

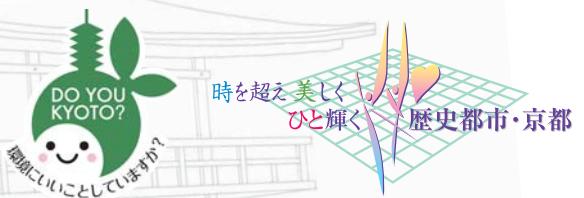
京もののある暮らし

和

のある暮らし

第2期

京都市伝統産業活性化推進計画 [概要版]



京都市産業観光局商工部伝統産業課
〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上る上本能寺前町488番地
TEL 075-222-3337 FAX 075-222-3331
<http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/soshiki/7-1-5-0-0.html>.
京都市印刷物第233249号



平成24年3月
京都市

千二百年を超える歴史の中で、美しい自然と調和・共生する細やかな感性や美意識を磨いてきた京都。それらを手間ひまを惜しまぬ技と心によって形にする京都の優れた伝統産業は、長く日本の伝統文化、京都のブランドを支えてまいりました。

大量生産・大量消費型の生活から持続可能な社会への大きな転換期を迎える、特に東日本大震災を契機として、日本の伝統的な生活文化や「和」の感覚に根差した暮らしが改めて見直されるようになっております。このような状況の中、我が國のものづくり産業の原点であり、日本文化を支えてきた京都の伝統産業への期待が益々大きくなっていると実感しています。

京都市では、この度、「第2期京都市伝統産業活性化推進計画」を策定しました。この計画は、京都の伝統産業の活性化を目指す5箇年計画として平成18年度に策定した「京都市伝統産業活性化推進計画」を、様々な取組の成果や社会経済状況の変化も踏まえて改訂したものです。

本計画では、国内外において「和」のある暮らし、「京もの」のある暮らしを実現していくことを目指し、「市場創造につながる取組の推進」「伝統文化とそれを支える伝統産業の価値の向上に寄与する取組の推進」「各業種や異業種との連携を図る取組の推進」という3つの重点戦略を掲げ、「『京もの』海外市場開拓事業（仮称）の実施」など13の重点施策をはじめ、活性化に向けた様々な施策を取り組んでいくこととしています。

私はこの計画を、市民の皆様をはじめ事業者、関係団体の皆様と力を合わせて着実に進めていくことにより、京都の伝統産業を更に活性化させ、我が国固有の素晴らしい文化を未来へ引き継ぐことができると確信しています。

引き続き皆様の御支援、御協力をお願い申し上げますとともに、計画の策定に当たり多大な御尽力をいただきました京都市伝統産業活性化推進審議会、並びに計画検討部会委員の皆様、貴重な御意見をお寄せくださいました全ての皆様に心から感謝申し上げます。



