

西陣地域産業と暮らしの持続的発展を求めて

芳野俊郎

〔抄録〕

京都府下の経済活動における製造業分野の激しい落ち込みの下で、京都市の伝統産業活性化支援が「観光産業基幹産業化」との連携を強めつつ推進されている。伝統産業の中でも西陣地域を中核とする西陣織産業においては、業界団体を中心に据えて数次にわたる「西陣産地振興対策ビジョン」が喫緊で重要な諸課題や諸提言を提示するものの、それらを実現するソフトな社会的関係資源のネットワーク化の進展が阻まれ、個別事業経営体の「自己努力」に委されている。京都府下の製造業や繊維産業、西陣地域の産業構造的な特性、西陣織枯渇部品・道具問題や『着物ばなれ』対応の経営戦略に触れつつ、京都市等の伝統産業活性化推進計画等を紹介しながら、「産地再生の岐路」にたつ西陣地域産業の今日的課題を明らかにし、持続的発展に向けた提案を試みる。

キーワード：産業と暮らしの持続的発展、西陣地域製造業の産業構造的な特性、西陣織枯渇部品・道具問題

はじめに

明治以来の日本「近代化」・経済成長至上主義路線の帰結は、欧米に追いつき追い越したかと思えた後の「構造改革不況」の上に、「100年に一度」と不正確に規定される「リーマンショック大不況」（2008年9月15日）の荒波に翻弄され、「健康で文化的な営業・生活空間づくり」を願う住民生活の福祉レベルを大きく歪めている。この間、2009年度末時点での製造業事業所のうち過去1年での開業数1,140は、1999年以降で最低となった⁽¹⁾もとで、中小企業向けの「緊急保障制度を2010年度末で終了させる」⁽²⁾と報道されている。

千二百有余年蓄積の思想・芸術・文化をベースにした京の伝統的生活文化産業の再生と持続的発展への手がかりを求めて行動する中で、耳にするのは「10年遅い！今は『廃業のすすめ』が親切!!」の声である。廃業を勧めて、資産等を転用活用して家族の生活手段を確保する道筋を提案すべきと言う。たしかに、工場跡地はマンションやサービス業施設あるいは簡易駐車場

に様変わりしているが、マンション「過剰」による「空き室」解消対策が焦点となる中で有料老人ホーム建設が有利な利殖先として提案されたりもしている。

和装関連工程を含めた繊維工業のみではなくて製造業全般の視点で西陣地域の「産業構造」を見たとき、西陣は再生・持続的発展が可能な「産業集積領域と連関の基盤保持」の範囲内にあるのか。さらには、「西陣織はジャパンデザインの象徴」であるからして、和装民族衣装市場創出かファッション市場創出のどちらをとるのかという議論は避けて通れないのであり、かつその大前提としての西陣織「裾野・分母」は、市場創出能力を有して存在しているのかどうかが問われることになる。つまり、「なんぼ儲かるのやではなく、たしなむシチュエーションづくり」が機運となっているのかどうを問いたださねばならない。

さてここで、もう一つの「声」を紹介しよう。全西陣織物労働組合（1947.9.1の労基法施行日に全西陣織物従業員組合として出発）⁽³⁾の学習会（2010年9月18日）にて回収させていただいたアンケートからである。①あこがれの京都に就職して手織で20年。これからは、起業して手織帯を全国に広げる「西陣商店」をつくりたい。西陣産業は絶対なくしてはいけない。もっといろんな角度から仲間と一緒に話し合いたい。②企業の儲けでなく地場産業としての西陣づくりを。そして、販路拡大やものづくり職人支援、仕事おこし、後継者育成をみんなで取り組みたい。③70才くらいまで染織発展や研究開発に活躍したい。他方で、④「20才から西陣一筋。これからも貢献したいが、今失業中でハローワークで探しても何もありません。弱気です」との声も寄せられた。

職人労働者の西陣織現場をふまえた「声」に背を押されて、この拙論では以下の諸点を考察する。まず西陣織産地の現状を品種別出荷数量と金額の推移によって概観し、西陣織枯渇部品・道具問題にもふれる。ついで、「文化産業」立国論を紹介した上で、呉服市場問題から見た西陣織産地の現状、及び『着物ばなれ』に対応する帯地メーカー経営者の経営戦略を示す。そして、日本経済のグローバル化による地域経済構造の変容の下にある京都府・京都市等の製造業の現状を示した上で繊維産業の位置を確認し、西陣地域を構成する各区の産業構造的特性を把握する。その上で、京都府や京都市の伝統産業振興計画や活性化推進条例における「政策支援」の特徴を概観する。最後に、西陣織工業組合等による第6次西陣産地振興対策ビジョン等の主内容を整理要約しつつ「産地再生の岐路」にたつ今日的課題を明らかにし、西陣地域産業の持続的発展に向けた提案を試みる。

1. 西陣織産地の現状

1-1 品種別出荷数量と金額の推移

西陣産地の主要品種である帯地・きもの・ネクタイ・金襴は、この35年間のピーク時比較において出荷額では2.1～25.1%、金額では5.5%～27.4%にまで落ち込んでいる。また、組合会員数や登録織機台数等のピーク時と比較した減少率は9%から30%の幅にある。しかも、

表1-1 品種別出荷額数量と金額の推移

	出荷数量			金額 (億円)		
	ピーク時	2008年	ピーク時比率	ピーク時	2008年	ピーク時比率
帯地 (万本)	733	87	11.9%	1,706	202	11.8%
着物 (万反)	239	5	2.1%	289	16	5.5%
ネクタイ (万本)	1,358	135	9.9%	108	12	11.1%
金襴 (万㎡)	203	51	25.1%	135	37	27.4%
	ピーク時	2008年	ピーク時比率	2009年末予想値	ピーク時予想値比率	
組合会員数	15,341	501	32.7%	450	29.3%	
登録織機台数	38,289	5,449	14.2%	5,000	13.1%	
出荷金額 (億円)	2,476	545	22.0%	480	19.4%	
帯地部会員数	1,105	372	33.7%	330	29.9%	
うち帯織機台数	23,536	4,966	21.1%	4,500	19.1%	
帯地出荷本数 (万本)	828	86	10.4%	75	9.1%	
帯地出荷金額 (億円)	1,856	201	10.8%	160	8.6%	
西陣織機台数	H11からの9年間の減少平均値は年67		1,200~1,400	注) 減少台数はK機料店調べ。また「2009年末予想値」		

注) 帯地部会員数 372社のうち、輸入生糸申請は180社である。これから廃業20(予測)を減じると160社が実質の織屋となる。また、経営主体が50才以下でかつ後継者有りの事業体は60社程度になる。(出所: 西陣織工業組合「西陣生産概要 平成20年」p.6-7等より作成) なお、表中の「ピーク時」とは、1975年から1990年間で最高値を言う。

表1-2 西陣織関連工業組合等の概況—ピーク時との比較

関連工業組合等の実態	現在数	ピーク時数	平均年齢 (才)	後継者有り (推定)
丹工織機	1,898台	11,769台	62.3	10%
西陣綜統組合	19軒	83軒	67.1	16%
西陣緋同業組合	25人	45社	69	0%
金銀糸協同組合	300人	106社	57	50%
西陣整経同業組合	70人	147社	58	40%
繊維染織工業組合	690人	180社	59	20%
西陣意匠紙協同組合	100人	193社	65.5	12%
京都府撚糸工業組合	3人	102社	70	18%
小松撚糸工業組合	20軒うち生糸は2社で国内90%		67	0%
綜統部品 西陣 箴屋	4人	11人		0%
綜統部品 目板	1人		70	0%
綜統部品 棒刀	1人			0%
綜統部品 金枠	1人		70	0%
証紙発行枚数 帯1-2月	昨年度対比で56.4%			

