
令和5年度製造基盤技術実態等調査
(伝統的工芸品産業の支援に係る実態調査等事業)
報告書

令和6年3月

 株式会社
文化科学研究所

目次

■ 調査概要	5
(1) 調査の目的と背景	5
(2) 調査の実施内容	5
(3) 事業スケジュール	6
I 伝統的工芸品産業の現状と課題	7
1. 伝統的工芸品の現状	7
(1) 伝統的工芸品産地の指定状況	7
(2) 伝統的工芸品の生産額・従業者数	10
(3) 伝統工芸士	10
(4) 伝統的工芸品産業の生産額	10
2. 産地の抱える課題	17
(1) 国内需要の減少	17
(2) 技術・技能の継承、後継者不足	21
3. 伝統的工芸品の原材料・道具等の不足に関する現状	22
(1) 入手が困難な原材料、用具等の状況	22
(2) 原材料、用具に関する課題と対応例	24
4. 課題解決に向けた体制づくり	27
(1) 産地・事業者の取組体制に関する課題	27
(2) 新たな枠組みや連携の必要性	28
5. 産地事業者が抱える課題と課題解決の方向性の整理（検討会検討結果）	30
II 伝統的工芸品を巡る課題解決に向けた取組と支援の方向性	31
1. 伝統工芸に関する国の支援事業	31
(1) 伝統的工芸品産業振興に係る支援制度（経済産業省）	31
(2) 国の関連施策	36
2. 地方公共団体の伝統的工芸品関連支援事業	40
(1) 地方公共団体の伝統的工芸品の関連予算	40
(2) 地方公共団体の「伝統的工芸品」対象の支援事業の例	42
3. 民間企業の支援活動	47
4. 伝統的工芸品産業の課題解決に向けた取組状況と支援ニーズ	48
(1) 需要の創出・拡大に関する取組の参考事例	48
(2) 需要創出・拡大への対応に関する産地の支援ニーズ	53
(3) 技術継承・後継者育成に関する取組の参考事例	54
(4) 技術継承・後継者育成に関する産地の支援ニーズ	56
(5) 原材料・道具の確保対応の取組の参考事例	57
(6) 原材料、道具の確保対応に関する産地の支援ニーズ	58
(7) 主要な課題への対応に活用可能な国の支援制度	58
(8) 取組主体の体制強化に向けた取組と支援ニーズ	60
(9) 新たな枠組や連携に向けた取組	62
5. 産地の課題解決に向けての取組・支援の方向性（検討会検討結果）	65

Ⅲ 伝統的工芸品産業の振興のあり方に関する検討会の実施・運営	72
1. 検討会委員名簿.....	72
2. 検討会の開催日時と主な議題	72
3. 検討会議事要旨.....	73
(1) 第1回の議事要旨	73
(2) 第2回の議事要旨	76
(3) 第3回の議事要旨	79
(参考資料) 産地事業者の課題整理に関する検討会委員からの提供資料.....	84

■調査概要

令和5年度製造基盤技術実態等調査（伝統的工艺品産業の支援に係る実態調査等事業）に関して、調査の目的と背景、実施内容は以下の通りである。

（１）調査の目的と背景

1990年代半ばから生産額の減少傾向が続いている伝統的工艺品について、衰退の要因分析が行われ、「伝統的工艺品産業の振興に関する法律(以下、「伝産法」という。)」により「伝統的工艺品の産業の振興を図り、もって国民の生活に豊かさや潤いを与えるとともに地域経済の発展に寄与し、国民経済の健全な発展に資すること」を達成すべく、伝統的工艺品の指定や補助事業等各種施策が講じられてきた。しかしながら、職人の高齢化に伴う後継者問題や原材料の枯渇問題など、伝統的工艺品産業を取り巻く環境は厳しい状況に置かれている。

令和6年度に伝産法制定から50年が経過するこの時期を一つの契機として、様々な観点から支援のあり方等を検討することが必要になっていることから、本事業では、伝統的工艺品産業の振興のあり方等についての方向性に関する現状分析・考察を行うものである。

（２）調査の実施内容

（１）伝統的工艺品産業に関する実態調査

一般財団法人伝統的工艺品産業振興協会（以下「伝産協会」）が保有する事業実績、産地調査等の結果及び既存の公表されている伝統的工艺品関連の調査結果やデータ、受託事業者の所有データ等を活用して、伝統的工艺品産業の検討課題を抽出した。

（２）検討会の開催

（１）の結果を踏まえ、実効性の高い課題解決提案を作成するため、専門家から構成される検討会を設置し、検討会を行った。

分析対象のデータ

調査主体	調査名	調査期間	調査手法	調査対象	調査項目
一般財団法人 伝統的工艺品 産業振興協会	伝統的工艺品産 地実勢調査	令和5年9 月（毎年）	アンケート調査（マ ール等）	国指定の伝統的工芸 品製造協同組合等	・組合員・非組合員の事業 所数部、従業員数、生産 額等
	原材料、製造用 具等に関する調査	令和5年6 月～11月	アンケート調査（マ ール及び郵送）	国指定の伝統的工芸 品製造協同組合等 送付234団体、回収 221団体（回収率 94.4%）	調査項目 ・原材料について ・道具について ・その他 （自由回答形式）
	令和5年度自 治体伝統的工芸 品産業支援関連 予算調査	令和5年6 月～7月	アンケート調査 （回答票を Googleフォームに て送信・回答）	伝統的工艺品産地が 属する自治体 送付数：都道府県 47団体、市区町村 651団体 回収数：都道府県 32団体、市区町村 384団体	自治体の伝統的工艺品産 業支援関連予算の以下項 目 ・事業名称、内容、全体予 算額、補助金額、補助率 ・対象者/支援条件/件数 ・対象（伝産関係者のみ or 中小企業等を含む） ・補助条件

調査主体	対象データ	期間	内容	対象	備考
経済産業省	令和4年度伝産支援補助事業実績関連データ	令和4年度	事業概要・実績報告	国指定伝統的工芸品の振興を目的として、伝産法の規定に基づく振興計画の認定を受けた産地組合	※補助額の集計、事業項目ごとの事業内容例の表作成など行った

文献調査を行った報告書

調査主体	調査名	調査期間	調査手法	調査対象	備考
中小企業庁	平成27年度産地概況調査結果	平成27年10月	郵送アンケート	全国の産地	※同調査対象の7業種のうち、伝統的工芸品関連の5業種で再集計を行った
総務省行政評価局	伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査 ※文中では「総務省調査」と記載	令和元年8月～令和4年6月	—	都道府県(18)、市区町村(33)、37品目の伝統工芸品製造協同組合、伝統工芸品製造事業者、関係団体等	産地への調査実施は令和元年度
一般財団法人日本立地センター	伝統的工芸品産業の再生手法に関する調査	令和4年3月	ヒアリング調査	伝統的工芸品産業の再生手法研究の参考となる先進的事例	国指定の伝統的工芸品製造事業者等

(3) 事業スケジュール

本調査は、令和5年12月から令和6年3月末迄の期間に実施した。

I 伝統的工芸品産業の現状と課題

1. 伝統的工芸品の現状

(1) 伝統的工芸品産地の指定状況

令和6年3月現在、伝統的工芸品の指定品目数は合計241品目となっている。[図1-1-1]

業種別の品目数は、織物の38品目が最も多く、次いで、木工・竹工品(33)、陶磁器(32)、その他の工芸品(25)、漆器(23)と続いている。[図1-1-2]

地域別では、三大都市圏の企業は、企業数に対して、従業員数、生産額(総生産)の割合が大きく、1社あたりの伝産品生産額は、三大都市圏、地方圏で違いがなく、1社あたりの伝産品平均生産額は地域による違いは見られない。[図1-1-3]

図1-1-1 伝統的工芸品産地の指定状況

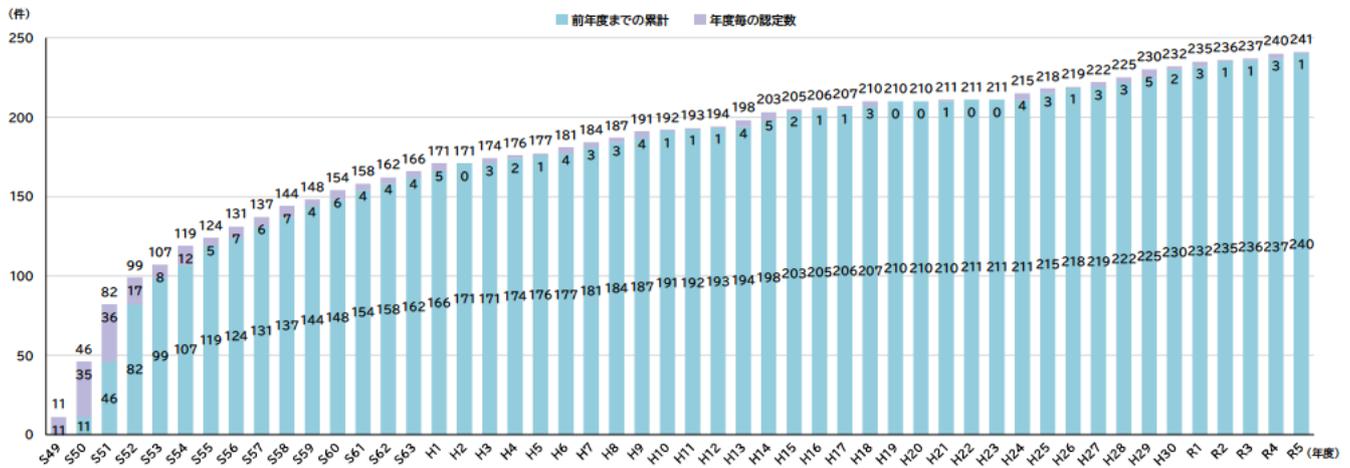


図1-1-2 業種別指定品目数一覧

業種	指定品目数
織物	38品目
染色品	14品目
その他の繊維製品	5品目
陶磁器	32品目
漆器	23品目
木工・竹工品	33品目
金工品	16品目
仏壇・仏具	17品目
和紙	9品目
文具	10品目
石工品	4品目
貴石細工	2品目
人形・こけし	10品目
その他の工芸品	25品目
工芸材料・工芸用具	3品目
合計	241品目

(令和6年3月現在)

図1-1-3 地域別の産地の伝産企業の従業員・生産額など

地域	企業数	従事者数	生産額(総生産)	生産額(伝産品)
三大都市圏	35.3%	45.3%	54.7%	36.50%
東京圏	7.3%	5.8%	6.3%	12.90%
名古屋圏	11.0%	19.5%	16.0%	10.80%
大阪圏	16.9%	20.0%	32.4%	12.90%
地方圏	64.7%	54.7%	45.3%	63.50%

三大都市圏：
 東京圏(埼玉、千葉、東京、神奈川)
 名古屋圏(愛知、岐阜、三重)
 大阪圏(京都、大阪、兵庫)
 地方圏：上記以外の道県

出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより委託事業者が作成

地域別伝統的工芸品指定状況（令和6年3月現在）

地域	工芸品	業種	指定NO	指定年度 (西暦年)		
北海道	北海道	二風谷イタ	6.木工品・竹工品	213	2012	
	北海道	二風谷アツトウシ	1.織物	214	2012	
東北	青森県	津軽塗	5.漆器	12	1975	
	岩手県	南部鉄器	7.金工品	1	1974	
	岩手県	岩谷堂箆箭	6.木工品・竹工品	128	1981	
	岩手県	秀衡塗	5.漆器	149	1985	
	岩手県	浄法寺塗	5.漆器	150	1985	
	宮城県	宮城伝統こけし	13.人形・こけし	125	1981	
	宮城県	雄勝硯	10.文具	152	1985	
	宮城県	鳴子漆器	5.漆器	173	1991	
	宮城県	仙台箆箭	6.木工品・竹工品	220	2015	
	秋田県	樽細工	6.木工品・竹工品	36	1975	
	秋田県	川連漆器	5.漆器	64	1976	
	秋田県	大館曲げわっぱ	6.木工品・竹工品	120	1980	
	秋田県	秋田杉桶樽	6.木工品・竹工品	146	1984	
	山形県	山形錆物	7.金工品	2	1974	
	山形県	置賜軸	1.織物	37	1975	
	山形県	山形仏壇	8.仏壇・仏具	114	1979	
	山形県	天童将棋駒	14.その他の工芸品	185	1996	
	山形県・新潟県	羽越しな布	1.織物	207	2005	
	福島県	金津塗	5.漆器	13	1975	
	福島県	大堀相馬焼	4.陶磁器	92	1977	
	福島県	金津本郷焼	4.陶磁器	177	1993	
	福島県	奥会津編み組細工	6.木工品・竹工品	205	2003	
	福島県	奥会津昭和からむし織	1.織物	226	2017	
	関東・甲信越	茨城県・栃木県	結城軸	1.織物	78	1976
		茨城県	笠間焼	4.陶磁器	176	1992
		茨城県	真壁石燈籠	11.石工品	184	1995
		栃木県	益子焼	4.陶磁器	108	1979
		群馬県	伊勢崎餅	1.織物	14	1975
		群馬県	桐生織	1.織物	84	1977
		埼玉県・東京都	江戸木目込人形	13.人形・こけし	93	1977
		埼玉県	春日部桐箆箭	6.木工品・竹工品	109	1979
		埼玉県	岩槻人形	13.人形・こけし	208	2006
埼玉県		秩父銘仙	1.織物	216	2013	
埼玉県		行田足袋	3.その他の繊維製品	233	2019	
千葉県		房州うちわ	14.その他の工芸品	199	2002	
千葉県		千葉工匠具	7.金工品	227	2017	
東京都		村山大島軸	1.織物	3	1974	
東京都		東京染小紋	2.染色品	47	1976	
東京都		本場黄八丈	1.織物	85	1977	
東京都		東京銀器	7.金工品	104	1978	
東京都		東京手描友禅	2.染色品	115	1979	
東京都		多摩織	1.織物	116	1979	
東京都		江戸和竿	6.木工品・竹工品	174	1991	
東京都		江戸指物	6.木工品・竹工品	188	1997	
東京都		江戸からかみ	14.その他の工芸品	193	1999	
東京都		江戸切子	14.その他の工芸品	196	2001	
東京都		江戸節句人形	13.人形・こけし	209	2006	
東京都		江戸木版画	14.その他の工芸品	210	2006	
東京都		江戸硝子	14.その他の工芸品	219	2014	
東京都		江戸べっ甲	14.その他の工芸品	221	2015	
東京都		東京アンチモニー工芸品	7.金工品	222	2015	
東京都		東京無地染	2.染色品	228	2017	
東京都		江戸押絵	13.人形・こけし	234	2019	
東京都		東京三味線	14.その他の工芸品	238	2022	
東京都		東京琴	14.その他の工芸品	239	2022	
東京都		江戸表具	14.その他の工芸品	240	2022	
東京都		東京本染注染	2.染色品	241	2023	

地域	工芸品	業種	指定NO	指定年度 (西暦年)		
関東・甲信越	神奈川県	鎌倉彫	5.漆器	106	1978	
	神奈川県	箱根寄木細工	6.木工品・竹工品	147	1984	
	神奈川県	小田原漆器	5.漆器	148	1984	
	新潟県	塩沢軸	1.織物	4	1974	
	新潟県	小千谷縮	1.織物	28	1975	
	新潟県	小千谷縮	1.織物	29	1975	
	新潟県	村上木彫堆朱	5.漆器	38	1975	
	新潟県	本塩沢	1.織物	65	1976	
	新潟県	加茂桐箆箭	6.木工品・竹工品	66	1976	
	新潟県	新潟・白根仏壇	8.仏壇・仏具	121	1980	
	新潟県	長岡仏壇	8.仏壇・仏具	122	1980	
	新潟県	三条仏壇	8.仏壇・仏具	123	1980	
	新潟県	燕尾起銅器	7.金工品	126	1981	
	新潟県	十日町餅	1.織物	132	1982	
	新潟県	十日町明石ちぢみ	1.織物	133	1982	
	新潟県	越後与板打刃物	7.金工品	157	1985	
	新潟県	新潟漆器	5.漆器	200	2002	
	新潟県	越後三条打刃物	7.金工品	211	2009	
	山梨県	甲州水品貴石細工	12.貴石細工	51	1976	
	山梨県	甲州印伝	14.その他の工芸品	160	1987	
	山梨県	甲州手彫印章	14.その他の工芸品	194	2000	
	長野県	信州軸	1.織物	6	1974	
	長野県	木曾漆器	5.漆器	7	1974	
	長野県	飯山仏壇	8.仏壇・仏具	31	1975	
	長野県	松本家具	6.木工品・竹工品	39	1975	
	長野県	内山紙	9.和紙	52	1976	
	長野県	南木曾ろくろ細工	6.木工品・竹工品	118	1979	
	長野県	信州打刃物	7.金工品	131	1981	
	東海	岐阜県	飛騨春慶	5.漆器	8	1974
		岐阜県	一位一刀彫	6.木工品・竹工品	21	1975
		岐阜県	美濃焼	4.陶磁器	101	1978
		岐阜県	美濃和紙	9.和紙	151	1985
岐阜県		岐阜提灯	14.その他の工芸品	182	1995	
岐阜県		岐阜和傘	6.木工品・竹工品	237	2021	
静岡県		駿河竹筋細工	6.木工品・竹工品	67	1976	
静岡県		駿河籠具	13.人形・こけし	180	1994	
静岡県		駿河籠人形	13.人形・こけし	181	1994	
愛知県		有松・鳴海絞	2.染色品	32	1975	
愛知県		常滑焼	4.陶磁器	53	1976	
愛知県		名古屋仏壇	8.仏壇・仏具	68	1976	
愛知県		三河仏壇	8.仏壇・仏具	69	1976	
愛知県		豊橋筆	10.文具	70	1976	
愛知県		赤津焼	4.陶磁器	79	1976	
愛知県		岡崎石工品	11.石工品	110	1979	
愛知県		名古屋桐箆箭	6.木工品・竹工品	127	1981	
愛知県		名古屋友禅	2.染色品	140	1983	
愛知県		名古屋黒紋付染	2.染色品	141	1983	
愛知県		尾張七宝	14.その他の工芸品	183	1995	
愛知県		瀬戸染付焼	4.陶磁器	189	1997	
愛知県		尾張仏具	8.仏壇・仏具	223	2016	
愛知県		三州鬼瓦工芸品	4.陶磁器	230	2017	
愛知県		名古屋節句飾	13.人形・こけし	236	2020	
三重県		伊賀くみひも	3.その他の繊維製品	71	1976	
三重県		四日市萬古焼	4.陶磁器	107	1978	
三重県		鈴鹿墨	10.文具	124	1980	
三重県		伊賀焼	4.陶磁器	134	1982	
三重県	伊勢形紙	15.工芸材料・工芸用具	144	1983		

地域	工芸品	業種	指定NO	指定年度(西暦年)	
北陸	富山県	高岡銅器	7.金工品	5	1974
	富山県	井波彫刻	6.木工品・竹工品	15	1975
	富山県	高岡漆器	5.漆器	30	1975
	富山県	庄川挽物木地	15.工芸材料・工芸用具	100	1978
	富山県	越中和紙	9.和紙	165	1988
	富山県	越中福岡の菅笠	14.その他の工芸品	229	2017
	石川県	加賀友禅	2.染色品	16	1975
	石川県	九谷焼	4.陶磁器	17	1975
	石川県	輪島塗	5.漆器	18	1975
	石川県	山中漆器	5.漆器	19	1975
	石川県	金沢仏壇	8.仏壇・仏具	48	1976
	石川県	金沢箔	15.工芸材料・工芸用具	83	1977
	石川県	七尾仏壇	8.仏壇・仏具	102	1978
	石川県	金沢漆器	5.漆器	117	1979
	石川県	牛首袖	1.織物	163	1988
	石川県	加賀織	3.その他の繊維製品	172	1991
	福井県	越前漆器	5.漆器	20	1975
	福井県	越前和紙	9.和紙	49	1976
	福井県	若狭めのう細工	12.寶石細工	50	1976
	福井県	若狭塗	5.漆器	94	1977
福井県	越前打刃物	7.金工品	105	1978	
福井県	越前焼	4.陶磁器	156	1985	
福井県	越前草笥	6.木工品・竹工品	217	2013	
滋賀県	彦根仏壇	8.仏壇・仏具	22	1975	
滋賀県	信楽焼	4.陶磁器	33	1975	
滋賀県	近江上布	1.織物	80	1976	
京都府	西陣織	1.織物	40	1975	
京都府	京鹿の子絞	2.染色品	41	1975	
京都府	京仏壇	8.仏壇・仏具	42	1975	
京都府	京仏具	8.仏壇・仏具	43	1975	
京都府	京漆器	5.漆器	44	1975	
京都府	京友禅	2.染色品	54	1976	
京都府	京小紋	2.染色品	55	1976	
京都府	京指物	6.木工品・竹工品	56	1976	
京都府	京織	3.その他の繊維製品	72	1976	
京都府	京くみひも	3.その他の繊維製品	73	1976	
京都府	京焼・清水焼	4.陶磁器	81	1976	
京都府	京扇子	14.その他の工芸品	86	1977	
京都府	京うちわ	14.その他の工芸品	87	1977	
京都府	京黒紋付染	2.染色品	111	1979	
京都府	京石工芸品	11.石工品	129	1981	
京都府	京人形	13.人形・こけし	158	1985	
京都府	京蓑具	14.その他の工芸品	190	1997	
大阪府	大阪欄間	6.木工品・竹工品	34	1975	
大阪府	大阪唐木指物	6.木工品・竹工品	88	1977	
大阪府	堺打刃物	7.金工品	130	1981	
大阪府	大阪仏壇	8.仏壇・仏具	137	1982	
大阪府	大阪浪華鋳器	7.金工品	142	1983	
大阪府	大阪泉州桐草笥	6.木工品・竹工品	170	1989	
大阪府	大阪金剛簾	6.木工品・竹工品	186	1996	
大阪府	浪華本染め	2.染色品	235	2019	
兵庫県	播州そろばん	10.文具	57	1976	
兵庫県	丹波立杭焼	4.陶磁器	95	1977	
兵庫県	出石焼	4.陶磁器	119	1979	
兵庫県	播州毛鉤	14.その他の工芸品	161	1987	
兵庫県	豊岡杞柳細工	6.木工品・竹工品	175	1992	
兵庫県	播州三木打刃物	7.金工品	187	1996	
奈良県	高山茶釜	6.木工品・竹工品	23	1975	
奈良県	奈良筆	10.文具	89	1977	
奈良県	奈良墨	10.文具	231	2018	
和歌山県	紀州漆器	5.漆器	96	1977	
和歌山県	紀州草笥	6.木工品・竹工品	162	1987	
和歌山県	紀州へら竿	6.木工品・竹工品	215	2012	

地域	工芸品	業種	指定NO	指定年度(西暦年)		
中国	鳥取県	因州和紙	9.和紙	24	1975	
	鳥取県	弓浜餅	1.織物	35	1975	
	鳥取県・島根県	出雲石燈ろう	11.石工品	58	1976	
	島根県	雲州そろばん	10.文具	153	1985	
	島根県	石州和紙	9.和紙	169	1989	
	島根県	石見焼	4.陶磁器	178	1994	
	岡山県	勝山竹細工	6.木工品・竹工品	112	1979	
	岡山県	備前焼	4.陶磁器	135	1982	
	広島県	熊野筆	10.文具	25	1975	
	広島県	広島仏壇	8.仏壇・仏具	97	1977	
	広島県	宮島細工	6.木工品・竹工品	136	1982	
	広島県	福山琴	14.その他の工芸品	154	1985	
	広島県	川尻筆	10.文具	208	2004	
	山口県	赤間硯	10.文具	74	1976	
	山口県	大内塗	5.漆器	171	1989	
	山口県	萩焼	4.陶磁器	197	2001	
	四国	徳島県	阿波和紙	9.和紙	75	1976
		徳島県	阿波正藍しじら織	1.織物	103	1978
		徳島県	大谷焼	4.陶磁器	204	2003
		香川県	香川漆器	5.漆器	45	1975
香川県		丸亀うちわ	14.その他の工芸品	191	1997	
愛媛県		砥部焼	4.陶磁器	76	1976	
愛媛県		大洲和紙	9.和紙	90	1977	
高知県		土佐和紙	9.和紙	77	1976	
高知県		土佐打刃物	7.金工品	192	1998	
福岡県		小石原焼	4.陶磁器	26	1975	
九州	福岡県	博多人形	13.人形・こけし	46	1975	
	福岡県	博多織	1.織物	59	1976	
	福岡県	久留米餅	1.織物	60	1976	
	福岡県	八女福島仏壇	8.仏壇・仏具	82	1976	
	福岡県	上野焼	4.陶磁器	143	1983	
	福岡県	八女提灯	14.その他の工芸品	195	2001	
	佐賀県	伊万里・有田焼	4.陶磁器	91	1977	
	佐賀県	唐津焼	4.陶磁器	166	1988	
	長崎県	三川内焼	4.陶磁器	98	1977	
	長崎県	波佐見焼	4.陶磁器	99	1977	
	長崎県	長崎べっ甲	14.その他の工芸品	224	2016	
	熊本県	小代焼	4.陶磁器	201	2002	
	熊本県	天草陶磁器	4.陶磁器	202	2002	
	熊本県	肥後象がん	7.金工品	203	2002	
	熊本県	山鹿灯籠	14.その他の工芸品	218	2013	
	大分県	別府竹細工	6.木工品・竹工品	113	1979	
	宮崎県・鹿児島県	本場大島紬	1.織物	9	1974	
	宮崎県	都城大弓	6.木工品・竹工品	179	1994	
鹿児島県	川辺仏壇	8.仏壇・仏具	27	1975		
鹿児島県	薩摩焼	4.陶磁器	198	2001		
沖縄	沖縄県	久米島紬	1.織物	10	1974	
	沖縄県	宮古上布	1.織物	11	1974	
	沖縄県	読谷山花織	1.織物	61	1976	
	沖縄県	読谷山ミンサー	1.織物	62	1976	
	沖縄県	壺屋焼	4.陶磁器	63	1976	
	沖縄県	琉球餅	1.織物	138	1983	
	沖縄県	首里織	1.織物	139	1983	
	沖縄県	琉球びんがた	2.染色品	145	1984	
	沖縄県	琉球漆器	5.漆器	155	1985	
	沖縄県	与那国織	1.織物	159	1987	
	沖縄県	喜如嘉の芭蕉布	1.織物	164	1988	
	沖縄県	八重山ミンサー	1.織物	167	1989	
沖縄県	八重山上布	1.織物	168	1989		
沖縄県	知花花織	1.織物	212	2012		
沖縄県	南風原花織	1.織物	225	2016		
沖縄県	三線	14.その他の工芸品	232	2018		

出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会

(2) 伝統的工芸品の生産額・従業者数

伝統的工芸品の生産額は平成 28 年度に 1,000 億円を下回って以降、漸減傾向にある。また、従業者数は緩やかな減少傾向にあり、令和 2 年度は約 5.4 万人となっている。[図 1-1-4]

伝統的工芸品産業における従事者の年齢構成は、50～60 歳代が 47.5%と半数近くであり、50 歳代以上が 63.4%を占めている。70 歳代以上も 15.9%で、20 歳代までの 5.9%よりも多い。[図 1-1-5]

図 1-1-4 伝統的工芸品の生産額・従業者数の推移

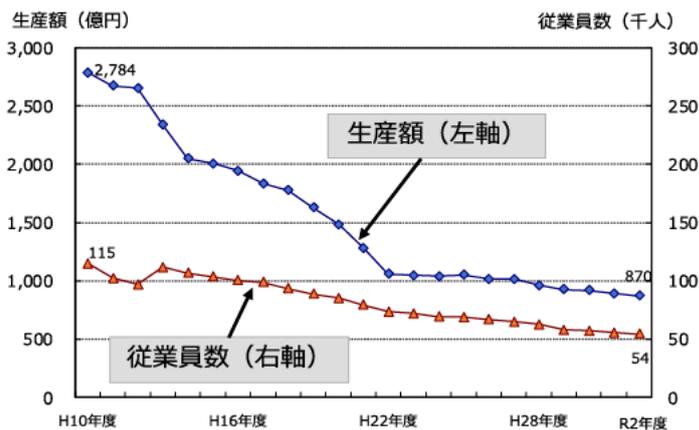
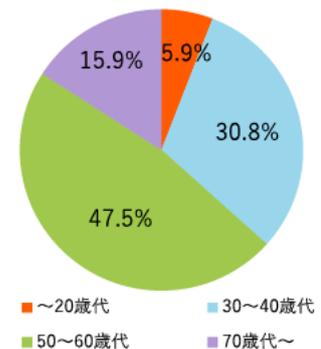


図 1-1-5 伝統的工芸品の生産額・従業者数の推移



出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより経産省が作成

(3) 伝統工芸士

伝統工芸士（経済産業大臣指定の伝統的工芸品の製造に従事する技術者のうち、高度の技術・技法を保持する者として（一財）伝統的工芸品産業振興協会が認定）は、全国に 3,544 名（2023 年 2 月現在）

伝統工芸士は職人の高齢化に伴い減少傾向。一方、女性伝統工芸士が占める割合は増加傾向にある。

[図 1-1-6]

伝統工芸士の年齢構成は、60 歳以上が 66.7%、70 歳以上が 42.8%を占めている。[図 1-1-7]

図 1-1-6 伝統工芸士数の推移

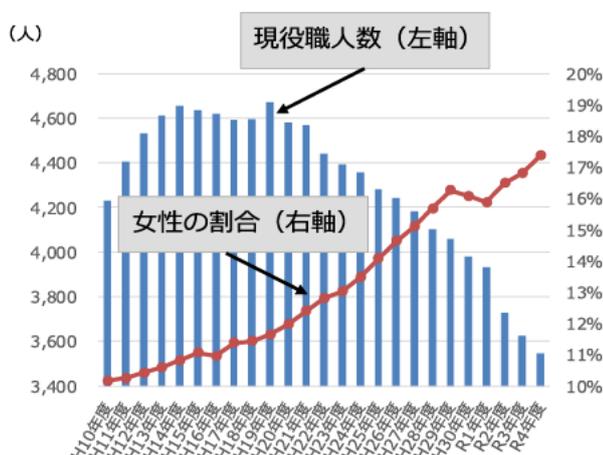
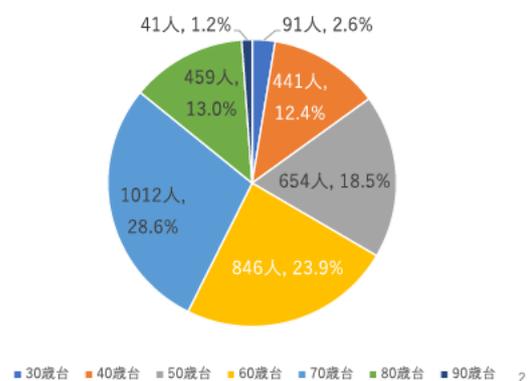


図 1-1-7 伝統工芸士の年齢構成(令和4年2月時点)



出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより経産省が作成

(4) 伝統的工芸品産業の生産額

伝統的工芸品の生産額は漸減傾向である。業種別では、減少傾向は変わらないものの、竹工品、木工品、漆器など、最近 10 年に増加傾向に転じている業種もある。[図 1-1-8,図 1-1-9]

※平成 30 年以降については、生産額のデータ取得方法が異なるため、集計の対象としていない。

図 1-1-8 生産額(伝産計)の推移(全体)

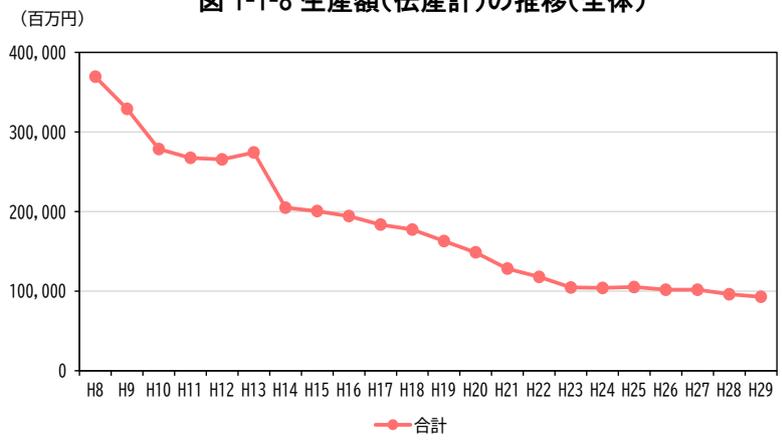
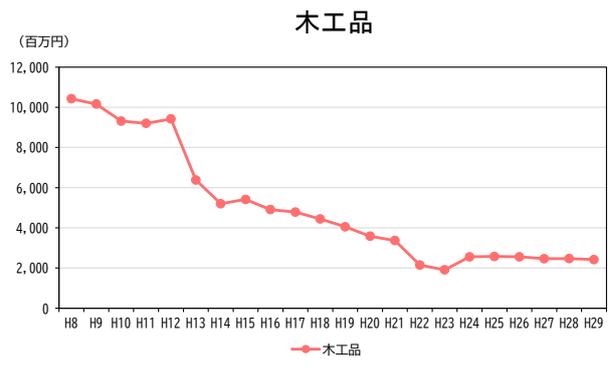
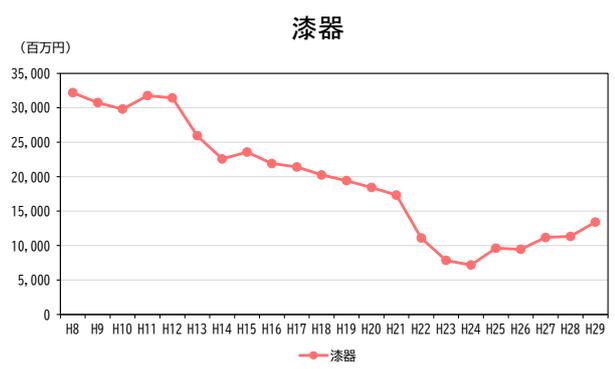
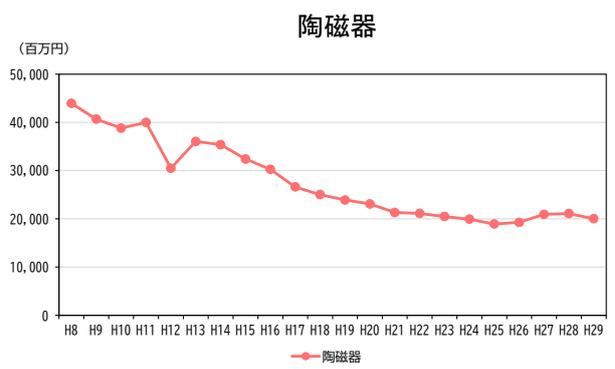
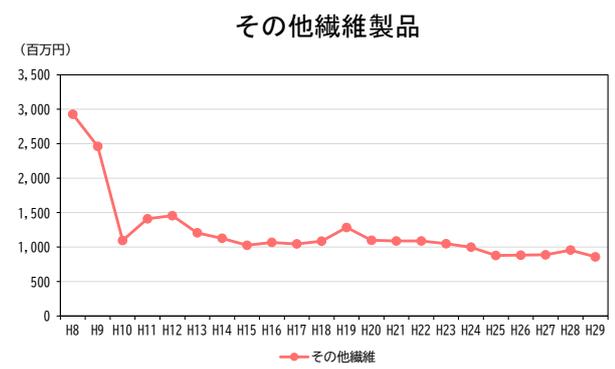
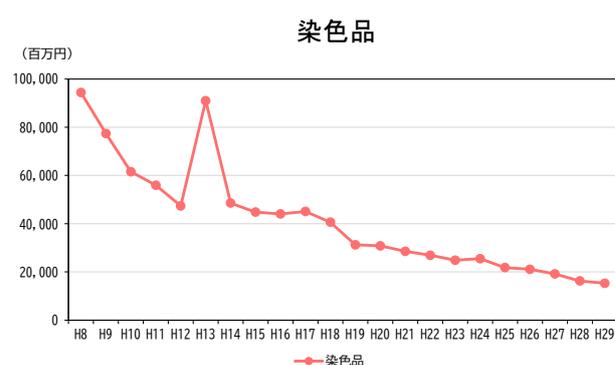
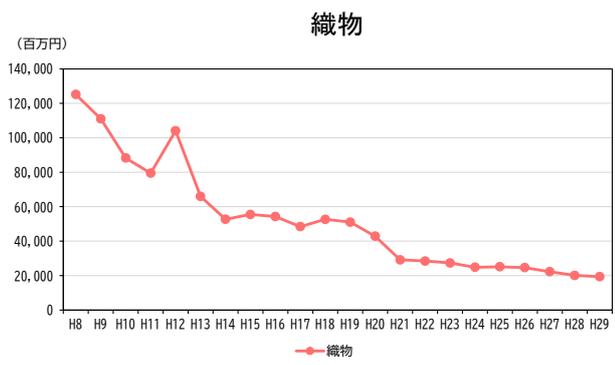
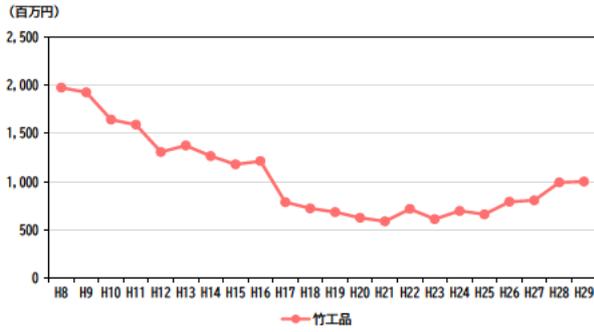


