

重要取組シート 産業振興局 産業戦略部 地域産業課

取組項目	伝統産業のブランド化推進
現状・課題	【現状】 ○本市は、「堺打刃物」や「注染（浪華本染め）」「線香」をはじめとする伝統産業の産地であり、これら伝統産業は、本市の基盤産業であるものづくりの象徴的存在である。 ○堺の伝統産業は、確かな技術力や品質の高さを備えているが、OEM生産（他社ブランドの製品を製造すること）が多く、その認知度を向上させるため、伝統産業事業者の持続的発展に向けたブランド化や販路拡大支援を進める必要がある。その取組として、昨年度に新ブランド「sakai kitchen〈堺キッチン〉」を立ち上げ、暮らしの質への意識が高い人に向けた情報発信を行なった。 ○2年に渡り堺伝統産業会館のリニューアルを実施。刃物の販売スペースを種類（用途）別や事業者別に陳列し、来館者にとって選びやすく買いやすくしたほか、実演・体験・展示のスペースも充実させた。 堺伝統産業会館などにおける2019年度の年間売上金額は、約1億3,700万円であり、2015年度以降ほぼ横ばいで推移していたが、新型コロナウイルスの影響を大きく受け、2020年度は約6,600万円、2021年度は約4,700万円に落ち込んだ。 【課題】 ○「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドの商品数を増やし、様々なメディアに広く発信していく必要がある。 ○堺伝統産業会館において、これまでと比べ、実演・体験・展示などのスペースも充実したことから、環濠エリアにおける観光施策などとも連携しながら、来館者を増やす方策を強化するほか、伝統産業の魅力を発信強化するなど更なる活性化が求められ、民間活力導入も視野に入れた効果的・効率的な運営手法に移行していく必要がある。 ○伝統産業を取り巻く環境として、後継者の確保・育成が大きな課題となっている。
取組の内容	○新ブランド「sakai kitchen〈堺キッチン〉」のブランドコンセプトに合致した伝統産品やその魅力を引き立たせる商品を認定し、それらを首都圏等で販売・PRし、伝統産業及び認定商品の魅力を一般消費者や様々なメディアに広く発信することにより、ブランド力を強化する「伝統産業ブランド創出促進業務」を実施。 ○堺伝統産業会館の来館者を増やすために、伝統産業等の実演の見学や体験ができる内容を充実させるほか、インスタ等での情報発信を強化する。 また、同会館の運営について、販売機能（実店舗、ネットショップ）・体験機能など各機能別に民間委託するか、一体的に民間委託するか等最適な運営手法に移行していく。 ○国内外における伝統産品等の販路拡大支援については、新型コロナウイルス感染症にかかる情勢を注視しながら、他の産業支援機関とも連携し、オンラインの活用を含めて検討。国内販路拡大支援については、東京インターナショナル・ギフト・ショーへの出展を実施予定。 ○伝統産業をはじめとする地場産業を営む中小企業者により組織された産地組合等の販路開拓や技能承継活動を支援する「地場産業振興事業補助金」を実施。 ○伝統産業事業者が新たに職人を育成するために雇用した場合に、賃金等を対象と

		して補助を行う「伝統産業後継者育成事業補助金」を実施。 ○伝統産業の未来を担う若手人材が、業種の垣根を越えて交流する場を提供することで、意識改革や定着率向上を図る「伝統産業異業種交流会」を実施。 ○伝統産業をはじめとするものづくりの魅力を発信するため、見学・体験を受け入れている企業情報を発信する「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」を実施。 ○伝統産業の製造工程の見学や体験をしてもらうことで、伝統産業事業者のイメージ向上や集客を図る「堺市戦略的産業観光（オープンファクトリー）推進事業補助金」を実施。	
スケジュール	前期 (～7月)	☐ 「地場産業振興事業補助金」の実施（通年） ☐ 「伝統産業後継者育成事業補助金」の実施（通年） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の受注者決定（4月） ☐ 「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」の受注者決定（5月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品を公募（6月） ☐ 「堺市戦略的産業観光（オープンファクトリー）推進事業補助金」の公募（6月） ☐ 「伝統産業異業種交流会」の実施（7月）	
	中期 (～11月)	☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品の決定（9月） ☐ 堺伝統産業会館の民間委託（10月）	
	後期 (～3月)	☐ 東京インターナショナル・ギフト・ショーへ出展（2月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の首都圏等での販売実施（2月） ☐ 「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」新規企業の HP 掲載（2月）	
	次年度以降	☐ ブランド力強化にかかる取組を継続して実施 ☐ 国内外における販路拡大の支援を継続して実施 ☐ 引き続き、業界内の若手人材の取組支援を実施 ☐ 引き続き、堺伝統産業会館における実演・体験機能の充実、情報発信の強化を実施	
進捗の状況	前期 (～7月)	☐ 「地場産業振興事業補助金」の実施（通年） ☐ 「伝統産業後継者育成事業補助金」の実施（通年） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の受注者決定（5月） ☐ 「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」の受注者決定（7月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品を公募（5月） ☐ 「堺市戦略的産業観光（オープンファクトリー）推進事業補助金」の公募（7月） ☐ 「伝統産業異業種交流会」の実施（7月）	
	中期 (～11月)	☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品の決定（10月）	
	後期 (～3月)	☐ 堺伝統産業会館の民間委託の公募開始（12月） ☐ 東京インターナショナル・ギフト・ショーへ出展（2月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の首都圏等での販売実施（2月～3月） ☐ 「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」新規企業の HP 掲載（3月）	
2025 堺市基本計画	該当する 施策	1ー（1）伝統産業のブランド力向上による活性化	
	寄与する KPI	堺伝統産業会館などにおける伝統產品などの年間売上金額 〔現状値：123,541千円（2015～2019年度の5年間の平均）〕	目標値（2025年度） 200,000千円

(様式4)

堺市SDGs 未来都市計画	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号	働きがいも 経済成長も	
		8		
	寄与する KPI	—	目標値（2023 年度）	
			—	