(出所: 同前)

なれば生産関連機能と基盤が歯槽膿漏の崩壊を招くことは明らかであろう。「西陣ブランド」証明の証紙発行機能を要する機関のみが残存しても、全く意味はないことになる。

1-2 西陣織枯渇部品・道具問題

前項で、綜統や整経・染織等関連工程の協同組合の生産関連機能の崩壊状況を明らかにしたが、これら関連機構に関わる「力織機などの不足部品」では、16種にわたる道具や部品不足問題を指摘している中で、特にダイレクトジャガード各種部品で22%の、シャトル(杼)各種では17%の事業体が「不足部品」としている。手織の現場では、耐用年数10年ものをもだましましで20年間稼働させている。力織機に付帯するダイレクトジャガードの電子部品と電子材料は、生産中止が相次いでいる。さらに、樹脂部品は金型の老朽化で供給困難に陥っている。たしかに、西陣織不足機器開発事業委員会が発足してはいるが、「協議会へ現場の人間を

帯地会員数の内実は、実質的経営体としては60社程度と予測されている。ピーク時には、西陣織総出荷額の67%を占めていた帯地部門が9%まで縮小している(「表1-1」参照)。

「表1-2 西陣織工業組合概況—ピーク時との比較」は、生産工程間の社会的連関を有する各組合の生産能力や従事者の平均年齢、後継者の有無状況を見ているが、これらも大きく落ち込んでいる。関連工程の連関が機能不全と

入れろ」の声は届いていないし、統一的実効的取組になっていない。他方で、織屋経営者⁽⁴⁾は、「現場で工面せよ」の姿勢が強くて、織屋レベルにおいてすら、なかなか全体がまとまらない状況にある。こういった状況の中、機料店の経営者は、「部品備蓄物件は5年分で1億3千万円程度必要であり、これらの具体的明細書は公的機関に提出している。必要とされる60歳代技術者はまだ残っている。『首を絞めたのはお前やろ』と言われたくないので、あと5年頑張る」と決意を述べている。この経営者は、和装・帯・キモノ・金襴はなくなるならないという信念のもと、これからの新しいものづくりに向けて、「機料店は部品の備蓄を」「出機が消えるので、工場システムづくりを」「新しい織り手+工程メンテナンス+機ごしらえ=新しい技術者と後継者育成を」⁽⁵⁾と提案している。

2. 「文化産業」立国と呉服市場問題から見た西陣織産地の現状

経済産業省は、「文化産業」立国に向けて一文化産業を21世紀のリーディング産業に一（2010年6月、同省ホームページ参照）において、文化産業を自動車・エレクトロニクス産業等と並ぶ日本経済の柱とするための「内需創出」策を提起している。「文化」をキーワードにした内需創出とは、①「文化」の持つ編集能力を活用し、衣・食・住・観光などの各分野で新たなライフスタイルを提示し内需の創造を目指す。②個々の製品やサービスの「単品売り」ではなく、統一的なコンセプトの下にパッケージとして提示する優れたデザイナーの編集能力によって伝統工芸のネットワークが再起動された事例（このネットワークは左官職人・和紙職人・和紙照明デザイナー・織物アーティスト・木工作家）を示している。例えば、「衣→若者ファッションの活況→消費拡大」「食→日本食レストランの成長→日本食材・食器調理具」「住→省エネ・耐震性→建材・住宅設備メーカー」「観光→地域資源の活用→地域経済の活性化」という流れが内需と雇用を創造するという。

文化産業による新たな内需創造の具体的分野は、衣・食・住・観光をはじめ国民生活に関わりの深い分野であり、雇用創出への波及効果は大きいとする提案に、先にみた西陣織職人労働者の声がいていねいに反映されることを期待したい。

2-1 呉服小売市場—推移と予測

「表2-1 チャンネル別呉服小売市場—推移と予測」にある通り、呉服小売市場は6,270億円（2003年値）から3,210億円（2009年予測）へと5割近く落ち込み、なかでも△90.4%と大きく落ち込んだのが「催事・訪問販売」⁽⁶⁾である。大きく増大しているのが「直販・インターネット販売」で、2009年予測値では一般呉服店などの半額を占める440億円予測となっている。

次に、総世帯のうちの勤労世帯における「和服に関わる平均値支出額」を「家計調査年報—家計収支編—平成20年」より見ておく。和服への支出は3,462円、洋服へのそれは67,226円

表 2-1 チャンネル別呉服小売市場—推移と予測 (単位: 億円, %)

	規模 (億円)			シェア (%)			
	2003	2008 (見込)	2009 (予測)	2003	2008 (見込)	2009 (予測)	2009/2003
一般呉服店	2,100	1,200	990	33.5	29.8	30.8	-52.9
チェーン専門店	1,800	1,300	900	28.7	32.2	28.0	-50.0
催事・訪問販売	1,250	230	120	19.9	5.7	3.7	-90.4
百貨店	560	400	320	8.9	9.9	10.0	-42.9
量販・総合衣料店	75	35	25	1.2	0.9	0.8	-66.7
直販・INT	230	430	440	3.7	10.7	13.7	91.3
リサイクル	240	325	310	3.8	8.1	9.7	29.2
その他	15	113	105	0.2	2.8	3.3	600.0
総市場	6,270	4,033	3,210	100.0	100.0	100.0	-48.8

(出所: 矢野経済研究所『きもの産業白書』2009年版, P.7を加工して援用)

であり、和服への支出額は洋服の5%に過ぎないし、さらに、和服は携帯電話通信料支出額の3.1%, ペットフード支出額の65%, 園芸用品支出の63%である。

ところで、「業界アンケート」によれば「90%以上の方が一度着てみたいと答える」にも関わらず、きものを着用しない理由は、「①自分で着れない。②着ていくところがない。③高価であり、その価格や価値がわからない。④汚れ等のアフターメンテナンスが大変。⑤ルール・しきたりがうるさくてよくわからない。⑥どこで買ってよいかわからない」と確認されている。そして、「どこで買ったらいいの? 私たち着物難民よネ! 入ったら押し売りで、怖い目にあった」という着物大好き女性の“ブログ”上の声業界を突き抜けていく。ただし、西陣織メーカー側は「小売屋がらみなので、変えようがない」として「対応せず」の構えが10年以上繰り返されてきたのであった。

2-2 『着物ばなれ』はなぜ?—帯地メーカー経営者の対応

西陣帯地メーカー社長のA氏⁽⁷⁾は、「『着物ばなれ』現象の原因は、業界の‘体質’にあった。業界が悪くなる様にして来たからマーケットが縮小したのであり、最大の問題は、『着物』を日本の文化として売らないで『物』として売り、着物をお金儲けの手段に使った」ことにあると語る。「世間は着物ブーム!!」という時代の追い風にも関わらず「業界・流通・小売が、それぞれの役目を果たしていないために、消費者からのしっぺ返しとなって跳ね返っている」と見る。つまり、業界の問題点は、①メーカーの変質—新規開発を放棄しコピー業に成り下がり、かつ下請けいじめ業に徹したこと。②流通の企画能力喪失—展示会場送りの札付け業と宅配依頼の運送業に成り下がったこと。③小売の展示会場案内業化—固定客を展示会に案内する展示会場案内業に徹し、自らの商品品揃リスクを負わない商品無し業となってしまったと分析する。

