

令和 2 度京都市伝統産業活性化推進審議会 次第

日 時 令和 3 年 1 月 2 5 日（月）午前 1 0 時～正午
場 所 職員会館かもがわ 3 階大多目的室

報告事項

- 1 第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画の進捗状況について
- 2 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済対策として実施した事業について
- 3 伝統産業の現状

議事

第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画後期（令和 4 年度～令和 8 年度）の取組の検討に向けて

- 1 現状について
- 2 今後の取組の検討に当たっての 3 つの視点とそれぞれの課題について
- 3 今後の予定

添付資料

- （資料 1）・・・・・・第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画の進捗状況について
- （資料 1）（別紙）・・・・第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画における令和 2 年度の主な事業の実施状況
- （資料 2）・・・・・・第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画後期（令和 4 年度～令和 8 年度）の取組の検討に向けて
- 京都市伝統産業活性化推進条例
- 京都市伝統産業活性化推進条例施行規則
- 第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画
- 京都市伝統産業活性化推進審議会 委員 名簿
- 配席図

1 第3期京都市伝統産業活性化推進計画の進捗状況について

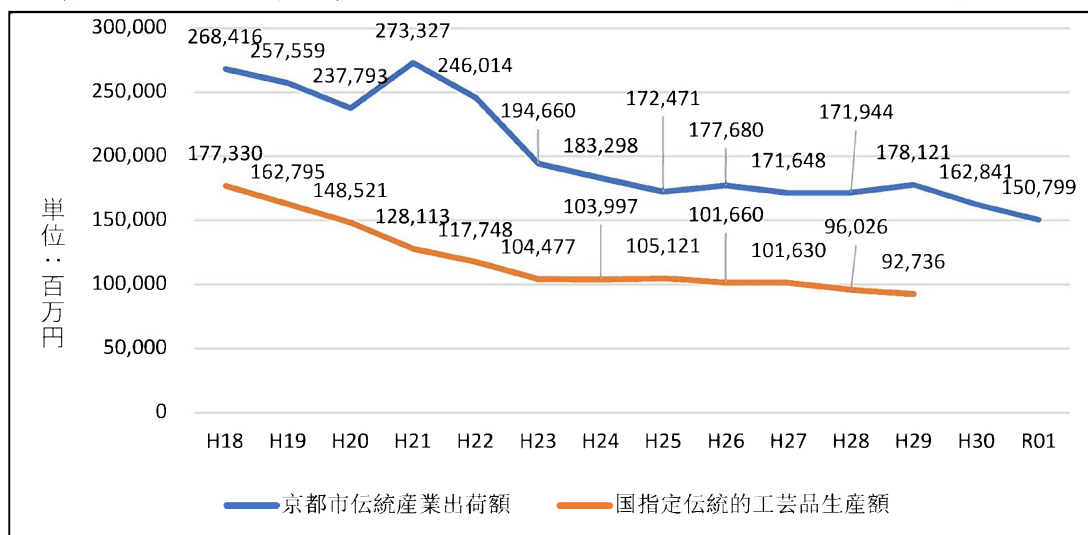
(1) 令和2年度の主な事業の実施状況は別紙のとおり。

(2) 伝統産業製品の出荷額等の状況

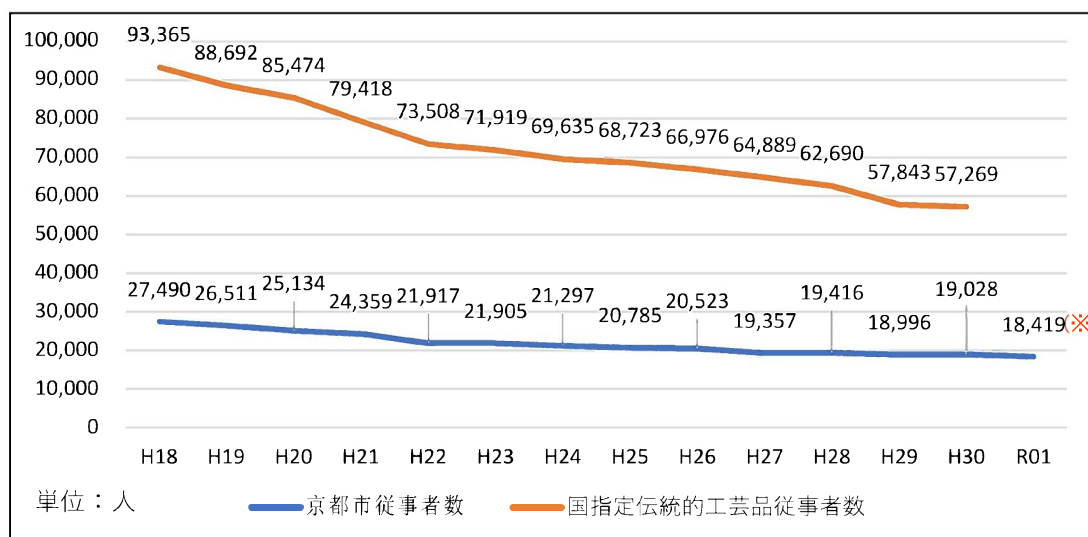
表示数値未満四捨五入

年度	26	27	28	29	30	元年
出荷額(億)	1,778	1,716	1,719	1,781	1,628	1,508
(染織)	558	486	446	515	447	402
(工芸その他)	1,219	1,231	1,273	1,267	1,182	1,106
前年度比増減率	+3.2%	-3.5%	+0.2%	+3.6%	-8.6%	-7.4%
(染織)	+4.9%	-12.9%	-8.2%	+15.4%	-13.2%	-10.1%
(工芸その他)	+2.4%	+1.0%	+3.4%	-0.47%	-6.7%	-6.4%
従事者数(人)	20,523	19,357	19,416	18,996	19,028	18,419
(染織)	6,828	6,081	5,815	5,646	5,477	5,267
(工芸その他)	13,695	13,276	13,601	13,350	13,551	13,152
1人当たり出荷額(万)	866	887	885	938	856	819
(染織)	817	799	766	912	815	763
(工芸その他)	890	927	936	949	872	841

(3) 京都市伝統産業出荷額、国指定伝統的工芸品生産額の推移(平成18年～令和元年度)



(4) 京都市伝統産業従事者数、国指定伝統的工芸品従事者数の推移(平成18年～令和元年度)

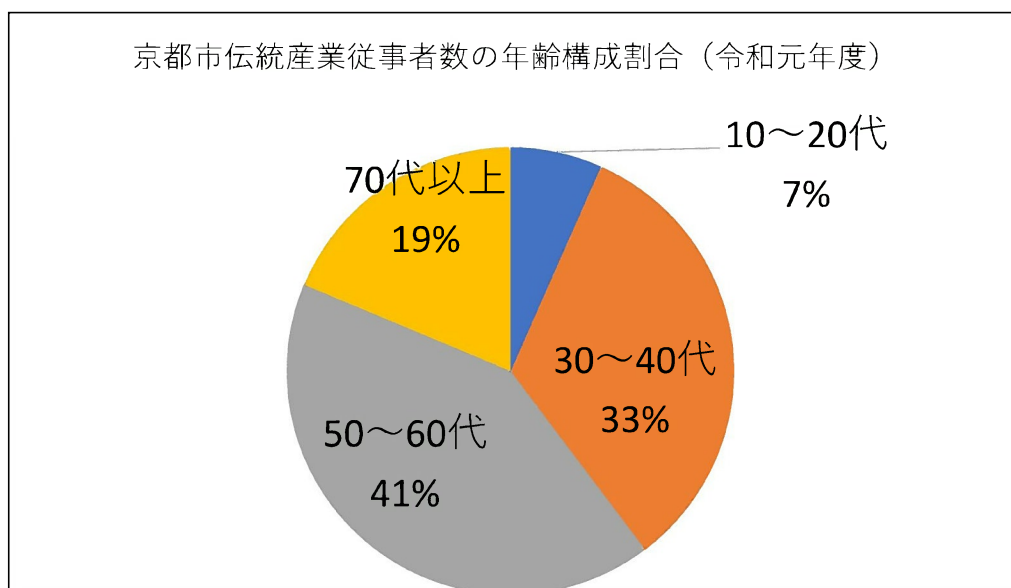
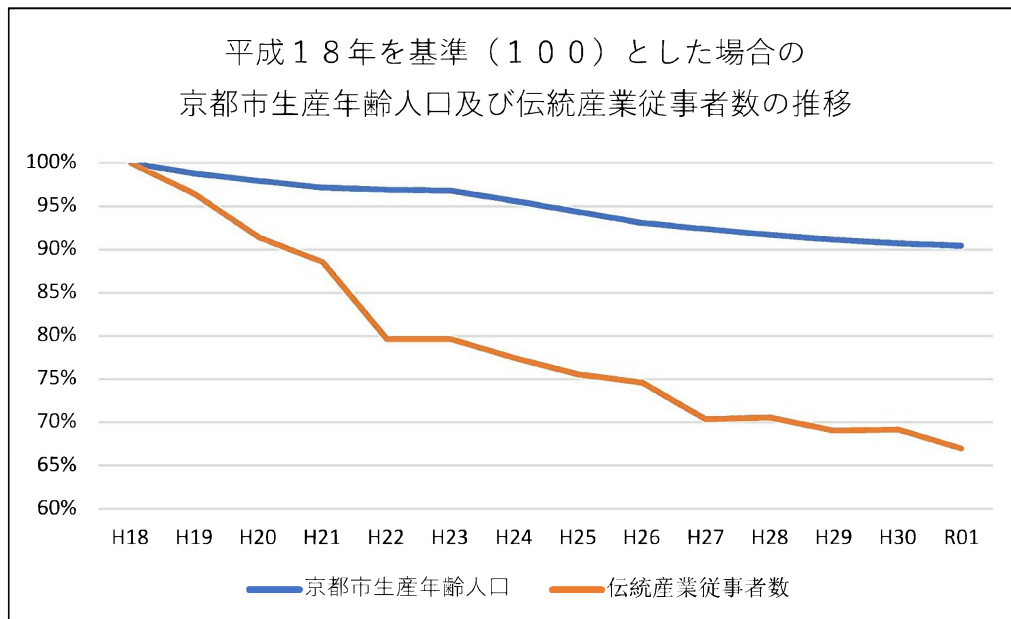