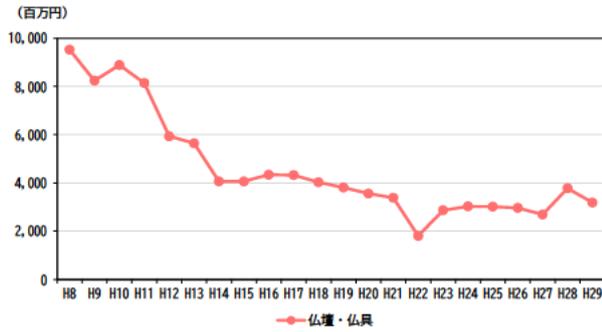
図 1-1-9 業種別の生産額(伝産計)の推移



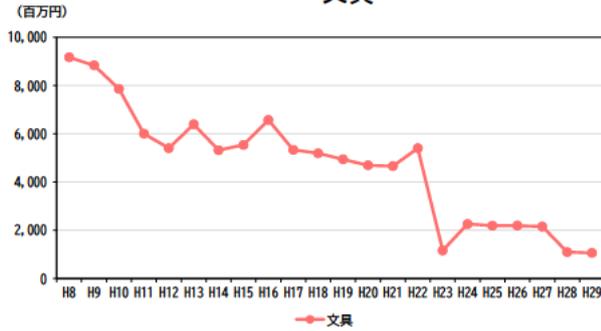
竹工品



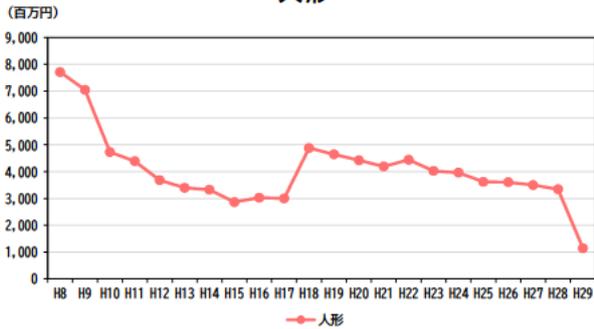
仏壇仏具



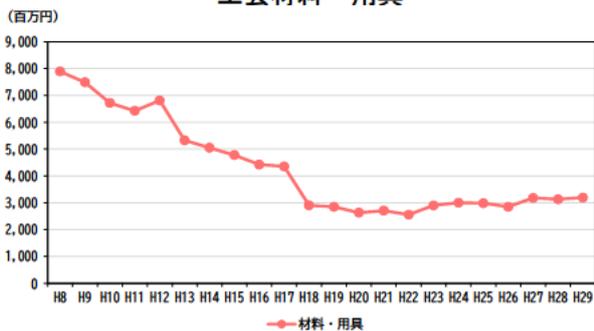
文具



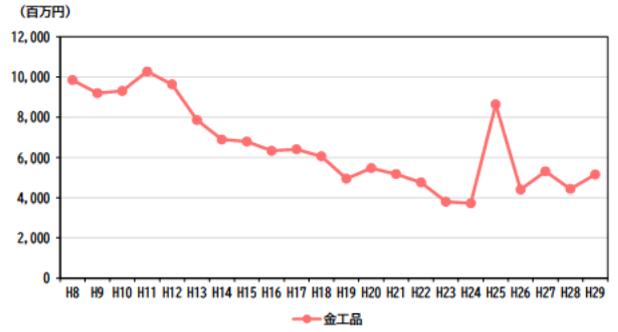
人形



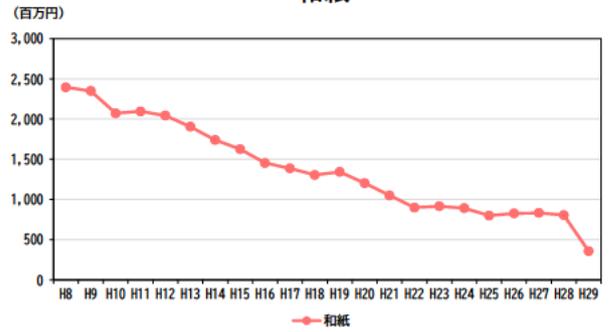
工芸材料・用具



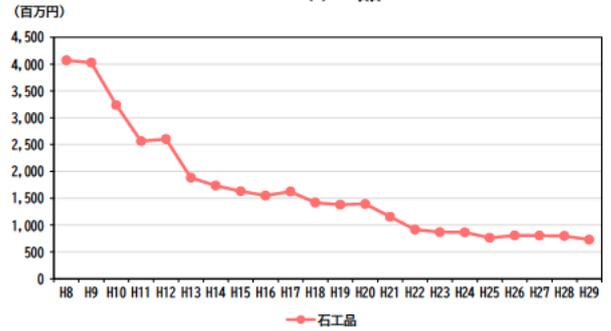
金工品



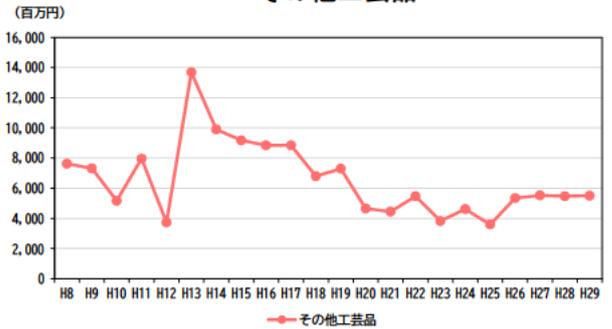
和紙



石工品



その他工芸品



出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより委託事業者が作成
 ※平成30年以降については、生産額のデータ取得方法が異なるため、集計の対象としていない

伝産事業者総生産でも、石工品を除いた業種で、10年前より減少している。[図 1-1-10,図 1-1-11]

図 1-1-10 生産額(伝産事業者総生産)の推移

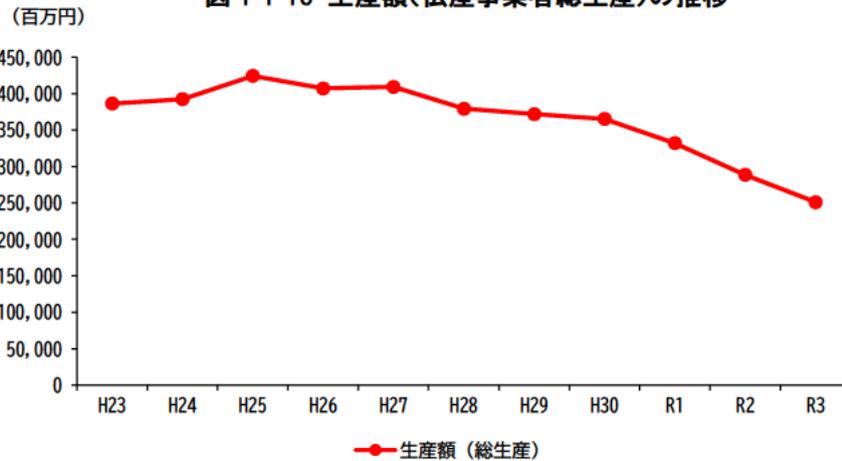
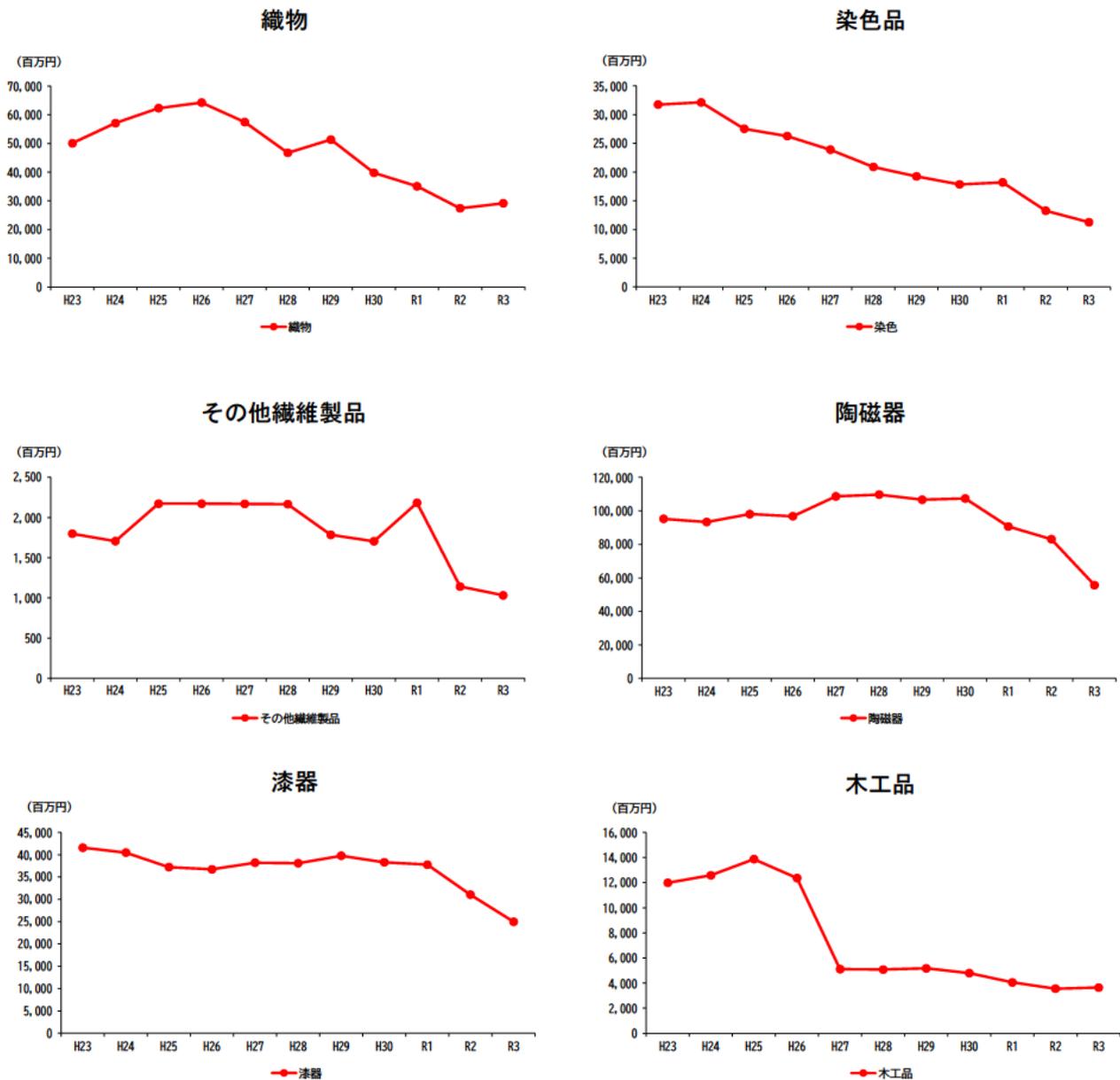
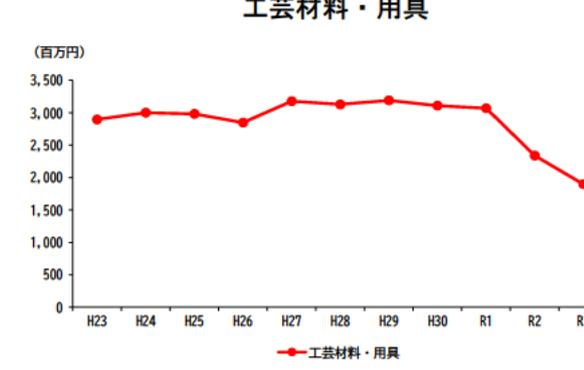
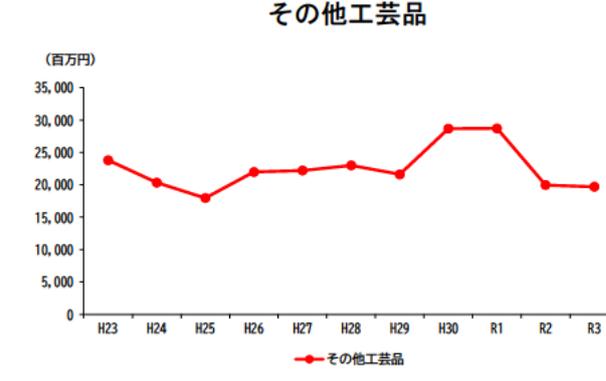
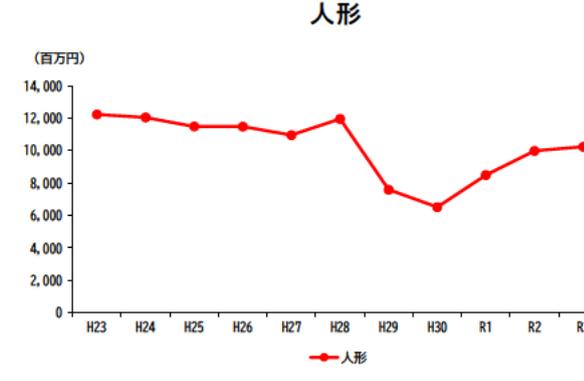
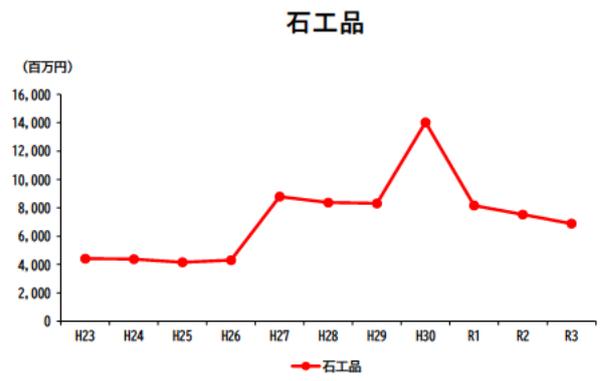
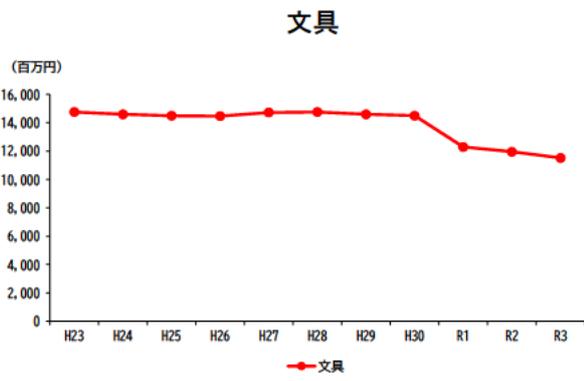
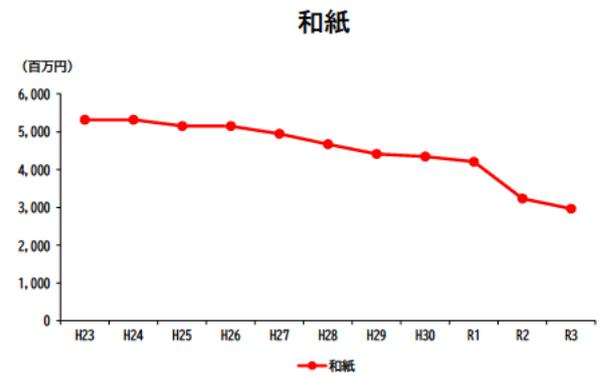
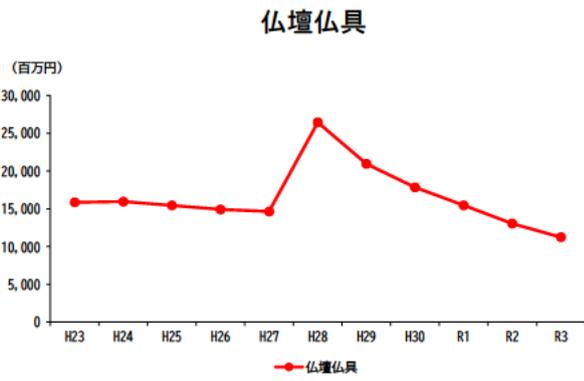
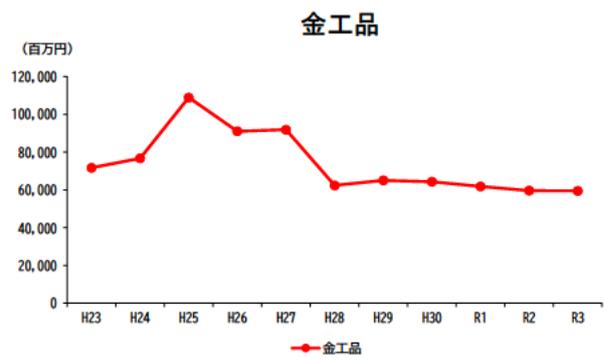
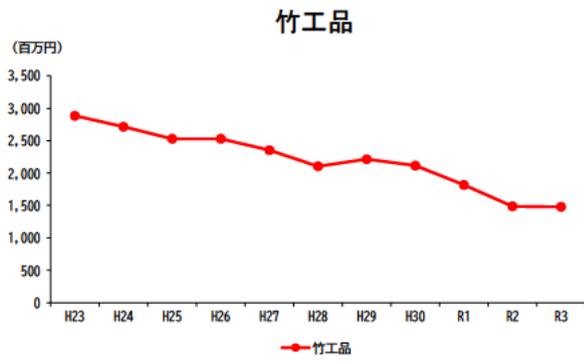


図 1-1-11 業種別の生産額(伝産事業者総生産)の推移(全体)





出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより
委託事業者が作成
※平成30年以降については、生産額のデータ取得方法が異なるため、集計の対象としていない

伝産事業者全体の従業員数は、漸減傾向である。[図 1-1-12, 図 1-1-13]

図 1-1-12 従事者数の推移(全体)

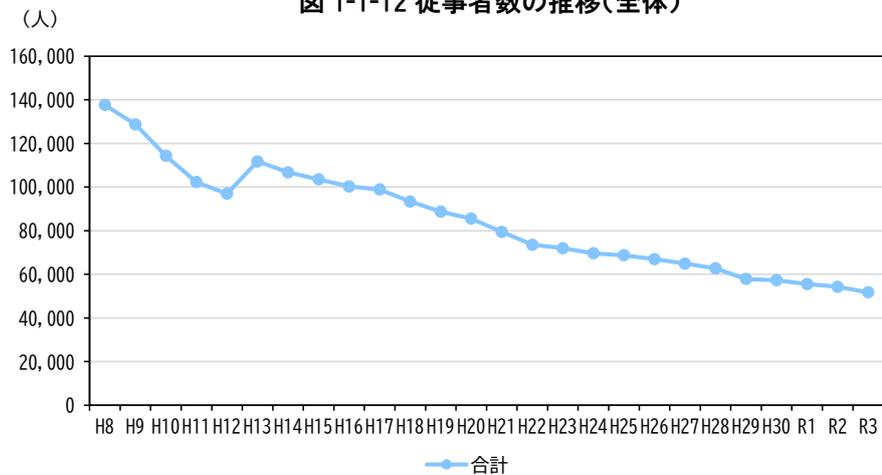
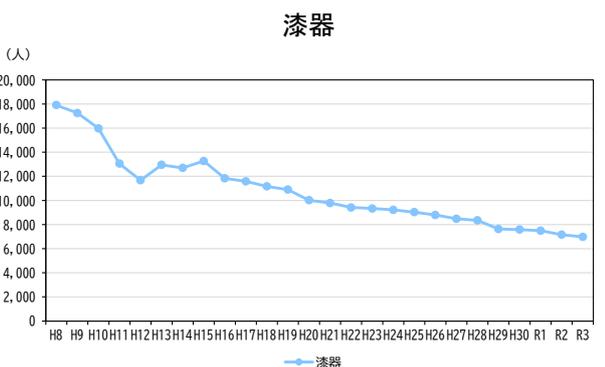
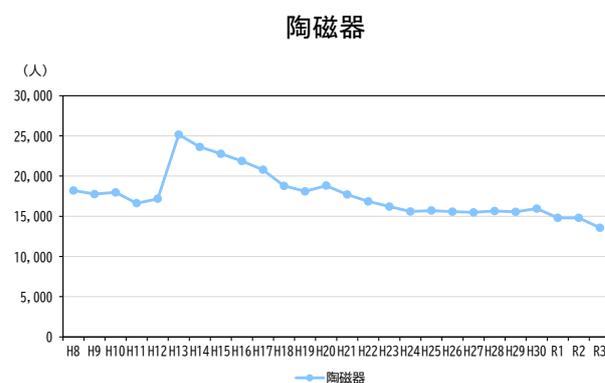
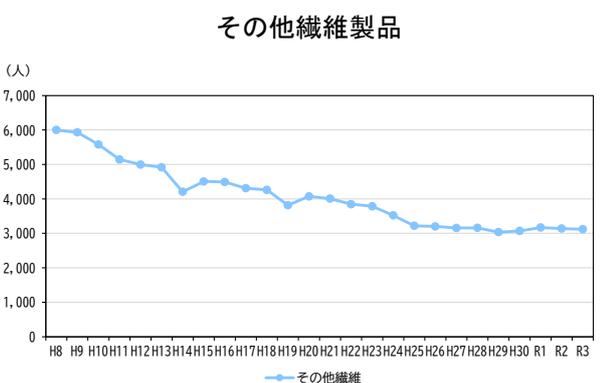
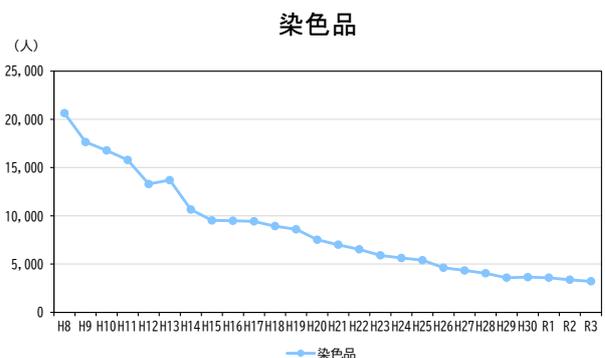
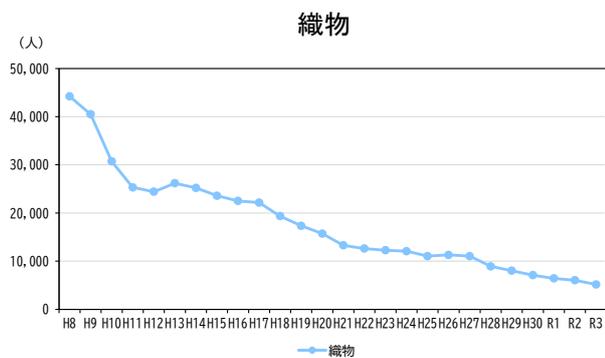
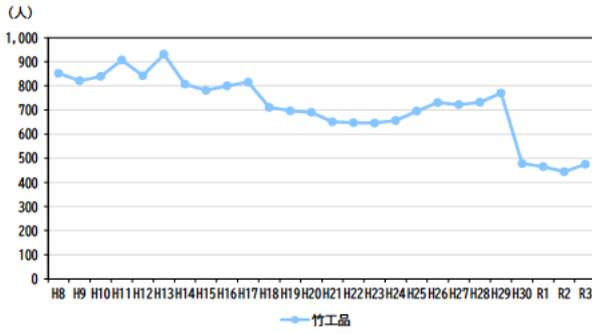


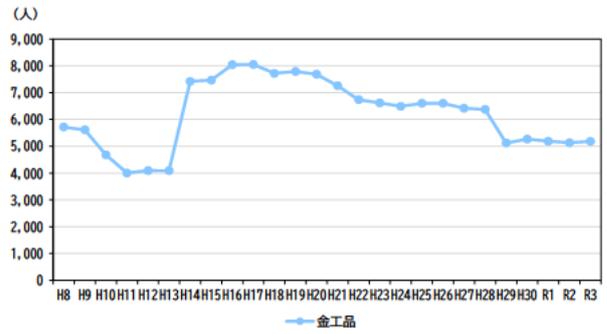
図 1-1-13 業種別の従事者数の推移



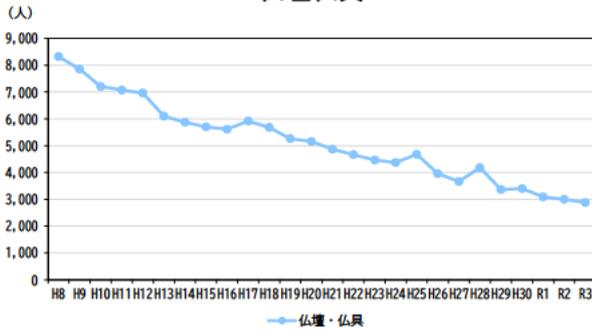
竹工品



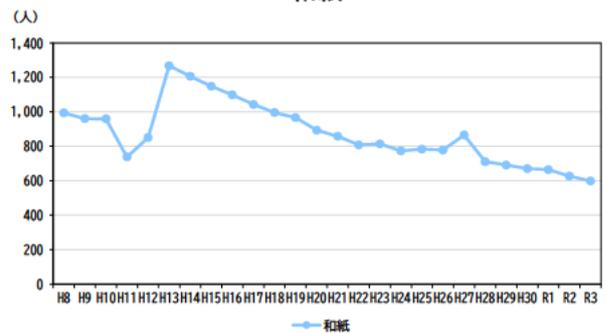
金工品



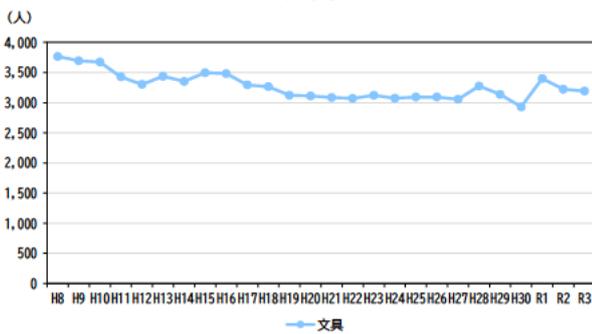
仏壇仏具



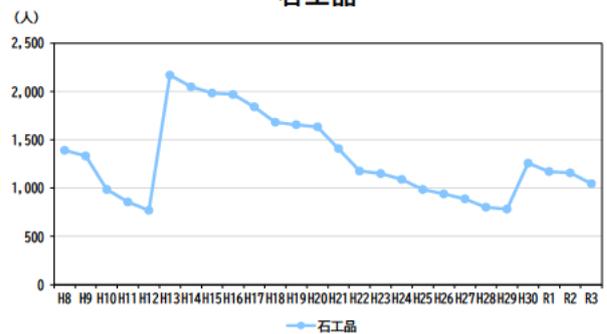
和紙



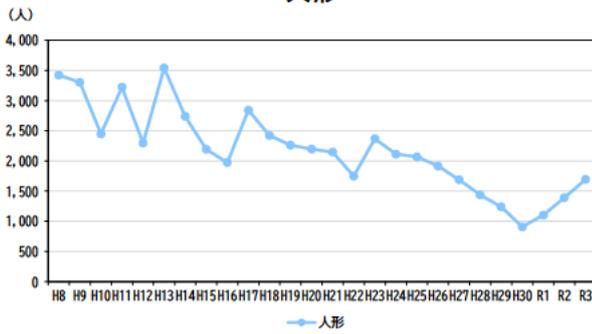
文具



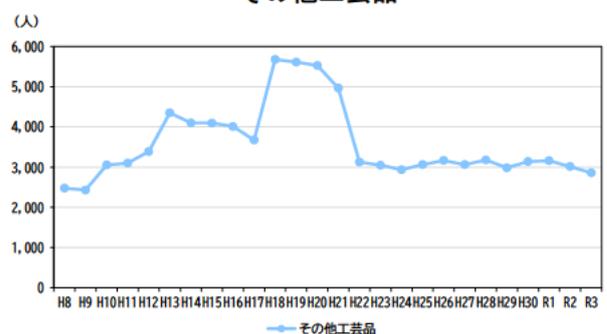
石工品



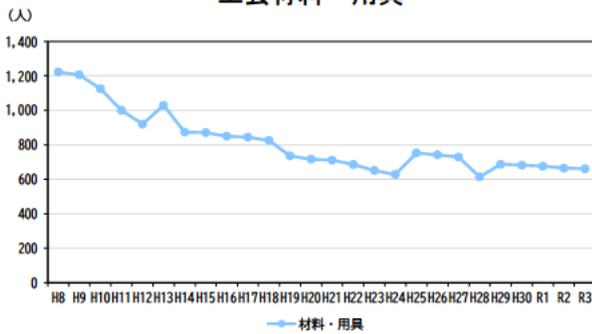
人形



その他工芸品



工芸材料・用具



出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会の集計データより委託事業者が作成
 ※平成30年以降については、生産額のデータ取得方法が異なるため、集計の対象としていない

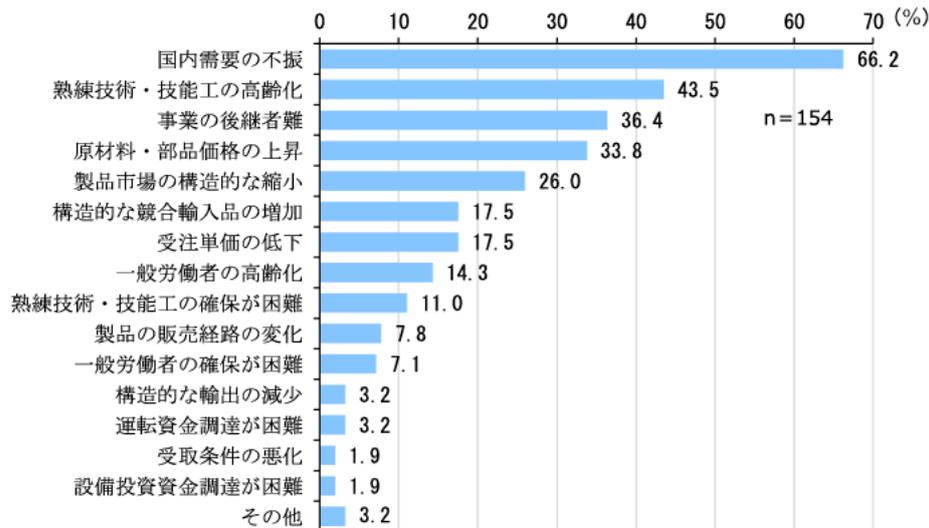
2. 産地の抱える課題

(1) 国内需要の減少

「国内需要の不振」は全国産地の共通課題

「平成 27 年度産地概況調査」の結果によると、産地の抱える課題は、国内需要の不振を挙げた産地が 6 割台半ばを超えて最も多く、次いで、熟練技術・技能工の高齢化、事業の後継者難、原材料・部品価格の上昇の順となっており、いずれも全国の産地が抱える共通の課題といえる。 [図 1-2-1]

図 1-2-1 産地の抱える課題(3 つまで複数回答)



出典：中小企業庁「平成 27 年度産地概況調査結果」 ※同調査をもとに関連 5 業種で再集計を行った¹

出荷水準が最も高かった年代を 100 として、現在の出荷水準をみると、「20 未満」と「20~40 未満」が共に約 3 割、60 未満が 8 割以上を占めており、最盛期に比べて出荷水準の低下が著しい。 [図 1-2-2]

国内需要全体の低迷、ライフスタイルの変化による製品需要の低下、競合輸入品の増加、価格競争力の低下などが、出荷水準低下の背景として挙げられている。 [図 1-2-3]

図 1-2-2 現在の出荷水準(最も高かった年代の出荷水準との比較)

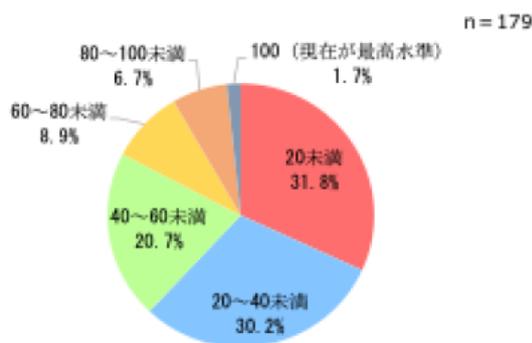
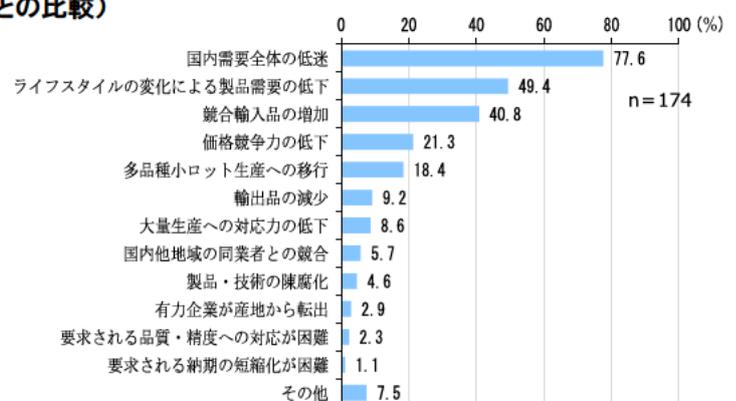


図 1-2-3 出荷水準低下の背景(複数回答)



出典：中小企業庁「平成 27 年度産地概況調査結果」 ※同調査をもとに関連 5 業種で再集計を行った

¹ 上記調査で全国の主要産地の動向分析等を目的に行われたアンケート結果より、同調査対象の業種 7 分類のうち、「食料品」と産地形成時期が比較的新しい「衣服・その他の繊維製品」を除いた 5 業種「繊維」「木工・家具」「窯業・土石」「機械・金属」「雑貨・その他」計 192 産地で再集計を行った。

※同調査報告書において、「産地」とは、「中小企業の存立形態のひとつで、同一の立地条件のもとで同一業種に臆する製品を生産し、市場を広く全国や海外に求めて製品を販売している多数の企業集団」としている。

伝統的工芸品の関連品目について、世帯支出の推移を見ると、1980-90年をピークに、該当品目の支出金額、支出項目全体に占める割合ともに、減少が続いている。[図 1-2-4, 図 1-2-5, 図 1-2-6]

