

令和7年度京都市伝統産業活性化推進審議会 摘録

1 日時

令和8年1月30日（金）午後3時～午後5時

2 場所

京都市役所正庁の間

3 出席者（五十音順、敬称略）

会長 若林 靖永 佛教大学社会学部公共政策学科 教授
副会長 大野木 啓人 京都芸術大学 教授
副会長 米原 有二 京都精華大学 伝統産業イノベーションセンター長
今井 珠加 株式会社ビジネスガイド社 大阪支社支社長
北川 淑恵 株式会社季縁 代表取締役
小山 汀奈 Pieces of Japan 株式会社 代表取締役 CEO
榮井 菜々子 株式会社グランビスタ ホテル&リゾート 広報・PR 課 担当部長
竹口 尚樹 京都信用金庫 常務理事
田中 雅一 京都伝統工芸協議会 会長、京都府仏具協同組合 理事長、
（公財）京都伝統産業交流センター 理事長
LIN SELINA 市民委員
永田 宙郷 ててて協働組合 共同代表
畑 利和 京の伝統産業春秋会 会長
廣岡 青央 （地独）京都市産業技術研究所 知恵産業融合センター長
室井 麻依子 京の伝統産業わかば会 顧問
小林 啓治 京都府立大学農学食科学部 教授（欠席）
溝部 千花 市民委員（欠席）

4 内容

- (1) 京都市（後藤伝統産業振興担当部長）挨拶
- (2) 若林会長冒頭挨拶

京都市の伝統産業活性化推進条例の下にこの審議会を設置し、京都の伝統産業の活性化に総合的に取り組んでいる。令和8年度は現行の第3期計画の最終年度に当たる。令和9年度以降の次期計画をどうするか検討するに当たり、今回は第3期計画の取組を振り返るとともに、昨今の伝統産業を取り巻く状況について改めて議論いただきたい。

(3) 新任委員自己紹介

(4) 事務局説明

資料に沿って説明

(5) 審議

畑委員) 薫香の松栄堂では、「変わらないために変わっていく」ということを経営理念として掲げている。ライフスタイルが大きく変わり、和室のないマンション住まいの人の増加や、宗教離れ、墓じまいなど、お香を使う機会も減っているため、同業他社も含めて大変厳しい状況にはあるが、当社では将来を見据えた取組、いわゆる「種まき」を行っている。

その1つは、「かおり風景」という冊子である。41年前から、香りにまつわるエッセイや写真を全国に募集し、3,000件余りの投稿をいただき、コンテストを実施するとともに、作品を掲載する冊子を作成・配布している。

もう1つは「薫習館」での取組である。誰でも気軽に入ることができる「香りの散歩道」というコンセプトで、様々な香りの種類や、歴史、どんな状況で使われてきたか等を展示し、一般の方々が香りに触れられる機会を提供している。

また、「ことことワゴン」というワゴン車を造り、お香の商品をたくさん載せて、関東エリアに出張販売する取組も実施している。京都の店舗で客を待つのではなく、攻めの姿勢で、多くの方にお香を知ってもらおうとしている。

この他にも、体験教室や展示会なども開催しており、今、ライフスタイルの変化や物価高などの厳しい中にあっても、ある程度の業績を上げられているのは、こうした長い間の「種まき」が少しずつ実を結んできたのではないかと感じている。伝統産業は「待ち」の姿勢だけではいけない。京都市でも様々な事業をやっておられるが、私たち伝統産業事業者も、創意工夫で取り組んでいきたいと思っている。

田中委員) 伝統産業は、厳しい状況が続いている。京都伝統産業交流センターでは、小学生を対象に、和室など畳のある空間で伝統産業体験を実施しており、付き添いの保護者の方も一緒に体験されるが、「伝統産業の体験楽しいね」、「きれいだね」という感想で終わってしまい、普段の生活に取り入れるというところまでは至っていない。今後は、大学生など、対象年齢を少し上げるとともに、体験の内容を充実させることができれば、伝統産業についてより理解を広げられるのではないかと考えている。

