

施策番号	0804		
施策名	伝統産業の活性化と新たな展開の推進		
概要	京都の基盤産業である伝統産業の活性化を図るため、事業者等による新たな販路開拓の取組に対する支援事業、普及啓発、技術の継承や後継者の育成などの施策を積極的に展開する。		
担当局・部室	産業観光局・商工部	共管局・部室	
上位政策	8 産業・商業		
施策に関する主な分野別計画等	第3期京都市伝統産業活性化推進計画		

施策の評価

1 客観指標評価

指標名		27年度	28年度	29年度評価					
				前回値	最新値	目標値	達成度	評価	指標のウェイト
1	伝統産業製品の出荷額(億円)	b	a	1,778	1,716	1,778	96.5%	a	1.00
2	「伝統産業の日」事業の来場者数(人)	a	a	426,236	312,005	300,000	104.0%	a	1.00
3	新たな販路開拓を目指す事業の参画事業者数(事業者)	a	a	237	121	101	119.8%	a	1.00
4	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	-	-	-	-	-	-	
		a	a	客観指標総合評価				a	

2 市民生活実感評価 *この評価は、毎年5月頃に実施している京都市市民生活実感調査のアンケート結果を基にしています。

設問		27年度	28年度	29年度回答					
				そう思う	どちらかと言うとそう思う	どちらとも言えない	どちらかと言うとそう思わない	そう思わない	有効回答者数
1	京都の特色を生かした産業活動が行われている。	b	b	79	222	110	29	14	454
				17.4%	48.9%	24.2%	6.4%	3.1%	
2	-	-	-						
3	-	-	-						
4	-	-	-						
5	-	-	-						
		b	b	市民生活実感調査総合評価					b

3 総合評価(客観指標総合評価＋市民生活実感調査総合評価)

A	施策の目的が十分に達成されている						
	重み付け	☒ 客観指標	a	☐ 市民の実感	b		
（重み付けの理由） 伝統産業の活性化施策の実績は、伝統産業製品の出荷額や伝統産業に接したことがある市民の割合などの客観的数値に表れるものであり、客観指標評価を重視して評価することが妥当であると考えられるため						28年度	A
（原因分析）客観指標総合評価 ☒ b評価以上であり、施策の効果が客観指標に表れている。 ☐ c評価以下であり、次の原因が考えられる。							
（原因分析）市民生活実感調査総合評価 ☒ b評価以上であり、施策の効果が市民の実感に表れている。 ☐ c評価以下であり、次の原因が考えられる。						27年度	A

今後の方向性の検討

<この施策を構成する事務事業>

	事業名	事業費の状況(千円)		29年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		28年度 決算額	29年度 予算額		
1	販路開拓、産地商品宣伝	39,272	37,554	良い	産業観光局
2	「わたしたちの伝統産業」の制作(きもの文化教育副読本)	1,971	1,671	普通	産業観光局
3	ファッション推進	4,181	4,361	良い	産業観光局
4	技術功労者顕彰制度	13,594	13,337	良い	産業観光局
5	京都伝統産業ふれあい館運営	28,297	26,042	良い	産業観光局
6	「伝統産業の日」関連事業	19,731	19,897	良い	産業観光局
7	京の「匠」ふれあい事業	22,716	25,022	良い	産業観光局
8	隼より始めるプロジェクト	2,029	3,257	かなり良い	産業観光局
9	伝統産業道具類等確保事業	1,152	1,321	良い	産業観光局
10	京都市伝統産業「未来の名匠」認定制度	5,153	4,642	普通	産業観光局
11	「京都館」運営	128,963	128,872	良い	産業観光局
12	京都市伝統産業設備改修等補助制度	48,052	48,967	かなり良い	産業観光局
13	後継者育成事業	11,600	11,537	かなり良い	産業観光局
14	「日本酒条例サミット in 京都」の開催	4,957	5,467	かなり良い	産業観光局
15					

