変構造と漆加工により、収納性と耐水性を備えた折りたたみ皿

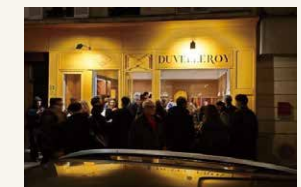
既存の折灯華についても、商業施設やホテル客室への更なる展開、アウトドアショップでの取扱いを見据えた改良を重ねた。具体的には、USB充電式モデルの開発や非接触型の人感センサーによる自動点灯機能の追加で、設置の自由度と利便性を向上。また、スタンドを木製から鋳物製へ変更して重厚感を高め、天井型・壁付型・スタンド型へとシリーズ化した。用途別に商品を提案することが可能になり、「空間での使い方を想像しやすくなった」との評価を得ている。

国内外への展示会出展

「インテリアライフスタイル」「国際ホテル・レストラン・ショー」「東京国際・ギフト・ショー春」など国内の展示会に加え、中国「Design Shanghai」、パリ「MAISON & OBJET」、パリ市内アンテナショップ「Maison Wa」へ出展。住宅・商業施設のバイヤーやホテル関係者、インテリアデザイナーらとの接点をつくり、「ホテルロビーに導入したい」「富裕層住宅向けの一点物として成立する」との声が寄せられた。



「Design Shanghai」では、約320万円を売り上げた



屏風と折灯華を展示したパリ「Maison Wa」では、約1000名が来場し、会期延長と屏風の常設委託販売が決定した



今後の展開

大型アートパネルや屏風は、空間に応じたカスタム制作を前提とする一点物として展開し、ホテルや富裕層住宅、文化施設への導入を拡大する。また、中国・欧州市場への本格参入を目指し、海外規格(CE)の取得をはじめ、折灯華シリーズの付加価値向上に取り組む。

また、漆・鋳造・電気器具メーカーとの連携も強化し、京都の表具技術をいかした「新しい光の工芸」を国内外に発信する。事業領域を空間アート・建築インテリア分野へと広げ、京都発の高付加価値工芸ブランドとして国際市場での存在感向上を目指す。

国民的コンテンツとの出会いで新たな市場へ 西陣織×ウルトラマンの新商品開発

N180 (ニシジン・ワンエイティ)

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



ウルトラマンのモチーフと伝統的文様「鱗文様」を組み合わせた女性用帯のデザイン案 © 円谷プロ (監修中)

西陣織のメーカーが集まり設立した「N180 (ニシジン・ワンエイティ)」は、西陣織を軸に多様な商品開発や発信に取り組んでいる。今年度は、過去の東京での展示発表会をきっかけに、株式会社円谷プロダクションから「ウルトラマンシリーズ60周年」を記念した着物制作の提案を受けたことから、国民的コンテンツであるウルトラマンとのコラボレーションに挑戦し、これまで西陣と接点のなかった層へアプローチした。着物や帯といった高価格帯の商品に加え、名刺入れやポーチなどの手に取りやすい小物を展開することで、価格面のハードルを下げ、更に幅広い層に西陣織の魅力を届け、新たな市場を開拓することを目指した。

N180 (ニシジン・ワンエイティ)

<https://nishijin180.localinfo.jp>

西陣織のメーカーが集まり2017年に設立。「西陣のものづくりを180°ひっくり返す」ことを合言葉として掲げ、西陣織を軸に多様な商品開発や発信に取り組んでいる。「着物を文化として発信していきたい」という思いで雑貨やインテリアなど多様な商品開発を行い、西陣織の新たな可能性を模索してきた。異分野とのコラボレーションにも積極的に、持続可能なビジネスモデルの構築に取り組んでいる。



ウルトラマンをモチーフにした商品開発

「西陣織×ウルトラマン60周年」という人気コンテンツとのコラボレーションを軸に商品開発を進めた。ウルトラマンをモチーフにした西陣織の着物と帯に加え、名刺入れやポーチなどの小物アイテムを開発。小物アイテムは、5,000～1万円程度で、ウルトラマンのイベントを目的に訪れる来場者層も手に取りやすい価格に設定した。一方で、着物と帯は高額となるため、在庫を抱えるリスクを抑える目的から受注生産とするなど販売方法を工夫した。

2026年1月には、京都市内で展示会「COCONOE」を開催し、これらの試作品を公開した。会場では、着物ユーザーから「この小物のデザインなら使いたい」との声もあり、商品化に向けた貴重なフィードバックを得ることができた。

また、「伝統産業の新しい試み」としてメディアからも注目を集め、特に関西テレビとは、7月10日の「ウルトラマンの日」に向けた商品完成までのプロセスを、数回にわたって密着取材する方向で調整が進んでいる。現在は、着物と帯の受注生産体制の構築とともに、小物アイテムの仕様を最終調整している。



ウルトラ怪獣「ダダ」の模様をあしらった名刺入れの生地サンプル。「わかる人にはわかる」をテーマにデザイン © 円谷プロ (監修中)



初代ウルトラマンのオープニング映像をモチーフに、市松模様で60周年の伝統を表現したポーチの生地サンプル © 円谷プロ (監修中)



サコッシュのデザイン案。「ウルトラマン」と「ニシジンオリ」の共通点である語中の「ン」をデザインのアクセントとした © 円谷プロ (監修中)

各所での展開に向けて

昨年度までの取組では、展示会の場など、作り手がない状況で顧客に商品の魅力を十分に伝えられないことが課題であったことから、本取組では、「ウルトラマン60周年」の期間に合わせた各所での展開に向けて、制作工程を伝える紹介動画を作成し、作り手がない会場での訴求力不足の解消を図った。続けて、商品の魅力を引き立てる専用の什器の開発も進めており、現在は円谷プロダクションによるデザイン監修の段階にある。こうした工夫により、着物小売店や百貨店、円谷プロ認可の販売店、ウルトラマングッズ専門ショップ「ウルトラマンワールドM78」などの多様な販路においても、西陣織の価値が正しく伝わる環境を整え、2027年7月まで続く「ウルトラマン60周年」の期間における全国の百貨店やイベント会場での展示販売の展開を目指す。

本取組は、更なるウルトラマンとの協働や次なる展開へのサポート役として、世界的に知名度の高い人気漫画やアニメ作品とのコラボレーション企画の運営実績を持つ外部専門家を招聘している。こうした体制のもと、現在は、大手自動車メーカーの海外戦略のための生地提供や、アーバンスポーツと連携した海外向け商品のデザインに関する調整も進んでいる。今後もこうした新たな西陣織の活用事例を積み重ね、産地全体への波及を目指していく。

京仏具の技をアートとして国内外へ 京都でのインバウンド発信と 海外販売を連動させた新たな販路の構築

Zen Craft KYOTO

株式会社吉田治市商店 吉田光宏
株式会社関崎 関崎弘和
THE MOMENT 株式会社 鐘居祐介



新しく開発した「ひさごの響き」「花器 Fukiwake」「Mind Stage 宙」

仏具製造の過程で培われた高度な技術や美意識を、国内外の新たな市場へとつなげる実験的なプロジェクト「Zen Craft KYOTO」は、京仏具の伝統技術をいかして制作した現代的な商品やアート作品を国内外に発信してきた。京仏具は、金工や木工、金箔押し、漆塗りなどの職人の高度な技術が結集しているにもかかわらず、一般に目にする機会が少ない宗教用具であることや、ライフスタイルの変化などにより、その価値が消費者に十分に伝わりにくいという課題を抱えている。こうした事情から、昨年度初めて開催したロサンゼルスでの展示会においては、技術を応用した現代的な作品が高い評価を得たものの、集客や商談面で十分な成果を得られなかった。

