

第3期京都市伝統産業活性化推進計画(素案)

京 都 市

目次

第1章 計画の位置づけ	4
1 策定の趣旨	
2 位置づけ	
3 計画期間	
第2章 伝統産業を取り巻く状況	6
1 京都市の伝統産業の特質	
2 第2期計画の成果	
3 京都市の伝統産業の現状と課題	
第3章 目指すべき伝統産業の姿	23
1 目標の設定	
第4章 活性化に向けた取組	25
1 3つの視点	
2 具体的な施策	
参考資料	34
1 京都市伝統産業活性化推進条例	
2 京都市の伝統産業	
3 計画策定に係る各種調査等について	
4 京都市伝統産業活性化推進審議会委員名簿	
5 策定経過	

第1章 計画の位置づけ

1. 策定の趣旨

京都では、宮廷を中心に広がりを見せた「みやびの文化」や、茶道、華道、香道、能、狂言など我が国固有の伝統文化が、市民生活の中で脈々と息づく中、高度な技術や優れた意匠を有する様々な伝統産業が培われてきた。1200年を超える悠久の歴史の中で育まれてきたこの伝統産業は、多大な努力と工夫を通して、今日まで語り継がれ、京都の産業と文化を支えてきた重要な役割を担っている。

しかしながら、生活様式や価値観の変化による需要の低迷、海外製品の流入、技術者の高齢化など、京都の伝統産業は厳しい状況におかれている。一方、平成32年の東京オリンピック・パラリンピックの開催や、文化庁の京都移転など、日本文化、ひいては京都の伝統産業への世界からの注目が集まる、かつてない好機が訪れるものと考えられる。

本計画は、日本が世界に誇る伝統文化を支え、ものづくりと雇用を支えてきた京都の伝統産業の活性化に向けて、戦略的な施策を継続的に展開していくことにより、京都経済の発展と、豊かで活気に満ちた地域社会の形成、更には、日本の伝統文化の振興に寄与するとともに、心の豊かさと新価値の創造を目的とするものである。

2. 位置づけ

本計画は、「京都市伝統産業活性化推進条例」に基づき、第3期の伝統産業活性化推進計画として策定するものであり、平成22年12月に策定された「京都市基本計画」の分野別計画の1つである。

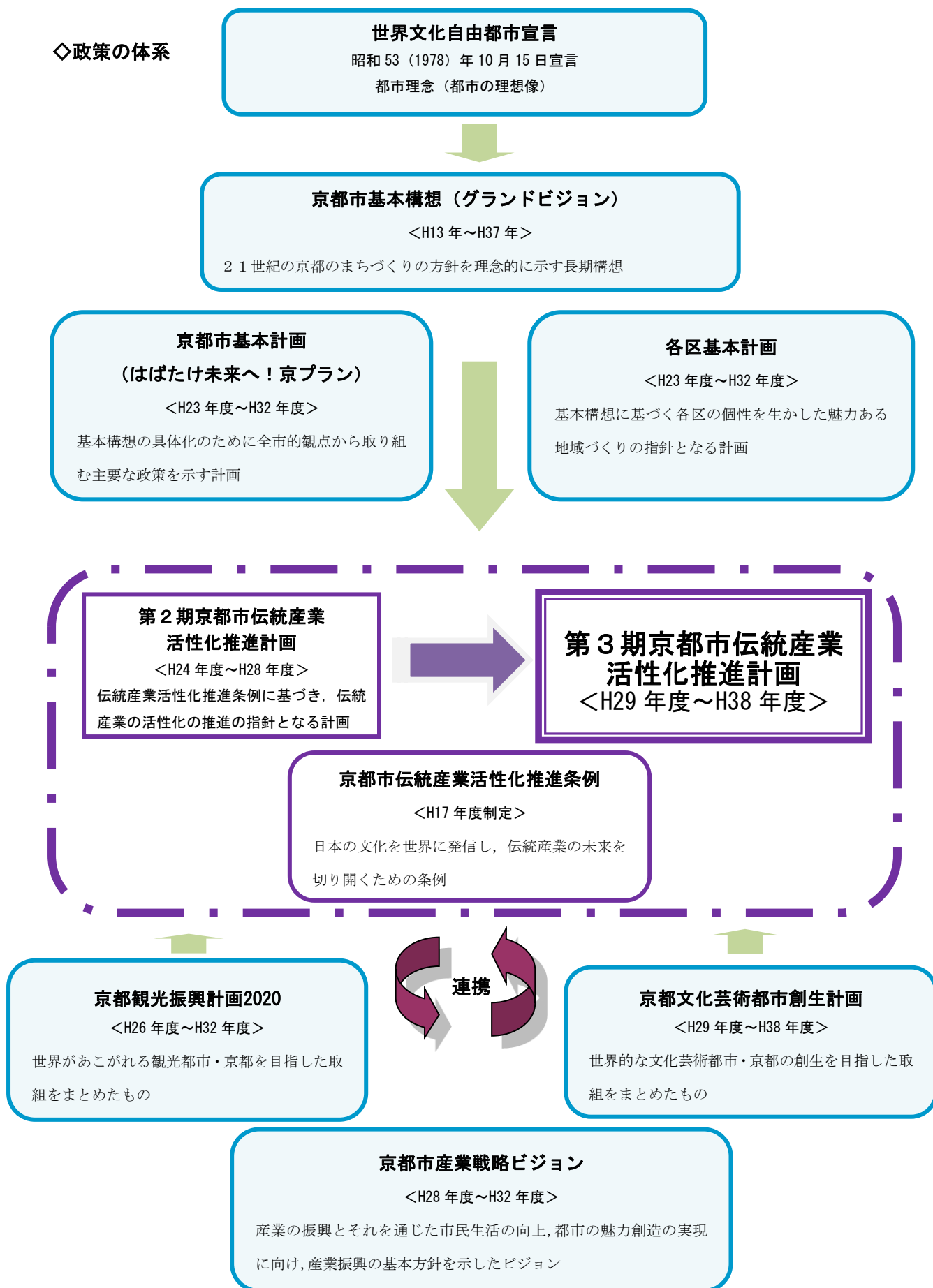
また、今後の京都市の産業振興の基本指針を示した「京都市産業戦略ビジョン」、世界があこがれる観光都市・京都を目指した取組をまとめた「京都観光振興計画2020」、世界的な文化芸術都市・京都の創生を目指した「京都文化芸術都市創生計画」と連携しながら、各施策を推進していく。

3. 計画期間

本計画の期間は、平成29年度から平成38年度までの10箇年とする。

なお計画の進捗状況については、京都市伝統産業活性化推進審議会等において毎年度点検を行い、施策の見直しや新たな施策の立案等について検討していく。

◇政策の体系



第2章 伝統産業を取り巻く状況

1. 京都市の伝統産業の特質

京都の伝統産業は、日本全体を見渡しても他に類を見ない、以下のような独特で固有の魅力や特徴を有している。

(1) 1200年を超える歴史や文化の中での継承・革新

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あり、「みやびの文化」とともに発達してきた。戦乱、天災、火災などに度々見舞われながらも様々な技術・技法、意匠等が新旧のせめぎ合いの中で磨かれながら集積し、江戸時代には我が国最大の手工業都市として繁栄した。その後も、京都の伝統産業の技術や感性は明治維新や第2次世界大戦など激動の時代を乗り越えて受け継がれ、その中から様々な先端産業を生み出してきた。

(2) 歴史に磨かれた技術や感性、美意識が支える「京もの」のブランド力

京都で企画され、生産される伝統産業製品は、「京もの」と称され、高い評価を受けてきた。「京もの」は、各地から集めた良質な原材料を使い、分業組織によって築き上げられた高度な技術や技法、長い歴史の中で磨き上げられた優れた感性と美意識を駆使して製造・加工され、京都の町衆のみならず、全国の目利きから支持されてきた。

(3) 市民の暮らしの中に脈々と息づいてきた生活文化の創造

京都は、衣食住をはじめとした市民の暮らしのあらゆる領域に伝統産業が溶け込んでいる数少ない都市の一つである。きものや様々な工芸品など伝統産業製品が、四季折々の生活を彩り、時代に応じた生活文化を創造してきた。京都の伝統産業は、今なお、京都の人々の暮らしの中で、受け継がれ、磨かれ、育まれている。

(4) 伝統文化や芸術、宗教、芸能など日本の精神文化を支えるものづくり

京都の伝統産業は、茶道・華道など伝統文化、芸術、宗教、能・狂言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育まれてきた。現代においても京都には、寺社の本山・本社、芸道や芸能の家元などが多数存在し、これらの文化を担う使い手と作り手が相互に刺激し合い、技術と感性を高めている。

(5) 様々な伝統産業製品を生み出す総合産地

京都には74品目もの伝統産業製品が存在し、我が国はもとより世界を代表する伝統産業の総合産地である。これらの多種多様な京都の伝統産業分野において、意匠の共有が行われ、茶道、華道、能など伝統文化の中で様々な「京もの」が用いられたことにより、職人や技術者が互いに刺激し合い切磋琢磨することで高品質な製品の生産がなされてきた。

(6) 分業体制と家内工業が支えるものづくり

京都の伝統産業は、多品種少量の高級品生産に対応するため、工程分業が著しく発達している業種が多い。また、そのような業種の多くは一貫制・工場制の生産システムではなく、家内工業を中心として、細かく分業化された職人のネットワークがものづくりを支えている。

2. 第2期計画の成果

(1) 第2期計画の成果と課題

本市では、生活様式の変化や景気の低迷など困難な状況を乗り越え、京都の伝統産業を活性化させるため、平成24年3月に「第2期京都市伝統産業活性化推進計画」を前期に引き続いて策定した。

同計画は、平成24年度から平成28年度までを計画期間とし、経済を支え雇用を生み出す‘ものづくり産業としての側面’と市民・国民、あるいは地域社会の共同体のアイデンティティを支える‘文化としての側面’の2つの側面からの伝統産業活性化を目指して、条例に定める「4つの基本理念」に基づく目標を達成するために、3つの戦略を定め「6つの基本的施策」に基づく施策を展開してきた。

