

平成29年度事業計画

1 はじめに

<来館者数>

28年度（2月まで） 152,045人（27年度同月まで 147,931人）

<提供事業・普及事業売上> ※2月末段階

項目	年間	年間売上 実績	目標計画 差異	達成率
	売上目標			
【提供】個人向け(オンラインショップ等)	8,000,000	8,686,576	686,576	109%
【提供】実店舗出展	300,000	543,217	243,217	181%
【提供】常設展示・実演販売	2,000,000	1,995,928	-4,072	99%
【法人向け提供】記念品(特別注文)、 おみやげ街道など	8,700,000	26,744,442	18,044,442	307%
小計	19,000,000	37,970,163	18,970,163	200%
【普及】摺型友禅体験	4,000,000	3,259,820	-740,180	81%
合計	23,000,000	41,229,983	18,229,983	179%

※その他収入として 工房訪問事業売上（見学体験料）890,400円、工芸品ガチャ売上113,400円

(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】された。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年度以降、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）の開拓、異業種交流等に精力的に取り組んでいる。

28年度は開館20周年となり、館内リニューアルについても具体的な検討を始めている。

(2) ふれあい館をとりまく環境

京都では主要ホテルの宿泊者数のうち30%以上が国外から(平成29年1月分の調査)となり、観光はもとより MICE (国際会議や企業ミーティング等) 関連でも多くの方が訪れている。また、京都市は欧米の富裕層向け旅行メディアで上位にランキングされるなど、海外から旅行先として高く評価されている。ふれあい館も海外の方から好評を得ており、世界最大の旅行口コミサイト「トリップアドバイザー」から2016年のエクセレンス認証(訪問者から安定して高い評価を得ている施設)を獲得した。

また、「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強まる中、ふれあい館の提供する工房コンシェルジュが観光と伝統産業をつなげる取組として一定受け入れられている。

さらなる需要拡大に向けては、業界内外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。

一方で、ふれあい館の位置する岡崎エリアの賑わいを地下に引き込めるよう、一層の工夫が必要である。

(3) 今後の事業の方向性

(1)(2)の状況を踏まえ、29年度は館内リニューアルに係る設計に着手する。併せて、総合プロデューサーを核として従来の「常設展示事業」「振興・啓発事業」「提供事業」を刷新していくとともに、大学や企業等との連携事業などふれあい館ならではの取組も進めていく。

【新規】

- (1) ふれあい館リニューアル設計
- (2) 大学との連携

【継続・充実】

- (1) 工房訪問事業
- (2) ふれあい館サロン
- (3) 企画展
- (4) 京ものユースコンペ

29年度主な目標

- 館内リニューアルの設計
- 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
3,000万円
(提供事業 2,600万円、普及事業400万円)
- 工房訪問利用件数 300名程度
- 新規開拓する工房数 5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) ふれあい館リニューアル設計

ふれあい館が業界の振興に一層貢献するため、館内リニューアルを図る。29年度は設計を行うとともに、30年度の施工に関する予算を京都市に要求していく。

(2) 大学との連携

市内の大学との連携について、28年度から協議してきた案件を実施していく。

- ・立命館大学映像学部 29年度下期、伝統産業に関する映像制作を授業化（協議中）
- ・龍谷大学政策学部 ふれあい館の入館者増について、ゼミナールで検討
- ・同志社大学商学部 ふれあい館の入館者増や企画について、ゼミナールで検討

【継続・充実】

(1) 工房訪問事業

平成28年度から本格実施した工房訪問事業（「京都工房コンシェルジュ」）は、目標としていた利用客数を大幅に上回った。（目標数250人、29年2月末段階420人）また、国内外、個人・団体問わず広くご利用いただけている。国内外旅行会社からの引き合い・契約も進んでいる。協力いただいている工房からもおおむね好評である。

29年度から対象工房を40程度に拡大し、より充実したサービスを提供するとともに業界へのさらなる貢献につとめていく。

(2) ふれあい館サロン

若手職人と異業種の方との交流会「ふれあい館サロン」は平成28年度に8回実施した。比較的交流が珍しい分野（旅館、ホテル、アパレル、寺院、大学、メディア等）からのゲストは毎回好評を得ており、引き続き29年度も2カ月に1回程度実施する。

(3) 企画展

平成28年度は年に2回実施したが、29年度も総合プロデューサーを核としてユニークな企画展を実施していく。（例：歌舞伎とのコラボレーション 等）

(4) 京ものユースコンペ

平成28年度に京都市から受託した京ものユースコンペ事業は、若手職人の研鑽と露出を目的としたものである。市の予算は減額されているものの、29年度はふれあい館としてより積極的に関与し、若手職人の支援に力をいれていく。

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大学や観光関連事業者など、業界外との連携を広げ、研修会・イベント等での利用を促す。



(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。

28年度実績(3月25日現在): 39事業 27年度実績: 42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や業界外との連携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つせんする。

29年度目標売上 3,600人 売上4,000,000円

28年度実績(2月末現在) 2,953人 売上3,259,820円

(28年度については摺型友禅染以外の体験<和ろうそく絵付け、提灯、京こま等>を含む)

27年度実績 4,612人 売上3,601,160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：28年度はのべ392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：28年度(2月時点)はイベント等でのべ59人が実演)

(2) 芸妓・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。また、28年10月から芸妓舞台も開始し入館者数の増に資していることから、29年度も引き続き月1回程度実施する。

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)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)やJR京都駅地下東口「おみやげ街道×京都伝統産業ふれあい館」など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。

(28年度(2月時点)海外メディア取材14社 ※27年度20社)

④ウェブサイトやSNS・ロ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、ロコミ対策に取り組み、来館者増につなげる。

⑤京都駅地下「おみやげ街道×京都伝統産業ふれあい館」

JR西日本が28年9月にオープンした京都駅地下東口改札付近の「おみやげ街道×京都伝統産業ふれあい館」を通じ、ふれあい館の情報提供や展示物の貸出、商品販売を引き続き行い、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

トを引き続き実施する。

7 提供事業

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）。

28年度はオンラインショップでの売上加え、京都で開催される国際会議等で配布されるコンgresバッグ等の記念品需要が非常に好調であった。また、京都迎賓館での記念品販売も追加注文が継続して入っている。

29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。

29年度売上目標 26,000,000円

(1) オンラインショップ等(個人向け)

29年度売上目標 9,000,000円

(参考) 個人向け販売事業 売上額

28年度(2月末時点) 8,686,576円

27年度(2月末時点) 7,212,143円 年度合計8,120,157円

(2) 特注・記念品(法人向け)

29年度売上目標 15,000,000円

(参考) 法人向け特注・記念品等 売上額

28年度(2月末時点) 26,744,442円

27年度(2月末時点) 9,037,205円 年度合計10,482,726円

(3) 常設展示場(実演販売も含む)

29年度売上目標 2,000,000円

28年度(2月末時点) 1,995,928円

27年度(2月末時点) 1,681,875円 年度合計2,208,038円