京都市長

門川 大作

計画の構成 本計画は、以下の5つの章で構成しています。

第1章 計画の位置付け（P 3）

「策定の趣旨」など、本計画の基本的位置付けについて記載しています。

第2章 伝統産業を取り巻く状況（P 4）

「京都市の伝統産業の特質」や「第1期計画における成果」を踏まえ、現在の伝統産業を取り巻く状況について記載しています。

第3章 目指すべき伝統産業の姿（P 6）

第2章で述べた現在の困難な状況を乗り越え、今後、伝統産業を活性化していくに当たっての目標について記載しています。

第4章 活性化推進のための具体的施策（P 9）

第3章で設定した目標を達成するための具体的な施策について記載しています。

第5章 計画推進のために（P 13）

設定した目標の達成や、具体的な施策を推進するために必要となる、行政、事業者、市民、そして国の役割について記載しています。

結びに（P 14）

政策の体系 本計画は、京都市の他の計画等と以下の関係にあります。

世界文化自由都市宣言<昭和53(1978)年10月15日宣言>
都市理念（都市の理想像）

京都市基本構想（グランドビジョン）<H13年～H37年>
21世紀の京都のまちづくりの方針を理念的に示す長期構想

京都市基本計画（はばたけ未来へ！京プラン）
<H23年度～H32年度>
基本構想の具体化のために全市的観点から取り組む主要な政策を示す計画

各区基本計画<H23年度～H32年度>
基本構想に基づく各区の個性を生かした魅力ある地域づくりの指針となる計画

第1期伝統産業活性化推進計画
<H18年度～H23年度>
伝統産業活性化推進条例に基づき、伝統産業の活性化の推進の指針となる計画

第2期伝統産業活性化推進計画
<H24年度～H28年度>

京都市伝統産業活性化推進条例<H17年度制定>
日本の文化を世界に発信し、伝統産業の未来を切り開くための条例

歴史都市・京都創生策II<H18年度策定>
歴史都市・京都の創生に向け、京都市の取組や国への提案・要望を取りまとめたもの

京都市新価値創造ビジョン<H23年度～H27年度>
「新・価値創造都市・京都」の実現に向け、ものづくりの視点から京都が重点的に推進する産業振興政策の基本的な考え方を示したビジョン

京都文化芸術都市創生計画<H19年～H29年>
世界的な文化芸術都市・京都の創生を目指した取組をまとめたもの

未来・京都観光振興計画2010+5<H22年～H26年>
旅の本質を堪能できる世界で一番のまちを目指した取組をまとめたもの

京もの 第1章 計画の位置付け

1 策定の趣旨

京都では、1200年を超える悠久の歴史の中で、宮廷を中心に広がりを見せた「みやびの文化」や、茶道や華道、香道、能、狂言など我が国固有の伝統文化が栄え、市民の日常生活の中で脈々と息づいてきた。

このような京都の伝統文化を支え、また、それによって磨かれてきた京都の伝統産業は、今日においても、世界を代表する歴史都市・京都を支える重要な柱であるとともに、地域の経済と社会に不可欠な要素となっている。

しかしながら、生活様式や価値観の変化、長期にわたる不況、技術者の高齢化などにより、京都の伝統産業にとって危機的な状況が続いていると言つても過言ではない。

本計画は、日本が世界に誇る伝統文化を支え、ものづくりと雇用を支えてきた京都の伝統産業の活性化に向けて、中期的な視点に立った戦略的な施策を展開していくことにより、京都経済の発展と、豊かで活気に満ちた地域社会の形成、更には日本の伝統文化の振興に寄与することを目的とするものである。



2 位置付け

本計画は、「京都市伝統産業活性化推進条例」に基づき、第2期の伝統産業活性化推進計画として策定するものである。

また、本計画は、平成22年12月に策定された「京都市基本計画」の分野別計画の1つであると同時に、歴史都市・京都の創生に向け、京都市の取組や国への提案・要望を取りまとめた「歴史都市・京都創生策Ⅱ」、世界的な文化芸術都市・京都の創生を目指した「京都文化芸術都市創生計画」、旅の本質を堪能できる世界で一番のまちを目指した「未来・京都観光振興計画2010⁺⁵」を構成する重要な要素でもある。

さらに、本計画による伝統産業の活性化推進は、平成23年3月に美・知・匠の「ものづくり都市・京都」を目指して策定された「京都市新価値創造ビジョン」における重点戦略に基づく施策の中にも位置付けられる。



3 計画期間

本計画の期間は、平成24年度から平成28年度までの5箇年とする。

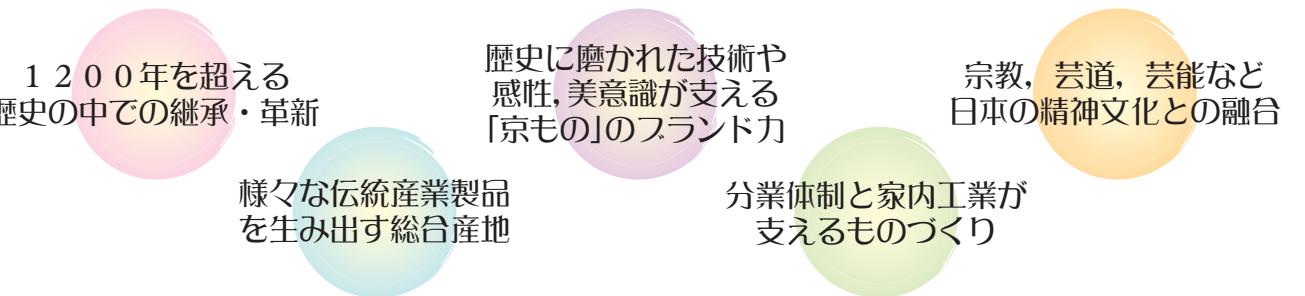
なお、計画の進ちょく状況については、京都市伝統産業活性化推進審議会等において毎年度点検を行い、施策の改善や新たな施策の立案等について検討していく。