その結果、国内外の新たな販路の開拓により大きく飛躍した事業者や、設備改修補助制度の利用を契機に、積極的な事業展開に挑戦する事業者が現れるなど、明るい兆しもあるが、伝統産業全体としては、出荷額が減少傾向にあり、それを起因として、後継者や原材料の確保、生産設備の改修が困難になるなどの課題が生じている。

図表 1 条例に定める4つの基本理念

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. 市場開拓2. 基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新3. 価値や魅力の発信4. 日本独自の伝統文化の継承と文化の創造 |
|--|

図表 2 条例に定める6つの基本的施策

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">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 |
|---|

図表 3 第 2 期計画の 3 つの戦略

【戦略Ⅰ】市場創造につながる取組の推進

産業の観点からみると、創り出された製品が売れ、その需要の拡大を通じて、従事者や企業が活性化し、関連する道具や原材料の業界にも受注が生じるというサイクルを起動させることが最も重要である。また、産業は個々の事業者の創意工夫や挑戦なしに活性化するものではないことから、意欲的な業界や事業者と連携して需要の拡大を目指す施策を積極的に進めていく。

【戦略Ⅱ】伝統文化とそれを支える伝統産業の価値の向上に寄与する取組の推進

日本で暮らすうえでの基礎的な教養として伝統文化への理解が広がることなくして、伝統産業製品の利用拡大はない。そのため、文化芸術や教育など、産業以外の幅広い分野と連携し、日本固有の生活文化の再認識と、伝統産業がそれらを支える不可欠な要素であることへの理解を深め、広げる取組を進めていく。

【戦略Ⅲ】各業種や異業種との連携を図る取組の推進

京都に集積する多くの伝統産業が各業種間の連携を強化し、「スローライフ」などをテーマとした統一的なコーディネートを行い、伝統産業製品の新たな活用方法を提案する施策を促進するとともに、伝統産業と先端産業・観光産業が創造的に融合するための施策を展開することにより、効果的な市場開拓や価値と魅力の発信につなげていく。

(2) 数値実績

平成27年度末時点での数値目標の達成状況については、以下のとおりである。

①出荷額

1,716億円 (【目標】出荷額減少率の縮小)

年度	24	25	26	27
出荷額(億)	1,834	1,723	1,778	1,716
前年比減少率(%)	6.6	6.1	△3.2	3.5

②従事者数

19,357人 (【目標】従事者数減少率の縮小)

年度	24	25	26	27
従事者数(人)	21,297	20,737	20,523	19,357
前年比減少率(%)	2.8	2.6	1.0	5.7

③「伝統産業の日」事業来場者数

426,236人 (【目標】300,000人)

④京都伝統産業ふれあい館の来館者数

163,628人 (【目標】250,000人)

⑤伝統産業に接する市民の増加

26.1% (【目標】実績25.4% (平成22年度) 以上)

(3) 具体的な取組実績

第2期計画期間中における具体的な取組のうち、主な事業の実績については、以下のとおりである。

①京もの海外進出支援事業

事業概要	海外展開に挑戦する事業者を募り、新商品開発やヨーロッパ最大級の見本市や展示会への出展・営業支援及びアフターフォロー等、海外での販路の開拓を支援。
実績	平成27年度までの4年間で参画事業者において、商談成約件数80件、成約額約1億7千万円（国内売上含）。 売上が大きく増加するほか、海外有名ブランドとの協業が実現するなど参画事業者の多くが大きく飛躍した。

②「京の『匠』ふれあい事業」

事業概要	市内小中学校に伝統産業職人を派遣し、日本の文化を支える伝統産業製品の製作体験・実演を実施する。
実績	平成27年度までの4年間で約1万人の小中学校の児童・生徒が受講した。 受講した生徒が、匠の技術や様々な工程について話を聞いたことで、他の伝統産業製品についても興味を持つなど、伝統産業への理解を深めた。

③京ものユースコンペティション

事業概要	若手職人を対象に「現代における伝統産業」をテーマとした作品コンペティションを開催。受賞者には雑誌への掲載や展示会への出展支援など、活躍への足掛かりを提供する。
実績	平成28年度までの4年間で14人が受賞。 将来有望な若手職人を発掘するとともに、展示会への出展やメディアへの露出拡大を通じて、大きく飛躍した若手職人を輩出した。

④日本酒条例サミット in 京都の開催

事業概要	全国初の「京都市清酒の普及の促進に関する条例」（日本酒乾杯条例）の制定を契機に、全国に広がった同趣旨の条例を制定した自治体・議会、酒造関係者が一堂に会し、京都から清酒をはじめとした伝統産業の魅力をPRする。
実績	平成28年度までに3回開催し合計約1.8万人が来場。 京焼・清水焼のお猪口など伝統産業製品のキャンペーンを展開する若手職人グループの活躍など関連する伝統産業の振興や日本文化への理解の促進に寄与した。

⑤伝統産業従事者設備改修等事業補助制度

事業概要	伝統産業技術の継承及び工程の存続を支援するため、伝統産業関連従事者が、老朽化あるいは法令等の改正に伴い更新が必要となった設備を改修するために必要な経費に対し補助を行う。
実績	平成26年度及び平成27年度の2年間で99件の設備改修に対し支援を実施した。 設備を改修できたことにより、廃業を免れ、事業が継続できたケースはもとより、商品の開発など新しい挑戦につながるなどの効果があった。

⑥京都伝統産業ふれあい館の活性化

事業概要	本市の伝統産業製品を体系的に展示するこれまでの普及・啓発機能に加え、観光や販売促進の視点を取り入れながら、京都伝統産業ふれあい館を核として新たな伝統産業振興に取り組むことにより、業界全体の活性化を図る。
実績	平成27年度までの4年間で約72万人が来館。 市民や観光客と工房を橋渡しする工房訪問事業の創設により、職人の匠の技・心に触れ、伝統産業製品を見て、触れて、買える機会を創出した。

3. 京都市の伝統産業の現状と課題

第2期計画を策定した平成23年度に比べ、現在まで出荷額、従事者数は減少しており、京都市の伝統産業は依然として厳しい状況に置かれている。

京都市の伝統産業が抱える主な3つの課題や伝統産業を取り巻く状況について、各種調査の結果とともに現状を見ていく。

図表 4 京都市の伝統産業が抱える主な3つの課題

課題1：需要の低迷
1-1 後継者の確保難
1-2 道具、原材料等の確保難
課題2：複雑な生産・流通体制
課題3：消費者ニーズの把握・消費者への情報提供不足

(1) 京都市の伝統産業が抱える課題

① 課題1：需要の低迷

工業統計調査によると、平成22年度までは京都の主な伝統産業の出荷額が総じて減少しており、現在も依然として厳しい状況が続いているが、平成23年度以降は、一部の業種において、前年対比で増加している年度がみられる。業界アンケート調査(※)においても、「5年前と比較して生産量が大幅に減少している・減少している」という回答は約52%を占めているが、前回調査の同回答に比べ10%以上減少している。

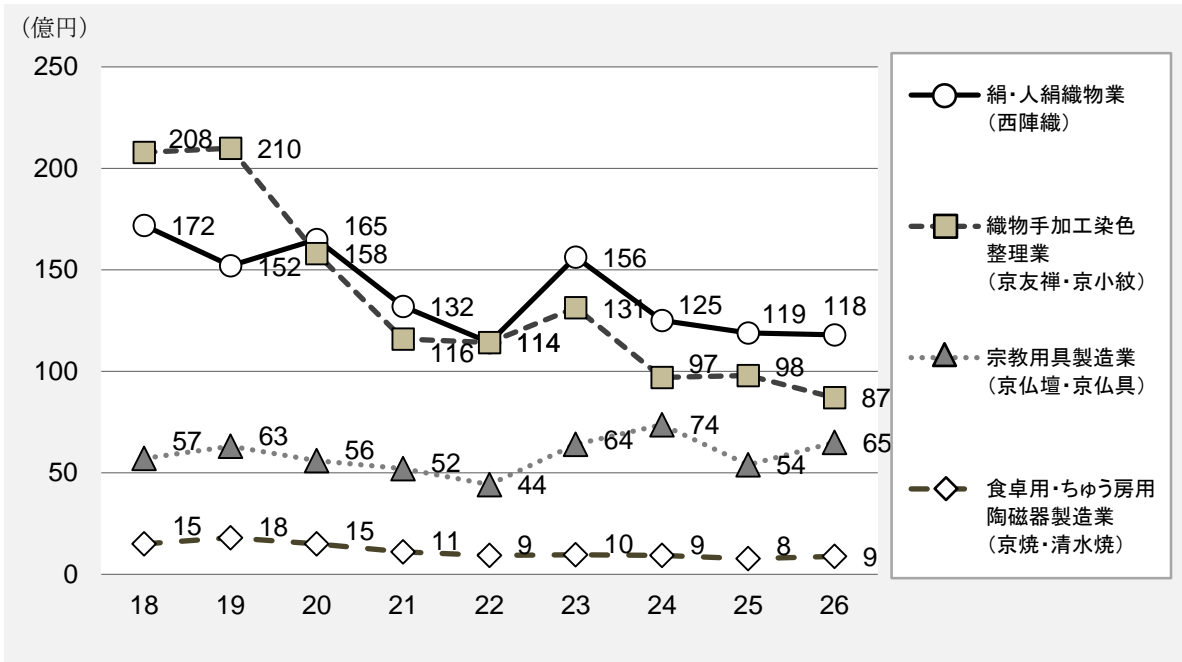
これらの調査結果から、生活様式の変化等を原因として、需要の大幅な低迷により、出荷額・生産量の減少は続いてきたが、一部の業種や事業者において、新商品の開発や新たな販路の開拓の取組の成果が垣間見える。

