

「第3期京都市伝統産業活性化推進計画」骨子案

文化をつなぐ匠のまち京都宣言～伝統産業が心の豊かさと新価値を創造する～

＝皆様の御意見を募集します＝



京都市では、伝統産業の活性化を推進していくため、市民、伝統産業関係者、学識経験者等から構成される京都市伝統産業活性化推進審議会において、平成29年度以降の伝統産業振興の方向性や施策等を盛り込んだ新たな計画について検討を進めてきました。

この度、「第3期京都市伝統産業活性化推進計画」の骨子案を取りまとめましたので、広く市民の皆様からの御意見を募集します。

＜御意見の提出方法・提出先＞

○応募方法

郵送、FAX、Eメールまたは下記の市民意見募集ホームページ内の専用フォームから御提出下さい。
(様式不問。本冊子最終ページに参考様式があります。) ※電話での御意見は受け付けておりません
市民意見募集ホームページURL

<http://www.city.kyoto.lg.jp/templates/pubcomment/sankan/0000213612.html>

御意見募集期間：平成29年1月25日(水)～平成29年2月26日(日) 必着

○御意見の提出及び問合せ先

〒604-8571 京都市中京区寺町通御池上る上本能寺前町488番地

京都市産業観光局商工部伝統産業課 電話075-222-3337 FAX075-222-3331

Eメール：densan@city.kyoto.lg.jp



皆様の御意見をお寄せください！！



京都市
CITY OF KYOTO

この印刷物が不要になれば
「雑がみ」として古紙回収等へ！

◇ 計画の構成

本計画は、以下の4つの章で構成しています。

第1章 計画の位置付け

「策定の趣旨」など、本計画の基本的な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

「京都市の伝統産業の特質」や「第2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

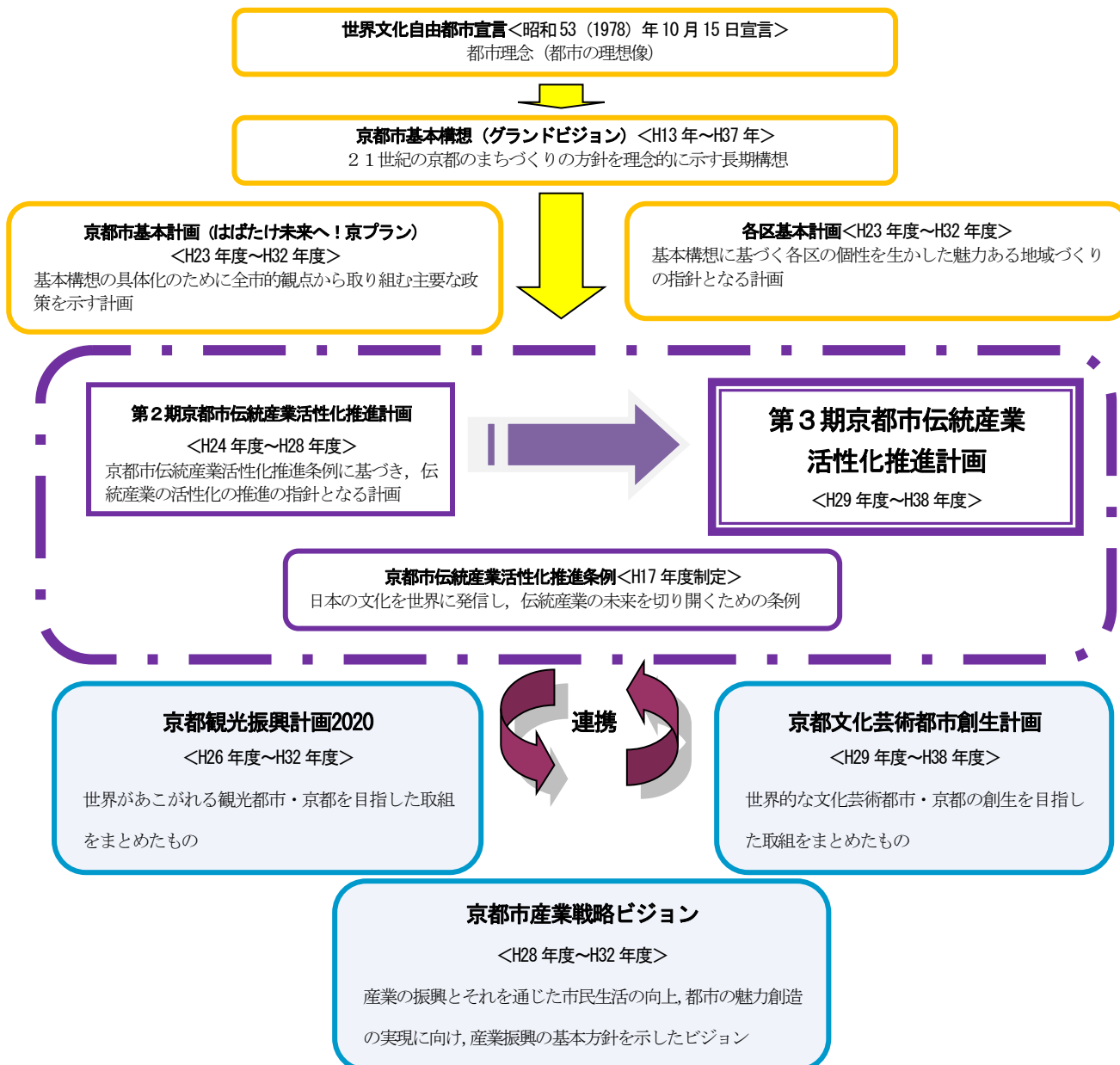
課題を乗り越え、今後の伝統産業の活性化に向けての目標について記載しています。

第4章 活性化に向けた取組

目標を達成するため、取組の視点や具体的な施策について記載しています。

◇ 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。



◇ 京都市の伝統産業

(平成29年1月現在 74品目)

＜染織品＞