京もの 第2章 伝統産業を取り巻く状況

1 京都市の伝統産業の特質

京都の伝統産業は、日本全体を見渡しても他に類を見ない、以下のような独特で固有の魅力や特長を有している。



2 第1期計画の成果

(1) 第1期計画の成果と課題

本市では、生活様式の変化や景気の低迷などの要因により、厳しい状況にある京都の伝統産業を再び活性化させることを目指し、平成18年11月に「京都市伝統産業活性化推進計画」を初めて策定した。同計画は、平成18年度から平成23年度までを計画期間とし、「京都市伝統産業活性化推進条例」に掲げる「4つの基本理念」及び「6つの基本的施策」に基づく様々な施策を展開してきた。

平成22年度までに、計画期間中に実施すべき具体的な取組40項目のうち、39については実施中又は完了となっており、伝統産業の活性化に向けて、新たな市場を開拓するべく、東京ガールズコレクションへの参画など首都圏への進出を積極的に進めるとともに、職人の実演、体験教室をはじめとするイベントなど価値や魅力の発信を推進してきた。

また、消費者のニーズを的確に捉えたものづくりへの支援や、伝統文化や観光産業との積極的な連携を進めたこと等により、海外も含めた新たな販路を着実に開拓している業界や事業者も生まれているが、伝統産業全体の出荷額は依然として減少を続けており、それに伴う後継者の不足などもより顕在化している。

このため今後は、消費者ニーズとのミスマッチの解消を徹底して進めるとともに、首都圏だけでなく海外への展開や異業種との融合など、更なる販路拡大に向けた取組や、文化や観光などの分野とより一層連携を進め、価値や魅力の発信を強化する取組を積極的に進める必要がある。



4つの基本理念

市場の開拓

基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新

価値や魅力の発信

日本独自の伝統文化の継承と文化の創造

6つの基本的施策

伝統産業に関する創造的活動に対する支援

伝統産業に関する教育や学習の場における取組

伝統産業についての関心と理解を深める取組

技術の継承や後継者の育成

活性化の拠点施設等の機能の充実

表彰や奨励



第3章 目指すべき伝統産業の姿

(2) 数値実績

数値目標の達成状況については、平成22年度実績において以下のとおりである。

出荷額 2,477億円 【目標】2,730億円

※計画期間開始時（平成18年度）の実績2,703億円から減少

伝統産業に接する機会 186.6% 【目標】220%

※前回調査時（平成17年度）の200.5%から減少

「伝統産業の日」事業の来場者数 220,650人 【目標】300,000人

※計画期間開始時の実績210,806人から増加



京都伝統産業ふれあい館の来館者数 213,395人 【目標】250,000人

※計画期間開始時の実績134,457人から増加

四条京町家の来館者数(祇園祭の期間除く) 31,519人 【目標】40,000人

※計画期間開始時の実績29,605人から増加（平成21年度未開館ため同年度実績）

(3) 具体的な取組実績

主な具体的取組の実施状況については、平成22年度実績において以下のとおりである。

「京ものきらめきチャレンジ事業」の創設（平成20年度～）

京都市産業技術研究所の機能強化（平成20年度～）

「京の匠と文化まなび事業」の実施（平成20年度～）

「伝統産業の日」への事業の集中化（平成18年度～）

工程別技術者調査の実施（平成22年度）

「京都伝統産業ふれあい館」の活性化と機能の再構築（平成18年度～）

「未来の名匠」の創設（平成22年度～）

和装産業活性化戦略プランの策定・推進（平成20年度～）

「京もの」全国普及事業（平成21年度～）



3 京都市の伝統産業の現状

第1期計画を策定した平成18年以降も、平成20年9月に起きたリーマン・ショック等に起因する消費の冷え込み、更には平成23年3月に発生した東日本大震災の影響等により、今まで市場、生産量は縮小を続けており、今日の京都の伝統産業の置かれた状況は危機的であると言っても過言ではない。現在、京都の伝統産業が抱える特徴的な問題として、以下の点が挙げられる。

