

令和6年度

事業計画書

収支予算書

一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会

令和6年度 事業計画

1. 人材確保及び技術・技法継承事業

(1) 伝統工芸士認定等事業

① 伝統工芸士の認定

内 容 : 伝統的な技術・技法に熟練した従事者を「伝統工芸士」として認定し、称号を付与。

実施方法 : 受験資格は、産地での実務経験12年以上の現役従事者で、伝産協会が認める公的な研修施設での研修期間も経験年数に含めることができる。実技・知識・面接試験を実施する。

産地は、産地内従事者に対し広く受験希望者を募集する。伝統工芸士は一定の技術水準取得者であることはもとより、後継者育成をはじめとする産地振興・活性化へのリーダーとしての協力も要件とする。

伝産協会は、産地委員会の運営への助言、実技試験の立会を行い、厳正かつ公平な試験実施を行う。

目的・狙い : 産地の伝統的技術・技法の継承と知識・技術水準向上および産地後継者育成指導者を認定することを目的とする。伝統工芸士の認定を受けた者は、後継者の育成に中心的・指導的役割を担う者であり、面接試験の場において改めて自覚を促す。一般消費者に対しては、伝統工芸士の称号を活用した活動を行うことで、社会的認知と信頼性を高める。

② 伝統工芸士更新試験の実施

内 容 : 認定登録された伝統工芸士を対象に原則5年ごとに更新試験を実施。

実施方法 : 対象の伝統工芸士に対し案内を送付。産地組合は受験者を取りまとめ、実施計画書を伝産協会に提出後、実技（作品審査可）試験、面接試験を実施。更新試験合格を称号使用の条件とし、未受験の伝統工芸士に対し、「伝統工芸士名称の使用停止」や「伝統工芸士名簿からの登録抹消」等の対応を行う。

目的・狙い : 「伝統工芸士」が高い技術を保持し、後継者を指導する等産地のリーダーであり続けることで、伝統工芸士称号のブランド力を高め、伝統工芸士の製造する商品に対する消費者の信頼度を高めることにつなげる。該当する伝統工芸士がもれなく受験し、未受験者が引き続き伝統工芸士を名乗り続けぬよう徹底する。

③ 伝統工芸士講習会の開催

内 容 : 伝統工芸士の製造技術向上や産地の振興のために講習会を各産地で開催する。

実施方法：伝統工芸士を対象とした講習会を開催し、講師謝金・旅費ならびに会場費を補助。産地全体の活性化の観点から、研修会には伝統工芸士に認定されていない従事者の参加も認める。

目的・狙い：伝統工芸士がともに学ぶ機会を設け、交流することにより、伝統工芸士の技術の向上ならびに産地の振興事業の活性化を目指す。

④ 名誉伝統工芸士の認定

内 容：現役を引退して伝統工芸士称号を返上した後も、特にその高い技術や見識により、第一線で働く技術者のお手本となる者を名誉伝統工芸士として認定し、その実績に敬意を表し、引き続き産地振興への協力をお願いする。

実施方法：伝統工芸士として産地で活動した後に現役を引退し、伝統工芸士称号を登録抹消後5年以内の元伝統工芸士について、産地組合代表者ならびに産地伝統工芸士会会長による推薦書により協会で協議して認定する。

目的・狙い：現役を引退してなお、助言等により産地振興に貢献できる人物に敬意を表し、引き続き産地振興への支援を得る。

(2) 学生等に対する伝統的工芸品教育等事業

内 容：産地近隣の小・中・高・大学生等に対して、伝統的工芸品の理解促進のため、工芸品が日本人の暮らしに使われてきた歴史や現代生活での使い方等の説明、特性、技術・技法、原材料に関する講習や工芸品の製作体験を実施。

実施方法：実施を希望する小・中・高・大学等からの要請に基づき、講習、製作実演・体験等を実施（製作体験の実施は必須ではない）。また、高校・大学等と連携して伝統的工芸品への理解を深めるための企画を実施する。

