

## 唐紙の伝統技法を現代空間に生かす、 新たなインテリア素材「漆からかみ」の新市場開拓

### 株式会社 丸二

【業 種】 襖・表具・壁紙・インテリア内装材料卸及び施工・表装全般 【設 立】 昭和57年12月  
 【本社所在地】 京都市下京区高辻通堀町東入ル 泉正寺町 462 番地 【売 上】 372 百万円 (平成29年12月期)  
 【資 本 金】 10 百万円 【従業員】 15 名 (正社員 12・パート 3)

当社は明治 35 年に寺社仏閣を主体とする表具師「高緑堂」として創業。戦後、和室の室内材料・装飾品の卸・施工工事・表具修復を主事業とし、京唐紙の企画・製造・販売も手がけてきた。昭和 58 年に会社設立後、現社長により、伝統技術の伝承を目指しつつも、新たな加工方法やテイストを融合させることで、現代の生活様式や空間に合致する実用性のある室内装飾品の開発を行い、販路開拓活動を独自で行ってきた。



### 支援対象製品概要

#### ▶ (1) 漆からかみ

襖や屏風等、室内装飾に用いられる唐紙の伝統的技術に漆を融合させ、独特の深みのある艶感で文様を表現した新感覚の壁紙。マット肌の和紙と光沢のある文様が鮮やかなコントラストをなし、またその色艶から透けて見える文様の絵具ムラが、一枚一枚異なる表情となって空間に重厚感を演出するものである。生産性の観点から版木はレーザー彫りとし、さらに、単に壁紙に止まらず、アートパネル等のインテリア装飾品の企画開発を行うことで、用途展開の拡がりを感じさせるものとなっている。

#### ▶ (2) 京からかみ

古来より受け継ぐ版木と伝統的手法による唐紙で、印刷では味わえない独特な風合いのある文様を映し出すものである。商業施設等での活用を見据え、防火材料としての不燃認定（「漆からかみ」は準不燃認定）を受けている。



### 支援の経緯及び課題

当社は明治 35 年の創業以来、掛け軸・屏風・襖等の表具を手掛け、戦後は内装材料の問屋業に事業転換を行い、昭和 54 年には創業者である先代社長は京唐紙の伝承・発展や業界組合の功績が認められ叙勲を受けた。しかしながら、近年の和室の減少による唐紙需要の低下から、現存する京唐紙メーカーは全国でも主に 2 社のみとなっている。そのような状況のなか、当社は和室に限定しない付加価値の高い内装・装飾材料としての「漆からかみ」・「京からかみ」の開発により、経営の安定と事業の拡大を目指し、新市場への取組みを行っていた。これを受け、支援機関である公益財団法人京都産業 21 から、新市場に関する情報収集によるニーズ、課題の把握を目的としたテストマーケティングの必要性をアドバイスされ、本事業を活用するに至った。

### 支援方針検討

製品は空間演出のための素材ではあるが、当社は壁紙及び壁面装飾用としての業務用内装材料の提供から、アートパネル

### 企業のコメント

代表取締役 西村 和紀

この事業では、本当に有意義な営業内容となりました。弊社は少人数のため新規事業の営業活動にあまり注力できず、また中小企業において新規営業先のキーマンに面談の機会を頂く確率は低く、核心的な情報や営業の糸口が掴めないことが悩みでした。しかし、適切な OB 人材の選定で影響力のある方へアプローチができ、今後の販路開拓への可能性が高まりました。この人脈を大切にこれからも継続的な活動を行います。中小機構の皆様ありがとうございました。



### 支援機関のコメント

京都産業 21 西里 修

当社は明治 35 年創業の京唐紙、表具師、内装材を扱う伝統工芸を扱う業者であり、唐かみとは奈良時代に唐から伝わった技法であり、「京からかみ」として京都の伝統工芸としてきた。需要が下がる中、版木と唐かみと「漆」融合の深みのある文様を表現した「漆からかみ」の開発に成功し販路開拓の相談を受けた。

新規性・独自性も高いことから中小機構に繋ぎ、販路開拓コーディネート事業に採択され、建築業界、建築設計・デザイン業界に訪問できた。西村社長は自社では行けない所で貴重な意見も聞けたことから非常に感謝されている。

や照明器具等の開発・販売、更にはステーションナリーなどの生活雑貨の取扱いまで、多様な展開を行っている。そこで、社長の意向も踏まえ、先ずは事業の柱となるビジネス対象についての協議、整合を行った。結果、販路開拓のためのアプローチ対象は環境設計に関わる企業（設計者・デザイナー）とし、今後の営業活動のための情報収集の機会にすることとした。

