

令和8年度 第2回 京都市伝統産業活性化推進審議会 資料

産業観光局クリエイティブ産業振興室

本日の内容

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り
2. 統計でみる伝統産業の現状について
3. 先進事例について
4. 第4期京都市伝統産業活性化推進計画の方向性について
5. 第1回計画策定部会での主な意見
6. 今後に向けて

「京都市伝統産業活性化推進条例」および 「京都市伝統産業活性化推進審議会」について

【目的】

○「京都市伝統産業活性化推進条例」

伝統産業の活性化の推進に関し、その基本理念を定め、並びに本市及び事業者の責務並びに市民の役割を明らかにするとともに、伝統産業の活性化の推進に関する施策の基本となる事項を定めることにより、伝統産業の活性化を総合的かつ計画的に推進する。

○京都市伝統産業活性化推進審議会

「京都市伝統産業活性化推進条例」に基づき、伝統産業活性化推進計画の策定や施策の推進など伝統産業に関する事項について市民、学識経験者、伝統産業関係者等にご審議いただくことため設置された。

出所：「京都市伝統産業活性化推進条例」、京都市ホームページより抜粋。

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

第3期計画（前期計画）の目標・基本理念と施策体系

○計画期間と目標

計画期間

平成29年度～令和8年度（10年間）

最大の目標

平成27年度比出荷額の増加

○4つの基本理念

1. 経済状況及び生活様式の変化に常に対応し、市場を開拓する

2. 基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新

3. 優れた価値を広く世界に伝え、伝統産業の魅力を増進する

4. 日本独自の伝統文化の継承と文化の創造

○6つの基本施策

1. 伝統産業に関する創造的
活動に対する支援
新規市場の開拓や商品の開発などを
支援する

2. 伝統産業に関する教育や
学習の場における取組
伝統産業を楽しく学び体験することが
できるよう、教育の場で触れる機会を創
出する

3. 伝統産業に関する関心と
理解を深める取組
伝統産業の文化的な背景や、現代の
生活に合った活用の提案など、価値や
魅力を発信する取組を進める

4. 技術の継承や後継者の育成
後継者となる意欲的な若手職人に対
する支援と消滅の可能性のある技術の
転用や承継の在り方を検討

5. 活性化拠点施設等の機能
の充実
京都伝統産業ふれあい館の活性化と
京都市産業技術研究所の機能強化

6. 表彰や奨励
長年従事し振興発展に寄与した職人
を表彰するとともに、将来期待される中
堅職人を奨励し職人の意欲を高める

○3つの視点

● 伝統産業×イノベーション
従来の枠組みに捉われない新たな価値の創造
に向けた取組の推進

● 伝統産業×文化・観光
観光を切り口として、伝統産業の価値を再構
築し、その魅力を再発見する機会を創出

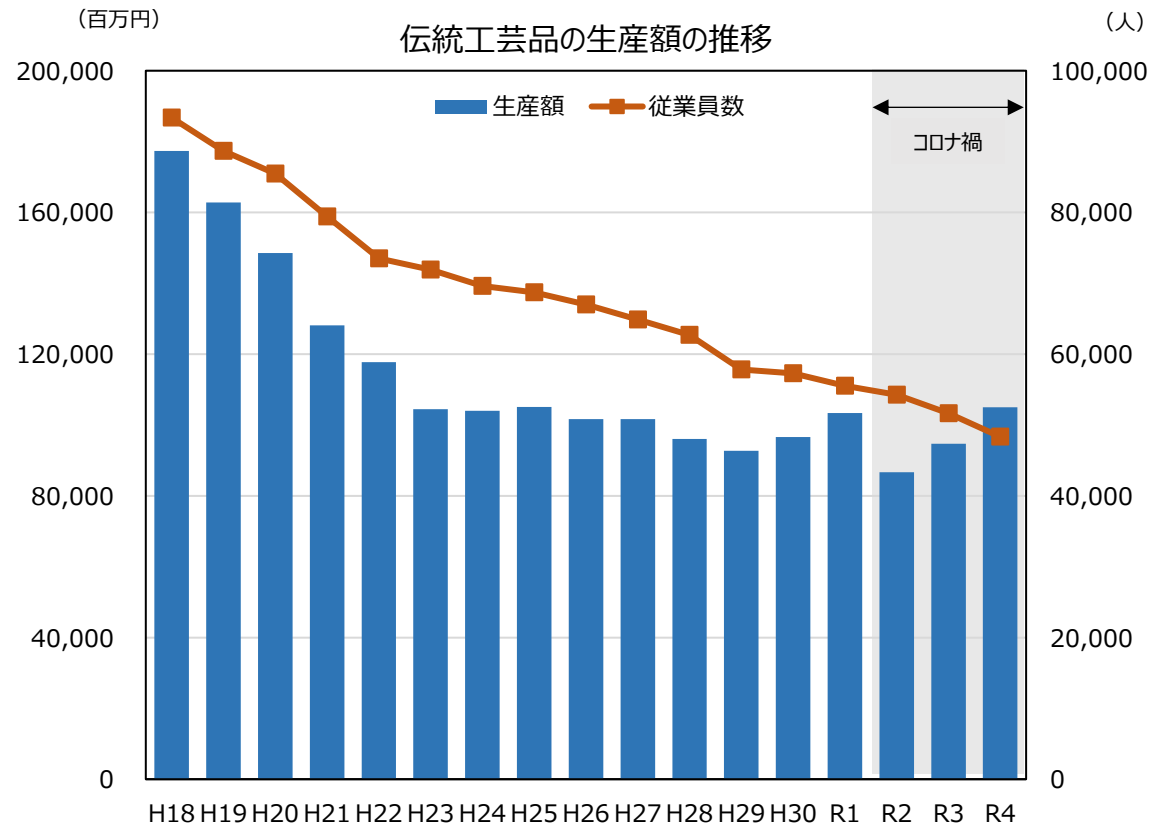
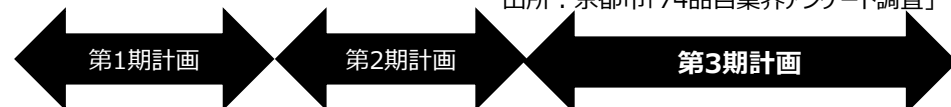
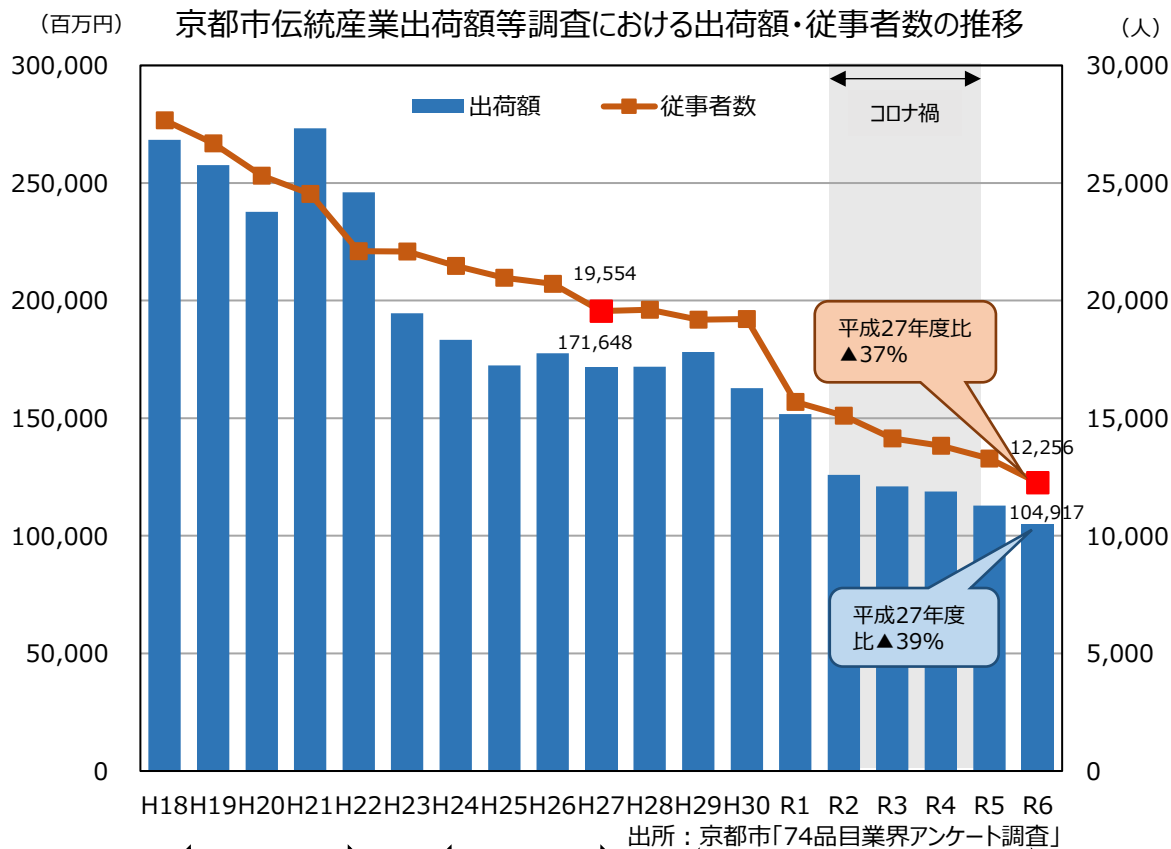
● 伝統産業×使い手
子どもたちが伝統産業に慣れ親しみ、感性を
養い、将来の「京もの」の使い手を育成する

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

現状（74品目業界アンケート調査・伝統工芸品産業振興協会統計）

74品目業界アンケート調査：京都市で指定している伝統産業74品目の業界や事業者向けに出荷額や従業員数、職人数などを調べるアンケート調査。
伝統的工芸品産業振興協会 統計データ：経済産業省が指定する伝統的工芸品の品目について生産額や従業員数などを調べるアンケート調査。

