

「京もの」のある暮らし

京都発スローライフ～真に豊かな文化的な生活～の提案

京都市伝統産業活性化推進計画

京都市

～事業者，市民，行政が気概を持って～

京都は、1200年を超える悠久の歴史と文化に培われた「日本人のこころのふるさと」であり、世界の宝でもあります。

京都では、平安京の建都以来、宮廷を中心に広がりを見せた「みやびの文化」、近世以降に栄えた茶道、華道などの我が国固有の伝統文化、市民の生活文化などが脈々と息づく中、高度な技術や優れた意匠を有する様々な伝統産業が誕生し、今日に至るまで受け継がれ育まれて参りました。

しかしながら、近年、京都の伝統産業は、生活様式の変化による需要の低迷、海外製品の流入などによりかつてない厳しい状況にさらされております。この危機に立ち向かい、京都の伝統産業の未来を切り開くためには、日本の文化と精神性を生活の中によみがえらせ、時代のニーズに応える産業として活性化を図ることが不可欠であります。

京都市では、伝統産業の活性化を推進することにより、京都経済を発展させるとともに、豊かで活気に満ちた地域社会を形成し、更には、日本の伝統的な産業に活力を与え、日本の文化を世界に発信することを目指して、平成17年10月に京都市伝統産業活性化推進条例を施行致しました。

この度、同条例を具体化するものとして、事業者、市民の皆様、そして行政がそれぞれの責務と役割を果たしながら、今後概ね5年間に目指す目標、取り組む施策を盛り込んだ「京都市伝統産業活性化推進計画」を策定致しました。

今後は、この計画に基づき、永い歴史の中で京都の伝統産業を担ってきた先人の熱意と努力を引き継ぎながら、京都の総力を挙げて、計画に定める目標の達成に向けて、より積極的に施策の展開を図って参ります。

結びに、本計画の策定に当たりまして多大の御尽力を賜りました西島安則京都市伝統産業活性化推進審議会会長をはじめとされる委員の皆様並びに貴重な御意見をお寄せいただきました市民の皆様に対しまして、心から御礼申し上げます。

平成18年11月

京都市長 梶本頼兼

目次

第1章 京都市の伝統産業

- 1 京都市の伝統産業の位置・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
 - (1) 歴史
 - (2) 総合産地
 - (3) 高度な技術，技法や豊かな感性で生産される「京もの」ブランド
 - (4) 分業体制，家内工業主体の経営
 - (5) 宗教，茶道や華道，芸能など日本の文化とともに^{はぐく}育まれてきた伝統産業
- 2 京都市の伝統産業の定義・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 - (1) 京都市の伝統産業の定義
 - (2) 京都市の伝統産業

第2章 計画策定の背景

- 1 伝統産業を取り巻く状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
 - (1) 戦後からの状況
 - (2) 現在の特徴的課題
- 2 京都市の取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 14
 - (1) 伝統産業振興事業の取組と成果
 - (2) 京都市スーパーテクノシティ構想
 - (3) 国家戦略としての京都創生の推進
 - (4) 京都市伝統産業活性化推進条例の制定

第3章 計画の基本的な工え方

- 1 計画の位置付け及び計画期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19
 - (1) 計画の位置付け
 - (2) 計画期間
- 2 目指すべき姿及び4つの基本理念に基づく目標・・・・・・・・・・ 21
 - (1) 目指すべき姿
 - (2) 4つの基本理念に基づく目標
- 3 数値目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
- 4 事業者，市民等，行政の責務と役割・・・・・・・・・・・・・・・・ 25
 - (1) 事業者
 - (2) 市民等
 - (3) 行政

第4章 具体的な取組

- 1 伝統産業の活性化の総合的推進のための6つの基本的な施策・27
- 2 具体的な取組・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・29
 - (1) 伝統産業に関する創造的活動に対する支援
 - (2) 伝統産業に関する教育や学習の場における取組
 - (3) 伝統産業についての関心と理解を深める取組
 - (4) 技術の継承や後継者の育成
 - (5) 活性化の拠点施設等の機能の充実
 - (6) 表彰や奨励
- 3 「伝統産業の日」・・・・・・・・・・・・・・・・36
- 4 国への要望，提案・・・・・・・・・・・・・・・・36

第5章 計画の推進

- 1 京都市伝統産業活性化推進審議会・・・・・・・・39
- 2 計画の推進・・・・・・・・・・・・・・・・39
- おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・40

参考資料

- 1 京都市伝統産業活性化推進条例・・・・・・・・43
- 2 市民意見募集，アンケート調査等の経過・・・・・・・・45
- 3 市政総合アンケート結果の概要・・・・・・・・46
- 4 業界アンケート調査結果の概要・・・・・・・・53
- 5 個別調査結果の概要・・・・・・・・71
- 6 市民意見の概要・・・・・・・・72
 - (1) 京都市伝統産業活性化検討委員会提言
 - (2) 京都市伝統産業活性化推進条例骨子案
 - (3) 京都市伝統産業活性化推進計画中間報告
- 7 京都市伝統産業活性化推進審議会名簿・・・・・・・・74
- 8 京都市伝統産業活性化推進審議会計画検討部会名簿・・・・75
- 9 京都市伝統産業活性化推進審議会活性化検討部会名簿・・・・75
- 10 策定までの取組経過・・・・・・・・76

第 1 章

京都市の伝統産業

1 京都市の伝統産業の位置

(1) 歴史

京都の伝統産業は、平安時代の「朝廷による政治、儀式に必要な用具、権威を示威するために必要な用具」を生産した宮廷工業にその技術的ルーツが求められ、各種絵巻物に見られるように「みやびの文化」とともに発達してきた。

その後も、京都のまちは、応仁の乱をはじめとする戦乱、天災、火災、人災に度々見舞われながら、その度に不死鳥のごとくよみがえり、「洛中洛外図屏風」や俳諧書「毛吹草」や京案内誌「京羽二重」に明らかなように、江戸時代には我が国最大の手工業都市として繁栄した。この悠久の歴史の中で培われてきた伝統産業の技術や感性は、19世紀以降、明治維新や第二次世界大戦という劇的な変化に対しても、並々ならぬ努力と工夫を通して、今日に受け継がれてきたのである。

このように、京都の伝統産業は、1200年を超える歴史の中で、京都のまちを主導する存在として発展してきた。

(2) 総合産地

京都市は、「伝統産業のまち」ともいわれる。確かに、京都と同種の伝統産業は他の地域にも存在する。帯地の桐生、博多、友禅の加賀、東京、十日町、陶磁器の有田、東濃、瀬戸などである。また、仏壇、漆器なども、全国各地で生産されている。だが、京都の伝統産業の特徴は、他の地域が単品種か少品種を生産するにとどまるのに対して、業種が多岐にわたり72品種もの伝統工芸品等が現在も作られ、京都市民だけでなく我が国国民の暮らしを支える役割を果たしている点である。これほど多種多様の伝統産業を有する都市は、京都市以外になく、世界的にも稀有の都市といえる。

また、これらの伝統産業が強い関連性を有して互いに切磋琢磨していることも特徴である。例えば、西陣織が京人形の衣装に、京石工芸品や竹工芸品が造園の演出物にそれぞれ用いられているほか、京焼・清水焼や京漆器が京料理の器として、京表具や京指物が部屋のしつらえとして用いられている。また、染織や陶磁器などデザイン（意匠）の共有が行われるほか、友禅が扇面絵師であった宮崎友禅斎により考案されるなど、相互に影響し合い、高品質な製品の生産につながっている。

(3) 高度な技術、技法や豊かな感性で生産される「京もの」ブランド

京都市内で企画され、生産される伝統産業製品は、「京もの」と称され、価格は高いが、極度に細分化された分業組織によって築き上げられた高度な技術や技法、平安京建都以来の長い歴史の中で磨き抜かれた高度な感性、あらゆるジャンルの工芸品がお互いに影響し合う恵まれた環境によって生産される他の産地の追随を許さない工芸品であるとされる。他の産地では、原材料を産出するから成立し、又は地元を市場として成立したというケースが多いが、京都はごく初期のころを除いて、平安時代以降の

歴史に裏付けられた技術，感性に基づき，地方から移入した原材料を使って，全国の富裕層を対象に，高度な技術や感性により超高級品，高級品を生産する産地として成立してきた。これは今日でも同様であり，「京もの」は高級品市場の主役である。

(4) 分業体制，家内工業主体の経営

京都の伝統産業のうち，西陣織，京友禅，京仏壇・京仏具などの一部を除いて，その規模は必ずしも大きくはない。他の産地は，量産化に取り組んでおり，出荷額，従業者数，事業所数など数量的には京都をはるかに凌駕するといっても過言ではない。

また，量産型でスーパーなど量販店への積極的な販売拡大路線を特徴とする他の産地では，一貫，工場制生産システムの大規模又は中規模の企業が主体となっているのに対して，多品種少量，高級品生産を得意とする京都の各産地では，分業体制，家内工業主体で，小規模経営が多いのが現状である。

(5) 宗教，茶道や華道，芸能など日本の文化とともに^{はぐく}育まれてきた伝統産業

伝統産業製品の基本的な市場は，「和」文化であり，高度な技術，感性で生産される京都の伝統産業製品は，宗教，茶道や華道，能をはじめとする芸能など我が国固有の文化の発展には欠くことができないものとして^{はぐく}育まれてきた。また，これらの文化が市場として伝統産業を支えているとともに，目利き，すなわち優れた使い手として，その技術，感性を高める役割を果たしてきた。明治維新以降，生活の洋風化，生産システムの機械化など伝統産業を取り巻く環境が大きく変化する中で，「日本らしさ」を維持する社寺の本山や茶道，華道の家元が京都にある意味は大きい。

2 京都市の伝統産業の定義

(1) 京都市の伝統産業の定義

本市では、「京都市伝統産業活性化推進条例」において、京都市の伝統産業について定義付けを行った。

京都市の伝統産業の要件

- ・伝統的な技術及び技法を用いていること。
- ・日本の伝統的な文化及び生活様式に密接に結び付いたものであること。
- ・京都市内で企画がされ、かつ、その主要な工程が行われていること。

(2) 京都市の伝統産業

本市では、「京都市伝統産業活性化推進条例」に基づき、京都市の伝統産業について、「京都市伝統産業活性化推進審議会」の答申を受けて、72品目（P8参照）を京都市の伝統産業に決定した。

京都市の伝統産業

(平成18(2006)年10月末現在)

西陣織	京の色紙短冊和本帖 <small>しきしたんざくおほんちよう</small>	京丸うちわ
京鹿の子絞 <small>きようかこしほり</small>	北山丸太	京弓
京友禅	京版画	京和傘
京小紋	京袋物	截金 <small>きりかね</small>
京くみひも	京すだれ	嵯峨面
京繡 <small>きようぬい</small>	京印章<印刻>	尺八
京黒紋付染 <small>きようくろもんつきぞめ</small>	工芸菓子	三味線
京房ひも・撚ひも <small>きようふきより</small>	竹工藝	調べ緒
京仏壇	造園	茶筒
京仏具	清酒	提燈 <small>ちようちん</small>
京漆器	薫香	念珠玉
京指物 <small>きようさしもの</small>	伝統建築	能面
京焼・清水焼 <small>きようやききよみずやき</small>	額看板	花かんざし
京扇子	菓子木型	帆布製カバン <small>ほんがせい</small>
京うちわ	かつら	伏見人形
京石工芸品	金網細工	邦楽器絃 <small>ほうがつきいと</small>
京人形	唐紙	矢
京表具	かるた	結納飾・水引工藝 <small>ゆいのうかざりみずひきこうげい</small>
京陶人形	きせる	和蠟燭 <small>わろうそく</small>
京都の金属工芸品	京瓦 <small>きようかわら</small>	珠数 <small>じゆず</small>
京象嵌 <small>きようぞうがん</small>	京真田紐 <small>きようさなだひも</small>	京菓子
京刃物	京足袋	京漬物
京の神祇装束調度品 <small>じんぎしやうぞくちやうどひん</small>	京つげぐし	京料理
京銘竹	京葛籠 <small>きようつづら</small>	京こま

第2章

計画策定の背景

1 伝統産業を取り巻く状況

(1) 戦後からの状況

第二次世界大戦直後は、戦災を免れたことから、京都の伝統産業は、生産を急激に回復させ、増加させた。京仏壇・京仏具は、戦中に供出させ、焼失した寺院の再建のためや家庭の宗教用具などとして需要が伸び、京焼・清水焼は「作れば売れる」時代であったが、一方で、材料確保難などから、戦前の事業者の約3分の1しか事業を再開させることができない状況も見られた。

その後、伝統産業は、その存続が困難な厳しい状況に幾度となく直面してきたが、その度に、新たな技術の導入、新たな製品分野への挑戦など創造性を発揮した自己変革を通じて、「産業」として、危機を乗り越え、発展してきた。

高度成長期には、所得水準の上昇による需要の量的拡大や質的向上を望む消費者のニーズに支えられて、高い技術力と蓄積された意匠力などにより高級品の生産を得意とする京都の伝統産業の需要が高まった。特に和装関連産業は、急激な成長を続け、昭和48（1973）年の第1次オイルショックごろまでは、かつてない活況を享受した。

その後も、京都の伝統産業製品の多くは、一層の高級品志向の高まりとともに、芸術性を備えた工芸品としての需要が増加するなど、バブル経済末期の平成2（1990）年前後に、生産、出荷額のピークを迎える業種もあった。その一方で、生活様式の一層の洋風化、海外等への生産拠点の移転による産地の空洞化、職人の高齢化などの需給両面での問題点が顕著になってきた。

そして、バブル経済の崩壊後においては、不況の長期化などによる需要の低迷、経済のグローバル化による海外製品の大量流入、国内の他の産地や海外との厳しい価格競争の激化などに伴い、この10年間で生産量は急激に減少しており、危機的な状況にある。

特に、伝統産業は、京都市の工業における産業中分類別製造品出荷額等の構成比において、西陣織、京友禅などの繊維産業が昭和60（1985）年まで1位を維持するなど、京都の産業の中で重要な位置を占めていたが、昭和61（1986）年に他の産業に抜かれ、その後一時振り返るも、平成4（1992）年から連続で出荷額が減少するなど厳しい状況にある。

(2) 現在の特徴的課題

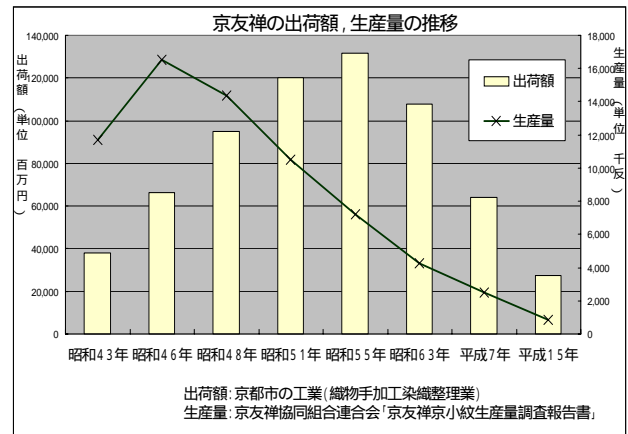
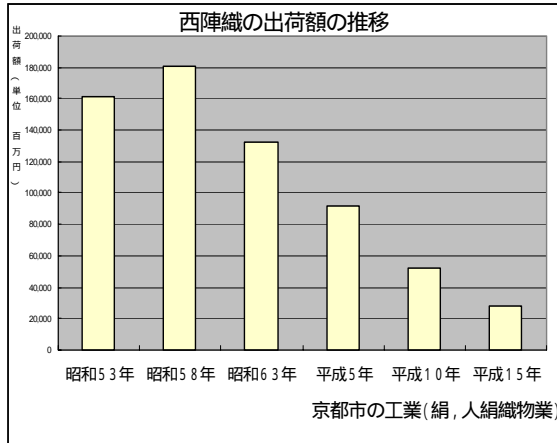
伝統産業の課題としては、特徴的なものとして次の5点が挙げられる。

ア 売上低迷

業界によって異なるものの、昭和45（1970）年から昭和55年（1980）前半をピークとして、出荷額は激減している。特に、和装産業の出荷額は、西陣織がピーク時の昭和58（1983）年と比較して平成

15（2003）年は15.3%，京友禪がピークの昭和55（1980）年と比較して20.7%となっている。また、生産量では、京友禪は、ピークの昭和46（1971）年と比較すると、約5%にまで落ち込んでいる。

また、業界アンケート調査では、5年前と比較した生産量の状況について、「減少している」、「大幅に減少している」との回答が65%に達している。

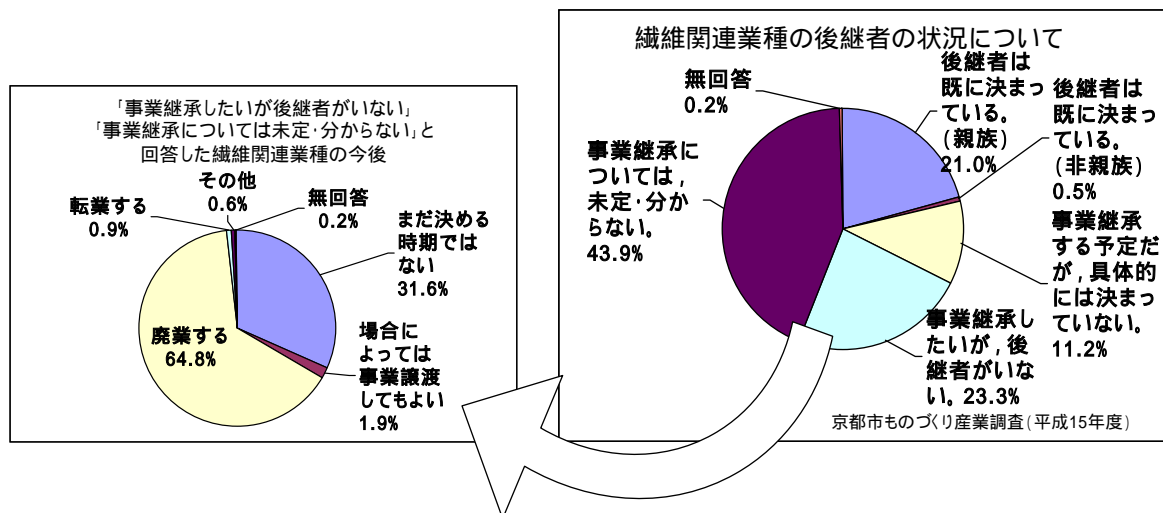


イ 後継者問題

平成15（2003）年度の京都市ものづくり産業調査の「後継者に関するアンケート」で、繊維関連業種（*）の事業者は、「事業継承したいが後継者がいない」は23.3%、「事業継承については未定・分からない」は43.9%となっており、更には、このように回答した事業者のうち64.8%が、今後「廃業する」と答えている。職人の養成にはかなりの期間を要することから、職人の高齢化とともに課題となっている。

