

株式会社ワコールホールディングス代表取締役社長  
塚本副会頭

# 京都経済の未来を語る

第6弾

KBS京都「京bizX」  
竹内キャスター



京bizXコラボインタビューの第6弾となる今回は、塚本副会頭に登場いただきました。京都ブランドの振興・発信事業の基礎を築いた取り組みや、そこに込められた思いなどに竹内キャスターが迫りました。

## 文化やルールを理解することで、もっと京都を好きになってもらいたい

〈竹内〉

インバウンドの増加などの観光をはじめとして、京都経済に対して明るい見通しが広がっていますが、塚本副会頭はどう捉えていますか？

〈塚本〉

京都は国内だけでなく海外からも魅力的な観光地として映っているように、世界中から観光客が集まっています。祇園や木屋町、先斗町などでは外国語の案内も増え、いまやインバウンドは京都経済を潤す重要な要素になっていると感じています。

〈竹内〉

塚本副会頭は東京にいらっしゃることも多いと思いますが、京都生まれ・京都育ちの身として改めて外から京都を見て何か感じることはありませんか？

〈塚本〉

有名な神社仏閣や二天祭だけでなく、京都には1200年の歴史に培われた多くの魅力が詰まっていると感じています。近年は、観光雑誌やテレビなどマスメディアが発信してきたような人気観光地だけではなく、インターネット等で情報収集が非

常に活発に行われるようになったことで、

地元の人しか知らないスポットやイベントなどに観光客が集まっているようです。京都の奥深い魅力やブランドが世界へ広がっていくことで、多くの観光客が訪れる国際観光都市として成長していくことを期待しています。

一方で、インバウンド観光客に限りませ

んが、例えば「一見さんお断り」などの京都が築き上げてきた文化やルールなどを理解していただく必要があると感じています。おもてなしの心はもろろん大切にすべきですが、京都には京都のルールがあり、それが良さでもあります。京都をより深く理解していただくことで、もっと好きになっていただけるのではないかと思います。

## 京都の秘められた魅力を解放し、「ブランド」として発信する

〈竹内〉

塚本副会頭は長年、京都商工会議所で「京都ブランド」の振興・発信に力を入れてこられ、現在の京都創造者大賞につながる「京都創造者憲章」の起草にも深く関わったとお聞きしています。「京biz制作チーム」は、光栄なことに2017年の京都創造者賞を頂戴しました。ここ10数年で京都ブランドが大きく育ってきたように感じますが、その仕掛け人としてどう感じてもらえますか？

〈塚本〉

私を取り組んできた京都ブランド振興・発信は、東大阪市から影響を受けた取り組みです。東大阪市は小さな町工場が

集積する地域で、表舞台で活躍するよう

な企業は少ないですが、ロケットの製造・打ち上げに代表されるような高い技術を持つ中小企業のまちで、それを都市ブランドとしてうまく発信しています。長い歴史のある京都も、方向性は違いますが表に出ないような多くの魅力を秘めたままです。これらを知ってもらうことで、より多くの方に京都を好きになってもらえるのではないかと考え、「京都ブランド」として発信してきました。

ブランドを新しく作ったわけではな

く、京都が昔から培ってきた秘められた魅力・価値を広く発信し、そのひとつひとつが「京都ブランド」として認知されるような取り組みを進めることで、地元の人

しか知らなかったような場所が観光地となっているなど、京都のまち自体がひとつのブランドとして世界的にも注目されている手ごたえを感じています。

〈竹内〉

なるほど。これからさらにブランド価値を高めていくためにはどうしていくべきでしょうか？

〈塚本〉

より奥深い京都を知ってもらうための取り組みが必要だと考えています。京都に何度も足を運んで、地元のごく一部の人が知らない場所、入れない施設などを体験するような「プレミアム感」を味わっ





## 常にチャンスを意識し、準備を怠らない

ていただくことで、より京都を好きになっ  
ていただけるのではないのでしょうか。  
2016年にオープンした「ワコールス  
タディーホール」では、「美」をキーワード  
にさまざまな情報発信を行っています。こ  
この施設を活用して京都を訪れる方に奥  
深い魅力を知っていただく機会を提供し  
ていきたいと思っています。

〈竹内〉

このインタビュー企画の共通テーマ  
として皆様にお聞きしていますが、ご自  
身のキャリアの中で経験した失敗とそ  
こから得られた教訓を教えてください。

〈塚本〉

多くの失敗をしています。車の開発  
や男性向け下着ブランドの確立などで  
一度に4つの大きな失敗を経験しまし  
た。車の開発では量産しようかというこ  
ころまでいきましたが、結局うまくいき  
ませんでした。男性向け下着ブランドの  
確立は今でも重要な目標のひとつです  
が、いまだに成功していません。

〈塚本〉  
先ほど申し上げたような「プレミア感」  
を味わっていただき、ただ泊まるだけ  
ではなく、京都を学び、知っていただくこ  
ができるものになりたいという思いで、は  
じめることにしました。昔ながらの京町  
家を生かしつつ現代様式にリノベーション  
しているのが、京都に住んでいるよう  
な感覚で、京都の魅力を存分に味わって  
いただける宿泊施設として多くの方に利  
用していただきたいと思っています。

しかし、CW・Xというスポーツ用タイ  
ツは、野球のイチロー選手が着用してい  
ることが話題となり、今では男女問わず多  
くの方に選んでいただいています。弊社から  
大きく宣伝したわけではなく、イチロー選  
手がCW・Xを着用している姿がテレビ  
などで頻繁に映ったことで、口コミ的に広

がっていきヒット商品となりました。どこに  
チャンスが転がっているかわからないのが  
ビジネスなので、常にチャンスを意識して準  
備をしておくことが重要だと考えています。

〈竹内〉

将来の京都を担う若手経営者への  
メッセージをお願いします。

〈塚本〉

2代目として入社した私は、入社当  
初は何もわからず周りの社員から教え  
てもらいながら成長してきました。今  
でも社員から学ぶ姿勢、社員あつての  
会社という意識を忘れないことが大事  
だと思っています。

若手経営者がこれから経験する時代  
は、私が過ごしてきた時代とは全く異  
なったものになります。将来を担う若  
者が積極的にチャレンジできるように  
支援していくことが我々の役目だと  
思っています。



※このインタビューの模様は、3月9日の  
「京bizX」で放送されました。

【京bizX】

毎週金曜日21:00～22:25 KBS 京都テレビにて放送中。