



“私の挑戦”

ビジネスプラン誕生の裏側

受賞企業紹介

第5回 チャレンジ部門 優秀賞 受賞

専門商社から生まれる

幸せの化学反応――

130年企業が挑む伝統工芸の未来

幼い頃から家族が働く姿を見て育ち、遊びはもっぱら「お店ごっこ」。常に商いが身近にありました。短大卒業後、一度別の企業で働いた経験が家業を継いだ今の大きな財産です。

代表就任当時、女性の後継者はまだ珍しく、「どうせ続かない」という厳しい視線も感じましたが、その悔しさをバネに「誰よりも努力しよう」と心に誓ったことを今でも覚えています。やがてホームセンターの台頭やECサイト、メーカー直販の拡大で、業界は厳しい局面に。「創業200周年を見据えなければ」と奮起し、社歴を振り返る中で、創業以来の「お客様や仕入先様との信頼関係」と「変化を恐れない姿勢」こそが、自社の強みだと再認識しました。

弱みを補うより「らしさ」を活かす。これが今回のビジネスプランの原点です。2022年に立ち上げたブランド「竹田千藏商店」は、商社として培った信頼を礎に、職人やデザイナーと強みを掛け合わせ誕生しました。繰り返し使える「みつろうラップ」のキットや、神仏具の彫金技術を活かしたアクセサリ「HOMARE」等、伝統技術を

現代の感性で再解釈した商品を展開。在庫管理や原価計算等、学ぶことばかりでしたが、先輩経営者のアドバイスのお陰で乗り越えることができました。

「知恵-1グランプリ」には何年も挑戦を続け、心が折れそうになったこともありましたが、今回の受賞でも、新ブランドとともに本業の商社にも注目が集まるという相乗効果が生まれています。

今回のプランである職人向けオンライン教育プログラムでは、苦手意識を持ちがちな価格交渉や知財管理、生成AI活用といった経営知識等を学べる場をつくりたいと考えています。本プログラムを通して、次代の職人育成や商社ビジネスの新たな可能性を切り拓いていきます。

さらに、「竹田千藏商店」ブランドを世界へ発信すべく、アジアを足掛かりに海外展開を進めます。小さな会社の機動力を活かし、変えるべきことは変え、守るべきものは守る。その信念を胸にこれからも挑戦を続けます。

👑 ビジネスプランの詳細はこちら



代表取締役
竹田 裕美子



株式会社タケダ

京都市東山区本町新五丁目147番地

☎ 075-541-8121

[株式会社タケダ] <https://takeda1893.co.jp/>

[竹田千藏商店] <https://takedasenzo.com/>

プロフィール

1964年京都生まれ。光華女子大学短期大学部卒業後、オムロン勤務を経て家業に入る。2009年より株式会社タケダ四代目代表取締役。創業130年の材料商社としてメーカーとユーザーを結びつける一方、伝統工芸職人との共創ブランド「竹田千藏商店」を立ち上げ、職人教育や海外展開にも挑戦中。

プラン名

130年の知恵とデザインで挑む
持続可能な工芸革新



職人・デザイナー・商社の力を結集したブランド展開は、地域産業の未来に希望を灯す取り組みです。オンライン教育プログラム構築のためのIT専門相談をはじめ、展示会出展等の販路開拓支援や広報支援を通じて、同社の取り組みを後押しします。

京商の支援



代表取締役
竜田 昌雄



株式会社京でん

京都市中京区壬生松原町16番地2

室谷ビル3階

TEL 075-275-8238

<https://www.cotocul.com>

プロフィール

2005年に和柄カジュアル衣料のアパレルメーカーとして創業。2015年には手作りの革小物ブランド【COTOCUL(コトカル)】を立ち上げ、使う人の暮らしを豊かにする商品を展開。さらに京都の資源や技術を活かした素材ブランド「都レザー」にも着手。伝統と革新を融合させ、モノづくりを通じて京都発の世界ブランド創出を目指している。

ブランド
地産地消オリジナルレザーの開発で
新商品と新販路を同時開拓



第5回イノベーション部門 グランプリ 受賞

人と地域がつながる革づくり—— 世界へ挑む京都発の革ブランド

かつて私は服飾ビジネスの世界に身を置いていました。しかし、服づくりにはロットや外注等の制約が多く、自由度の低さに悩んでいました。そこで「二点からつくれるものはないか」と考え、革とミシンだけで始められる革小物の世界に足を踏み入れました。初めて応募した「京都・文化ベンチャーコンペティション」で、革製品のビジネスプランが京都府知事賞を受賞したことがきっかけで、事業を本格的に始めることになりました。

当初は自らミシン技術を習得しようと奮闘しましたが、すぐに限界を感じ、自分には向いていないと悟りました。しかし、その挫折が、人とのつながりを大切にする姿勢を育ててくれたと感じています。職人、問屋、革を鞣すタナー、さらには食肉市場、牧場等、さまざまな人との出会いを通じて、「京都の皮革を使い、廃棄を減らしながらものづくりをする」という現在の事業が少しずつ形になっていきました。小さなメーカーだからこそ、他にはない「何か」を示さなければ埋もれてしまいます。そこで、クラウドファンディングやECサ

イトでの予約販売を活用し、一点から試作・販売することで、不良在庫を抱えない仕組みを構築しました。このシンプルで柔軟な製造体制こそが、私たちの最大の武器だと考えています。

「知恵1グランプリ」に挑戦したのは、私たちの活動を広く社会に知ってもらいたいという思いからでした。日々の業務に追われると、スタッフも私自身も仕事の意義を見失いがちですが、外部から客観的な評価をいただくことで、改めてやりがいを実感することができました。受賞の瞬間、社員と喜びを分かち合えた経験は、大きな自信につながりました。

今後の目標は「京都発の世界ブランド」を確立することです。海外の展示会や越境ECを通じて、世界に挑戦したいと考えています。従来のような「安く早く」という価値観ではなく、関わる人の顔が見える製品づくりを通じて、人と人とのつながる価値を、今の時代だからこそ届けていきたいと思っています。

ビジネスプランの詳細はこちら



京都の地域資源を活かしたサステナブルな取り組みが広がっていくよう、海外バイヤーとの接点の創出や、海外販路に関する情報提供等、販路開拓を支援します。

京商の支援