

平成25年度事業報告

I はじめに

京都伝統産業交流センターは、平成8年7月に伝統産業の振興を目的として設立され、京都の伝統工芸品74品目を一堂に集め、市民や観光客に伝統工芸品を体系的に紹介する国内でも有数の展示場「京都伝統産業ふれあい館」の管理運営を、開館当初より京都市から受託しており、平成24年4月1日に公益財団法人に移行した。

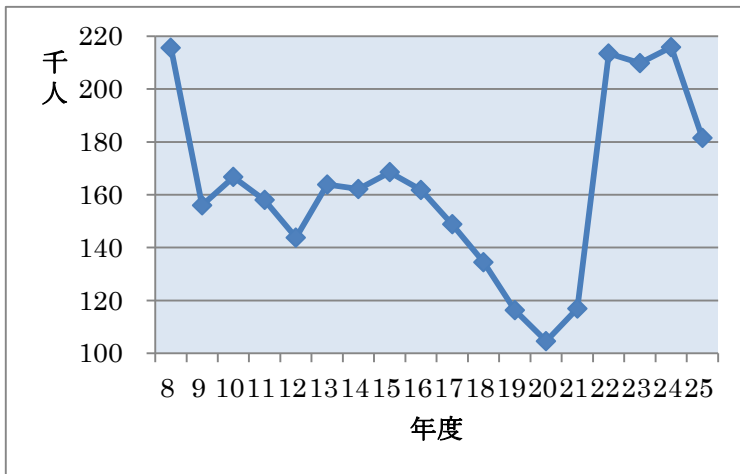
「ふれあい館」の来館者数は、平成22年度、平成23年度、平成24年度と3年連続で20万人台を維持したが、平成25年度は181,426人、前年度比15.9%減となり、展示内容の抜本的な見直しと工夫をはじめ、業界団体と手を携えて「ふれあい館」の魅力の向上に取り組んでいくべき課題が浮き彫りになった。

京都の伝統工芸品の素晴らしさを全国にPRする事業として、平成24年3月スタートのインターネットを活用したショッピングサイト京もの専門店『みやび』については、実質的な事業2年目において、売上高ベースで前年度比2.7倍の約900万円に成長し、今後への展望を実感できる状況となった。

平成26年度においては、京ものの真髄を体感できる魅力溢れる展示事業と、“Kyoto Life Style”を満喫できる京もの提供事業を相互に連携させて推進する。

<月別の来館者数内訳>

<来館者数の推移>



年 月	平成25 年度(人)	平成24 年度(人)	前年度 比(%)
4月	18,044	20,049	-10
5月	17,363	18,372	-5
6月	14,622	13,872	+5
7月	11,830	13,523	-13
8月	15,541	21,004	-26
9月	16,810	20,741	-19
10月	17,967	23,221	-23
11月	17,421	19,006	-8
12月	10,592	13,061	-19
1月	10,922	15,845	-31
2月	12,534	15,138	-17
3月	17,780	21,449	-17
小計	181,426	215,821	-16

<来館者数の推移>

年度	来館者数(人)	前年度比(%)
21年度	116,927	+11.8
22年度	213,395	+82.5
23年度	209,800	-1.7
24年度	215,281	+2.6
25年度	181,426	-15.9

II 事業

1 常設展示事業

(ア) 常設展示場

展示内容の魅力向上及び来館者へのサービス向上のための取組を実施した。

- ① 常設展示場内で団体の見学者に対し、京都の伝統産業の歴史と概要、日常生活と伝統工芸品を紹介した。(131回/4, 241人)
学校やグループ、外国人観光ツアー団体などに対しては、見学に合わせて説明を行った。(80団体/2, 322人)
- ② 業界団体の協力を得て、四季折々の魅力ある展示替えを実施した。
(61回/366点)
- ③ 京都検定合格者で組織するNPO法人「京都観光文化を考える会 都草」の協力を得て、伝統産業の背景となる京都の文化や歴史について、見学者に解説した。
(土・日各1名で延べ103人)
- ④ 「伝統産業の日」事業の期間中に、業界団体の協力の下、職人実演の場で「伝統工芸ミニセミナー」を開催し、伝統工芸品の制作工程や技術者ゆえの苦労話など、伝統工芸品にまつわるお話をいただいた。



(写真：JICA来館時)



(写真：西京極小学校来館時)

(イ) イベントルーム

当財団主催の企画展や関連業界団体との共催事業、常設展示との相乗効果が期待できる展示会、体験教室などを実施した。(29事業/延べ138日)



(写真：京友禅技の公開と体験)



(写真：京都佛像彫刻展)

