

伝統産業を通じた地域活性化の実態に関する研究

D1-09179 高村 悠二

はじめに

・研究背景・目的

我が国のまちにコンビニ、ファストフード店、100円チェーンストア、ファストファッション店が溢れるようになって随分経つ。大量生産・大量消費によるその土地の特徴を持たない文化が全国的に広がりを見せ、大型ショッピングセンターが郊外に建ち中心市街地や個人経営店舗は衰退、地域はますます無個性化していつている。また経済面では地方財政・雇用は悪化し、若者は大都市へ流出している。地方都市の衰退は今に言われたことではないが年々深刻化し、日本としても早急に取り組むべき大きな問題である。

そこで地方都市を個性的で文化的にでき、地方経済の回復にも効果が期待できる産業として伝統的工芸品産業に着目した。

研究目的は、伝統的工芸品を通じた地域振興にはどのような問題があるのか、また地域振興策に伝統的工芸品を用いるにはどのような貢献方法があるかを明らかにすることである。

・研究対象

今回調査対象とした伝統産業は伝統工芸品産業とし、そのなかでも経済産業大臣の指定を受けた「伝統的工芸品」のみとし全国 212 品目を扱う。また、このなかから伝統工芸品産業として新規的な取組みをしている例としていくつか事例をみていく。

・研究方法

まず第 1 章で伝統的工芸品の詳細と現況、問題について述べる。第 2 章で産地に対して行ったアンケートによって産地の実態を分析・考察し、第 3 章で地域振興策として今後期待できる伝統的工芸品産業の取組事例を挙げ、第 4 章で全体のまとめと考察を行う。

第 1 章 伝統的工芸品について

1-1. 伝統的工芸品について

正式には「経済産業大臣指定伝統的工芸品」という。伝統的工芸品は「伝統的工芸品産業の振興に関する法律(伝産法)」に定められた要件を備え、経済産業大臣から指定された工芸品を指す。伝統的工芸品は北は青森県、南は沖縄県まで全国に 212 品目存在する。

1-2. 伝統的工芸品の現況

表 1-1 は伝統的工芸品と指定外品目の概要を示した表

である。平成 18 年度版伝統的工芸品総覧によれば、伝統的工芸品は 207 品目であり、これは総覧の収録されている全品目の 16.2% に相当する。伝統的工芸品の企業数は、16,812 企業で、全体(23,356 企業)の 72.0% に相当する。また、従事者数では、伝統的工芸品が 96,046 人で、全体(120,393 人)の 79.8% を占めている。品目数の全体に占める割合は低い企業数、従事者数ともに 7 割を超えており伝統工芸品産業の活性化には伝統的工芸品の活性化が求められることがわかる。1 企業当たりの年生産額は 3200 万円、1 従事者当たりの年生産額が 560 万円、1 企業当たりの従事者数 5.7 人であり、数字からも伝統的工芸品産業の小規模性がわかる。

表 1-1 伝統的工芸品の概要

項目	① 企業数		② 従事者数				③ 年生産額				④ 1 品目 2 地域
	① 数	② 数	③ 数	④ 1 品目当たり	⑤ 1 企業当たり	⑥ 数	⑦ 1 品目当たり	⑧ 1 企業当たり	⑨ 1 従事者当たり		
合計	739	(企業) 21,467	(企業) 29,011	(人) 114,538	(人) 155.1	(人) 5.8	(百万円) 700,084	(百万円) 947.3	(百万円) 32.6	8.1	12
(不明品目を除く)	739	21,467	29,011	114,538	155.1	5.8	700,084	947.3	32.6	8.1	12
伝統的工芸品	207	16,812	81,212	96,046	464.0	5.7	537,185	2,595.1	32.0	5.6	10
指定外品目	532	4,655	8.8	18,552	34.9	4.0	162,899	306.2	35.0	8.8	2
不明品目	536	1,889	3.5	5,795	10.8	3.1	-	-	-	-	-

出典:平成 18 年度版全国伝統的工芸品総覧—受け継がれる日本のものづくり、同友館、pp.13、2007 年 10 月

1-3. 伝統的工芸品の地域分布

伝統的工芸品を最も保有する県は京都(17 品目)で、次に新潟(16 品目)、沖縄(14 品目)と続き、10 個以上の伝統的工芸品を保有するのは 6 都府県で、5 個以上を保有するのは 16 都府県である。

