



# スモールサンゼミ 京都通信 11月号

2019年11月26日  
第25号

## この号の内容

### 1 テーマ

「老舗が語る伝統と革新  
～伝統工芸の未来へ～」

### 2 講師

・日吉屋 5代目 西堀耕太郎氏

### 3 アンケートより

売上を0年で倍増する  
→見合う事業、会社を買う

#### “ゼミでの一言”

#### ①老舗ベンチャー論 『伝統とは革新の連続』

伝統とは：最初から伝統はない。後から振り返ったら伝統になっている。

現在売り上げの80%位はデザイン照明。

#### ②老舗から老舗ベンチャーへ ・時代にあった商品開発。今の人が買いたいデザインや内容

→和傘の技術や経験を生かしたモノづくり

→スマホは売れるが、日吉屋がスマホ作っても仕方ない。和傘を作る技術はある。自分達にしかできないことを活かして商品作りをする

#### ③メディア露出

お金を払わずに、記事を書いてもらう

## 10月ゼミ報告

内容報告 報告者 奥田英詔

・京都ゼミ10月は、日吉屋5代目 西堀耕太郎氏による講演をいただきました。氏は和歌山生まれ。妻の実家が日吉屋で、自身は静岡の役所で働いていたが、和傘の美しさに惹かれ5代目を継いだ。その時の日吉屋の年商は160万。現在日本で和傘屋さん10軒もない。この状態から、どのように企業を成長させてきたかについて講演いただきました。そして・・・その内容は、まさにザ・スモールサンそのものの内容でした。

その①隣接異業種 現在の主要製造商品は和傘をモチーフに用いたデザイン照明器具「KOTORI」。和傘の会社から照明器具会社へと業態変更。和傘のもつ繊細な作りは、機械による大量生産では対応できない精巧なもので、職人の手仕事でないと作れない構造となっている。大手企業にはまねできないものである。

その②中小企業の海外展開 販売ルートはヨーロッパを中心とした海外市場への展開を通じて、グローバルニッチ市場を徹底して開拓する。特殊な商品であるゆえに大量販売にはならない。しかし、世界中の国の各地域に1人欲しい人がいれば、それで中小企業は成り立つという。現在そのノウハウを研究所という形でも展開されている。

その③メディア露出 お金をかけずに記事を書いてもらうことで、宣伝をおこなう。良いものを作れば売れる・・・といことはないが、展示会等を通じて、メディアが反応してくれるようなインパクトのある商品PRをしていくことは大事。

→これが、年商160万の斜陽産業の和傘の世界で、今売上3億以上の企業となったといった秘訣とのことでした。

## ゼミアンケート内容より

・弊社の製品群ではああいう展開は出来なかったと思います。弊社の製品は主体的に海外に進出できる物では無いことと、輸出には全く向かないものであるため、日吉屋さんと同じアプローチを行うのであれば全くの新しいプロセスを構築する必要があると感じました。それこそ国内にも敵があまりいない状況で製品そのものが個として存在しないと転換しにくいと思います。アイテムのキャラクターを高めるという意味では田中金属製作所の田中社長と同じアプローチをされているのかなと思いました・・・。

## その1 『各ゼミ交流活動』

●京都・大阪合同ゼミ 2020年2月18日(火)18時30分～20時30分  
(開場18時00分～／懇親会20時40分～22時40分)

◆場所:京都駅近辺

◆内容:「中小企業経営者が知っておくべき『金融機関のホンネ』」  
第一勧業信用組合 理事長 新田 信行 氏

●広島ゼミとの懇親会 2020年2月26日

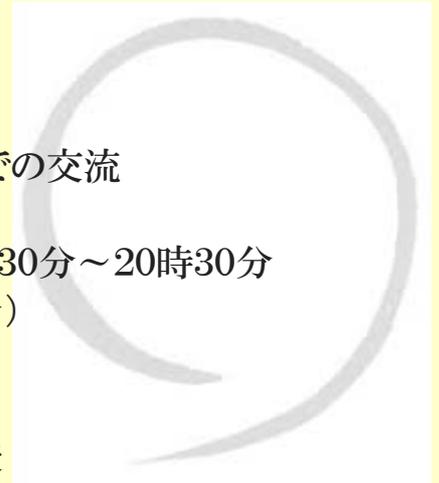
◆場所:京都

◆内容:広島ゼミ企画ヒルトップ見学会後、懇親での交流

●京都・大阪合同ゼミ 2020年6月23日(火)18時30分～20時30分  
(開場18時00分～／懇親会20時40分～22時40分)

◆場所:新都ホテル(仮)

◆内容:「最新の経済環境と中小企業経営」②  
SS エグゼクティブ・プロデューサー 山口 義行教授



## その2

『スモールサンゼミ京都、大阪合同  
春のゴルフコンペ』

予告 2020年4月11日(土)

場所:未定

