

(資料)

# 令和3年度 第2回京都市伝統産業活性化推進審議会

～後半期5年間に向けて（案）～

# 1 この間のコロナ対策

※国の新型コロナ対応地方創生臨時交付金を活用

○令和3年度は・・・

## 「京都市伝統産業従事者支援事業」

- ・ 予算額：3億5,400万円（9月補正, 11月補正）
- ・ 新商品開発等に必要な材料や道具の購入経費を補助  
（上限20万円, 補助率9/10以内）
- ・ 1,620件の申請（想定を上回り追加補正）

## 「伝統産業品販売促進支援事業」

- ・ 予算額：7,000万円（9月補正）
- ・ 大規模見本市（東京ギフトショー）への出展支援  
→ 29事業者の出展を支援
- ・ 越境EC（JETROと連携したAMAZON「JAPAN STORE」）への出展支援  
→ 25事業者の出展を支援
- ・ バーチャル空間における販路拡大  
→ 年度内に構築するバーチャル京都館における販売等
- ・ 京都伝統産業ミュージアムを拠点とした実演・販売等の機会創出「CRAFT POINT KYOTO」  
→ ミュージアム内での展示・販売・実演, 市内事業者をマッピングし, 回遊できる仕組みも

○令和2年度は・・・

伝統産業づくり手支援事業

- ・ 新商品開発に係る材料費や労務費等の経費を支援

伝統産業和装産地支援事業

- ・ 学校教材やMICEに使用するきものや帯などの新規製造を産地組合に発注

## 2 課題・5年後のビジョン

### 課題

売れない

雇用できない

後継者不足

売る場所、  
機会の減

価値が伝わら  
ない

流通の停滞

事業・技術継承  
の危機

道具・材料の  
高騰・不足

中長期的取組

### ビジョンを考えるうえでの 4つのポイント

① 選ばれる商品づくり

② 暮らしの中に伝統産業品を

③ つくり手・買い手・使い手の  
コミュニケーション活性化

④ 持続可能なものづくり

⇒ 京都のブランド力、都市格の  
向上（成長戦略に貢献）

コロナ禍でより  
厳しい状況に

コロナ禍の対応  
(P. 2)

一方、  
・一部の事業者は売上増加

### 3 具体的なビジョン ～令和8年度に向け目指す姿～

①選ばれる商品づくり, ②暮らしの中に伝統産業品を, ③コミュニケーション活性化, ④持続可能なものづくり

#### ★商品開発

・ マーケティングを重視し, 時代のニーズに合わせた売れる商品が開発されているとともに, 他業種等とのコラボやプロデューサーとの連携で新たな顧客獲得につながる商品を開発できている。

#### ★魅力発信・市場の拡大

・ SNS等を活用し, つくり手・買い手・使い手, 使い手同士のコミュニケーションが活性化。互いに刺激し合い, 欲しいものが作られることで工芸品が生活の中で自然に使われている。