(※) 令和3年度の調査結果を踏まえ、令和元年度の数値を修正しています。

修正前18,419人

修正後15,519人

(5) その他



- 2 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済対策として実施した事業について
新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済対策としてクリエイティブ産業振興室以外で実施した主な事業
- (1) 京都市中小企業等緊急支援事業
新型コロナウイルス感染症の影響を受け、売上が減少している中小企業等に対し、安心安全の確保、危機的状況の克服及び事業の継続に向けて新たに実施した事業に係る経費の一部を補助
・申請件数 10,458件（予算額2,374,795千円）
- (2) 京都市業種別団体等活性化支援事業補助金
新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、消費・需要が落ち込んでいる中、各業界の活性化、消費や需要の活性化に資する取組や、個々の事業者が連携して行う販売促進、販路拡大その他需要喚起の取組、経営課題への対応等を支援するため、中小企業等を構成員とする業種別団体等に対する補助金制度を創設。
・申請件数 400件（予算額450,000円）
- (3) 新型コロナウイルス感染症の影響に伴う京都市文化芸術活動緊急奨励金
発表・制作等の機会を失っている文化芸術関係者の活動を支援するため、新型コロナウイルス感染症拡大防止に留意しつつ、現下の状況において安全かつ適切に実施できる文化芸術活動（企画・制作・実施・リサーチ等）を募集し、審査のうえ奨励金を交付。
・採択件数 1,011件（予算額300,000千円）

3 伝統産業の現状

(1) 伝統産業事業者向けアンケート

伝統産業つくり手支援事業補助金の申請者 734 人を対象にアンケートを実施。
530 人から回答を得た（アンケート期間：令和 2 年 7 月～12 月末）。

ア 年齢構成

		20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代
全体		15	73	131	111	89	81	25	2
業種	染織	1	25	46	48	45	35	15	0
	工芸	8	34	55	34	20	23	6	1
	その他	0	3	3	2	1	1	0	0
事業形態	従業員	10	37	52	20	15	19	6	0
	個人事業主	3	28	47	39	51	41	9	2
	法人の代表者	0	5	27	41	18	19	7	0

イ キャリア年数

		10年未満	10年～29年未満	30年以上
全体		60	205	246
業種	染織	15	85	108
	工芸	30	78	72
	その他	1	5	4
	未回答	14	37	62
事業形態	従業員	34	72	46
	個人事業主	20	70	121
	法人の代表者	4	49	63
	未回答	2	14	16

ウ 雇用形態

		従業員	個人事業主	法人の代表
全体		160	224	120
業種	染織	61	85	59
	工芸	56	87	31
	その他	3	2	5
年代	20代	10	3	0
	30代	37	28	5
	40代	52	47	27
	50代	20	39	41
	60代	15	51	18
	70代	19	41	19
	80代	6	9	7
	90代	0	2	0
キャリア年数	10年未満	34	20	4
	10年～29年未満	72	70	49
	30年以上	46	121	63

エ 従業員数

		0(一人で活動)	1～5人	6～10人	11～30人	31～50人	51～100人	101人以上
業種	染織	61	110	16	21	0	0	0
	工芸	43	105	18	11	0	0	0
	その他	0	7	0	1	1	0	1
事業形態	従業員	2	90	33	33	2	0	0
	個人事業主	116	103	3	0	0	0	0
	法人の代表者	8	80	12	18	0	1	1

オ 前年6月と比較して、当年6月の売上がどれくらい減少したか

		～10%	11～30%	31～50%	51～70%	71～100%	減少していないが今後減少予定	減少しておらず、今後も通常並もしくは増加	わからない
全体		15	57	136	169	81	25	4	33
業種	染織	5	25	51	88	30	7	0	6
	工芸	10	23	48	40	26	15	4	14
	その他	0	2	2	2	2	0	0	1
事業形態	従業員	4	21	37	54	16	6	0	16
	個人事業主	8	20	59	60	45	11	4	12
	法人の代表者	1	15	30	48	14	6	0	2

カ 売上が通常並に戻らなければ廃業を検討せざるを得ないタイミングを教えてください。

		検討中	7～9月末	10～12月末	令和3年以降	売上・受注は減少していない
全体		36	3	8	476	7
業種	染織	13	1	2	200	3
	工芸	14	1	3	162	4
	その他	0	0	0	9	0
事業形態	従業員	9	1	3	143	1
	個人事業主	16	1	4	197	5
	法人の代表者	10	1	0	108	1

