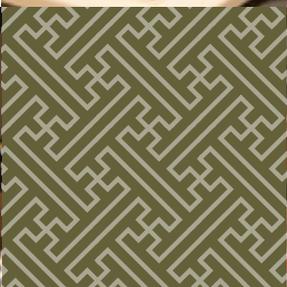
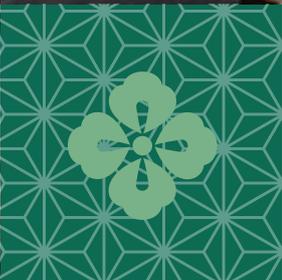
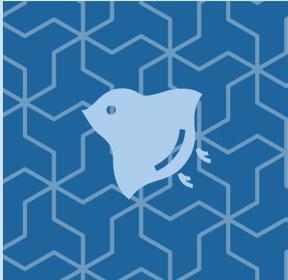


令和4年度

職人 ステップアップ事業 活用事例集



事例集について

この事例集は、公益財団法人東京都中小企業振興公社で実施する伝統工芸支援のメニューのうち、「職人ステップアップ事業」を活用された伝統工芸職人の取組を5事例紹介しています。「職人ステップアップ事業」では、伝統工芸職人の皆様が、知識の習得や専門家の支援を通じて、経営課題の発見から課題解決をするための支援をいたします。

東京都の伝統工芸職人の皆様を支援します！

事業継続・発展のために

ステップアップ支援

経営課題の解決をしたい、ビジネス知識を得たい
無料の専門家派遣（最大10回）及び経営基盤強化につながるビジネステーマを取り上げた特別講座が受講頂けます。

現代のライフスタイルにあわせた

商品開発

今までにない新商品を開発したい

デザイナー等異業種との協働開発を支援します。
→マッチング、アドバイザー専任、市場調査、テストマーケティング、経費補助

既製品を改良したい

専門家と一緒に改良計画を作成、改良の実施をお手伝いします。

「東京手仕事」ブランドとして

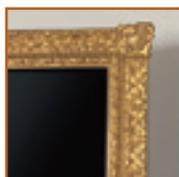
普及促進

開発、改良した商品等の販路を拡大したい

「東京手仕事」ブランドとして販売機会・ビジネスチャンスの拡大を支援します。

職人ステップアップ活用事例集

Contents



自社のブランディング戦略を基礎から学ぶ

株式会社 **富士製額** (荒川区)

P 4



新製品で顧客にどのようにアタックするかを学んだ

八重樫打刃物製作所 (葛飾区)

P 6



ホームページと EC サイトの立ち上げが専門家の助言で実る

有限会社 **鍋谷ガラス工芸社** (大田区)

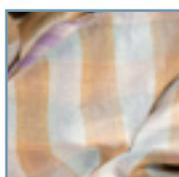
P 8



ダイレクト販売のノウハウを学び実現させる

江戸小紋染工房 **小林染芸** (板橋区)

P 10



自社製品が的確なアドバイスで改良され、販路も広がる

有限会社 **澤井織物工場** (八王子市)

P 12

職人ステップアップ事業特別講義 カリキュラム P 14

利用者の声 P 15

自社のブランディング戦略を 基礎から学ぶ



工場長・栗原大地さん

「**伝統工芸品である「東京額縁」**
を世間に認知してもらうには

荒川区町屋の隅田川近くに、創業75年、額縁製作会社の富士製額がある。2階建ての工房を囲むように、種々の木材が製材所のようにいくつもたてかけられている。

額縁の職人は画家や画商の要望を聞き、時には議論を重ねて最適なデザインを導き出していく。洋画の普及に伴って19世紀に発展した額縁づくりは、かつては指物、彫刻、塗装などの職人が分業で行っていた。その後、それらの技術を集約し、仕上げまでを一貫して行うことで、様々なオーダーに応える製品を作り出してきた。

「当社は指物工房を運営する中で、写真用の漆の額縁を製作したのが始まりで、その後、油彩の額縁、日本画の額縁など製作の範囲を広げ、美術館、画廊、美術学校、個人な

どからの要望に応じて現在に至ります。」と額縁職人であり、デザイナーでもある工場長の栗原大地さんが語る。

栗原さんは、入社14年目。趣味のギャラリー通いが高じて額縁に惹かれ、服飾関係の仕事から、額縁職人に転じた。社長で師匠でもある吉田三司さんに初歩から指導を受けた。塗装で木地の質感を出す技術、絵画の質感と飾る場所とのマッチングへの配慮など、審美眼と経験値を兼ね備えたのが額縁職人。その工程は栗原さんにとっては、天職のように性に合っていた。