#### ★販路拡大

・ ECサイト, バーチャル空間, サブスクリプション, 首都圏や富裕層, 海外への展開など, あらゆる手法で販路拡大が進んでいる。

#### ★流通

・ 卸・問屋による新たな販路獲得やコンサルティングが充実しているとともに, ECサイト等による直販など多様な選択肢があり円滑に機能している。

#### ★後継者育成

・ 京都で学ぶ若者, また他産地のつくり手等が, 京都で働きたい場合に, 担い手を必要とする事業者とマッチングできている。

#### ★事業承継・技術承継

・ 事業拡大したい事業者と事業継承したい事業者がM&A等によりマッチングできている。

#### ★観光

・ 宿泊施設や飲食店等が建築資材やインテリア, アメニティや食器等に伝統産業品を積極的に活用しており, 伝統産業事業者とのマッチングも仕組み化されている。

・ 工房訪問など伝統産業品の背景, 魅力を伝える機会が観光に組み込まれているとともに, 購入できる場所も充実している。

#### ★文化

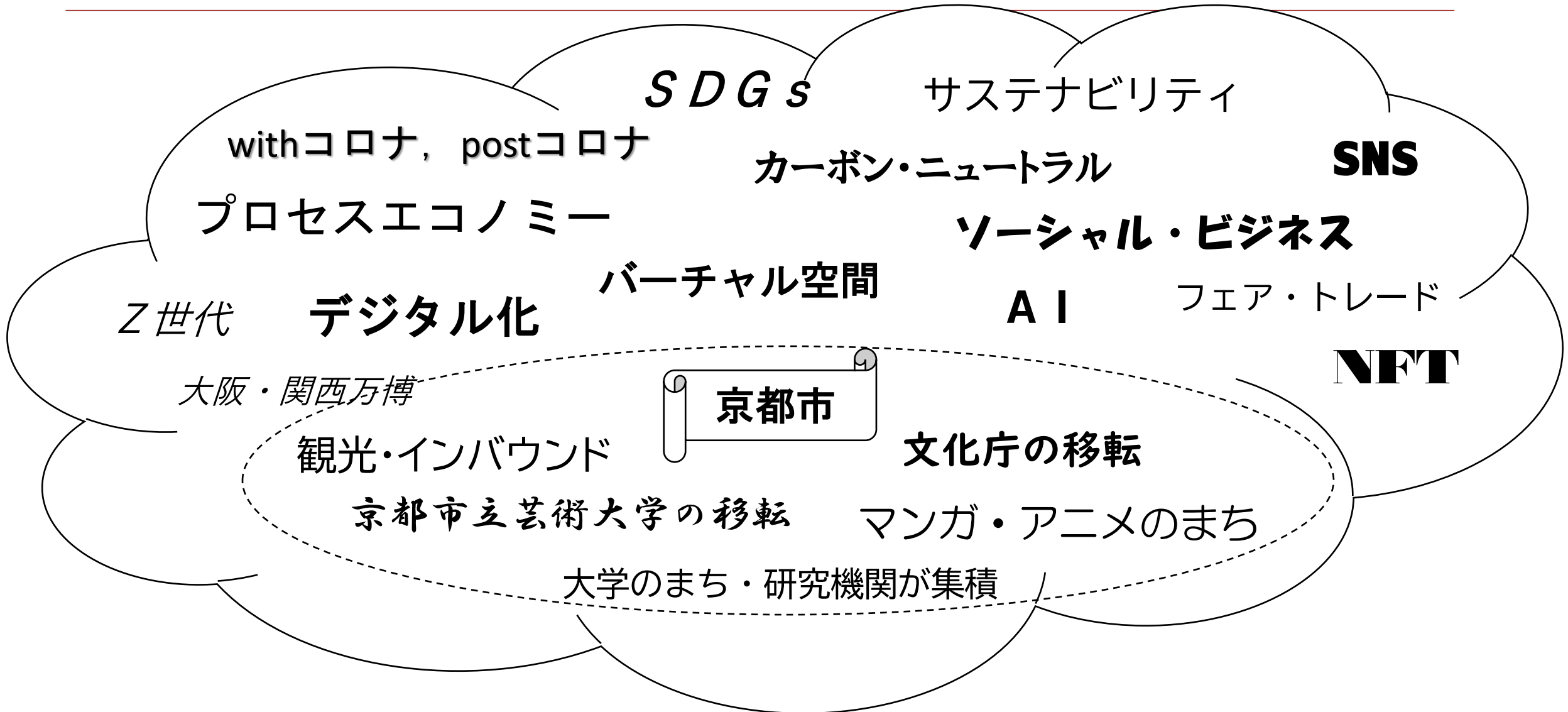
・ 文化庁移転を契機に, 伝統文化, 生活文化, 芸術分野をはじめとした文化事業との連携・融合が一層進んでいる。