キ 今後、本市伝統産業に関する支援として求めるものは何か（複数回答）

		販売促進 に関する 助成	新商品等 開発に関 する助成	後継者確 保・育成に 関する助 成	普及啓 発、広報 に関する 助成	道具類及 び原材料 の確保対 策に関す る助成	技術技法 の記録収 集・保存に 関する助 成	設備の新 設・改修に 関する助 成	海外販路 開拓に係 る支援	デザイ ナーとの マッチング	作品・商 品を发表 する場の 提供	コンテンツ 産業（マン ガ・アニメ ・ゲーム等） とのマッチ ング	プロデュー サーによ る商品開 発のサ ポート	その他
	全体	287	265	204	114	225	71	181	122	62	143	45	56	10
業 種	染織	118	112	89	34	89	31	56	35	24	61	20	25	5
	工芸	98	87	70	60	100	26	79	64	25	55	18	21	5
	その他	4	5	3	1	2	0	5	1	0	2	0	0	0
事 業 形 態	従業員	82	76	66	36	68	20	55	37	19	33	14	16	1
	個人事業主	116	104	71	43	98	29	73	50	19	70	14	20	4
	法人の代表者	70	71	54	24	45	17	45	26	16	31	13	12	4
年 代	20代	7	5	5	6	9	0	4	5	1	5	0	0	0
	30代	35	31	27	18	35	12	29	20	8	22	9	8	0
	40代	73	70	55	28	69	19	56	39	22	33	15	20	7
	50代	63	63	42	22	49	16	53	26	13	27	12	15	2
	60代	49	46	32	19	25	9	16	17	7	24	3	4	1
	70代	39	32	30	13	23	11	15	10	7	20	4	7	0
	80代	14	13	12	6	11	3	7	5	3	10	1	2	0
	90代	2	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0
キ ャ リ ア 年	10年未満	30	26	20	17	29	7	19	20	6	15	5	3	2
	10年～29年未満	111	101	82	45	105	29	91	52	28	51	23	28	8
	30年以上	130	123	93	49	84	33	63	45	25	70	15	21	0

【その他】（一部抜粋）

○オンラインでの販売の助成

○経営マネジメント

○工房、店舗の改修に関する助成、人が入りたくなる工房にしたい

ク 5年前（平成27年）と比較した生産量の状況

		大幅に増 加している	増加して いる	変わらな い	減少して いる	大幅に減 少している
	全体	12	47	53	215	188
業 種	染織	2	14	103	157	65
	工芸	6	26	42	143	55
	その他	0	1	0	8	3
事 業 形 態	従業員	3	14	50	127	47
	個人事業主	6	24	84	165	61
	法人の代表者	3	11	43	95	41

ケ 生産量・出荷額増のために現在取り組んでいること（複数回答）

	新商品の開発	技術の新分野への利用	ブランド力の確立	超高級品市場の開拓	高級普及製品市場の開拓	中間普及製品市場の開拓	若年層など購買層の拡大	首都圏における販路の拡大	海外における販路の拡大	情報化社会への対応	訪日外国人市場開拓	その他
全体	402	153	264	77	92	56	110	88	87	86	30	14
業種												
染織	160	65	104	32	35	22	31	34	22	28	10	3
工芸	140	55	100	27	44	24	46	33	46	40	15	8
その他	6	1	2	0	3	2	1	0	0	0	0	7
事業形態												
従業員	127	47	81	18	23	14	29	25	27	25	8	1
個人事業主	165	61	98	32	44	26	52	35	33	35	13	8
法人の代表者	95	41	74	25	23	15	27	26	22	21	8	5

【その他】（一部抜粋）

- 仕事のスピードアップ
- 意匠等の知的財産のような物を活用した市場開拓
- SNSの活用

コ 生産量・出荷額増加のために今後重点的に取り組んでいきたいこと（複数回答）

	新商品の開発	技術の新分野への利用	ブランド力の確立	超高級品市場の開拓	高級普及製品市場の開拓	中間普及製品市場の開拓	若年層など購買層の拡大	首都圏における販路の拡大	海外における販路の拡大	情報化社会への対応	訪日外国人市場開拓	その他
全体	366	170	267	110	121	54	121	93	148	121	52	12
業種												
染織	154	77	108	43	41	19	43	33	45	45	14	5
工芸	123	52	94	48	58	23	48	46	75	52	29	5
その他	7	3	6	1	0	0	3	1	1	2	0	0
事業形態												
従業員	110	51	85	33	36	14	37	23	52	42	17	3
個人事業主	160	69	93	41	53	25	57	43	58	51	21	5
法人の代表者	81	46	78	33	28	14	26	27	33	24	13	3

【その他】（一部抜粋）

- 中間工程から最終製品へのシフト
- 必ず実需のある衣装（芸術）への取組み
- 販売、施工後のアフターフォローやメンテナンス

サ 後継者について

		十分確保できている	需要に見合った後継者が確保できている	需要の低迷が原因で後継者を雇うことができない	需要はあるが希望者がいないので需要に見合った後継者が確保できない	その他
全体		32	102	245	56	45
業種						
染織		7	32	127	18	12
工芸		12	44	69	21	23
その他		1	4	2	2	0
事業形態						
従業員		14	38	59	19	11
個人事業主		11	27	121	18	26
法人の代表者		7	33	55	17	7

