

●○○ 第226回あすか倶楽部 定例会 ●○○

テーマ：染物を取り巻く環境と街ぐるみの活動～イベントを通じて見えた事～

講師：一般社団法人染の里おちあい 代表理事 高市 洋子 氏

日時：2021年10月16日（土）14：00～17：00

場所：三会堂ビル8階 （一社）大日本水産会 大会議室

○講師履歴

- ・株式会社リクルート住宅情報勤務（約17年間）
- ・地域活性事業部→農業生産法人と後継者のマッチング等担当
- ・ホットペッパー創刊に関わる
- ・中小自治体の開発→最小商圈10万人単位になる
- ・街の活性化人材発掘活動などノウハウを習得する

○二葉苑について

- ・大正時代下落合に開いた工場
- ・妙正寺川の蛇行した流れの緩やかな場所に作られた
- ・3代目小林文次郎、江戸更紗のタペストリー等斬新な取り組みに挑戦

○フリーペーパー「おちあいさんぽ」について

- ・2009年創刊
- ・子育てをしながら地元に貢献したいという思いから創刊に関わる
- ・2万部、赤字にならないよう取材費と印刷代は稼ぐ
- ・飲食店が街のコミュニティのキーになっている事を知る

○「染めの小道」構想について

- ・株式会社二葉4代目、小林元文氏の構想
- ・店頭「のれん」反物をかける、川に反物をかける
- ・CGの画像で心動かされる→ビジュアルの訴えるパワー重要

○「染めの小道」構想実行へのハードル

- ・川に反物をかける→新宿区文化観光課課長を口説く（共催をとりつける）
- ・店頭「のれん」をかける→商店街が全く乗ってこない
- ・染物で人と人をつなげる→誰と繋がるかわからない。

○「染めの小道」構想実行への取り組み

- ・街のキーマンに最初に会う（迎合はしない）
- ・商工会や商店街代表の意見が総意ではない

- ・染め物屋さんが儲かるイベントじゃないのか？
- ・1件ずつ訪問→約50店舗賛同1000円出資、人を集めると変わる
- ・ボランティアに見せる設計書が重要、紙になることで意見がまとまる

#### ○「染めの小道」実行の結果と教訓

- ・51店舗参加・川の反物60反・来訪者4400人
- ・中井の街の大ヒットになった、NHKに取り上げられた事が大きな要因
- ・目白大学生の染めの小道ツアー、学生目線のツアー好評だった
- ・地域相互学習の良い素材となった、地元小学校や造形大学
- ・身の丈に合った目標設定が重要
- ・街全体をイベントに巻き込み、成功させ意見の醸成を図る「戦略」が必要

#### ○二葉苑の後継者問題から見えた、染物/着物業界の問題点

- ・古い商習慣の縛りが残っている、100日手形が残っている
- ・流通改革が進んでいない、小売価格は製造価格の8倍
- ・不動産部門と製造部門が混在、業績管理が不十分
- ・親方制度の限界
- ・伝統に縛られた新しい取り組みが生れにくい体質
- ・後継者不足→儲からない仕事に子どもたちは継がない
- ・卸頼りの売り上げ→廃業相次ぐ（廃業工房より様々なものを引き取る）  
→リクルート時代に経験した地方産業や農業と全く同じ状況

#### ○高市氏が取り組んだ改革

- ・完全小売シフト（製造～加工～販売、一貫した6次産業化）
- ・製造部門と不動産部門を分離（3年間を要する）
- ・染められない親方を持つこと、経営の拡大には職人/営業販売の分離は必須

#### ○染色の専門ではない高市氏がなぜ受け入れたか

- ・会社の先細りを全員が感じていた
- ・「染めの小道」での働きぶりが信用を得た
- ・染めることだけ→販売もできるという希望が生れる
- ・それ以外の選択肢がなかった、受け入れざるを得なかった

#### ○染色業界の課題

- ・後継者問題、家族以外外部異業種等から受け入れる仕組みづくり
- ・赤字債務・資産計上・賃料等経営的課題克服
- ・自分達で小売りのできる体制づくり
- ・古き良き点を残し、悪しき点は排除する
- ・男女問わず経営者になる道を作ること

○最近の取り組みと成果

- ・NET販売好調
- ・染め物の通信教育を始める
- ・スマホLINEによる体験会開催
- ・藍染実体験、同業者が興味示す
- ・新宿無印で二葉苑商品を扱う事になった

※質疑応答

○株式会社ではなく社団法人にした理由

- ・利益追求には限界→一番作りやすかった
- ・メリットはあまり無い、デメリットが多い
- ・職人の意識は変わった、地元に愛してもらう

○着物業界、利益の高いもの

- ・教室運営費+体験会利益+物販、同等1対1対1
- ・やはりモノを作らないとダメ

○体験会の趣旨

- ・接点を増やす事（正に本日の講座）

○同業者にマネするところは？

- ・コロナで風向きが変わった「体験ってどうやるの？」

○二葉苑の事業規模

- ・年間3500万円、業界では大きい方

○二葉苑で売っているもの

- ・着物は仕立て屋に出す
- ・小物は京都の業者に出す
- ・着物は原則マイサイズ、直販が有利

○柄に制限は？

- ・人気のある柄、染色体験がマーケティングになる

○各業種の後継者問題は？

- ・廃業するところもいる、ドライクリーニングなど買い取って自分たちでやりたい。

○イベント、商店のメリット

- ・収益・販売、過去となった店舗多数。Y o u T u b eによる拡散効果も有り
- ・業種による濃淡はある
- ・美容師の反応、街の話題になる
- ・花火大会のように例年親戚の集まるイベントになる

※コロナによる「不要不急」という言葉により廃業してゆく同業者が多かった。

※藍染のミニ体験会実施

【所感】

染物という業種を切り口に、地域活性化や地場産業の後継者問題等、多岐にわたるテーマを学習することのできる講座であった。

講師のお人柄と熱意により、地域の人々や二葉苑のスタッフの皆さんが同意し協力してゆく過程が感じられて興味深かった。

こうした地域コミュニティ等の取り組みにおける「良いリーダー」存在の重要性を改めて学ぶ事ができた。