最大目標：平成27年度比出荷額の増加



出所：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 統計データ
(注) 生産額については、H30以降推計値となっている。

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

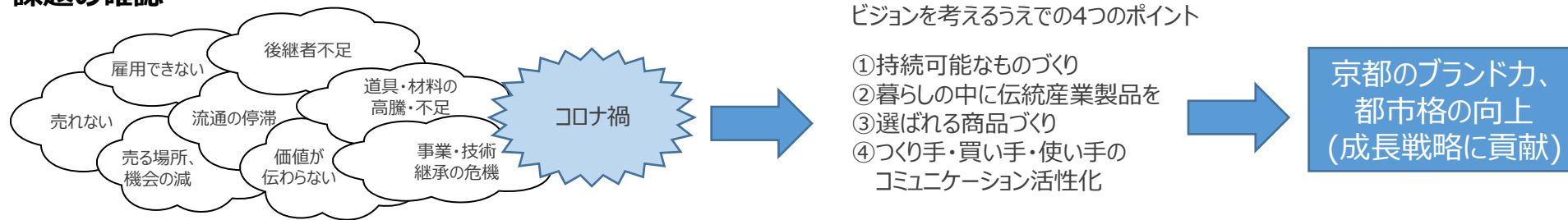
後半期5年に向けての取組

○コロナ禍を経て令和4年2月に後半期5年に向けた取組について方向性を確認した。

1 京都の伝統産業振興に向けた今後の取組について

伝統産業の活性化により、文化と産業・経済の好循環を構築し、都市の成長戦略の推進・SDGsの達成に貢献

2 課題の確認



3 ビジョン

商品開発

マーケティングによりニーズをとらえ、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

つくり手・買い手・使い手のコミュニケーションが活性化している。

販路拡大

EC、バーチャル、海外展開などあらゆる手法で販路拡大が進んでいる。

流通

卸・問屋によるコンサルティングやEC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。

社会課題解決に貢献

社会課題解決につながるものづくりが進んでいる。

後継者育成

働きたい若者と担い手を必要とする事業者がマッチングできている。

事業承継・技術承継

事業者同士がM&A等によりマッチングできている。

観光

宿泊施設等と伝統産業がマッチングし、活性化されている。工房訪問、体験が充実。購入できる場所も充実。

文化

文化事業との連携・融合が一層進んでいる。暮らしの中に取り入れられ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

好調な事例が業界全体に共有されており、底上げにつながっている。

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

具体的な取組

施策	取組内容	成果・効果等
伝統産業に関する創造的活動に対する支援 (基本的な施策1)	伝統産業未来構築事業	・補助金採択：R4年度14件、R5年度16件、R6年度18件、R7年度20件 ・R5年度に「海外展開枠」を新設。上記採択件数のうち、「海外展開枠」はR5年度5件、R6年度4件、R7年度9件を採択。
	「京もの担い手育成事業」の実施 (令和元年度～ ※令和2年度はコロナ禍で中止)	・若手職人によるインターンシップの受け入れを実施（通算19事業者）
	様々なマッチング (体験事業・販売企画への職人等の紹介、コラボ事業者への事業者の紹介)	・「無印良品京都山科店（展示販売）」、「ホテルグランヴィア京都（体験事業）」、「京都ポルタ（販売・体験）」、「プリンスホテル（高輪エリア、体験事業）」を実施 ・マンガ、アニメ、ゲームなどを扱う企業への伝統産業事業者の紹介
	首都圏でのPR（京都館プロジェクト、大正大学との連携）	・YouTubeチャンネル「京都館会議」（チャンネル登録者数2万人超）にて、小山 薫堂 氏による、ふるさと納税返礼品を紹介
伝統産業に関する教育や学習の場における取組 (基本的な施策2)	「京の匠ふれあい事業」の実施	・児童や生徒の体験機会を創出 (延べ体験者数：R5年度2,223人、R6年度2,419人、R7年度2,183人)
	小学校4年生用の副読本「わたしたちの伝統産業」の発行	・R7年に市内小学校等174校などに14,000冊配布
	大学・学校等での講義・授業	・講義・授業実績：R4年5回、R5年5回、R6年8回
	市内の中高生・留学生向けにきもの着付け&伝統工芸体験イベントを実施	・R7年に135人参加
伝統産業に関する関心と理解を深める取組 (基本的な施策3)	「伝統産業の日」事業の充実（R7年～）	・ワークショップ（伝統工芸の制作体験等）の開発・開催 ・作品とコラボした商品の開発・販売 ・みやこめっせにて合同展示販売会を開催
	「和のしつらえ」「京都和活」の提唱・提案・普及活動	・住宅展示場で伝統産業品の展示やワークショップの実施 ・「体験型謎解きエンターテインメント」を実施
	地下鉄烏丸線新車両「おもいやりエリア」への伝統産業品展示	・地下鉄の9編成に各2業種の展示を実施し、観光客への魅力発信の実施
	コトノムスビ・プロジェクト（R4年度～）	・京都の工芸品・食材・体験などと京都の宿泊施設の縁をむすぶビジネスマッチングプロジェクト ・宿泊施設向けセミナーの開催（R7年12月開催） ・ビジネスマッチング商談会の開催（R8年1月開催、伝統産業分野14事業者が出展）

1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

具体的な取組

施策	取組内容	成果・効果等
技術の継承や後継者の育成 (基本的な施策4)	若手職人への育成資金の支給	・R7年から支給要件を拡大し、通算1,365人に支給
	「伝福連携担い手育成支援事業」の実施	・R7年2業種を採択し、通算8業種
	「設備改修等事業補助制度」の実施	・R7年申請件数98件。R6年度から新規雇用や新商品開発等につながる新設は補助率アップ。
	「伝統産業未来構築事業」の補助対象に、「技術継承に資する取組」を追加 「伝統産業技術後継者マッチング事業」	・R7年は20事業（うち、海外展開枠9事業）を採択 ・学生等に対して業界への就職に関する状況や意識等を把握する調査や、就職マッチングプログラム「産地合同インターンシップ」を実施（西陣織、京鹿の子絞、京漆器、京表具、京象嵌、京銘竹の6事業者において、合計39名の学生等が参加）
活性化拠点施設の機能の充実 (基本的な施策5)	京都伝統産業ミュージアムの機能強化	・R5年に観覧料を設定。展示内容・職人実演の充実、体験ブースの設置、解説案内機能を充実
	(独法)京都市産業技術研究所の機能強化・連携強化	・研究開発や他分野との融合、マッチングから新商品開発、市場開拓につなげる
表彰や奨励 (基本的な施策6)	職人の長年の功績を称える「伝統産業技術功労者表彰顕彰」	・R7年度までに延べ1,222名を表彰
	伝統産業の中核を担う中堅職人を認定する京の伝統産業「未来の名匠」認定制度	・R7年度までに延べ156名を認定



第3期計画に定める6つの基本的施策の取組事例全てに着手！



1. 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の振り返り

京都市伝統産業未来構築事業

- 伝統産業の未来への継承に向け、幅広い分野・業種とのコラボレーションを通じ、
 - ・販路開拓・拡大に資する事業
 - ・新商品開発を含む商品力の向上に繋がる事業
 - ・後継者・技術者の確保・育成又は技術継承に資する事業
 - ・確保が困難な道具・部品対策
 - ・海外展開に繋がる事業等に先進的に取り組むグループ等を伴走支援 等に先進的に取り組むグループ等を伴走支援
- R7年度：20件に事業経費の一部を補助（うち9件が海外展開枠、7件が「技術継承・確保が困難な道具部品対策」枠）
- コーディネーター（京都伝統産業ミュージアム）による進捗管理、セミナー・相談会・交流会の開催等により、事業効果の最大化、業界全体への波及につなげる。

【2025年度の実績で販路拡大を行った事例】



【京友禅×ヨーロッパ販路拡大】

京友禅をヨーロッパでの暮らしに溶け込む「暮らしを彩る布」として再定義し、新商品開発と新たな販路の開拓を目指した。ルクセンブルクの高級和食レストラン、カフェ、小売事業者などの現地ニーズを調査し、箸袋とカスタマイズ飾り皿を開発した。



【西陣織×ウルトラマン】

過去の展示発表会をきっかけに、株式会社円谷プロダクションから「ウルトラマンシリーズ60周年」を記念した着物制作の提案を受けたことから、国民的コンテンツであるウルトラマンとのコラボレーションに挑戦し、これまで西陣と接点のなかった層へアプローチを行うために商品開発を行った。



【京仏壇・京仏具×新商品開発】

仏教でよく用いられる蓮華のデザインをモチーフとした、芸術作品のようなデザインのインテリア作品「Full Bloom」を制作した。制作に当たっては、木工や漆、彩色、鋳金具といった各工程を専門とする職人が分業で参画し、従来の仏具製作で培われた技術を用途に縛られない作品として再構成した。



【日本酒×鶏料理とのペアリング】

日本酒の販売・輸出先の多くは和食レストランであり、飲用シーンや市場の広がりには限界があることが業界全体の課題となっている。世界中で様々な親しまれている鶏肉とペアリングして提案するために新たな日本酒開発を行い、販路拡大を目指すイベントを実施した。



