

平成 15 年度
伝統的工芸品産地調査・診断事業
報告書

— 奥会津編及び組細工 —

平成 16 年 3 月
財団法人 伝統的工芸品産業振興協会

はじめに

この事業は、伝統的工芸品の産地がそれぞれの実情に則した振興事業に効果的に取り組めるよう支援することを目的に、各産地現地の振興に最も効果的と思われる指針と方策を診断し、今後取り組むべき具体的な事業を個別に提言したものです。

診断対象産地の選定に当たっては、全指定産地から「産地調査・診断希望の有無、期待する効果」を調査し、協会内に設置した産地調査・診断委員会にて全 15 工芸品の指定産地を選定しました。本年度の産地の特徴は、①指定後に始めて中期振興計画を策定しようとする産地、②新たな商品展開、需要開拓等具体的な振興事業の構想を有する産地、③産業基盤が弱い小規模産地でも可能な振興計画を策定したい産地、④広域指定産地で求心力を強化したい産地 などです。

現地の実態調査と分析には、専門的知識と技術を有する 3 法人に委託し、平成 15 年 8 月から平成 16 年 3 月にかけて実施しました。データ収集では、産地の希望、規模、関係先などの実情、有効性等を勘案し、産地組合等及び産地内企業並びに取引先、関係諸機関、団体等の具体的な志向性、意向、要望などをヒアリングで掌握することを重視いたしました。また、産地の要望により展示会アンケート等も併せて実施しました。

診断、提言には即効性ある「対症療法的」診断内容よりも、産地が継続的かつ主体的に振興事業に取り組む「意欲創出」「合意形成」を含んだ「構造改善」への対策を重視しました。また産地が振興計画に取り組むうえでは、伝統的工芸品とその技術の継承と同時に、産地として継承された人材、技術力、地域性等を産地及び地域の資産として、産地関係者及び関連団体、関連行政がどのように生かし地域産業の基盤強化に役立てるか、の視点が重要であることを指摘しております。

個別産地報告書では、昨年度同様に、それぞれの対策提言とともに、振興事業に取り組むうえでの対策スケジュールあるいは提言内容の参考事例を盛り込むなど、産地が事業を具体化する上での実用性を高めるよう努めました。

診断内容では、すでに自覚されている内容も多いはずです。個々の産地におかれては、今回の産地ごとの提言事項を検討いただき、それぞれの課題の打開に向け産地各位が改めて合意を形成し、診断結果を産地プロデューサー事業等産地の振興事業に具体化させていただくようお願い申し上げます。

最後に、実態調査でのデータ収集、ヒアリングにご協力いただきました産地関係者の方々、関係諸団体並びに企業の方々、地方公共団体にはこの場をお借りしてお礼申し上げます。

平成 15 年 3 月

財団法人 伝統的工芸品産業振興協会

平成 15 年度 産地調査・診断事業委員会 委員名簿

委員長	上 野 和 彦	経済産業省産業構造審議会伝統的工芸品産業分科会委員 東京学芸大学教授
委 員	及 川 泰 伸	全国中小企業団体中央会 振興部長
	佐 藤 卓	中小企業診断士
	庄 野 勝 彦	経済産業省製造産業局紙業生活文化用品課伝統的工芸品産業室長
	高 橋 和 憲	日本商工会議所 流通・地域振興部長
	本 藤 俊 男	全国商工会連合会 振興部長
	谷 貝 明 信	日経産業消費研究所 主席研究員兼「日経地域情報」編集長
	柳 瀬 光 昭	(財) 中小企業異業種交流財団 専務理事
(敬称略、以上五十音順)		
	川 合 康 夫	(財) 伝統的工芸品産業振興協会 常務理事

目 次

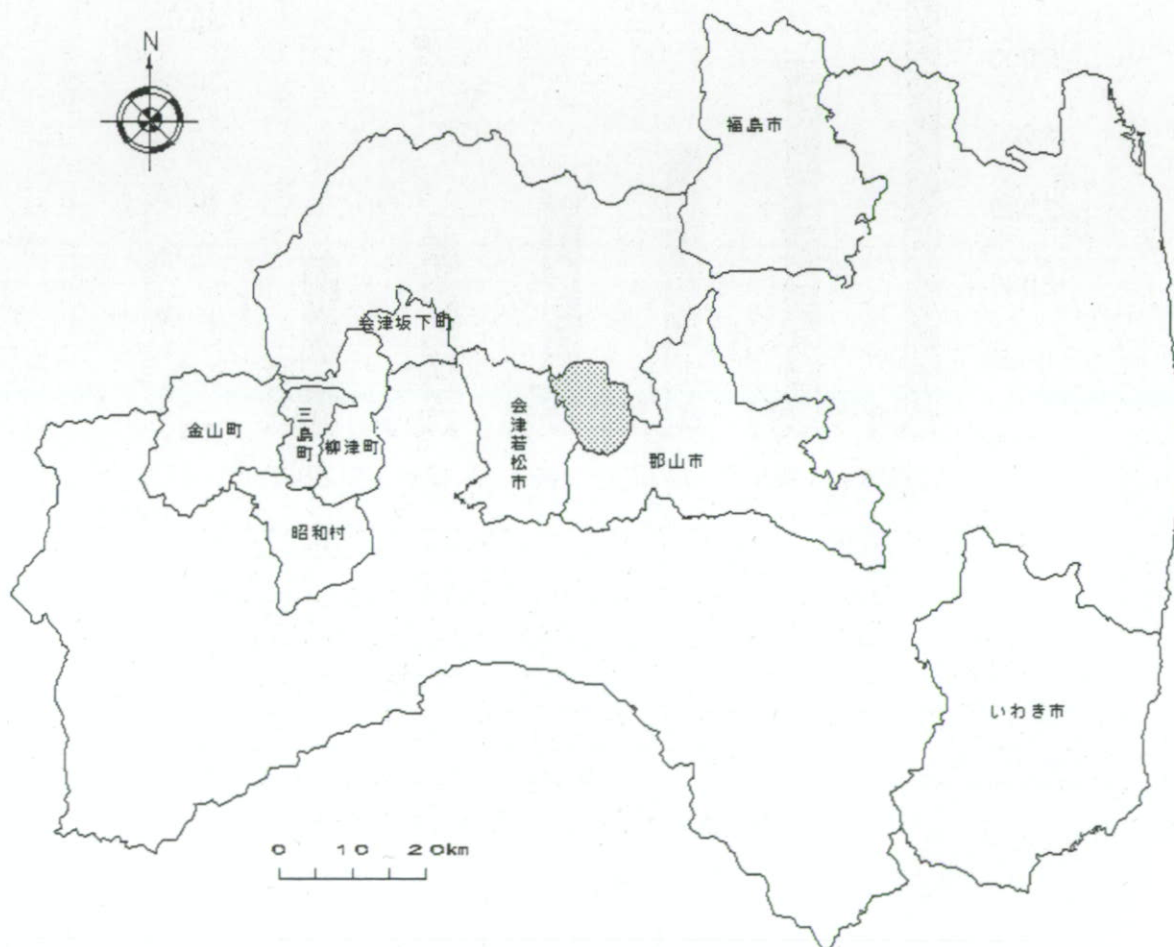
第1章 奥会津編み組細工産地の概要	1
1. 三島町の概要	1
2. まちづくりへの取り組み	3
(1) ふるさと運動	3
(2) 生活工芸運動	6
第2章 奥会津編み組細工産地の現状	11
1. 産地の特徴	11
2. 生産構造について	13
3. 流通および販売構造について	15
第3章 産地の取り組みの成果と今後の課題	17
1. 取り組みの成果	17
(1) まちづくりにおける積極的な活動を展開	18
(2) 生活工芸館の役割	20
(3) 地域への波及効果	22
2. 今後の課題について	24
(1) 基本的考え方	26
(2) 産業活動の活力を取り込む体制整備の必要性	29
(3) 産業観光資源として地域活性化に活用	34
第4章 奥会津編み組細工産地振興のために	43
1. 産地診断の基本的考え方	43
(1) 伝統的工芸品産地の振興方向	43
(2) 伝統的工芸品産業の振興方向	46
(3) 振興方策の考え方	48
(4) 具体的推進方策の考え方	50
2. 産地振興のための方向性	52
3. 今後の具体的展開策	54
(1) 切磋琢磨しながら意欲的にものづくりに取り組む風土づくり	56

(2) 工人の多様化と自立した人材の育成	61
(3) 商品の対応力の向上	65
(4) 町全体としての取り組み	71
 第5章 具体的な取り組み事例	75
1. 意欲的にものづくりに取り組む風土の形成	75
(1) 異業種交流・連携	75
(2) 人材育成事業	78
2. 商品としての対応力を高める	80
3. 地域づくりへの活用	82
 資 料	
資料1 伝統的工芸品産業の振興に関する支援策	資-1
資料2 産地プロデューサー事業・産地活性化事業取り組み事例	資-3

第1章 奥会津編み組細工産地の 概要

町内の少ない耕地の中で葉たばこや米、そば等が栽培され、また、桐や杉を中心とした林業が基幹産業となっており、特に桐は会津桐の主産地としても有名である。

(三島町の位置)

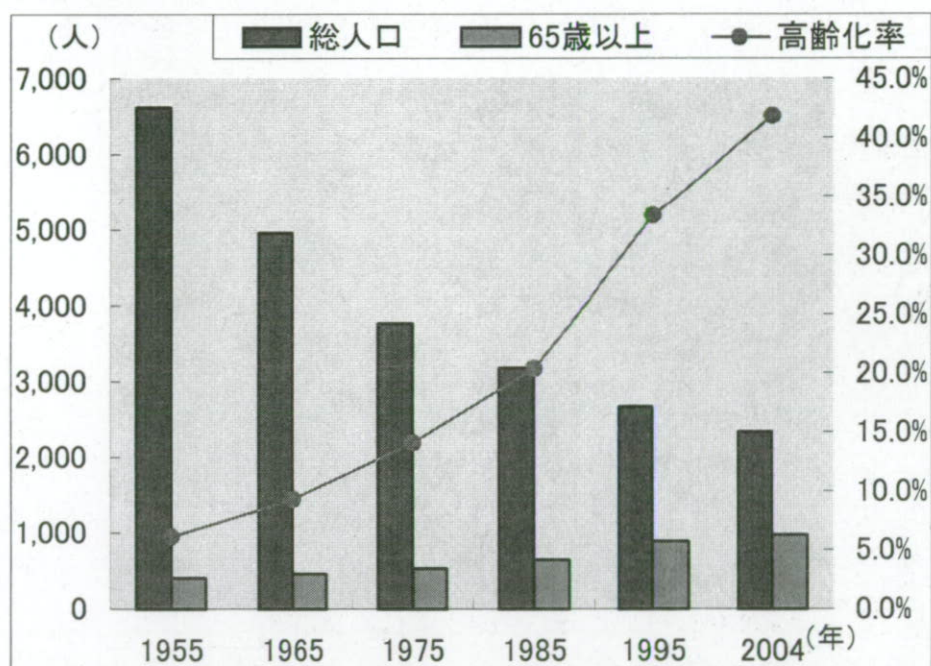


三島町の人口は、1940（昭和15）年から始まった国鉄只見線の鉄道工事、宮下発電所の建設や戦後の引き揚げ者流入などがあり、1950（昭和25）年には人口が7,721人とピークを迎えた。

しかし、工事の終了とともに人口の流出が始まり、その後、昭和30年代からの高度経済成長、日本列島の工業化・近代化の影響により、急激な過疎化・高齢化が進んだ。

特に、町内の職場不足や、高校がないため進学に際して町を出ざるを得ないなどの要因により、若年層人口の流出は深刻である。若者の流出が子供の減少を招き、15歳未満人口や労働力人口は減少する一方で、65歳以上の高齢者人口は年々増加し、現在の三島町の人口2,340人に占める高齢者の割合は41.8%と、福島県の中でも非常に高くなっている。

（三島町の人口推移）



年次	1955 (S. 30)	1965 (S. 40)	1975 (S. 50)	1985 (S. 60)	1995 (H. 7)	2004 (H. 16)
総人口	6,618	4,964	3,766	3,180	2,674	2,340
男性	3,221	2,351	1,809	1,552	1,304	1,101
女性	3,397	2,613	1,957	1,628	1,370	1,239
65歳以上	407	463	532	649	893	979
高齢化率	6.1%	9.3%	14.1%	20.4%	33.4%	41.8%

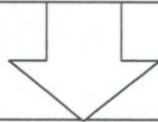
資料：国勢調査、平成16年は福島県推計人口(H16. 2. 1)

2. まちづくりへの取り組み

三島町が奥会津編み組細工の産地として形成され、国の伝統的工芸品に指定された背景には、町が今まで取り組んできた「ふるさと運動」と「生活工芸運動」が大きく関わっている。本節ではその2つの運動についての概要を記述する。

ふるさと運動

- ・過疎化、高齢化が進んだ町の活性化策としての取り組み
- ・「特別町民制度」と「ふるさとの家」を核とした、都市と山村の交流事業



生活工芸運動

- ・町内に古くから受け継がれている「ものづくり」に着目
- ・精神運動（町民がものづくりを通じて山村の生活を楽しむ）と地場産業（地域資源を生かした産業づくり）の観点
- ・運動の拠点となる「生活工芸館」の建設

（1）ふるさと運動

前節で述べたように、三島町では高度経済成長に伴い若者が都会へと流出し、過疎化・高齢化が急激に進んだ。昭和45年の国勢調査時には、昭和40年に対する人口減少率が17%と福島県下で最も高くなり、地域の生活にも大きな変化が現れはじめた。

当時の三島町長だった佐藤長雄氏をはじめ、多くの町民が「人口減少で町に活気が失われる、地元に残っている人に活気がなくなったら町が潰れてしまうのではないかと、大きな危機感を抱いていた。

同様の問題を抱える他市町村は、大企業の誘致や大手資本によるリゾート開発により働く場を作り出し活路を見出そうとしていた。農林業が中心の産業であった三島町でも、昭和30年代後半から40年代に企業誘致が行われたが、若者の働く場とはなり得ず、人口の減少は止まらなかった。

当時の佐藤町長は、企業誘致以外に地域の再生は見出せないという風潮に疑問を抱いていた。企業を主体とした地域開発は、相互扶助を原則としてきた農山村の生活には相応しくない。また、企業だけに依存すると、この地域に昔から伝えられてきた伝統・風習などが失われる。地域の伝統を守り連帯感を持たせていくためには、地場産業の育成・振興が大事ではないかと考えた。そして、役場職員やコンサルタントを交えて検討した結果、“地域づくりは自らが考え推進していくものである”という信念のもとについて、町が持っている資源を、自らの手で観光事業に活用する方策を導き出した。

このようにして、「ふるさとのない人にふるさとを」というキャッチフレーズのもと、年会費1万円でなれる「特別町民制度」と、特別町民を受け入れる農家の自宅である「ふるさとの家」を核として都市と山村の交流事業を行う「ふるさと運動」を、1974（昭和49）年4月より全国に先駆けて取り組み始めた。

ふるさと運動の目的は以下の3点である。

- ・美しい自然を保存し、人間性豊かなふるさとをつくり、地域の人々と特別町民がともに「ふるさと」にふさわしい町を築くこと
- ・地域の人々と特別町民が新しい人間関係をつくること
- ・住民所得の向上のため、現金収入を得ること

この運動はマスコミにも大きく取り上げられ、自然やふるさとを求める都会の家族からの申し込みが殺到し、また、過疎という同じ問題を抱えている地方自治体の関係者や大学等の研究者が多数視察に訪れ、さらに、小学校の社会科の教科書に掲載されるなど、全国的にも知られることとなった。

その後、美坂高原の整備や温泉宿泊施設「ふるさと荘」の建設、ふるさと振興公社の設立など、観光客の受け入れ態勢を整えていった。

(ふるさと運動パンフレット)

—理想のふるさとをあなたの手で！—

ふるさと運動について

—福島県大沼郡三島町—



◎ふるさと運動要綱

〔目 的〕第1 この運動は、美しい自然を保存し、人間性豊かなふるさとをつくることを目的とします。

〔事 務 局〕第2 “ふるさと運動”の事務局は、次のとおりとします。

※ふるさと運動事務局—福島県大沼郡三島町役場TEL 0241(48)5511(代表)
企画課TEL 0241(48)5533(直通)

〔特別町民〕第3 この運動の目的に賛同する三島町民以外の人を特別町民に認定します。

※特別町民は1世帯を1口とし、5,000口に限定します。

〔会 費〕第4 会費は年会費とし、次のとおりとします。

(1) 町出身者以外：1口10,000円とします。

(2) 会費については、当時世帯が著しく変動したときは、改定することがあります。

(3) 会費を前払した場合には、その期間内に会費の改定があっても差額を徴収いたしません。

〔加入申込みと資格の取得〕第5 加入の申込みは、初回の会費納入をもって申込みとし、特別町民台帳に登録します。

(1) 会費納入者の世帯全員を特別町民に認定します。

(2) 特別町民に会員証を交付します。

〔会費の納入期限〕第6 会費の納入期限は、その年の4月末日とします。但し、新規加入についてはその限りはありません。

〔会費の使途〕第7 会費は“ふるさと運動”の施設整備・維持管理に充当します。

〔特別町民の特典〕第8 特別町民には、次の特典があります。

※ふるさとの家を紹介します。

※ふるさとの便りをお届けします。

※町の施設は、三島町民と同様に利用できます。

※美坂高原へ自由に入園ができます。

※美坂高原でつりができます。

※美坂高原で山菜採取ができます。

※美坂高原での昆虫採取ができます。

※美坂高原で乗馬ができます。

※大杉ふるさとの山でキャンプ場の利用ができます。

※美坂高原への定期バスを運行しています。

※ふるさとの香りをお届けします。

※ご希望により、ふるさとの産物をお分けしております。

〔運営の開始〕第9 “ふるさと運動”は、昭和49年4月1日より運営を開始しています。

〔脱 会〕第10 次の場合は、会員から脱会していただきます。ただしいづれの場合(前納を含む)も会費の返還はいたしません。

(1) 納入期限が過ぎても会費未納のとき。

(2) 本趣旨に反し、特別町民らしくない行為をしたとき。

(3) 会員の意志により脱会届けがあったとき。

〔補 則〕第11 この運動の運営に支障をきたす場合は、要綱の改正をすることがあります。

◎会員募集について

◎申込み方法 返信用紙へ住所・世帯全員の氏名・続柄・電話番号・郵便番号を記入し、会費を納入して下さい。

※事務局より会員証を送ります。

(2) 生活工芸運動

○生活工芸運動の始まり

ふるさと運動が始まってから、三島町には様々な人が来るようになったものの、町の過疎化に歯止めがかかることはなかった。ふるさと運動は、地域資源をいかに都市住民に活用してもらい、地域の所得に繋げるかという、対外的な側面を持つものであったからである。

そのような中で、ふるさと運動と共に開設された三島フォーラムにおいて、「雪深い三島町において楽しく生活するにはどうしたらよいだろうか」ということが話し合われた。その結果、雪の中で生活し今日の町の文化を築いた祖先の暮らし方に学ぶことと結論付けられた。

このような折、1981（昭和 56）年に千葉大学工学部教授の宮崎清氏らが、三島町の工芸品調査に来ていた。そこで、日頃より地域資源を生かした町づくりを目指していた佐藤町長との話し合いの中で、町内に古くから受け継がれている、農作業用具や生活用具などの「ものづくり」に着目し、これを地場産業として育成し地域振興に生かせないかということになった。

三島町では農林業に従事している人が多く、現金収入が少なかったため、農作業用具や日常の生活用具は、冬の雪深い時期に自分で製作していたのである。

このようにして、三島町でふるさと運動の第二段として「生活工芸運動」が始まった。

○生活工芸運動の概要

生活工芸運動は 1981（昭和 56）年に制定された「三島町生活工芸憲章」を基本とし、制作活動を行っている。

「三島町生活工芸憲章」

- 一、家族や隣人が車座を組んで
- 一、身近な素材を用い
- 一、祖父の代から伝わる技術を活かし
- 一、生活の用から生まれる
- 一、いつわりのない本当のものを
- 一、みんなの生活の中で使えるものを

- 一、真心をこめてつくり
- 一、それを生活の中で活用し
- 一、みずからの手で生活空間を構成する

三島町では、豪雪・過疎・山村という地域環境にありながらも、そこに住んできた先人達は山村の良さを暮らしの中に取り入れて生活をしてきた。生活工芸運動とは、地元で取れる材料を利用して、昔から伝わるものづくりの技術により真心をこめてつくり、現在の暮らしに生かすことにより豊かな山村の生き方を追求するという精神運動と、身近で採れる自然素材を活用して収入につなげるという地場産業としての側面を持っている。生活工芸運動は、運動の中核を担うのは三島町に住む高齢者たちであると位置付け、高齢者たちを中心に継承されてきた伝統的なものづくり文化を現代に蘇生させ、地域活性化に結び付け、産業の核として発展させたいという思いが底流にあり、行政が先頭に立って運動を支援している。