*予算額には人件費及び施設管理に係る経費を含みます。

<今後の方向性>

- ・出荷額の向上、販路の開拓
客観指標である伝統産業製品の出荷額は対前年度比で下回った(減少率3.5%)。引き続き、京都はもとより、首都圏や海外における「京もの」のPR、販路開拓に関する取組の支援及び情報発信を実施していく。
- ・伝統産業の日、市民の伝統産業製品の使用の拡大
「伝統産業の日」事業などを通じて魅力を市民に発信することで、日常的に京都の伝統産業製品を使っただけのように取り組んでいく。
- ・総括
京都市伝統産業活性化推進条例に基づく京都市伝統産業活性化推進計画は、平成29年度より第3期計画へと移行した。引き続き同計画に基づいた積極的な事業の推進を図ることで、市民生活実感の更なる向上を図り、伝統産業の活性化と新たな展開を推進する。

施策名	0804	伝統産業の活性化と新たな展開の推進				
-----	------	-------------------	--	--	--	--

指標名	伝統産業製品の出荷額（億円）					
-----	----------------	--	--	--	--	--

担当課	伝統産業課	連絡先	2 2 2 - 3 3 3 7		
-----	-------	-----	-----------------	--	--

1 指標の説明

京都市指定の伝統産業製品を対象とした出荷額

2 指標の意味

伝統産業の活性化の状況を示す指標

3 算出方法・出典等

出典：業界アンケート調査

4 数値

	前回数値	最新数値	推移	目標値		
	26年度	27年度		数値	根拠	達成度
数値	1,778	1,716	62億円減	1,778	前年比出荷額減少率の縮小（第3期京都市伝統産業活性化推進計画）	96.5%

	全国順位	中長期目標			
		数値	目標年次	達成度	根拠
数値					

5 評価基準

最新数値の目標値に対する達成度が
a：80%以上
b：60%以上～80%未満
c：40%以上～60%未満
d：20%以上～40%未満
e：20%未満

6 基準説明

民間部門の寄与度が比較的高いことや景気動向にも大きく影響を受けるため、80%以上の達成をa評価とし、以下20%刻みで基準を設定した。

7 評価結果

27	28	29
b	a	a

1 指標の説明

「伝統産業の日」関連事業全ての来場者数の合計

2 指標の意味

「伝統産業の日」事業の取組状況を示す指標

3 算出方法・出典等

出典：「伝統産業の日2017」事業実績

4 数値

	前回数値	最新数値	推移	目標値		
	27年度	28年度		数値	根拠	達成度
数値	426,236	312,005	114,231人減	300,000	第3期京都市伝統産業活性化推進計画	104.0%

	全国順位	中長期目標			
		数値	目標年次	達成度	根拠
数値					

5 評価基準

最新数値の目標値に対する達成度が
a：100%以上
b：90%以上～100%未満
c：80%以上～90%未満
d：70%以上～80%未満
e：70%未満

6 基準説明

100%以上の達成をa評価とし、以下10%刻みで基準を設定した。

7 評価結果

27	28	29
a	a	a

施策名	0804	伝統産業の活性化と新たな展開の推進					
指標名	新たな販路開拓を目指す事業の参画事業者数（事業者）						
担当課	伝統産業課		連絡先	2 2 2 - 3 3 3 7			
1 指標の説明							
首都圏及び海外市場において新たな販路開拓を目指す「京もの国内市場開拓事業」と「京もの海外市場開拓事業」，ならびに若年層の需要の掘り起こしを目指すオンラインショップ「京もの専門店『みやび』」への参画事業者数の合計							
2 指標の意味							
意欲的な業界や事業者と連携した市場創造につながる取組の状況を示す指標							
3 算出方法・出典等							
出典：「京もの国内市場開拓事業」「京もの海外市場開拓事業」「京もの専門店『みやび』」事業実績							
4 数値							
	前回数値	最新数値	推移	目標値			
	28年度	29年度		数値	根拠	達成度	
数値	237	121	116事業者減	101	平成23年度現況値の10%増	119.8%	
	全国順位	中長期目標			備考	京もの海外進出支援事業 7社 京もの専門店「みやび」114社	
		数値	目標年次	達成度			根拠
数値							
5 評価基準							
最新数値の目標値に対する達成度が a：100%以上 b：90%以上～100%未満 c：80%以上～90%未満 d：70%以上～80%未満 e：70%未満							
6 基準説明							
100%以上の達成をa評価とし，以下10%刻みで基準を設定した。							
7 評価結果							
	27	28	29				
	a	a	a				