2. 統計でみる伝統産業の現状について

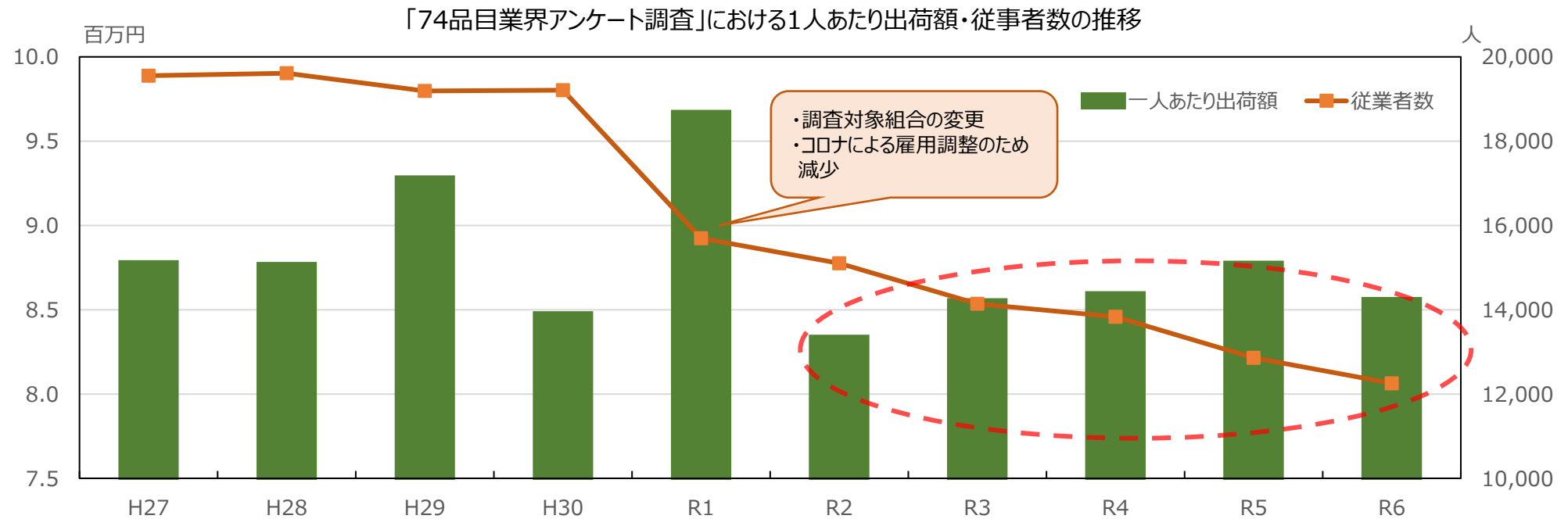
要旨

- 需要不足などの課題から全体的な出荷額は縮小傾向にあるが、**一人あたり出荷額は底堅く推移**している。
なお、全国と比較すると、生産性の上昇テンポが緩やかであり、生産性が向上する余地はあると考えられる。
- 品目別にみると、全国と比較してもコロナ禍の影響を強く受け、その後**回復に至っていない品目**が多くある。
- そのなかで、一人あたり出荷額を増やしながら、全体の出荷額を増加に転じている品目が存在しており、当該品目の**成功要因を分析する必要**がある。
- インバウンド市場（外需）はコロナショック以外に大きな変化はないので、市場の**開拓余地はまだ大きい**と考えられる。

2. 統計でみる伝統産業の現状について

「74品目業界アンケート調査」の詳細分析

- 出荷額や従業者数、一人あたり出荷額の推移を主な品目ごとに可視化し、今後の計画策定に必要な検討材料を抽出する。
- 従業者数は大幅に落ち込んだ後、引き続き減少傾向にある。
- 一人あたり出荷額は年によるブレはあるが緩やかに減少しており、コロナ禍前の水準まで回復していない。

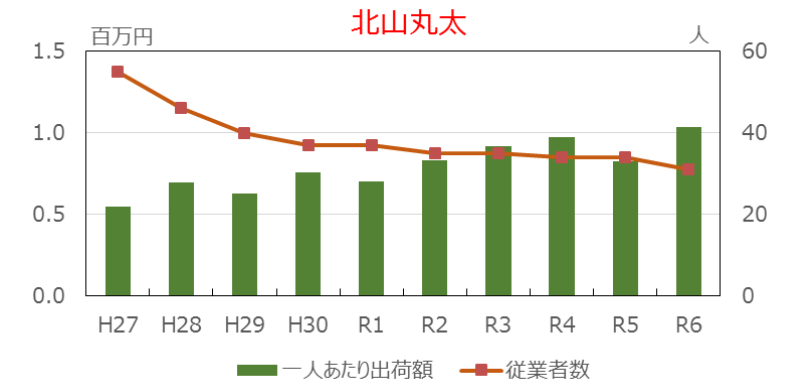
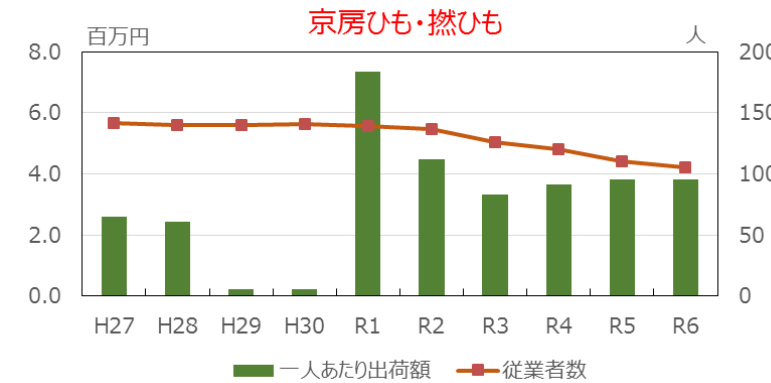
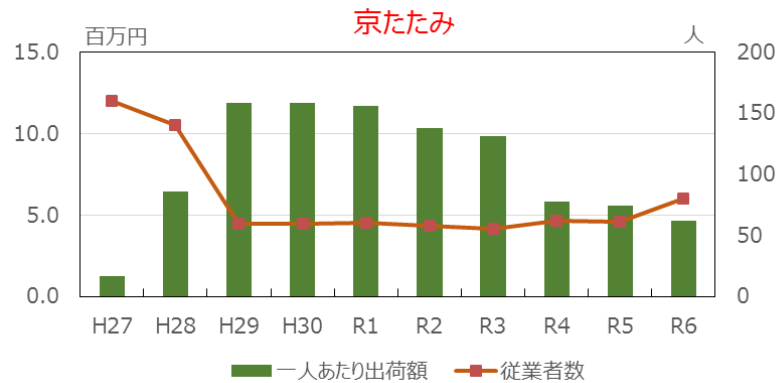
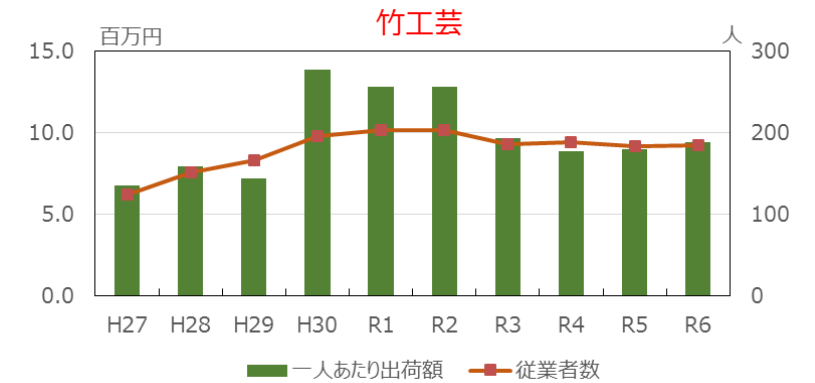
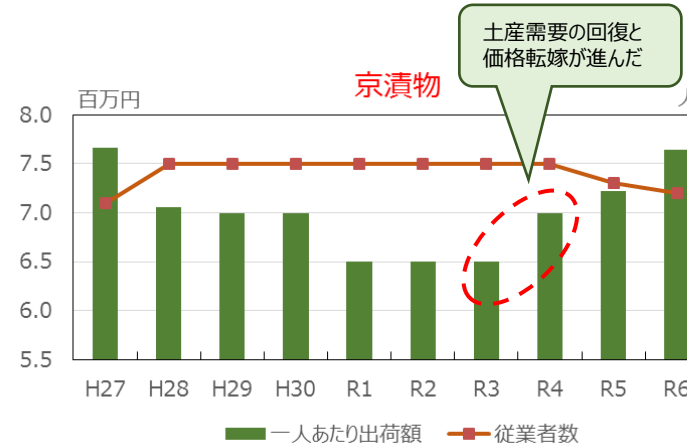
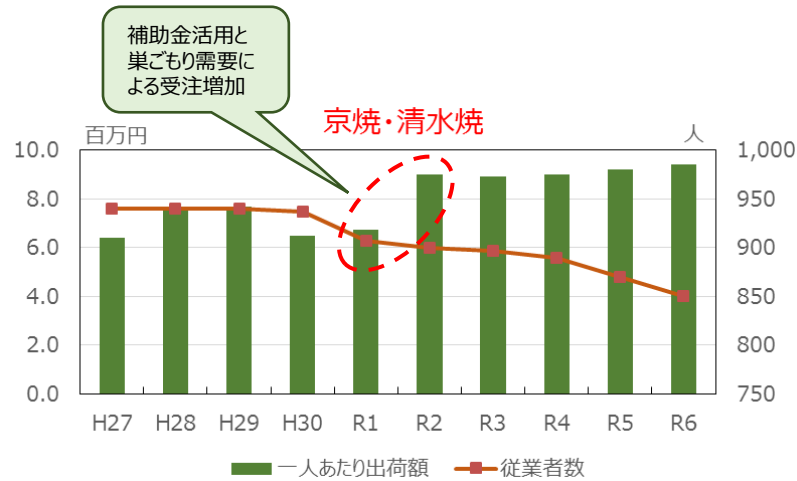


出所：京都市「74品目業界アンケート調査」

2. 統計でみる伝統産業の現状について

74品目業界アンケート調査の詳細分析

○出荷額が平成27年度比プラスとなった主な品目は以下のとおり。いずれも、**従業者数は緩やかな減少傾向**にあるが、コロナショック後に**生産性を向上させながら、出荷額の増加を実現**している。

