

## 第1号議案

### 平成28年度事業計画（案）

#### 1 はじめに

##### <来館者数>

27年度（2月まで） 147,931人（26年度同月まで 144,797人）

##### <提供事業・普及事業売上> ※2月末段階

項目	年間	年間売上	目標計画	達成率
	売上目標	実績	差異	
【提供】楽天(オンラインショップ)	9,700,000	7,212,143	-2,487,857	74%
【提供】制作実演(スクエア他)	0	251,304	251,304	-
【提供】実店舗出展	300,000	629,979	329,979	210%
【提供】常設展示	2,000,000	1,681,875	-318,125	84%
【法人向け提供】記念品(特別注文)	3,000,000	8,155,922	5,155,922	272%
小計	15,000,000	17,931,223	2,931,223	120%
【普及】摺型友禅体験	4,000,000	3,291,620	-708,380	82%
合計	19,000,000	21,222,843	2,222,843	112%

#### (1) これまでの経過

(公財) 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【平成24年4月1日に公益財団法人に移行】され、平成28年度に20周年を迎える。市民や国内外からの訪問者に、京都市内の伝統産業74品目を体系的に紹介する普及・啓発施設「京都伝統産業ふれあい館」（以下、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いる。

伝統産業製品の長期的な需要の低迷が続く中、ふれあい館には普及・啓発に加え、業界内外の交流や需要の拡大を支援する役割が求められている。平成26年度に外部の専門家を含めた「イノベーション検討会議」で討議された今後の方向性を踏まえ、27年度は、民間から総合プロデューサーを迎える等体制を改めた。観光事業等との連携強化や需要（記念品等）の掘り起こし、異業種交流等、精力的に取り組んでいる。

#### (2) ふれあい館をとりまく環境

日本を訪れる外国人観光客数は平成27年に過去最高の1973万人を記録した。京

都でも観光はもとより MICE（国際会議や企業ミーティング等）も開催され、多くの方が訪れている。また、京都市は世界的に影響力を持つ富裕層向け旅行雑誌「トラベル&レジャー」で2年連続世界一位にランキングされるなど、海外からの評価が一層高まっている。ふれあい館についても、世界最大の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」における口コミの7割が海外からで、好評を得ている（京都の博物館で第4位）。さらに、「ほんものを見る、作る」「深く知る」体験が旅慣れた方に好まれる傾向がみられ、好調な観光の動きを伝統産業の需要拡大につなげる好機と捉えられる。

また、需要拡大に向けては、業界内の取組に加え、建築業や服飾など他の業界の人々との交流の場づくりもビジネスのきっかけや刺激を得る場として注目されている。

### （3）今後の事業の方向性

（1）（2）の状況を踏まえ、28年度は総合プロデューサーを核に次の新規／充実事業を進める。併せて、従来の「常設展示事業」「振興・啓発事業」「提供事業」も刷新しつつ進める。

#### 【新規】

- 異業種交流事業（ふれあい館サロン）
- ふれあい館20周年事業
- 展示の刷新

#### 【充実】

- 工房訪問事業
- 職員強化（展示刷新、外国人対応）

#### 28年度主な目標

- 入館者数 18万人
- オンラインショップ等提供事業・普及事業売上  
2,300万円  
（提供事業1,900万円、普及事業400万円）
- 工房訪問利用件数 250名程度
- 新規開拓する工房数 20件程度
- 市内外の施設との連携強化
- 認知度の向上

## 2 新規および充実事業

### 【新規】

#### （1）異業種交流事業「ふれあい館サロン」

ふれあい館が職人の新たな刺激と出会いを得る場となるよう、職人と伝統産業以外の業界の方々との少人数交流を月1回程度開催する（図書スペースを活用）。職人はわかば会や伝統産業青年会、KYO-MONO is COOL! 実行委員会、京ものユースコンペ受賞者等、広く参加を呼び掛ける（1回当たり15～20名の参加を想定。参加者は毎回入替り）。

（例：建築家、服飾バイヤー、在住外国人、メディア、宗教関係者 等）

## (2) ふれあい館 20周年記念事業

ふれあい館の開館20周年を契機として、新たなファン層を得るため記念催事を行う。

(内容は今後詳細に検討。タレント等を絡めた特別ワークショップ、ステージ等)

## (3) 展示刷新

20周年記念企画を含め、企画展を2回程度開催する(7月、11月を想定)。この企画展を企画・運営する中で、館内レイアウトや設備の見直しを進める。大規模改修を要するものについては、27年度に設置した二条通1階入口ゲートの誘導効果を検証しながら、外部改修も含めて具体的な検討を行う。

(企画展内容は若冲、ドラマとの連動、レジャーと伝統工芸品 等)

## 【充実】

### (1) 工房訪問(別紙①参照)

27年度は先行的に20工房30コースを創出し、試行ツアーや視察会を重ねつつ予約も可能な専用ウェブサイトを作成した。28年度は各組合にも協力を仰ぎ、さらなる工房の発掘とウェブサイトの充実を図り、送客実績をあげていく。

