

**とやまデザインによる工芸等の
魅力向上に向けた検討とりまとめ**

平成 31 年 3 月

とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会

目 次

I. とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会の設置について

- 1 趣旨
- 2 検討経過

II. 産地組合等へのヒアリング概要（現状と課題の整理）

- 1 伝統工芸品等の魅力向上の取組項目
- 2 ヒアリングを実施した団体等
- 3 ヒアリング概要

III. 伝統工芸品等の魅力向上の取組内容の検討・整理（総論）

- 1 魅力発掘と商品開発
- 2 販路拡大（マーケティング戦略）
- 3 ブランディング・情報発信
- 4 先端産業・先端技術との融合
- 5 生産性の向上
- 6 人材育成・確保、技術承継

IV. 工芸の分類と分類毎の優先的な取組項目

- 1 工芸の分類
- 2 工芸の分類毎の優先的な取組項目

V. 各分類における優先的な取組内容の検討・整理（各論）

- 1 伝統工芸品
- 2 伝統工芸品の技術を活用した工芸品
- 3 作家による作品

VI. 今後の推進体制

（資料）

- ・とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会設置要綱
- ・とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会委員名簿及び開催実績

I. とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会の設置について

1 趣 旨

本県には、作家や職人の方々が磨き上げ、育んできた伝統や優れた技による国指定（6産地）及び県指定（5産地）の伝統工芸品があり、日本の伝統工芸品について世界的な関心が高まっている中、平成29年度には、本県において、「国際北陸工芸サミット」が開催されるなど、本県の工芸の魅力を発信してきた。

一方、伝統工芸品については、近年の経済動向や生活様式の変化に伴い全国的に売り上げが低迷しており、本県においても伝統的工芸品の生産額がピーク時の3分の1に減少し、産地全体としては苦戦が続いてきたが、このような危機感の中から新たな挑戦をして成果を挙げている作家や職人の方々も出てきている。県においても、これまで総合デザインセンターを中心に意欲ある取り組みを支援し、新しい商品開発や人材育成等を推進している。

このような中、デザインの活用やブランド化による本県の伝統工芸品（※1）を中心とした工芸等（※2）（以下、「伝統工芸品等」）の魅力向上に向けた課題の整理とそれに対する取り組むべき事項などを検討するため、「とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会」（以下、「検討委員会」）を設置した。

※1）本県の伝統工芸品：「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（以下、「伝産法」）に基づく指定を受けた工芸品（以下「国指定伝統的工芸品」とする）及び「富山県伝統工芸品指定要綱」に基づく指定を受けた工芸品（以下「県指定伝統工芸品」とする）
・国指定伝統的工芸品6産地（高岡銅器、井波彫刻、高岡漆器、庄川挽物木地、越中和紙、越中福岡の菅笠）
・県指定伝統工芸品5産地（越中瀬戸焼、高岡鉄器、高岡仏壇、とやま土人形、富山木象嵌）

※2）工芸等：工芸及び先端技術と伝統工芸の技術等の融合による製品

2 検討の経過

（1）伝統工芸品産地組合等へのヒアリングの実施（II章）

伝統工芸品等の魅力を向上させるために必要な取り組みとして、次の1～6の6項目を選定し、検討委員会での検討の参考とするため、各項目について、本県の伝統工芸品産地組合（11団体）及び伝統工芸品等の製造・販売事業者（3社）にヒアリングを行い、現状と課題を整理した（ヒアリング概要はII章、III章参照）。

<伝統工芸品等の魅力向上の取組項目>

- 1 魅力発掘と商品開発
- 2 販路拡大（マーケティング戦略）
- 3 ブランディング・情報発信
- 4 先端産業・先端技術との融合
- 5 生産性の向上
- 6 人材育成・確保、技術承継

(2) 魅力向上の取組内容の検討の課程

(a) 伝統工芸品等の魅力向上の取組内容の検討・整理（総論：Ⅲ章）

(1) の産地組合等へのヒアリングにより整理した「伝統工芸品等の魅力向上の取組項目」の1～6の各項目の現状と課題を踏まえ、その対応として、「検討のポイント」と「取組内容」を検討・整理した。

(b) 工芸の分類と分類毎の優先的な取組項目（Ⅳ章、Ⅴ章）

検討委員会において、「伝統工芸品等の全般にわたって検討・整理した（上記（a））『魅力向上の取組内容』について、工芸を分類・定義したうえで、分類毎に優先的な取組みを整理すべき」との意見が出された。このため、以下のとおり、工芸を分類し（下記 i）、分類毎に優先的に取組む項目を整理した（下記 ii）。

i. 工芸の分類

各論の検討を進めるにあたって、本県の工芸を、その主体や生産過程などの相違から、次の4つに分類した。

(工芸の分類)