生活様式の多様化やライフスタイルの変容が進展し、①ジミ婚ブームで和装は着用しないといわれるが、他面では②教会式の減少と和装・和式結婚式が増えるという「和の回帰」現象、③振り袖レンタルマーケットの活況—ただし、貸衣装屋さんではなくて写真館の展開

（前撮りと着付けで親も涙するアルバム仕上げで30万円とも言われる）であるが、開業後は帯などの仕入れも飽和となる。また、「消費者からのしっぺ返し」の裏側にある「消費者の楽しみ方」の変化のキャッチングに失敗しているとも語る。高度成長期のように筆筒に所有する喜びから、着装してオシャレを楽しむ方向や適正価格・適正品質・ハイセンス・作り手のこだわりが伝わってくるアイテム選好に変わってきている。従って、ここで大きく変わらなければ、消費者無視の呉服業界では大きく後退するのみであろうと予測している。

3. 京都府下・京都市内等の製造業及び繊維産業の位置

3-1 日本経済のグローバル化と地域経済の構造の変容

日本の地域開発政策は、特定地域総合開発計画（1950年）や「全国総合開発計画」（第1次の1962年から第5次の1998年にわたる、約50年間にわたるリーディング産業立地政策であった。その結果、第2次産業に占める機械系3業種（一般機械・輸送機械・電気機械）比重が50%近くまでを占め、しかもこれら3業種の総需要（国内需要+輸出）に占める輸出割合は、2007年値では輸送機械（30.4%）・電気機械（28.7%）・一般機械（25.9%）を示し（『中小企業白書2009年版』参照）、かつその輸出先はアメリカ極集中型構造の形成であった。まさに吉田敬一氏が指摘するように、「戦後日本の経済成長でよかったときは、アメリカのマーケットが萎まないで、アメリカ人が一番欲しがると自動車・家電・精密機械を中心とする輸出特化型に、日本の産業構造をシフトしていた」⁽⁸⁾場合なのであった。

併せて、1985年「プラザ合意」による日本経済のグローバル化の本格化によって、多国籍企業の海外直接投資の増大と経済構造調整政策による農産物および中小企業性製品の積極的輸入政策や規制緩和政策という「二重の国際化」⁽⁹⁾が進展する。「プラザ合意」による円高誘導が「円高」不況を生み、過剰流動性資本が「不動産バブル」をまきおこし、1991年のバブル崩壊以降の「失われた20年」というもとでの「改革なくして成長なし」という名の新自由主義型「構造改革」路線が、大企業の海外売上高の増大と内部留保拡大の自由度を保障したのとは反比例して、「健康で文化的な営業・生活空間づくり」を願う住民生活の福祉レベルは大きく歪められたのである。このような日本経済の構造的変動の下で、「京都府経済は最も落ち込みの激しい地域のひとつとなっている。それはなぜだろうか」⁽¹⁰⁾と岡田知弘氏は問う。雇用が創出されて地域で働く人びとの生活が再生産されるには、地域内投資主体（自営業者や農林漁家、協同組合、NPO、地方公共団体も含む）による地域内再投資力の持続的発展と地域内産業連関の強靱化が課題となる。従って、最大の投資主体である民間事業所に注目して地域産業構造の転換を明らかにすれば、それに規定された住民の就業構造や地域の人口扶養力の変動を実証的に明らかになるとする。

この分析視点に学びつつ、『内需』充実構造への転換は「外資」呼び込み歓迎路線による不動産バブル期待論や土建国家型大型公共投資事業再現論とは峻別された、地域内投資主体培養

による地域内再投資力の持続的発展と地域内産業連関の強靱化としての生活密着型地域文化資源の深耕による『内需』深耕の在り方を考える必要がある。それは、製造業における中小零細企業問題を、公正取引視点や「自立・自律」型マーケット・イン経営戦略から、および伝統産業産地問題及び和装産業再生問題をニーズ・イン戦略（プロダクト・アウトからの転換）から捉え直すことでもある。これらの視点をふまえてこそ、持続的発展展望の下での先端技術との融合が丁寧にプロデュースしうるのである。例えば、西陣におけるジャガードやバタンなど10種の洋式機械類の日本への初輸入は、近代技術導入を地域に定着させることを可能にした土壤があったからこそ紋織物発展に画期をもたらした⁽¹¹⁾のである。さらに、この輸入された鉄製ジャガード機は、西陣の機械大工荒木小平の2年の歳月をかけた取組によって大部分を木製でつくることに成功したが故に、西陣地域において木製ジャガードを導入する機業家が増えていったのである。

3-2 事業所数及び従業者数の推移

2006年における日本全体の事業所数は約591万所、従業者数は約5,863万人、そして1事業所あたり従業者数は9.9人であり、1991年値比較では事業所数では14.3%減、従業者数では7.1%減（『平成18年 事業所・企業統計調査結果報告』参照。以下に掲げる図表等の数値も特に断らない限り同様）である。これらを、都道府県別増減率によって上位団体と下位団体について概観すると、京都府の事業所減少率は下位から3位の▲9.47%で、従業者減少率は下位11位の▲2.62%である（表3-1）。

表3-1 事業所数・従業者数の都道府県別増減率比較

事業所数増減率 (H18/13) %			従業者数増減率 (H18/13) %		
1	沖縄県	-1.01	1	沖縄県	4.51
2	広島県	-3.88	2	愛知県	1.98
3	埼玉県	-4.48	3	東京都	1.12
4	奈良県	-4.60	4	埼玉県	0.41
5	東京都	-4.72	5	滋賀県	-0.37
	全国	-6.91		全国	-2.53
	H18事業所数	H13事業所数		H18従業者数	H13従業者数
	5,911,038	6,350,101		58,634,315人	60,158,044
37	岐阜県	-7.97	18	京都府	-2.62
38	山口県	-8.26	38	和歌山県	-5.65
39	鳥取県	-8.56	39	徳島県	-6.03
40	秋田県	-8.62	40	長野県	-6.43
41	大分県	-8.64	41	北海道	-6.59
42	香川県	-8.78	42	秋田県	-6.70
43	徳島県	-9.24	43	鳥取県	-6.77
44	高知県	-9.43	44	大阪府	-6.87
45	京都府	-9.47	45	愛媛県	-7.86
46	愛媛県	-11.19	46	高知県	-7.95
47	大阪府	-11.51	47	青森県	-8.55

「表3-2」にて、京都府内産業分類別事業所数の増減を概観する。京都府や京丹後市、京都市ともに事業所数が増加しているのは、福祉系事業所である。全産業での事業所数は10%程度の減少（2001値に対する2006値比率）であるが、建設業や製造業なかでも繊維・染色整理・和装製品・繊維衣服卸売の減少幅が30%近くまで激しく減少している。なお、西陣織の出機（＝下請型製造基地）先である京丹後市は、建設・製造・繊維・染織整理・一般機械の減少に加えて農林漁業も減退している反面、電気機械と繊維・衣服等卸売が20%近く増大している。

