

---

---

## 第4章

# 活性化推進のための具体的施策

## 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。

#### 【戦略Ⅰ】市場創造につながる取組の推進

産業の観点からみると、創り出された製品が売れ、その需要の拡大を通じて、従事者や企業が活性化し、関連する道具や原材料の業界にも受注が生じるというサイクルを起動させることが最も重要である。また、産業は個々の事業者の創意工夫や挑戦なしに活性化するものではないことから、意欲的な業界や事業者と連携して需要の拡大を目指す施策を積極的に進めていく。

#### 【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

日本で暮らすうえでの基礎的な教養として伝統文化への理解が広がることなくして、伝統産業製品の利用拡大はない。そのため、文化芸術や教育など、産業以外の幅広い分野と連携し、日本固有の生活文化の再認識と、伝統産業がそれらを支える不可欠な要素であることへの理解を深め、広げる取組を進めていく。

#### 【戦略Ⅲ】各業種や異業種との連携を図る取組の推進

京都に集積する多くの伝統産業が各業種間の連携を強化し、「スローライフ」などをテーマとした統一的なコーディネートを行い、伝統産業製品の新たな活用方法を提案する施策を促進するとともに、伝統産業と先端産業・観光産業が創造的に融合するための施策を展開することにより、効果的な市場開拓や価値と魅力の発信につなげていく。

## 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な施策（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。（☆は新規、○は充実）

### 【戦略Ⅰ】市場創造につながる取組の推進

#### 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

### 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

### 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・財団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。（☆は新規、○は充実、□は継続）

#### 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

##### （現状と課題）

市場の縮小により、産業として厳しい状況が続いている。海外への販路拡大や異業種との融合による内需の掘り起こしなど、事業者や業界の創造的な取組と工夫による、消費者のニーズを的確に捉えた新たな市場の開拓が必要である。

##### ☆創造的活動の情報共有

意欲的な事業者が新しい取組にチャレンジできるよう、先進的な創造的活動を学べる勉強会等を実施する。

##### ○伝統産業を紹介するPR素材の制作と周知

全国の企業等の需要を開拓するため、伝統産業の商品や技術を紹介するコンパクトなカタログ等を制作し、周知活動を強化する。

##### ○小規模業種による複合展示商談会の開催支援

産業規模の小さい業種の需要を効果的に開拓するため、複数の小規模業種による複合的な展示商談会の開催を支援する。

##### □若年層の女性への「普段づかい」の伝統産業製品の提案

新たなライフスタイルへの関心や消費購買意欲の高い20代後半から40歳までの女性の需要を開拓するため、現代の生活様式へ伝統産業製品を自然に取り入れる提案を進める。

##### □シニア層への「普段づかい」の伝統産業製品の提案

団塊の世代などのシニア層の需要を開拓するため、日本の伝統文化とそれを支える伝統産業の良さを再認識し、伝統産業製品を生活に取り入れる提案を進める。

##### 【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

#### (現状と課題)

体験学習の実施や副読本の配布などにより、学校教育の場における伝統産業に触れる機会は広がっているが、市民や留学生など、より多くの人々が伝統産業を楽しく学び体験することができる機会づくりが必要である。

#### ☆留学生に向けた魅力の発信

京都の伝統産業製品に关心を持ち、帰国後もその魅力をPRしてもらえるよう、留学生が伝統産業を学び体験する機会を広げる。

#### ○子どもたちが伝統産業製品を使用する機会の拡大

伝統産業製品が自然に溶け込んだ日本人の生活を若い世代に理解してもらうため、子どもたちがきものを着て、工芸品を使う楽しみを知る機会を広げる。

#### ○伝統産業に関する学習コンテンツの整備

伝統産業に対する若年層の興味と理解を深めるため、「わたしたちの伝統産業」（小学校4年生向け副読本）や、伝統産業を紹介する映像など、伝統産業に関する学習コンテンツを充実する。

#### □「京の『匠』ふれあい事業」の実施

伝統産業に対する若年層の興味と理解を一層深めるため、小中学校での体験学習（「京の『匠』ふれあい事業」）を実施する。

#### 【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

#### (現状と課題)

消費者に対して、伝統産業の価値や魅力が十分に伝わっていない。伝統文化との連携や、現代の生活に合った活用方法の提案など、これまでより一層、消費者の関心を引き付けるような情報発信の取組が必要である。

#### ○観光客・修学旅行生が見学・体験できる機会の拡大

伝統文化に興味を持つ観光客や修学旅行生等に、それを支える伝統産業にも関心を持ってもらうため、見学や体験ができる施設等のPRを進める。

#### ○インターネットを活用した情報発信の充実

伝統産業に関する情報の発信力を高めるため、インターネット、特にソーシャル・メディアやデジタル・サイネージ（映像等を表示する電子看板）等の活用を取り組む。

#### □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

伝統産業製品が、現代の生活にも溶け込むことを理解し、多くの市民等に使ってもらうため、和装や工芸品に親しむ機会を提供する。

#### □マスメディアを活用した魅力の発信

伝統産業の価値を高めるため、雑誌メディアとのコラボレーションやPRの機会を広げる。

#### □「お詫え」「お直し」の推進

伝統産業製品の魅力である「自分だけ」「長持ち」をPRするため、「お詫え」や「お直し」をアピールする取組を支援する。

#### □地域団体商標の活用支援

京都の伝統産業のブランド力を維持・向上させるため、業界による地域団体商標への登録・活用等の取組を支援する。

#### □履歴表示の支援

消費者が安心して購入できるよう、製造・流通の履歴表示を広げる業界の取組を支援する。

#### 【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

##### ○「隣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

#### (現状と課題)

市場の縮小により、後継者育成が困難な状況が続いている。後継者の不在が優れた技術の途絶に直結するケースが危惧されることから、若手職人の育成支援を充実するとともに、伝統産業の技術を身に付けることに関心を持つ若者の雇用機会の創出を支援する取組が必要である。

#### ☆高校生を対象とした職業体験の実施

職人の仕事に興味を持つ若年層が伝統産業に触れ、将来の進路の選択にもつながるよう、高校生を対象とした、工房見学や作業体験のほか、伝統文化とそれを支える伝統産業について学習する機会を設ける。