その経験を踏まえた本取組では、単発の展示のみならず、現地店舗と連携した常設販売や、京都市内でのインバウンド向け展示を組み合わせることで、継続的な販路の構築を目指した。また、制作工程を可視化する映像を制作するなど、京仏具の価値をより立体的に伝える取組を実施した。

Zen Craft KYOTO

<https://www.zencraftkyoto.com>

2024年に発足。京都で仏具製造を行う株式会社関崎、株式会社吉田治市商店、そして海外向けブランディングやプロモーションを得意とするTHE MOMENT株式会社の三者によって結成され、伝統技術を現代のライフスタイルやアートの文脈で再構築することを目的としている。仏具製造で培われた高度な技術や美意識を、国内外の新たな市場へとつなげる実験的なプロジェクトとして活動を行っている。



京都市内での作品展開催

2025年12月、京都・五条の工芸ギャラリー「GALLERY 逸室」において、「ZEN CRAFT KYOTO EXHIBITION 2025」を開催。本展は、日本の「美」の集大成ともいえる仏具づくりの精神と技術をいかして製作した現代的な作品を、仏具としての用途や宗教的文脈から離れたかたちで紹介する場として企画した。来場者が作品を純粋に「もの」として向き合える展示を目指した。

加えて、作品のキャプションには英語を併記し、海外からの来場者にも作品の内容や背景が伝わるよう工夫した。会期中は、訪日外国人観光客を含む幅広い層が来場し、制作背景や技術への関心を伝えることができた。



GALLERY 逸室で開催した「ZEN CRAFT KYOTO EXHIBITION 2025」の様子

ロサンゼルスでの展示会とドキュメンタリー映像制作

2026年1月から2月上旬にかけては、ロサンゼルス・ビバリーヒルズのサロン「SAIKA BEAUTY」にて「ZEN CRAFT KYOTO EXHIBITION 2026」を開催。伝統工芸に現代的解釈を加えた京都発のクラフト作品を海外に発信することを目的とし、京都の職人技や美意識を体感できる場として企画した。会場では、伝統技法を用いた工芸作品や、現代的な感性が融合したアート性の高い作品を展示。現地のデザイナー、アート関係者、富裕層顧客など、多様な層が来場し、作品の背景にある京都の文化・歴史・職人技について説明を行い、ものづくりの価値を伝えた。会期終了後も、会場となったSAIKA BEAUTYでは、数点の商品が引き続き常設展示されている。

これらの取組に合わせ、京仏具の制作工程を記録したドキュメンタリースタイルの映像を制作した。職人の手仕事や素材と向き合う姿勢を可視化することで、展示や作品単体では伝えきれない価値を伝えることを目的とした。内容をより豊富にしたうえで、今後の販売促進にも活用していく予定だ。



「ZEN CRAFT KYOTO EXHIBITION 2026」での様子

今後の展開

今後も、ロサンゼルスとの関係を基盤に、他の会場においてもポップアップイベント及び常設展示を行い、安定的な海外販路の確立を目指す。併せて、京都市内でのインバウンド向け展示も継続的に実施し、訪日客との接点を拡張していく。また、映像コンテンツや英語ウェブページを活用した情報発信を強化することで、京仏具を「用途限定の工芸」から「現代的な価値を持つアート・クラフト」へと位置づけ直し、次世代への技術継承や担い手の裾野拡大につなげていく。

工芸で空間をしつらえる 仏具の技術で実践する「POST TRAD」という新たなスタイル

京都府仏具協同組合商部青年会

吉田源之丞老舗 吉田剛博
株式会社田中伊雅仏具店 田中美萌
株式会社谷口法衣仏具店 谷口昌範
鍾美堂永松仏具店 永松大昇
株式会社橋本菊商店 橋本康平
合同会社三法堂 藤田卓也



制作した作品「Full Bloom」

京仏壇・京仏具は、木工や漆芸、箔押し、蒔絵、鍍金具など、それぞれを専門とする職人の高度な技術の分業によって制作される。ほかの多くの伝統産業製品と同様、京仏壇・京仏具の需要は、生活様式や住空間の変化により減少しており、現代の暮らしの中でこれらの高度な技術が人目に触れる機会は失われつつある。

こうした状況を踏まえ、京都府仏具協同組合青年会の有志が新ブランド「SHITSURAE KYOTO」を立ち上げ、京仏壇・京仏具に用いられる伝統的な技術を、現代の暮らしに合った新たな形でいかす試みを始めている。本取組では、京仏壇・京仏具の分業体制による高度な技術や技法、高品質な素材といった本質的な価値を見出し、現代の価値観やニーズに合った製品へと発展させる「POST TRAD (ポスト・トラッド)」の実践を掲げ、代表作品「Full Bloom」の制作と展示に取り組んだ。

SHITSURAE KYOTO

https://www.instagram.com/shitsurae_kyoto

仏具産業を支える伝統的な技術を継承し、産地を持続可能なものとするを重要課題として取組を進めてきた京都府仏具協同組合商部青年会と、有志メンバーによって立ち上げられたブランド。各メンバーが持つ専門技術を横断的に組み合わせ、伝統を基盤にしながら未来を志向する「POST TRAD」の実践を通して、仏具の枠にとらわれない新たな工芸分野の創出を試みている。



「Full Bloom」の開発と展示

京仏壇・京仏具の本質的な価値を、現代の価値観に合った製品へと発展させる「POST TRAD」を具体化する試みとして、仏教でよく用いられる蓮華のデザインをモチーフとした、芸術作品のようなデザインのインテリア作品「Full Bloom」を制作した。制作に当たっては、木工や漆、彩色、鍍金具といった各工程を専門とする職人が分業で参画し、従来の仏具製作で培われた技術を用途に縛られない作品として再構成した。蓮華の花びらは取り外しができ、鑑賞者が自由に華の盛衰を表現できる。



京仏具に用いられる様々な技術をいかした
現代的なもののづくりに挑戦した

完成した「Full Bloom」は、2026年2月15日から23日にかけて、ウェスティン都ホテル京都にて開催したイベント「Post Trad 2026 日常 × 仏具」において展示・発表を行った。展示内容について「日本らしい表現が現代のライフスタイルに合っている」「工芸で空間を構成する発想が新しい」といった声が寄せられ、伝統工芸をインテリアとして提案することが新たな市場を形成しうる可能性を再確認することができた。

また、本展示では、「Full Bloom」に加え、伝統的な日本仏教美術の様式をベースにデザインしたベンチ型の家具も展示し、直接座って貰えるようにするなど、作品単体の鑑賞に留まらず新たな文化体験に触れる展示構成とし、工芸が空間全体の質を高める存在となる可能性が感じられた。



