

知的資産経営報告書



お子様お一人お一人に合わせたお人形づくり。
手作りにこだわり続ける京都の人形職人が、心と技を込めて、大切なお子様へ、
おひなさまをお届けします。

おひなさまは単なる飾りではありません。
お子様と手にとって家族の物語を作ってください。

おひなさまは家族の一員なのです。

京都 西陣 たくみ人形

平成19年3月

目 次

壹、ごあいさつ	2
貳、商品案内	3
参、つよみ	11
四、よわみ	15
五、経営戦略	19
六、工房概要	23
七、知的資産経営報告書とは	24
八、注意事項	25
九、著者ご挨拶	26
十、むすびに	27

売、ごあいさつ

京都といえば「伝統」や「格式」といった言葉を想像される方々がたくさんいらっしゃるでしょうが、そこには、良いものを大切にする心があるということをお感じいただきたいと思います。

御人形づくりの技を会得したい一心で先代に師事して25年が経ちましたが、単なる技巧ではなく、大切な大切なお子様の健やかな成長を祈って生み出す御人形を慈しむ心を学んでまいりました。

そのため、一体一体心を込めておひなさまを生み出して参りますので、お客様にお届けするときには、まるで自分の娘を嫁がせるような想いになり、なんだか寂しくもなります。

だからこそ、お客様にも私どもが嫁がせたおひなさまを大切にさせていただきたいと思っておりますし、そのようなお心のお客様にお求めいただきたいと考えております。

偉そうなことを申しまして大変恐縮ですが、おひなさまを家族として迎えてくださるお客様にいつまでも愛していただけるようなおひなさまを、これからも心を込めて生み出していきたいと思っております。

有職御雛人形師 榎野巧雲

式、商品案内

(一) 雛人形 (おひなさま)

皆さんは、ひな人形はどれも大差が無い
かと思っていらっしゃいませんか。

おひなさまは女の子の宝物であり、健
やかな成長を願うお守りでもありますの
で、当工房のおひなさまは、表情、衣装、

材料はもちろんのこと、通常は目にするこ
ののない細部にわたり、手作りの
こだわりを凝集させて心をこめてお作り
しております。以下にその「こだわり」の
一部をご紹介します。



たくみ人形ホームページより転載

【桐胴】

一般的には雛人形(親王)の芯材に使われ
る胴は、藁(わら)胴を使っていますが、当工
房ではさらに桐胴も用いてそこにお顔を付
けています。桐胴はわら胴とは異なり、首
の傾きなどの微妙な調整が可能であり、そ
の結果、優しさや凛々しさなど豊かなお顔の
表情を作り出すことができます。

右の写真をご覧になってください。姫は微



上の写真はたくみ人形ホームページより転載



妙に首をかしげることにより女性のやわらかさが表現されていますし、殿は若干あごを引くことにより男性の力強さが表現されているのがお分かりいただけるでしょうか？

当工房の人形は、より当時の人に近い表情を出すことにこだわっておりますが、それはこの桐胴を使用しているからこそ可能になっていると言えます。また、桐胴には防虫効果があり、機能的にも優れています。

【衣装・仕立て】

京都の伝統産業の一つ「西陣織」の生地を惜しげもなく贅沢に使って衣装を仕立てております。例えば、右の写真にあるように、大柄の模様の生地を用いて仕立てることもしばしばございますが、胸や袖、襷(らん)の位置に柄を合わせるとなると、4 m 強の袋帯の生地から2体分の衣装しか作れません。また、



何度も型紙を当て慎重に柄合わせをすると共に、横系の裁断による「糸抜け」等を防ぐ処理をいたします。このため、2体分の裁断処理だけで丸一日を要することも少なくありません。



上の写真はたけのみ人形ホームページより転載

さらに、衣装の自然な風合いを出すために、生地裏面に和紙を用いた「袋貼り」という処理をいたします。下の写真は、一般の量産品（左）

と当工房のおひなさま

（右）の比較ですが、袋貼りにより袖の膨らみやソフト感の違いがはっきりとお分かりいただけると思います。これは、材料や手間の面で非常にコスト

和紙の袋貼りによる
風合いの違い



高になりますが、最高の生地を活かすためには欠くことのできない重要な要素の一つです。

【色使いと重ね】

東日本の雛人形との違いは、歴史観の違いとして現れます。日光東照宮のような煌びやかな建物と、桂離宮の数寄屋造りの違いにもあるように、おひなさまの衣装にも違いがあります。当工房は、武家中心の文化とは異なった奥ゆかしい京都のお衣装に仕上げております。