#### ☆伝統産業従事者の育成支援

消費者に安心して購入してもらうため、消費者の視点に立った幅広い知識を持つ製造、加工等の従事者、販売員、コーディネーター等の育成を支援する。

#### ○工程の存続に向けた対策の実施

技術者の途絶が懸念される工程を存続していくため、業界と連携し、受発注ネットワークの構築等、必要な支援を行う。

#### □道具・原材料確保対策の実施

伝統産業製品の製造に不可欠な道具・原材料を安定的に確保するため、業界と連携し、必要な支援を行う。

#### 【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

#### (現状と課題)

京都伝統産業ふれあい館は、京都の伝統産業を唯一体系的に紹介しており、近年、来館者数も増加している。今後は、伝統産業の情報発信の拠点施設であるとともに、岡崎地域を活性化させるための拠点施設の1つとして、また、観光やMICEの関連施設として、同館の魅力を高めていく必要がある。

京都市産業技術研究所は、京都の伝統産業など京都のものづくり産業を支える機関として、様々な研究や技術者への研修を行っている。今後は、技術面だけなく、新商品開発や市場開拓を含めたトータル的な支援体制を、他の支援機関等との連携の下、より一層進めていく必要がある。

#### ○京都市産業技術研究所の機能強化

伝統産業を京都の未来を担う産業として更に発展させるため、京都市産業技術研究所において、「研究開発の体系化と強化」「技術プロデュース機能の強化」「イノベーションを支える人材育成の強化」等を進め、伝統産業事業者の新商品開発や技術改良などをサポートするきめ細かな支援を行う。

#### 【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

#### (現状と課題)

ベテラン、中堅、若手それぞれの職人を表彰又は奨励する制度は整備された。次の段階として、“つくり手、職人が尊敬される風土づくり”を目指し、職人の意欲をより一層高める取組と、優れた技術などを広くPRしていく取組が必要である。

#### ☆卓越した技術を有する優秀な職人による実演等の実施

伝統産業の技術の高さを市民をはじめ広く一般の方々に認知していただけるよう、表彰された職人による実演や講演等を実施する。

#### □「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

ベテラン職人及び中堅職人の功績を称え、将来の活動を奨励するため、「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」を実施するとともに、受彰者・認定者とその作品等の周知に努める。

#### 【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

◇第2期計画における具体的な取組項目一覧（☆新規、○充実、□継続）

6つの基本的な施策	No.	項目名
〔1〕伝統産業に関する創造的活動に対する支援	1	☆「京もの海外市場開拓事業（仮称）」の実施【重点】
	2	☆京都における新たな販路開拓支援事業の実施【重点】
	3	☆創造的活動の情報共有
	4	○知恵産業融合センター事業の推進【重点】
	5	○首都圏等における展示商談会等への出展支援【重点】
	6	○伝統産業を紹介するPR素材の制作と周知
	7	○小規模業種による複合展示商談会の開催支援
	8	□若年層の女性への「普段づかい」の伝統産業製品の提案
	9	□シニア層への「普段づかい」の伝統産業製品の提案
〔2〕伝統産業に関する教育や学習の場における取組	10	☆「京都で学ぶ匠と文化（仮称）」講座等の実施【重点】
	11	☆留学生に向けた魅力の発信
	12	○子どもたちが伝統産業製品を使用する機会の拡大
	13	○伝統産業に関する学習コンテンツの整備
	14	□「京の『匠』ふれあい事業」の実施
〔3〕伝統産業についての関心と理解を深める取組	15	☆海外版「京ものでおもてなし事業」の実施【重点】
	16	☆「伝統産業の日」におけるライフスタイルの提案【重点】
	17	○伝統文化との連携の促進とPRの強化【重点】
	18	○「魄より始めるプロジェクト（仮称）」の実施【重点】
	19	○「京もの産地まちづくり活性化支援事業（仮称）」の実施【重点】
	20	○観光客・修学旅行生が見学・体験できる機会の拡大
	21	○インターネットを活用した情報発信の充実
	22	□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
	23	□マスメディアを活用した魅力の発信
	24	□「お誂え」「お直し」の推進
	25	□地域団体商標の活用支援
	26	□履歴表示の支援
〔4〕技術の継承や後継者の育成	27	☆高校生を対象とした職業体験の実施
	28	☆伝統産業従事者の育成支援
	29	○後継者育成事業の充実【重点】
	30	○工程の存続に向けた対策の実施
	31	□道具・原材料確保対策の実施
〔5〕活性化の拠点施設等の機能の充実	32	○京都伝統産業ふれあい館の活性化【重点】
	33	○京都市産業技術研究所の機能強化
〔6〕表彰や奨励	34	☆若手職人を対象とした作品コンテストの開催【重点】
	35	☆卓越した技術を有する優秀な職人による実演等の実施
	36	□「京都市伝統産業技術労働者顕彰」及び「京都市伝統産業『未来の名匠』認定事業」の実施

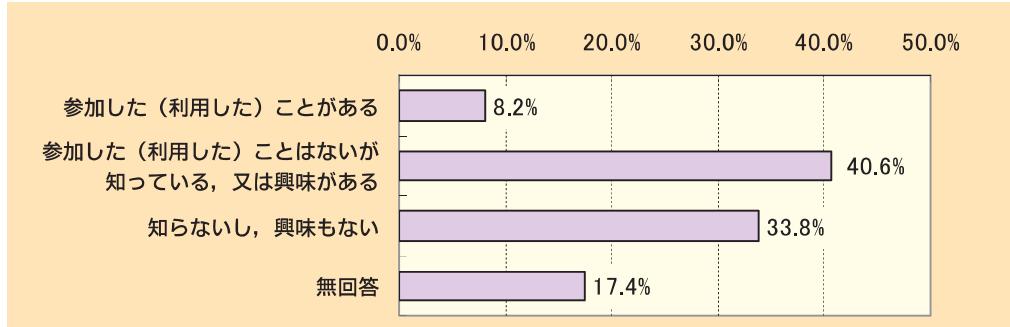
## 4 伝統産業の日

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。

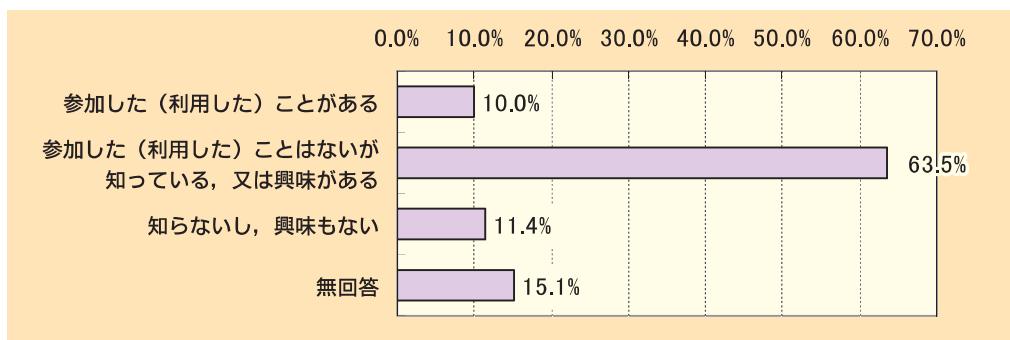
市政総合アンケートによると「伝統産業の日」について「参加したことはないが知っている、又は興味がある」と回答した人は40.6%である。また、期間中に実施している、きものの着用で市バス・地下鉄の乗車や文化施設などの入場が無料になる取組について、「利用したことはないが知っている、又は興味がある」と回答した人は63.5%であり、多くの市民や観光客が参加していただけるイベントになるように一層の周知を図ることが必要である。

