

パリと京都を融合する 花のアレンジメント

㈱プーゼフルール

花々で面を作り、その配色のグラデーションを楽しむパリスタイルと、京都の暮らしの中にある伝統的な美的センスを融合させ、モダンライブに映えるよう昇華させた独自のフラワーアレンジメント。



地域住民の郷土愛を結集し 地域を活性化

㈱伏見夢工房

地元企業56社・団体で設立。イベントや地域産品開発などの事業を通じ、「酒と歴史が薫る、水運のまち、街道のまち」を住民・企業・商業・行政一丸となって盛り上げる。



京和傘の老舗から 老舗ベンチャー企業へ

㈱日吉屋

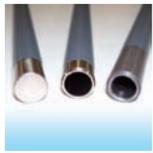
創業百余年で培われた京和傘の素材、仕組みを現在の日用品に活かすことを発想。デザイナーとのコラボレーションを通じて独自商品を開発。戦略的に海外に発信して高い評価を得、国内外で販路を拡大。



精密加工技術と セラミックの融合

サンコール㈱

精密塑性加工技術とセラミックパウダーを融合し、精細画像印刷に対応するプリントローラーを開発。セラミックプリントローラー市場で世界シェア約50%を占める。



今回のワークショップは、来年2月ごろに開催予定です。ご関心のある方はご連絡ください。

【お問合せ先】
本所 産業振興部 ブランド推進担当
TEL:075-212-6450

知恵ビジネスの成功のポイントは、モノを作る人、デザインをする人、サービスをする人が「自らの強み(コア・コンピタンス)」を知り、そして「顧客が求めている価値」を知ることだと思えます。今まさに顧客が望んでいることを実現する、さらに踏み込んで言えば、「顧客が潜在的に望んでいる価値を顕在化する」ために、顧客の思いを直接聞き出して、顧客と一緒に作り込み、実現してみせる「顧客創造」が求められているのではないのでしょうか。

すなわち、モノを作る人、デザインをする人、サービスをする人が、それぞれの現場から顧客が見えていて、また顧客からも現場が見えている…。そのような「双方向の見える化」に取り組むことによって、現場に新たな創意工夫

現場と顧客の「双方向の見える化」で顧客創造

と独創性が生まれ、「顧客創造」の第一歩を踏み出せると考えています。

「京都・知恵ビジネス」の具体化に向けて

この度、知恵ビジネスについてのイメージを膨らませ、より具体的に思い描いていただくために、「京都・知恵ビジネス



ポスターセッションで事例発表する企業担当者

ス・ワークショップ」を開催しました。特に、第二部のポスターセッションでは、先進的な事業に取り組んでいる中小事業者などの事例に触れながら、「知恵の使いどころ」やその知恵のもととなった「強み」を聞き、どのように付加価値

を見出し、顧客創造を行ってきたのか議論を深めました。

例えば、京都の感性で新たな息吹を与えられたフラワーアレンジメントや、酒蔵や町並み等の地域ブランドを掘り起こす産・官・民体のまちおこし事業、京和傘という伝統技術を発展させた現代日用品、金属技術とセラミック技術を融合し世界市場で50%のシェアを得たセラミックプリントローラーなど、それぞれの事業者ならではの創意工夫や独創力を知ることができました。

私たちは、中小企業が幸せで元気になる第一歩が「京都ならでは」の地域の特性や強みを活かし、変わりゆく社会の中で生まれる新たな価値観を的確にとらえることにあると考えています。皆さまにご参加いただき、幸せと元気にあふれた京のまちづくりを一緒に進めていきたいと思います。



会場を視察する奥山氏(左)と立石会頭

知恵を活かしたものづくりが 京都を変える！ そして日本を変える！

本所では、昨年十二月に「知恵産業のまち・京都の推進」を基本方針とした「ニュー・京商ビジョン」を策定し、京都の事業者が、昔からの人々の「生き方の知恵」や産学公連携などの「知恵のインフラ」といった京都の特性と、各々の強みを活かし、付加価値の高い商品・サービスを開発し、新たな顧客の創造に取り組む知恵ビジネスの育成を積極的に進めています。

九月九日には、京都文化博物館において「京都・知恵ビジネス・ワークショップ」を開催。多彩な分野で付加価値の高いものづくりに取り組む奥山清行氏の激励講演のほか、ポスターセッションにおいて中小企業・地域団体などの先進的な取り組みを紹介し、具体的な知恵の使いどころや強み、成果について幅広く意見交換を行いました。

知恵産業のまち・京都の推進 「京都・知恵ビジネス・ワークショップ」を開催

京都の特性と企業の強みを
ベースとした知恵産業

京都のまちには、その長い歴史の中で、良いものを大切に育て、他の追随を許さない水準を高めていくこと、あるいは誰も手がけていない付加価値のあるものづくりを繰り返すことで発展してきました。京都が世界の中で精彩を放っているのは、守るべきは守りつつ、新たなライフスタイルやビジネスモデルを創造し、提案する力を持っているからではないでしょうか。