製額技術が一通り身についた頃、「オーダーメイドで伝統技術を生かし細やかに対応できるのは強みだが、伝統工芸品であることが余り世間では認知されていない。このままでは業界も会社も衰退する一方だ」という危機感がありました。自分か

株式会社 富士製額

ら発信して世間を受け入れられる商品づくりをしてはと思いついたんです。」

会社のブランディングの確立が第一歩となる

以前から、栗原さんの悩みを聞いていた公社の担当者から「職人ステップアップ事業」に応募してみてもと言われた。行動を起こすにはまずは周りの認知を得なければ始まらない。そのノウハウを獲得する絶好のチャンスだと思い、応募してみた。

専門家からは先ずはホームページ



ジ制作よりも会社のブランディングを考えるのが良いのではというアドバイスを受けた。会社の歴史、ビジョン、顧客との対応を順序だてそれぞれの内容を確立したキーワードをつくるのが基本とのことだった。

大変な難題ではあったが、そこを一つひとつ対話形式で指導を受け、宿題も課されたが、漠然と考えていたことを、緻密に進めることで一つの「カタチ」になることに気づかされた。

伝統技術を生かした新商品づくりに挑戦

ブランディングの理解が深まり、新製品を作る段階となった。名刺



を持ち歩き可能な額縁の中で見せる「名額」、アクセサリや時計などを置く「アクセサリ・ベッド」、テレビを飾るオーダーメイド額縁など新たな商品に挑戦した。

製作にあたって、使う側が、どんな思い、場所で使うのかなどをインタビューすることが最も重要なことだと言われ、初めは慣れないことなかかなりの勇気が必要だったが挑戦した。また、仕事仲間や下請けと詳細な打ち合わせや意見交換で信頼を深めるなど、職人とプランナーとの両立には大変な苦労を要した。

これらの製品をホームページに掲載したり、公社紹介の百貨店な



どで展示販売している。今後は一層一般の方にも興味を持っていただけるよう、学んだ事を活かし、ブランド戦略を進めていこうと考えている。



栗原さん企画のテレビ額。1件成約して大きな自信に繋がった

株式会社 富士製額

東京額縁

🏠 荒川区町屋6-31-15

☎ 03-3892-8682

📠 03-3892-8683

🌐 <https://www.fujiseigaku.com/>

新製品で顧客にどのような アタックするかを学んだ



前列：八重樫忠夫さん、後列：左から大月正高・八重樫潤一・小沼亮介さん

若手社員を育成し 家内工業から脱却

おもちゃとサッカーの街、葛飾区立石の住宅街の細路地を進むと八重樫打刃物製作所がある。戦国時代が終わり、江戸時代は武器の代わりに鑿のみや鉋かんななどの職人の道具を手掛ける江戸打刃物が栄え、その技術が、令和の現在に至るまで受け継がれている。

江戸時代後期に初代宗秋が刀匠重守より古来の鍛造技術を学び、その技術を代々受け継ぎ百年余り、現在の「宗秋」は四代目八重樫潤一さんである。

「工業高校を卒業し、なんとなく家業に就き、当時は仕事に対してそれほど熱意はなかったのですが、引き継いで15年、伝統ある打刃物製造の刀匠としての誇りを感じるようになりました。」と八重樫さん。叔父と二人で鍛冶場を守ってきた

八重樫打刃物製作所

が、年々体力の衰えを感じるようになった頃、葛飾区から後継者を育てるよう勧められ、三十代の二人が弟子となった。弟子の一人、大月正高さんは、長崎県出身で釣り好きが高じて魚をさばく包丁に興味があり、刃物づくりをはじめて5年目である。

「ここでは、分担作業ではなくどの工程もやらせてもらっています。確かな技術を身につけ、親方を安心させてあげたいと思っています。」と大月さんは意欲をみせた。

工業用と一般向けの 刃物づくりには挑む

しかし、年々減少していく職人と専門家の手造りの道具には限りがあるため、今後の事業継続のための方向性を図るため、職人ステップアップ事業に申込んだ。そこではまず、ローカル・ベンチマークツール