1 西陣織(にしじんおり)	2 京鹿の子絞(きょうかのこしぼり)	3 京友禅(きょうゆうぜん)
4 京小紋(きょうこもん)	5 京くみひも	6 京繡(きょうぬい)
7 京黒紋付染(きょうくろもんつきぞめ)	8 京房ひも・撚ひも(きょうふさひも・よりひも)	

＜諸工芸品＞

9 京仏壇(きょうぶつだん)	10 京仏具(きょうぶつぐ)	11 京漆器(きょうしっき)
12 京指物(きょうさしもの)	13 京焼・清水焼(きょうやき・きよみずやき)	14 京扇子(きょうせんす)
15 京うちわ(きょううちわ)	16 京石工芸品(きょういしこうげいひん)	17 京人形(きょうにんぎょう)
18 京表具(きょうひょうぐ)	19 京陶人形(きょうとうにんぎょう)	20 京都の金属工芸品(きょうとのきんぞくこうげいひん)
21 京象嵌(きょうぞうがん)	22 京刃物(きょうはもの)	23 京銘竹(きょうめいちく)
24 北山丸太(きたやままるた)	25 京版画(きょうはんが)	26 京袋物(きょうふくろもの)
27 京すだれ	28 京印章(きょういんしょう)	29 工芸菓子(こうげいがし)
30 京竹工芸(きょうたけこうげい)	31 京七宝(きょうしつぽう)	
32 京の神祇装束調度品 (きょうのじんぎしょうぞくちょうどひん)	33 京の色紙短冊和本帖 (きょうのしきしたんざくわほんちょう)	

＜その他＞

34 造園(ぞうえん)	35 京こま	36 薫香(くんこう)
37 伝統建築(でんとうけんちく)	38 額看板(がくかんばん)	39 菓子木型(かしきがた)
40 かつら	41 金網細工(かなあみざいく)	42 唐紙(からかみ)
43 かるた	44 きせる	45 京瓦(きょうかわら)
46 京真田紐(きょうさなだひも)	47 京足袋(きょうたび)	48 京つげぐし
49 京葛籠(きょうつづら)	50 珠数(じゆず)	51 京丸うちわ(きょうまるうちわ)
52 京弓(きょうゆみ)	53 京和傘(きょうわがさ)	54 截金(きりかね)
55 嵯峨面(さがめん)	56 尺八(しゃくはち)	57 三味線(しゃみせん)
58 調べ緒(しらべお)	59 茶筒(ちやづつ)	60 提燈(ちようちん)
61 念珠玉(ねんじゆだま)	62 能面(のうめん)	63 花かんざし(はなかんざし)
64 帆布製カバン(はんぷせいかわばん)	65 伏見人形(ふしみにんぎょう)	66 邦楽器弦(ほうがっきいと)
67 矢(や)	68 結納飾・水引工芸(ゆいのうかざり・みずひきこうげい)	69 和蠟燭(わろうそく)
70 京たたみ	71 京菓子(きょうかし)	72 京漬物(きょうつけもの)
73 京料理(きょうりょうり)	74 清酒(せいしゅ)	