また、京都伝統工芸協議会では、3年ほど前から、年に3回、若手の職人向けに研修会を実施している。研修会の後には、交流会を開催し、様々な業界の方々と知り合い、新しいものづくりにつなげていただく機会を提供している。ただ、協議会に予算がない中で、中小企業団体中央会から補助金をいただいて、講師を呼んだり交流会を設定したりしているが、なかなか参加者が集まらず、運営に難しさを感じている。

先ほど事務局から、京都市が実施している「京都市伝統産業未来構築事業補助金」の説明があったが、現状、伝統産業事業者に、補助金を使って何か新しいことをしようという

体力がなくなってきた感じがする。補助金をいただけるのはありがたいが、その用途や条件など、事業者が使いやすい補助金になるよう検討いただきたい。

永田委員）次期計画策定に向けた調査では、伝統工芸の実情を調べるだけでなく、伝統工芸に関わりたいと思っている人や市場を調べてはどうか。

例えば、金沢市では、生業として工芸に携わることはできないが、美大でものづくりを学んだ人が職人の商品制作のサポートをしたい、事務作業の得意な人が職人の計理をサポートしたい、といった、伝統工芸に関心のある人の調査を行っている。

「産業として続けていくことが大変だから後継者が必要だ」という理由で職人を増やそうとするよりも、「伝統作業に関わると、自分の人生が終わった後も後世に残るようなものづくりに携わることができる」とポジティブにアピールすれば、関心を持ってくれる人が増えるのではないか。もしこのような調査をするのであれば、京都市内に限らず、全国を対象にした方がいいと思う。

また、伝統工芸が進出可能な市場を調査し、その市場をターゲットとする取組への補助金を手厚くするのも有効ではないか。近年、SMBCやUFJといった金融機関でも、工芸という切り口で伝統産業や地域産業を支援しようという動きがあり、成長市場に関する情報を持っていると思う。

市でも、これまで様々な調査を実施されていると思うが、次期計画策定に向けては、もう少し京都や伝統産業の外側のマーケットを調査した方がいい。

⇒**若林会長**）御紹介いただいた金沢市での調査や、伝統産業とコラボできる市場の調査というのは、具体的にどういうものか、もう少しお聞かせいただきたい。

⇒**永田委員**）金沢市の調査は、市政アンケートではなく、市内文化施設への来場者（文化に一定の関心を持っているであろう方々）に対して実施したものである。観光客など、市民以外にも対象を広げて実施した結果、伝統工芸について、見る・買う・使うだけでなく関わり方をしたいと思っている方が一定数いるということが数字として表れ、今までに行政が想定しなかった層にアプローチする施策につながった。

他にも、ニッポン手仕事図鑑では、工芸の職人になることに関心を持った方々が数千人登録しており、非常に高い就業率を誇っている。昨年には、日本サービス大賞を受賞しており、今までアプローチできていなかった層にもマッチングが成功している事例である。

また、市場に関しても、金融機関には、「こういう業界から伝統工芸に関する問合せが多い」「こういう業界が独特の技術や素材に関心を持っている」といった情報が多く蓄積されているので、伝統工芸に関心を持っている業界をピックアップしてもらい、そこから、推計で市場規模を算出していくことは可能だと思う。ある程度、伸び率が期待できるほどの市場規模がある業界に対して、より注力して税金を投入するという施策立案の方法もあるのではないか。

小山委員）京都には美大生も多く、職人になりたい人もたくさんいると思う。それよりも、職人側に、そういう意欲のある人を採用できるだけの上売がないのが問題ではないか。職人の上売を上げるために、市でも様々な取組をされているという報告があったが、そうした取組により、実際に職人にどの程度利益が出たのかといった数字を報告していただきたい。職人から話を聞いていると、補助金を使って展示会をしたが、結局出費の方が多かったというケースも多いように感じる。今の取組の成果を数字で見ることができないと、今後どこに補助金を出すべきか、施策を実施すべきか、という判断が難しい。