ア. 伝統工芸品

（国指定伝統的工芸品及び県指定伝統工芸品）

イ. 伝統工芸品の技法等を活用した工芸品

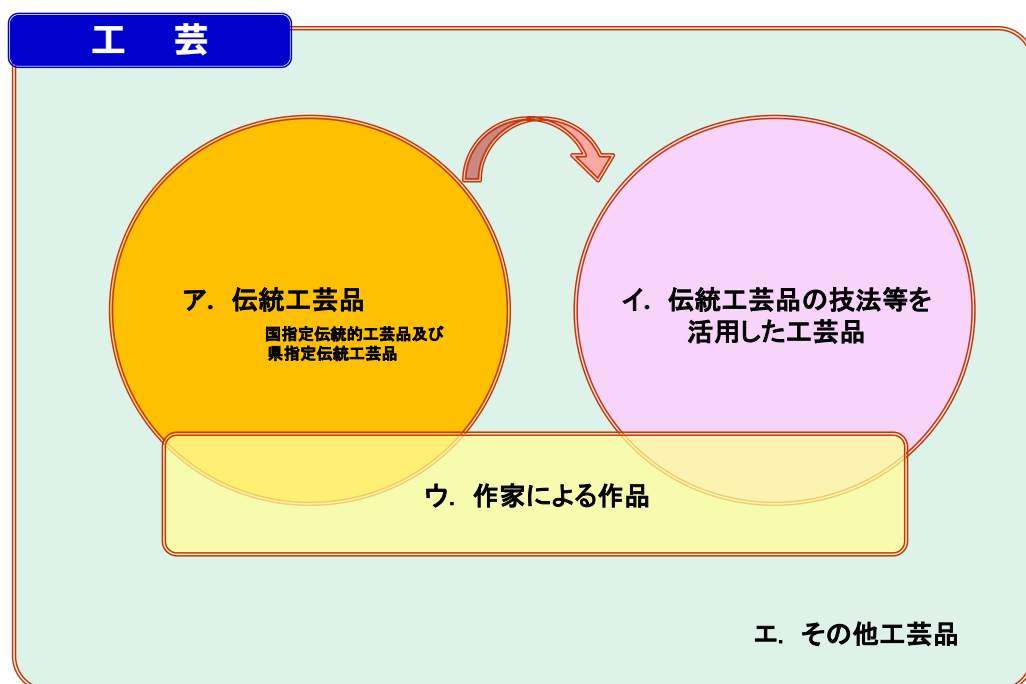
（アの伝統工芸品の技法等を活用した工芸品）

ウ. 作家による作品

（作家により制作される作品）

エ. その他工芸品

（職人により制作されるア～ウ以外の工芸品）



ii. 工芸の分類毎の優先的な取組項目

「i」で分類した工芸の分類のうち、伝統工芸品を中心とした「ア」～「ウ」の分類について、魅力向上の基本的な考え方を整理し、その課題解決に向けて優先的に取組む項目を下表のとおり整理した。

(工芸の分類毎の魅力向上の基本的な考え方)

工芸の分類	基本的な考え方
ア. 伝統工芸品	伝統的な技法等による製品の承継
イ. 伝統工芸品の技術等を活用した工芸品	『デザイン工芸』(※)の推進
ウ. 作家による作品	作家による独創的な作品づくりの推進

※ 『デザイン工芸』:「素材」の可能性とデザインを融合した現代の工芸

(工芸の分類毎の優先的な取組項目)

魅力向上の取組項目 \ 工芸の分類	ア. 伝統工芸品(※1)	イ. 伝統工芸品の技術等 を活用した工芸品	ウ. 作家による作品(※2)
1 魅力発掘と商品開発	○	○	△
2 販路拡大(マーケティング戦略)	○	○	○
3 ブランディング・情報発信	○	○	○
4 先端産業・先端技術との融合	○	○	△
5 生産性の向上	△	○	△
6 人材育成・確保、技術の承継	○	△	○

※ 表中「○」印は優先的な取組項目、「△」印は中長期的な取組項目

※1 「ア. 伝統工芸品」の産地構造は、「①分業制」をとる産地と、「②1社完結型」(=1事業者が最終製品まで一貫生産)の産地、「③職人完結型」(職人1人で最終製品まで一貫生産)の産地が存在し、具体的な取組みは個別に検討。

※2 作家の作品には、「造形表現」と「産業工芸表現」とがあり、これらを含む

(c) 各分類における優先的な取組内容の検討・整理 (V章:各論)

(a)、(b)の整理を踏まえ、「ア」～「ウ」の分類毎の魅力向上の優先的な取組項目について検討を深め、各項目の具体的な取組内容を検討・整理した。

Ⅱ. 産地組合等へのヒアリング概要（現状と課題の整理）

伝統工芸品等の魅力を向上させるために必要な取組みとして、下記（i）1～6の6項目を選定し、その各項目について、本県の伝統工芸品産地組合及び伝統工芸品等の製造・販売事業者にヒアリングを実施。

（i）伝統工芸品等の魅力向上の取組項目

- 1 魅力発掘と商品開発
- 2 販路拡大（マーケティング戦略）
- 3 ブランディング・情報発信
- 4 先端産業・先端技術との融合
- 5 生産性の向上
- 6 人材の育成・確保、技術の承継

（ii）ヒアリングを実施した団体等

① 伝統工芸品産地組合 11 産地

（国指定：6産地）

- ・ 伝統工芸高岡銅器振興協同組合
- ・ 井波彫刻協同組合
- ・ 伝統工芸高岡漆器協同組合
- ・ 庄川木工挽物会
- ・ 富山県和紙協同組合
- ・ 越中福岡の菅笠振興会

（県指定：5産地）

- ・ かなくれ会（越中瀬戸焼）
- ・ 伝統工芸高岡鉄器振興協同組合
- ・ 高岡仏壇工匠会
- ・ とやま土人形伝承会
- ・ とやま木象嵌工芸会

② 伝統工芸品関係事業者 3社

（iii）ヒアリング概要

ヒアリングにより聴取した内容の概要は、「Ⅲ. 伝統工芸等の魅力向上の取組内容の検討・整理（総論）」の1～6の各項目の「（1）現状と課題」として記載

Ⅲ. 伝統工芸品等の魅力向上の取組内容の検討・整理（総論）

「伝統工芸品等の魅力向上の取組項目」の1～6の各項目（Ⅱ章－（i）参照）について、産地組合等へのヒアリング等に基づき、現状と課題を整理し、その対応として、伝統工芸品等の魅力向上の取組みの「検討のポイント」と「取組内容」を検討・整理する。

1 魅力発掘と商品開発

（1）現状と課題（産地組合等へのヒアリング概要（以下同じ））

（現状）

- ・産地組合では、伝産法により指定を受けた各産地で育まれた技法等を伝承するとともに、一部の会員企業では、伝統工芸品の技術を活用した新たな商品開発に取組まれており、この流れは加速していくことが見込まれている。また、これらの会員企業では、産地問屋を経由せず、独自に商品開発、販路開拓が進められている。
- ・このような取組みを進める事業者では、伝統工芸品の需要が減少したことから、事業の存続に向け、デザイナー等と連携し、従来と異なる分野の新たな商品の開発も進められている。
- ・産地組合においても、伝統工芸品の技術が活用され、受注につながるものであればデザイン開発に積極的に取り組みたいとの意向がある。

（課題）

- ・産地組合でデザイナーと連携して商品開発を行っても、会員企業の合意が得られる「伝統工芸品の魅力を壊さず、引き出す新商品」の開発には、なかなか至らない。
- ・商品の開発に至っても、販売に結び付かない場合が多く、商品開発にあたっては、消費者ニーズの把握や販売戦略も含めてコーディネートできる専門家やデザイナーとの連携が重要
- ・伝統工芸品と現在の生活・トレンドが乖離していることが大きな課題
- ・自社の強みである技術を活かし、ライフスタイルの変化に適応し、日用品として使われる商品など、恒常的に需要が見込める商品の開発が重要
- ・最初から産地組合の会員企業全体を引き上げる取組みは困難。先駆的な会員企業が後続企業を牽引し、成功企業を増やす取組みが必要

(2) 対応

(検討のポイント)

①魅力発掘

- ・産地やその製品の持つ「強み」、「弱み」の検証
- ・産地やその製品の魅力をさらに引き出す手法の検討

②商品開発

ア. 消費者ニーズの反映

- ・従来からの製品ありきではなく、伝承してきた優れた技術の活用、消費者ニーズを踏まえた製品の製作・アレンジ
- ・豊かな生活のために消費者が求めている製品の把握
- ・市場において一定の需要が期待できる商品の開発