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、需要の低迷、技術者の高齢化などにより、京都の伝統産業は厳しい状況におかれている。

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、戦略的に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とともに、心の豊かさや新価値の創造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3期の伝統産業活性化推進計画として策定するものであり、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。

また、今後の京都市の産業振興の基本指針を示した「京都市産業戦略ビジョン」、世界があこがれる観光都市・京都を目指した取組をまとめた「京都観光振興計画2020」、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」と連携しながら、各施策を推進していく。

3 計画期間

本計画の期間は、平成29年度から平成38年度までの10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、施策の見直しや新たな施策の立案等について検討していく。

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徴を有している。

1200年を超える歴史の中での継承・革新

京都の伝統産業は、平安時代の「朝廷による政治、儀式に必要な用具、権威を示威するために必要な用具」を生産した宮廷工業にその技術的ルーツがあり、「みやびの文化」とともに発達するとともに、時代の変化を乗り越えて受け継がれ、その中から様々な先端産業を生み出してきた。

歴史に磨かれた技術や感性、美意識が支える「京もの」のブランド力

京都で企画され、生産される伝統産業製品は、「京もの」と称され、高い評価を受けてきた。「京もの」は高度な技術・技法、長い歴史の中で磨き上げられた優れた感性と美意識を駆使して製造・加工され、京都の町衆のみならず、全国の目利きから支持されてきた。

市民の暮らしの中に脈々と息づいてきた生活文化の創造

京都は、衣食住をはじめとした市民の暮らしのあらゆる領域に伝統産業が溶け込んでいる数少ない都市の一つである。きものや様々な工芸品などの伝統産業製品が、四季折々の生活を彩り、時代に応じた生活文化を創造してきた。京都の伝統産業は、今なお京都の人々の暮らしの中で受け継がれ、磨かれ、育まれている。

伝統文化、芸術、宗教、芸能など日本の精神文化を支えるものづくり

京都の伝統産業は、茶道・華道、芸術、宗教、能・狂言をはじめとする芸能など我が国固有の文化の発展には欠くことができないものとして育まれてきた。現代においても京都には、寺社の本山・本社、伝統文化や伝統芸能の家元などが多数存在し、これらの文化を担う使い手と作り手が相互に刺激し合いながら、技術と感性を高めている。

様々な伝統産業製品を生み出す総合産地

京都には74品目の伝統産業製品が存在し、我が国はもとより世界を代表する伝統産業の総合産地である。これらの多種多様な京都の伝統産業分野において、意匠の共有が行われたり、茶道、華道、能など伝統文化の中で様々な「京もの」が用いられたことにより、職人や技術者が互いに刺激し合い切磋琢磨することで高品質な製品の生産がなされてきた。

分業体制と家内工業が支えるものづくり

京都の伝統産業には、多品種少量の高級品生産に対応するため、工程分業が著しく発達している業種が多い。また、そのような業種の多くは一貫制・工場制の生産システムではなく、家内工業を中心として、細かく分業化された職人のネットワークがものづくりを支えている。

2 第2期計画の成果

(1) 第2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困難な状況乗り越え、京都の伝統産業を活性化させるため、平成24年3月に「第2期京都市伝統産業活性化推進計画」を前期に引き続いて策定した。

同計画は、平成24年度から平成28年度までを計画期間とし、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’の2つの側面からの伝統産業活性化を目指して、条例に定める「4つの基本理念」に基づく目標を達成するために、「6つの基本的施策」に基づく施策を展開してきた。