一方で、私たちが暮らす社会に目を向けると、顧客ニーズの多様化や市場の成熟化など、工業社会から成熟社会への移行が顕在化しつつあります。そのような中において、二十一世紀の京都産業モデルは、昔からの人々の「生き方の知恵」「暮らし方の知恵」「まちのあり方の知恵」を活かしながら、「科学と技術」「匠の技」「デザイン」などの知恵を加えて付加価値を創造する「知恵産業」を確立することにほかならないと考えています。京都の特性と企業独自の強みを活かしながら、オリジナルの技術や商品・ビジネスモデルを開発し、知恵の経営を推進することによって、中小企業が元気になる、地域社会の活性化につながっていくと信じています。

活発な知恵の交流が行われた。ポスターセッション

「京都・知恵ビジネス・ワークショップ」第二部では、京都で先進的な事業展開を続けている二十五事業者の協力のもと、ポスターセッション形式の展示会を開催しました。

会場には、各社の知恵を説明したポスターや素材・商品が展示され、出展者は「知恵の使いどころ」やその「知恵」を生み出す源泉となった「各社独自の強み(コア・コンピタンス)」、「知恵」を生み出す契機となった「プロフィール」、さらにその「成果・実績」などを、ポスターに基づき解説し、来場者との意見交換を行いました。

激励講演の講師を務めた奥山氏はポスターセッション後、「成功している事業者は、自社の強みを持ち合わせていることはもちろん、それをクローズにせず公開することで、他社とコラボレーションし、消費者に魅力ある商品を作り出していることが共通点」と締めくくりました。また、出展者や来場者からは、「会社名は以前から知っていたが、何の技術を持っているのか知らなかったの、面白かった」「以前から温めていた商品企画の発注先が見つかった」といった声も数多く聞かれ、今後の新たなコラボレーションにも期待が高まっています。

ライフスタイル提案を続ける創業150年の老舗友禅工房

(株)岡重
呉服需要が減少するなか、古来の羽裏(羽織の裏地)の図柄と京友禅染めの伝統技術を活用し、ファッション雑貨や生活用品など現代ライフスタイルにあわせた高品質・高付加価値商品を次々に生み出す。

300年の伝統を受け継ぎ進化するプロフェッショナル

福田金属箔粉工業(株)
基礎から応用まで一貫した研究開発体制で、千種以上の金属箔・粉を提供し、あらゆるニーズに対応。プリント配線板用電解銅箔をはじめ、先端産業を支える優れた高機能材料は、広い産業分野で欠かせない。

「てんしの光やさい」で「心と体の健康」を

(株)フェアリーエンジェル
完全密閉型クリーンルームで農薬・除草剤を一切使用せず水耕栽培する。安全・安心でミネラル豊富な高品質野菜を、年間を通じて短期間で生産。高級百貨店などを中心に売上を伸ばす。

全国のラーメン屋にネギを売り込む!!

こと京都(株)
伝統野菜「九条ねぎ」の生産者として有機肥料・減農薬栽培にこだわり、ニーズにあったカット加工、年間を通じた価格の一定化により、首都圏のラーメン店を中心に販路を急拡大。

試作加工のパイオニア

(株)最上インクス
一度限りの試作加工に「金型・工程設計等の発想力」と独自開発の「簡易金型システム」を活かして携わる。創意工夫・発想力に富むものづくりで、この10年間で試作売上が約500%増加。

京都から世界へ発信するジュエリーブランド

(株)俄
「京都モダン」をコンセプトに、日本的な間・簡素美・素材感を表現したジュエリーが国内外で高く評価。2007年にはニューヨーク五番街にNY店をオープン。

デジタルアーカイブで「保存」から「活用」へ

(株)アーテファクトリー
デジタルアーカイブによって、日本の優れた美術品・文化財を後世に残すとともに、フォトストックサービスなどのコンテンツ活用を通じて、新たな価値を生み出し、より多くの人々と感動を共有する。

機能性食品素材のバイオ・ベンチャー

(株)ファーマフーズ
卵など身近な食材に着目し、「免疫」「老化」「神経」の3つをコンセプトに、医薬品と食の融合を考える。製造設備を持たず、研究開発に特化し、大手企業との連携を重ねて業績を伸ばす。

スクリーン印刷で「友禅」から「薄型テレビ」へ

中沼アートスクリーン(株)
繊維用シルクスクリン印刷技術をあらゆる素材に対応できるよう開発し、食品から各種電子部品、薄型テレビなどの先端産業まで、多彩な分野に活用。

漆の革命

(株)佐藤喜代松商店
耐候性・速乾性に優れた新精製法による「MR漆」など、漆精製業者としての強みを活かして、さまざまな漆商品を開発する。

伝統を受け継いだ「京の台所」

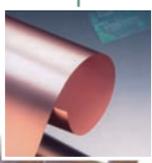
京都錦市場商店街振興組合
地元住民はもとより観光客も訪れる「錦市場」のブランド力の維持継承とさらなる繁栄を目指し、①商標登録の取得、②文化創出イベントの実施、③「錦らしい」テナントの斡旋を推進する。