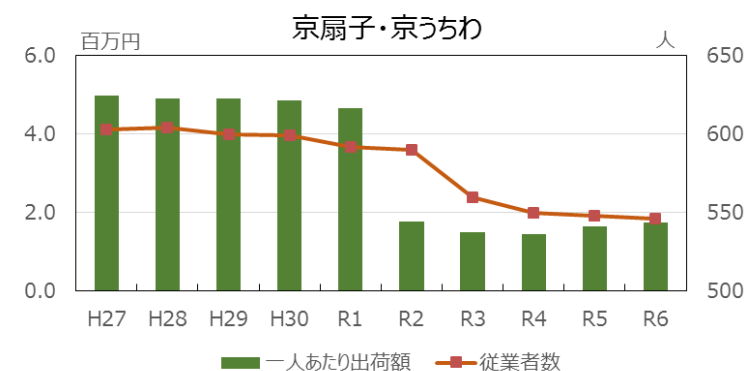
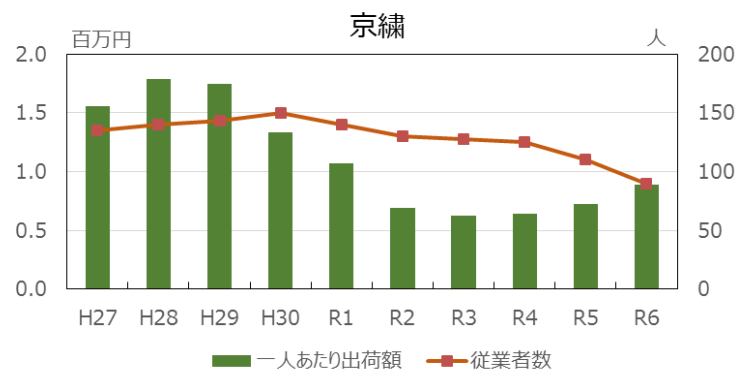
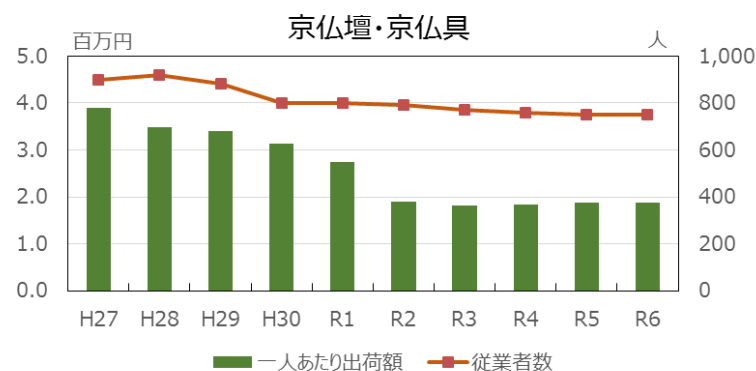
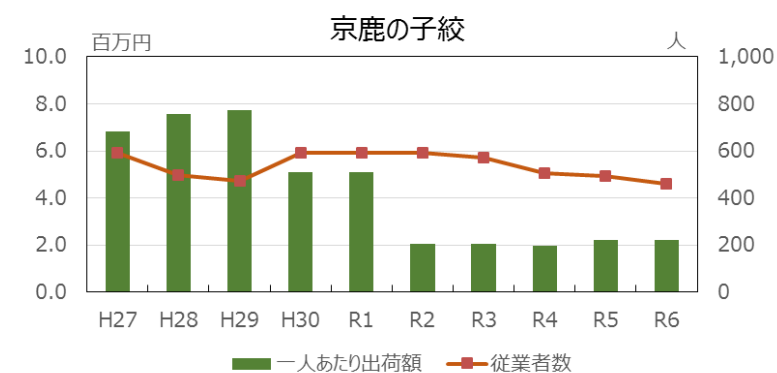
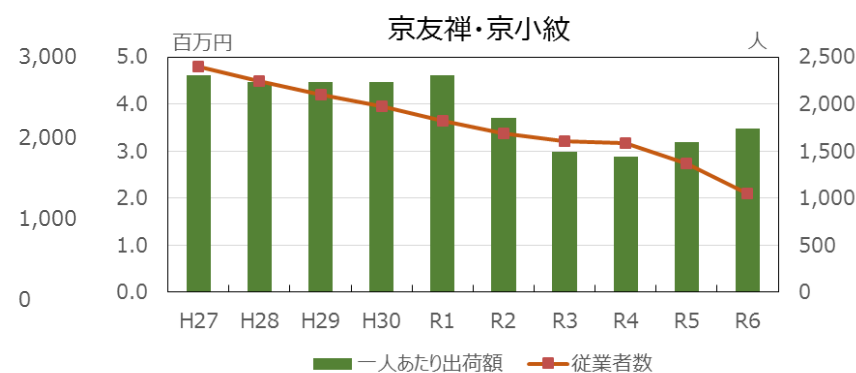
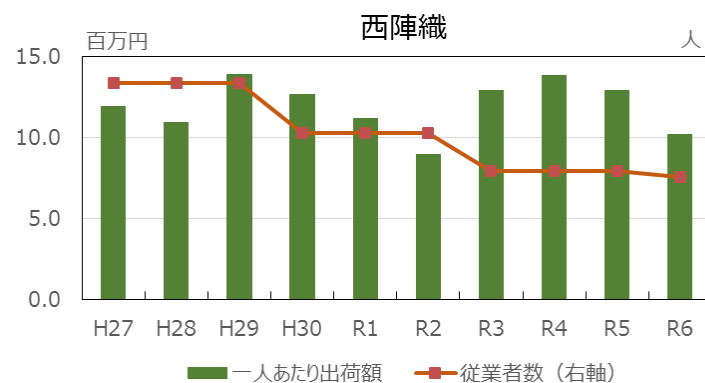


出所：京都市「74品目業界アンケート調査」

2. 統計でみる伝統産業の現状について

74品目業界アンケート調査の詳細分析

○出荷額が平成27年度比マイナスとなった主な品目は以下のとおり。従業者数は緩やかな減少傾向にあるなか、コロナショック時に生産性が低下した後、**回復が遅れている品目**が多くある。



出所：京都市「74品目業界アンケート調査」

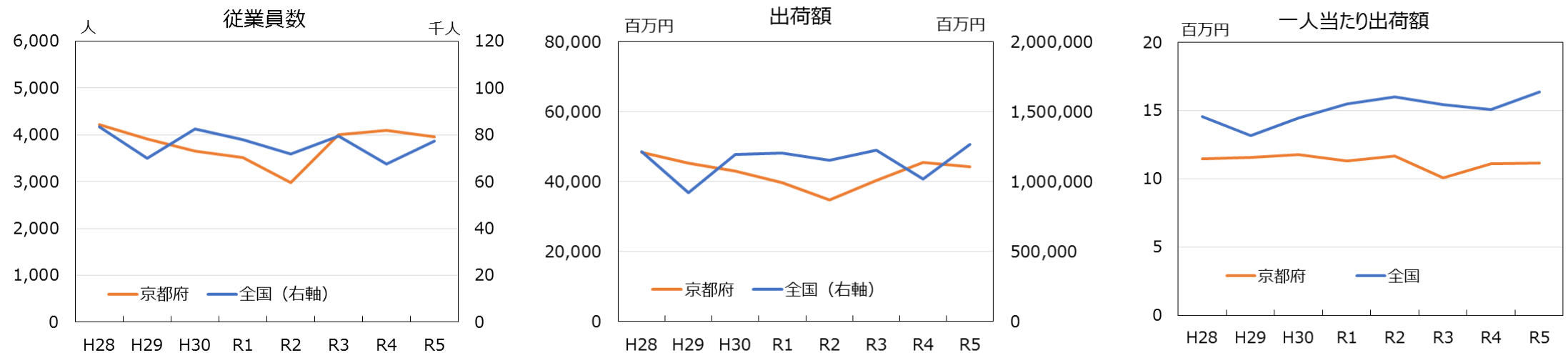
西陣織、京友禅・京小紋：事業所数の減少（平成28年度→令和6年度の事業所数：西陣織→約30%減少、京友禅・京小紋→約40%減少）
京扇子・京うちわ：出荷額がコロナウィルスの影響で半分以下となり、回復していない。

2. 統計でみる伝統産業の現状について

他の統計からみた京都の伝統産業の動向分析

- 「経済構造実態調査」と「経済センサス」より、経済産業省が国の伝統的工芸品として指定している17品目が含まれていると考えられる細目を抽出し、「従業員数」、「出荷額」、「一人当たり出荷額」について比較。
- 「従業員数」と「出荷額」については、京都府は全国よりも**コロナショックの落ち込みが大きかった**が、令和3年に回復して以降は横ばいで推移している。74品目では緩やかに減少していたが、17品目においては概ねコロナ前の水準まで回復している。「一人あたり出荷額」では、**全国は緩やかに増加している**が、**京都府は横ばい**となっている。