その結果、国内外の新たな販路の開拓により大きく飛躍した事業者や、設備改修補助制度の利用を契機に、積極的な事業展開に挑戦する事業者が現れるなど、明るい兆しもあるが、伝統産業全体としては、出荷額が減少傾向にあり、それを起因として、後継者や原材料の確保、生産設備の改修が困難になるなどの課題が生じている。

条例に定める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

条例に定める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

(2) 数値実績

平成27年度末時点での数値目標の達成状況については、以下のとおりである。

○出荷額：1,716億円（【目標】出荷額減少率の縮小）

年度	24	25	26	27
出荷額(億)	1,834	1,723	1,778	1,716
前年比減少率(%)	6.6	6.1	△3.2	3.5

○従事者数：19,357人（【目標】従事者数減少率の縮小）

年度	24	25	26	27
従事者数(人)	21,297	20,737	20,523	19,357
前年比減少率(%)	2.8	2.6	1.0	5.7

○「伝統産業の日」事業の来場者数：426,236人（【目標】300,000人）

○京都伝統産業ふれあい館の来館者数：163,628人（【目標】250,000人）

○伝統産業に接する市民の増加：26.1%（【目標】25.4%（平成22年度）以上）

(3) 具体的な取組の実績

○京もの海外進出支援事業

(概要) 海外展開に挑戦する事業者を募り、新商品開発やヨーロッパ最大級の見本市や展示会への出展・営業支援及びアフターフォロー等、海外での販路の開拓を支援。

(実績) 27年度までの4年間で参画事業者による商談成約件数80件、成約額約1億7千万円(国内売上含)。売上が大きく増加するほか、海外有名ブランドとの協業が実現するなど参画事業者の多くが大きく飛躍した。



○京の「匠」ふれあい事業

(概要) 市内小中学校に伝統産業職人を派遣し、日本の文化を支える伝統産業製品の製作体験・実演を実施する。

(実績) 27年度までの4年間で約1万人の小中学校の児童・生徒が受講。受講した生徒が、匠の技術や様々な工程について話を聞いたことで、他の伝統産業製品についても興味を持つなど、伝統産業への理解を深めた。



○京ものユースコンペティション

(概要) 若手職人を対象に「現代における伝統産業」をテーマとした作品コンペを開催。受賞者には雑誌への掲載や展示会への出展支援など、活躍への足掛かりを提供する。

(実績) 28年度までの4年間で14人が受賞。将来有望な若手職人を発掘するとともに、展示会への出展やメディアへの露出拡大を通じて、大きく飛躍した若手職人を輩出した。



○日本酒条例サミットin京都の開催

(概要) 全国初の「京都市清酒の普及の促進に関する条例」(日本酒乾杯条例)の制定を契機に、全国に広がった同趣旨の条例を制定した自治体・議会、酒造関係者が一堂に会し、京都から清酒をはじめとした伝統産業の魅力をPRする。

(実績) 28年度までに3回開催し合計約1.8万人が来場。京焼・清水焼のお猪口など伝統産業製品のキャンペーンを展開する若手職人グループの活躍など関連する伝統産業製品の振興や日本文化への理解の促進に寄与した。



○京都伝統産業ふれあい館の活性化

(概要) 本市の伝統産業製品を体系的に展示するこれまでの普及・啓発機能に加え、観光や販売促進の視点を取り入れながら、京都伝統産業ふれあい館を核として新たな伝統産業振興に取り組むことにより、業界全体の活性化を図る。

(実績) 27年度までの4年間で約72万人が来館。市民や観光客と工房を橋渡しする工房訪問事業の創設により、職人の匠の技・心に触れ、伝統産業製品を見て、触れて、買える機会を創出した。



3 京都市の伝統産業の現状と課題

第2期計画を策定した平成23年度に比べ、現在まで出荷額、従事者数は減少しており、京都の伝統産業は依然として厳しい状況に置かれている。

京都市の伝統産業が抱える主な課題は、以下のとおりである。

1 需要の低迷

生活様式の変化等を原因として、需要の低迷により、出荷額・生産量の減少が続いている。

1-1 後継者の確保難

需要の低迷による出荷額の減少により、事業者の体力が低下し、後継者の確保が難しい状況にある。

1-2 道具、原材料の確保難

需要の低迷による出荷額の減少により、使用する道具や原材料の発注も減少し、道具や原材料の製造事業者の廃業が進み、価格高騰や質の低下など、高品質な製品の生産に支障をきたす恐れがある。