イ. デザイナーとの連携

- ・プロジェクトを進めるデザイナー、コーディネーターの人選
- ・伝統工芸品の魅力を引き出すデザイナーとの連携による商品開発

ウ. 異分野との融合等

- ・異分野の職人等が集い、新しいものを作り出す異分野交流の場の組織的・継続的な創出
- ・伝統的なものと斬新なものとの融合、工芸作家と職人との連携、地元学生のアイディアを職人が形にする取組み等による商品開発
- ・産地組合が中心となった技術向上、商品開発等

(取組内容)

①魅力発掘

- 国内外の優れた同類の製品との比較による製品の評価・検証

(取組主体：事業者、産地組合)

- 他の産地との連携交流事業の実施

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

②商品開発

ア. 消費者ニーズの反映

- マーケティング調査の実施とマーケティング調査を踏まえ販売対象に応じた商品開発

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

- 外国人観光客向け商品、「コト消費」、日常使いの商品など、一定の需要が期待できる商品の開発

(取組主体：事業者、産地組合)

イ. デザイナーとの連携による商品開発

- 産地や事業者が抱える課題に対応できるデザイナー・コーディネーターの発掘

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

- デザイン人材の育成・確保や県内事業者とのマッチング機能の強化
(取組主体：産地組合、行政)
- 伝統工芸品が持つ本来の魅力（歴史、産地の文化、職人の思い等）などを理解したデザイナーと産地の職人とが一体となった商品開発
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 海外デザイナーとの連携等による海外の生活文化様式や嗜好を反映した商品開発
(取組主体：事業者、産地組合)

ウ. 異分野との融合等

- 異分野の人材との交流・連携の場の創出によるネットワークの構築
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 異分野の技術や素材を活用した商品開発の検討、実施
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 産地組合が中心となった異分野交流等による技術向上や商品開発等に向けた取組みの強化
(取組主体：事業者、産地組合)

2 販路拡大（マーケティング戦略）

（1）現状と課題

（現状）

- ・一部の事業者が産地問屋を経由せず、自社で開発した新分野の製品については、商品企画から販路開拓までを独自で行っている。これにより、これまでの産地問屋とのBtoBの取引に、BtoCの取引が加わり、直に消費者ニーズを把握し、次の商品企画に反映することが可能となった。
- ・一方、商品が多品種の部材からなる製品の産地（分業制による産地）では、産地問屋を通さずに商品を販売することは困難であり、現在も産地問屋による流通が中心となっている。
- ・また、従来から産地問屋がない産地では、産地組合が窓口となって受注、商品企画し、組合会員に仕事を割り振り、販路開拓も行っている。
- ・一部の産地において、伝統工芸の優れた技術を活用して文化財の再現や修復に取組み、全国に需要調査を実施する等、伝統的な技術を活かせる新たな需要獲得に向けた取組みが進められている。

（課題）

- ・消費者に伝統工芸の技術や製造過程を伝え、商品の価値を評価してもらうことが大切
- ・商品のターゲット（対象とする消費者）によって、販売窓口（量販店、セレクトショップなど）が異なり、商品の生産ロットも変わってくる。自己の産地の生産体制、生産能力や市場における商品の位置づけなどの十分な検証が必要
- ・消費者ニーズの把握（海外も含む）や販売戦略も含めてコーディネートできるデザイナーとの連携、販売先とした市場に精通する専門家との戦略の策定が重要。産地組合や事業者と必要な人材をマッチングする機能の拡充が必要
- ・プロジェクトを進めるデザイナー、コーディネーターの人選（再掲）

（2）対応

（検討のポイント）

①販売対象に応じた戦略の検討

- ・販売する対象を明確にし、どのように売るのが販売戦略の策定
- ・高価なものを購入する訪日外国人観光客や富裕層等を対象とした高価格な商品の提供

②販売方法の検討

- ・伝統工芸品の魅力等が伝わる販売方法
- ・ギフト市場の開拓、「コト消費」への展開
- ・成功企業のノウハウの活用による産地全体の振興
- ・産地問屋の機能や事業者の取組みの補完
- ・本県の伝統工芸品等を好きになってもらう仕掛けづくり

(取組内容)

①販売対象に応じた戦略の検討

- マーケティング情報の収集、提供
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- マーケティング調査を踏まえ販売対象に応じた商品開発、価格設定、販売方法など、トータルな販売戦略の策定、推進
(取組主体：事業者、産地組合)
- 富裕層や外国人など、有力な顧客となる可能性のある対象への販売戦略の検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 伝統工芸の優れた技術を活用した新たな需要(国宝・文化財の修復等)の開拓
(取組主体：事業者、産地組合)
- 産地や事業者が抱える課題に対応できるデザイナー・コーディネーターの発掘(再掲)
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- デザイン人材の育成・確保や県内事業者とのマッチング機能の強化(再掲)
(取組主体：産地組合、行政)

②販売方法の検討

- 製品や作品の魅力を伝えるものづくり現場見学、作家との交流等を通じた販売(例：産業観光、体験販売による「コト消費」の推進など)
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 県のお土産プロジェクト「技のこわけ」の商品拡充等によるギフト市場での販路拡大
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 成功企業の事業モデル等の横断的普及事業の検討
(取組主体：産地組合、行政)
- 商品企画や販路開拓など、産地問屋の機能や事業者の取組みを補完する組織の検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 県の伝統工芸品の購入者が次も本県の伝統工芸品が買いたくなるリピーターをつくる取組みの検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)

3 ブランディング・情報発信

(1) 現状と課題

(現状)

- ・ 伝統工芸品の技術が高い評価を受け、産地組合等において、国宝の修復等に参画したことにより、ブランド力や知名度の向上につながっている。
- ・ 一部の事業者では、工場視察（産業観光）を実施し、自社の製造技術の評価、商品の理解につなげ、自社のブランド力の向上につなげている。

(課題)

- ・ 伝統工芸品等の発展には、各伝統工芸品等の情報を発信し、製品の魅力や価値を如何に消費者に伝えるかが重要
- ・ 産地組合単位でまとめて、デザイン開発やブランディングに取り組むのは、会員企業毎に事業方針が異なり困難

(2) 対応

(検討のポイント)