ホテルのメインエントランスに展示し、多くの来場者の目に触れた



日本仏教美術の様式をベースにデザインしたベンチ型の家具



併せて開催したワークショップには12名が参加し、
仏具の技術でバングルの制作体験を行った

今後の展開

展示会において、伝統産業の高度な技術や技法がインテリアに応用されていることに好意的な反応があり、一定の関心が見られたことから、今後も展示会などへ「Full Bloom」を出品し、住空間やホテル、商業施設などで実際に使われるインテリアとして定着させ、「POST TRAD」の概念を継続的に展開していきたい。また、分業体制をいかした新たな作品の開発や、異分野との協業にも取り組む予定である。

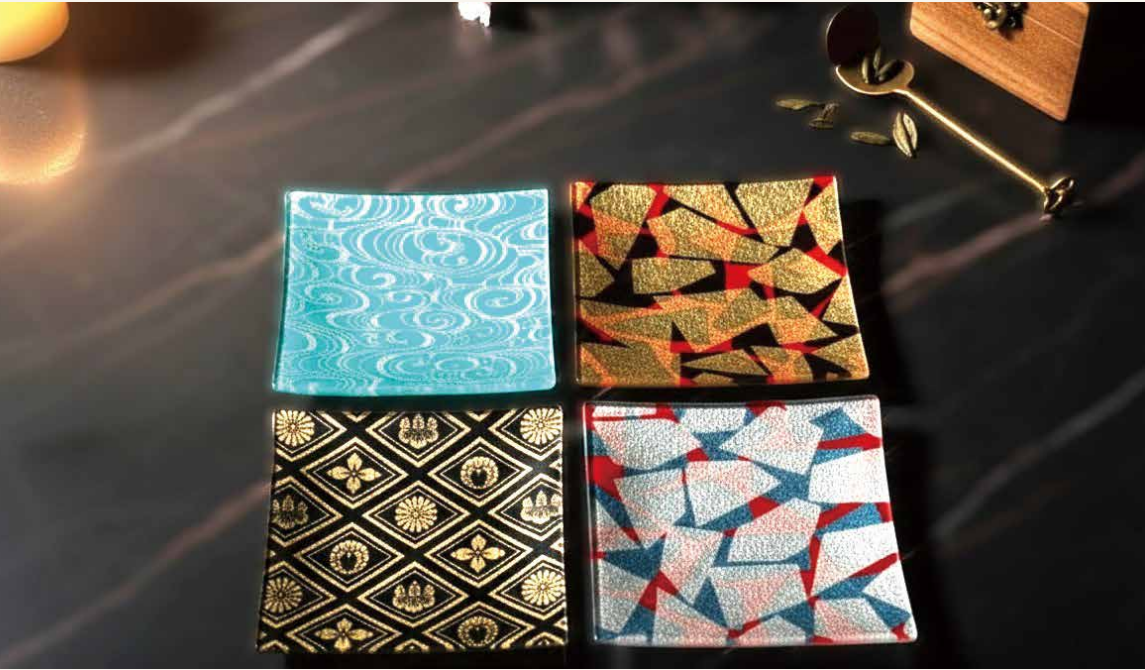
仏具産業が有する技術と思想を現代の暮らしに合った形で伝えるモデルとして、産業の持続可能性と新市場の創出の両方への寄与を目指していく。

京友禅をルクセンブルクへ

現地企業との協働による テーブルウェア開発と文化交流プロジェクト

Kyo-YUZEN CONNECT

8PEACE 八木温子・市川哲郎(企画・進行管理・販売戦略・現地コーディネート) お茶や Samira Maaoui(飲食店向け導入・会場提供)
二鶴工芸 上仲昭浩(商品製作・技術提供) RYODO 梶原亮人(レストランでの商品使用・PR)
House of Japan グレーフィン フォン オーバンドルフ 真己子(欧州ネットワーク・展示販売)



京友禅を用いた飾り皿の試作品

京友禅は、西陣織とならんで京都の和装文化を支えてきたが、ライフスタイルの変化により着物を着る機会が減少するなど、国内需要の縮小に直面している。

本取組では、京友禅をヨーロッパでの暮らしに溶け込む「暮らしを彩る布」として再定義し、新商品開発と新たな販路の開拓を目指した。特に、1人あたりのGDPが世界第1位となるなど高い購買力を有し、素材以上の文化的価値を重視するルクセンブルク市場に着目し、ヨーロッパ全域への横展開も視野に入れながら、現地の小売店や日本茶カフェ、高級和食レストランなどと連携して共同で新商品を開発するとともに、商品のPRに取り組んだ。



在ルクセンブルク日本国大使公邸での
天皇誕生日祝賀レセプション
(写真中央：特命全権大使の野村護氏)

8PEACE

<https://8peace.net>

日本の伝統文化や工芸を現代的な視点で再編集し、国内外へ発信することを目的に設立された企画・プロデュースチーム。伝統産業・食・観光分野を横断した商品開発や海外展開支援、展示・イベント企画など、職人や企業に寄り添う伴走型プロデュースを中心事業とする。欧州をはじめとする国際ネットワークをいかし、文化価値と市場性を両立した持続可能な展開モデルの構築に取り組んでいる。



京友禅を用いた箸袋と飾り皿の開発

ルクセンブルクの高級和食レストラン、カフェ、小売事業者などの現地ニーズを調査し、京友禅箸袋と京友禅カスタマイズ飾り皿の2種類を開発した。

箸袋については、実際のレストランでの運用を踏まえ、どのように使われるかをイメージしながら金彩加工の強度や縫製の仕様、生地・ボタンの素材の選定など細部まで検討を重ね、麻の葉紋様を基調とした4柄5色を最終案として決定した。このデザインは、メンバーの一人である八木氏の祖父が、紋を彫る職人としておよそ60～70年前に制作した家紋を基にした。料理の提供時に最初にテーブルに用意されることから「おもてなしの始まり」という商品コンセプトを設定し、現地からは「高級感がありレストランの世界観と合う」「文化的価値が伝わる」といった好意的な反応が寄せられた。

また飾り皿については、10のデザイン案から、家紋と菱形がデザインされたもの、流水をイメージしたもの、ルクセンブルクと隣国のドイツのイメージカラーを用いたものの4案を選定。現地からは「ギフト商品として扱いやすい」「国のイメージカラーが美しく象徴性がある」など、商品に対する前向きな評価が得られた。



試作した京友禅箸袋

京友禅を通じた文化交流イベントとプロモーション

箸袋と飾り皿を国内外にPRするため、大阪・関西万博ルクセンブルクパビリオンの運営チームや大使館関係者を訪問し、現地側との信頼形成を図ったほか、大阪で開催されたピッチイベントに登壇し、京友禅の海外展開モデルを国内外に発信した。

またヨーロッパでは、幅広く商品を宣伝するため、政府・国民議会関係者、経済界関係者、教育・文化関係者などが多く出席するルクセンブルク日本国大使館での天皇誕生日祝賀レセプションをはじめ、ルクセンブルク及び隣国のドイツにて計17回の展示販売イベントを実施し、32事業者319名に訴求した。さらに、フランス・ベルギー・ドイツの計280事業者へPRチラシとメールを送付し、そのうちの5事業者と販売に向けて具体的な商談を実施した。特にルクセンブルクでは、2事業者への継続的な販売取扱が確定するなど、好意的な反応があった。京友禅が「伝統工芸」ではなく「暮らしを彩る文化的アイテム」として現地で受け入れられ始めている点は、取組の成長を示す重要な成果である。