また、業界アンケート調査において、生産額・出荷額増加のために取り組んでいることとして「新商品の開発」「ブランド力の確立」が多く、今後取り組んでいきたいこととしても同様の内容が多くなっており、多くの業界団体が、この課題への対策としての有効性、必要性を感じている。

依然として、出荷額・生産量の減少に苦しむ業界が多く、今後も引き続き、さらなる需要の低迷に対するアプローチが必要な状況であり、この課題を起因として、後継者の確保や、道具・原材料の確保が困難な状況になるなど、様々な問題が発生している。需要が喚起され出荷額が増加することにより伝統産業が抱える問題の多くは解消するため、この課題を解決することは重要である。

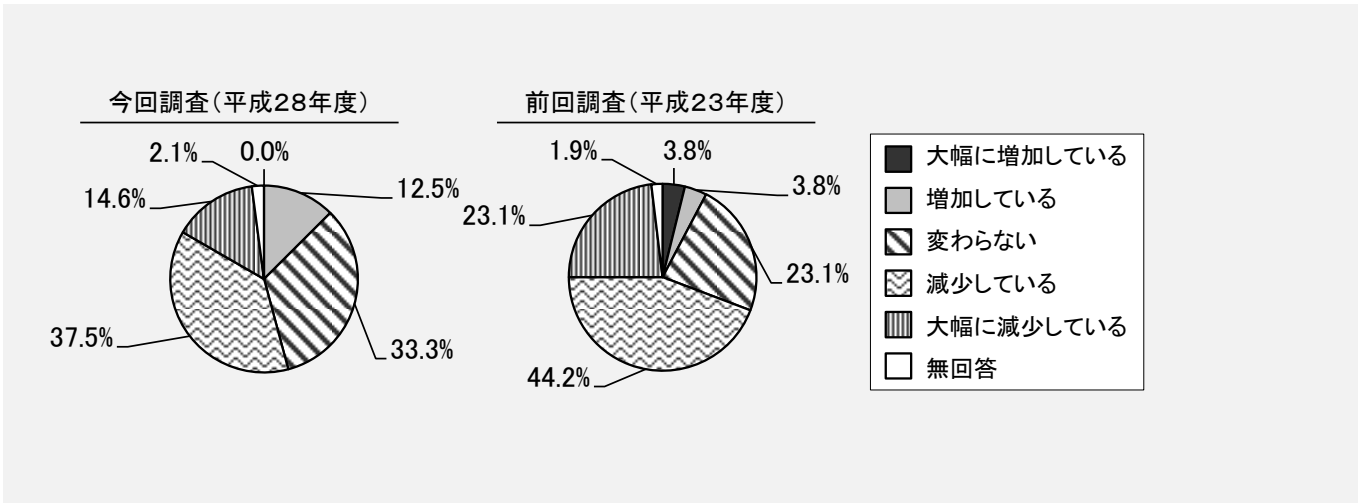
※業界アンケート調査…伝統産業業界団体又は製造事業者を対象に「市場開拓」「後継者育成」など、伝統作業全般に係るアンケートの回答を集計。