また、業界アンケート調査では、「需要の低迷が原因で、後継者を雇うことができない」との回答が4割以上あった。

* 繊維関連業種3,425件のうち,2,926件(85.4%)が和装関連業種。

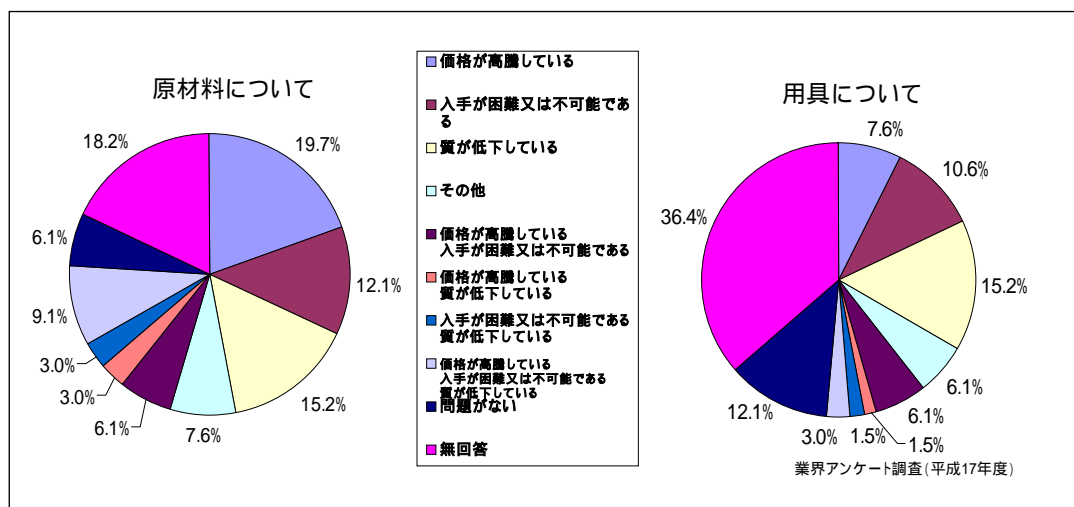


ウ 原材料、用具の確保難

京都は、従来から生糸、陶土、漆、金属などをはじめとする伝統産業の原材料を産出できず、他地域からの移入に依存する土地柄である。しかも、もともと天然素材を使用する伝統産業は、資源が有限であり、生糸のように原材料の価格面で常に不安定な状況に置かれてきた。

また、生産量の減少から、使用する用具、機器類の発注も少数となり、生産の引受手がないため、入手が困難となっている。

業界アンケート調査では、「原材料の入手が困難又は不可能である」との回答は12.1%、「用具の入手が困難又は不可能である」との回答は10.6%あった。



エ 海外生産の増加

海外生産の状況について、西陣機業調査では、海外生産を行っている企業は、漸減傾向にあるが、一般的には、技術者の確保、賃金格差、原材料の内外的格差を解消するため、海外を含む京都市域外で生産がなされるケースが増加している。

オ 多段階で複雑な流通

京都の伝統産業製品は、多品種少量生産を特徴とすることから、業界により状況は異なるものの、その流通は、一般に多段階で複雑な構造を形成している。生産者は、その規模、生産する製品のタイプにより、それぞれの役割が異なる産地問屋（製造卸）、集散地問屋、消費地問屋と取引しており、これら各種の卸売業者間の取引関係もある。

しかも、昭和40年代以降、チェーン店の展開や大規模生産者の登場という需給両面での全国的な変化に伴い、一方では従来の取引関係が崩れるとともに、他方では新たな取引関係が築かれるなどの動きがみられ、一層複雑となっている。

2 京都市の取組

(1) 伝統産業振興事業の取組と成果

本市では、各種伝統産業振興事業に積極的に取り組み、充実を図ってきたところであり、これまで本市が取り組んできた主な事業とその成果として、次のようなものを挙げるができる。

ア 業界団体の事業等に対する支援

明治以降、同業組合、工業組合、商業組合、協同組合などの業界団体が実施する各種の振興事業や展示会、見本市等に対する支援を開始するなど、伝統産業の振興、発展に寄与してきた。

イ 京都市陶磁器試験場の設置

明治29（1896）年に我が国初の陶磁器試験研究機関として、京都市陶磁器試験場を設置し、様々な化学技術の研究や陶磁器の試作を行い、陶磁器関係者の指導、育成に大きな役割を果たした。

ウ 京都市染織試験場や京都市工業研究所の設置

大正5（1916）年に西陣織物同業組合から輸出向織物製造の指導奨励等に使用していた施設の寄贈を受け、京都市染織試験場（現在の京都市産業技術研究所繊維技術センター）を、大正9（1920）年に京都市工業研究所（京都市工業試験場を経て、現在は京都市産業技術研究所工業技術センター）を設置し、「みやこ技塾」等の技術者の研修制度や相談体制の強化、設備の充実を図るなど、伝統産業の技術面の発展に大きく貢献している。

エ 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度の創設

長年にわたり、伝統技術の維持発展に尽くした技術者を表彰し、その技術の伝承と業界発展を実現する「京都市伝統産業技術功労者顕彰制度」を昭和42（1967）年度から実施し、平成17（2005）年度までに857名を顕彰している。被表彰者で「京の伝統産業春秋会」を組織し、伝統産業技術功労者作品展などの事業を実施するなど伝統産業の振興、発展に大きく役立っている。

オ 京都市伝統産業技術後継者育成事業の実施

昭和42（1967）年度から伝統産業の中で、特に後継者不足の厳しい業種に入職した若手技術者を支援するため、京都市伝統産業技術後継者育成制度を創設し、育英資金及び育成資金を交付するなど、技術取得の支援と業界の発展を図っている。また、旧育英資金及び育成資金の受給者で「京の伝統産業わかば会」を組織し、様々な研修事業や作品展を実施するなど、支給後も様々なフォローアップ施策を展開しており、後継者の確保に大きく貢献している。

カ 伝統産業課や京都伝統産業会館の設置

昭和49（1974）年度に本市の伝統産業振興を担う組織として、京都市伝統産業課を設置し、昭和51（1976）年度に京都伝統産業会館（その後「京都伝統産業ふれあい館」として継承）を開館した。これらは全国的にみても画期的な組織、施設であり、その専門性を生かし、伝統産業活性化の中心的機関として重要な役割を果たしてきた。

キ 小規模業種に対する支援

小規模産地の調査を昭和53（1978）年から54（1979）年にかけて実施し、その中でも特に組織化していない業種を「京都市伝統工芸連絡懇話会」として組織化し、その振興、発展に努めてきた。

また、平成14（2002）年度には、これら希少で貴重な工芸品を製造している店舗を市長が推奨する「京都市京の手しごと工芸品製造店舗推奨制度」を創設し、小規模業種の振興、発展に大きく寄与している。

ク 京都伝統産業ふれあい館の設置

京都の伝統産業を体系的に紹介する伝統産業の振興拠点として平成8（1996）年7月に京都市勧業館地下1階に「京都伝統産業ふれあい館」を設置し、常設展示場やギャラリーでの伝統工芸品の展示等を実施し、伝統産業の魅力の発信に取り組んでいる。

ケ 「伝統産業の日」の制定

平成13（2001）年度に春分の日を「伝統産業の日」に制定し、平成14（2002）年度から「伝統産業の日」を中心に、伝統産業の素晴らしさを広く国内外発信するため、様々な事業を実施し、伝統産業の振興、発展に大きく貢献している。

コ 京都市伝統産業振興館（四条京町家）の設置

平成14（2002）年度には、「京都市伝統産業振興館（四条京町家）」を整備し、京町家の風情を生かし、工芸品の展示等を行い、市民や観光客に公開するとともに、伝統産業従事者と消費者が集い、交流する場として活用している。

(2) 京都市スーパーテクノシティ構想

本市では、新事業創出、ベンチャーの起業、「京もの」ブランドの創造が連鎖的に促進され、活力あるまちの実現を図るため、平成14(2002)年3月に、「京都市スーパーテクノシティ構想」を策定した。

「京都市スーパーテクノシティ構想」とは、京都にある伝統産業から先端技術産業に至るまでの世界的レベルの技術、技能研究成果、ビジネスモデルなどを基礎に、バイオ、環境、ナノテクノロジーなどの分野を融合し、新たなものづくりを創発していこうとするものであり、伝統産業の発展に向けた基本的な考え方として、次の7つを示している。

- ア マーケティングの重視
- イ 他分野との連携強化
- ウ 情報通信技術(I T)の積極的活用
- エ 繊維の「トータルファッション化」
- オ 魅力的な雇用環境の整備
- カ 伝統産業製品に対する理解と普及の推進
- キ 教育を通じた普及・啓発

(3) 国家戦略としての京都創生の推進

本市では、平成15(2003)年6月に、京都創生懇談会から「国家戦略としての京都創生の提言」を受けた。これを契機に、国への働き掛けをより一層積極的に行うとともに、平成16(2004)年10月には、「歴史都市・京都創生策(案)」を取りまとめ、国に提案を行った。また、平成18(2006)年11月には、京都創生の取組を更に推進するために、同創生策(案)の内容をより具体化し、発展させた「歴史都市・京都創生策Ⅱ」を策定する。

「京都創生」とは、1200年を超える歴史と文化が息づくまち・京都が持つ山紫水明の自然や落ち着いた都市景観、受け継がれ磨き上げられてきた伝統文化などを、日本の歴史文化の象徴として守り、育てることで、歴史都市・京都の魅力に磨きをかけ、その素晴らしさを国内外に発信することを進めていく取組である。

具体的には、景観、文化、観光の3つの分野を柱に、京都市民と行政が一体となって主体的に取り組むとともに、国に対し、美しい日本の景観の再生や日本文化の継承、発信等のために、国家戦略としての京都創生の取組を求めるものである。とりわけ、京都の伝統産業は、「ものづくり都市・京都」の基幹産業というだけでなく、京都の文化、日本の文化を支える重要な役割を担っていることから、長年の歴史に^{はぐく}育まれてきた文化の継承と創造の実現を図るための重要な取組の一つとして、京都の伝統産業の創生を位置付けている。

(4) 京都市伝統産業活性化推進条例の制定

本市は、平成16（2004）年度に「京都市伝統産業活性化検討委員会」を設置し、伝統産業の活性化の意義や方向性等について検討を行った。「京都市伝統産業活性化検討委員会」からの提言を受け、京都の伝統産業を活性化させることにより、京都の経済を発展させるとともに、豊かで活気に満ちた地域社会を形成し、日本の伝統産業に活力を与え、日本の文化を世界に発信することを目指し、平成17（2005）年10月に「京都市伝統産業活性化推進条例」を施行した。

また、本条例に基づき、同年12月に、「京都市伝統産業活性化推進審議会」からの答申を受け、本市は、従来から支援をしていた伝統産業に加え、「京料理」、「京菓子」、「京漬物」、「京こま」、「珠数」などを含む72品目を初めて京都市の伝統産業に決定した。

第3章

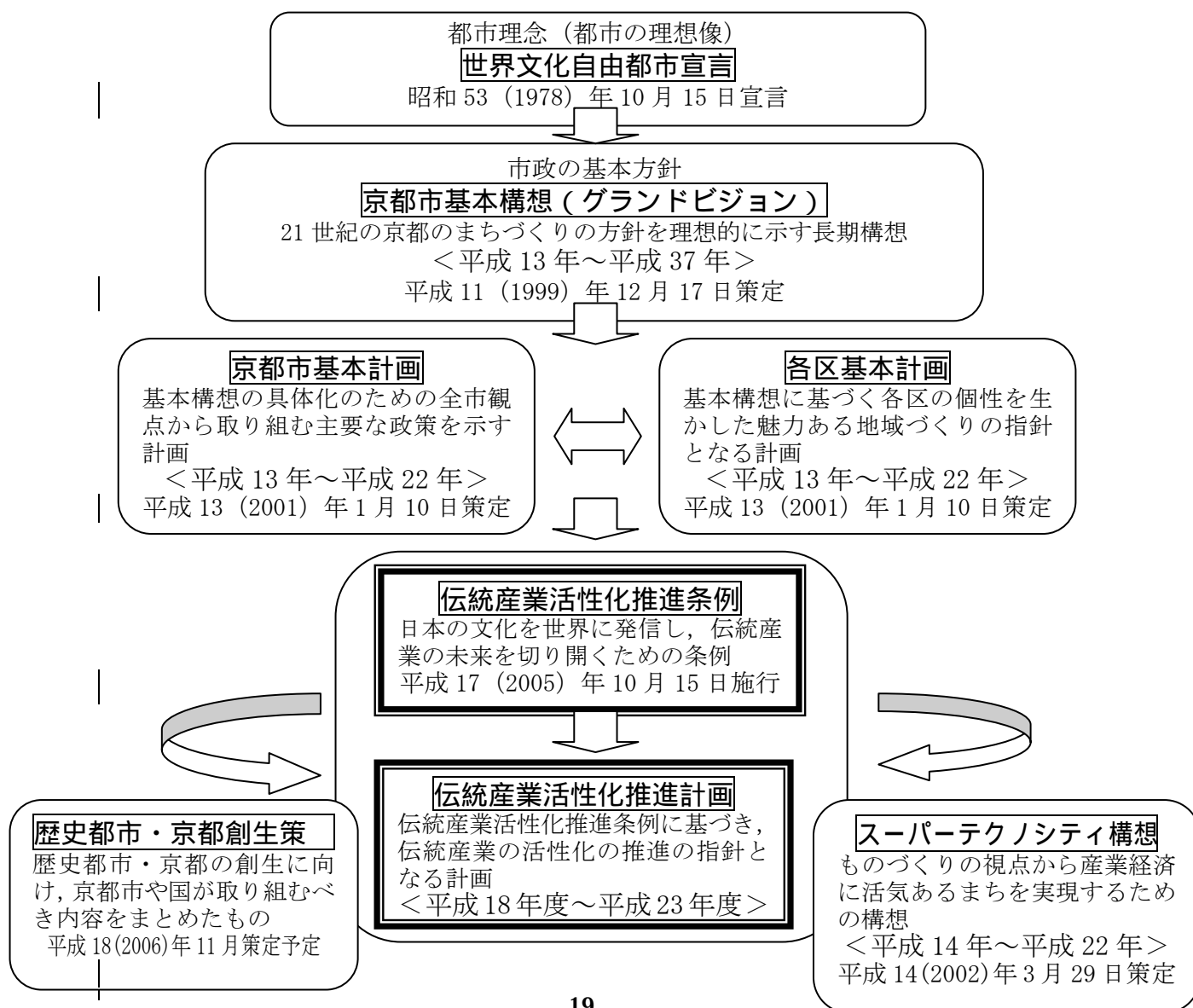
計画の基本的な考え方

1 計画の位置付け及び計画期間

(1) 計画の位置付け

本計画は、都市の理想像としての「世界文化自由都市宣言」を実現するための市政の基本方針「京都市基本構想（グランドビジョン）」を受けて策定した「京都市基本計画」の分野別計画の一つである。また、伝統産業の未来を切り開き、日本の文化を世界に発信することを目指した「京都市伝統産業活性化推進条例」に基づいて策定する計画である。

計画の推進に当たっては、ものづくりの視点から産業経済に活気あるまちを実現するための「京都市スーパーテクノロジー構想」や歴史都市・京都の創生に向けた取組をまとめた「歴史都市・京都創生策Ⅱ」と連携を図るとともに、基本構想に基づく各区の個性を生かした魅力ある地域づくりの指針となる「各区基本計画」の主旨及び取組を十分に踏まえるものである。



(2) 計画期間

本計画の対象期間は、平成 1 8 (2 0 0 6) 年度 (計画策定時) から平成 2 3 (2 0 1 1) 年度までとする。

ただし、計画の各施策の進捗^{ちよく}状況や伝統産業を取り巻く社会状況の変化などが生じた場合には、必要に応じ、見直しを行う。

2 目指すべき姿及び4つの基本理念に基づく目標

(1) 目指すべき姿

本計画によって、目指すべき姿は、「京都市伝統産業活性化推進条例」に掲げる次の4点である。

京都経済の発展

京都の基幹産業として、雇用を支え、新たな産業を生み出してきた京都の伝統産業の活性化は、京都経済全体の活性化につながる。

豊かで活気に満ちた地域社会の形成

ぬくもりのある工芸品、高度な技術により制作される格調高い衣装や道具、歴史と文化に根ざした京料理等は、市民の暮らしに潤いを与えるとともに、時代を超えて受け継がれてきた京都の伝統行事を支えている。伝統産業に従事する職人をはじめ、関係者が生き生きと活躍することは、京都のまちを活性化することにつながる。伝統産業は、わたしたちの暮らしやまちに潤いや活気をもたらす。