・ 物を長く, 大切に使うなど文化度の高い生活が定着している。

#### ★好事例・ベストプラクティスの共有

・ 売上が伸びている好調な事業者の事例などが共有されており, 業界全体の底上げにつながっている。

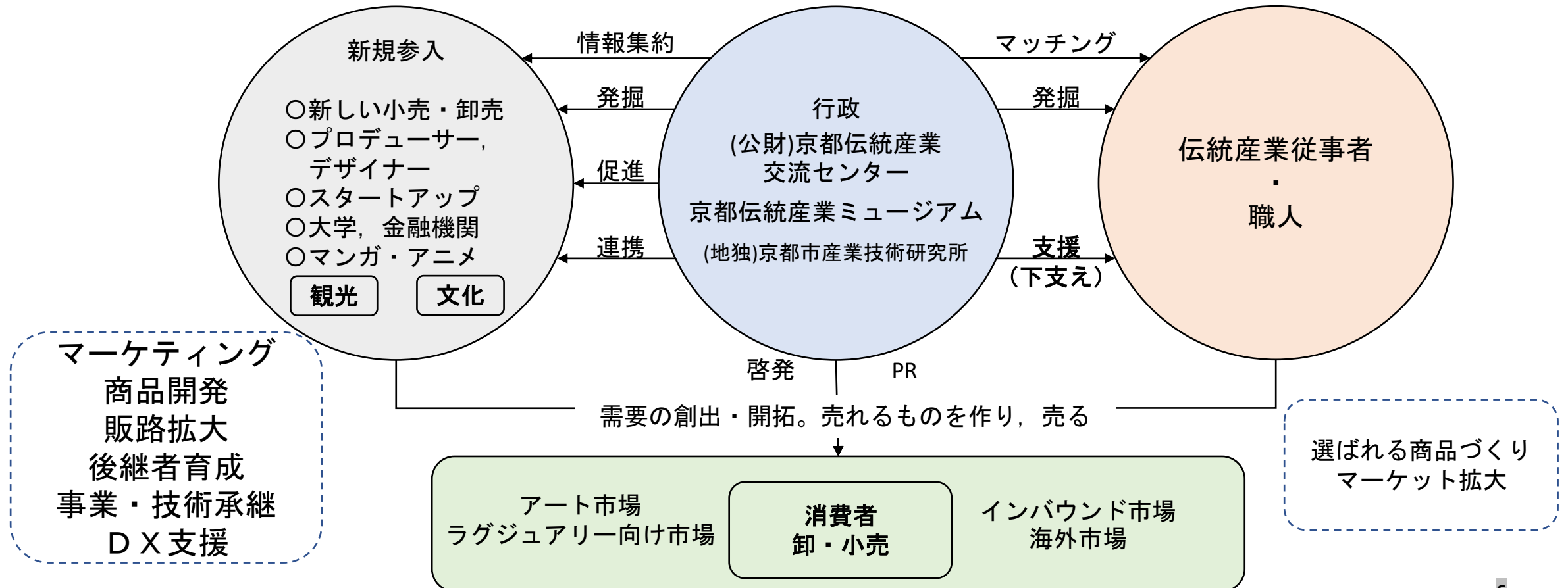
## 4 社会情勢



様々な要素を伝統産業と掛け合わせ，関係人口を増やす  
(シナジー効果)

# 5 行政などの今後の役割

○これまでのような支援に加えて、**伝統産業事業者「以外」と伝統産業事業者とのマッチング**なども積極的に進める  
 ・伝統産業分野に関心のある民間事業者、金融機関、大学、プロデューサーと、意欲的な伝統産業事業者の情報を収集し、ビジネスマッチングの拠点に。