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。

【「伝統産業の日」のイベントについて】出典：市政総合アンケート



【きもの無料乗車・無料入場について】出典：市政総合アンケート





---

---

## 第5章

# 計画推進のために

## 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かなければならない。

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NPO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的美意識、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、地域を越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。

---

---



---

---

## 〈參考資料〉

# 1 京都市伝統産業活性化推進条例

ここ京都では、1200年を超える悠久の歴史の中で、社寺をはじめとする伝統的な建築物などにより趣のある町並みが形成されるとともに、みやびやかな文化、茶道や華道に代表される精神性の高い文化など暮らしの中に息づく多様な文化がはぐくまれてきた。このような京都固有の伝統的な文化を支えてきたのは、高度な技術や優れた意匠を有する京都の伝統産業である。この伝統産業は、京都の基幹産業として発展するのみならず、日本の伝統的な産業に大きな影響を与えてきた。

しかしながら、現在、京都の伝統産業を取り巻く環境は、生活様式の変化などによる需要の低迷、海外製品の流入による価格競争の激化などにより、多くの業種においてかつてない厳しい状況にあり、京都の伝統産業に支えられてきた伝統的な文化が失われつつある。この危機に立ち向かい、京都が、将来にわたって、その伝統的な文化を継承し、日本の文化の中心として発展し続けるためには、伝統産業を活性化し、その未来を切り開いていかなければならない。

ここに、本市は、京都府との連携の下に、事業者及び市民の創意工夫を生かしつつ、伝統産業の活性化を推進することにより、京都の経済を発展させるとともに、豊かで活気に満ちた地域社会を形成し、もって、日本の伝統的な産業に活力を与え、日本の文化を京都から世界へ向けて発信することを決意し、この条例を制定する。

## 第1章 総則

### (目的)

第1条 この条例は、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ことを目的とする。

### (定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 伝統産業 伝統的な技術及び技法を用いて、日本の伝統的な文化及び生活様式に密接に結び付いている製品その他の物（以下「伝統産業製品等」という。）を作り出す産業のうち、本市の区域内において、当該伝統産業製品等の企画がされ、かつ、その主要な工程が経られるものをいう。
- (2) 事業者 伝統産業に係る生産者、卸売業者、小売業者その他伝統産業を営む者をいう。
- (3) 伝統産業の活性化 伝統産業の有する機能及び伝統産業の基盤の強化により、伝統産業の活力を向上させることをいう。

### (基本理念)

第3条 伝統産業の活性化の推進は、次に掲げる事項を基本理念として行われなければならない。

- (1) 経済環境及び生活様式の変化に常にに対応し、市場を開拓すること。
- (2) 京都の恵まれた自然的特性並びに歴史的及び文化的所産を生かしつつ、積極的に本市内外の事業を営む者、大学及び研究機関その他の団体と有機的に連携を図ることにより、伝統産業の基盤を強化するとともに、伝統産業製品等の円滑な流通を促進し、並びに伝統産業に関する高度な技術を継承し、及び革新すること。
- (3) 伝統産業の意義及び伝統産業製品等が有する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こと。
- (4) 伝統産業を通じて、伝統的な文化を継承するとともに、日本の伝統を取り入れた文化の創造を図ること。

### (本市の責務)

第4条 本市は、基本理念にのっとり、伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的に策定し、及び実施するよう努めなければならない。

- 2 本市は、伝統産業の担い手である事業者の創意工夫を生かした主体的な取組を促進するよう努めなければならない。
- 3 本市は、伝統産業の活性化の推進に当たっては、事業者及び市民と相互に協力するよう努めなければならない。

### (事業者の責務)

第5条 事業者は、基本理念にのっとり、伝統産業が伝統的な文化と深くかかわり、日本の文化を支えていることを理解し、常に創意工夫を行い、自ら積極的に伝統産業の活性化を図るための活動に取り組むよう努めなければならない。

### **(市民の役割)**

第6条 市民は、伝統産業が日本の文化を支え、潤いのある豊かな生活の実現に寄与していることについての理解を深めることにより、伝統産業の活性化の推進に積極的な役割を果たすものとする。

### **(財政上の措置)**

第7条 本市は、伝統産業の活性化の推進に関する施策を実施するために必要な財政上の措置を講じるよう努めなければならない。

## **第2章 伝統産業の活性化の推進に関する基本的施策**

### **第1節 伝統産業活性化推進計画**

第8条 市長は、伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するため、伝統産業の活性化の推進に関する計画（以下「伝統産業活性化推進計画」という。）を定めなければならない。

2 伝統産業活性化推進計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

- (1) 伝統産業の活性化の推進に関する目標
  - (2) 伝統産業の活性化の推進に関する取組
  - (3) その他伝統産業の活性化の推進に関する施策を総合的かつ計画的に実施するため必要な事項
- 3 市長は、伝統産業活性化推進計画を定めるに当たっては、第16条に規定する審議会の意見を聞くとともに、事業者及び市民の意見を適切に反映するために必要な措置を講じなければならない。
- 4 市長は、伝統産業活性化推進計画を定めたときは、速やかにこれを公表しなければならない。
- 5 前2項の規定は、伝統産業活性化推進計画の変更について準用する。