需要の低迷

後継者の確保難

道具、原材料の確保難

複雑な流通構造

消費者のニーズ把握・消費者への情報提供の不足

1 伝統産業の活性化

京都の伝統産業は、経済を支え雇用を生み出す，“ものづくり産業としての側面”と、市民・国民、あるいは地域社会の共同体のアイデンティティを支える“文化としての側面”を有している。本計画は、「第2章3 京都市の伝統産業の現状」で述べた困難な状況を乗り越え、京都の伝統産業を未来へ継承していくため、この2つの側面からの活性化を目指して施策を推進していくものである。

経済的価値の維持・向上

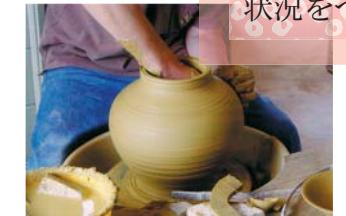
産業の規模が安定的に維持・成長し、生産や流通に関わる関係者が増加し、後進の若手が継続的に参入する状況をつくる。



伝統産業活性化の2つの側面

文化的価値の維持・向上

市民、国民に伝統産業の価値が理解され、つくり手、職人が尊敬されるとともに、その製品が生活の中に溶け込んでいる状況をつくる。



2 活性化に向けた課題

伝統産業の活性化にとって何が中心的な課題なのかに焦点を当て、それに対する目標設定と施策展開が必要である。以下に現在の京都の伝統産業が抱える課題を挙げる。

市場の開拓

職人、事業者の後継者育成

道具、原材料の確保

消費者にわかりやすい仕組みの確立

伝統産業製品の価値や魅力の伝達



日本独自の伝統文化の再認識と「和のある暮らし」の提案





3 目標の設定

本計画では、前述の「活性化に向けた課題」を踏まえ、計画期間中の目標を以下のとおり設定する。また、第1期計画を策定した時点に比べ、状況の厳しさ、環境の深刻さが増していることを踏まえ、より明確な方向性を打ち出すとともに、目標の達成状況については、出荷額や従事者数などの経済的な指標のほか、行政が実施した取組件数などにより把握していく。

基本理念1 市場の開拓

事業者や業界の創造的な取組と工夫により新たな市場を開拓し、市場の縮小に歯止めをかける。

- 目標
- ・出荷額の減少を食い止める。
 - ・「日本文化への関心が高い海外の消費者」「新たなライフスタイルへの関心が高い女性」「伝統文化への関心が高いシニア層」など、ターゲットを明確にした商品企画や広告・営業の推進
 - ・伝統産業と先端産業の融合による新製品の創出
 - ・消費者のニーズに合ったものづくりの推進とライフスタイルの提案
 - ・小規模業種の特性に応じた販路開拓の実施
 - ・あらゆる機会を捉えた消費者ニーズの把握



基本理念2 基盤の強化、円滑な流通の促進、技術の継承と革新

次代の伝統産業を担う人材の育成、技術の継承につながる機会を創出し、従事者の減少に歯止めをかける。

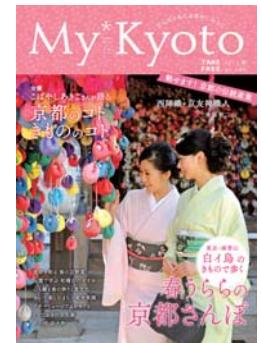
- 目標
- ・従事者数の減少を食い止める。
 - ・若手職人の育成支援の充実と雇用機会の創出
 - ・若手職人のモチベーションを高める取組の推進
 - ・伝統産業製品のつくり手、職人が尊敬される風土づくりの推進
 - ・道具、原材料の確保対策の実施
 - ・工程の存続に向けた対策の実施
 - ・生産や流通の履歴認証の推進
 - ・消費者の目線に立った商品知識、販売スキルを持つ人材の育成
 - ・伝統産業と先端産業の融合による新製品の創出 ※再掲