目的・狙い：若年層に、伝統的工芸品や和文化への親近感を抱かせ、家庭に持ち帰って話題にすることで、伝統的工芸品の愛好者、購買層の拡大への効果も狙う。身近に伝統的工芸品に接する機会を作ることで、世界の中でも特色のある日本の生活文化への関心喚起と、伝統的工芸品との関わりを説明し、体感させ、将来の作り手や使い手の醸成を図る。また、高校・大学等に対しては、作り手から使い手まで幅広く伝統的工芸品産業を支える人材となることを狙い、より深い理解を得て伝統的工芸品産業の支え手を育成することを目指す。

(3) 後継者育成等事業

内 容：若手従事者に対する技術・技法等の産地横断実技講習会等を実施。

実施方法：同業で異なる産地の若手従事者に対して、産地を横断した技術研修を開催し、年度内に業種を超えた全体講習会を実施する。

本事業により他産地の技術や、仕事を学ぶとともに、同業者間の情報交換や、互いに刺激を受けることによって技術向上に対する意識の向上をはかる。

目的・狙い： 同じ仕事を志す若手従事者が産地を超えて技術を学ぶことで、産地内だけでは得られない気づきを得て進歩の一助とするほか、他産地の仲間との交流から、仕事に対する意欲の向上を得ることを目指す。

また、全体講習会は、講義だけでなく技術習得意欲を高めることに有効な施設等への見学も実施し、産地内で孤立し、就業途中で離職する可能性が低くない新規従事者の、将来の産地を担う作り手としての意欲や人間関係の構築に資する。

2. 産地指導事業

(1) 伝統的工芸品表示等事業

① 検査体制の整備促進事業

内 容： 伝統証紙を貼付する伝統的工芸品の検査体制の確認及び指導。

実施方法： 伝産協会の職員等が産地を訪問。産地の検査実施体制を確認し、伝統的工芸品表示の公正かつ厳格な検査体制を確保し、効率的な運営を図るよう改善指導する。また、実施内容が比較的模範的な産地を公表し公正な実施の推進を図る。

目的・狙い： 消費者に誤認混同を与えない表示が行えるよう効率的な表示実施態勢を産地組合と共に整える。複数の協会職員が産地を訪問することで、情報交換を行い、実情を把握して協会事業利用の助言を行うとともに、新規事業企画立案への情報収集の場とする。

② 伝統的工芸品等の表示に関する指導及び表示事業の推進

内 容： 伝統証紙の貼付率の向上、伝統マークの使用方法を周知したうえで認知度拡大のPRを広く行う。また、伝統マークの商標権を保全し、伝統マークの価値を高める。さらに、表示の重要性が再確認されている現状に鑑み、表示全体の制度を改めて見直す。

実施方法： (イ) 伝産協会が発行する伝統証紙の正しい運用ならびに貼付率向上のために、その意義や効果などを周知させる。

(ロ) 伝統マークの積極的な利用による伝統的工芸品のPR促進を図る。

(ハ) 表示検討委員会により表示制度全体を見直し、改善を図る。

目的・狙い： 伝統マーク・伝統証紙の認知度及び価値を高めることにより、伝統的工芸品の品質維持向上を促進させるとともに、国内外の類似商品に対し、消費者の誤認混同を防ぎ、作り手の顔が見える工芸品の良さを広くアピールする。

(2) 伝統的工芸品産業産地調査・研究・診断等事業

内 容： 産地の現状を把握するための産地規模に関する基本調査や自治体の伝統的工芸品産業支援関連補助金の調査、原材料、製造用具等に関する調査、伝統マー

クに対するイメージ調査等を実施。

実施方法：産地実勢調査、自治体伝統的工芸品産業支援関連補助金調査は、調査票の配布集計を行い、協会事業の基礎資料として活用する。伝統マークに対するイメージ調査は広く一般消費者を対象に調査を行う。

目的・狙い：調査結果を元に問題を明確にし、ピンポイントで実践的な問題検討を行って実地への応用を目指す。

(3) コンサルタント産地支援等事業

内容：意欲とポテンシャルのある産地に外部コンサルタント等を派遣し、産地が抱える課題の把握と、課題克服のための総合的な支援を行う。また令和6年の年頭に発生した能登半島地震で被害を受けた産地にもコンサルタントを派遣し、産地再興のための支援を行う。