### **第2節 伝統産業の活性化の総合的推進のための施策**

#### **(伝統産業に関する創造的活動に対する支援)**

第9条 本市は、伝統産業に関する事業の創出、新たな伝統産業製品等の開発その他の伝統産業に関する創造的活動を支援するために必要な措置を講じなければならない。

#### **(伝統産業に関する教育及び学習の振興を図るための措置)**

第10条 本市は、伝統産業に親しむための教育及び学習の機会の充実その他の伝統産業に関する教育及び学習の振興を図るために必要な措置を講じなければならない。

#### **(伝統産業に対する関心と理解を深めるための措置)**

第11条 本市は、伝統産業製品等に係る情報の事業者による適切な提供を支援するとともに、情報の効果的な提供その他の伝統産業に対する市民等（市民及び観光旅行者その他の滞在者をいう。以下同じ。）の関心と理解を深めるために必要な措置を講じなければならない。

#### **(伝統産業の技術の継承等)**

第12条 本市は、伝統産業に関する高度な技術を継承するとともに、伝統産業製品等の製造、加工等に従事している者の後継者を育成するために必要な措置を講じなければならない。

#### **(伝統産業の活性化の推進の拠点となる施設の機能の充実)**

第13条 本市は、伝統産業に関する情報の提供及び技術の研究、事業者相互の間の交流その他の伝統産業の活性化の推進の拠点となる施設の機能の充実を図るために必要な措置を講じなければならない。

#### **(表彰等)**

第14条 市長は、伝統産業の振興に関し、顕著な成果を収めた者及び功績があった者の表彰に努めるものとする。

2 市長は、伝統産業の振興に関し、将来において顕著な成果を収めることが期待される者が行う伝統産業の活性化を図るために活動の奨励に努めるものとする。

## **第3章 伝統産業の日**

第15条 伝統産業の魅力を国内外において発信し、並びに市民等が伝統産業に親しみ、及び伝統産業についての関心と理解を深めるため、伝統産業の日を設ける。

2 伝統産業の日は、国民の祝日に関する法律第2条に規定する春分の日とする。

## **第4章 伝統産業活性化推進審議会**

#### **(審議会)**

第16条 伝統産業の活性化の推進に関する事項について、市長の諮問に応じ、調査し、及び審議するとともに、当該事項について市長に対し、意見を述べるため、京都市伝統産業活性化推進審議会（以下「審議会」という。）を置く。

#### **(審議会の組織)**

第17条 審議会は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、学識経験のある者その他市長が適當と認める者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

**(委員の任期)**

第18条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

**第5章 雜則**

**(委任)**

第19条 この条例の施行に關し必要な事項は、市長が定める。

附 則

**(施行期日)**

1 この条例は、公布の日から施行する。ただし、第8条第3項及び第5項（審議会に關する部分に限る。）並びに第4章の規定は、市規則で定める日から施行する。

**(経過措置)**

2 前項ただし書の市規則で定める日以後最初に市長が委嘱し、又は任命する委員の任期は、第

18条第1項本文の規定にかかわらず、平成20年3月31日までとする。

## 2 京都市の伝統産業

(平成24年3月現在 73品目)

西陣織	北山丸太	京丸うちわ
きょうかこしほり 京鹿の子絞	京版画	京弓
京友禅	京たたみ	京和傘
京小紋	京印章(印刻)	きりかね 截金
京くみひも	京袋物	嵯峨面
きょうぬい 京繡	京すだれ	尺八
きょうくろもんつきぞめ 京黒紋付染	工芸菓子	三味線
きょうふさきより 京房ひも・撫ひも	京竹工芸	調べ緒
京仏壇	造園	茶筒
京仏具	薰香	ちょうちん 提燈
京漆器	伝統建築	念珠玉
きょうさしもの 京指物	じゅず 珠数	能面
きょうやききよみずやき 京焼・清水焼	額看板	花かんざし
京扇子	菓子木型	はんぶせい 帆布製カバン
京うちわ	かつら	伏見人形
京石工芸品	金網細工	ほうがっせいと 邦樂器絃
京人形	唐紙	矢
京表具	かるた	ゆいのうかざり 結納飾・水引工芸
京陶人形	きせる	わろうそく 和蠟燭
京都の金属工芸品	きょうかわら 京瓦	京こま
きょうぞうがん 京象嵌	きょうしなだひも 京真田紐	清酒
京刃物	京足袋	京菓子
じんぎしようぞくちょうどひん 京の神祇装束調度品	京つけぐし	京漬物
京銘竹	きょうつづら 京葛籠	京料理
しきしたんざくわほんちよう 京の色紙短冊和本帖		

### 3 各種調査等の結果について

#### (1) 市政総合アンケート

##### ア 調査方法等

- ・調査対象 20歳以上の市民3,000人
- ・調査方法 回答用紙への記入方式(郵送)
- ・調査期間 平成23年2月4日～平成23年2月18日
- ・回答数 1,235

##### イ 調査結果

###### 問1 京都の伝統産業全般について魅力があると感じるか

感じる	39.4%
大いに感じる	35.5%
少し感じる	16.3%
全く感じない	3.3%
分からない	3.3%

→ 京都の伝統産業に魅力を感じている方が9割以上

###### 問2 興味や魅力を感じる伝統産業は何か

(問1で「大いに感じる」「感じる」「少し感じる」と答えた方の回答)

京菓子・京漬物・京料理・清酒	79.8%
西陣織	66.6%
京友禅	60.2%
京焼・清水焼	57.4%
→ 「京菓子・京漬物・京料理・清酒」が8割近く、「西陣織」「京友禅」「京焼・清水焼」が約6割	

###### 問3 京都の伝統産業製品を使用しているか

使っていないが、今後機会があれば使ってみたい	35.8%
お正月など特別な時に使っている	26.3%
頻繁に使っている	14.6%
毎日使っている	10.8%
使っていないし、今後も使ってみたいとは思わない	4.7%
その他	1.9%
分からない	3.9%

→ 「使っている」が5割以上

###### 問4 「使っている」または「使ってみたい」と思う理由は何か

(問3で「使っている」「使ってみたい」と答えた方の回答)

手作りの良さがある	47.3%
長く使用しても飽きない	44.7%
文化や歴史に根付いたものである	37.9%
素材・風合い・使い勝手などがよい	37.0%
高級感がある	34.8%
伝統的な技法で製作されたものである	32.9%
「京もの（京都産）」というブランドがあり、安心である	29.2%
デザインがよい	21.1%
その他	3.7%
分からない	0.7%

→ 「手作りの良さがある」が5割近く、「長く使用しても飽きない」が4割以上

###### 問5 どのような場面で伝統産業に接したか

生活や趣味の場での使用を通じて	45.1%
能・狂言・茶道・華道など伝統文化を通じて	32.8%

家族・親戚・知人など伝統産業の職人さんを通じて	30	2%
展示会やイベントなどを通して	30	0%
京都伝統産業ふれあい館などの伝統産業振興施設において	23	9%
学校の授業を通じて	11	2%
体験教室などを通じて	8	3%
その他	5	1%
接したことがない	7	9%