図表 5 京都の主な伝統産業の出荷額



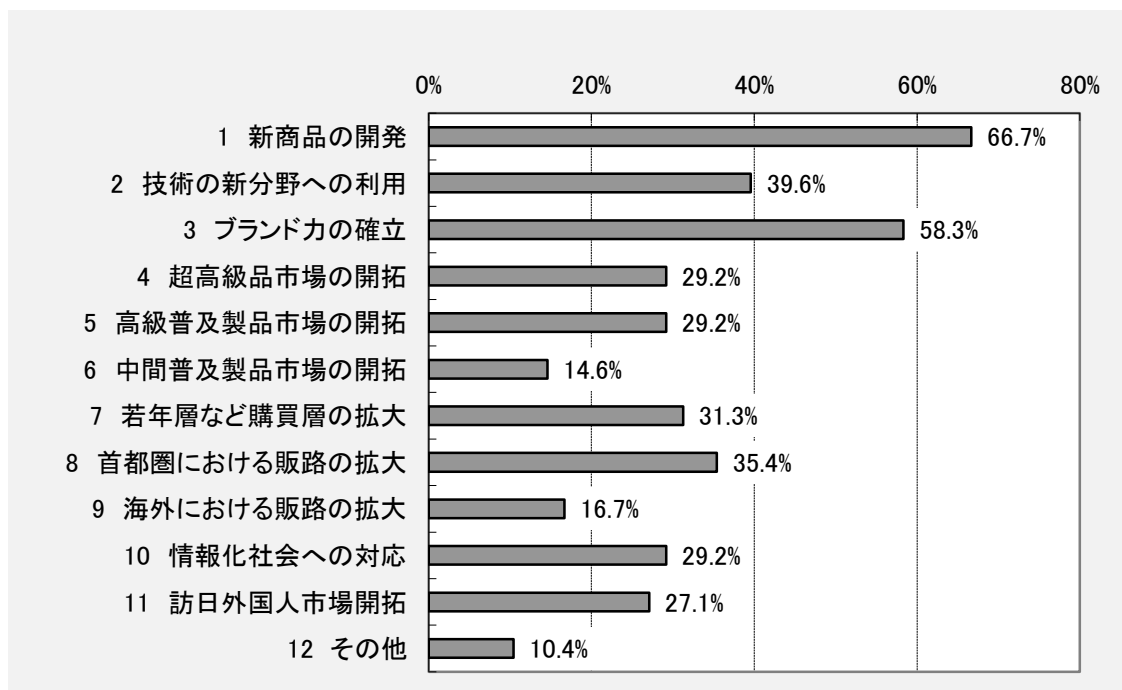
資料) 経済産業省 工業統計調査

図表 6 5年前と比較した生産量の状況



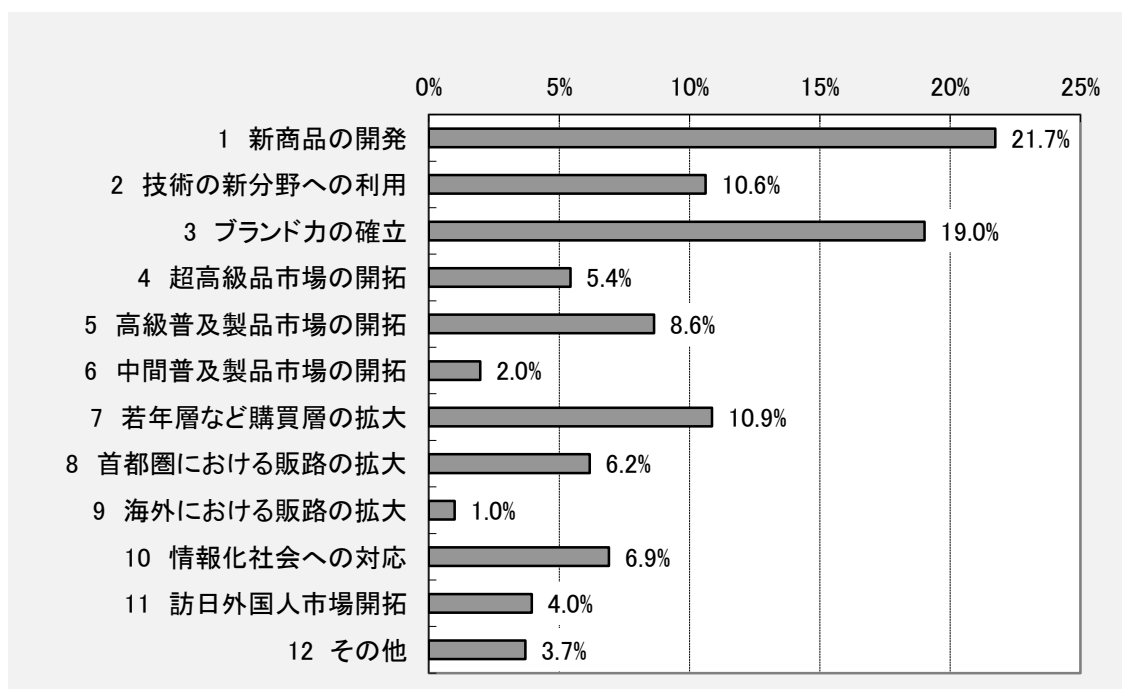
資料) 業界アンケート調査

図表 7 生産量・出荷額増加のために現在取り組んでいること（複数回答）



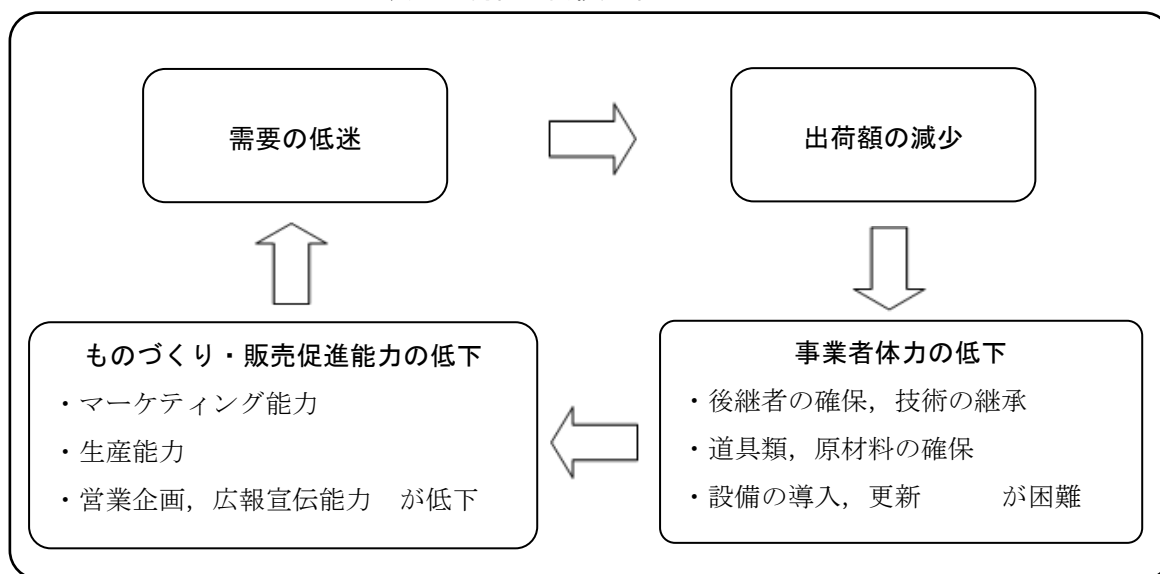
資料) 業界アンケート調査

図表 8 生産量・出荷額増加のために今後重点的に取り組んでいきたいこと（複数回答）



資料) 業界アンケート調査

図表 9 現在の伝統産業のサイクル



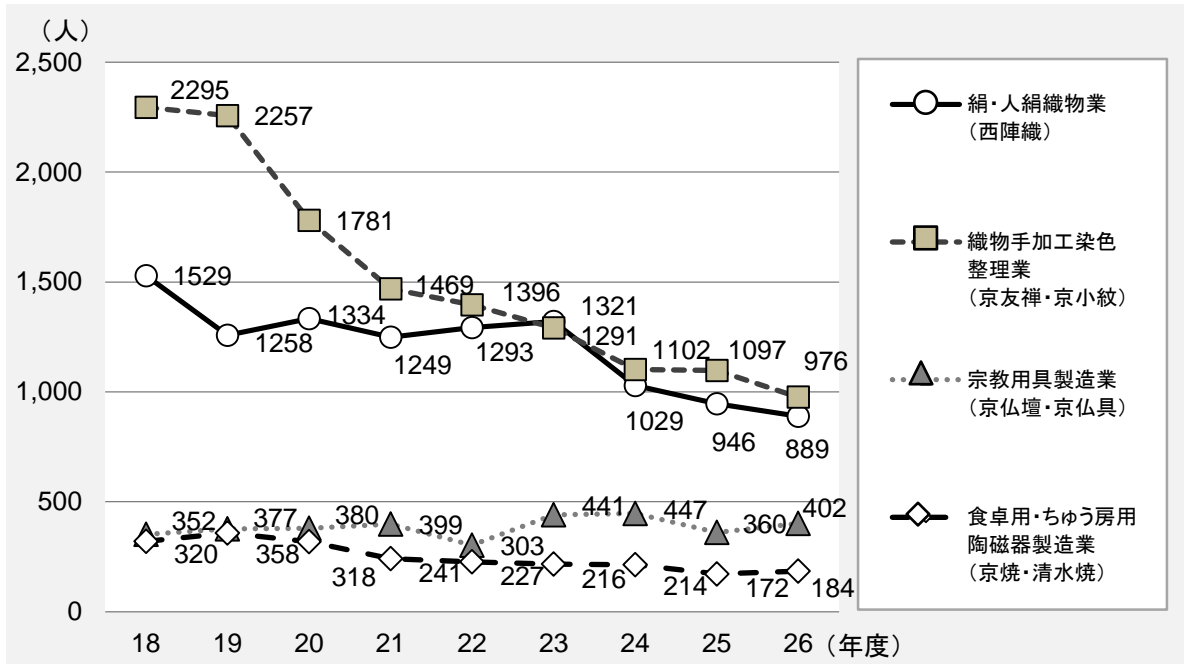
課題 1-1 : 後継者の確保難

出荷額の減少により、事業者の体力が低下し、後継者の確保が難しい状況にある。工業統計によると、京都の主な伝統産業の従事者数は、減少傾向が続いている。業界アンケートにおいても、後継者の確保状況について、「需要の低迷が原因で後継者を雇うことができない」は前回調査より10%以上減少しているものの依然として最も多く、「十分に確保できているので問題がない」の回答は4%と前回調査の13%から大幅に縮小している。一方、「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ない」は増加しており、業界によって後継者の確保の状況は異なりつつある。

また、業界アンケートにおいて、将来的に消滅の可能性のある工程や技術について、15の組合・事業者があると回答している。特に、細分化した分業体制により生産されている和装産業において、西陣織では、撚糸、整経、綜統、緋などの工程が、京友禅など染色業では、染型、糊置、蒸水洗、黒染、紋糊置などの工程が存続の危機にあることが明らかになっている。(平成27年度和装産業実態調査)

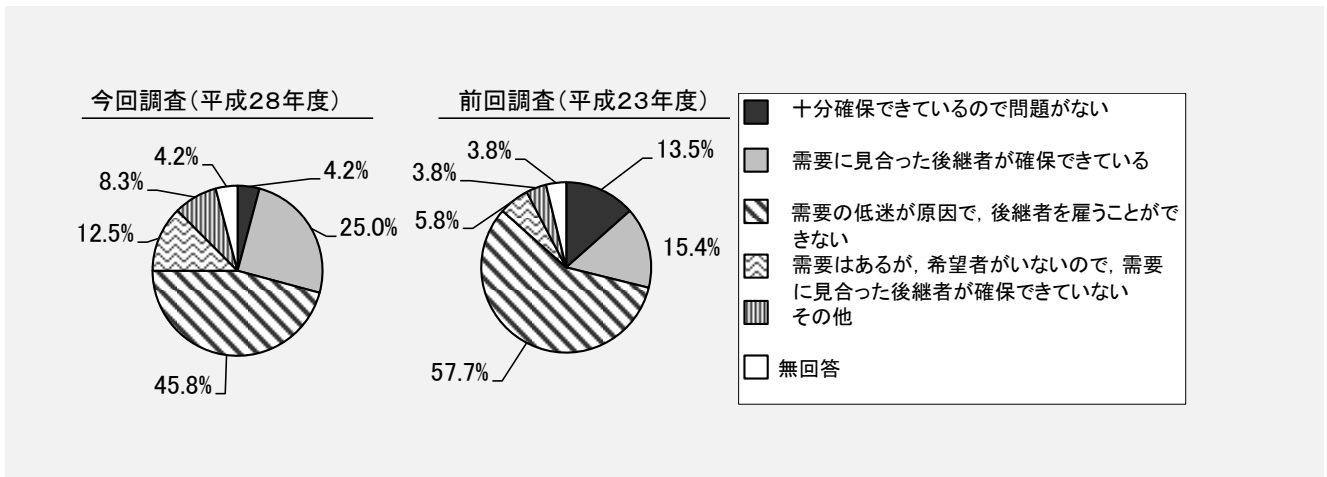
今後は、技術が継承されていく仕組の構築や、技術や素材を活用した新たな商品の開発や市場の開拓など、産業として継続していくための取組が必要である。

図表 10 京都の主な伝統産業の従事者数



資料) 経済産業省 工業統計

図表 11 後継者について



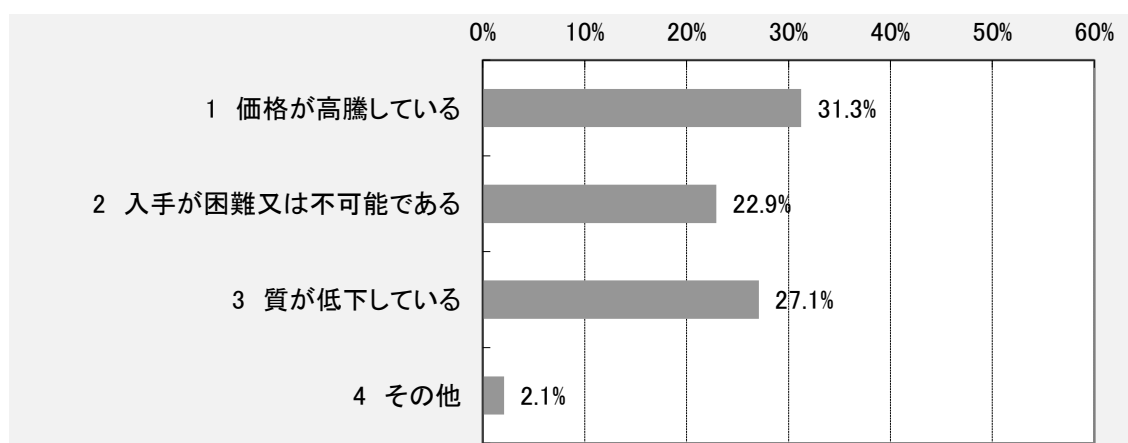
資料) 業界アンケート調査

課題 1-2：道具、原材料の確保難

需要の低迷による出荷額の減少に伴い、使用する道具や原材料の発注も減少し、道具や材料の製造事業者の廃業が進んでいる。業界アンケート調査においても、それに伴い価格高騰や質の低下が進んでいることがわかる。

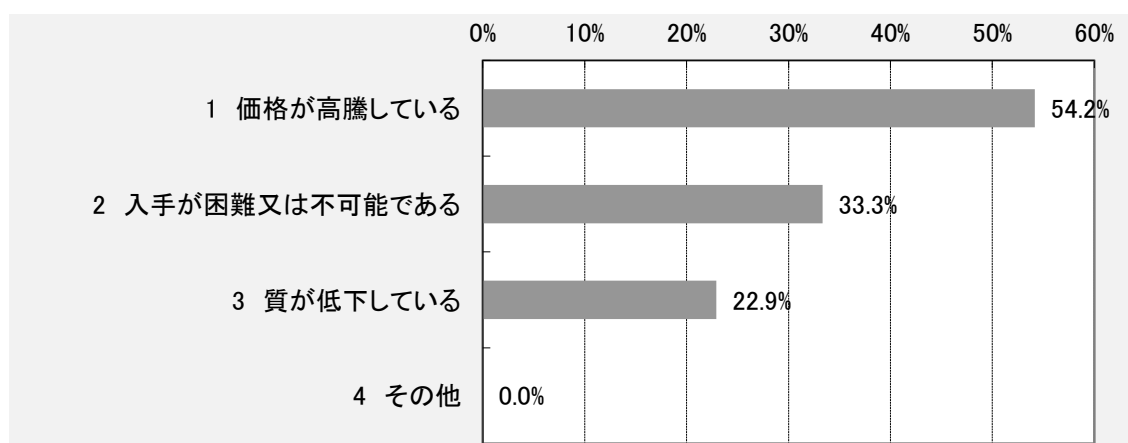
また、分業体制により製造している西陣織や京友禅などは、特に道具の確保が困難なケースが多い。平成27年度和装産業実態調査においても、各業界団体等において、道具や原材料に問題を抱えているケースが報告されている。

