

## (令和2年度単年度経営計画)

(公財)京都伝統産業交流センター	令和2年度経営計画 兼 経営努力結果
------------------	-----------------------

## 基本事項

所管局課	産業観光局クリエイティブ産業推進室	本市出えん金	5,000 千円
基本財産/資本金	11,000 千円	本市出えん率	45.5 %

## 「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」

方向性	存続	目標年度	-
-----	----	------	---

## 「今後の方向性」に向けた基本的方針

業務面	伝統産業に関する普及・啓発事業の実施を基本としながら、職人と職人、職人と異業種などの交流促進や伝統産業製品を幅広い層に使っていただくための販売促進に取り組むことにより、伝統産業業界の活性化を図る。
財務面	伝統産業製品の需要拡大につながる販売促進や京都伝統産業ふれあい館の機能充実などにより自主財源を確保し、財政の安定化を図る。
組織面	京都伝統産業ふれあい館の展示内容において、入館料有料化も見据えて企画展示の重要性が高まることから、高い企画力と調整力を有する専門の職員を配置するなど、施設の魅力向上に資する人員体制の強化を図る。
その他	特になし

## 当年度の取組目標に対する意見

所管局	<p>単なる伝統工芸品の展示施設にとどまらず、工房訪問事業等、ソフト事業の充実を図った結果、海外の旅行口コミサイトでも上位に選ばれるなど、大きな成果をあげてきている。</p> <p>令和2年3月には「京都伝統産業ミュージアム」としてリニューアルオープンしたことを機に、記念イベントや初めての試みとなる有料企画展等の開催により、来館者数の増加（令和6年度に25万人/年）を図るとともに、伝統産業製品の需要拡大・販路開拓のための事業者間のマッチング事業にも取り組み、京都の伝統産業振興の「核となる施設」として、積極的な事業展開を期待する。</p>
-----	---

## 当年度の「今後の方向性」の進捗状況及び各取組に対する総括(※)

団体	京都伝統産業ミュージアムにおいて、人員体制を強化し、京都市の伝統産業74品目を現物展示するとともに、各品目の特徴、製造工程等を紹介する機能の充実、企画展の開催や職人の実演など、より深く学んでいただける取組を展開したほか、生産者と伝統産業の素材を探す人のマッチングや、異業種の方と情報交換等を行う場としてマテリアライブラリーを開設した。また、販売においては、新型コロナウイルス感染症の拡大により影響を受けた伝統産業従事者の支援をするため、特設webサイトを開設し、販売機会の創出を図った。
所管局	コロナ禍において企画の中止延期等が相次いだなか、オンラインショップの機能充実をはかり、販売促進に努められた。京都伝統産業ミュージアムの来館者は例年に比べ大きく減少したが、下半期には来館者が1万人を超える月を2回記録するなど、事業実施に工夫が施された点が認められる。

## (令和2年度単年度経営計画)

(公財)京都伝統産業交流センター	令和2年度経営計画 兼 経営努力結果
------------------	-----------------------

## (1)業務に関する取組

## 目標「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」

中期経営計画 における取組	様々な角度から幅広い層に伝統産業への興味関心を持ってもらうため、「京都伝統産業ふれあい館」の展示スペースを有効活用し、伝統産業製品を網羅的に展示するのみでなく、個々の品目を横断的に包括するテーマによる企画展示など、独自のイベント等を実施する。
当年度目標	リニューアルに伴い、可動式の展示什器類を多く取り入れることによって、自由な空間利用が可能となったことから、この長所を最大限に活用し、伝統産業ファンの裾野を広げるための企画展を開催する。 また、写真・アート・キャラクターとのコラボなど、従来とは異なる切り口のテーマで企画展を開催し、伝統産業に関心がある方だけでなく、これまで伝統産業にあまり触れる機会がなかった方々の集客を目指す。 さらに、令和2年10月～11月に京都で開催される伝統産業月間全国大会にあわせた独自企画を開催し、大会の盛り上げに貢献する。
当年度結果 (※)	リニューアルに伴い設置した企画展示室を活用し、職人の手仕事を見ながらリアルタイムに工芸品が生み出されていく様子を体感していただける「職人たちのマーチ」や、工房を撮影した写真を通じて、ものづくりを継承する職住一体の暮らしを紹介する「継ぐもの」など、7回の企画展を開催し、伝統産業に馴染みのない方への訴求や、魅力を深掘りした紹介を図った。