実施方法：消費者のターゲティングや新商品開発、販売戦略、PR戦略、生産体制等について具体的な対策立案を行い、活性化計画策定等を支援する。

目的・狙い：コンサルタントが伴走する形で産地の振興計画等の策定を支援することで、中期的な産地全体のレベルアップを目指す。

(4) 産地ネットワーク構築等事業

内容：産地、伝産協会、国等の連携を深めるためのネットワークを構築する。

実施方法：ITの活用等、効率的な情報共有の手段を検討し、ネットワークを構築する。また、産地間や伝産協会、国等のネットワークの強化に資する事業を実施する。

目的・狙い：伝統的工芸品産業の関係者の間に、幅広いネットワークを築き、情報共有の範囲を広げることで、効率的な事業の実施や支援に繋げる。

3. 普及推進事業

(1) 伝統的工芸品普及等事業

内容：情報入手方法の多様性に対応し、媒体の特性と効率性を重視してインターネット、SNS等の電子媒体の充実を図るとともに、幅広い顧客層に対して旧広報媒体の精査選別を行い、「伝統的工芸品」そのものや「伝統工芸青山スクエア」への集客、証紙事業・伝統工芸士の訴求効果の高いPRを実施し、認知度向上を図る。

実施方法：(イ) 新聞や雑誌、ポスター、看板広告等の媒体の選別と効率化を徹底し、電子媒体を含め効果的に活用する。

(ロ) 伝統的工芸品紹介映像のほか訴求力の高い各種映像を国内外で放映、また各種媒体で活用及び提供することで伝統的工芸品及び「TEWAZA」の映像露出を増やす。

- (ハ) 伝統的工芸品のシンボルマークである「伝統マーク」ならびに「伝統証紙」、協会の認定する「伝統工芸士」を積極的にPRして消費者の理解を深め、伝統的工芸品の普及推進に資する。
- (ニ) 各種報道機関やインフルエンサーに対するパブリシティ活動を積極的に実施する。
- (ホ) 指定産地組合等、関係団体、地方公共団体等が主催する展示会、求評会等に対し、共催・後援あるいは協会賞の贈呈を行うほか、全国各地で開催される展示会等に対し出品協力を行い、伝統的工芸品等を広く紹介する。
- (ヘ) 話題性・融合性を呼ぶ人材を活用し、伝統的工芸品や地元の紹介を実施することで、普及や観光客誘致につなげる。

目的・狙い： 伝統的工芸品の特長をPRし、伝統的工芸品並びに伝統的工芸品産業に関する国内外への普及促進を図るとともに、伝統的工芸品関係者以外からの注目度を高め、社会的な支援を拡大する。

(2) 伝統工芸青山スクエア等事業

内 容： 伝産法制定50年を迎え、国内唯一である伝統的工芸品の総合展示・情報発信の施設として、国内外からの来場者に対して伝統的工芸品を広く紹介し、需要の拡大及び消費者と産地関係者間の情報交換の場としての役割を担う。

伝統的工芸品を紹介するにあたり、常に変化する消費者の生活スタイルや季節に合わせた展示の工夫はもとより、増加の続くインバンドへの対応も念頭に入れ、展示施設の改装等を実施しながら伝統的工芸品の魅力のみならず特長や使い方などその背景を伝えていく。

また、出品産地組合等の関係者に対し、消費者の要望、商品動向など来場者から得られる情報を適時伝えるとともに、産地情報発信の場としての活用を促し、作り手と使い手の接点の場となるよう運営の活性化を進める。

実施方法： (イ) 常設展示により、永く伝わり続ける本来の商品を魅力的に展示することはもとより現代のライフスタイルに合わせた新商品や新たな使い方、季節や歳時記に合わせた提案を随時行う。また、映像、POPの充実やカタログ等の活用その他、重要なツールとして必要なSNSの発信を積極的に行い、近年増加傾向の若年層（小学生を中心とした層）の来場者に分かりやすく伝える。