を活用して経営状況を確認した。

結果、経営面では収益性に問題があり、原材料費や作業時間、その他諸々の費用を含めて価格を設定すること、顧客を増やすことなど種々アドバイスを受けた。顧客もほとんどが職人や専門家であったため、今までの値段が低すぎることに気づかされた。

ホームページの充実で 確かな手応え

指摘を受けた中で最初に取組む課題をマーケティング・販売力強化

に決めた。

まずホームページを改善し、内容を充実することとした。これまでは卸しだけであったが、直接販売すること、公社が提供してくれたデパートやイベント会場などで展示販売をして、顧客は何を求めているか、世間一般の好みの傾向などを知ることが大切なことと理解した。

また、販売するターゲットにどのようにアタックするか。「東京手仕事」プロジェクトビジネスパートナーからのアドバイスにより、職人とデザイナーのコラボによる刃・柄の形状・銘木など、それぞれの好みものをセミオーダーできる和包丁として、パンフレットで宣伝したところ、「マイ包丁」ブームもあり調理師や主婦などの間で好評である。

ホームページの充実によって、全国各地から問合せがあり、その成果に驚いている。商工会議所の補助金申請が通り、これらを販促のツールにして積極的に展開したいと考えている。

今回の職人ステップアップ事業により、「製造だけでなく、いろいろ



四代目・八重樫潤一さん



るな面で視野も広がり、多くのことに気づかされました。この経験を活かして今後も手作りで切れ味の良い刃物を作るよう心がけていきたいと思います。」と語った。一方、「わが製作所の日本古来の鍛冶技術により、成田山新勝寺不動明王用鑿、大阪四天王寺丈六仏鑿、日光東照宮の解体修理における漆鑿や

和釘などの特注があり、全国各地で文化的にも貢献しています。」と、日本の伝統工芸の一翼を担う刀匠としての自信も示した。



八重樫打刃物製作所

江戸打刃物

🏠 葛飾区立石3-4-7

☎ 03-3697-5487

📠 03-3697-5487

🌐 <https://muneaki.net>

ホームページとECサイトの 立ち上げが専門家の助言で実る

有限会社 鍋谷グラス工芸社

伝統工芸品「江戸切子」に イノベーション

江戸切子工房の鍋谷グラス工芸社は昭和24年、現在地の大田区南蒲田に創業、三代目の鍋谷淳一さんが引き継いでいる。

19世紀に生まれた江戸切子はヨーロッパのカットガラスの技法を取り入れた工芸品である。切子の産地は江戸以外にも薩摩（現在の鹿児島県）が知られる。時の権力者の庇護を失った薩摩切子が一時途絶えたのに対し、庶民の日用品として愛用された江戸切子は伝統を脈々と受け継ぐ。

二十種ほどある伝統的な文様は、少しも色褪せることなく現代の食卓に華やぎをもたらしている。厚さ2〜3ミリほどの色被せガラスを削る薩摩切子のほかしの技に対し、江戸切子は厚さ1ミリの弱の色被せガラスに繊細な彫りを施すの

が特徴である。

「安い賃加工で、毎日埃まみれに働いていた父をみて、家業を継ぐ気はなかったんです。それが、父の作品をみて惹かれるものがあった、やってみようかなと。」以来、20年以上江戸切子の職人として活躍し、平成21年に伝統工芸士となった淳一さん。

「江戸切子は、繊細できらびやかなガラスなので女性が好むイメージがあります。それを男性が好むグ



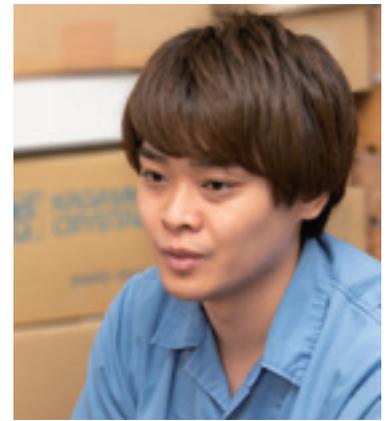
三代目・鍋谷淳一さん（右）、四代目・鍋谷海斗さん



ラスをつくってみようと挑戦してみました。「厚く、重く、ゴツく」してロックグラスをつくり、催事に出品したところ大変好評でした。」と、繊細さと力強さが共存したオリジナルのグラスで人気作家となった。