西陣織をルーツにティーバッグを開発

山中産業(株)
腕章・リボン製造で培った繊維加工技術を活用し、紙の代わりに合成繊維のメッシュを使うティーバッグ用フィルターを開発。紙臭さのないお茶を味わえる、高付加価値製品として販売。

試作から量産まで高品位のものづくりソリューション

京都試作センター(株)
試作パートナー企業群の窓口として、多様な試作相談に対し、専門の試作アドバイザーが2時間以内に回答。契約、決裁、機密保持などの一本化と高品質な試作により、最大限の顧客満足度を実現。



激励講演 講演録

知恵を活かしたものづくりが日本を変える



奥山 清行 氏
工業デザイナー
KEN OKUYAMA DESIGN 代表

三方良しのものづくり

私がデザインした車のついでに「エンツォ・フェラーリ」という歴史に残るスーパーカーがあります。価格は七千五百万円。開発にあたって、事前に市場調査を行ったところ、三百五十名のお客様に買っていたことが分かりましたが、「需要よりも一台少なく作れ！」という創業者の遺志に従って、あえて三百四十九台で生産をやめました。二〇〇二年に販売されて以降、中古車市場では一億五千万円くらいで出回っていて、

今まで一度も販売価格を下回ったことはありません。希少性を生み出すことによって、商品の付加価値を高めることに成功した代表事例。いわば、作り手も買い手も使い手も、みんな幸せになる「三方良し」のものづくりと言えるでしょう。

必要なものより欲しいものを

これからのものづくりは、価格競争ではなく、お客様にとって新たな価値を生み出すものでなければなりません。

日本の知恵とビジネスチャンス

いわゆる「職人」と呼ばれる人たちは、ただ単にものづくりを行う生産労働者ではなく、知識やノウハウを蓄えた「知識労働者」です。彼ら現場が持っている「強み」を新たな商品やサービス

スの中にもどのように反映していくのか。職人に対する尊敬の念や蓄積されたスキルがものづくりの中に活かされているのは、私の知る限り日本とイタリアしかありません。こうした資産を活用しないのは、日本の価値を捨てるようなもので、とてももったいないことだと考えます。

また、「人の心をおもんばかる」「身の丈に合わせたデザイン」「恥を知る文化」など、私たちはほかの国にはない独自の美徳を持っています。日本人が培ってきた「精神世界」をあらためて見直し、その価値を磨き高めていくことで、新たなビジネスチャンスを切り拓くことができるのではないのでしょうか。繰り返しますが、知恵ビジネスというのは、お客様にとっての価値づくりにほかなりません。京都にたくさん埋もれている匠の技術や伝統の技は「いわば『食材』」であって、その調理方法がお客様にとって価値のないもの、必要のないものであれば、せっかくの知恵もただの挑戦に終わってしまっただけです。結局は、どれだけお客様が望んでいる価値を創造できるのか。知恵ビジネスの根幹はそこにあると思います。

レーザーテクノロジーで躍進する

(株)片岡製作所

会社の資源を先端分野に極集中し、開発力で勝る巨大企業に対抗。携帯電話・PCなどの小型電子機器用充電電池のアルミケース溶接に用いる高性能レーザー加工機で世界トップシェアを占める。



どんな素材でも織物にする

(有)フクオカ機業

西陣織の代表的なシャトル織機を独自に改良し、炭素繊維のようなけば立ちやすい繊維でも横糸が連続する耳付織物として商品化。あらゆる素材の織物に挑戦している。



すべては健康を支えるために

ファイテン(株)

チタンは水に溶けないという常識にとらわれず溶液化に挑戦し、世界で初めて生体適合性に優れたチタンをナノレベルで粒子化することに成功。プロアスリートが装着しているネックレスをはじめ幅広く活用。



ものづくりの尊厳の復興と新たな伝統への挑戦

(株)アウラ

日本の伝統的な素材・技術と最先端の素材・技術を駆使して新素材を開発し、独創的な内外装材や生活用品などに展開。国内外の一流デザイナーと協働し、日本の伝統技術を活かした日常生活用品を製造・発売、ブランド力を強化。



匠の技・デザインが修得できる高等教育機関

京都伝統工芸大学校

長年にわたり徒弟制度の中で伝承されてきた匠の技を、体系だった教育課程の中で修得できるシステムを確立し、工芸分野の高等教育機関として内外から高い評価を受ける。

京都大学から世界へ

ロボ・ガレージ

デザインと運動性能の融合。「設計力」、「デザイン力」、「加工技術」を兼ね備える世界のロボットクリエイター。

「飛び」の創造人

(株)ルーツゴルフ

ターゲットをアマチュアゴルファーに絞り込み、高度なテクニックへの対応は排除し、ひたすら飛距離の出る打感のよいゴルフクラブを開発する。

光ファイバーを駆使する光の芸術家

(株)フィルノット

マクラメ(糸や紐を結んで模様にしたレースやふさ飾り)と刺繍の技法を光ファイバーに用いることで、色合いや色の強弱を自由に表現し、さまざまな形や色で装飾された衣装やオブジェなどに展開。