

(令和元年度単年度経営計画)

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

基本事項

所管局課	産業観光局商工部伝統産業課	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>総合プロデューサーを中心に、企画展を充実させ、異業種交流や工房訪問事業などの多くのソフト事業を実施したことで、認知度の向上により世界最大の旅行口コミサイトにおいて国内美術館・博物館ランキング第5位に選ばれるなど結果も出てきている。</p> <p>今後も引き続き、業務面・財務面・組織面それぞれの分野においてしっかり取り組んでいただき、さらに京都の暮らしと文化を育んだ本市の伝統産業の振興を担う「核となる施設」として、積極的に展開していただきたい。</p> <p>また、ふれあい館のリニューアルにより、これまでから取り組んできたソフト事業を更に発展させると同時に、展示内容の抜本的な見直しを進め、伝統産業業界の核となって振興を図っていただきたい。</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	令和2年3月の京都伝統産業ミュージアムとしてのリニューアルオープンに向け、高い企画力と調整力を有する専門職員を配置するとともに、伝統産業のファンの裾野を広げるため、完成品の鑑賞に留まらず、ものづくりの背景も見てもらえるよう、触れる展示や制作工程や素材、材料などの展示を導入した。販売においては、法人記念品の個別オーダーにも丁寧に対応するなど、販売促進に努めた。
所管局	<p>入館者について、リニューアルに伴う休館を実施するまでの期間（4月～9月）の来場者数は前年同期間比9.0%増となっており、着実に来場者を伸ばしていたことは評価できる。</p> <p>今後は、リニューアルオープンした施設を有効に活用するために、業務面・財務面・組織面それぞれの分野において課題の整理・解決を図り、京都の暮らしと文化を育んだ本市の伝統産業を発信する拠点として、積極的な取組を進めていただきたい。</p>

(公財)京都伝統産業交流センター	令和元年度経営計画 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	夏季などの入館者数が減少する時期に合わせて集客につながる企画展示を実施することに加え、令和元年9月のICOM京都大会と連携した企画を実施することで国内にとどまらず、海外向けにも伝統産業の魅力を発信する。 また、令和元年10月以降のリニューアルに向けて更なる機能の充実を図るため、様々な切り口で普及啓発できる企画展示について検討を進める。 なお、リニューアル工事のため、令和元年度の企画展示回数については、中期経営計画の目標（5回）を下回る1回を目標とする。
当年度結果 (※)	令和元年9月のICOM京都大会に併せて、多品目の職人による実演、着物の特別展示、京焼・清水焼のお猪口でのふるまい酒と京漬物等を行い、海外からの来館者に対して伝統産業の魅力を発信した。また、リニューアル後の企画展については、伝統産業の新たな学びと発見の場となる未来の工芸のための企画を年3～4回実施する方向で検討を進めるとともに、リニューアルオープンに合わせて、ものづくりの現場を再現し、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もらう「職人たちのマーチ」を実施した。

指標	独自の企画展示の開催回数 (単位：回)							
	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度	
中期経営計画	—		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	1	—	

(令和元年度単年度経営計画)

(公財)京都伝統産業交流センター

令和元年度経営計画
兼 経営努力結果

(2) 財務に関する取組

主要財務数値	(単位:千円)						備考欄
	平成30年度		令和元年度		令和2年度		
	予算	実績	予算	実績(※)	予算	実績	
経常収益	66,512	73,983	68,310	77,663			
経常費用	66,512	65,628	68,310	92,970			
当期経常増減額	0	8,355	0	△ 15,307			
当期正味財産増減額	0	7,450	0	△ 16,086			
資産合計	-	63,044	-	64,939			
負債合計	-	15,143	-	33,125			
正味財産	-	47,900	-	31,814			
うち累積損益額	-	36,900	-	20,814			

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実店舗である京都駅のおみやげ街道での個人向け販売に加え、コンGRESバック等の法人向けの記念品に対する需要を取り込むことで、販売拡大を図る。
当年度結果(※)	オンラインショップにおいては、取扱商品がメディアで取り上げられたことなどから前年度を上回る売り上げを達成できた。また、法人向けの記念品についてもこれまでの実績が評価され、前年を上回る売り上げを達成することができた。

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	
	見込	実績	目標	実績	目標	実績(※)	目標	実績
中期経営計画	—		34,000		35,000		36,000	
実績	33,000	40,685	34,000	38,718	36,800	49,518	—	

(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	リニューアル後の企画展をはじめとするソフト事業について、より魅力的な内容で中長期的に継続して実施できるよう、実施手法及び人員体制の構築を行う。
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、リニューアル後の企画展の実施に向けて、企画力と調整力に優れた職員を新たに配置し、体制を整えた。また、次年度以降の財団運営に向けて、業務分担など、組織運営の見直しについての検討を行った。

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	
	見込	実績	目標	実績	目標	実績(※)	目標	実績
中期経営計画	6 (1)		6 (1)		6 (1)		6 (1)	
実績	6 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	6 (1)	8 (3)	—	