

## NEO KYOTO 50 under 50 調査レポート

### 1. NEO KYOTO 50 under 50 の理念

弊社では「日本の価値最大化」というビジョンのもと、産業イノベーションでの遅れや少子高齢化の進行から日本の経済的な国際競争力が失われつつある現状に危機感を抱いており、今一度歴史的にも世界から高い評価を受けてきた日本の「オリジナリティ」「クオリティ」の根源を探求する必要性を感じています。

その中で、日本の文化・芸能の持つ根源的な価値や魅力を日本人の手によって掘り起こすことが一つのヒントになり、形のあるものとして世界に発信していくことが次世代の日本の価値の最大化において大きな可能性を秘めていると考えています。同様の構想を掲げるプロジェクトの中で、弊社のユニークなアプローチとしては、「作品」にフォーカスするのではなく、作り手であり文化の継承者である「ヒト」にフォーカスしている点になります。質の維持は勿論ですが、海外から伝来したものにもオリジナリティを加え、朽ちていくものも価値に変える日本人のフレキシビリティと技術の高さこそが国際的に高い評価を受けており、時代の流れが速く少子高齢化が進む現代においてこの「無形文化財」的な価値をグローバルレベルで支えていくことが大きな価値の源泉になると考えています。

弊社ではまず日本の文化や芸能を時代に合わせて変容させながらも次世代に向けて継承・発展させる取り組みをされている、主に伝統工芸や伝統芸能の家業の後継ぎの皆様を対象に「守り」と「攻め」の両面にかかる想いを取材させていただき様々な方法で世界に発信します。そこからグローバルの次世代富裕層との交流を生むコミュニティの構築したうえで、最終的には文化の育成・発展に欠かせない次世代パトロンの醸成を目指しています。

### 2. 本調査の内容

「ヒト」へのフォーカスということで、今回は日本文化の継承を担う京都の家系や老舗の後継ぎを対象に取材し、その内容を編集します。

取材の内容としては、伝統と革新をテーマに「家業の歴史」「お家の歴史」「当代の個性や想い」という構成をとっています。「家業の歴史」は当代が家業を担ううえで捉えている最も大きな枠での歴史観、「お家の歴史」はその家の挑戦の歴史、「当代の個性や想い」は当代が大事に守ろうとして言うこととチャレンジしようとしていることの両面に光を当て、ヒトの温もりを残した調査にすることを目標としています。

また、おまけの取材として「京都に来た人に会ってほしいヒト」というテーマに回答を頂いており、こちらは京都の人であること以外の制約なしで紹介いただくということで、どこまでもヒト視点で文化や産業を捉える試みとなっています。

### 3. 取材の総括

日本のモノづくりの精神性がどこまでも信仰心と結びついており、日本古来の信仰である神道の系譜である天皇の存在と中国から伝来して浸透した仏教の存在が大きく、神仏習

合の中で朝廷と寺院が密接に繋がり権威を築いたことで、朝廷が長く続いた京都では朝廷と寺院に納める高品質なモノを作るために全国から英知が結集し、まさにオープンイノベーションの場となりました。

またこうした職人を束ねるコーディネーター的な役割を担う公家や社家の存在があったことがわかりました。公家は様々な役割をもち極めて専門性高く朝廷に仕えたことや、朝廷と早くから密接な関係にあった上賀茂の社家においても公家に対応するように細かく職掌が分かれ、双方とも今に至るまでその役割を維持し、系譜を継いでいる方がいらっしゃることに驚きでした。

産業分野としては、西陣織などは特に朝廷に良いものを収めるためにお金に糸目をつけず質を極限まで高めることで技術が高められてきた分野であり、また能楽などは神事の神楽を起源とすることからもわかるように朝廷と密接な関係の中で育った芸能といえる。一方で仏具はその名の通り寺院に納める道具だが、こちらも仏さまに備えるものとしての最上級の贅沢品を製作することから、こちらも仏具専門の職人集団がそれぞれ凌ぎを削ったようです。また器・花・掛け軸・懐石・お菓子などと併せて総合芸術と呼ばれる茶道などは仏教などととも中国から伝来しており、茶道の発展とともにこうした関連する多くの分野が発展しました。

こうした文化の発展を支えていたのはきめ細やかなルールであり、その中で分業制が敷かれ、熟練が進んで技術が高度化し、代々受け継がれてきています。またルールの中で遊びをもたず粋を身に着けたことで、海外から伝来したものがユニーク性を帯び日本文化として浸透していった分野は扇子や表具、庭など数多く存在します。また朝廷が長く続いたことで、朝廷で生まれた文化が大衆化されて生活に溶け込んでいくことの繰り返しにより日本人の感性に広く組み込まれていったのかもしれない。

そうしたこともあり、明治維新後に生活様式が大きく変化し生活と密接に結びついていた伝統産業の直面する環境も大きく変化し、これまでの文化が生まれ浸透していく流れが作れなくなってきており、需要の減退、職人の高齢化などから流通の構造が崩れてきているため、自由主義経済の波に飲み込まれようとしています。自由主義経済は大衆消費社会をベースとした経済パラダイムであり、完全情報と価格競争を基本とする点で新たな文化の醸成には向いていません。

そんな中、日本の伝統産業もこれまでの BtoB から BtoC への方向転換を図る企業は増えてきており、機械化によるコスト構造の見直しや低価格帯の新商品の開発を行ったり、グローバルブランドと組んだグローバルへの訴求を行うなどの様々な試行錯誤を見せています。これはある意味市場価格というグローバルで統一された価値基準への併合のプロセスであり、古来日本人が育んできた多様な価値観を受け入れて昇華していく精神性と対極にある動きであり、その対比が明確になることで今一度「日本の強み」が浮き彫りになってくるタイミングがすぐそこまで来ているように思えました。

技術革新とともにグローバル化と画一化が進んでいく中で、地球の環境にも負荷がかか

り、自然の中から誕生した人類の存亡が心配される時代になってきました。そういう時代において人間は本能的に群れることが予想され、言い換えればこれからはコミュニティの時代になるでしょう。自然や自然信仰と深く結びついた日本の文化が国境を越えて理解され受け入れられるチャンスであり、ここにおいてデジタルテクノロジーが活用されることが容易に想像されます。ただ、最終的にはリアルに立ち返る人間の特性を考えれば今回の調査においては旅館業も一つ興味深い分野です。大資本では成り立たない旅館という存在は次世代のデジタルとリアルの結節点として重要なモデルケースとなっていくかもしれません。