駐日ルクセンブルク大公国大使のミシェル・レーシュ氏への
プロジェクト報告の様子

今後の展開

今後は、ルクセンブルクとドイツにおいて、箸袋・飾り皿のデザインとカラーバリエーションを増やした新たな試作品を制作し商談を進めるとともに、和食レストランやカフェ、小売事業者などに対して販売していく。加えて、2027年の日・ルクセンブルク外交関係樹立100周年を見据え、文化機関や現地のレストランなどと協働で商品をPRする機会を設け、京友禅が欧州で「文化と暮らしをつなぐ布」として浸透する基盤を強化する。併せて、VRやXRなどのデジタル技術を活用し、制作背景や価値を伝える新たな展示・販売手法を検討しながら、持続的な海外展開モデルの確立を目指す。



届け方をつくる

消費者から見た伝統産業の価値は、技術や商品そのものの魅力だけでなく、その提示の方法によっても大きく変わる。デジタル技術の活用や、伝統産業の魅力を感じられる体験の工夫が、従来は届きにくかった層との接点をつくり、新たな販路の創出にもつながっている。AIアバターによる職人技の可視化や日本庭園での和菓子ワークショップの開催など、届け方の再編を通じて価値を更新する動きが進んでいる。

最高級京たたみのある暮らしをインドへ 制作環境を現地に作り日本文化とともに発信する

京畳インド市場販路開拓チーム

浦山企画 浦山政人 (数寄屋大工・企画・営業・施工管理)

西脇畳敷物店 西脇一博 (京畳職人)

ICHI株式会社 山中耕二郎 (海外輸送手配)



四畳半の小上がりでの茶道体験では、初めての経験に感動する参加者も (The Chancery Hotel)

近年、住宅様式の変化により和室のない家が増え、畳の需要は年々減少している。畳の原材料である井草の産地・熊本県八代市でも井草農家は減少を続け、原材料の確保と伝統技術の継承が課題となっている。

本取組では、畳を単なる建材ではなく日本の精神文化を宿す空間として捉え、海外での需要創出を目指した。着目したインド市場は、経済成長が著しく住宅開発が進んでおり、日本文化への関心も高まってはいるが、日本の本格的な畳の流通はまだ進んでいない。そこで、畳表 (畳の表面部分の敷物) のみを日本からインドへ輸送し、日本の職人が現地で畳を仕上げることで、品質を担保しつつコストを抑える制作体制を整えた。また現地パートナーや、現地の茶道コミュニティと協同し、日本の畳と文化を発信するイベントを開催した。



小上がり制作の様子 (GRIPSINDIA)

浦山企画

数寄屋大工として、茶室をはじめとした数寄屋建築の施工に携わり、インド法人でのインテリアデザイン営業の経験もある浦山政人を代表とし、インドにおいて、日本食店や日本政府施設の和空間を手掛ける。現在はインドでの建設関連の起業を支援する現地企業 GRIPSINDIA と「畳センター」 (<https://thetatamicenter.com/>) を立ち上げ、現地素材による数寄屋建築の普及に取り組んでいる。

インドでの体験型イベントの実施

海外市場における畳文化の認知向上と定着を目的として、インド・ベンガルールで3回にわたるイベントを実施した。初回はパートナー企業である「GRIPSINDIA」にて開催し、四畳半の小上がりの制作過程を見せる展示を中心に、畳づくりの実演、ミニ畳やしめ縄飾り制作のワークショップ、制作道具の展示、和装フォトブースなどを展開した。来場者数は約10名と少数ながら、参加者一人ひとりが長時間滞在し、畳の素材特性や技術、文化的背景に強い関心を示し、企画の潜在的な可能性を確かめる機会となった。

「The Chancery Hotel」を会場に開催した第2回では、滞在中に完成した四畳半の小上がりを活用した本格的な茶席を実施した。インドで活動する表千家の指導者と社中が運営する茶席は、畳の香りと空間演出により和の文化を体感できる場となり、初めて茶の湯に触れる来場者からも高い評価を得た。当日は想定を大きく上回る約100名が来場し、畳に直接座る体験やワークショップを通して1~2時間滞在する参加者も見られた。ワークショップの場では、参加者同士が自然に作業方法を教え合い、畳が文化交流やコミュニティ形成の媒介となる可能性も示唆された。

再びGRIPSINDIAにて実施した第3回は、活動の背景や思いを伝えるイントロダクションパネルの設置や生け花の設置など展示の空間演出をブラッシュアップし、小上がり空間での「くつろぎ体験」を提供した。来場者は少数ながらも畳の上で静かに過ごし、道具や素材を丁寧に観察した。また、前回の参加者が再訪するなど、継続的な関心と信頼が形成されていることも確認された。



畳制作の実演とミニ畳のワークショップの様子 (いずれもGRIPSINDIA)



ミニ畳ワークショップの参加者と一緒に (The Chancery Hotel)



畳作りの道具を制作順に並べ、その名前や用途と併せて展示。来場者は初めて見る道具や漢字に興味を持ち、様々な質問を投げかけた (GRIPSINDIA)

イベントでの手応えと今後の展開

植物素材である畳表の輸送、現地素材の活用、日本の職人技術導入といった課題を現地パートナーと連携しながら解決し、生産環境を確立できたことは、本取組の大きな成果である。また、3回のイベント開催を通じて、畳サンプル送付の依頼、公式行事での小上がり使用の相談、更には日本のコスプレイベントにおけるミニ畳ワークショップ開催の打診が寄せられ、在ベンガルール日本国総領事館からの畳床几制作の依頼などへとつながった。今回の取組は、「紹介する段階」から「現地に根付かせる段階」へと移行させる確かな進展を示したものといえる。

今後も、引き続きインドにおいて畳の受注獲得に向けた営業活動を進めるとともに、定期的に日本から職人を招き、現地での制作体制を構築する。将来的には、持続可能な事業とするため、インド人の畳職人育成にも取り組む。畳の普及を起点に、和室全体の設計や、日本庭園と和室が自然につながる空間提案へと展開し、日本の庭師やそのほかの伝統工芸の導入も視野に入れる。さらに、国産井草を用いた製品の製造販売を手掛ける日系企業と連携し、畳のある空間の設え品として井草の製品を商品ラインナップに含めていくことも検討している。

デジタル技術が次代へ運ぶ継承のかたち AIが受け継ぐ 職人の知と伝統

伝統工芸士 AI アバター化 PJT

株式会社 CONGEN 福島優
京都手描友禅協同組合
鹿乃子みお (漫画家)



京手描友禅総合展でのお披露目の様子

京都の伝統産業は、後継者の不足や、若年層の関心低下、デジタル活用の遅れといった課題を抱えている。こうした課題の解決を目指し、「伝統工芸士 AI アバター化 PJT」は、手描友禅への理解や関心を深められるツールとして手描友禅職人の AI アバター※を京都手描友禅協同組合の協力を得て制作し、京都伝統産業ミュージアムにて試験的に活用した。