なお、28年度の京阪バスの定期観光バス、京都市観光協会の「京の夏の旅」で工房訪問事業が活用される予定。

### (2) 職員強化(展示刷新、外国人対応)

27年度に採用した総合プロデューサーの指揮の下、展示刷新や外国人対応を推進する人材を充実する。

## 3 常設展示事業

### (1) 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、次の取組を実施する。

- ①業界団体等の協力を得て、展示替えを年間で1,000点程度実施する。全体的な展示企画に当たっては、岡崎エリアのイベント等との関連も考慮する。
- ②国内外の見学希望者及び団体に対して、京都の伝統文化や伝統工芸品に関する解説を行い、見学者の満足度を高める。
- ③事業者の協力のもと、オーディオガイドを設置する(英語)。※実験設置のため費用負担なし



## (2) イベントルーム

業界団体に働き掛け、伝統工芸品の展示会などでの利用促進を図る。また、29年度以降の自主的な運営方針を検討し、必要な改修についても29年度に向けて予算獲得を図る。

27年度実績(3月25日現在)：42事業      26年度実績：38事業



## (3) ギャラリー

業界団体の協力による企画展示の他、ふれあい館の独自企画も空き期間に展開する。



## 4 振興・啓発事業(体験事業)

伝統技法に則り、世界に一つしかない作品が制作できる体験事業を実施する。これまで好評を得ている摺型友禅染体験事業を中心に、要望に応じて(予約制)他の体験についてもあっせんする。

28年度目標売上		売上4,000,000円
27年度実績(2月末現在)	3,468人	売上3,291,620円
26年度実績	4,612人	売上3,172,860円

## 5 「匠と舞」事業

### (1) 「匠ふれあい事業」

#### ① 常設展示場内

伝統工芸品の制作実演販売を行い、職人とのコミュニケーションを図ることにより、来館者に伝統工芸品の奥深さを知っていただく。

(参考：27年度はのべ617人が実演)



## ②職人派遣

国際会議やホテルの催事、観光案内所等の要望を受け職人を派遣し、実演販売を行う。  
(参考：27年度は6イベントで20人が実演)



## (2) 舞妓舞台

常設展示場内に舞台を設け、歩く伝統産業ともいえる舞妓による舞舞台と、その衣装や装飾品に使われている伝統工芸品を解説する(日本語・英語)。原則として毎月第三日曜日開催。

## 6 広報広聴事業

### (1) 広報宣伝活動

#### ①ホテル等観光関連事業者との関係性の構築

事業者向けにニュースレター(月1回程度。**別紙②**)を発行し、定期的な情報発信を行うと共に適宜訪問し、ふれあい館はもとより工房訪問等・職人派遣等をPRする。さらに、事業者(タクシードライバー等)向け研修等も積極的に呼びかけていく。

#### ②PR事業

京都総合観光案内所(京なび)をはじめとした案内所への情報提供とともに、岡崎エリアの情報を発信する岡崎コンシェルジュ等ウェブサイトを通じてPRを依頼する。また、市内外の施設ともパンフレットの相互設置やウェブサイトの相互リンク等で連携を強める。

#### ③メディア取材対応

国内外のメディア取材を積極的に受け入れ、露出増を図る。

(27年度海外メディア取材 20社 ※26年度0社)

④ウェブサイトやSNS・口コミを通じた情報発信

ふれあい館のウェブサイトはもとより、フェイスブックやツイッター等のSNSを通じて情報発信（日英）する。また、口コミ対策に取り組み、来館者増につなげる。

⑤JR西日本の提供する京都駅地下PRスペース<協議中>

JR西日本が京都駅地下改札近辺の店舗スペースを伝統産業のPRができるコーナーとして整備することとなった。ふれあい館からも情報提供や展示物の貸出、一部販売用商品の委託等で協力し、京都の伝統産業の露出向上に努める。

**(2) 広聴活動（アンケートの中間とりまとめは別紙③参照）**

より魅力あるふれあい館をめざし、有料化に対する意向も含めた来館者へのアンケートを27年度に引き続き実施する。

## 7 販売事業

平成24年3月から京都市の委託により、オンラインショップ「京もの専門店「みやび」」を運営している（28年度から市からの「みやび」運営委託費はゼロ）。

27年度は国内の販売に加え、中国でのオンライン販売も事業者の協力を得て開始した。また、京都で開催される国際会議等での記念品需要を取り込んだ。こうした販売事業の利益率も26年度の15.5%から19.7%（2月末段階）と向上している。

28年度は引き続きオンラインショップと収益性がより高い記念品等の売上増に努め、自主財源強化を図る。

28年度売上目標 19,000,000円

**(1) オンラインショップ(個人向け)**

28年度売上目標 8,000,000円

(参考)「みやび」オンラインショップ(楽天)売上額

27年度(2月末時点) 7,212,143円

26年度(2月末時点) 5,842,587円 年度合計6,618,655円

**(2) 特注・記念品(法人向け)**

28年度売上目標 9,000,000円

(参考)法人向け特注・記念品 売上額

27年度(2月末時点) 9,037,205円

26年度(2月末時点) 2,183,128円 年度合計2,332,060円

**(3) 常設展示場**

28年度売上目標 2,000,000円

27年度(2月末時点) 1,681,875円

26年度(2月末時点) 1,613,418円 年度合計1,713,966円