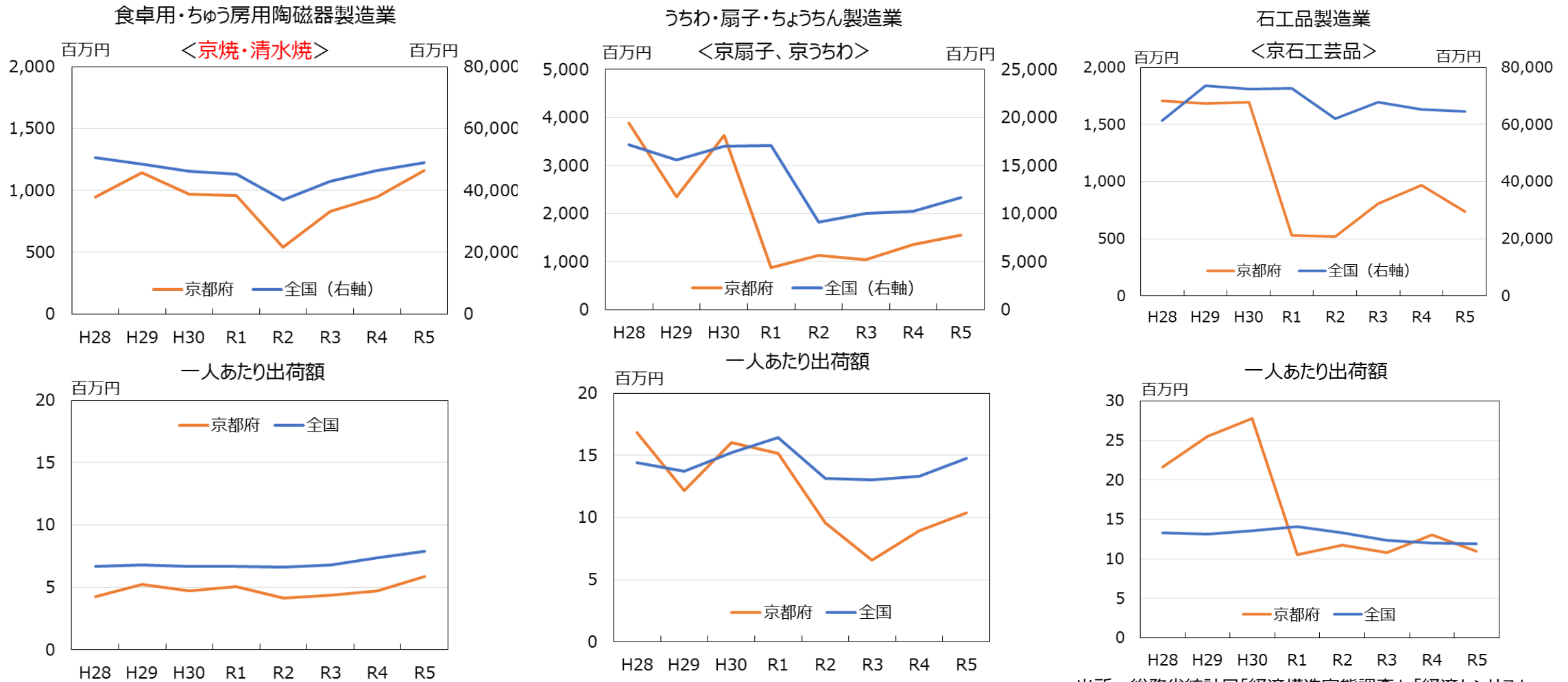
以上から、全国と比較すると、京都府は**コロナショックが大きく影響し、その後の回復が不十分な状況**と考えられる。