○生活工芸運動の具体的取り組み

生活工芸運動が始まる以前の1972（昭和47）年に、町の観光協会による「観光土産品コンクール」を開催していたが、この運動の趣旨の元に1981（昭和56）年より「三島町生活工芸品展」へと形を変えて現在に至っている。この他にも「全国編み組工芸品展」「ふるさと会津工人まつり」「てわっさの里まつり」などの各種イベントを開催し、工芸による地域振興に取り組んできた。

そして、従来の趣味や老後の楽しみという位置付けから、地場産業として発展させるために、東京・銀座にあるギャラリー「たくみ」より様々なアドバイスを受けて取り組んでいる。

また、ものづくりの技術者の養成と工芸品の開発、伝統的工芸品のデザインのあり方を研究するために、後に生活工芸運動の拠点となる生活工芸館の前身である「生活工芸研究所」を1981（昭和56）年に設立した。

○生活工芸館

生活工芸運動は、1984（昭和59）年に地域行政推進事業「伝統の里づくり事業」に選定され、同年に生活工芸運動の拠点となる「生活工芸館」の建設に着手、1986（昭

和61)年に完成した。

生活工芸館の役割は、ものづくり体験、製品デザインの開発や、生活工芸品の製作者である工人の指導育成、生活工芸品の品質管理などが大きな柱となっている。

生活工芸館の業務（伝統的工芸品申請資料より）

1. 生活工芸品製作の技術指導に関すること
2. 生活工芸品のデザイン開発及び思索に関すること
3. 生活工芸に関する物づくり教室、講習会、作品展等を開催すること
4. 生活工芸に関する図書、資料等を備え、情報提供を図ること
5. 施設及び設備の利用に関すること
6. 団体の支援
7. 交流

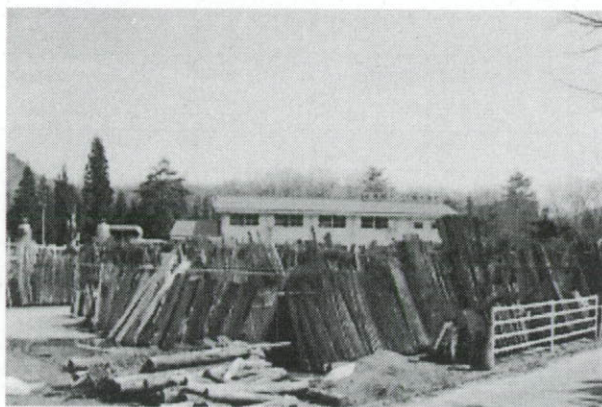


ものづくり体験施設として、初めてものづくりをする人や観光客に気軽にものづくり体験をしてもらう場を設け、また、町内の小中学校へ出向いてものづくりを教えている。このような体験を通じ、ものづくりの意義・楽しさを味わってもらうことで、町内から将来

ものづくりの道を歩もうという人がでてくることを期待している。

また、生活工芸館はものづくりが地場産業として発展することを目指して、新たな製品やデザインの開発と工人の指導育成を行う場としての重要な役割を担っている。生活工芸館には木工・陶芸・編み組の指導者がおり、彼らの技術を広く伝えて町の資源を見直し、新たなデザインとアイディアを持った製品を生み出そうとしている。併せて、工人の窓口となって彼らの製品開発の手助けや情報提供、および相談機関としての機能を果たしている。さらに、工人により製作された製品の品質管理から流通販売に至るまでを、生活工芸館にて統括している。

○会津桐タンス工場



戦前、三島町では桐が農家にとっての大切な財産として育てられ、桐屋によって原木を春日部（埼玉県）や加茂（新潟県）などへ卸していた。その当時は桐1本500万円から1,000万円のものまで存在し、三島町は桐の一大産地として栄えていた。しかし、外国産

の桐の台頭により原木価格が下落、出荷量も最盛期の十分の一となり、桐産業は衰退していった。

こうした現状を見て、地元で生産された桐をより付加価値の高い製品として市場に出すことで森林業を再生しようと考えた両沼西部森林組合と、生活工芸運動により地場産業の振興とふるさとに活気を取り戻すことを目指していた三島町で、1984（昭和59）年に会津桐タンス工場を建設し、翌年より操業を始めた。なお、操業にあたっては、東京のタンス小売業である株式会社相徳より協力・指導を受けている。

また、町では、桐を生産する農林家の所得向上と良質な桐材の安定的な供給を図るため、経験豊富な農林家を「桐ドクター」として委嘱し、桐の植林の拡大に取り組んでいる。

さらに、2002（平成14）年には東京在住のインテリアデザイナーと提携し、新たなデザインの製品を生み出している。肌触りが暖かい、調湿性が高いといった桐の特徴を生かしたベビーベッドなどを開発し、伝統的な桐製品以外の新たな方向性を模索している。

このような取り組みにより、原木のまま国内の木材加工産地へ卸していた桐を、製品としての付加価値を付けて市場に供給することに成功し、三島町は原木産地から製品生産地へと脱却した。家具業界全体が低迷している中で、会津桐タンスの業績は緩やかに上昇してきており、桐タンス工場の取り組みは、桐生産農家の生産意欲の向上や地域の雇用を生み出しただけでなく、国内有数の桐産地としてのブランドを確立した。

ふるさと運動・生活工芸運動 関連年表
(三島町ホームページより抜粋)

昭和47年	・三島町観光協会設立
昭和48年	・「第1回観光土産品コンクール」開催（以後10回開催） ・ふるさと運動の概要が日本経済新聞全国版に紹介される
昭和49年	・「ふるさと運動」始まる
昭和51年	・観光施設等の管理運営を行う「ふるさと振興公社」設立 ・温泉宿泊施設「ふるさと荘」完成
昭和55年	・「ふるさと東京ユネスコ協会三島支部」発足
昭和56年	・第一次三島町振興計画で「文化の香り高い工芸の町づくり」を提唱 ・三島町生活工芸憲章を制定 ・千葉大学による三島町の工芸品調査を実施 ・「第1回三島町生活工芸品展」開催（以後毎年開催） ・「第1回三島フォーラム」開催（以後10回開催）
昭和57年	・千葉大学と会津短期大学による三島町の工芸品調査を実施 ・「有機農業運動」始まる
昭和58年	・国土庁「伝統工芸の里づくり事業」に指定 ・生活工芸研究所を西方地区に開設 ・木工機械の貸し付け基金条例制定 ・「地区プライド運動」「健康づくり運動」始まる
昭和59年	・木材加工施設「会津桐タンス工場」（現会津桐タンス株式会社）完成
昭和60年	・木工グループ「木友会」発足 ・林産物加工品等展示販売施設「三島町物産館」完成
昭和61年	・「生活工芸館」完成
昭和62年	・「第一回ふるさと会津工人まつり」開催（以後毎年開催） ・「パープルタウン宮下を作る会」発足
平成2年	・編み組グループ「いとへん会」発足
平成3年	・貸工房「工人の館」完成
平成5年	・「草木染めの会」発足
平成7年	・広域交流拠点施設・民技伝承館「交流センター山びこ」完成
平成9年	・ヒロロ・山ブドウ・マタタビ細工、会津総桐タンスが福島県の伝統的工芸品に指定される ・「会津桐タンス株式会社」設立
平成10年	・生涯学習センター 森の校舎「カタクリ」開設
平成12年	・「生活工芸運動推進会議」発足 ・「国立台湾工芸研究所」と友好交流協定を締結
平成13年	・「三島町生活工芸運動友の会」発足
平成14年	・「尾瀬街道三島宿」完成 ・「てわっさの里みやした」スタート ・「みしま工人郷」スタート
平成15年	・「奥会津三島編組品振興協議会」発足 ・ヒロロ・山ブドウ・マタタビ細工が「奥会津編み組細工」として国の伝統的工芸品に指定される
平成16年	・三島町の取り組みが「毎日・地方自治大賞」最優秀賞を受賞

第2章 奥会津編み組細工産地の 現状

第2章 奥会津編み組細工産地の現状

1. 産地の特徴

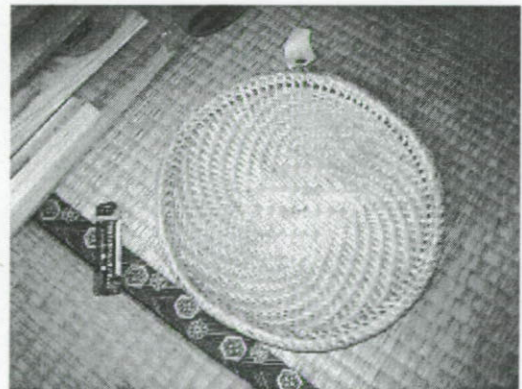
奥会津編み組細工は、奥会津地方の山間部で採取される植物を使い、日用品として使う籠や^{かご}ざるを製作している。産地を形成している伝統的工芸品は、ヒロロ細工・山ブドウ細工・マタタビ細工の3種類となっている。

ヒロロ細工は、山間地の沢沿いなどの湿地に自生する野草であるヒロロを^な縄状にしてその縄を編んだもので、手提げ籠や肩掛け籠などが製作されている。



山ブドウ細工は、山間部に自生しているヤマブドウの皮を用いたもので、手提げ籠・抱え籠・菓子器などが製作されている。

マタタビ細工は、^{つる}蔓性の植物であるマタタビの一本の蔓から伸びる肉厚の成熟した1m～3mの枝を材料としており、米研ぎ^{ざる}やそば^{ざる}などの炊事用品が製作されている。



奥会津における編み組細工の歴史は古く、三島町内にある荒屋敷遺跡で、縄文時代よりその技術・技法が存在していることが確認されている。また、明治時代以前の古い文献にも三島町近郊において編み組細工が行われていた記述があり、その技が長い間伝承

されて現在に至っている。

三島町は、12月から4月まで一年の約三分の一近くが大量の雪で覆われ、人々は家の中で暮らさなくてはならない雪国である。昔から、雪に閉ざされた冬の間に、身近な自然素材を用いて、家庭における生活用具や農作業に必要な道具類を、それぞれの家庭で製作してきた。この長い冬の農閑期に、地域の人々が互いの家に集合し、世間話に花を咲かせながら「ものづくり」を行ってきた。それは、冬季間における人々のコミュニケーションの機会でもあり、その機会を通して、三島町の高齢者のほとんどが家庭生活・地域生活の中で用いられる生活用具の製作技術・技法を、自然のうちに習得し伝承してきた。

1960～70年代の高度経済成長期には、プラスチックなどの安価な工業製品の台頭により、編み組細工が衰退した時期もあったが、ふるさと運動や生活工芸運動によって、地元の自然を取り入れて豊かな生活を過ごすことの良さが再認識され、再びものづくりに取り組む人が増えてきた。

そして、三島町民の多くが、山や川に囲まれた風土の中に存在するさまざまな自然資源を活用し、とりわけ雪に埋もれる冬季間に自らが必要とする生活用具を製作する技術・技法を、今日まで伝承してきた。

以上のように、奥会津編み組細工は雪深い山間農村地域における冬場の手仕事として、生活工芸運動の流れを汲んだ、副業・生業的側面を持っており、これは、専門の職人による本業として産地形成されている、他の多くの伝統的工芸品産地とは大きく異なるものである。

2. 生産構造について

編み組細工の従事者数は年々増加しており、平成14年度で147名である。作り手はみな個人で行っており、企業体による生産体制を取っていない。また、ほとんどの人が農業など本業の傍らや、退職後の趣味・生きがいとして製作に携わっており、編み組細工を生活のための本業として位置付けている人はごく僅かである。そのため、生産者の年齢構成を見ても、高齢者が大多数を占めており、40歳代・50歳代でも若い方である。さらに、現在製作に携わっていない町内の40歳代・50歳代の人たちは、現在の仕事を辞めた後に取り組もうという考えの人が多いという。

○奥会津編み組細工 従事者数（経済産業省資料より）

	平成12年度	平成13年度	平成14年度
ヒロロ細工	78	85	94
山ブドウ細工	35	48	53
マタタビ細工	47	48	50
合計	117	134	147

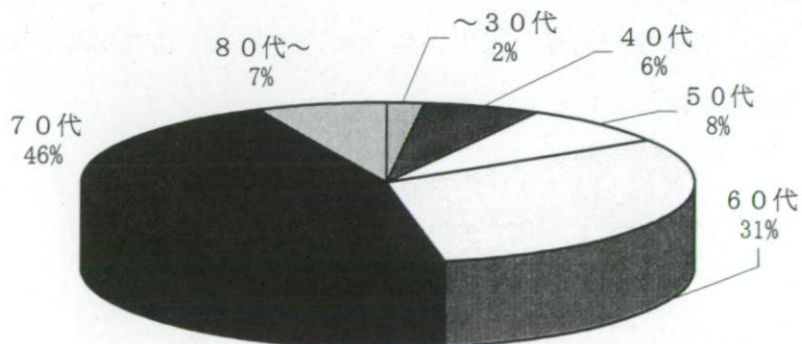
注：従事者数は各細工で重複するため、各細工従事者数の合計は、合計の欄の数（実数）と一致しない

○奥会津三島編組品振興協議会 会員数（経済産業省資料より）

	平成13年度	平成14年度
ヒロロ細工	50	56
山ブドウ細工	40	48
マタタビ細工	30	38
合計	90	102

○奥会津三島編組品振興協議会会員（102名） 年齢構成

（三島町生活工芸館調べ）



(ヒロロ細工の生産工程の概要)

材料採取 → 根ほぐし → 乾燥 → 縄^な縄^ない → 底編み → 立ち上げ
→ 縁止め → 紐付け → 完成

(山ブドウ細工の生産工程の概要)

材料採取 → 乾燥 → 浸水 → 鞣^なめし → 幅揃え → 底編み
→ 立ち上げ → 縁巻き → 手付け → 仕上磨き → 完成

山ブドウ細工を例に挙げると、まず材料は、樹木の成長が盛んで水分や栄養を含んでいる6月、栗の花が咲いている1週間程度の非常に短い期間で1年間の製造に使用する量を取らねばならない。1週間程度で十分な量を確保するのは至難の業であり、採取作業の密度を高めなければならない。また、材料は山奥に自生しているため、自らの足で山へ入っていき、時には山をいくつも越えて材料を探さなければならない。

材料を採取した後、風通しの良いところで陰干しをするが、この陰干しにも非常に時間をかけている。6月に採取したものは11月にならないと製作に使えない。また、冬季間の製作作業時にも、材料に適度な湿気を与えながら編み組を行うなど、製品の完成までには多くの時間と技術を必要とする。

以上のように、編み組細工は材料の採取から完成品に至るまでの全ての工程を、一人の職人が手作業で行っている。山ブドウに限らず全ての材料で採取できる期間が限られ、製作過程でも手間もかかり、製作工程も分業化されていないため、大量生産は難しく、一人が一年間で作ることのできる製品の数は非常に限られている。その反面一つひとつの製品が、手作りの良さと作り手の顔が見える素朴さを兼ね備えている。デザインが良く製作技術が高い工人が製作する製品は、注文が殺到し完成まで3年待ちという状況も生まれている。

3. 流通および販売構造について

前項で述べたとおり、編み組細工は全ての製作工程が手作業であり量産が難しいため、製品の数も限られている。また、もともと編み組細工は自分たちの生活に用いる用具であり、産地内には流通・販売といった概念が存在していなかった。

編み組細工が、生活工芸運動で掲げられた「実益」の部分で成果をあげるにあたって、生活工芸館で流通・販売に対する独自の方向性や枠組みを構築し、産地全体を統括することにより、編み組細工が地場産業として発展していけるようにした。

工人によって製作された製品は、生活工芸館によって品質チェックが行われ、検査に合格したものについて品質保証書が発行される。また、不合格となったものについては生活工芸館より改良指導を行い、品質の向上を図っている。

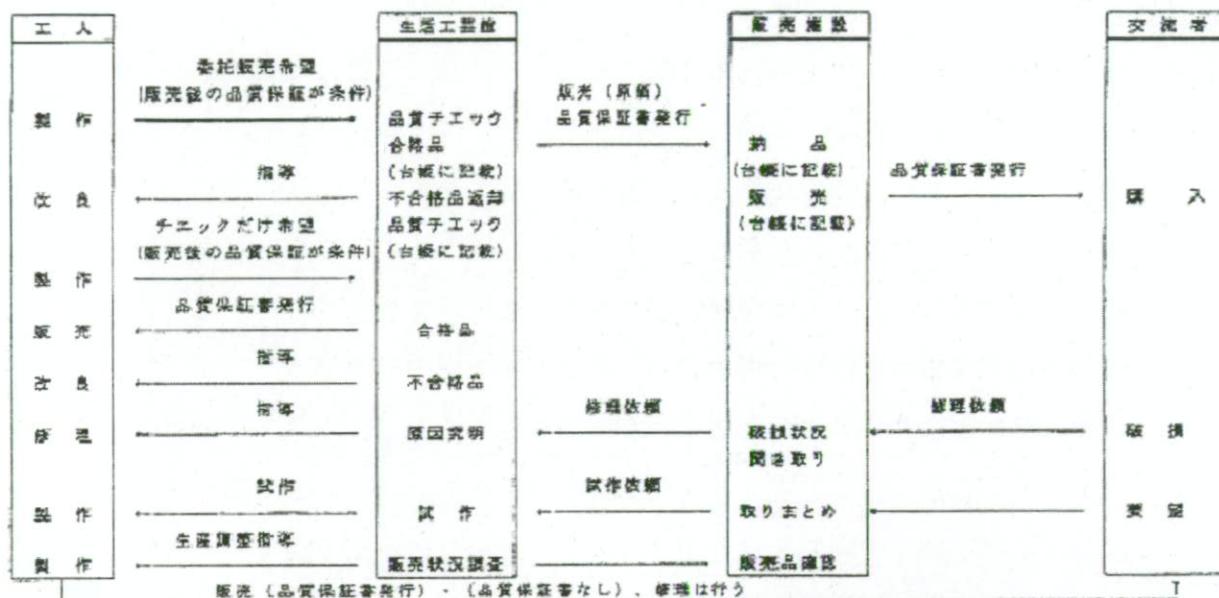
編み組細工は手作りのため製品の数に限られること、流通経路や販売個所の多様化により同一仕様の製品に対する複数価格の設定を防止すること、工人と消費者の双方にできるだけ多くの利益を還元させること、三島町に多くの観光客の誘致を図ることを考え、産地より卸業者を排除し、販売は原則として三島町内にある生活工芸館・三島町物産館・尾瀬街道みしま宿などの施設、および個人の工房にて行うこととしている。

製品の価格帯は、ヒロロ細工のバッグが10,000～40,000円、山ブドウ細工の手提げ籠が25,000～60,000円、マタタビ細工の箆が1,500～6,000円となっている。これは、工人の技術習熟度、市場における編み組細工の価値、材料採取から製品に至るまでの手間、さらに消費者が三島町へ直接訪れて購入してもらうための旅行費用など、様々な要素を加味した価格設定となっている。

また、編み組細工の材料自体が高額での取引が可能であり、材料での商売も可能ではあるが、産地ではあくまでも製品としての商売を目指している。

三島町の工芸品流通販売ルート図

(平成14年度三島町生活工芸運動友の会 総会資料より)



工人の役割

- ①品質の保証できるものを製作販売する。(ブランド化)
- ②販売した製品を保証し、修理する。(ブランド化)

生活工芸会の役割

- ①確約のチェックを行う。(ブランド化)
- ②不合格品の改良指導を行う。(品質向上)
- ③確約品の原因究明、指導を行う。(ブランド化)
- ④品質保証書を発行し、後のサービスを行う。(ブランド化)
- ⑤交流者の要望品を試作し、製作指導を行う。(商品開発)
- ⑥販売状況を把握することにより、状況に応じた生産調整指導を行う。

販売施設の役割

- ①販売後のサービスのため、販売台帳に購入者住所、氏名、製品番号を記載する。(ブランド化)
- ②交流者の要望に合った製品開発のため、要望を工芸館に伝える。(商品開発)
- ③販売状況を把握し、工芸館と連携をとり、状況に応じた生産調整を行う。

第3章 産地の取り組みの成果と 今後の課題

第3章 産地の取り組みの成果と今後の課題

1. 取り組みの成果

本節では、三島町が今まで取り組んできた「ふるさと運動」「生活工芸運動」の成果について、以下の観点から記述する。

取り組みの成果

○まちづくりにおける積極的な活動を展開

- ・ 町民の総意による各種運動の展開
- ・ 行政の熱意により各種運動の理念が住民へ浸透
- ・ 地域活性化を目指し各種イベントを開催

○生活工芸館の役割

- ・ 工人の育成・指導による工人人口の増加
- ・ 産地直販体制、品質管理体制の整備による地域ブランドの確立
- ・ 各材料の減少に備えて試験栽培に着手

○地域への波及効果

- ・ 工人の多くを占める高齢者の「生きがい」を醸成
- ・ 編み組細工ファン、三島町ファンの拡大
- ・ 行政、工人、使い手を結ぶ組織の形成
- ・ Uターン、Iターン現象