図表 12 道具の状況



資料) 業界アンケート調査 (無回答は表示していない)

図表 13 原材料の状況



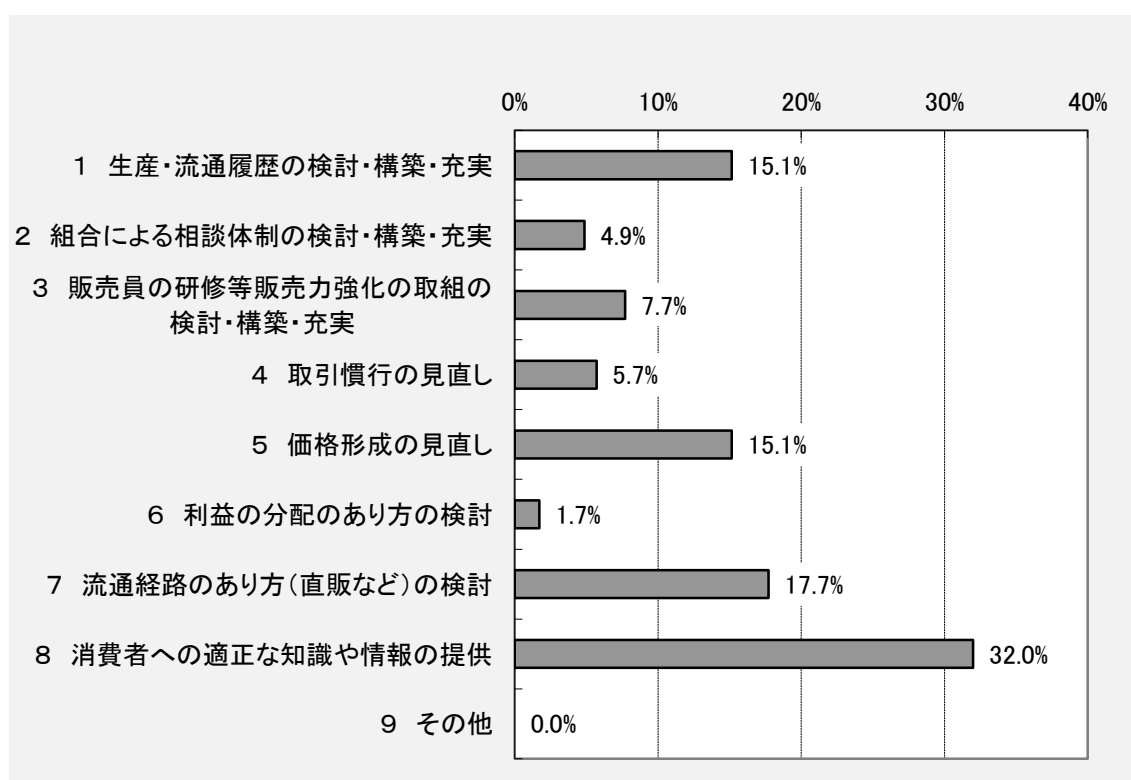
資料) 業界アンケート調査 (無回答は表示していない)

② 課題2：複雑な生産・流通体制

京都の伝統産業の多くは、多品種少量生産に対応するため、細分化された分業体制により製造されており、更に流通過程においても複数の問屋を介するという複雑な仕組により、生産・流通してきた。この仕組は、十分な需要があった状況では有効に機能したが、需要が低迷し、市場が縮小している現状では、一部の製造工程で存続が難しくなるなど、複雑な生産・流通体制のデメリットが顕在化している。

この状況を踏まえ、今後も事業を継続していくために、各業界団体や事業者において、生産・流通体制や経営形態の在り方の見直しなど、ビジネスモデルの転換を含め検討していく必要がある。(図表 15 伝統産業事業者の主なビジネスモデル)

図表 14 円滑な流通の促進のために優先的に取り組みたいこと（複数回答）



資料) 業界アンケート調査

図表 15 伝統産業事業者の主なビジネスモデル

A：OEM・特注・オリジナル型

i) OEM型

OEM（製造の委託を受け、メーカーや小売のブランドで販売する）を中心に、高い技術力と短納期で顧客からの高い信頼を得るモデル

ii) 特注型

デザイン・納期等、顧客の厳しい要望に答え、高い利益率を確保するモデル

iii) オリジナル型

デザイナー・販売店とのコミュニケーションを密にし、製品開発に注力するモデル

B：分業見直し型

一貫生産体制により、スムーズな製品開発と高品質水準を確保するモデル

C：M&A活用型

伝統産業に理解のある企業に買収されることにより、買収企業の商流を利用し、販路を拡大するモデル（または買収を行い、技術・ノウハウを生かした製品開発を行うモデル）

D：SPA展開型

販売小売の強みを生かし、市場ニーズ（流行）を迅速に反映した製品を開発・製造するモデル

E：新用途提案型

市場ニーズを汲み取った新用途の製品を開発し、新規顧客を開拓するモデル

F：ライフスタイル提案型

ライフスタイルや空間全体を提案し、製品の魅力をよりアピールするモデル

G：文化復元によるブランド向上型

重要文化財等の復元による知名度向上（ブランド向上）を他事業の売上増加に活かすモデル

H：直販型

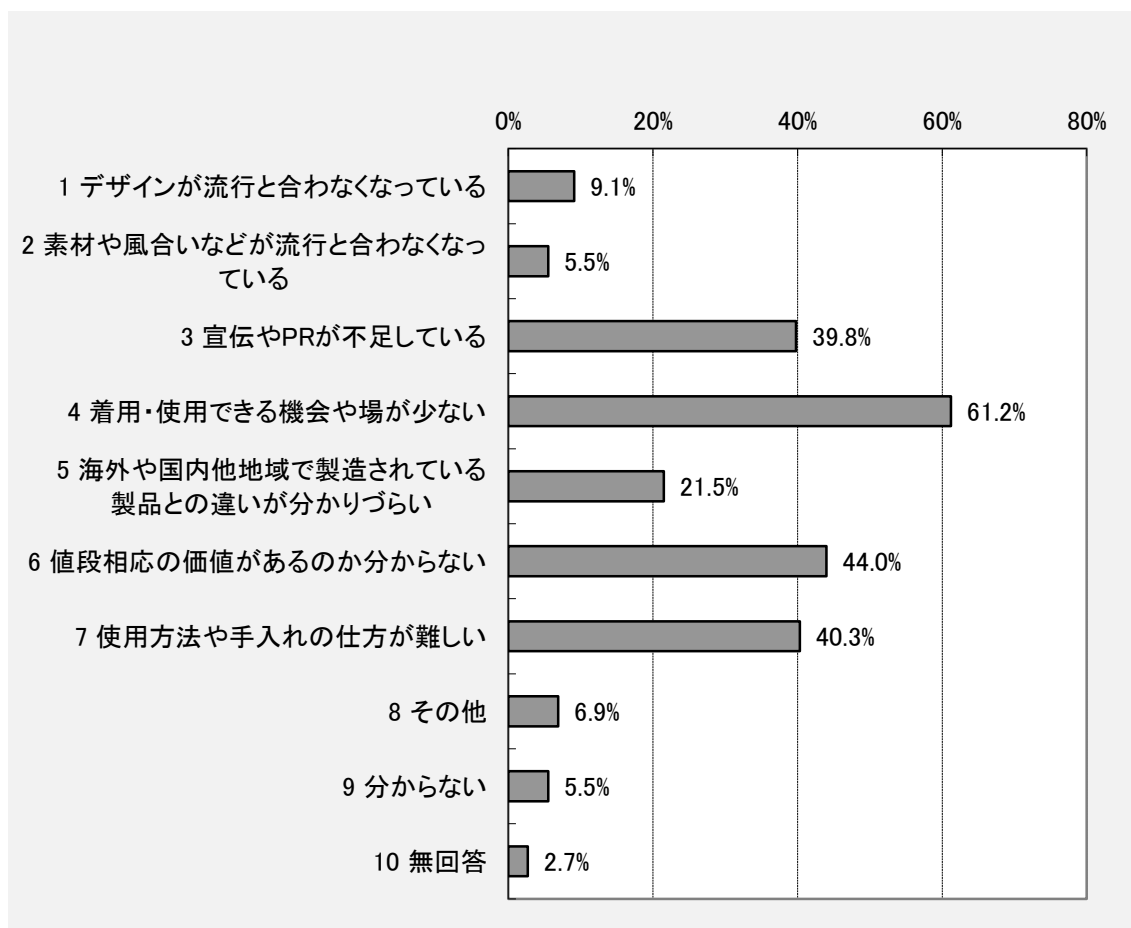
新商品を従来とは異なる商流（直販等へ切り替え）により、市場ニーズを活かした製品を開発するモデル

③ 課題3：消費者のニーズ把握・消費者への情報提供不足

市政総合アンケートの結果により、京都の伝統産業製品の普及や振興における課題として「着用・使用できる機会や場が少ない」「値段相応の価値があるのか分からない」「宣伝やPRが不足している」「使用方法や手入れの仕方が難しい」が多く挙げられており、生活様式や消費者ニーズが変化する中で、マーケティングが十分でなく、伝統産業製品についての情報も消費者に十分提供できていない。

