

知恵を活かしたものづくりが京都を変える！

# 第2回京都・知恵ビジネス・ワークショップ開催報告



本所では「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、知恵産業を生み出すためのさまざまな取り組みを進めている。その普及・啓発の一つの集大成ともいえる「第2回京都・知恵ビジネス・ワークショップ」を二月二十四日、京都市勧業館「みやこめっせ」において開催し、パネルディスカッションやポスターセッションによる京都の知恵ビジネスの紹介を行った。

パネルディスカッションでは、中森孝文京都工芸繊維大学准教授をコーディネーターに迎え、「次代から選ばれるホンモノづくり」をテーマにそれぞれの立場から白熱した議論が交わされた。

また、ポスターセッションには、昨年九月に開かれた第一回目の参加事業者二十五社・団体を大きく上回る六十二社・団体が出展し、自社の強みや知恵の使いどころを発表。京都の知恵ビジネスの多様性と奥深さを実感する内容となった。

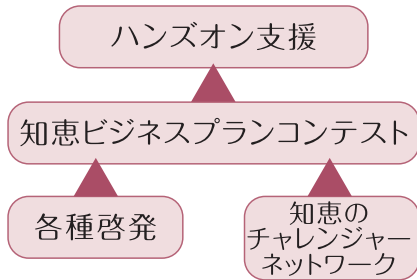
## 強みへの気づきが知恵を生み出すきっかけに！

今回のワークショップでは、京都で先駆的なビジネスを展開する六十二の事業者が一堂に集まり、それぞれ魅力的な商品やサービスを紹介しました。すべての事業者に共通しているのは、自社の強み、つまり事業の柱となる「コア・コンピタンス」に気づいて、それを活かし、売上げ拡大や知名度向上に結びつけているということでしょう。ここで言う強みとは、技術だけではなく、品質、価格、顧客、人材、のれん（ブランド）など、自社が提供するモノやコトを見直せば、「どこにも負けない！」という価値はどこかに必ずあるのではないのでしょうか。まずは自らの強みを見つけること、これが最初の知恵の使いどころとなるに違いありません。

## 知恵ビジネスの可能性を掘り起す「ハンズオン型」支援

本所では、平成二十一年度は、知恵ビジネスの「育成」に本格的に着手していきます。まずは、業種を問わずさまざまな分野で、これから知恵ビジネスに取り組みようとする事業者の「知恵のチャレンジャーネットワーク」を創設し、育成土壌を整えていきます。こうしたネットワークの中から、知恵が活かされているが、まだ事業化されていない具体的なビジネスプランをコンテスト方式などで発掘し、本所の経営支援員や専門人材の活用などにより、経営者とともに課題解決を図っていく「ハンズオン型」のきめ細やかな支援を実施していこうと考えています。

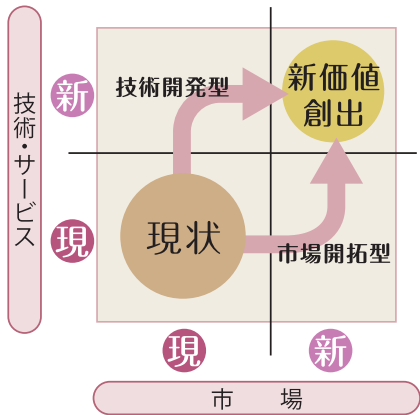
一方、これまでに取り組んできた「普及・啓発」の事業も引き続き実施していきます。知恵産業のイメージやメリットを目に見える形で伝え、知恵ビジネスに取り組みようとする意欲ある事業者にどんどん手を挙げていただけるように誘導していきます。京都に基盤を置く事業者がそれぞれの強みを磨き、付加価値の高い商品・サービスを展開し、新たな顧客創造に取り組んでいくことで、「知恵産業のまち・京都」の魅力が高まっていくと信じています。