最新のデジタル技術である AI アバターを用いて、職人の高度な知識や経験をデジタルアーカイブ化し、若者をはじめ、国内外の幅広い層へ伝統産業の魅力や価値を伝えることで、将来的には職人の技術継承にもつなげていくことを目指している。

※AI アバター
生成 AI の技術を用いて作成された、仮想の人物やキャラクター。音声で質問への回答など、人間と自然な対話のやり取りができる。

株式会社 CONGEN <https://www.congen-ai.com/company.html>

伝統工芸と最新テクノロジーを融合させるデジタル文化事業に取り組む。AI アバター技術の活用で、職人の知識・技術・哲学をデジタル化し、新しい体験価値を創出している。京都手描友禅協同組合やデジタル制作会社との協働により、職人とユーザーをつなぐ革新的なデジタル文化モデルを開発中。



手描友禅の職人の AI アバター化

株式会社 CONGEN は、伝統産業の職人が持つ高度な専門知識や経験などを、AI を通じて誰もが理解できるようにすることを目指し、2024 年から AI アバターの開発を段階的に進めてきた。手描友禅の職人の AI アバター化に挑戦した今年度は、「糸目糊置」「挿し友禅」「金彩」の各工程に携わる 3 名の職人に協力を依頼。1 人当たり 10 時間以上の AI との対話によって、図案の読み取り方や色の選定方法など、言語化されにくい知識や経験についてのデータを取得した。こうして得られたデータを体系化し、優しく丁寧な口調やダジャレを交えた語り口など、その職人特有の話し方や考え方の癖も表現できるよう AI アバターを制作した。

キャラクターデザインについては、京都大学の学生エンジニアの協力も得ながら、リアルなものではなくアニメ調の方が受け入れられやすいとの考えから、手描友禅をイメージした柔らかな色調を採用した。完成した AI アバター「REI ちゃん」「ふたばちゃん」「MORI さん」は、いずれも 2026 年 1 月に一般公開し、現在は運用を通じて対話精度の向上やコンテンツの充実を図り、より深く手描友禅の魅力伝える取組を進めている。

京友禅総合展でのお披露目

完成した AI アバターは、2026 年 1 月 23 日から京都伝統産業ミュージアムで開催された「京友禅総合展」の一角に専用ブースを設置してお披露目した。実際に来場者に AI アバターに触れてもらい、対話内容への反応や興味の持たれ方、滞在時間などを詳細に観察したほか、アンケートも実施した。京友禅への関心や理解度について、回答者の 90% が「大きく向上した」と回答しており、アバターとの対話が理解の促進に強く寄与していることが分かった。アンケートではほかにも、アバターとの対話が商品の購入や工房での制作体験など具体的な行動への意欲につながることで、口コミによる拡散効果も期待できることなどが確認できた。若年層を中心に「工芸が身近に感じられた」「職人さん本人に会ってみたいくなった」といった好意的な声が寄せられ、AI アバターにより伝統産業への興味が喚起されるとともに、体験価値が向上することが確認できた。



手描友禅の職人の AI アバター。上から、REI ちゃん (<https://kyoyuzen-rei.com/>)、ふたばちゃん、MORI さん

お披露目の手応えと今後の展開

今回のお披露目は、改善点や次の開発テーマを抽出する重要な機会となった。「京友禅総合展」という展示会の性質上、来場者の多くは元から京友禅や着物に関心のある方だったため、工程そのものの解説よりも、実際に展示作品を手がけた職人の分身として作品の背景やこだわりへの興味が強かった。今後は、伝統工芸に関心の薄い層への接触を課題として、知名度のある既存キャラクターとのコラボレーションなど、まず興味を持ってもらうための入口づくりを開発のテーマとして据えることにした。

今後も手描友禅の全工程をアバター化することを目指し、3 年間で 45 名の職人をデジタルアーカイブ化する予定だ。また、小中高の総合学習や社会科の授業で児童や生徒がアバターとの対話を通じて伝統工芸を学べる教材としての導入や、京都伝統産業ミュージアムや観光案内所に QR コード付きのカードを設置し、スマートフォンから職人の AI アバターにアクセスできる仕組みを展開するなど、学校教育及び観光領域での利用も強化する。さらに、全国の伝統工芸地域への展開やインバウンド向けに多言語化を進め、AI アバターを軸とした新しい伝統文化体験のプラットフォームを 2027 年度までに確立する。

庭・石・茶が結びついた総合的な文化体験の創出 和菓子職人の文化開拓

wagashi wonders

株式会社金谷正廣 金谷亘
齋田石材店 齋田隆朗
一般社団法人 LINKED ARTISAN



教育プログラム「Master Series」として開催した、Japanese Friendship Garden San Diegoでのイベントの様子

京菓子司 金谷正廣の六代目・金谷亘を中心に、日本文化を背景や物語ごと海外へ届けることを目的に結成されたプロジェクトチーム「wagashi wonders」。アメリカ・サンディエゴの日本庭園「Japanese Friendship Garden (以後:JFG)」からの依頼を契機に、和菓子を単なる「食」として紹介するのではなく、庭・石・茶と結びついた総合的な文化体験として発信する取組を実施した。石工の齋田石材、一般社団法人LINKED ARTISANと連携し、展示や実演、ワークショップ、茶会を通じて日本文化の理解を深め、継続的な和菓子や日本の伝統産業製品への需要につなげられるよう、一度のイベント出展で終わらない、現地コミュニティとの継続的な関係構築を目指した。

京菓子司 金谷正廣

<https://shinseimame.shop>

1856年創業の京都・西陣の老舗和菓子店。代表銘菓「真盛豆(しんせいまめ)」をはじめ、職人が自社で作る伝統和菓子を製造・販売。茶道文化と密接に関わりながら、伝統を守るだけでなく、現代の嗜好に寄り添った革新を続け、京都の和菓子文化を次世代へつなぐ役割を担う。六代目の金谷亘は、伝統を受け継ぎつつ、現代アートとのコラボ和菓子など新たな挑戦も展開している。



日本文化の中の和菓子の魅力発信

近年の訪日観光客の増加に伴い、京都では、海外からの旅行者が和菓子づくりを体験する機会も増えている。wagashi wonders代表の和菓子職人金谷亘氏は、京都で伝統的な和菓子の味を守り、国内外にその魅力を伝えることで、和菓子が時間や距離を越えた「思い出の味」として人の記憶に残るものになると考えた。

こうした状況の中で、アメリカ・サンディエゴの日本庭園「JFG」から依頼を受け、約1年半の準備期間を経て、和菓子の展示及びワークショップを実施することとなった。日本とは異なる文化を持つアメリカにおいて、和菓子が受け入れられるためには、和菓子を単なる「食」としてではなく、奥深い日本文化を形づくる要素のひとつとして伝えることが重要であると考え、齋田石材による石臼を用いた抹茶挽きの実演と体験に加え、金谷自身による京菓子制作の実演、練り切りのワークショップ、京都の和菓子文化に関するレクチャーを実施した。