京都府内従業者数の増減（表3-2）では、製造業の10数%減少の中で、繊維と織物では約24%減少している。また、京都市内の西陣織に関係する2つの区について特徴を概観する。北区は、一般機械器具製造業で事業所数と従業者数ともに京都市減少率に比較して減少率がかなり高い。上京区では、電気機械器具製造業および繊維・衣服等卸売業での減少率が高い傾向にある。

ここで、京都市内製造業の中分類項目分野での比重を概観する（表3-3）。製造業事業所数の業種別比重においては、繊維工業事業所比重が圧倒的に高いウエイトを持っていて38.5%

表3-2 産業別 事業所数・従業者数（H18／13年比）〈全事業所〉

事業所数（H18/13）	京都府	京丹後市	京都市	上京区	北区	京都市／ 京都府	上京／ 京都市	北／ 京都市	京丹後市／ 京都市
全産業（R公務を除く）	-9.5	-11.9	-10.1	-19.6	-13.4	1.1	1.9	1.3	1.2
農林漁業	11.2	-10.0	27.8	—	—	2.5	—	—	-0.4
建設業	-12.1	-11.5	-12.3	-28.1	-15.7	1.0	2.3	1.3	0.9
製造業	-17.4	-19.4	-18.6	-27.4	-22.7	1.1	1.5	1.2	1.0
繊維工業	-24.3	-21.6	-26.2	-30.0	-26.2	1.1	1.1	1.0	0.8
織物業	-24.1	-21.9	-29.8	-32.9	-28.1	1.2	1.1	0.9	0.7
染色整理業	-24.1	-10.0	-24.1	-22.3	-17.2	1.0	0.9	0.7	0.4
和装製品・足袋製造業	-14.0	—	-13.1	-22.1	-18.5	0.9	1.7	1.4	—
一般機械器具製造業	-11.5	-10.0	-12.9	-29.7	14.3	1.1	2.3	-1.1	0.8
電気機械器具製造業	-11.3	16.7	-10.5	-28.6	-11.1	0.9	2.7	1.1	-1.6
卸売業	-11.7	-1.4	-14.0	-22.4	-14.2	1.2	1.6	1.0	0.1
繊維・衣服等卸売業	-21.6	16.0	-22.8	-24.8	-15.4	1.1	1.1	0.7	-0.7
社会保険・社会福祉・介護事業	31.8	27.3	57.5	64.5	83.7	1.8	1.1	1.5	0.5
老人福祉・介護事業	53.1	58.3	95.9	275.0	106.7	1.8	2.9	1.1	0.6
従業者数（H18/13）	京都府	京丹後市	京都市	上京区	北区	京都市／ 府	上京／ 市	北／ 市	京丹後市／ 市
全産業（R公務を除く）	-2.8	-5.4	-0.7	-10.2	-1.5	0.3	14.6	2.1	7.7
農林漁業	2.8	-55	-27	-80	-19.5	-9.6	3.0	0.7	2.0
建設業	-14.9	-13.5	-11.6	-22.3	-23.1	0.8	1.9	2.0	1.2
製造業	-9.8	-13.9	-11.4	-22.5	-15.6	1.2	2.0	1.4	1.2
繊維工業	-23.1	-21.3	-23	-25.7	-25.5	1.0	1.1	1.1	0.9
織物業	-23	-22.3	-23.6	-23.6	-23.1	1.0	1.0	1.0	0.9
染色整理業	-22.3	—	-22.4	-26.2	-21.6	1.0	1.2	1.0	—
和装製品・足袋製造業	-18	6.7	-16.3	-40	-11	0.9	2.5	0.7	-0.4
一般機械器具製造業	-2.8	18.8	-7.8	-38.8	71.1	2.8	5.0	-9.1	-2.4
電気機械器具製造業	-13.1	-20.3	-12.1	252	-9.6	0.9	-20.8	0.8	1.7
卸売業	-12.3	8.5	-14.5	-13.6	-13	1.2	0.9	0.9	-0.6
繊維・衣服等卸売業	-23.4	25.7	-24	-20.3	-13.4	1.0	0.8	0.6	-1.1
社会保険・社会福祉・介護事業	58.3	53.3	81.2	5.3	96.4	1.4	0.1	1.2	0.7
老人福祉・介護事業	60.3	62	68.3	276.7	82.1	1.1	4.1	1.2	0.9

表3-3 京都市事業所に占める繊維工業の位置—産業（細分類）別4項目比較（%）

	全 事 業 所				従業者4人以上の事業所			
	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	付加価値額	事業所数	従業者数	製造品出荷額等	付加価値額
食料品製造業	7.4	12.0	5.7	7.0	10.8	12.7	5.7	7.1
繊維工業	38.5	15.4	4.6	6.2	27.3	12.5	4.1	5.5
印刷・同関連業	9.2	10.7	11.0	7.5	10.1	10.9	11.0	7.5
化学工業	1.0	2.9	2.9	2.1	1.8	3.2	2.9	2.2
窯業・土石製品製造業	3.5	1.9	1.8	3.2	3.6	1.8	1.8	3.2
鉄鋼業	0.3	0.3	0.4	0.2	0.4	0.3	0.4	0.2
非鉄金属製造業	0.6	1.4	2.1	0.8	0.8	1.5	2.1	0.8
金属製品製造業	6.1	5.3	2.5	3.3	7.2	5.3	2.5	3.2
生産用機械器具製造業	5.3	8.0	7.1	6.8	7.0	8.4	7.1	6.9
業務用機械器具製造業	1.7	9.5	10.7	14.4	2.8	10.3	10.8	14.7
電子部品・デバイス・電子回路製造業	0.9	5.4	7.6	15.0	1.3	5.9	7.7	15.3
電気機械器具製造業	2.2	7.1	6.5	6.3	3.5	7.7	6.6	6.4
輸送用機械器具製造業	0.7	4.3	5.6	3.2	1.2	4.7	5.7	3.3
製造業から	100	100	100	100	100	100	100	100
	事業所数		従業者数		製造品出荷額等		付加価値額	
京都市総数	6,594		78,543		2兆4,836億円		9,700億円	
繊維工業	2,536		12,067		1,131億円		600億円	
繊維工業の比重 %	38.5		15.4		4.6		6.2	

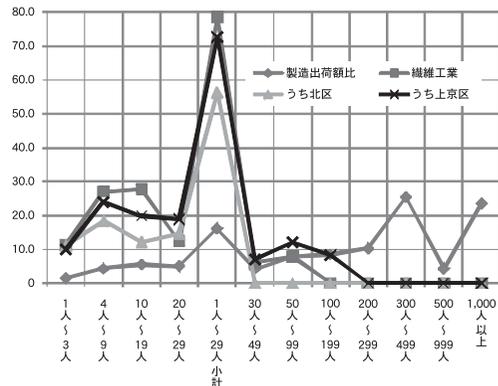
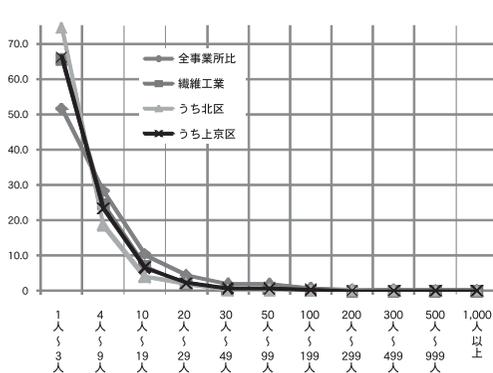