指定産地組合等、地方公共団体、生産者のグループ等が出品可能。

(ロ) 特定の地域や工芸品、四季、歳時記にスポットを当てた特別展示、青山スクエア考案の企画展示、小グループや単独の伝統工芸士による匠コーナー展示などの展示会や、演奏会、講演会などを積極的に開催する。

指定産地組合等、地方公共団体、生産者のグループ、伝統工芸士会等が出品可能。

- (ハ) 資料、映像やSNS、ホームページ等を広く積極的に活用し、情報提供を行うほか、産地で話題を集めた製品や優秀な伝統的工芸品の紹介も実施していく。
- (ニ) 産地情報、工芸品の技術・技法の説明、お手入れ方法や日々の生活への取り入れ方、修理など工芸品にまつわる幅広い消費者の要望に対し気軽な相談窓口としての役割を担い需要の喚起につなげる。
- (ホ) 「友の会」会員と「友の会」運営の活性化を通して、新たな伝統的工芸品のファン獲得と来店頻度の向上を目指す。友の会を通して伝統的工芸品への理解を更に深めていただき、普及と情報の拡散ができる土壌づくりを行う。そのために来場者・産地関係者双方向の情報発信・コミュニケーションをSNSの活用を中心に実施していく。
- (ヘ) 来場が増加傾向にある外国人（インバウンド）への対応として伝統的工芸品に興味のある来場者に対して伝統的工芸品の知識や使い方が理解できるソフト面の充実を図り購入に結び付ける。
- (ト) 外国人（インバウンド）及び地方在住のお客様の来場促進として旅行業関係者、ホテル関係者や百貨店に対し引き続き密接な関係を構築し、青山スクエアへの送客を促進する。
- (チ) 外務省並びに関係省庁及び国内法人へ情報提供等による関係強化を図る。特に伝産協会会員（主に法人）への情報発信、会員としてのメリットなどを発信し需要の喚起を行う。

目的・狙い： 伝統的工芸品の展示、実演や制作体験など常に本物の魅力を実感できる施設として活動。生産者等産地関係者に直に接する機会を設け、また消費者に対して伝統的工芸品産地に関する理解の促進と需要の喚起を促す。産地には消費者のニーズに対応する商品・サービス開発の契機とし、伝統的工芸品をより日常生活の中で使用していただける提案を強化継続し、持続的な生産力・販売力の成長に繋げていく。

(3) 伝統的工芸品月間推進等事業

下記の各事業を骨格としつつ、伝統的工芸品を日本の「ものづくり」「職人技」「生活文化」等の原点と位置付けて、広く国内および海外の関心を喚起し、継続的な工芸品振興の契機となる一大イベントとして開催する。

① 伝統的工芸品月間国民会議全国大会記念式典の開催

内 容： 伝統的工芸品産業功労者等の表彰、大会宣言の発表等を行う。

実施方法： 11月7日に石川県において、経済産業省との共催により挙げる。

目的・狙い： 産地関係者が一堂に会する機会を設け、伝統的工芸品産業全体の結束を固めるとともに、広く国民全体にPRする。

② TEWAZA LIVE・石川（仮称）の開催

内 容：伝統的工芸品の愛好者拡大、需要拡大、生産者確保につながるイベントとすべく、使い手が楽しさを体感できる企画や伝統的工芸品の技の披露等により、全国各地の伝統的工芸品の産地再評価へ繋げる契機とする。

実施方法：11月8日から10日まで石川県において開催。参加希望を募るとともに、工芸品を楽しむ企画に長じた専門事業者の活用により実施する。

目的・狙い：国内外に、日本の伝統的工芸品と「ものづくりの技」、「工芸品のふるさと」への関心を喚起し、注目度向上を狙う。普及及び需要拡大の起点となるとともに、国内外に伝統的なものづくり日本の伝統的工芸品への理解を深めていただき、作り手の後継者確保の契機とする。

③ 日本伝統工芸士会作品展の開催

内 容：伝統工芸士の作品を一堂に展示し、審査会を実施。

実施方法：11月8日から10日まで石川県において、日本伝統工芸士会との共催により開催。審査会を行い、各賞を授与する。応募作品は伝統工芸士が製作した、他コンクールへの未出展作品。