基本理念3 価値や魅力の発信

伝統産業の品質、背景などの情報や、「ライフスタイル」「美意識」「エコロジー」など、ユーザーにとっての価値を消費者にわかりやすく伝える。

- 目標
- ・「京もの」ブランドを高めるための取組の推進
 - ・京都のまちから魅力を発信する取組の推進
 - ・「伝統産業の日」における価値や魅力の発信強化
 - ・観光事業と連携した、体験や購入につながる国内外への情報発信の強化
 - ・産地と連携した、まちづくりや地域活性化の推進
 - ・首都圏における、購入につながる情報発信の強化
 - ・マスメディア、インターネットを活用した情報発信の強化
 - ・伝統産業製品の“地産地活”的促進
 - ・「伝統産業の日」事業の来場者数 300,000人
 - ・「伝統産業の日」事業来場者の満足度及びリピーターの増加
 - ・京都伝統産業ふれあい館の来館者数 250,000人
 - ・京都伝統産業ふれあい館来館者の満足度及びリピーターの増加



基本理念4 日本独自の伝統文化の継承と文化の創造

伝統産業の継承・発展を通じて、日本の伝統文化を再認識する機会を広げるとともに、暮らしの中で息づく新たな和の文化を育む。

- 目標
- ・伝統文化と伝統産業の魅力を合わせて発信する取組の推進
 - ・市民をはじめ広く一般の方々が伝統産業を知り、親しむ機会の拡大
 - ・学校教育において伝統産業を学び体験する機会の拡大
 - ・伝統産業製品を使用する市民の割合の増加
 - ・伝統産業製品のつくり手、職人が尊敬される風土づくりの推進 ※再掲
 - ・観光事業と連携した、体験や購入につながる情報発信の強化 ※再掲

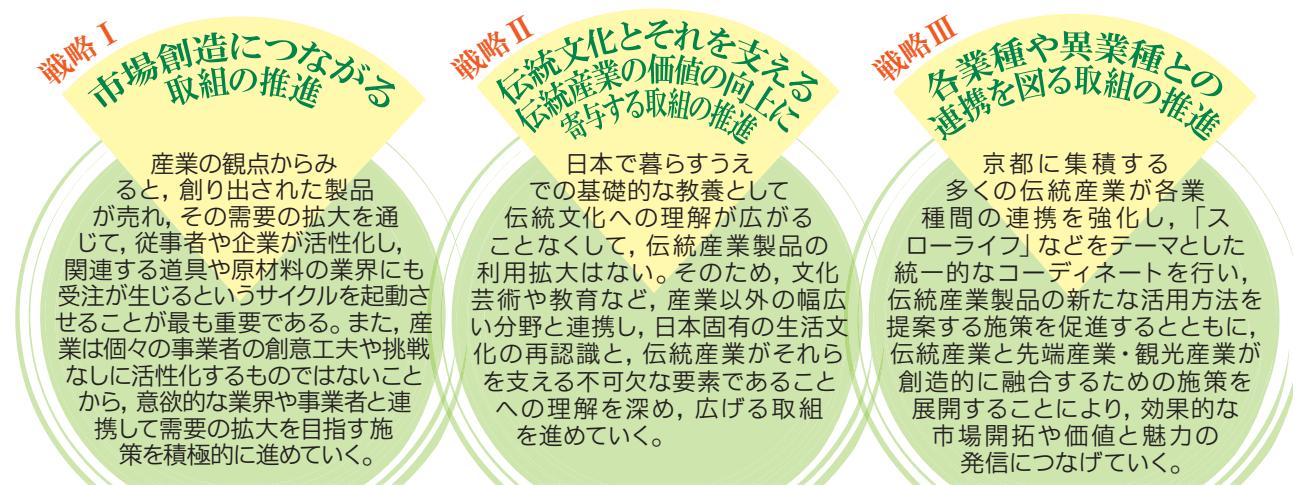


京もの 第4章 活性化推進のための具体的施策

1 3つの戦略～施策展開の方向性～

「第3章 目指すべき姿」に示した目標を達成するため、以下に掲げる3つの戦略に基づき、施策を具体化する。

また、施策については、市場や業界からのフィードバックや、費用対効果の検証を通じ、常に柔軟な見直しを行っていくこととする。



2 13の重点施策

「3つの戦略」を推進するため、本計画期間中に取り組む具体的施策（後述）の中から、特に優先して実施すべき13の事業を「重点施策」として、以下に掲げる。（★…新規 ●…充実）