【その他】（一部抜粋）

- 今の所ははっきりきまってる。
- 2～3年後には確保しなければならない。
- 無理に後継者を獲得する必要は無いと考える。

シ 京都の伝統産業製品の普及や振興における課題（複数回答）

		デザインが流行と合わなくなっている	素材や風合いなどが流行と合わなくなっている	宣伝やPRが不足している	着用・使用できる機会や場が少ない	海外や酷な他地域で製造されている製品との違いが分かりづらい	値段相応の価値があるのか分からない	使用方法や手入れの仕方が難しい	その他
	全体	104	46	206	239	97	203	112	28
業種	染織	32	13	68	133	36	86	74	9
	工芸	48	19	93	42	43	66	18	12
	その他	2	1	4	2	0	3	0	1
事業形態	従業員	34	20	64	67	34	58	32	6
	個人事業主	47	14	86	100	32	84	51	14
	法人の代表者	21	11	52	65	26	53	25	7

【その他】（一部抜粋）

○そもそも使える場所が限定的なものが多い。技術は手段であって目的ではない。伝統技術＝目的となっている。現代の生活に必要なもののためにどの技術が必要か。発想が逆である。

○時代ニーズ又付加価値がなくなっている。

○価格が高い。流通のマージンを取り過ぎ。素材にこだわり過ぎている。

ス 価値や魅力の発信のために今後5年で重点的に取り組みたいこと（複数回答）

		海外向けの情報発信の充実	東京向けの情報発信の充実	全国に向けた情報発信の充実	京都の町における情報発信の充実	「京都伝統産業ミュージアム」など拠点施設を通じた情報発信の充実	イベントや展示会を通じた情報発信の充実	雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実	その他
	全体	198	114	273	114	79	183	151	24
業種	染織	67	40	118	41	21	83	62	8
	工芸	93	46	91	44	41	66	57	12
	その他	1	2	3	5	1	3	4	0
事業形態	従業員	65	26	82	35	29	55	52	5
	個人事業主	82	47	116	40	26	80	50	14
	法人の代表者	45	38	67	32	20	43	41	5

【その他】（一部抜粋）

○関連した他業種ともコラボで京都文化をPRする。

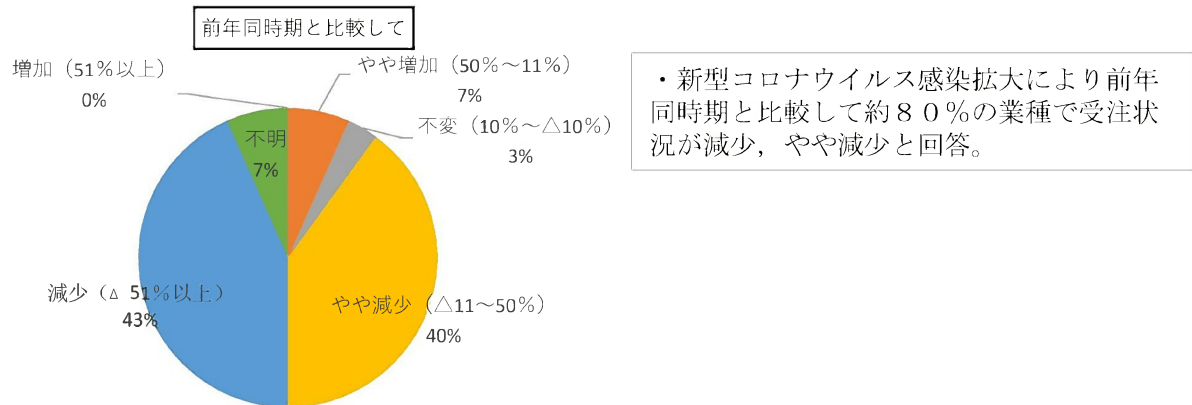
○SNSを通じた情報発信 5G上での情報のやりとり。

○このコロナ感染で、今までの生活習慣が大きく変わろうとしている。今後どの様に変わっていくか、それに合わせた産業にしていきたい。

(2) 伝統産業団体向けアンケート

令和2年10月に、京都市内の各伝統産業業種の39組合に対して選択式のアンケート調査を実施。39組合のうち、31団体から回答を得た。

ア 令和2年第2四半期（7月－9月）の受注状況を教えてください。



イ 第1四半期～第2四半期（4月－9月）に影響を受けたこと、実施したことを教えてください。（複数回答）

◇影響を受けたこと	
材料価格の高騰	6
廃業の増加	5
海外への輸出の減少	2
その他	21

その他として記載された主な事項

- 新型コロナウイルス感染症拡大による売上不振、受注減少、売上減少
- 買い控え。
- 売上減で製造をSTOPした。補助金を使って新商品の開発を行った。
- 観光客の減少
- 組合としての事業活動の中止・延期（例）技能検定
- 寺社仏閣の行事の自粛、祭の中止、各種イベントの中止・延期
- 新型コロナウイルスによる景気低迷
- 納期遅れ（海外からの物流停止による。）
- 催事の中止・縮小による販売機会の喪失・減少。一般的消費マインドの冷え込みによる売上大幅減少。
- 特になし（4件）