ECサイトの制作費を補助金活用でコスト削減

こうした状況下で独自のブランドの確立、販促を進め強化するにはどうしたら良いか。また、下請けからの脱却、在庫管理の1丁化を進めたいという意向もあった。会社の「職人ステップアップ事業」を紹介され、派遣された専門家からECサイトを運営するうえで必要なことは、ホームページの立ち上げ、



在庫管理の方法、そして資金を確保するうえで補助金の申請などを提案された。

父・淳一さんと同じような理由で四代目を継ぐ気がなかった息子の海斗さん。やはり父の作品で心動かされ、次世代の若手作家として注目されている。工房では1丁担当者として重要な役割を担っている。

「オリジナル作品の販促をどうにかしたいということ、通路に隙間なく積まれた在庫の品々をみて、私なりに対策を考えていました。運営管理の基礎知識がなかったので、専門家のアドバイスは大変貴重でした。ホームページに大金をかける必要はないと助言され、さらに補助金を利用して予算を抑えることなど、この点でもありがたいアドバイ

スでしたね。」と海斗さん。

加工の仕事が忙しいなかで、ECサイトの立ち上げになかなか時間を割けられなかった。また、いろいろとアドバイスを受けたが、全部は理解できずに、試行錯誤の連続だった。

それでもやがて努力が実り、ホームページとECサイトを公開したところ、早速に引き合いがあった。また、催事やTV番組出演なども増え、工房の名が全国に広まった。

夢は、二人でコラボした作品を

現在は、コロナ禍が沈静化するにつれて海外からの注文も増える

など経営は安定している。

将来は「お互いにいい関係を保って、海斗とお互いの得意分野を生かして、一つの作品を作り上げたいですね」と父・淳一さんが嬉しそうに話しかけると、海斗さんは神妙にうなずいていた。



鍋谷淳一作の「ロックグラス」



有限会社 鍋谷ガラス工芸社

江戸切子

🏠 大田区南蒲田3-10-22

☎ 03-3744-1882

📠 03-3744-1882

🌐 <https://nabetani-glass.com/>

ダイレクト販売のノウハウを 学び実現させる

江戸小紋染工房 小林染芸

着物以外に、江戸小紋染の
高度な技術を生かした
製品づくり

板橋区高島平にある「江戸小紋染工房 小林染芸」は、江戸小紋師の先代が昭和49年より当地で江戸小紋の染色工房を営んでおり、現在は、兄・小林義一さんと弟・小林福司さんが引き継いでいる。

江戸小紋とは、極小の柄の模様が繰り返し描かれた染め物である。17〜19世紀中盤、諸大名が江戸城に登城する際、どこかの藩か区別するために袴かみしもに模様を染めることで発達した。模様は0・5〜1ミリ程度の小さな点や細い線で構成され、代表的な柄である極鯨では、3センチ四方に千個もの点が滲むことなく染め抜かれている。遠目には無地に見えるため帯と合わせやすく、第一印象の華やかさを主張するのではなく、近くで見ても初めて気づ

く染めの巧みさを「粋」とした美意識が表現されている。手作業で染めることで反物全体に陰影を生み、平面に奥行きを与える技術への評価は高い。

近年では着物を着る人も少なくなり、その技法を継承維持することも難しくなっている。そのような流れの中にあって、小林染芸は高度な技術を生かして、Tシャツやマフラー、バックなど種々の新しい商品の製造、開発に挑戦している。



小林福司さん





手作業による柄合わせ

江戸小紋の伝統を受け継ぎ、創作にも意欲を発揮する義一さん、江戸小紋の作家でありながら、江戸小紋の歴史や着物研究家として活躍されている福司さん。将来を見据える二人の活躍に期待がかかる。

職人ステップアップ事業 特別講義で経営基盤の 強化につながる知識を得る

「コロナ禍で注文も激減して、着物の流通も変わりました。従来ならば問屋が白生地のを在庫を持つのが、われわれ受注側が在庫を持つようになり、一層経営が厳しくなりました。そこで、自分たちが消費者に

直接アピールできないかと考え、そのノウハウを模索していたところ、東京都染色工業協同組合から公社の職人ステップアップ事業を紹介されました。」と福司さん。

最初に、ビジネステーマを取り上げた各分野の専門家による職人ステップアップ事業特別講義全10回をズームで受講した。WEBサイトおよびネットショップの立ち上げ、新しいビジネスモデルの構築など、各講師から専門的知識を得たのは大きかった。