戦略I 市場創造につながる取組の推進 ★…新規 ●…充実

1 「京もの海外市場開拓事業（仮称）」の実施 ★

日本の文化や工芸品に関心を持つ海外の消費者の需要を開拓するため、海外市場に新たな販路を創出する取組や新商品を開発する取組を支援する「京もの海外市場開拓事業（仮称）」を実施する。

2 京都における新たな販路開拓支援事業の実施 ★

市民や観光客による購買を促進するため、伝統産業の工程見学、体験や販売までを行う製販一体型のショップ展開など、京都における伝統産業製品の宣伝、販売に関する新たな取組を支援する。

3 首都圏等における展示商談会等への出展支援 ●

国内の市場を開拓するため、我が国最大の消費地であり、情報発信拠点である首都圏等において、「和のある暮らし」を提案する展示商談会等へ出展する取組を支援する。

4 後継者育成事業の充実 ●

若手職人が新たな事業展開を推進できるよう、京都市が進める伝統産業技術者研修を再編・強化した「京の匠育成講座（仮称）」を京都市産業技術研究所に設置し、大学とも連携しながら、技術や技法だけでなく、デザインや企画力、マーケティングや経営に関する研修、他業種と交流する機会の提供を実施する。また、若手職人の就労を促進する施策の検討を進めるなど、後継者育成事業の充実を図る。

5 若手職人を対象とした作品コンテストの開催 ★

次代を担う人材の向上心と切磋琢磨を促すよう、若手職人を対象とした作品コンペ等を開催し、優秀者の表彰等を行う。

戦略II 伝統文化とそれを支える伝統産業の価値の向上に寄与する取組の推進 ★…新規 ●…充実

6 伝統文化との連携の促進とPRの強化 ●

伝統産業が、京都ブランドの大きな柱である伝統文化を支えていることを理解してもらうため、茶道、華道、香道や能、狂言等と連携した事業を実施するなど、国内外へ伝統文化と伝統産業を合わせてPRする取組を拡大する。

7 「京都で学ぶ匠と文化（仮称）」講座等の実施 ★

伝統産業に興味を持つ市民や学生、観光客が、伝統文化とそれを支える伝統産業の学習や体験ができる機会を創出するため、大学等と連携し、講座「京都で学ぶ匠と文化（仮称）」の設置や、観光ツアーの企画、検定の活用などを行う。

8 「隗より始めるプロジェクト（仮称）」の実施 ●

国内外への需要を拡大するため、京都市役所と市職員が業界の協力も得ながら、率先して伝統産業製品を活用するとともに、市内の企業や大学等にも活用を促すことにより、日常生活に伝統産業製品を自然に取り入れる市民を増やす。

9 「京もの産地まちづくり活性化支援事業（仮称）」の実施 ●

伝統産業を地域コミュニティの核として、また文化資源や観光資源として位置付け、地域住民と伝統産業の担い手が連携したまちづくりの取組を支援する。

戦略III 各業種や異業種との連携を図る取組の推進 ★…新規 ●…充実

10 海外版「京ものでおもてなし事業」の実施 ★

日本文化に興味を持つ外国人に、伝統産業にも関心を持ってもらうため、観光事業と連携し、海外の情報拠点等における伝統産業製品のPRに取り組む。

11 「伝統産業の日」におけるライフスタイルの提案 ★

消費者に、伝統産業製品を生活に自然に取り入れてもらうため、「伝統産業の日」に各業界が連携し、「伝統産業製品のある暮らし」をテーマとする事業展開を行う。

12 知恵産業融合センター事業の推進 ●

伝統産業の持つ優れた技術を活用した新たな商品の開発など、知恵ビジネスを推進するため、京都市産業技術研究所知恵産業融合センターを中心として、職人・業界団体と、商工会議所や大学・財團法人京都高度技術研究所等の支援機関との連携を強化する。