⇒**若林会長**）京都市の様々な取組の中には、事業者の上売を増やすことに焦点を置いた事業もあるが、すぐに上売につながらない性質の事業もある。また、事業者の上売を増やすための事業であっても、個別の民間事業者の上売を公表することが難しかったり、また、事業を実施した年度内にはすぐに利益に結び付かないものもあったり、様々な事情で事業成果を数字で示すことに制約があると考えられる。こうした事情はあるだろうと推察されるが、今回の審議会でも報告のあった取組の中で、事業者の利益に結び付いている事例があれば、事務局からももう少し詳細に御紹介いただきたい。

⇒**事務局**）若林会長がおっしゃるとおり、本市の事業は、伝統産業事業者の利益・上売に直結するものばかりではなく、伝統産業の魅力の周知や、後継者育成の取組などは、具体的な数字による実績をお示しにくい面がある。

ただし、例えば「伝統産業未来構築事業」という、伝統産業事業者が他分野の事業者等と3者以上のグループで実施する販路開拓や新商品開発、後継者育成などの先進的な取組に対して補助金を交付し、伴走支援する事業については、補助金を交付した取組を通じて上売がどの程度あったかということ申請者に対して後追いで聞きとっている。

結果、採択した取組の各年度（令和6年度では18件）の上売総額は、数千万円規模となっているなど、一定の成果が出ているものと認識している。

本市としても、数値で実績を把握することの重要性は認識しており、審議会での報告の方法や、今後の事業成果の把握方法など、引き続き検討してまいりたい。

榮井委員）京都のホテルには国内外から様々な方が訪れるため、ホテル業界には、ホテルは地域の伝統産業などを発信するメディアのような存在になるべきだと考えている方も多いと思う。ただ、そうしたホテル関係者が、伝統産業の技術を使って作られた備品の購入や、ノベルティグッズ等の制作等をしようと考えた際に、どこに相談すればいいか、というのが分かりにくいのが課題である。そのため、伝統産業事業者への発注の流れや、納品スケジュール等がまとまって記載され、オンラインで発注までできるWEBページがあればいいと思う。

また、次期計画策定に当たって必要な調査については、伝統産業製品に関心のある事業者等が、どのくらいのロット数だったら購入しやすいのか等についての調査も併せて実施

されると、新たな市場の開拓に結び付くのではと感じた。

⇒若林会長) 京都では、ホテル内に伝統産業の技術を使った設えをしたり、ギフト品としての伝統産業製品の販売、長期滞在者向けの伝統工芸体験ツアーの案内、職人によるワークショップ実施など、様々な取組が既に様々行われている。

榮井委員から御指摘があったように、ホテルや旅館が、伝統産業を紹介し、体験や購入できる場として、総合的なメディアのような役割を果たす可能性は十分にある。もう少し、ホテルでの取組や現状について、御発言をいただきたい。

⇒榮井委員) 毎日様々な方が宿泊されており、舞妓さんが和蠟燭の灯りの中で舞うイベント、職人の実演など、様々な京都の文化に触れる体験を提供している。市指定 74 品目の伝統産業の中で、ホテルと協力しやすいものとそうでないものの差が大きいという点、また、職人がホテルで伝統産業の実演を実施しても、すぐには商品の購入につながらないことも多い点がホテルで発信する課題だと感じている。自社でも、そのあたりの課題の解消に向け、できることがあれば協力したい。

竹口委員) 東京でホテルを運営している事業者が関西に進出する際の相談に乗っていたところ、伝統産業も含めた、京都の素材や製品をホテルに使いたいという要望があったことから、京都の事業者と東京の宿泊事業者のマッチングイベントを開催した。

京都の伝統産業を中心にしたものづくり事業者が約 60 社参加し、うち 6 社が宿泊事業者と共同でものづくりに取り組んでいる。参加された事業者からは、「これまでは、自分たちの従来の商品をどう売っていくかという発想しかなかったが、イベントに参加して、時流に合わせた新しいものづくりに取り組む必要があると気付いた。」というお声もいただき、非常に有益なイベントだったと感じている。

