

## 平成28年度事業報告

### 1 はじめに

#### (1) これまでの経過

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、平成24年4月に公益財団法人への移行を経て、平成28年度には20周年を迎えた。当財団は、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施設として設置された「京都伝統産業ふれあい館」（以下、ふれあい館）の管理運営業務を開館当初より京都市から受託している。

生活様式や価値観の変化などによる伝統産業製品の需要の低迷が続く中、ふれあい館には伝統産業の普及・啓発機能に加え、業界の活性化につながる交流機能の強化や販売促進機能の充実が求められている。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、平成27年度以降、民間から総合プロデューサーを迎える等により体制を改めた。観光事業等との連携強化や各種記念品等の需要の開拓、異業種交流等に精力的に取り組んできた。

#### (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のうち30%以上が国外からの訪問者であり（平成29年3月分の調査）、観光はもとよりMICE（国際会議や企業ミーティング等）関連目的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、旅行先として海外から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、訪問者から安定して高い評価を得ている施設として2016年のエクセレンス認証を獲得した。

盛況な京都の観光事情においても、特に旅慣れた方には、通常の観光コースでは味わえない「ほんものを見る、作る」「深く知る」体験が好まれる傾向が強まっており、平成28年度から本格実施を始めたふれあい館の提供する工房コンシェルジュがこれら観光のニーズと伝統産業をつなぐ取組として一定受け入れられている。

一方で、ふれあい館への来館者数は前年度比微増の状態が続いている。来館者アンケート等からも当館の知名度が低い状況が見受けられるため、あらゆる機会を捉えて露出拡大を図る取組を引き続き行うとともに、市内宿泊施設等へその規模の大小を問わず積極的に当館の情報を提供する等により、観光客等へ当館を紹介してもらえる窓口を増やしていく。

また、さらなる伝統産業製品の需要拡大に向けては、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業界内外の交流の場づくりを継続して行うなど、ふれあい館が業界内外の情報拠点となるべく取り組んでいきたい。

<年間来館者数の推移>

	来館者数	対前年度比
26年度	160,071	0.88
27年度	163,628	1.02
28年度	168,404	1.03

## 2 館内事業

### (1) 常設展示

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。

- ア 団体での見学者を対象とした解説 131団体 4,418人  
(27年度 98団体 3,269人)
- イ 展示替え 102回/658点 (27年度 96回/475点)
- ウ 特別ガイドツアー 28年8月27日 (まいまい京都)  
28年11月13日 (京都婚活2016)
- エ 特別夜間開館 28年8月11日・12日 (京の七夕に連動)  
28年9月17日・18日 (岡崎ハレ舞台に連動)

### (2) 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等を38事業実施した。(27年度 42事業)

### (3) ギャラリー

業界団体の協力により、「京表具展」や「西陣金襴展」などの企画展示を6回実施した。(27年度 6回)

### (4) 企画展・催事

ふれあい館を知らない方々にもPRすることを目的として、新たな事業を実施した。

- ア 企画展「手仕事を支える道具たち」  
28年7月1日～8月31日
- イ 企画展「京もので楽しむ紅葉狩り」  
28年11月1日～12月11日
- ウ 京都国際映画祭 (会場の一つに位置付け)  
28年10月



京都国際映画祭  
(京の職人さんワークショップ)

## (5) 多言語化対応

富士通株式会社、株式会社ピープルソフトウェアの協力のもと、音声ガイドの実証実験を実施した。(28年8月～実施中)

## 3 普及啓発事業

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した。摺型友禅染体験について、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、日曜日は家族連れや少人数グループを予約不要で随時受け入れたほか、要望に応じて予約制で他の体験についても調整のうえ受け入れた。また、京都マンガアニメフェア(京まふ)・京都市交通局と連携し、地下鉄・市バス応援キャラクターの型を使った摺型友禅染体験を実施したほか、「伝統産業の日」の取組の一環として「映画プリキュアドリームスターズ!」との連携企画で、登場キャラクターを摺型友禅で染め付ける体験教室を開催した。



「プリキュア」友禅染体験

28年度

摺型友禅染	2, 881件	3, 335, 940円	平均単価1, 158円
その他体験	164件	368, 180円	平均単価2, 215円
(27年度	3, 573件	3, 357, 720円	平均単価940円)

## 4 「匠と舞」事業

### (1) 匠ふれあい事業

ア 常設展示場内での職人による実演

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いた。

28年度 延べ613人(27年度 延べ617人)

イ 職人派遣

国際会議やホテルの催事、観光フェア、観光案内所等の要望を受けて職人を派遣し、実演販売を行った。

28年度 22イベント 延べ63人

(27年度 6イベント 延べ20人)



福岡観光キャンペーン

## (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披露とその衣装や装飾品に使われている伝統工芸品についての解説を月1回実施した。また、さらなる集客増を目指し、28年10月からは舞妓舞台に加えて芸妓舞台も月1回実施した。



芸妓舞台（28年10月～）

## 5 広報広聴事業

### (1) 広報宣伝活動

ア 費用対効果の高い広報手段の活用

(7) SNS (Facebook、Twitter、Instagram) や口コミサイト (Tripadvisor) に投稿

- ・Facebook ファン数 28年度末 882人 (27年度末 672人)
- ・Tripadvisor 口コミ件数 28年度末 87件 (27年度末 72件)

(4) 観光案内所やホテル、タクシー会社等への情報提供 (ニュースレター送信、パンフレット配架、工芸品展示や職人実演の協力、研修実施等)

