

(公財)京都伝統産業交流センター	中期経営計画 (平成27年度～平成29年度)
------------------	---------------------------

### 1 「外郭団体のあり方の抜本的な見直し」に係る「今後の方向性」

「外郭団体のあり方の抜本的な見直し」に係る各団体の「今後の方向性(存続, 自律化, 解散及び統合)」と「目標年度」を記載する。団体経営の長期的な目標であり, 「中期経営計画」はこれらを実現するための工程表である。

方向性	存続	目標年度	—
-----	----	------	---

### 2 「今後の方向性」に向けた基本的方針

「外郭団体のあり方の抜本的な見直し」に係る各団体の「今後の方向性」を実現するため, 業務面や財務面等についての基本的な方針を定める。「今後の方向性」が「自律化」の団体については, 「目標年度」までの方針となる。

業務面	伝統産業に関する普及啓発事業はもとより, 伝統産業製品の需要拡大・販売促進事業(外国人観光客などの受入れ環境等も含め)に取り組むことで, 伝統産業の活性化を図る。
財務面	伝統産業製品の需要拡大につながる販売促進や機能充実により, 自主財源の確保を目指す。
組織面	伝統産業界の事情に精通し職人とのネットワークを有する「総合プロデューサー」等の配置などにより, 人員体制を強化し積極的かつ安定した財団運営を図る。
その他	特になし

### 3 基本的方針を実現するための具体的取組(3年間の計画期間中における具体的取組)

- ① 「2 「今後の方向性」に向けた基本的方針」を実現するための具体的取組を記載する。
- ② 取組ごとに, 各年度の目標となる指標及び目標値を設定する。
- ③ 計画期間の最終年度(平成29年度)の目標値が中期経営計画全体の目標値となる。

#### (1)業務に関する取組

<b>目標1 「伝統産業の魅力を伝える普及啓発施設としての機能の充実」</b>						
取組内容	「ふれあい館」の展示スペースを, 伝統産業製品を業種毎に並べるだけでなく, テーマ性を持たせた展示を行い, 常設展, 企画展を充実させ伝統産業の普及啓発施設としての機能を強化する。					
○指標1	ギャラリー展の年間企画日数					
採用理由	伝統産業の普及啓発を行うには, 展示スペースの有効利用が必要不可欠であるため					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位: 日)
	305	310	315	320	325	
実現方法	様々なテーマ(「四季」「祈り」「日本の色」等)による企画展の実施。 なお, テーマ設定では, 一つの業種ではなく異業種を集めることができるコンセプトを設定する。					

(公財)京都伝統産業交流センター	中期経営計画 (平成27年度～平成29年度)
------------------	---------------------------

○指標2	常設展示の展示替の点数					
採用理由	魅力ある観光施設・普及啓発施設であり続けるためにリピーターを増やす必要があるため					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：点)
	500	422	1,100	1,200	1,300	
実現方法	常設及び企画展示をキュレーター（学芸員）監修のもと、「展示に目的を持たせる」＝「誰に見てもらいたいのか」を再考し展示企画を提案する。					

目標2 「販売促進機能の充実」

取組内容	展示品の購入希望者が、確実に購入できるようサポートする。外国人観光客の伝統産業製品の制作工房訪問ニーズが高いにも関わらず、受入れ環境が整っていないため、好調なインバウンド消費の機会を取り逃がしている点を改善する。					
○指標1	「ふれあい館」を基点にした工房訪問ツアー訪問先開拓件数					
採用理由	観光の新たな魅力の創出及び好調なインバウンド消費の取り込みが今後販売促進には必要不可欠であるため					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：件)
	-	-	20	40	50	
実現方法	伝統産業製品の産地を紹介し販売につなげるため「ふれあい館」を基点とし行う工房訪問ツアーにおいて、平成27年度採用の総合プロデューサーをはじめとする事務局の異業種ネットワーク（伝統産業、インバウンド観光等）を活用し、参加者の多彩なニーズに応えられるよう、訪問先を増加させる。					
○指標2	展示を契機とした販売額（展示関連品、オンラインショップ）					
採用理由	伝統産業の需要拡大・販売促進への貢献をめざし、当該財団が強化すべき機能であるため					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：千円)
	-	-	15,000	16,000	17,000	
実現方法	展示場を見学して魅力に触れた方が購買しやすい環境（クレジットカード対応等）を作るとともに、オンラインショップや特別注文での受注実績を向上させる。					
○指標3	異業種交流機能の充実					
採用理由	伝統産業業界の需要拡大・販路開拓のため異業種交流会を開催し、多くの伝統産業事業者に異業種交流の場を提供することは当該財団の目標とする伝統産業の活性化に有益な事業であるため。					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：回)
	-	-	3	6	6	
実現方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>アイデアを生むための「平場」（職人同士の利害関係がない場）の創設</li> <li>京都の伝統産業の技術を活用したい他業種（アパレル、インテリア、建築関係等）やバイヤー等へ、職人や工房、素材等の情報を提供する。</li> <li>「京都伝統産業青年会」や「京の伝統産業わかば会」等の若手職人、また海外販路開拓事業「京都コンテンポラリー」の新旧の参画事業者とデザイナーやバイヤー等の交流会を実施し、販路開拓につなげる機会を提供する。</li> </ul>					

## (2)財務に関する取組

目標「事業収入の確保」						
取組内容	普及啓発事業である摺型友禅染体験，収益事業であるオンラインショップ「京もの専門店「みやび」」の運営を通じて収益を確保するとともに，更なる収入増のため観光業界等と広く連携し，外国人観光客等に向けたの伝統産業製品の販売拡大につなげる。					
○指標	事業収入					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：円)
	4,863,465	3,601,160	6,500,000	7,000,000	7,000,000	

## (3)組織に関する取組

目標「活性化事業に向けた人員配置」						
取組内容	京都市からの派遣職員2名及び総合プロデューサーを配置し，積極的かつ安定した事業展開を行う。					
○指標	職員数 ※（ ）内は嘱託職員数					
目標値	H25(実績)	H26(見込)	H27	H28	H29	(単位：人)
	3 (9)	3 (5)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	