図3-1 京都市繊維工業の従業者規模別比重—事業所 図3-2 京都市繊維工業の従業者規模別比重—出荷額

を占めている。なお、従業者4人以上の事業所数比重は繊維工業が最高であるが、その最高値が36%であることから、残り64%が従業者4人未満規模の事業所ということになる。また、従業者数比重でも15.4%で最大である。ただし、製造品出荷額等では4.6%、付加価値額では6.2%の比重である。北区と上京区における従業者規模別事業所数分布（図3-1）から明らかのように3人以下層が圧倒的で、9人以下層で80%以上となっている。同様に「出荷額比重」（図3-2）で見ても、9人以下層で50%~80%を占めていることから、圧倒的な存在意義を示している。

「図3-3」は、京都市内製造業のうちの繊維産業系の細分類業種を抄出したものである。京都市内製造業のうちの繊維産業系の事業所数は2,536所、従業者数は12,067人である。絹・人

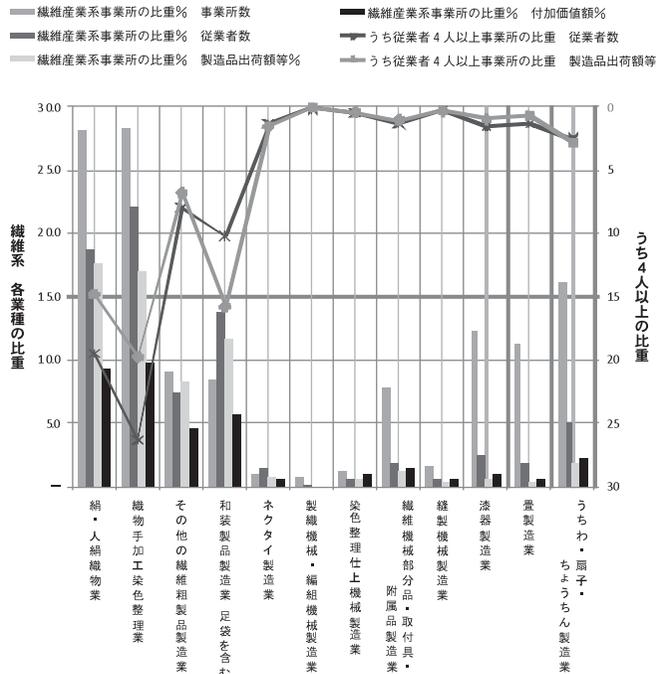


図3-3 京都市内の繊維系各業種の4項目比重

絹織物業と織物手加工染色整理業の合計値では、事業所数は1,434所、従業員数は4,930人となり、両業種での比重は事業所数では56.5%、従業員数は40.9%となる。これらの従業員4人以上事業所の占める比重は、事業所数比重では20%~26%、従業員数比重では15%~20%であり、第3位の比重を示す和装製品製造業（足袋を含む）が10%~16%、そして部品・道具枯渇の危機的状況にある繊維機械関連製造業（40社、従業員204人）における従業員4人以上比重は、2%~2.1%である。伝統産業種目である畳や扇子等もほぼ同様の状況にある。

最後に、西陣地域に該当する北区と上京区に焦点をあてて京都市内製造業事業所（事業所総数6,594所 - 2006年数値）「従業員4人未満の事業所の比重（%）」（表3-4）を確認しておく。京都市内製造業に関わる事業所数や従業員数及び製造品出荷額の3項目ともに、京都市値と比べて「従業員4人未満の事業所の比重（%）」ははるかに高く、事業所比重では1.5倍、従業員比重では8倍以上、製造品出荷額比重では10倍近くに達する。ただし、北区の中で「従業員4人未満の製造業事業所の比重」が事業所比重と従業員比重ともに高い学区は、待鳳・楽只・柏野である。他方で、製造品出荷額比重が低位なのは鳳徳・紫野・大將軍・衣笠である。同様に、上京区で事業所比重と従業員比重ともに高い学区は、成逸・仁和・翔鸞である。他方で、製造品出荷額比重が低位なのは、桃園・小川・中立・聚楽・正親・京極・滋野である。小規模経営体の社会的分業により成り立っている西陣織産業の構造的特性を示すものであるとともに、区内における小規模経営体間の付加価値獲得格差を如実に示している。

表3-4 区内事業所に対する従業者4人未満の事業所の比重%

	事業所数	従業者数	製造品出荷額等
京都市	51.6	8.3	1.4
北 区	74.6	31.7	11.1
上京区	66.3	24.4	10.0
中京区	59.3	10.6	1.5
南 区	27.8	2.9	0.7
伏見区	36.6	3.8	0.5
北区より抄出			
待 鳳	80.5	48.9	24.9
鳳 徳	65.2	27.0	9.4
紫 野	73.8	30.7	4.1
楽 只	80.6	62.2	32.9
鷹 峯	76.9	38.6	49.9
柏 野	88.9	65.9	46.2
大將軍	66.7	20.0	9.4
衣 笠	59.0	24.8	9.0
金 閣	78.9	23.7	15.3
中 川	75.0	53.3	30.4
上京区より抄出			
桃 蔭	60.7	20.7	4.8
小 川	53.3	11.7	3.9
中 立	34.6	10.0	8.7
聚 楽	48.4	16.9	7.2
正 親	53.8	22.4	5.7
西 陣	60.5	22.3	13.5
成 逸	81.0	41.1	11.6
室 町	57.5	16.2	11.9
京 極	12.5	4.8	0.8
滋 野	57.6	12.4	4.5
出 水	69.6	21.0	8.0
仁 和	79.1	42.5	25.5
翔 鸞	79.3	40.1	11.2

4. 京都府・市の振興計画や活性化条例の特性

4-1 「京都府伝統と文化のものづくり産業振興条例」の特性

「京都府伝統と文化のものづくり産業振興条例」(2005年17年10月18日、京都府条例第42号)では、「伝統と文化のものづくり産業」を「社会的な分業体制を形成しながら地域とともに発展し、近代産業を生み出す基盤としての機能を果たしてきた(が,)存続が危ぶまれるほど厳しい状況にある一方で、ゆとりや潤いのある生活が求められ伝統的な日本文化への評価が高まってきている。先端技術等との融合によって時代の変化に適合した新たな伝統型生活文化創造産業としての発展が、より豊かで文化的社会実現(と,)国際社会の中で京都の輝きを増す大きな力となる」として、先端技術融合による「新たなものづくり」と「国際観光交流促進」を強く意識した位置づけになっている。

また、これら産業振興主体は、「府と事業者及び府民が一体となつての推進を基本としなけ

ればならない」とした上で、「事業者の役割」は次のように強調される。①必要な技術，人材等の生産基盤保持。②伝統的な素材，技術又は意匠を生かした新たなものづくりの推進。③伝統を生かした新たな生活文化の提案及び普及，現在及び将来の需要基盤形成。④産業が正しく理解されるように情報の消費者への提供である。そして、「府民の役割」は，伝統文化工芸品等を日常生活に取り入れるよう努める。従って，事業者者は生産基盤保持から先端技術融合による「新たなものづくり」の消費者普及までの「責務」を負う位置づけとなる。「事業者の小規模特性と伝統技術継承」が地域内社会的分業工程の連関によって保持・発展されることを認識しているのならば，先端技術融合やマーケット・イン視点での製品開発に向けた公的機関の先導的役割が取組が，新たな伝統（型）生活文化創造産業にとって不可欠なことが「府の責務」として語られるべきではないのか。例えば，この条例中の「基本的な施策」の項において条文中に明記されているのは，次に見る2項目である。①「伝統と文化のものづくり産業の集積等による振興を図るための補助金の交付」⁽¹²⁾，②「京都府伝統と文化のものづくり産業振興審議会」⁽¹³⁾設置である。