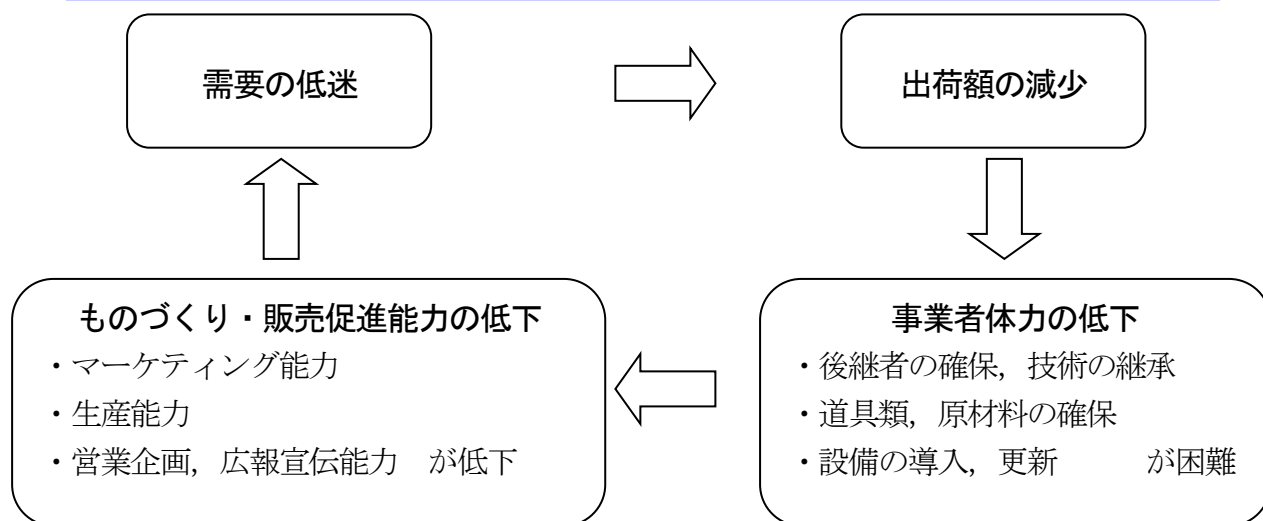
2 複雑な生産・流通体制

京都の伝統産業の多くは、多品種少量生産に対応するため、細分化された分業体制により製造されており、更に流通過程においても複数の間屋を介するという複雑な仕組みにより、生産・流通してきた。この仕組みは十分な需要があった状況では有効に機能したが、需要が低迷し、市場が縮小している現状では、一部の製造工程で存続が難しくなるなど、複雑な生産・流通体制のデメリットが顕在化している。

3 消費者ニーズの把握、消費者への情報提供の不足

市政総合アンケートにおいて、「着用・使用できる機会・場が少ない」「値段相応の価値があるのか分からない」「宣伝やPRが不足している」「使用方法や手入れの仕方が難しい」という意見が多く挙げられており、生活様式や消費者ニーズが変化する中で、マーケティングが十分でなく、伝統産業製品についての情報も消費者に十分提供できていない。

現在の伝統産業のサイクル



第3章 目指すべき伝統産業の姿

1 目標の設定

伝統産業を取り巻く最大の課題は、需要の低迷による出荷額の減少であるため、本計画では、「27年度比出荷額の増加」を最大の目標として設定する。

また、第2章3の課題を踏まえ、条例に定める4つの理念に基づき、計画期間中の目標を以下のとおり設定する。

最大の目標

「27年度比出荷額の増加」

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

経済状況や生活様式の変化に対応し、事業者や業界の創造的な取組や工夫により市場を開拓し、出荷額の増加を目指す。

目標

- ・市場ニーズの把握
- ・国内外における販路の拡大

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や技術の継承の機会及び革新の機会を創出するとともに、産業として持続可能な発展につながる円滑な流通を促進する。