予定していたJFGでの5回のワークショップでは、募集開始直後に予約枠が全て埋まってしまうほどの関心が寄せられ、和菓子の文化的な背景も説明したことで、参加者満足度も高かった。このほか、当初の予定にはなかったが、一般社団法人Linked Artisanとのつながりから、新たに、アウトドアブランド・パタゴニアの本社でのワークショップを開催することとなったほか、サンディエゴ市内の日本人が経営するパン屋での練り切りワークショップや、現地の茶道教室の生徒が参加する茶会を開催するなど、滞在期間中に計92名に日本の文化と和菓子の魅力を体験いただいた。

また、ロサンゼルスで日本文化の発信に関わるトモコ・イマデ氏、サンディエゴで茶道講師として活動されているアサコ氏、ボルボアパーク内にある「MINGEI MUSEUM」、お茶の専門店「PARU」、日本人が経営するカフェ「初桜」にも赴き、今後の協業や展開の可能性について意見交換を行った。一度の渡航で複数会場を巡る形式を取ることによって、コストを抑えつつ様々な層の顧客に出会うことができ、今後の活動や新たな市場開拓の可能性を広げる機会となった。

今後の展開

サンディエゴは、日系企業が多数進出するなど、多くの日本人が暮らしており、日本語でコミュニケーションをとれる機会が多い環境にある。また、今回の活動をきっかけに、文化機関や民間事業者など、JFGを起点とした新たなネットワークが生まれており、今後も継続的な活動を行っていきたいと考えている。

今回、関係構築を行った「MINGEI MUSEUM」やロサンゼルスの文化関係者とは、既に新たなワークショップ開催に向けた具体的な協議が進んでおり、今後も、引き続き現地との交流を広げ、京菓子をはじめとする日本文化の魅力の発信と、現地での市場の拡大を目指していく。



抹茶の石臼挽き体験では、石工芸を紹介するレクチャーも開催した



ASA Cafe Bakery内にある寿司カウンターでのワークショップ



プライベート茶会の参加者は普段から茶道を習っていることもあり、和菓子にも強い関心を見せた



パタゴニア本社でのワークショップ開催

海外展開

料理との相性から設計した日本酒

鶏肉料理とのペアリング体験で日本酒の新たな可能性をひらく

日本酒と鶏肉の食文化発信プロジェクト協議会

佐々木酒造株式会社
株式会社ヤマモト
一般社団法人 日本食鳥協会



「通販食品展示商談会」では試飲を交えて商品を紹介し「料理と合わせた提案は興味を持たれやすい」という声が寄せられた

京都で132年にわたり酒造りを続けてきた佐々木酒造は、日本酒の酒蔵を巡り、お酒を味わい、そのお酒が育まれた土地を散策しながら、その土地ならではの郷土料理や伝統文化を楽しむ「酒蔵ツーリズム」の一環として、外国人観光客を中心に日本酒の文化的価値を伝える取組を進めてきた。伝統的酒造りのユネスコ無形文化遺産登録や大阪・関西万博開催も追い風に、海外での日本酒への関心は着実に高まってきている一方で、日本酒の販売・輸出先の多くは和食レストランであり、飲用シーンや市場の広がりには限界があることが業界全体の課題となっている。

こうした課題を踏まえ、宗教的な制約が比較的少なく、世界中で様々に親しまれている鶏肉に着目した。今年度は、鶏肉と日本酒とのペアリングを軸に、鶏の部位や調理法ごとに相性のよい日本酒を開発するとともに、和食レストランに限らない幅広い飲食シーンへの販路拡大を目指し、台湾のレストランや展示会にて鶏料理と日本酒とのペアリングを提案した。



新たに開発した日本酒「鶏」

佐々木酒造株式会社

<https://www.jurakudai.com>

京都・二条城北側に位置する1893年創業の蔵元。かつて豊臣秀吉の邸宅「聚楽第」があった地で、千利休が茶の湯に用いたとされる「銀明水」と同じ水脈を使用し、伝統的な京酒を醸造している。現在、洛中（京都市内中心部）に唯一残る蔵元として、看板銘柄「聚楽第」を中心に、伝統を守りつつも現代のニーズに合わせた酒造りを展開し、京都の日本酒文化を継承し続けている。



新商品「鶏」の新たなプロモーション施策

鶏料理に合わせて楽しめる日本酒として新たに開発した「鶏」の魅力をより伝えるため、佐々木酒造株式会社、養鶏業を主とする株式会社ヤマモト、一般社団法人日本食鳥協会が協働。京都市産業技術研究所に依頼し、佐々木酒造の代表商品6種類について「香り」「酸味」「味わい」に関する9成分を分析した。その結果を基に、鶏肉と日本酒の相性を示したペアリングマップを作成した。

2025年11月18日には、台湾の「MJ餐酒館」にて、「日本酒×鶏のペアリング」をテーマにしたレストランイベントを開催。参加した飲食店経営者や料理人、日本酒販売業者など計24名に対し、ペアリングマップに基づいて鶏料理と日本酒を組み合わせ提供するとともに、各社の商品や取組について紹介した。科学的な根拠に基づくペアリングの提案について、参加者からは「飲食店での提供時にペアリングマップを活用したい」といった反応が寄せられた。



レストランイベントや展示会展出で使用したペアリングマップの資料

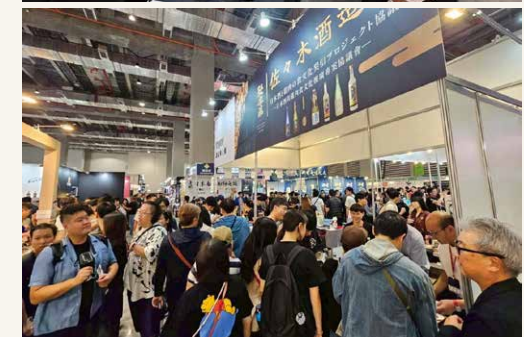


レストランイベントでは、ペアリングマップに基づき、蒸し鶏や焼鳥、親子丼などの鶏料理と日本酒を組み合わせ提供した

展示会への出展と手応え

和食レストランに限らず幅広い飲食シーンでの日本酒の活用拡大を目指し、EC流通を主軸とする「通販食品展示商談会」にも出展。日本酒の試飲と鶏料理の試食を組み合わせた提案は、来場者から「料理と合わせた提案は興味を持ちやすい」「海外展開時にこうしたストーリー性があると便利」と好評を得た。公式来場者数3,060名の中で名刺交換68件、商談8件を記録し、大手酒販卸である日本酒類販売株式会社EC部門との取引も開始。さらに「鶏すきの素」と日本酒のセット商品についても商品化に向けた協議が進んでいる。展示会での提案が実際の販売や新たな商品展開へとつながる成果が確認された。

こうした検証を経て臨んだ台湾の大型展示会「2025台北国際酒展」では、名刺交換は500件を超え、複数の事業者からの商談にもつながった。漢字の「鶏」を用いたパッケージデザインや、日本酒と鶏肉とのペアリングは、来場者からも強い関心を集め、出展後1箇月以内に台北市の飲食店への輸出が実現した。実際の飲食シーンを想定した体験が商談成約を後押ししたのは印象的で、今回の3社での商品開発とマーケティングが成功した事例となった。



