「伝統産業グローバル革新塾」報告書
2010－11年度実施　オムロン基金プロジェクト

2012年4月30日　研究代表　村山裕三

１．活動実績と成果

「伝統産業グローバル革新塾」（以下、「革新塾」）は、2010-11年度に、以下の5つの活動を実施した。それぞれの内容とその成果を以下に記述する。

１）「京都カスタマイズ」

「革新塾」は、2010年度の準備期間を経て、2011年3月より、新コンセプト・ビジネス「京都カスタマイズ」を開始した。これは、京都の伝統産業の技とデザインを使って、企業向けグッズ、特注品、ノベルティなどを製作するもので、「革新塾」がグループとして行う、本格的な伝統産業のビジネス化の試みである。これをビジネスとして成り立たせるために、新たなＨＰの開設とアップグレードを行い、また、「京都カスタマイズ」を説明したフライヤーも製作した（添付フライヤー資料参照）。また、「京都カスタマイズ」による新ビジネスをプレスリリースしたところ、毎日新聞と京都新聞に掲載された（添付新聞記事（１）、（２）参照）。

何の営業活動もせずにＨＰを開設してビジネスを始めただけでも「京都カスタマイズ」には20件以上の引き合いがあり、中には大きなロットのものもあった。これにより、この市場が予想以上に潜在性があることを認識した。また、いずれのオーダーも「和」の企業グッズを求めてのものであり、この市場に京都の「和」の本物で勝負することには大きな可能性を感じるに至った。

ただ、多くの引き合いはあったものの、成約にまでは至らなかった。これは、低価格帯の商品分野では、伝統産業の手作りの品はどうしても競争上、不利にならざるを得ない要因があったからである。この気づきを踏まえて、2011年に入って、ノベルティよりも高い価格帯の商品で勝負することになり、また、それまで不足していたデザイン力を強化するために、京都出身でアメリカでデザイン教育を受けた新進気鋭の若手デザイナーを起用し、2012年3月には、新たなブランド「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」を立ち上げた。また、このブランドを象徴する製品として西陣織の照明（添付写真１参照）を製作して、2012年3月に開いたシンポジウムで発表した。

この分野の活動の成果としては、「革新塾」が本格的な文化ビジネスに乗り出すことができたことがあげられる。紆余曲折があり、ようやく「京都カスタマイズ」の創設にたどりついたのであるが、これが結果的に「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」という、デザイン力を強化し

た試みにつながった。なお、「京都カスタマイズ」設立の経緯とその内容の詳細は、添付書籍『伝統産業から文化ビジネスへ：「伝統産業グローバル革新塾」の５年間』の第ＩＩ章と第ＩＩＩ章を参考していただきたい。この「京都カスタマイズ」は、2012 年度の試行期間を経て、2013 年にはベンチャー・ビジネスとして立ち上げる予定をしており、このようなビジネス化のステージに近付けたことが大きな成果と言える。

２）「つたえる展」の開催

2011 年 3 月 5 日に京都・清水寺でワークショップを開催し、京都の伝統産業にとっての「伝える」という意味合いを考察するとともに、ここで「京都カスタマイズ」のお披露目を行った（添付フライヤー資料参照）。当日は、会場となった重要文化財である清水寺の経堂は満員となり、幽玄な雰囲気の中でワークショップが行われた。

内容は、過去から何を「つたえる」かという意味合いから、まず、二つの対談を設定した。第一の対談は、塾長の村山と著名なエコノミストであり、同志社ビジネスクールの教授を務める浜矩子による、伝統産業全般における「つたえる」をテーマにした対談、そして、第二は、浜矩子と「革新塾」塾生による現場における「つたえる」を議論する対談、を行った。そして、海外へ「つたえる」という意味合いからは、パリの「京都の赤展」の画像を使った紹介、次世代に「つたえる」という意味合いからは、親子を招待した、木版画、お守り、縮緬小物などを実際に職人が指導して子供に作ってもらう「伝えるワークショップ」、そして、海外向け企業グッズを通じて日本から「つたえる」という意味合いでは、新コンセプトビジネス「京都カスタマイズ」の紹介、を行った。

この様子は、京都新聞と日経新聞に取り上げられ（添付新聞記事（３）、（４）参照）、その内容が新聞媒体を通じて伝えられた。また、このワークショップの内容に興味を持った出版社の経営者から声がかかり、京都の伝統産業の革新的な試みを特集した雑誌『守破離』に、「革新塾」の説明とともに、「つたえる展」の対談内容が載せられた（添付資料『守破離』28－43 頁参照）。

このようなメディアの反応からもわかるように、「つたえる展」は好評を得て、「革新塾」の活動が評価されるとともに、対談の内容までもメディアが取り上げることにより、伝統産業の革新についての知識を広めることができたと考えている。また、これは、「京都カスタマイズ」の広報にも役立たせることができた。なお、「つたえる展」のより詳細な内容については、『伝統産業から文化ビジネスへ』の第ＩＩ章を参照にしていただきたい。