図 1-2-4 1世帯当たりの「和服」支出金額と「被服及び履物」支出金額全体に占める割合の推移

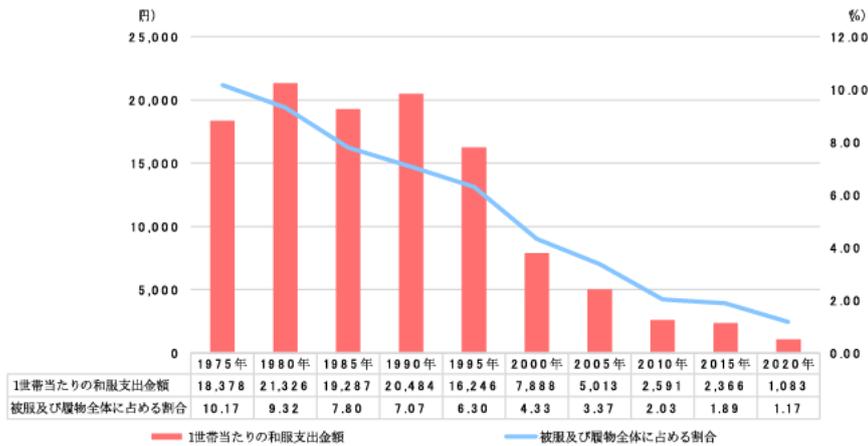


図 1-2-5 1世帯当たりの「たんす・食器戸棚」支出金額と「一般家具」支出金額全体に占める割合の推移

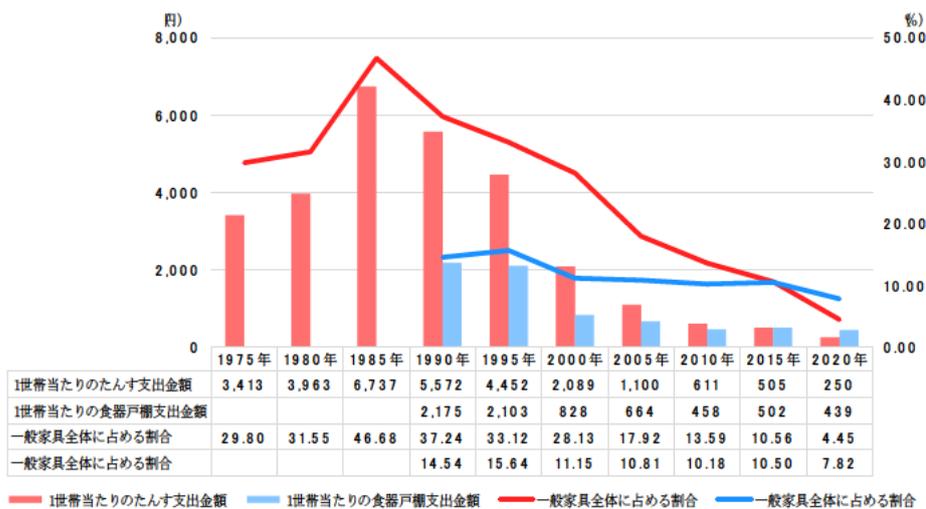
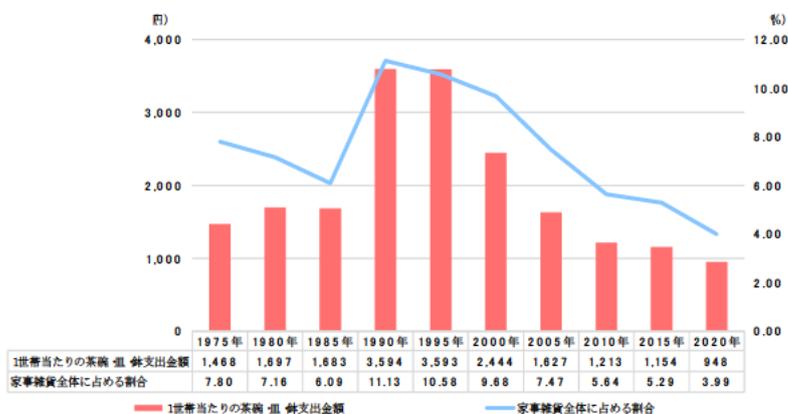


図 1-2-6 1世帯当たりの「茶碗・皿・鉢」支出金額と「家事雑貨」支出金額全体に占める割合の推移



出典：昭和 50 年（1975）から令和 2 年（2020）の「家計調査」（総務省統計局）を参照し受託事業者が作成した

新しい需要への対応、販路開拓など時代の変化への対応が難しい

小規模事業者が多く（従業員 5 人以下の企業が約 7 割を占める：平成 27 年度時点 [図 1-2-7]）、新しい市場や流通形態などに対応できない産地、事業者が多い。また、今後の重点的な対応策として、製品の高付加価値化、販路の新規開拓、後継者育成、新製品開発・新分野進出などがあげられているが、顧客ニーズ把握のための取組は「行っていない」産地も多く（ともに平成 27 年時点）品目の市場特性や産地の発信力などによる必要な対応が違ってくことも、取組が難しい要因となっていると思われる [図 1-2-8]

また、「顧客ニーズを把握するための取組は行っていない」と（45.7%）企業が多い。[図 1-2-9] 産地及び産地企業の今後の重点的対応としては、「製品の高付加価値化」「販路の新規開拓」が約半数と多くっており、次いで「後継者育成」が 4 割強で、調査時点（平成 27 年度）から産地共通の課題であることがわかる。

[図 1-2-10]

図 1-2-7 従業員規模別企業数

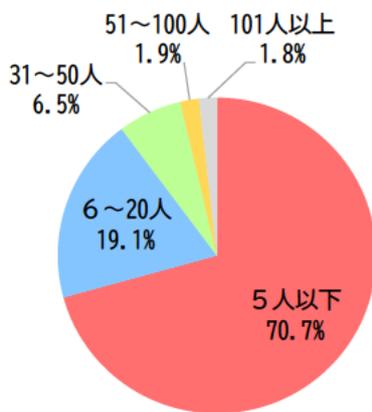


図 1-2-8 産地及び産地企業の重点的対応(複数回答)

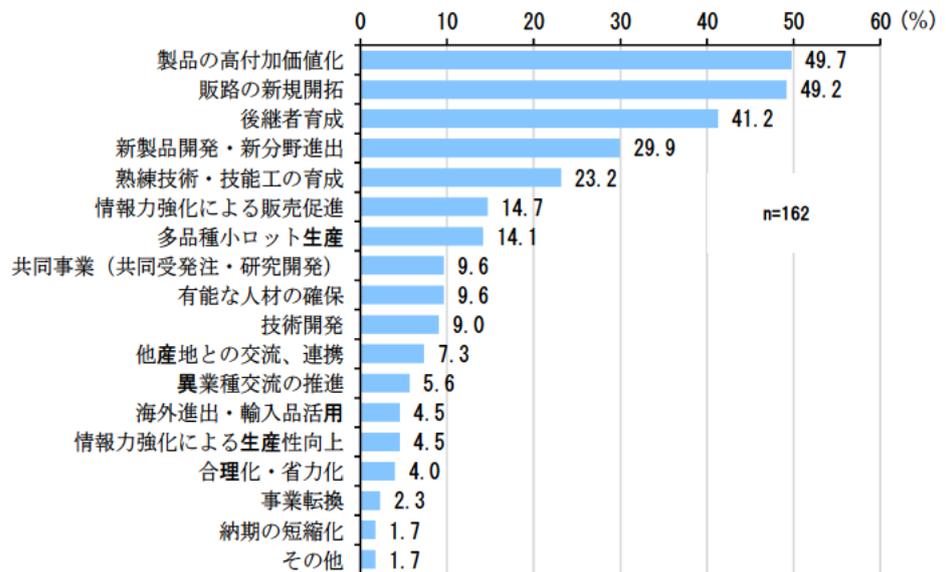


図 1-2-9 顧客ニーズ把握のための取組(複数回答)

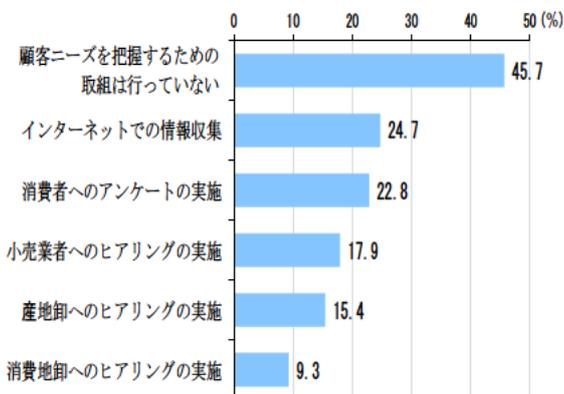
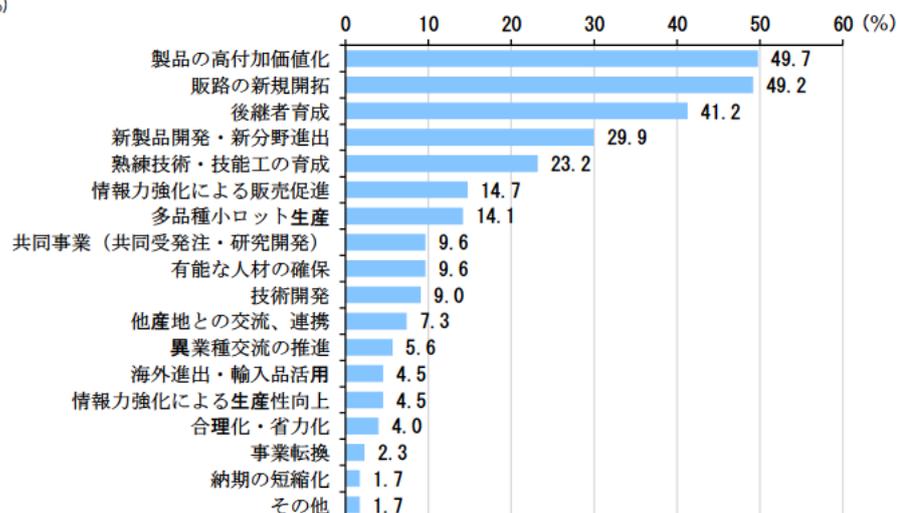


図 1-2-10 産地及び産地企業の今後の重点的対応(複数回答)



出典：中小企業庁「平成 27 年度産地概況調査結果」 ※同調査をもとに関連 5 業種で再集計を行った

長野県産業労働部が、県内の伝統的工芸品産業事業者を対象に、令和4年度に実施した「伝統的工芸品産業実態調査」¹の結果取りまとめでは、販路関係や製品づくりについて、以下の課題があげられている。

- ・生活様式の変化等により、消費者ニーズや社会情勢の変化に対応できていない。
- ・作り手は販売よりも制作に集中し、販路や販売価格等は卸業者任せきりになるなど、経営的な視点が不足しがちである。
- ・伝統的技術を活用した新たな製品づくりを進める必要がある。
- ・産地以外の他業種と連携した新たな取組みを強化していく必要がある。

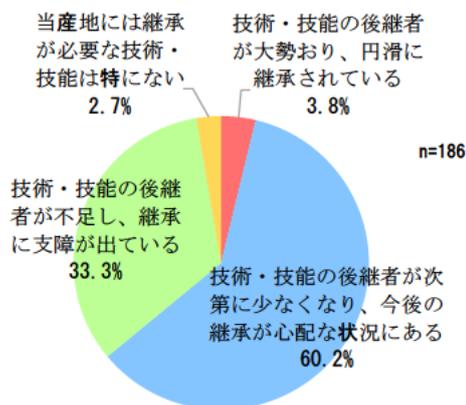
各産地において伝統工芸を持続させ、後世への技術継承を実施していくためには、海外も視野に入れた需要創出・拡大への取組がますます重要となっている。

¹ 「伝統的工芸品産業実態調査」において、産地訪問での聞き取り調査を行った結果による。

(2) 技術・技能の継承、後継者不足

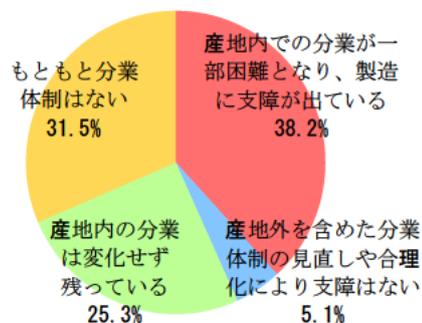
「平成 27 年度産地概況調査」の結果によると、「技術・技能の後継者が不足し、継承に支障が出ている」が 3 割以上で、「技術・技能の後継者が次第に少なくなり、今後の継承が心配な状況にある」を加えると、9 割以上の産地において、技術・技能の継承が難しくなっていることがわかる（平成 27 年時点）。[図 1-2-11]

図 1-2-11 産地の技術・技能の継承状況



また、企業間の分業体制について、「分業体制が一部困難」となっている産地が 3 割台半ば（平成 27 年時点）であり、現在はよりその割合が増加していることが考えられ、受注生産によって継承されてきた技術、分業体制で担い手が少ない工程に目を向けることが必要となっている。[図 1-2-12]

図 1-2-12 企業間の分業体制の5年前との比較



出典：中小企業庁「平成 27 年度産地概況調査結果」 ※同調査をもとに関連 5 業種で再集計を行った

技術の継承等に関する状況に関する産地関係者の声

- ・業界が厳しい中、後継者と技術の継承に使える資金が有ればと思う。工芸品は多様な技術の集積なので供給の鎖が切れると伝統工芸品の認定を受けることの出来る製品が生産出来なくなる。
- ・機織り職人をはじめ、整経、染色、製図など全ての工程の職人育成が大変な状況になっている。人材育成、資金不足など非常に厳しい状況。
- ・原料屋や道具屋が後継者不足なので、それらが無くなった場合には技術の伝承が大変困難になる。

（伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」結果より）

3. 伝統的工芸品の原材料・道具等の不足に関する現状

(1) 入手が困難な原材料、道具等の状況

以下は、伝産協会が、全国産地の伝統的工芸品製造協同組合を対象に、令和5年6月～11月に実施した「原材料、製造用具等に関する調査」を取りまとめた結果である。回答結果（記述式）で、（入手困難・今後入手困難になると思われる）原材料、道具の記述があったものは、原材料では全体の約9割超、道具では約7割超であり、多くの産地で対応が必要となっていることがわかる。業種別でも、ほとんどの業種で同様の傾向である。

入手が困難の主な理由としては、原材料では、「価格高騰」に関する記述が2件に1件近くと最も多く、「生産者の不在」が4割弱、「原材料の枯渇」が2割台半ばであった。一方、道具では、「生産者の不在」が過半数を占めている。

「原材料、製造用具等に関する調査」記述の集計結果

業種	種別	アンケート回答数	該当回答数 (%)	入手が困難の主な理由（複数該当あり）			
				生産者の不在 (%)	価格高騰(%)	原材料の枯渇(%)	その他(%)
全体	原材料	222	202 (91.0)	85 (38.3)	103 (46.4)	57 (25.7)	23 (10.4)
	道具		160 (72.1)	126 (56.8)	26 (11.7)	8 (3.6)	19 (8.6)
織物	原材料	36	31 (86.1)	13 (36.1)	20 (55.6)	3 (8.3)	0 (0.0)
	道具		31 (86.1)	30 (83.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.8)
染色品	原材料	12	12 (100.0)	9 (75.0)	7 (58.3)	0 (0.0)	1 (8.3)
	道具		10 (83.3)	9 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (25.0)
その他繊維製品	原材料	5	5 (100.0)	3 (60.0)	2 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	道具		5 (100.0)	5 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
陶磁器	原材料	33	28 (84.8)	6 (18.2)	11 (33.3)	13 (39.4)	7 (21.2)
	道具		21 (63.6)	11 (33.3)	8 (24.2)	1 (3.0)	3 (9.1)
漆器	原材料	19	18 (94.7)	8 (42.1)	13 (68.4)	4 (21.1)	0 (0.0)
	道具		15 (78.9)	9 (47.4)	5 (26.3)	0 (0.0)	3 (15.8)
木工品	原材料	25	24 (96.0)	9 (36.0)	14 (56.0)	15 (60.0)	1 (4.0)
	道具		14 (56.0)	10 (40.0)	2 (8.0)	0 (0.0)	2 (8.0)
竹工品	原材料	8	7 (87.5)	5 (62.5)	0 (0.0)	2 (25.0)	0 (0.0)
	道具		5 (62.5)	5 (62.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
金工品	原材料	14	12 (85.7)	3 (21.4)	7 (50.0)	3 (21.4)	1 (7.1)
	道具		11 (78.6)	9 (64.3)	1 (7.1)	3 (21.4)	2 (14.3)
仏壇・仏具	原材料	14	13 (92.9)	2 (14.3)	14 (100.0)	4 (28.6)	5 (35.7)
	道具		10 (71.4)	7 (50.0)	2 (14.3)	0 (0.0)	2 (14.3)
和紙	原材料	9	8 (88.9)	2 (22.2)	4 (44.4)	0 (0.0)	2 (22.2)
	道具		7 (77.8)	6 (66.7)	0 (0.0)	1 (11.1)	0 (0.0)
文具	原材料	9	9 (100.0)	5 (55.6)	4 (44.4)	2 (22.2)	3 (33.3)
	道具		7 (77.8)	4 (44.4)	3 (33.3)	1 (11.1)	1 (11.1)
石工品・貴石細工	原材料	4	2 (50.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	0 (0.0)
	道具		3 (75.0)	1 (25.0)	2 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
人形・こけし	原材料	11	11 (100.0)	7 (63.6)	3 (27.3)	4 (36.4)	0 (0.0)
	道具		9 (81.8)	9 (81.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (9.1)
その他の工芸品	原材料	21	20 (95.2)	10 (47.6)	3 (14.3)	6 (28.6)	3 (14.3)
	道具		10 (47.6)	9 (42.9)	2 (9.5)	1 (4.8)	1 (4.8)
工芸材料・工芸用具	原材料	2	2 (100.0)	2 (100.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	道具		2 (100.0)	2 (100.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)

以下は、入手困難・今後入手困難になると思われる原材料・道具について、記述内容を分類し取りまとめたものになる。記載のあった原材料、道具の種類は多岐にわたっている。

入手困難・今後入手困難になると思われる原材料・道具（記述のあった品目上位5位）

業種	種別	内容
織物	原材料	生糸（絹糸）【16件】、染料【9件】 綿糸（真綿の紬糸）、苧麻糸【各4件】、綿（真綿）【3件】 大麻（麻）、すくも、繭、しなの木【各2件】ほか
	道具	織機【21件】、箆【14件】、綜統【8件】、織機の部品【7件】 アゼ、フワリ【各2件】ほか
染色品	原材料	染料【8件】、糊【6件】、白生地（絹織物、絹）【4件】、生糸（絹糸）【3件】、助剤（染色助剤）【2件】ほか
	道具	刷毛【7件】 筆、伸子【各4件】、先金【2件】ほか
その他繊維製品	原材料	絹糸【4件】 こはぜ、絹生地（帯地、着尺）、金属糸、染料【各1件】
	道具	刺繍針、組紐台（組台）【各2件】 特殊ミン（爪ミン等）、刃型、足袋の型、組玉、おもりの一式【各1件】
陶磁器	原材料	土（陶土、原土、粘土、陶磁器土）【23件】、釉薬【12件】、ベタライト【4件】、陶石（天草陶石）【3件】 炭（黒炭）、薪（アカマツ、松割木）【各2件】ほか
	道具	筆【10件】、ろくろ【5件】、へら（竹べら）【4件】、窯【3件】 金、薪（松割木）、燃料、土練機【各2件】ほか
漆器	原材料	木材【13件】、漆【12件】、木地（盆、椀）【6件】、金（金箔）【4件】ほか
	道具	刷毛【9件】、蒔絵筆（筆）【7件】、カンナ（沈金カンナ）【5件】 へら、木工機械類、刃物、炭【各1件】
木工品	原材料	木材【27件】、金具【5件】、漆【4件】 樹皮（山桜、樺桜、山ブドウ）、竹（真竹、輪竹）【各3件】、との粉【2件】ほか
	道具	カンナ【5件】、ノコギリ（ゼンマイノコ）【3件】 うづくり、ノミ【各2件】ほか
竹工品	原材料	竹（淡竹、すず竹）【7件】 手漉き色和紙、エゴノキ、籐、櫛（はぜ）【各1件】
	道具	刃物、ノコギリ、ヤスリ、キリ、包丁、機械類など【各1件】
金工品	原材料	金属【18件】 粘土、砂（川砂）、炭（松炭）【各2件】 石油由来材料、口金、接合材、柄材【各1件】
	道具	鑄（やすり）【4件】、ベルトハンマー（スプリングハンマー）【3件】 クゴ、耐火レンガ、天然砥石、鉋台（かんなだい）、煤竹、簞【各1件】
仏壇・仏具	原材料	金属【29件】、木材【16件】、漆【4件】、塗料【3件】 木地、下地（樹脂下地）、薬品（化学薬品）、ニカワ【各2件】ほか
	道具	タガネ、刷毛（漆刷毛、人毛の刷毛）【各6件】、蒔絵筆【5件】 砥石、鉋（カンナ）、ノミ、彫刻刀、機械、塗装関連、プース、コンプレッサー、木槌、ヤスリ【各1件】
和紙	原材料	楮（コウゾ）【8件】 三椋（ミツマタ）、雁皮（ガンビ）【各3件】 トロロアオイ、パルプ、銅箔、真鍮箔【各1件】
	道具	簀（竹簀）【6件】、桁【5件】、竹ひご【2件】 刷毛、ブラシ（馬の立髪）、ローラー（木製）、ピンセット【各1件】
文具	原材料	イタチ毛【3件】 煤（すす）、竹、石材【各2件】 桁材料、膠（にかわ）、香料、漆、桐箱、ツゲの木、オノオレカンバ、羊毛【各1件】
	道具	墨の木型、ノミ【各2件】 石、半紙、画仙紙、書道用品全般、金櫛、焼コテ、火のし【各1件】
石工品・貫石細工	原材料	石材（末待石）【2件】
	道具	具体的な道具名の記載なし
人形・こけし	原材料	木材【8件】、織物【5件】、糸（ポリ糸、レーヨン糸）【3件】、木毛（もくもう）【2件】ほか
	道具	筆（面相筆）【4件】、バンガキ（バンカキ）【2件】ほか
その他の工芸品	原材料	木材【11件】、和紙（鳥の子紙、越前奉書紙）【5件】 竹（真竹）、動物の皮（犬皮、猫皮、鹿革）、タイマイ（ベッコウ）【各3件】 竹ひご、象牙【各2件】ほか
	道具	刃物類（カンナ類、のみ類、ナタ、切り出し）【4件】 刷毛、やすり（木やすり）【各2件】ほか
工芸材料・工芸用具	原材料	和紙（名塩雁皮紙、岡山横野三椋紙、福井今立澄打紙）【4件】 柿渋、絹紗、薬、金【各1件】
	道具	刷毛、軟質ゴムローラー、鋼材、竹（高野竹・メダケ）、鹿革、牛皮、箔打ち機械【各1件】

(2) 原材料、道具に関する課題と対応例

産地組合等へのアンケートにおいて、回答票の記述内容から、入手困難・今後入手困難になると思われる原材料・道具について、課題とその対策について整理したものが以下である。

産地における栽培用地確保と栽培、産地連携による共同調達、代替物の開発等に関する調査・研究や情報収集をはじめ、生産者・製造者の育成、数年分の備蓄を行うなど、原材料や道具の特性によっても課題や対応が異なってくる。産地における栽培用地の確保や自家栽培保に取り組むケースも報告されているが、マンパワーと財源などの面で限界があり、ボランティアの協力に対応しているケースもあるなど、持続可能な取組を行うには、行政からの支援が必要である。また、漆などは植栽を始めてから採取ができるまでに12～15年を要することなどから、産地として、複数の対策を並行して行う必要がある。

【原材料】

業種	原材料に関する課題	対策等
織物	原材料であるからむしの栽培については、生産技術保存協会で担っているが、会員が高齢化になりつつある。	現在は、織物体験生のOGが引き継ぐ傾向にあるが、収入面での課題がある。からむしの収穫時期に集中的に休まなくてはならない事から、定職に就くよりもアルバイト等をしなが、作業に従事している。
織物	原材料のうち、現在、主に使用されているオヒョウは地元では少なくなってしまった。近年はエゾシカによる苗木の食害が問題となっている。	森林管理局と都道府県が協力して、近隣の国有林や都道府県所有の公有林から2年単位で交代し、調達できる仕組みをつくっている。産地でもオヒョウの苗木を育て山林内に移植する取組を行っている。
陶磁器	陶器の原料が採れる山が国の史跡に指定されてしまっているため、定期的な採掘ができなくなっている。	陶土の定期的な採掘ができないか組合で関係各所とのすり合わせを行っているが、なかなか難しい。
漆器	域内に有った木地製造業社が廃業して5年以上になり、近郊の木地屋さんも高齢化が進み、かなり苦境に立たされている。	大規模に木地製造を行っている各産地に依頼していく予定だが、数量、材質などで課題あり。
漆器	国産漆の不足は、全国的に大きな問題となっている。国産漆が不足すると、入手困難・価格高騰等更に職人が入手することが難しくなり、生産に大きく支障が出ると思われる。	地元でウルシ木を植栽しているが、マンパワー及び財源確保には限度がある。植栽後、漆採取まで12～15年を要し、その間の管理経費が採取した漆の価格を上回ると予測される。
木工品	原材料であるカツラやクルミなどの広葉樹の大径木が地元の山林では少なくなっていることから、原材料の確保が難しくなっている。	域内の企業有林の間伐時に出る広葉樹の中から、当品目に適した用材を斡旋してもらっているほか、種から育てた苗木を山林に移植する取組をしている。近年はエゾシカによる苗木の食害が問題となっている。
木工品	自生している山桜は多く見られるが、樹皮を採取する職人が減少。7月～9月までの短期稼働で農業（米作）にたずさわる人が関わってきたが、後継者が育っていない。	不足している山桜の樹皮は東北地域より採取。職人が入山し補っている。対策として、林業関係者等に呼びかけたり、活動したりしているが定着しない。
竹工品	原材料であるエゴノキを伐採・販売する人が12年前に絶え、伐採を林業関係者に委託するにも、伐採量と手間が合わずそもそも断られることが多く、里山に親しむ人が減った今、原材料の持続可能な確保が厳しい現状が続いている。	エゴノキプロジェクトという任意団体と有志のボランティアによっての原材料確保が行われている。
竹工品	良質の淡竹の確保が年々困難となってきている。竹を切ってくれていた職人さんが高齢化されたり跡継ぎがいなかったりで、最近では我々茶筌師が自ら比較的近隣の竹藪に入り竹を選別したうえで切ることも増えてきている。	日本中に範囲を広げて良質の淡竹の情報を集めていく必要がある。

業種	原材料に関する課題	対策等
金工品	銅は今のところ入手状況は良いが、価格がかなり高くなっており、銅をたくさん使うところは経費が膨れている。	将来を見越して1年後、2年後に使う分も随時前倒しに補充している。数年前から組合でも共同購入すべきではとの話は出ていたが、現状は各事業所で購入。
和紙	楮を栽培している方が高齢なので、一斉に辞められると困る。三椏・雁皮に関しては、国内産を安定的に仕入れられる取引先を開拓の必要性がある。トロアオイも出来不出来により収穫量が安定しないため調整が難しい。	数年前から楮の新規栽培者に対して、行政が補助を行っている。
文具	細筆製作に最も重要なイタチ毛は中国産だが、日に日に高騰しこの原料を使用して細筆を造ればとても一般の消費者に販売することができない限度にまできている。原因は、イタチは中国に多数存在するが、捕獲する人材が減少していることによる。	イタチ毛の代替材料を模索中だが、ナイロン毛を使用すると伝統的工芸品ではないという欠点に阻まれている。
石工品・貴石細工	工芸品に使える材料調達も、採石場の減少や、安価な海外品使用に押されて、当品目の制作・普及に障害を及ぼすことが見込まれる。	認定を受けている材料と同程度の品質の石材が使用できるよう拡大したい。
人形・こけし	材料である「ミズキ」材の入手が難しくなっている。県内の業者様に多く声をかけているが、なかなか手に入らず、現状は他県の人形屋さんから仕入れている。	今後「ミズキ」材を伐採してくれる業者がいなくなる問題と「ミズキ」材がなくなる可能性がある為、植樹活動を進めていきたい。
人形・こけし	当品目に最も適しており価格も安価なため、業界で昔から長く利用してきた粘土の生産者が、高齢化により廃業するとの通知があった。	組合では備蓄を始めているが、年数がたつと乾いて固くなるため備蓄するには限度がある。5年程前から企業団体と連携して研究を進めてきた。近年、対象となる土が見つかり、調査している。
その他の工芸品	中級品～高級品の材料である国産黄楊材の産地が2地域に限られており、それぞれ高齢化や携わる方々の減少をうかがっており、今後の安定供給に不安がある。最高級品に使用する黄楊材は各産地又は職人、製作を依頼する個人で取り合いになっている。	過去には外国材でタイ産の黄楊（シャム黄楊）が費用対効果の非常に高い材料だったが輸入禁止となり、代替品は用意したものの同等のものとは言い難い現状がある。
その他の工芸品	ワシントン条約の影響で原材料、製品の双方とも輸出入ができない。	石垣島でタイマイの養殖事業を行っているが、経営に非常に大きなコストがかかり、強力な支援を必要としている。

【道具】

業種/対象	道具に関する課題	対策等
織物	織機メーカーが減少し、現在は古い織機を修理しながら動かしている。必要な部品は、廃業した組合員の織機から調達している。また、シャトルをはじめ、道具類についても枯渇化しており、中古品の使いまわしなどでしのいでいる。当品目の特徴は完全な分業制を敷いていることだが、製織の前工程のそれぞれの段階でも道具類の枯渇や事業者の廃業による後継者不足が大きな問題となっている。	行政主導の下、域内の3つの産地組合が連携した組織を立ち上げ、道具類の共同調達などの対応策を検討している。また、当地域を含む3産地で組織する「全日本帯地連盟」でも連携して対応を検討することとしている。
織物	道具の製造業者の減少により道具の調達に苦心している。また古い機器では部品の製造をしていないため今後に不安がある。	小さな部材について3Dプリンターにて発注を試みている。
陶磁器	60年近く供給して頂いた陶筆専門の方が亡くなられ、後継者もなく、しばらく仕入れが途絶えていた。他産地でも同じ悩みを抱えており、産地として取り組まなければ	筆は他業者の代替品を使用しているが、同じ材質、品質のものが出来ていない。

業種/対象	道具に関する課題	対策等
	ならない懸案事項となっている。その他、成形には欠かせないカナ、ヘラの業者も当地域では1軒のみで数年後に廃業されることになっており、その後継者もなく懸念されている。	
漆器	木地師の道具（刃物）が入手しにくくなっている。	組合単位などで購入し、少量でも入手できるか検討する必要がある。
漆器	昔ながらの道具は今後安定的に購入できるか分からないものもある。	代替道具を常に研究している。
竹工品	主要な用具である刃物は現在持っているものがあるが、形状等が特殊なため入手の確保が難しくなりそう。	今後新しく作れるか試作をお願いしている。
金工品	着色に使用する刷毛の材料である植物の「クゴ」は、域内の河川に自生していたものが、景観保全の草刈りや流量保全のための中州の除去などで激減した。	より遠隔地に自生地を探していく。
人形・こけし	人形の素材の内、陶器の頭は成型が容易な石膏に代わり、シリコンの型の職人しか残っていない。最後の陶器の型職人は90歳を超えてしまっで技術は風前の灯。	現在若い職人と共に陶器の型を作る技術、技法の継承を試みており、試作を積み重ねながら完成度を上げて製品化を目指している。
その他の工芸品	ガラスを溶融する坩堝(猫つぼ)の生産企業が減少し、この坩堝を成型する職人が少なくなってきた。	代替品はタイ、インドで生産が行われているが、品質の点で問題がある。
工芸材料・工芸用具	渋塗用刷毛、紗張り用軟質ゴムローラーなど製造業者がなくなった。	用具類は引退した職人の物を組合として譲り受け、若手に渡しているが、その受け渡しがいかにうまくいかなかったりすることもある。

原材料・用具の確保対応の重要性

総務省「令和4年度伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」（以下、総務省調査）結果報告書の「産地における原材料・用具等の不足に関する現状」¹に関する考察では、用途によっては特定の原材料の使用が不可欠であり、他の原材料・用具等では代替できないものもあり、その確保は伝統工芸の維持・存続を図る上で重要であるとの問題意識のもと、産地における原材料・用具等の不足に関する背景事情等（課題）について、以下のように整理されている。

- ・ 原材料となる農産物の生産作業が重労働である割に収益性が低く、生計が立つほどの収入が得られないこと
- ・ 伝統工芸品の需要低迷により、用具の需要も低迷し、製造の継続が困難なおそれがあること
- ・ 原材料生産等への従事者が減少し、今いる従事者も高齢化しており、後継者も確保されていないこと
- ・ 伝統工芸品の需要の減少に伴い一製造事業者が必要とする原材料の量も減少する中、少量での発注を原材料生産者等が受けてくれないこと
- ・ 他の用途による需要が拡大したことにより価格が高騰する等し、入手が困難になるおそれがあること

原材料や用具によっては入手困難なものが見られる状況において、現状の伝統的工芸品の指定要件の範囲内で新しい技術や素材を試みるのが難しいものがあるなど問題も報告されており、実態の把握と対策が求められている。

¹ 総務省「令和4年度伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」P54「4 伝統工芸を取り巻く現況と課題 (4)原材料・用具等の確保に向けた取組」

4. 課題解決に向けた体制づくり

(1) 産地・事業者の取組体制に関する課題

産地存続の不安

伝産協会が行ったアンケートでも、事業者が担い手となる人材の確保にあたっての課題として、原材料高騰による人件費へのしわ寄せもあり、人材の新規雇用はできない、産地存続の不安が大きく、後継者育成にも躊躇してしまうといった声があった。

産地存続の不安に関する意見

- ・後継者問題、消費税インボイス対応、業界商慣行の問題など、様々な課題を抱えており、将来にわたって持続可能な産地づくりの道は険しい。引き続き、支援、指導が必要。
- ・相対的に右肩下がりの需要にありながら、材料・道具等に価格が高騰し、人件費を考慮する余地さえ及ばない。日本特異の産業としての存続も危機的状態である。
- ・材料や道具よりも、産地存続の不安の方が大きい。仕事さえあれば、後継者は放っておいても育つ。殆どが一人親方、跡を継がせたくても、教えてほしいと言われても、生活ができるかわからない状況では、躊躇する。（伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」結果より）

産地組合の事務局機能の低下

伝産協会が行ったアンケート、また総務省調査等結果によると、産地によっては、組合事務局に常勤の事務職員を配置していないなど脆弱な体制のため、申請手続等が負担となり伝産補助金の活用を断念するケースも見られる。

今後、課題を抱えた小さい産地が、組合事務局の体制のせい弱さにより、補助金を活用した必要な取組を行えず、さらに産地が衰退するという負の連鎖が懸念されている。

組合事務局の体制のせい弱さにより事業等が行えない例

- ・産地が生き延びていくために、専門家のアドバイスや支援などのお知恵をいただきたい。共同施設の老朽化がますます進行し、修繕費などが毎年増加しており、組合運営を圧迫している。このままでは、組合運営が難しくなっている。組合共同施設の修理や設備投資などの助成などがあるとよいが、共同施設となるとなかなか見つからないのが現状で、その影響で組合共同宣伝事業活動の実施にまで影響している。（伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」結果より）
- ・産地組合の組合員数が10事業者と少なく、その事業者も零細であることから、組合収入に乏しく、財政的にもせい弱である。産地組合としては、財政的にも体制的にも体力がなく、自ら事業を実施できない状況にある。
- ・（職人としての仕事も忙しいのに、産地組合の理事長としての仕事もあり多忙のため）新規の商品開発等にはとても手が回らず、特段の事業展開は実施できていない。事業の実施に当たって補助事業を利用する場合、申請、報告等の書類作成作業が伴うが、普段から書類作業をしておらず自分自身で行うことは、とても可能とは考えられない。

・産地組合では、需要の拡大や後継者の確保といった取組を実施できていない状況にある。産地組合が所在する市区町村の担当者は「産地組合員の高齢化等の状況を踏まえると、組合が自ら事業を実施することは困難ではないか」としている。

・産地組合は、提出書類が多く事務が煩雑であるため、週3日勤務の事務職員1人では対応することが極めて困難として、数年前から、伝産補助金を活用した取組の実施（展示会の開催等）を断念している。

（以上、総務省調査結果より抜粋）

（2）新たな枠組みや連携の必要性

人々の意識など伝統的工芸品を取り巻く環境

日本人の生活様式や食生活の変化が、需要減少の大きな要因の一つになっている。ここでは、伝統的工芸品に対する関心につながる最近の意識調査の結果を見ていくこととする。

「日本の国や国民について誇りに思うこと」として、半数以上の人々が「食文化」「すぐれた文化・芸術」「美しい自然」「長い歴史と伝統」を挙げている。[図 1-4-1] また、「伝統料理など、地域や家庭で受け継がれてきた料理や味、箸づかいなどの食べ方・作法を受け継いでいる」人は6割台を維持している。[図 1-4-2]