目標

- ・伝統産業従事者数の増加
- ・次代の伝統産業を担う人材の育成

基本理念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

品質の高さや、文化的な背景の情報など、伝統産業製品の優れた価値を広く発信し、魅力を増進する。

目標

- ・京都伝統産業ふれあい館の認知度向上
- ・「伝統産業の日」の認知度向上

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和の文化を育む。

目標

- ・伝統産業製品を使用する市民の割合の増加

第4章 活性化に向けた取組

本市の伝統産業が産業として発展していくために、伝統産業製品の需要を喚起し出荷額の増加につなげることが、現在の伝統産業のサイクルをマイナスからプラスに転換し起動させる原動力となる。

そのためには、伝統産業製品を供給する伝統産業業界、伝統産業を取り巻く社会環境、伝統産業製品を使う消費者へのアプローチが必要不可欠であり、具体的な施策の推進にあたっては、下記の3つの視点を意識して取り組んでいく。

1 3つの視点

1 伝統産業×イノベーション

京都の伝統産業は、長い歴史の中で時代に応じて革新を繰り返し、継承されてきたが、後継者の確保が難しい状況にある中、今後の伝統産業の活性化のためには、意欲的な若手職人の更なる飛躍が欠かせない。

伝統産業業界の次代を担う個性や活力にあふれた若手（作り手、伝え手、売り手）による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を推進し、伝統産業のイノベーションを創出する。

2 伝統産業×文化・観光

「文化庁の京都移転」や世界から注目が集まる「東京オリンピック・パラリンピックの開催」を大きな追い風として、日本文化を支える伝統産業の振興につなげなければならない。

茶道・華道などの伝統文化、伝統芸能、食文化、コンテンツなど幅広い文化芸術との連携や本物のものづくりを体験できる場の提供など、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する。

3 伝統産業×使い手

我が国でも有数の伝統産業の集積地である京都では、長い歴史の中で育まれてきた技術・技法により本物のものづくりが行われ、優れた感性と美意識が人々の生活の中に息づいてきた。

この京都ならではの「和」の暮らしを未来に引き継ぐため、企業、学校、行政などが伝統産業製品の価値を再認識し、活用することにより、子どもたちが伝統産業に慣れ親しみ、感性や目利き力を養い、将来の「京もの」の使い手を育成する。

2 具体的な施策

4つの基本理念に基づく目標の達成のために、前項に記載の3つの視点を踏まえ、以下の6つに分類される施策に、国や京都府など関係機関とも連携しながら取り組む。（☆印は新規事業、○印は充実事業）