３）「京都きものサローネ」への出展

2011 年 11 月 1－3 日に、国民文化祭の一環として開かれた「京都きものサローネ」に出展した。これは、会場の入り口に、「宇宙と京都」をテーマにしたスペースを設け、ここで、これまでに「革新塾」が開発してきた宇宙がらみの製品－宇宙浴衣、宇宙風呂敷、宇宙バッグ、絵葉書、お守り－などとともに、新たに製作した炭素繊維を織り込んだ着物なども

展示した（添付フライヤー及び添付写真（２）参照）。

会場には、京都府知事や市長などに加えて、伝統産業のバイヤーも多く訪れ、「革新塾」の宇宙への試みに関心が示された。この結果、大丸百貨店の 100 周年のイベントに、宇宙をテーマにした展示を行うことを打診され、現在、具体化に向けての検討に入っている。このように、京都織物卸商業組合が主催する「京都きものサローネ」のような京都の着物業界を代表する展示会にも声がかかるようになり、「革新塾」の試みを世間が認知し始めたことを実感するに至った。

４）Space Sakura 実験の実施

「革新塾」は、宇宙とからめた伝統産業の製品開発に取り組んでおり、そのハイライトとなるのが、Space Sakura プロジェクトである。これは、ＪＡＸＡが 2009 年 8－9 月に募集した文化・人文社会科学向けの「きぼう」利用のアイデア募集に応募したもので、プロジェクト名を「「赤色」でつなぐ宇宙と伝統文化」（英文名「Space Sakura」）とした。

本実験は、「きぼう」船内の無重力下で、伝統的な友禅染により 12 色に染められた「桜吹雪」を散らし、無機質な船内に京都的な空間を作り出すとともに、宇宙空間で漂う桜の花びらの姿や動きを、伝統産業の新たなデザインソースとして活用しようとする試みである。

この実験は、2 年余りの準備期間を経て、2012 年 2 月 2 日に筑波宇宙センターで実施された。当日は、ＮＡＳＡの宇宙飛行士により実施され、この様子は約 25 分間の３Ｄ映像に記録された。本実験で得られた約１０００枚の桜の花びらが宇宙空間で舞う様子は、これまで伝統産業が想定してきた、風に沿って斜めに落ちてゆくという、地上の桜吹雪の常識を見事に打ち破り、桜の花びらが時には下から上へと逆に移動し、また、それらがお互いにぶつかりあって勢いよく弾け飛んだり、まるでサーフボードのように平行なままの姿勢で移動する様子は、地上ではあり得ない姿となった。

今後は、この映像からインスピレーションを得た友禅作家の川邊祐之亮が、これをベースにした手描友禅の宇宙桜着物を製作する。伝統工芸の世界では、桜吹雪は斜め下へと規則正しく流れることからくる画のスタイルや規則があるが、今回の実験を通じて、これらの規則を打ち破る新たな着物が製作され、沈滞する伝統産業分野に新風を吹き込むことを期待している。

なお、この映像は大きな注目をメディアからも集め、Space Sakuka に関する記事が、読売、毎日、京都新聞に掲載された（添付新聞記事（５）、（６）、（７）、（８）参照）。また、この実験の様子と無重力で桜吹雪が散る様子は、2012 年 4 月 12 日放送のテレビ東京（関西地区はテレビ大阪）の「宇宙ニュース」でも取り上げられた。

この実験の成果は、無重力下の桜吹雪の３Ｄ映像をとることができたことにとどまらず、宇宙を素材にした新たなデザインの着物を製作することにより、伝統産業に新鮮な刺激を与えるとともに、宇宙着物のビジネス化にも近づけることができた点にあると考えている。

5）「革新塾」5周年シンポジウムの開催

「革新塾」は開始以来 5 年を迎え、これを一つの区切りとして新たなステージに向かうため、これを機に 2012 年 3 月 18 日に同志社大学寒梅館でシンポジウムを開催した。「革新塾」の 5 年間の活動を記録した『伝統産業から文化ビジネスへ』と題された本の出版記念も兼ねたシンポで、「京都カスタマイズ」が主催する新ブランド「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」の発表も行った。

内容は、塾長の村山による 5 年間にわたる「革新塾」の総括と文化ビジネス化への要点に関する講演の後、伝統産業の若手職人、ウエッブデザイナー、ホテルの総支配人による、新たなＣ世代が、伝統産業をどのようにとらえているのかを探るパネルディスカッションを行った。その後、「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」のお披露目を行い、ブランドの紹介ビデオとともに、新製品の西陣織の照明が紹介された。その後、会場を移し、狂言のパフォーマンスと参加者の間での名刺交換会が実施された。