(ウ) ギャラリー

業界団体の協力により、「西陣金襴の美を訪ねて」や「京漆芸美展」などの企画展示を年間を通して10回実施。企画展ごとに展示チラシを作成し、広報宣伝活動を行った。

〈参考〉ギャラリー取材件数

	テレビ	新聞	ラジオ	その他
24年度	7件	16件	2件	5件
25年度	4件	22件	1件	3件

「京都市博物館ボランティア 虹の会」の協力を得て、ギャラリー展示品の紹介や来館者とのコミュニケーションに努めた。(土・日・祝各2名/延べ180人)



(写真：伏見人形展-我国の土人形の元祖をたずねて-)



(写真：京都市収蔵品展(陶磁器)、

Kyoto Life Style miyabi ～暮らし・彩る・京もの～(陶磁器)展)

2 振興・啓発事業

(ア) 摺型友禅染体験事業

伝統技法に則り、世界に一つしかない自分ものが製作できる摺型友禅染体験事業を実施。平日は、予約制により修学旅行生や団体を中心に受け入れ、土・日・祝日は、家族連れや少人数グループを随時受け入れた。また、京都マンガアニメフェア(「京まふ」)と連携し、アニメの型を使った摺型友禅染の体験も実施した。

	参加者数(人)	前年度比(%)
21年度	3,941	-17
22年度	4,471	+13
23年度	3,963	-11
24年度	3,481	-12
25年度	4,497	+29



(写真：摺型友禅染体験)



(写真：「京まふ」に関連した摺型友禅染体験)

3 「匠と舞」事業

地域における雇用機会の創出と将来の需要開拓に向けた取組の実施を図るため、国の緊急雇用対策交付金を活用した京都市からの受託事業として、平成21年6月より「匠と舞」事業を実施した。常設展示場において職人による伝統工芸品の製作実演を行うとともに、歩く伝統産業ともいえる舞妓さんによる舞台を披露し、「ふれあい館」への集客や伝統産業の積極的なPRを図った。

(ア) 制作実演

常設展示場内において、月曜日を除く毎日(月曜日が祝日に当たる場合は実施)、伝統工芸品の製作実演を行った。



(写真：実演の様子 京人形)



(写真：実演の様子 京竹工芸)

(イ) 舞妓舞台

毎週日曜日(約15分間×3回)、花街の舞妓さんによる舞台を開催し、舞妓の衣装や装飾品に使われる各種の伝統工芸品(西陣織、京友禅、花かんざしなど)の解説などを通して、京都の花街の伝統と文化を支えてきた伝統産業をPRした。



(写真：舞妓舞台)

4 講演会事業

伝統産業や伝統文化への理解を深めていただくことを目的に、100名規模の「ふれあい館セミナー」を実施した。また、「伝統産業の日」には、伝統産業職人の実演に合わせ、ミニセミナーを実施した。

25年度 第1回 平成25年12月7日(土) 「京のお菓子とお正月」

講師 山口 富蔵(亀屋末富) 参加者数82人

第2回 平成26年3月8日(土) 「京の清酒へのいざない」

講師 藤本 修志(齊藤酒造) 参加者数71人



(写真：第1回セミナー 山口富蔵氏)



(写真：第2回セミナー 藤本修志氏)

5 広報広聴事業

(ア) 広報宣伝活動

(1) 観光客へのPR事業

- ① 旅行会社や雑誌等のマスコミ関係者へふれあい館や「匠と舞」事業のチラシを送付し、各種媒体を通じてふれあい館をPRした。
- ② 京都市観光協会や市内の主要ホテル等でチラシを配布した。

(2) 修学旅行・市内小学校からの誘客の取組

- ① 修学旅行パスポート事業へ参画した。
- ② 市内の全小学校にふれあい館のチラシを配布し、課外学習での利用を依頼した。
- ③ ジュニア観光大使と連携し、体験教室のレポート等を依頼した。(GOGO 土曜塾等に掲載)
- ④ きょうと修学旅行ナビのホームページで、ふれあい館を紹介した。

(3) 外国人観光客集客の取組

- ① 英語版ホームページの掲載内容を充実するとともに、職人実演の動画を挿入し視覚的に訴えるなど、外国人に向けた情報を広く発信した。
- ② 市内主要ホテルを定期的に訪問し、英語版チラシの配布と送客を依頼した。

(4) その他の取組

- ① ふれあい館のカード(名刺サイズ)やポスターを作成し、文化観光施設等での配架を依頼した。
- ② 各種団体が国内外で展示会等を実施する際に、京都の伝統産業を紹介するDVD(日本語、英語)の貸し出しを行った。
- ③ 京都市観光協会と協力して市内体験施設を紹介する「京都観光マップ」を作成し、ホテル・旅館・エージェンツ等に配布した。
- ④ テレビ・新聞等のマスコミ関係者への積極的な掲載依頼及び取材協力を依頼した。
- ⑤ 京都市勧業館内において、土・日・祝日には案内スタッフを配置した(各日2名)。