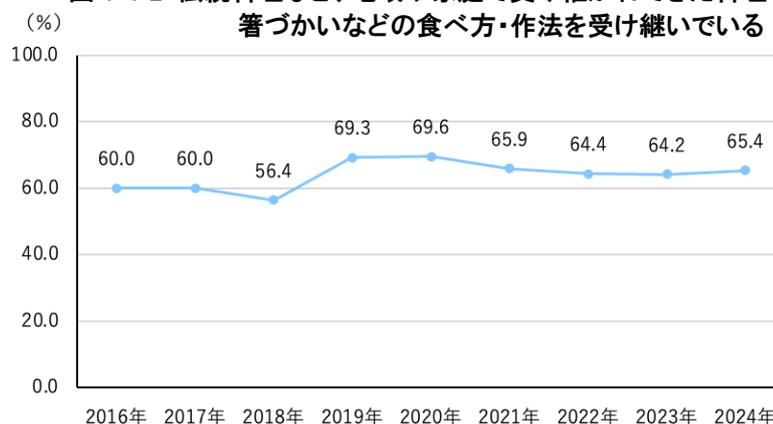
これらはいずれも伝統的工芸品のトータルでの価値・魅力への関心に通じる意識であることから、身近な場所で、伝統的工芸品に触れたり関連知識を身につけることができたり、将来のキャリアプランを描く小中高生時代などに体験機会があることで、伝統的工芸品や工芸士に対する関心を持つ人が増えると考えられる。

図 1-4-1 日本の国や国民について誇りに思うこと

i	2016年		2018年		2020年		2022年	
	順位	割合	順位	割合	順位	割合	順位	割合
1位	治安が良いこと	74.8%	治安が良いこと	74.3%	治安が良いこと	78.1%	治安が良いこと	79.4%
2位	すぐれた文化・芸術	64.2%	すぐれた文化・芸術	61.2%	安全な暮らし	63.8%	安全な暮らし	64.0%
3位	美しい自然	61.2%	美しい自然	59.8%	すぐれた文化・芸術	63.3%	食文化	60.5%
4位	安全な暮らし	59.2%	安全な暮らし	58.2%	食文化	63.1%	すぐれた文化・芸術	59.5%
5位	食文化	57.5%	食文化	56.8%	美しい自然	59.6%	美しい自然	59.3%
6位	長い歴史と伝統	55.1%	長い歴史と伝統	52.5%	長い歴史と伝統	52.9%	公共交通・インフラの整備	51.5%
7位	国民の勤勉さ・才能	52.6%	国民の勤勉さ・才能	48.1%	国民の勤勉さ・才能	51.6%	長い歴史と伝統	51.2%
8位	国民の人情味	50.3%	国民の人情味	45.7%	公共交通・インフラの整備	50.9%	国民の勤勉さ・才能	46.5%
9位	公共交通・インフラの整備	46.8%	公共交通・インフラの整備	45.7%	国民の人情味	46.8%	国民の人情味	45.5%
10位	質の高いサービス	42.0%	質の高いサービス	39.5%	国民の義理がたさ	38.7%	アニメやファッションなどの若者文化	40.2%

出典：博報堂生活総合研究所「生活定点 1992-2022」調査

図 1-4-2 伝統料理など、地域や家庭で受け継がれてきた料理や味、箸づかいなどの食べ方・作法を受け継いでいる



出典：農林水産省 消費・安全局、内閣府食育推進室「食育に関する意識調査報告書」より

伝統的工芸品を仕事にするという選択肢を示せる必要性

美術系大学や専門学校で工芸を学ぶ学生が、伝統工芸士を目指す道筋やキャリアの将来像を目指すといった選択肢を示すことが十分にできていない現状も指摘されている。伝統工芸の作品や長い歴史の中で引き継がれてきた材料・技術、それを支える担い手や仕事を知る機会を増やし、関連する仕事に従事する魅力を広く伝えることが重要である。

また、美術系大学や専門学校では、女子学生の占める割合が多く、工芸士を目指したい人も多い。産地企業・事業所において、女性も働きやすい仕事環境の整備など、「働きやすい職場」づくりへの取組なども必要である。

普及啓発活動、国内外への発信の必要性

自然の原材料を使い、確かな技術でつくられ、何度も修繕を重ね、長い期間、使い続けることができる伝統的工芸品は、国連が掲げる SDGs（持続可能な開発目標）の理念にも合致している。しかしながら、こうした伝統的工芸品の「本物の良さ」や素材・製法・活用・メンテナンスの方法等についての情報・理解が消費者に不足していると、購買に結びついていかない。

平成 29 年の文化芸術基本法改正で、国が振興を図る文化芸術分野の対象として、食文化を含む生活文化が対象として明記された。それを受け、文化庁では、生活文化各分野の振興に向けた調査や検討が行われてきたが、文化政策部会食文化ワーキンググループでは、食文化振興の課題として、1 番目に「食文化に対する国民の認識」を挙げている。「地域の食文化の価値に地元の人が気付いていない」など、食文化に関する認識や知識の不足が、食文化継承が危ぶまれる要因となっている。

- また、食文化の「国内外への発信」も課題として挙げられており、具体的には、以下のような指摘がなされている。
- ・観光や農林水産物・食品等の輸出の促進にも繋がる文化的価値による日本食のブランディングや食文化の発信が大事だが、そのための食文化の価値付けや戦略が不十分
 - ・郷土食等地域の食文化にも海外の人が強い関心を持っているが、一方で地域の食文化の価値に地元の人が気付いていないことが多く、国外も含め地域外に発信する取組が弱い
 - ・国においても、全国各地の多様な食文化を国外に発信する取組が弱いのではないかと
- といったものであり、これらは「食文化」を「伝統的工芸品」に置き換えることができる課題といえるのではないかと。

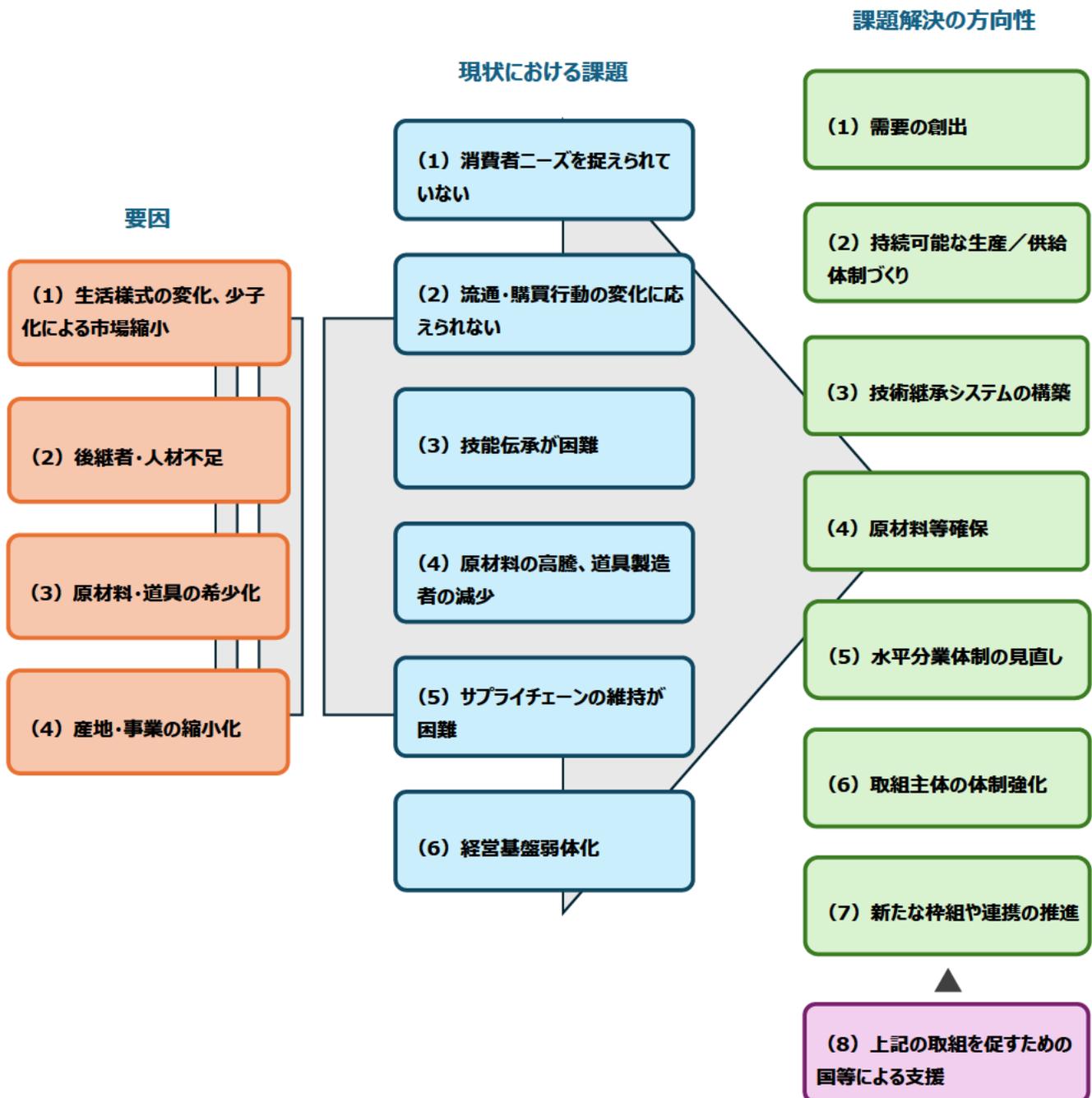
国においては、全国各地の伝統的工芸品を国内外に発信する取組に力を入れたり、産地同士がつながって情報や技術を共有し課題解決への取組や新しいものづくりや流通の仕組みを後押しするなど、日本のものづくりを活性化するための新たな枠組みの検討も必要となっている。

5. 産地事業者が抱える課題と課題解決の方向性の整理（検討会検討結果）

検討会や資料調査により抽出された、伝統的工芸品産地事業者の存続や発展を阻害する要因、現状における課題、課題解決の方向性を整理する。

ここで言う課題とは、伝統的工芸品産地事業者が将来のあるべき姿を目指す上で、現状において阻害要因となっているものを指す。課題解決の方向性は、課題を解決していくための取組を展開していく領域として想定するものを指す。なお、取組については、事業者が主体となるものとは別に国等による支援のあり方についても整理する。

<課題と課題解決の方向性の整理>

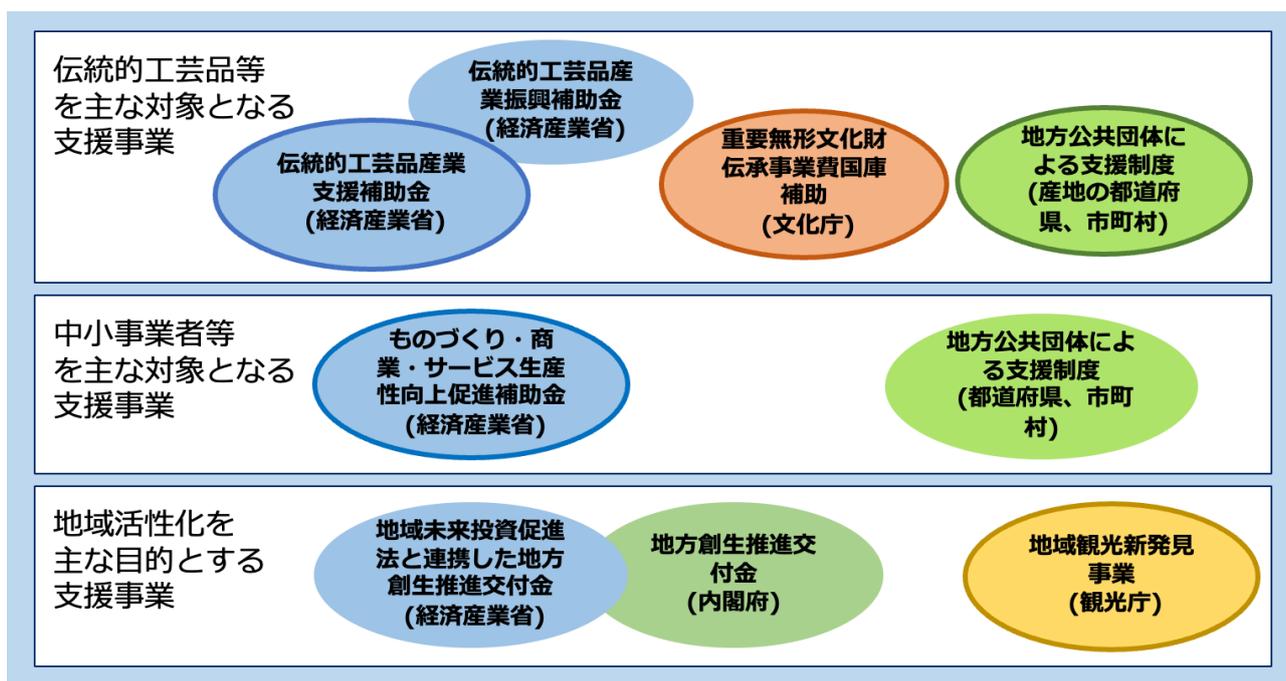


Ⅱ 伝統的工芸品を巡る課題解決に向けた取組と支援の方向性

1. 伝統工芸に関する国の支援事業

伝統的工芸品の各産地の新たな取組を支援するため、経済産業省では「伝統的工芸品産業支援補助金」をはじめとした伝統的工芸品に関わる各種取組のほか、「地域未来投資促進法」に基づく各種施策、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」など中小企業関連施策を行っている。このほか、自治体や DMO と連携することで、内閣府の「地方創生交付金」や観光庁の「地域観光新発見事業」などの支援施策も活用できる。

図 2-1-1 伝統的工芸品に関わる支援施策の一例



(1) 伝統的工芸品産業振興に係る支援制度 (経済産業省)

昭和49年に制定された伝統的工芸品産業の振興に関する法律 (伝産法) に基づき、伝統的工芸品を指定し、2つの補助金により伝統的工芸品の産地を支援。

● 伝統的工芸品産業支援補助金

伝産法第2条に基づき指定を受けた伝統的工芸品を製造する協同組合等が、同法の規定により経済産業大臣の認定を受けた各種事業計画に基づき実施する取組を支援。

<支援事業例>

- 後継者・従事者育成事業：技術継承事業など従業員・後継者の育成を図る事業
- 若年層等後継者創出育成事業：就業希望者への講習会など新たな人材を発掘する事業
- 需要開拓事業：国内外の展示会への出展など販路拡大のための事業
- 意匠開発事業：新商品開発に向けた事業等

● 伝統的工芸品産業振興補助金

伝産法第23条に基づき設立された、伝統的工芸品産業の振興を目的とする一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会が実施する産地横断的な事業の経費の一部を、同法第26条に基づき補助

<支援事業例>

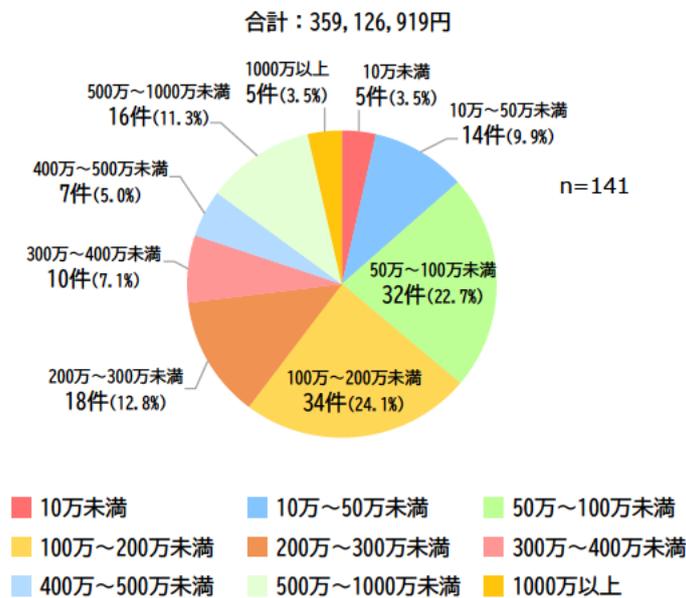
- 海外プロモーションを含む国内外への伝統的工艺品の普及啓発や需要開拓事業
- 伝統的工艺品のサプライチェーン等を含む産地の実態にかかる調査事業
- 伝統工芸士認定事業 等

① 伝統的工艺品産業支援補助金の実績（令和4年度）

令和4年度の伝統的工艺品産業支援補助金（以下、伝産補助金）の予算規模は100～200万円、50万～100万円の件数が多く、200万未満が6割である。[図2-1-2]

支援事業別では、「需要開拓事業」が33件で最も多く、次いで、「活性化事業」が30件、「後継者育成事業（後継者・従業者育成）」が28件の順となっている。

図2-1-2 伝産補助金の予算規模と件数



(団体・事業者数)

	10万未満	10万～50万未満	50万～100万未満	100万～200万未満	200万～300万未満	300万～400万未満	400万～500万未満	500万～1000万未満	1000万以上	合計
全体	5	14	32	34	18	10	7	16	5	141
後継者育成事業(後継者・従業者育成)	2	3	11	11	1	0	0	0	0	28
後継者育成事業(若年層等後継者創出育成)	2	2	5	5	1	0	0	0	0	15
技術・技法の記録収集・保存事業	0	0	2	2	2	1	0	0	0	7
原材料確保対策事業	1	2	1	0	1	0	0	1	0	6
需要開拓事業	0	4	6	5	8	4	4	1	1	33
意匠開発事業	0	3	2	4	0	1	0	0	1	11
活性化事業	0	0	1	6	5	4	3	9	2	30
連携活性化事業	0	0	2	1	0	0	0	5	0	8
人材育成・交流支援事業	0	0	2	0	0	0	0	0	1	3

令和4年度伝産支援補助事業の例

補助事業タイプ	業種(件数)	取組内容例
1-1 後継者育成事業(後継者・従事者育成) 計 28 件	織物(9)	【首里織】初級・中級コースを設け、染色、図案作成、着尺等の製作を学ぶ研修を実施 【琉球絣】伝統工芸士を中心とした熟練の組合員が講師となった研修(デザイン、染色、製織)を実施
	染色品(2)	【京友禅、京小紋】外部講師を招き、京友禅・京小紋のものづくりに求められる知識や教養、経営戦略等について学ぶ研修を実施 【琉球びんがた】熟練した組合員を講師に、初級研修(道具づくり、図案作成、型彫り、配色、仕上げ等)(研修生3名～5名×150日)を実施
	陶磁器(6)	【小石原焼】他産地で伝統産業に携わる意義や制作手法の伝承、後継者確保の方策などを研修、伝統技法に係る研修実施 【伊万里・有田焼】伝統的な技術や技法について絵付け、ろくろの指導育成研修を実施
	漆器(2)	【会津漆器】製造現場における段取り、仕入れ方法、スピード、納期、サンプルづくり等の多面的な研修(基礎研修修了者向け)の実施
	木工品・竹工品(2)	【豊岡杞柳細工】基本的な技術は身につけている人に対し、原材料の栽培から、高度な編み方の技術、染色の技術を教え、自分の作りたい製品が作れるように研修を実施
	仏壇・仏具(2)	【八女福島仏壇】他産地を視察、他産地との連携可能性について調査するための研修を実施
	貴石細工(1)	【甲州水晶貴石細工】新商品開発に係る企画力向上を図るための従事者研修会、若手研修会を実施
	人形・こけし(1)	【江戸押絵】従事者向け講習会、学生向けの講習会の実施
	その他の工芸品(2)	【長崎べっ甲】熟練者の技能を他の職人に伝承するための研修の実施
	工芸材料・工芸用具(1)	【伊勢形紙】伊勢形紙の基本的な技術や製法の修得を目指すOJT研修、歴史と変遷を学ぶ勉強会、他の工芸品の勉強会の実施
1-2 後継者育成事業(若年層等後継者創出育成) 計 15 件	織物(2)	【二風谷イタ、二風谷アットゥシ】手彫りに関する技術研修(イタ2名、アットゥシ2名)と粗彫り(NCルーター)に関する技術研修(イタ2名×2コース)
	染色品(2)	【京友禅、京小紋】大学生・社会人等を対象に本格的な実技指導の実施(受講者数:20名、実施回数:11回)
	陶磁器(4)	【大堀相馬焼】後継者育成を目的とした技術伝承プログラム(オンラインおよびオフライン)の実施 【備前焼】備前焼技術者研修事業の実施(初級コース:陶芸の基礎実習と座学)
	漆器(1)	【木曾漆器】職人に限定せずモノづくりに関わる方向けの産地内イベントの実施
	木工品・竹工品(3)	【春日部桐箆笥】県の「技術継承者育成事業」修了者の中から就業希望者を産地内企業のインターンシップ事業で育成
	金工品(2)	【大阪浪華錫器】芸、金属、デザイン等を勉強している高校、大学における製作体験の実施
	その他の工芸品(1)	【土佐打刃物】令和元年に開塾した「鍛冶屋創生塾」での研修を継続実施 【丸亀うちわ】基本的な知識の講義、基礎技術の習得(希望者に追加講習)を目指した講習の実施
2 技術・技法の記録収集・保存事業 計 7 件	陶磁器(4)	【笠間焼】笠間焼誕生250周年に際し、産地の歴史、伝統的な技術や技法に関する記録保存事業を実施かつ記録保存資料、媒体等を教育・研修で使用 【九谷焼】各工程の技法や技術の映像化、工房における製土、画風、画法等の工程を職人が解説した映像を収録
	木工品・竹工品(1)	【越前箆笥】職人の作業風景や手元の技術を映像化
	石工品(1)	【真壁石燈籠】工程及び技術技法(原石又は荒石の墨付けから、整形、彫り、仕上げなど)に関する動画製作
	人形・こけし(1)	【江戸押絵】江戸押絵隆盛期の作品と同等レベルの作品の製作・復元後、保管・展示
3 原材料確保対策事業 計 6 件	陶磁器(1)	【四日市萬古焼】コロナ禍の影響を受けた鉱石の詳細な調査研究、品質不安定な原料の活用、代替原料等の調査研究
	漆器(1)	【木曾漆器】漆掻き技術研鑽の機会を提供し、原材料確保の重要性への理解促進

補助事業タイプ	業種（件数）	取組内容例
	木工品・竹工品(1) 和紙(1) その他の工芸品(2)	【紀州へら竿】紀州へら竿に必要な3種類の竹（真竹、高野竹、矢竹）のうち良質な竹の調査訪問 【阿波和紙】雁皮紙の原材料である雁皮の植生地域の育成状況調査及び苗の育成研究 【江戸べっ甲】飼育したタイマイから生まれた卵の孵化率向上により、より安定的・持続的な養殖方法を確立 【長崎べっ甲】石垣島での養殖事業において親ガメ飼料の検討など調査研究をすることで原材料を確保
4 需要開拓事業 計 33 件	織物(8) 染色品(2) 陶磁器(7) 漆器(2) 木工品・竹工品(4) 仏壇・仏具(3) 貴石細工(1) 人形・こけし(2) その他の工芸品(4)	【博多織】産地最大の展示会である博多織求評会にリアルの展示会とライブ配信・オンラインでの作品展示、視聴者参加イベント等をハイブリッドで実施 【本場大島紬】産地メーカー各社の製品を発表する展示会を京都で開催 【京鹿の子絞】新商品開発を行い、展示発表を行う、「きものサロネ」に出展 【三川内焼】WEB サイトでの展示会「みかわち焼展」の実施 【小代焼】WEB 展示会を開催するとともに特設 E C サイトによるテスト販売の実施 【越前漆器】新商品を開発し、東京インターナショナルギフトショーで発表 【越前筆筒】展示会の実施、SNS 等の活用により、情報ページの 1 万 P V アップ 【紀州へら竿】関東の釣りフェスティバルにて「紀州へら竿展」を開催 【京仏壇・京仏具】新作を含む展示会をウェブとリアル両方で開催 【甲州水晶貴石細工】水晶彫刻新作展、国際宝飾展、山梨の伝統産業発信事業（なるさわ富士山博物館）、東京国際ミネラルフェア（第 35 回新宿ミネラルショー）、石ふしぎ発見展（第 33 回京都ミネラルショー）への出展 【江戸節句人形】節句文化啓蒙プロジェクトとして、おとな向けイベント及び子ども向けイベントの開催 【江戸木版画】前年度当該事業で作成した木版画の展示会を開催
5 意匠開発事業 計 11 件	織物(1) 染色品(1) 陶磁器(2) 漆器(1) 木工品・竹工品(1) 仏壇・仏具(1) 和紙(1) 貴石細工(1) 人形・こけし(1) その他の工芸品(1)	【二風谷イタ、二風谷アットウシ】アイヌ文化に関心を持つ人たちが手に取りやすいデザインや購入しやすい価格帯の商品開発と販路開拓、レーザー加工機等を用いた新商品開発 【京友禅、京小紋】伝統的な京友禅の意匠開発を行い、試作品の発表 【三川内焼】うつわと一緒に展開できる商品をセレクトし、コラボ商品として意匠開発 【木曾漆器】消費者のアイデアを取り込み、産地体験をしながら試作を開発 【春日部桐筆筒】新作の写真や展示会の様子、動画を追加し、ブランディングホームページを充実 【八女福島仏壇】仏教概念を切り口とした新しい仏壇（仏壇のミニチュア版等）を開発 【阿波和紙】藍染め和紙を素材に用いたギフト製品の開発 【甲州水晶貴石細工】①カット製品のサンプル作製、石切断・石小割り・指定サイズ（形状）への加工（子動物、ぐい呑み、花など） 【江戸押絵】他の伝統産業との連携品共同制作、漫画家グループと共同製作 【甲州手彫印章】故人の死去等で使用されなくなった印章を小物として再生する新ビジネスモデルの開発
6 活性化事業 計 30 件	織物(2) 染色品(3) 陶磁器(6) 漆器(5) 木工品・竹工品(1)	【西陣織】ニーズに合った商品開発、全国百貨店や画廊、ギャラリーにおいて展示会開催 【京鹿の子絞】トータルコーディネートを目指したウェア開発と体験キットの開発、国内展示会出展 【大塚相馬焼】特に海外においても芸術品としてのブランド価値を高め市場開拓、国内外での展示会開催、オンライン展示会出展 【九谷焼】高齢化する作家、職人の技術を継承し新たな人材を育成する「伝承塾」を開講、他産地（有田焼）の型を取り入れた新商品開発、外部デザイナーによる新商品開発 【山中漆器】日本の食や食文化等に関心の高い中国における展示会出展、国内における展示会出展、商品紹介カタログや SNS での情報発信、新商品を開発 【樺細工】オンラインでの体制構築や海外市場調査等を行い、国内外の新たな市場を開拓、Instagram のフォロワー増加、海外情報誌への広告掲載（英国）、中国市場調査、オンラインプラットフォーム「mom」（フランスのオンライン見本市）への出展

補助事業タイプ	業種（件数）	取組内容例
	金工品(4)	【高岡銅器】国内（首都圏）及び海外（欧州・アジア・オセアニア・米国）への需要開拓、リアル展示会とバーチャル展示場に出展、新商品開発（国内向け・海外向け）
	仏壇・仏具(1)	【京仏壇・京仏具】海外向け新商品開発、海外リアル・オンライン展示会や国内インテリア展示会に出展
	和紙(1)	【石州和紙】和紙を使う海外デザイナー等専門家の増加を目指し、海外拠点化事業による欧州での情報発信及び物流の拠点店整備、AIR（Artist-In-Residence）事業を実施
	文具(3)	【川尻筆】①原毛のエビデンス研究事業、②体感型情報発信事業、③WEB 画廊強化事業、④赤ちゃん筆新商品開発事業、⑤化粧筆新形状の開発、⑥デザイナー、他産地との化粧筆軸開発、⑦セカンドブランド事業、⑧汎用軸開発事業、⑨ペット筆新規開発
	人形・こけし(2)	【宮城伝統こけし】web 強化（英語化）、テストマーケティング開催、見本市出展、イベント、ワークショップや個展の開催、国内他地域の視察、新規調達先候補の選定、新しい塗料および新しい木材乾燥方法の研究、映像資料制作及び普及ツールの製作
	その他の工芸品(2)	【甲州印伝】新規ブランド創設のためのマーケティング調査、国内展示会出展、新規ブランドロゴを活用した新商品開発
7 連携活性化事業 計 8 件	織物、染色品(3) 染色品(1) その他(4)	【京友禅、京小紋、小千谷紬、小千谷縮】高度な技術を集約した染織製品の開発、染織作品展覧会のリアルと web モールサイトでの実施 【東京染小紋、東京無地染、京友禅、京小紋、名古屋黒紋付染、名古屋友禅】若手職人たちに高度な染の技術取得に向けた経験の場として、全国コンクール新作求評会の開催 【津軽塗、岩谷堂筆筒、南部鉄器、大館曲げわっぱ、東京銀器、東京染小紋、江戸切子、江戸木版画、甲州印伝、高岡銅器、九谷焼、輪島塗、赤津焼、尾張七宝、近江上布、信楽焼、西陣織、京友禅、京鹿の子絞、京焼・清水焼、大阪浪華錫器、大阪唐木指物、堺打刃物、大阪欄間、大阪泉州桐筆筒、奈良筆、紀州漆器、弓浜緋、伊万里・有田焼、肥後象がん】若手職人と共に日本各地の様々な伝統的工芸品を一度に見ることのできる展示会を開催、現代の生活にあった商品や若手のアイデアを盛り込んだ商品の開発、海外向け商品開発
8 人材育成・交流支援事業 計 3 件	織物(1) 漆器(1) その他(1)	【博多織】学校法人にて生徒募集を行い、卒業後に博多織業界で起業し、事業活動を目指す人材育成 【山中漆器】漆器に関する 3 コース（髹漆・乾漆・蒔絵）を段階的に習得させるための研修（週 1 回、3 時間、全 3 3 回程度）を開講 【京仏壇・京仏具、京焼・清水焼、京扇子・京うちわ、京石工芸品、京人形、京漆器、京指物、京友禅】伝統的工芸品の制作体験

② 伝統的工芸品産業振興補事業の例

事業タイプ	事業内容・実績
販路開拓展示等事業	<p>伝統的工芸品展 W A Z A や暮らしの中の伝統的工芸品展などの催事を百貨店で開催すると同時に、「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 JAPAN TRADITIONAL CRAFTS WEEK（JTCW）などを実施。</p> <p>■ WAZA2022（2月17日～23日、池袋東武百貨店）には全国約 100 産地が出展。伝統工芸士自らが顧客と接し、7 日間の開催で、前年の約 9 万人を上回る来場者を得た。</p>
海外展開支援等事業	<p>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してフランス・パリおよび中国・重慶で常設展示場を運営。日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信するとともに、各方面と連携し、販路拡大に向けた効果的なアプローチを行う。</p> <p>■ 平成 30 年 10 月より羽田空港国内線ラウンジで伝産品の展示を開始。 ■ 令和元年 11 月より、中国・重慶で現地富裕層へ向けたテストマーケティングを開始。 ■ 令和 2 年 9 月より、フランス・パリの新潟県のパイロットショップ「Kinase(キナセ)」の一角で現地富裕層へ向けたテストマーケティングを開始。</p>

(2) 国の関連施策

① 文化庁「重要無形文化財伝承事業費国庫補助」

文化財保護法に基づき、重要無形文化財等の保存のための伝承事業に要する経費について国が補助するもの。

重要無形文化財伝承事業費国庫補助概要

【補助対象】保持団体又は地方公共団体その他文化庁長官がその保存に当たることを適当と認める団体もしくは個人

【補助額】予算の範囲内において定額

【対象事業】

- (1) 伝承者の養成 伝承者の養成を目的とする研修会、講習会の開催及び実技指導
- (2) 研修発表会 伝承者の養成事業による研修等の成果の発表会
- (3) 資料の収集整理(文化財保護法第71条の重要無形文化財に限る。)
- (4) 指定の要件の品質管理(工芸技術のうち文化財保護法第71条の重要無形文化財に限る。)
指定の要件に基づく製品の分析検査、外観検査
- (5) 技術研究 調査、研究会等の技術研究
- (6) 原材料・用具の確保 伝承に不可欠な原材料及び用具の製作、確保
- (7) 普及・啓発 将来の伝承者や理解者の養成を目的とする体験研修、講習会、ワークショップの開催、情報発信等
- (8) 関連技術事業 無形文化財の知識・技能等を有する団体が関連技術として行う(1)(2)(5)(6)(7)の事業
- (9) 重要無形文化財人形浄瑠璃文楽の伝承を実施する団体の活動運営経費
- (10) 保存活用計画の策定

「伝統的工芸品」に関する法律、「重要無形文化財」との違い

	伝統的工芸品	重要無形文化財
法令	伝統的工芸品産業の振興に関する法律	文化財保護法
指定(認定)	産業構造審議会(伝産指定小委員会)の答申を受け経済産業大臣が指定	文化審議会(文化財分科会)の答申を受け文部科学大臣が認定
申請者	産地組合(協同組合等) 当該伝産品の製造事業者の1/2以上が加入していること	保持団体 保持する者が主たる構成員となっていること
指定(認定)基準	一 主として日常生活の用に供されるものであること。 二 その製造過程の主要部分が手工的であること。 三 伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。 四 伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること。 五 一定の地域において少なくない数の者がその製造を行い、又はその製造に従事しているものであること。日本人の生活に密着し、日常生活で使用されるもの。	〔工芸技術関係〕 ・保持者 一 重要無形文化財に指定される工芸技術(以下単に「工芸技術」という。)を高度に体得している者 二 工芸技術を正しく体得し、かつ、これに精通している者 三 二人以上の者が共通の特色を有する工芸技術を高度に体得している場合において、これらの者が構成している団体の構成員 ・保持団体 工芸技術の性格上個人的特色が薄く、かつ、当該工芸技術を保持する者が多数いる場合において、これらの者が主たる構成員となっている団体
指定品目数	237品目(令和4年5月現在)	各個認定75件、保持団体等認定30件
補助金	伝統的工芸品産業支援補助金	重要無形文化財伝承事業費国庫補助
補助事業者	産地組合、製造事業者等	保持団体、地方公共団体等
事業	①後継者育成事業 ⑤意匠開発事業 ②技術・技法の記録収集 ③原材料確保対策事業 ④需要開拓事業	①伝承者の育成(研修会、実技指導等) ⑤技術研究 ②研修発表会 ⑥原材料・用具の確保 ③資料の収集整理 ⑦関連技術事業 ④品質管理、分析検査等
補助金額	50万円～2000万円	予算の範囲内
補助率	2/3(一部1/2)	定額

② 経済産業省「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」

中小企業・小規模事業者等が今後複数年にわたり相次いで直面する制度変更(働き方改革や被用者保険の適用拡大、賃上げ、インボイス導入等)等に対応するため、中小企業・小規模事業者等が取り組む革新的サービス開発・試作開発・生産プロセスの改善を行うための設備投資等を支援するもの。

ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金概要

【補助対象】中小企業、小規模企業者・小規模事業者、特定非営利活動法人、社会福祉法人など

【対象事業】・【補助額】支援枠1~3参照

支援枠1 省力化(オーダーメイド)枠

人手不足の解消に向けて、デジタル技術等を活用した専用設備(オーダーメイド設備)の導入等により、革新的な生産プロセス・サービス提供方法の効率化・高度化を図る取り組みに必要な設備・システム投資等を支援

【補助額・補助率】従業員数5人以下：100万円~750万円

6~20人：100万円~1,500万円

21~50人：100万円~3,000万円

51~99人：100万円~5,000万円

100人以上：100万円~8,000万円

	補助金額が 1,500万円まで	1,500万円を 超える部分
中小企業	1/2	1/3
小規模企業者・小規模事業者、 再生事業者	2/3	1/3

支援枠2 製品・サービス高付加価値化枠

■通常類型 革新的な製品・サービス開発の取組みに必要な設備・システム投資等を支援

■成長分野進出類型(DX・GX) 今後成長が見込まれる分野(DX・GX)に資する革新的な製品・サービス開発の取組みに必要な設備・システム投資等を支援

【補助額・補助率】

■通常類型 従業員数	■成長分野進出類型 従業員数
5人以下：100万円~750万円	5人以下：100~万円1,000万円
6~20人：100万円~1,000万円	6~20人：100万円~1,500万円
21人以上：100万円~1,250万円	21人以上：100万円~2,500万円