- ・ 本県の多様な伝統工芸品の一つひとつに応じたプロモーション、ブランディング
- ・ 市場での商品価値の向上につながる本県の伝統工芸品の歴史、技術等のPR
- ・ 商品の売り方に応じた情報の発信や、現代のライフスタイルに対応した情報の発信
- ・ 芸術価値の高い作品に触れる機会の創出
- ・ 工芸作家の作品発表、評価の場の創出

(取組内容)

- 事業者単位や産地組合単位、事業者間や産地間連携など、より有効な単位でのプロモーション、ブランディング手法についての検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 産地の歴史や風土、職人の匠の技など、製品の関連情報の発信
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- SNS等も活用したメディアミックスによるPRの強化
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 本県の職人のグローバルでの評価獲得
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 国内外で開催される見本市への出展等によるPRの強化
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- イベントの記念品や公共施設等への伝統工芸品等の積極的な活用
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 工芸作品の発表・評価、魅力発信の場の創出
(取組主体：産地組合、行政)

4 先端産業・先端技術との融合

(1) 現状と課題

(現状)

- ・ 特殊ガラスと和紙や漆と先端素材（セルロースナノファイバー）の融合による商品など、既に先端ものづくりとの融合商品も出てきている。
- ・ 錫の曲がる特性、抗菌性といった素材の特性とこれまで培ってきた鑄造技術を活かし、医療器具分野などの新たな領域での商品化が行われている。

(課題)

- ・ 素材や製品の科学的な根拠（統計データ）は、新分野での商品開発や商品PRに重要となり、大学や産業支援機関との連携、共同研究も重要
- ・ 生産工程に先端技術を導入し、若者にも魅力ある職場へと変革させていくことが必要
- ・ 職人の匠の技や作品のデジタルデータ化による技の伝承

(2) 対応

(検討のポイント)

- ・ 伝統工芸品への先端素材や先端技術の活用、伝統工芸の技術の先端産業への活用による商品開発等
- ・ 技術の承継、作業の効率化に向けた三次元測定機や3Dプリンター等の先端技術の活用の検討

(取組内容)

○伝統工芸品等と新素材や新技術の融合による新分野への進出、新たな商品開発の検討

（取組主体：事業者、産地組合、行政）

○総合デザインセンター、産業技術研究開発センターなどの産業支援機関による研究・開発成果の提供や先端設備による技術支援

（取組主体：行政）

○総合デザインセンター、産業技術開発センターなどの産業支援機関や県内大学等との産学官連携による共同開発の推進

（取組主体：事業者、産地組合、行政）

5 生産性の向上

(1) 現状と課題

(現状)

- ・製品の量産につながる生産性の向上は重要であり、原材料から不要物等を除去するロボットの大学との共同研究なども進められている。
- ・これまで分業で進められてきた工程について、一部の力のある企業では、内製化が進められている。

(課題)

- ・高齢化が進む中、単純な作業に機械を導入し、生産性の向上を図っていくことが必要
- ・一方で多品種少量生産であり、機械の導入による生産の効率化は困難
- ・また、成形から仕上げまで手作業が中心であり、生産性の向上が期待できる工程が少ない。

(2) 対応

(検討のポイント)

- ・製品に応じた手作業と機械作業の比率の見直し
- ・伝統工芸品の発展に向け、単純作業等への機械等の導入による量産化、市場へのタイムリーで安定的な製品供給
- ・技術の承継、作業の効率化に向けた三次元測定機や3Dプリンター等の先端技術の活用の検討（再掲）

(取組内容)

- 製品用途に応じた生産方法の検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 機械化等による効率化・量産化による製品の安定供給体制の検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 総合デザインセンター、産業技術研究開発センターなどの産業支援機関による研究・開発成果の提供や先端設備による技術支援
(取組主体：行政)（再掲）

6 人材育成・確保、技術の承継

(1) 現状と課題

(現状)

- ・後継者不足が深刻で、将来なくなることが懸念される技術もある。
- ・県内の産地では、県の「伝統工芸の匠」の認定を受け、職人を育成し、後継者づくりが進められている。

(課題)

- ・製品の品質向上には、中間の加工工程（研磨、溶接、仕上げ）の技術維持・向上が重要であるが、特にこの中間工程の人材不足が深刻
- ・職人を育てるために、やりがいを見つけやすい職場、働きやすい環境づくりが必要。産業観光により、従業員のモチベーションを上げることも必要

(2) 対応

(検討のポイント)

- ・工芸作家と職人、地元学生等との連携・交流事業を通じた人材の育成・確保、技術伝承
- ・精巧な技術が集積した製品の製造による職人の維持・確保
- ・技術の承継、作業の効率化に向けた三次元測定機や3Dプリンター等の先端技術の活用の検討（再掲）

(取組内容)

- 伝統工芸品の魅力が伝わり、人材の育成・確保につながるPR手法の検討や連携事業の推進
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 学生とのワークショップやインターンシップ受入など、学生との連携事業への積極的な参画
(取組主体：事業者、産地組合)
- 職人間や異分野の人材交流等による職人スキルの向上、技術の承継
(取組主体：事業者、産地組合、行政)
- 作家の創作活動で培われた高い技術の伝承
(取組主体：作家、事業者、産地組合、行政)
- 訪日外国人観光客や富裕層等を対象とした精巧な技術が集積した製品の販売促進による職人の維持・確保
(取組主体：事業者、産地組合)
- 総合デザインセンター、産業技術研究開発センターなどの産業支援機関による研究・開発成果の提供や先端設備による技術支援
(取組主体：行政)（再掲）

IV. 工芸の分類と分類毎の優先的な取組項目

Ⅲ章においては、伝統工芸品等の全般にわたって「魅力向上の取組内容」を検討・整理した。Ⅳ章においては、工芸を分類し、その分類毎に魅力向上の基本的な考え方を整理し、その課題解決に向けて優先的に取組む項目を整理し、分類毎に、今後、魅力向上に向けて取組むべき内容を明確にする。

1 工芸の分類

各論の検討を進めるにあたって、本県の工芸を、その主体や生産過程などの相違から、次の4つに分類する。

(工芸の分類)

ア. 伝統工芸品

(国指定伝統的工芸品及び県指定伝統工芸品)