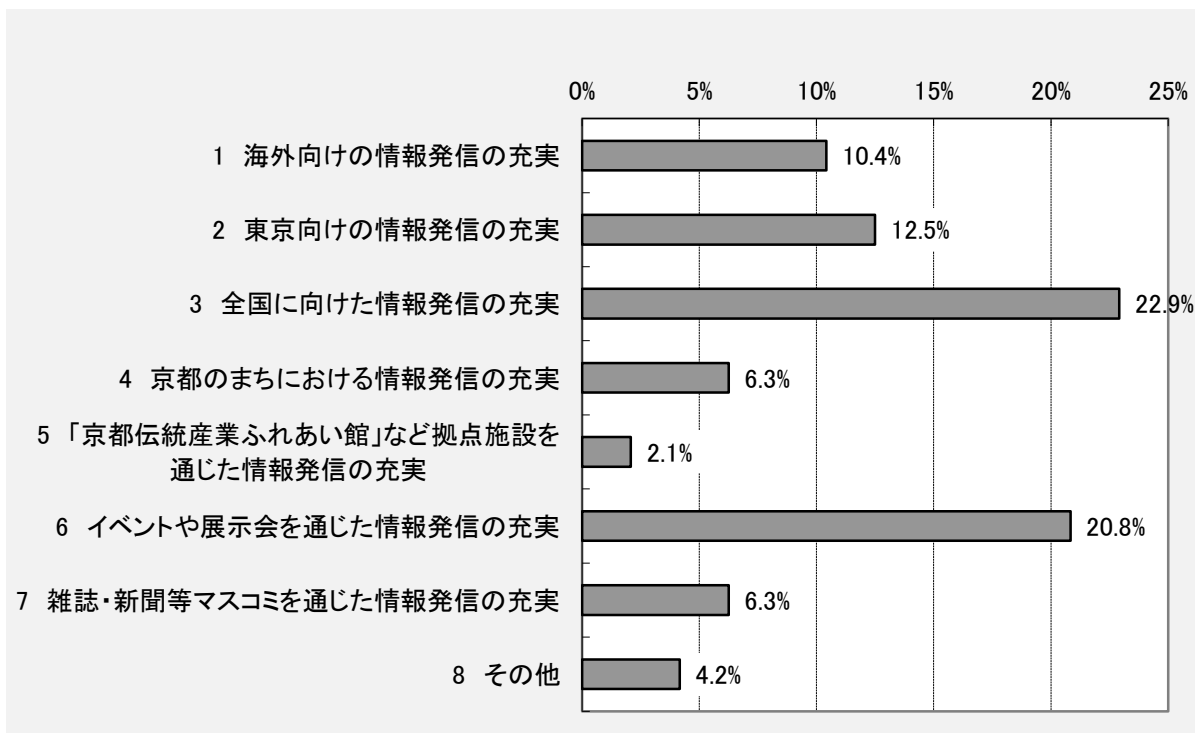
業界アンケートでは、価値や魅力の発信のために今後5年で重点的に取り組みたいこととして、「イベントや展示会を通じた情報発信」「全国に向けた情報発信」が多く挙げられており、多くの業界団体がこの課題を認識している。

図表 16 京都の伝統産業製品の普及や振興における課題



資料) 平成27年度 第2回 市政総合アンケート報告書

図表 17 価値や魅力の発信のために今後5年で重点的に取り組みたいこと（複数回答）



資料) 業界アンケート調査

(2) 京都市の伝統産業を取り巻く状況

伝統産業は、需要の低迷や、複雑な生産・流通体制、市場ニーズの把握不足などを要因として、出荷額が減少し、厳しい状況にある。

一方、平成32年の東京オリンピック・パラリンピック開催や、文化庁の京都移転など、日本文化、ひいては京都の伝統産業への世界からの注目が集まる、かつてない好機が訪れるものと考えられる。伝統産業が、日本文化の大きな柱である伝統文化を支えていることを理解してもらうため、茶道、華道、香道などの伝統文化、能楽、狂言など伝統芸能やコンテンツなど文化芸術と関連した幅広い分野と連携した事業を実施するなど、国内外に向けて、文化と伝統産業の連携により取組を拡大していくことが必要である。

また、京都市における観光客数、宿泊者数、観光消費額が過去最高を更新するなど、観光産業が好調に推移している。そのため、観光客の直接的な購買等のもとより、観光客と職人を橋渡しし、伝統産業の本物のものづくりを体験できる機会を創出するなど、観光と連携した取組により観光客の増加を伝統産業の振興に結び付けることが必要である。

更に、国内外の新たな販路の開拓により大きく飛躍した事業者や、設備改修補助制度の利用を契機に積極的な事業展開に挑戦する事業者、従来の枠組みに捉われず意欲的に新たな取組に挑戦する若手職人が数多く活躍するなど、変革の兆しが見えつつある。

第3章 目指すべき伝統産業の姿

1. 目標の設定

伝統産業を取り巻く最大の課題は、需要の低迷による出荷額の減少であるため、本計画では、「27年度比出荷額の増加」を最大の目標として設定する。

また、第2章3の課題を踏まえ、条例に定める4つの理念に基づき、計画期間中の目標を以下のとおり設定する。

最大の目標 27年度比出荷額の増加

基本理念1 経済状況及び生活様式の変化に常に対応し、市場を開拓する

経済状況や生活様式の変化に対応し、事業者や業界の創造的な取組や工夫により市場を開拓し、出荷額の増加を目指す。

【目標】

- 市場ニーズの把握
- 国内外における販路の拡大

基本理念2 基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新

次代の伝統産業を担う人材の育成や技術の継承の機会及び革新の機会を創出するとともに、産業として持続可能な発展につながる円滑な流通を促進する。

【目標】

- 伝統産業従事者数の増加
- 次代の伝統産業を担う人材の育成

基本理念 3 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

品質の高さや、文化的な背景などの情報など、伝統産業製品の優れた価値を広く発信し、魅力を増進する。

【目標】

- 京都伝統産業ふれあいの認知度向上
- 「伝統産業の日」の認知度向上

基本理念 4 日本独自の伝統文化の継承と文化の創造

伝統産業の継承・発展を通じて、日本の伝統文化を再認識する機会を広げるとともに、伝統文化を継承し、暮らしの中で息づく和の文化を育む。

【目標】

- 伝統産業製品を使用する市民の割合の増加

第4章 活性化に向けた取組

本市の伝統産業が産業として発展していくために、伝統産業製品の需要を喚起し出荷額の増加につなげることが、現在の伝統産業のサイクルをマイナスからプラスに転換し起動させる原動力となる。

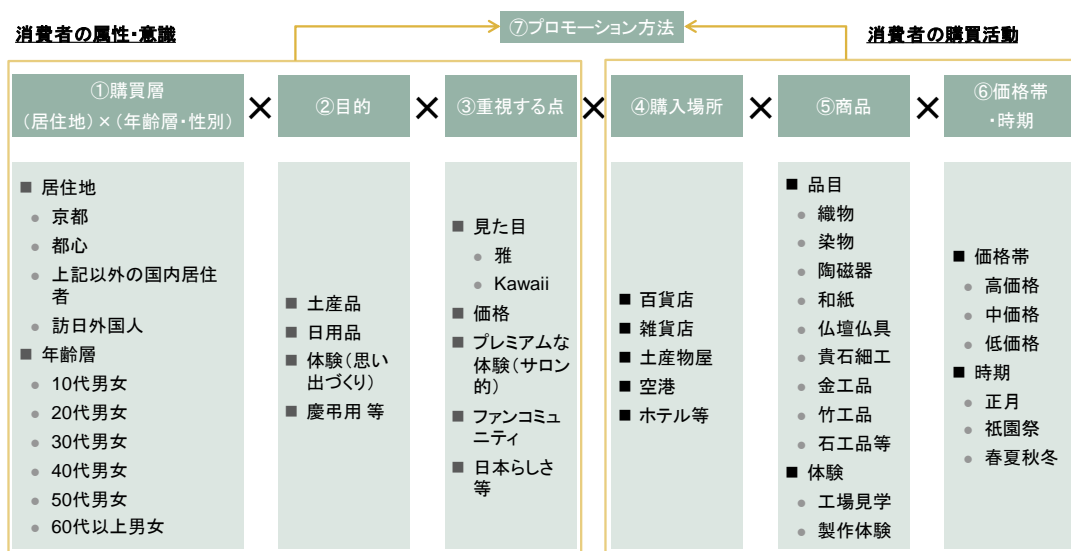
そのためには、伝統産業製品を供給する伝統産業業界、伝統産業を取り巻く社会環境、伝統産業製品を使う消費者へのアプローチが必要不可欠であり、具体的な施策の推進にあたっては、第4章1に記載の3つの視点を意識して取り組んでいく。

また、出荷額の増加に向け、既存の市場の開拓を図る場合には、ニーズの把握など市場を調査し、ターゲットを明らかにしたうえで商品の開発を行い、新たな市場の創造を図る場合には、技術や素材を活用し、消費者に驚きや感動を与える商品を開発するなど、目的や対象に応じ戦略的に取組を進める。(図表 18、図表 19)

図表 18 伝統産業における4つの市場

1. Luxury	富裕層をターゲットとした高級品市場	} 従来用途
2. Loyal Customer	伝統産業製品のファン層をターゲットとしたコア市場	
3. Beginner	開拓すべき新たな顧客層の市場	
4. 新用途展開	新たな用途に伝統産業の技術や素材を転用することによる新市場	

図表 19 既存市場向けのマーケティング調査の項目例



1. 3つの視点

視点1 伝統産業×イノベーション

京都の伝統産業は、長い歴史の中で時代に応じて革新を繰り返し、継承されてきたが、後継者の確保が難しい状況にある中、今後の伝統産業の活性化のためには、意欲的な若手職人の更なる飛躍は欠かせない。