# 6 ビジョンの実現へ 今後5年間の取組①

## ～新たに実施～

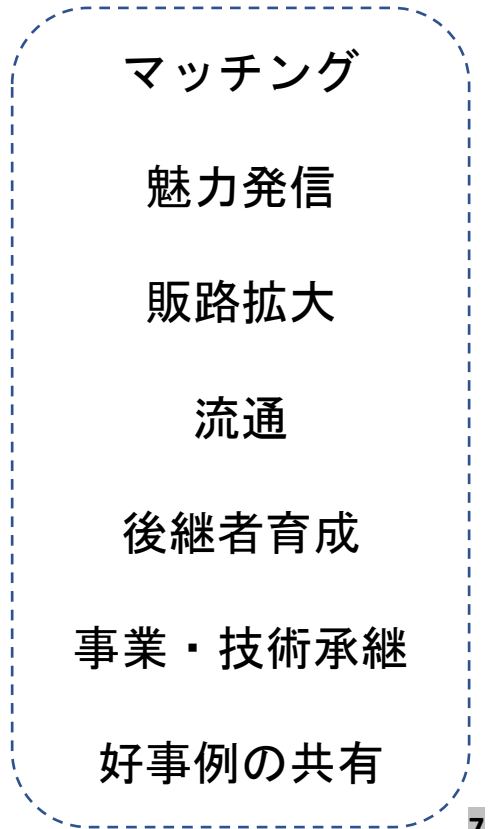
### ★ビジョン実現に向けた新規事業の構築

- 都市の成長戦略に沿った、伝統産業の振興・発展、さらには京都の価値を高め、担税力の強化につながる効果的な取組を重点的に伴走支援する仕組みを検討
- 数多く生み出される先進事例が、業界を牽引、底上げに貢献
- 事業を後追い、分析するとともに、好事例はセミナー等で共有し、業界全体に還元

【行財政改革計画・都市の成長戦略】  
2 文化と経済の好循環を創出する都市  
<キーポイント>  
・文化芸術やスポーツと伝統産業をはじめとする産業分野との融合により新たな付加価値が生み出されている。  
<チャレンジ>  
・食文化や日本酒、きもの、華道や茶道、香道、書道などを毎日の暮らしに根付かせることで、関連する産業の活性化と文化の継承を推進  
・文化と産業・ものづくり等との連携をキーワードとした京都のものづくり企業や大学、金融機関、投資ファンド等との連携  
・伝統産業と他分野の融合によるマーケティング、商品開発、販路開拓支援

### ★「バーチャル京都館」の構築

- バーチャル空間上で京都の情報発信、伝統産業品の販売
- 利用シーンから購買への接続、ライブコマースなどバーチャルならではの物販
- 工芸品のストーリー、工房、技術を配信
- 文化体験コンテンツ・交流サロン
- 観光情報
- 企画展の開催





## 6 ビジョンの実現へ 今後5年間の取組②

※ 現在の表彰・顕彰制度，設備改修補助制度等はベースとして継続

### 【商品開発】

キーワード：マーケティング，コラボレーション

- 次代を担うZ世代，大学生目線を取り入れる仕組みの検討
- 一方で質の高いライフスタイルを追求する層に向けた謎え品等の制作
- 京都に貢献したい，京都ブランドを活用したい企業とのコラボ実施
- アパレル，ファッション誌とのコラボ実施・充実
- マンガ・アニメとのコラボを実施・充実
- 素材等，産業技術研究所や民間事業者と共同研究・開発



### 【魅力発信】

キーワード：プロセスエコノミー，コミュニケーション

- 「アウトプット＝良いもの」だけでは稼げない
- 過程（プロセス）を共有することで価値を向上

手法として

⇒ バーチャル空間の活用

SNS，オンラインサロン

工房訪問，体験型事業の充実

- つくり手と買い手・使い手のコミュニケーション
- ⇒ 京もの担い手育成事業の充実

○使い手同士のコミュニケーション

⇒ 使った感想，おすすめ商品，使っている様子を見せる，伝える仕組みの構築



## 6 ビジョンの実現へ 今後5年間の取組③

### 【販路拡大，流通】

キーワード：DX（デジタル技術による変革）

- あらゆる手法で販路を開拓
  - ・バーチャル空間の活用
  - ・ECサイト（越境含む）の活用，促進
  - ・サブスクリプションの活用など
- DXに苦手意識を持った事業者をサポートする仕組み検討
- ふるさと納税返礼品としての出品を充実
- 卸・問屋による販路拡大の仕組みを検討
- プロデューサー，つなぎ手の発掘