(1) まちづくりにおける積極的な活動を展開

昭和40年代に過疎化が激しく進む中で、地域が活力を得るために始まったふるさと運動は、行政の熱意によりその理念が住民へ浸透し、さまざまな効果を生み出した。

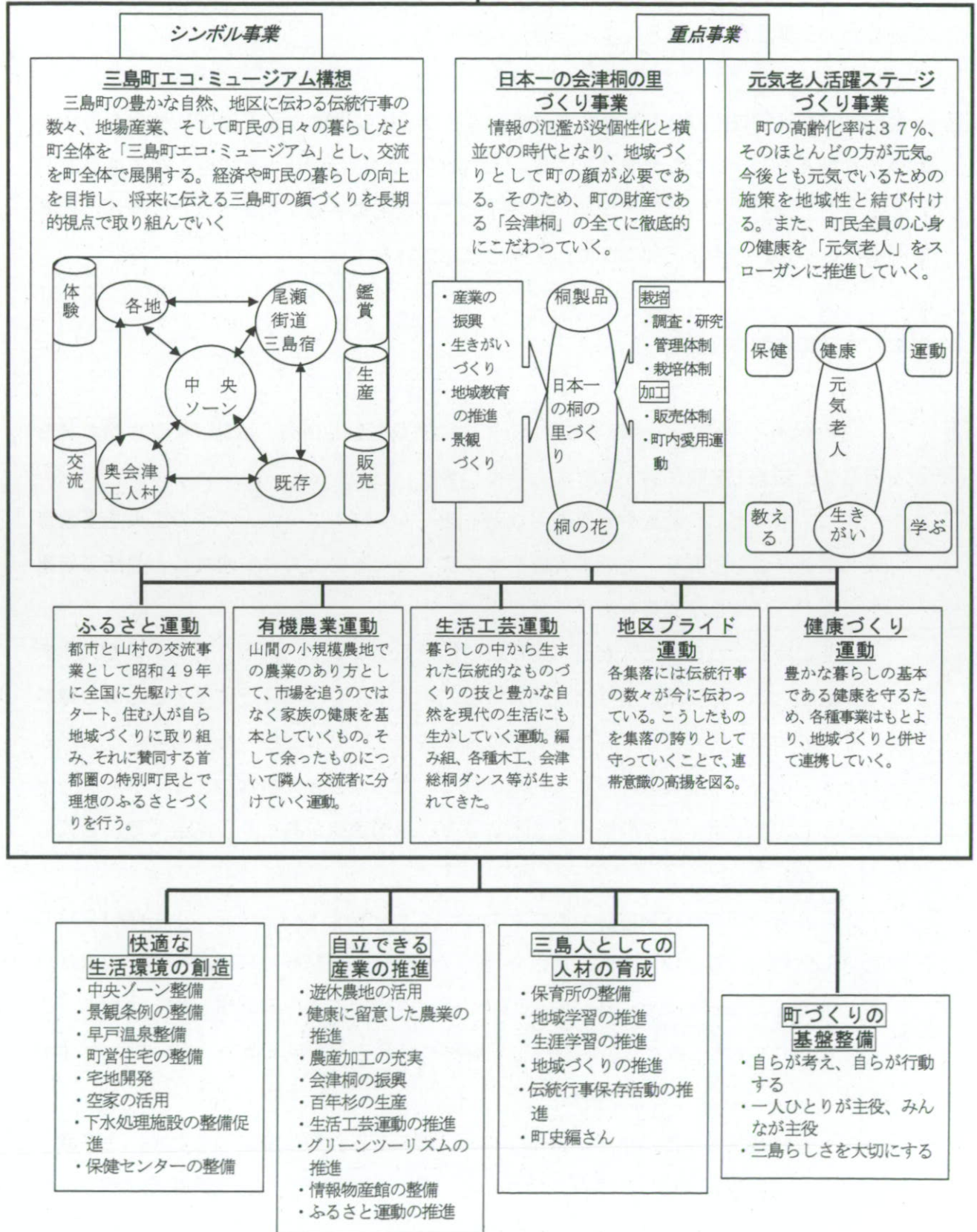
ふるさと運動の取り組みの中で、1981（昭和56）年より10年間「三島フォーラム」が開催された。これは、これまで行政主導型で町づくりを進めてきたが、今後は町民自身も町のあり方について考え、町づくりに参加していくことを考える場で、「豊かな暮らしを考える」をメインテーマとして、毎年、雪の最も深い2月に開催された。

三島フォーラムでは、町民が一同に会して町づくりの方向性を検討し、その中で大企業誘致や外部資本による観光開発に頼ることなく、地域の資源や特色を最大限に生かす道を選び、町民の総意により「生活工芸運動」「有機農業運動」「地区プライド運動」「健康づくり運動」を生み出してきた。これらはふるさと運動とともに、現在でも三島町の町づくりの根幹となっている。町民たちも三島フォーラムや様々な運動に参加することにより、今までの生活体系を見直し、三島町の持つ自然環境などを自分たちの豊かな暮らしに活かし始めるようになった。

さらに近年では、観光資源として新たなものを作るのではなく、現在この町に存在するもの全ての資源を有効活用し、地域活性化を目指す「三島町エコ・ミュージアム構想」に取り組み始めている。

(参考) 三島町の町づくり - 第三次三島町振興計画 平成13年度～22年度 - より

テーマ 人間尊重を基調とした明るく豊かな生活の出来る町



地域の人々がふるさと運動を始めとする様々な運動を展開してきた中で、雪国の暮らし方に対する一つの提案として行ってきた生活工芸運動により、自然を活用した豊かな生活を送るという理念が、住民の間にも浸透してきた。

生活工芸を地域資源のひとつとして位置付け、生活工芸運動により地域活性化を目指す町では、様々なイベントを開催している。「三島町生活工芸品展」「全国編み組工芸品展」「ふるさと会津工人まつり」「てわっさの里まつり」などの各種イベントには、町外から多数の観光客が訪れており、町に活気が生み出されている。

（２）生活工芸館の役割

○生産

昭和 61 年に完成した生活工芸館は、工人の育成や製品開発、ものづくり体験などを通じて、産地の発展に大きな影響を与えてきた。

特に、ものづくり教室や製作指導などを通じて、町内に一定レベルの工人を多数育成してきたことにより、生活工芸運動の根底を支える工人人口が増加し、生活工芸運動の広がりには大きな成果をあげてきた。

生活工芸館にいる木工・陶芸・編み組の指導者によって、新たなデザインやアイデアを吹き込んだ製品が生み出されている。例えば、町内に身近にたくさんある野がらむしの利用を考えて作られたバッグは自然観あふれる大変趣のあるものに仕上がっており、もともと山かごや道具入れとして利用されてきたものを、買い物かごやショルダーバッグとしてデザインして製作することにより、付加価値が高まり、高値で取引されるようになった。

また、ものづくり体験施設として、ものづくりを志す人や、地元の小中学校をはじめとした町内外の学校、夏休みには各地の子供会などが訪れている。そこで実際に体験してもらうことにより、多くの人にもものづくりの楽しさや雰囲気を知ってもらうことに成功しており、新たに編み組細工の製作に携わる人も年々増加している。（従事者数の推移は 13 ページの表を参照）

さらに、編み組細工は山林に自生している植物を原材料としているため、生産量の増加に伴い、将来の材料不足が懸念されている。そのため、生活工芸館では将来の材

料不足に備えて各材料の試験栽培に取り組んでおり、産地が今後継続的に発展していくための下地作りを行っている。

○流通・販売

もともと、編み組細工は自分たちの生活に用いる用具であったため、商売という概念は存在せず、産地内の工人たちは製作に専念しており、流通・販売といった製作以外のことについて十分な知識を持ち合わせていなかった。そのため、過度の営利を追求する外部の卸業者が産地に介入してくることにより、生産者にも消費者にも利益が還元されず、産地も荒廃していくことが懸念された。

そこで、生活工芸館は産地直販体制など流通販売に対する独自の方向性や枠組み構築し、産地全体を統括することにより、生活工芸運動の理念である趣味と実益の両立を目指して、生活工芸運動を推進してきた。

手作りで完成まで時間を要するため製品の数に限られることを見越して、また、編み組細工を買う人に町を訪れてもらうことにより、製品購入だけでなく宿泊・飲食も含めた地域への経済効果を考えて、産地外の卸業者を排除し産地内販売に重きをおいたことにより、産地の保護や編み組細工の価値向上が図られ、編み組細工が産業として発展していく基盤が築かれた。(流通・販売の仕組みについては16ページの図を参照)

○品質向上・管理

編み組細工は手作りの素朴さが特徴となっているが、地場産業として成立させるためには、製品の品質を向上させていくことが必要であった。そのため、生活工芸館では流通・販売に関して産地を統括するとともに、ものづくり教室や完成品検査などの場で、生活工芸館の編組指導員が工人に対して、品質向上のための指導を継続的に行った結果、製品の品質向上が図られた。

また、近年三島町の編み組細工を語った類似品が市場に流通しはじめてきた。こういった状況において、編み組細工を地場産業として発展させるためには、製品の品質維持管理が不可欠と考え、生活工芸館において製品の品質管理体制を構築し、町独自の地域証紙を



(町独自の地域証紙)

発行することにより、編み組細工が三島の地域ブランドとして確立しつつある。

（３）地域への波及効果

生活工芸運動を始めた頃は、農家の人が昔ながらに冬の雪深い中で製作に取り組んでいたのみであった。それが、生活工芸運動を進めていく中で、生活工芸館という中核的施設を作り、行政が先頭に立って普及に努めた結果、これまで意識されることの少なかった「ものづくり」という行為が、町民全体の話題として町内に広まってきた。そして、現在は農家の人以外にもサラリーマンや主婦、退職した人々などが次々と取り組むようになり、三島町イコール編み組細工の町というイメージが定着した。

特に高齢化が著しい三島町では、ものづくりは高齢者の楽しみや生きがい、家庭における高齢者の存在感の高まりに貢献している。自分の作ったものを家族・親戚・近所に分け与えることにより皆に喜ばれ、楽しくものづくりをすることの意義は大きい。指先を動かすことにより老化防止にも役立ち、そして、ものづくりという共通の趣味を持つことにより町民同士の交流も活発になるなど、高齢者も生きがいを見出して元気を保っている。実際、生活工芸館はものづくりを進めていく拠点ではあるが、その一方で高齢者の楽しみの場としても利用されており、また、毎年３月に開催されている三島町生活工芸品展には、冬の間に製作された数々の工芸品とともに、工人の多くを占める高齢者が集っている。

編み組細工の販売は、手作りのため製品数が限られており、また、多くの観光客に三島町を訪れてもらうために、町内の生活工芸館・物産館・尾瀬街道みしま宿などの施設および個人（工房）での産地直販体制としている。

消費者に三島町を直接訪れてもらうことにより、三島町の自然やものづくりの雰囲気などを感じてもらうことができる。また、工房での販売は、作り手である工人と消費者が直接やり取りすることで、編み組細工を作る大変さやそのよさを知ってもらうことができる。このことにより生産者と消費者が、お互いの顔が見える付き合いが可能となり、また、製品の素朴さや手作りの良さなどと相まって、購買層を着実に増やしている。

また、一人でも多くの人三島町を訪れて製品を買ってもらえるように、年に数回、PRのために町外でのイベントへの出展を行っているが、三島の編み組細工の人気は

高く、展示会においても出展製品の9割は売れ、さらに、イベントを見て三島町を訪れたいという声も多く聞かれるなど、当初の狙いが効果を上げつつある。

運動を通じて、町内には木工を中心とする「木友会」、編み組を中心とする「いとへん会」や「草木染めの会」などの民間団体が発足し、それらが「三島町生活工芸運動友の会」に統合され、さらに伝統的工芸品産地指定を契機に「奥会津三島編組品振興協議会」が発足した。これらの組織を通じて、行政・工人・使い手が連携・交流を図り、産地の更なる発展に向けて自立的に取り組み始めており、これまでにない地域の連帯感が醸成されつつある。そして、交流により刺激を受けて、新たな用途や斬新なデザインを持つ製品を生み出している工人も生まれてきている。

生活工芸運動の一環として始めた「ふるさと会津工人まつり」を通じて他産地の工人との交流も盛んになっている。また、ふるさとの活性化のために、一旦地元を離れた若者が三島町に戻ってきたり、三島町が持つものづくりの雰囲気が入って、編み組細工・桐を使った楽器・能面作りに取り組む人などが他地域より移住してくるなどのUターン・Iターン現象が徐々に始まっており、製作活動のみならず、地域社会全体にも様々な影響を与えている。

これまで三島町が取り組んできた運動は、2003年度毎日地方自治大賞の最優秀賞を受賞した。この賞は、新時代の地域作りを先取りした秀逸な事業・運動・企画を進めている自治体を対象に行われており、2003年度のテーマは「コミュニティビジネス」と「生きがい」であった。三島町が抱えていた問題に対して、行政と地域住民が一体となって取り組んだ結果が、着実な成果を上げ、各方面からも評価されている。

2. 今後の課題について

基本的方向性

これまでの取り組みの中に、産業活動の活力を取り込む

- ・趣味的部分が中心の活動の中に、実益部分を取り込む
- ・産業の視点を入れた取り組みを行い、活力ある産地として活動していく

理由

生活工芸運動

- ・実益(地域資源を活かした産業を町の中から作る)
- ・趣味(町民がものづくりを通して山村の生活を楽しむ)

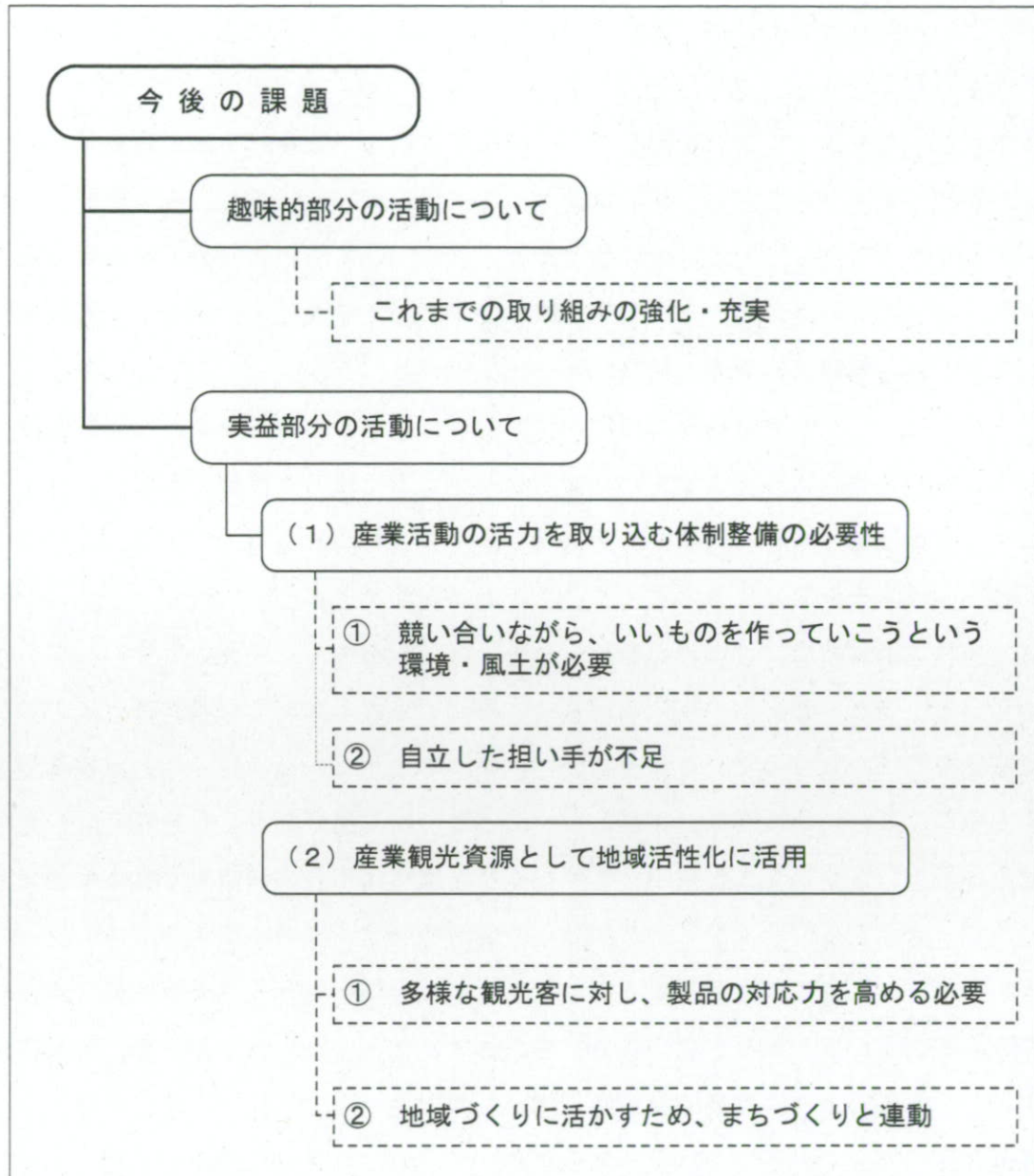
これまでは、趣味的部分が中心の活動

このままでは、

- 町民が主体として活動し、町内に広く共有されるような運動とならない
- 他産地との競争に対応できない

これまでの活動に、産業の活力をプラスすることで

- 切磋琢磨しながら、よいものを作っていこうという環境を地域の中に作り出す
- 創意工夫を行い、自分の個性・こだわりを持ってもものづくりに取り組む人材を生み出す
- 商品としてきちんと供給していける体制を作り、産業観光資源として活用する



(1) 基本的考え方

これまで三島町では、地域にある資源を使って地域の活性化を図っていこうという趣旨のもと、ふるさと運動にはじまる地域に根ざしたまちづくりの活動を行っている。その様々な活動の中から、豪雪地帯の山村として育んできたものづくりの伝統に着目し、生活工芸運動を展開してきた。昭和 56 年に制定された「三島町生活工芸憲章」を基本とした製作活動を行いながら、拠点施設として生活工芸館を設置し、編み組細工を通じたものづくりを促進している。担い手である工人についても、奥会津三島編組品振興協議会を設立する等の活動を行っており、様々なイベントを通じて行政と工人の両者が連携しながら編み組細工の普及・発展に取り組んでいる。

三島町のこのような取り組みは積極的に評価されるべきものであり、今後も継続して生活工芸運動を進め、充実させていってほしい。以下で述べる課題や方策は、あくまでもこのような運動で培われた広がりや蓄積があつてこそ出来るものであり、これまでの取り組みの成果を踏まえた上で考えていくことが重要である。

さて生活工芸運動には、山村の暮らしを楽しみ、ものづくりを通じてその良さを伝えていくこと、また、昔からの技術を伝承し、身近で採れる素材や地域資源を活かした地場産業を町の中から作っていくことという、楽しみとしてのものづくりと地場産業としてのものづくり、いわば趣味と実益ともいえる2つの側面がある。三島町では、生活工芸館を中心に、多くの工人の輩出、ものづくり教室による技術研修や直販体制の確立といった様々な活動を行いながら、この2つの要素を少しずつ培ってきた。

その中で、これまでの生活工芸運動の取り組みは、編み組細工が豪雪地帯で農民が冬の間取り組むといった兼業形態により伝承されてきたということもあつて、趣味的な部分が中心の活動であり、副業的な側面が強いものであった。しかし、そこには、少しずつ課題が生じてきているのではないだろうか。

まず、地域内に目を向けると、生活工芸運動を町として提唱しているが、実際にものづくりに取り組んでいる人以外は、あまり運動をしているという意識を持っていないなど、運動が地域の中の多様な主体になかなか共有されていない。また、これまでの活動は行政が牽引役として行ってきたことから、町民ひとりひとりが自立的な活動をするには至っていない部分がある。

三島町で様々に行われている活動は、もともと、地域のよさを活かしたまちづくりをするために、地域の人が主体となって考えていこうというスタンスを目指していた。行

政が全て主導で取り組んでいる現在は、あくまで過渡期であり、これからは、行政が核となりながらも、少しずつ、工人（町民）が行政から自立した形で、自分たちでやっていける部分を広げられるような体制を作っていく必要がある。

次に、地域外から影響が及ぼされる課題としては、今後、他の産地が技術的にキャッチアップし、品質的に同程度のものを作ってくる可能性があることが指摘される。その時に、現在の趣味的部分が中心の活動や、手作りや素朴さといった今の三島らしさと捉えているもののみで、産地として太刀打ちできるのか。これからは、三島らしさやこだわりについてもう一度考え、それを作り出すには何をすべきかを検討していかななくてはならない。

このような課題を踏まえて、今後の方向性としては、趣味の部分に注力されている現在の取り組みの中に、実益、つまり産業活動の持つ活力を取り込むことが必要である。運動の中に実益部分を改めて位置づけた上で、産業の視点を入れた取り組みを行っていくことで、活力ある産地として活動していくことができるのではないかな。

もちろん、これまでの取り組みも一定の成果をあげている。ただ、このまま、趣味的な活動を中心とした取り組みを続けていった場合に、町の中だけでは取り組みが広がりを持てないし、他産地との競争にも対応していけない時がくるのではないかな。よって、編み組細工が今後も地域づくりや生活工芸運動に貢献していくことができるようになるためには、これまでの取り組みに何か別の要素をプラスしていかななくてはならない。それが、これまであまり取り組まれてこなかった実益部分であり、産業の持つ活力ではないかな。実益部分に踏み込むことによって、より自立した活動を行っていこうという気運が高まり、同時にものづくりへの新たなこだわりも生まれてくる。