→ 「生活や趣味の場での使用を通じて」が5割近く

#### 問6 この一年間で購入した京都の伝統産業製品の種類は何か（購入された方が回答）

器などの陶磁器関連製品	47	4%
きもの、帯などの染織関連製品	36	5%
仏壇、仏具などの仏事関連製品	20	6%
その他	25	5%

→ 「器などの陶磁器関連製品」が5割近く、「きもの、帯などの染織関連製品」が4割近く

#### 問7 購入した理由は何か（購入された方が回答）

自分または家族が普段使うため	61	4%
知人・友人等へのプレゼントとして（冠婚葬祭を除く）	31	8%
自分または家族が特別な日に使うため	31	1%
冠婚葬祭の贈り物として	12	7%
その他	3	9%

→ 「自分または家族が普段使うため」が6割以上

#### 問8 伝統産業製品の課題や問題は何か

着用・使用する機会・場が少ない	66	4%
値段相応の価値があるかどうか分からぬ	39	7%
広告やアピールが不足している	36	7%
使用方法や手入れの仕方が難しい	27	7%
海外や国内で製造されている他地域の製品との違いが分からぬ	14	2%
デザインが合わなくなっている	6	2%
素材や風合いなどが合わなくなっている	3	6%
その他	9	1%
分からぬ	4	3%

→ 「着用・使用する機会・場が少ない」が7割近く

#### 問9 どうすれば伝統産業の活性化につながるか

生活や趣味の場で伝統産業製品を積極的に取り入れる	51	0%
伝統産業に対する興味を持ったり、伝統産業に関する知識を得るよう心がける	42	3%
展示会や体験教室などに参加し、伝統産業に触れる	36	4%
お正月など特別な機会には、伝統産業製品を積極的に使用する	32	6%
その他	9	7%
分からぬ	8	6%

→ 「生活や趣味の場で伝統産業製品を積極的に取り入れる」が5割以上

#### 問10 京都市の伝統産業に関する施策を知っているか

##### (ア) 「伝統産業の日」のイベント

参加した（利用した）ことはないが知っている、又は興味がある	40	6%
参加した（利用した）ことがある	8	2%
知らないし、興味もない	33	8%

→ 「知っている、又は興味がある」「利用したことがある」が合わせて5割近く

**(イ) 京都伝統産業ふれあい館**

参加した（利用した）ことはないが知っている、又は興味がある・41.5%  
参加した（利用した）ことがある・・・・・・・・・・・・21.3%  
知らないし、興味もない・・・・・・・・・・・・21.6%  
→ 「知っている、又は興味がある」「利用したことがある」が合わせて6割以上

**(ウ) きものの着用で、市バス・地下鉄や市の施設が割引になる取組**

参加した（利用した）ことはないが知っている、又は興味がある・63.5%  
参加した（利用した）ことがある・・・・・・・・10.0%  
知らないし、興味もない・・・・・・・・11.4%  
→ 「知っている、又は興味がある」「利用したことがある」が合わせて7割以上

**問11 伝統産業の振興を京都市が進めていくべきか**

進めるべき・・・・・・・・・・・・45.1%  
おおいに進めるべき・・・・・・・・40.2%  
進める必要はない・・・・・・・・2.7%  
分からない・・・・・・・・8.5%  
→ 「進めるべき」「おおいに進めるべき」が合わせて9割近く

**問12 和装産業の活性化に向けてどのような事業に重点的に取り組むべきと考えるか**

雑誌、テレビ等メディアを活用した情報発信事業・・・・47.1%  
デザイナーやコーディネーターを活用した、現代の嗜好に合わせた  
きものづくりの推進・・・・44.6%  
きもののファッショショーやきもの着用イベントの開催・・・・40.1%  
有名人による京都のきものの情報発信・・・・21.1%  
その他・・・・11.0%  
分からない・・・・9.1%  
→ 「雑誌、テレビ等メディアを活用した情報発信事業」が5割近く

**問13 伝統産業の活性化に向けて、今後どのようなに取り組んでいくべきと考えるか**

後継者の育成・・・・65.5%  
伝統産業に関する情報発信の充実・・・・48.4%  
専門的かつ高度な技術の保存・・・・44.0%  
学校や生涯学習施設における教育の充実・・・・38.5%  
能・狂言・茶道・華道など伝統文化との連携・・・・33.4%  
海外や国内における観光振興事業との連携・・・・32.6%  
伝統産業振興拠点（ふれあい館等）の活用・充実・・・・29.7%  
新商品開発など新たな取組への支援の充実・・・・26.7%  
デザインの研究など大学・研究機関等との連携・・・・19.8%  
その他・・・・4.0%  
分からない・・・・5.1%  
→ 「後継者の育成」が7割近く、「伝統産業に関する情報発信の充実」が5割近く

※百分比の合計は端数処理の関係で100%にならないものもあります。

※複数回答の百分比の合計は100%になりません。

## (2) 業界アンケート調査

### ア 調査方法等

- ・調査対象 79の産地団体又は製造事業者
- ・調査方法 回答用紙への記入方式（郵送）
- ・調査期間 平成23年6月～平成23年8月
- ・回答数 52

### イ 調査結果

#### 【市場の開拓について】

##### 問1-(1) 5年前と比較した生産量の状況

- |           |       |
|-----------|-------|
| 減少している    | 44.2% |
| 大幅に減少している | 23.1% |
| 変わらない     | 23.1% |
| 大幅に増加している | 3.8%  |
| 増加している    | 3.8%  |
| 無回答       | 1.9%  |

→ 「減少している」「大幅に減少している」を合わせて減少が6割以上

##### 問1-(2) 生産量の増加のための取組状況（複数回答可）

- |                       |       |
|-----------------------|-------|
| ブランド力の確立              | 67.3% |
| 情報化社会への対応             | 53.8% |
| 新商品の開発                | 51.9% |
| 若年層など購買層の拡大           | 40.4% |
| 首都圏における展示会などを通じた販路の拡大 | 40.4% |
| 超高級市場の開拓              | 28.8% |
| 高級普及製品市場の開拓           | 28.8% |
| 技術の新分野への利用            | 23.1% |
| 中間普及製品市場の開拓           | 11.5% |
| その他                   | 5.8%  |

