

## 重要取組シート

産業振興局 産業戦略部 地域産業創造課

取組項目	伝統産業のブランド化推進
現状・課題	<p>【現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○本市は、「堺打刃物」や「注染（浪華本染め）」「線香」をはじめとする歴史・文化に裏打ちされた伝統産業の産地であり、伝統産業は貴重な地域資源である。</li> <li>○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を対象に情報発信を行った。</li> <li>○堺伝匠館については、令和 5 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、SNS を活用した情報発信等によるインバウンドの購入増加や、大阪・関西万博を契機とした誘客の取組等により、年間売上額は過去最高額の約 3 億 8000 万円となった。</li> <li>○令和 4 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は年々増加し、令和 7 年度は約 9900 万円にのぼるなど、欧州を中心に需要、販路拡大につながっている。</li> <li>○大阪・関西万博では、新たなコンテンツとのコラボレーションによる挑戦や実演、体験型ワークショップを通じて伝統産業の魅力や卓越した技を広く発信し、注目、関心を高めた。</li> <li>○日常生活に伝統産品が十分に浸透しておらず、その価値を体感する機会が少ない。また、伝統産品を購入しない層は、高価、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。</li> <li>○伝統産品（特に刃物）の需要に対し供給が追いついていない中、伝統産業事業者の多くは資金不足により工場拡張や設備投資等に着手できていない。加えて、厳しい労働環境により、若手職人の定着も困難な状況にある。</li> <li>○伝統産業界は顧客ニーズの多様化など市場環境の変化への対応が求められている。また、多くが零細企業で、受注生産が中心であることから、消費者ニーズに対応した新商品の開発力や販路開拓のための営業力や情報発信等の販売力が脆弱である。</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○伝統産業のブランド化を進めるため、sakai kitchen〈堺キッチン〉を活用した展示・販売、デジタル発信などのプロモーションを通じて、伝統産品の魅力を消費者やメディアに広く発信し、より多くの方に伝統産品に触れていただき、堺の伝統産業の認知度を高める必要がある。</li> <li>○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これまで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、認知してもらう必要がある。</li> <li>○海外市場から伝統産品への関心が高まっていることから、引き続き展示会への出展等のプロモーションを通じて海外販路拡大に取り組む必要がある。</li> <li>○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、生産力強化のための工場拡張・設備投資等や将来を担う後継者の確保・育成が大きな課題となっている。</li> <li>○伝統産業事業者のマーケットインの発想による商品開発や効果的な販路開拓手法の獲得が必要である。</li> <li>○大阪・関西万博での伝統産業事業者の挑戦や伝統産業への関心の高まりを万博レガシー</li> </ul>

	<p>として継承し、商品開発等の新たな取組への支援や魅力発信を継続的に行う必要がある。</p>
<p>取組の内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○「sakai kitchen〈堺キッチン〉」の認定商品を活用した首都圏等での展示・販売や体験型ワークショップ、デジタル発信、メディア・インフルエンサー向けイベント等のプロモーションを通じて、伝統商品の魅力を広く発信し、堺の伝統産業の認知度・ブランド力の向上を図る。</li> <li>○堺伝匠館においては、管理運營業務を担う民間事業者による誘客、販売促進及び情報発信等の取組を通じ、伝統産業の更なる振興と効率的な管理運営に取り組む。</li> <li>○市民団体や企業等から堺の伝統商品の魅力を発信する「堺市市民・企業等が行う伝統産品活用・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よる魅力発信を誘発し、新たなファンの獲得につなげる。</li> <li>○伝統商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。</li> <li>○「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。</li> <li>○「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。</li> <li>○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、来訪や交流の機会を創出することで、地域産業の活性化につなげる。</li> <li>○「堺市伝統産業生産力強化支援補助金」により、工場用建物の取得や生産設備の購入・改修、操業環境の整備などの取組を支援し、伝統産業事業者の生産力強化につなげる。</li> <li>○「堺市オープンファクトリー推進事業補助金」の活用により、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、伝統産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。</li> <li>○堺の伝統商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。刃物、注染・和晒、線香等の魅力を引き出し、より市場ニーズに対応した高付加価値商品の創出につなげる。</li> <li>○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のための取組を進める。</li> <li>○万博会場で装飾した注染反物の展示など、万博を通じて生まれた新たなコンテンツと融合した伝統産業の魅力を発信する。</li> <li>○大阪・関西万博での発信により高まった伝統産業への関心を万博レガシーとして継承しながら上記の取組を通じた継続的な魅力発信や需要増への対応を図り、持続可能な伝統産業として、未来にわたり存続できるよう支援する。</li> </ul>

スケジュール	前期 (～9月)	<input type="checkbox"/> 堺伝匠館を中心に伝統製品の売上拡大のための取組や情報発信の実施（通年） <input type="checkbox"/> 「地場産業振興事業補助金」の実施（通年） <input type="checkbox"/> 「伝統産業後継者育成事業補助金」の実施（通年） <input type="checkbox"/> 「sakai kitchen(堺キッチン)」の認定商品を募集、決定（通年） <input type="checkbox"/> 「伝統産業ブランド推進業務」の受注者と契約（4月） <input type="checkbox"/> 「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） <input type="checkbox"/> 「堺市伝統産業生産力強化支援補助金」の公募（5月） <input type="checkbox"/> 「堺市オープンファクトリー推進事業補助金」の公募（5月） <input type="checkbox"/> 「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） <input type="checkbox"/> 「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） <input type="checkbox"/> 「浪華本染め（注染）展」にて、万博催事の装飾に使用したミュシャ柄の注染反物を展示（6～7月） <input type="checkbox"/> 「伝統産業ブランド推進業務」の首都圏等での販売・PR 実施（8、9月）	
	後期 (～3月)	<input type="checkbox"/> 「伝統産業ブランド推進業務」の首都圏等での販売・PR 実施（10、11、12月） <input type="checkbox"/> ドイツ「アンビエンテ」に出展（2月） <input type="checkbox"/> 「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	<input type="checkbox"/> 伝統産業のブランド力向上に係る取組を継続 <input type="checkbox"/> 国内外における販路拡大の支援を継続 <input type="checkbox"/> 業界内の若手人材の取組支援を継続 <input type="checkbox"/> 堺伝匠館を中心に伝統製品の売上拡大のための取組や情報発信を継続 <input type="checkbox"/> 伝統産業の自立的な成長に向けた支援を継続	
進捗の状況	前期 (～9月)		
	後期 (～3月)		
2030 堺市基本計画	該当する 施策	1- (4) 伝統産業のブランド力向上による活性化	
	寄与する KPI	堺伝匠館等における伝統製品等の年間売上金額 [現状値：281,651千円（2024年度）]	目標値（2030年度） 600,000千円
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（2030年度） —