日本の伝統産業に活力を

伝統と進取の気質により育まれてきた京都の伝統産業の技術や意匠は、高度で洗練されたものである。国内の多くの伝統産業の中には、京都にそのルーツを持つものも少なくない。伝統産業の拠点である京都の伝統産業を活性化させ、日本の伝統産業に活力を与える。

日本の文化を京都から世界へ発信

京都の伝統産業は、茶道、華道、能、狂言などの伝統文化やわたしたち日本人が築き上げてきた文化を支えてきたものである。京都の伝統産業を活性化することにより、日本の文化の中心である京都から、日本の文化を世界に伝える。

(2) 4 つの基本理念に基づく目標

「京都市伝統産業活性化推進条例」において、京都の伝統産業の活性化の推進は4つの基本理念に基づいて行うこととしており、この4つの基本理念ごとに、「京都市伝統産業活性化推進計画」における具体的な目標を次のとおり定め、推進していく。

目標は、飽くまでも事業者が主体となり、市民、大学、NPO等の協力を得て実現するものであり、本市は、事業者の主体的な取組を支援していく。

目標の達成度は、市政総合アンケートや業界アンケート調査の結果を踏まえ、学識経験者による見解等を含めて総合的に検証する。

ア 市場の開拓

ターゲットとする顧客を明確にし、商品開発、販売、コミュニケーションを通じて売上の確保、市場の拡大を図る。

(目標)

- ・市場規模の縮小から拡大への転換
- ・技術の新分野への利用
- ・海外、団塊の世代、若年者をターゲットとした新商品開発や流通の革新及び販路の開拓
- ・「京もの」としてのブランドの構築

イ 基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新

京都の地域的特徴を生かし、積極的に事業者や大学などと連携を図り、伝統産業の基盤強化、円滑な流通の促進、技術の継承や新たな活用を行う。

(目標)

- ・大学、財団法人京都高度技術研究所及び京都市産業技術研究所との連携や他の業種との連携の推進
- ・生産、流通履歴の構築とその推進
- ・業界組合等による消費者相談機能の充実
- ・販売力強化の取組の推進
- ・職人数、企業数、若手従事者数の維持、拡大
- ・デザイン、企画力の向上
- ・原材料、用具の確保、開発

ウ 価値や魅力の発信

伝統産業の意義や優れた価値、「京もの」の特別な価値を世界に広く伝え、伝統産業の魅力を増進する。

（目標）

- ・海外向けの発信
- ・東京向け，東京発の発信
- ・京都のまち（ステージ）からの発信
- ・「京都伝統産業ふれあい館」や「京都市伝統産業振興館（四条京町家）」など拠点施設の来場者数の増加
- ・企業，組合のイベントの参加者数，観客数の増加
- ・雑誌，新聞，インターネットでの情報提供の強化
- ・伝統産業製品の持つ価値（「美」，「ライフスタイル（暮らし）」，「技術，技法」，「人（職人）」等）の発信

エ 日本独自の伝統文化の継承と文化の創造

伝統産業を通じて，日本独自の伝統文化の継承と文化の創造を図り，日本の文化の中心である京都から日本の文化を世界に伝える。

（目標）

- ・学校における伝統文化，伝統産業を学び，楽しむ取組の推進
- ・文化講座等における取組推進
- ・「着物で歩くまちづくり」，「職人と触れ合うまちづくり」，「伝統行事，祭りを大事にするまちづくり」などの取組の推進
- ・市民（NPO及び自治会など地域団体を含む。以下同じ。）や企業，行政等が積極的に伝統産業製品を購入し，活用する取組の推進

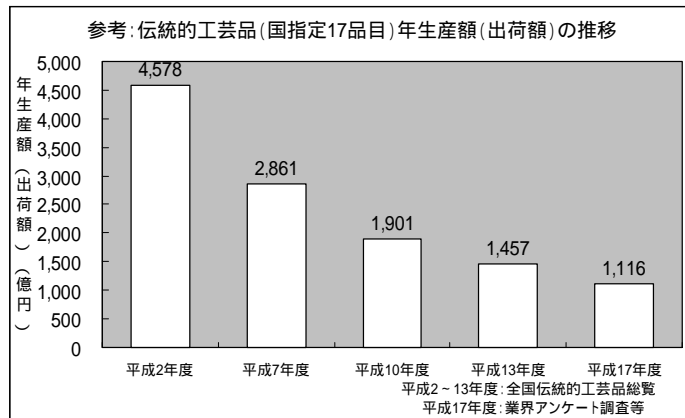
3 数値目標

4つの基本理念ごとの目標の達成に向けて、その検証の一つの方法として、市政総合アンケートや業界アンケート調査の結果等を踏まえ、計画策定時の平成18(2006)年度を基準として平成23(2011)年度までの数値目標を設定する。

○ 出荷額：1%増加

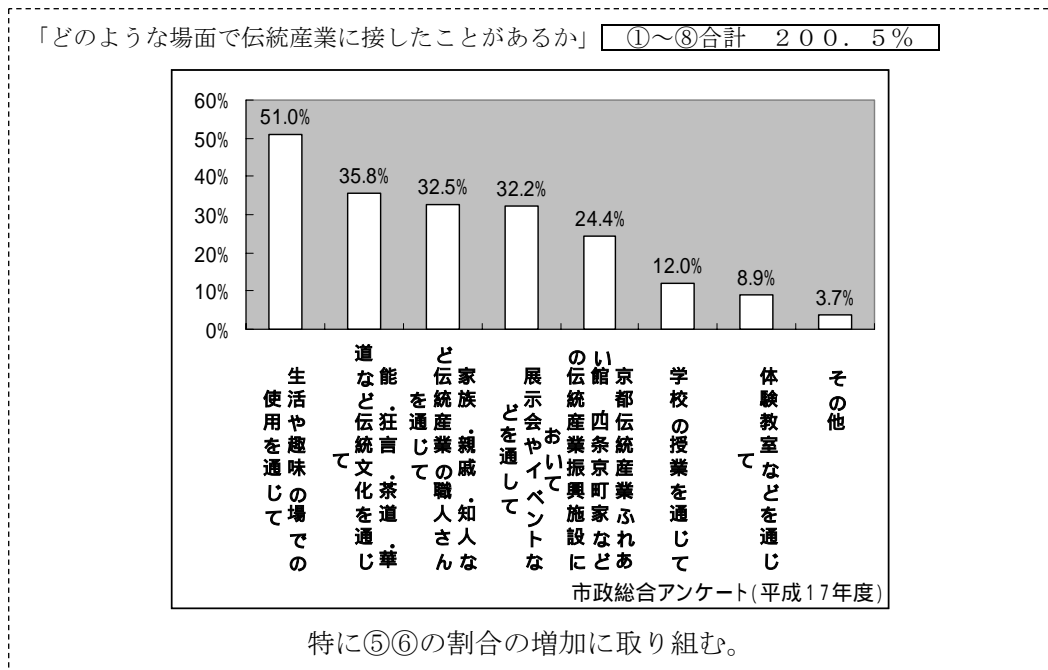
減少の一途をたどってきた出荷額を増加に転換させることを目標とする。

(参考：1,774億円 平成17年度業界アンケート調査等 72品目中68品目の出荷額)



○ 伝統産業に接する機会：伝統産業に接したことがある市民の割合(複数回答)

200.5%を220%まで増加



○ 「伝統産業の日」事業の来場者数：300,000人(参考：⑰145,750人)

○ 京都伝統産業ふれあい館の来館者数：250,000人(参考：⑰148,803人)

○ 四條京町家の来館者数：40,000人(参考：⑰30,175人)(祇園祭の期間除く。)

4 事業者，市民等，行政の責務と役割

京都の伝統産業は危機的状況に直面する度に、創造性に富んだ自己変革を通じて、幾多の苦難を乗り越え、産業として発展してきた。こうした先人たちの叡智と努力を受け継ぎ、今日のかつてない厳しい状況に立ち向かうためにも、飽くまでも伝統産業の担い手である事業者が主体となり、市民等や行政を含む京都の総力を挙げて、それぞれがその責務と役割を自覚し、目指すべき姿や基本理念の実現、目標の達成に取り組む。

(1) 事業者

事業者は、これまで幾多の危機にも見舞われながら、並々ならぬ努力、工夫を通してよみがえってきたその力を改めて発揮し、消費者のニーズや信頼にこたえ、創意工夫を行い、自ら主体的、積極的に取り組むことが必要である。

(2) 市民等

市民は、教育などを通じて日本の文化を支えてきた伝統産業製品の持つ文化的価値の理解を深める取組に自ら主体的に参加するとともに、伝統産業製品のある暮らしを尊重し、暮らしの中で伝統産業製品を活用するよう努めることが求められる。

また、大学等研究機関は、研究や取組を通じて、新企画や新技術を展開することが求められる。

(3) 行政

行政は、事業者が主体となり、又は事業者が市民及び大学等研究機関の協力を得て行う創意工夫を生かした積極的な取組を支援していく。また、事業者のみでは解決し難い課題に対し、行政の立場から問題解決を促進していく。

第4章

具体的な取組

1 伝統産業の活性化の総合的推進のための6つの基本的な施策

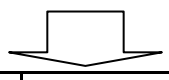
「京都市伝統産業活性化推進条例」においては、伝統産業の活性化のための4つの基本理念に基づき、伝統産業の活性化の総合的推進のための6つの基本的な施策を定めている。本計画においては、4つの基本理念ごとに設定した目標の達成を目指し、本市は6つの基本的な施策に基づく具体的な取組を着実に実施し、その周知を図ることとするが、目標は、飽くまでも事業者が主体となり、市民、大学等の協力を得て実現するものである。

伝統産業の活性化の総合的推進のための6つの基本的な施策

- (1) 伝統産業に関する創造的活動に対する支援
- (2) 伝統産業に関する教育や学習の場における取組
- (3) 伝統産業についての関心と理解を深める取組
- (4) 技術の継承や後継者の育成
- (5) 活性化の拠点施設等の機能の充実
- (6) 表彰や奨励

目指すべき姿，4つの基本理念に基づく目標及び6つの基本的な施策の関係

目指すべき姿
 ○京都経済の発展 ○豊かで活気に満ちた地域社会の形成 ○日本の伝統産業に活力を ○日本の文化を京都から世界へ発信



基本理念	基本的な施策 目標	(1) 創造的活動 に対する支 援	(2) 教育や学習 の場におけ る取組	(3) 関心と理解 を深める取 組	(4) 技術の継承 や後継者の 育成	(5) 活性化の拠 点施設等の 機能の充実	(6) 表彰や奨励
市場の開拓	・市場規模の縮小から拡大への転換	○					
	・技術の新分野への利用	○					
	・海外，団塊の世代，若年者をターゲットとした新商品開発や流通の革新及び販路の開拓	○					
	・「京もの」としてのブランドの構築	○					
基盤の強化， 円滑な流通の促進， 技術の継承と革新	・大学，財団法人京都高度技術研究所及び京都市産業技術研究所との連携や他の業種との連携推進	○				○	
	・生産，流通履歴の構築とその推進			○			
	・業界組合等による消費者相談機能の充実			○			
	・販売力強化の取組の推進			○			
	・職人数，企業数，若手従事者数の維持，拡大				○		○
	・デザイン，企画力の向上				○	○	
	・原材料，用具の確保，開発				○	○	
価値や魅力の発信	・海外向けの発信	○		○			
	・東京向け，東京発の発信	○		○			
	・京都のまち（ステージ）からの発信	○		○			
	・「京都伝統産業ふれあい館」や「京都市伝統産業振興館（四条京町家）」など拠点施設の来場者数の増加					○	
	・企業，組合のイベントの参加者数，観客数の増加			○			
	・雑誌，新聞，インターネットでの情報提供の強化			○			
	・伝統産業製品の持つ価値（「美」，「ライフスタイル（暮らし）」，「技術，技法」，「人（職人）」等）の発信			○			
日本独自の伝統文化 の継承と文化の創造	・学校における伝統文化，伝統産業を学び，楽しむ取組の推進		○				
	・文化講座等における取組推進		○				
	・「着物で歩くまちづくり」，「職人と触れ合うまちづくり」，「伝統行事，祭りを大事にするまちづくり」などの取組の推進			○			
	・市民や企業，行政等が積極的に伝統産業製品を購入し，活用する取組の推進			○			

2 具体的な取組

本計画においては、計画策定の背景や現状分析を踏まえ、今後実施すべき具体的な取組項目（40項目）を6つの基本的な施策ごとに掲げている。具体的な取組項目の内訳は、新規21項目、充実15項目、継続4項目であり、新規項目のうち、現状と課題に照らし、特に重点的に取り組むものを重点項目（8項目）として掲げる。

（1）伝統産業に関する創造的活動に対する支援

（現状と課題）

伝統産業の企業グループ等から申請された事業について、学識経験者等の専門家により審査を行い、事業者による新たな取組を支援する「京の伝統産業・元気応援事業」を実施しているが、広範囲な取組を支援するものとなっており、やや戦略性に欠けている。

ターゲットを明確にした市場の開拓が重要であり、特に、海外、団塊の世代、若年者をターゲットとした事業者の積極的な取組を促す施策が必要である。

（具体的な取組）

海外市場の開拓など「京ものきらめきチャレンジ事業（仮称）」の創設

【重点・新規】 「京の伝統産業・元気応援事業」の発展的解消

既存の公募、審査制の補助金制度を発展的に解消し、海外、団塊の世代、若年者等のターゲットや新商品開発、技術の新分野への利用、ブランドの構築などのテーマを設定し、公募制でプレゼンテーションによる審査を行い、事業者、グループや業界団体等が実施する新たな取組を支援する。

京もの戦略的マーケティング調査、研究【新規】

戦略的なマーケティングを行うことができるよう専門家等による調査、研究を実施するなど消費者ニーズを把握し、調査結果を事業者や業界団体に提供する。

相談、コーディネート機能の確立【新規】

事業者や業界団体が各分野の専門家に相談することができる体制を整備するとともに、具体的な取組に当たってのコーディネート機能を確立する。

民間空き工場の活用等生産拠点を設けることを促進する仕組みの構築【新規】

伝統産業に従事する事業者が、民間の空き工場の活用等京都市内に生産拠点を設けることを促進する仕組みの確立など魅力ある立地環境を整備し、伝統産業が息づくまちづくりを推進する。

「京都ものづくり企業 縁むすびプロジェクト」の活用【充実】

「京都ものづくり企業 縁むすびプロジェクト」における縁むすびコーディネータ・マッチングや市内外の大手発注企業等との商談会を活用し、取引先や技術提携先の拡大を図る。

京都ものづくり企業 縁むすびプロジェクト

専門的知識や幅広い人脈を有する企業 OB が優れた技術力を持つ意欲ある市内ものづくり中小企業に新たな取引先、技術提携先を紹介する「縁むすびコーディネータ・マッチング」及び市内外の大手発注企業等との商談会「ビジネスマッチング Oh!縁広場」を実施している。

大学，財団法人京都高度技術研究所などの研究機関，企業〔異業種〕，NPOとの連携【充実】，京都市産業技術研究所の機能強化【充実】

大学や財団法人京都高度技術研究所，京都市産業技術研究所等を活用し，デザイン力の強化や伝統産業と先端技術の融合等による新商品開発，技術の新分野への利用を推進する。

京都市産業技術研究所

地元中小企業の技術力向上を図るための試験研究機関として，材料，基盤，製品技術及び染織関連分野の研究開発を中心に人材育成や試験，分析，技術指導，相談などに取り組んでおり，人材育成では，優秀な技術者育成のための研修，講習会も実施している。

財団法人京都高度技術研究所

京都経済界の発展，地域産業の振興，科学技術の進展に寄与することを目的に，地元産業界，関西地区の大学によって，技術開発の先端機関として設立。産学公のネットワークを生かし，幅広い分野での研究開発，技術サポート，新事業創出支援，産学連携交流に取り組んでいる。

(2) 伝統産業に関する教育や学習の場における取組

(現状と課題)

「わたしたちの伝統産業（副読本）」の作成，活用や「京の「匠」ふれあい事業」の実施など学校教育の場における取組を行っており，伝統産業に対する正しい理解を得る基盤づくりは進んでいるが，体系的に伝統産業について学ぶ環境の整備が不十分である。

伝統産業に対する理解や知識を深めるため，学校教育の充実に加え，生涯学習の場における取組が必要である。

(具体的な取組)

「京の匠と文化まなび事業（仮称）」の実施【重点】・新規】

中学，高校生向けの制作実演，工房訪問の実施など，一貫して京都の伝統産業について学ぶことができる仕組みを構築する。

京都の伝統産業を体系的に学ぶことができる仕組みづくり【新規】

大学生や一般市民を対象に、大学において京都の伝統産業に関する講座「京都の伝統産業学」を開設する等、体系的に京都の伝統産業についての知識を深めることが可能な環境を整備する。

「わたしたちの伝統産業」の作成、活用【継続】、「京の「匠」ふれあい事業」の実施【継続】

小学校4年生向けの副読本の作成、活用や小中学生を対象に製作体験、製作実演を実施するなど、学校教育の場において、伝統産業に対する理解を深める取組を更に推進する。

「歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定」等の実施【充実】、事業者、市民、NPO等による伝統産業が学習できる基盤づくり【新規】

「歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定」、「日本料理に学ぶ食育カリキュラム」、「小中学生の社会・経済体験学習（スチューデントシティ・ファイナンスパーク事業）」等の実施や、「着付け体験」事業の実施など事業者、業界団体、市民、NPOの協力を得て、子どもたちが伝統産業に対する理解を深める取組を推進することができる環境を整備する。

歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定

小中学生を対象としたジュニア版「京都・観光文化検定」

日本料理に学ぶ食育カリキュラム

日本料理を通じ、食に対する興味関心を高め、五感を通して食の大切さを習得させるとともに、伝統文化の継承、発展を目指すために実施。

小中学生の社会・経済体験学習（スチューデントシティ・ファイナンスパーク事業）

施設の中に「街」を再現し、子どもたちが現実の生活により近い環境、条件の中で、伝統文化や産業、環境保全等、京都市独自の視点を盛り込んだプログラムにより、実際的な活動を通して社会全体の仕組みや経済の動きを学ぶことで、望ましい勤労観、職業観や未来を切り開いていくベンチャー精神を育成する。

(3) 伝統産業についての関心と理解を深める取組

(現状と課題)

事業者、組合の実施する展示会等への支援や、観光事業と連動した取組などを実施しており、伝統産業についての関心、理解を深めるために、既に幅広い取組を行っているが、集客力やアピール力が弱く、また、首都圏を中心とした全国への情報発信の取組等が不足している。

「海外向けの発信」や「東京向け、東京発の発信」、「京都のまち（ステージ）からの発信」などターゲット別の情報発信や雑誌、新聞などマスコミを媒体とした情報発信、インターネットによる情報発信の取組が必要である。

(具体的な取組)

「伝統産業の日」への事業の集中化【重点・新規】、「京もの合同展示会(仮称)」の開催支援【重点・新規】

集客力、アピール力の向上のため、従来、各業界団体が個別に実施していた展示会やイベント等への支援方法を見直し、「伝統産業の日」への事業の集中化を図るとともに、京都の伝統産業を一堂に会した展示・販売会など伝統産業の価値や魅力を発信するための取組に対する支援を行う。

「京もの町なか博物館(仮称)」事業の実施【重点・新規】

本市の施設を広く活用するとともに、民間施設の協力を得て活性化の拠点を拡充し、伝統産業に関する展示、情報発信の強化に努める。

伝統産業製品の活用【新規】

市民や企業、行政等が歴史、文化、地域情報の発信の場や各種式典、イベント等の実施の際に、積極的に伝統産業製品を活用する取組を進めるなど伝統産業が息づくまちづくり、親しみやすい環境づくりに努める。

消費者相談窓口の構築支援【新規】、販売力強化の取組支援【継続】

消費者保護の観点から、事業者が行政と連携して、消費者からの相談に応じることができる体制を整備するとともに、各業界団体が実施する販売力の強化のための取組を支援する。

「京ものファン創出事業」の実施【新規】、伝統産業サイトの充実【充実】

情報誌やインターネットを活用した全国向けの情報発信や伝統産業製品の愛好家の組織化、現代の趣味人による京都の伝統産業製品の厳選など「京もの」の魅力を広く発信し、販路につなげる取組を実施する。

「京もの履歴表示」の支援【新規】、地域団体商標登録の取組支援【新規】

業界団体等が自主的に実施する伝統産業製品の履歴表示や地域団体商標登録の取組を支援するなど、伝統産業製品に関する適切な情報を提供、発信し、消費者が伝統産業製品を安心して購入することができる仕組みを構築する。

あつら 誂え品の魅力の発信【新規】

伝統産業製品の特徴である手づくりの温かみやオーダーメイドの魅力を発信し、京都の伝統産業製品の需要を喚起する。

観光事業との連携【充実】

「京都・花灯路」事業や「京都おこしやす大学」など観光事業との連携を強化するとともに、京都市海外情報拠点の活用など伝統産業の魅力を広く発信する取組を推進する。

京都・花灯路

京都の歴史的文化遺産や町並みなどを、日本情緒豊かな陰影のある灯り「行灯」^{あか あんどん}でつなぎ、京都ならではの雅^{みやび}を醸し出す夜の風物詩事業

京都おこしやす大学

茶道、華道や能、狂言をはじめとする寺社仏閣、町家などの文化や文化遺産、また、西陣織、清水焼、琵琶湖疏水、先端IT技術などの産業資源等を、「講義」と「現地での見学・体験」により楽しみながら学ぶことができる体験、学習型観光推進事業

京都市海外情報拠点

本市の外国人観光客誘致における重点市場に京都観光の情報拠点を新たに整備し、現地の実情に応じた効果的かつ継続的な情報発信、情報収集活動を実施

伝統文化等との連携【充実】

茶道、華道や能、狂言をはじめとする伝統文化等京都固有の文化等とともに育まれてきた京都の伝統産業の良さを広く発信する取組を推進する。

「京都館」の活用等首都圏における発信【充実】

「京都館」（東京）の活用等により、首都圏を中心に伝統産業に関する魅力を発信する取組を強化する。

(4) 技術の継承や後継者の育成

(現状と課題)

技術後継者の育成のための育成資金の交付や、京都市産業技術研究所における技術研修など、後継者の育成に資する事業を実施しているが、後継者問題は引き続き大きな課題である。後継者問題は、需要低迷が最大の要因であるが、経営の観点や技術、技法の継承など問題が多岐にわたっていることが特徴である。

育成資金の受給者の受給後の検証など後継者育成事業の点検や、原材料や道具の保護に関する施策、デザインや企画力向上のための取組が必要である。

(具体的な取組)

工程別技術者調査の実施【重点】・新規】、京都市伝統産業技術後継者育成事業の充実【充実】

技術後継者育成のための育成資金の交付や若手異業種交流の場である「京の伝統産業わかば会」の活性化を図るとともに、工程別技術従事者動向の調査等により、技術後継者の問題点、対応策を検討し、後継者育成のための支援を図る。

原材料，道具の調査，支援【新規】

原材料，道具の調査等を行い，必要な原材料の入手先の検討や道具の開発等の支援を行う。

技術や技法，デザインや企画力の研修，支援【充実】

伝統産業の技術や技法を継承するための研修「みやこ技塾」の充実を図るとともに，デザインや企画力に関する研修に対する支援を行う。

小規模業種に対する支援の充実【充実】

希少で貴重な工芸品を製造している店舗に対する推奨制度の実施などその店舗の振興のための支援を行い，市内に数軒しかない小規模業種や希少な技術，技法の継承を図る。

大学との連携による伝統産業技術者の人材育成【充実】

大学等と連携し，地域発の新産業創出や地域の活性化等のための人材育成を実施する。

(5) 活性化の拠点施設等の機能の充実

(現状と課題)

京都伝統産業ふれあい館や京都市伝統産業振興館（四条京町家）からの情報発信や，京都市産業技術研究所による技術指導，研修の実施など，各施設は活性化の拠点としての役割を果たしている。しかし，市政総合アンケートでは，京都伝統産業ふれあい館や京都市伝統産業振興館（四条京町家）を知らない人の割合が26.6%ある。また，業界調査では，本市が重点的に取り組むべき事項として，「京都市の公設試験研究機関の充実」が22.6%であった。

京都伝統産業ふれあい館や京都市伝統産業振興館（四条京町家），京都市産業技術研究所など既存拠点施設の周知を図るとともに，更なる機能強化や拡充が必要である。

(具体的な取組)

京都伝統産業ふれあい館，京都市伝統産業振興館（四条京町家）の活性化と機能の再構築【重点・新規】

京都伝統産業ふれあい館や京都市伝統産業振興館（四条京町家）の施設の周知，機能の再構築を図る。特に，京都伝統産業ふれあい館については，卓越した技術や技法が脈々と受け継がれ，その格調高い京都の伝統産業製品が一堂に会した総合展示場として活性化することと併せ，より一層多くの市民や観光客

に魅力を発信し、集客力の強化を図る仕組みづくりを進めるためにも、有料化も含めた機能の再構築を検討する。

京都伝統産業ふれあい館

京都市勧業館の地下1階にある伝統産業製品を展示し、製作体験教室、伝統産業に関する図書の閲覧ができる施設

京都市伝統産業振興館（四条京町家）

四条西洞院にある京町家を改築し、伝統産業従事者が伝統産業製品の展示やイベントに利用することができる施設

京都市産業技術研究所の機能強化【充実】

更に利用し易い「開かれた」施設づくり等を目指した「京都市産業技術研究所整備基本構想」に基づき、伝統産業の技術相談、指導、「みやこ技塾」など技術後継者の育成、デザイン力の向上や情報発信の充実などを図る。また、不足している原材料、道具の代替品について研究に努めるとともに、デザインや企画力に関する研修に対する支援を行う。

(6) 表彰や奨励

(現状と課題)

これまでから優秀な技術者に対する表彰制度の実施など、従事者のこれまでの功績を称えるための施策を展開しており、平成17年度までに857名を顕彰している。伝統産業の活性化のためには、今後は、こうした顕彰に加えて、伝統産業の新たな担い手である若手、中堅技術者に対する表彰、奨励が必要である。

(具体的な取組)

「未来の名匠（仮称）」の創設【重点・新規】

優秀な技術者になることが囑望される若手、中堅技術者に対する表彰や奨励の制度を構築する。

「京都市伝統産業技術功労者顕彰」の実施【継続】、食品従事者に対する表彰の実施【新規】

「京都市伝統産業技術功労者顕彰」を引き続き実施するとともに、「京料理」、「京菓子」、「京漬物」等の優秀な技術者に対する表彰を実施する。

また、京都市伝統産業技術功労者で組織する「京の伝統産業春秋会」の活動に対する支援を行う。

若手職人作品展や競技会の実施【充実】

若手職人に対して、作品を発表する機会を提供するなど若手職人の意欲向上に資する取組を実施する。

3 「伝統産業の日」

「伝統産業の活性化の総合的推進のための6つの基本的な施策」のいずれにも関連するものとして、本市では、平成13年度に春分の日を「伝統産業の日」と定め、伝統産業の魅力や素晴らしさを広く国内外に発信するために、「伝統産業の日」を中心に多彩な事業を集中的に展開してきた。しかし、市政総合アンケートでは、「伝統産業の日」のイベントを知らない人の割合が37.0%にのぼる。

今後は、日常的に伝統産業に触れる環境づくりを目指し、「伝統産業の日」の周知を図るとともに、「伝統産業の日」への事業の集中化など更なる取組の充実を図り、一層、伝統産業の魅力を国内外に発信する。

4 国への要望，提案

グローバル化，国際化が進行する中で，日本人が改めて日本の文化を再認識し，日本の文化の継承や日本のアイデンティティを確立することが重要になってきている。

こうした状況の下，日本固有の文化を発信するうえにおいて，日本の伝統文化とともに育まれてきた京都の伝統産業の果たすべき役割はますます大きくなってきている。

このような京都の伝統産業の重要性に鑑み，伝統産業製品等の積極的な活用，原産国表示の義務付け，伝統産業に関する教育の充実，希少となった伝統産業の技術，技法の継承等市民や本市の力だけでは実現することができないものについては，国にも国家的な見地からの施策や支援を求めていく。

具体的な取組項目一覧（○新規、□充実、・継続）

6つの基本的な施策	No.	項目名
〔1〕伝統産業に関する創造的活動に対する支援〔P29〕	1	○「京ものきらめきチャレンジ事業（仮称）」の創設【重点】
	2	○京もの戦略的マーケティング調査，研究
	3	○相談，コーディネート機能の確立
	4	○民間空き工房の活用等生産拠点を設けることを促進する仕組みの構築
	5	□「京都ものづくり企業 縁むすびプロジェクト」の活用
	6	□大学，財団法人京都高度技術研究所などの研究機関，企業（異業種），NPOとの連携
	7	□京都市産業技術研究所の機能強化
〔2〕伝統産業に関する教育や学習の場における取組〔P30〕	8	○「京の匠と文化まなび事業（仮称）」の実施【重点】
	9	○京都の伝統産業を体系的に学ぶことができる仕組みづくり
	10	・「わたしたちの伝統産業」の作成，活用
	11	・「京の「匠」ふれあい事業」の実施
	12	□「歴史都市・京都から学ぶジュニア日本文化検定」等の実施
	13	○事業者，市民，NPO等による伝統産業が学習できる基盤づくり
〔3〕伝統産業についての関心と理解を深める取組〔P31〕	14	○「伝統産業の日」への事業の集中化【重点】
	15	○「京もの合同展示会（仮称）」の開催支援【重点】
	16	○「京もの町なか博物館（仮称）」事業の実施【重点】
	17	○伝統産業製品の活用
	18	○消費者相談窓口の構築支援
	19	・販売力強化の取組支援
	20	○「京ものファン創出事業」の実施
	21	□伝統産業サイトの充実
	22	○「京もの履歴表示」の支援
	23	○地域団体商標登録の取組支援
	24	○「詠え品の魅力の発信
	25	□観光事業との連携
	26	□伝統文化等との連携
	27	□「京都館」の活用等首都圏における発信
〔4〕技術の継承や後継者の育成〔P33〕	28	○工程別技術者調査の実施【重点】
	29	□京都市伝統産業技術後継者育成事業の充実
	30	○原材料，道具の調査，支援
	31	□技術や技法の研修，支援
	32	□デザインや企画力の研修，支援
	33	□小規模業種に対する支援の充実
	34	□大学との連携による伝統産業技術者の人材育成
〔5〕活性化の拠点施設等の機能の充実〔P34〕	35	○京都伝統産業ふれあい館，京都市伝統産業振興館の活性化と機能の再構築【重点】
	36	□京都市産業技術研究所の機能強化（再掲）
〔6〕表彰や奨励〔P35〕	37	○「未来の名匠（仮称）」の創設【重点】
	38	・「京都市伝統産業技術功労者顕彰」の実施
	39	○食品従事者に対する表彰の実施
	40	□若手職人作品展や競技会の実施

第5章

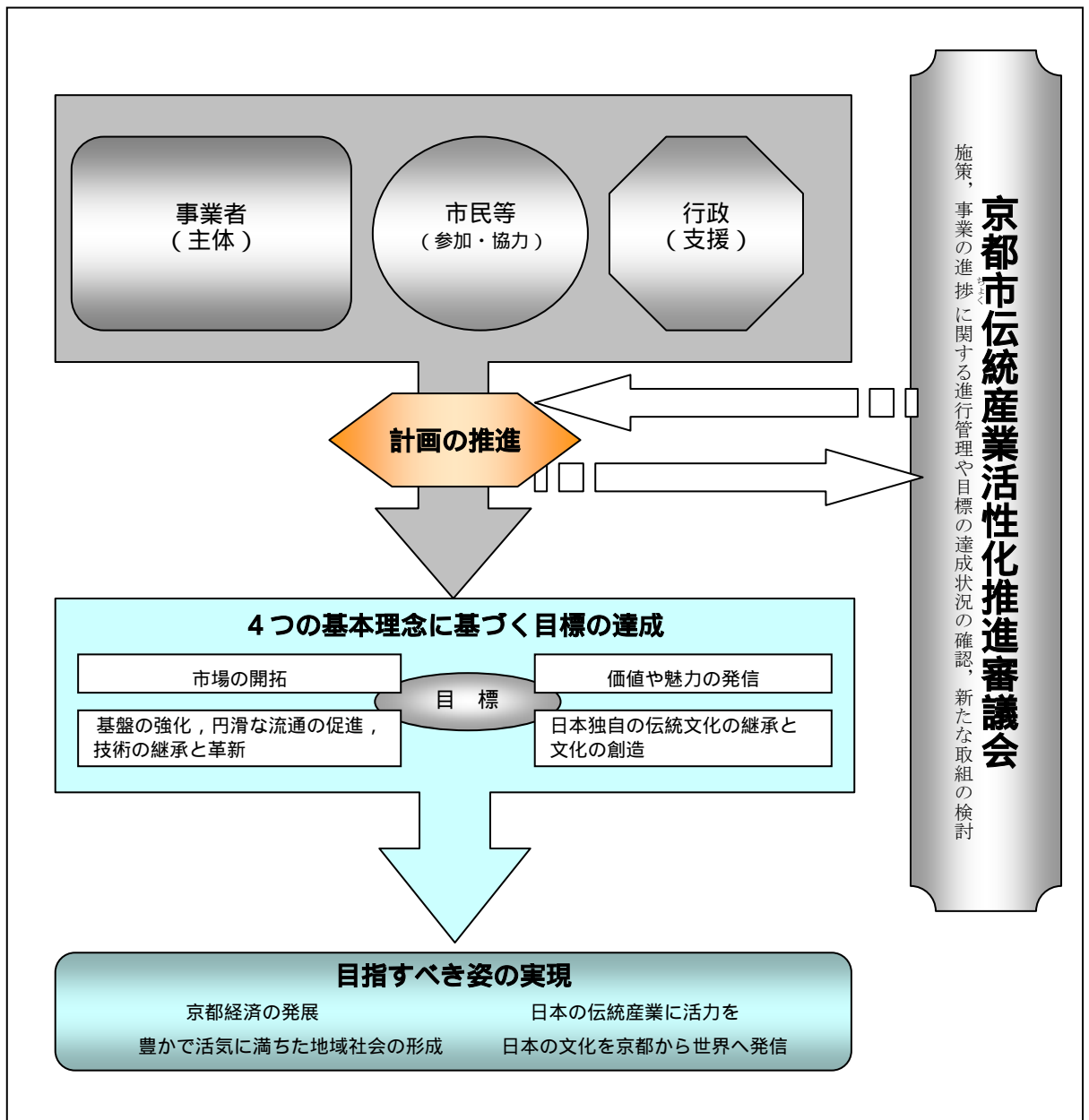
計画の推進

1 京都市伝統産業活性化推進審議会

市民、業界関係者、学識経験者、行政等で組織する「京都市伝統産業活性化推進審議会」において、施策、事業の進捗に関する進行管理や目標の達成状況の確認とともに、新たな取組の検討などを行う。

2 計画の推進

伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するためには、飽くまでも事業者が主体となり取り組むことが必要であるが、本市は京都府との連携の下に、市民等とともに京都の総力を挙げて計画を推進する。