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

出荷額の増加に向け、市場ニーズの把握などマーケットを調査し、ターゲットを明らかにしたうえで、新規市場の開拓や商品の開発などを支援する。

（主な取組事業例）

☆改革を目指す業界団体への支援

出荷額の増加を目指す戦略の策定や、生産・流通体制の再構築など、伝統産業組合など各業界団体における革新的な取組を支援する。

☆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金制度を創設する。

☆伝統産業事業者のビジネスモデル確立支援

生産や流通に詳しい専門家のアドバイスにより、伝統産業事業者に応じたビジネスモデルの確立を支援する。

☆伝統産業プロデューサー等の養成

伝統産業事業者と消費者を繋ぎ、伝統産業の魅力を消費者に伝えることができるプロデューサーやコーディネーターを養成する。

☆異業種間交流の推進

伝統産業事業者と、様々な業種の非伝統産業事業者との異業種交流・連携を促進し、新たな販路の開拓につながる取組を支援する。

☆素材・技術としての伝統産業製品の活用の推進

京都市産業技術研究所等と連携し、伝統産業の素材・技術を活用した商品開発等により、販路の開拓につなげる。

☆商工会議所等と連携した伝統産業事業者への経営支援

伝統産業事業者の安定した経営基盤の構築に向けて、商工会議所等と連携して課題解決に向けた経営支援を行う。

☆ECサイトを活用した伝統産業製品の海外販路開拓への支援

京都の伝統産業製品を海外でも手軽に購入できるよう、国際的な電子商取引（越境EC）を活用した海外展開を支援する。

○京もの海外進出支援事業の実施

海外市場の需要を創出するため、海外におけるライフスタイルや嗜好に合った新商品の開発や販路の開拓を支援する。

○マーケットイン型の商品開発の支援

新たな顧客層を開拓するため、消費者のニーズを踏まえたマーケットイン型の商品開発を支援する。

○コンテンツ産業等との連携

マンガ・アニメなどコンテンツ産業や現代芸術などを切り口に、伝統産業への関心が無かった層を取り込むことにより、新たな市場を開拓する。

○MICE誘致及び開催における伝統産業製品の活用

MICE誘致及び開催に際して、伝統産業製品の「記念品」としての購入機会を創出する。



—ふれあい館での異業種交流会—



—京もの海外進出支援事業での商談—

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

体験学習の実施や副読本の配布などにより、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における伝統産業に触れる機会を創出する。

(主な取組事業例)

☆伝統産業製品等を暮らしの中で活用し子どもの感性をはぐくむ取組の推進

子どもたちに本物のものづくりの素晴らしさを伝え、感性を養い、伝統産業が暮らしの中で息づく文化を育むため、子どもの頃から伝統産業製品を暮らしの中で使う機会を創出する。

○伝統産業に関する学習コンテンツの整備・充実

伝統産業に対する若年層の関心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）の内容の充実など、学習コンテンツの整備・充実を図る。

「京の『匠』ふれあい事業」の実施

伝統産業に対する若年層の関心と理解を深めるため、小中学校での体験学習を実施する。



—わたしたちの伝統産業—



—京の「匠」ふれあい事業—

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

伝統産業に関する関心と理解を深めるため、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。

(主な取組事業例)

☆外国人に対する伝統産業の魅力発信

姉妹都市や海外情報拠点等との連携の下、海外での情報発信はもとより、大使館関係者や留学生、国内居住の外国人、外国人観光客などに対して伝統産業の魅力を発信する。

☆新京都館等と連携した伝統産業の魅力を発信力強化

新京都館等の活用や、メディア戦略に基づく情報発信など、京都の文化・産業への理解・愛着を深める取組を強化する。

○工房訪問事業の充実

伝統産業を体験したい市民や観光客等と工房を結びつけ、職人の匠の技・心に触れ、伝統産業製品を見て、触れて、買える機会を創出する。

○京都らしいおもてなしの名人による伝統産業の魅力発信

伝統産業・伝統文化等を説明できる専門性の高い京都市認定通訳ガイドの活用により、伝統産業の魅力の発信を行う。

○「京もの」のブランド化の推進

消費者が安心して伝統産業製品を購入できるよう、京都の職人により手間ひまかけて製造されていることが分かる生産履歴システムの構築を支援し、普及を促進する。

○文化芸術との連携の促進とPRの強化

伝統産業が日本の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する取組を強化する。

○「伝統産業の日」事業の充実

行政と業界団体が一丸となり、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。

○「京都市清酒の普及の促進に関する条例」（日本酒乾杯条例）の普及・啓発

条例の趣旨を踏まえ、清酒で乾杯する習慣を通じて、日本の伝統文化に対する理解を深め、関連する伝統産業の振興に繋げる。



－工房訪問事業での製作体験－



－「伝統産業の日」での職人実演－

○地域と密着した産地の活性化

「西陣」という呼称の発祥から550年を迎える西陣織や、京焼・清水焼などの各産地と連携し、観光客を呼び込むなど、地域と密着したまちづくりと連携して、産地の活性化につなげる。

○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。

○伝統産業製品を活用した広告景観づくり

町並みと調和した京都にふさわしい広告景観を普及させるため、提灯など伝統産業製品を活用した広告景観づくりを支援する。

基本的施策4 技術の継承や後継者の育成

市場の縮小を原因とし、優れた技術が途絶する恐れがあるため、後継者となる意欲的な若手職人に対する支援を実施する。また、特に分業制による製造を行う業界においては、生産・流通体制の見直しなど、消滅の可能性のある技術の転用や技術の継承の在り方を検討する。

(主な取組事業例)