### 支援内容

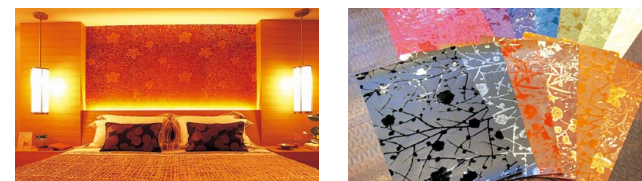
#### 1. マーケティング企画のブラッシュアップ期間

##### ▶ 本期間での実施内容

- (1) 想定した業界（分野）の整理、及び具体的な企業のリストを基に協議を行い、事業活動の目的に合致する企業を選定した。
- (2) 設計者・デザイナーを対象としたプレゼンテーションを効果的に実施するため、唐紙とその表現効果、環境素材としての特性、関連分野での実績を基本にした提案資料の作成に取り組んだ。
- (3) 訪問先の担当者が活用し易いカタログ（サンプル）の準備を行った。

#### ▶ テーマ

漆の艶感で文様を表現した壁紙等の新素材提案



#### ▶ 活動目標・目的

ゼネコンや設計事務所、ディスプレイ業界にアプローチすることで、意匠性の高い「漆からかみ」・「京からかみ」及び当社の認知度の向上を図る。また、企業毎のニーズを収集し、販路開拓につながるきっかけを掴むと共に、カタログ提供など、事業が発生した時に想起してもらえるような活動を目的とした。

### チーフアドバイザーのコメント

東 伸吉

本事例は、伝統工芸の技術を、その伝承を踏まえながら、如何に現代の生活環境に適合させ、新規事業として発展させるのか、そのための情報収集と実績づくりの糸口を掴むことに向けてのテストマーケティングであった。製品デザインの洗練度に加え、社長の、アプローチ先企業の要請に対する真摯な対応が本事業の成果に繋がったと思われる。本事業で得た業界の情報や人の繋がりを、事業のステップアップのための資源として活用していた。



### ▶ アプローチ企業分野

- ・建設業（設計関連部門） ・設計事務所（建築士事務所）
- ・ディスプレイ業（商環境設計部門）

### 2. テストマーケティングの実践期間

設計関係者やデザイナーにアプローチ可能な 9 名の販路開拓コーディネーターを指名し、建設業 2 社、設計事務所 5 社、ディスプレイ業 3 社の計 10 社に対して活動を行った。訪問では準備していたプロモーションビデオによる唐紙の説明が、素材の理解、関心を得る上で奏効した。アプローチした 3 業種共に高い関心と評価を得、販路としての可能性を確認することが出来た。

### 成果・今後の方向性等

唐紙については環境演出の素材として実績のある企業もあったが、和の環境にこだわらない新しい演出材料として、また防火材料としての一定程度の認定を受けていることも含め、再認識を得る機会となった。和紙をベースとした手刷りによる表現手法に、更に漆の持つ艶感を加えることで重厚感、上質感を演出するという内容であるため、活用範囲の制限が懸念されたが、先方からは高級ホテルや旅館、イベントホール、文化施設など、特に非日常を演出する環境での活用の可能性があるとの評価を得た。

一方、価格の高さについての指摘が複数の企業であり、製品の生命線である上質感を損なわない前提ではあるが、普及のための工夫は今後も必要と思われる。また、京唐紙では耐水性を例とするメンテナンス性や基本形状（サイズ）の在り方など、現場目線での指摘もあり、今後の展開に向けての有用な情報を得ることが出来た。

製品は広く普及させることを目的とするものではなく、適合する案件（環境）を選ぶものでもあるため、販路開拓には時間を要すると考えられる。企業との関係を維持するための情報提供など、継続的な営業活動が出来れば必ず販路開拓に結び付くと期待出来る。

### プロジェクトマネージャーのコメント

田上 和生

伝統産業である京唐紙の数少ない製造メーカーとして、当社は商品の新たな用途提案や新商品開発を積極的に行い、事業発展を目指されています。企業様が、熱心に販路事業に取り組み、新商品及び自社の価値をしっかりとらえらるとともに、訴求点としてまとめられたことは大きな成果であったと考えます。結果、訪問企業で高い評価を得られました。今後は、自社をどのようにブランド化してゆくのかについて、さらに検討を進めたいと思います。