「台北国際酒展」にて鶏とのペアリングを通して日本酒の魅力を伝えた

今後の展開

今後も「鶏」という共通言語を起点に、台湾をはじめとするアジア各国の飲食店との連携を深めながら、ペアリングマップを活用した日本酒の新たな飲用シーンを創出し、海外市場の開拓を進める。また一般販売に向け、現地でのニーズや食品輸出について詳細に調査するとともに、SNSを活用した効果的な情報発信にも取り組む予定だ。

技術を次の100年へ 地域に息づく衣裳制作の技術をひらく

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 (型友禪)
PNG design 本田コウイチ (デザイン)
田中三枝子 (縫製)



2025年9月のイベントで実施した型染体験では、参加者が思い思いに型を選び、生地を染めた

映画や舞台の衣裳制作の現場では近年、制作予算の縮小や職人不足などにより、技術の継承が難しくなることが懸念されている。約100年にわたり型友禪の技法を用いて映画や舞台の衣裳制作を担ってきた山元染工場でも、職人個人の経験や感覚に依拠してきた制作工程や考え方を十分に言語化できていないことが課題となっていた。

本取組では、次の100年を見据えた技術継承の仕組みづくりの第一歩として、衣裳制作を支える工程や関係事業者とのつながりを整理し、資料として可視化した。さらに、その成果を活用したイベントを開催し、実演や体験を通して衣裳制作を支える技術とその背景を共有した。併せて、各地の祭り衣裳の調査や、工場で保管されてきた型紙の一部をデジタル化し、その意匠を活用した商品パッケージなどの試作にも取り組んだ。これらの活動を通して、型友禪と衣裳制作の文化を社会にひらき、次世代へ伝えていくための基盤づくりを進めている。



過去に手掛けた衣裳

山元染工場

<https://yamamoto-some.jp>

京都・壬生に拠点を置く、舞台衣裳専門の型友禪工場。昭和5年(1930年)の創業以来、型友禪の技法を用いて、映画や舞台の衣裳制作を担ってきた。登場人物の人物像や作品の時代背景を忠実に伝えるための一点物の衣裳を制作することも多く、素材の選定から、図案の作成、模様を染める型の作成、染色、縫製まで、本来であれば分業される工程を横断して設計。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意匠を融合させたブランド「ケイコロール」も2016年から始動している。



型友禪の工程を社会にひらく

山元染工場では、職人である山元宏泰氏の経験と感覚を元に舞台衣裳制作を行ってきた。そのため、制作における基本的な考え方や重要視している点が十分に言語化されておらず、職人間での共有はもとより、一般向けのワークショップなどでも技術や知識を伝えることが課題となっていた。

そこでまず、代表の山元氏を中心に関係者で対話を重ね、山元染工場が担う工程やほかの事業者との連関を整理し、資料として取りまとめた。さらに、その資料を活用する実証実験として、2025年9月には「LIVE DESIGN School」と共催で、山元染工場を拠点とした3日間のイベントを開催。型友禪に欠かせない糊の製造や蒸し洗い加工といった工程の紹介に加え、職人による染めや着付けの実演、染色体験を行い、舞台衣裳制作を支える各工程の技術とその連なりを共有した。最終日には、舞台衣裳や型友禪の技術を社会に広く伝えていくためのアイデア出しを行った。

参加者からは「型友禪の魅力を友達や家族に話したい」といった声が多く寄せられ、工程を整理し言語化したことの効果がうかがえた。今回の取組は、山元染工場が型友禪の技術や魅力を広く伝えていくための仕組みづくりの第一歩であるとともに、今後の技術継承にもつながるものと考えられる。



迷いのない手つきで生地が染められる様子を見つめる



3日間の学びをそれぞれの発表として練り上げる

祭り衣裳から地域と衣裳の関係を探る

工程を整理した結果、山元染工場が、その土地の文化や習慣にも十分に配慮しながら衣裳制作を行っていることが改めて明らかになった。その認識を更に深めるため、本チームの関係者や9月のイベント参加者らとともに、長野県の大鹿歌舞伎、徳島県の阿波踊りの現地調査を実施し、祭り衣裳が地域の祭礼の中でどのように制作され、継承されているのかを調査した。併せて、それらの衣裳制作やコーディネートを手元染工場が担う可能性についても検証した。

調査を通じて、祭り衣裳は毎年の祭礼を繰り返すなかで次の世代へと受け継がれてきた文化であることが見えてきた。必ずしもその土地の文化や風土と密接に結びついた形で制作が行われているわけではなかったが、京都での衣裳制作とは異なる考え方に触れる機会となった。また、多くの資料に触れることができたことも含め、今後の衣裳制作に向けた貴重な知見を得ることができた。

型紙のデジタル化と次なる展開

型友禪で使用する型紙をデジタル化することは、保存が容易になるだけでなく、今後の技術継承にも役立つ。また、型友禪の意匠を活用した新商品開発など、新たな展開も期待できる。今回は、約10万枚に及ぶ型紙の中から試験的に約100枚を選び、デジタル化を行った。

デジタル化したデータを基に、型紙のデザインを用いた商品パッケージやカレンダーのサンプルも制作し、実際の活用の可能性を確認した。さらに、併せて制作した「型紙アーカイブ サンプルブック」も活用しながら、伝統産業以外の技術とのコラボレーションによる新商品開発なども検討していく予定である。

今後も、工場でのワークショップの開催や、型紙のデジタルデータを活用した新商品の開発などの取組を継続し、型友禪と舞台衣裳制作の文化を次の100年へと伝えていく。



デジタル化したデータを用いて作成したパッケージのモックアップ

‘Wabizu-Sabizu’ - 侘びず寂びず 中国・杭州で、工芸の越境が日本の美を映す

MOSS (Minds On Sense & Soil)

Art Collective Ochill キルタワタル 株式会社キヨロク 清水宏章 (清水焼陶工)
株式会社金谷正廣 金谷亘 (和菓子職人) CCCアートラボ 上田元治



展示のテーマである「侘びず寂びず」を「侘侘無寂(ウー チャー ウー ジー)」として中国語で発信

近年、京都の伝統産業では「日本的な美しさ」が凝り固まったイメージで表面的に消費される傾向が強まり、表現や市場の広がりや狭める一因となっている。一方、侘びや寂び、陰影や静寂といった日本の美意識は、古くから大陸の文化を受容し、それを変容させる過程で培われてきたものである。陶芸、和菓子、アートという異なる領域で活動する作り手で構成された「MOSS」は、こうした歴史的背景を踏まえ、画一化しつつある「日本的な美しさ」を相対化し直すことが、京都の伝統産業が直面する課題に向き合うひとつの方法になりうると考えた。

本取組では、中国で開催された「杭州文化創意産業博覧会」にて、現代の文化や感性を踏まえて商品を展示することで、単なる輸出に留まらない価値の創出を試み、中国市場での販路開拓と文化の交流、また継続的な海外展開への足掛かりとした。

Art Collective Ochill

<https://ochill.jp>

京都の瞑想室「落散」を拠点に活動するアートコレクティブ。日本らしいウェルビーイングの在り方を“well-down”と再解釈し、水タバコの原理によって日本茶葉のみを吸う嗜好品「茶香」を探究しながら、石や煙などを用いたアンビエントインスタレーション(空間・体験型の作品)などを各地で発表している。