京都信用金庫においても、今年の秋ごろに地域商社を設立し、企業のブランディング等をサポートしながら、事業者の利益を上げられるような取組を進めていきたいと考えている。京都の伝統産業事業者は、優れた技術を持っているため、金融機関としては、しっかりとサポートし、新たな販路開拓等につなげていきたい。

今井委員) 京都のものづくりでは、おあつらえやオーダーメイドで、小ロットの生産ができる点が強みだと感じる。指定 74 品目に従事している職人と、彼らが持っている技術や納期の目安などを紹介し、実際に受注できるようなサイトがあればいいのではないかと。

以前、京都ギフトショーの出展者にアンケートをとったところ、伝統産業事業者の中には、技術者に限らず、企画や販売のできる人材を求めている企業があった。職人を育成することは重要だが、職人の仕事や商品を新しい観点で企画してうまく広めることのできる人材の育成にも注力すれば、新しい展開があるのではないかと。京都府が実施する「HELLO!KOUGEI」という LINE のコミュニティがあり、学生に限らず、京都の伝統工芸に関心のある方が参加しているので、そういった仕組みを活用してもいいと思う。

また、審議会資料でも報告されている「74品目業界アンケート調査」というのは、限られた産地組合に対して、出荷額を調査しているものか。もし、そうであれば、組合に属さない職人等で、効果的な取組をしている方もいるので、そうした方々の出荷額や利益率を調査することは意義があると思う。自分たちで積極的に頑張っている事業者は、売上が伸びている、ということが分かれば、業界全体がそうした方向に向いていくのではないか。

⇒事務局) 御指摘のとおり「74品目業界アンケート調査」は、業界全体の傾向を大まかに把握することを目的として実施しており、主に産地組合に対しての調査である。

北川委員) 着物のアップサイクルや、伝統産業・アートのプロデュースに取り組んでおり、海外富裕層と工芸の方をマッチングすることもある中で、10年前と比較して、この2~3年で、国内外の方々の、工芸に対する感度が上がっていると感じている。実際に、インテリア業界やデザイナーと工芸の職人をつないだところ、1件当たり数千万円の発注に至った例もある。こうした状況から、「74品目業界アンケート調査」を見て、そろそろ出荷額が増えているのではという期待を持っていたが、実際には右肩下がりの状況が続いている。この調査の内訳を見ることができれば、伝統産業業界の中で、どこが問題か、どこが伸びているのか、というような状況を把握でき、適切な取組につなげられるのではと感じた。

⇒若林会長) 業界アンケート調査における出荷額の内訳の分析は、課題として次年度に活かしていただきたい。

室井委員) 職人は、作ることに一生懸命で、その魅力を伝えるのが苦手な方が多いように感じる。府市協調伝統産業対話会でも課題に挙げられた「消費者の方への情報提供の不足」というのは、作り手である自分自身も感じている。ただ、単にものを作るだけでなく、作る過程の動画を撮っておかなければいけないなど、職人の手間が増えているのも課題である。

わかば会のメンバーでも、自身に取り組んでいる商品や作品は魅力的だが、その魅力をうまく伝えられず、次の仕事につながらないという職人もいる。研修を受ければすぐにうまくPRできるようになる訳ではないので、どのように解決していくかが見えていない状況である。

⇒若林会長) 昔は伝統産業製品の売り手が消費者に合わせて商品の提案をしていたが、近年は、伝統産業業界全体が厳しい状況なので、売り手も縮小傾向にある。京都市の様々な施策の中で、デザイナーやアニメ・マンガ等とのコラボが一定の成果を上げているのは、コラボの相手方が伝統産業の職人やその作品を自分なりに解釈し、PRするコミュニケーターとしてうまく機能しているということだと思うので、今後、こうした分野の担い手を育てる、連携を強化するといった取組は重要になってくると思う。

LIN 委員) インバウンド需要の高まりにより、WEB サイトや商品案内を英語にしたいという相談が増えているが、単なる日本語の直訳になっているケースが多く見られる。日本に憧れを持ち、日本の文化が素晴らしいから携わりたい、体験したいと思う海外の方は、直訳でも読んでもらえるが、そうでもない方にもきちんと日本の魅力が届くような翻訳が必要ではないか。