→ 「ブランド力の確立」が6割以上、「情報社会への対応」「新商品の開発」が5割以上

##### 問1-(3) 生産量増加のために重点的に取り組みたい事項

（3位までの優先順位をポイント換算）

- |                       |       |
|-----------------------|-------|
| ブランド力の確立              | 26.1% |
| 新商品の開発                | 16.0% |
| 情報化社会への対応             | 13.2% |
| 首都圏における展示会などを通じた販路の拡大 | 8.8%  |
| 若年層など購買層の拡大           | 8.3%  |
| 高級普及製品市場の開拓           | 7.9%  |
| 超高級市場の開拓              | 4.9%  |
| 技術の新分野への利用            | 5.1%  |
| 中間普及製品市場の開拓           | 1.9%  |
| その他                   | 1.1%  |
| 無回答                   | 6.6%  |

→ 「ブランド力の確立」が2割近く

##### 問1-(4) 「市場の開拓」に関する京都市の施策の評価

- |              |       |
|--------------|-------|
| どちらでもない      | 30.8% |
| 満足している       | 21.2% |
| 知らないので、分からない | 17.3% |
| 不十分である       | 13.5% |
| やや不十分である     | 7.7%  |
| 大変満足している     | 1.9%  |

無回答 7. 7 %

→ 「どちらでもない」が3割以上

#### 問1-(5)「市場の開拓」のために京都市が重点的に取り組むべき事項

##### (3位までの優先順位をポイント換算)

ブランド力の確立に対する支援	21.	2%
新たな取組に対する経費的な支援	16.	5%
首都圏における販路の拡大に対する支援	11.	1%
情報化社会への対応に対する支援	9.	6%
全国的な情報発信に対する支援	7.	9%
若年層など購買層の拡大の支援	7.	7%
コーディネート機能の確立に対する支援	5.	6%
超高級品・高級普及製品市場の開拓の支援	3.	8%
中間普及製品市場の開拓の支援	3.	8%
その他	0.	9%
無回答	12.	0%

→ 「ブランド力の確立に対する支援」が2割以上

#### 【基盤の強化について】

##### 問2-(1)-ア 大学との連携（共同開発など）状況

行っていないが、関心がある	28.	8%
分からぬ	23.	1%
過去に行ったことがある	17.	3%
現在行っている	15.	4%
行ってないし、関心もない	13.	5%
無回答	1.	9%

→ 「行っていないが、関心がある」が3割近く

##### 問2-(1)-イ 京都市の公設試験場（産業技術研究所）との連携状況

行っていないが、関心がある	30.	8%
分からぬ	28.	8%
過去に行ったことがある	13.	5%
現在行っている	11.	5%
行ってないし、関心もない	7.	7%
京都市の公設試験場の存在を知らない	5.	8%
無回答	1.	9%

→ 「行っていないが、関心がある」が3割以上

##### 問2-(1)-ウ 企業間交流（異業種）の状況

過去に行ったことがある	30.	8%
行っていないが、関心がある	30.	8%
現在行っている	13.	5%
分からぬ	13.	5%
行ってないし、関心もない	9.	6%
無回答	1.	9%

→ 「過去に行ったことがある」「行ってないが関心がある」が3割以上

##### 問2-(2)「基盤の強化」に関する京都市の取組の評価

知らないので、分からぬ	42.	3%
どちらでもない	30.	8%
満足している	15.	4%
不十分である	3.	8%
やや不十分である	1.	9%

大変満足している	1.	9%
無回答	3.	8%
<b>→ 「知らないので、分からぬ」が4割以上</b>		

### 問2-(3)「基盤の強化」のために京都市が重点的に取り組むべき事項

#### (3位までの優先順位をポイント換算)

企業間交流に対する支援	19.	9%
京都市の公設試験場の試験・分析・相談体制の充実	18.	2%
大学・京都市の公設試験場・企業間交流のための窓口の設置	17.	3%
大学との連携に対する経費的な支援	17.	1%
その他	2.	4%
無回答	25.	2%

→ **「企業間の交流に対する支援」が2割近く**

### 【円滑な流通の促進について】

#### 問3-(1)「円滑な流通の促進」のための取組状況(複数回答可)

消費者への適正な知識や情報の提供に取り組んでいる	63.	5%
流通経路のあり方(直販など)を検討している	34.	6%
生産・流通履歴を構築できている	21.	2%
価格形成の見直しに取り組んでいる	19.	2%
消費者が購入した商品などについて組合に相談できる体制がある	15.	4%
販売員の研修等販売力強化の取組を検討している	13.	5%
取引慣行の見直しに取り組んでいる	13.	5%
生産・流通履歴の構築を検討している	11.	5%
販売員の研修等販売力強化の取組をしている	7.	7%
利益の分配のあり方を検討している	3.	8%
その他	3.	8%

→ **「消費者への適正な知識や情報の提供に取り組んでいる」が6割以上**

#### 問3-(2)「円滑な流通の促進」のために重点的に取り組みたい事項

#### (3位までの優先順位をポイント換算)

消費者への適正な知識や情報の提供	29.	9%
流通経路のあり方(直販など)の検討	12.	6%
取引慣行の見直し	9.	2%
生産・流通履歴の検討・構築・充実	8.	5%
販売員の研修等販売力強化の取組の検討・構築・充実	8.	1%
価格形成の見直し	8.	1%
組合による相談体制の検討・構築・充実	6.	2%
利益の分配のあり方の検討	0.	2%
その他	2.	4%
無回答	14.	7%

→ **「消費者への適正な知識や情報の提供」が3割近く**

#### 問3-(3)「円滑な流通の促進」に関する京都市の取組の評価

知らないので、分からぬ	34.	6%
どちらでもない	34.	6%
満足している	19.	2%
大変満足している	3.	8%
やや不十分である	1.	9%
不十分である	0.	0%
無回答	5.	8%

→ **「知らないので、分からぬ」「どちらでもない」が3割以上**

### 問3-(4) 「円滑な流通の促進」のために京都市が重点的に取り組むべき事項

#### (3位までの優先順位をポイント換算)

消費者への適正な知識や情報の提供に対する支援	29	5%
京都市による消費者相談体制の充実	10	9%
販売力強化の取組に対する支援	9	2%
消費者啓発事業等の充実	9	0%
生産・流通履歴に対する支援	7	5%
組合による消費者相談体制に対する支援	6	0%
その他	1	1%
無回答	26	9%