### 【好事例の共有】

キーワード：ベストプラクティス

- セミナー等を通じ，好事例や課題等を共有することでビジネスの最適解，効率的な手法を見出す。
- 好調な事業者が業界を牽引し，底上げにつながる仕組みの構築

### 【後継者育成，事業・技術の承継】

キーワード：育成支援とマッチング

- 既存の後継者育成制度を継続・充実しつつ，産業技術研究所など他機関との連携により取組を充実
- マッチング機会を創出する仕組みを検討
- M&Aや空き工房の活用を推進する仕組み検討
- AI，モーションキャプチャなどの先端技術を活用した技術承継の仕組み検討

<既存の後継者育成制度>

- ・「わかば会」
- ・育成資金の支給（累計1,321名）
- ・京ものユースコンペティション
- ・伝福連携
- ・京もの担い手育成事業

【京都市産業技術研究所】

技術後継者育成研修

京もの担い手プラットフォーム

## 6 ビジョンの実現へ 今後5年間の取組④

### 【観光】

キーワード：モノ→コト→トキ消費へ

- 京都でしかできない体験を提供する仕組みを構築
- 宿泊施設や飲食店等へ京都らしい設えを売り込み
- 伝統産業品の購入につながる場所の充実，仕組みの検討
- プロセスエコノミーを重視し，職人，工房，商品の背景・ストーリーを含めた価値を提供する仕組みを検討



### 【文化】

キーワード：文化庁移転

- 文化庁移転を契機を捉えた更なる連携・融合を推進
- 伝統文化，生活文化，食文化，コンテンツ，アート分野と連携した取組検討
- 京都市立芸術大学との連携
- 伝統産業製品と文化度の高い生活を求める使い手を繋げる取組検討



## 7 ビジョンの実現に向けた拠点

### 「京都伝統産業ミュージアム」

「工芸のものづくりを持続可能にする」「工芸を通じてすべての人の暮らしを豊かに」「京都の伝統文化を通じた世界の人々の交流拠点に」を理念に、取組を展開

(事例)

- ・ マatching, コーディネート機能
- ・ ホテル, ショップ等の設えプロデュース
- ・ 自主企画展, MOCADギャラリー展示の充実
- ・ ユニークベニューとしての活用
- ・ オンラインコンテンツの充実 (バーチャル化など)
- ・ 修学旅行生, 富裕層, インバウンドなどターゲットを明確に
- ・ SNS発信充実 (ライブ配信など)
- ・ 体験プラン (工房コンシェルジュなど) の充実
- ・ ショップ (オンライン含む) の充実, 売上増加
- ・ 国の補助金等の活用

マatching  
魅力発信  
販路拡大  
流通  
後継者育成  
事業・技術承継  
観光  
文化



## 8 好循環の事例

### 「ふるさと納税返礼品・体験プランの構築」

- ふるさと納税返礼品として、多くの伝統産業製品、高付加価値な体験型事業を登録。
- 「地域と文化を支える伝統産業や商業などの振興」を使い道として選択できるようになり、多くの寄付が集まっている。
- 登録料不要、販売手数料不要 ⇒ ふるさと納税返礼品として選ばれ、情報発信することで事業者の売上に直結。

福島県

【題名】オール福島

【染匠名】富宏染工(株)