	通常類型	成長分野進出類型(DX・GX)
中小企業	1/2	2/3
小規模企業者・小規模事業者、 再生事業者	2/3	2/3

支援枠3 グローバル枠

海外事業を実施し、国内の生産性を高める取組みに必要な設備・システム投資等を支援

【補助額・補助率】100万円~3,000万円

中小企業：1/2、小規模企業者・小規模事業者：2/3

ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金 実績事例

年度	都道府県	工芸品	企業名	事業名	事業内容・成果
H29	沖縄県	琉球絣、 南風原花織	丸正織物 工房	ボイラ設備染色導入による製 造環境改善	染色工程においてボイラ設備を導入し、生産 効率を向上、原糸の安定供給体制を構築。
H28	富山県	井波彫刻	南部白雲 木彫刻工 房	伝統木彫刻技術と神社との連 携による新サービス事業モデ ルの創出	彫刻の端材を使った社寺授与品制作を機械化 し、大量生産を可能にした。授与品をきっか けに社寺からの彫刻製作や修復の新規受注が 増えれば、井波彫刻の発展につながる。
H27	長野県	南木曽ろく ろ細工	ヤマイチ 小椋ロク ロ工芸所	真空吸着方式ロクロ導入によ る付加価値南木曽ろくろ細工 の開発と生産効率の向上	新規設備を導入し、新商品を製作して付加価 値を向上させると共に作業時間短縮等による 生産効率の向上を実現。高級志向の若い世代 をターゲットとした事業展開を図った。
H27	鹿児島県	本場大島紬	有限会社 輝広	屋久杉と大島紬を融合させた 新しい製品開発と生産効率向 上	新規設備を導入し、屋久杉と大島紬の端切れ を融合させた新商品を開発、生産効率を向上 させた。
H27	岩手県	南部鉄器	南部鉄瓶 元祖鈴木 主善堂	小型高周波電気炉導入による 伝統鋳物の生産性向上と環境 の改善	電気を熱源とする機械を導入し、粉塵やCO2 を発生させずに自社内で鉄溶解作業が可能と なり、生産性向上、短納期化につながった。
H26	石川県	加賀友禅	奥田染色 株式会社	加賀友禅技法で建築内装材の 展開を可能とする生産技術及 び製品の開発	型染技術を絹以外の素材(天然・合成繊維・ 和紙・木等)にも適用し、高級建築内装材の 製作を可能とする設備を導入。生産効率の向 上、新規需要の拡大につながった。
H25	岐阜県	岐阜和傘	長屋木工 所	岐阜和傘の新市場開拓を目指 した小型・高精度和傘部品の 試作開発	「傘ロクロ」の製造工程を一部デジタル化 して小型化、高性能化することにより、市場 のニーズに応えられる新しい和傘を生産。

③ 内閣府「地方創生推進交付金」

まち・ひと・しごと創生法に位置付けられた自主的・主体的で先導的な事業の実施に要する費用に充てるため、国が地方公共団体に対して交付金を交付することにより、地方公共団体による、それぞれの地域の実情に応じた地方創生に資する事業の効率的かつ効果的な実施を図るもの。

地方創生推進交付金概要

【補助対象】地方公共団体

【対象事業】1)結婚、出産又は育児についての希望を持つことができる社会環境の整備に資する事業

2)移住及び定住の促進に資する事業

3)地域社会を担う人材の育成及び確保に資する事業

4)観光の振興、農林水産業の振興その他の産業の振興に資する事業

5)1)から4)までに掲げるもののほか、地方公共団体が地域再生を図るために取り組むことが必要な政策課題の解決に資する事業

【補助上限額】(令和2年度)

①先駆性のある取組 ②先駆的・優良事例の横展開 の2タイプに分類 補助率1/2

都道府県 ①3億円 ②1億円

中枢中核都市 ①2.5億円 ②0.85億円

市町村 ①2.0億円 ②0.7億円

実績事例

平成30年度

○石川県 百万石の伝統を活かした文化・観光プロジェクト 伝統工芸の魅力発信、販売力強化、新デザインや用途開発支援、高等教育機関との連携など 560,482(千円)

○宮城県蔵王町 未来へつなぐ伝統産業活性化事業「遠刈田伝統こけし」の新規工人育成、新商品開発・販路拡大など 9,750(千円)

○鹿児島県 伝統的工芸品等販路拡大支援事業
国内外の見本市等への出展支援、伝統的工芸品の使用によるPR活動等を通じた伝統的工芸品等の更なる販路開拓と認知度向上など
1,471(千円)

※令和4年度第2次補正予算から「デジタル田園都市国家構想交付金」が新設され、地方創生推進も含まれる

④ 総務省「地域おこし協力隊」

地方自治体が都市住民を受け入れ、地域おこし協力隊員として委嘱し、一定期間以上、農林漁業の応援、水源保全・監視活動、住民の生活支援などの各種の地域協力活動に従事してもらいながら、当該地域への定住・定着を図る取組について、地方自治体が意欲的・積極的に取り組むことができるよう、総務省として必要な支援を行うもの。

地域おこし協力隊概要

【補助対象】地方自治体

【対象事業】(地域協力活動の例)

・地域おこしの支援(地域行事やイベントの応援、伝統芸能や祭の復活、地域ブランドや地場製品の開発・販売・プロモーション、空き店舗活用など商店街活性化、都市との交流事業・教育交流事業の応援、移住者受け入れ促進、地域メディアなどを使った情報発信等)

・農林水産業従事(農作業支援、耕作放棄地再生、畜産業支援等)

・水源保全・監視活動(水源地の整備・清掃活動等)など

【補助額】(特別交付税措置)

募集経費 上限300万円

隊員の日々のサポート経費 上限200万円(市町村に限る)

地域おこし協力隊員活動経費 一人当たり上限480万円

実績事例(地域おこし協力隊員の活動内容)

令和5年度

○長野県塩尻市 木曾漆器の基本技術の習得、木曾漆器産業振興のための情報発信、調査等

○北海道平取町 アイヌ伝統工芸(二風谷イタ・二風谷アットウシ)製作・経営ノウハウの習得、工芸品の新商品開発の支援、工芸品産業の流通・販売の業務研修

○富山県高岡市 高岡漆器・高岡銅器の海外販路開拓に関心のある市内企業の掘り起こし、海外出展手続きの支援、販路開拓の支援、情報発信活動

令和2年度

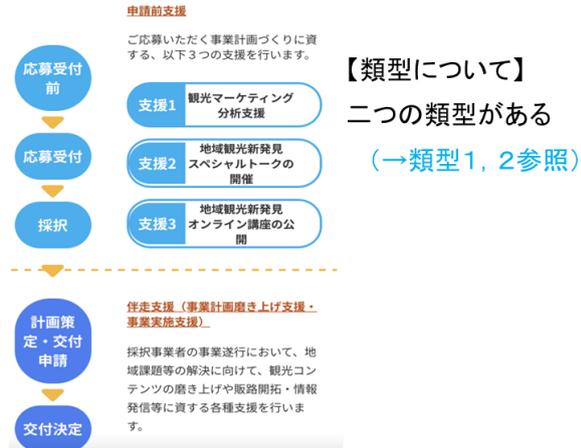
○宮城県大崎市 鳴子こけしの伝統技術の習得、SNSによる情報発信等を通じた鳴子こけしの知名度の向上と販路の拡大

⑤ 観光庁「地域観光新発見事業」

地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一貫した支援を実施するもの。

地域観光新発見事業概要

【補助対象】地方公共団体、DMO、民間事業者等
 【補助額】400万円まで定額、400万円を超える部分については補助率 1/2
 補助上限: 1,250万円、最低事業費 600 万円



類型1 新創出型

新たに観光コンテンツを造成し、本事業終了後に販売開始することを見据えた取組(本事業実施期間内に販売することも可能)

＜取組の例＞

- ①これまで活用できていなかった地域の観光資源を掘り起こし、あるいは、既存の観光資源を活用して、新たに観光コンテンツを造成するもの。
- ②地域の産業(農林水産業、伝統的工芸産業等)の関係者とDMOや観光事業者等が一体となって、持続可能な地域づくりに貢献するべく、新たに観光コンテンツを造成するもの。

類型2 販売型

造成した観光コンテンツを本事業実施期間内に販売することを前提にした取組

＜取組の例＞

- ①既に造成・販売されている観光コンテンツを、本事業を通じて更に深化・改善するもの、また、販路拡大・情報発信を強化するもの。
- ②地域の観光資源を活用して、これまでにない特別な体験等の高付加価値な観光コンテンツを造成・販売するもの。

2. 地方公共団体の伝統的工芸品関連支援事業

令和5年6月～7月に伝産協会が実施した「令和5年自治体伝統的工芸品産業支援関連予算調査」の結果を取りまとめた結果が以下の通りである。

(1) 地方公共団体の伝統的工芸品の関連予算

本調査の対象は、産地が属する自治体（都道府県、市町村）であり、回答のあった自治体の調査時点における令和5年度の伝統的工芸品関連の予算（補助対象が中小企業等を含む）は、全体で105億5千万円である。

そのうち、12.3%にあたる約13億円が伝産関係者を対象とした支援事業である。なお、これらの予算には、補助金額だけでなく、自治体主催の事業実施や関連施設の運営委託費なども含まれている。[図2-2-1]

また、伝産関係者を対象とする関連予算を支援項目別にみていくと、都道府県は「従業者研修」が最も多く、次いで、「新商品開発」「国内展示会等」の順である。

一方、市区町村は、「1～10の選択肢に該当しない予算」を除くと、「国内展示会等」が最も多く、次いで、「新商品開発」「国内販路開拓」の順となっており、需要創出・拡大を目的とした予算の割合が大きい。また、予算額が4番目・5番目に大きいのが、「後継者発掘」「従業者研修」である。「原材料・用具の確保対応」は他の支援項目に比べると小さく、都道府県と市区町村合わせた総額は1億500万円程度である。[図2-2-2, 図2-2-3]

「自治体関連予算調査」（令和5年度）実施概要
 【調査期間】令和5年6月～7月
 【調査対象】伝統的工芸品産地が属する自治体
 送付数：都道府県 47団体、市区町村 651団体
 回収数：都道府県 32団体、市区町村 384団体
 回収率：94.4%

図2-2-1 地方公共団体の伝統的工芸品関連予算
合計額：10,550,933,474円

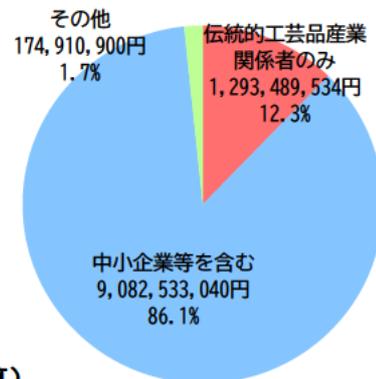
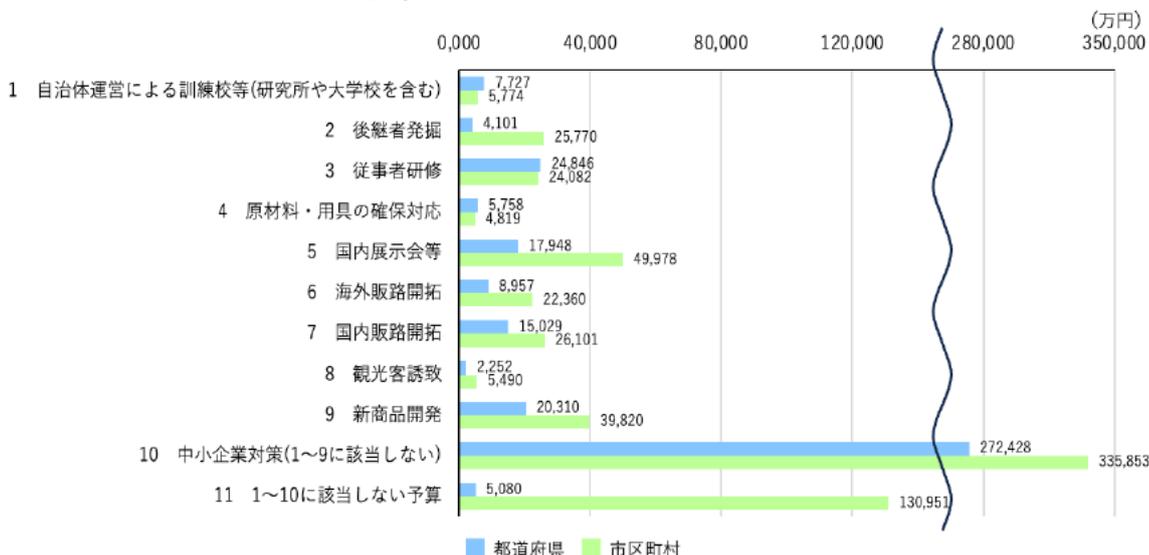


図2-2-2 都道府県・市区町村別の支援項目別予算(概算)

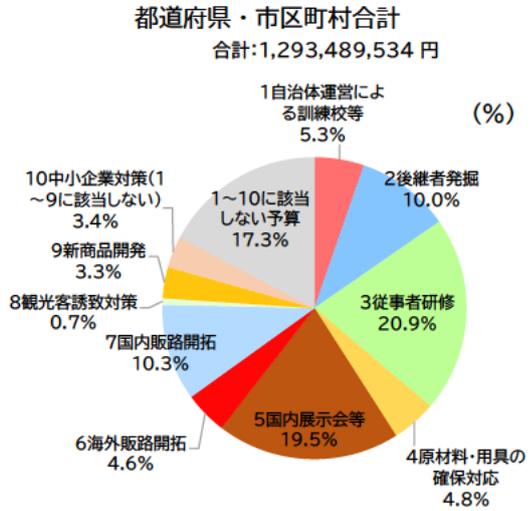
※複数該当については、均等に配分して概算を算出している



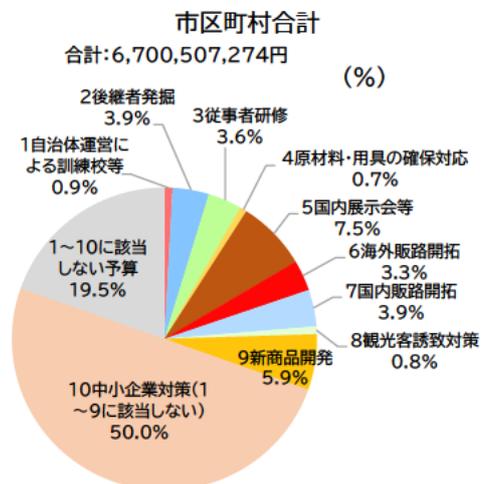
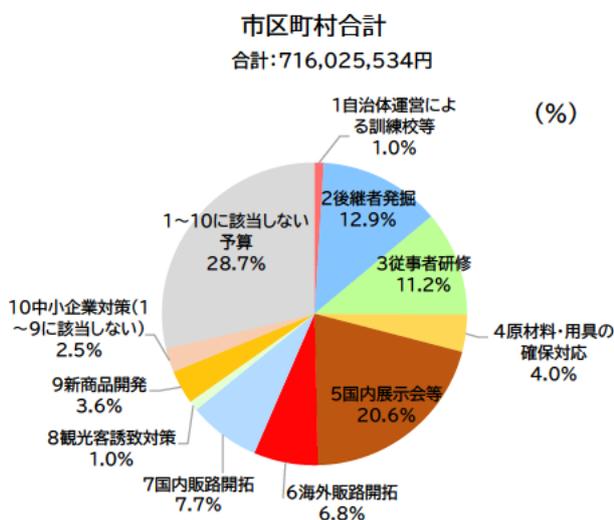
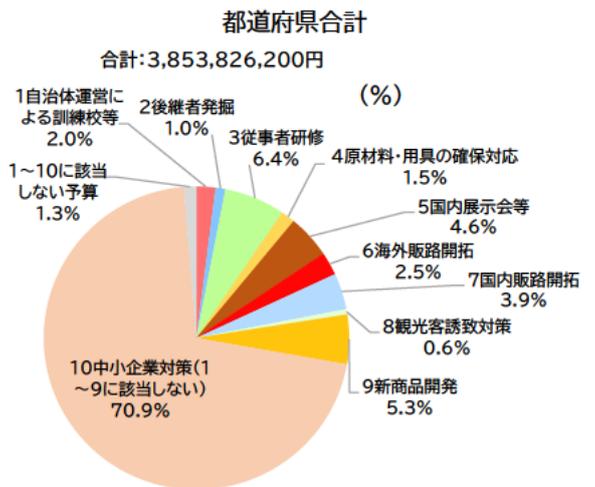
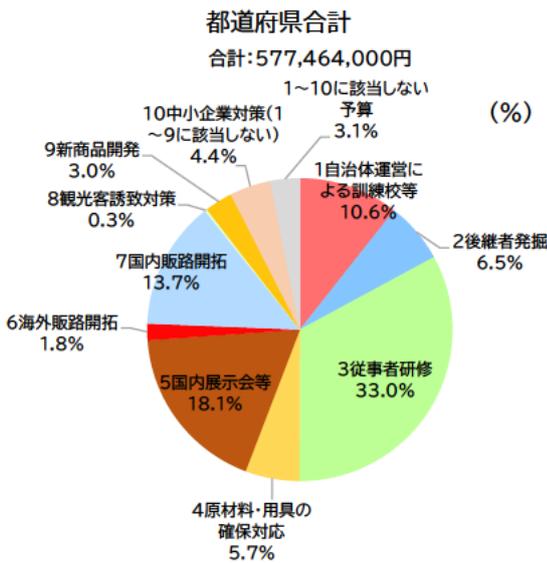
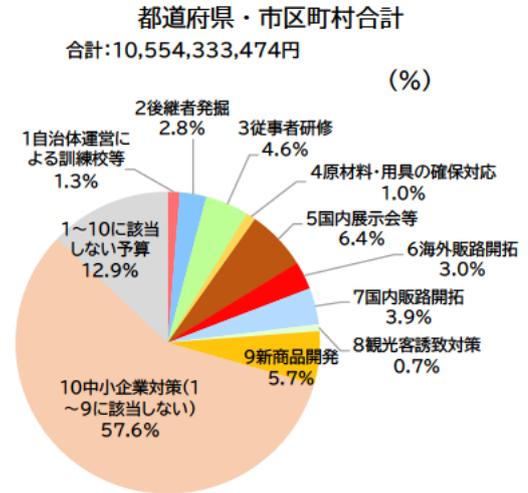
※一般社団法人伝統的工芸品産業協会「自治体関連予算調査」（令和5年度）の結果を元に、受託事業者が取りまとめを行った

図 2-2-3 都道府県、市区町村の支援項目別予算

支援項目別の「伝統的工芸品」対象予算



支援項目別の伝統的工芸品関連予算



(2) 地方公共団体の「伝統的工芸品」対象の支援事業の例

伝産協会「令和5年度 自治体伝統的工芸品産業支援関連予算調査」の結果より、「伝統的工芸品」対象の支援事業について、1) 伝産支援補助事業を補完している例、2) 需要創出・拡大のための支援事業例、3) 後継者の発掘・育成支援の例、4) 自治体運営による人材養成（訓練校等）の例、5) 原材料・用具の確保対応、アーカイブ化を支援している例、6) 観光イベント等の実施支援、7) 工芸品製作発注事業の例、8) 普及啓発事業の例、9) 産地組合・事業者の諸課題に対して幅広く支援を行っている例 に分類し、具体例を取りまとめた。

事業区分：	
1：自治体運営による訓練校等(研究所や大学校を含む)	6：海外販路開拓
2①：後継者発掘（就業者募集・体験）	7：国内販路開拓
2②：後継者発掘（インターン支援制度）	8①：観光客誘致対策（自治体の主催による誘致対策）
3①：従事者研修（雇用主に対するもの）	8②：観光客誘致（事業者への補助）
3②：従事者研修（従事者本人に対するもの）	9①：新商品開発（自治体主催）
4：原材料・用具の確保対応	9②：新商品開発（事業者への経費補助）
5①：国内展示会等（自治体主催の展示会等）	10：中小企業対策(1～9に該当しない)
5②：国内展示会等（事業者への経費補助）	11：1～10に該当しない予算

1) 伝産支援補助事業を補完している例

地域区分	対象の工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
都道府県	4品目	・販路開拓・新商品開発支援枠：伝統的工芸品の産地組合及び伝統的工芸品等の製造又は販売に携わっている事業者等が、同業種・他業者の事業者と連携して行う販路開拓や新商品の開発を支援 ・持続化支援枠：原材料確保等の課題克服に向けた取組に必要な経費を補助する	～800	2①、2②、3①、3②、4、5②、6、7、8②、9①、9②
市区町村	1品目	（産地再生事業） 後継者育成事業：勉強会、他産地学習、木工旋盤講習会に要する経費の一部を補助 原材料確保事業：原材料である漆の植栽に要する経費の一部を補助 給食用漆器の開発に要する費用の一部を補助 誘客促進事業：伝統工芸館への誘客を促進するための広告宣伝費等の経費の一部を補助 （販売展示会事業） 市内外で開催される展示会等の開催経費または出展費用の一部を補助	産地再生事業 ～800 販売展示会事業 ～500	産地再生事業 3②、4、8② 販売展示会事業 5②
市区町村	1品目	伝統的工芸品産業の振興に関する法律により認定を受けた振興計画等に掲げる事業に支援する補助金	～500	3②、4、5②、9②
都道府県	6品目	伝統工芸品産業の振興・活性化を図るため、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」に基づき経済産業大臣から指定を受けた伝統的工芸品について、同事業者組合等が行う計画に則った事業に対し経費の一部を補助する	～400	2②、3①、4、5②、6、7、9②
市区町村	1品目	・海外展開戦略として実施する事業 ・後継者確保・育成のために実施する事業 ・地域ブランド力を高めるため新商品・新技術の開発に係る事業 が対象	～200	2①、3①、3②、5②、6、7、9②

2) 需要創出・拡大のための支援事業例

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	8 品目	・伝統工芸産学公プロジェクト：工芸者・美大生・区の産学公による商品開発 ・名産品販売促進支援事業：区内伝統工芸品の販売促進事業	～2,300	5 ①、6、7、 9 ①
都道府県	15 品目	海外市場における伝統的工芸品産地企業の新たな販路開拓を促進するため、産地企業を対象にした海外バイヤー商談会を開催する。また、産地企業等を対象に、販路開拓セミナーを開催し、産地に販路開拓に関する知識を深めてもらうことで、県内の伝統的工芸品産地の活性化につなげる。(伝統的工芸品産地企業 10 社程度)	～300	6
都道府県	6 品目	・都道府県の伝統工芸を牽引する新たなブランド創出を後押しするため、専門家による研修、伴走支援を実施 ・伝統工芸品の魅力を PR し販路を拡大するため、中国北京での展示会や、中国市場向け越境 EC サイトと連動したプロモーションを実施 ・高い技術や希少な技法を伝承する意志のある職人を伝統工芸の匠に認定し、少人数指導で技術・技法の継承を支援 ・「熟達者（ベテラン職人）思考」と「学術研究」を組み合わせた技術継承を効率化する AI を活用したシステムを開発	～5,100	3 ①、3 ②、6、 7、9 ①
市区町村	1 品目	海外販売拠点強化事業支援補助金（海外販売拠点訪問に要する旅費、宿泊費等の補助）	～1,000	6
市区町村	1 品目	・伝統的工芸品等を国内外の市場に向けて広く紹介し、販路開拓、ブランド化の推進等を行う中小企業者等に対して、カタログ、チラシ、CM、DM等の作成、各種の宣伝媒体を活用した広告・宣伝、展示会等への出展等の経費の一部を補助 ・県内の伝統的産品の販路開拓を図ることを目的として、ハンドメイド品の販売を行う EC サイト内に、伝統的産品を購入することができる特集ページを製作し、県内伝統的産品事業者から出品者等を募集	～300	5 ②、6、7
都道府県	2 品目	・産地事業者が連携して行う見本市出展事業に要する経費に対し補助を行う。 ・大都市圏の百貨店催事等におけるプロモーション活動(ろくろ、絵付け等の実演)や展示販売等に要する経費に対し補助を行う。	～1,100	5 ②
都道府県	4 品目	・新商品開発支援（全国のクリエイター等とコラボし、伝統的な技術・技法を生かしつつ、顧客ニーズや新しい発想を取り入れた新商品開発のサポート、開発した新商品の電子カタログ等を作成し、主要ホテルや百貨店、結婚式場など販売や引き出物等への活用が見込める場所に周知 など） ・専門家による経営アドバイス（県内事業者向けに専門家を派遣し、経営やマーケティングに関するアドバイスを実施 など）	～600	7、9 ②、11
市区町村	1 品目	・当品目の普及、ブランドの確立、需要の開拓を目的として実行委員会を組織し、企画展、イベントや産地組合員の展示会参加経費助成等を実施（事業者） ・産地組合が実施する事業に対する補助（国内展示会等の実施、後継者育成事業）（産地組合事業） ・伝統技術を継承しつつ現代のライフスタイルにあった衣食住を中心とした新製品の開発を支援する（産地組合事業）	～400	3 ②、5 ②、 6、7、9 ②、 11

3) 後継者の発掘・育成支援の例

地域区分	対象の工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
都道府県	1 品目	人材育成事業：県の研究所における当品目の製織技術を中心とした研修。研修生は1年間の講習終了後、県内の織屋に就業	~300	3①、3②
市区町村	1 品目	・産地後継者育成補助金→県立の陶芸大学校の学生等に対する補助金。在学・創業のキャリアステージに応じて、住居の家賃補助・設備購入補助等の各種支援を講じ、陶芸産地の次代を担う人材育成と自立を目的とする。 ・地場産業支援事業→工房、焼成用窯、作品の展示・販売まで行えるギャラリーも備えた、技術を実践的な環境で学べる施設の運営経費。市内への定住・創業を促すことを目的とする。	関連事業、 含めて ~1,500	2①、2②、4、 5②、11
市区町村	4 品目	伝統工芸後継者育成支援事業補助金：「伝統工芸産業」の事業者にとって、後継者育成には長い年月が必要となる(一般的に10年と言われている)とともに、人件費の負担が必要になる。そのため、技術や知識を修得し、後継者を目指す者に対し、継続的、専門的に指導を行う事業者の負担軽減を図るための支援を行う。 (後継者1人当たり3年目まで一定上限額まで補助。※4年目以降5年目までも一定上限額(3年目までの2/3)まで補助)	~300	2③、3①、3②
市区町村	5 品目	・伝統産業の伝統的な技術・技法を引き継ぐ後継者を雇用している事業者に補助 ・研修従事者への生活援助費、研修受入先への研修材料援助費、研修受入先への活動援助費、組合等研修施設の利用料、研修従事者の募集に係る広報費の補助 ・研修受入先への研修材料援助費、研修受入先への活動援助費、研修者の宿泊費、交通費、研修従事者の募集に係る広報費の補助	~2,900	2①
市区町村	4 品目	伝統産業の後継者育成に取り組む事業主への賃金等の補助	~1,000	3①、3②
市区町村	2 品目	・域内で活動する若手工芸作家に対し、経営の知識やノウハウを得てもらうための支援を行う(地域で活動する伝統工芸作家2名程度) ・伝統工芸の後継者となり得る学生等に対し、工芸の概要や魅力をPRすることで、後継者の獲得を図る。 ・伝統工芸の研修生及びその工房主に対し、一定額の奨励金を支給することで、技術習得等に集中してもらう環境を整備する。	~1,400	2①、3①、3②、4、10
市区町村	1 品目	匠づくり奨励金事業(総合技術研修者/町内に居住し、かつ、当品目の製造に関する知識及び技術を修得しようとするほか条件に合う、概ね40歳以下の者/1件)	~200	3②

4) 自治体運営による人材養成(訓練校等)の例

地域区分	対象の工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
都道府県	1 品目	・特命教授等によるカリキュラムの実施 ・全国から優秀な人材を集めるためのPR活動等	~900	1
市区町村	1 品目	漆器産業振興と職業訓練のための共同施設への業務委託料：当施設の運営を協同組合に委託するもの。対象は協同組合(及び受講生)	~500	1
都道府県	3 品目	県立研修所(3施設：漆器2、陶磁器1)の管理運営費、研修事業費等	~15,900	1、3①、3②
市区町村	1 品目	陶芸講座の開講(対象：プロの陶芸家を目指す人、プロの陶芸家で知識・技術力の向上を目指す人、当地域において自立を目指すとうする強い意欲があり、全課程にわたって受講できる人)	~500	1、2①

5) 原材料・用具の確保対応、アーカイブ化を支援している例

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	1 品目	・漆掻き職人定住促進補助金 ・地域おこし協力隊活動支援補助金（塗師育成事業、漆掻き職人育成事業） ・漆掻き新規就業者支援補助金 ・地域おこし協力隊起業支援補助金	～800	4
市区町村	1 品目	天蚕振興事業：飼育、繰糸、機織、商品づくりの後継者育成に対する補助事業	～300	2 ①
都道府県	15 品目	伝統的工芸品の産地企業にコンサルタントを派遣し、新商品開発や販路開拓等の取組を支援することで、産地の未来を担う企業への成長を促すとともに、実績報告を通じて他の産地企業が新たな取組を行うきっかけを提供することにより、県内の伝統的工芸品産地の活性化を図る。（伝統的工芸品産地企業3企業）	～400	6、7、9 ①
都道府県	6 品目	伝統技法の継承に向けた記録保存の支援、原材料確保の支援、需要拡大・販路開拓の支援を行う。 ・伝統的工芸品等の製造用具等のアーカイブ化（設計図等の作成等）を進める ・原材料の確保に向けた調査研究 ・伝統的工芸品の需要開拓、販路拡大に向けた取組みの推進	～600	4、5 ①
都道府県	17 品目	伝統と文化のものづくり産業の生産基盤を支えるために行う生産設備の新設、増設、更新、改修又は道具類の購入を支援	～5,000	4、10

6) 観光イベント等の実施支援

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	4 品目	・後継者育成支援補助金 ・木彫刻工芸振興事業 ・まつり開催事業 ・伝統的工芸品産業再生支援事業 ・伝統的工芸品産業事業継続支援補助金（伝統的工芸品産業を営む事業者・組合）	～1,800	11
市区町村	4 品目	オープンファクトリー推進事業補助金（伝統産業の魅力発信を目的として、製造工程の見学や体験をしてもらうための環境整備にかかる経費の補助）	～200	6、7
市区町村	1 品目	商工観光団体等に対する補助金の交付。令和5年度はイベントの実行委員会に対して補助（当品目発祥地の知名度向上、イメージアップ及び地域の活性化を図るとともに、当品目の歴史に触れ、伝統と文化を継承し、愛郷心の醸成と誇りをもって生活できる住みよい地域づくりを目指すことを目的としており、工芸品等を身近に感じてもらう取組）	～900	5 ①

7) 工芸品製作発注事業の例

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	1 品目	次世代の指針となり得る高度な技の保存伝承に向けた作品製作	～500	11
市区町村	1 品目	・伝統産業振興事業（写真立て製作業務） ・伝統産業振興事業（伝統工芸品普及事業） ・伝統産業振興事業（伝統工芸品関係負担金） ・伝統産業振興事業（当品目観光シンボルのメンテナンス業務）	～1,200	11

8) 普及啓発事業の例

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	1 品目	・交流都市等に当品目を設置し、産地を PR ・県認定の職業訓練施設の実施する認定職業訓練に対する支援	～500	11
市区町村	2 品目	県指定の工芸品の周知と伝統工芸品産業の普及啓発を図るため、展示会を開催 (伝統的工芸品を含む)	～300	5①
都道府県	6 品目	県内の国指定伝統的工芸品産地組合が、小・中学生を対象に体験学習や保護者を含めた勉強会等の開催を通じ、伝統的工芸品の啓発普及を図る	～100	11
市区町村	1 品目	産地振興を目的としてイベントを行うなど、当品目の普及拡大に要する経費の一部を補助金で交付	～100	8②

9) 産地組合・事業者の諸課題に対して幅広く支援を行っている例

地域区分	対象の 工芸品	事業内容	予算 (万円)	事業区分 (※)
市区町村	1 品目	・地域おこし協力隊採用支援業務委託料、地域おこし協力隊員活動補助金 ・伝統工芸後継者育成事業負担金 ・大規模展示会出展負担金 ・販路拡大事業負担金 ・祭開催負担金 ・振興対策事業負担金 (協同組合の活動支援) ・産地活性化プロジェクト負担金 (青年部活動支援)	～2,100	2③、3①、3②、5②、7、11
市区町村	8 品目	・伝統産業若手技術者育成事業費補助金 ・伝統産業新商品開発事業費補助金 ・伝統産業製品 P R 事業補助金 ・伝統産業後継者マッチング支援事業 (伝統的技術の継承に関心のあるものづくり・工芸系学校の学生等を広く募り、インターンツアーを実施) ・伝統産業マーケティング支援事業 (海外市場向けの需要開拓に意欲的な事業者に対し、テストマーケティングや展示会出展等に向けた新商品開発について、専門家による支援を実施)	～3,200	3①、2②、6、9②、11
市区町村	1 品目	・後継者の育成事業 ・技術技法の承継及び改善・品質保持 ・原材料の確保、研究 ・需要の開拓 ・市内小学校で実施する出前講座	～200	4、5②、6、7、11
都道府県	10 品目	・最新の市場動向等に係る情報提供から販路開拓までを一気通貫で支援 ・東京都内で開催する合同見本市を支援 ・県内の伝統的工芸品産業関係団体が開催する各種展示会などに助成 ・伝統産業工芸館の維持管理及び展示・体験事業 ・次世代を担う若手後継者の研修事業に対する助成 ・特に後継者不足が深刻な分野の「伝統工芸専門技術者」に対する助成 ・伝統産業優秀技術者表彰費	～11,400	3①、3②、5②、7
市区町村	1 品目	当品目の活性化を図る事業に対する補助 ・組合活力向上支援研修事業 ・情報発信 PR 事業 ・出展・展示等推進事業 ・意匠開発調査・需要開拓事業 を対象とする。	～100	5②、6、7、8②、9②
都道府県/ 市区町村	1 品目	伝統的ものづくり産業 (漆器・石材) の産地組合が実施する、販路拡大・人材育成の取組や、訪日外国人旅行者への対応力を強化するための取組、新商品開発や技術伝承の取組等に対して、県と市が合同で費用の一部を補助	～600	3①、3②、5②、6、7、8②、9②

3. 民間企業の支援活動

以下は、伝統工芸の関係者や関連事業に対する支援活動を行っている民間企業の例である。

ポーラ伝統文化振興財団

同財団は、1979年に創立され、以降40年にわたり日本の伝統文化の振興に関わっている。

日本の無形の伝統文化の保存・振興を図るため、顕彰事業、助成事業、保存記録作成事業、その他事業の4つの事業を展開。助成事業では、伝統工芸技術、伝統芸能、民俗芸能・行事の各分野で保存・伝承・振興活動および調査・研究活動において有効な成果が期待できる事業に対し、補助的な援助を実施。

①無形の伝統文化に関する保存・記録作成事業、②無形の伝統文化の後継者育成・普及事業、③無形の伝統文化に関する調査・研究、④無形の伝統文化の復元・伝承事業、⑤無形の伝統文化の保存のために欠くことのできない技術や原材料・道具等に関する伝承事業について募集し、1件あたり30万円から200万円程度助成している。¹

ポーラ・オルビスホールディング

社内ベンチャー制度にて、2018年より「伝統工芸と企業のコーディネート事業」をスタート。伝統工芸の活躍の場を創造しさらなる発展に寄与すべく、伝統工芸事業者と企業を結び付ける販路開拓や伝統工芸を活用したワークショップ、各種イベント開催に関するコーディネートを実施している。

また、同事業から生まれたプロジェクト「SERENDOUCE CRAFTS」では、手仕事でつくられる上質な伝統工芸品の情報発信や販売をしている。²

レクサス

レクサス（トヨタ自動車株式会社および全国のレクサス販売会社）が主催となり、2016年に「LEXUS NEW TAKUMI PROJECT」を始動。地域の特色や技術を生かしながら、自由な発想で新しいモノづくりに取り組む、日本各地の若き「匠」を選出し、プロダクト試作、プロダクト発表・情報発信（レクサス販売店での作品展示や、国内外の百貨店、セレクトショップバイヤー、メディアに対するプレゼンテーション、商談会等）をサポートしている。これまで支援した「匠」は150名を超える。³

オンワードデジタルラボ

オンワードホールディングスの子会社が、日本のモノづくり支援を目的に、日本各地の工場と共に持続可能なモノづくりを目指すプロジェクト『CRAHUG（クラハグ）』を2021年に開始。①販売支援、②ブランディング支援、③プレス発信、④イベント開催、⑤WEB分析に取り組む。

自販・自立することで持続可能なビジネスモデルを構築したい全国の生産者や工場を対象に、サポート内容ごとに二つの協業プランを提供し、販売支援を行っている。⁴

¹ 出典：公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団 HP(<https://www.polaculture.or.jp/about/index.html>)

² 出典：ポーラ・オルビスホールディングス ニュースリリース(2018年6月15日)(https://ir.po-holdings.co.jp/news/news/news-2709998788264270630/main/0/link/20180615_venvure1_2.pdf)、SERENDOUCE CRAFTS HP(<https://serendouce-crafts.com/>)

³ 出典：LEXUS NEW TAKUMI PROJECT(<https://lexus.jp/brand/new-takumi/>)

