

第2回 新型コロナウイルス感染症対策危機克服会議 分野別会議（伝統産業分野）議事要旨

- 日 時 令和2年9月9日（水）13:30～15:30
- 会 場 オンライン会議
- 参加者 別紙出席者名簿のとおり

冒頭頭主催者挨拶。

第1回目の振り返り及び全体会議の情報共有ののち、意見交換を行った。

< 議事要旨 >

1 伝統産業の理想の状態について

(1) 伝統産業の価値（なくなると困ること）について

- ・ 伝統的工芸品産業の振興に関する法律（以下「伝産法」という。）によって指定がなくなったという前提で考えると、作り手側としては、補助金がもらえなかったり、伝統工芸品や伝統工芸士という肩書による付加価値をつけることができなくなる。売り手側から見ると、伝統産業という枠組みでの販売ができなくなり、通常の商品として販売することになるため、他の流通を開拓する必要があったり、ビジネスとしてどう成り立たせるかを考えないといけなくなる。
- ・ 継続性の価値の喪失があるのではないか。海外では、一気にビジネスが伸びる一方ですぐ買収されてしまうことも多くある。海外の人が京都に何を求めてくるかという彼らは100年企業の秘訣を知りたいという。継続していることに価値を求めているのだと思う。
- ・ 作り手側からすると、長年同じことを繰り返すことが大切である。スポンサーがおらず、仕事に余裕がないため、良いものができない。伝統工芸品が国の文化を現すものであるため、一般の人に伝統産業を理解してもらおうかが大事だが、日常生活からかけ離れているのが残念なことである。
- ・ 職人が作った製品が手に入らなくなる。伝統文化の灯が消えることになる。伝承され続けることはたいへんなことであり、途切れることに危機感がある。
- ・ 一消費者としては歴史を感じる機会が失われるのではないか。
- ・ 伝統産業を、伝産法的な定義の伝統産業として捉えるのか、社会構造的な伝統文化を支えている技術として民間企業が維持している伝統産業として捉えるのか、一般大衆向けの工業製品としての伝統産業なのかを、切り分けて考える必要がある。
- ・ 工業製品であれば代替品があるため、なくなったとしてもヘビーユーザー以外の一般消費者は困らないだろう。社会にとって一番ダメージが大きいのは、蓄積さ

れた技術や心といったものを引き出す技を企業として維持している伝統産業がなくなることである。時間をかけて蓄積されてきたものが失われることで、取り換え可能なものではなく、蓄積されてきた日本的な意味が失われることになる。伝統産業というくり方の問題は、一般的な生活利用製品と伝統の技の集合体としての伝統工芸を合体させた形で政策対象としている点にある。

- ・海外から来る人で伝統産業を見たいという人は、伝統産業を学びたいというのではなく、そこからインスピレーションを受けたいと思っている。京都の産業のなかには、伝統産業から発展したものがある。ビジネスの観点からも、そこに京都の価値があり、京都の産業の源泉が失われることになるのではないか。
- ・伝産法ができてからそういった発展の形が生まれにくくなっている。伝産法から脱却する必要があるのではないか。
- ・導電性のある織物を作った会社などがいい例で、西陣織という枠組みから脱却したからこそできたことであり、枠にはまっていることが京都の強みを発揮できなくなっているのではないか。
- ・仏具でいうと、伝産法で定められた漆を塗る工程には、手で塗ることと指定されているが、消費者庁が吹き付けを認め、塗料にもウレタンに混ぜてもよいとした。そういったものも、世間の評価では「伝統産業」と同じものとして売られる。そうすると守り切れない。
- ・作り手・売り手ともに、伝統産業が失われると事業転換をせざるを得なくなる。日本人としてのアイデンティティ、視座が失われると思う。

(2) 伝統産業の市場規模について

- ・市場の規模が10倍になると、現実的に職人の数がいないため、対応ができない。過去にもあったが、市場規模が大きくなりすぎると、技術が落ち質が落ちる。仕事がないから技術が高くなったともいえる。今は、仕事がなさ過ぎて技術が落ちてしまった。京都伝統工芸大学校もあるため、新たに職人になりたいという人はいる。消費さえあれば時間をかけて職人を増やすことは可能だろう。
- ・西陣の織物に関して言うと、少数ではあるが毎年織物産地の門をたたいてくれる若い人がいるが、収入が続かずに去られてしまう。
- ・南部鉄瓶を販売していたときは、職人希望者が倍になっても対応が難しかった。細かい技術を育てるためにロボットを入れることもした。バランスよく売上をあげて職人を育てる循環を作ればよいが、急激に増えればよいというわけではない。
- ・市場の状況を踏まえると、売れる個数が増えるのではなく利益率の向上が前提となるのではないか。2018年と少し古いデータではあるが、資本金1億円以上の製造業であれば営業利益率は約5%、1億円未満だと約3%程度だというデータがある。文化ビジネスは、営業利益率30%を目指せる可能性があるだろう。海外だとエルメスなどが該当する。使い手は技術ではなく文化にその差分のお金を払っ