イ. 伝統工芸品の技法等を活用した工芸品

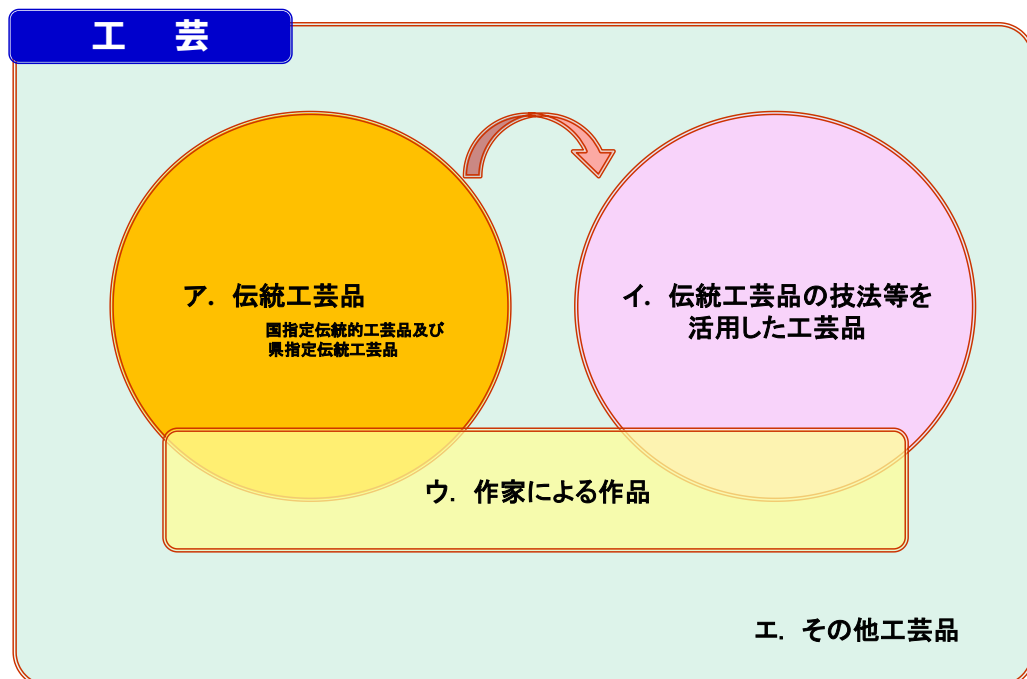
(アの伝統工芸品の技法等を活用した工芸品)

ウ. 作家による作品

(作家により制作される作品)

エ. その他工芸品

(職人により制作されるア～ウ以外の工芸品)



2 工芸の分類毎の優先的な取組項目

工芸の分類のうち、伝統工芸品を中心とした「ア」～「ウ」の分類について魅力向上の基本的な考え方を整理し、その課題解決に向けて優先的に取組む項目を下表のとおり整理する。

(工芸の分類毎の魅力向上の基本的な考え方)

工芸の分類	基本的な考え方
ア. 伝統工芸品	伝統的な技法等による製品の承継
イ. 伝統工芸品の技術等を活用した工芸品	『デザイン工芸』(※)の推進
ウ. 作家による作品	作家による独創的な作品づくりの推進

※ 『デザイン工芸』:「素材」の可能性とデザインを融合した現代の工芸

(工芸の分類毎の優先的な取組項目)

魅力向上の取組項目 \ 工芸の分類	ア. 伝統工芸品(※1)	イ. 伝統工芸品の技術等 を活用した工芸品	ウ. 作家による作品(※2)
1 魅力発掘と商品開発	○	○	△
2 販路拡大(マーケティング戦略)	○	○	○
3 ブランディング・情報発信	○	○	○
4 先端産業・先端技術との融合	○	○	△
5 生産性の向上	△	○	△
6 人材育成・確保、技術の承継	○	△	○

※ 表中「○」印は優先的な取組項目、「△」印は中長期的な取組項目

※1 「ア. 伝統工芸品」の産地構造は、「①分業制」をとる産地と、「②1社完結型」(=1事業者が最終製品まで一貫生産)の産地、「③職人完結型」(職人1人で最終製品まで一貫生産)の産地が存在し、具体的な取組みは個別に検討。

※2 作家の作品には、「造形表現」と「産業工芸表現」とがあり、これらを含む

V. 各分類における優先的な取組内容の検討・整理（各論）

IV章で整理した「ア」～「ウ」の分類毎に魅力向上の優先的な取組項目について検討を深め、その具体的な取組内容について検討・整理する。

ア. 伝統工芸品

（１）基本的な考え方

「伝統的な技法等による製品の承継」

本県の優れた伝統工芸品は、長い歴史と伝統を有し、希少かつ高度な技術や技法による「素材を通じ構築された技の伝承」であり、本県の工芸の魅力の中核を成す貴重な財産である。また、本県の伝統工芸品の産地組合が国宝の修復等に参画するなど、産地において育まれてきた伝統的な優れた技法等が高い評価を受け、本県の伝統工芸品はもとより、伝統工芸品を中心とした本県の工芸全体の魅力向上、発信、ブランド力向上等にもつながっており、産地組合が中心となって、これをしっかりと承継していく。

このため、産地組合とその会員企業が一体となった商品開発や販路開拓の強化、人材の育成・確保を図る取組み等を優先的に進める必要がある。

（２）主な課題等

①産地問屋の主導による商品開発や販路開拓の減少

- ・これまで、産地問屋の主導により商品開発、販路開拓が進められてきた高岡銅器や高岡漆器など分業制をとる産地では、伝統的な製品に対する需要が減少したこと等から、産地問屋からの発注が減少しており、また、産地問屋事業所数も減少している。

②産地全体の売上拡大に結び付く商品開発は困難

- ・生活様式の変化等に伴い、伝統工芸品の生産額が低迷する中、一部の事業者や産地組合においても独自の商品開発が進められ、成功事例も出ているものの、産地全体の生産額を引き上げる商品開発には至っていない。

③人材育成・確保、技術の承継

- ・伝統工芸品の価値の主要部分は、連綿と継承されてきた技術に裏打ちされた、「手仕事」の魅力にあり、伝統工芸品が今後生き残るには、「手仕事」の魅力を若い世代にどう伝え、自らの仕事として選択してもらうかが重要
- ・中間工程の職人は高い技術があっても表に出ないため、評価されることが少なく、特にこの中間工程の人材不足が深刻

(3) 優先的な取組内容 ((2) に挙げた主な課題等への対応)

① 「1 魅力発掘と商品開発」について

○国内外の優れた製品との比較による製品の評価・検証

- ・製品の魅力向上の指標となる世界の優れた製品の意匠、技術等の情報収集と本県伝統工芸品への活用の検討
(取組主体：事業者、産地組合、行政)

○産地組合が中心となった異分野交流等による技術向上や商品開発等に向けた取組みの強化

- ・産地毎に生産・流通構造が異なり、それぞれの産地に応じた商品開発の取組みや支援の検討が必要であることから、産地組合が中心となって、会員企業がアイデアや技術を持ち寄り、商品開発を進める取組みの強化
(取組主体：事業者、産地組合、行政)