13 京都伝統産業ふれあい館の活性化 ●

伝統産業の魅力をより多くの人々に理解してもらうため、魅力的な展示や販売等、国内外の集客を拡大する取組を実施し、MICE（多くの集客交流が見込まれる国際会議や企業研修旅行、イベント等の呼称）戦略の一環として「京都伝統産業ふれあい館」の活性化を図る。



3 その他に取り組む施策

さらに、京都市伝統産業活性化推進条例に掲げる「6つの基本的施策」に基づき、本計画の期間中に以下の取組を実施する。

★…新規 ●…充実 ■…継続

基本的施策1 伝統産業に関する創造的活動に対する支援

- ★創造的活動の情報共有
- 伝統産業を紹介するPR素材の制作と周知
- 小規模業種による複合展示商談会の開催支援
- 若年層の女性への「普段づかい」の伝統産業製品の提案
- シニア層への「普段づかい」の伝統産業製品の提案

再掲：重点施策

- ★「京もの海外市場開拓事業(仮称)」の実施
- ★京都における新たな販路開拓支援事業の実施
- 首都圏等における展示商談会等への出展支援
- 知恵産業融合センター事業の推進

基本的施策2 伝統産業に関する教育や学習の場における取組

- ★留学生に向けた魅力の発信
- 子どもたちが伝統産業製品を使用する機会の拡大
- 伝統産業に関する学習コンテンツの整備
- 「京の『匠』ふれあい事業」の実施

再掲：重点施策

- ★「京都で学ぶ匠と文化(仮称)」講座等の実施

基本的施策3 伝統産業に関する関心と理解を深める取組

- 観光客・修学旅行生が見学・体験できる機会の拡大
- インターネットを活用した情報発信の充実
- 市民をはじめ広く一般の方々が伝統産業製品を使用する機会の提供
- マスメディアを活用した魅力の発信
- 「お詫び」「お直し」の推進
- 地域団体商標の活用支援
- 履歴表示の支援

再掲：重点施策

- ★海外版「京ものおもてなし事業」の実施
- ★「伝統産業の日」におけるライフスタイルの提案
- 伝統文化との連携の促進とPRの強化
- 「魄より始めるプロジェクト(仮称)」の実施
- 「京もの産地まちづくり活性化支援事業(仮称)」の実施

基本的施策4 技術の継承や後継者の育成

- ★高校生を対象とした職業体験の実施
- ★伝統産業従事者の育成支援
- 工程の存続に向けた対策の実施
- 道具・原材料確保対策の実施

再掲：重点施策

- 後継者育成事業の充実

基本的施策5 活性化拠点施設等の機能の充実

- 京都市産業技術研究所の機能強化
- 再掲：重点施策
- 京都伝統産業ふれあい館の活性化

基本的施策6 表彰や奨励

- ★卓越した技術を有する優秀な職人による実演等の実施
- 「京都市伝統産業技術功労者顕彰」及び「京都市伝統産業『未来の名匠』認定事業」の実施
- 再掲：重点施策
- ★若手職人を対象とした作品コンテストの開催

4 伝統産業の日

京都市は、伝統産業の魅力や素晴らしさを国内外に発信するとともに、伝統産業について学び、ふれあい、楽しむ機会を提供するために、平成13年度に春分の日を「伝統産業の日」に制定し、その前後を含め、毎年多彩な事業を集中的に展開している。市政総合アンケートによると「伝統産業の日」について「参加したことはないが知っている、又は興味がある」と回答した人は40.6%である。また、期間中に実施している、きものの着用で市バス・地下鉄の乗車や文化施設などの入場が無料になる取組について、「利用したことはないが知っている、又は興味がある」と回答した人は63.5%であり、多くの市民や観光客が参加していただけるイベントになるように一層の周知を図ることが必要である。

また、個々の伝統産業製品を紹介するだけではなく、事業者や業界が、現代の価値観や消費者のニーズに合ったものづくりを進めるとともに、相互に積極的な連携を行い、現代の生活に伝統産業製品を取り入れた「和のある暮らし」をトータル的に提案することにより、新たな販路の開拓につながる機会として活用していくことが求められる。