おわりに

「京もの」のある暮らし 京都発スローライフ～真に豊かな文化的生活～の提案

我が国は、1970年代初頭まで、高度経済成長により飛躍的な成長を遂げたが、一方で、大量生産、大量消費、大量廃棄が進み、更に1990年代に入ると、携帯電話やインターネットの普及などIT化、グローバル化が進み、私たちの生活の在り方が大きく変化してきた。

その中で、物質的な豊かさや、スピード、便利さは手に入れたが、その反面で豊かな自然環境、人や社会に対する信頼、心の豊かさなど多くのものを失った。

大量生産、大量消費、グローバル化等がもたらした「没個性」、「均一化」、また、「ファスト」を一つの価値とする時代は終焉を迎え、今、改めて量から質、物から心、ファストからスローを重視する私たちの暮らし、価値観、精神性といったことが問われている。

「個」をキーワードとする時代になり、人々が求めるものは細分化し、一つ一つが手づくりで温かみがあり、味わいを持つ「京もの」が再評価され、伝統産業の持つ文化的な価値が見直されつつある。

京都の伝統産業は、平安京建都以来、宮廷を中心に広がりを見せた「みやびの文化」、社寺や茶道、華道などの我が国固有の伝統文化や市民の日常における生活文化の中で、その時々^は創造性を発揮し、^は育まれてきた。

このような日本の文化と精神性が息づく中で育まれた京都の伝統産業製品「京もの」が息づく日々の暮らしが「心の豊かさ」につながり、まさに今求められている「スローライフ」ではないだろうか。

こころの時代といわれる21世紀に「心に安らぎと、生活に潤いのあるライフスタイル」を実現する道として、京都から市民だけでなく、国内外に提案したい。

「京もの」のある暮らしが、京都発のスローライフ～真に豊かな文化的生活～につながることを！

< 參考資料 >

1 京都市伝統産業活性化推進条例

ここ京都では、1200年を超える悠久の歴史の中で、社寺をはじめとする伝統的な建築物などにより趣のある町並みが形成されるとともに、みやびやかな文化、茶道や華道に代表される精神性の高い文化など暮らしの中に息づく多様な文化がはぐくまれてきた。このような京都固有の伝統的な文化を支えてきたのは、高度な技術や優れた意匠を有する京都の伝統産業である。この伝統産業は、京都の基幹産業として発展するのみならず、日本の伝統的な産業に大きな影響を与えてきた。

しかしながら、現在、京都の伝統産業を取り巻く環境は、生活様式の変化などによる需要の低迷、海外製品の流入による価格競争の激化などにより、多くの業種においてかつてない厳しい状況にあり、京都の伝統産業に支えられてきた伝統的な文化が失われつつある。この危機に立ち向かい、京都が、将来にわたって、その伝統的な文化を継承し、日本の文化の中心として発展し続けるためには、伝統産業を活性化し、その未来を切り開いていかなければならない。

ここに、本市は、京都府との連携の下に、事業者及び市民の創意工夫を生かしつつ、伝統産業の活性化を推進することにより、京都の経済を発展させるとともに、豊かで活気に満ちた地域社会を形成し、もって、日本の伝統的な産業に活力を与え、日本の文化を京都から世界へ向けて発信することを決意し、この条例を制定する。

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、伝統産業の活性化の推進に関し、その基本理念を定め、並びに本市及び事業者の責務並びに市民の役割を明らかにするとともに、伝統産業の活性化の推進に関する施策の基本となる事項を定めることにより、伝統産業の活性化を総合的かつ計画的に推進することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 伝統産業 伝統的な技術及び技法を用いて、日本の伝統的な文化及び生活様式に密接に結び付いている製品その他の物（以下「伝統産業製品等」という。）を作り出す産業のうち、本市の区域内において、当該伝統産業製品等の企画がされ、かつ、その主要な工程が経られるものをいう。
- (2) 事業者 伝統産業に係る生産者、卸売業者、小売業者その他伝統産業を営む者をいう。

- (3) 伝統産業の活性化 伝統産業の有する機能及び伝統産業の基盤の強化により、伝統産業の活力を向上させることをいう。

(基本理念)

第3条 伝統産業の活性化の推進は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- (1) 経済環境及び生活様式の変化に常に対応し、市場を開拓すること。
- (2) 京都の恵まれた自然的特性並びに歴史的及び文化的所産を生かしつつ、積極的に本市内外の事業を営む者、大学及び研究機関その他の団体と有機的に連携を図ることにより、伝統産業の基盤を強化するとともに、伝統産業製品等の円滑な流通を促進し、並びに伝統産業に関する高度な技術を継承し、及び革新すること。
- (3) 伝統産業の意義及び伝統産業製品等が有する優れた価値を広く世界に伝え、伝統産業の魅力を増進すること。
- (4) 伝統産業を通じて、伝統的な文化を継承するとともに、日本の伝統を取り入れた文化の創造を図ること。

(本市の責務)

第4条 本市は、基本理念にのっとり、伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的に策定し、及び実施するよう努めなければならない。

- 2 本市は、伝統産業の担い手である事業者の創意工夫を生かした主体的な取組を促進するよう努めなければならない。
- 3 本市は、伝統産業の活性化の推進に当たっては、事業者及び市民と相互に協力するよう努めなければならない。

(事業者の責務)

第5条 事業者は、基本理念にのっとり、伝統産業が伝統的な文化と深くかかわり、日本の文化を支えていることを理解し、常に創意工夫を行い、自ら積極的に伝統産業の活性化を図るための活動に取り組むよう努めなければならない。

(市民の役割)

第6条 市民は、伝統産業が日本の文化を支え、潤いのある豊かな生活の実現に寄与していることについての理解を深めることにより、伝統産業の活性化の推進に積極的な役割を果たすものとする。

(財政上の措置)

第7条 本市は、伝統産業の活性化の推進に関する施策を実施するために必要な財政上の措置を講じるよう努めなければならない。

第2章 伝統産業の活性化の推進に関する基本的施策

第1節 伝統産業活性化推進計画

- 第8条 市長は、伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するため、伝統産業の活性化の推進に関する計画（以下「伝統産業活性化推進計画」という。）を定めなければならない。
- 2 伝統産業活性化推進計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
- (1) 伝統産業の活性化の推進に関する目標
 - (2) 伝統産業の活性化の推進に関する取組
 - (3) その他伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するために必要な事項
- 3 市長は、伝統産業活性化推進計画を定めるに当たっては、第16条に規定する審議会の意見を聴くとともに、事業者及び市民の意見を適切に反映するために必要な措置を講じなければならない。
- 4 市長は、伝統産業活性化推進計画を定めたときは、速やかにこれを公表しなければならない。
- 5 前2項の規定は、伝統産業活性化推進計画の変更について準用する。

第2節 伝統産業の活性化の総合的推進のための施策

（伝統産業に関する創造的活動に対する支援）

- 第9条 本市は、伝統産業に関する事業の創出、新たな伝統産業製品等の開発その他の伝統産業に関する創造的活動を支援するために必要な措置を講じなければならない。

（伝統産業に関する教育及び学習の振興を図るための措置）

- 第10条 本市は、伝統産業に親しむための教育及び学習の機会の充実その他の伝統産業に関する教育及び学習の振興を図るために必要な措置を講じなければならない。

（伝統産業に対する関心と理解を深めるための措置）

- 第11条 本市は、伝統産業製品等に係る情報の事業者による適切な提供を支援するとともに、情報の効果的な提供その他の伝統産業に対する市民等（市民及び観光旅行者その他の滞在者をいう。以下同じ。）の関心と理解を深めるために必要な措置を講じなければならない。

（伝統産業の技術の継承等）

- 第12条 本市は、伝統産業に関する高度な技術を継承するとともに、伝統産業製品等の製造、加工等に従事している者の後継者を育成するために必要な措置を講じなければならない。

（伝統産業の活性化の推進の拠点となる施設の機能の充実）

- 第13条 本市は、伝統産業に関する情報の提供及び技術の研究、事業者相互の間の交流その他の伝統産業の活性化の推進の拠点となる施設の機能の充実を図るために必要な措置を講じなければならない。

（表彰等）

- 第14条 市長は、伝統産業の振興に関し、顕著な成果を取めた者及び功績があった者の表彰に努めるものとする。
- 2 市長は、伝統産業の振興に関し、将来において顕著な成果を取めることが期待される者が行う伝統産業の活性化を図るための活動の奨励に努めるものとする。

第3章 伝統産業の日

- 第15条 伝統産業の魅力を国内外において発信し、並びに市民等が伝統産業に親しみ、及び伝統産業についての関心と理解を深めるため、伝統産業の日を設ける。
- 2 伝統産業の日は、国民の祝日に関する法律第2条に規定する春分の日とする。

第4章 伝統産業活性化推進審議会

（審議会）

- 第16条 伝統産業の活性化の推進に関する事項について、市長の諮問に応じ、調査し、及び審議するとともに、当該事項について市長に対し、意見を述べるため、京都市伝統産業活性化推進審議会（以下「審議会」という。）を置く。

（審議会の組織）

- 第17条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。
- 2 委員は、学識経験のある者その他市長が適当と認める者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

（委員の任期）

- 第18条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。
- 2 委員は、再任されることができる。

第5章 雑則

（委任）

- 第19条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附則

（施行期日）

- 1 この条例は、公布の日から施行する。ただし、第8条第3項及び第5項（審議会に関する部分に限る。）並びに第4章の規定は、市規則で定める日から施行する。

（経過措置）

- 2 前項ただし書の市規則で定める日以後最初に市長が委嘱し、又は任命する委員の任期は、第18条第1項本文の規定にかかわらず、平成20年3月31日までとする。

2 市民意見募集，アンケート調査等の経過

(1) 京都市伝統産業活性化検討委員会提言市民意見募集

ア 期間：平成17年2月14日（月）～3月11日（金）

イ 意見数：162件

(2) 京都市伝統産業活性化推進条例骨子案市民意見募集

ア 期間：平成17年6月21日（火）～7月11日（月）

イ 意見数：231件（145人）

(3) 京都市伝統産業技術後継者育成制度対象者等に対する調査

ア 実施日：平成17年7月1日（金）～21日（木）

イ 対象者：対象者等15業種 23名の職人

(4) 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度対象者に対する調査

ア 実施日：平成17年7月19日（火）～8月2日（火）

イ 対象者：対象者20業種 22名の職人

(5) 市政総合アンケート

ア 期間：平成17年11月14日（月）～28日（月）

イ 対象者：20歳以上の市民3,000人（回答数1,449人）

(6) 伝統産業関係者等個別調査

ア 実施日：平成18年2月13日（月）～3月2日（木）

イ 対象者：伝統産業関係者等17名

(7) 業界アンケート調査

ア 期間：平成18年2月10日（金）～24日（金）

イ 対象者：京都市の伝統産業72品目の業界団体（69団体）

(8) 京都市伝統産業活性化推進計画中間報告市民意見募集

ア 期間：平成18年6月20日（火）～7月19日（水）

イ 意見数：316件（193人）

(9) 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度対象者に対する調査

ア 実施日：平成18年7月18日（火）～26日（水）

イ 対象者：対象者17業種 17名の職人

3 市政総合アンケート結果の概要

(1) 調査の方法等

- ア 調査の対象 20歳以上の市民3,000人
(住民基本台帳及び外国人登録データから無作為抽出)
- イ 調査の方法 回答用紙への記入方式(郵送)
- ウ 調査の期間 平成17年11月14日(月)～28日(月)
- エ 有効回答数 1,449(有効回収率 48.3%)

(2) 結果の概要

ア 京都の伝統産業に魅力を感じるか

大いに感じる。	48.0%
感じる。	37.1%
少し感じる。	9.4%
全く感じない。	1.7%
分からない。	2.4%
無回答	1.7%

魅力を感じる方が9割以上

イ 魅力を感じる伝統産業は何か

西陣織	75.1%
京友禅	66.9%
京焼・清水焼	63.3%
京の文化、歴史に根ざした京菓子・京漬物などの加工食品、京料理	53.7%

西陣織が7割以上

ウ 京都の伝統産業はどのように役立っているか

日本の伝統的な文化の継承に役立っている。	65.5%
京都の伝統的な文化の継承に役立っている。	64.4%
京都への観光客の増加に役立っている。	61.0%
京都らしい町並みの維持に役立っている。	41.5%
京都経済の活性化に役立っている。	32.5%
地域づくりに役立っている。	12.8%
その他	1.3%
分からない。	2.4%
無回答	2.8%

「日本の伝統的な文化の継承」「京都の伝統的な文化の継承」「京都への観光客の増加」が6割以上

エ どのような場面で伝統産業に接したことがあるか

生活や趣味の場での使用を通じて	51.0%
能・狂言・茶道・華道など伝統文化を通じて	35.8%
家族・親戚・知人など伝統産業の職人さんを通じて	32.5%
展示会やイベントなどを通して	32.2%

京都伝統産業ふれあい館，四条京町家などの 伝統産業振興施設において	24	4%
学校の授業を通じて	12	0%
体験教室などを通じて	8	9%
接したことがない	8	0%
その他	3	7%
無回答	2	6%

「生活や趣味の場での使用を通じて」が半数

オ 伝統産業製品をどのくらいの頻度で使っているか，また今後使いたい
か

使っていないが，値段などの条件があえば，使ってみたい。	33	1%
お正月など特別な時に使っている。	23	8%
毎日使っている。	9	8%
頻繁に使っている。	9	1%
使っていないし，今後も使ってみたいとは思わない。	5	8%
使っていないが，今後は積極的に使ってみたい。	5	4%
その他	2	8%
分からない。	3	3%
無回答	7	2%

「値段などの条件が合えば使ってみたい」が3分の1

カ 伝統産業製品を使っている，使ってみたいと思う理由

長く使用しても飽きない。	83	0%
手作りの良さがある。	77	6%
高級感がある。	62	8%
文化や歴史に根付いたものである。	59	9%
素材・風合い・使い勝手などがよい。	56	3%
伝統的な技法で製作されたものである。	50	0%
「京もの（京都産）」というブランドがあり，安心である。	41	9%
デザインがよい。	30	2%
その他	3	7%
分からない。	2	4%
無回答	5	4%

「長く使用しても飽きない」が8割

キ 伝統産業製品の課題や問題

着用・使用する機会・場が少ない。	74	5%
値段が高い。	55	7%
広告やアピールが不足している。	35	5%
値段相応の価値があるかどうか分からない。	22	4%
使用方法や手入れの仕方が難しい。	22	1%
海外や国内で製造されている他地域の製品との違いが分からない。	19	5%
デザインが合わなくなっている。	9	0%
素材や風合いなどが合わなくなっている。	6	3%
買う場所が分からない。	5	2%
販売員が適切に説明してくれない。	3	4%
魅力を感じない。	3	0%
その他	2	2%
分からない。	1	7%
無回答	2	3%

「着用・使用する機会・場が少ない」が7割以上

ク 伝統産業製品と競合する海外製品についてどう思うか

海外製品との違いが分かるような表示をすべきである。．．．．．	54.8%
海外製品との違いが分かるようなデザインや技法を用いるべきである。．．．．．	26.9%
全くの自由競争にまかせるべきである。．．．．．	21.0%
京都の伝統産業製品を守るためには、海外製品については輸入制限をすべきである。．．．．．	16.1%
その他．．．．．	3.6%
分からない。．．．．．	8.0%
無回答．．．．．	3.7%

「海外製品との違いが分かるような表示をすべき」が半数以上

ケ 市民としてどうすれば伝統産業の活性化につながるか

生活や趣味の場で伝統産業製品を積極的に取り入れる。．．．．．	49.4%
伝統産業に対する興味を持ったり、伝統産業に関する知識を得るよう心がける。．．．．．	45.6%
展示会や体験教室などに参加し、伝統産業に触れる。．．．．．	35.7%
お正月など特別な機会には、伝統産業製品を積極的に使用する。．	30.4%
京都の伝統産業製品以外は購入しない。．．．．．	0.9%
その他．．．．．	5.6%
分からない。．．．．．	7.6%
無回答．．．．．	4.4%

「生活や趣味の場で伝統産業製品を積極的に取り入れる」が半数

コ 京都市の取組を知っているか

(ア) 「伝統産業の日」のイベント	
行ったことがないが、今後行きたい。．．．．．	37.3%
知らない。．．．．．	37.0%
行ったことがあり、今後行きたい。．．．．．	10.6%
行ったことがなく、今後行きたくない。．．．．．	5.5%
行ったことがあるが、今後は行きたくない。．．．．．	1.5%
無回答．．．．．	8.4%
(イ) 京都伝統産業ふれあい館	
行ったことがないが、今後行きたい。．．．．．	37.9%
知らない。．．．．．	26.6%
行ったことがあり、今後行きたい。．．．．．	19.7%
行ったことがなく、今後行きたくない。．．．．．	5.3%
行ったことがあるが、今後は行きたくない。．．．．．	3.2%
無回答．．．．．	7.6%
(ウ) 四条京町家	
行ったことがないが、今後行きたい。．．．．．	45.8%
知らない。．．．．．	26.6%
行ったことがあり、今後行きたい。．．．．．	12.7%
行ったことがなく、今後行きたくない。．．．．．	4.8%
行ったことがあるが、今後は行きたくない。．．．．．	2.1%
無回答．．．．．	8.2%

いずれのイベント、施設についても「行ったことがないが今後行きたい」が4割前後

サ 問 10 のように思う理由

(ア) 「伝統産業の日」のイベント

< 「今後行きたい」と答えた方の主な意見 >

- ・ 伝統産業に興味があるから
- ・ 伝統産業に実際に触れることができるから
- ・ 伝統産業について理解を深めたいから
- ・ 実際のイベント内容が魅力的だった
- ・ 着物を着るよい機会だから
- ・ イベントが多彩だから
- ・ 京都市民として伝統産業の活性化に貢献できるから