伝統産業業界の次代を担う個性や活力にあふれた若手（作り手、伝え手、売り手）による従来の枠組みに捉われない新たな価値の創造に向けた取組を推進し、伝統産業のイノベーションを創出する。

視点2 伝統産業×文化・観光

「文化庁の京都移転」や世界から注目が集まる「東京オリンピック・パラリンピックの開催」を大きな追い風として、日本文化を支える伝統産業の振興につなげなければならない。

茶道・華道などの伝統文化、伝統芸能、食文化、コンテンツなど幅広い文化芸術との連携や本物のものづくりを体験できる場の提供など、観光を切り口として、伝統産業の価値を再構築し、その魅力を再発見する機会を創出する。

視点3 伝統産業×使い手

我が国でも有数の伝統産業の集積地である京都では、長い歴史の中で育まれてきた技術・技法により本物のものづくりが行われ、優れた感性・美意識が人々の生活の中に息づいてきた。

この京都ならではの「和」の暮らしを未来に引き継ぐため、企業、学校、行政などが伝統産業製品の価値を再認識し、活用することにより、子どもたちが伝統産業に慣れ親しみ、感性や目利き力を養い、将来の「京もの」の使い手を育成する。

2. 具体的な施策

4つの基本理念に基づく目標の達成のために、前項に記載の3つの視点を踏まえ、以下の6つの基本的施策に、国や京都府とも協調しながら取り組む。(☆印は新規事業、○印は充実事業)

基本的施策 1 伝統産業に関する創造的活動に対する支援

出荷額の増加に向け、市場ニーズの把握などマーケットを調査し、ターゲットを明らかにしたうえで、新規市場の開拓や商品の開発などを支援する。

(主な取組事業例)

☆改革を目指す業界団体への支援

出荷額の増加を目指す戦略の策定や、生産・流通体制の再構築など、伝統産業組合など各業界団体における革新的な取組を支援する。

☆戦略的・効果的な補助金制度の創設

市場開拓等の成果や効果を「見える化」し、費用対効果を重視した競争性の高い枠組みへと転換した補助金制度を創設する。

☆伝統産業事業者のビジネスモデル確立支援

生産や流通に詳しい専門家のアドバイスにより、伝統産業事業者に応じたビジネスモデルの確立を支援する。

☆伝統産業プロデューサー等の養成

伝統産業事業者と消費者を繋ぎ、伝統産業の魅力を消費者に伝えることができるプロデューサーやコーディネーターを養成する。

☆異業種間交流の推進

伝統産業事業者と、様々な業種の非伝統産業事業者との異業種交流・連携を促進し、新たな販路の開拓につながる取組を支援する。

☆素材・技術としての伝統産業製品の利活用の推進

京都市産業技術研究所等と連携し、伝統産業の素材・技術を活用した商品開発等により、販路の開拓につなげる。

☆商工会議所等と連携した伝統産業事業者への経営支援

伝統産業事業者の安定した経営基盤の構築に向けて、商工会議所等と連携して課題解決に向けた経営支援を行う。

☆現代のライフスタイルに合った和の設え（インテリア）の提案

伝統的な和室にこだわらず、現代のライフスタイルや住宅環境に溶け込んだ和の空間を提案することで、伝統産業製品の新たな分野での市場を創造する。

☆ECサイトを活用した伝統産業製品の海外販路開拓への支援

京都の伝統産業製品を海外でも手軽に購入できるよう、国際的な電子商取引（越境EC）を活用した海外展開を支援する。

○京もの海外進出支援事業の実施

海外市場の需要を創出するため、海外におけるライフスタイルや嗜好に合った新商品の開発や販路の開拓を支援する。

○マーケットイン型の商品開発の支援

新たな顧客層を開拓するため、消費者のニーズを踏まえたマーケットイン型の商品開発を支援する。

○コンテンツ産業等との連携

マンガ・アニメなどコンテンツ産業や現代芸術などを切り口に、伝統産業への関心が無かった層を取り込むことにより、新たな市場を開拓する。

○首都圏等国内における販路開拓支援事業の実施

経済団体等と連携し、展示商談会を開催するなど、国内最大の消費地である首都圏等国内の需要を開拓する。

○インバウンド対策の強化

工房訪問事業における受入工房の拡大を図るなどクラフトツーリズムを推進するとともに、伝統産業事業者への語学研修の実施など、増加するインバウンドへの対策を強化する。

○MICE誘致及び開催における伝統産業製品の活用

MICE誘致及び開催に際して、伝統産業製品の「記念品」としての購入機会を創出する。

伝統産業を紹介するPR素材の制作と周知

全国の企業等の需要を開拓するため、伝統産業の商品や技術を紹介するコンパクトなカタログ等を制作し、周知活動を強化する。

小規模業種による複合展示商談会の開催支援

産業規模の小さい業種の需要を効果的に開拓するため、複数の小規模業種による複合的な展示商談会の開催を支援する。

基本的施策2 伝統産業に関する教育や学習の場における取組

体験学習の実施や副読本の配布などにより、伝統産業を楽しく学び体験することができるよう、教育の場における伝統産業に触れる機会を創出する。

(主な取組事業例)

☆伝統産業品等を暮らしの中で活用し子どもの感性をはぐくむ取組の推進

子どもたちに本物のものづくりの素晴らしさを伝え、感性を養い、伝統産業が暮らしの中で息づく文化を育むため、子どもの頃から伝統産業製品を暮らしの中で使う機会を創出する。

○伝統産業を体験する教育機会の創出

中高生がきものを着て、伝統文化体験が出来る機会を設け、伝統産業製品を使う楽しみを知る機会を広げる。また、ものづくりに興味がある小学生を対象に、伝統産業製品の製作体験についての情報提供を行う。

○伝統産業に関する学習コンテンツの整備・充実

伝統産業に対する若年層の関心と理解を深めるため、「わたしたちの伝統産業」(小学校4年生向け副読本)の内容の充実など、学習コンテンツの整備・充実を図る。

「京の『匠』ふれあい事業」の実施

伝統産業に対する若年層の興味と理解を深めるため、小中学校での体験学習を実施する。

基本的施策3 伝統産業に関する関心と理解を深める取組

伝統産業に関する関心と理解を深めるため、伝統産業の文化的な背景や、現代の生活に合った活用の提案など、価値や魅力を発信する取組を進める。

(主な取組事業例)

☆外国人に対する伝統産業の魅力発信

姉妹都市や海外情報拠点等との連携の下、海外での情報発信はもとより、大使館関係者や留学生、国内居住の外国人、外国人観光客に対して伝統産業の魅力を発信する。

☆新京都館等と連携した伝統産業の魅力の発信力強化

新京都館等の活用や、メディア戦略に基づく情報発信など、京都の文化・産業への理解・愛着を深める機能を強化する。

○工房訪問事業の充実

伝統産業を体験したい市民や観光客等と工房を結びつけ、職人の匠の技・心に触れ、伝統産業を見て、触れて、買える機会を創出する。

○京都らしいおもてなしの名人による伝統産業の魅力発信

伝統産業・伝統文化等を説明できる専門性の高い京都市認定通訳ガイドの活用により、伝統産業の魅力の発信を行う。

○「京もの」のブランド化の推進

消費者が安心して伝統産業製品を購入できるよう、京都の職人により手間ひまかけて製造されていることが分かる生産履歴システムシステムの構築を支援し、普及を促進する。

○文化芸術との連携の促進とPRの強化

伝統産業が日本の伝統文化を支えていることを理解してもらうため、茶道、華道、香道や能、狂言等と連携した事業を実施するなど、国内外へ伝統文化と伝統産業を合わせてPRする取組を強化する。

○着地型旅行商品（体験型プログラム等）の拡充の検討

京都の「ほんもの」に触れる着地型旅行商品（体験型プログラム等）の拡充等を検討する。

○伝統産業製品を活かした上質な宿泊施設の誘致・拡充

本市が誘致・拡充を進める上質な宿泊施設の整備において、伝統産業製品の利活用を事業者に促し、伝統産業の振興を図る。

○「伝統産業の日」事業の充実

行政と業界団体が一丸となり、年間を通じて、市民や観光客が本物の伝統産業を体験し、購入できる機会を創出する。

○「和装(きもの)文化」のユネスコ無形文化遺産登録

「和装(きもの)文化」のユネスコ無形文化遺産登録に向け、気運の醸成を図る。

○「京都市清酒の普及の促進に関する条例」の普及・啓発

条例の趣旨を踏まえ、清酒で乾杯する習慣を通じて、日本の伝統文化に対する理解を深め、関連する伝統産業の振興に繋げる。

○全国の伝統産業、地場産業との連携促進

全国の伝統産業や原材料、道具類の産地とのネットワーク化を図り、技術や情報、人材の交流を促進することで、全国の伝統産業の活性化を図る。

○隗より始めるプロジェクトの充実

本市の全庁的な取組はもとより、民間企業等においても伝統産業製品を積極的に活用し、地産地消による伝統産業の振興を図る。

○地域と密着した産地の活性化

「西陣」という呼称の発祥から550年を迎える西陣織や、京焼・清水焼などの各産地と連携し、観光客を呼び込むなど、地域と密着したまちづくりと連携して、産地の活性化につなげる。

○市内の大規模イベントと連携した魅力の発信

「京の七夕」事業や「京都・花灯路」事業等において、伝統産業製品のPRイベントの開催や和装来場者特典の付与などにより、伝統産業の魅力を発信する。

○伝統産業製品を活用した広告景観づくり

町並みと調和した京都にふさわしい広告景観を普及させるため、提灯など伝統産業製品を活用した広告景観づくりを支援する。

○インターネットを活用した情報発信の充実

伝統産業に関する情報の発信力を高めるため、SNSなどインターネットを活用した情報発信に積極的に取り組む。

基本的施策 4 技術の継承や後継者の育成

市場の縮小を原因とし、優れた技術が途絶する恐れがあるため、後継者となる意欲的な若手職人に対する支援を実施する。また、分業制による製造を行う業界においては、生産・流通体制の見直しなど、消滅の可能性のある技術の転用や技術の継承の在り方を検討する。