目的・狙い：伝統工芸士がその技量を競い合うことにより産地の枠を越え技術水準の向上と創意を磨く。また、一般消費者への披露により、伝統工芸士の技術に対する信頼性と社会的評価の向上を図る。

④ CRAFT MARKETの開催

内 容：伝統的工芸品及びその伝統的技術・技法を活用した二次製品等を、全国大会開催地において展示販売する場を設け、国内外の愛好家へ訴求する。

実施方法：11月8日から10日まで石川県において開催。指定産地組合が認めた者（産地組合、伝統工芸士会等によるグループ及び個人での出品も可能）が出品できるが、出品者が搬入・搬出及び会期中のアテンドを行う。

目的・狙い：国内外への周知度の拡大、需要の拡大と継続的商取引の契機とし、販路の開拓を目的とする。

（４） ITを活用した伝統的工芸品産業推進等事業

内 容：情報収集の構造変化に順応し、インターネット上で伝統的工芸品に関する情報を公開するとともに、オンラインを使った伝統的工芸品の販売の可能性を探る。

実施方法：専門の業者に、電子媒体における掲載内容の作成およびサーバーの運営を委託。伝統的工芸品の情報発信の核となるよう、内容や産地との双方向情報交換の環境を整備するとともに、現代生活において消費者が興味を引く新たな情報の提供や魅力的な製品を提案。百貨店や美術館等の外部で行う催事情報に関しても、来場意欲を高めるような鮮度のある魅力的な情報を発信及び更新してい

く。

また、オンラインを使った伝統的工芸品の販売についても可能性を探る。

目的・狙い：簡単に情報にアクセスし情報共有及び拡散ができるインターネットの利点を最大限に生かし、多種多様な伝統的工芸品の魅力を訴求する。併せてインターネット上での販売の可能性を探ることで、従来とは異なる新規の購買層も獲得し、新たな伝統的工芸品の需要を開拓する。

4. 需要開拓事業

(1) 伝統的工芸品公募展等事業

内 容：伝統的工芸品の総合コンクール展示会を開催。

実施方法：現代の暮らしの中で生きる優れた工芸品を募集してコンクールを行い、工芸品の技術・デザイン・機能・市場性を競う。応募された作品は「技術の高さ」にのみ注視した作品評価ではなく、「日常生活で使用する事」を高く評価の対象とする。見て愛でるためではなく、生活の中で消費者が使用できる実用性を兼ね備えた作品を求め、伝統的工芸品の製品指標となる作品コンクールとして実施する。優秀作品には内閣総理大臣賞、経済産業大臣賞以下各賞を授与。審査後、応募作品は「国立新美術館」にて一般公開し、入賞・入選作品を「伝統工芸青山スクエア」等にて展示紹介し、多方面への紹介による普及促進を図る。国立新美術館及び伝統工芸青山スクエアでの展示会の更なる質向上に努める。

目的・狙い：優れた作品を顕彰して集中的に広報活動を行うことにより、受賞の価値が上がり、コンテスト参加意義が高まる。同時に作品を、消費者に対して現代の暮らしの中で映える製品として提唱することで需要拡大の契機となる。また、国立新美術館・伝統工芸青山スクエア等にて展示会を開催することで、より広く応募作品及び伝統的工芸の魅力を知らしめ、そして消費者意識をとらえるための工夫やアイデアとは何かとの課題と向き合い、伝統的工芸品の未来を示唆する作品を紹介することを目指す。

(2) 需要開拓展示等事業

① JAPAN TRADITIONAL CRAFTS WEEK (JTCW) の実施

内 容：伝統的工芸品は現代の生活シーンで使用されることが重要であることから、消費者に対し「衣食住」を提案する小売店舗等との共同事業により、生産者との継続的な関係強化を進める。期間中は参加店舗を通じて工芸品や産地のPR及び展示販売を行う。

実施方法：11月に大消費地である東京のセレクトショップ、インテリアショップ、ファッション店等において実施。参加する店舗が希望する伝統的工芸品産地とコ

ラボレーションし、商品開発や展示販売、制作実演や制作体験指導などを行うとともに消費者・流通関係者及び各種メディアへのアプローチを実施する。銀座・青山・中目黒など都内の数店舗がまとめて参加する「エリアジャック」を実施し、イベントの認知度向上にも努める。