⁴ 出典：オンワードホールディングス ニュースリリース(2021年8月19日)(https://www.onward-hd.co.jp/release/2021/pdf/20210819_2.pdf)、CRAHUG HP「CRAHUGとは？」(<https://www.crahug.jp/ja/page/about>)

4. 伝統的工芸品産業の課題解決に向けた取組状況と支援ニーズ

(1) 需要の創出・拡大に関する取組の参考事例

ここでは、デスクリサーチ結果より、需要の創出・拡大に向けた取組に方向性を検討する際に参考になると思われる事例について、1) 販路開拓（国内、インバウンド）の機会提供の例、2) 販路開拓（海外）の例、3) 海外への発信を後押しする例（国・関係機関）、4) 商品群ブランディングの例、5) 伝産品の素材、技術を生かした用途開発の例、6) 産業観光の例 の6タイプに分類して取りまとめた。

1) 販路開拓（国内、インバウンド）の機会提供の例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
提携企業	[株式会社 KASASAGI / 東京・台東区]	<p>提携&プロデュースで流通サポート～企業・職人とパートナーシップを結び、製品プロデュース、自社 EC への出品などを一貫サポート</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2020年3月に設立した若手5人によるスタートアップ企業。 ・職人に代わって問屋以外の販売経路を開拓し、職人がものづくりに専念できる環境づくりをサポート。 ・工芸品の「小ロット多品種」という特徴を活かし、引き出物や贈答品での需要に着目。2022年、全国1,500カ所にプチギフトの販売経路をもつ引き出物の卸会社・株式会社オリジナルあいと提携。 ・KASASAGI は商品開発とプロデュース、オリジナルあいは在庫管理と物流、カタログギフトの制作を担当。職人さんには無理のないペースで制作してもらう「職人さん第一」の運営方法をとっている。
提携企業	[中川政七商店 / 本社：奈良・ショップ：各地]	<p>ブランド構築&経営コンサルタント～「日本の工芸を元気にする」とのビジョンのもと、作り手の思いを消費者に直接伝える戦略を展開</p> <ul style="list-style-type: none"> ・工芸を生かした生活雑貨の企画製造・販売で業績を拡大。伝統的な技法を生かしつつ、現代の生活にマッチする新たな商品を作り出したいと考える産地を積極的に応援。 ・工芸の再評価と産地へ人を呼び込むため、産地巡回型の工芸祭典「大日本市」を開催。作り手と消費者の接点を増やしている。 ・日本市プロジェクト：2013年より全国の観光地で地域の小規模工芸メーカーとお土産もの屋さんを結ぶ「日本市プロジェクト」を開始。中川政七商店と一緒に地元の土産ものづくりに取り組むパートナーショップを「仲間見世」と呼び、その土地ならではの良い土産ものを開発・展開している。
提携企業	[羽田未来総合研究所/羽田空港]	<p>インバウンド向け「日本の美と技」専門店～羽田空港内に日本発地方創生型ラグジュアリーブランドを立ち上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・2023年12月、羽田空港第3ターミナル出国エリア内に「JAPAN MASTERY COLLECTION」をオープン。 ・日本の高い技術を駆使した、ストーリーある製品を販売し、生産者への資金の還元、後継者育成を総合的に目指した「守るべき日本の美と技」を未来に残していくためのプラットフォームを構築。 ・26年以降、国内外の空港、商業施設への出店を進めていく。今後は越境 EC オープン、海外商業施設などへの卸売り参入なども行い、海外から知名度を高める計画。 ・日本の伝統工芸の産地と職人にスポットをあて、商品のタグには生産者を明記。商品購入者が、次回日本に来た時には産地も訪れてほしいという思いを込めている。

2) 販路開拓（海外）の例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
製造事業者	[川尻筆 文進堂 畑製筆所/広島・呉市]	新製品開発で海外ファンを獲得～川尻筆の技法を使った化粧筆発売がきっかけとなり、海外ファンを獲得 <ul style="list-style-type: none"> ・正統な伝統の継承と発展、練磨のため 70 を超える工程を職人 1 人で手掛ける高品質な筆づくりを続けており、書家からの信頼も厚い。 ・2020 年に川尻筆の技法「先ズラシ」を使った世界で唯一の化粧筆を発売したところ国内外のブラシファンの目に留まり 150 本の先行販売商品が完売状態に。2021 年にはニューヨークの著名経済メディア「Business Insider」の取材を受け、着実に海外ファンを増やす。 ・2023 年、海外のコアなファンの要望にこたえるかたちで、筆づくりを体験できるショールームを開設。
提携企業	[株式会社リアル ジャパンプロジェクト 代表 河内 宏仁 氏/ショップ：東 京・渋谷区]	工芸品の販路開拓をトータルサポート～製品とマーケット特性に合わせた「PR」と「販売」で、職人の思いを国内外に紹介 <ul style="list-style-type: none"> ・現在、生活用品を中心に、全国で約 600 の作り手と連携し、EC サイト等での製品販売、国際見本市やイベント出店など実施。 ・海外販路開拓サポートについては、2015 年から海外販路開拓し、2018 年からは北米エリア（主にアメリカ）に特化して展開。「菰樽（こもだる）」は UAE（中東）への販売実績もある。
提携企業	[Pieces of Japan 株式会社 代表 小山汀奈 氏、塚本はな氏/ ショップ：京都・東 山区]	海外向けにオリジナル商品開発～伝統工芸のオリジナル商品を職人らと共同開発し、ネットを通じて海外向けに販売 <ul style="list-style-type: none"> ・2020 年 POJ Studio 創設。22 年、実店舗を京都東山にオープン。小山氏は東京とシリコンバレーの IT 業界から転身。 ・商品は 3 タイプ。「技（Waza）キット」シリーズは、購入者が動画を見ながら「金継ぎ」や「拭き漆」「絞り」などを体験できるセット。「黒（Kuro）」は作家の一点物や、作れる職人が少なく、大量生産が難しい限定品など。「白（Haku）」は 5 千円～3 万円程度と比較的お手頃な値段に抑えたもの。 ・購入者の 7 割近くはアメリカ在住（2021 年当時）
海外企業	[京都ハウス /中 国・上海]	京都ブランドで中国・上海の日本産工芸品市場～市場ニーズに合わせた商品展開が進む 上海工芸品市場における京都の伝統工芸品などの販路開拓の拠点 <ul style="list-style-type: none"> ・JETRO によると、業界関係者の話として、中国で日本産伝統工芸品を輸入販売する企業は 100 社を超え、多くが上海を中心とした華東地域に集中しているという。 ・京都ハウスは、京都府と連携協定を結ぶ中国の投資会社「复星（フーシン）国際」が 2019 年に開設。漆器や陶器、和雑貨、清酒など約 200 点を扱い、「茶道」「香道」など日本文化を紹介する企画展も実施。 ・来場客の中心は 30 代女性。モダンなデザインの食器が人気だという。 ・現在、京都ハウスが模索するのが上海の日本食店への販路開拓だという。

3) 海外への発信を後押しする例（国・関係機関）

取組主体	機関名	取組内容
国関係機関	一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会	<p>フランスと中国にて常設展示場を運営</p> <p>伝統的工芸品産業製品及び製造者による日本の高品質な商品の魅力や、歴史・文化を背景とした独自性を海外で PR</p> <p>・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してフランス・パリ及び中国・重慶で常設展示場を運営。日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信するとともに、各方面と連携し、販路拡大に向けた効果的なアプローチを行っている。2022 年度の取扱点数は、パリは約 50 工芸品 290 点、重慶は 450 点以上。</p> <p>・重慶の常設展示場では、開業から 2 年以上が過ぎ、幅広い現地消費者の意見を蓄積。富裕層向けのイベントや、各自治体と連携を深めた取組を行い、工芸品の良さをより多くの現地の人々に伝えている。</p>
国関係機関	独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）	<p>伝統工芸品の輸出を支援するプロジェクト</p> <p>「TAKUMI NEXT」～全国の「匠」企業の横のつながりを形成し、日本の地域の産品を海外に発信</p> <p>・日本各地の魅力ある工芸品、伝統工芸品、日用品等の輸出を総合的に支援する事業「TAKUMI NEXT」（タクミネクスト）を 2019 年度から毎年実施（共催：経済産業省）。</p> <p>・2023 年度は次世代のものづくりを担う「匠」企業として、過去最多の 38 都道府県 190 社を採択。JETRO が連携する海外バイヤーとのオンライン商談を実施するとともに、海外目線での産地・商品のストーリーの組み立て方、ソーシャルメディアでの発信の仕方などを議論するグループディスカッション等を実施した。</p>

4) 商品群ブランディングの例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
製造事業者 + プロデューサー	[Oji & Design 代表 大治将典氏 / 石川・輪島市 他]	<p>商品開発～販売までトータルデザイン～製品ブランディングや付随する商品企画・デザイン、グラフィック、マーケットにつなげるところまでを職人と共同作業</p> <p>・デザイナーとして一方的に支援するのではなく、産地、技術のどこに価値があるのか、メーカーの経営者と一緒に話をしながらコアになるものを見つけ、それがしっかりと表に出る商品づくりを実現。</p> <p>・石川県輪島で 200 年以上「木と漆」の仕事に携わる輪島キリモトとのコラボでは、「そこにある素材で、今必要なもの、使いたいものを作る」という視点で、蓋もの、椀、レンゲなどの商品を開発した。</p>
製造事業者	[漆芸職人集団 彦十時絵 / 石川・輪島市]	<p>工芸の技術をアートへ繋げる～漆芸職人の分業制で、漆芸の技術をアートへ繋げ、漆芸の新しい次元を目指すイノベーター集団</p> <p>・集団には日本各地から集まった木地・塗り・時絵・沈金・呂色などの職人が約 20 名属しており、プロジェクトごとに チームを形成。職人たちに継続的に仕事を発注し、毎月報酬を支払うことで、職人が職人として仕事を続けられる環境を提供している。</p> <p>・輪島塗の技法以外にも、多様な漆芸の技法を積極的に取り入れることで、職人の技術向上・伝統的な漆器の技法継承に繋がっている。</p>

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
		・竹や磁器、アニメーションなどの異素材・異業種とのコラボによる次世代の需要の創出、一人一人が独立し鍛錬された高度な技術を持つ職人の創出、漆芸を持続可能なものにするために「ウルシの木植樹再生事業」なども行っている。

5) 伝産品の素材、技術を生かした用途開発の例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
製造事業者	〔蛭谷（びるだん）和紙 総称「越中和紙」川原製作所工房 川原隆邦氏/富山・立山町〕	<p>建材としての和紙の可能性を自ら開拓～和紙とガラスの組み合わせなど独自の表現方法で建材市場を開拓、完全受注性で和紙づくりを行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・建材として既に需要があるガラスと和紙を組み合わせることを自ら提案、ガラスメーカーとの開発を進める。富山県伝統的工芸品コンクール銀賞をはじめ数々の受賞を経て、様々な分野で注文が入るようになる。 ・川原氏は蛭谷（びるだん）和紙の唯一の継承者でもあり、和紙の原材料となる楮（こうぞ）やトロアオイも栽培。受注生産で持続可能な経営を目指す。 ・富山県民会館のロビー内装に使用する和紙のオーダーでは、楮に立山杉の皮を混ぜ込み、同じく富山の名産であるガラスと組み合わせた。和紙は、空間装飾の素材として、高い表現性と価格競争力を持っており、国内外の建材市場から注目を集めている。
製造事業者	〔新潟漆器製造株式会社/新潟・新潟市〕	<p>多様な素材への漆塗りで用途を拡大～「変り塗りの宝庫」と言われる新潟漆器の特徴をあらゆる素材に生かして付加価値を創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国の伝統的工芸品の指定（平成 15 年）をきっかけに後継者育成・意匠開発・需要開拓等、様々な試みが続けたが、規模の小さい新潟漆器の劣勢は否めず、抜本的な変革が求められていた。そこで、小さい産地ならではの戦略策定に着手。個人消費の減少、百貨店の衰退、大量生産を行う産地の台頭などを受け、インテリア、高級飲食店の食器、建築材等の B to B の事業への転換を果たした。 ・漆塗りの技法を異分野に応用する事業にも着手し、建築商材への漆塗装については、新潟市庁舎のエントランスの壁面タイル等の製作を請け負うなど、次々とこの分野を開拓。また、他社の製品に漆を塗る事業も行っている。漆を塗ることで、例えば金属製品であっても伝統・自然・手作りという味わいを表現できるため、付加価値が生まれる。 ・漆塗りは、木材、金属、プラスチック、ガラス、皮革製品など、多様な素材に施すことができる。耐久性、抗菌・防腐効果などの漆塗装の利点も生かしながら、始めから需要があるもの（OEM/ODM、建材やインテリアの漆塗装、記念品・引き出物・オーダーメイド食器等）を主に制作している。
製造事業者+メーカー企業	〔プロジェクトユニット「GO ON」/京都〕	<p>高い技術力を活かした新しいモノづくり～家電メーカーとのコラボで伝統工芸の高い技術力と美意識を発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝統的な技術や素材を使って工芸をグローバルに発展させ、未来へとバトンを繋ぐために結成された、京都を拠点とする伝統工芸の若き担い手 6 人によるプロジェクトユニット。 ・パナソニックと「GO ON」がコラボレーションした製品をミラノサローネへ出展。展示「Electronics Meets Crafts:」では、会場では 20 人ずつを一組にして、一つひとつのプロダクトを丁寧に説明したところ、会期の最後には 5 時間待ちになるほど話題になる（「Best Storytelling 賞」受賞）。 ・代表例として、茶筒の老舗である「開化堂」の八木隆裕氏とパナソニックが共同開発したワイヤレススピーカー「響筒（きょうづつ）」などがある。

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
プロデューサー	[伝統技術ディレクター 立川裕大氏/モデルルーム：東京・渋谷区]	<p>空間デザイナーに伝統工芸の「技」を紹介～「技術力を売る」をコンセプトに、伝統技術を持つ職人と、空間を生み出す建築家やデザイナーをつなぐ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空間づくりに、日本の伝統的な技を用いるコーディネート空間に応じた家具・照明器具・アートオブジェなどを別注で製作するブランド「ubushina」を展開（『三井ゴールデン匠賞』第一回を受賞）。 ・漆・箔・竹・和紙・鋳物など、多くの伝統技術と素材を用いた、家具・什器・照明器具・アートワーク・内装材などのインテリアエレメントを製作管理。複数の素材や技術の組み合わせ、産地をまたいだものづくりなども手がける。

6) 産業観光の例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
旅行会社	[JTB グローバルマーケティング&トラベル/各地]	<p>「日本ならではの、特別で最高の体験」としての伝統工芸に関する学び～外国人の工房訪問を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・欧・米・豪はじめとした旅行者の中に、「漆器・陶器・織物」といった日本の華やかで美しい「伝統工芸」や「職人技」に興味を持ち、「工房を訪問したい」「自分でもやってみたい」という要望、具体的な職人名を挙げた問い合わせもある。 ・箱根の寄木細工や、金沢の九谷焼の窯元、京友禅の工房など、案内を行っている。漆アーティストとの「金継ぎ（きんつぎ）体験」では日本文化特有の「侘び寂び」に通じる学びがあると参加者から好評。
プロデューサー + 職人	[株式会社コラレアルチザンジャパン 山川智嗣氏/富山・南砺市 井波]	<p>職人体験ができる地域滞在をプロデュース～彫刻の町で「職人に弟子入りできる宿」をコンセプトにした「Bed and Craft」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・約 8,000 人の住民のうち、約 200 人が木彫刻職人という南砺市井波。産業地の側面が強い地域に来て井波彫刻を肌で感じてもらうため、「Bed and Craft」をオープン。 ・2019 年の井波の観光客数約 400 人のほとんどが Bed and Craft 宿泊者で平均 5 万円程度を消費（「地域想合研究室.note」2023 年 3 月紹介記事より） ・2023 年 2 月現在、Bed and Craft には 6 棟の宿があり、それぞれを木彫作家、漆芸家、陶芸家、仏師、作庭家の展示ギャラリーとしての機能も有する。
プロデューサー	[UNA ラボラトリーズ 白水高広氏/福岡・八女市]	<p>伝統工芸産業の集積を活かした地域活性化～九州最大の伝統工芸集積地で、クラフト体験ツアー、宿、セレクトショップ等を運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・八女市は、久留米緋、提灯、和紙、竹細工、陶器など九州最大の伝統工芸集積地。 ・白水氏が、福岡県筑後地方の“商業・工業・農業”と“デザイナー・建築家などのクリエイター”をつなぎ、地域を活性化させる厚生労働省事業へ 2 年半関わったことから生まれたネットワークがきっかけとなった取組。 ・実際に手仕事の現場を訪れ作品が生まれる過程を見学したり、職人と共にものづくりができる「クラフト体験ツアー」などを運営。
実行委員会（プロデューサー） + 製	[RENEW 実行委員会 ディレクター 新山直広氏/福井・鯖江市]	<p>オープンファクトリーで産地全体を高付加価値化～多くの若者を呼び込むなど波及効果で、持続可能な産地づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オープンファクトリーイベント「RENEW」では、鯖江の半径 10 キロ内にある 7 つの産業（越前漆器、越前和紙、越前打刃物、越前筆筒、越前焼、眼鏡、繊維）を舞台に、毎年 10 月の 3 日間、工房が一般の人に開かれる。

取組主体	事業者・キーパースン/地域	取組内容
造事業者		<ul style="list-style-type: none"> ・新山氏は、鯖江市役所で地域産業のブランディング担当後、独立。2015年、初回のRENEWは一地区だけで小さくスタート。現在は国内最大規模のオープンファクトリーイベントに成長し、年々、参加工房が増え、若者中心に移住者が増えている。 ・2023年は、全国各地のローカルプレーヤーが集う「まち／ひと／しごと -Localism Expo Fukui-」も開催。
プロデューサー	[D&DEPARTMENT PROJECT ディレクター ナガオカケンメイ氏/ショップ：東京・渋谷区、国内外]	<p>地場産業セレクトショップ+観光ガイド～息の長いその土地らしいデザイン＝“ロングライフデザイン”を提唱し、地場産業のセレクトショップや観光ガイド発行を行う</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ナガオカ氏は47都道府県をテーマとしたデザインミュージアム「d47 MUSEUM」を発案・運営。観光ガイドブック『d design travel』は、1冊にひとつずつ都道府県を特集し、各地のもののづくりを編集者の視点で紹介。 ・文化的投資が活発な中国など海外市場に期待。出店するなど、現在、中国・黄山（2018年10月にオープン）など海外に3拠点を有する。

(2) 需要創出・拡大への対応に関する産地の支援ニーズ

中小企業庁「平成27年度産地概況調査結果」を元に、関連5業種で再集計を行なったところ、産地活性化のために望む公的支援は、「販路開拓の機会の提供」が6割強と最も多く、次いで、「新製品・新技術開発」となっており、需要創出・拡大への対応につながる支援ニーズが最も大きいことがわかる。[図2-4-1]

図2-4-1 産地活性化のために望む公的支援



総務省調査では、産地における需要の拡大の取組実績より、伝産産地が需要の拡大に向けて取組を実施する上で特に大きなポイントとなる方向性として、以下3つの方向性が挙げられている。

産地における需要創出・拡大に係る取組の方向性（総務省調査結果より）

取組タイプ	産地組合・事業者の取組例	有効と思われる支援策
①新市場(国内)に向けた販路開拓	大都市圏等新たな消費地に向けた販路開拓、若年層等新たな購買層に向けた販路開拓、新たな流通手法を活用した販路開拓等の実施 など	産地組合・製造事業者の取組を後押しするためには、産地組合・製造事業者の販路開拓・マーケティングに係るノウハウ不足を補完する支援策 など
②新市場(海外)に向けた販路開拓	国内市場の縮小を踏まえ、より市場規模の大きな海外市場の開拓に向けて、海外で開催される展示会への出展等の営業活動や、現地でのテストマーケティング等を実施する など	海外展開に向けたマーケティング能力、外国語に対応する言語能力やビジネスルールの理解といったノウハウ等が不足している産地組合・製造事業者に対し、海外展開に関する相談・助言等に関する支援を実施する など
③国内市場・生活様式の変化に応じた新商品開発	社会経済等の変化などを踏まえ、市場ニーズを的確に把握し、必要に応じて異業種と連携するなどして、現代の生活様式に適合した新商品開発を実施する など	産地組合・製造事業者における市場ニーズの情報収集・商品企画等に関するノウハウ等の不足を補完するとともに、必要に応じて、異業種とのマッチングを促進する など

※総務省「R4 伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」結果報告書を元に、受託事業者が取りまとめた

(3) 技術継承・後継者育成に関する取組の参考事例

ここでは、デスクリサーチ結果より、需要の創出・拡大に向けた取組に方向性を検討する際に参考になるとと思われる事例について、1) 技術継承・後継者育成の取組例、2) 産地内の人材養成機関の例、3) 伝福連携による水平分業体制維持への取組例 の3タイプについて取りまとめを行った。

1) 技術継承・後継者育成の取組例

取組主体	事業者/地域	取組内容
産地自治体	体験生制度で30年余りに約30人が移住 [川原隆邦氏/福島・昭和村]	昭和村・からむし織 体験から定住、技を継承 <ul style="list-style-type: none"> ・越後・会津・出羽地方は良質な「からむし」(*)の産地であったが、現在、本州でその栽培・生産技術を有している地域は唯一、福島県昭和村のみ。 ・後継者不足を懸念した村が1994(平成6)年に創設した体験生制度に参加した若者が、「からむし織」の担い手として後継者育成を行う。人口は約1200人で、高齢化率は55%超。からむし織の体験プログラムは、住居も含め無料で約1年間学べる。2022年度までに全国29都道府県から133人が採用され、約30人が移住。 ・イラクサ科の多年草カラムシは、主に新潟県の越後上布や小千谷縮の原材料として取引されてきた。現在では、本州で唯一、昭和村で栽培されている。 ・1年間の研修で、からむし焼き、刈り取り、糸作り、織りに至る「からむし織」の一連の工程と山村生活を体験。希望者には最長3年間生活費が援助される。
製造事業者	マニュアルを用いた技能伝承 [小宮商店/東京・東日本橋]	熟練職人の手仕事の傘制作工程を数値化・言語化したマニュアルや動画教材を作成 <ul style="list-style-type: none"> ・江戸時代末期、ペリー来航の際に持ち込まれた洋傘を参考に江戸の職人が作りあげたといわれる製法を受け継ぎ、これまで職人の肌感覚に任されていた技術を、図式や計算式で表し若手が傘づくりの基礎を効率的に学べるようにした。感覚的なところを数字や言葉に落とし込んでいるため、教える側もマニュアルがある方が教えやすいという。

取組主体	事業者/地域	取組内容
		<ul style="list-style-type: none"> ・同社の洋傘は東京都の伝統工芸品に指定されている。 ・東京都中小企業技能人材育成大賞知事賞（2023 年度）奨励賞（ものづくり部門）受賞 ・ホームページでも、「東京ライフ・ワーク・バランス認定企業」（令和 3 年度）選出などの取組とともに、「働きやすさへの取り組み」としてアピール。

2) 産地内の人材養成機関の例

取組主体	教育機関/地域	取組内容
産地自治体	伝統工芸の道が確実に拓けるよう体系的な教育システムを整備 [京都伝統工芸大学校/京都・南丹市]	<p>10 専攻 2 コース。4 年間で基礎から応用まで学び、プロとして生きる力を身につける</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一流の工芸士の方々を講師として招き、一人ひとりに個別指導で、匠の技とともに、ものづくりへの真摯な心構えまで学ぶことができる。カリキュラムの約 80%が実習系の授業。1995 年開校。 ・一人一台の電動ろくろをはじめ、各工芸の専用実習室などさまざまな設備が充実。ハイレベルな環境が、豊富な実習時間や匠の技の習得を可能にしている。 ・10 専攻（陶芸・木彫刻・仏像彫刻・木工芸・漆芸・蒔絵・金属工芸・竹工芸・和紙工芸・京手描友禅）の中から身につけたい工芸を選び、次に「その技を究めるプロ」をめざすのか（工芸コース）、「その技を生かすクリエイター」をめざすのか（工芸クリエイターコース）を選択することができる。 ・企業や自治体など産官学が連携して行うプロジェクトに積極的に参加しており、学生たちが学んだ技術と培った発想力・創造力を生かして、さまざまな取組を行っている。 ・より豊かな感性と国際感覚を育むことを目的に、各国の学校・団体との国際交流を積極的に推進。 ・学びの先にある就職にも力を入れ、学生一人ひとりを徹底サポート。毎年、高い就職率を誇り、精密機器など最先端技術系企業からも高い評価を得ている。 ・高度な技術の習得と共に、独自システムにより卒業時には「大学卒業資格（学士）」と「高度専門士」を取得。大学院進学の道も拓けるようにしている。
産地自治体	日本各地から人材を惹きつける研修所 [石川県挽物轆轤技術研修所/石川・加賀市]	<p>約 400 年間培われてきた山中漆器の伝統技法を、2~4 年に凝縮して学べるカリキュラム</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国で唯一「挽物轆轤技術」と「漆芸技術」を専門的に学べる研修施設。平成 9 年 4 月 1 日開設。 ・カリキュラム、設備だけでなく、講師陣が充実しており、人間国宝、熟練職人が講師となって生きた伝統を伝授。轆轤挽きや漆塗り、蒔絵、商品企画、製品デザインなど、各専門分野に特化した講師から教わる機会が設けられている。 ・半数以上の研修生は石川県外からの移住者。漆芸や木製品、食器デザインなどに関心のある方が、加賀に住みながら技術を磨いている。
産地組合 + 自治体	伝統文化に先進教育を導入 [博多織 DC/福岡・博多区]	<p>技術職人とクリエイター・プロデューサー、2 種類のプロを育ててコラボすることで、博多織を再び産業として盛り上げる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・博多織工業組合と福岡県が中心に 2005 年に立ち上げた博多織技術の養成学校。

取組主体	教育機関/地域	取組内容
		<ul style="list-style-type: none"> ・「創造と自立」のコンセプトの下、「伝統」に縛られない自由な発想で、世界に羽ばたける博多織の作家や新時代の職人、博多織をいかした工芸プロデューサーとして活躍していくのに必要な能力を育成。基礎的な技術に加え、市場調査や販売促進、デザイン経営、海外展開などビジネスプロデュースの力を育てることに注力している。 ・国内外からの視察申込は絶えない。関心を喚起するイベントも多数開催している。

3) 伝福連携による水平分業体制維持への取組例

取組主体	事業者/地域	取組内容
地域銀行	[株式会社いよざん Challenge&Smile/ 愛媛・松山市]	<p>障がい者を伝統工芸の新たな担い手に～障がい者の雇用促進を目的とした伊予銀行の特例子会社で、愛媛が誇る伝統工芸品「姫てまり」「水引き」などを製作</p> <ul style="list-style-type: none"> ・伝統を未来へ残そうという思いと、障がい者たちの働く意欲がコラボした新たな挑戦。 ・地域の伝統工芸の技術承継、後継者不足が課題となるなか、障がい者を次世代の担い手として育てる。 ・伊方町三崎地区に伝わる伝統の織物「裂き織り」も、新たに商品化を目指している。
民間企業	[株式会社 Kaien/ 各地]	<p>発達障害の「強み」を伝統工芸に活かす～伝統工芸の存続と発達障害者の雇用を結びつけた新しい取組「DenPuku」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・Kaien は、発達障害がある人材の支援に特化した企業。発達障害者には、細かい作業が好きという強みを持つ人がいるため、各種の伝統工芸品づくりに発達障害の人が関わる仕組みを用意し、伝統工芸×福祉の連携モデル「DenPuku」を 2022 年からスタート。 ・伝統工芸職人の 1 工程だけをもらえないかと考え、京都の漆塗り職人に声をかけ、発達障害の人たちに漆の下塗りに関わってもらっている。他工程はすべて職人任せでも「障害のある方が関わった一級品」という入り方ができるといい。

(4) 技術継承・後継者育成に関する産地の支援ニーズ

伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」の回答には、技術継承、人材の育成・確保に関する支援ニーズ等に関し、以下のような記述があった。

技術継承、人材の育成・確保に関する支援ニーズ等（産地組合等）

- ・職人の突然の引退により、伝統的工芸品の技術継承が困難になっている。現在、社内で技術を復活させるため様々な試作をしている。多くの産地で、原材料、道具、職人、全てにおいて高騰・不足の状況。日本の技術技法を残すためにサポートが必要。
- ・若手後継者不足が続いている。大学等への伝統工芸関係職のあっせんを組合と一緒にできると有難い。
- ・職人は減る一方。値上げラッシュの中、手を動かす職人仕事を継承する者が出てこないのは自然な流れのように思われるが、伝統工芸の技術を絶やさなため、何らかの措置を切に願う。
- ・分業制の各部門の職人さんの高齢化と後継者不足を解決するにはその各部門が一つの場所で行えるようにできる施設（場所）が必要。その場所があれば、若い後継者が働けるようになる。

（伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」記述結果より）

また、日本立地センター「伝統的工芸品産業の再生手法に関する調査」における事業者へのヒアリング結果では、国・行政に求める支援として、技術継承、人材の育成・確保に関する支援として、以下が挙げられている。

技術継承、人材の育成・確保に関する支援ニーズ等（伝産品関連事業者）

- 雇用関係の助成（事業者は賃金の補填ができ、雇用促進に繋がる。職人を育てるには年月がかかるため、2～3年の雇用助成があるといい）
- 職人の育成に特化した地域おこし協力隊のような支援策
- 将来的に廃れる可能性が高い伝統技術の情報（原材料、道具、工程等）をアーカイブ化し、数十年後に復興したい人材が現れた際に、復興できる仕組みを作る（現状の廃れかけている工芸は、現時点の消費者に受け入れられていないだけである。しっかりと技術をアーカイブ化することで再興できる状態にしておくことが重要）

（日本立地センター「伝統的工芸品産業の再生手法に関する調査」（令和4年度）
伝統的工芸品産業の再生手法研究の参考となる先進的事例ヒアリング結果より抜粋）

上記の支援ニーズでは、若手従事者が伝統工芸を生業として自立するまでの生活の保障や、起業支援といった従事希望者が産地に定着するまでの支援を充実させてほしいとするもの、教育機関との連携、伝統技術の情報のアーカイブ化などが挙げられているが、伝産品産地を取り巻く環境が非常に厳しい産地も少なくないことから、産地の実態や支援ニーズを踏まえた上で、従事希望者の確保、育成から産地への定着まで一貫した取組、また、水平分業体制維持に向けた取組に向けた支援の検討が必要である。

（5）原材料・道具の確保対応の取組の参考事例

伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」の回答結果でも、産地における栽培用地を確保して新しく栽培を行う取組も見られたが、実際に採取できるまでに十年単位の時間が必要である原料もあり、産地連携による共同調達、代替物の開発等に関する調査・研究や情報収集をはじめ、生産者・製造者の育成、複数の取組を並行して行うことが必要だと思われる。また、マンパワーや財源も単独の事業者や小さい産地では限界がある。

以下は経産省伝産支援補助金を活用した原料栽培のプロジェクト例である。

原料を地域で栽培するプロジェクト例

取組主体	事業者/地域	取組内容
産地事業者	[沖縄県三線製作事業協同組合 / 沖縄・読谷町]	<p>三線:「増やそう、育てよう三線の樹プロジェクト」の立ち上げ、黒檀の苗木生産および植栽活動の展開</p> <ul style="list-style-type: none"> • 三線職人みずから「増やそう、育てよう三線の樹プロジェクト」を立ち上げ、有識者による指導の下、くるちの樹木から種子を採取、育苗実験を実施。 • 三線職人だけではなく三線演奏家と共に有識者による勉強会を開催。黒檀の性質、原材料の確保・入手の現状、種子の採取方法～育苗方法を勉強。 • これらの活動について三線組合 HP や SNS で情報発信。企業への支援依頼等の活動も実施。（伝産支援補助事業）

(6) 原材料、道具の確保対応に関する産地の支援ニーズ

伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」の回答には、技術継承、原材料、道具の確保対応に支援ニーズ等に関し、以下のような記述があった。

- 原材料確保・生産の維持については、何らかの支援がないと、継続していくことは難しい。
- 全ての物の値上げが深刻。特に輸入の石油に頼る部分が多く、零細な企業が多い業種のため、国や県からの補助・助成が急務である。
- 原料枯渇により本来の伝統原料を作れなくなると、伝産法の基準を満たせなくなる可能性がある。
- 原料の指定のあるもの（美術品の修理など）は継続的に原材料の問題を抱えることになると思う。文化庁の補助があるが、それでも厳しい。
- 出来るだけ早期の行政や産地団体による材料・道具製造者への調査・支援を望む。このままでは近い将来に材料・道具ともに枯渇する。以前のような組合単位でのグループ購入も一時しのぎにしかない。
- 工芸が盛んな沖縄だが、多くの原材料、道具類を本土から、組合単位で購入したり一年分をまとめて購入したりしているが、慢性的に送料の課題はある。
- 新しいものに買い替える場合の補助金はあるが、修繕費用の補助金は無。伝統的に使用されてきた特殊な道具の修繕に関しての補助を希望する。
- 今まで、原材料・道具の補助を活用せずに知恵をしぼり、何とかやってきた。無いものは、産地自身で作る、栽培することを行っている。新規で行うだけでなく、既存の道具の修理・更新の補助があると助かる。
- 漆は、ここ2、3年で値段が高くなりつつある。国産も徐々に復活させていく活動をメディアで見るが何十年もかかるようなので、行政で連携して早く復活させてほしい。
- 河川の護岸整備によって川砂を採取する場所も限られてきているため、川砂を採取する際（伝産関係の採取）、河川法に抵触しないように特例として明記があるといい。

（伝産協会「原材料、製造用具等に関する調査」記述結果より）

(7) 主要な課題への対応に活用可能な国の支援制度

伝統的工芸品の産地や製造事業者・関係者が、需要創出・拡大、技術継承・後継者育成、原材料・道具の確保に取り組むに当たり、活用することが可能な国の主な支援制度には次のようなものがある。

国の主な支援制度と対応課題（令和5年度）

支援制度 (所管)	事業	支援対象	支援内容	需要創出・拡大	ノウハウ等支援	後継者育成支援	原材料・道具確保
伝統的工芸品産業支援補助金（経済産業省）	需要開拓事業	（伝産法の規定に基づく振興計画	普及啓発や販路開拓等を目的とした事業(展示会・実演会・製作体験・コンクールの実施等)に対し、その企画会議費、展示会開催等事業費、成果検討費等を支援	✓			

	意匠開発事業	の認定を受けた)産地組合	商品開発及び販路開拓等を目的とした事業(デザイナー等との協働による商品開発、求評会やアンケートの実施等)に対し、その企画会議費、意匠開発費、成果検討費等を支援	✓			
	後継者・従事者育成事業		従事者の育成事業(若手従事者の製造技術の向上を目的とした研修)に対し、その講師謝金・旅費、教材費、実習・指導費を支援				✓
	若年層等後継者創出育成事業		新たな人材を発掘するための事業(大学生・専門学校生を対象とした制作体験、従事希望者を対象とした講習会)に対し、その講師謝金・旅費、教材費、実習・指導費を支援				✓
	原材料確保対策事業		原材料の安定確保を目的とした調査事業(将来的な供給状況や代替材料の調査等)に対し、その企画会議費や研究調査費等を支援				✓
	活性化事業(経済産業省)	国指定伝統的工芸品の製造事業者等	後継者育成事業、技術・技法の改善事業、原材料の調査研究事業、需要開拓事業(海外展開を含む)、新商品開発事業、情報発信事業等)に対し、経費について支援	✓			✓
	産地プロデューサー事業	伝統的工芸品産業の支援事業を実施しようとする事業者・団体等	伝統的工芸品産業の振興を支援するために必要な専門的知識・ノウハウ等を有する者が、自ら産地に入り込んで、産地の製造事業者等とともに新商品の企画、需要の開拓、従事者の資質向上等のための取組を行い、産地全体を総合的にプロデュースする事業に対して支援				✓
	コンサルタント産地支援事業(伝産協会)		意欲とポテンシャルのある産地に外部コンサルタントを派遣し、複数年にわたりコンサルタントが伴走する形で産地を支援しながら、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				✓
	外部人材協業事業(伝産協会)	国指定伝統的工芸品の製造事業者等	商品開発にとどまらず、販路を持っているプロデューサーとともに、現代のライフスタイルに調和する新しい商品開発を促し、新たな販路開拓を支援				✓
	伝統的工芸品産業産地調査・研究・診断事業(伝産協会)		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を実施し、その結果を踏まえて、産地に共通課題について研究し、課題克服に資するセミナーを開催する				✓
	ものづくり・商業・サービス生産性向上促進事業(経済産業省)	中小企業、小規模事業者等	中小企業・小規模事業者の海外でのブランド確立の実現に向けて、複数の中小企業・小規模事業者が連携し、自らが持つ素材や技術等の強みを踏まえた戦略を策定し、当該戦略に基づいて行う商品の開発や海外見本市への出展等を行うプロジェクト支援	✓			
	地域観光新発見事業(観光庁)	地方公共団体、DMO、民間事業者等	地域の観光資源(伝統的工芸産業含む)を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓及び情報発信の一貫した支援を実施するもの	✓			
	地方創生推進交付金等(内閣府) ※令和4年度から「デジタル田園都市国家構想交付金」に統合	都道府県市区町村	地方公共団体が、地域再生法に基づき策定した地域再生計画に基づく事業の実施に要する経費の支援(伝統的工芸品産業の振興や人材育成に資する事業も対象となる)。				✓
							✓