○伝統工芸品が持つ本来の魅力（歴史、産地の文化、職人の思い等）などを理解したデザイナーと産地の職人とが一体となった商品開発

- ・産地組合の会員企業とデザイナー、学生とのワークショップを通じ、伝統工芸品の魅力を踏まえたデザイナー等のアイデアを活用した商品開発の実施
(取組主体：事業者、産地組合、行政)

② 「2 販路拡大（マーケティング戦略）」について

○富裕層や外国人など、有力な顧客となる可能性のある対象への販売戦略の検討

- ・販売対象を整理し、例えば、富裕層や訪日外国人等を対象として、高価であるが、伝統的工芸品本来の「手仕事」の技術が光る精巧な商品の販売を強化するなど、対象に応じた販売戦略の策定・推進
(取組主体：事業者、産地組合)

○伝統工芸の優れた技術を活用した新たな需要の開拓

- ・文化財の再現や修復の需要調査の全国的な実施等、伝統的な高い技術の活用による新たな事業分野（販路）の開拓
(取組主体：事業者、産地組合)

③ 「3 ブランディング・情報発信」について

○職人のグローバルでの評価獲得

- ・職人を世界の一流ブランドに派遣し連携事業を実施するなど、富山から世界で評価される名匠を輩出することによる、本県工芸のブランド力の向上
(取組主体：事業者、産地組合、行政)

④「4 先端産業・先端技術との融合」について

○総合デザインセンター、産業技術研究開発センターなどの産業支援機関による研究・開発成果の提供や先端設備による技術支援

- ・三次元測定機等の先端設備の活用による名工の優れた作品等のアーカイブ化や「匠の技」や「勘」のデータ化

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

⑤「6 人材育成・確保、技術の承継」について

○伝統工芸品の魅力が伝わり、人材の育成・確保につながるPR手法の検討や連携事業の推進

- ・中間工程の職人の高い技術のPRや評価する仕組みづくりによる後継者の確保・育成、伝統工芸品の質の維持・向上

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

○職人間や異分野の人材交流等によるスキルの向上、技術の承継

- ・県の伝統工芸「匠の技術」継承事業の活用等により高度な技術・技法を有する匠から職人への技術継承を進めるなど、産地組合を中心に関係者の連携による人材育成、技術承継

- ・職人と学生によるワークショップ、様々な異業種の人材との交流事業の開催など、行政や関係団体等による人材交流、技術承継・向上の場の継続的な創出

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

イ. 伝統工芸品の技法等を活用した工芸品

(1) 基本的な考え方

「『デザイン工芸』の推進」

伝統工芸品の技法等による製品にデザインや異素材を活用する事業者が出てきており、「素材」の可能性とデザインを融合した現代の工芸として認識されるようになった。この、いわば『デザイン工芸』といった新しい領域で、多様な消費者ニーズを踏まえた商品開発を通じて、工芸の魅力を発信し、新たな市場を獲得している。今後、このようなデザインを活用した取組みを進める事業者等の振興を図り、本県の「デザイン工芸」を推進していく。

このため、伝統工芸品の魅力を引き出すデザイナー等との連携による多様な消費者ニーズ（海外を含む）を踏まえた商品開発や販路開拓、市場に応じたタイムリーな製品供給体制などに優先的に取組む必要がある。

(2) 主な課題等

①工芸の魅力を引き出すデザイナー等の発掘と企業とのマッチング

- ・デザイナーと連携して商品開発を行っても、伝統工芸品の魅力を壊さず、引き出す新商品の開発にはなかなか至らない。

②伝統工芸品の製造技術とデザインを活用した新たな商品開発の取組みが進められているが、その広がり是一部の先進的な企業に限定的

- ・消費者ニーズの把握や販売戦略も含めてコーディネートできるデザイナーとの連携、販売先とした市場に精通する専門家との戦略の策定が重要であるが、そうした人材の発掘が困難
- ・生産工程の分業、生産と流通の分業が進んでいる産地では、製造業者自身が消費者のニーズを直接把握することが困難なため、消費者ニーズを把握したデザイナーとの十分な意思疎通が重要

③多様な消費者への的確な情報発信

- ・様々なライフスタイルの消費者に対する効果的な情報発信により、多様な消費者ニーズに応じた商品のPRを行うことが重要
- ・併せて、本県の伝統工芸品の歴史、技術を消費者に伝え、理解を深め、商品の価値を評価してもらうことが重要

④一定量の製品が求められる市場へのタイムリーな商品供給

- ・伝統工芸品の技法等を活用した工芸品については、機械化や新たな素材・製法等の導入が可能となることから、国の指定を受けた技術・技法を用いることが必須であり、量産対応が困難な伝統工芸品に代わって、市場のニーズに応じた量産対応など、柔軟な製品供給が重要

(3) 優先的な取組内容 ((2) に挙げた主な課題等への対応)

①「1 魅力発掘と商品開発」について

○デザイン人材の育成・確保や県内事業者とのマッチング機能の強化

- ・県総合デザインセンターや産地組合等でのデザイン人材交流・育成事業、商品開発事業等の推進、これらの事業に参画するデザイン人材のデータベース化
- ・デザイン人材のネットワークの活用による、本県の工芸の魅力を引き出すデザイン人材の発掘、県内の伝統工芸品等の事業者とのマッチング事業の実施

(取組主体：産地組合、行政)

②「2 販路拡大 (マーケティング戦略)」について

○成功企業の事業モデル等の横断的普及事業の検討

- ・デザインの活用などにより、独自で商品を開発し、新たな販路開拓に成功している先駆的・モデル的な企業の取組みの産地内での横断的な展開の検討

(取組主体：産地組合、行政)

○商品企画や販路開拓など、産地問屋の機能や事業者の取組みを補完する組織の検討

- ・市場ニーズと本県の伝統工芸品の特性等 (産地の歴史、風土、文化、技法など製品の持つ魅力や生産体制など) を踏まえ、マーケティング、商品開発に取り組む、本県伝統工芸品等の専門商社的な機能を持つベンチャー企業の創出やこの様な機能を持つ企業との連携を推進

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

③「3 ブランディング・情報発信」について

○SNS等も活用したメディアミックスによるPRの強化

- ・SNS利用者に影響力のあるインフルエンサーを通じた情報発信など、多様化する情報媒体の中から販売対象に適合したPR方法や販売の仕組みの検討

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

○産地の歴史や風土、職人の匠の技など、製品の関連情報の発信

- ・海外の著名な国際展示会等への継続的な出展等により、本県の工芸品を育んできたものづくりの歴史・風土・技術・文化など、製品の理解や評価に繋がる中長期的な視点に立ったPRの実施