この場合の産業とは、分業化や工業化といった従来の意味ではない。これまで三島町では、町の人同士の絆を底辺として、基本的にはボランティア、自発的運動ということで活動を行ってきた。趣味的活動（ものづくりを楽しむこと）を広げていく中で、みんなががんばっていこう、というのが産地の中の基本姿勢として育まれてきたのである。そこに産業的視点を取り入れた取り組みを行っていく意味というのは、第一に、みんなが競い合い、切磋琢磨しながら、よいものを作っていこう、ものづくりにこだわっていこうという環境を地域の中に作り出すこと、第二に、そのように、創意工夫を行い、自分の個性やこだわりを持ってものづくりに取り組む人を育成していくことである。

また第三に、産業的視点を入れながら、製品の品質管理や規格化など、編み組細工を

商品としてきちんと供給していける体制を作ること、編み組細工を産業観光資源として活かしながら、地域づくりの核としていくことが挙げられる。編み組細工を中心とした観光産業を推進していくことができれば、町外の人に対してものづくりだけではなく、三島町全体をアピールしていくこともできるのではないかな。

今後は、産地として、工芸館を中心としながらも、取り組んでいる人が自立した活動を展開していくことを長期的な視野にいれながら、上に述べたような風土づくりや人づくり、産業観光資源としての整備を行いながら、産地内に産業の持つ活力を取り入れる方向性で進んでいくことが必要である。

これからは、現在取り組んでいる高齢者にとっても、これから取り組む若者や様々な層の人たちにも、同じくものづくりの楽しさを味わってもらいながら、創意工夫をもって、活気あるものづくりをする産地にしていかななくてはならない。そのためには、これまでの活動の中に実益の部分を取り込むことにより、産地を活性化していくことが不可欠なのである。三島町にはこれまで培ってきたまちづくりの精神があるのだから、これまでの取り組みを充実させながら、伝統的工芸品に指定されたことを活かせるような産地としての仕組みや体制を、産業の持つ活力を取り入れながら整備していけばよいのではないかな。そうすれば、編み組細工を通して、地域全体がより活性化するのではないかな。

(2) 産業活動の活力を取り込む体制整備の必要性

① 切磋琢磨しながら意欲的にものづくりに取り組む環境・風土が必要

- 工人の意識を向上させる取り組みを行うことが課題
- 今後他産地がキャッチアップすることを視野に入れ、三島らしさやこだわりを追求していく姿勢が必要
- そのためにはこれまでの取り組みをもとに、新しい製品や使い方を作り出す仕組みが必要

産地では、工人と生活工芸館が中心となり生活工芸運動を進める中で、人口の4割を占める高齢者が、工人の多数を占めている。このような高齢者にとっては、ものづくりは生活の中での楽しみとして位置づけられており、彼らが主体となってもものづくりの楽しさを伝えながら、使い手との交流を深めている。

このように、生活工芸運動は、高齢者を担い手としたものづくりとして、生活工芸館が牽引役となり展開してきた。その根源にあるのは、地域の活性化を、地域のものを使って、地域の人が行っていくという、まちづくりの基本姿勢である。このため、長期的な視点で見た場合、行政は徐々に担い手となる町民の支援体制的な機能へとシフトしていく方向性を持つべきであって、運動の過渡期ともいえる現在は、自立的な活動をしようという芽を摘まず、育てていけるような環境を作っていくことが重要である。

今後は、産業の持つ活力を取り込むことで、競い合い、切磋琢磨しながら自分たちの手でいいものを作っていこう、ものづくりにこだわっていこうという環境・風土を地域の中に作り出していくことが必要であり、まずは、現在の取り組み主体である工人の意識を向上させるような仕組みを作っていくことや、新しい商品・新しい使い方を検討しながら、三島らしさやこだわりについて考えていくことが重要である。

○ 工人の意識を向上させる取り組みを行うことが課題

産地では、生活工芸品展やものづくり教室等を開催することにより、編み組細工に取り組む工人が年々増加してきており、生活工芸館が工人や町民とのパイプ役となって、連携を図りながら運動に取り組んでいる。

工人については、これまでの様々な活動をまとめる形で三島町生活工芸運動友の会を

設立し、それを母体とする奥会津三島編組品協議会を組織する等の活動を行っているが、やはり工芸館が活動の中心となっている。そのような生活工芸館を核とした体制が、ここまで編み組細工を盛り立てる大きな要因となってきたのであるが、その反面、どうしても行政が中心の取り組みとなってしまう、工人の向上心が芽生えにくい環境にある。

今後、生活工芸運動を拡大しながら、自分たちの手でよいものを作っていこうとする風土を形成し、創意工夫を行うことのできる産地としていくためには、担い手である工人ひとりひとりについて、編み組細工に対する意識の向上を図っていかなくてはならない。編み組細工により積極的に取り組み、工夫して新しい製品や用途の開発をしていこうとするような意欲を持つていくことが、産地の活性化には必要不可欠である。

また、意識の向上により、工人が徐々にプロの工芸家としての自覚を持つようになり、事業家として自立するといったような工人人材を産地から輩出できる環境を作っていくことも、視野に入れる必要がある。

同時に、編み組細工のファンとなっている現在の顧客や、三島町の特長・強みの1つでもある多くの町外のサポーターとの関係は、継続して強めていかなくてはならない。ふるさと運動で培った多様な人脈を活かし、外からの様々な意見を取り入れることで、工人に刺激を与えることも重要である。

○ 三島らしさやこだわりを追求していく姿勢が必要

現在の編み組細工の持ち味やこだわりとしては、地元の自然に根付いた素材を使っていること、作り手の顔が見える手作りの良さ、品質の高さ等が挙げられる。これらの要素は編み組細工のセールスポイントとして、三島ブランドを形成しつつあり、産地が誇るべきものである。

しかし、産地の10年後、20年後といった長期的視点で見た場合、他の産地が同じ条件で同じ程度の品質の製品を作ってくるという可能性は否めない。これは編み組細工が、国内・国外に限らず、技術的にキャッチアップされる可能性があることを意味する。

そういった事態を考えた場合に、今後産地を維持・発展させていくためには、より一層三島らしさやこだわりとは何かを追求していく姿勢が必要となる。現在、三島らしさだと産地が捉えている、「材料は地のもの」、「手作りの製品」、「素朴さや堅固さ」といったポイントが、競合する他産地と同じになる可能性があるとするれば、三島のアピールポイントとして他産地を上回る三島らしさやこだわりとは何かを改めて考えてみるこ

とが今、求められているのではないだろうか。

○ 新しい製品や使い方を作り出す仕組みが必要

三島らしさやこだわりを改めて考えていくためには、これまでの取り組みを継続しながらも、新しい商品、新しい使い方を作り出していく仕組みが必要である。それはすなわち、工人が競い合いながら、よい製品を作っていくなどの創意工夫を生み出していけるような風土を産地の中に作り、根付かせていくことである。

新しいものを作り出すとは、これまで作られてきた籠や箆、手提げといった主力製品に加えて、新しい生活様式に対応した新製品を開発していくことや、同じ種類でもより付加価値をつけられるような工夫を製品に施すことなどが例として挙げられる。それにより品揃えのバリエーションが増え、使い手の多様なニーズに対応ができることに加えて、作り手である工人同士でも刺激しあう状況が生まれる。

また、今後はこれまでの山村の生活に根付いたものづくりという側面を重視しながらも、新しい用途の可能性を見出すことも検討されてよいのではないか。産地として直販体制を継続し、工人と使い手の交流を深めていく中で、各工房での販売はより重要性が増すであろう。そこで実際に工人が使い手、消費者とやりとりすることにより、思いがけない使い方を工人自身が知ったり、教えられることもあるのではないか。また、昔ながらの生活に沿った使い方に加えて、現在の三島町の文化を伝える形での編み組細工の使い方があるかもしれない。このような発想を、今後のものづくりに活かしていくべきである。

また、昔ながらの山村の生活から生まれた製品から、新しい使い方を生み出していくことは、単にモダンなデザインを追及するといった意味でのイノベーションに留まらず、地元根付いたイノベーションであり、ものづくりの原点に立ち返るという意味でも重要である。

このように、様々な活動を行う人材が育ち、切磋琢磨しながら個性のある製品づくりが進められるような、よりよいものづくりを目指す風土を作っていくことが、これからの産地に求められているところである。

② 創意工夫を行い、自立して運動をひっぱっていきけるような担い手が不足

- 工人層の多様化が必要
- 自立し、個性あるものづくりにとりくむ人材の育成が課題

現在ものづくりに取り組んでいる工人は、前述したように、主として高齢者である。工芸館のものづくり教室へも高齢者や退職後の町民が主体となって参加しており、三島町自体の高齢化率も年々上昇している。

しかし今後は、年齢層も含めて、多様な人材がものづくりに参加していかないと、伝統的工芸品産地指定を受けて編み組細工に関する活動を広げていく中で、産地としての活力が不足し、編み組細工に対する発想の柔軟性が生まれてこなくなる可能性があるのではないかと。

そのためこれからは、現在の高齢者を中心とした取り組みの推進に加えて、今まで生活工芸運動やものづくりに参加してこなかった産地内の多様な人材を発掘・育成し、工人層の多様化を図っていく必要がある。高齢者が多い三島町において、今後も高齢者の生きがいのひとつとしてもものづくりを楽しむといったような、高齢者を基本とした取り組みを続けていくことも重要であるが、同時に、産地内で桐、その他工芸品等の異業種に取り組んでいる人材や、未だものづくりや生活工芸運動を蚊帳の外のものだと捉えている町民（若者・高齢者の双方に存在する）に対してアピールし、運動に取り込んでいくことが重要である。

もともと三島では、編み組細工は外で仕事ができない農閑期に農民が取り組んでいたという歴史もあり、現在取り組んでいない人でも、ものづくりの土台は持っていると考えられる。産地全体としてこういったポテンシャルを秘めていることが三島町の強みであり、この点に注目して、人材の拡大・多様化を図っていくと良いのではないだろうか。このように少しずつ底辺を拡大していくことが、編み組細工について町民ひとりひとりが自立的な活動を行っていくことにも繋がる。

また、層の拡大を図ると同時に、自立的に活動に取り組み、産地をひっぱっていく担い手となるような工人の育成も重要である。将来的には職人企業家として活躍することも考慮し、工人に対して、産業人としての自覚や、企業家精神を育成していく必要がある。

これからは、競い合いながらこだわったものづくりに取り組む風土を作っていくことにより、経営マインドを持ったプロ（名人）の工芸家や事業家として、産地の中で自立した活動ができる人材の育成に繋げていかななくてはならない。産地の一翼を担う存在として、工人がどのような意識を持って活動に取り組んでいくべきかを考える時期にきているのではないだろうか。

そのためには、これまで生活工芸運動をひっぱってきた生活工芸館が、工人の保護・指導的な役割に加えて、工人の意識向上や、交流により刺激しあう環境を作るなど、側面的支援の枠を広げていくとよい。これにより、工芸館と工人の新たな連携の形が生まれてくると同時に、産業人としての工人が、産地の中で徐々に大きな役割を果たしていく可能性が出てくるのではないか。

(3) 産業観光資源として地域活性化に活用

① 製品の対応力を高める

- 多様な観光客に対して、価格、品揃え、供給量等の対応力を高めることが課題
- 品質基準を明確にし、商品として売ることによってユーザーとの信頼関係を構築していくことが必要

これまで三島町では徹底した直販体制（生活工芸館、町内三箇所と数箇所の工房のみで販売）を取っており、卸業者は通さず三島町を訪れて編み組細工を購入してもらうというスタンスで、まちづくりとも連動して生活工芸運動を進めてきた。特に工房での販売については、訪れる人に作業場を見てもらい、直接作り手である工人とやりとりすることで、編み組細工を作る大変さや、その良さを知ってもらうことができるなどのメリットがある。また工芸館や町の販売所についても、三島町の町民を通じて販売することで、三島町の良さを伝えながら製品を売ることができるなど、編み組細工を通じて、商品を買うだけではなく、地元の人と接したり、実際に見たり聞いたりして様々なことを知ることができる販売体制となっている。

このように、編み組細工は三島町のまちづくりにとって重要な要素として位置づけられるものであり、伝統的工芸品の指定を受けて、今後も三島町の産業観光資源としていっそう活用されていくことが期待される。そのためには、現在の編み組細工の販売環境を検証し、その上でどのような課題があるかを考えていく必要がある。

現在の状況については、前述のように直販体制をとっており、これは産地が今後も維持していくべき方向性である。また、製品の管理については、工芸館で品質チェックを行ってから販売しており、価格設定についても工芸館が指導しているが、販売する場所により価格が異なる場合もあるとの指摘がある。

○ 多様な観光客に対して、価格、品揃え、供給量等、対応力を高める

このような現状をもう少し詳しく見てみると、価格については、工芸館が品質検査に基づいて価格設定を行っており、工房で販売する場合も、一定水準を儲けるなど、価格については全体的に差がでないように指導している。このため、価格設定の幅が狭く、

多様性は見られない。編み組細工の品揃えについては、製品に対する具体的な規格はないため、製品の種類を生産者の判断に任せている状況にあるとあってよい。数については、編み組細工は全工程が手作業で一貫体制のため、数多く作ることが難しいこともあって、供給が追いつかず、現在は需要過多の状態にある。

特に供給量については、上記の理由に加え、まとまった数を作り手に対して注文することは難しいなどもあり、実際に三島町に人が訪れたとしても、なかなか編み組細工を買えない状況となっている。また、需要が多い中でも、特定の工人が製作したものや、特定の型のものに需要が偏っているなど、商品需要に偏りが見られるのだが、それに対する措置はまだ講じられてはいない。

編み組細工の伝統的工芸品産地指定を活かす目的の1つとして、産業観光資源として地域の集客力を高めたいということがあるのだとすれば、三島町を訪れた人が編み組細工を買えるよう、産地として少しずつ供給力を上げる仕組みを検討していくことが必要である。そうでなければ、販売機会を失うだけでなく、編み組細工の愛好者を作る機会も失ってしまう可能性がある。

供給力の向上については、単に量産することを目的とするのではなく、現在ある材料の範囲内で、少しずつ供給力を上げる仕組みを考えながら、安定的に編み組細工を供給できる体制を作っていくほうがよい。またその際、編み組細工の特徴である多様な素材、ヒロロ、マタタビ、山ブドウといった3つの中でも、山ブドウがユーザーに人気ということで作り手が増えているが、単一品目だけではなく、付加価値のつけにくい素材をつかった製品についても、ユーザーのニーズが高まる工夫をするなど、需要が特定製品に偏らず、様々な種類の製品において需要が高まる仕組みを考えていくとよいのではないか。

また、産直体制を通して、使い手がどのようなものを望んでいるか、また作り手が自分のものづくりからどのようなことを伝えたいかなど、編粗品を直接やりとりすることでユーザーの意見を聞きながら、同時に産地の姿勢を伝えていくことができるようになれば、ユーザーもこれまでのように偏りがちの需要ではなく、様々な視点で編み組細工に接するようになるのではないかとと思われる。

これまでのユーザーは、編み組細工が好きで三島町を訪れ、購入してきた。しかし今後、編み組細工を地域づくりや町の活性化に活かしていく中で、三島町により多くの人

が訪れてもらうようにするためには、これまでとは違う購買層も含めた多様な観光客の訪問に対応できるような体制を作っていかななくてはならない。そのためには、現在の状況を踏まえて、価格設定、品揃えや供給量といった課題に1つ1つ対応し、産地として対応力を高めていくことが必要である。このような1つ1つの動きが、編み組細工の質を高め、産業観光資源の1つとして活用する道を広げていくことに繋がるのである。

○ 品質管理体制を整備し、商品として売ることによってユーザーとの信頼関係を構築していくことが必要

これまで、生活工芸運動の中で発展してきた編み組細工について、様々な意味で運動を補完し、制度的支援を行ってきたのが生活工芸館であった。その多くの役割の中でも中心となるのが、編み組細工の品質管理体制の構築である。

現在は、生活工芸館が品質チェックを行うなど、品質管理体制の中核を担っている。第2章で述べたように、工人が製作した製品について生活工芸館が品質チェックを行い、合格したものには品質保証書を発行し、販売することになっている。不合格品については品質指導を行うなどの役割も果たしている。

このように、産地としてはこれまで品質管理体制の構築に努め、品質検査を行いながら直販体制を維持する等、様々な努力をしてきている。その中で、今後課題が出てくるとすれば、それは、品質検査の基準および価格設定についてであろう。現在この2つの基準については、作り手にもユーザーにも、明確にされているとは言い難い。一般の消費者からみて、品質の違い、またそれがどのように価格に影響しているのかといったポイントがわかりにくい状況となっているのではないかと。同時に、品揃えや低価格の商品が少ないという問題に関しても、品質検査の基準を満たさない商品が存在するが、商品化できる可能性を持っているのではないだろうか。

このままの品質管理体制で、今後多様化するユーザーが期待するような製品を作り続けられるのか。製品の品質や価格設定の基準を明確化し、一般のユーザーが理解・納得できるように、整備していくことが求められている。

品質検査基準の明確化、価格設定方法といった品質管理体制を整備するための取り組みは、編み組細工を商品として売り出す基盤を作るものであり、産地とユーザーとの信頼関係を構築していくことにも繋がっていく。今後これまで以上に購買層のターゲットを広げていくことを考えると、そのように品質管理体制を整備した上で、編み組細工の

価値と価格のリンク、つまりこれだけの価値を持っているから、この価格で販売しているのだということを情報としてきちんと伝えていくことが重要である。

同時に、これまで編み組細工のファンとして接してきた客層はもちろんのこと、新しく編み組細工に触れる人の信頼にこたえられるようなものづくりにするためには、作り手でもあり、同時に売り手ともなる工人の意識を、販売面についても育成し、商品をやりとりするのだという自覚を持つことが重要である。そのためには、作成した品質検査基準について、これを情報としてきちんと買い手に説明していかななくてはならない。説明されたほうがユーザーにとってはよりわかりやすいし、作り手もどういった観点から評価されるのかがわかるためである。工人の意識向上については、工芸館が中心となってサポートしていけるのではないか。

また、意識の向上に繋がるだけでなく、作り手側の工人についても様々な層が生まれ、徐々にキャリア的なものが形成されてくる可能性も指摘されるなど、品質管理体制の整備は様々な影響を与えるものと考えられる。

こうして、ユーザーと作り手、産地が信頼関係を築いていくことで、地域づくりのパートナーとして、ユーザーが地域とのつながりを持つようになる。編み組細工を通して三島町と信頼関係を築いていく人々を増やしていくことは、産地の将来にとって重要な資源となるだろう。

このように、編み組細工が産業観光資源としての魅力を備えたものに成長することが、地域づくりや地域経済に多くの点で資することになり、地域活性化に向けてより大きな貢献をしていくことになる。

② 地域づくりに活かすため、まちづくりと連動

- 三島町が編み組細工の町であるというアピールポイントが少なく、地産地消が行われていないことが課題
- 多様な主体が編み組細工に関わる体制が不足
- ものづくりが生活提案であることの再認識、使い方の提案も含めた販売方法の検討が必要

○ 三島町が編み組細工の町であるというアピールポイントが少なく、地産地消が行われていない

編み組細工は、山から採取した自然素材を用いて日用品として作られてきたものであり、農民の生活に根ざした生活民具である。そのため、昔からどの家でも日常的に使われてきた。しかし、産地内の目に見える場所ではあまり使われていないのではないだろうか。地域内にある町役場や各商店・旅館などのサービス業においても、あまり使用されていないことが、現状として指摘されている。

また、販売箇所も工芸館やふるさと公社、みしま宿の3箇所と数箇所の工房であるが、立地的に一般の人にはわかりにくく、旅行で偶然三島町に立ち寄った人などには、三島町が編み組細工の町であることや、売っている場所に気がつきにくくなっている。

これに加えて、地元の人たちも地域内では使っていてもあまり外には持っていけないといった問題があるなど、従来から町や工芸館も地産地消を勧めてはいるが、なかなか編み組細工を町全体としてアピールできていないのではないだろうか。

多くの人に三島町を訪れてもらい、実際手にとって見てもらうことで編み組細工の良さを伝えていくためには、地産地消をこれまで以上に勧めていくことで、外から来る人に対するアピールを行うことが必要である。同時に、三島町の中でこれまで生活工芸運動に携わる機会がなかった人についても、日常的に使ってもらったり、編み組細工を町の誇りとして、町外で使用してもらうことで、どんどんその良さを発信していく運動の担い手として活躍してもらうことが重要なのである。

このように地産地消を勧めていくことは、ものづくりの持つ意義について町全体で考えていくよいきっかけとなり、ひいては自分たちが作りたい町を考えていく契機ともなる。編み組細工を三島町が進めるエコツーリズム構想と関連させながら、まちづくりや

地域活性化へと繋げていくことができるのではないかな。

○ 多様な主体が編み組細工に関わる体制が不足

これまでの編み組細工に対する取り組み主体については、小さな友の会を作りながら、生活工芸館と工人、また近年組織された奥会津三島編組品振興協議会が中心となって発展してきた。生活工芸館では販売も行い、品質管理委員会を設置するなど、拠点施設として多くの重要な役割を担っているほか、イベントを開催し積極的に工人と使い手の交流を促進しており、多方面にわたって工人と工芸館が協働しながら生活工芸運動を展開している。