→ 「消費者への適正な知識や情報の提供に対する支援」が3割近く

### 【技術の継承と革新について】

#### 問4-(1)-ア 5年前と比較した組合等の企業数（店舗を除く。）

減少している	64	5%
大幅に減少している	19	4%
変わらない	9	7%
増加している	3	2%
大幅に増加している	0	0%
無回答	3	2%

→ 「減少している」「大幅に減少している」を合わせて減少が8割以上

#### 問4-(1)-イ 5年前と比較した組合又は店舗の従業者数

減少している	46	2%
変わらない	25	0%
増加している	13	5%
大幅に減少している	13	5%
大幅に増加している	0	0%
無回答	1	9%

→ 「減少している」「大幅に減少している」を合わせて減少が6割近く

#### 問4-(1)-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	57	7%
需要に見合った後継者が確保できている	15	4%
十分確保できているので問題がない	13	5%
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ていない	5	8%
その他	3	8%
無回答	3	8%

→ 「需要の低迷が原因で、後継者を雇うことができない」が6割近く

#### 問4-(1)-(エ)-(1) デザインに関する研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	36	5%
実施していないが、今後実施していく予定である	23	1%
実施している	13	5%
実施したいが、実施手法が分からず	11	5%
無回答	15	4%

→ 「実施していないし、今後も実施する予定がない」が4割近く

#### 問4-(1)-(エ)-(2) 企画力を養う研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	26	9%
実施していないが、今後実施していく予定である	23	1%
実施している	21	2%

実施したいが、実施手法が分からない	13.	5%
無回答	15.	4%
→ 「実施していないし、今後も実施する予定がない」が3割近く		

#### 問4-(1)-(エ)-(3)技術・技法に関する研修

実施している	48.	1%
実施していないが、今後実施していく予定である	23.	1%
実施していないし、今後も実施する予定がない	11.	5%
実施したいが、実施手法が分からない	7.	7%
無回答	9.	6%

→ 「実施している」が5割近く

#### 問4-(1)-(エ)-(4)一般教養に関する研修

実施していないし、今後も実施する予定がない	36.	5%
実施している	25.	0%
実施していないが、今後実施していく予定である	15.	4%
実施したいが、実施手法が分からない	9.	6%
無回答	13.	5%

→ 「実施していないし、今後も実施する予定がない」が4割近く

#### 問4-(1)-(オ)原材料の状況

価格が高騰している	26.	9%
質が低下している	13.	5%
価格が高騰、入手が困難又は不可能	11.	5%
入手が困難又は不可能である	9.	6%
価格が高騰、質が低下	9.	6%
価格が高騰、入手が困難又は不可能、質が低下	7.	7%
問題なし	5.	8%
その他	3.	8%
入手が困難又は不可能、質が低下	1.	9%
無回答	9.	6%

→ 「価格が高騰している」が3割近く

#### 問4-(1)-(カ)道具について

価格が高騰している	17.	3%
問題なし	11.	5%
入手が困難又は不可能である	9.	6%
質が低下している	7.	7%
価格が高騰、入手が困難又は不可能、質が低下	3.	8%
価格が高騰、入手が困難又は不可能	3.	8%
入手が困難又は不可能、質が低下	3.	8%
その他	1.	9%
価格が高騰、質が低下	0.	0%
無回答	40.	4%

→ 「価格が高騰している」が2割近く

#### 問4-(2)「技術の継承と革新」のために重点的に取り組みたい事項

(3位までの優先順位をポイント換算)

後継者の確保	19.	2%
企画力を養う研修の構築・充実	15.	4%
原材料の確保	13.	2%
技術・技法に関する研修の構築・充実	12.	8%
従業者数の増加	7.	3%

企業数の増加	6	6%
知的財産の保護	5	8%
デザインに関する研修の構築・充実	5	1%
道具の確保	2	8%
その他	1	1%
無回答	10	7%

→ 「後継者の確保」が2割近く

#### 問4-(3) 「技術の継承と革新」に関する京都市の取組の評価

満足している	44	2%
どちらでもない	23	1%
大変満足している	11	5%
やや不十分である	5	8%
知らないので、分からない	5	8%
不十分である	1	9%
無回答	7	7%

→ 「満足している」「大変満足している」を合わせて満足が6割近く

#### 問4-(4) 「技術の継承と革新」のために京都市が重点的に取り組むべき事項

(3位までの優先順位をポイント換算)

後継者の確保に対する支援	26	3%
企画力を養う研修の構築・充実に対する支援	13	9%
若手・中堅技術者に対する奨励制度の充実	12	6%
原材料の確保に対する支援	10	9%
技術・技法に関する研修の構築・充実に対する支援	8	1%
デザインに関する研修の構築・充実に対する支援	7	1%
知的財産の保護に対する支援	4	5%
高度な技術を保持する者に対する表彰制度の充実	4	3%
道具の確保に対する支援	1	9%
その他	0	0%
無回答	10	5%

→ 「後継者の確保に対する支援」が3割近く

#### 【価値や魅力の発信について】

##### 問5-(1) 「価値や魅力の発信」に関する取組状況（複数回答可）

イベントや展示会を通じた情報発信	61	5%
「京都伝統産業ふれあい館」など拠点施設を通じた情報発信	48	1%
全国に向けた情報発信	42	3%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信	38	5%
東京向けの情報発信	25	0%
京都のまちにおける情報発信	17	3%
海外向けの情報発信	15	4%
その他	7	7%

→ 「イベントや展示会を通じた情報発信」が6割以上

##### 問5-(2) 「価値や魅力の発信」のために重点的に取り組みたい事項

(3位までの優先順位をポイント換算)

全国に向けた情報発信の充実	25	2%
海外向けの情報発信の充実	13	5%
イベントや展示会を通じた情報発信の充実	12	6%
東京向けの情報発信の充実	10	7%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実	10	7%
「京都伝統産業ふれあい館」など拠点施設を通じた情報発信の充実	9	4%
京都のまちにおける情報発信の充実	5	8%

その他	1.	1%
無回答	11.	1%

→ 「全国に向けた情報発信の充実」が3割近く

#### 問5-(3) 「価値や魅力の発信」に関する京都市の取組の評価

満足している	50.	0%
どちらでもない	28.	8%
不十分である	9.	6%
知らないので、分からぬい	3.	8%
大変満足している	1.	9%
やや不十分である	1.	9%
無回答	3.	8%

→ 「満足している」「大変満足している」を合わせて満足が5割以上

#### 問5-(4) 「価値や魅力の発信」のために京都市が重点的に取り組むべき事項

(3位までの優先順位をポイント換算)