(取組主体：事業者、産地組合、行政)

④「4 先端産業・先端技術との融合」について

- 総合デザインセンター、産業技術研究開発センターなどの産業支援機関による研究・開発成果の提供や先端設備による技術支援 (再掲)

- ・産業支援機関で研究・開発した先端素材（セルロースナノファイバー等）など、新たな素材と伝統工芸の技法等の活用による新商品の開発
- ・作業の効率化に向け、三次元測定機や3Dプリンター等先端設備活用による職人の「匠の技」、「勘」のデータ化
（取組主体：事業者、産地組合、行政）

⑤「5 生産性の向上」について

○機械化等による効率化・量産化による製品の安定供給体制の検討

- ・産地組合による受注・生産の割り振りや、材料の一括購入、下準備段階の機械化等による効率化の検討
- ・伝統的な技法に先端技術等を取り入れることによる市場の需要へのタイムリーな対応
（取組主体：事業者、産地組合）

ウ. 作家による作品

(1) 基本的な考え方

「作家による独創的な作品づくりの推進」

作家による独創的な発想により、魅力的な作品づくりが進められており、本県の工芸の魅力向上・発信にも多大な影響を与えている。作家の感性と匠な技による芸術性の高い作品は、本県のみならず、世界に誇る日本の財産であり、作家による独創的な作品づくりが進められ、その作品の魅力が広く世界に発信、評価、伝承されるよう、作品発表の場の創出や作品の魅力発信などの取組みを推進していく。

このため、作家が作品を発表し、評価を受ける場や優れた作品に触れる場、作品に込められた作家の思いを発信する場などの創出に取り組むことや、作家の創作活動で培われた高い技術の伝承について、優先的に取り組む必要がある。

(2) 主な課題等

- ①生産性の向上、消費者ニーズを踏まえるということより、作家にとっては、
いかに作品の価値を高めるかということが重要
 - ・作家の独自性が広く認知されることが重要であり、作家の作品が評価を得ることの出来る展覧会等の場を創出していくことが重要
- ②作家の作品に触れ、理解を深める機会の創出
 - ・芸術性の高い作家の作品に触れ、作品の理解を深める機会を増やすことが重要

(3) 優先的な取組内容（(2)に挙げた主な課題等への対応）

①「2 販路拡大（マーケティング戦略）」について

○作家との交流等を通じた販売

- ・作家の作品は、基本的には一点作品であることから、作家本人が直接作品を解説し、販売する機会の設定
- ・作家や作家の作品に接し、理解を深める展示や語らいの場などの創出（取組主体：作家、行政）

②「3 ブランディング・情報発信」について

○工芸作品の発表・評価、魅力発信の場の創出

- ・「国際工芸アワードとやま（仮称）」の開催など、本県をはじめとする国内外の作家が優れた作品を発表し、評価を受け、作品の魅力等を発信する機会の創出
- ・芸術価値の高い作品や新時代を創出する画期的な作品（エポックメイキングな作品）の美術館等による収蔵、展示を通じた作家の評価の向上と、質の高い作品に触れる機会の創出（取組主体：作家、行政）

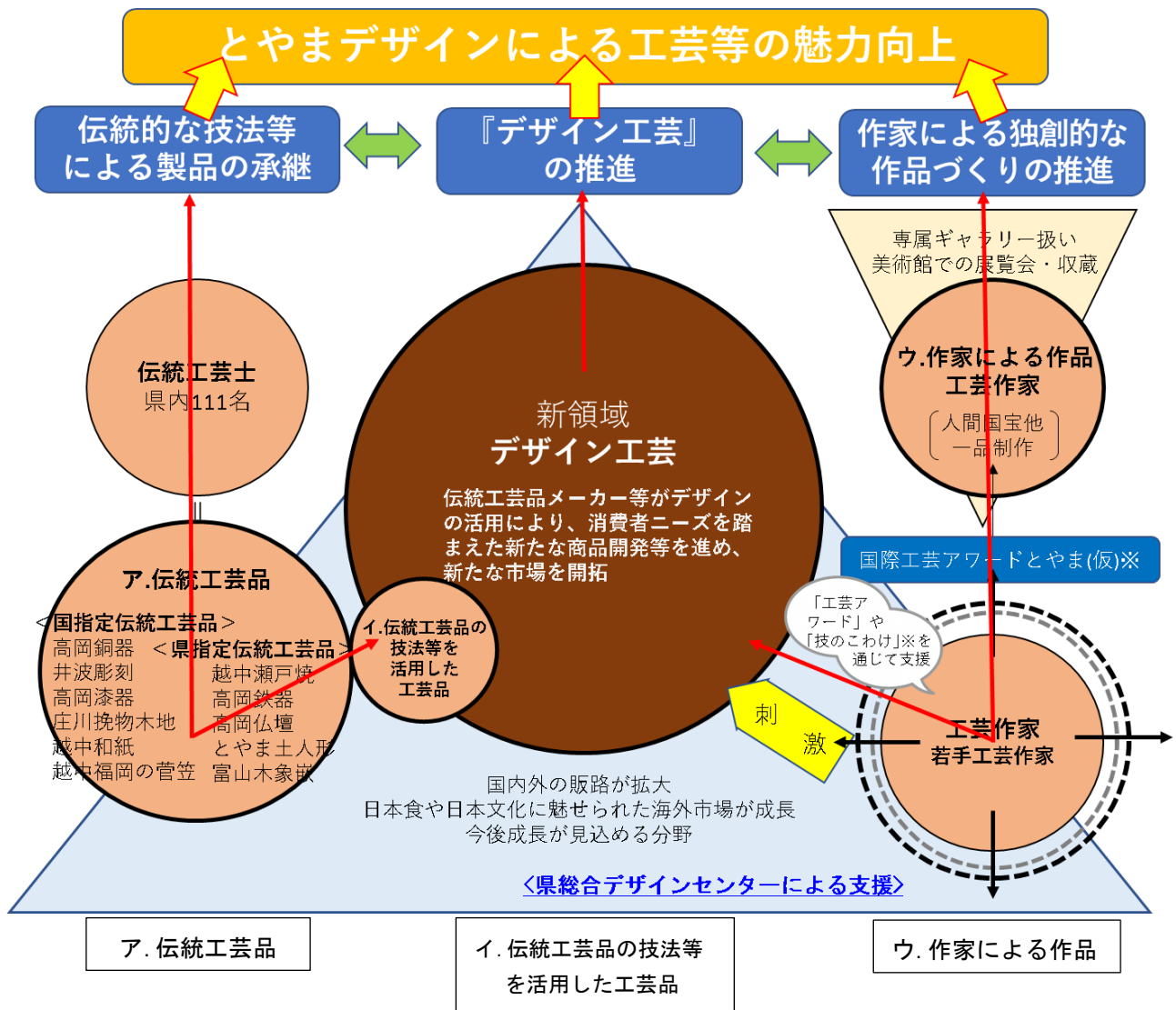
③「6 人材育成・確保、技術の承継」について

○作家の創作活動で培われた高い技術の伝承

- ・作家が造形、素材との葛藤を経て得た技を本人の許諾の下、伝統工芸等にも活かし、ものづくりに新風を吹き込む仕組みの検討
(取組主体：作家、事業者、産地組合、行政)