また、次の写真は「幸い菱」という柄を用いたお衣装ですが、当工房では、お人形の値段の高低に係わらず、このような柄あわせをすることで、十二単にはふんだんに正絹の生地を用いております。

十二単衣の重ねの部分は、
一枚ずつ寸法を変えながら
段重ねに仕上げております。

一定の型枠で裁断すれば大
量生産が可能になるのでし
ようが、生地柄を活かし
ながら、また、独特のグラ



デーションに仕上げていくことにより、本来の十二単衣の持つ美しさを
忠実に再現しております。

【挿み足】

通常は見る事のない足の部分も、こだわりを持った作り方をしてお
ります。下の写真は座り雛の量産品との比較ですが、当工房のお内裏様は

袴をきっちりとはき、足袋
も襪（しとうず）と言われ
る正絹のものを履いていま

す。見えないところにこそ、
作り手の気持ちが現れます。
人間と同じように、見えな
いところでコツコツと努力



大量生産品は袴を穿かせずに貼り付けてあるのみ。
また、襪も履かせていない。



たくみ人形は、袴をはき襪を履いている。
注)「襪(しとうず)」とは指が分かれていない靴下のこと。

をし、目立たないところで気遣いができる、当工房のおひなさまをご覧になりながら成長されるお子様にも、そのような正直なお人に成長していただきたいという人形師の想いが込められています。

【髪】

挿み足や衣装のところでも述べましたが、当工房では値段に係わらず全てのおひなさまの細部にこだわりをもってお作りしております。髪の毛もその一つでして、ス



著作次第
たくみ人形ホームページより転載



ガ系(特別に染めた細い正絹の系)を用いています。一般の量産品に多く用いられているナイロン系とは異なり、絹が放つ独特の光沢がございますので、黒髪の自然な艶が表現されております。

【木毛 (もくめん)】



木毛 (もくめん) とは、細切にした木くずのことで、これを和紙でくるみ、おひなさまの腕や胴の肉付けをしています。よく、ぬいぐるみなどの中には綿が詰められていますが、雛人形ではそれと同じようなイメージで綿

の代わりにこの木毛を用います。

京都で作られたおひなさまは総じてこの作り方が用いられていますが、大量生産品では多くの場合ウレタンと綿で作られています。木毛の良さは、腕折り（かいなおり）と呼ばれるお雛様の腕を折り曲げる作業のときに生きてきます。腕折りはその出来栄で人形師の腕が分かるといわれるほど重要な工程です。腕折りでそのおひなさまの良し悪しが決まると言っても過言ではありません。

ウレタンと綿を使用したおひなさまと、木毛を使用したおひなさまを比較した場合、肩のラインの仕上がりや、おひなさまのバランスなどその差は歴然としています。右の写真をごらんになってください。



写真では分かりにくいかもしれませんが、猫背気味で

かつ、肩の部分が不自然に出っ張っておりさらに肩の部分の折り跡のバランスが悪いのが量産品です。これは、綿を使用していると折り曲げた際に綿が反発してしまうのが原因です。木毛を使用すると、こういったことがなくきれいに腕折りをすることができます。

現在、世界に広く流通しているテディベアは、ドイツのシュタイフ社

がそのほとんどを製作していますが、シュタイフ社のテディベアにもこの木毛が使用されているようで、化繊の綿によるものとは違い独特の風合いが出て非常に価値が高いそうです。（*那須テディベアミュージアムへの電話によるインタビューによる）

（二）立雛



雛人形は立雛から始まったといわれています。
平安時代、お祓いのために、「形代（かたしろ）」といわれる紙で作った人形に身体の穢れを移して川や海に流し無病息災を祈ったものと、平安時代の雛遊びが混ざりあって、雛の節句に立雛が飾られるようになったといわれています。

京都でも立雛を扱っているお店はそう多くありませんが、当工房では雛人形の原点に立ち帰る意味と京都らしさを表現するために、歴代の皇室をモチーフとした（着物・扇子、冠等、細部にわたって忠実に再現している）立雛を製作・販売いたしております。