ただ、工芸館や工人が中心となって取り組みを進める一方で、地域内の他の団体、例えば商工会や地域内施設等との連携はあまりとられていないのではないだろうか。

実際にこれまでも、編み組細工が新聞やメディアで取り上げられた際などには、商工会にもものづくり体験や販売箇所についての問い合わせがきているが、商工会として編み組細工に関する情報を持っていないため、対応できなかったり、他の販売施設では、販売する箇所により価格が異なる等のクレームが届けられたこともあった。

また、実際に編み組細工を売っている主体として様々な意見を消費者から直接くみとることができることもあって、販売担当者が編み組細工に対して高い関心を持っているところもある。しかし連携不足のため、情報が行き届いていないようである。

もちろん、これまで牽引役となってきた工芸館の位置づけは重要であり、これからも要の組織として活動していく方向に変わりはないが、地域に根付いた産地を形成し、編み組細工を地域づくりにより活かしていきたいのであれば、地域内の横のつながりを作り、連携の輪を広げながら、運動を共有していくことは不可欠である。このような地域内の団体に対しては、情報提供を行う等、連携するきっかけを作っていくことが必要である。

このように、今後は、団体や個人も含めて、広く町内の人に編み組細工に関わってもらふことが必要とされる。現在では残念ながら、町全体として生活工芸運動に取り組んでいることは知っているものの、ものづくりをしていないため、自分は運動に関係ないという意識を持っている町民が多い。しかし、作ることだけが運動に参加する方法ではないのではないかな。例えば地域のイベントや各商店で編み組細工を利用するなど、町民が実際に使ってみることで、編み組細工に対する新たな意識が生まれるであろう

し、興味を持つようになるであろう。そこからものづくりに進む人がいればそれでよいし、生活の中で様々に使用するようになる等、別の形で編み組細工に携わる方法もある。まずは町民が、三島町では生活工芸運動に取り組んでおり、編み組細工という誇れるものづくりをしているという意識を持つことが重要である。それが、運動が町全体にひろがるきっかけとなっていく。

そしてそのような人たちは、使い手として、ものづくりに対する意見を持ち、伝えることができるようになる。これまでものづくりに携わってきた人についても、こうした身近な存在の視点からの指摘により、編み組細工の強みや弱みを学ぶことができるのではないだろうか。

これからは、実際にどのようにして多様な主体が編み組細工に関わる環境を整備していくかを考えていく必要があるが、その際、それほど従来の枠に捉われることなく、どうやって地元の人たちをリードしていくかといった広い視点で捉えることが大事である。これまで中心となって編み組細工に対する取り組みを推進してきた生活工芸館を核として、多様な視点を入れながらどのような連携体制を整備していくかを検討していかなくてはならない。

こうして、団体、町民といった個人など、多様な主体から様々な視点を取り入れること、また運動主体の幅を広げて多くの人が編み組細工に関わることでできる体制を作ることにより、地域活性化・まちづくりの輪が広がっていくと考えられる。三島町のシンボル事業である「三島町エコミュージアム構想」では、三島町の自然や伝統行事、地場産業、町民の日々の暮らしといった町全体をエコミュージアムとして捉えているが、このように様々な要素を繋げていく取り組みについて、編み組細工をきっかけとして町内の連携を図ることにより、その中で大きな役割を果たしていけるのではないか。

○ ものづくりが生活提案であることの再認識、使い方の提案も含めた販売方法の検討が必要

これまでの運動の中で培われてきたものづくりの原点は、自分たちが使うものを自分たちで作るというスタンスであり、山村での生活と結びついたものであった。原材料との関わり方や、生活に根付いた技術などがそのような原点を示す1つの要素である。また品揃えに目を向けると、そばや米をとぐための炊事道具といった多彩な用途を持つマタタビの箆、山菜取り等の山仕事に必要なとされてきたヒロロ細工の山籠、堅固で丈夫で

あり、長持ちする山ブドウの籠などが代表的な製品であり、これらの製品はそのまま雪深い山村の生活を表しているといえよう。製品そのものから生活との関連が見えるのが編み組細工の特徴であり、魅力である。

このような魅力にひきつけられて、様々なユーザーが編み組細工の持ち味を楽しんでいるのであるが、一方で、使い手からの「このようなものがほしい、これを使いたいから作ってほしい」といった要望に従うことで、自分たちの山村での生活とどう関連しているのかが、少し疎になってきているのではないだろうか。みかけが良いものだけではなく、生活に根ざした丈夫なものを作る「山村からの生活提案」という側面を、忘れてはいないだろうかという懸念がある。元来地域で作ったものは自分たちの生活に役立つものであったわけで、その流れが途切れてしまうこと、自分たちが使わないものを作るといった方向性のみに進んでしまうことが、今、改めて心配される時期にきている。

具体的に言えば、山の中を歩くため、手で持つのではなく背負う籠を作る、川の中でしっかりと編まれた箆を使って野菜や米を洗うといった山村の生活に根ざしていることから、編み組細工は実用品としての意味合いが強かった。しかし現在では、きれいに小さく編む等、モダンでスマートなものが作り出されている。これはユーザーの好みに対応したものであるが、形はきれいでも力強さが少し足りないのではないか、実用品というよりは飾り的な意味が大きくなっているのではないか、といった見方もできる。

もちろん、使い手の希望に対応したものづくりという側面も必要であるし、産地が発展する上でよいことであるのは間違いないのだが、現在のような需要過多の環境の中でも、原点を忘れず、生活に根ざしたものづくりという意識を持ち続けていってほしい。

そのためには、製品を売るだけではなく、製品を通じて山村の生活も売っている（表現している）のだということを踏まえ、製品の使い方も含めて売っていくという精神を忘れてはいけないのではないだろうか。運動に携わっている人たちからは、本当によいものは山村にあるのだという自負が感じられる。そのような自負や誇りを製品を通して伝えていくためには、製品そのものに加えて、どのようにして使っているかを伝えることが必要であり、それが山村の生活や文化を表現することに繋がっていく。これが、三島町を訪れてもらって買うことの本来の意義ではないか。

第4章 奥会津編み組細工産地 振興のために

第4章 奥会津編み組細工産地振興のために

1. 産地診断の基本的考え方

産地における現状と問題、対応すべき課題の検討結果を踏まえ、本章では、産地の振興方向を探り、産地振興を推進するための方策を検討するが、ここでは、具体的な産地に入る前に、伝統的工芸品産業、産地全般が置かれている現状を踏まえ、伝統的工芸品産業、産地振興のあり方、振興方策の考え方を示す。2節以降では、この総論的な考え方を具体的に産地に下ろし、産地の振興方向及び振興方策を検討する。

(1) 伝統的工芸品産地の振興方向

伝統的工芸品産業、産地の多くは、地域の原材料、生活需要を背景に各地域で興され、地域の発展とともに地域経済のみならず、地域社会、生活文化・歴史と密接不可分な関係を築きながら、織物、漆器、陶磁器、和紙、各種工芸品など特定製品の生産に携わる生産者が集中的に集積し、生産技術、品質、生産量を高めながら一定の産地を形成してきた。当初の段階における伝統的工芸品は、地域の生活用具としての必要性から地域の素材を利用し、手づくりにより製作され、生活用具としての利用の中で技術・技法が形成されてくる。地域の生活用具としての需要の高まり、商品経済の進展と相俟って生活用具利用から商品流通の形態をとるようになり、産地の中では生業的な営みが展開されるようになる。さらに一部の伝統的工芸品産地では、工芸品需要が地域を越え、拡大するようになってくると、需要に供給が追いつかなくなり、供給力を高めるため、効率的な生産方法として分業化が進み（分業化は生産効率を高める一方、技能のキャリアパス、職人の育成、暖簾わけ等による起業の促進等を進めた）、分業形態を束ね、工芸品を消費地に流通させる産地卸機能が発達するようになり、産業化が進展した。

とりわけ、戦後の工業化を基軸とした経済成長、近代化の中で、基礎的消費財の需要は右肩上がりで拡大し、多くの伝統的工芸品産業、産地は急成長したが、基本的には特定生産品目に限定された同質的生産者集団で、効率・画一的な大量生産、大量流通に適合した硬直的な分業体制、産地卸、消費地卸主導の低付加価値、量産型産業構造が形成された。その後、為替の変動、円高等の影響を受け、輸出型地場産業、産地

が後退し、基礎的消費財が一巡する中で、伝統的工芸品、手づくりといった差別化された財が脚光を浴び、伝統的工芸品産業、産地は成長を持続した。しかし、生産拠点の海外移転、アジア等海外のキャッチアップが進むとともに、和から洋への生活様式の変化、消費需要構造の成熟化が進み、消費需要が落ち込むようになると、伝統的工芸品産業も後退を余儀なくされ、消費、生産量は急減の一途をたどる。特に、近年には中国を始めとした海外からの低価格量産品、類似製品の輸入が急増し、伝統的工芸品産地にとっては国内に留まらず、東アジア産地との競争が激化し、産地の衰退に拍車をかける結果となっている。

伝統的工芸品産業、産地のこれからの方向性を考えるにあたって、このような状況、環境変化をどう捉えるかが重要な鍵となっている。それは、

- ① これまでの成長時代における消費需要の右肩上がりに対応した大量生産、大量流通に適合した規格品、低価格製品・量産の生産システムの延長線上で、産地が目先で抱える問題を取り上げ、個別課題対応型で将来の振興方向を考えるのか
- ② 従来の生産、流通、消費の構造的な変化に対応した新しい生産システムを構築する方向で考えるのか

といった点である。伝統的工芸品産業、産地の多くが置かれている状況をみると、基本的に、現状は、従来型生産システムの構造的変革期に位置すると捉えられる。これまでの「同質的な製品群に基づく画一的量産型の伝統的工芸品産地」から「産地の各企業が独自の技術、製品、デザイン、流通チャネル、事業分野等の開拓に挑戦し、地域の生産者集団として多様性と創造性、独自性を作り出していく活力ある地域産業」へ変革していくことが必要であると考ええる。

これまでの“作れば売れる”といった消費需要ありきの硬直的な社会的分業体制、卸流通体制に支えられた大量生産・大量消費型の産地構造から、“社会に必要とされるものをつくり、新たな質的需要を掘り起こし、付加価値を創造していく”産地構造に変えていくためには、

- ① 産地企業自らが意欲的に創意工夫を図り、自立化する
- ② 自立・独自性を有する企業が連携し、集積効果を創出する

- ③ 産地企業集団として地域内外にネットワークを広げ、産地で培ってきた技術、人材、経営資源等の応用、利活用範囲を拡大し、自立的展開ポテンシャルを高める

などにより、地域産業として自立的に展開していくことが求められている。伝統的工芸品産地においては、量的に拡大する消費需要、大量な販路に結びつける卸流通体制や産地を纏める親方企業等に依存してきた体質から、今後は自立的な展開に切り換えていくことが重要な課題となっている。

また、伝統的工芸品産業は、もともと地域に必要とされる日常的な生活用具として発祥し、今日に至る生活の変遷とともに継承・発展してきた技術・技法を軸に産業化したものであり、地域に根差した産業に他ならない。それが、成長時代における大消費地、全国への市場拡大、産地と消費地との垂直的な分業体制の形成などに伴い、伝統的工芸品産業と産地とが遊離する傾向を強めるようになった。成熟段階に移行し、構造的な再編が求められている現在、伝統的工芸品産業は発祥の原点に立ち返り、共に歩んできた産地、地域を見直し、地域生活、地域づくりとの連携、融合を進め、新たな地域生活文化を創出し、地域としての自立的展開を促進していくことが必要となっている。

地域は、地方分権化や地域の個性化づくり、交流・連携の推進、地域の自立化が求められる時代変化の中で、都市化時代におけるような大都市を目標とした外部資源を活用した画一的な地域づくりから地域資源を活用した内発的な個性ある地域づくりへの変化が求められている。伝統的工芸品産業は地域の歴史とともに発展し、経済や雇用面だけでなく、地域生活の変遷や地域文化の形成とも深く関っており、これからの地域づくりの重要な地域資源でもある。個性ある地域づくりの推進にあたっては、地域の重要な資源の一つとして伝統的工芸品産業資源の活用が必要になり、伝統的工芸品産業としても地域づくりとの連携を推進することが求められよう。一方、伝統的工芸品産業の側からみると、成長時代の産業システムから構造的な転換が迫られている現在、海外に代替する価格競争力重視の量産品市場から成熟社会需要に対応した高付加価値市場への切り換えを進めようとしている。しかし、新たな高付加価値製品開発等に取り組んでも、潜在的な成熟市場を掘り起こすまでには至らず、市場経済メカニ

ズムに委ねていると産地は縮小傾向を続け、崩壊の危険性も秘めている。産業界だけで成熟社会における生活様式を変化させ、新たな高付加価値市場を顕在化させていくのには限界がある。これからの個性ある地域づくり、地域社会生活文化の創出など地域政策と連携して、新たな地域の生活様式、文化を築き上げながら成熟市場を創出し、高付加価値市場型の産業構造に転換していくことも必要となろう。伝統的工芸品産業は、原点である創業の精神に戻り、これからの成熟時代に向けた地域づくりと連携、融合して地域と共に新たな地域生活文化の創出、地域の自立化に取り組んでいくことが必要となっている。

＜伝統的工芸品産地の方向性＞

- ① 地域産業としての自立：産地企業の独自性、創意工夫を軸とした地域内外との多様なネットワーク形成による自立的展開
- ② 地域としての自立：伝統的工芸品産業と地域づくりとの連携・融合による個性ある地域づくりと新たな地域生活文化の創出

（２）伝統的工芸品産業の振興方向

伝統的工芸品市場は基本的に成熟市場段階にあり、量的には減少することはあっても増加が見込めない状況の中で、中国等海外からの低価格、類似量産品が増加し、需給バランスが大幅に崩れ、価格競争、ダンピング競争が激化し、産地では自然的淘汰が進んでいる。伝統的工芸品産業といえども「伝統」のブランドだけでは食えなくなり、新たな食い扶持を作らないと企業の後退が続き、産地の集積機能が低下し、伝統的技術・製品の衰退、産地の活力低下を招くことが予想される。伝統的製品、技術、原材料等をコアとして、新技術、新市場・用途、多様な流通チャネル等を組み合わせながら付加価値製品、新たな製品や用途、周辺の事業分野を開拓し、従来の伝統的工芸品産業の裾野を拡大していくといった「伝統的工芸品産業クラスター」の構築が求められる。このためには、個々の企業、産地が新たな需要、市場、製品群を創出していくといった取り組み意欲の高まり、事業経営の革新が不可欠である。それも従来のような誰でも必要とするような量産品、誰でも真似できるような製品ではなく、伝統的技術・

製法、手づくりといった伝統的工芸品産地のノウハウ、資源でなければならないものづくり、市場に求められているかどうかを見極めたものづくりを目指すことが求められている。

これまでのような右肩上がりの消費需要を前提とした大量生産、販売体制ではなく、中国等海外からの量産品、低価格品とは異なる技術的、品質的、デザインの的な質的に差別化された高付加価値製品づくり、産地における企業群の新たな事業分野、周辺事業分野の開拓を進めることで新たな消費需要を掘り起こし、創造していく。そして、既存の伝統的工芸品市場の需給関係を量的に調整することにより、産地企業群の事業経営基盤を再構築し、伝統的工芸品産業の中核となる伝統的技術、製法等の継承・発展を図る方向で展開することが必要と考える。加えて、伝統的工芸品の周辺市場の開拓を促進することは、一般消費生活から遠退きかけている伝統的工芸品への関心を引き起こすとともに、潜在的な市場の掘り起こしにも結びつき、本来の伝統的工芸品需要を再創出し、産地の活性化に貢献することが見込まれる。

伝統的工芸品産地が新たな産業システムへの転換を進め、縮小過程にある伝統的工芸品産業の体質改善を図るとともに伝統的工芸品市場の底上げ、潜在需要の掘り起こしを進めるといった観点から、伝統的工芸品産業の振興にあたっては次のような方向性で評価・診断を行う。中でも、新たな伝統的工芸品市場、潜在需要の掘り起こしの面からみると、地域との連携による新たな生活文化の創出は必要不可欠となっている。このためには、「産業側がこれからの地域の生活に必要とされる工芸品を企画・開発し、提供することにより、新たな地域生活文化を発信する。生活者に留まらず、地域の街並みやオフィス、商店街、観光施設等など地域全体に広まるとともに、地域で利用される過程において利用者のニーズが深化され、新たな需要が生まれ、次の新たな工芸品、生活文化を育むといった相乗効果が発揮され、産業と地域とがともに地域の新しい生活様式、文化を生み出していく。そして、地域固有の生活文化と伝統的工芸品が地域を越えて外部へと発信、拡がる」といった地産地消のメカニズムを伝統的工芸品産業振興の中に取り入れていくことも必要となろう。

＜伝統的工芸品産業の方向性＞

- ① 来までの同質的な大量生産、低価格製品ではなく、伝統的工芸品産業が本来もっている技術、製法、原材料を中核に、技術力やデザイン力、消費者ニーズ（感性等）への対応力等による製品の差別化、独自の製品開拓、付加価値づくり
- ② 材料、技術等産地の資源を軸に他の材料、技術を結びつけ、新たな消費需要に対応した製品展開、用途の開発による産業の裾野拡大、新たな伝統的工芸品産業クラスター^{※1}の形成
- ③ 伝統的工芸品に特化し、其々の特徴を出す企業群、新たな需要、用途に対応した様々な事業分野へ参入する企業群など、自立し、個性的な企業群が競い合い、助け合うといった産地風土の中から新たな産業活力を生み出す産地としての再生
- ④ 地域の生活と結びつきながら新たな用途、製品需要を開発し、地域の内から新規事業を発信するとともに新たな地域の生活文化をともに築き上げながら地域の自立的展開に貢献する伝統的工芸品産業—地産地消型伝統的工芸品産業の創出

（3）振興方策の考え方

伝統的工芸品産地、産業の振興方向に沿って産地の活性化を進めるためには、従来の産地構造を大きく変えていこうとする取り組み意欲や産地企業自らの事業経営の変革、高付加価値市場に対応した産地形成、伝統的工芸品にとって不可欠な消費生活者との信頼関係の構築が必要と考え、次に掲げるイノベーション^{※2}風土の構築、付加価値製品開発の促進、製品表示の徹底の3点から推進方策を検討する。

^{※1} 産業クラスター：資材供給・生産・流通・販売などの関連企業や、金融・教育・研究などの支援機関が地理的に集中し、それらが競合しながら有機的に結びついている状態。情報産業におけるシリコン・バレーの状態など。

^{※2} イノベーション：成長の原動力となる革新。生産技術の革新、新商品の開発、産業の構造の再組織など。

a. イノベーション風土の構築

伝統的工芸品産業の振興を図っていくためには、企業自らが主体的にこれまでの事業経営の改善に積極的に取り組み、技術の高度化やコストの削減、品質・デザイン・サービスの向上、販路開拓等を図り、高付加価値製品や新製品開発、周辺事業展開を進め、伝統的工芸品産業の裾野を拡大することが不可欠である。このためには、産地の中から各企業が切磋琢磨して、創意工夫を凝らしながら積極的に新規事業開拓に取り組むイノベーション環境を構築していくことが必要であり、その方策について生産、流通、消費の面から検討する。

b. 付加価値製品開発の促進

従来のような低価格、量産品市場における海外、産地間競争では、産地は縮小均衡せざるをえない状況にあり、中国等海外製品との差別化を進めるためにもこれまでに培った伝統的産業技術、製法、原材料等の産地の資源を軸に、技術力の強化（特に、大量生産の過程で低下しつつある技術力の再構築）、デザイン力の開拓、市場ニーズの収集・活用力の強化等を進め、品質的に差別化できる独自の付加価値製品開発に積極的に取り組み、新たな需要開拓を図るとともに、企業、産地の特色づくり、独自性の発揮に努めることが必要である。

c. 伝統的工芸品の製品表示の徹底（産地の自立化促進）

伝統文化を標榜する伝統的工芸品産業は、生活者・消費者との信頼関係なくして存在し得ない。産地と消費者とのネットワーク構築、伝統的工芸品の消費需要の維持、拡大のためにも、安全・安心志向が高まる消費生活者が必要とする製品情報等の提供し、価格面だけでなく品質・機能・サービス面からの消費選択機会を広げていくことが必要となっている。このためには、各種伝統的工芸品の原材料、製法、産地、生産者、価格、利用方法、連絡先等についての製品情報を明確化し、各製品に表示するとともに、生産者から卸、小売流通の過程を経ながら消費生活者に提供することが必要となる。

産地企業自らが製品表示を実施し、公開していくということは、産地の中で情報を共有することになり、企業間の水平的なネットワーク化を推進し、集積効果を高めるとともに、各企業の新規事業取り組みへの学習効果にも結びつく。従来の硬直的な社会的分業体制、卸流通依存型体質等の打破、イノベーション風土の構築などにも寄与する。また、厳しい競争環境に置かれている流通機能が目先で嫌がる製品