《とやまデザインによる工芸等の魅力向上のイメージ》

これらの取組を通じて、「伝統工芸品」、「伝統工芸品の技法等を活用した工芸品」、「作家による作品」のそれぞれの工芸の分類において魅力向上が図られるとともに、それぞれの工芸の魅力向上の取組みのシナジー効果により、本県の工芸等の魅力向上が図られることを期待する。



※「国際工芸アワードとやま（仮称）」

平成 29 年度に本県で開催された国際北陸工芸サミットでの取組みを踏まえ、工芸分野における先進的な文化芸術創造拠点の形成に向け、本県で開催を検討している新たな国際的な工芸アワード

※「技のこわけ」

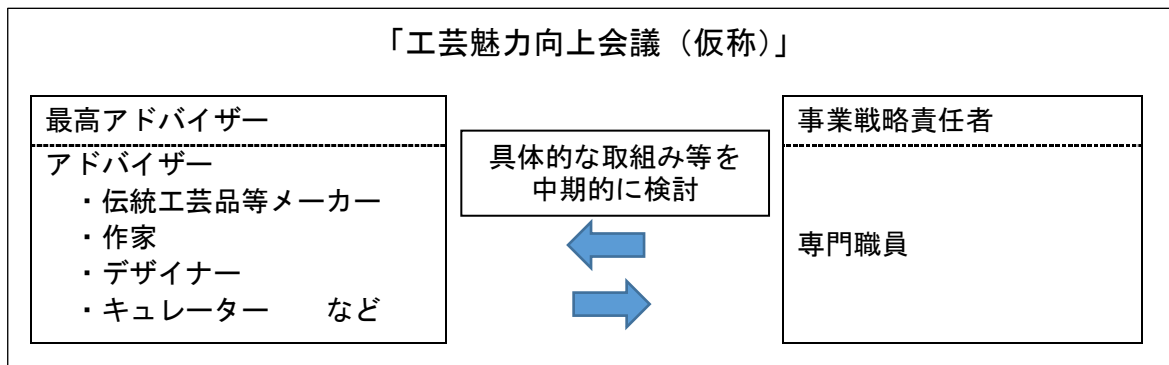
県総合デザインセンターが中心となって富山の工芸に焦点をあてて開発したお土産ブランド。富山の素材、技、デザイン力、上質感などの一定の基準を満たす商品を選定し、統一サイズで提供
 第1弾：福分け皿、第2弾：酒器、第3弾：箸置き

VI. 今後の推進体制

本県の伝統工芸等の魅力向上の取組みを着実に推進するため、当検討委員会の検討のとりまとめについて、各産地組合など関係者と共有し、一体となって、今後の具体的な取組みを進めることが重要である。

今後、V章で整理した「各分類における優先的な取組内容」を中心に、具体的な取組み等（事業プラン）を中期的に検討するため、事業戦略責任者の下に専門職員を配置し、伝統工芸品等の製造メーカーや作家、デザイナーなど、関係分野の方々の参画による新たな組織を立ち上げることとする。

（新たな組織のイメージ）



(資料)

とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会設置要綱

(目的)

第1条 デザインの活用やブランド化による本県の伝統工芸品を中心とした工芸等（以下「伝統工芸品等」という。）の魅力向上に向けた課題及び取り組むべき方向性などを検討するため、とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(協議事項)

第2条 委員会は前条の目的を達するため、次に掲げる事項について検討する。

- (1) デザインの活用やブランド化による本県の伝統工芸品等の魅力向上の取り組みの現状と課題及び今後、取り組むべき方向性に関する事
- (2) その他委員会の目的を達成するために必要な事項に関する事

(組織・委員)

第3条 委員会は、知事が就任を依頼した別表に掲げる委員で構成する。

- 2 委員会には、座長及び副座長を置き、知事が指名する。
- 3 座長は、委員会を進行する。
- 4 副座長は、座長を補佐し、座長に事故があるときは、その職務を代理する。

(運営)

第4条 委員会は、知事が招集する。

- 2 知事は、必要があると認めたときは、委員以外の者に出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。
- 3 委員が欠席する場合、その旨をあらかじめ座長に申し出、当該委員が指名する者を代理人として出席させることができる。

(庶務)

第5条 委員会の事務局は、富山県商工労働部商工企画課に置き、委員会の庶務を処理する。

(細則)

第6条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し、必要な事項は、別に定める。

附 則

この要綱は、平成30年10月31日から施行する。

とやまデザインによる工芸等魅力向上検討委員会委員名簿及び開催実績

1 委員名簿

(敬称略)

	氏名	所属・役職	
座長	青柳 正規	東京大学名誉教授、前文化庁長官	
副座長	武山 良三	富山大学芸術文化学部学部長	
	麦野 英順	富山経済同友会代表幹事	
委員	学識者	岡田 栄造	
	経済界	梅田 ひろ美	とやま技術交流クラブ代表幹事
		中井 敏郎	(一社) 富山県薬業連合会会長
	小売業	進藤 仁美	D&DEPARTMENT富山店長
	デザイン ・ 工芸	須藤 玲子	テキスタイルデザイナー、 東京造形大学教授
		川上 典李子	21_21 DESIGN SIGHT アソシエイトディレクター、 ジャーナリスト
		能作 克治	(公社) 富山県デザイン協会理事長
		畠山 耕治	金属作家、金沢美術工芸大学教授
		桐山 登土樹	富山県総合デザインセンター所長

(計 12 名)

2 開催実績

- ・第1回検討委員会（平成30年10月31日（水） 富山県庁大会議室）
議題：現状と課題の整理、意見交換
- ・第2回検討委員会（平成30年12月25日（火） 富山県庁大会議室）
議題：とやまデザインによる工芸等の魅力向上に向けた取組みの検討
- ・第3回検討委員会（平成31年3月25日（月） 富山県民会館302会議室）
議題：とやまデザインによる工芸等の魅力向上に向けた検討とりまとめ