

社長の経営IQをアップするマガジン | 特集:こんな時代に勝てる会社には理由がある!

BUSINESS SUPPORT

[ビジネス サポート]

[特集] ピンチが飛躍の原動力!

04

2009 April

不況でも強い 「勝ち組」中小企業

INTERVIEW

株式会社第一生命経済研究所 エコノミスト 斉藤俊輔

株式会社東京商工リサーチ 情報出版本部情報部 統括部長 友田信男

早稲田大学ビジネススクール 教授 柳孝一

トーマツイノベーション株式会社 代表取締役社長 白湯敏朗

CASESTUDY

三京物産株式会社 / 松和電子システム株式会社 / 株式会社ヤマグチ

株式会社スペースアップ / 株式会社ファインドスター

FOCUS

京都市

INNOVATOR

大三川 彰彦

Akihiko Omikawa

トレンドマイクロ株式会社

取締役 日本地域担当

M&Aや販路開拓などの
ビジネス情報精選

42件



京都伝統の技をモダンと融合 革新の老舗3社の 取り組み

全国で伝統的な地場産業が衰退している。
京都の伝統産業も、その波に飲み込まれそうになったが、
それぞれの伝承者が立ち上がった。彼らの目は世界を見据える。



株式会社日吉屋 1国100本のマーケット戦略

創業は江戸後期。和傘の伝統を今に伝える日吉屋は、今では京都で唯一の存在となった。西堀耕太郎社長は5代目となる。

茶道の家元が近くにあり野点傘などを納めてきた。全国の祭で使用する古い傘の修理も行ってきた。文化継承に不可欠な存在であるが、それだけでは経営は成り立たない。



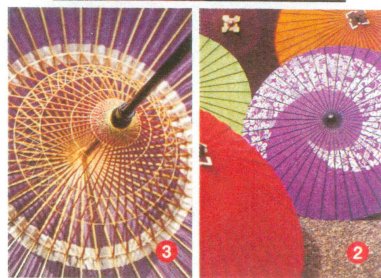
株式会社日吉屋 代表取締役 西堀耕太郎

そこで西堀社長は、和傘の美と伝統の技を照明器具に応用させた。それが、「KOTORI」である。

伝統を受け継いだ 新商品開発

「2004年に照明デザイナーとともにWAGASAプロジェクトをスタート。照明業界と傘業界では美に関する考えの違いがありました。それを折り合わせることで完成度を高め、KOTORIへと至ったのです」(西堀社長)

こだわったのは、骨組みの美しさと閉じる点である。コンパクトに収納できる照明器具は、輸送やストックにおいて優位性がある。ユーザーも季節に応じて使い分けられ、収納場所をとらない。用の美が際立つ。KOTORIのマーケット戦略は、1カ国に100本、10カ国で年間1000本の販売が目標だ。



① 骨組みの美しさは京和傘の特徴である。② 色鮮やかな京和傘。平安時代には魔除けとして使用されていたという。③ 京和傘の構造を生かした和風照明「古都里」。和紙を通した暖かく優しい光が心を和ませる。

ドイツで開催される世界最大規模の商品見本市「アンビエント」展をはじめ、欧州各地で開催される展示会で商談を重ねている。京都に唯一残った和傘の老舗は、世界をマーケットに躍進中だ。



約150年前の意匠をアレンジ seisuke88

京都、西陣で200年の歴史を持つ帯屋の蔵に図案が眠っていた。その数、約2000柄。当時は帯などに使われていたと思われる。

seisuke88は、この柄をテキスタイルにアレンジし、アパレルやバッグ、インテリア雑貨に展開。企画から販売まで手掛けるファクトリーブランドとして2003年に誕生した。