この条例制定に先立つ産業振興条例（仮称）案の骨子に対してよせられた「府民意見」⁽¹⁴⁾とそれへの「府の考え方」という回答状況を見ておく。

①「業界，従事者と行政，研究者との横断的会議を設置して，振興策を検証するためのワーキング等を設けてはどうか。組織の設置にあたっては，伝統産業従事者，NPOや地域で活動している方など，府民の参加を保障すべき」という提案に対する京都府の考え方は，「京都府伝統と文化のものづくり産業振興審議会」等推進組織の整備によって「広く府民等の参加を得てまいりたい」にとどまっている。

②製作現場の第一線である技術者・職人の位置付けが示されておらず，「事業者と従事者（職人・技術者など）の役割」とすべき。③今の時代は，作り手も売れるものづくりや売る技術について学ぶ必要がある。④伝統産業品の海外生産や逆輸入は，伝統と文化のものづくり産業の発展を阻害するものであり是正に努めていただきたいという意見に関しても，「本条例での事業者の役割規定で対応できる」としている。

⑤「後継者不足対策として，若者たちが希望を持って門を叩ける様な業界になることを願う」への回答も，「府としても必要な施策を講じてまいりたい」と述べるにとどまる。

⑥どこで，誰が，何をつくっているのか，どこで入手できるのかといった情報をまとめたガイドブックのようなものがユーザーに配布できないか。アートフェアの開催など，作り手と買い手が気軽にコミュニケーションでき，伝統工芸品が身近な暮らしを輝かせるものと感じられる場を設けてはどうかについても，教育・学習の振興や知識の普及に加え，観光旅行者等の滞在者に対する啓発・情報提供にも取り組むこと，さらに府民の皆様の日常生活に伝統と文化のものづくり産業から生み出される工芸品等を取り入れていただくことを期待するという。

⑦廃校を工房などとして自由に使用できるようものづくりに携わる人のために開放しては

いかがかんしては、「新たな産業集積等を促進することによる振興を図るための取組を行うこととしております」という。

総じて、府民意見提起者の熱い思いへの回答は、本条例で対応できるという形で軽くないなされている印象をぬぐえない。

4-2 京都市伝統産業活性化推進条例の特性

次に、「京都市伝統産業活性化推進条例」(2005年10月15日 条例第21号)を見ておく。「1200年を超える悠久の歴史の中で、京都固有の伝統的な文化を支えてきた(が,)生活様式の変化などによる需要の低迷、海外製品の流入による価格競争の激化などにより、多くの業種においてかつてない厳しい状況にあ(るが,)京都府との連携の下に日本の伝統的な産業に活力を与え、日本の文化を京都から世界へ向けて発信することを決意しこの条例を制定する」という。ここでいう「伝統産業」とは、伝統的な技術及び技法を用いて、日本の伝統的な文化及び生活様式に密接に結び付いている製品その他の物(以下「伝統産業製品等」⁽¹⁵⁾)という)を作り出す産業のうち、本市の区域内において当該伝統産業製品等の企画がされ、かつその主要な工程が経られるものである。また、「事業者」とは伝統産業に係る生産者、卸売業者、小売業者その他伝統産業を営む者と規定する。

京都市伝統産業活性化推進計画⁽¹⁶⁾の数値目標(2006年を基準とした2011年度目標)は、①減少を増加に転換させるために、2005年度額1,774億円出荷額の1%増加、②伝統産業に接したことがある市民割合を200.5%から220%まで増やす、③「伝統産業の日」事業来場者数を2005年145,750人から300,000人へ、④京都伝統産業ふれあい館来場者数を148,803人から250,000人へ、⑤四条京町家の来館者数を、祇園祭の期間をのぞいた30,175人から40,000人へ増大させるである。

また、「事業者が主体となり、市民等や行政を含む京都の総力を挙げて取り組むことが必要です」として、40項目の具体的取組(うち重点項目は8つ)を掲げる。入洛観光客数アップを意識した「観光産業基幹産業化戦略」⁽¹⁷⁾との連携を強く意識させる数値目標が掲げられている。

さらには、高級品市場開拓路線の踏襲でもある。例えば、「重点8項目」のひとつである「京ものきらめきチャレンジ事業」は海外市場の開拓などを謳っているが、2009～2010年度事業は首都圏の富裕層への「新感性製品づくり」PRと「販路拡大」を意図した展示会開催事業である。2009年・2010年度で各1千万円程度の補助事業に対して、産地組合や4名以上グループ、NPOから10～15団体が公募・認定されている。なお、京都市は、和装産業活性化を目的に南青山に着物のアンテナショップ「白イ鳥(からす)」⁽¹⁸⁾(白い動物は高貴で、カラスは神聖な動物にちなむ)開設・オープン(2010年03月03日)している。

5. 「再生の岐路に立つ」西陣産地

5-1 第6次西陣産地振興対策ビジョンの主要内容

ここで、『第6次西陣産地振興対策ビジョン⁽¹⁹⁾〈対象期間 2006～2010 年度〉』（以下、「第6次ビジョン」という）の内容を検討する。この間の西陣機業の生産量・出荷額の長期的激減傾向の中での一定の成果としての評価点は次の4点である。①きもの・金襴の減少幅を3割強に抑えた。②帯地は、付加価値増大の経営によって生産量の減少幅よりも出荷額減少幅を小さく抑えた。これらは、和装分野における各企業の経営努力と組合の積極的取組による一定の成果⁽²⁰⁾とする。他方で、洋装分野（ネクタイや室内装飾織物）は経営努力を上回る厳しい現実であり、長引く不況と海外生産の本格化による経営環境の悪化を遠因としている。この西陣機業の厳しい状況は、①関連工程を含む従事者の仕事と生活、②後継者育成や伝統の技、機道具承継を困難にし、③西陣地域の諸産業・商店街にマイナスの影響を及ぼし、④京都経済全体の不振に大きく波及し、「まさしく今、西陣機業は、再生が可能かどうかの岐路に立っている」とする。この危機をもたらした具体的要因を以下の4点におく。需要面からは、①和装需要の長期的減退、②「委託販売」など不透明な詐欺まがいの取引と流通による消費者からの不信感の発生。供給面からは、③帯地の輸入・海外生産を「しない、させない、扱わない」運動にもかかわらず、帯地やネクタイなどの海外製品輸入がとりわけ中国から増大、④極端に過ぎた高付加価値商品作りに見られるプロダクト・アウト志向が強くなり、消費者ニーズから相変わらず離反したことが作用したとする。

5-2 「第5次ビジョン（2001～2005年）」から引き継ぐべき2つの視点

21世紀への展望を「和の文化」復活の世紀とした位置づけた『第5次西陣産地振興対策ビジョン〈対象期間 2001～2005 年度〉』（以下、「第5次ビジョン」という）では、日常のくらしの中の「和」の復活に注目し、「和の文化」復権の取組を推進するとした。基本方向のひとつは、「時代に適応した生産工程の改革」である。例えば、西陣産地がめざす多様な企業モデルでは「多様性」をキーワードとし、A：伝統手法特化型、B：企業内一貫生産メーカー（関連工程自社内保有）型、C：情報武装化型、D：低コスト構造に向けての生産合理化・協業化型、E：直接販売型、F：需要を喚起する商品の開発型（i 広巾化で洋装市場に織地提供、ii 高齢化社会対応商品への特化）、G：洋装ファッションメーカーとしての業種転換型、H：リソースと意匠設計力を活用したデザイン事業の開拓型、I：生産と観光サービス業の兼業型の9類型モデルを提起している。