(イ) 広聴活動

ご意見承り箱の設置(ギャラリーと展示場)

回答173人 「良かった・感動した」145人
要望・苦情 28人

6 オンラインショップの運営

平成 24 年 3 月から、オンラインショップ「京もの専門店『みやび』」の運営を京都市から受託している。このオンラインショップは、楽天市場の中で、京都の伝統工芸品の販売促進と新たな需要開拓のため、20 代～40 代の女性をターゲットとし、現代ニーズにマッチした伝統工芸品の魅力を全国の消費者に効果的に PR するとともに、実際に販売している。平成 25 年度末の出品数は 398 点であり、注文は、北海道、東京、九州等、京都以外がほとんどである。

平成 25 年度の試みとして、京もの親善大使“みやびはん”を京都在住のターゲット層の中から募集・選定するとともに、職員と共に市内のイベントに参加し、京都の伝統工芸品の PR 活動を行った。また、職員がマーケティングや広報宣伝に関する研修等に積極的に参加し、販路拡大に向け、関西圏内の有名デパート催事に出展。新たな顧客獲得と売上増に繋がった。

(参考)「みやび」売上 (24 年度)

	人数	品数	個数	金額 (円)
合計	227	316	532	3,308,009

(参考)「みやび」売上内訳 (25 年度)

	人数	品数	個数	金額 (円)	楽天経由外含む (人数・個数・品数は含まず)
4 月	18	27	29	170,385	
5 月	27	39	44	214,196	
6 月	37	44	54	227,355	
7 月	53	81	110	535,990	
8 月	32	40	55	274,755	
9 月	51	79	100	452,400	全国大学コンソーシアム研究交流フォーラム
10 月	81	111	165	605,344	京都・日本酒サミット 2013 他
11 月	48	68	71	408,710	
12 月	45	61	65	1,598,539	ICFPT、JR 大阪三越伊勢丹他
1 月	53	80	83	435,444	「白金京祭」(東京・八芳園)
2 月	43	70	102	1,865,299	京あるき in 東京、JR 京都伊勢丹他
3 月	78	124	151	2,606,394	BRAND NEW KYOTO 2014、京の冬の旅
合計	566	824	1029	8,986,051	



(JR 大阪伊勢丹での販売風景)



(職人とのコラボ企画)

<職人とコラボ企画報告>

みやび出展事業者に対し、ものづくりについての悩みや、職人とコラボ企画についてのアンケート調査を事前に行った結果、多数の事業者がその悩みを抱えていることが分かった。

その中から事業者3社を選び、また消費者代表として京もの親善大使“みやびはん”12人を4名ずつの3チームに分け、それぞれの事業者とチームを組み、ブランドデザインチームの協力を得て、既存の商品の見直しから、3月春の展示発表に向け、「祝い」をテーマに、新たな商品を作り上げた。3月7日8日に東京KITTEで開催されたBRAND NEW KYOTOプロジェクト2014の展示販売では、¥737,970の内98,700円を売り上げ、消費者の感想は好評を得た。

株式会社菌部染工 (墨流し染)	吉田木芸 (京指物)	香老舗林龍昇堂 (薫香)
はんなり mama	おもてなし sakura	舞妓 maimai
割烹着エプロン	セット	加茂川さんぼ
てぬぐい	セット mini	祇園のあかり
はぎれキット	トレイ L	
	トレイ mini	
¥33,600	¥12,180	¥52,920

7 「伝統産業の日」事業

「伝統産業の日」の関連事業として、「ふれあい館まつり」を実施した。

- ・「匠と舞」 3月22(土)23(日)の2日間、舞妓舞台(それぞれ3回ずつ)
- ・「伝統工芸ミニセミナー」 伝統産業職人の実演に合わせた製作過程の紹介や技に関するセミナー(業種 京仏壇・京仏具、京漆器)
- ・「京もの専門店『みやび』」特別ショップ開設 「京ものフェスティバル」内



(伝統工芸ミニセミナー)



(「京もの専門店『みやび』」特別ショップ)

8 図書室利用状況

平成25年度の図書室の入室者は11,526人、貸出冊数は581冊

<利用状況>

年度	入室者(一日平均)	前年度比	貸出し冊数(一日平均)	前年度比
25年度	11,526人(33人)	-8%	581冊(1.6冊)	-7%
24年度	13,015人(37人)	+10%	766冊(2.2冊)	+1%
23年度	11,882人(33人)	+6%	761冊(2.1冊)	-16%