工芸染匠の47都道府県のきもの

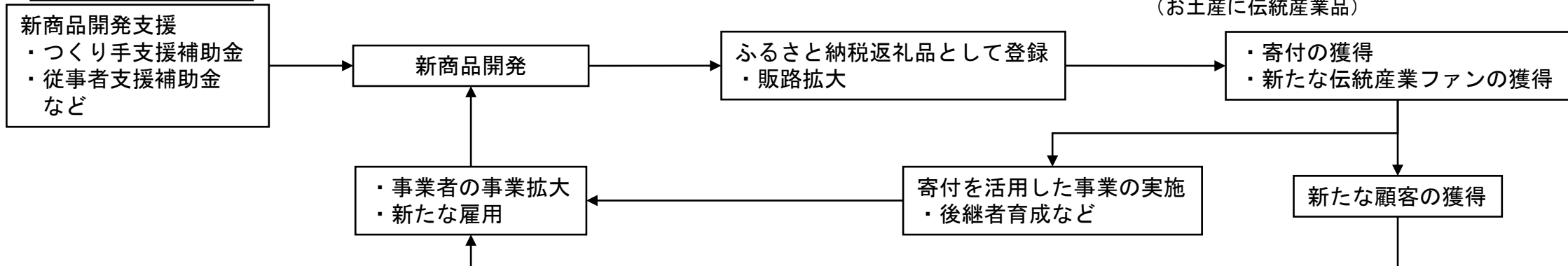


【清水焼×ザ・リッツ・カールトン京都】  
陶芸体験とディナー



1日1名限定！智積院開館1泊2日  
豪華なご夕食を堪能できるプラン  
(お土産に伝統産業品)

