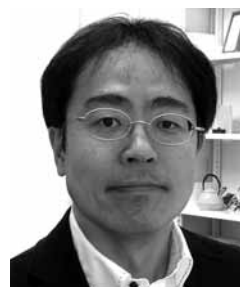


工芸品をめぐる新たな動きと振興策

山 本 篤 民
(日 本 大 学)
(商 学 部 准 教 授)



1. 伝統的工芸品産業の現状

国内各地には、長い歴史をもつ伝統的工芸品産業が存在している。織物や陶磁器、漆器、和紙などに代表される伝統的工芸品は、経済産業大臣が指定したものだけでも、全国で200品目以上にのぼる。それらは、その地域ならではの風土や原材料などを活かしながら、地域の人々によって受け継がれてきた技術・技能によって生産されている。しかし、多くの伝統的工芸品産業は、後継者不足に直面していたり、生産額が低迷したりするなど苦境に立たされている。

筆者は、2016年1月に経済産業大臣指定の全国すべての伝統的工芸品産業の産地組合を対象としてアンケート調査を実施した（アンケート票郵送数224、回収数179〈うち有効票数177、無効票数2〉）。このアンケート調査において、2010年と2015年を比較した産地組合の組合員数（事業所・企業数）の変化を尋ねたところ、「増えた」という回答は11.3%にとどまり、「減った」が66.1%、「横ばい」が20.9%となった（「わからない」が1.7%）。また、同期間における組合員の生産額の変化についても、「減った」という回答が64.4%で、「増えた」（7.9%）という回答を大きく上回っていた。

このアンケート調査の対象は、産地組合に組織されている事業所・企業に限られてはいるが、おおよそ全国の伝統的工芸品産業の産地の動向を反映していると思われる。

2. 工芸品をめぐる新たな動き

上記のアンケート調査結果が示しているように、伝統的工芸品産業は全体としては衰退傾向にあるといえよう。しかし、筆者は、近年、一部ではあるが工芸品（以下では、経済産業大臣の指定を受けていない製品を含めて「工芸品」とする）が再評価される機運が高まりつつあることに注目している。例えば、従来からある百貨店の工芸品売場のみならず、こだわりのセレクトショップなどで工芸品を見かける機会が増えているのではないだろうか。また、2016年に

は山陽新幹線の車内販売の企画として、工芸品などを販売する「土産もの屋ワゴン」が登場したことも話題となった。

工芸品が再評価されつつある背景には、海外からの安価な粗製品があふれるなかで、消費者の間に製品の安全性への要求が高まったこと、手作りや素材へのこだわりが強まったことなどがあげられる。

このような状況のなかで、もう一つ注目したいのは、工芸品を提供する側にも新たな動きがみられることである。それは、工芸品の作り手のなかから、新製品の企画・開発のプロデューサーや、販路開拓のコンサルティングをする人たちが現れていることである。彼らは、自社の製品のみならず、各地の工芸品企業の経営者から依頼を受けて、新製品の企画・開発を手掛けたり、国内外に向けての販路開拓を後押ししたりしている。なかでも、奈良で麻織物などを扱う(株)中川政七商店13代目の中川淳氏や京都で和傘を製造する(株)日吉屋の5代目の西堀耕太郎氏などは、多くの実績をあげている。彼らと各地の工芸品企業によって生み出された製品が人気を博したことも、近年、工芸品が見直されるきっかけになっていると考えられる。

3. 伝統的工芸品産業の振興にあたって

これまで伝統的工芸品産業に対しては、行政や公的な支援機関等も様々な振興策を講じてきた。これらの支援と彼らの取り組みの違いをあげるならば、1つは、彼らは自らの失敗と成功の経験をもとに、コンサルティングをしていることである。しかも、行政職員や一般のコンサルタントとは異なり、支援される側と共通の事業領域で経験を積んでいることにも意味があるといえよう。もちろん、経験論だけではなく、理論的な裏付けに基づいた取り組みが行われている。

もう1つは、彼ら自身の築いた人的なネットワークを利用しつつ、製品開発や販路開拓に取り組んでいることである。これも、単にビジネスマッチングの場をお膳立てしたり、展示会への出展費用を補助したりするのとは異なり、より現実的な取り組みであるといえよう。

以上のように、行政や公的な支援機関では、十分になし得なかったことが、工芸品に携わる人たちのなかで行われていることは注目に値するのではないか。伝統的工芸品産業の振興にあたっては、当然のことながら行政や公的支援機関の役割が否定されるものではない。ただし、彼らの取り組みの実績などを踏まえると、行政や公的支援機関は、今まで以上に踏み込んだ支援を展開することや、あるいは彼らのような実践的な人材を育成することなども検討する必要があるのではないだろうか。