また、立雛にも桐胴を使用しているため微



妙なお顔の表情を作り出せるのはもちろんのこと、立ち姿に微妙な動きを付けることも可能なので一体一体が本当にそれぞれ違う表情をもった人形に仕上がっています。

このようにお客様の様々なニーズに極力お応えすることが出来るように多様な人形を製作しております。

参、つよみ

(一) 人形師のがんこなまでのこだわり

ご挨拶でも述べましたが、妥協を許さない人形作りを行っておりますので、材料、作り方など、どの価格帯のおひなさまもすべて一体ずつ手作りをしております。例えば右のおひなさまは、当工房の低価格帯のもの

のですが、西陣の布地、桐の胴、木の綿や、絹の髪 等々、一流の材料を用いてこだわりをもって手作りをしております。このため、量産品の同一価格帯では決して見ることの出来ない「丁寧な仕事」となり、そのような細部に至るまでの仕事ぶりにこだわられるお客様にご評価いただいております。



(二) 人形に対する愛情

一体ずつ手作りを行っておりますので、十二単を着せて顔を付ける頃には、まるで娘の晴れの日を迎えたような気分になります。このため、娘の晴れ着や化粧、立ち方、お顔の傾げ方などが気になる母親と同様の気持ちで、微細な部分を修正していきます。このため、納得がいかない場合には、衣装を一から作り直すこともございます。また、女雛や雄雛

だけでなく、三人官女なども同様に愛情を込めて作ります。このため、注いだ愛情の分だけ、当工房のおひなさまからは優しさが伝わってくると思います。



(三) 従業員との価値共有

人形師の想いを衣装部の従業員たちも良く理解しているために、妥協を許さない仕事をしてもらっています。京都の女性達には辛抱強さがございいます。人形師と衣装部の従業員たちが同じフロアで仕事をする事により、多くを語るなくても、人形師の想いが従業員と共有できているのです。

(四) 工房であること

当店のひな人形は京ひな人形という京都独特のお人形です。「京ひな人形」と銘打つ以上は、実際に京都で作るという当たり前のことをしなければならぬと思っております。

ところが、実際には京都で作られていないものや、昔からの丁寧な技法で作られていないおひなさまに「京雛」の名称が付されている場合もあります。私共では京都西陣の地で、あえて頑なまでに昔ながらの手作りにこだわり続けておりますが、これは、小さな工房であるがゆえに出

来ることです。また、お客様のご希望に沿った衣装やお顔を組み合わせ
てオリジナルのおひなさまをお作りすることもできますし、工房の展示
ルームにございますおひなさまの中からお客様ご自身で組合せをしてい
ただくこともできるのも、当工房の強みです。

(五) 丁寧なアドバイス

赤ちゃんから幼児を経て、児童、成人そして母へと成長していかれる
その時々において、お求め頂いたおひなさまと共に家族の思い出を作っ
てもらいたい、そう思いながら沢山のお客様の元へおひなさまを嫁がせ
て参りました。そのためには、例えば幼児期のお嬢様には、おひなさま
を単に眺めるだけでなく触らせてあげて、ご家族と一緒に飾り付けをし
ていただきたいと思っております。そのようなご家族との共同作業の過
程で、家族の物語を作り、礼節について躰をされることが、ひいてはお
嬢様の健やかなご成長とご家族のご繁栄につながるものと考えておりま
す。

このため、お求めいただいた後でも、おひなさまの様子をお知らせい
ただきましたら、飾り付けや保管方法など丁寧にアドバイスさせていただきます。
さらに、お人形の修理、ちょっとした手直しなども、誠心誠
意させていただきます。(※状態によれば実費を頂戴する場合もありま
す)

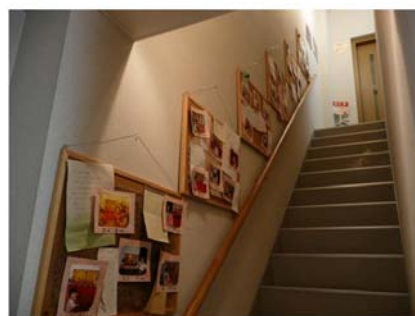
また、当店は「工房」であるがゆえに、小売だけのお店とは違い雛人形についての知識を豊富に持ち合わせております。おひなさまというのは、知らないかたにとっては見極めるポイントが非常に分かりづらいと思います。ですから、当工房でご購入いただく、いただかないは別にしまして、おひなさまを見極めるポイントについても丁寧にアドバイスいたします。お気軽にお問い合わせください。