< 「今後行きたくない」と答えた方の主な意見 >

- ・ 伝統産業に興味がないから
- ・ イベント内容に魅力を感じないから
- ・ イベント内容に変化がないから
- ・ 休みの日のイベントが多く参加できないから

(イ) 京都伝統産業振興ふれあい館

< 「今後行きたい」と答えた方の主な意見 >

- ・ 伝統産業に興味があるから
- ・ 実際に製作体験ができるから
- ・ 伝統産業に実際に触れ、職人の技を見ることができるから
- ・ 伝統産業について理解を深めたいから
- ・ 立地がよいから
- ・ イベントが多彩だから
- ・ 京都外の人に、京都の伝統産業の魅力を伝えるのにちょうどよいから
- ・ 京都市民として伝統産業の活性化に貢献できるから
- ・ 知人の評判が良かったから

< 「今後行きたくない」と答えた方の主な意見 >

- ・ 伝統産業に興味がないから
- ・ 内容に魅力を感じないから
- ・ 内容に変化がないから
- ・ 雰囲気は暗く入りにくいから
- ・ 立地がよくないから

(ウ) 四条京町家

< 「今後行きたい」と答えた方の主な意見 >

- ・ 町家に興味があるから
- ・ 落ち着いた、京都らしい雰囲気があるから
- ・ 懐かしさを感じるから
- ・ 昔の生活を知りたいから
- ・ 立地が良いから
- ・ 京都外の人に、京都の伝統産業の魅力を伝えるのにちょうどよいから
- ・ 京都市民として伝統産業の活性化に貢献できるから
- ・ 知人の評判が良かったから

< 「今後行きたくない」と答えた方の主な意見 >

- ・ 伝統産業に興味がないから
- ・ 身近に町家があるので改めて見に行く気がしないから
- ・ 魅力を感じられないから
- ・ 敷居が高く入りにくいから
- ・ 立地がよくないから

シ 今後、京都市が取り組むべきこと

後継者の育成	63	0%
伝統産業に関する情報発信の充実	54	0%
観光との連携	42	6%
専門的かつ高度な技術の保存	42	4%
伝統産業振興拠点（ふれあい館、四条京町家等）の活用・充実	36	8%
学校や生涯学習施設における教育の充実	34	6%
地域との連携	31	3%

文化との連携	30.7%
新商品開発など新たな取組への支援の充実	27.0%
大学・研究機関等との連携	18.4%
その他	2.8%
特に取り組む必要はない	1.2%
分からない	4.6%
無回答	4.3%

「後継者の育成」が6割以上

- (注)・ 百分比の合計は端数処理の関係で100%にならないものもあります。
 ・ 複数回答の百分比の合計は100%になりません。

【「京都の伝統産業」について】

<「京都の伝統産業」に対する意識について>

問1 京都の伝統産業は長い歴史とともに育まれてきたものであり、能・狂言・茶道・華道など伝統文化の継承には欠かせないものですが、あなたは京都に伝統産業があることに魅力を感じますか。次の中から1つ選び、○印を付けてください。

- 1 大いに感じる。
- 2 感じる。
- 3 少し感じる。
- 4 全く感じない。
- 5 分からない。

問1で1～3と答えた方のみお尋ねします。

問2 あなたが魅力を感じる伝統産業は何ですか。次の一覧表の中から、当てはまるものすべてを選び、○印を付けてください。

◆京都の伝統産業には次のようなものがあります。		
<染織品>		
1 西陣織	2 京鹿の子絞	3 京友禅
4 京小紋	5 京くみひも	6 京繻
7 京黒紋付染	8 京房ひも・撚ひも	
<諸工芸品>		
9 京仏壇	10 京仏具	11 京漆器
12 京指物	13 京焼・清水焼	14 京扇子
15 京うちわ	16 京石工芸品	17 京人形
18 京表具	19 京陶人形	20 京都の金属工芸品
21 京象嵌	22 京刃物	23 京の神祇装束調度品
24 京銘竹	25 京の色紙短冊和本帖	26 北山丸太
27 京版画	28 京袋物	29 京すだれ
30 京印章	31 工芸菓子	32 竹工芸
<その他>		
33 造園	34 清酒	35 薫香
36 伝統建築	37 額看板	38 菓子木型
39 かつら	40 金網細工	41 唐紙
42 かるた	43 きせる	44 京瓦
45 京真田紐	46 京足袋	47 京つげぐし
48 京葛籠	49 京釣竿	50 京丸うちわ
51 京弓	52 京和傘	53 截金
54 嵯峨面	55 尺八	56 三味線
57 調べ緒	58 茶筒	59 提燈
60 念珠	61 能面	62 花かんざし
63 帆布製カバン	64 伏見人形	65 邦楽器絃
66 矢	67 結納飾・水引工芸	68 和蠟燭
69 京都の文化・歴史に根ざした京菓子・京漬物などの加工食品, 京料理		

ここからは全員の方にお尋ねします。

問3 京都の伝統産業はどのように役立っていると思われ
ますか。当てはまるものすべてを選び、○印を付けて
ください。

- 1 京都の伝統的な文化の継承に役立っている。
- 2 日本の伝統的な文化の継承に役立っている。
- 3 京都への観光客の増加に役立っている。
- 4 京都経済の活性化に役立っている。
- 5 京都らしい町並みの維持に役立っている。
- 6 地域づくりに役立っている。
- 7 その他 ()
- 8 分からない。

問4 あなたはこれまで日常生活のどのような場面で伝統
産業に接したことがありますか。当てはまるものすべ
てを選び、○印を付けてください。

- 1 生活や趣味の場での使用を通じて
- 2 家族・親戚・知人など伝統産業の職人さんを通じて
- 3 学校の授業を通じて
- 4 体験教室などを通じて
- 5 京都伝統産業ふれあい館、四条京町家などの伝統産
業振興施設において
- 6 展示会やイベントなどを通して
- 7 能・狂言・茶道・華道など伝統文化を通じて
- 8 その他 ()
- 9 接したことがない。

◆**京都伝統産業ふれあい館**…岡崎のみやこめっせ(京都市勤業館)の地下1階にある伝統産業製品の展示や製作体験教室、伝統産業に関する図書の閲覧ができる施設です。
◆**四条京町家(京都市伝統産業振興館)**…四条西洞院にある京町家を改築し、伝統産業従事者の方が伝統産業製品の展示やイベントに利用できる施設です。

<「京都の伝統産業製品」について>

問5 あなたはどの位の頻度で西陣織、京友禅などの染織
品を着たり、京焼・清水焼などを使ったりしています
か。また、今後使っていきたいですか。次の中から1
つ選び、○印を付けてください。

- 1 毎日使っている。
- 2 頻繁に使っている。
- 3 お正月など特別な時に使っている。
- 4 使っていないが、今後は積極的に使ってみたい。
- 5 使っていないが、値段などの条件があえば、使っ
てみたい。
- 6 使っていないし、今後も使ってみたいとは思わない。
- 7 その他 ()
- 8 分からない。

問5で1～5と答えた方のみお尋ねします。

問6 あなたが京都の伝統産業製品を「使っている」また
は「使ってみたい」と思う理由は何ですか。当てはま
るものすべてを選び、○印を付けてください。

- 1 デザインがよい。
- 2 素材・風合い・使い勝手などがよい。
- 3 高級感がある。
- 4 長く使用しても飽きない。
- 5 手作りの良さがある。
- 6 「京もの(京都産)」というブランドがあり、安心で
ある。
- 7 文化や歴史に根付いたものである。
- 8 伝統的な技法で製作されたものである。
- 9 その他 ()
- 10 分からない。

ここからは全員の方にお尋ねします。

問7 京都の伝統産業製品の課題や問題は何だと思いま
すか。当てはまるものすべてを選び、○印を付けてくだ
さい。

- 1 デザインが合わなくなっている。
- 2 素材や風合いなどが合わなくなっている。
- 3 広告やアピールが不足している。
- 4 着用・使用する機会・場が少ない。
- 5 海外や国内で製造されている他地域の製品との違
いが分からない。

- 6 値段相応の価値があるかどうか分からない。
- 7 値段が高い。
- 8 使用方法や手入れの仕方が難しい。
- 9 買う場所が分からない。
- 10 販売員が適切に説明してくれない。
- 11 魅力を感じない。
- 12 その他 ()
- 13 分からない。

問8 京都の伝統産業製品と競合して多くの海外製品が輸入・販売されています。このことについてどのように思われますか。当てはまるものすべてを選び、○印を付けてください。

- 1 海外製品との違いが分かるような表示をすべきである。
- 2 海外製品との違いが分かるようなデザインや技法を用いるべきである。
- 3 京都の伝統産業製品を守るためには、海外製品については、輸入制限をすべきである。
- 4 全くの自由競争にまかせるべきである。
- 5 その他 ()
- 6 分からない。

問9 市民としてどうすれば、生活や趣味の場で伝統産業品を使用する頻度が増えるなど京都の伝統産業の活性化につながると思われますか。当てはまるものすべてを選び、○印を付けてください。

- 1 伝統産業に対する興味を持ったり、伝統産業に関する知識を得るよう心がける。
- 2 展示会や体験教室などに参加し、伝統産業に触れる。
- 3 お正月など特別な機会には、伝統産業製品を積極的に使用する。
- 4 生活や趣味の場で伝統産業製品を積極的に取り入れる。
- 5 京都の伝統産業製品以外は購入しない。
- 6 その他 ()
- 7 分からない。

< 京都市の伝統産業に関する施策について >

問10 京都市では現在、次のような施策に取り組んでいますが、あなたは次のイベントや施設を知っていますか。また、イベントに参加したり、施設に行ったことがありますか。また、今後参加したり行ったりしたいですか。(ア)～(ウ)のイベント・施設すべてについて、次の1から5の選択肢の中から1つ選び、○印を付けてください。

- (ア) 「伝統産業の日」のイベント … 1・2・3・4・5
- (イ) 京都伝統産業ふれあい館 … 1・2・3・4・5
- (ウ) 四条京町家 … 1・2・3・4・5

- 1 参加したことがあり、今後も参加したい。行ったことがあり、今後も行きたい。
- 2 参加したことがないが、今後参加したい。行ったことがないが、今後行きたい。
- 3 参加したことがあるが、今後は参加したくない。行ったことがあるが、今後は行きたくない。
- 4 参加したことがなく、今後も参加したくない。行ったことがなく、今後は行きたくない。
- 5 知らない。

◆「伝統産業の日」…京都市では、春分の日を「伝統産業の日」と定め、多くの市民や観光客の皆様へ、京都の伝統産業の魅力に触れ親しんでいただくよう、作品展やきものクラシックコンサートなど市内各地で多彩なイベントを実施しています。

◆京都伝統産業ふれあい館・四条京町家…問4参照

問10で1～4と答えた方のみお尋ねします。

問11 あなたが、(ア)～(ウ)のイベント・施設について、そのように思われる理由を記入してください。

- (ア) 「伝統産業の日」のイベント ()
- (イ) 京都伝統産業ふれあい館 ()
- (ウ) 四条京町家 ()

ここからは全員の方にお尋ねします。

問12 京都市では、平成17年10月に「伝統産業活性化推進条例」を制定したところですが、伝統産業の活性化に向けて、今後どのように取り組んでいくべきと考えますか。当てはまるものすべてを選び、○印を付けてください。

- 1 伝統産業に関する情報発信の充実
- 2 伝統産業振興拠点(ふれあい館、四条京町家等)の活用・充実
- 3 後継者の育成
- 4 専門的かつ高度な技術の保存
- 5 学校や生涯学習施設における教育の充実
- 6 新商品開発など新たな取組への支援の充実
- 7 文化との連携
- 8 観光との連携
- 9 大学・研究機関等との連携
- 10 地域との連携
- 11 その他 ()
- 12 特に取り組む必要はない。
- 13 分からない。

◆**伝統産業活性化推進条例**…伝統産業の未来を切り拓き、日本の文化を世界に発信するために制定した条例です。今後、京都市では、事業者・市民の皆様と一体となって、伝統産業の活性化の推進に取り組んでいきます。

【自由意見】

問13 ご意見・ご要望がありましたら、お書きください。

.....

.....

問14 最後にあなた自身のことについてお尋ねします。次の(ア)～(オ)の各項目について、それぞれいづれか1つ選び、○印を付けてください。

- (ア) 性別 1 男 2 女
- (イ) 年齢 1 20歳代 2 30歳代 3 40歳代
4 50歳代 5 60歳代 6 70歳以上
- (ウ) 居住地 1 北区 2 上京区 3 左京区
4 中京区 5 東山区 6 山科区
7 下京区 8 南区 9 右京区
10 西京区 11 伏見区
- (エ) 職業 1 自営業・自由業
2 会社員・公務員など給与所得者
3 主婦・主夫 4 学生 5 無職
6 その他()

- (オ) あなたと伝統産業従事者との関係
 - 1 自分が伝統産業に従事している。
 - 2 家族(3親等内の親族)が伝統産業に従事している。
 - 3 友人・知人が伝統産業に従事している。
 - 4 従事している人が周りにいない。

ありがとうございました。同封の封筒にて、返送ください。

4 業界アンケート調査結果の概要

(1) 調査の方法等

ア 調査の対象	「京都市の伝統産業」72品目の業界団体（69団体）
イ 調査の方法	回答用紙への記入方式（郵送）
ウ 調査の期間	平成18年2月10日（金）～24日（金）
エ 回答数	69品目（66団体）

(2) 結果の概要

【全般】

問1 業界の状況

企業数

最盛期と比べて減少	59	4%
最盛期と変わらない	7	2%
最盛期と比べて増加		0%
無回答・不明	33	3%

<最盛期>

昭和39年まで	11	6%
昭和40年～昭和49年	11	6%
昭和50年～昭和59年	8	7%
昭和60年～平成6年	18	8%
平成7年以降	2	9%
無回答・不明	46	4%

減少が6割弱

従事者数

最盛期と比べて減少	34	8%
最盛期と変わらない	10	1%
最盛期と比べて増加		0%
無回答・不明	55	1%

<最盛期>

昭和39年まで	4	3%
昭和40年～昭和49年	5	8%
昭和50年～昭和59年	10	1%
昭和60年～平成6年	8	7%
平成7年以降	1	4%
無回答・不明	69	6%

減少が35%弱

若手従事者数

最盛期と比べて減少	33	3%
最盛期と変わらない	14	5%
最盛期と比べて増加		0%
無回答・不明	52	2%

<最盛期>	
昭和39年まで	4.3%
昭和40年～昭和49年	5.8%
昭和50年～昭和59年	7.2%
昭和60年～平成6年	7.2%
平成7年以降	7.2%
無回答・不明	68.1%

減少が35%弱

年生産量	
最盛期と比べて減少	17.4%
最盛期と変わらない	7.2%
最盛期と比べて増加	1.4%
無回答・不明	73.9%

<最盛期>	
昭和39年まで	1.4%
昭和40年～昭和49年	5.8%
昭和50年～昭和59年	4.3%
昭和60年～平成6年	7.2%
平成7年以降	0%
無回答・不明	81.2%

減少が15%以上

年生産額	
最盛期と比べて減少	29.0%
最盛期と変わらない	4.3%
最盛期と比べて増加	0%
無回答・不明	66.7%

<最盛期>	
昭和39年まで	0%
昭和40年～昭和49年	5.8%
昭和50年～昭和59年	0%
昭和60年～平成6年	17.4%
平成7年以降	2.9%
無回答・不明	73.9%

減少が3割弱

【市場の開拓】

問2 - (1) 5年前と比較した生産量の状況

減少している	50.0%
変わらない	19.7%
大幅に減少している	15.2%
増加している	13.6%
大幅に増加している	0.0%
無回答	1.5%

減少が65%以上

問2 - (2) 生産量の増加のための組合の取組 (複数回答可)

ブランド力の確立	51.5%
新商品の開発	48.5%
情報化社会への対応	40.9%
首都圏における展示会などを通じた販路の拡大	37.9%
若年層など購買層の拡大	31.8%
超高級品市場の開拓	30.3%
高級普及製品市場の開拓	30.3%
技術の新分野への利用	24.2%
中間普及製品市場の開拓	19.7%
その他	19.7%

ブランド力の確立が5割以上

問2 - (3) 生産量増加のために重点的に取り組みたい事項 (3位までの優先順位をポイント換算)

ブランド力を確立していきたい	22.2%
新商品の開発に取り組んでいきたい	15.7%
首都圏における展示会などを通じた販路の拡大に取り組んでいきたい	9.4%
若年層など購買層の拡大に取り組んでいきたい	8.9%
情報化社会への対応	7.2%
超高級品市場の開拓に取り組んでいきたい	6.6%
高級普及製品市場の開拓に取り組んでいきたい	6.4%
技術の新分野への利用に取り組んでいきたい	5.7%
中間普及製品市場の開拓に取り組んでいきたい	2.4%
その他	4.2%
無回答	11.3%

ブランド力の確立が2割以上

問2 - (4) 「市場の開拓」に関する京都市の施策の評価

どちらでもない	33.3%
満足している	24.2%
やや不十分である	13.6%
知らないので、分からない	13.6%
不十分である	9.1%
大変満足している	3.0%
無回答	3.0%

満足しているが25%以上

問2 - (5) 「市場の開拓」のため、京都市が重点的に取り組むべき事項 (3位までの優先順位をポイント換算)

ブランド力の確立に対する支援	25.8%
新商品の開発や技術の新分野への利用など新たな取組に対する経費的な支援	18.0%
若年層など購買層の拡大の支援	9.3%
首都圏における展示会などを通じた販路の拡大に対する支援	8.9%
情報化社会への対応に対する支援	8.8%
首都圏を中心とした全国的な情報発信に対する支援	8.1%
超高級品市場や高級普及製品市場の開拓の支援	6.9%
専門的な知識や幅広い人脈を用いたコーディネート機能の確立に対する支援	4.0%