目的・狙い：生活提案型の販売、最小限の流通経路による恒常的ニーズ把握、販売員派遣や委託販売慣行の見直しの試み等を通じて、伝統的工芸品の販売に対する国内外の消費者・流通関係者の理解の増進、伝統的工芸品の販路の拡大を図るとともに、産地と消費地販売店との自立的継続的取引の増加を目的とする。

② 全国伝統的工芸品祭（仮称）の開催

内 容：大消費地である東京および大阪において、全国の経済産業大臣指定伝統的工芸品及びそれに準じる工芸品を一堂に展示・紹介するとともに伝統的工芸品使用生活を喚起する。

実施方法：経済産業大臣指定伝統的工芸品を一堂に集め、展示・紹介する。地方自治体の支援が得られない指定伝統的工芸品の出展にも方策を講じる。

目的・狙い：大消費地における伝統的工芸品の普及啓発、潜在的需要の喚起、今日の生活に対応する商品開発や商品展示、消費者との直接対話によるニーズの把握等により、同産業のより一層の発展を目的として開催。

③ その他の展示会の開催および出展

内 容：伝統的工芸品の普及に関する展示会を開催する。また国内で開催される伝統的工芸品の普及に関する展示会に出展する。

実施方法：若い世代が関心を持つ展示会等の開催や外国人観光客が多く集まる場所での展示会等の開催などを行う。また一般社団法人日本百貨店協会の協力のもと、全国の百貨店等において、令和6年能登半島地震で被災した伝統的工芸品産地が出展する展示会を開催する。

目的・狙い：今後、伝統的工芸品を日常生活に取り入れる可能性のある潜在的消費者である若い世代に伝統的工芸品を訴求するとともに、震災で被害を受けた産地の復興支援に繋げる。

(3) 海外展開支援・調査等事業

内 容：海外展開に関する産地関係者等の体制構築を支援し、自立的な展開を目指す。

実施方法：（イ）中国・重慶の常設展示場において、伝統的工芸品の普及に努めるとともに、産地関係者等に提供するため、海外展開に関する情報の収集を行う。またそれらの展示場でイベント等を実施することで日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信し、販路拡大に向けた効果的なアプローチを行う。

（ロ）中国・重慶以外の国や地域において、日本の伝統的工芸品への関心や

販路拡大の可能性について調査を行った上で、その結果を元に、海外展開に効果的な方法と地域を検討し、方向性を定めた上で進めて行く。

目的・狙い：日本の伝統的工芸品の世界的認知度の向上と販路拡大を目指す。

5. その他の振興事業

内 容：伝統的工芸品産業界の内外において、積極的に連携を進める。

実施方法：（イ）伝統的工芸品産業界以外の有力企業等と連携事業を進める。

（ロ）指定産地組合等の組織化推進等を図る。

<現在連携している団体>

- ・日本伝統工芸士会（189産地工芸士会）
- ・全国伝産会館運営連絡協議会（6会館）
- ・全国伝産陶磁器組合協議会（26産地）
- ・全国伝産金工品組合協議会（11産地）
- ・全国伝統的工芸品仏壇仏具組合連合会（13産地）

目的・狙い：業界内部にネットワークを構築し、伝統的工芸品の普及啓発・需要開拓に資するとともに、業界外部にもネットワークを構築し、産地振興に寄与する。

令和6年度収支予算書
(2024年4月1日から2025年3月31日まで)

(単位:円)