廣岡委員) 産業技術研究所において、様々な事業者への技術支援をする中で、利益が上がらないから次の投資ができず、技術課題も解決できない、ものづくりが縮小する、といった負のスパイラルに入っている事業者も多く目にするため、行政が果たすべき役割は何かと考えている。行政は、民間事業者の売上を上げるためのサポートだけでなく、京都の伝統産業の魅力や付加価値をしっかりと国内外の人に伝え、ブランド化していく必要があるのではないかと。伝統産業の各品目のストーリーやコンセプト、ブランドを、行政がしっかりと伝え、民間事業者が販売を頑張り、お互いが連携する。このために、行政がやるべきことはブランドを作り、協力してくれる民間事業者を探してくるということだと思う。

先ほども金融機関が工芸に関心を持っているという話もあったが、京都市としては、そうした民間のプレイヤーを探し、一緒に連携するよう働きかけをしていくことが大切ではないか。

米原副会長) 私は未来構築事業補助金の審査員をやっているが、かなり苦労しながら選考しており、補助金を交付した取組の成果の後追いや、それを審査員へのフィードバックしていただくことが必要だと感じている。単年度での成果は、ドキュメントブックという形でまとめられているが、2~3年のもう少し長い視点で、効果的な取組を把握し、審査にも反映していきたい。

未来構築事業で支援している取組は、直近の利益に結び付くものだけでなく、種まきの取組も多い。例えば、原材料の確保が国内では難しいので、国外で調達できるように国外産地との交流を行うものなど、伝統産業を続けていくための基礎となる部分を考えるような、本当の意味での「未来構築」だと評価している。

ただ、やはり効果が見えにくい部分も多いため、伴走支援される際の評価や課題などを、選考部会の委員や、審議会委員、また、可能であれば市民にも共有していただきたい。

あとは、未来構築事業のような制度に応募していない方々をどうサポートするのも課題だと感じている。京都の伝統産業に従事する方は 12,000 人程度と調査結果が出ているが、精力的に新しい取組にチャレンジされている方もいる一方で、どう動いていいのか分からないという方も多くいる。

中間工程にも高い技術を持っている方がたくさんおられるというのは京都の強みであるため、こうした人たちをどうサポートするのか、この審議会で継続的に議論していきたい。

また、後継者育成について、伝統産業に携わりたい若い世代の方は一定数いるのではと

感じる一方で、一般的な企業への就職に比べ、伝統産業は就職の窓口や労働条件等が分かりにくいいため、若い世代が職人になる動きを阻害しているのではと思う。私は、京都市が実施している伝統産業技術後継者育成資金の審査員を務めているので、従事して数年の若手職人と接する機会があるが、大半の方が知り合いとのつながりで就職しておられる。もし、求人情報が公開されていたり、勤務条件の選択肢が多ければ、京都の大学生だけでなく、より多くの方に興味を持っていただけるのではないか。もちろん、徒弟制度など、伝統産業ならではの難しい事情があることも承知の上で、このような課題も今後の議論のそ上に乗せていきたい。また、他都市での取組事例があれば知りたい。

大野木副会長）10年近くこの審議会で議論されてきたことの蓄積が、今日の審議会資料に漏れなくまとめられている。色々な取組を実施してきたが、伝統産業の活性化という点では、右肩下がりの状況が続いており、こうした状況がこれからも続くのではというような悲観的な考えも持ってしまう。日本の市場だけに固執してはいずれ限界が来るため、今後は、海外にも市場を拡大し、海外に日本の伝統文化・魅力をきちんと伝えることに重点を置いていくべきだと感じた。

次年度以降、次期計画策定に向けた具体的な議論を進めていくに当たり、例えば、伝統産業指定 74 品目はこれでいいのか、審議会に新しいメンバーを入れて議論いただく方がいいのか、ということも含め、次の時代に京都市が、審議会が、果たす役割を見据えながら取り組んでいただきたい。