また、具体的項目としては、①丹後産地との連携、②関連工業のグループ化と共同受注の検討、③1人事業者のための共同工房や共同アトリエの設置、④個別事業者ではできない共同研究のための機業ネットワークの構築、⑤新商品・技術開発支援のための研究会の設置、⑥空き町家を利用したレンタル・ラボ（貸し研究室）の整備等が盛り込まれている。さら

に、⑦府や市の伝統産業「京の職人さん」雇用創出事業を活用する仕事確保と技術伝承も明記する。

なお、地域連携については、「西陣テーマパーク」(仮称)構想の推進が提案されている。西陣織の現場や工房・作家アトリエ・商店街・町家など西陣地域全体の文化的社会的資源を「西陣テーマパーク」として空間配置し、ほんものの魅力を体感してもらえる観光と連携した「和の文化」「和装」需要の開拓による発展を目指そうとしている。

ところが、これらの具体的諸項目と内容に関して、「第6次ビジョン」における「第5次ビジョン事業の検証」では、全く触れられていない。現時点で考えてみても検討に値する重要な内容であるだけに、「第6次ビジョン」総括をふまえた「第7次ビジョン」づくりにおいて、どのように反映するのかが重要なポイントとなろう。

また、「第6次ビジョン」—魅力ある産地づくり—の項にて、「西陣産地は、従来から消費者や地域住民に対して、どちらかといえば閉鎖的であった。しかし『第4次ビジョン(1996~2000年)』の頃から『開かれた産地づくり』へと転換しはじめた。消費者をほめ地域内外の人達に開かれ、共生する産地づくりを形成していくことが求められている。なぜなら、西陣織ブランドは、産地内外の人達の認知によって形成されてこそはじめて維持・向上するからである」と厳粛に表明していることから、「西陣テーマパーク」(仮称)構想の推進がどのように具体的に反映されるかは喫緊の課題である。

結びにかえて

西陣・町ミュージアム構想検討委員会の発足(2008年11月9日:於もと西陣小学校体育館)において、筆者は「西陣文化—暮らし、技、感性—の『ほんまもん』交流の空間創造づくり」のための提案⁽²¹⁾をおこなった。ひとつの柱は「3つの環境づくり」、i) 安心、安全、住み続けたい愛着のある『西陣』地域環境づくり、ii) 衣・食・住・遊『文化』を創造的に発現できる『業おこし』環境づくり、iii) 衣・食・住・遊『文化』交流と訪問型観光環境づくりである。ふたつめの柱は「2つの創造」、(1) 自分の人生と生きがい、そして地域の固有価値の再発見—交流と創造—、(2) 身体的、精神的健康と衣・食・住・遊「文化」の革新的創造である。

また、この集まりの後半では、参加者104名でワークショップ⁽²²⁾を展開した。そこでは「お金を食べる」空間ではなく、「住民+職人+新職人+プロシューマー型消費者」による「文化開発コーディネイト力」培養によって、「よりよい人生目標を探求・交流しあう生活文化・芸術創造」生き生き空間づくりをめざしての議論が交流された。コミュニティー文化価値の創造的革新的再生とは、「『健康・文化』的地域空間」づくりにあり、その目標は、Well-being = みんなの幸せ実現にある。そのためには、潜在能力の顕在化と社会参画による人間力・人間福祉実現力ネットワークづくりが重要となる。その際には、グローバル視点とともに、『シン

ク・ファースト・スモール』による「信頼と安心の社会資源相互関係づくり、つまり「四方至宝」一私とあなたの四方（地場企業・従業者・顧客・地域）良し（＝至宝）づくりが重要となる。その信念の下、この発足の場で部会設立が認められた「まちづくり・観光委員会」と「産業再生委員会」による諸活動を通して、多くの方々からのご教示をいただく中で以下の諸内容をわれわれは発見した（誌面の制約から「産業再生委員会」活動を中心にまとめる）。それらを要約整理して以下に示す。

A：「点」から「線」への発展を予測させるもの

1. 「集積の利益」による創造性発揮にむけてリスクを取るオーガナイザーの発見

① ジャパンデザイン型和装民族衣装市場創出志向での取組、② おしゃれファッションを次世代に－創りたいモノを作り自分で売る SPA 化＋難モノの「正反」小物づくりの取組 ③ 「キモノは不完全商品」だからこそ職人と着たい人との接点づくりにより、ファッションブル木綿着物試作で30歳代に接近するアントレプレナー型職人

2. 脱下請自立志向の専門的生産者－西陣職人の横請グループ化によって、新機軸での『西陣織織額』手法を関係機関との協力によって完成させて「京の伝統工芸品教育活用推進事業」（京都府が国の雇用創出事業を活用）を呼びこみ、「仕事確保と技術の伝承と子どもたちへの伝統産業の情報発信という一石三鳥の事業」の達成

3. 異質との接触・協力で和装イノベーションのオーガナイザーとなる担い手の存在

① 西陣織出機先としての生産機能を円熟化させた京丹後地域の「きもの交流会」が掲げる「シルクロード終着点・出発点、日出る丹後王国からの発信」を支える、織屋の共同グループ化への挑戦 ② 織屋紋屋30人で「研究会」を持ち、新製品・試作品開発の技術的相談や工賃交渉（これができたのは、「熱心な番頭一店のデザイナー、プロデューサー機能保持－」という）知見の発掘

4. 西陣織関連工程や友禅染の枯湯道具類調査に取り組んだ機業店による、「今後5年間に備蓄すべき機材部品名」リストアップと所要費用見積書の作成

B：今後の具体化を急ぐべき項目－「点」から「線」「面」への発展を急ぐもの

① 「職人人材バンク」設立による仕事紹介や技術交流による後継者養成システムづくり、② 「きものバンク」構想によるタンスキモノの循環型再活用による裾野拡大構想、③ 業界で無料着方教室を主な都市で開催するしかけづくり、及びこれらの拠点施設の空間配置の具体化等である。

C：西陣織「裾野・分母拡張の取組」強化に向けて一重要で喫緊な未着手の大テーマ

① 自治体から『ソフト支援』を引き出す業界組織の連携づくり、② 親機及び職人労働者の共同化育成による、プロデュース・デザインソース機能を強化した「新しいものづくり集団」化の推進である。