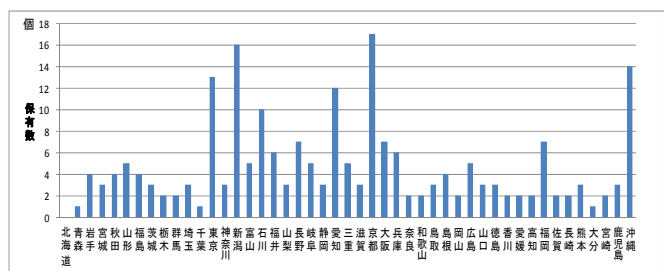


図 1-1 都道府県別伝統的工芸品保有数

出典:各伝統的工芸品産地組合住所を基に作成

1-4. 伝統的工芸品の推移

伝統的工芸品は伝統的工芸品産業振興協会の調べによれば、生産額は 1984 年をピークに減少傾向にあり、2006 年にはピーク時の 1/3 以下にまで下がっている。企業数・従事者数も 1979 年と平成 18 年を比較すると企業数は 1/2 以下、従事者数は 1/3 以下にまで落ち込んでいる。加えて、従事者の年齢層をみると平成 18 年は 50

歳以上が 73%、30～40 歳代が 21%、30 歳以下が 6% である。30 余年前には全国の伝統的工芸品産業従事者の 8 割近くが 50 歳以下だった。従事者の高齢化は進み、受け継ぐものが激減している。

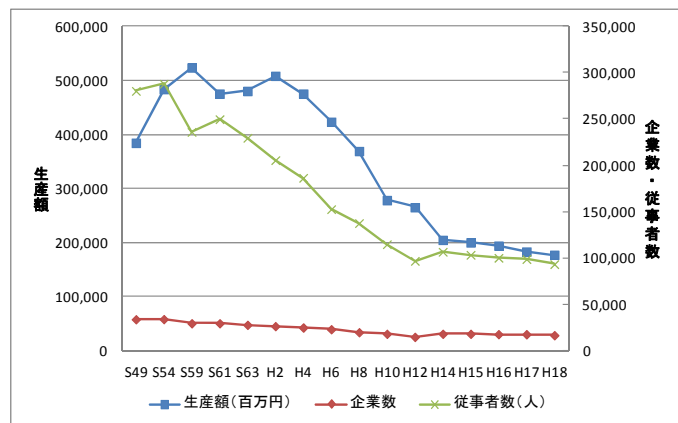


図 1-2 伝統的工芸品産業の推移

出典：伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について、経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室、pp. 3、2008 年 8 月

1-5. 伝統的工芸品の問題

伝統的工芸品産業の問題について 5 点に整理する。

- 後継者の問題
- 原材料の問題
- 高価格の問題
- 国際化の問題
- 伝統性の問題

第 2 章 アンケート調査による産地の実態

第 1 章を踏まえて伝統的工芸品の全組合を対象に伝統的工芸品産地の現状、イベントの有無、伝統的工芸品に指定を受けたことに関する事、地域との関係性についての聞き取りを目的としたアンケート調査を実施した。アンケートから次のことが明らかになった。売上低下は全体の 78%、後継者不足は 72%の産地でみられ、対策に工芸品の PR や体験・見学の手法を用いている。また、伝統的工芸品が地域の活性化軸になると考えている産地の方が対策のポイントがいずれも高く、産地の活性化に努めている。

伝統的工芸品は産地の基幹産業であるとする地域もある反面、細々と行う小規模産業であるという回答もあり一様に活性化の軸として伝統的工芸品が用いられるとは言えないことがわかった。しかし 6 割弱の産地で活性化の軸になりえるとも考えられており、やり方次第で地域の主軸産業になれる可能性がある。

第 3 章 伝統産業を活かした地域活性化の事例

事例 1. 九谷和焼製品の新製品開発事業

事例 2. 美濃和紙あかりアート展～うだつの町並みとのコラボレーション～

事例 3. 伝統的工芸品 2 つを組み合わせた NARUKO ブランドプロジェクト

第 4 章 考察

商売が全国規模に展開している現代社会で、ものづくり産業である伝統産業も地域のみを対象とした産業振興は難しく、全国的または世界的なニーズに対応した製品開発や行事・イベントを立ち上げることが必要である。デザインなどで時代に合った切り口を見出したり、異業種や他産業との連携による新企画を打ち出せば産業の活性化は可能であると考えられる。また、イベントによる地域活性化は地域を代表するような大イベントとして成り立つことが可能である。そこに伝統的工芸品を組み込んでいければ地域と産業が一体となった活性化ができると考えられる。

伝統的工芸品の問題点として高価格であることと一般に日用品として使用するイメージがないことがある。製作工程の多さや期間の長さを考えるとどうしてもコストが高くなってしまいう問題を解消しなければならない。それにはやはり伝統工芸士の数が圧倒的に足りず後継者不足の問題も絡んでくると思われる。

参考文献

- 1) 平成 18 年度版全国伝統的工芸品総覧－受け継がれる日本のものづくり、同友館、pp. 1-22、2007 年 10 月
- 2) 伝統的工芸品の本＜平成 13 年度版＞、同友館、pp. 203-207、2003 年 7 月
- 3) 伝統的工芸品技術事典、グラフィック社、pp. 24-26、1980 年 1 月
- 4) 市川祐樹：学生アンケートによる伝統的工芸品のイメージ分析－職人の技術伝承に関する基礎的研究一、高崎経済大学地域政策学会、pp. 167-185、2005 年 11 月