

知恵の使いどころ

- ・他の都市と競合するのではなく、「その土地、その土地に見合うものが大事」と気づき、時代に先駆け「京町家」の活用を行う。
- ・体験工房の閑散期を活用し、染色製品を自社製造。
- ・取材を活用しコストをかけずPR。



強み

- ・250人程度まで収容できる広い体験工房。これにより、修学旅行生など、団体の受入が可能で、JTBなどマージンの必要な旅行会社の要求にも対応できる。
- ・ハンカチ、Tシャツ、ジーンズ、日傘、扇子、キャミソール、バッグなど、幅広い体験を楽しめる。

プロフィール

現社長は1985年、西村工芸染色(株)(明治38年創業)の3代目として事業を承継。しかし、新分野への進出を目指し、現在の(財)京都産業21主催の異業種交流会に入会、体験工房を思い立ち、事業を開始。最初は客が入らなかったが、京都にしかない良いものを、と考えた結果、「京町家」という結論に達し、2000年9月、町屋での染色体験工房をオープン。

実績・成果

2000年9月の染色体験工房オープン以来、売上が年15~16%の率で伸び、体験工房へは年間4万5千人、多い日は1日500人が来場。平成19年度経済産業省から地域資源事業の指定を受ける。