(六) お客様の声

お客様のお声を人形作りに反映させようと、お求めくださったお客様からお便りを頂戴しております。楽しそうなお家族のお写真を送って頂きますと、この仕事をしていて本当に良かったと思います。



せっかくのご縁（ネットワーク）ですので、今後は複数年でお便りをいただけるようにしていき、お買い求めの年だけでなく、経年変化等も参考にして参りたいと思っております。



四、よわみ

(一) 生産力と価格競争力

人形師が一人と衣装部の従業員三名とで作っておりますので、年間に生み出すことができる雛人形は300～400ほどに限られます。

また、上述したとおり材料や作り方にこだわりを持ってお作りしておりますので、どうしても大量生産品に比べ価格競争力がございません。

しかしながら、品質にこだわりをお持ちのお客様とお話をさせていただいておりましたら、割安感があるとおっしゃっていただくことが少なくありません。このため、今後はこのようなお客様のご評価を一般の方々にもいかに効果的に伝えていくのかが課題と言えます。

(二) ブランド力

京都では「戦後」という言葉を使うときの「戦」とは応仁の乱を指すと冗談めかして言われることがございますが、高売の世界では決して大げさなことではない場合が多々ございます。それだけ伝統や格式を重んずる文化があります。

一方で、伝統産業の強みを活かして発展した電子部品をはじめとする先端企業も沢山あり、決して古いものだけにこだわり続ける町ではございません。良いモノを見抜く目がございます。それだけに、京都で認められると日本はもちろんのこと、世界でも通用するものとなります。で

すから京都の企業は、いくら成功されても本社地を東京に移したりはされないようです。ただし、京都でブランドを築くには、相当な努力と時間が必要です。

当工房は、分業化されている京雛産業の中で、おひなさまの侍従たちの胴を製作する工房として、先代の榎野巧雲が興したものです。その先代の仕事ぶりをお認めいただき、徐々におひなさま本体の製作を任せてくださるようになり、自らの名を付した「巧（たくみ）人形」として完成品を製作・販売させていただくことになりました。

ところが、先代は人形を「売る」ということに関しては無頓着だったようです。他の有名人形店様とは違い、広告をほとんどせず来店されたお客様には格安の値段で販売しておりましたので、ブランド力はほとんど言っていないほどありませんでした。しかし、後述のように縮小する雛人形業界においては、ブランド力のなさは当工房のような小さな店が生き残っていくには致命傷です。だからといって、儲けることだけを考えるのも当工房の経営方針とは反します。人形作りに対する想いを大切にしながら、ブランド力をいかにして作り上げるかが課題になってくるかと思えます。

そこで、二代目も先代と同様に、人形づくりにかける想いと技は他の有名店様には引けを取らないものと思っておりますし、また、京都には様々な産業や分野においてブランド構築のヒントや前例が沢山ございま

す。今後は「たくみ人形」ブランドを育てるために、当工房が有するこれらの強みをこの京都の地で、最大限に活かしていきたいと思っております。

(三) 業界の動向 (産業としての成長性)

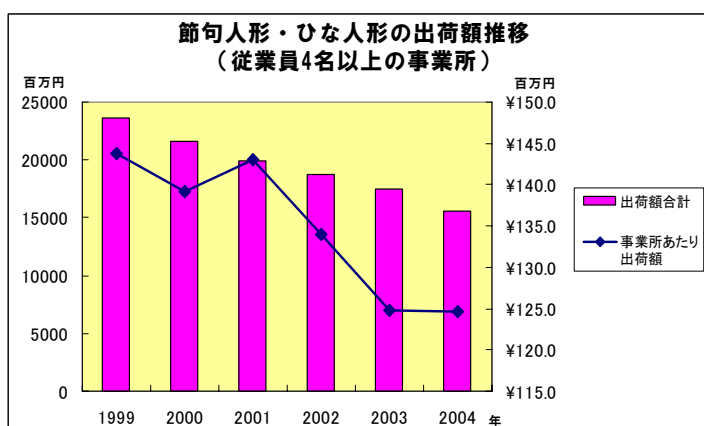
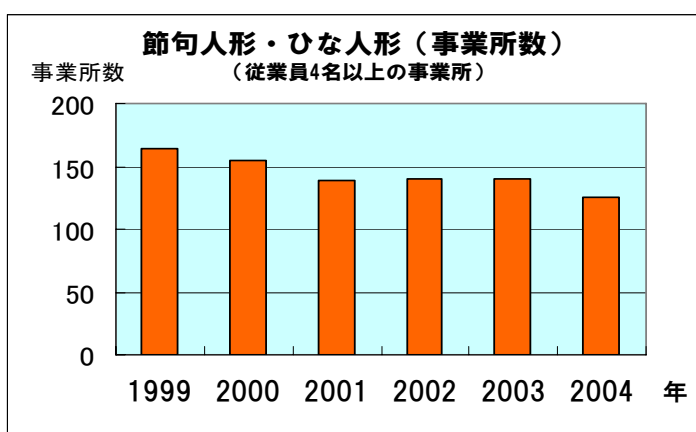
2004年の工業統計によると、右図のとおり、人形を製造する事業所数や出荷額は右肩下がりとなっており、決して成長性が見込まれる産業とは言えない状態です。少子化が進み、加えて生活スタイルの多様化（特に様式化）により、節句人形や