表示を、産地自らが推進していくことは、産地としての主張、自立性を築く一歩となるとともに、従来の産地と卸流通機能との関係を改善していくことにも結びつく。方策の提案にあたっては、このような波及的効果の側面も含めて検討する。

(4) 具体的推進方策の考え方

伝統的工芸品産地の現状をみると、多くの産地は、消費需要の低迷や海外産地からの参入等に伴う縮小傾向に対して手をこまねいて傍観しているだけではない。販路開拓や新製品や新たな用途の開発、イノベーション環境の整備・充実など積極的に取り組んでいる産地が数多く出てきている。しかし、産地によって進め方、進捗度合の差があるものの、がんばって色々な取り組みに挑戦するものの、なかなか実効に結びついていないことも事実である。その具体的な取り組みの事例を見ると、次のような問題が見受けられる。

- ・ 産地の構造的変革を推進するためには、行政、組合、関係機関等の支援策だけではなく、企業、関係者、地域住民の意識そのものを変えていくような運動として展開し、意識自体を変えていくことが必要となるが、運動的視点にかける。
- ・ イノベーション風土の構築等の方策については、これまでも多くの対策、施策・事業が提案、実行されてきた。問題はなぜ、実効しないかであり、その阻害要因を見極め、取り組みを改善しようとする動きが欠如していた。
- ・ 産地内だけで取り組むため、局所的な展開、足の引っ張り合い、若い人あるいは新しいことを試みる人への押さえ込みや妨害、関係者を意識して言いたいことが言えない、既存慣習のしがらみ等、閉鎖的な風土による弊害がある。
- ・ 上手くいかないとすぐに中止するとか、事業年度が終了したからやめる等、継続性がなく、失敗から学び、次に活かすといった学習効果が生まれない。

基本的には、規模や取り扱い工芸品目、産地構造等の各産地の具体的特性が捉え切れず、産地が本当に抱えている根本的な問題、課題を絞り込めないまま、総花的な課題を列挙し、個別課題対応的な処方箋を描いたり、全体を推進するために必要となる当面の方策を絞り込めないことが、折角の取り組みが活かされないケースとなっている。そこで、本調査・診断事業では、産地の構造を的確かつ具体的に捉え、これまでの取り組みを評価し、取り組み課題を絞り込み、中長期的な方向性を示した上で当面の具体化方策を検討する。そして、その方策を具体的に推進していくためには、産地

内の結集軸を作り上げられるだけの人材が必要との観点から、次のような点に焦点をあてて具体的な推進方策を検討し、①～④に合致するコーディネート人材を、当面、産地が取り組まなければならない点の専門分野の面から引き出し、産地プロデューサー一事業活用による推進方策として検討する。中でも、生活工芸運動を積極的に展開し、地場産業興しや地域生活改善、生活文化の創造に結び付けている岩手県大野村の「一人一芸の村づくり」の事例にみられるように、地域づくりとの連携により地域の内から新たな地場産業を創造していくためには、専門分野における実践的外部人材だけではなく、将来的な地域づくりの将来像を描くだけの構想力と現場感覚を備えた外部の有識者の協力が不可欠である。産地プロデューサーの活用では、具体的な販路開拓など特定分野の実践家だけに目がいきがちであるが、取り組みの波及効果を時間的、空間的に末広がり展開させ、持続的な産地の振興を図るためには、現場感覚から描く構想力から企画、実践に結び付けられるような総合的プロデューサーが必要となろう。

＜推進方策検討の方向性＞

- ① 産地の方向性、方策等について企業、関係者がオープンに検討する場を作り、議論が広がるように調整・運営しながら運動体の核作りを支援する人材の活用
- ② 様々な事例や、視点、論理を有し、産地に刺激を与えられる人材の活用
- ③ 地域のしがらみ、人間関係にとらわれず、地域の外の視点でモノが言える外部人材の活用
- ④ 事業の企画から運営までサポートし、事業年度ごとに評価、次の行動課題を提案し、事業の継続を図りながら、事業継続を支援する人材の活用

ただし、上記の産地プロデューサーを活用した取り組みは、当産地が新たに国の伝統的工芸品産地指定を受けたことを踏まえると、振興計画に掲げた事業に続く更なる取り組みとして実施すべきものであり、産地はまず振興計画に掲げた事業に取り組み、産地振興を図っていく必要がある。

2. 産地振興のための方向性

具体的な方策を検討するにあたっては、方向性として以下のようなことが考えられる。

これまで三島町では、豪雪や過疎といった環境にありながらも、町外の人たちを特別町民として迎え、一緒に理想のふるさとを作っていこうとするふるさと運動をまちづくりの基本として、山村の生活を活かし、地元の素材でものづくりを行う生活工芸運動を展開しながら、編み組細工の産地として様々な取り組みを行ってきた。このような取り組みは、十分な成果をあげている。

今後も、これまでのように、工人人材の輩出、技術研修、工人まつり等のイベント開催や卸業者を介入させない直販体制、原材料の維持・確保といった取り組みの成果を伸ばしながら、継続的にこれを行い、より充実・強化していくことが必要である。

そのような活動の中で、生活工芸運動は、楽しみとしてのものづくりと地場産業としてのものづくり、いわば趣味と実益といった2つの側面を持っており、どちらかといえばこれまでは趣味的側面が強い活動を行ってきた。これらの取り組みは、上に述べたように一定の成果をあげている。しかし、このままの体制で、産地として今後も活力を持ち続けられるのだろうか。伝統的工芸品の指定を受け、これからも取り組みを広げていきながら産地を維持・発展させていくためには、更なる展開が必要である。

以上のことを踏まえると、今後考えられる方向性としては、これまでの取り組みを基盤として、産地の中に産業の持つ活力を取り込んでいく事が必要である。地場資源を生かした産業づくりといった実益の面を加えることが、産地に大きな活力を生み出すことに繋がる。この場合の実益の面とは、産地の中で多様な人材がものづくりに取り組みながら、刺激しあい、よりよいものを生み出そうという風土を作っていくこと、また、編み組細工を産業観光資源として活用しながら、地域づくりの中核を担うものとしていくことである。そのための枠組みとして、以下の視点から具体的展開策を検討する。

第一に、ものづくりに取り組む工人人材を増やしていきながら、産地内で世代間や異業種等との交流を行うなど、ものづくりに対して切磋琢磨していけるような環境を産地内に作っていく必要がある。第二に、産地内で多様な製品の作り手として、工人層を形成していくことが必要である。このためには、品質管理体制を整備し、個人の

こだわりを示す型の作成や、職人企業家的な存在を作りながら、徐々に多様な工人による層を作っていかなければならない。

これらの取り組みは、長期的な視点で検討した場合、工芸館が中心となりながらも、取り組んでいる主体が徐々に自立した活動を展開していけるような産地を目指すものである。このため工芸館は、これまで以上に、工人を側面から支援し、産地内にプロ工芸家や事業家といった、職人企業家的な人づくりをしていけるような機能を持つていくべきである。

また、今後は、編み組細工を地域づくりの中核として活用していかななくてはならない。このためには、第三として、編み組細工を産業観光資源として活用できるように、ユーザーのニーズを考慮し、品質検査・価格設定等の体制を整備しながら、新製品を開発し、品揃えを増やすなど、編み組細工の対応力を高めていくこと、第四に、いっそう地産地消を勧めていくことが必要である。

このような取り組みを行うことで、町民が行政から少しずつ自立しながら、こだわりを持って創意工夫を行う、ものづくりの魅力に溢れた産地となっていくであろう。それは同時に、産地の活力向上や地域への集客力アップなどに繋がり、地域経済への波及効果をもたらしていくものとなる。

3. 今後の具体的展開策

以下、産地の現状や課題に対し、具体的な展開策を検討する。

◆今後の方向性

- ・ これまでの取り組みの強化・充実
- ・ 産地が活力を持ち続けるために、産業の持つ活力を取り込む
 - －切磋琢磨し、こだわりながらものづくりに取り組む風土を作る
 - －産業観光資源として、地域づくりに活用する

◆具体的展開策

(1) 切磋琢磨しながら意欲的にものづくりに取り組む風土づくり

- －工人同士や世代間・異業種等との交流の推進
- －将来的には生活工芸館に側面的支援の機能を追加

(2) 工人の多様化と自立した人材の育成

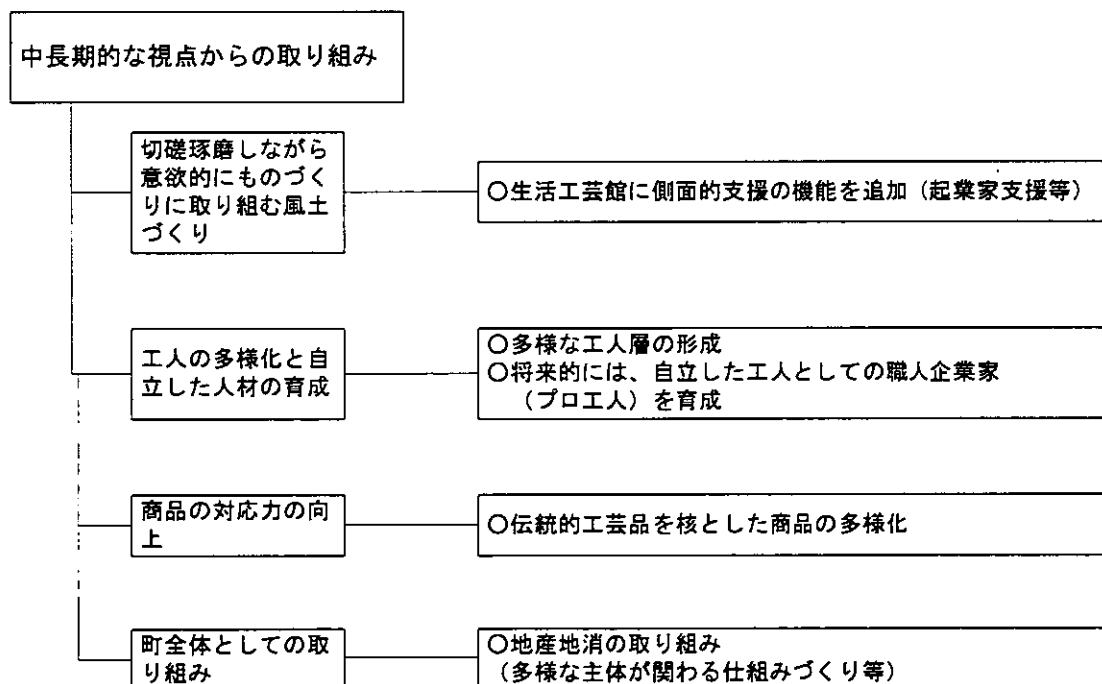
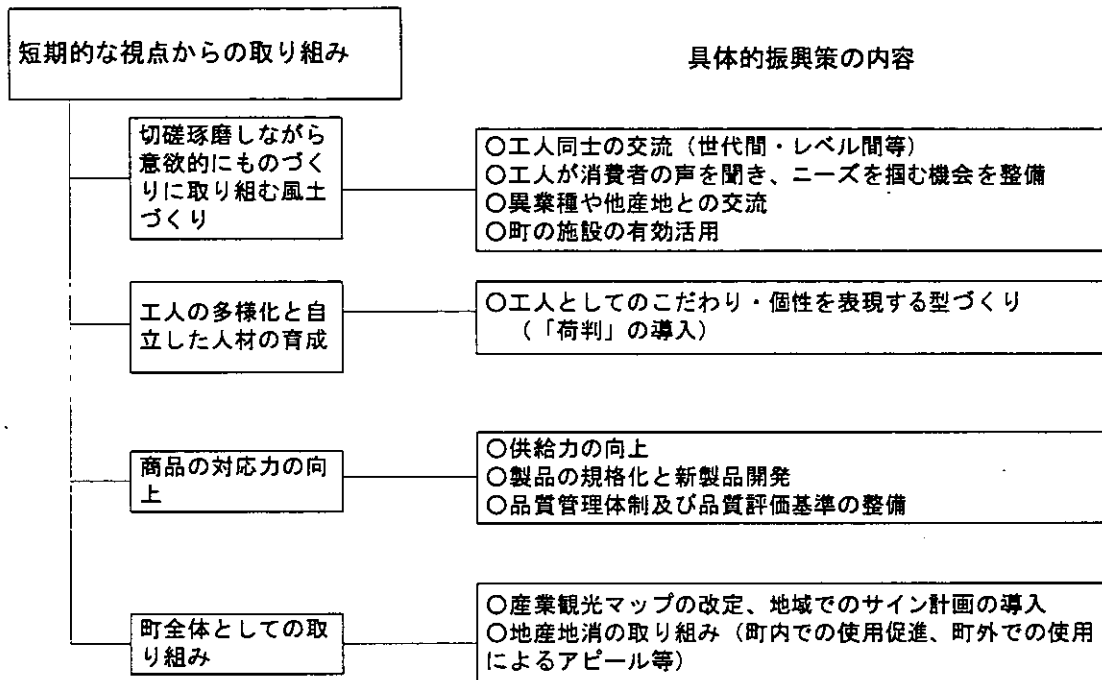
- －多様な工人層の形成
- －自立した工人としての職人企業家（プロ工人）の育成
- －工人としてのこだわり・個性を表現する型づくり

(3) 商品の対応力の向上

- －伝統的工芸品を核とした商品の多様化
- －供給力向上・製品の規格化・新商品開発
- －品質管理体制及び品質評価基準の整備

(4) 町全体としての取り組み

- －地域の特徴がわかる産業観光マップの改定、地域でのサイン計画等により、訪れる人に編み組細工に取り組んでいることをアピール
- －地元での使用促進など、地産地消への更なる取り組み



(1) 切磋琢磨しながら意欲的にものづくりに取り組む風土づくり

- 産地内での工人同士の交流（世代間・レベル間等）を促進
- 工人が消費者の声を聞き、ニーズを掴む機会を整備
- 異業種や他産地との交流
- 町の施設の有効活用
- 将来的には生活工芸館に側面的支援の機能を追加（起業家支援等）

産地が今後も活力を持ち続けながら活動していくためには、編み組細工に取り組む人材に創意工夫を行う意欲が湧いてくるような、自らイノベーションを起こしていく風土を形成していくことが必要である。産業活動の持つ活力を産地内に取り込んでいくには、常に工夫し、新しいことに意欲的にチャレンジしたり、工人同士で切磋琢磨しながら、よりよいものづくりに取り組んでいくような風土の構築が欠かせない。

これまで、生活工芸館があったからこそ、産地がここまで編み組細工が発展してきたのは言うまでもない。これからは、そこにプラスして、産地の担い手、産業人として、工人がより積極的な役割を果たしていける部分もあるのではないかと考えていきたい。このような風土を構築し、編み組細工の将来を担う意欲的・積極的な人材を生み出しながら、同時に、産地としてもそれらの人材を受け止める体制作りを進めていく必要がある。

○ 産地内での工人同士の交流を促進

お互いが指摘し合い、創意工夫を生み出せるような風土を作り上げていくには、まず、編み組細工の生産に従事している高齢者と若年層とが交流する会合を開くなど、産地内での工人同士の交流を図っていくことが重要である。交流しあうのは若年層、高齢者といった区切りに限ったものではない。実際に産地内では、ものづくりをはじめたばかりの初心者とベテランの交流といった形の交流が少しずつ行われはじめていることから、今後もこのような様々な形で工人同士の交流の動きを活発化し、継続して行ってほしい。交流を進めていくことで、編み組細工の技術が維持・継承されることに加えて、工人同士が刺激しあう環境が形成され、そこから創意工夫が生まれていく。

このためには、高齢者に加えて、若年層やその他の様々な層の人材が編み組細工に取り組んでいくよう、ものづくり教室の開催など、これまでの工人人材の拡大への取り組みを充実・促進していく必要がある。

また、現在行われている交流会は全体で30人規模のものであるが、例えば、それを編組品振興協議会の中でも、まずヒロロ部会ならヒロロ部会で開くなど、小さな規模のものも含めて、既存の組織を活用していてもよいのではないだろうか。そのような交流をきっかけとして、より自由に、組織の枠組みに捉われない交流が徐々に増えていくことが望ましい。

同時に、工人が刺激しあい、創意工夫を行っていくことで、顧客のニーズにあった、より付加価値の高い製品を生み出していこうという素地が作られていく効果も期待できる。

このように、産地内での交流を通じて、お互いが切磋琢磨しながら向上心を持ってものづくりの技術を磨いていくことは、活力ある産地としていくために欠かせない取り組みである。

○ 工人が消費者の声を聞き、ニーズを掴む機会を整備

消費者のニーズにあった製品を作っていくといった意味に加えて、外からの刺激を受け、発想が広がっていくという意味でも、製品の生産者である工人が使い手の声を聞き、ニーズを掴む機会を整備していくことが必要である。

そのような機会は、使い手が編み組細工を購入する際に、ものづくりを実際に見ることや、工人と直接会話することを通じてのコミュニケーションを図ることからはじまる。三島町の産直体制は、工人が直接使い手に接することを促進するものであり、工人が使い手との交流の中から受ける刺激が、製品に対して工夫していこうとする意欲に繋がっていくのではないだろうか。今後は、工房での販売をいっそう進めていく必要がある。

実際に使い手の声をどうやって聞いていくかについては、産直体制のメリットを活かし、まずは三島町を訪れてくれた人の意見を聞くことがよいのではないか。購入時のコミュニケーションにはじまり、製品購入時のアンケートや、その後のメンテナンスや修理などのアフターサービス、といったことを実施していくことにより、交流が深まり、使い手がリピーターとなっていくと思われる。そのような機会を作り出

すためにも、せっかく訪れた人が商品がなくて購入できないといったことがないように、産地に商品があるようにしなくてはならない。

また、三島町生活工芸運動友の会の部会の中でも、「作り手と結ぶ会」ということで、運動に継続的に関わっている東京の良心的な業者など、町外・町内を問わず、ものづくりを行っていないが運動に参加している人材がいる。このような人と交流を積極的に行い、意見を聞くという方法も考えられる。

今後は、このように、様々な意見を聞くことで、製品に対するニーズが把握できるだけではなく、創意工夫を行っていくきっかけや、ものを売る工人としての自覚が芽生えていくと思われる。

○ 異業種や他産地との交流

産地内の工人同士や使い手との交流に加えて、産地内で行われている様々な他の産業、異業種との交流や他産地との交流を行っていくことが必要である。

まず異業種について考えてみると、三島町にはもう1つのものづくりの柱として、会津三島桐がある。三島は桐の里としても多くの活動に取り組んでおり、町営の会津桐タンス株式会社をはじめとして、産地内で様々な木工に取り組む人材がおり、各工房で工夫を凝らした製品を販売している。製品も、たんすだけではなく、照明や小物、桐を使ったギターなど、多くの種類がある。

このように、町内でものづくりに取り組んでいる身近な人々と異業種交流を行うことが、お互いの創意工夫に繋がり、ものづくりへの刺激を生むのではないかと同時に、多様な工人人材がその中から出てくるなど、新たな工人人材を発掘することも期待できる。

また、他産地との交流については、これまでの実績として、台湾の「国立台湾工芸研究所」と友好交流協定を締結しており、広くアジアの工芸品との交流を行っている。ただ、国内他産地との交流は継続的には行われておらず、年に二回の産地見学に終わっている。この点については、今後は、定期的な交流も視野に入れながら、編み組細工の可能性を広げ、産業観光資源として魅力あるものとしていくために、国内他産地の取り組みを知り、交流していくことが求められる。

○ 町の施設の有効活用

交流を行う場としては、もちろん生活工芸館が中心となって活動していくことが第一であるが、同時に、町内の他の施設も積極的に活用していくとよいのではないか。工人同士の交流や町民や使い手との交流の場としての活用に加え、町で行っている他の運動との連携といった意味でも、町内施設の活用は重要である。例えば交流センターやまびこなどで開催される美術展は、工人が見ることにより、工芸全体に刺激を与え、見た人はそれを吸収して新しい文化・作品を生み出していくといった効果が期待できよう。

また、各施設に加え、各工房も使い手だけではなく、工人同士の交流を行う場としても十分に活用していくことができる。今後は、工房の設備的な整備も含めて検討していかななくてはならない。

町内のこれらの場所を、実際にものづくりを行うだけではなく、自由に会話ができるような場所として、またものづくりの楽しさを伝える場として機能させていくことが、工人が刺激を受け、創意工夫を生み出す風土を産地全体に作っていくと同時に、産地としての魅力を高めることに繋がっていく。

○ 将来的には生活工芸館に側面的支援の機能を追加（起業家支援等）

これまでのように、ほとんどの面で行政主導により工芸運動に取り組んでいる体制は、過渡期の状態と言えるものであり、これからは少しずつ、工人が行政から自立した形で自分たちでやっていける部分を広げられるように、産地内の体制を作っていく必要がある。

よって今後は、工芸館を、編み組細工産業を育てていくための支援を行うインキュベーション施設として、いっそう活用していくことが必要ではないか。

インキュベーションとは、英語で「孵化（ふか）させる」という意味であり、インキュベーション施設とは、まだ“卵”の状態にある創業期の新しい事業を、支援し育てていく施設・機関を指す。インキュベーション施設では、事業を志す人を作り出し、起業を支援しながら、事業を行う場所を提供したり、研修を行い人材を育成することができるほか、産地内で事業者を支援するマネジメント人材を育成し、事業主体が独り立ちできるように、世に送り出す支援活動を行うものである。工芸館はもちろんこれまでも工人の育成や支援を様々な視点から行ってきたのであるが、今後はこのよ

