

経営支援員と二人三脚



55人の経営支援員は地域の小規模・中小企業の経営改善と持続的発展に向け、支援を行っています。経営者とのコミュニケーションをしっかりと取りながら、課題の解決とさらなる発展に向けた支援活動を展開中。

透かし細工に映える 京都の伝統美

異業種交流でものづくりの姿勢を学ぶ

うちわの需要が減る中、既存の商品を取り扱っているだけでは市場は広がりにません。以前から、私たちは新たな商品開発を進めてきましたが、社内の取り組みだけでは今までのものづくりのやり方や考え方を大きく変えるのが難しいという課題がありました。

昨年度、京商の国内販路開拓支援事業「あたらしきもの Kyoto NEXT」で東京インターナショナル・ギフト・ショーに初めて参加し、伝統的な透かしうちわやミニうちわなどを出展。同じ京商ブースに出展している異業種の創意工夫を凝らした商品の数々に触れ、また情報交換の機会を得ることが出来ました。この事業を通じてお客様の心に響くものづくり、時代にマッチしたものづくりを行うためには、今まで私たちがこだわっていた「うちわは、こうあるべきだ」という固定概念を取り払う必要があると実感しました。

こうした経験を生かし、今年度は同じ京商の国内販路開拓・新商品開発支援事業「あたらしきもの京都」に参加。デザイナーやプロデューサー、バイヤー等のアドバイスを受けながら、従来のうちわの形やサイズ、使い方にこだわらない、インテリアとしても使ってもらえるようなデザイン性の高い新商品を開発し、2月に開催される東京インターナショナル・ギフト・ショーにおいて、全国での販路開拓を目指します。

アウトプットを意識した商品を提供

「あたらしきもの京都」では、商品開発についてはもちろん、誰をターゲットにするか、販路はどうするか、価格をいくりにするかなど様々なアドバイスを受けました。例えば、当初は商品が見えるように透明のプラスチック製パッケージを考えていましたが、アドバイザーから「和紙と竹の伝統商品にプラスチックは似合わない」と言われてハッとするなど、気づかされることも多かったですね。定期的で開催される各種セミナー等にも参加することで、アウトプットを意識したものづくりに取り組めるようになったと思います。

今回、京商の支援で補助金を活用し、商品開発に必要な設備を導入することもでき、幅広いニーズへの対応が可能となりました。インバウンドのお客様が増加する中、従来のB to Bだけではなく、小売店やエンドユーザーにエッジの利いた商品を提供していくことで、私たちのブランド価値を高めていきたいと思っています。

インターネットでの販売のほか、会社内にギャラリースペースを設け、京うちわの制作体験や職人の手仕事を見学できる教室・イベントを開催しています。情報発信の入口を増やすことで、外国から来られるインバウンドだけでなく、国内他地域のお客様にも京うちわの魅力を発信していきたいですね。



代表取締役社長 秋田 悦克さん(右)
塩見 匡博さん

企業概要



透かしの技法が施された京うちわ



東京インターナショナル・ギフト・ショー出展の様子

経済産業省指定伝統工芸品として京都市の伝統産業品に指定されている京うちわを企画・製造・販売している。透かし細工や木版画などで装飾された、花鳥風月や四季の風景、美人画など美しい絵柄が魅力。培ってきた技術を生かして、ネームや屋号などを透かし細工で表した京うちわも提供。ギフト商品として人気を得ている。

塩見団扇株式会社

代表者／秋田 悦克

住 所／京都市山科区小野西浦24-3

T E L / 075-571-7515 U R L / <https://www.kyoto-fan.co.jp/>