雛人形をお買い求めいただく機会が減ってきています。

このような中で、一つは雛人形の文化を絶やさずに守り続ける工夫をすることにより

業界の縮小に歯止めをかけると共に、縮小する業界の中にあっても、当工房が良質でお客様の満足度の高い人形を出し続けることにより、

たくみ人形のファンを増やしていく努力をせねばなりません。



二つ目は、卓越した人形作りの技を活かせる新たな商品を開発していく必要があります。人形に対する熱い想いをいつまでも大切にしながら、新しい価値を創造できるようなアイデア力や企画力を付けねばならないと考えております。

五、経営戦略

上述しましたとおり、人形師のこだわりと、小さな工房であるがゆえにできる品質の追求などの強みがございます。この強みを引き立てながら上手く活用し、上述の弱みや業界の縮小に対応していかねばなりません。そこで、当工房の有する強みと弱みの双方を考えて、今後の経営戦略を作成しました。

おひなさまの品質にかけては他店に負けなつもりですが、残念ながらブランド確立には至っておりません。このため、最も注力したいところは、「たくみ人形」のブランド力をいかに上げるかということです。

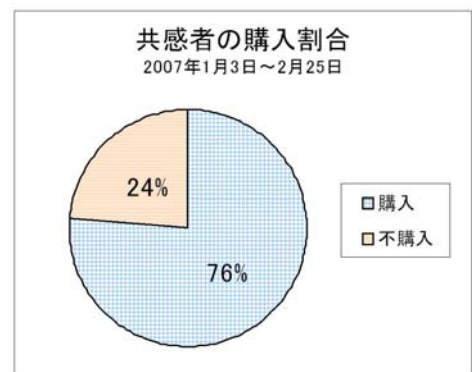
ただし、単にブランド名だけで商売をしようとしているのではございません。京ひな人形を名乗る以上は、京都の地で一体一体を手作りにて製作し、自分の納得する商品しかお出ししない気概が必要です。当工房は小さい工房ですが、この「こだわり」については決して妥協することなく、また、値段の高低に関わらずこだわり続けようとしております。むしろ小さな工房であるがゆえに、全ての商品に目が行き届きやすいとも言えます。

このため、この「こだわり」による品質の良さを全面的に押し出し、効果的なPR方法を検討し、今後の営業活動に採り入れていきたいと考えております。小さい工房であるが故に、お客様との一対一のご対応が可能です。経営ノウハウの部分もございますので、お客様とのお話の内

容等についての詳細な説明は、本報告書には記載いたしません。ご来店いただいたお客様の動向は下記のグラフのとおりとなっております。

(ただし、小さな商売であるために、件数を挙げるのは気恥ずかしいことですので、今回は割合で表示させていただいております。)