川上から川下まで

高橋聖介代表は、高橋練染株式会社

社の3代目でもある。練染とは、生地風の合いの整理加工を指す。着物もアパレルも、織り、染め、整理仕上げ、デザイン、縫製、販売など、分業の仕組みがある。

練染以外にも、業界を一から十まで知ったことが幅を広げた。

「往時の柄に込められた意匠を今の時代に合う形にどうクリエイトするか、そこにロマンを感じますね。また、メイド・イン・ジャパンへのこだわりから、どこか京都を感じさせるアレンジを心掛けており、そこが国内外から評価されている要因だと考えております。今では新しい得意先が増え、アメリカなどにも商品を卸しています」(高橋社長)

直営店とネットショップでの販売のほか、1業種1社に限ったコラボレーションにも積極的だ。資生堂子会社ザ・ギンザ、UNITED ARROWS、ミズノなどの製品作りのほか、JR東海「そうだ京都、

- ① 古来の柄を今風のインスピレーションでアレンジする。 ② インテリアファブリックにも使われる。海外での人気も高い。
③ 根底には京都を感じさせるアレンジを心掛けている。



seisuke88 代表 高橋聖介

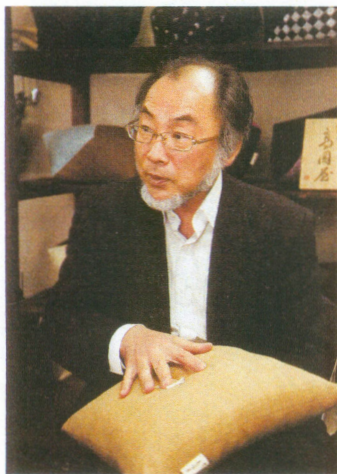
くつろぎ文化を海外展開
京都の百貨店の布団の加工工場と

「売る場所だけでなく、商品を発信する場所として、人の目をひく工夫をこらしました」と高岡幸一郎社長がその意図を語る。

大正8年の創業以来90年余り、手作り座ぶとんをはじめとしたモノづくりを手掛けてきた高岡屋。本社は京都のほぼ中央部に位置することから、「洛中」との屋号がついている。本社1階には、2007年に開設した「ざ・ふとんギャラリー」がある。モダンなデザインの斬新な空間は大きな話題を呼んだ。

株式会社高岡
低く暮らすくつろぎの文化

行こう。」キャンペーンのオリジナルポーチの製作と実に多彩である。



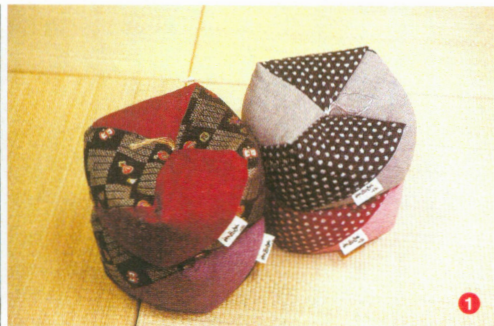
株式会社高岡 代表取締役 高岡幸一郎

して誕生した経緯を持つ同社は、安定した経営でその技を磨き成長してきた。しかし、和室の減少などライフルスタイルが変化する中で、変革の必要性を自覚したという。そして、次代につながる新しい挑戦に意識して取り組んでいる。

座ぶとんには「もてなす」と「くつろぐ」の2つの役割がある。和室が少なくなった今は、「くつろぐ」に特化した新商品開発を心掛けている。形、大きさ、色、すべてにおいて自由に発想。「座ぶとんとは何か」とベテランと若手社員が膝を交えて考え抜いた。

そして生まれたのが「おじゃみ座ぶとん」である。お手玉と同様、長方形の生地を縫い合わせて立体にする。立方体をひねった形状だ。

床に低く暮らす文化「座ぶとん」を、日本人のくつろぎのスタイルとして海外にプレゼンしていきたいと高岡社長は今後の抱負を語る。



- ① 注文が殺到している「おじゃみ座ぶとん」。関西ではお手玉のことを「おじゃみ」という。 ② 1階のギャラリーでは、さまざまな座ぶとんが展示されている。 ③ 綿入れは熟練の職人が1つひとつ手作業で行う。