知恵ビジネスの育成

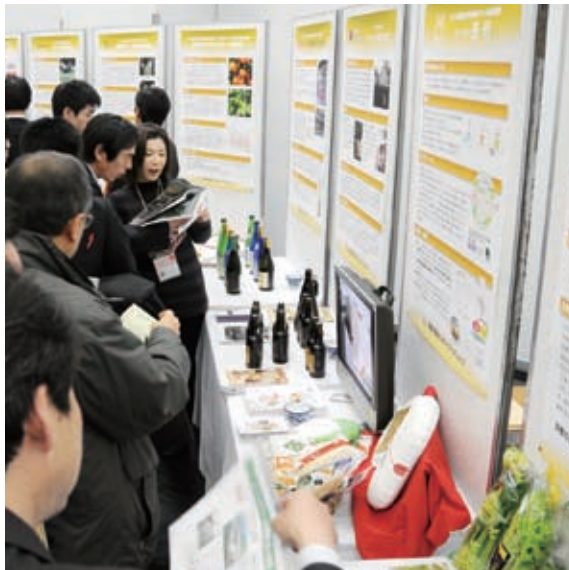
## 顧客から求められる付加価値を創出

気づいた強みを活かし、新たな価値を創出していくには、二つのアプローチがあります。それは、自社の技術やサービスを徹底的に磨き高めて、新しい市場・分野に進出する「技術開発型」のアプローチと、既存技術やサービスの強み、魅力を活かすことができる市場開拓や用途開発などを行って、新しい価値を創出する「市場開拓型」のアプローチです。



「技術開発型」の事例からは、①自社の強みに気づく、②コア技術を磨き上げる、③異業種・異分野の技術を活用する、④川上の生産工程へと業務を拡張する、⑤自社では流通経路を持たず黒子型経営に徹するなどといった特徴が見受けられます。一方の「市場開拓型」では、①自社の強みに気づく、②異業種・異文化・京都ブランドをうまく活用する、③ヒューマンネットワークを使う、④新たな分業体制を構築する、⑤物語性を高めるなどコトづくり積極的に取り組む、などといった知恵を使っていることが分かります。

具体例を見てみましょう。「技術開発型」の事例、N社は友禅染で培ったスクリーンマスクの製作技術



今回、ワークショップに参加した事業者の多くが、自社の強みに気づき、知恵を活かしたモノづくり、あるいは新たな価値創造へとつなげています。京都の先行事例から学ばべきヒントは、身近にたくさん埋もれていると思います。



モノを生産する、あるいはデザインするとき、その向こうには必ず使い手（消費者）がいるはず。自身、何かを伝える側で仕事をしてきましたが、そのモノの表情や装いを変えることがすべてではなく、使い手がこれまで抱えてきたモノに対する気持ちや感情、思い入れ、そういった部分を大切にしながら、精神性やアイデンティティを守っていくことも大切だと気づきました。特に、長い歴史・伝統を背負った京都のまちには、変えないことに価値や強みを見出している商品、サービスがたくさんあります。使い手に何を伝えたいのか、何を受け取ってほしいのかを明確にすることで、変えるべきところと変えないところが見えてくるのではないのでしょうか。



葛西 薫氏  
（株）サン・アド  
取締役副社長  
／アートディレクター

「不易流行」の精神を  
デザインづくりに活かす

私は、サントリーウーロン茶が販売された当初から、ずっとその広告デザインの仕事に携わってきました。あるとき、他メーカーが「一級茶葉使用」という強烈なキャッチコピーを引っさげて攻勢をかけ、サントリーがピンチに立たされたことがあります。クライアントからは「もっとインパクトのある広告表現を考えてほしい」と言われたのですが、私は「自分たちがやってきたことに信念を持つべきだ」と主張し、今までの表現を続けてお客さまの支持を得ることができました。