全国に向けた情報発信に対する支援	15.	2%
京都の伝統産業総体としての情報発信の充実	12.	4%
海外向けの情報発信に対する支援	11.	1%
東京向けの情報発信に対する支援	9.	4%
学校教育や生涯教育の場における情報発信の充実	9.	4%
「京都伝統産業ふれあい館」など拠点施設を通じた情報発信の充実	7.	5%
イベントや展示会を通じた情報発信に対する支援	7.	3%
観光事業等と連携した情報発信の充実	6.	8%
他の京都市の施設や民間施設を活用した情報発信	4.	5%
雑誌・新聞等マスコミを通じた情報発信の充実	3.	8%
京都のまちにおける情報発信に対する支援	2.	6%
その他	1.	1%
無回答	9.	0%

→ 「全国に向けた情報発信に対する支援」が2割近く

#### 【日本独自の伝統文化の継承と文化の創造】

##### 問6 伝統産業の振興・発展のために伝統文化を通じた取組状況

取り組みたいが、どのように取り組んでよいかが分からぬい	40.	4%
現在取り組んでいる	17.	3%
取り組む予定はない	17.	3%
取組を検討している	11.	5%
無回答	13.	5%

→ 「取り組みたいが、どのように取り組んでよいかが分からぬい」が4割以上

##### 問7 子どもたちの教育に関する取組状況

実施している	57.	7%
実施していないし、今後も実施する予定はない	17.	3%
実施していないが、今後実施したい	15.	4%
無回答	9.	6%

→ 「実施している」が6割近く

※百分比の合計は端数処理の関係で100%にならないものもあります。

※複数回答の百分比の合計は100%になりません。

### (3) 職人ヒアリング調査

#### ア 調査方法等

- ・調査対象 48人の伝統産業技術者  
(内訳)
  - 京都市伝統産業技術功労者顕彰制度表彰者23人
  - 京都市伝統産業「未来の名匠」認定制度認定者10人
  - 京都市伝統産業技術後継者育成資金受給者15人
- ・調査方法 工房等への訪問によるヒアリング調査
- ・調査期間 平成23年6月～平成23年7月

#### イ 主な意見（複数回答）

新たな販路開拓	29人
情報発信の方法	28人
道具・原材料	27人
若手の育成	24人
新商品・サービスの提供	22人
体験する機会の創出	22人
技術の革新	20人

### (4) 第2期京都市伝統産業活性化推進計画素案に係る市民意見

#### ア 実施方法等

- ・調査期間 平成23年12月22日～平成24年1月23日
- ・回答数 133件(73人)

#### イ 意見の内訳

第1章 計画の位置付け	0件
第2章 伝統産業を取り巻く姿	4件
第3章 目指すべき伝統産業の姿	5件
第4章 活性化推進のための具体的施策	118件
(第4章内訳)	
3つの戦略	5件
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	28件
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	10件
基本的施策3 伝統産業に関する关心と理解を深める取組	31件
基本的施策4 技術の継承や後継者の育成	11件
基本的施策5 活性化の拠点施設等の機能の充実	7件
基本的施策6 表彰や奨励	5件
その他	21件
第5章 計画推進のために	6件

## 4 委員名簿

### (1) 京都市伝統産業活性化推進審議会 (◎会長 ○副会長)

井澤 一清	市民公募委員
大谷 貴美子	京都府立大学生命環境科学研究科教授
大畠 真知子	京都市小学校長会副会長、京都市立藤城小学校校長
◎柿野 欽吾	学校法人京都産業大学理事長、京都産業大学経済学部教授
河村 和子	京の伝統産業春秋会監事
佐治 壽一	京の伝統産業春秋会会长
島田 昭彦	株式会社クリップ代表取締役社長
○高木 壽一	元京都市副市長
滝口 洋子	京都市立芸術大学美術学部准教授
日野 明子	スタジオ木瓜代表
山舎 恵子	株式会社京都リビング新聞社統括編集長
湯浅 靖代	市民公募委員
若林 卯兵衛	京都府仏具協同組合理事長
○若林 靖永	京都大学大学院経営管理研究部教授
渡邊 隆夫	西陣織工業組合理事長、京都商工会議所副会頭
細見 吉郎	京都市副市長
森井 保光	京都市産業観光局長（～H23. 3. 31）
白須 正	京都市産業観光局長（H23. 4. 1～）

## (2) 京都市伝統産業活性化推進審議会計画検討部会 (◎部会長 ○副部会長)

井澤 一清 市民公募委員  
五十嵐 亜紀 京都染織青年団体協議会会长 (～H23. 3. 31)  
田上 智一 京都染織青年団体協議会会长 (H23. 4. 1～)  
○大谷 貴美子 京都府立大学生命環境科学研究科教授  
柿野 鈴吾 学校法人京都産業大学理事長、京都産業大学経済学部教授  
高木 壽一 元京都市副市长  
山舎 恵子 株式会社京都リビング新聞社統括編集長  
湯浅 靖代 市民公募委員  
若林 寿一 京都伝統産業青年会会长  
◎若林 靖永 京都大学大学院経営管理研究部教授  
堀池 雅彦 京都市産業観光局商工部長 (～H23. 3. 31)  
山本 達夫 京都市産業観光局商工部長 (H23. 4. 1～)  
今井 寛治 京都市産業観光局産業技術研究所研究部長  
土屋 朝義 京都市産業観光局産業技術研究所繊維技術センター研究部長 (～H23. 3. 31)  
早水 督 京都市産業観光局産業技術研究所研究担当課長 (H23. 4. 1～)

### 5 策定経過

開催日	会議名	内容
平成 22 年 7 月 7 日	平成 22 年度審議会	計画策定方針の決定、計画検討部会の設置
平成 23 年 6 月 2 日	第 1 回計画検討部会	計画策定の進め方、現在の取組等について協議
平成 23 年 6 月 30 日	第 2 回計画検討部会	計画の目標と具体的取組等について協議
平成 23 年 7 月 26 日	第 3 回計画検討部会	計画の目標と具体的取組等について協議
平成 23 年 11 月 25 日	第 4 回計画検討部会	計画素案について協議
平成 23 年 12 月 8 日	平成 23 年度第 1 回審議会	計画素案について協議
平成 24 年 2 月 13 日	第 5 回計画検討部会	計画答申案について協議
平成 24 年 2 月 21 日	平成 23 年度第 2 回審議会	計画答申案について協議