(5) 国内外メディア取材への積極的な対応

<主なメディア露出状況>

	媒体	内容
海外	Voyages Daffaires	フランス MICE 専門誌 館内紹介
	Vogue	オーストラリア ファッション誌 工房コンシェルジュ
	世界遺産地理	中国 世界遺産をテーマとした雑誌 ふれあい館概要、職人
	Dubai Eye	ドバイ ラジオ ふれあい館概要
	National Geographic Traveler	アメリカ 工房コンシェルジュ
国内	共同通信	音声ガイダンスアプリ
	京都新聞	工房コンシェルジュ 企画展「手仕事を支える道具たち」 音声ガイダンスアプリ 左京区ふれあい事業 IATSS フォーラム ふれあい館サロン 伝統工芸品ガチャガチャ みやこめっせで学会開催+コンgresバッグ プリキュア友禅染体験
	毎日新聞	ふれあい館サロン
	中日新聞	企画展「手仕事を支える道具たち」
	ANA機内映像	SKY EYE 京都編の一部
	京都民報	企画展「手仕事を支える道具たち」
	KBS京都	ギャラリー展「京漆器伝統工芸士会創立35周年記念展」
	朝日放送	キャスト ビジターズホスト関連でふれあい館が登場 本日はダイアンなり ふれあい館内紹介
	TBS	ビビット 市長のイチオシスポット
	九州スポーツ	ふれあい館展示品

## イ 他施設・他団体・近隣イベントとの連携

- (7) ロームシアターや観光案内所、岡崎コンシェルジュPRサイトへの情報提供とパンフレット配架等の相互協力
- (イ) 岡崎で開催されるイベント（京都マラソン、岡崎ハレ舞台等）への協力
- (ウ) JAFやYEG等、他団体のイベントへの協力

## ウ その他

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」において、ふれあい館の情報提供や展示物の貸し出し等を行い、京都の伝統産業のPRを行った。



## (2) 広聴活動

より魅力あるふれあい館を目指して27年11月から開始した来館者アンケートを継続して実施し、満足度や入館料の有料化に対する意見を収集した。

<29年3月末現在の分析>

- ・約80%が満足又は大変満足、特に海外の方は95%以上が満足又は大変満足と回答。
- ・幅広く伝統産業について学べる点と職人実演が好評。
- ・有料化については、約70%が500円以下であれば許容範囲と回答。有料であれば入館しないという回答は約16%

## 6 工房訪問

京都を訪れる方々により深く伝統産業の魅力を知っていただき、伝統産業製品の購入につなげる取組として28年度から本格実施している。訪問を希望するグループや個人と工房とをふれあい館がマッチングする仕組みで、ウェブサイトやオンライン旅行会社等から申し込みを受け付けている。

現在、京都市観光協会やJR西日本、JTB、東武トップツアーズ、三越伊勢丹旅行などの国内の団体・企業とともに、海外の富裕層を取り扱う旅行代理店とも取引を始めている。

<28年度利用人数>

個人	団体	合計
217 (82)	268 (126)	485 (208)

※( )内は外国人の利用人数で内数

## 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年度からは京都市からの委託料収入はゼロとなっている。)

28年度はオンラインショップの個人向け販売において堅実な状況を保ちつつ、法人向けの販売が非常に好調であった。京都で開催される会議参加者向けのコンgresバッグが好評で、参加者が持ち歩いているのを見た他の学会等からも発注や引き合いが来るなど、好循環を呼んだことが主な要因である。

	年間売上 目標	年間売上 実績	目標差	達成率
【提供】楽天(オンラインショップ等)	8,000,000	9,342,450	1,342,450	117%
【提供】実店舗出展	300,000	714,461	414,461	238%
【提供】常設展示・実演販売	2,000,000	2,193,336	193,336	110%
【法人向け提供】 記念品(特別注文)、おみやげ街道等	8,700,000	27,821,163	19,121,163	320%
合計	19,000,000	40,071,410	21,071,410	211%

## 8 その他

### (1) ふれあい館サロン

職人と他業種との交流会を実施した。ゲストによる発表の後の質疑応答や懇親会の場でビジネスに関する活発な議論が行われ、具体的に新たな商品開発につながるなど、参加した職人・ゲストの双方から好評であった。

開催日	ゲスト	参加 職人
8月24日	池内志帆(ホテルグランヴィア京都 営業推進室 担当室長)	16人
9月23日	井垣敦資((株)ヒューマンフォーラム ディレクター)	14人
10月28日	山下順三((有)スペースマジックモン デザイナー)	9人
11月22日	前崎信也(京都女子大学 家政学部生活造形学科 准教授)	13人
12月20日	佐伯 典子((株)ハースト婦人画報社 デジタル本部 ジェネラル・マネージャー) 伊藤信(写真家)	21人
1月12日	川上全龍(臨濟宗 妙心寺派本山塔頭 春光院 副住職)	12人
2月13日	吉田知古(料理旅館 吉田山荘 若女将・代表取締役専務)	13人
3月23日	上山賢司(リーフ・パブリケーションズ 月刊誌 Leaf 編集長)	12人

### (2) 事務局業務の受託 (KYO-MONO is COOL!プロジェクト実行委員会・京都伝統産業青年会・京都市産業技術研究所の若手伝統工芸作家作品の展示販売事業)

KYO-MONO is COOL!プロジェクト実行委員会については27年度途中から、京都伝統産業青年会については28年7月から事務局業務を受託し、ふれあい館がミーティングの場としても活用されている。

京都市産業技術研究所が永楽屋において27年度から取り組んでいる若手作家作品の展示販売についても、ふれあい館が事務を受託するとともにインターネットでの販売も始めた。