うな役割を果たすものとして、工人に工芸館を活用してもらうといった側面的支援を充実させていくことが重要である。

具体的には、異業種交流を積極的に促進するよう、桐関連事業との連携を図っていくことや、工人としてもものを売っていく姿勢を身に付け、プロの工芸家として自立していくための工人の意識醸成を図るプログラムを実施するとともに、起業する人材を支援するための経営研修や、新製品開発のためのデザイン研修、型づくりの支援なども視野に入れていく。これまでの品質管理や人材拡大の取り組みに加えて、これらの機能を充実させていくことが、自立した工人育成に必要であり、将来的に事業家、プロ工人の輩出や職人企業的なものを作ることも視野にいれた取り組みといえる。

このように、様々な交流を通じて産地内で刺激しあい、生活工芸館をはじめとした施設をより有効に活用していくことが、活力を持った産地として確立していくためには必要不可欠である。そこから、技術交流や継承に加え、産地内の結束を高めることや、産地内の多様な人材の発掘を可能にし、そこからものづくりに対する創意工夫を持った人材が生まれてくる。

(2) 工人の多様化と自立した人材の育成

○多様な工人層の形成

○将来的には、自立した工人としての職人企業家（プロ工人）を育成

○きっかけとして、工人としてのこだわり・個性を表現する型づくり（特色を持った屋号「荷判（にばん）」の導入）

これからは、お互いが刺激しあいながら、よりよいものを作ろうとする風土を産地の中に形成していかななくてはならない。そのためには、ものづくりに対する創意工夫を持ち、最終的にはプロの工芸家や事業化に挑戦する意欲的な人材といった、向上心を持って編み組細工に取り組む人材を育成し、産地の中に多様な工人の層を作っていくことが重要である。

また、後に述べるように、今後産地として商品の規格化をはかり、商品構成の多様化を進めて、様々な購買層のニーズに対応していくといった面においても、作り手側の体制を整えていく必要があり、意欲を持って多様な製品を作っていく人材の育成が必要とされている。これに加えて、今後、市町村合併を踏まえ、役場主導で今までのように活動していけなくなる事態を想定したとしても、行政主導のこれまでの活動に加えるものとして、様々な工人の中から、産地を担う、自立した工人を育成していくことは必要であろう。

このように、職人企業家も視野に入れた意欲的な人材を育成しながら、多様な工人層に支えられた産地体制としていくことが、産業の持つ活力を取り込み、三島町を活力ある産地にしていくためには必要不可欠である。

○ 多様な工人層の形成

三島町では多くの工人が活動しているが、その中でも熟練者から職場をリタイアした後はじめたばかりの人まで、多くの工人がいる。これからは、そのような工人を基盤として、ものづくりを楽しみつつ技術をみがくことを考慮しながらも、技術に応じた段階的な訓練ができるようなシステムを作り、多様な工人層を作っていく必要がある。

多様な工人層を作るには様々なアプローチがあるが、その1つとして、品質管理体

制を整備し、品質に応じた価格を設定していくことにより、そのような層が自然と分かれてくることが挙げられる。

そのためには、技術に応じて、製品価格が上がっていくよう、価格設定を行っていくことが重要である。品質が最上級ランクのものだけを売り出すのではなく、初級クラスの製品でも、きちんとその旨を説明した上で市場にのせることが、商品の多様化に繋がっていくのではないか。このように、産地内に、技術に応じて名人クラスから初心者まで、様々な層の工人が存在し、価格設定に幅を持たせていくことで、商品層も拡大し、購入する側の選択肢も増えて買いやすくなるのではないか。

また、技術レベルだけではなく、若者や高齢者、他の世代といったように、多くの年齢層といった意味でも、多様な工人層が出来ていくことが重要である。前述のように、交流等を通してものづくりに創意工夫を取り入れる活動を行い、その魅力を世代を超えた様々な人たちに伝えることで、より多くの人たちがものづくりに参加できる風土を形成していかななくてはならない。

○ 将来的には、自立した工人としての職人企業家（プロ工人）を育成

現在、産地の中には卓越した技能を持った工人が数人おり、三島におけるものづくりの中心として活躍している。今後、産地が長期的に発展するため、多様な工人層を産地の中に形成していかななくてはならないが、そのためには、このようにプロとして自立できる可能性を持ち、独自の製品を作り出すような、意欲的な工人人材を育成していくことが重要である。

これらの工人は、様々な工人層を作っていく中で、産地内の他の工人にとっての目標となり、自分たちもよりよいものを作っていこうという意欲を持って編み組細工に取り組む気運が出来てくるきっかけを与える存在となるのではないか。

現在の生活工芸館1つに対して多くの工人がいるといった産地体制の中で行われている取り組みにおいては、短期間で技術的には上達するが、創意が生まれにくくなっている。今後、よりよいものづくりを目指す人材を育成していくためには、これらの体制に加えて、産地の頂点にいるいわば名人的なプロ工人と、階層の初期段階にいる、はじめたばかりの工人が一緒になり、名人の型の製品を作っていきながら、徐々に技術を学んでいく過程で、職人企業的な風土を持ち込んでいくという、いわば内弟子制度的な手法が考えられる。これにより、若者など、多様な世代がものづくりに参画す

るインセンティブが生まれると考えられる。

具体的には、名人級の、プロの工人の工房において、初心者の方がまず簡単な技術で作れる製品に取り組み、段階を経ながら難しい製品に取り組むことで徐々に技術を上げていくといったように、最終的には伝統的工芸品を作れるまでの技術を習得し、名人までのぼりつめることがイメージされる。このようにして、だんだんものづくりを覚えていく制度を作ることで、新たに始める人がより取り組みやすい環境が整えられると同時に、多様な層の工人を産地内に作り出すことで、産地としての多様性が生まれてくる。

このような方向性については、東北経済産業局のアクションプログラムに、「人財」として、起業家精神を備えたパイオニア的人材を育成していく方向性が打ち出されていることもあり、補助事業を使っていくことも考慮に入れることができるのではないかな。

さて、多様な人材が産地内に増えていくことが求められている中で、伝統的工芸品産地指定を受けたこともあり、三島町が町外で有名になるにつれ、IターンやUターンが増える可能性がある。今の体制のままでは、定収入を得られる職場や補助金など、産地にそのような人材をものづくりだけで受け止める制度的保証はない。また、技術だけ学びたいというのではなく、地域に根付いた人でなければならないため、厳しい選定も必要となる。今後は、これらの人材について、どのように活用したらよいか、考えなくてはならないのではないかな。

実際に産地内では、岐阜県で木工を学び、三島町に戻ってきて木工に取り組んでいる人材や、産地にやってきて定住し、三島の桐を使い、ギターを作成するなど、様々なものづくりに取り組んでいる人がいる。これらの人材を良い例として、今後は、工人人材の確保や多様化といった意味から考えても、IターンやUターンの人材活用について、検討する必要がある。

○ きっかけとして、工人としてのこだわり・個性を表現する型づくり（特色を持った屋号「荷判（にばん）」の導入）

品質管理のための規格とは別に、長くものづくりに携わっている工人は、それぞれの型と呼ばれるべきものを持っている。これからは、作り手の個性を示すものとして、工人ごとに、〇〇型といった自らの型のようなものを作っていくことが必要なのでは

ないか。現在でも、工夫して様々な型を作っている工人がいるので、このような動きを参考にしながら、工芸館で学んだ型から発展させていく工夫をしていってほしい。

このように、個性的な自分の型を持つていくことは、工芸家として目指すところでもあり、これから推奨していくべきであるが、例えば、名人と言われる工人を目指す人や、自分なりの製品に加えて名人の型を作りたい人たちに対しては、上に述べたような内弟子的な存在として名人の指導を受けながら、〇〇型を学び、そこで作ったものについても流通させていくことが考えられる。これは、現在は名人と呼ばれる工人が作成している製品に需要が偏る傾向があるため、規格化に加えて、このように型を学び作っていくことで、ニーズが高い商品の需要に応えていくことになるためである。

さて、個人の型を作っていく上で、そのオリジナリティを示すものとして、にばん（荷判）の導入を提案したい。にばんとは、三島町のほとんどの家が持っている、その家独自の屋号や家紋のようなものである。以下に提示されている写真のように、蔵や店頭などに描かれており、その家のものだとすぐにわかるようになっている。このにばんを商品に編み込んだり、焼印を製作した編み組細工に施したりするというアイデアを実践していってほしい。

この取り組みにより、製作者である工人のこだわりや製品に対する責任を、消費者に対してわかりやすく示すことができる。また、「この製品はこの人が作った」ということをアピールできるため、個々の作品が特徴を持ったものとなり、使い手と顔の見える付き合いができるという点でも、非常に良いものとなるのではないか。



にばん（荷判）の例

(3) 商品の対応力の向上

- 伝統的工芸品を核とした商品の多様化
- 供給力の向上
- 製品の規格化と新製品開発
- 品質管理体制及び品質評価基準の整備（透明性及び価格との妥当性）

これまで編み組細工は、生活工芸館が技術習得やデザイン面でバックアップを行いつつ、工人が自由に製作する環境にあった。このため、商品の品揃えが少ない、品質評価を行っていく上での有効な規格がない、品質と価格の関連情報がわかりにくいなど、訪れる多様なユーザーのニーズに対応しきれていないところがあったのではないかと。今後、伝統的工芸品産地指定を受けて、編み組細工を観光産業資源としての魅力を備えたものとして活用していくためには、個性ある製品を作りながらも、種類や価格のバリエーションの少なさといった課題に対して、製品にある程度の規格を持たせることや、工人がこだわりを追求した特色ある型を考案していくこと、またしっかりと品質管理体制を整備して、品質と価格の妥当性を示していきながら、商品の多様化を図っていくことで、様々な購買層に対して、商品としての対応力を高めていくことが必要である。

具体的には、数、つまり供給力の向上については、生産効率をあげる仕組みを検討することが必要となる。また、種類については、上に述べたような製品の規格化を図ることや新製品開発が、価格については、品質基準や価格を設定しながら、品質管理体制を構築し、品質を価格に反映させていくことがそれぞれ必要となる。

○ 伝統的工芸品を核とした商品の多様化

現在は、価格や種類についてバリエーションが少ないため、特定の購買層にしかアピールできていない状況にある。伝統的工芸品を核としながら、産地からの品質保証として提示する地域証紙等もあわせて活用していくことで、商品のバリエーションを増やし、多様化を図っていかなくてはならない。

産地としては、「伝統的工芸品」のほか、「三島推奨品」、「その他（三島手作り品）」という分け方を想定しており、今後はその他の部分に、普及品やアマチュア的なもの

も含めていくことが必要となる。その際、伝統的工芸品だけにこだわって商品構成を硬直化させるのではなく、ヒロロと山ブドウを融合させるなど、創意工夫にあふれた製品を作り出し、伝統証紙を超える地域証紙製品がでてくるくらいの意気込みで取り組んでいくことが必要である。

伝統的工芸品は産地内製品の核として存在するが、それ以外の製品があつてこそ、産地としての魅力が形成されていくのであり、その他の製品は、伝統的工芸品を支える裾野としても重要な位置づけである。今後、新たな顧客を開拓していくためにも、このような伝統的工芸品以外のバリエーションは必要であり、指定を受けたからといって伝統的工芸品のみに着目するのではなく、地域証紙を活用しながら、伝統的工芸品の周辺にあたるような製品を幅広く品揃えしていかななくてはならない。

また、製品の種類にバリエーションを持たせていきながら、同時に価格設定の多様化を図っていく必要がある。これについては、産地内に多様な層の工人がいることを活かしながら、技術段階に応じた製品の価格設定を行っていく等の方法が考えられる。例えば、品質的に少し低いものについては、その理由を明記して価格を下げるなどして低価格に設定するなど、ユーザーに対して明確に情報を伝えながら選択してもらえようような低価格品を開発するといったことも考えられる。このためにも、後に述べるような、品質管理体制の整備が重要となる。

このように、多様な価格帯で、多様な品物があつてはじめて様々な購買層に対応することができるのであり、伝統証紙とともに、地域証紙を活用した伝統的工芸品以外の製品や、品質に応じた価格のバリエーションを整備しながら、多様な製品を産地として提供していくことが必要である。

○ 供給力の向上

供給力の向上については、編み組細工の生産方法を検討し、生産効率を上げていくような供給システムを検討していくことが必要である。

ただ、生産方法について留意しなくてはならないのは、現在は工人が手作りで1つの製品の作成に携わるという一貫体制を取っていることが編み組細工の大きな特徴であるため、数を確保したり、作るスピードをあげるのは難しいという点である。

このような一貫体制は三島町のこだわりであり、ものづくりの重要な前提となっている。1つのものを1人が手作りすることで、作り上げた製品に対する誇りが生まれ、

責任を明確にすることができるため、分業を行うことは視野に入れていない。作っている人に責任を持たせ、顔が見えるものづくりをしていかないと、現在のブームともいえる需要過多な状況が過ぎた場合、産地として困難に陥る可能性があるためである。またアフターサービス時のメンテナンスも、一貫体制を行うことで可能となる。アフターサービスは、三島の特色として重きを置きたいと産地でも考えており、他産地のものも修理していく方向で検討している。

そのような前提を踏まえて、合理性を検討していくとすれば、山から採取してきた材料をなめすなど、高齢者にとっても大変な、力が必要な工程において工具を導入するなどの方法により、生産効率をあげていくことが1つの方法として提案できる。

現在でも、機械を使用するのではなく、自ら生み出した工具を使うことによって、工夫したり、作業を行いやすくしている工人もいる。量産化という意味で生産効率を上げるのではなく、こういった工夫をしていこうとする姿勢を大事にし、一貫体制の工程の中でも、工具等を使いながら、現在運動の担い手の中心となっている高齢者がものづくりをしていく上で物理的に大変なところを補っていくことが必要である。

また、供給力を上げていくもう1つの仕組みとして、先に述べたような、工人の中でも熟練者が内弟子をとり、彼らが熟練者の型を学びながら製品を作っていくといった、内弟子制度を検討していくことも考えられる。材料採りにはじまり、次に皮をなめす作業を覚える、といったように、弟子として工程を学び、徐々に工程分業を行いながら、キャリアを積んでいくという仕組みである。これによって、これまで一貫体制で1人で作っていたものを、内弟子と一緒に作っていくことになるため、若干の生産量はあがり、需要の多い型についても、供給していけるのではないかと。また、内弟子が型を学んで、人気のある型を製作していくことも、供給力のアップに繋がっていく仕組みであるといえる。

○ 製品の規格化と新製品開発

製品の種類を多様化させていく取り組みとしては、製品の規格化と、新製品開発を行っていくことが必要である。

この場合の規格とは、個性ある製品に対して押し付けるものではなく、幅や大きさなどを設定し、どの程度の大きさのものがどれくらいの価格であるかの目安を考える基準となるものである。製品の規格を設定し、基準を作っていくことは、種類の多様

化を図るためだけではなく、価格設定や品質検査を行っていく上でも有効な方法である。製品を規格化して、同じ大きさや形の製品でも作る人の技術段階による違いを明確にすれば、購入者にとっても、製品の比較がしやすくなり、価格の差も理解できるのではないか。よって今後は、伝統的工芸品産地指定を受けて品質管理体制を整備していくことも視野に入れ、製品の形や容量などの基準を勘案しながら、編み組細工の規格化を進めていく必要がある。

また、他の素材や生活工芸品と融合させながら、新製品開発に取り組んでいくことも、産地内に多様な商品を作り出していくひとつの方法である。編み組細工はマタタビ、ヒロロ、山ブドウといったように、多様な素材を使って作られているということや、桐を始めとした木工品の製作も町内で行われているといったことを活かし、例えばマタタビの建具材への利用、ヒロロと山ブドウを融合した製品を作成することなどが考えられる。

これらの製品については、伝統証紙を貼ることはできない。しかし、様々な製品があつてこそ魅力ある産地となるのであり、素材の融合など、創意工夫を施した製品を作っていくことで、編み組細工全体としてのバリエーションを増やしていくことができると同時に、よりよいものづくりを目指していく風土が生まれてくる。また、若者など多様な世代の関心を集めることにも繋がっていくであろう。

ここで、一例として、生活工芸館が現在取り組んでいる、新製品開発の動きを取り上げたい。これは、2004年の2月に、初めて町外で行った東京での展示会に際して、製品を作る際に生じた山ブドウやマタタビの屑を使い、ネックレスやイヤリング等のアクセサリ類など小物の試作を行い販売したものである。これらの商品は、評判が良く、すぐに売り切れる結果となった。

このような新しい取り組みは、若い人たちが取り組むきっかけやアイディア・感性を働かせる場としてもよいだけではなく、なかなか高価なものを買えない観光客にとっては、低額のものも含めて品揃えが多様化することで、編み組細工に触れる入り口として購入しやすくなり、購買層の拡大に繋がるのではないだろうか。同時に、自然からの恵みである素材を無駄なく有効に使うという意味で考えても、良い方向である。

また、この取り組みに見られるように、生活工芸館がデザインや商品案の提案を行っていくことは、商品の多様化や購買層の拡大だけでなく、工人に対する側面的支援の役割を果たし、工人の自立のきっかけ作りにも繋がっていくと考えられる。

○ 品質検査体制および品質評価基準の整備（透明性および価格との妥当性）

三島町では、生活工芸館が、技術や耐久性を主眼とした品質チェックに取り組んできた。今後、製品の多様化を図っていくためには、より一層明確な品質検査体制および品質評価基準を整備し、価格決定手続きに透明性を持たせるとともに、編み組細工の価格の妥当性を製品情報として示していく必要がある。

また、品質検査体制の整備は、産地が目指す産直体制の維持にとっても重要である。商品として編み組細工を売っていくための基盤を作る大事な軸として品質管理があることを、工人も含めた産地全体で認識していかななくてはならない。

これまで、実際に消費者が編み組細工を買う際に、何を基準として製品を比較すればよいかわからなかったり、この製品に対してこの値段が果たして妥当であるかどうかといった点は、わかりづらいものとなっていたのではないだろうか。これからは、品質検査を行い、その際にどのような基準で評価しているかを明らかにすることにより、品質と価格帯のつながりを透明化し、品物が見極めやすいような情報提供をしていかななくてはならない。従来の検査基準を下回るものでも、なぜ低価格なのか、情報をはっきりと明示した上で低価格に設定し、多様な商品層を作っていくことが必要である。このように、低価格品も含めて、低価格から高価格まで幅広く製品を提供していくことは、様々な購買層に対応できるため、産地の対応力をあげていくことにも繋がる。また、このときに、規格化を行っていることが、価格の客観性を担保することとなる。

具体的な仕組みとしては、外部の専門家や、これまで三島町のサポーターとして生活工芸運動と一緒に取り組んできた町外の第三者にも参加してもらい、透明性を高めながら、規格や品質評価基準を決定していくことが必要である。これまでは、2004年3月に、生活工芸館の職員を事務局とし、外部の委員も含めた、品質管理委員会を開催している。このような品質管理委員会を今後も定期的 to開催し、明確な検査基準を設定しながら、それをもとに製品の価格を決定していくシステムを構築することで、品質と価格設定の妥当性を示していかなければならない。その際、委員会の人事構成や基準については、硬直的にならないよう留意すべきである。

今後は、これらの情報が、地域証紙にどのように反映されていくのか、地域証紙にどの程度情報を入れていくのかといったことも、決定していかななくてはならないだろう。作り手と使い手との交流を進めていく産地にとっては、顔の見える品質表示を工

夫して行っていくことが必要である。

(4) 町全体としての取り組み

- 地域の特徴がわかる産業観光マップの改定、地域でのサイン計画の導入
- 地産地消の更なる取り組み（町内での使用促進、町外での使用によるアピール、多様な主体が関わる仕組みづくり）
- 工房での販売活動の促進

これまで、三島町では、工人の育成、技術力強化やイベントの開催、製造販売体制の整備や原材料の確保など、様々な分野でノウハウを蓄積しながら、多くの工人を輩出し、産地の拡大を図ってきた。今後は、伝統的工芸品産地指定を受けたことを活かし、三島町が町全体として編み組細工に取り組んでいるということを、産地としてよりアピールしていかななくてはならない。活動を広げていく中で、編み組細工に関わる人も増え、町全体の意識も向上していくのではないだろうか。以下は、これから町全体として推進していくべき取り組みについて、検討する。

○ 地域の特徴がわかる産業観光マップの改定、地域でのサイン計画の導入

三島町内では、桐の里みしま工人郷が形成されているほか、てわっさの里として、町内の宮下地区が町の中心部の商店や民家を工房として活用しはじめるなどの動きもある。現在は、このような取り組みを受けて、工人郷マップといった地図がすでに行われているが、町内の看板等と連携していないため掲載してある場所がわかりにくく、また地図情報が中心のため、実際にそこで何を行っているのかわかりづらいといった課題があり、工人の顔が見えにくいマップとなってしまう。