◇実施したこと	
行政の補助金制度の活用	24
資金の借入	15
インターネット、SNSの活用	11
新商品開発（マスクなど）	9
生産、流通体制の再構築	9
人件費の削減	9
リモートワークなど（デジタル化）の導入	6
その他	3

その他として記載された事項

- 新商品を含む今後開催される展示会等（販路）へ出品するための作品制作
- 特になし（2件）

ウ 行政への要望

その他

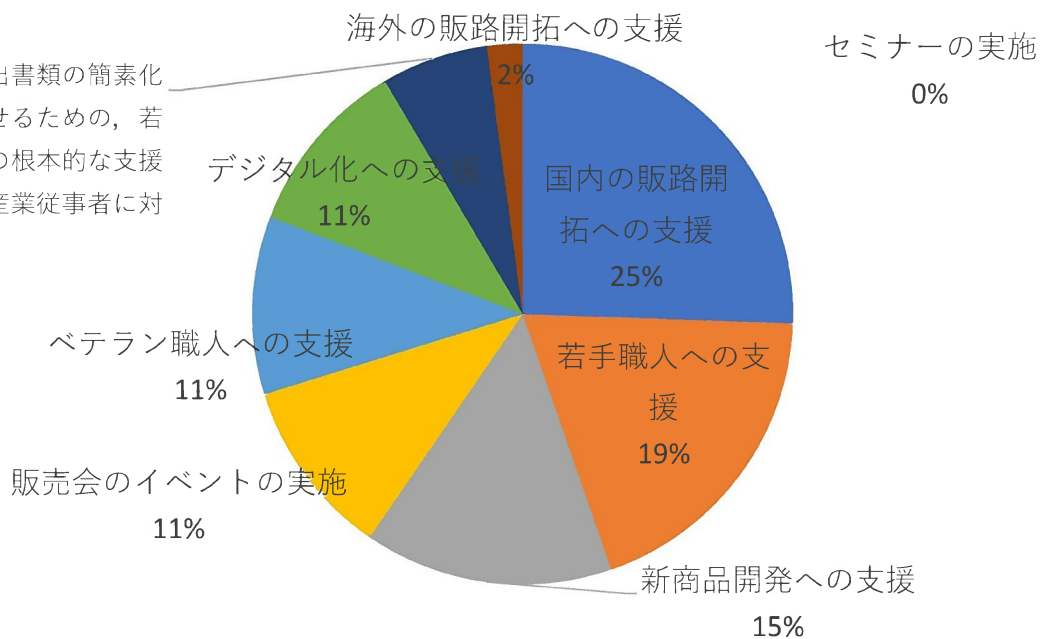
6%

○補助金申請時、提出書類の簡素化

○伝統産業を継続させるための、若

手、ベテラン両者への根本的な支援

○子育て世代の伝統産業従事者に対する支援



行政への要望が多かった事項は上から順に

1. 国内の販路開拓への支援（12件）
2. 若手職人への支援（9件）
3. 新商品開発への支援（7件）
4. 販売会イベント、ベテラン職人への支援（各5件）
5. デジタル化への支援、その他（3件）
6. 海外への販路開拓への支援（1件）