出所：総務省統計局「経済構造実態調査」・「経済センサス」

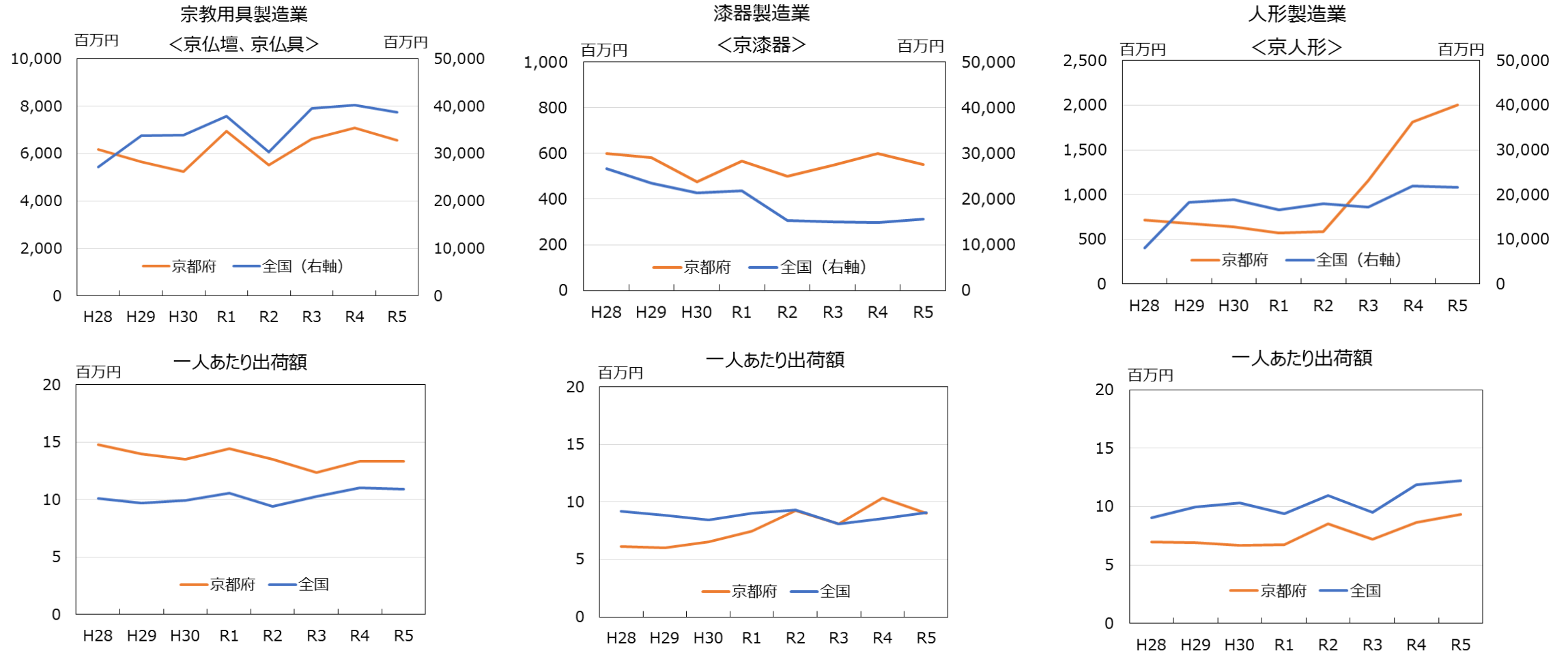
2. 統計でみる伝統産業の現状について

他の統計からみた京都の伝統産業の動向分析（主な細目分類）



2. 統計でみる伝統産業の現状について

他の統計からみた京都の伝統産業の動向分析（主な細目分類）

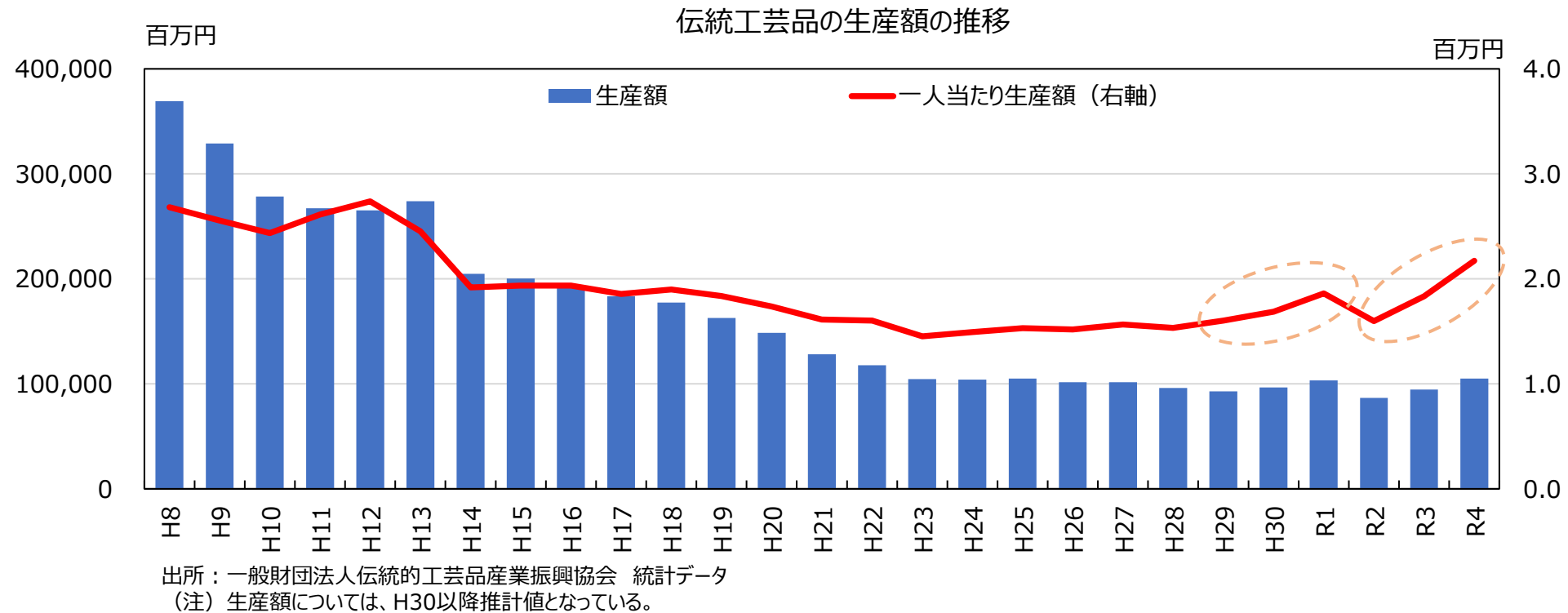


出所：総務省統計局「経済構造実態調査」・「経済センサス」

2. 統計でみる伝統産業の現状について

他の統計からみた京都の伝統産業の動向分析

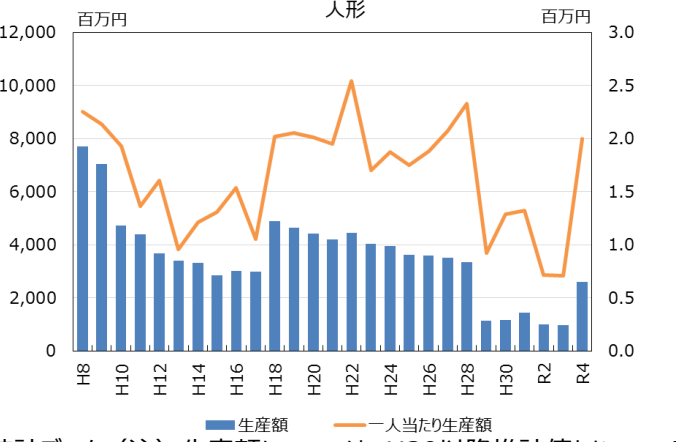
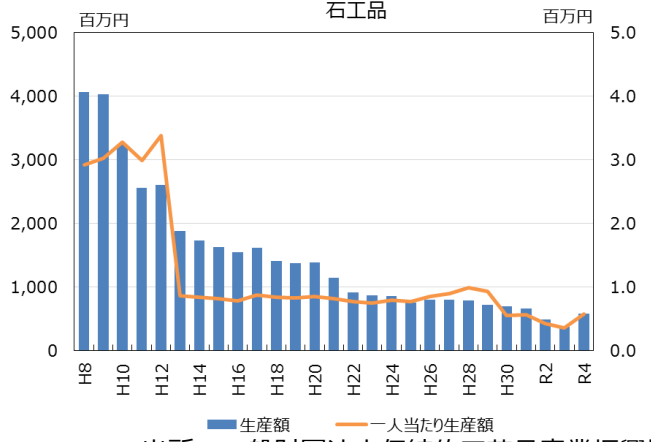
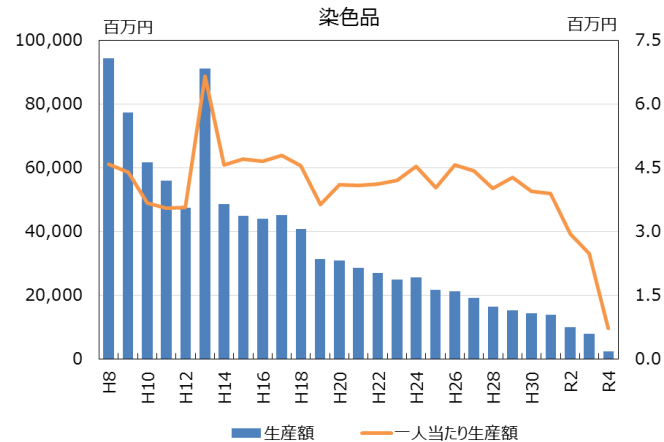
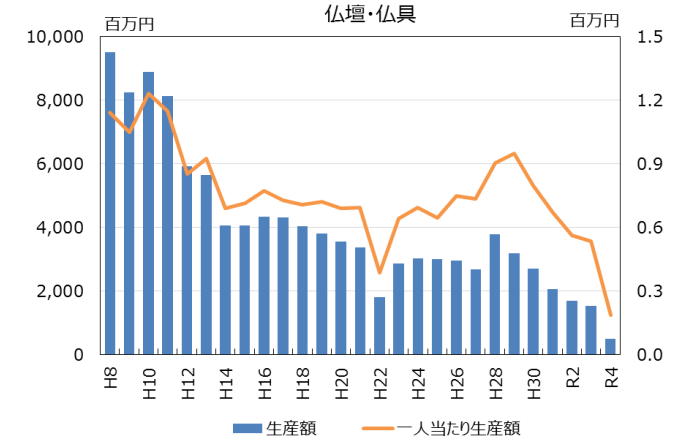
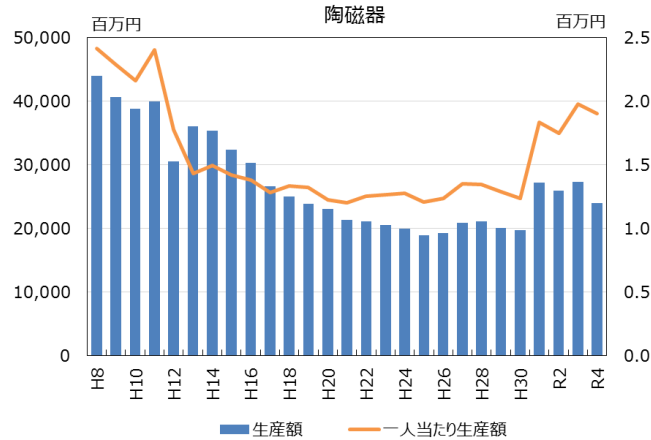
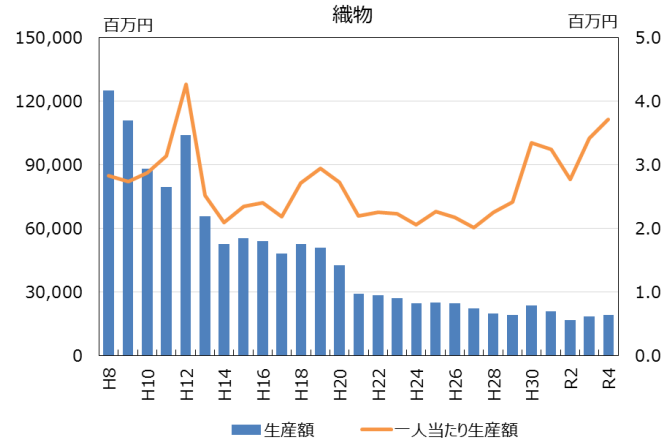
- 一般社団法人伝統的工芸品産業振興協会によると、伝統工芸品全体としては、**低水準・横ばいの状態が続いている。**なお、一人あたり生産額の推移をみると、コロナ後に、**やや急速に持ち直していることがうかがえる。**
- 平成28年～令和元年の生産額の回復では、「陶磁器」、「金工品」が持ち直しを牽引している。また、令和2年～令和4年の生産額の回復は、織物、漆器、その他工芸品が持ち直しを牽引しており、インバウンドが好調な分野やECサイトを通じて直販を進めた分野が持ち直しに寄与したと考えられる。



2. 統計でみる伝統産業の現状について

他の統計からみた京都の伝統産業の動向分析

京都の伝統産業にも関連する品目で、特徴的なものは、以下のとおり。



出所：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 統計データ（注）生産額については、H30以降推計値となっている。

2. 統計でみる伝統産業の現状について

伝統工芸品等に対する需要動向調査

○インバウンド消費における「酒類」、「民芸品・伝統工芸品」に関する消費単価の推移は下表のとおり。

○消費単価は、コロナ後の反動消費により、**大幅に増加**した後、緩やかに低下している。

消費単価に占める「酒類」と「民芸品・伝統工芸品」のウエイトは同程度で推移している。（酒類約1%、民芸品・伝統工芸品約0.5%）
そのため、インバウンドをはじめとする海外需要の掘り起し余地は、まだ大きいと判断される。

訪日外国人の消費動向

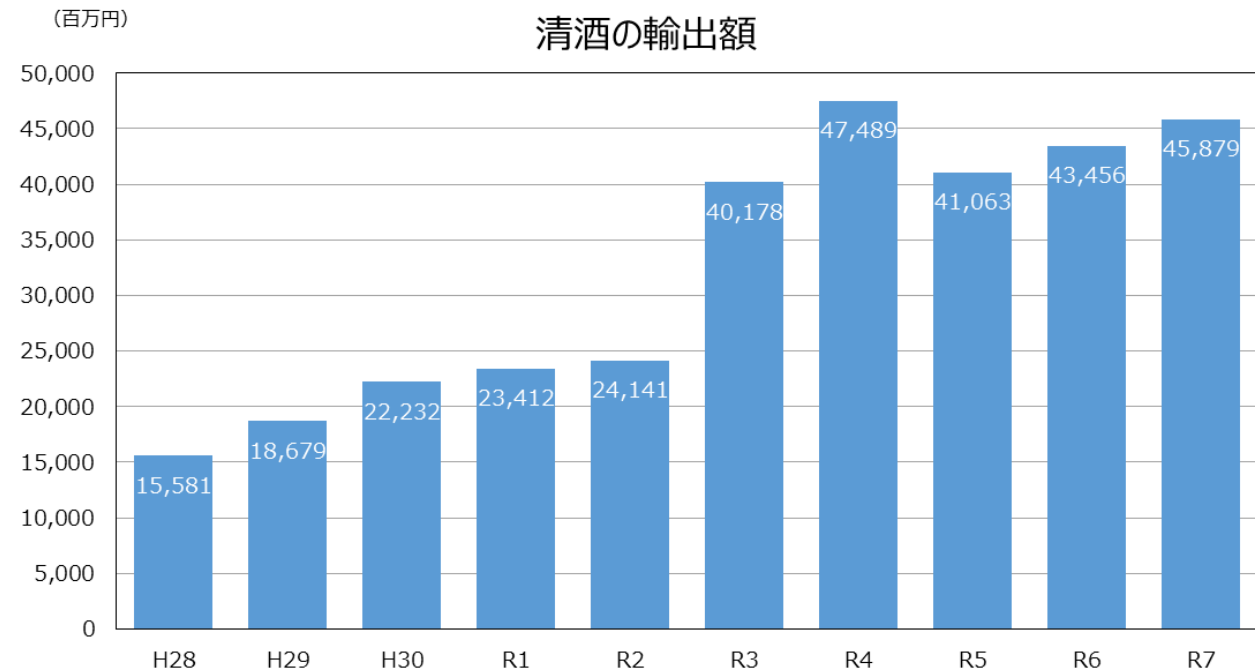
	2018	2019	前回調査比	2022	前回調査比	2024	前回調査比	2025	前回調査比
消費単価（円/人）	153,029	158,531	3.6	234,524	47.9	226,851	-3.3	228,782	0.9
宿泊費	45,787	47,336	3.4	80,139	69.3	76,743	-4.2	84,057	9.5
飲食費	33,748	34,740	2.9	53,034	52.7	48,907	-7.8	50,221	2.7
交通費	16,160	16,669	3.2	24,008	44.0	24,398	1.6	22,933	-6.0
娯楽等サービス費	6,011	6,383	6.2	15,590	144.2	10,706	-31.3	10,295	-3.8
買物代	51,256	53,331	4.0	61,605	15.5	66,046	7.2	61,136	-7.4
うち酒類	1,465	1,649	12.6	3,187	93.3	2,514	-21.1	2,517	0.1
ウエイト（%）	1.0	1.0	0.1	1.4	0.3	1.1	-0.3	1.1	-0.0
うち民芸品・伝統工芸品	890	824	-7.4	1,243	50.8	1,207	-2.9	1,142	-5.4
ウエイト（%）	0.6	0.5	-0.1	0.5	0.0	0.5	0.0	0.5	-0.0
その他	67	73	9.0	147	101.4	50	-66.0	139	178.0