地域おこし協力隊（総務省）	市区町村	地域おこし協力隊員として委嘱し、一定期間、伝統工芸品産業の復活など「地域協力活動」に従事させた場合、総務省から隊員の活動経費（報償費、住居の借上費、研修費等）に係る支援あり			✓	✓
重要無形文化財伝承事業費国庫補助（文化庁）	選定保存技術の保存団体等	(1)伝承者の養成 (2)研修発表会 (3)資料の収集整理 (4)指定の要件の品質管理 (5)技術研究 (6)原材料・用具の確保 (7)普及・啓発 (8)関連技術事業（無形文化財の知識・技能等を有する団体が関連技術として行う(1)(2)(5)(6)(7)事業）ほか。 ※(3)(4)は工芸技術のうち文化財保護法第71条の重要無形文化財に限る			✓	✓
文化財保存技術保存事業費国庫補助（文化庁）		選定保存技術等の保存を目的として、選定保存技術の保持者又は保存団体等が実施する次の事業に対し、その講師謝金・旅費、会場使用料等を支援 ○伝承者の養成 ○研修発表会 ○技術、技能の錬磨 ○記録の作成及び刊行 ○原材料・用具の確保 ○普及・啓発 ○関連技術事業			✓	✓

※参考：総務省「R4 伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」結果報告書

（８）取組主体の体制強化に向けた取組と支援ニーズ

主体的な取組を行う事業者の支援ニーズ

以下に示す「新しい取組を主体的に行う事業者の支援ニーズの例」は、日本立地センター「伝統的工芸品産業の再生手法に関する調査」報告書（令和3年度）より、同調査が事例として取り上げている伝産品関連事業者へのヒアリング取りまとめから、国・自治体への支援ニーズに関する記述を抜粋したものである。

中長期計画に基づいた計画的・主体的な取組を行う産地・事業者にとっても、求める支援策は異なってくる。小さな事業所や産地が補助事業を有効に活用するためには、相談に応じたり書類作成をバックアップしたり、連携先を紹介できるような体制の整備が急務となっている。

新しい取組を主体的に行う事業者の支援ニーズの例

タイトル 事業者/地域	取組内容
専門家による支援	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発のコンセプト部分の（伝統工芸品産業の商品企画・開発の知識・経験を持ち合わせた専門家の）伴走支援（その他の工芸品） 職人の技術力向上を目的とした講師を招いた事業（木工品・竹工芸） 経営の勉強ができる学びの場の提供（職人がものづくり以外の、経営に必要な知識を学ぶことができる機会を行政主導で設けてほしい。行政主導で行うことで、職人が安心して参加できる）（金工品）
補助金の申請に関する支援等	<ul style="list-style-type: none"> 悪徳な補助金ビジネス事業者の取り締まり（不利益を被っている伝統産業従事者も一定数存在するため、行政側にて、推薦する事業者の選定支援もあるといい）（その他の工芸品） 実績がない若手でも、補助金に申請できる仕組み（陶磁器） 助成金申請の書類作成を支援してくれる事業もあるとありがたい（木工品・竹工芸）
建物・機械等の修繕に関する助成	<ul style="list-style-type: none"> 建物や機械が老朽化しているため、機械の買い替えや建物の修繕に助成してほしい（和紙）

タイトル 事業者/地域	取組内容
	・建物の修繕費用への補助金 ・道具のメンテナンス、購入補助金、設備投資費用（メンテナンス費用が高額の機械がある）（陶磁器）
国際アートイベント、海外進出等の支援	・海外渡航費を補助金の使用用途として認めてほしい（物産展や見本市への出展費や見本の制作費に使用用途が限られていることが多い）（漆器） ・アート・パーゼル ¹ のような世界的なアートフェアへの出展費を補助してほしい（世界中のセレブリティやコレクターが訪れ、世界のアートを牽引する場であるため、日本の伝統的工芸品のアートとしての価値を発信できる）（漆器）
国・地域からの受注を増やす支援	・建築業等で地元発祥の技術・材料を使用する際の補助金など（建築業の受注が増える）（漆器） ・記念品の製作等、大手企業・自治体等の大型受注など、仕事を増やしてくれる施策が望ましい（漆器） ・国が主導している建築プロジェクトには、必ず伝統工芸の素材や技術を取り入れるなど、国の事業 に伝統工芸を積極的に採用するシステムが必要だと考える（和紙）
発信力強化のための支援	・広告宣伝費が対象となる補助金（Web や SNS での情報発信がますます重要になっているため）（漆器） ・地域ごとに伝統文化やマーケティングに精通したディレクターを配置し、地域の発信力を高める（国内外に認知・関心を広げていくには、地域や産業単位でのブランディング戦略が必要）（金工品）

出典：日本立地センター 令和3年度「伝統的工芸品産業の再生手法に関する調査 報告書」をもとに、受託事業者が取りまとめを行った

地方公共団体の支援ニーズ

総務省調査では、調査対象とした地方公共団体において、産地組合・製造事業者への支援を行うほか、自ら、あるいは産地組合や製造事業者との連携により、需要の拡大、後継者の確保、原材料の確保に向けた取組を実施している事例も確認されており、地方公共団体が伝統工芸品産業の振興に当たって重要な役割を担っている実態がみられた。

同報告書では、18 都道府県及び 33 市区町村を対象とした調査結果より、地方公共団体の支援等のあり方を以下のように類型化している。

- 1) 産地組合・製造事業者等の取組に対する財政的な支援（補助金等）
- 2) 産地組合・製造事業者等に対するノウハウ・情報の提供等
- 3) 地方公共団体が自ら実施する伝統工芸の振興に向けた取組

また、同調査報告書によると、地方公共団体によっては、産地への支援に当たって、独自の計画を策定し、計画的に施策を講じている例も確認されたほか、地域再生計画に伝統工芸品産業の振興を盛り込み、製造事業者に対する支援を行っている例も確認されている。

伝統工芸品産業の振興に向けた独自の計画を策定して支援等を行っている例（同報告書より抜粋）²

実施主体	取組内容
都道府県	産地、市区町村、都道府県が一体となって伝統工芸品の振興に努めるために、独自の振興計画を策定。都道府県の役割として、産地や市区町村が主体的に行う様々な課題解決の取組を総合的

¹ 1970 年よりスイス・パーゼルで開催されている世界最大級の現代アートフェア。現在は米国・マイアミ、香港でも開催されている

² 総務省「令和4年度伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」P79 「5 伝統工芸を取り巻く現況と課題（課題解決に向けた体制支援）（2）地方公共団体の関与」

	<p>に支援する旨を記載。産地等への支援に当たっては、その取組に対する直接的な支援のほか、マーケティングやデザイン等の専門的な相談や支援体制の整備、異業種連携の促進、関係機関との調整など、産地が事業に取り組みやすい環境の整備を進めることとしている。</p> <p>伝統的工芸品を中心とした、ものづくり産業全般の産業デザイン導入やマーケティング等に基づいて、専門的指導及び助言を行い、新商品開発等を支援する支援機関を設置している。調査対象製造事業者においても、新ブランドを立ち上げ、順調に販路を拡大するなどの成果が確認されている。</p>
都道府県	<p>伝統工芸品(和紙)のうち重要無形文化財の指定要件を満たした製造技術がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを受け、都道府県、市区町村、関係事業者が連携して課題に取り組む計画を策定。</p> <p>計画に基づき、伝統工芸品の振興に向けて、主に、「原材料の供給力強化・高品質化」「海外展開支援」「伝統工芸品の認知度向上・PR」「用具職人の育成」の取組・支援等を実施している。</p>
市区町村	<p>区町村内の伝統工芸品(木工品・竹工品)が伝統的工芸品に指定されことを受け、伝統工芸品全般に振興を図る動きが生まれ、伝統工芸品に関係する事業者を多数抱えている地域特性等を生かし、伝統工芸を活用した交流人口の拡大への取組を進めていくため、独自の計画を策定。同計画では、域内にある品目の課題について、内部要因(産地の強み・弱み)と外部要因(伝統工芸品を取り巻く好機・脅威)から分析し、同品目が目指すべき姿と振興策について、個別の分析を実施している。</p>

出典：総務省「R4 伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査」結果報告書

財政的に厳しい自治体も多いことから、都道府県や市区町村が主導して事業を実施する場合にも補助金の対象としてほしいといった要望があるほか、産業振興部局においては、伝産関係者に対する支援実績がなく、伝統工芸関連支援に関する必要な知識を有する職員がいないため、支援策の検討に関する相談先がほしいといった要望、有効な取組や好事例の紹介してほしいといった要望もあった。

一方で、厳しい財政状況の中、地方公共団体単位で伝統的工芸品産業の支援や支援継続が困難とする実情や、優先度は低いとする自治体もあり、伝産事業者への支援体制が自治体によって大きく異なっていることも課題といえる。

(9) 新たな枠組や連携に向けた取組

伝統工芸の需要創出や担い手の確保・育成には、国内外に広く伝統工芸の価値を知ってもらう取組が重要である。ここでは、デスクリサーチ結果より、1) 地域における伝統的工芸品体験事業の実施例、2) 伝統工芸の普及啓発などの取組の例を以下に紹介している。

教育・普及啓発事業を定期的実施していくためには、行政・産地組合・事業者が協力して取り組む必要がある。また、日本の伝統的工芸品の価値を国内外に発信するためには、全国の産地同士の連携も必要である。このような活動を契機に連携を強化することで、情報や技術の共有や課題解決への取組につながることも期待できる。

また、国や伝産協会などが主体となり、食文化、和装など生活文化領域の団体・有識者等と連携し、日本の伝統的工芸品の価値を国内外に発信していくことも重要である。

事例の最後に、国や各主体が協力して行う普及啓発の取組の例として、フランスとデンマークの食文化振興の取組を参考事例として掲載している。

1) 地域における伝統的工芸品体験事業の実施例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
産地組合	[壺屋陶器事業協同組合/沖縄・那覇市]	<p>児童・生徒に向けた普及啓発活動～伝産協会の支援策を活用し、産地組合が将来の従事者の確保に向けて、小・中学校で体験制作等を実施</p> <p>・小・中学生に対し、①伝統工芸品の暮らしの中における使用方法の説明、②手作りの伝統工芸品と、機械により大量生産された工業製品の相違点に関する説明、③伝統工芸品の歴史、制作技術・技法に関する説明、④講師による伝統工芸品の体験制作指導を実施。平成 25 年度から 30 年度の間で、1,249 人の小・中学生が受講している。</p> <p>・学校が実施する社会科や図工の授業とも関連し、担当教員や児童・生徒から好評を得ており、毎年度、多数の学校から事業の実施要請を受けている。</p>
自治体関係機関	[京都伝統工芸産業支援センター/京都・南丹市]	<p>若者のための伝統工芸体験会を京都や東京で開催～製作体験・実演・展示を通じて伝統産業振興や後継者確保につなげる</p> <p>・若者に伝統工芸へ関心を持ってもらうためには、職人が実際に作業している現場を見せようとともに、自身もその作業を体験してみて、ものづくりの楽しさや技術の素晴らしさを知ってもらうことが重要であることから、「伝統工芸体験会」を京都や東京で開催。</p> <p>・毎年 400 名前後の若者が参加し、伝統工芸大学校への進学など、さらに本格的に技術習得し、伝統産業の担い手を目指すきっかけになっている。</p> <p>・そのほか、伝統的工芸品への興味・関心をもつ若者や一般消費者を増やすべく、作品展示やものづくりを体験できる場を提供し、伝統産業振興や後継者確保に努めている。</p>

2) 伝統工芸の普及啓発などの取組の例

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
国	[経済産業省、伝統的工芸品産業振興協会/活動：各地]	<p>毎年 11 月は「伝統的工芸品月間」～40 年続く伝統的工芸品振興の契機となる一大イベント</p> <p>・経済産業省が定める伝統的工芸品月間（11 月）に、伝統的工芸品の普及啓発を目的に、国の事業として昭和 59 年から毎年全国各地で「伝統的工芸品月間国民会議全国大会」を開催。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なっている。</p> <p>・毎年 5～10 万人の方が来場。2023 年は岡山にて KOUGEI EXPO in OKAYAMA として開催され、記念式典、伝統的工芸品の展示販売及び製作実演・体験、日本伝統工芸士会作品展等が行われた。</p>
市区町村	[京都市産業観光局/京都]	<p>京都市が「伝統産業の日」を制定～多彩なイベントで京都の「匠の技」の魅力を国内外に発信</p> <p>・京都市では、1200 年の悠久の歴史の中で培われた京都の「匠の技」の魅力を国内外に発信するため、平成 13 年度に春分の日を「伝統産業の日」と定め、平成 14 年度から毎年この日を中心に多彩な事業を展開している。</p> <p>・令和 6 年 2 月～3 月には集中期間として、伝統産業の業界団体と連携し、期待の若手職人からこの道を極めた名匠の作品まで、京都の伝統産業の技術が大結集する合同</p>

取組主体	事業者・キーパーソン/地域	取組内容
		の展示販売会「匠エキスポ」の開催、京都市内の 40 施設において、3 月の一定期間内にきものでおでかけすると、入場無料の特典が受けられるイベント「きものでおでかけ」といった多数のイベントを実施した。

(参考) 海外の食文化振興・普及啓発の取組例¹

タイトル (国)	取組内容
美食大国フランスにおける「味覚週間」(フランス)	<ul style="list-style-type: none"> ・味覚週間(Semaine du Goût)は多くの人々(幼稚園から高等教育までの児童、青少年がメインターゲットだが、一般人も対象とする)に味覚を伝承、教育することを目的として、国民教育省と農業省の主導で 1990 年に発足したイベントである。 ・児童、青少年(幼稚園から高等教育まで)をはじめとして一般市民や、生産地から食卓に至るまでのサプライチェーンのあらゆる段階に専門家が介入し、フランス全国で料理遺産と食文化を促進することを目指しており、実施にあたり、レストラン、生産者、流通事業者、保健機関、自治体の協力を受けている。毎年 10 月に開催され、味覚週間のポータルサイトが開設され、テイスティング、ワークショップなど、味覚に関するイベントに申し込んで本プログラムに参加することができる。 ・味覚週間では、毎年イベントのアンバサダーが任命される。2020 年には有名シェフを含む 12 名のアンバサダーが地方ごとに任命された。アンバサダーはイベント期間中、推薦するシェフ、ケータリング事業者、職人、地域の生産者を伴って学校に外向く「味覚の授業」や「特別メニュー作成」などを行う。
食文化の振興を目的とした「新北欧 10 カ条」(デンマーク)	<ul style="list-style-type: none"> ・2004 年、北欧のシェフ 12 人が発表したマニフェスト。目的は北欧の材料・食文化の伝統を強化し、北欧の料理文化を盛り上げること。その理念は、消費者、農林漁業者、食品産業者、工業者、流通業者、研究者、専門家、政府など、全ての関係者がこのコンセプトに基づいて産業振興を目指すことができるものとなっている。 ・母体となる団体・組織はなく、上記の発案者二人が 6 カ月をかけて、マニフェスト草案を作成した。4612 人のシェフとワークショップを開いて議論した上、現在の 10 条が決定された。その後、New Nordic Cuisine Symposium が開催され、多方面の食文化の関係者が参加した。 <p>「新北欧 10 条」の内容は以下の通り:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 北欧という地域を思い起こさせる、純粹さ、新鮮さ、シンプルさ、倫理観を表現する 2. 食に、季節の移り変わりを反映させる 3. 北欧の素晴らしい気候、地形、水が生み出した個性ある食材をベースにする 4. 美味しさと、健康で幸せに生きるための現代の知識とを結びつける 5. 北欧の食材と多様な生産者に光を当て、その背景にある文化的知識を広める 6. 動物を無用に苦しめず、海、農地、大地における持続可能な生産を推進する 7. 伝統的な北欧食材の新しい利用価値を発展させる 8. 外国料理からのヒントをよい形で取り入れ、北欧の料理法と食文化に刺激を与える 9. 自給自足されてきたローカル食材を、高品質な地方産品に結びつける 10. 消費者の代表、料理人、農業、漁業、食品工業、小売り、卸売り、研究者、教育関係者、政治家や関連の当局とこのプロジェクトの関係者が力を合わせ、北欧諸国全体に利益とメリットを生み出す

¹ 出典：文化庁令和 2 年度「日本の食文化等実態調査」報告書 P32「4 海外の食文化振興施策に関する調査結果」

5. 産地の課題解決に向けての取組・支援の方向性（検討会検討結果）

需要創出①

目指す 将来像

作り手自らが製品の伝え方や売り方を考え、産地問屋が機能していない場合はそれに代わる**新しい流通**の担い手との提携を行うなど、製品特性に合った売り方や PR を工夫し、製品群や売先によって「伝統的工芸品」の価値を訴求する、「手仕事」の魅力を前面に伝える等伝え方やブランディングについて多様な対応ができています。



プレゼンテーションの工夫、商品群ブランディング

取組の 方向性

- 多くの人の目に触れる機会を創出し、評価を得ていくことで、良さを見直してもらい、需要創出につなげる
- 専門家の助言を受けながら、発信力の高いエリア・店における売り場展開や国際的な見本市やアートフェアへの出展機会を増やす
- 「伝統工芸」の敷居を取り払い、手仕事の魅力を伝える商品群のブランディングで若者等の需要を喚起する

需要創出②

目指す 将来像

産地（職人）とデザイナー等人材や企業等との共同開発により、食器から離れて漆を使う、和紙が壁紙になり建材として使われるなど、**材料・工法をそのまま活かした用途開発**、新たな用途が新しい価値を生み出している。「技術を転用して売る」ことで、技術も練磨されて、従来の工芸品製造も継続できる。



用途開発

取組の 方向性

- 従来の工芸品製造と併せて、用途開発を製造のもう一つの柱とする
- 素材や伝統的技術を生かし、現代の生活様式に適合したものを作る
- 用途転用を探る工業試験場の後押しを行う
- 国内外の他分野企業等とのコラボレーションを推進する

需要創出③

目指す
将来像

伝統工芸産業と観光産業が結びついた産地滞在やオープンファクトリーが盛んになり、製品購入や技術の継承、作り手と使い手のコミュニケーションを通じて、商品購入や担い手になりたい人、新たな製品開発、技術の継承につながる。工芸ツーリズムの専門機関へ相談も可能で、学芸員の資格と観光に関する資格を取得できるなど、専門人材育成も行えるようになる。



産業観光

取組の
方向性

- 観光産業と伝統的工芸品産業との連携で、ショーケース効果・ブランディング効果を高める
- 産地の工房を巡るツアーなど、ビジターの要望に応えられる工芸ツーリズムに特化した機関の設置などを検討する

需要創出④

目指す
将来像

海外に日本の伝統工芸の理解者が増え、製品の購入や現地訪問、作り手との交流が活発に行われ、作り手を支援する外国人富裕層も増えていく。文化的な繋がりを求めて来るアジアの方、自分のライフスタイルに馴染むものを求めるヨーロッパの方など、ニーズに合わせた商品・サービス展開が行われる。



「伝産品＝日本各地の生活文化」の産業化

取組の
方向性

- 日本各地で受け継がれてきた伝統的工芸品を含む「生活文化」を海外に発信し、産業化していく
- ヨーロッパ、米国、中国・アジアの方々の異なる趣味嗜好や購買動機に着目し、対応する

持続可能な経営と人材の確保①

目指す 将来像

産地・事業者が、意見交換、情報発信を積極的に行い、存続と発展に向けて自らを変えていくために必要な市場環境や需要の動向に関する現状認識を深める機会と支援が充実している。



事業者の経営意識の向上

取組の 方向性

- 経営状況改善には、事業者自らの現状認識と自己変革が必要であることを認識する機会を作る
- 産地存続と発展に向けた長期的な取組を前提に、補助金等申請時の情報提供、指導などを受けられるようにする

持続可能な経営と人材の確保②

目指す 将来像

基礎的な技術習得サポートやワークライフバランスなどが考慮され、若者も働きやすい環境が整備されている。



若者の雇用対策、業務環境改善

取組の 方向性

- 美術・芸術大学で学ぶ学生などクラフトへの志向が強い若者は多いため、うまくマッチングできるように、クラフトと伝統工芸とのギャップを改善する
- 基礎的な技術習得をサポートする仕組みを整備する
- ワークライフバランスの考慮など、事業所が「働きやすさ」向上に取り組む
- 長期の雇用助成等の支援ニーズに対応する

技術継承

目指す 将来像

産地に技術指導教育が受けられる**教育システム**があり、技能の担い手、プロデューサーなど人材の養成が行われている。産地企業とも連携した人材育成が行われ、キャリアとして伝統工芸を目指せる道筋がつくられている。



産地内で学べる教育システムの確立

取組の 方向性

- キャリアとして伝統工芸を目指せる道筋、産地における教育システム（大学・専門教育機関と連携した研修実施のバックアップ、産地内で伝産品の製法、経営、産地プロデュースなど総合的に学べる教育機関を設置など）を作る
- 伝産品の技術・工程のマニュアル化、アーカイブ化

入手困難な原材料・道具等の確保対応

目指す 将来像

原材料や道具が入手困難な状況となっている産地の現状を把握し、製造に欠かせない**原材料・道具等の安定的確保**、道具・原材料に関わる新規従事者の確保や技術継承のための支援などが行われている。



原材料、道具の現状把握と対策

取組の 方向性

- 原材料・道具の調達状況の実態を把握し、それに基づいた実証を行い、同じ境遇の他産地にも展開する
- 組合等が中心となり、原材料も地産地消で育てていく持続可能性を意識した取組を検討する

水平分業体制維持困難への対応

目指す 将来像

分業体制の維持が困難になっている状況を補う対策がとられ、産地存続の不安が解消されている。



1つの製品の全工程を面として捉えた支援、仕事をつくることで技術力向上

取組の 方向性

- 分業体制の見直しや多能工人材の育成を図るなど、必要となる1つの製品の全ての工程を面として捉えた支援のあり方を検討する
- 産地を超えた分業体制維持の取組を推進するとともに、分業制の各部門が一つの場所で業務に従事できる施設等の確保などの支援も検討する
- 国・地域主導のプロジェクト等に積極的に伝統的工芸の材料・技術を採用するよう働きかけ、需要を生み出すことで技術力向上につなげる
- 障害者雇用促進を検討する

取組主体の体制強化

目指す 将来像

事業者単独では対応できない課題に対して、伝産品産地の地域として中長期で取り組む計画に基づき、産地の技術の保持、小規模事業者の支援に向けた取組を行い、補助申請の支援や情報提供、相談窓口など支援体制も整っている。産地を支える意識が高い職人・事業者が多く、共同で市場開拓や技能向上など取組を行っている。



効果的な取組ができる体制づくり

取組の 方向性

- 事業者単独では対応できないことについては、産地単位で取り組む
- 事業検討に必要な支援に関する情報提供、産地の勉強会実施などに取り組む
- 事業の効果検証と定期的なモニタリングの実施により、産地の状況に基づいた支援を行う

新たな枠組や連携の推進

目指す 将来像

地域の各主体の連携、また、同じ業種・技術の産地間・工芸士間の連携、他分野企業とのコラボレーションが進み、人材、資金、原材料や道具などの課題解決に向けての取組が行われている。日本は工芸大国として、エコロジー、サステナブルな伝統的工芸品の価値が広く認知され、学校教育でも工芸に関して学べる場が多くなっている。



伝統工芸に関する認知向上、意識啓発 / 産地の枠を超えた連携推進

取組の 方向性

- 日本人自身が伝統工芸の価値に気づき、地域で大切にしていけることが自分たちのアイデンティティにもなることの意識付けを行う
- 伝統的工芸品産業はエコロジー産業であり、サステナブルの時宜に沿っている点を PR する
- 「適正な材料で作る→多くの人買い求める→使い続ける→修理にも対応できる」ものの良さを再認識する流れをつくる
- 食文化、和装など生活文化領域の団体・有識者等と連携した広報活動・発信に取り組むなどで、「伝統的工芸品」の認知を向上させる
- 伝統工芸士の横の繋がりを強化する
- 企業等に技術力を知ってもらうなど、各方面に働きかける
- 同じ技術の産地同士・工芸士同士のネットワークを構築し、原材料調達などの共通課題へ対応する取組、国際的見本市を開催する

支援のあり方

品目の特性・産地の状況に応じた支援

施策・支援の考え方

- 地域差への着目、手仕事を残すという観点で、伝統的工芸品の展開方向や需要動向、海外展開の可能性など、品目の特性に応じた支援が必要
- 発信力、就業者・事業承継状況など、産地の状況に応じた支援が必要
- 伝統的工芸品産業の基盤強化に向けた、産地の実情に合った取組に対して支援が必要

産地の市場環境へ対応、作り手を総合的に支援

施策・支援の考え方

- 国内・海外を広く視野に入れた視点で、後継者育成・販路開拓など市場環境へ対応できるような支援が必要
- 単発の施策ではなく、総合的に変革を促す仕組みづくり、重点事業を決めた計画的な支援と助言が必要
- 産地の付加価値を落とさないよう、調達から製造、流通、プロモーションまでのあり方を整備し、産地と専門家をマッチングする支援が必要

小さな産地への支援

施策・支援の考え方

- 需要がほぼ消失傾向にあり、自らの生業を問い直すべき段階にある、人手不足で事務局を置くことすらできない、支援を申請することもできないといった、深刻な課題を抱えている産地を顕在化させ、手厚く支援することが必要
- 既存産地だけでなく、今後出てくる新しい産地、現行の基準で指定を受けられなかった産地への支援のあり方の検討も必要

Ⅲ 伝統的工芸品産業の振興のあり方に関する検討会の実施・運営

1. 検討会委員名簿

氏名	属性/所属・役職等
池嶋 徳佳 (いけじま・のりよし)	有識者/株式会社いけじま企画 代表取締役
加島 勝 (座長) (かしま・まさる)	学識経験者/大正大学 名誉教授
川越 仁恵 (かわごえ・あきえ)	学識経験者/文京学院大学 経営学部 准教授
サウザー 美帆 (さうざー・みほ)	有識者/中国向け日本の伝統工芸関連書籍の著者・編集者
戸田 敏夫 (とだ・としお)	有識者/日本伝統工芸士会会長
成田 智恵子 (なりた・ちえこ)	学識経験者/京都産業大学 文化学部 京都文化学科助教
原田 元 (はらだ・げん)	有識者/ (一財) 伝統的工芸品産業振興協会 代表理事
森山 明子 (もりやま・あきこ)	学識経験者/神戸芸術工科大学 副学長/大学院教授

2. 検討会の開催日時と主な議題

回	開催日時	主な議題
第1回	令和6年2月1日 (木) 10:00~12:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 伝統的工芸品産業の現状と課題 ・ 課題に対する解決策、支援の方向性
第2回	令和6年2月22日 (木) 15:00~17:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前回の振り返り ・ 「伝統的工芸産業振興の取組」に関するゲストスピーカー講演 講演1：大西 洋 (おおにし・ひろし) 氏 日本空港ビルデング 取締役副社長執行役員、羽田未来総合研究所 代表取締役社長 (兼任) 講演2：河内 宏仁 (かわうち・ひろのり) 氏 株式会社リアルジャパンプロジェクト 代表 ・ 伝統的工芸品の将来像
第3回	令和6年3月12日 (火) 13:00~15:00	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前回の振り返り ・ 課題解決のための具体的な取組

3. 検討会議事要旨

(1) 第1回の議事要旨

各委員の立場や産地との関わりの中で見た現状と課題、課題解決に向けてどのような取組が必要なのか、議論を行った。

<需要創出に関して>

●新しい流通への対応

- 需要を広げるために、流通のあり方を変えていかなければならない。
- 品目ごとに市場が異なるため各工芸をひとくりにせず、個別の取組を丁寧にしていくべき。
- 産地問屋がなくなった場合は、それに代わる新しい流通の機能を担うところが重要。新しい流通・販売の動きに対していかに支援していくかを検討する必要がある。

●海外展開、インバウンド需要取り込みへの対応

- 地方創生とクールジャパンの掛け合わせで伝統的工芸を含む地場産業の産品の高付加価値化、輸出産業化に対する支援などが必要。
- 作り手自身も海外に出るなどして、何を作ればいいのかを考えなければならない。
- 海外展開においては、生活や歴史が違う人達に向け、今あるものを、別の角度から見る視点、プレゼンテーションが重要。今あるものを、別の角度から見る視点が重要。
- 中国の若い人たちは日本の伝統工芸に非常に興味を持っている。中国は今後も重要なキーマーケットとなると思う。

●現代の生活様式に適合したものづくり

- 現在のライフスタイルに合わせたコンパクトで高付加価値なものを作って販売することが求められている。
- 畳の時代から現代のライフスタイルに合わせるのはかなりの変化。小さな工房ではデザイナーもいないという問題もある。
- 仏壇・仏具などは新規需要の開拓が難しい。ライフスタイルにあわせて変えていく産業的な工夫と、古いものの修復という文化的な視点が必要。人材づくりの難しさにも繋がる問題である。
- 伝統的工芸品の中には、そのままモダンな暮らしに馴染ませることができるものもある。それをアピールするプロデュース能力も必要である。

<技術継承、原材料等の確保に関して>

●技術や知見を伝えるシステムの不足

- 美術・芸術大学の学生はクラフトへの志向性が高いが、それと伝統工芸とのギャップを改善したい。
- 伝統工芸を専門学校で学ぶ人はおり、工芸を目指す人は多いが、望むような就職が難しくミスマッチが多い。適材適所を可能とする機会の創出を考えては。
- 後継者育成に教育システムが機能せず、徒弟制度のままの組合がある。学習者にわかりやすい指導内容の案出に踏み込んで支援すべき。
- 職人の技術の質の向上を支援する方向を考えたい。

●原材料の調達困難、道具製造従事者の減少

- ・後継者がいない、道具を作る職人がいない、材料が手に入りにくいという問題は身近に聞く。
- ・入手困難な原材料は国内生産を増やすべき。省庁間の連携も必要。単なる装飾品以上の品物の価値をアピールも考えていくべき。

<水平分業体制の維持に関して>

●水平分業体制の維持困難

- ・分業体制が崩れそうな場合、後工程の人が前の工程を担うことが多いが、それが廃業の一因になることもある。分業が緩やかに減っていくこと自体を前提とした対策は必要。退職者や障害者雇用の活用も考えてはどうか。
- ・多能工化が進んでいる。前後の工程がなくなってしまうので若いうちから多くの工程を身につけるよう指導するなど包括的な支援が必要。

<伝統的工芸品の指定要件の検討等に関して>

●指定要件の範囲と運用

- ・「伝統的」という枠組みでは素材や技術に縛りがあり、「伝統的」と「産業」と「産地」をいまのフレームで扱うのは無理があるのではないか。
- ・自分なりに分析・決断して協会の正会員をやめたことで仕事が増えたという方もいる。「伝統的」とひとつに括ってしまうのではなく、個別性の高い支援が必要。
- ・ベルトハンマーやミシンなど、「手の延長」レベルの機械にも否定的なのは現実的ではない。技術レベルを維持することと、道具がなくなる前提で「手の延長」レベルの新しい道具も許容していくことの両方が必要。
- ・伝統工芸士認定は12年以上の経験を有すること必須だが、競技会での受賞歴のある若手を認定審査に加えてもよいのではないか。

<持続可能な経営、人材確保等に関して>

●事業者の主体的取組

- ・工芸品の市場環境を注視し、産地が自らの手で自らを変えていくことが重要。
- ・人材育成も技術継承も非常に重要。自分自身が変わっていくための解決策は人と話すこと。
- ・職人側も、自ら勉強する意識を高めていかなければならない。心を開いて意見交換をし、意識改革をすることが大事。
- ・工芸品の魅力を本当に発信できるのは最終的には職人自身。職人自身が自分の声で発信できる場をつくることも重要。
- ・技術を備えている職人にもプロデュースや経営の能力が必要。作っているだけでいいというだけでなく、一つ次のステージに来ている。現状の経営のあり方、技術を若い人にどうやって受け継いでもらうかが重要。

●人材確保・雇用が困難

- ・職人一人あたりの収入はどんどん減っている。その状況では新しい人は入りにくい。
- ・地域差が顕著になっている。都心への一点集中に対して地方では人が減っていて人の確保が難しい。地域差に着目した支援が必要。

- 伝統的工芸品の産業に入ってきてくれる人をどう確保するか。外国人の技能実習なども考慮した上で、手仕事を残していく法的整備が必要。

<取組主体（産地組合）の体制に関して>

●小規模事業者の支援に向けた体制強化

- 産地とは発注をグロスで受ける体制を持つ場所、スケールメリットのある場所である。
- 産地は技術の「ゆりかご」、何人かで技術を保持し、役割分担が産地の中で成り立つことが望ましい。数が少なくなれば困るので、新陳代謝が図られて経営能力の高い人が補充される必要がある。
- 産地による温度差が激しい。発信力や販売力がない産地もある。一方で、外からは見えないが水面下でお客様との信頼関係を築いている産地もある。
- 元気な産地は手離れがよく、馴染みやすいものを作っている。しかしその根底を支えているのはひとりでコツコツやっている職人たち。そこまで手を差し伸べるのはなかなか難しい。
- 補助金制度をどう申請したらいいか、そこにたどり着くことさえできない人たちが多くいる。そこを拾い上げていくシステム、スキームがまず必要。
- 小さい産地は事務局もおけず、補助金すら使えていないのが現状。

●後継者養成、産地プロデューサー機能の強化

- 東京にでてきた学生はなかなか地元に戻らない。東京に行かなくても地元で学べる教育システムがあることが重要ではないか。
- 今の時代はデザインやプロデューサー能力が重要。職人の数に対してそこを担う人が足りていない。伝統的工芸に特化したプロデューサーの育成プログラム、学校などが必要ではないか。
- プロデューサー教育やデザイン教育は非常に重要。将来を見据え、若い世代に対してその教育を行うことに補助を集中できないか。
- 産地プロデューサーはすでにいるが、組合に外部の風を入れることが重要。振興策には産地プロデューサーや有識者など外部人材を入れる、組合助成と個社助成のうまい使い分け指導も必要。
- 市場環境を変えていきたい若い方が出てきたときに補助できるといい。

<新たな枠組みや連携の必要性に関して>

●産地間・工芸士間・異業種間の連携

- 伝統工芸士の横の繋がりを作っていく必要がある。
- 大きな企業に伝統的工芸品の素晴らしさを知ってもらい、一緒に何かやっていきませんかと働きかけていくことも必要。

●地域文化としての伝統工芸の存続

- 工芸品はただのモノではなく、使う人、使う場所、作る体験・見学などのアクティビティを呼び起こすものであり、人の繋がりを創出する。材料や道具、作り手や買い手、売り手を含むトータルのが工芸であり、工芸品というモノはその中のひとつの結果である。
- 外国人のほうが逆に日本のいいものを理解するという時代になってきている。

●伝統的工芸品の認知向上

- 伝統的工芸品を、「適正な材料で作る→売る→多くの方が買い求める→しまい込まずに使う→修理にも対応できる」ものにするような大きな流れを支援できればよい。
- 伝統的工芸品は、基本はエコロジー産業であるため、サステナブルの時宜に沿った強みがある。
- 工業製品が飽和して価格のやすさに流れている一方で、地域特有のものに関心が集まっているというも事実。
- 国内においても工芸品の認知度は上がっておらず、若い世代は伝産マークすら知らない。協会として認知を広める努力は必要。