〔注〕

- (1) 日本経済新聞 2010年10月19日付。現行方式で統計公表（「従業員数10」人以上製造業事業所）した1999年以降で最低で、開業率0.9%は3年連続。なお、廃業数は06年の3,402から09年は4,537へと増加し3年連続で前年越えであり、規模が小さいほど高まっているという。
- (2) 日本経済新聞 2010年10月18日付。信用保証協会が融資の100%を保証する制度であるが、貸し倒れを国が補填するのは国民負担の増大なると判断したため、80%肩代わりの一般保証制度に戻ることになる。なお、零細企業向け小口融資に限り全額保証は続けるという。
- (3) この労働組合が伝統産業を守って取り組んだ原産国表示・海外生産・逆輸入問題などの諸課題とその内容については、全西陣織物労働組合編集・発行『西陣労働者の闘い—伝統産業を守って30年』1978、『西陣労働者40年のあゆみ』1986、を参照のこと。
- (4) 部品枯渇・不足問題に関する織屋の対応には4パターンある。A：おれは廃業するから。B：1軒ずつくらいのは残るだろうから生き残りをかけている自社はサービを受けられる。C：コンピューター不用の織（無地、染め、刺繍帯など）へ転換。D：西陣がダメなら丹後や中国もある（現実には、中国は日本からの古い機械を機料店が部品を提供して作動中）。
- (5) 2009年4月14日のヒヤリングによる。
- (6) 「たけうちグループ」関係15社（2006年8月31日破産手続開始決定）や「愛染蔵」グループによる展示会商法やプレゼント商法などによる呉服の不当過量販売であり、提携する大手信販会社が同席して与信した。
- (7) 京都市報09年11月15日付記事及び2009年9月8日のヒヤリングによる。
- (8) 吉田敬一「中小企業を取り巻く環境と地域づくり」『研究センターレポート 第21集』中小企業家同友会、2010年2月、P32参照。リーマンブラザーズショック後の日本の今日の不況が、蜂に刺された程度といわれていたのに「毒が回って心臓に來つつある」構造的要因を指摘した上で、和の文化を発信する文化産業の再構築による地域内経済循環の仕組みづくりを提案している。
- (9) 岡田知弘『地域づくりの経済学入門』自治体研究社、2005年参照
- (10) 岡田知弘編著『京都経済の探求』高菅出版、2006、第一章参照
- (11) 雀部晶「技術の開発と普及—京都の近代化を検証する」（二場邦彦他編『京が甦る』淡交社、1996）参照。
- (12) 「第15条 府は、伝統と文化のものづくり産業の集積等によりその振興を図るため、知事が別に定める地域に立地するものの事業の用に供する土地及び設備の取得等に要する経費並びに従業員の雇用に要する経費に対して、予算の範囲内において、補助金を交付することができる」。伝統と文化のものづくり産業振興補助金の補助要件等は、用地面積1千㎡以上、京都新光悦村特例300㎡以上。補助率等は中小企業15%、大企業10%、地元雇用者1人当たり30万円。
- (13) 第17条「この条例の規定に基づく知事の諮問のほか、伝統と文化のものづくり産業に関する重要事項の調査審議を行わせるため、京都府伝統と文化のものづくり産業振興審議会を置き、調査審議のほか伝統と文化のものづくり産業の振興に関する事項について、知事に建議することができる（委員15名以内で、学識経験を有する者その他適当と思われる者のうちから知事が任命し、任期は2年）。
- (14) 伝統と文化のものづくり産業振興条例（仮称）案の骨子に対する府民意見とこれに対する京都府の考え方（<http://www.pref.kyoto.jp/senshoku/resources/iken.pdf> 2010.10.13 検索）
- (15) 西陣織、北山丸太、尺八、造園、帆布製カバン、きせる、京菓子、清酒、京料理、京たたみなど73品目である。
- (16) 本計画の「概要版」パンフレット「『京もの』のある暮らし—京都発スローライフ—真に豊かな文化的な生活—への提案」を参照。なお、「伝統産業の活性化の推進に関する計画」は、① 伝統産業の活性化の推進に関する目標 ② 取組 ③ 施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項を

定め、「京都市伝統産業活性化推進審議会」（市長の諮問に応じ、調査及び審議するとともに当該事項について市長に対し意見を述べる。なお、春分の日を「伝統産業の日」として伝統産業の魅力を国内外において発信し、並びに市民等が伝統産業に親しみ伝統産業についての関心と理解を深めるとしている。

- (17) 岡田知弘氏は、京都市観光産業重点化戦略の背景を、和装産業の急激な崩壊型衰退、電子部品はじめ金属加工型産業の工場閉鎖やリストラや製造業の縮小、商店街の衰退と大型店ラッシュによる売り上げ不振のもとでの「市内総生産の3割超えの基幹産業化」と分析している。なお、観光産業の範囲（京都市観光協会）は、宿泊、料飲、みやげ、交通、文化施設、娯楽施設、駐車場、石油小売、需要観光地の商店街、百貨店の売上から構成される。岡田知弘編著『京都経済の探求』第四章参照。
- (18) 20代後半～40代のファッションに関心のある働く女性に「着物ファッション」を身近に感じてもらう、京都産の和装関連商品への消費者ニーズ情報収集と生産者へのフィードバックを目的としているという。価格は、「帯」「着物」ともに、まだ流通に乗っていない10万円台～30万円台の産地卸値で設定。「売る」となると東京の小売店からクレーム（実際にチェックのために来店している）が出る。この3本の価格設定は京都の織り屋からは不評をかってている。この事業の財源は国の緊急雇用助成金（2009～2011の3年間の予定）で、毎年1億円が拠出され、人件費、開設連絡員の雇用、製作費、会場設営費などに充てられている。シブヤ経済新聞（2010年03月03日付け。同HP参照）によれば、「白鳥」ロゴマークはグラフィックデザイナーの北川一成氏が考案し、記念式典に登場した鳩山幸首相夫人（当時）は「来日された方は必ずと言って良いほど青山かいわいに立ち寄るので、（ここに）『京都のほんまもん』があるのは素晴らしい」と報道。
- (19) この振興対策ビジョン策定委員会は、西陣織工業組合理事長を委員長として17名で構成される。また、同ビジョン策定ワーキング委員会は、西陣織工業組合副理事長を委員長とし、学識経験者3名、京都府・京都市・京都商工会議所・京都府中小企業団体中央会から各1名、そして西陣織工業組合副理事長と専務理事からなる10名によって構成されている。この第6次ビジョン策定には、それに先立つ「第5次ビジョン（2000～2005年）の検証・総括をふまえて策定されている。
- (20) 第5次西陣産地振興対策ビジョン（2001～2005年）に基づく事業の検証の項では、以下の4つの取組を提示している。①和装需要拡大に向けた取組として、全国的PRや東武百貨店アンテナショップ開設、西陣織会館親子きものショウなどが「多くの消費者に西陣の文化ときものの良さを身近に感じてもらうことが出来たと評価。②新商品開発の取組は、一人で簡単に結べる「西陣一条帯」やカジュアル感覚の現代生活にマッチしたきもの、金襴裂地製の靴やバッグ、クールビズ対応ネクタイの開発等を提示して評価。③取引改革に関しては、意匠保全や「取引改革宣言」（商取引の文書化や歩引撤廃遵守）、「手織帯証紙」制度の取組を評価。④「地域との連携」に関しては、京都西陣夢まつり、そぞろ歩き西陣、町家倶楽部ネットワーク、西陣大黒町での街づくりの取組を地域の文化と暮らしを守る活動として提示している。
- (21) 芳野俊郎「西陣地域における「まちおこし」『福祉教育開発センター紀要第6号』佛教大学福祉教育開発センター、2009年3月、参照。
- (22) 芳野俊郎「町衆の想い—私の西陣・これからの西陣」『京都自治研究』2009年6月、第2号、京都自治体問題研究所、参照。

【付記】

本論文は2008～2010年度佛教大学特別研究費による研究成果である。

（よしの としろう 社会福祉学科）
2010年10月12日受理