ご来店者のうちで、われわれのお話を聞いていただいて、当工房の人形づくりに共感していただいた方の購入割合は76%となっております。

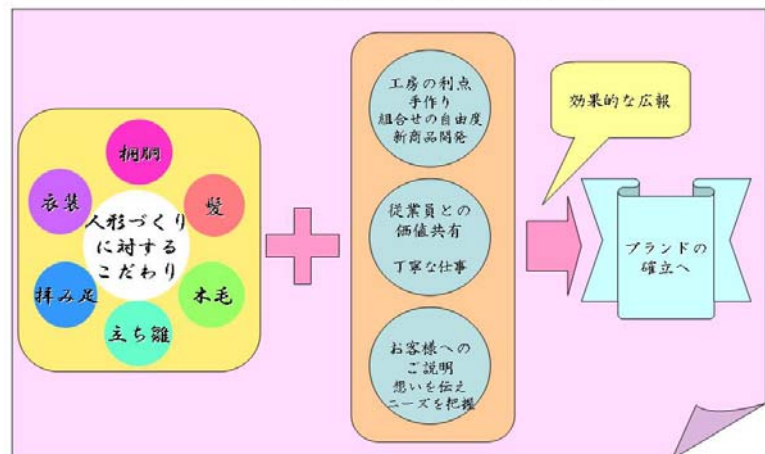


では、なぜ共感していただいたとわかるか、それは前述のように当工房は対一の対面販売が出来るのでお客様ひとりひとりの反応を確かめられ、さらに後からお名前を拝見しただけでお客様の顔を思い浮かべることが出来るからです。

どのようにご共感いただいたかは重要なノウハウですので仔細にはご説明しませんが、今後も

当工房のファンとなってくださるお客様を増やすとともに、当工房に来店していただいて私たちのお話を聞いていただける方をひとりでも増やすこと

たくみ人形の経営戦略



が重要だと思われます。

このため、今後は当工房の強みである数々のこだわりや品質について、様々な広報ツールを用いて効果的な広報方法等を検討して参ります。

次に、卓越した技術力を活かして、新商品の開発を進めてまいりたいと考えております。例えば、次の写真の雛ですが、これをお買い求めになられるお客様は、2体目のおひなさまをお求めの方や洋式の生活スタイルをお好みのお客様が多いようです。



このように、既にお買い求めいただいたお客様に新たなおひなさまをご提案するとともに、成人されたお嬢様向けのおひなさまや、マンション等の洋間に合ったおひなさまなどをご提案して参りたいと考えております。さらに、シーズン以外の期間に雛人形を買っていただけるような工夫を凝らし、それをこちらから発信することにより、一年を通して「たくみ人形」の存在感を出すことが出来ればと考えています。そのことが、ひいては縮小する節句人形や雛人形の市場の維持・拡大につながるものであり、それらの活動を繰り返す中で、新たな商品展開のヒントの獲得になるものと思っております。加えて、今回の知的資産経営報告書作成

のように、大学や他の機関との連携やネットワークの構築を図りたいと思います。内部の者たちだけでは気付かなかった強みを知り、それを活かすアイデア力や企画力をつけるためにも、これらの機関等の知的資産を活用させていただけたらと考えております。

六、工房概要

名称： 京都 西陣 たくみ人形

代表者： 有職御雛人形師 槇野巧雲

会社名： 有限会社 巧人形

代表取締役： 岡田次雄

住所：京都市上京区千本通五辻上ル牡丹鉢町552-3

【千本今出川を北へ2つ目信号手前東側(千本上立売バス停前)】

電話： 075-441-8333

FAX： 075-441-8334

ホームページ： <http://www.takumi-ningyo.com/>

従業員： 5名



七、知的資産経営報告書とは

企業の強みである知的な資産（人材、技術・技能、知的財産、経営理念、ブランドやネットワークなど）は、競争力の源泉であるにもかかわらず、財務諸表には表れてこない目に見えにくいものです。しかしながら知識社会においては、これらの無形の知的資産をどのように活用して企業の価値創造につなげていくのかということが、企業の真の価値を判断する重要な要素となります。

知的資産経営報告書とは、企業が有する知的資産を用いた価値創造戦略を、利害関係者（顧客や株主、従業員等のステークホルダー）にわかりやすく伝え、企業の将来性についてステークホルダーとの認識の共有を図るために作成されるものです。

知的資産経営報告書作成にあたり、経済産業省から平成17年10月に「知的資産経営の開示ガイドライン」が公表されており、本報告書は、原則としてこれに準拠して作成しております。

ただし、中小・零細企業にとって、長期にわたる事業計画や売上げ見込みをベースにした指標や、技術やノウハウに関する数値化された指標を詳細に記述することは難しいものがあります。また、経営戦略等を仔細に説明することは望ましくないと考えております。このため、本報告書は、商品や強みを中心にできるだけ平易な言葉や写真で説明することにより、顧客との価値共有を図ることを主要目的として作成しました。

八、注意事項

本知的資産経営報告書に記載しました業界の動向や経営戦略などは、現在入手可能な情報に基づいて当社の判断にて記載しております。このため、景気動向や業界の業況など内外の環境等によっては、戦略等を見直すことがあります。従って本報告書に記載した内容や数値などを将来にわたって保証するものではありません。