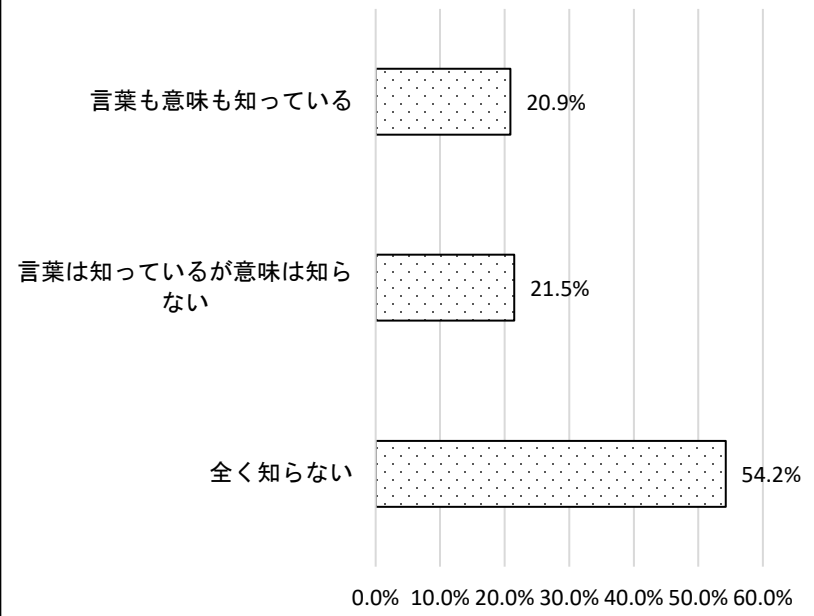
目指す好循環、フロー



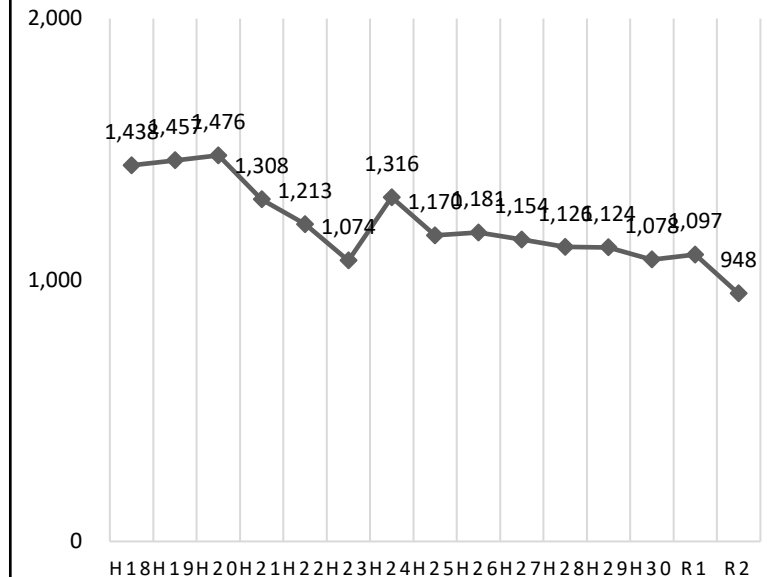
# 9 指標について

- ・ 出荷額，従事者数の調査は継続
- ・ 今年度行った工業統計，経済センサス，家計調査の分析を次年度以降も継続し，業界の状況や施策の効果を検証
- ・ トレンドに合わせ，事業者や消費者へのアンケート調査を実施
- ・ 民間企業等が行っている調査結果等も活用

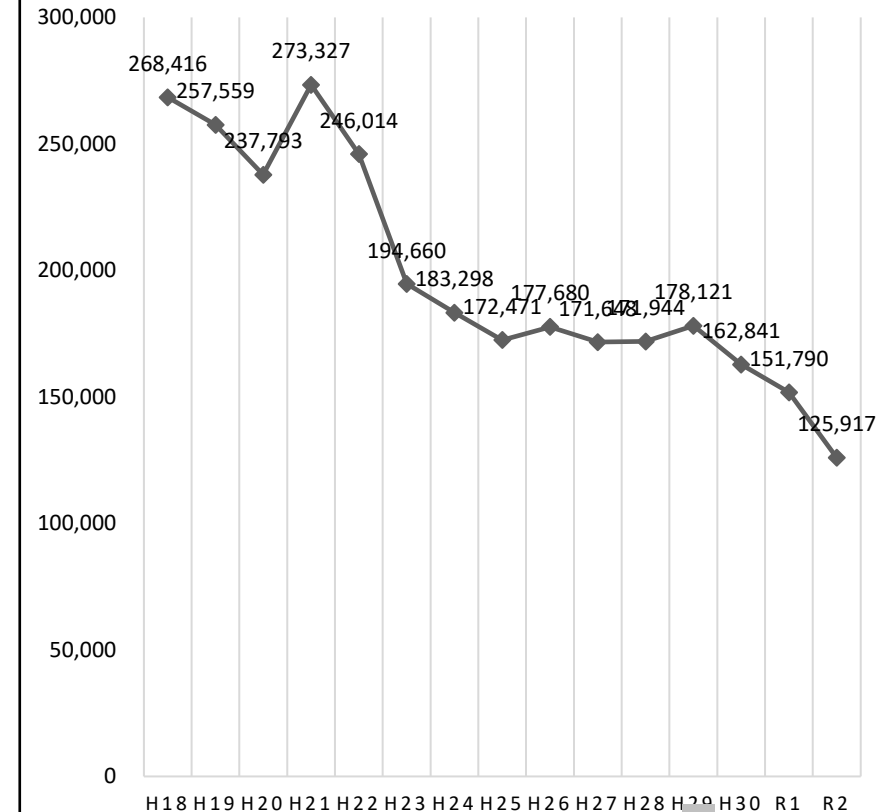
(アンケート調査) DXについて



(家計調査) 1世帯当たり  
茶わん・皿・鉢の支出 (円)



京都市伝統産業出荷額等調査における  
出荷額の推移 (百万円)



# 本日、ご議論いただきたいこと

5年後のビジョン、またその実現に向けた取組について、各委員の皆様のご分野、知見から、ご助言いただきたい。