No	分類	事業名	事業概要	実施実績	写真等
1	基本的施策1	戦略的・効果的な補助金制度の創設	市場開拓等の成果や効果を「見える化」し、費用対効果を重視した競争性の高い枠組みへと転換した補助制度を創設する。	・伝統産業振興事業補助金 委員の意見を踏まえ、第三者との連携やイノベーションが期待できる取組、消費喚起につながる取組に重点的に交付。 交付予定件数：52件中中止は12件	※説明会実施していないため、写真なし。
2	基本的施策1	戦略的・効果的な補助金制度の創設	新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、催事や展示会等が中止・延期になったことで販路が失われ、販売の機会を失っている伝統産業関係者を支援するため、新商品・素材開発に係る経費を補助する制度を創設。	・伝統産業つくり手支援事業補助金 申請件数：766件 （個人及びグループ734件、団体32件） 募集期間：令和2年6月3日～6月23日	 補助金を活用して制作された商品の例
3	基本的施策2	京の匠ふれあい事業	伝統産業の職人の雇用創出及び市民、観光客等への伝統産業のPRを目的に市民・児童・観光客等を対象に伝統産業の職人による制作体験教室・制作実演等を実施。	・京都伝統産業ミュージアム（旧：京都伝統産業ふれあい館） 館内の製作実演及び実演職人の派遣を実施。 延べ派遣者数（R01:186人） ・小中学校 市内小中学校へ業界団体から職人を派遣し、制作体験教室等を実施。 受講生徒数（R01:402人）	 金箔押し体験  友禪ハンカチ絞り染め
4	基本的施策2	「わたしたちの伝統産業」の製作	伝統産業についての理解を深めるため、小学4年生が社会科等の授業で使用する副読本「わたしたちの伝統産業」を作成し、市立小学校等に配付する。	・「わたしたちの伝統産業」の発行。 発行部数（R02:14,500部） 配布先：市立小学校4年生児童、伝統産業関連団体等	
5	基本的施策3	「伝統産業の日」事業の充実	行政と業界団体が丸となり、年間を通じて、市民や観光客が本物の伝統産業を体験し、購入できる機会を創出する。	・「伝統産業の日」事業 伝統産業の振興発展を図るため、本市が独自に制定した「伝統産業の日（春分の日）」を中心に、業界団体や本市が普及啓発、需要喚起を目的とした事業を実施。 令和2年度においては次の事業を実施。 （9月）「京まふ」との連携企画 （12月）京都の伝統文化に触れる特別体験「京あそび」の実施 （3月）「匠エキスポ」「中高生きもの着付け&和文化体験」を実施予定	 画像なし 京まふおこしやす大使（Vtuber）の伝統産業体験  中高生きもの着付け&和文化体験
6	基本的施策3	市内の大規模イベントと連携した魅力の発信	「京の七夕」事業や「京都・花灯路」事業等において、伝統産業製品のPRイベントの開催や和装来場者特典の付与などにより、伝統産業の魅力を発信する。	・第37回伝統的工芸品月間国民会議京都大会 国が伝統的工芸品に対する国民の理解とその一層の普及を目指すとして毎年11月を伝統的工芸品月間と定め全国各地持ち回りで開催。 令和2年10月31日から11月3日まで京都駅、京都駅地下街ボルタプラザ、京都府文化博物館において開催。（※新型コロナウイルス感染症拡大により、事業内容を見直し、規模を縮小して開催。） 実施事業：伝統的工芸品販売会、伝統的工芸品紹介展示、京都伝統的工芸士会連合展	 京都駅地下街ボルタプラザでのイベントの様子
7	基本的施策4	和装産地支援事業	新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、多くの催事・行事が中止されたことで、和装関連の売上が大きく減少し、京都の文化を支える和装産地が存続の危機にさらされていることから、学校教材やMICE等に活用するきものや帯等を制作することで職人の仕事を創出する。	・125着のきものと133個の帯を制作。 （西陣織工業協同組合、京友禪協同組合連合会、京鹿の子紋振興協同組合、京都浸染工業協同組合） 来年度以降の活用に向けて、制作したきものと帯のカタログを製作。 ・3月の京都ギフトショーで貸出を行う予定。	
8	基本的施策4	京ものユースコンペティション	現代のライフスタイルに溶け込む「京もの」と、京都の伝統産業のモノづくりができる若手人材を発掘して支援するための作品コンペを実施する。	・京ものユースコンペティション事業 メディア・バイヤーなど外部の審査員の評価による作品コンペを開催。受賞者には、展示会出張支援、メディア露出の機会を提供。 受賞者数（R0:2人） グランプリ：古川剛（京焼・清水焼）/虹彩霧滴流描組血鉢 準グランプリ：小嶋俊（提燈）/ちび丸提灯製作キット	 審査会  表彰式
9	基本的施策4	伝統産業における障害者就労の検討	伝統産業界における後継者確保・技術継承と障害のある方の就労支援・雇用創出を図るため伝統連携事業を実施する。	・京都市伝統連携担い手育成支援事業 京都市伝統連携担い手育成支援事業補助金制度を設置し、交付対象事業者を募集した。審査の結果、西陣整経同業組合を対象事業者として指定した。 今後は、福祉事業者に対して、選定した事業者による説明会・体験会を実施し、伝統産業事業者と福祉事業者のマッチングを推進。	 「糸繰り」工程の体験会
10	基本的施策5	京都伝統産業ミュージアム（旧：京都伝統産業ふれあい館）の運営	京都の伝統産業を体系的に紹介する振興拠点として、伝統産業製品の展示のなど伝統産業の振興を図る。	・ふれあい館リニューアル事業 リニューアルを記念し、これまでとは異なる層へのアプローチとして、子どもをメインターゲットにワークショップや学びの要素を入れた企画展を実施 ・令和2年3月14日（土）にリニューアルオープン 新型コロナウイルス感染症拡大により一時閉館するも、再開後は以下の企画展を実施。 （1）SHOKUNIN（7月4日～8月2日）3,763人 （2）継ぐもの -In between crafts-（8月22日～10月18日）14,078人 （3）工芸を分解してみる（12月19日～1月24日）（開催中） 来場者数：45,447人（3月14日～12月末） （4月7日～5月19日まで休館）	 継ぐもの -In between crafts-  工芸を分解してみる
11	基本的施策6	『未来の名匠』認定事業の実施	伝統産業の中核を担う中堅職人を奨励する「京都市伝統産業『未来の名匠』認定事業」を実施する。また、認定された職人のネットワーク化を図り、販路の開拓等に取り組む。	・『未来の名匠』認定事業 認定者数（R02:10人） ・3月に京都駅ビルで作品展示を行う予定。	 

議事

第 3 期京都市伝統産業活性化推進計画後期（令和 4 年度～令和 8 年度）
の取組の検討に向けて

令和 3 年度末で、本計画は前期の 5 年間を経過します。新型コロナウイルス感染拡大をはじめ、第 3 期計画策定時から社会状況が大きく変化している中で、時代に即した施策の実施のために、令和 3 年度において、後期 5 年間の計画の推進に向けた取組の検討に当たっての論点と方向性について議論いただきたい。

