

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地域産業を特色づける存在である。 ○ 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、認知度向上によるブランド化を推進するため、令和 3 年度に新ブランド「sakai kitchen〈堺キッチン〉」を立ち上げ、暮らしの質への関心が高い人に向けた情報発信を行なった。 ○ 堺伝匠館については、2023 年度から導入した成果連動型の民間委託による運営に加え、海外販路開拓コーディネーターを中心とした情報発信によるインバウンドの増加等により、年間売上額は過去最高額の約 2 億 3000 万円となった。 ○ 2022 年度から、欧州最大の消費財見本市であるドイツ「アンビエンテ」に刃物事業者とともに出展。海外バイヤーから高い関心が得られ、会期中の商談成約金額については、2022 年度は約 1100 万円、2023 年度は約 4800 万円、2024 年度は 8100 万円となるなど、欧州を中心に販路拡大につながっている。 ○ 伝統産業はライフスタイルの変化等により市場が縮小傾向にある。また多くが零細企業で、受注生産、分業体制が主体であることから、消費者ニーズに対応した新商品の開発力や需要開拓に向けた営業活動や情報発信等の販売力が脆弱である。 ○ 生活の中に伝統産品があまりに少なく、その価値を体感する機会がない。また伝統産品を購入しない人からすると、伝統産品は金額が高い、メンテナンスが大変そう、利用頻度が低そう等のイメージを持っている。 【課題】 ○ 大阪・関西万博の機会を最大限活かして、堺の伝統産業の魅力を世界に発信することが必要である。 ○ 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ため、「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドの商品数を増やし、伝統産業や伝統産品の魅力を一般消費者や様々なメディアに広く発信し、より多くの方に伝統産品を身近に感じていただき、日常生活に取り入れていただく必要がある。 ○ 堺伝匠館の売上増や海外での伝統産品の需要が高まる一方、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。 ○ マーケットインの発想による商品開発と、より強力な販路の開拓手法の獲得が必要である。 ○ 伝統産業の新たなファンの獲得や販路を広げるには、行政や伝統産業事業者がアプローチできていない層に対して伝統産品の魅力を発信し、知ってもらう必要がある。

取組の
内 容

- 万博催事への伝統製品の出展をはじめ、万博と連動した伝統産業のブランド化に資する取組を総合的に推進する。
- 「sakai kitchen〈堺キッチン〉」のブランドコンセプト「道具を愛することは、くらしを愛すること。"日々のくらしを愛する"」に合致した伝統製品やその魅力を引き立てともに輝く逸品をブランド認定し、万博会場や首都圏等での販売やプロモーションを行い、堺の伝統産業及び伝統製品等の魅力を一般消費者に対して様々なメディアで広く発信することにより、ブランド力の向上に取り組む。
- 堺伝匠館においては、管理運営業務を担う民間事業者による取組や海外販路開拓コーディネーターによる情報発信等を通じて、伝統産業の更なる振興と効率的な管理運営に取り組む。また、万博会場からの誘客を促進するため、万博催事への出展や企画販売等に取り組む。
- 伝統製品の海外需要の高まりを捉え、欧州最大の消費財見本市であるドイツ「アンビエンテ」に昨年度に引き続き出展し、海外販路開拓支援を行う。
- 「地場産業振興事業補助金」により、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。
- 「伝統産業後継者育成事業補助金」により、伝統産業事業者が新たに職人を育成する際に要する経費を支援する。
- 見学・体験を受け入れている企業を発信する「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」により、伝統産業をはじめとする製造業の魅力を発信し、万博時における堺への誘客等を通じて地域産業の活性化につなげる。
- 「堺市オープンファクトリー推進事業補助金」を活用し、伝統産業の製造工程の見学や体験ができる事業者を増やすことで、伝統製品の付加価値向上や伝統産業事業者のイメージ向上を図り、堺への誘客にもつなげる。
- 堺の伝統製品の魅力を新たに生み出す「堺市伝統産業異業種連携（商品開発・販路開拓）チャレンジ補助金」により、異業種連携による商品開発や販路拡大を支援する。これまでの伝統的な片刃の包丁・注染手ぬぐい・線香の魅力を引き出し、より市場ニーズを意識した高付加価値商品の創出につなげる。
- 市民団体や企業等から堺の伝統製品の魅力を発信する「堺市市民・企業等が行う伝統製品活用・発信促進補助金」により、これまで行政や事業者がアプローチできていない層に発信してもらうことにより、新たなファンの獲得につなげる。
- また、伝統産業事業者等との意見交換や情報収集等を通じて、今後の伝統産業の継承並びに持続的な発展に向けた取組を進める。

(様式 4)

スケジュール	前期 (～9月)	☐ 堺伝匠館を中心に伝統製品の売上拡大に向けた取組や情報発信の実施（通年） ☐ 「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） ☐ 堺伝匠館による万博催事への出展（4月～5月）【万博関連取組】 ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の受注者と契約（4月） ☐ 「堺市ものづくり魅力発信 HP 作成業務」の受注者と契約（4月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品を公募（5月） ☐ 「堺市オープンファクトリー推進事業補助金」の公募（5月）【万博関連取組】 ☐ 「堺市伝統産業異業種連携（商品開発・販路開拓）チャレンジ補助金」の公募（5月）【万博関連取組】 ☐ 「堺市市民・企業等が行う伝統製品活用・発信促進補助金」の公募（5月）【万博関連取組】 ☐ sakai kitchen〈堺キッチン〉認定商品の万博催事への出展（7月）【万博関連取組】 ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の首都圏等での販売・PR 実施（8月）【万博関連取組】 ☐ オープンファクトリーイベントの万博催事への出展（9月）【万博関連取組】		
	後期 (～3月)	☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の商品の決定（10月） ☐ 「伝統産業ブランド創出促進業務」の首都圏等での販売・PR 実施（11月）【万博関連取組】 ☐ ドイツ「アンビエンテ」に出展（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（3月）		
	次年度以降	☐ 伝統産業のブランド力向上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 ☐ 業界内の若手人材の取組支援を継続して実施 ☐ 堺伝匠館を中心に伝統製品の売上拡大に向けた取組や情報発信を継続して実施		
	進捗の状況	前期 (～9月) 後期 (～3月)		
2025 堺市基本計画	該当する 施策	1－（1）伝統産業のブランド力向上による活性化		
	寄与する KPI	堺伝伝統産業会館などにおける伝統製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）、233,455千円（2024年度）]		目標値（2025年度） 200,000 千円
未来都市計画 堺市SDGs	最も貢献する SDGsのゴール	ゴール番号 8	働きがいも 経済成長も	
	寄与する KPI	—		目標値（2025年度） —