このシンポジウムは、新たに「革新塾」に参加する意欲のある若手の職人を発掘する目的も持っており、参加者の中から有望な人材を見つけるにいたった。また、当日にアンケート調査を実施することにより、「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」に対する参加者の感触を探ることもできた。また、メディアでも「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」が取り上げげられ（添付新聞記事（9）参照)、ブランドを率いる若手の士気の向上につながった。

（総括）

2 年間の活動を通じて、「京都カスタマイズ」をベンチャー・ビジネスとして立ち上げるめどがついたことが最も大きな成果と言える。このために必要となるコーディネーターとなる人材を得、また、デザイナーも「京都カスタマイズ」に引き入れることができた。同様に、宇宙の分野でも本格的なビジネス化をめざすが、ここでも大まかな道筋が見てきた。まず、宇宙桜の試作品を完成させ、これをベースにして、西陣織の企業ともコラボしながら、価格的にも市場に受け入れられる着物を製作する予定である。そして、これを大丸百貨店の 100 周年事業を契機にして、本格化させる計画をしている。また、「革新塾」の 5 年間の活動を記録した単行本を出版できたいことも、大きな成果と言えるだろう。

２．成果物

2年間の活動から得られた成果物は以下の通りである。

(1) 出版物

1) 村山裕三『伝統産業から文化ビジネスへ:「伝統産業グローバル革新塾」の５年間』(2012年3月、マリア書房)

2) 浜矩子「美の正三角形が今日化する時：革新塾が生んだ地球と地域の交差点」『伝統産業から文化ビジネスへ』所収。

3) 大久保隆「文化の中の伝統と革新：歴史的変遷と今日的課題」『伝統産業から文化ビジネスへ』所収。

4) *Shibusa - Extracting Beauty*, edited by Monty Adkins and Pip Dickens, published by University Huddersfield Press (2012年3月、革新塾メンバーの森真琴が着物の歴史について1章を執筆、「革新塾」の活動内容も紹介されている)

5) 村山裕三『京都の伝統産業の活性化：同志社ビジネスクールの試み』(2012年2月、学校法人同志社)

6) 『守破離：愛しの京都ブランド』(マリア書房、2011年10月)(「革新塾」の特集に加えて、「革新塾」メンバーの職人の仕事が紹介されている)

(2) 口頭発表

1) 村山裕三「京都の職人文化と伝統産業の存続」(2010年12月17日、京都大学)

2) 村山裕三「京都の伝統産業はフランスに受け入れられるか」(2011年2月26日、京都府)

3) 村山裕三「京都の伝統産業の活性化」(2011年10月15日、新島講座)

３．申請内容と成果の比較

申請時には、本プロジェクトは、2010－11 年度に以下の内容の活動を実施する計画となっていた。

① パリでの伝統産業の展示会
② 京都での伝統産業の展示会
③ Space Sakura の実験実施
④ 「京都きものサローネ」への出展
⑤ プロジェクト終了時のシンポジウムの開催
⑥ 報告書の作成

１．活動実績と成果で記述したように、上記のうち、②、③、④、⑤、⑥は計画通り実施されたが、①パリでの伝統産業の展示会は実現するに至らなかった。これは、伝統産業のグローバル化をめざした「革新塾」にとっては非常に残念な結果である。もちろん、パリでの展示会の開催をめざして議論を重ねたのであるが、出展目的、出展場所などについて、「革新塾」メンバーの合意が形成されるまでに至らず、実施にはこぎつけられなかった。

海外展開を断念する一方で、国内でのビジネス展開に注力した結果、後者では計画以上の成果があった。これは、新コンセプトビジネス「京都カスタマイズ」の開始であり、その延長線上に位置する新ブランド「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」の設立である。これにより、2013 年のベンチャービジネス開始に向けての基礎ができ上がった。

もう一つの成果は出版活動である。「革新塾」5 年間の活動を総括した『伝統産業から文化ビジネスへ』の出版にこぎつけ、雑誌『守破離』でも、革新塾の活動が大きく取り上げられた。また、海外でも「革新塾」の活動を紹介し、「革新塾」のメンバーが着物の歴史と今後の展開方向性を論じた章が入った書籍『Shibusa:Extracting Beauty』が出版された。これは、京都の伝統産業の革新性を海外に向けて紹介することに貢献したと判断でき、海外での展示会は開けなかったものの、その内容を書籍では著すことができたと考えている。

いずれにしても、本プロジェクトに残った課題は、伝統産業の文化ビジネスとしての海外への展開であり、この役割は、「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」に託される。「ＣＯＳ　ＫＹＯＴＯ」では、国内でのビジネス展開の後、海外への進出も視野に入れており、ここに将来の期待を託して、本報告書の結びとしたい。