<支援のあり方に関して>

● 伝統工芸の立ち位置による展開

- 伝統的工芸が参照できる方向性としては、三つある。一つ目は伊勢神宮の式年遷宮方式（20年に一度建替え）で、技術と伝承・素材の保存が完全になされている世界。二つ目は、美術としてのクラフト・工芸。作家として生きる方法は国際的な場においても美術全般同様に必ずある。三つ目はブランド化。プロデュースする、発信する、デザイン開発をする。伝統的工芸品の技術・素材をベースにして新しい方法・方向を打ち出す。このとき「伝統的工芸品ではない」ことを論点にしない。
- 伝統工芸は残さなければならないが、固執すると生き残れない。その方向性によって、自らの立ち位置と展開を検討すべきではないか。

● 市場環境に対応できる産地を増やし、作り手を支援

- 10年20年後には多くの産地が淘汰されることを肌で感じている。産地によっては自然淘汰が目の前。表向きは派手やかな立派な産地でも、発信力が乏しく、工業制を取り入れられないような産地もある。
- バブル期に量産のため大きな設備投資をして職人を確保してきたが、バブル崩壊後に年商が下がり、借り入れだけが残っているような事業者は、多品種少量の時代になっていったときに設備投資ができない。
- 市場環境を見て自分がどう変わるべきかを考えるのが経営である。健全な淘汰を前提として残っていく作り手、産地を増やすために支援を行うべき。
- 投資余力を残している企業に支援を投下していくという視点も重要。一方でセーフティネットも重要。

(2) 第2回の議事要旨

第1回議論の内容や紹介事例を踏まえて伝統的工芸品が今後どのような将来像を描いていくことが必要であるか、議論を行った。

<需要創出に関して>

● 新しい流通への対応

- 作り手と一緒に「作り手の作ったものをどう市場に出していくか」を考える。
- 従来商品も見せ方を変えるだけで売れる場合がある。まず自社のリソースの中で何ができるのかを考えるというのも1つの視点。
- 国内でも海外でも、とにかく多くの人の目に触れて、評価を得ていくということは大事。
- 「伝統的工芸品」という言葉自体が近寄りがたいため、最初の入口にするべきではない。

- あまりにも高価で、現代の流通の商品性に結びつかないような技術・素材のもので産業として成り立たないものは、傳承して残していくべきものだろうかという検討も必要。
- 多くの人の目に触れることで良さが見直され、需要創出に繋がることもある。

●現代の生活様式に適合した用途開発

- 用途開発が今後非常に大事になる。天然のものを100%使って作る伝統的工芸品が、現代のライフスタイルに合わなくなってきている。
- 産業観光は、販売にも繋がるし、技術者の継承にも結びつくもので、工芸品製造にも良い影響を与える。
- たとえば食器から離れて漆を使う、和紙を壁紙に使うといったように、新たな用途が生まれることが期待される。
- 新潟漆器で漆塗りの技術を建材として用途開発した例などは、職人だけでは構想できないので、県の産業技術研究所など外部専門家の助けがあるといい。
- 観光産業と連携すると作り手も経費がかからず、消費者に直接上代で買ってもらえる。これを行政と一緒にやっていくべき。
- 観光産業との繋がりが大事だというのは痛感している。日本の工芸ツーリズムに特化した機関があればよいと思う。需要は大きい。

●海外展開、インバウンド需要の取り込みへの対応

- 海外に日本の伝統的工芸品の理解者は多い。その方たちへ認知を広げ、購入や現地訪問に繋げ、生活文化産業と観光産業を循環させていくことが大事。
- 従来商品も見せ方を変えるだけで売れる場合がある。
- 海外も、B to BとB to Cの販売戦略が必要である。
- 品目や国によって販売戦略が異なるが、補助金活用等で得る海外発表の機会は貴重な経験となる。
- 空港も含め外国人旅行者との接点での販路開拓、外国人旅行者の産地への受け入れ、外国人デザイナーやバイヤーによる産業観光の誘致。この3つの取組を強化すべき。
- 伝統的工芸品を含めた、文化・おもてなし・職人、技術など地方で受け継がれてきた「生活文化」を海外に発信し、産業化する。
- 欧米人と中国の方の日本の伝統工芸に対する購買動機はかなり異なる。欧米の方は自分のライフスタイルに合うもの、使えるものでないと購入しない。一方、中国の方は、自分たちのルーツである文化的な繋がりを求めて来て、そこで育まれた伝統工芸に関心を寄せている。異なる趣味嗜好と購買動機だが、日本はどちらにも対応できる。
- 観光産業と伝統的工芸品産業が連携することでショーケース効果・ブランディング効果を高めることは今後特に強化すべき。オープンファクトリーなどのイベントは海外のデザイナー・バイヤーを結びつけ、日本の工芸品を素材としても海外に出していくことができる。

<技術の継承に関して>

●技術や知見を伝えるシステムが必要

- 人手不足というより技術力不足が深刻になってきている。注文はあっても作り手がない産地もある。人材に対して国や企業側がどのように投資していくか、取組方を真剣に考えなければならない。
- 観光産業との連携も将来に大きな需要があるのではないか。たとえば学芸員の養成にあたって、観光の資格も取れるようにする。両方の資格があれば活躍の場が広がる。それをやっている大学もある。

<持続可能な経営と人材確保に関して>

●事業者の主体的取組、人材確保・雇用促進に向けた対策

- ・ 存続と発展に向けた自己変革ができるか、それをいかに支援するか。産地が現状認識を精緻に行うことができるようなサポートが重要。
- ・ 今後は人材を確保するため、他の部分を削ってでも人件費をかけていくような時代になるのではないか。

<取組主体体制支援に関して>

●小規模事業者の支援に向けた体制強化

- ・ 伝統工芸の販売形態や販売価格が変化し、媒体・媒介すべてが変わってきた中で生活様式も変わってきた。これは個人個人の問題ではなく、産地単位で考えていかなければいけない。
- ・ 地震で大きな被害を受けた輪島では、クラウドファンディングで高額な支援金を集めた職人も一方、パソコンも触れないような職人もいる。無形文化財にも登録された自分たちの産地を支え、産地単位で再興をはかる気持ちがあれば、この災害をいい形に変えていくこともできる。
- ・ 職人各自でも、産地単位でも、立ち位置をどこに置いたら、お客様にお付き合いいただけるかということを常に考える。

<新たな枠組や連携に関して>

●個別の状況に応じた支援の枠組、産地間・工芸士間・異業種間の連携、地域文化としての伝統工芸の存続、伝統的工芸品の認知向上

- ・ 工芸品の未来図、将来像の話を考えると、需要の話と供給の話があり、供給では人の話、資金の話、資材道具の話、地域の連携体制の話が極めて重要。
- ・ 工芸は日本人の生活の中に深く入り込んでいる。日本は工芸大国と言ってもいいぐらい、工芸はポテンシャルを持っている。日本人自身がこのポテンシャルに気づいて海外に発信していくことが日本の国力、日本のアイデンティティ創出に繋がっていくのではないか。

<支援のあり方に関して>

●伝統工芸の立ち位置による展開の違いとそれに応じた支援

- ・ 生産性が高い産地とそうでない産地、海外に発信できる産地とできない産地がある。また、収縮膨張がある木工品は海外に持って行けない。職人たちの立ち位置はそれぞれ違っている。
- ・ 国として、伝統的工芸品、伝統工芸品、工芸、クラフトの概念整理を行い、それに基づいた展開方向に関する検討を行い、各省庁・関連団体が行う支援策・補助の対象を明確にするべきである。
- ・ 需要が底堅くある品目も、汎用品メーカーがどんどん需要を奪っていくので、価値と値付けを守っていくためにも、高付加価値型の変革が必要。需要はあるが縮小していくものは、需要を守りながら新たな需要を開拓しなければならない。需要がほぼ消失傾向にあるものについては、事業改革型の変革が必要。

●市場環境に対応できる産地を増やし、総合的に作り手を支援

- ・国内向け・海外向けという区別が今後どうなっていくのかを注視する必要がある。オンライン化等によりその区別がなくなっていく部分もある。今までは生活に密着するもの・使えるものを、と日本の中で言っていたが、これから作っていくものを考えるときに海外・国内をどのように考えていくのか。
- ・単発の施策だとうまくいかない。売り方（販売手法）・伝え方（プロモーション）・見せ方（ブランド）など一体的、総合的に変わらなければならない。そのような指導の仕組みを作ることによって変革することが重要。
- ・補助に対する指導が必要。重点事業を決めてこの3年、この5年はこちらの取組に強く比重をかけるというような指導を、国主導で、自治体や産地組合に行うなど。

（3）第3回の議事要旨

理想となる伝統的工芸品の将来像を達成するために必要となる課題解決のための具体的な取組について、議論を行った。

<需要創出に関して>

●新しい流通への対応

- ・産地問屋が機能していないことが問題であり、産地問屋に代わるものが必ずしも必要ということではない。B to B でないと少量しか扱えないので、しっかりと機能する産地問屋はたくさんあったほうがいい。
- ・ブランドを作り、地域商社的な機能をもって産地で主体的に売上を増やしていく。調達から製造・流通・プロモーションまでを意識し、産地の付加価値を落とさないよう流通販売までのあり方を整備することに、公的なお金で知見をインプットして産地と専門家とマッチングする必要がある。

●素材や技術を生かした用途開発

- ・新商品開発とは区別して考えることが肝要。伝統的技術を使って別のものを作ることは、純粋にサイエンスの問題。技術開発・転用できる用途開発のためには工業試験場などの後押しも必要。需要開拓の補助枠を商品開発だけでなく用途開発にも一部割くと良い。

●産地で伝産品を体験する観光産業

- ・産地が自らを外に開いて外と交流できるような動き（オープンファクトリーなど）を優先的に支援する。

●海外市場展開、インバウンドの異なる需要への対応（「伝産品＝日本各地の生活文化」の産業化）

- ・伝産品のプロモーションを時代の変化にあわせて進化させる。受け取る側・買う側のライフスタイルや消費意識に寄り添って、生活に伝統工芸品を取り入れたい、これを生活の中で使ったらどんなに豊かになるだろうというような消費者目線を持つ。伝産産地や業界と消費者が共感を結べるようなPRのあり方を。
- ・ショーケース拠点は国際的な拠点にすべき。内向きにやってもあまり将来はない。

●現代の生活様式に適合したものづくり

- ・産地が主体的に事業計画を作るのは難しいため専門家を入れることが必要。自分たちが置かれている市場や需要動向をよく理解し、自分たちの製品の需要はどうなっていくのか、どうしたらいいのかを冷静に省みることを促すような支援の仕組みを。

<持続可能な経営と人材確保に関して>

●事業者の自己変革

- 産地の課題整理にあたって、産地の存続・発展を阻害する内的・外的要因を掘り下げる必要がある。
- 産地が主体的に変わっていくためには、ものづくり・製造業の部分について産地・事業者として、自分たちが主体的に「戦略・調達・商品開発・製造・流通・プロモーション」をどうするか考える必要がある。単独では難しい場合は他の事業者や産地、プロの力を借りて、自分たちが主体的にどうするかを整理するのが良い。
- 調達・開発・製造・流通を含めて状況を改善していくためには、全体のサプライチェーン・マーケティングデザインを理解して産地と一緒に総合的な将来戦略を作ってくれる人が必要。そういったプロの人材と産地とを紐づける連携を経済産業省や伝産協会が牽引して取り組むべき。そこで蓄積した考え方やソリューションを他産地に示していく。

●若者の雇用と業務環境改善支援

- 伝統的工芸品の雇用の状況は若者や業界外にいる人から見ると特殊。人材採用市場が膨らんでいる時勢のなかでキャリアや就職先として選択肢に入るには、採用方法や育成プログラムが足りていない。専門的な解決が必要。
- 自治体による3年程度の雇用助成があるが、どんな伝統工芸でも1人前になるのに最低10年かかると言われており、3年は短すぎる。地域おこし協力隊などで来た人に指導しても3年でいなくなってしまう、職人の立場からすると指導にかけた労力が報われないと聞く。せめて5年にするなど、作り手の育成部分に補助を手厚くしては。

<技術継承、原材料確保に関して>

●産地内で学べる教育システムの確立

- 地域ごとに体験館のような伝統的工芸の体験をキーワードにした施設があると良いのでは。たとえば、小学校4年生で初めて地域の歴史を学ぶ際に、その施設を4年生全員が訪れ、その地域の産業について学び体験することができるような。訪れた観光客にも体験してもらえる。そこに職人に先生として来てもらうことで雇用も生まれ、地域で学んでそこで就職するような道もできるのではないかな。
- 「児童・生徒に対する伝統的工芸品教育事業」は長く続いていて素晴らしい取組。学校教育のなかで伝統的工芸に触れることでお客さんも増えてきているという実感がある。これを経済産業省が継続していくことに価値がある。
- 後継者育成に向けた教育システムの構築が必要。徒弟的なものではなく学校教育に近いシステムを作るべき。ある程度クリアするステージを明示することで、弟子が目標を持ちやすい教育システムを。徒弟制のままでもやってくれる人はいるかもしれないが、並行してこういう教育システムがあると産地が維持できるのでは。

●原材料、道具の現状把握と対策

- 道具と素材の安定した調達に向けて解決方法の実証を行い、同じ境遇の他産地にも展開できるようにする。
- 単に生産・供給の体制を整えるだけでなく、バリューチェーンの川下である製造・販売・プロモーションで付加価値を高める取組をすることで、価格高騰する原料や天然素材を使い続けられる体制を整える。
- 作り手や調達側の都合だけでなく、地域の生物多様性や自然環境・地域のコミュニティも含めて素材・道具の調達先を考える。これを産地任せではなく実証事業として行うべき。

- ・京都府綾部市の黒谷和紙は、組合が中心となって原材料の楮の生産から取り組んでいる。これは海外や他産地の原材料の供給がストップした場合に技術継承が困難になることを避けるため。人材も原材料も地産地消で育てていく、持続可能性を意識した非常に良い取組。

<水平分業体制の見直しに関して>

● 1つの製品の全工程を面として捉えた支援

- ・人手不足により分業が切れる問題については、障害者の雇用促進の検討を。経済産業省の伝産支援補助事業の「後継者育成事業（若年層等後継者創出育成）」の枠の一部を障害者向けに特化しては。

<取組主体（産地組合）の体制支援に関して>

● 効果的な取組ができる体制づくり

- ・賃金や待遇・労働力の面で組合に優秀な人材が集まらず、組合自体が収益事業をしないと事務方だけでは食べていけない。事務局が置けない小さな産地も多いが、そのような産地でも支援を受けられるように、条件の緩和・申請の簡素化を検討してほしい。
- ・組合自体が崩壊しているケースもあるので、組合を仲介せず事業者に伝産協会から直接支援の連絡がいくような仕組みが必要。
- ・支援は支援する側からの視点で話されがちだが、それを活用したいという職人側の意識も重視するべき。

<新たな枠組みや連携に関して>

● 伝統工芸に関する認知・理解の向上

- ・日本が伝統工芸をアイデンティティとして、国内外に1からしっかりPRできるのであれば、今すぐ行うべき。
- ・SNSなどを使って作り手の顔や作り手が思う付加価値を伝え、作り手や産地のファンを増やす取組を教育面でも行い、情報発信・技術習得を進める。
- ・伝産協会では認知度の低い小さい産地に光を当てるために、あえて小規模産地を大きい雑誌に紹介する幹旋などを行っている。産地の技術・土壌・観光も含めて世の中に知ってもらうことが大事。
- ・伝統的工芸品という言葉自体を知らない、国指定・県指定の意義がわからない人も一般の方にも産地の方にもいる。伝産協会として一般の世の中にも、産地に対しても発信して認知度を上げる必要がある。

● 伝統的工芸品・伝統工芸士の認定要件の変更

- ・伝統工芸士の認定要件は高度技術者を維持するために厳格化する一方で、12年かけないと取れないものを段階分けする、海外の方も受け入れやすいように緩和するなどの可能性を検討していくべき。
- ・京都府綾部市の黒谷和紙は、組合を重視した非常に良い取組をしている（原材料の楮の生産、組合での共同生産・共同販売、組合での人材育成など）が、伝産の申請に通らず、現在は申請できる規模を維持できなくなってしまった。伝産法の制定時から比べると職人数は減少傾向にあることから、申請に必要な規模の見直し、あるいは職人以外に産地・製造を支えているメンバーを人数に加味できるような付帯事項を検討できないか。
- ・宮崎県の都城大弓は伝産の条件を満たしていなかったが工業デザイナーの秋岡芳夫さんが交渉して特例として指定を受けられたという事例がある。参考にできないか。

- ・文部科学省の科学研究費は基盤研究という大きな補助金を基本として、奨励研究・挑戦的研究・萌芽的研究・若手研究などいろいろな種類の申請先がある。伝産も規模に応じた申請先があると良いのでは。
- ・伝統的工芸品の認定要件を満たそうとすると産業として成り立ちにくい印象がある。ヨーロッパの世界的老舗ブランドも馬具から始まるなどのバックグラウンドを持っているが、その成り立ちに縛られていない。

<支援のあり方に関して>

●施策・支援の考え方

- ・思いついたことは次々に実行に移していく時期。
- ・公的支援は産地の課題を掘り下げたうえで、産地全体あるいは工芸業界全体によって重要度が高いものに貼り付けるべき。一方で取りこぼされ手を上げることもできない産地に光を当てることも必要だが、全体を俯瞰し掘り下げて整理したうえでどこに支援をするか考える必要がある。
- ・産地が主体的に自ら変わっていくことに対する公的支援であるべき。産地・事業者・作り手が外部環境の変化を受け止めて自ら存続発展するための自己変革に対してのみ支援すべき（災害復興に対する支援は例外）
- ・産地の人材の質が結果的に産地の自主的な変革のすべてを左右する。地域をリードして世の中の課題を受け止めていけるリーダーを育成し、学ぶ機会を提供していくことに、公的支援を割くべき。
- ・既存の事業の枠組みを変える部分と、新しい事業を立ち上げるということを積極的にやっていく。
- ・補助金に振り回されて何かをやるのではなく、職人・産地のやりたいことに補助金の制度がうまく当てはまることが重要。補助金に頼らなくてもやる覚悟がないと成功はしない。

●小さな産地の支援について

- ・需要開拓・意匠開発に関する補助の審査にあたっては、サプライチェーンやブランドがすでにあり、コラボ先も見つかりやすい大きな産地が、申請も採択もされやすい傾向がある。支援が一番必要なのは、「需要がほぼ消失傾向にあり、自らの生業を問い直すべき」事業者だが、申請書や振興計画の提出率が低い。きちんと類型だてたうえで深刻な課題を抱えている産地を顕在化させることが重要。
- ・支援する側も、①需要が底堅くある市場にあり、価値と値付けを守っていくべき ②需要があるものの縮小しており、新たな需要開拓で補うべき といった二つの論理を前提にしている。「需要がほぼ消失傾向にあり、自らの生業を問い直すべき」事業者はプロモーションや SNS 活用という次元になく、その論理が適用できないので事業者側も支援を申請する意義が感じられにくい状況にある。
- ・小さな産地への対応は急務であり、プロデューサー的な役割の人材が十分にいれば、投入して動いていただくことはすぐにでもやった方がよい。
- ・支援を申請する元気もない小さな産地に対し、経済産業省の活性化事業の枠等を活用して協会主導で産地コンサルタント等の専門家を派遣する事業を手厚くやっていく必要がある。コンサルタントには計画策定の支援や、組合運営・人員減少などの産地だけでは解決方法が見いだせない問題を丸ごと相談できるように。
- ・産地コンサルティング事業は産地の状況に応じて傾斜をつけることで小さな産地に必要な支援が行き届くよう配分を工夫する必要がある。
- ・コンサルタントに相談しにくいところまでも踏み出せない産地がたくさんあることも考慮すべき。
- ・経済産業省「伝統的工芸品産業支援補助金」の産地プロデューサー事業以外に、伝産協会のコンサル担当事業があり、産地が支援補助金を受けるための計画づくりをサポートする目的で設定されている。これを補助金申請が難しいような産地への支援にあてはめられないか検討できれば。

- 既存産地だけでなく、今後出てくる新しい産地への支援のあり方、現行の基準で指定を受けられなかった産地への支援のあり方も考えていく必要がある。小さくても成長していこうと努力している産地に門戸を開くような取組を。
- 考えるべき課題に「小さな産地をどうするか」を入れるべき。漏れがちだが、漏れてはいけない。そういう人達がいることを顕在化するのがよい。
- 公的支援がなくても十分にやっていると対して更に力添えをすることも必要だが、もっと小さい産地をどういうふうにしていくかという課題がある。産地をどういう形で持続していくのか、淘汰されてしまいそうな産地を今後どうしていくのかをきめ細かく考えていかなければならない。

<その他>

●産地特性への考慮

- 売れやすいものや海外展開・インバウンドなど明るいところを見て議論するのは心地よいが、表に出られない細々とした産地がたくさんある。産地ごとの特性、見えないところを掘り下げて調査し、長いスパンで議論してほしい。
- 一つの工芸品をじっくり作る産地も、反復生産で多数のものを作ってコストを下げ利益を出す産地もある。241品目ある伝統的工芸品を一概に討議することは難しい。

●概念・用語の整理について

- 「産地」「作り手」の概念整理も必要。「産地」というとき伝統的工芸品、伝統工芸、クラフトのいずれの産地なのか明示されないまま議論されている。
- 伝統的工芸品、伝統工芸、クラフト、アート&クラフトの違いも概念整理するべき。ユーザーもものづくりを志向する学生もその違いをまったく意識していない。
- 第1回検討会で議論した伝統的な技術を活かす3つの方式（式年遷宮方式・アートクラフト・商品群ブランディング）は、Pieces of Japan 株式会社の3つの商品カテゴリ（「技」= 伝統工芸品に規定されているようなもの、「黒」= 余人を持って代えがたい作家、「白」= ブランド化されていて比較的手に入りやすいもの）と重なるところが多い。
- 伝統的工芸を英訳すると伝統的工芸・伝統工芸・クラフトはすべて「craft」になり区別できていないことは問題。西洋ではクラフトは「日常で使うもの」であり、鑑賞するものである「アート」よりも下位のヒエラルキーに位置づけられる。日本では、日常的に使うもの=アート（美しい鑑賞物）だった（金箔や銀箔を織り込んだ着物、蒔絵の小箱、屏風や襖絵など）という点で独自性と価値・ポテンシャルがある。西洋の「craft」との違いを明確化するために「工芸」を「Kogei」という語で世界に発信してほしいと蒔絵の人間国宝である室瀬和美さんもおっしゃっていた（KIMONO, SUSHI のように）。

●課題の整理について

- 産地が向き合っている課題を整理し、議論を噛み合わせるための共通言語が必要。作り手が自己変革するために戦略をどうするかという視点から、製造業のバリューチェーン・サプライチェーンに応じて「戦略・調達・商品開発・製造・流通・プロモーション」という6つの共通言語で課題を整理できれば、コンサルタントは有効な提案ができる。

(参考資料) 産地事業者の課題整理に関する検討会委員からの提供資料

<伝統的工芸品が置かれている環境と抱えている課題 (第3回検討会池嶋委員投影資料) >

図 3-4-1 過去～現在において産地の存続・発展を阻害してきた要因

課題の整理 (1) : 過去～現在において産地の存続・発展を阻害してきた要因

伝統的工芸品の産地において未永く技術・人材・生産工程が保たれ、魅力ある工芸品が生み出され、生業・生活が発展的に継承されていくために、それらを阻害する様々な要因について産地・事業者・作り手が認識を深め、解消していく必要がある。

外的要因	①需要の減退 (および、それに伴う販路の縮小)	<ul style="list-style-type: none"> 生活様式の変化: 少子化・高齢化による冠婚葬祭・節句等での“ハレ”文化の簡素化、住空間・服装などの洋風化 価格感度の変化: 低価格・高コスパの重視、通信費・娯楽費優先で日用品にお金をかけない傾向
	②流通・購買行動の変化	<ul style="list-style-type: none"> 流通システムの変化(従来型の問屋システムから近代的な小売流通システムへの移行の遅れ): 直接仕入れ主体のセレクトショップの台頭、専門店・百貨店の衰退、ECの普及、製造小売業における汎用品の氾濫 ダイレクト販売手法の普及: ファクトリーブランド・D2C販売など(顧客に伝える力が求められる)
内的要因	③原材料の減少・価格高騰、 道具の不足	<ul style="list-style-type: none"> 道具製造従事者の減少: 道具を作る職人の減少により技術・製造ラインが維持できない事態の増加 原料・材料の数の減少: 自然保護の観点による天然素材の収穫難(べっ甲など)、化学品・加工品の普及による天然素材の生産量・収穫量の低下
	④人材の確保/育成の難しさ、 承継者不足	<ul style="list-style-type: none"> 職種としての整備の遅れ: 職人というキャリアに興味を持つ美大/芸大生等に対する情報提供・マッチング・雇用条件等の受け入れ体制が未整備、必要な職種・スキルに応じた研修プログラムの未整備 育成システムの不備: 若い職人に技術を教えつつ生活を守れるようサポートする仕組みが未整備
	⑤水平分業体制の維持の難しさ	<ul style="list-style-type: none"> 分業体制の崩壊: 中間工程の職人の離脱、後工程の職人への負担増が招く連鎖廃業 厳格な指定要件による若手への負担: 伝統工芸士の認定を受けることの難しさ(長期の経験年数が必須)、道具が減少する中で生産量・質を維持する上での“完全手仕事”の難しさ
	⑥技術・技能の伝承の難しさ	<ul style="list-style-type: none"> 高度な技能の伝承の難しさ: 素材・技術等の縛りの厳格さ 古来の徒弟制度への固執: 技術継承に偏った育成スタイル、販売/経営等の生業継続に関する研修の不備(作ることは出来ても売れる・続けられる保証は得られない)、高圧的・押し付け型の教育姿勢
	⑦“稼ぐ”意識・スキルの低さ	<ul style="list-style-type: none"> 産地・職人の閉鎖性: デザイン・マーケティング視点への意識の低さ、外部との交流の不足(メタ思考不足) プロデュース機能の不足: 産地側におけるブランディング・商品開発・販路開拓の機能の不在 主体的な経営意識の低さ: 自ら稼ぎ継続する心構えの不足、会計・資金繰り等の金銭感覚の欠落

1

図 3-4-2 未来に向けて産地の存続・発展を図るために対応すべきテーマ

課題の整理 (2) : 未来に向けて産地の存続・発展を図るために対応すべきテーマ

伝統的工芸品を含む製造産業における世界的な潮流をよく認識し、理解し、産地・事業者・作り手の存続・発展のために積極的に対応していくべきテーマを見定め、官民が連携して取り組んでいく必要がある。

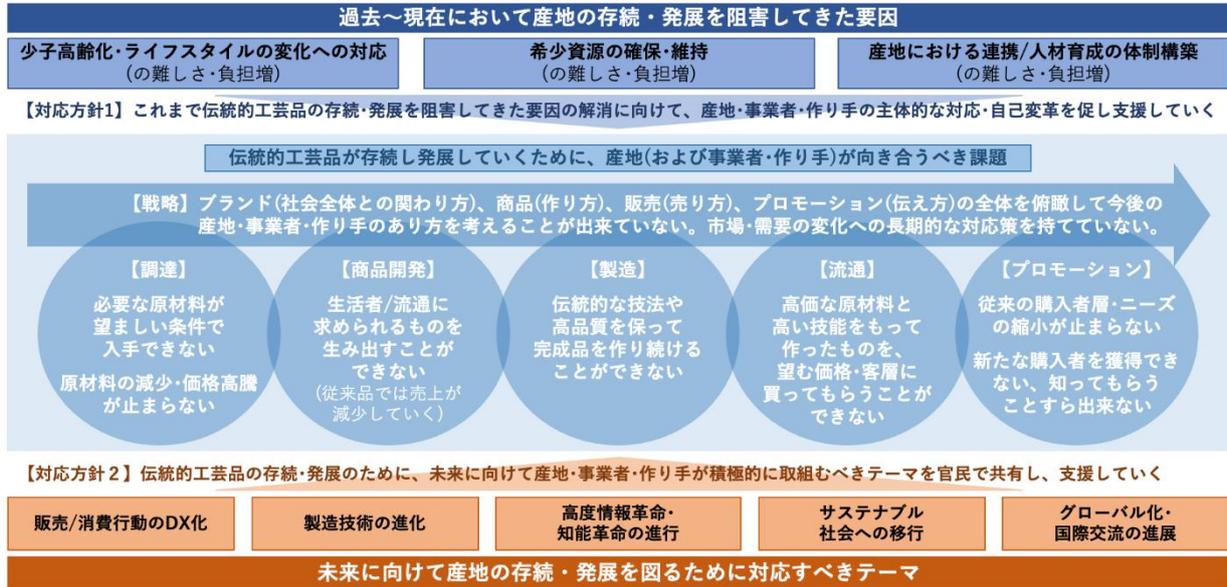
技術的要素	販売/消費行動のDX化	(1)ダイレクトセールス	<ul style="list-style-type: none"> デジタルマーケティング・ECにより、欲しいと感じた人に対して、産地より即時的にダイレクトに売ることができる。また、生活者の嗜好・反応を測定して顧客ニーズを把握し、商品開発やプロモーションに活かすことができる。
	製造技術の進化	(2)SNSによる交流型でのファンづくり	<ul style="list-style-type: none"> SNSを活用することで、作り手の横顔、思い、こだわり、製作風景などを個人が発信することができる。産地の作り手同士、異なる産地間や異業種間の交流もでき、また、分野/産地/作り手自信のファンと繋がり続けられる。
	高度情報革命・知能革命の進行	(3)簡易で精緻な製造技術・新素材の発明	<ul style="list-style-type: none"> 3Dプリンタ・CAD等の新たな加工技術を活用して、簡易に部品や道具を製造したり、製造工程の精密化・スピードUPを図ることが出来る。 新たなテクノロジーによる新素材開発・品質管理の技術が飛躍的に進む。
社会的要素	サステナブル社会への移行	(4)SDGsトレンドに応じた価値の再構築	<ul style="list-style-type: none"> 仕事や暮らしにおいてデータ化・効率化が進み、またAIが日常にまで浸透する反動で、生活者は自然由来のもの、オーガニックなものを求めるようになる。 生活財の素材・製品・消費スタイルにおいて、持続可能性が重視されていく。
	グローバル化・国際交流の進展	(5)人材のグローバル化	<ul style="list-style-type: none"> 生まれた国に留まらず、異文化も含めて国際的な視野で就職・生活の場を選ぶ人が増えていく。日本の豊かな自然・文化に魅了され、地方での伝統的な生活や、生活文化を支える工芸の担い手に憧れ、訪れる外国人も増えていく。
		(6)インバウンド観光と連携した需要創造	<ul style="list-style-type: none"> 世界的に海外旅行市場が活況であり、アフターコロナにおいて、この傾向は更に加速している。日本の地方部にも今後は数多くのインバウンド観光客が訪れることが見込まれ、政府も海外富裕層の地方への誘客を推進していく。

2

図 3-4-3 産地・事業者・作り手の存続・発展のために向き合うべき課題と、必要な対応方針

課題の整理 (3) : 産地・事業者・作り手の存続・発展のために向き合うべき課題と、必要な対応方針

伝統的工芸品の産地・事業者・作り手は、サプライチェーン(調達>商品開発>製造>流通>プロモーション)の全工程において存続・発展に向けた課題を抱えている。前述の阻害要因、および未来への取組みテーマに適切に対応し、課題を解決していく必要がある。



令和5年度製造基盤技術実態等調査
(伝統的工芸品産業の支援に係る実態調査等事業)

報告書

令和6年3月29日
経済産業省製造産業局生活製品課伝統的工芸品産業室
株式会社文化科学研究所

図表元データ（エクセル等）リスト

報告書の題名	令和5年度製造基盤技術実態等調査(伝統的工芸品産業の支援に係る実態調査等事業) 調査報告書
委託事業名	令和5年度製造基盤技術実態等調査(伝統的工芸品産業の支援に係る実態調査等事業)
受注事業者名	株式会社文化科学研究所

報告書に掲載している図表の一覧です。

各図表の元データであるエクセルデータは各エクセルファイル上のシート名欄に、下表の通り図表番号を表示しており、これにより報告書紙面上の図表番号と照らし合わせることができます。なお、エクセルのファイル名は、該当する図表が表示されている報告書上の項目名等とほぼ共通となるようにしています。

また、元データの内、パワーポイントファイル、ワードファイルは、ファイル名を図表番号等としています。

報告書		図表名/未承諾関係説明
頁	図表番号	
7	図1-1-1	伝統的工芸品産地の指定状況
7	図1-1-2	業種別指定品目数一覧
7	図1-1-3	地域別の産地の伝産企業の従業員・生産額など
10	図1-1-4	伝統的工芸品の生産額・従業員数の推移
10	図1-1-5	伝統的工芸品の生産額・従業員数の推移
10	図1-1-6	伝統工芸士数の推移
10	図1-1-7	伝統工芸士の年齢構成（令和4年2月時点）
11	図1-1-8	生産額（伝産計）の推移（全体）
11	図1-1-9	業種別の生産額（伝産計）の推移
13	図1-1-10	生産額（伝産事業者総生産）の推移
13	図1-1-11	業種別の生産額（伝産事業者総生産）の推移（全体）
15	図1-1-12	従事者数の推移（全体）
15	図1-1-13	業種別の従事者数の推移
17	図1-2-1	産地の抱える課題（3つまで複数回答）
17	図1-2-2	現在の出荷水準（最も高かった年代の出荷水準との比較）
17	図1-2-3	出荷水準低下の背景（複数回答）
18	図1-2-4	1世帯当たりの「和服」支出金額と「被服及び履物」支出金額全体に占める割合の推移
18	図1-2-5	1世帯当たりの「たんす・食器戸棚」支出金額と「一般家具」支出金額全体に占める割合の推移
18	図1-2-6	1世帯当たりの「茶碗・皿・鉢」支出金額と「家事雑貨」支出金額全体に占める割合の推移
19	図1-2-7	従業者規模別企業数
19	図1-2-8	産地及び産地企業の重点的対応（複数回答）
19	図1-2-9	顧客ニーズ把握のための取組（複数回答）
19	図1-2-10	産地及び産地企業の今後の重点的対応（複数回答）
21	図1-2-11	産地の技術・技能の継承状況
21	図1-2-12	企業間の分業体制の5年前との比較
28	図1-4-1	日本の国や国民について誇りに思うこと
28	図1-4-2	伝統料理など、地域や家庭で受け継がれてきた料理や味、箸づかいなどの食べ方・作法を受け継いでいる
31	図2-1-1	伝統的工芸品に関する支援施策の一例
32	図2-1-2	伝産補助金の予算規模と件数
40	図2-2-1	地方公共団体の伝統的工芸品関連予算
40	図2-2-2	都道府県・市区町村別の支援項目別予算（概算）
41	図2-2-3	都道府県・市区町村別の支援項目別予算（別2：支援項目別の伝統的工芸品関連予算）
53	図2-4-1	産地活性化のために望む公的支援
84	図3-4-1	過去～現在において産地の存続・発展を阻害してきた要因
84	図3-4-2	未来に向けて産地の存続・発展を図るために対応すべきテーマ
85	図3-4-3	産地・事業者・作り手の存続・発展のために向き合うべき課題と、必要な対応方針
		都道府県・市区町村予算合計
		都道府県予算合計
		市区町村予算合計
		全国産地の地域別分布
		産地の業種別割合
		産地の形成時期
		生産額の推移
		産地集積のメリットと失われつつあるメリット
		人材養成や企業後継者養成の取組
		分業が困難になっている理由
		分業困難に対する対応
		産地外企業との連携
		産地外企業との連携の拡大による産地企業の変化
		他産地との連携
		産地製品のブランド力
		地域団体商標の登録
		産地製品のデザイン力
		デザイナー等との人的交流
		デザイナー等との人的交流の拡大による産地企業の変化
		情報発信の取組
		産地製品の出荷水準が最も高かった年代
		倒産・廃業の動向
		倒産・廃業の産地への影響
		企業間業績格差の変化（ここ3年間の変化）
		企業間業績格差拡大の要因
		新製品・新技術の開発に取り組み企業の多寡
		新製品・新技術の開発体制
		企業ブランド製品を持つ企業の有無
		新分野・新事業展開企業の増減
		地域における産地卸という形態の有無
		産地における製品の販路の変化
		国内販路の開拓活動
		首都圏等の大企業との取引
		海外販路の開拓活動
		産地製品の新しい市場開拓
		新しい市場の開拓方法
		共同販売（共同受注）の実施状況
		産地の将来（5年後の姿）
		活用している・役に立っている地域金融機関の支援
		産地で頼りになる中小企業支援機関