九、著者ご挨拶

この報告書を書こうと思ったのは、社会に出る前に一度きちんと親の職業を理解したいと思ったことが一番にあります。正直に申しまして、人形師という特殊な職業の家に生まれながらいままで親がどういうふうな想いを持ち、どういうように商売をしているかについては断片的にしかなかった。しかし、最近特によく親の口から人形業界の苦しさ、そしてうちのような零細企業の苦しさを耳にするようになるにつれ、直接経営に関わらなくても何とか役に立てることもあるのではないかと思いはじめました。そして同時に、その過程を通じて最近薄くなっていた親とのコミュニケーションも図れるのではないかとも思ったのです。

面白いことにいろいろ自分の家業について調べていくうちにわかったことがあります。それは、実は親も「人形を通じてお客様親子のふれあいの機会を作り出したいという想いを持っていた」ということです。お客様と親子で立場こそ違いますが、人形を媒介にして親子のコミュニケーションをつくりだしたいという想いが共通していたことに面白みを感じると同時に、人形のもつ力にすくなくならず驚きも感じました。いずれはこの報告書が人形のもつこの力を広めるきっかけになればと思います。

最後に、この報告書は中森先生に出会わなければ世に出ることはなかったと思います。この場をおかりして感謝いたします。

京都大学法学部五回生 岡田 勇亮

十、むすびに

恩師の依頼をうけ、行政学を専攻している学生に対して、産学連携（大学発ベンチャーの支援や知財活用）に関する話をする機会があった。講義の後、澄んだ目をした礼儀正しい一人の学生が話しかけてきた。

「両親の人形店の経営についてアドバイスしてもらえませんか」

じっくりと話を聞いてみると、少子化、生活スタイルの変化等から人形業界そのものの将来性が見込めないうえ、コストパフォーマンスの悪さ等の理由から、ご両親の経営する人形店（工房）の将来も心配とのこと。このため、自分の進路も、現時点では「跡継ぎ」ではなくなってしまわざるを得ないという。

この話を聞いて、職人を父に持つ小生も、20数年前にサラリーマンの道を歩まざるを得なかったことを思い出した。何年もの間、辛い修行を乗り越えて技を体得したにも関わらず、大量生産・合理化の波に特異な技能が埋もれていく事例は枚挙に暇が無い。

そこで、学生である岡田勇亮さんが、現時点で、ご両親の人形店に対してどのような貢献ができるのかについて2人で検討した。彼の学んだ公共政策は、地域の強みを地域振興にいかにしてつなげるのかというものであり、まさに行政の知的資産経営とも言えることができるのではないかと考え、知的資産経営報告書の作成を提案した。本報告書の作成を通じて親子のコミュニケーションを図り、父親の持つ貴重な技の伝承についてはもちろんのこと、ひいては自分や家族の将来設計にまで考えを及ぼせてもらう良い機会となると思ったからだ。本報告書の作成目的として顧客開拓や金融資料としての使用をあげることができるが、それだけではなく、従業員や構成員の知識や価値の共有にも使えるものである。その際に、時として門外漢の視点で自社の強みや弱みを洗い出し、埋もれた知的資産に気付き、その活用方法（戦略）を練るのが効果的である。

今回の報告書は、金融資料として使用するにはまだまだ不十分な点が多いものの、顧客や従業員との知的資産の価値の共有を図るのに適した内容に仕上がっているものと考えている。また、岡田勇亮さんが報告書作成を通じて知的資産経営の実践に触れたことは、知識社会に求められるスキルの涵養につながったのではないかと考えている。

そして何よりも、知的資産経営報告書の作成が、経営やイノベーション（新しい価値の創造）に関する実践的な教育手段となり、さらに、家族の絆を深める道具（ツール）にまでなりうることを発見したことは、小生にとっても大きな収穫であった。

このような「気付き」を与えてくださった、たくみ人形の皆様方、そして執筆者である京都大学法学部5回生の岡田勇亮さんに心から感謝いたします。

協力者 京都工芸繊維大学 地域共同研究センター 中森孝文

執筆者

京都大学 法学部 5回生 岡田勇亮 (人形師の長男)

作成指導・共同執筆者

京都工芸繊維大学 地域共同研究センター 助教授 中森孝文