消費者に直接アピールするには新たなサービスを検討

消費者へのダイレクト販売法は、顧客満足度に留意した付加価値の高いオリジナル反物を提供すること、また顧客からのヒアリングを積極的にを行うこと、特に着付け教室、呉服店の販売経路や動向を十分に調べることが必要だと公社専門家から指摘された。

「着物を売りたいという本音がある反面、小物でもいいのではと逡巡しています。実物を体験した参加



江戸小紋体験会は、染めた生地をバックなどに出来る

者は作品の写真をSNSで発信したり、友達などに広めてくれたり、若い人達の反応は良好です。できるだけ多くの人達に体験していただきたい。柄合わせなどの場面では緊張感あり、笑いあり、最後には充実感がなければ江戸小紋は広まっていきません」と直接に販売することの重要性に気づかされた。今では、1週間に100名程の参加申し込みがある。

江戸小紋染めに欠かせない染料糊、型紙職人などが需要の減少により、いずれは廃業を危惧されている。

そのような中で、活路を見出すには海外へ販路開拓するよう専門

家からアドバイスを受けた。江戸小紋が持つ独特の雰囲気、日本独自の美しさを、国境を超えて海外にアピールする構想を小林さんは考え始めている。



江戸小紋調の反物

江戸小紋染工房 小林染芸

東京染小紋

📍 板橋区高島平7-40-5

☎ 03-3939-2861

📠 03-3939-2861

🌐 <https://ja-jp.facebook.com/edokomon/>
(@fukiriko6311) / Twitter

自社製品が的確なアドバイスで 改良され、販路も広がる

有限会社 澤井織物工場

地域の伝統織物「多摩織」で 120年の歴史を刻む

八王子市の北、秋川のほとりの
のどかな田園地帯に、澤井織物工
場がある。江戸時代から続く織物
の会社で、創業時から昭和半ばま
では、「伝統工芸の「多摩織」で主

に着物を織っていた。多摩織とは、
おめしおり、ふっしおり、
御召織、風通織、紬織、もじり織、
変り綴の五つの織物の総称で、八王
子市を中心に、あきるの市、日野市
の一部地域で伝統の技を駆使して作
られており、軽くて夏涼しく冬温
かい風合いがあり、しわになり難い
などの特徴がある。

四代目の澤井伸さんは「八王子
市は織物のメッカで、昔は織物工場
がたくさんありました。しかし、時
代の移り変わりで、今では数える
程しか工場はありません。」と語る。
約120年もの間、こうして織り
続けている理由は、「多摩織の伝統

技術を守りつつ、その時代の流行や
ニーズに合わせて商品を提供してい
きたいからでしょうね」と澤井さん。
広い土地にある工場は3カ所に分
かれており、手織り機3台、機械
織り機11台の設備が効率よく配置
されている。

「多様な発想と技術を組み合わせ
て独自のものを作り、長く使える良
い製品を作りたい」という澤井さん
の理念が、様々な作品に表現されて
いる。実際、アパレル会社の商品開
発に、研究・改良された糸や布地
を数多く提供するなど、名だたる
ブランドの商品として店頭に並んで
いる。

また、Googleに電気を通す銅線
と糸を織り
込んだ生地
を提供して
いる。表面
を触るだけ



四代目・澤井伸さん

でスマートフォン画面が反応する画期的な製品である。

自社商品が販売不振で 会社のアドバイスを求め

こうして様々な業界から共同開発の話が来る中で、既存の自社商品の販売が不振であるため、次の展開を模索していたところ、公社から職人ステップアップ事業を勧められ、商品改良に着手した。従来の細織の秋冬用の厚めのストールを30〜50代の女性に設定していたが、ターゲットを30〜40代に限定して、



工房に代々伝わる生地見本帖

そのターゲットに向けてデザインや技術改良を行うことを勧められた。

デザイナーと相談して、風通織の風合いを加味し、生地はシルクで薄く柔らかく、春・秋・冬に3シーズン使用が出来て、家庭でも手洗いが出来るように改良した。

「自社製品が専門家の的確なアドバイスで改良され、結果、良い品物となつて徐々に評価されています。また、限定されていた販路も増え、おり、大変助かっています。」とその成果に目を見張る澤井さん。



手織り機



機械織り機

使う人の気持ちに寄り沿った 商品づくりをめざす

今回の成果でやりがいを感じた。これからは、100年以上受け継がれてきた伝統の職人技で「多摩織×モダン」をモットーに新しい製品づくりをめざしている。

そのためには、今後も若い人材

を採用しながら熟練した職人のノウハウをうまく伝授していくことで、職人が培ってきたものづくりの技と、若手が得意とするデジタル技術を合わせて、付加価値の高い製品を提案していきたいと澤井さんは考えている。