(主な取組事業例)

☆若手職人によるイノベーションの支援

新たな価値の創造に向けた、商品の開発、販路の開拓、魅力の発信など従来の枠組みに捉われない若手職人によるイノベーションを図る取組を支援する。

☆大学等との連携の促進

若年層への情報発信やプロモーション、人材育成、販路の開拓を目的に、美術や工芸、デザイン、建築等のコースのある大学等との連携を促進する。

○生産・流通体制の在り方の検討

技術者の途絶が懸念される工程の存続や複雑な生産・流通体制の改善に向け、専門家を交え、技術の継承や生産・流通体制の今後の在り方について検討する。

○道具・原材料確保対策の実施

行政機関や業界団体の連携の下、伝統産業製品の製造に不可欠な道具の安定的な確保や、京都「悠久の灯」プロジェクトなど原材料の安定的な確保に向け、必要な支援を行う。

○若手職人の登竜門となる作品コンペティションの実施

次代を担う若手職人を発掘するとともに切磋琢磨を促すため、コンペティションを開催し、受賞者に販路開拓支援やメディア露出など、活躍の場を提供する。

○伝統産業における障害者就労の検討

職人としての適性をもつ障害のある方の新たな職域開発を行い、伝統産業の担い手づくりを支援する。

伝統産業従事者設備改修等事業補助制度

伝統産業関連従事者が、老朽化あるいは法令等の改正に伴い更新が必要となった設備を改修するために必要な経費に対し補助を行う。

伝統産業事業者の新規雇用に対する支援

伝統産業事業者が新たな商品開発、販路開拓、新分野進出等の意欲的な事業展開を行うに当たり、新規に雇用した人材の研修、スキルアップ等を支援し、後継者の確保や業界の成長発展を図る。

技術後継者育成事業の実施

伝統産業の若手技術者に技術研鑽の資金として、育成資金を支給し、後継者の育成を図るとともに、他業種と交流する機会を提供し、デザインや企画力、マーケティングや経営に関する研修を実施するとともに、展示販売事業等を通じたテストマーケティングの場を提供する。

基本的施策5 活性化拠点施設等の機能の充実

京都伝統産業ふれあい館は、本市の伝統産業の情報発信及び文化のまち岡崎の拠点施設として魅力を高めるとともに、伝統産業業界全体の振興の拠点施設となるよう機能を強化・充実させる。

京都市産業技術研究所は、ものづくり産業の技術面を中心に支える機関として、様々な研究や技術者への研修を行ってきたが、技術面に限らず、新商品開発や市場開拓を含めたトータルの支援体制をより一層進めていく。

(主な取組事業例)

○京都伝統産業ふれあい館の活性化

本市の伝統産業製品を体系的に展示するこれまでの普及・啓発機能に加えて、ふれあい館が核となって業界の活性化につなげるため、交流機能の強化、販売促進機能の充実を図るとともに、施設の魅力向上のため、展示内容を刷新するなど、リニューアルを検討・推進する。

○京都市産業技術研究所の機能強化

染織、陶芸、漆芸分野の伝統産業技術者育成を実施するとともに、次代を担う若手伝統産業従事者の商品開発から販路開拓まで支援する。

基本的施策6 表彰や奨励

長年伝統産業に従事し伝統産業の振興発展に寄与した職人を表彰するとともに、将来において顕著な成果を収めることが期待される中堅職人を奨励し、職人の意欲を高める。

(主な取組事業例)

京都市伝統産業技術功労者顕彰及び京都市伝統産業『未来の名匠』認定事業の実施

長年伝統産業に従事してきた職人の功績を称えるため「京都市伝統産業技術功労者顕彰」及び伝統産業の中核を担う中堅職人を奨励する「京都市伝統産業『未来の名匠』認定事業」を実施する。また、認定された職人のネットワーク化を図り、販路の開拓等に取り組む。

卓越した技術を有する優秀な職人による実演等の実施

伝統産業の技術の高さをPRするため、表彰された職人による実演や講演等を実施する。

参考資料

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続けてきた。

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、顕著な成果を収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収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 京都市の伝統産業

(平成29年1月現在 74品目)

<染織品>

1 西陣織(にしじんおり)	2 京鹿の子絞(きょうかのこしぼり)	3 京友禅(きょうゆうぜん)
4 京小紋(きょうこもん)	5 京くみひも	6 京繡(きょうぬい)
7 京黒紋付(きょうくろもんつきぞめ)	8 京房ひも・撚ひも(きょうふさひも・よりひも)	

<諸工芸品>

9 京仏壇(きょうぶつだん)	10 京仏具(きょうぶつぐ)	11 京漆器(きょうしつき)
12 京指物(きょうさしもの)	13 京焼・清水焼(きょうやき・きよみずやき)	14 京扇子(きょうせんす)
15 京うちわ(きょううちわ)	16 京石工芸品(きょういしこうげいひん)	17 京人形(きょうにんぎょう)
18 京表具(きょうひょうぐ)	19 京陶人形(きょうとうにんぎょう)	20 京都の金属工芸品(きょうとのきんぞくこうげいひん)
21 京象嵌(きょうぞうがん)	22 京刃物(きょうはもの)	23 京銘竹(きょうめいちく)
24 北山丸太(きたやままるた)	25 京版画(きょうはんが)	26 京袋物(きょうふくろもの)
27 京すだれ	28 京印章(きょういんしょう)	29 工芸菓子(こうげいがし)
30 京竹工芸(きょうたけこうげい)	31 京七宝(きょうしっぽう)	
32 京の神祇装束調度品 (きょうのじんぎしょうぞくちようどひん)	33 京の色紙短冊和本帖 (きょうのしきしたんざくわほんちょう)	

<その他>

34 造園(ぞうえん)	35 京こま	36 薫香(くんこう)
37 伝統建築(でんとうけんちく)	38 額看板(がくかんばん)	39 菓子木型(かしきがた)
40 かつら	41 金網細工(かなあみざいく)	42 唐紙(からかみ)
43 かるた	44 きせる	45 京瓦(きょうかわら)
46 京真田紐(きょうさなだひも)	47 京足袋(きょうたび)	48 京つげぐし
49 京葛籠(きょうつづら)	50 珠数(じゆず)	51 京丸うちわ(きょうまるうちわ)
52 京弓(きょうゆみ)	53 京和傘(きょうわがさ)	54 截金(きりかね)
55 嗟峨面(さがめん)	56 尺八(しゃくはち)	57 三味線(しゃみせん)
58 調べ緒(しらべお)	59 茶筒(ちゃづつ)	60 提燈(ちょうちん)
61 念珠玉(ねんじゆだま)	62 能面(のうめん)	63 花かんざし(はなかんざし)
64 帆布製カバン(はんぷせいカバン)	65 伏見人形(ふしみにんぎょう)	66 邦楽器絃(ほうがっきいと)
67 矢(や)	68 結納飾・水引工芸(ゆいのうかざり・みずひきこうげい)	69 和蠟燭(わろうそく)
70 京たたみ	71 京菓子(きょうかし)	72 京漬物(きょうつけもの)
73 京料理(きょうりょうり)	74 清酒(せいしゆ)	

3 計画策定に係る各種調査等について

(1) 市政総合アンケート

- ・テーマ 京都市の伝統産業
- ・調査対象 20歳以上の市民3,000人
- ・調査方法 回答用紙への記入方式(郵送)
- ・調査期間 平成27年12月22日～平成28年1月15日
- ・回答数 950

(2) 平成27年度和装産業実態調査

- ・調査対象 25の和装関連団体及び組合員ほか
- ・調査方法 直接面談ほか
- ・調査期間 平成27年度

(3) 業界アンケート調査

- ・調査対象 67の業界団体又は製造事業者
- ・調査方法 回答用紙への記入方式(郵送)
- ・調査期間 平成28年7月～平成28年10月
- ・回答数 48

(4) 若手職人会議

- ・調査対象 伝統産業に従事する職人等11人
- ・調査方法 会議の開催
- ・調査日 平成28年8月25日, 平成28年9月7日

(5) 事例調査

- ・調査対象 先進的な取組を行う事業者, 団体, 自治体や伝統産業製品を取扱う事業者
- ・調査方法 訪問によるヒアリング
- ・調査期間 平成28年6月～11月

(6) 第3期計画骨子案に係る市民意見

- ・調査期間 平成29年1月25日～平成29年2月26日

4 京都市伝統産業活性化推進審議会委員名簿（◎会長 ○副会長）

安藤 信幸	京都市産業技術研究所知恵産業融合センター長
○大谷 貴美子	奈良女子大学生生活環境学部特任教授
大野木 啓人	京都造形芸術大学副学長
各務 亮	(株)電通 京都支社 プロデューサー
金谷 勉	(有)セメントプロデュースデザイン 代表取締役
出口 由美	(株)ハースト婦人画報社 婦人画報 編集長
デービッドアトキンソン	小西美術工藝社 代表取締役社長
西村 かおり	市民公募委員
三木 清	京都伝統工芸協議会会長／京都竹材商業協同組合理事長
三原 陽市郎	京の伝統産業春秋会会長
森 紗恵子	京の伝統産業わかば会会長
矢島 里佳	(株)和える 代表取締役
○山本 建太郎	京都工芸繊維大学名誉教授
湯浅 靖代	市民公募委員
米原 有二	工芸ジャーナリスト／京都造形芸術大学非常勤講師
◎若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部長 教授

5 策定経過

開催日	会議名
平成28年6月21日	第1回審議会
平成28年6月21日	第1回計画策定部会
平成28年8月5日	第2回計画策定部会
平成28年8月25日	第1回若手職人会議
平成28年9月7日	第2回若手職人会議
平成28年11月9日	第3回計画策定部会
平成28年11月15日	第2回審議会