1 現状について

(1) 出荷額

年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
出荷額	1,716 億円	1,719 億円	1,781 億円	1,628 億円	1,508 億円
目標の達成状況	—	達成	達成	未達成	未達成

(参考) 経済産業省指定伝統的工芸品の生産額の推移（※ 1）

年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
生産額	1,016 億円	960 億円	927 億円	非公表 （※ 2）	非公表 （※ 2）

※ 1 全国的に生産額は減少傾向である。ただし、本市との算出方法及び対象は異なる。

※ 2 平成 30 年度生産額より集計方法が変更となり、生産額は非公表となる。

(2) 従事者数

年度		平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度	平成 30 年度	令和元年度
従事者数	京都市内	19,357 人	19,416 人	18,996 人	19,028 人	18,419 人
	全国（※ 3）	64,889 人	62,690 人	57,843 人	57,269 人	未発表 （※ 4）

※ 3 経済産業省指定伝統的工芸品の従事者数の推移

※ 4 令和 3 年秋頃発表予定

計画における最大の目標を「平成 27 年度比出荷額の増加」としているものの出荷額及び従事者数は減少。

(3) 伝統産業の現状

ア 行政に求められている支援等について

行政に求められている支援の上位3項目は次のとおりであり、これまでから実施している販路開拓等の支援事業が、引き続き求められていると考えられる。

- ① 販売促進に関する助成
- ② 新商品等開発に関する助成
- ③ 道具類及び原材料の確保対策に関する助成

また、伝統産業事業者が「生産量・出荷額増のために現在取り組んでいること」「生産量・出荷額増加のために今後重点的に取り組んでいきたいこと」のいずれの設問においても次の項目が上位3項目を占めている。

- ① 新商品の開発
- ② ブランド力の確立
- ③ 技術の新分野の利用

以上のことから、「新商品開発」については、行政への要望もあり、事業者が自ら取り組んでいることもあることから、政策のニーズがあるものと考えられる。

イ 生産額の状況について

平成27年と比較して、8割近くが減少していると回答している一方、1割は増加していると回答している。

ウ 後継者について

「需要の低迷が原因で後継者を雇うことができない」との回答が約半分を占めるものの、約3割が「十分確保できている」「需要に見合った後継者が確保できている」としており、一定の後継者は確保されている状態である。

「需要の低迷が原因で後継者を雇うことができない」層の割合を減らし、「確保できている」とする層の水準を高めることが今後の課題になると考えられる。

特に「需要はあるが希望者がいないので需要に見合った後継者が確保できない」層の後継者の確保の支援を進めることが持続的な事業の承継のために必要であると考えられる。

エ 京都の伝統産業製品の普及や振興における課題について

「着用・使用できる機会や場が少ない」といった伝統産業事業者では対処できない大きな課題がある一方で、「宣伝やPRが不足している」「デザインが流行と合わなくなっている」といった点は事業者自身でも課題解決に向けて取り組める課題もある。また、「値段相応の価値があるのか分からない」との回答もあり、一般に販売されている製品の価格が妥当でない可能性が示されている。

2 今後の取組の検討に当たっての3つの視点とそれぞれの課題について

視点1 伝統産業×イノベーション

- (1) 新型コロナウイルス感染症拡大による「新しい生活様式」, 「with コロナ」, 「post コロナ」などの社会変化への対応
- (2) 「SDGs」や「脱プラスチック」などの社会課題への対応
- (3) 「DX」をはじめ, 「5G」など新しい技術革新分野との連携

視点2 伝統産業×文化・観光

- (1) 国内外の観光客へのアプローチ
- (2) アート・デザイン市場, 海外市場への展開

視点3 伝統産業×使い手

- (1) ブランド力の確立と, ラグジュアリー層, マスマーケット及び中間層へのアプローチ
- (2) 次世代の「つくり手」の確保

3 今後の予定

(1) 実施事項

ア 現状把握及び分析

現状を詳細に把握するため, 出荷額等のアンケート調査の他, 次の調査を実施

- ㉒ 経済センサス活動調査または工業統計調査等を活用した分析
伝統産業業界の現状を詳細に把握するために, 政府発表の統計資料等を分析
- ㉓ 伝統産業事業者へのサンプル調査
伝統産業事業者を対象とし, 事業者が現在必要としていること, 将来的に必要なことなどのアンケート形式の調査を実施
- ㉔ 市民を対象にしたサンプル調査
調査時点での伝統産業製品の需要, ニーズ, 価値及び魅力を把握するための調査を実施

イ 平成29年度～令和2年度に実施した実績・進捗状況のとりまとめ

(2) 令和3年度のスケジュール

○4月～6月 業界調査の実施

○7月～8月 令和3年度第1回審議会

〔 業界調査の結果報告及び計画（平成29年度～令和3年度の実績・進捗状況）を踏まえ、成果と課題の整理、新規・追加施策の検討 〕

○11月～12月 令和3年度第2回審議会

〔 今後新たに取り組むべき施策，重点的に取り組むべき施策について，取組案の検討 〕

○12月 業界向けのヒアリング，意見聴取

○1月～3月 策定・発表