レクサスブランドが立ち上がって二十年ですが、ライバルのベンツやBMWは百年の歴史を持っています。何をやっても真似といわれるのなら、歴史がないことを自分たちの強みととらえ、新しいことにどんどんチャレンジしよう！彼らが安全性能や動力性能を押し出すのなら、レクサスは圧倒的な静粛性を追求して「ときめき」や「やすらぎ」といった付加価値を提供しようと思ったのです。その一つの具現化が、「Yet（かつ、まだ）の思想」を取り入れた車づくりです。例えば、優れた高速安定性を実現しようと思えば、どうしても乗り心地が硬くなってしまいますが、決して妥協することなく、高速安定性と乗り心地の両立をことごとく追求しました。また、日本のブランドならではの、おもてなしの気概のようなもの、さりげなく気配りされていて、後でうんちくを語れるようなものがプラスできないかと考えました。例えば、レクサス車の外板部分は、漆を塗るのと同じような水研ぎコーティングで仕上げますが、これは伝統職人の技術を取り入れたものです。自社の「コア・コンピタンス」にこだわり、独自の価値観や魅力を創出できたことが、レクサスブランドの確立につながったと思います。



楠田 久氏  
トヨタ自動車（株）  
BRレクサス戦略室室長

独自の価値観や魅力を  
実現する  
飽くなき技術開発

私が、カジュアルラインのバッグを作ろうと思ったのは今から二十五年ほど前のこと。当初は「バッグは革で作るもの」と思い込んでいて、革の型押しのことばかり考えていましたが、なかなか思うように売上げが伸びません。ふと「自分たちの強みとは何だろうか？」と振り返ったとき、「染める」ことに気づいたのです。これまで培ってきた染色技術を活かし、よそにはないオリジナルバッグやアクセサリの研究開発を進める一方、国内で最もよく売れる有名ブランドの価格帯が十三万円前後であることから、十三万円ほどのような付加価値を提供できるかを考えました。自社技術の強み、そして価格へのこだわりが、新たなビジネスへの突破口につながったと思います。

どれだけ優れた伝統工芸品を作っても、それが現代のライフスタイルに合っていないれば市場に受け入れられません。私たちのような企業が勝ち残っていくためには、きちんとしたブランドを確立していくしかないでしょう。京都という地の利を生かしながら、「ほんまもん」を提供し続けることで、認知度を高めていきたいと思っています。



岡島 重雄氏  
（株）岡重代表取締役社長  
／本所知恵産業研究会委員

ほんものの技術と納得の価格で  
新市場開拓

パネルディスカッション  
次代から選ばれるホンモノづくり  
〜今求められる顧客への新価値創造〜

ポスターセッション出展事業者一覧<順不同>

事業者名	
アークレイ（株）	新しい科学技術への挑戦を通じて、世界中の人々の健康な生活に貢献
（株）アーテファクトリー	デジタルアーカイブで「保存」から「活用」へ
（株）アウラ	ものづくりの尊厳の復興と新たな伝統への挑戦
（有）イーダブルシステム	新しい圧力センサー技術で未来を拓く
尾池工業（株）	京都の伝統技術に根ざし「金銀糸」から「透明導電性フィルム」へ
（株）岡重	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）オンリー	THINK FASHION, THINK VALUE.
（株）片岡製作所	レーザテクノロジーで躍進する
（有）からだサポート研究所	人に役立つ健康食品原料を提供し、世界中の人々の健康な生活に貢献
（株）川島織物セルコン	伝統の中からの革新による感動と満足の創造
川並鉄工（株）	感動シーンを金属造形で表現するMETAL SPICE プロジェクト
京都インターナショナル（株）	Clean, Beauty, そして笑顔！
京都試作センター（株）	試作から量産まで、高品位のものづくりソリューション
京都伝統工芸大学校	京都の匠の技・デザインが修得できる日本唯一の高等教育機関
京都錦市場商店街振興組合	伝統を受け継いだ「京の台所」
農業生産法人（有）京野菜村	手軽で美味しい京野菜加工商品を
キンシ正宗（株）	京都町家麦酒
NPO 法人 KES 環境機構	中小企業向け環境マネジメントシステムのバイオニア
農業生産法人（有）こと京都（株）	全国のラーメン屋にネギを売り込む！！
（株）最上インクス	試作加工のバイオニア
佐々木酒造（株）	歴史の息づかいが聞こえる、洛中唯一の酒蔵
（株）佐藤喜代松商店	漆の革命
（株）さんけい	大切なものを「かたち」で伝えるモデルアートテクノロジー
サンコール（株）	コイルスプリングを内蔵したAssembly製品（フープ）の展開
（株）サンライズジャパン	業界をリードし続ける名刺のプロフェッショナル
（有）篠農場	農産物の企画・生産・販売・販促のマーチャンダイジング専門会社
（有）シバタシステムサービス	粘着技術でマニピュレーションを考える
（株）ジャパンリード（株）	学校&企業の新しい教育・未来を創造する
（株）松栄堂	豊かな経験力と技術力で日本の香り文化を担う
（株）尚雅堂	和紙を通じて、暮らしの中に彩りを添える
（株）ストリート・ベンダー	It's old but new. 昔からの金欄を今ほしい金欄の形に