ている。文化を軸にしない限りは、利益が増えることはない。営業利益率が増えることで、余裕ややりがい、雇用などが生まれるだろう。

- ・スマートフォンやパソコンでも、性能ではなくブランドで選ばれる。コワーキングも同じである。通常だと1〜2万円が相場だが、WeWork など環境も含めた文化を提供することによって、利益率を高めているところもある。日本企業はそういうのが上手ではない。
- ・高付加価値ビジネスを構成する要素として、感性的価値、マーケティング価値、地域独自の価値、作り手の真正性の4つがある。これをわかっていると戦略が作れる。
- ・真正性を支える高度な技術が日本にはあるので、その他の要素を組み込んでいく仕組みを地域で構築し、作り手はもちろん、それ以外の人材育成に真剣に取り組んでいくことが大切ではないかと考えている。
- ・アウトドアの企業は、アフターケアまでサービスに組み込み、顧客の囲い込みまで戦略的にやっているように見える。
- ・日本の価値として何をみるのかに関しては、「金継ぎ」が海外で注目されている点に表れているのではないかと。東日本大震災の津波で流されたお茶碗を、金継ぎをして使っているという点が評価されている。海外でも同様に修理して再利用することはあるが、全く新しいものとして修理される。傷を思い出として残しながら使い続けるという点が評価され面白いと思われている。日本の価値は、そういうところにあるのではないかと。

3 伝統産業を残すために必要なこと

- ・伝統産業を守ろうという発想は、工業化で消滅するのではないかとという危機感から生まれている。持続可能な開発目標（SDGs）の17項目に文化が入っていないことが問題視されているが、動物的には文化は生き残るのに必要ではないが、人間的には必要であるということだ。
ただ、制度が形骸化するに従って、一人ひとりの考えが「伝統だから守らなくてはいけない」と形骸化しているところに課題がある。自分自身、昔、ヨーロッパで「なぜ伝統を受け継ぐ必要があるのか」と問われたときに「受け継いできた伝統だから受け継いでいかないといけない」としか答えられなかった。
今は、文化には、心の潤い、日本が地球に存在する意義というものが凝縮されていると考えている。京都の文化の定義について一人ひとり違ってよいが、未来志向で、文化とは何かという議論をする必要がある。経済はその結果ついてくる一つの要素であり、経済のために文化があるわけではない。市場にこびるのではなく、あこがれてもらうことができれば、利益率が上がっていく。
- ・日本人が大切にしてきた価値として、ものを大切にする、サステナビリティ、整理整頓、製品の小型化、エコといったキーワードが出てくる。大切にしてきたというよりも大切にせざるを得なかったのではないかと。資源が少ないから、大切にせざるを得なかった。国土が小さいから小型化したり整理整頓するしかなかった。日本独自の環境と関係しながら産業が生まれ、伝統産業が発展してきたのではないかと。

- 日本では世界的にも珍しく、共有した「強い物語」がない国であるため、伝統産業を日本のアイデンティティとして議論するのは適切ではないだろう。日本は、歴史的にも、海外から入ってきた漢字をカタカナやひらがなに変容させて道具として使いやすくしてきたように、海外から入ってきたものを咀嚼して実用性を積み重ねてきた国であり、伝統産業は、方法、テクノロジーやツールであると認識する方がよいのではないか。

伝統産業は生活に関わる道具や生活様式といった生活に密着した方法と、それと密接に絡むが、お茶やお花などの器といった美意識の方法の2つである。美意識は、それを独特な形で発展しながら、サークルがそれを支えるという仕組みを作っており、それが日常方法として作られたものと重複しながら、伝統産業という形を作ってきた。

守るべきなのか発展させるのかという議論にも、方法としての2重性がある。方法としての伝統産業を、事業者、社会、行政が自覚することによって、他産業への応用や他分野からの参入を促すことができ、それがポスト情報化社会における「ものづくり」のあり方へとつながる。強いアイデンティティを持たない日本でできない産業革命を起こす、それが最大の理想像ではないかと考える。

- 伝統産業が維持されてきたのは、これまでから、イノベーターが参入してきて、作り手の技術をうまくコーディネートしてその時代にあう商品をつくってきたというエコシステムがあるからだ。このエコシステムをきっちり分析して、この京都の伝統産業が今後生き残っていくために、何が必要で、どんな人に入ってきてほしいのかも議論いただきたい。
- この会議では、このコロナ禍のなかでも京都の深み強みを見つける契機となることを期待している。伝統産業が産業として成り立つため、伝統産業を抱える構造的な課題について議論いただきたい。