濃淡のあるチェック柄ストール
いろいろな服に合わせやすい

有限会社 澤井織物工場

多摩織

🏠 八王子市高月町1181

☎ 042-691-1032

📠 042-691-1729

令和3年度 職人ステップアップ事業 特別講義 カリキュラム

第1回 令和3年 10月22日(金)	「いま、何が起きているのか」 伝統産業にかかわるビジネストピック、トレンド
第2回 令和3年 11月5日(金)	「これから何が起きるのか」 これからのトレンド、アフターコロナの消費動向
第3回 令和3年 11月19日(金)	「職人 TECH」 伝統産業のための DX、IoT、EC
第4回 令和3年 12月3日(金)	「動き始めた人たち」 伝統産業や職人の活性化事例集
第5回 令和3年 12月17日(金)	「ビジョンを定める」 経営全般、経営計画、事業コンセプト策定
第6回 令和4年 1月14日(金)	「仕事を続けていく」 事業継続（事業承継、後継者育成等）
第7回 令和4年 1月21日(金)	「作ったものを売る」 マーケティング（販路開拓、EC、新しい売り方等）
第8回 令和4年 2月4日(金)	「挑戦する」 事業開発と商品開発（非連続的發展をめざす）
第9回 令和4年 2月18日(金)	「まわりを巻き込む」 人材管理（人材獲得、人材育成と活用、女性活用等）
第10回 令和4年 3月4日(金)	「守りを固める」 資金調達、サポート機関、公的支援等活用、契約、 法律問題、紛争解決等



利用者の声

- 🗨️ コロナ禍で来客や商談また展示会が減少する中、自社についての三者的視点と意見を頂いた事が参考になった。
- 🗨️ 第1回の支援から「宿題」をこなすように作業を進めた結果、なんとか自社HPの公開が出来、BASEへの出展も叶いました。
- 🗨️ 大変満足です。当初は5回の派遣で?とと思っていましたが、まさか半年でHPが出来あがるなんて思いもしませんでした。まだまだなのは十分承知していますが、今は出来上がってうれしいです。
- 🗨️ 現在事業を進めて行くうえで、単に現事業だけ進めて行けばいいだけでなく、幅広く視野と現在と違う市場獲得を早期に目指していくことを気付かされたご支援でもございました。

職人ステップアップ事業
詳細・申込用紙の
ダウンロードはこちら



<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/dento/stepup/index.html>

令和4年度 職人ステップアップ事業 事例集

令和4年8月発行

編集・発行：公益財団法人東京都中小企業振興公社 城東支社
〒125-0062 東京都葛飾区青戸 7-2-5
電話 03-5680-4631

制作・印刷：株式会社 信英堂
〒160-0022 東京都新宿区新宿 5-14-11



職人 ステップアップ 事業

無料

職人の皆様が、環境変化に対応するための新たな事業活動や、経営課題の発見から克服までの一連の取組を支援します！

本事業の特徴

- ✓ 最大10回の専門家派遣が無償で受けられます。
- ✓ 職人向け「特別講義」で知識・理論を身に付けられます。

支援の流れ

支援期間の目安：4～8か月（ヒアリング～課題解決支援）



- ・ 専門家が現状のヒアリングを行い、課題の洗い出しとその優先順位を一緒に検討いたします（1回～2回）
- ・ その後、皆様の課題に合わせて、どのように解決すべきか、専門家はその工程をロードマップとして提示いたします（1回）
- ・ 「課題解決支援」の段階で、専門家を派遣いたしますので、解決策の実行から定着化に向けた取組支援までフォローすることができます（最大7回）。

ご利用対象者 東京の伝統工芸品事業者

以下のいずれかを満たす方がご利用いただけます。

東京都知事が指定する伝統工芸品を製作する事業者／東京都知事が指定する伝統工芸品と同等の技術又は技法及び原材料を使用して伝統工芸品を製作しており、かつ、東京都又は都内区市町村が認定する事業者／都内市区町村が認定する伝統工芸品を製作する事業者

■上記3項目のいずれかを満たす方を含むグループ

ご連絡先



公益財団法人
法

東京都中小企業振興公社 城東支社 03-5680-4631