和菓子と陶芸を組み合わせた体験の設計

中国・杭州で2025年10月17日から20日に開催された「杭州文化創意産業博覧会」は、工芸を含む文化産業の国際発信や販路開拓の場として注目されており、例年10万人以上が来場する。本取組ではこの博覧会にて、室町時代から伝わる銘菓「真盛豆(しんせいまめ)」と、お茶の空間に調和する現代的な器を組み合わせた、空間・体験型の展示を行った。

当初は、茶葉の香りや音による演出などを用いた展示を構想していたが、配送や現地での喫煙に関する意識の違いなどの理由から実現を見送ることとなった。真の意味で「五感を通じて」体験を設計するには、実務面の課題を乗り越える必要があることが明らかとなった。



中国市場の関心を探る

今回の出展は、中国市場における日本文化の受容や顧客の行動を把握するためのリサーチも兼ねていた。現地スタッフや通訳を交えて来場者とコミュニケーションを取った結果、現地中国では「IP(知的財産)」が大きな潮流となっていることや、コンテンツ産業への高い熱量を実感することができた。直接的な競合商品は見当たらなかったものの、日本と中国における価格設定の感覚の違いなど、具体的な販売戦略を検討するうえで有益な知見を得ることができた。展示販売やSNSの反応においては、パイヤーやメディア関係者から「中国にルーツを持つ文化が日本で磨かれ、現代の工芸へつながっていると感じた」「現代的な印象と伝統工芸としての印象の両面から刺激を受けた」などの声が得られた。特に「日本の技術」に対する来場者の信頼は厚く、器の繊細なつくりや完成度の高さに強い納得感が示された。また「誰が作ったのか」という作り手に対する関心が高く、抽象的な「日本文化」よりも、職人の存在そのものが価値として受け止められていることも明らかになった。



杭州文化創意産業博覧会での展示



中国市場に根ざした長期的な展開に向けて

今回の出展では、実際に飲食店などから複数の問合せを受けるなど、toCだけでなくtoBのニーズをも確認できた。今後も、一般層から富裕層までを視野に入れた幅広い領域をターゲットに、中国の主要都市での巡回展示とテストマーケティングを重ねる予定だ。出展での反応を踏まえ、「日本文化」という抽象概念を提示する以上に「どんな職人が作ったか」を直感的に伝える視点を重視し、職人そのものを「IP」として捉えて発信する手法も検討する。併せて、今回は断念した税関や配送などの実務面の課題解決に向けた調査、現地文化機関との連携、オンライン販売の体制の整備、中国の若手クリエイターや職人との交流を進め、単発の出展だけに留まらない継続的な事業化を目指す。

陶芸も菓子も、ルーツを辿れば中国に行き着く。文化の通底を背景に、工芸が交差することで生まれる新たな価値を国境を越えて育てていく。

数珠を作って100年の企業が東南アジアに挑む シンガポール市場を見据えた新商品開発と販路開拓

シンガポール販路開拓チーム

株式会社神戸珠数店 神戸伸彰
株式会社谷商店 都築建吾
YokkePokke・磯野商店 神宮司藍



Takashimaya Singaporeでの販売の様子

京都で100年以上にわたり数珠を製造・販売してきた老舗メーカー・株式会社神戸珠数店は、各宗派に対応した京念珠をはじめ、素材選定から仕立てまで一貫して行うものづくりを強みとしてきた。しかし近年は、葬儀や法事の簡素化、価値観の多様化により需要が減少し、2023年から2024年にかけての1年でメイン市場の売上が10%も減少した。

国内需要の縮小が進むなか、同社は海外市場の開拓に活路を見出し、なかでもシンガポール市場に注目した。仏教徒が国民の約31%を占め、スピリチュアル商品や文化的アイテムへの関心が高い同国は、日本文化への親和性も高く、伝統工芸品に対する潜在的な需要が期待できる。そこで本取組では、シンガポール市場での展開を見据えた新商品の開発と、現地パートナーと連携した期間限定の展示販売・市場調査を実施。京都の伝統産業の現地にに向けた発信と、新たな販路の開拓を目指した。

株式会社神戸珠数店

<https://kyoto-kanbejuzu.co.jp>

京都を拠点に100年以上にわたり数珠を中心とした仏具製造を手がけてきた老舗メーカー。各宗派に対応した京念珠をはじめ、素材選定から仕立てまで熟練職人の技をいかしたものづくりを続けている。近年は伝統技術を礎に、海外展開や新たな市場開拓にも積極的に取り組んでいる。



新商品開発と期間限定販売

シンガポール市場で共感を得るため、色彩性、素材の物語性、ギフトとしての適性の3点を踏まえ、神戸珠数店独自の商品3点に加え、テキスタイルメーカー「YokkePokke(ヨッケポッケ)」とのコラボレーション商品を開発した。開発した商品は、シンガポールの百貨店「Takashimaya Singapore」にて、2026年1月1日から2月15日までの期間限定で展示販売を行った。

会場では、ブランドストーリーや素材・技術背景を紹介するとともに、職人の手仕事や世界観を伝えるプロモーションビデオを上映し、来場者の理解促進を図った。その結果、出展時期が新年から春節期に重なったことも追い風となり、シンガポール上代で約110万円の売上を記録した。同時に、現地消費者20名へのピアリングも実施。購買動機や色彩の嗜好、価格感覚などを、今後の商品改良やパッケージ開発にいかす基礎データとして蓄積した。

市場調査では、ショッピングモールやチャイナタウンでの数珠の取扱い状況から一定の需要が確認できた一方、品質面や商品バリエーションの少なさといった課題も見られ、改良の余地があることが分かった。また「京都」「日本」というキーワードが信頼性や付加価値の面で強みになることも確認した。さらに、シンガポールにおいて数珠を展開するうえで、商品の一覧性やブランド力において高島屋の存在感が際立っていることを実感する機会もなった。

販売の手応えと今後の動き

今回の出展と市場調査を通じて、シンガポール市場における数珠の需要と可能性を確認することができた。次年度以降は、得られたデータを基に商品改良とデザイン開発を継続し、シンガポールでの事例をモデルケースとした、タイやマレーシアなどほかの東南アジア地域への展開も視野に入れている。Takashimaya Singaporeとは継続的に協議を重ね、2026年中の同形式での展示販売を想定した具体的な調整を進めている。またYokkePokkeとは、鳥獣戯画を題材とした新デザインの開発や、京都の文化性と現地の嗜好を掛け合わせたコラボレーション商品の企画も進行中である。これらの商品は日本国内での販売も検討しており、異業種・異市場間でブランド認知を広げる循環を生み出すことを目指している。

さらに、本取組の成果を京都珠数製造卸協同組合など関係団体と共有し、志を同じくする京都の伝統産業事業者と共に現地へ赴く共同進出プロジェクトを始動させることで、京都の伝統産業全体の海外進出へとつなげていく。



新しく開発した商品群。上から順に、ちりめん生地封入プレス、金箔プレス、木製積層材プレス、鳥獣戯画の数珠袋

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 森谷のぞみ



<https://kmtc.jp/sfc>

SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS
Document Book 2025

企 画：SUSTAINABLE FUTURE CRAFTS
編 集：森谷のぞみ（株式会社 野と知）
グラフィックデザイン：本田コウイチ（PNG design）

発 行：令和8年3月
発行元：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072168号