出所：国土交通省観光庁「インバウンド消費動向調査」（注）統計が公表されなかった年が存在。

2. 統計でみる伝統産業の現状について

日本酒の輸出動向

- 「財務省貿易統計」による我が国における「清酒」の輸出動向をみると、世界的な日本食ブームの定着と、高級志向へのシフト、コロナ禍による消費スタイルの変化（家飲みなどの巣ごもり需要）により、令和3年以降は400億円規模で推移している。
- 国別の輸出額では、中国が最も多く、次いでアメリカ、香港、韓国が続いている。



出所：財務省貿易統計

3. 先進事例について

京都市内伝統産業事業者の先進事例

事業者名	取組内容	先進性
株式会社細尾 (西陣織)	1200年以上の伝統を持つ西陣織の技術を活かし、大阪万博やミラノ・サローネ出展等の実績を経て世界と対話する ラグジュアリーブランド構築 に取り組んでいる。 工芸企業のパイオニアとして経済的・文化的持続可能な成長モデルを実現し、日本の文化と工芸が世界の文化と経済の中核へと進化する未来を描いている。	・海外販路開拓 ・高級志向
株式会社開化堂 (茶筒)	開化堂の茶筒は、100年以上前から同じ工程、同じ作り方でひとつひとつが手づくりをしている。 海外旅行者が開化堂の茶筒を買い求める姿 をみて、状況を変えるために卸売のみとしていた 販売方法を見直し 、一般のお客さま向けの店舗を構え、国内をはじめ海外での実演販売も行っている。現在ではアメリカ・中国・イタリアなど海外の取扱ショップも増えている。	・海外販路開拓
株式会社日吉屋 (京和傘)	京和傘を五代160年以上継承する日吉屋では、伝統を守りながら新たな挑戦を続け、 デザイン照明やインテリアの領域にも進出し 、自然素材や伝統技術の持つ美しさを現代の生活の中で感じられる商品や空間の提案を行っている。 このノウハウを活かし、 海外事業への注力 や京都中央信用金庫と協業で「京都アンプリチュード株式会社」を設立し、伝統産業の魅力発信に注力されている。	・販路拡大 ・海外販路開拓
株式会社 堤浅吉漆店 (京漆器)	明治42年に京都で創業した漆の材料屋である堤浅吉漆店が企業として存続するためには、 材料が売れるだけでなく業界全体が良くなること が必須と考えている。 そこで、塗料としての 漆の新たな魅力や可能性を海外に伝える 試みとして「BEYOND TRADITION」を始めた。漆塗りのサーフボードや自転車を作ったり、その映像の展開のために海外に販路拡大を目指して注力されている。	・販路拡大 ・海外販路拡大 ・他分野とのコラボレーション
株式会社 小嶋商店 (提燈)	江戸時代創業の竹割から紙貼りまで一貫した生産している。以前は製造のみで問屋や小売店に商品を納入していたが、直接販売など新たな道を開拓した。2014年に「小菱屋忠兵衛」を立ち上げ、提灯の新しい在り方を展開した。2015年、 提灯を室内照明として展示販売 したことが脚光を浴び、以来 インテリアとしての提灯の需要が国内外で増えた 。	・販路拡大 ・海外販路拡大
株式会社 金網つじ (京金網)	京金網は料理道具として現代まで長年愛されてきましたが、逆に言えば、日本人が使いやすい道具だから 海外では受け入れられにくい 。それならば、文化が違う海外で売るためにはどうすればいいのか、と考え始め 金網を用いて照明を製作 し始め、今ではホテルをはじめ多くの場所で使用いただいています。	・販路拡大 ・海外販路拡大

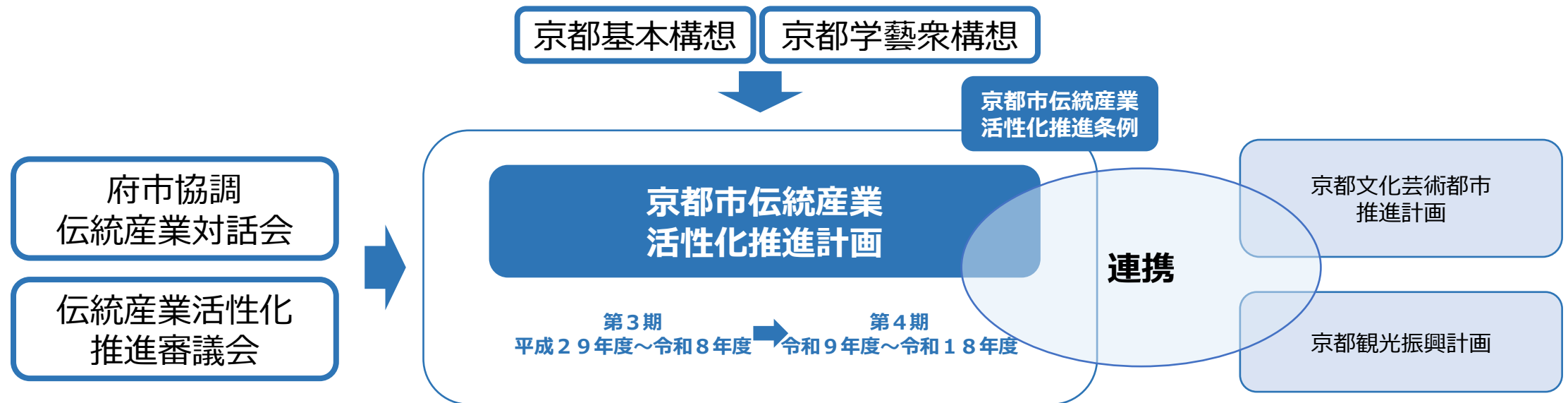
3. 先進事例について

他都市の伝統産業事業者の先進事例

事業者名	取組内容	先進性
佐賀県窯業技術センター (有田焼)	有田焼創業400年事業の一環として、有田焼製造プロセスのイノベーションを目指し、3Dプリンターにより陶磁器の原料を用いて出力し、焼成して陶磁器を直接造形する「C3DPO : 陶磁器3Dダイレクトプリントアウト 」技術や世界最強磁器の開発に成功。	・最新技術（3Dプリンター）との融合
株式会社晃祐堂 (熊野筆)	熟練の職人による手作りのため、筆先の大きさや膨らみなどを最終工程で職人が目視で検品をしていたが、 AIの画像認識技術 を利用した「不良品検知プロダクト」を活用し、完成した筆をセットし、カメラが自動で筆の360度撮影を行い、その画像を基にAIが良品か不良品かを瞬時に判別し、検品を行うシステムを導入し、検品の時短化を図った。	・最新技術（AI）との融合
CRAFEAT produced by 田谷漆器店 (輪島塗)	「CRAFEAT produced by 田谷漆器店」は、創業200年以上の輪島塗漆器店の塗師屋が立ち上げた、石川県の 伝統工芸品をふんだんに用いた和食レストラン兼ショップ で、食事を通して輪島塗を体験できる。レストランの形態をとることで、今まで伝統工芸品がリーチできていなかった層やインバウンドに向けた接点を創出し、魅力発信の場として活用している。	・製品の普段使いの体験
株式会社金沢エンジニアリングシステムズ (山中塗)	3Dプリンターと山中塗を組み合わせた 多層中空構造の漆器タンブラー「IKUE」シリーズの販売を販売している。3Dプリンターによる造形後に山中塗職人による複数の工程を経て表面を漆で仕上げている。	・最新技術（3Dプリンター）との融合
燕三条 工場の祭典 (越後三条打刃物など)	燕三条のものづくり技術の高さをデザインで表現することで、日本の代表的な オープンファクトリーイベント として2013年から取り組んでおり、2025年には133社の工場や店舗を開放し、会期中62,060人が来場。	・オープンファクトリー
株式会社能作 (高岡銅器)	富山県で仏具、茶道具などの製造の下請け業者であったが、自社製品を開発。 錫100%にこだわった鋳造品 「KAGOシリーズ」などを販売している。また、ものづくりだけでなく、ことやこころを伝える 産業観光事業 に取り組んでいる。	・下請け業者からの自社ブランド構築 ・体験型の工場