指標	独自の企画展示の開催回数 (単位：回)							
中期経営計画	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度	
	—		4		5		6	
実績	見込	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績(※)
	3	2	4	2	1	2	6	7

## (2)財務に関する取組

## 主要財務数値

(単位：千円)

	平成30年度		令和元年度		令和2年度		備考欄
	予算	実績	予算	実績	予算	実績(※)	
経常収益	66,512	73,983	68,310	77,663	85,944	110,795	
経常費用	66,512	65,628	68,310	92,970	85,944	111,060	
当期経常増減額	0	8,355	0	△ 15,307	0	△ 265	
当期正味財産増減額	0	7,450	0	△ 16,086	0	△ 273	
資産合計	-	63,044	-	64,939	-	75,951	
負債合計	-	15,143	-	33,125	-	44,410	
正味財産	-	47,900	-	31,814	-	31,541	
うち累積損益額	-	36,900	-	20,814	-	20,541	

## (令和2年度単年度経営計画)

(公財)京都伝統産業交流センター	令和2年度経営計画 兼 経営努力結果
------------------	-----------------------

目標「伝統産業製品の販売促進機能の充実」	
中期経営計画 における取組	常設展示場における展示物の販売、オンラインショップ及び法人向けの記念品販売など、当財団が持つ伝統産業製品の購入窓口を有効に機能させ、それぞれの窓口が得意とする異なるターゲット層から幅広く伝統産業製品の販売拡大につなげる。
当年度目標	オンラインショップや京都駅のおみやげ街道など、実店舗における個人向け販売では、時機を捉えた商品入替等により売上アップを目指す。また、コングレスバッグなどの法人向けの記念品販売では、既製品にはないきめ細かな対応により、最大限需要を取り込めるよう努める。 加えて、新たに設けるマテリアルライブラリでは、将来的にB to Bビジネス促進の拠点とすることを旨とし、異業種と伝統産業をつなぐ仕組みづくりに着手する。 さらに、企画展や制作体験などの有料コンテンツを充実させ、事業収入の増加を図り、企画内容の更なる充実を図る。
当年度結果 (※)	新型コロナウイルス感染症の拡大により影響を受けた伝統産業従事者を支援するための特設webサイトを開設するなど、オンラインショップでは、前年度を上回る売り上げを達成したほか、会議やイベントで出席者へ配られる記念品の販売等が寄与し、目標を上回ることができた。加えて、マテリアルライブラリの開設や、有料の企画展の実施など、事業収入の確保に向けた取組を行った。

指標	伝統産業製品の提供事業における売上額 (単位：千円)							
中期経営計画	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度	
	—		34,000		35,000		36,000	
実績	見込	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績(※)
	33,000	40,685	34,000	38,718	36,800	49,518	39,600	47,308

## (3)組織に関する取組

目標「ふれあい館のリニューアルを見据えた人員配置」	
中期経営計画 における取組	リニューアル後のふれあい館において重要性を増す企画展を定期的に魅力的な内容で開催していくとともに、その他ソフト事業との連携により業界全体の活性化に寄与するために必要な人員を配置する。
当年度目標	魅力的な展示の企画を担う専門の職員として昨年度雇用した嘱託員の正職員化を図る。 また、年度当初においては必要最小限の人員体制でスタートするが、収益事業の推進により確保した予算をもって、イベント開催が集中する時期に臨時職員を配置し、運営体制の強化を図る。
当年度結果 (※)	より魅力的な施設としてリニューアルすることに加え、リニューアル後の魅力的な企画展の実施のため、企画力と調整力に優れた職員を正職員として雇用したほか、適切な時期に臨時職員を雇用し、運営体制の強化を行った。

指標	職員数 ※ ( ) 内は嘱託職員数 (単位：人)							
中期経営計画	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度	
	6 (1)		6 (1)		6 (1)		6 (1)	
実績	見込	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績(※)
	6 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	8 (3)	8 (2)	8 (1)