京もの 第5章 計画推進のために

1 行政、事業者、市民に期待される役割

京都の伝統産業は、京都の都市格やブランド力を支える重要な柱であるとともに、多くの事業所、従業者を抱える地域の基幹産業の1つである。そして、産業である以上、その担い手である事業者の創意と挑戦なしには振興や成長が図られるものではない。

そのため、事業者には、新たな取組や工夫が求められるとともに、何より消費者のニーズとのミスマッチを徹底的に解消し、消費者のライフスタイルへの新たな提案を行うよう事業革新を進めていくことが期待される。

しかしながら、今日の伝統産業の危機的な状況は、事業者の努力のみで打開できるものではなく、京都市は、この困難な状況を克服して京都の伝統産業を発展させつつ未来へつなぐとの明確な意識を持って、京都府や経済界などとの効果的な連携の下で相乗効果を發揮する施策を展開し、事業者の取組を支援していくなければならない。

そして、市民は、伝統産業製品の使い手としてその価値を知り、「京もの」のある暮らしを理解し、楽しむことにより京都の伝統産業を支えることが期待される。

また、大学等の研究機関、企業やN P Oなども、伝統産業の技術についての研究開発や、伝統産業製品のある暮らしを広げる取組など、それぞれの分野における活動の中で、京都の伝統産業の活性化に寄与することが期待される。



2 国への要望及び提案

日本の固有の文化を継承し、内外に発信するうえで、日本の伝統文化とともに育まれ、それを支えてきた京都の伝統産業の果たすべき役割は特別に重要なものである。

このことを踏まえ、日本の文化を支える伝統産業の継承や教育、伝統産業製品等の積極的活用及び海外への発信、原産国表示等流通システムのルール化など、国家の戦略として伝統産業を活性化するための施策の更なる充実を求めていく。



結びに

「和」のある暮らし、「京もの」のある暮らし—第2期京都市伝統産業活性化推進計画に込められた思い—

21世紀に入って最初の10年が過ぎました。

これまで、私たちは進歩と成長・拡大を追求し、物質的に豊かな暮らしを実現してきましたが、そのことは同時に「利己主義」「大量生産・大量消費」「環境破壊」「コミュニティの衰退」などの負の面ももたらしました。そして現在、私たちは自分たちの原点を改めて見直し、私たちがこれまで受け継いできた「和」の文化、自然とのつながり、歴史とのつながり、人と人とのつながりを基底に置いた「和」のある暮らしの価値を再発見しはじめています。

とりわけ、東日本大震災は私たちにこのことを強く意識させました。未曾有の災禍に襲われ、その絶望的な現実の中に、被災者や被災地を救援、支援するため、そして郷土を復興するため、市民が、専門家が、企業が、世界各国の人々が立ち上りました。そこには確かに私たちを支え、私たちがつくる「絆」がありました。

これから私たちはどこへ向かうのか。この災禍を機に、これから私たちの暮らしのあり方を一人ひとりが考えていくことが大切です。日本の伝統、日本の文化、私たちが大事にしてきた「もの」と「こと」。これらを改めて見直していくこと、そこにこそ未来への展望があります。

日本の歴史の中で磨かれてきた独特の美意識、自然との共生の中で築かれてきた精神性の高い生活文化、それらを形にするつくり手や職人の高度な技。これらの価値を尊重する「和」のある暮らしは、人と人、人と自然を豊かに結びつける、「絆」を大切にする暮らしのものです。そして、この「和」のある暮らしの中にある精神性、生活文化は、勢いを増すグローバル化に対するアンチテーゼとして、世界各地で見直されている「地域の個性」「スローライフ」「多様性の尊重」「他者への配慮」といったキーワードなどにもつながります。

京都の伝統産業は、それが産み出す和装品や工芸品「京もの」を通して、「和」のある暮らしや、「絆」を大切にする暮らしを支えてきました。時代を超えて、地域を超えた日本の国民的財産と言っても過言ではありません。私たちは「京もの」のある暮らしを通じて、全国の伝統産業とも強い絆を持ちながら、新しい未来を切り拓いていきましょう。