事業者名	
（株）センシング京都	宇宙空間でも質量が測れる動力学センサーで社会に革新をもたらす
（株）象彦	象彦は、つねに新しい
大東寝具工業（株）	快眠とくつろぎの創造工房
（株）タカコ	製品とものづくりのあるべき姿を追求し、具現化する
（有）竹笹堂	木版印刷プロモーション
（株）トーセ	ゲーム・モバイルコンテンツの「縁の下の力持ち」企業
東和スポーツ施設（株）	「伝統と環境と感性」の創造を目指して
（株）どこいこ	ホテル向けメディアプロデューサー～ホテルへの架け橋づくり～
（株）中川パッケージ	無限に包む「ふわり、包装革命」
中沼アートスクリーン（株）	スクリーン印刷で、「友禅」から「薄型テレビ」へ
西清マテリアル（株）	「ソフトをカタチにする」和の心をモダンライフに息づかせる布スクリーン
（株）西利	ラブレ乳酸菌と旬の野菜でつくる健康漬物
日新電機（株）	“人と技術の未来をひらく” 京都発の国際的電力機器メーカー
（株）俄	イメージ価値を創造する、京都発信のジュエリーブランド
（株）仁秀	御室焼：筆頭門跡寺院仁和寺御用達
（株）のぞみ	「KYOTO × IDEA」 京都の魅力を日本へ、海外へ発信
（株）パールトーン	優れた撥水加工技術であらゆる生活シーンに「安心」を
（株）八代目儀兵衛	お米を楽しむ「贈り物」としてプロデュース
（株）ハッピー	「クリーニング」から「ケア・メンテ® サービス」へのイノベーション
（株）バルスタジオ	広告からプライダルまで、驚きと感動の映像づくり
（株）ブーゼフルール	パリと京都を融合する花のアレンジメント
ファイテン（株）	すべては健康を支えるために
（株）フェアリーエンジェル	「天使の光やさい」で、お客様に「心と体の健康」を
（有）フクオカ機業	どんな素材でも織物にする
（株）伏見夢工房	地域住民の郷土愛を結集し、地域を活性化
（有）丸益西村屋	京都にしかないよいものを思い出の1ページにする体験工房
（株）村田製作所	ムラタの新しい製品と技術でエレクトロニクスの未来をつくる
（株）山岡製作所	「薄い材料なら何でも抜きます」の技術で、お客様のニーズにチャレンジ心で応えます
ランゲート（株）	システムティックにISO取得できる事業を展開
（株）リーフ・パブリケーションズ	京都の「消費トレンド」「納得感」を熟知！
（株）ルーツゴルフ	「飛び」の創造人