☆若手職人によるイノベーションの支援

新たな価値の創造に向けた、商品の開発、販路の開拓、魅力の発信など従来の枠組みに捉われない若手職人によるイノベーションを図る取組を支援する。

☆大学等との連携の促進

若年層への情報発信やプロモーション、人材育成、販路の開拓を目的に、美術や工芸、デザイン、建築等のコースのある大学等との連携を促進する。

○生産・流通体制の在り方の検討

技術者の途絶が懸念される工程の存続や複雑な生産・流通体制の改善に向け、専門家を交え、技術の継承や生産・流通体制の今後の在り方について検討する。

○道具・原材料確保対策の実施

行政機関や業界団体等の連携の下、伝統産業製品の製造に不可欠な道具の安定的な確保や、京都「悠久の灯」プロジェクトなど原材料の安定的な確保に向け、必要な支援を行う。

○若手職人の登竜門となる作品コンペティションの実施

次代を担う若手職人を発掘するとともに切磋琢磨を促すため、コンペティションを開催し、受賞者に販路開拓支援やメディア露出など、活躍の場を提供する。

○伝統産業における障害者就労の検討

職人としての適性をもつ障害のある方の新たな職域開発を行い、伝統産業の担い手づくりを支援する。



ー若手職人の作品コンペティション 受賞式・受賞作品ー

基本的施策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は、本市の伝統産業の情報発信及び文化のまち岡崎の拠点施設として魅力を高めるとともに、伝統産業業界全体の振興の拠点施設となるよう機能を強化・充実させる。

京都市産業技術研究所は、ものづくり産業の技術面を中心に支える機関として、様々な研究や技術者への研修を行ってきたが、技術面に限らず、新商品開発や市場開拓を含めたトータルの支援体制をより一層進めていく。

(主な取組事業例)

○京都伝統産業ふれあい館の活性化

本市の伝統産業製品を体系的に展示するこれまでの普及・啓発機能に加えて、ふれあい館が核となって業界の活性化につなげるため、交流機能の強化、販売促進機能の充実を図るとともに、施設の魅力向上のため、展示内容を刷新するなど、リニューアルを検討・推進する。

○京都市産業技術研究所の機能強化

染織、陶芸、漆芸分野の伝統産業技術者育成を実施するとともに、次代を担う若手伝統産業従事者の商品開発から販路開拓まで支援する。



—ふれあい館企画展（琳派400年記念）の様子—



—京都市産業技術研究所での研修（陶磁器）—

基本的施策6 表彰や奨励

長年伝統産業に従事し伝統産業の振興発展に寄与した職人を表彰するとともに、伝統産業の中核を担う中堅職人を奨励し、職人の意欲を高める。

(主な取組事業例)

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

長年伝統産業に従事してきた職人の功績を称えるため「京都市伝統産業技術功労者顕彰」及び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。

第3期京都市伝統産業活性化推進計画 骨子案に対する御意見記入用紙

宛先 FAX：075-222-3331 京都市産業観光局商工部伝統産業課 行き

御意見記入欄（※書ききれない場合は、別の用紙にご記入いただいても構いません。）

1 暮らしの中に伝統産業製品を取り入れていくためには、どのようなことが必要だと思いますか。（例：製造工程・価格・品質に関する情報を明記する、デザインを現代にマッチしたものにする、着やすいきものを開発する、茶道や華道など伝統文化と合わせて体験する機会を設ける など）

2 骨子案に対する御意見を御記入ください。

＜御意見の取扱い＞

- ・ この意見募集で収集した個人情報につきましては、「京都市個人情報保護条例」に基づき適切に取扱い、他の目的に利用することはありませんが、個人情報を除き御意見の内容を公開させていただく場合があります。
- ・ 御意見に対する個別の回答は行いませんが、その概要及び御意見に関する考え方を取りまとめ、ホームページに公表します。
- ・ 御応募いただいた書類は返却しませんので、あらかじめ御了承ください。

※御意見を取りまとめる際の参考としますので、差し支えなければ、以下の項目に当てはまる箇所に○印をご記入ください。

年 齢	20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上
性 別	男性	女性					
お住まい	京都市	京都市外					
ご 職 業	伝統産業関連	それ以外					

発行：京都市産業観光局商工部伝統産業課 平成 29 年 1 月発行 京都市印刷物第 283138 号