中間普及製品市場の開拓の支援	2.	0%
その他	1.	0%
無回答	7.	2%

ブランド力の確立に対する支援が25%以上

【基盤の強化】

問3 - (1) - (ア) 大学との連携状況

行っていないが、関心がある	50.	0%
過去に行ったことがある	12.	1%
行っていないし、関心もない	12.	1%
分からない	12.	1%
現在行っている	9.	1%
無回答・無効	4.	5%

行っていないが、関心があるが5割

問3 - (1) - (イ) 京都市の公設試験研究機関との連携状況

行っていないが、関心がある	39.	4%
過去に行ったことがある	24.	2%
現在行っている	13.	6%
分からない	9.	1%
京都市の公設試験場の存在を知らない	6.	1%
行っていないし、関心もない	4.	5%
無回答・無効	3.	0%

行っていないが、関心があるが4割弱

問3 - (1) - (ウ) 企業間交流の状況

行っていないが、関心がある	36.	4%
過去に行ったことがある	24.	2%
現在行っている	19.	7%
分からない	10.	6%
行っていないし、関心もない	7.	6%
無回答	1.	5%

行っていないが、関心があるが35%以上

問3 - (2) 「基盤の強化」に関する京都市の取組の評価

どちらでもない	34.	8%
知らないので、分からない	30.	3%
満足している	10.	6%
やや不十分である	9.	1%
不十分である	4.	5%
大変満足している	1.	5%
無回答	9.	1%

知らないので、分からないが3割以上

問3 - (3) 「基盤の強化」のために、京都市が重点的に取り組むべき事項(3位までの優先順位をポイント換算)

京都市の公設試験研究機関の試験・分析・相談体制の充実	22.	6%
大学との連携に対する経費的な支援	18.	7%

大学・京都市の公設試験研究機関・企業間交流のための窓口の設置	18.4%
企業間交流に対する支援	17.7%
その他	2.5%
無回答	20.2%

京都市の公設試験研究機関の充実が2割以上

【円滑な流通の促進】

問4 - (1) 「円滑な流通の促進」のための貴組合の取組状況
(複数回答可)

消費者への適正な知識や情報の提供に取り組んでいる	48.5%
流通経路の在り方を検討している	40.9%
生産・流通履歴の構築を検討している	22.7%
消費者が購入した商品等について組合に相談できる体制がある	21.2%
価格形成の見直しに取り組んでいる	21.2%
取引慣行の見直しに取り組んでいる	19.7%
生産・流通履歴を構築できている	15.2%
販売員の研修等販売力強化の取組をしている	10.6%
販売員の研修等販売力強化の取組を検討している	9.1%
利益の分配の在り方を検討している	7.6%
その他	6.1%

消費者への適正な知識や情報の提供が5割弱

問4 - (2) 「円滑な流通の促進」のために重点的に取り組みたい事項(3位までの優先順位をポイント換算)

消費者への適正な知識や情報の提供	26.8%
流通経路の在り方の検討	14.5%
生産・流通履歴の検討・構築・充実	10.9%
販売員の研修等販売力強化の取組の検討・構築・充実	8.1%
価格形成の見直し	7.9%
組合による相談体制の検討・構築・充実	7.7%
取引慣行の見直し	4.9%
利益の分配の在り方の検討	1.3%
その他	0.2%
無回答・無効	17.7%

消費者への適正な知識や情報の提供が25%以上

問4 - (3) 「円滑な流通の促進」に関する京都市の取組の評価

どちらでもない	31.8%
知らないので、分からない	28.8%
満足している	21.2%
大変満足している	4.5%
やや不十分である	3.0%
不十分である	1.5%
無回答	9.1%

満足しているが25%以上

問 4 - (4) 「円滑な流通の促進」のために、京都市が重点的に取り組むべき事項（3位までの優先順位をポイント換算）

消費者への適正な知識や情報の提供に対する支援	30.8%
販売員の研修等販売力強化の取組に対する支援	13.6%
生産・流通履歴に対する支援	10.9%
京都市による消費者相談体制の充実	9.8%
お客様相談室の設置など組合による消費者相談体制に対する支援	7.2%
京都市や消費者団体が実施する消費者啓発事業等の充実	7.2%
その他	0.8%
無回答	19.5%

消費者への適正な知識や情報の提供に対する支援が3割以上

【技術の継承と革新】

問 5 - (1) - (ア) 5年前と比較した組合の企業数

減少している	43.9%
変わらない	36.4%
大幅に減少している	15.2%
増加している	1.5%
大幅に増加している	0.0%
無回答	3.0%

減少が6割弱

問 5 - (1) - (イ) 5年前と比較した組合の従事者数

減少している	53.0%
変わらない	22.7%
大幅に減少している	12.1%
増加している	9.1%
大幅に増加している	0.0%
無回答	3.0%

減少が65%以上

問 5 - (1) - (ウ) 後継者の状況

需要の低迷が原因で、後継者を雇うことができない	40.9%
需要に見合った後継者が確保できている	37.9%
需要はあるが、希望者がいないので、需要に見合った後継者が確保できていない	7.6%
十分確保できているので問題がない	3.0%
その他	6.1%
無回答	4.5%

需要の低迷が原因で、後継者を雇うことができないが4割以上

問 5 - (1) - (エ) - (1) デザインに関する研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	24.2%
実施している	19.7%
実施していないが、今後実施していく予定である	18.2%
実施したいが、実施手法が分からない	16.7%
無回答	21.2%

実施しているが2割弱

問5 - (1) - (工) - (2) 企画力を養う研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	27	3%
実施していないが、今後実施していく予定である	22	7%
実施している	18	2%
実施したいが、実施手法が分からない	15	2%
その他	16	7%

実施しているが2割弱

問5 - (1) - (工) - (3) 技術・技法に関する研修

実施している	45	5%
実施していないし、今後も実施する予定がない	22	7%
実施していないが、今後実施していく予定である	12	1%
実施したいが、実施手法が分からない	4	5%
無回答	15	2%

実施しているが45%以上

問5 - (1) - (工) - (4) 一般教養に関する研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	25	8%
実施している	22	7%
実施していないが、今後実施していく予定である	22	7%
実施したいが、実施手法が分からない	10	6%
無回答	18	2%

実施しているが2割以上

問5 - (1) - (オ) 原材料の状況

価格が高騰している	19	7%
質が低下している	15	2%
入手が困難又は不可能である	12	1%
価格が高騰，入手が困難又は不可能，質が低下	9	1%
価格が高騰，入手が困難又は不可能	6	1%
問題がない	6	1%
価格が高騰，質が低下	3	0%
入手が困難又は不可能，質が低下	3	0%
その他	7	6%
無回答	18	2%

価格が高騰しているが2割弱

(記入欄)

- ・ 価格が高騰
国産生糸，絹糸，染料，天然繊維，桧，白壇，駿河炭，金箔，銅，材木，金，鉄，PVC，ゴム，砂糖，京野菜，人毛，ステンレス線，真鍮，和紙，竹
- ・ 入手が困難又は不可能である原材料
国産生糸，白壇，駿河炭，サビ石，特殊鋼材，桜版木，丹波大納言，国産ガラス玉，京まつたけ，モロコ，フナ，ベッコウ，サンゴ，ラオ竹，和紙，竹，鳥羽根，動物毛
- ・ 質が低下
繭，土，竹，和紙，ニカワ，かんざし類，麻

問5 - (1) - (カ) 用具の状況

質が低下している	15.2%
問題がない	12.1%
入手が困難又は不可能である	10.6%
価格が高騰している	7.6%
価格が高騰, 入手が困難又は不可能	6.1%
価格が高騰, 入手が困難又は不可能, 質が低下	3.0%
価格が高騰, 質が低下	1.5%
入手が困難又は不可能, 質が低下	1.5%
その他	6.1%
無回答	36.4%

質が低下しているが15%以上

(記入欄)

- ・ 価格が高騰
刷毛, 先金, 青花, トーション, 筆, へら, ハサミ, 古綿, ヤスリ
- ・ 入手が困難又は不可能である用具
竹箴, 竹べら, 桴, ジャカード・レピアの部品, 桶, 刷毛, 先金, 青花, 針, 筆, へら, 象牙のセメ板, 胡粉, ニカワ, はた, 砥石
- ・ 質が低下
針, 古綿, 筆, 彫刻刀, ハサミ

問5 - (2) 「技術の継承と革新」のために重点的に取り組みたい事項(3位までの優先順位をポイント換算)

後継者の確保	22.2%
技術・技法に関する研修の構築・充実	18.4%
新商品の開発や技術の新分野への利用など企画力を養う研修の構築・充実に対する支援	13.1%
原材料の確保	12.8%
デザインに関する研修の構築・充実	7.4%
知的財産の保護	5.2%
企業数の増加	4.5%
用具の確保	3.9%
従事者数の増加	2.7%
その他	1.5%
無回答・無効	8.2%

後継者の確保が2割以上

問5 - (3) 「技術の継承と革新」に関する京都市の取組の評価

満足している	50.0%
どちらでもない	18.2%
大変満足している	9.1%
不十分である	7.6%
知らないので, 分からない	7.6%
やや不十分である	4.5%
無回答	3.0%

満足しているが6割弱

問5 - (4) 「技術の継承と革新」のために,京都市が重点的に取り組むべき事項(3位までの優先順位をポイント換算)

後継者の確保に対する支援	22.6%
--------------	-------

新商品の開発や技術の新分野への利用など企画力を養う研修の構築・充実に対する支援	15.5%
技術・技法に関する研修の構築・充実に対する支援	13.6%
若手・中堅技術者に対する奨励制度の充実	13.3%
デザインに関する研修の構築・充実に対する支援	6.9%
原材料の確保に対する支援	6.9%
高度な技術を保持する者に対する表彰制度の充実	5.4%
知的財産の保護に対する支援	3.2%
用具の確保に対する支援	1.2%
その他	1.5%
無回答・無効	9.9%

後継者の確保に対する支援が2割以上

【価値や魅力の発信】

問6 - (1) 「価値や魅力の発信」に関する組合の取組状況
(複数回答可)

「京都伝統産業ふれあい館」や「四条京町家」など拠点施設を通じた情報発信に取り組んでいる	54.5%
イベントや展示会を通じた情報発信に取り組んでいる	54.5%
全国に向けた情報発信に取り組んでいる	40.9%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信に取り組んでいる	30.3%
東京向けの情報発信に取り組んでいる	18.2%
京都のまちにおける情報発信に取り組んでいる	16.7%
海外向けの情報発信に取り組んでいる	10.6%
その他	6.1%

拠点施設やイベントや展示会による情報発信が5割以上

問6 - (2) 「価値や魅力の発信」のために重点的に取り組みたい事項(3位までの優先順位をポイント換算)

全国に向けた情報発信の充実	28.9%
イベントや展示会を通じた情報発信の充実	15.5%
東京向けの情報発信の充実	14.8%
「京都伝統産業ふれあい館」や「四条京町家」など拠点施設を通じた情報発信の充実	14.1%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実	11.0%
海外向けの情報発信の充実	7.7%
京都のまちにおける情報発信の充実	4.9%
その他	0.5%
無回答	2.6%

全国に向けた情報発信の充実が3割弱

問6 - (3) 「価値や魅力の発信」に関する京都市の取組の評価

満足している	30.3%
どちらでもない	28.8%
知らないので、分からない	22.7%
やや不十分である	4.5%
不十分である	4.5%
大変満足している	3.0%
無回答	6.1%

満足しているが3割以上

問6 - (4) 「価値や魅力の発信」のために、京都市が重点的に取り組むべき事項(3位までの優先順位をポイント換算)

全国に向けた情報発信に対する支援	20.7%
歴史と伝統に培われた京都の伝統産業総体としての情報発信の充実	13.6%
イベントや展示会を通じた情報発信に対する支援	12.1%
東京向けの情報発信に対する支援	9.9%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実	6.7%
観光事業等と連携した情報発信の充実	6.6%
海外向けの情報発信に対する支援	6.4%
京都伝統産業ふれあい館や四条京町家など拠点施設における情報発信の充実	5.4%
学校教育や生涯教育の場における情報発信の充実	4.4%
京都のまちにおける情報発信に対する支援	3.5%
他の京都市の施設や民間施設を活用した情報発信	2.7%
その他	0.7%
無回答・無効	7.2%

全国に向けた情報発信に対する支援が2割以上

【日本独自の伝統文化の継承と文化の創造】

問7：伝統産業の振興・発展のために伝統文化を通じた組合の取組状況

現在取り組んでいる	40.9%
取り組みたいが、どのように取り組んでよいか分からない	21.2%
取組を検討している	15.2%
取り組む予定はない	6.1%
無回答	16.7%

取り組んでいるが4割以上

問8：組合の教育に関する取組の実施状況

実施している	69.7%
実施していないが、今後実施したい	15.2%
実施していないし、今後も実施する予定はない	10.6%
無回答	4.5%

実施しているが7割弱

(注)・百分比の合計は端数処理の関係で100%にならないものもあります。

・複数回答の百分比の合計は100%になりません。

調査票【品目名】

組合名			
住所			
TEL		設立 年度	明治 大正 昭和 平成
FAX			

問1：貴組合の状況をお答えください。最盛期については、いつ頃かも記入してください。

	現況	最盛期	
企業数	社	社	昭和 平成 年
組合外企業数	社	社	昭和 平成 年
従事者数	名	名	昭和 平成 年
若手従事者数	名	名	昭和 平成 年
組合外従事者数	名	名	昭和 平成 年
年生産量	(単位:)	(単位:)	昭和 平成 年
年生産額	(単位:)	(単位:)	昭和 平成 年
主催イベント数			昭和 平成 年
主催イベント 参加者数	名	名	昭和 平成 年

注1：組合外企業数・従事者数は貴組合の組合員ではないが、同業種に従事しておられる方の企業数・従事者数（把握しておられる概数で結構です。）を記載してください。

注2：若手従事者数は、貴組合に青年会がある場合は、青年会の組合員数を記載してください。貴組合に青年会がない場合は、45歳未満の従事者数（概算で結構です。）を記載してください。

【市場の開拓について】

問2：新商品の開発や技術の新分野への利用、市場の拡大などについてお尋ねします。

(1) 貴組合の生産量の状況は、5年前と比較してどうですか。最もよくあてはまるものを、次の中から1つ選び、○印をつけてください。

- 1 大幅に増加している。
- 2 増加している。
- 3 変わらない。
- 4 減少している。
- 5 大幅に減少している。

(2) 貴組合の組合員が現在、生産量の増加のために取り組んでおられることについて、あてはまるものを、次の中からすべて選び、○印をつけてください。

- 1 新商品の開発
- 2 技術の新分野への利用（例：西陣織のインテリア製品への活用など）
- 3 ブランド力の確立
- 4 超高級品（茶道・能等の伝統文化の専門家が使用する製品、超高額所得者をターゲットとした製品など）市場の開拓
- 5 高級普及製品（冠婚葬祭用礼装、割烹用食卓用品、茶道用品など）市場の開拓
- 6 中間普及製品（日用品）市場の開拓
- 7 若年層など購買層の拡大
- 8 首都圏における展示会などを通じた販路の拡大
- 9 情報化社会への対応（e-ビジネスなど）
- 10 その他（)

(3) 生産量を増加するために、貴組合が特に必要であり、今後5年間の間に重点的に取り組んでいきたいと考えておられることを、次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 新商品の開発に取り組んでいきたい。
- 2 技術の新分野への利用に取り組んでいきたい。
- 3 ブランド力を確立していきたい。
- 4 超高級品（茶道・能等の伝統文化の専門家が使用する製品、超高額所得者をターゲットとした製品など）市場の開拓に取り組んでいきたい。
- 5 高級普及製品（冠婚葬祭用礼装、割烹用食卓用品、茶道用品など）市場の開拓に取り組んでいきたい。
- 6 中間普及製品（日用品）市場の開拓に取り組んでいきたい。
- 7 若年層など購買層の拡大に取り組んでいきたい。
- 8 首都圏における展示会などを通じた販路の拡大に取り組んでいきたい。
- 9 情報化社会への対応（e-ビジネスなど）
- 10 その他（ ）

(4) 京都市では、京の伝統産業・元気応援事業（事業を公募し、審査を経て、伝統産業の活性化に資する事業を支援する事業）の実施などを通じて、新商品の開発や技術の新分野への利用など「市場の開拓」を支援していますが、貴組合では京都市の施策をどのように思われていますか。また、その理由をお書きください。

- 1 大変満足している。
- 2 満足している。
- 3 どちらでもない。
- 4 やや不十分である。
- 5 不十分である。
- 6 知らないので、分からない。

その理由

※忌憚のない御意見をお願いします。

(5) 京都市では引き続き、「市場の開拓」に必要な施策に取り組んでいきたいと考えていますが、今後、京都市がどのような施策に重点的に取り組めばよいと思われますか。次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 新商品の開発や技術の新分野への利用など新たな取組に対する経費的な支援
- 2 ブランド力の確立に対する支援
- 3 超高級品市場や高級普及製品市場の開拓の支援
- 4 中間普及製品（日用品）市場の開拓の支援
- 5 若年層など購買層の拡大の支援
- 6 首都圏における展示会などを通じた販路の拡大に対する支援
- 7 首都圏を中心とした全国的な情報発信に対する支援
- 8 専門的な知識や幅広い人脈を用いたコーディネート機能の確立に対する支援
- 9 情報化社会への対応（e-ビジネスなど）に対する支援
- 10 その他（ ）



※具体的に提案したい施策がある場合はご記入ください。

【基盤の強化】

問3：大学や研究機関、他業種等との連携による「基盤の強化」についてお伺いします。

(1) 貴組合の状況について、最もよくあてはまるものを、次の中から1つ選び、○印をつけてください。

(ア) 大学との連携（共同開発など）について

- 1 過去に行ったことがある。
- 2 現在行っている。
- 3 行っていないが、関心がある。
- 4 行っていないし、関心もない。
- 5 分からない。

(イ) 京都市の公設試験研究機関（繊維技術センター、工業技術センター）との連携について

- 1 過去に行ったことがある。
- 2 現在行っている。
- 3 行っていないが、関心がある。
- 4 行っていないし、関心もない。
- 5 分からない。
- 6 京都市の公設試験場の存在を知らない。