勘定科目	予算額	前年度予算額	増減	備考
【一般正味財産増減の部】				
1. 経常増減の部				
(1) 経常収益				
① 基本財産受取利息	3,000,000	2,000,000	1,000,000	
② 受取補助金等	719,000,000	719,000,000	0	国庫補助金収益
③ 受取会費	32,700,000	34,300,000	▲ 1,600,000	
④ 事業収益	204,700,000	222,100,000	▲ 17,400,000	
伝統工芸士認定等事業収益	6,200,000	6,200,000	0	受験料、登録料、更新料
新規従事者指導支援事業負担金収益	0	12,000,000	▲ 12,000,000	
伝統証紙事業収益	2,300,000	2,300,000	0	証紙、楯等頒布収入
伝統工芸青山スクエア事業負担金収益	56,900,000	65,900,000	▲ 9,000,000	常設・特別展出品管理料他
全国くらしの工芸展負担金収益	3,000,000	3,000,000	0	出品管理料
伝統的工芸品展負担金収益	47,700,000	44,100,000	3,600,000	都府県・政令市等負担金
全国伝統的工芸品公募展負担金収益	1,600,000	1,600,000	0	応募手数料
都府県等月間負担金収益	16,500,000	16,500,000	0	
その他事業収益	70,500,000	70,500,000	0	百貨店催事他
⑤ 雑収益	2,600,000	2,600,000	0	
その他受取利息	4,000	4,000	0	利息収入
その他収益	2,596,000	2,596,000	0	懇親会会費収入、消費税還付金ほか
経常収益計	962,000,000	980,000,000	▲ 18,000,000	
(2) 経常費用			0	
事業費	873,300,000	891,300,000	▲ 18,000,000	
① 人材確保及び技術・技法継承事業	106,000,000	122,000,000	▲ 16,000,000	
伝統工芸士認定等事業費支出	17,000,000	17,000,000	0	
学生等に対する伝統的工芸品教育事業費支出	65,000,000	65,000,000	0	
後継者育成等事業費支出	24,000,000	40,000,000	▲ 16,000,000	
② 産地指導事業	60,000,000	38,800,000	21,200,000	
指定産地振興指導等事業費支出	800,000	600,000	200,000	
伝統的工芸品産地調査・研究・診断等事業費支出	8,200,000	5,200,000	3,000,000	
コンサルタント産地支援等事業費支出	50,000,000	30,000,000	20,000,000	
産地ネットワーク構築等事業費	1,000,000	3,000,000	▲ 2,000,000	
③ 普及推進事業	339,800,000	379,000,000	▲ 39,200,000	
全国伝統的工芸品普及等事業費支出	55,000,000	55,000,000	0	
伝統工芸青山スクエア等事業費支出	170,300,000	198,000,000	▲ 27,700,000	
伝統的工芸品月間推進等事業費支出	84,500,000	96,000,000	▲ 11,500,000	岡山大会、月間催事支援等
ITを活用した伝統的工芸品産業の活性化等事業費支出	30,000,000	30,000,000	0	
④ 需要開拓事業	231,000,000	214,000,000	17,000,000	
伝統的工芸品公募展開催費等事業費支出	11,000,000	11,000,000	0	
外部人材協業等事業費支出	0	3,000,000	▲ 3,000,000	
需要開拓展示等事業費支出	170,000,000	150,000,000	20,000,000	JTCW、全国伝統的工芸品祭等
海外展開支援・調査等事業費支出	50,000,000	50,000,000	0	
⑤ その他振興事業	63,000,000	64,000,000	▲ 1,000,000	
伝統証紙事業費支出	2,000,000	3,000,000	▲ 1,000,000	
くらしの工芸品展事業費支出	4,000,000	4,000,000	0	
その他振興事業費支出	57,000,000	57,000,000	0	百貨店催事等産地支払い
⑥ 事業費役職員人件費	73,500,000	73,500,000	0	
管理費	88,700,000	88,700,000	0	
管理諸費支出	42,000,000	42,000,000	0	賃料、共益費他
事務諸費支出	11,200,000	11,200,000	0	
理事会・評議員会等開催費支出	4,000,000	4,000,000	0	
管理費役職員人件費	31,500,000	31,500,000	0	
伝統的工芸品展WAZA引当金支出	0	0	0	
経常費用計	962,000,000	980,000,000	▲ 18,000,000	
評価損益調整前当期経常増減額	0	0	0	
当期経常増減額	0	0	0	
2. 経常外増減の部			0	
経常外収益計	0	0	0	
経常外費用計	0	0	0	
当期経常外増減額	0	0	0	
当期一般正味財産増減額	0	0	0	