4. 第4期京都市伝統産業活性化推進計画の方向性について

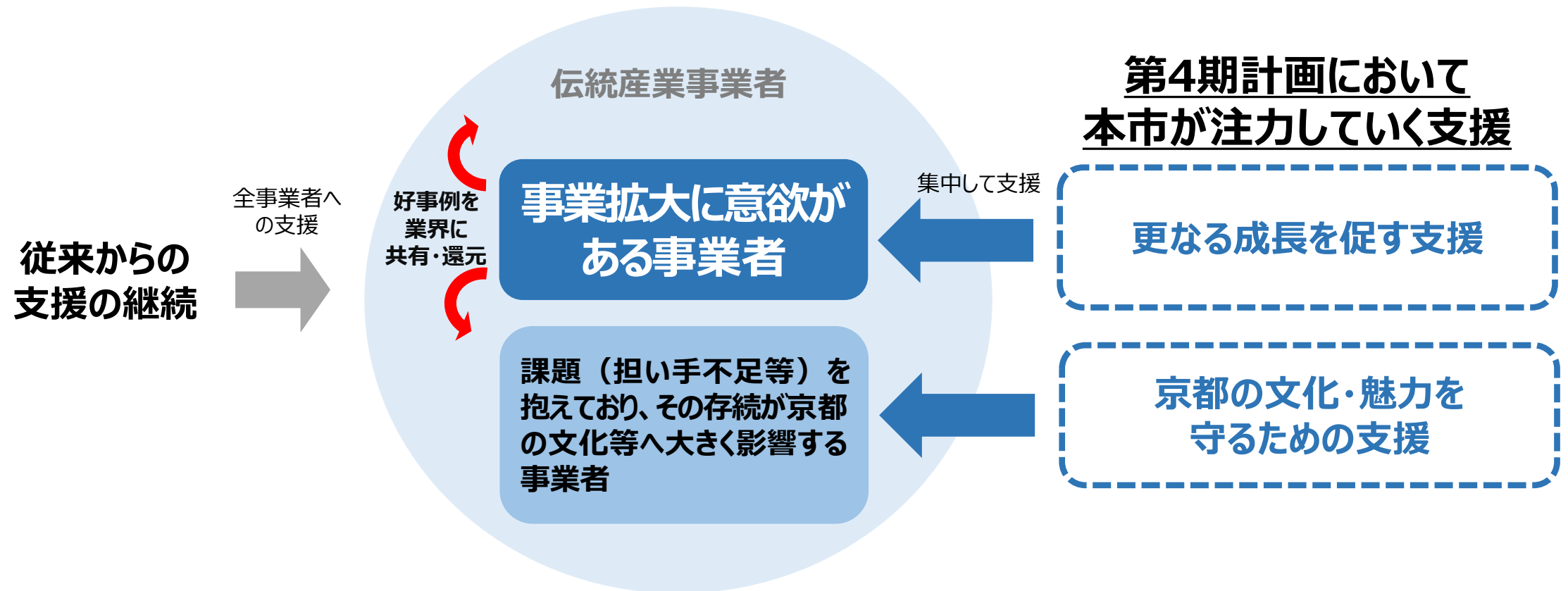
- 策定に当たっては、伝統産業活性化推進審議会の計画策定部会で内容を検討、審議会で諮問。
- 京都の本質的な価値・魅力を継承しながらも、新しい変化を取り入れ、特色ある発展につなげていくといった**京都基本構想の理念を具体化**するとともに、**他の分野別計画と連携**した計画とする。
- 京都学藝衆構想に基づき、**地域の「匠」である伝統産業事業者と連携した次代の担い手育成**につながる取組を盛り込む。
- 令和7年度から実施している府市協調伝統産業対話会で出た意見も参考にする。



4. 第4期京都市伝統産業活性化推進計画の方向性について

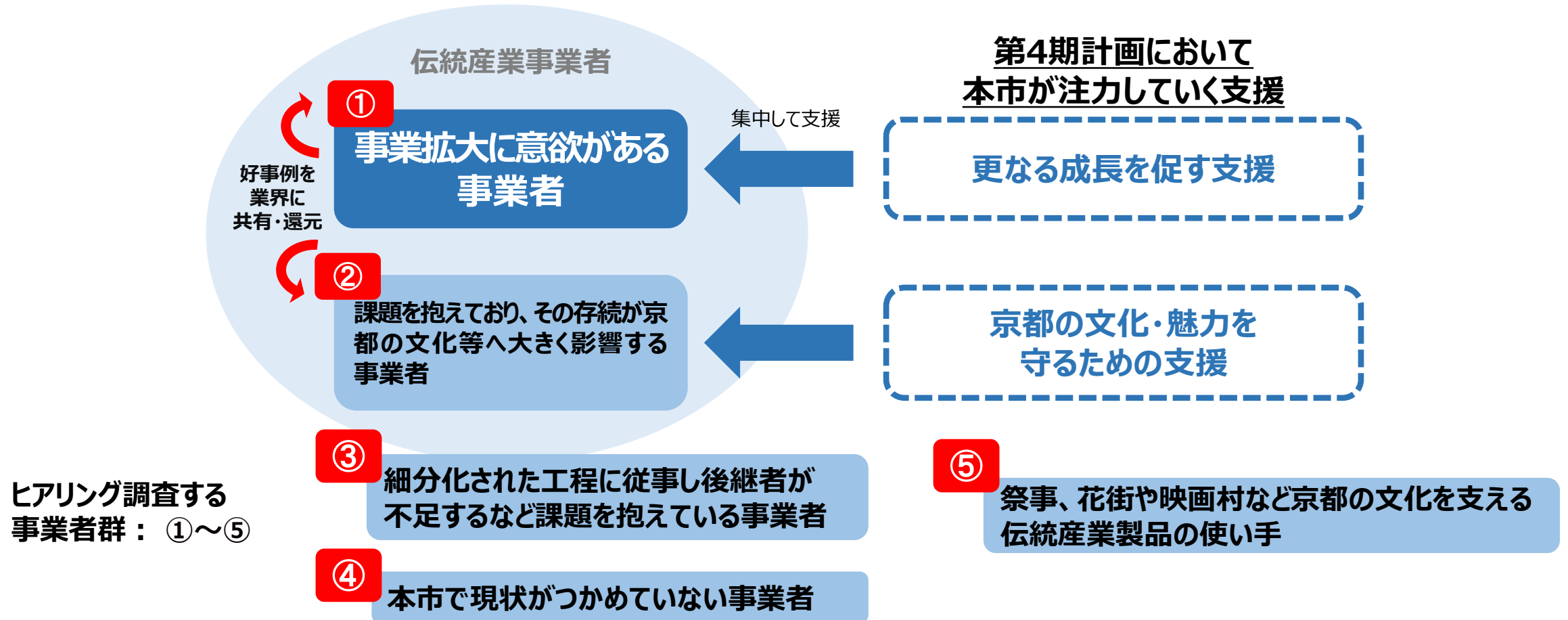
➡ 課題もニーズも多様化している世の中で、各々の状況にあった目標・施策が必要

第4期計画では、各伝統産業事業者や各品目ごとに置かれている状況が異なることを踏まえ、大きくは2点「更なる成長を促す支援」と「京都の文化・魅力を守るための支援」に注力して支援する。



4. 第4期京都市伝統産業活性化推進計画の方向性について

本市の伝統産業指定74品目に従事する事業者に加え、祭事や花街など京都の文化を支える伝統産業製品の使い手にもヒアリングを実施し、本市の伝統産業を取り巻く現状を把握し、集中的に支援を実施すべき事業者がどのようなものか、どのような支援が必要とされているかについてヒアリング調査することとしたい。



5. 第1回計画策定部会での主な意見

5月20日開催の計画策定部会における主な意見

事業者ヒアリングについて以下の意見が出ました。

内容
1. 伝統産業と分類した時に「編集者」にあたる人たちが入らないと思われる。 問屋や販売に近いところで仕事をしている人の意見 も必要ではないか。
2. 京都に来る 外国人観光客向けにマーケットリサーチ をするのはどうか。
3. 「何が手応えありましたか」と質問する と成功した理由を比較しやすいのではないか。
4. ヒアリングの調査の質問のなかでも 重みづけが必要 。事業者が答えやすい順番でヒアリングを行うべき。



部会の意見を踏まえ、事業者ヒアリングの項目を変更しました。

内容
1 → 伝統産業製品を扱う問屋や卸をしている事業者にもヒアリングを行う。
2 → マーケットリサーチの対象、手段については検討が必要。
3 → ヒアリング調査票の 6-(1)「事業が好調に転じたきっかけ」で事業者から手ごたえを聴取する。
4 → ヒアリング調査票の見直しを行い、質問の重みづけや順番を修正。

5. 第1回計画策定部会での主な意見

5月20日開催の計画策定部会における主な意見

その他、以下の意見が出ました。

ジャンル	内容
事業拡大に意欲がある事業者	・第2、第3の成功事例を発掘する意味でも良い取り組みではないか。 ・事業拡大に意欲がある事業者とは新たなアクションをすることを厭わない人たちのことではないだろうか。 ・先進事例にあがるような事業者をさらに支援するのは違うのではないか。 ・過去の出荷額が伸びたから成長を見込めるものではない。これからの市場がどうなっていくかが問題。
事業の継承	・後継者がいなくても、映像で残っていれば技術の伝承ができるのではないか。 ・技術の伝承をするためには外国人人材の受入を行うことはいいのではないか。
人材採用・人材育成	・伝統産業業界はどこに入社したらどういうことができるか分かりにくい、自分のしたいことを実現する会社に入社できず、ミスマッチが生まれている。 ・職人さんは技術があっても人を扱えない人が多い印象がある。マネジメント教育することも必要ではないか。 ・伝統工芸士になるには12年間従事しないとイケない。大卒で従事しはじめたら最短で34歳。工芸士になるまでにマネジメント教育もしていれば、良いのではないか。
学校教育での伝統産業	・京都市の小学校で配布している「わたしたちの伝統産業」の完成度は高いと思う。製本を整えたり、漫画のような形にするなどして出版するのもいいのではないか。 ・「京の匠ふれあい事業」のように小学生が伝統産業の体験をする機会がより増えたらいいのではないか。

6. 今後に向けて

ご議論いただきたいこと

○第4期京都市伝統産業活性化推進計画の方向性について

【今後のスケジュール】

6月8日	第2回審議会（本日） → 調査の実施
9月	第2回計画策定部会（調査結果の共有、計画素案についての協議）
11月	第3回審議会（計画素案についての協議）
12月	パブリックコメント実施
1月	第4回審議会（計画案の最終答申）
2月	常任委員会報告 計画策定の公開