京都市の公設試験研究機関(繊維技術センター・工業技術センター)

...品質試験や加工試験・分析、品質向上に関する研究や、故障鑑定・技術相談・技術指導などを行う研究機関。優秀な技術者育成のための研修・講習会も実施している。

(ウ) 企業間交流（異業種）について

- 1 過去に行ったことがある。
- 2 現在行っている。
- 3 行っていないが、関心がある。
- 4 行っていないし、関心もない。
- 5 分からない。

(2) 京都市では、公設試験研究機関（繊維技術センター、工業技術センター）における試験・分析・相談体制の確立などを通じて、「基盤の強化」を支援していますが、貴組合では京都市の施策をどのように思われていますか。また、その理由をお書きください。

- 1 大変満足している。
- 2 満足している。
- 3 どちらでもない。
- 4 やや不十分である。
- 5 不十分である。
- 6 知らないで、分からない。

その理由

※忌憚のない御意見をお願いします。

(3) 京都市では引き続き、「基盤の強化」に必要な施策に取り組んでいきたいと考えていますが、今後、京都市がどのような施策に重点的に取り組めばよいと思われますか。次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 大学・京都市の公設試験研究機関・企業間交流のための窓口の設置
- 2 大学との連携（共同開発）に対する経費的な支援
- 3 京都市の公設試験研究機関（繊維技術センター、工業技術センター）の試験・分析・相談体制の充実
- 4 企業間交流（異業種）に対する支援
- 5 その他（



※具体的に提案したい施策がある場合はご記入ください。

てください。

(ア) 5年前と比較した組合の企業数について

- 1 大幅に増加している。
- 2 増加している。
- 3 変わらない。
- 4 減少している。
- 5 大幅に減少している。

(イ) 5年前と比較した組合の従事者数について

- 1 大幅に増加している。
- 2 増加している。
- 3 変わらない。
- 4 減少している。
- 5 大幅に減少している。

(ウ) 後継者について

- 1 十分確保できているので問題がない。
- 2 需要に見合った後継者が確保できている。
- 3 需要の低迷が原因で、後継者を雇うことができない。
- 4 需要はあるが、希望者がいないので、需要に見合った後継者が確保できていない。
- 5 その他現状について、ご説明をお願いします。

[]

(エ) 貴組合における研修の実施状況について

次の項目それぞれについて、貴組合の状況に最もよくあてはまるものを下の表(ア～エ)から選んで、○をつけてください。

- | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|
| (1) デザインに関する研修 | … | ア | イ | ウ | エ |
| (2) 新商品の開発や技術の新分野への利用など企画力を養う研修 | … | ア | イ | ウ | エ |
| (3) 技術・技法に関する研修 | … | ア | イ | ウ | エ |
| (4) 一般教養に関する研修 | … | ア | イ | ウ | エ |

- | |
|---------------------------|
| ア 実施している。 |
| イ 実施していないが、今後実施していく予定である。 |
| ウ 実施していないし、今後も実施する予定がない |
| エ 実施したいが、実施手法が分からない。 |

(オ) 原材料について

- 1 価格が高騰している。 (具体名を記入：)
- 2 入手が困難又は不可能である。 (具体名を記入：)
- 3 質が低下している。 (具体名を記入：)
- 4 その他 ()

(カ) 用具について

- 1 価格が高騰している。 (具体名を記入：)
- 2 入手が困難又は不可能である。 (具体名を記入：)
- 3 質が低下している。 (具体名を記入：)
- 4 その他 ()

(2) 貴組合では「技術の継承と革新」にあたって、貴組合が特に必要であり、今後5年間の間に重点的に取り組んでいきたいと考えておられることを、次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 企業数の増加
- 2 従事者数の増加
- 3 後継者の確保
- 4 デザインに関する研修の構築・充実
- 5 新商品の開発や技術の新分野への利用など企画力を養う研修の構築・充実
- 6 技術・技法に関する研修の構築・充実
- 7 原材料の確保
- 8 用具の確保
- 9 知的財産の保護
- 10 その他 ()

(3) 京都市では、「技術の継承と革新」の一環として、伝統産業技術後継者育成事業（後継者に対する育成資金の支給）や伝統産業技術功労者顕彰制度（優秀な技術者に対する表彰）などを実施していますが、貴組合では京都市の施策をどのように思われていますか。また、その理由をお書きください。

- 1 大変満足している。
- 2 満足している。
- 3 どちらでもない。
- 4 やや不十分である。
- 5 不十分である。
- 6 知らないので、分からない。

その理由

※忌憚のない御意見をお願いします。

(4) 京都市では引き続き、「技術の継承と革新」に必要な施策に取り組んでいきたいと考えていますが、今後、京都市がどのような施策に重点的に取り組めばよいと思われますか。次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 後継者の確保に対する支援
- 2 デザインに関する研修の構築・充実に対する支援
- 3 新商品の開発や技術の新分野への利用など企画力を養う研修の構築・充実に対する支援
- 4 技術・技法に関する研修の構築・充実に対する支援
- 5 原材料の確保に対する支援
- 6 用具の確保に対する支援
- 7 高度な技術を保持する者に対する表彰制度の充実
- 8 若手・中堅技術者に対する奨励制度の充実
- 9 知的財産の保護に対する支援
- 10 その他 ()



※具体的に提案したい施策がある場合はご記入ください。

【価値や魅力の発信】

問6：伝統産業製品の価値や魅力の発信についてお伺いします。

(1) 貴組合の現在の状況について、あてはまるものを、次の中からすべて選び、○印をつけてください。

- 1 海外向けの情報発信に取り組んでいる。
- 2 東京向けの情報発信に取り組んでいる。
- 3 全国に向けた情報発信に取り組んでいる。
- 4 京都のまちにおける情報発信に取り組んでいる。
- 5 「京都伝統産業ふれあい館」や「四条京町家」など拠点施設を通じた情報発信に取り組んでいる。
- 6 イベントや展示会を通じた情報発信に取り組んでいる。
- 7 雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信に取り組んでいる。
- 8 その他 ()

京都伝統産業ふれあい館...岡崎のみやこめっせ(京都市勧業館)の地下1階にある伝統産業製品の展示や製作体験教室, 伝統産業に関する図書の閲覧ができる施設
 四条京町家(京都市伝統産業振興館)...四条西洞院にある京町家を改築し, 伝統産業従事者の方が伝統産業製品の展示やイベントに利用できる施設

(2) 「価値や魅力の発信」にあたって、貴組合が特に必要であり、今後5年間の間に重点的に取り組んでいきたいと考えておられることを、次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 海外向けの情報発信の充実
- 2 東京向けの情報発信の充実
- 3 全国に向けた情報発信の充実
- 4 京都のまちにおける情報発信の充実
- 5 「京都伝統産業ふれあい館」や「四条京町家」など拠点施設を通じた情報発信の充実
- 6 イベントや展示会を通じた情報発信の充実
- 7 雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実
- 8 その他 ()

(3) 京都市では、様々な「価値や魅力の発信」のための施策を行っていますが、貴組合では京都市の施策をどのように思われていますか。また、その理由をお書きください。

- 1 大変満足している。
- 2 満足している。
- 3 どちらでもない。
- 4 やや不十分である。
- 5 不十分である。
- 6 知らないで、分からない。

その理由

※忌憚のない御意見をお願いします。

(4) 京都市では引き続き、「価値や魅力の発信」に必要な施策に取り組んでいきたいと考えていますが、今後、京都市がどのような施策に重点的に取り組めばよいと思われますか。次の中から3つまで選び、優先順位をつけてください。

優先順位	1位	2位	3位
番号			

- 1 海外向けの情報発信に対する支援
- 2 東京向けの情報発信に対する支援
- 3 全国に向けた情報発信に対する支援
- 4 京都のまちにおける情報発信に対する支援
- 5 京都伝統産業ふれあい館や四条京町家など拠点施設における情報発信の充実
- 6 他の京都市の施設(京都市美術館等)や民間施設(ホテル, 銀行等)を活用した情報発信
- 7 イベントや展示会を通じた情報発信に対する支援
- 8 雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実
- 9 学校教育や生涯教育の場における情報発信の充実
- 10 歴史と伝統に培われた京都の伝統産業総体としての情報発信の充実
- 11 観光事業等と連携した情報発信の充実
- 12 その他 ()



※具体的に提案したい施策がある場合はご記入ください。

【日本独自の伝統文化の継承と文化の創造】

問7：京都市が実施した市民アンケートにおいて、「京都の伝統産業はどのように役立っていると思われますか。」という質問に対し、「日本の伝統的な文化の継承に役立っている。」と答えた方が65.5%、「京都の伝統的な文化の継承に役立っている。」と答えた方が64.4%ありました。貴組合で、こうした伝統文化を通じて、京都の伝統産業の振興・発展のために、何か取り組んでおられることがありますか。

(例)「伝統文化、伝統芸能のイベント」

「伝統文化等の担い手（伝統産業の使い手）によるアピール」
など

- 1 現在取り組んでいる。
(具体的な取組を記入：)
- 2 取組を検討している。
- 3 取り組みたいが、どのように取り組んでよいか分からない。
- 4 取り組む予定はない。

問8：学校・家庭・地域が連携して、子ども達の教育に取り組むことが求められていますが、貴組合で、小中学校等における体験教室や実演教室、小中学生等を対象とした工房見学の実施など教育に関する取組を実施されていますか。最もよくあてはまるものを、次の中から1つ選び、○印をつけてください。

- 1 実施している。
(→内容を記入：)
- 2 実施していないが、今後実施したい。
- 3 実施していないし、今後も実施する予定はない。

【自由意見欄】

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5 個別調査結果の概要

(1) 京都市伝統産業技術後継者育成制度対象者等に対する調査

ア 実施日：平成17年7月1日（金）～21日（木）

イ 対象者：対象者等15業種・23名の職人

ウ 主な意見(複数回答)：

・後継者関連	27名	・流通関連	5名
・原材料・道具関連	19名	・情報提供関連	3名
・履歴表示関連	15名	・その他	15名

(2) 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度対象者に対する調査

ア 実施日：平成17年7月19日（火）～8月2日（火）

イ 対象者：対象者20業種・22名の職人

ウ 主な意見(複数回答)：

・需要減少	15名	・流通関連	12名
・後継者関連	32名	・情報提供関連	3名
・原材料・道具関連	16名	・その他	11名
・履歴表示関連	14名		

(3) 伝統産業関係者等個別調査

ア 実施日：平成18年2月13日（月）～3月2日（木）

イ 対象者：伝統産業関係者等17名

ウ 主な意見(複数回答)：

・需要減少	3名	・流通関連	7名
・後継者関連	3名	・情報提供関連	7名
・原材料・道具関連	5名	・その他	15名
・履歴表示関連	7名		

(4) 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度対象者に対する調査

ア 実施日：平成18年7月18日（火）～26日（水）

イ 対象者：対象者17業種・17名の職人

ウ 主な意見(複数回答)：

・後継者関連	15名	・情報提供関連	14名
・原材料・道具関連	14名	・市場の開拓	14名
・流通関連	12名	・その他	12名

6 市民意見の概要

(1) 京都市伝統産業活性化検討委員会提言

ア 期 間：平成17年2月14日（月）～3月11日（金）

イ 意見数：162件

ウ 主な意見：

- ・京都市の伝統産業の定義 7件
- ・京都市が伝統産業を活性化する意義 7件
- ・活性化の方向性
 - ①市場への働きかけ 14件
 - ②技術の革新・継承 24件
 - ③流通の革新・再編 16件
 - ④コミュニケーションの創造 16件
 - ⑤クラスターの再構築 6件
 - ⑥「和」「ニッポン」の継承・創造 10件
- ・伝統産業関係者の役割，消費者や大学への期待 21件
- ・行政の役割，11の戦略提案 18件
- ・その他 23件

(2) 京都市伝統産業活性化推進条例骨子案

ア 期 間：平成17年6月21日（火）～7月11日（月）

イ 意見数：231件（145人）

ウ 主な意見：

- ・総論 28件
- ・総則等（名称，前文，定義，基本理念） 17件
- ・基本的方策
 - ①基本計画の策定 5件
 - ②伝統産業の創造的展開 32件
 - ③伝統産業に対する理解 42件
 - ④教育の場における取組の充実 23件
 - ⑤伝統技術の保存・継承 19件
 - ⑥伝統産業振興拠点の活用及び機能の充実 6件
 - ⑦伝統産業の日 12件
 - ⑧表彰 4件
 - ⑨その他 11件
- ・責務・役割 9件
- ・推進体制 5件
- ・その他 18件

(3) 京都市伝統産業活性化推進計画中間報告

ア 期 間：平成18年6月20日（火）～7月19日（水）

イ 意見数：316件（193人）

ウ 主な意見：

・総論	31件
・基本的な考え方	11件
・基本理念（市場の開拓，円滑な流通の促進）	9件
・責務・役割	5件
・具体的な取組	
①創造的活動に対する支援	58件
②教育の場における取組の充実	24件
③関心と理解を深める取組	65件
④技術の継承や後継者の育成	42件
⑤活性化の拠点施設等の機能の充実	30件
⑥表彰や奨励	8件
⑦伝統産業の日	5件
⑧国への要望・提案	2件
⑨具体的な取組その他	7件
・その他	19件

7 京都市伝統産業活性化推進審議会名簿

(◎：会長，○：副会長)

池坊 美佳	華道家元池坊青年部代表，京都館館長
岩淵 恵子	京都市小学校長会副会長，京都市立高倉小学校校長
江里 佐代子	截金作家
柿野 欽吾	京都産業大学経済学部教授
高井 節子	京都市立芸術大学美術学部専任講師
高木 壽一	財団法人京都高度技術研究所理事長，京都市国際交流会館館長
谷 裕江	市民委員
西口 光博	龍谷大学経営学部教授(～H18.3.17)
西島 安則	京都市産業技術研究所長
原 左穂子	株式会社高島屋京都店販売第5部教育担当課長
南 恵美子	株式会社ホテルプリンセス京都取締役支配人
南出 隆久	京都府立大学人間環境学部教授，京ブランド食品認定・品質保証委員会副委員長
三宅 道子	市民委員
吉澤 健吉	京都新聞社局次長兼報道企画室長
若林 卯兵衛	京都伝統工芸協議会会長
若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部教授
渡邊 隆夫	財団法人京都和装産業振興財団理事長，京都商工会議所副会頭
星川 茂一	京都市副市長
中野 美明	京都市産業観光局長(～H18.3.31)
森井 保光	京都市産業観光局長(H18.4.1～)

8 京都市伝統産業活性化推進審議会会計画検討部会名簿

(◎：部会長，○：副部会長)

柿野 欽吾	京都産業大学経済学部教授
越村 一也	京都染織青年団体協議会会長(～H18.3.31)
高木 壽一	財団法人京都高度技術研究所理事長，京都市国際交流会館館長
谷 裕江	市民委員
寺村 貞亮	京都染織青年団体協議会会長(H18.4.1～)
長野 兼人	京都伝統産業青年会会長(H18.5.13～)
西口 光博	龍谷大学経営学部教授(～H18.3.17)
西田 常夫	京都商工会議所常務理事
仁科 雅晴	京都伝統産業青年会会長(～H18.5.12)
南出 隆久	京都府立大学人間環境学部教授，京ブランド食品認定・品質保証委員会副委員長
三宅 道子	市民委員
吉澤 健吉	京都新聞社報道編集局次長兼報道企画室長
若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部教授
山添 洋司	京都市産業観光局商工部長
佐藤 敬二	京都市産業技術研究所工業技術センター研究部長(～H18.3.31)
今井 寛治	京都市産業技術研究所工業技術センター研究部長(H18.4.1～)
土屋 朝義	京都市産業技術研究所繊維技術センター研究部長

9 京都市伝統産業活性化推進審議会活性化検討部会名簿

(◎：部会長)

柿野 欽吾	京都産業大学経済学部教授
高木 壽一	財団法人京都高度技術研究所理事長，京都市国際交流会館館長
西口 光博	龍谷大学経営学部教授(～H18.3.17)
若林 卯兵衛	京都伝統工芸協議会会長
若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部教授
渡邊 隆夫	財団法人京都和装産業振興財団理事長，京都商工会議所副会頭
山添 洋司	京都市産業観光局商工部長

10 策定までの取組経過

開催日	会議名	内容
平成 17 年 12 月 16 日	第 1 回審議会	伝統産業の活性化, 京都市の伝統産業協議
平成 18 年 1 月 11 日	第 1 回計画検討部会	計画概要協議
平成 18 年 2 月 10 日	第 2 回計画検討部会	計画概要・「市場の開拓」協議
平成 18 年 2 月 10 日 ~2 月 24 日	業界アンケート調査	業界の現況, 今後の方向性等の調査
平成 18 年 3 月 9 日	第 3 回計画検討部会	計画骨子案の協議
平成 18 年 3 月 16 日	第 1 回活性化検討部会	計画骨子案の協議
平成 18 年 3 月 29 日	第 2 回審議会	計画骨子案の協議
平成 18 年 4 月 4 日	第 4 回計画検討部会	計画中間報告案の協議
平成 18 年 6 月 7 日	第 3 回審議会	計画中間報告案の協議
平成 18 年 6 月 20 日 ~7 月 19 日	市民意見募集	計画中間報告に対する市民意見の募集
平成 18 年 10 月 2 日	第 5 回計画検討部会	計画答申案の協議
平成 18 年 10 月 16 日	第 4 回審議会	計画答申案の協議