町内の様々な主体が連携して、三島町を訪れてくれる機会を積極的に作っていきこうとしている今、産業観光資源として編み組細工を活用していくためには、訪れる人にわかりやすい情報を伝えていくことが重要であり、まず、地域の特徴や作り手の顔が見えるような、わかりやすい産業観光マップを作成することが必要である。具体的には、場所の情報に加えて、ものづくりの種類、体験・実演も含めて、そこで何を行っているかといった説明や、工人の特徴、また町内のその地域の特徴などを盛り込むとよいと思われる。

またこのような産業観光マップの作成と併行して、町内に、ここがマップに示され

ている工房であるという目印や、工人郷に行く方向を看板に示すなど、町の中にわかりやすいサインを作り、訪れた人が工房めぐり等をしやすいように工夫していくとよいのではないか。その際は、生活工芸館が改めて情報を発信する場所として、マップを置いたり、案内所の役割を果たすことになる。

そのようなサービスとあわせて、観光客に対し、編み組細工の体験使用として実際に少しの間使ってもらうことも、1つの情報提供となるのではないか。

このように、わかりやすい産業観光マップの形で情報を提供し、町の中にサインを作っていくことにより、産地内の工房をめぐって歩くといった楽しみ方が格段に行いやすくなる。訪れた人が楽しみながら編み組細工に関わることができれば、産地の大きな魅力となっていくだろう。

これらの取り組みに対しては、伝産協会において、産地が一般の人々に職人の伝統的な技術・技法を披露し産地のPRに努めることを目的として、「伝統的工芸品ふるさと体験・交流事業」という補助事業を実施していることを指摘しておきたい。観光マップの改定や町中のサイン作成は、産地のPRに繋がることから、三島町においてもこの制度を活用していくことが必要である。

○ 地産地消の更なる取り組み（町内での使用促進、町外での使用によるアピール、多様な主体が関わる仕組みづくり）

これまでは、役場・旅館、各家庭等地域内でなかなか使われていないなど、三島町が編み組細工の町であるというアピールポイントが少ない状況にあった。今後、運動の輪を広げ、町として編み組細工をアピールしていくためには、地元で編み組細工を使うことや、地元の多様な主体が取り組める運動へと発展させていかなくてはならない。これからは、産地が以前から努力してきた、地産地消の取り組みをさらに勧めていくことが必要である。

そのためには、各商店や旅館等での使用を推奨することや、行政や商工会などでは、町として外に出る場合に職員に持たせるなどの取り組みが考えられる。また、役所を含めて、町の要所要所に編み組細工を飾るなど、様々な方法で使っているところを見せていくこともよいのではないか。その際には、生活に根ざしたものとしてのアピール方法を検討していく必要がある。

このように、地元で日常的に使ってこそ、使い心地の感想や、訪れた人の商品に対

する要望が集めやすくなる。今後は、地元向きの商品の品揃えも、考えていく余地がある。

また、実際に使っていく取り組みに加えて、多様な主体が生活工芸運動や工芸館の姿勢・方針を知るため、工芸館や工人との意見交換を行う場を設定することも、様々な主体が地産地消を勧めていく上で重要な方法である。

○ 工房での販売活動の促進

これまで工人は、ものづくりを行いながら、少しずつ販売にも取り組んできた。しかし、編み組細工は売るためではなく、生活用具として使うためのものであったこと、またものを売ること慣れていない工人の素朴さゆえに、なかなか工房での販売が増加していないのが現状である。しかし、販売する工房を増やしていくことは、三島町が編み組細工の町であるという対外的なアピールに繋がっていく取り組みとなるため、今後は、お客様への対応やもてなしも含めて、工人の意識を変えていきながら、ものを売ることできる人づくりや工房の整備をしていくことが重要である。

売り方を知っていくというのは、売ることがものづくりの楽しさや感動を伝えることである、と考えればわかりやすい。直接使い手と交流していくことで、使い手のニーズがわかり、製品開発に役立つだけでなく、編み組細工が持っているもともとの意味、つまり山村からの生活提案であることを、工人が直接使い手に伝えることができるのである。使い手にその意味をわかってもらうことが、ひいては、工人にとっても自分の作るものの価値がわかるようになるなど、様々な意味で、良い機会となる。

具体的な取り組みとしては、工芸館が工人に売り方についてのレクチャーを行ったり、工人紹介の欄を設けた工房マップを作成して工人ひとりひとりが使い手から注目されるようにしたりすることが考えられる。これにより、産地からの期待が工人に伝わるようになれば、工人のやる気や創意工夫も、生まれてきやすいのではないかな。

このように、工房での販売ができるような人づくりをしていくことは、産地を訪れてもらい、編み組細工を購入してもらうという産直体制を続けていく上では、工房での販売を促進することになり、供給力の向上にも繋がっていく。

また同時に、販売する工房が多くなれば、産地内の工房めぐりを楽しみとして訪れる人が増えるのではないだろうか。町内に点在する個々の工房は個性ある専門店として、一方で工芸館が様々な人の製品を扱ういわば編み組細工の百貨店としてお互いに

高めあっていくことができれば、産地全体として魅力がアップすると考えられる。

第5章 具体的な取り組と事例

第5章 具体的な取り組み事例

本章では、これまで述べてきた方向性をもとに、具体的な振興策を実施するにあたって参考となる事例を紹介する。

1. 意欲的にものづくりに取り組む風土の形成

具体的展開策(1)「切磋琢磨しながら意欲的にものづくりに取り組む風土づくり」、(2)「工人の多様化と自立した人材の育成」に関しては、新しいことに意欲的にチャレンジしながら、よりよいものづくりに取り組んでいく風土作りや、自分の個性やこだわりを持ってものづくりに取り組む人材の育成といった観点から、異業種交流・連携や人材育成を積極的に行っている産地の事例を取り上げる。

(1) 異業種交流・連携

事例 1-1 から 1-4 では、産地内・地域間の業種が交流・連携していくことで、お互いに刺激を受け、こだわりや個性を持ったものづくりを意欲的に行いながら、それを外に発信していこうとする姿勢や、使い手と多様な手段で直接交流しながら、新しい販売スタイルを工夫していこうという積極的な姿勢が参考になるであろう。

【事例 1-1 産地連携による『新・越前屋』ブランド作りへの取り組み】

福井県丹南地区は、陶器、漆器、和紙、打刃物の伝統的工芸産業の産地である。バブル崩壊後、様々な複合的要因から、各業種とも産地として閉塞感を抱いている中で、産地として各異業種が交流して、今日性のある生活ブランドを育てたいという意図のもと、トータルコーディネーターとして山田節子氏（東京生活研究所ディレクター）を招き、平成 11 年春から「新・越前屋」をスタートさせた。

産地企業の事業者が背負う危機意識と取り残されることへの不安から、予想を超える 55 社の参加があり、当初は収集がつかぬ事態も予想されたが、初年度は、時代の変化を産地の人々が把握することに念頭においた勉強会を中心に活動を行った。

あわせて、同年 7 月より「現代和」をテーマにした商品開発に着手し、山田氏の指導のもと、商品化としての問題はあるものの、140 アイテムの試作品を完成させた。

平成12年度には東京銀座の百貨店で展示発表会を目標におき、試作品の精度向上と新商品開発を行った。在庫リスクを覚悟して臨んだ展示会においては、製作者自らが売り場に立ち、消費者と顔を合わせて、実際に声を聞くという取り組みを行った。平成13年には福井市の百貨店にアンテナショップを開設して、待望の常設売り場を手に入れた。

これらのことから、当プロジェクトは順調に進んでいるように思われがちであるが、これまで曖昧にしていた部分が露呈してくるなど、様々な問題が内包されているのは事実であるが、その中から、熱心に売り場を演出する人も育ち始め、商品開発に意欲的な目的意識が芽生え始めている。

参考文献：「月刊地域づくり」 2002.9

関連 URL： <http://www.chiiki-dukuri-hyakka.or.jp/book/monthly/0209/html/t05.htm>

【事例1-2 異業種の連携による協働プロジェクト】

越前伝統開発研究会（オープン・ドア研究会）は、福井県内の伝統的技術を有する職人と商人の協働プロジェクトである。鯖江市の支援で、越前漆器協同組合の後継者による「越前漆器デザイン開発研究」として1998年にスタートした。

漆器・和紙・織物・眼鏡など異業種間の融合を図り、共に新しいコミュニケーションの場を築いていくことを目的として活動している。会員は12人の若手職人で、アドバイザーとしてデザイナーが1人参加している。職人と使い手との対話から生まれていくコミュニケーションを大切に、新たなライフスタイルや価値創造を目指し新商品開発に取り組んでおり、展示会でその成果を積極的に外部発信している。

2002年の活動を例にあげると、4つの展示会場を徒歩圏内に設置し、来場客が会場間を徒歩で巡りながら堂を楽しめるような演出を加えた自然と伝統工芸を融合させた展示会の実施や、福井市で活動している他の新商品開発グループ（新しい織物技術と商品を開発している衣目グループ）とのコラボレーションによる「越前伝統工芸と織物の101展」の開催などがある。

関連 URL： <http://www.ttn.ne.jp/~washiya/opendoor/>

【事例1-3 「使い手主義」の異業種交流グループ】

「パルティレー新しいもの作りの会」は東京都墨田区の様々な伝統的工芸品生

産者が集まった異業種交流グループである。このグループでは、新商品開発、マーケティング、販路開拓、展示会やホームページを通じた消費者との交流等を行っている。

墨田区では、地域産業振興政策の一環の中で「3M運動」が行われている。3つの“M”とは、「ミュージアム」「マイスター」「モデルショップ」であり、それぞれの活動内容は「小さな博物館づくり」「優良な技術を有する技術者の認定・評価、公開、普及活動」「職人自らの作業場で生産物の販売を行う店舗づくり」である。

この3M運動で「マイスター」に認定された伝統的工芸品職人同士の異業種交流会が、このグループのスタートであった。グループの最初の活動は大手広告代理店スタッフを迎えてのマーケティング勉強会であった。この勉強会を通じ、使い手のニーズに応えた商品づくりの必要性が相互に認識されるようになった。

このグループの活動の特筆すべき点として、まずひとつに伝統技術産業同士の異業種交流という点である。コンピューター技術や現代的デザインとの融合はよく見られるが、伝統技術同士の融合がテーマなのである。また、徹底的な消費者へのマーケティング姿勢である。展示会や販売の際に「なぜその商品を買ったのか」など詳細なアンケートを取ったり、地元の主婦に商品モニターになってもらって改善策を共に模索したりしている。インターネットでの消費者との交流も深めている。

「われわれは作家ではなく職人」という位置付けから出発しているこの活動は、作り手発想のものづくりではなく使い手発想のものづくりであり、伝統的工芸品市場における新たな顧客層の開拓や他の工芸品との差別化を図り、また問屋依存の構造的な課題をも解決しようとしている。



関連 URL : <http://www.tukuru.gr.jp/>

参考文献：児山俊行「伝統工芸産業の異業種交流に関する一考察－東京・墨田区の「新しいもの作りの会」の事例より－」広島経済大学経済研究論集 第24巻第3号（2001.12）

【事例 1-4 企業連携による異業種交流～テクノ WING 大田～】

テクノ WING 大田は、大田区における基本的技術産業の維持と発展、産業集積の活性化をめざし、産業と生活が共存する街づくりを進める「住工調和環境整備事業」の一環として大田区が建設した工場アパートである。昔の町工場群を彷彿とさせる雰囲気の中で、管理組合と入居企業が様々な形で協力しながら、異業種交流会を満足させるなど、技術と設備の共有を図っており、交流サロンの役割を果たすものとなっている。

様々な業種の企業が入居しているため、企業間の連携により、共同受注、共同開発を行いながら多様な製品を作っているほか、外部からの依頼案件に対して協力企業を数社コーディネートの上、ユーザーに紹介し引継ぎを行うなどの管理組合によるコーディネート事業も行っている。近年は、テクノ WING 内のプラスチック成形企業や切削加工企業と大学が連携して福祉器具を作るなどの新商品開発も行われ、話題となっている。

関連 URL : <http://www.techno-wing.net/index.html>

(2) 人材育成事業

次の事例は、産地内の人材に対し、起業家を視野に入れた経営ノウハウを教えながら、新しい形の人材を育てようとするユニークな試みである。ものづくりの担い手としての研修だけではなく、事業家的な人材やマネジメント人材も含めた対象設定は、自立した人材を作っていく上で重要な視点であるといえよう。

【事例 1-5 経営者育成教育 ～高岡銅器～】

伝統工芸高岡銅器振興協同組合では、補助事業予算（後継者育成事業）を活用し、経営ノウハウを持った人材を育成すべく研修を実施している。その内容は高岡市のデザイン・工芸センターの協力を得て、伝統的工芸品産業である銅器にかかわる従業員を対象に、総合的な技術習得やデザイン等の表現力の向上、さらにはマーケティングの知識や企画から商品に至るまでの生産活動をプロデュースできる能力を持つ人材育成となっている。特筆すべき点は3年間の研修期間のうち、最後の1年をマーケティング・商品開発に当てている点であり、単なる経営ノウハウの取得に限定せず、本研修で企画された内容は事業化を目指している点にある。実際に事業化を目的にすることで、より実地的な教育を実施することを目的にしている。なお、

募集人員は10名で全組合員を対象にしており、やる気のある人材の発掘も目指している。

- ・実施主体：伝統工芸高岡銅器振興協同組合
- ・地方公共団体：高岡市
- ・実施期間：平成13年10月～平成16年3月（3年次継続）
 - 1年次：総合的技術の習得
 - 2年次：企画・デザイン
 - 3年次：マーケティング・商品開発

2. 商品としての対応力を高める

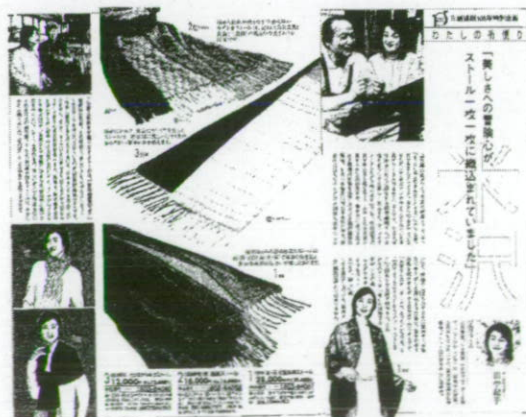
展開策(3)「商品の対応力の向上」に関しては、意欲ある企業が産地内で自立しながら連携し、新商品開発を行っている例を紹介する。ものづくりへのこだわりを価格に反映することや、職人を作り手として出していく売り方は、今後三島のこだわりを伝えながら編組品をどのようにして商品として売り出していくかを考える際、参考になる視点であろう。

【事例2 企業連携による新製品開発と販路開拓ークレッシェンド・ヨネザワ】

山形県米沢市の企業グループ「クレッシェンド・ヨネザワ」は、米沢の伝統産業である繊維産業において、メーカー3社とプロデューサー兼コーディネーターを務める卸業者1社の計4社で形成されたグループである。産地組合から独立した事業展開を行っており、グループ内の規約や部課金などは一切なく、お互いの信頼関係のもとに成り立っているグループである。

外国製品の流入で苦境に立たされている繊維業界であるが、当グループでは、米沢の織職人の高度なシルク技術を生かした、高品質のストールや服地づくりを行っている。メーカー3社はそれぞれの感性、こだわり、強みにもとづき商品開発を行い、それに対して、コーディネーターを務める卸業者が小売・消費者のニーズを的確にフィードバックさせ、グループとして積極的な商品開発を行い、売れる商品を市場に提供するように努力している。

卸業者は、商品のPRにあたって、より多くの人に米沢のシルクとその技術の高さを知ってもらうために、メーカー(職人)を前面に出した戦略をとっている。これにより、作り手の「人となり」を消費者に分かってもらい、商品への親近感



を抱いてもらえるようにしている。

出展：三越カタログ 2003 秋冬号

このような「米沢の素晴らしいシルク技術を、より多くの人に知ってもらいたい」という夢を持った取り組みは、10年以上前から続けられて、現在では、国内各種イ

ベントで高い評価を受け、大手百貨店の通信販売の商品として扱われるまでに成長している。また、ニューヨークやパリなど海外イベントにおいても非常に高い評価を得ている。「グループとして抱える問題はいろいろある」とのことだが、卸業者を中心としたチームワークで、それを解決できるだけの活力を持ったグループである。

「クレッシェンド・ヨネザワ」は、合理化や効率化を追求するのではなく、優れた職人技術にこだわったものづくりを行い、「いかにいいモノを作ってふさわしい価格で売り、それを買ってもらえるようPRするか」を追求して、成果を上げている格好のモデルと言えるであろう。

参考：栗野商事（株）＜クレッシェンド・ヨネザワ＞栗野明子氏ヒアリングより

関連 URL：<http://www.rakuten.co.jp/awano/index.html>

3. 地域づくりへの活用

今後、編組品を産業観光として活用し、地域活性化の核としていくためには、地域づくりへの活用方法を検討していかなくてはならない。よって、(4)「町全体としての取り組み」に関しては、まちづくりとどう連携しているかといった視点や、市民など、多くの主体が関連している事例を取り上げる。また、産業観光マップの作成や、地域でのわかりやすい表示例などを、訪れる人にアピールするための方策として紹介する。

【事例 3-1 ものづくりとまちづくりの融合 鯖江ファッションタウン計画】

「鯖江ファッションタウン計画」は、市民・企業からなる鯖江ファッションタウン推進協議会が、眼鏡・繊維・漆器などの産業に代表されるものづくりの盛んな鯖江市において、「産業が元気で生活文化の豊かな活力のあるまちにしていこう」という目標を掲げ、「ものづくり」・「まちづくり」・「くらしづくり」の3つの視点から、市民や企業が行政と連携して様々な計画を推進している取り組みである。具体的事業として167の実施事業が提案されており、ユニバーサルデザインから名産品の創作まで、様々なテーマで鯖江のまちを元気にしていこうとする市民(企業市民)運動として注目されている。

具体的には、「ものづくり」については、地域ブランドの育成支援を行っているほか、工房ショップ整備支援制度を創設し、工房での販売を推進することで、より工房めぐりを楽しむための取り組みを進めている。また、ものづくりの担い手として若者にUターンを進める活動なども展開している。「まちづくり」については、「産業観光のまちづくり」としてものづくり体験を促進しているほか、各産業をネットワーク化しマップとして整備する取り組みや、「美しく個性的な産業風景のまちづくり」として、産業を行っている町の景観を整備していく取り組みを行っている。同時に、このような対外的な発信に加えて、「くらしづくり」として市民の日常生活に入り込む運動を行っており、「お椀でごはんを食べる会」設立や「めがねの日」制定、市内に向けての産業観光ツアー開催、地区行事での地域産業の紹介コーナー設置など、より多くの人に鯖江市の産業を知ってもらう取り組みを始めている。

関連 URL : <http://www.fashiontown.gr.jp/index.htm>

■ファッションタウンってな〜に？■

目標・概念 ものづくり まちづくり 暮らしづくり

ものづくり

「ものづくり」
「まちづくり」
「暮らしづくり」
も連携させながら、
産業が元気で生活文化の豊かな
住みよい街を作ろうとする計画です。
計画の実現には、
企業や市民の皆さんと、行政が
一丸となる必要があります。

まちづくり

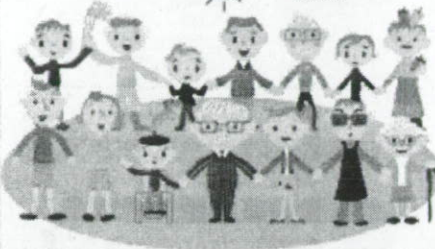
5つのカギ
安全・安心・健康
環境・美観・リサイクル
人材育成
地域の能力向上
世界視野

暮らしづくり

ファッションタウン計画は、眼鏡・繊維・漆器などの産業に代表される、ものづくりの盛んな鯖江を、産業が元気で生活文化の豊かな活力のあるまちにしていこうとする計画です。

骨格は、「ものづくり」・「まちづくり」・「暮らしづくり」の3方向から考えられており、市民や企業が行政と連携して計画を推進するものです。具体的事業として167の実施事業が提案されており、すぐに取組めるものから継続性が必要で長期的に取り組まなければならないものまで多様です。

このように、身近なテーマで鯖江のまちを元気にしていこうとする市民(企業市民)運動が、ファッションタウン運動です。この計画を具現化するには、市民の皆様が計画を理解していただき、その運動に積極的に参加していただくことが大変重要となるのです。



【事例 3-2 NPO「京都ものづくり塾」による悉皆プロジェクト提案

～市民からの伝統産業へのアプローチ～

「京都ものづくり塾」は京都の伝統産業、ものづくりに焦点を当て、地域や産業の活性化に向けた活動を行っている団体である。ものづくり職人の技術や仕事を発信したり、消費者、生産者、流通関係者等様々な立場の人たちが対等な立場で語り合える場の提供を行ったり、様々な活動を行っている。当団体では、流通経路の複雑化によって隔てられた生産者と消費者の関係を繋ぎ、多様なニーズを掴み、体験的な要素をも加えることで消費者にもものづくりの楽しさを再発見してもらうためのプロジェクトとして、『21世紀型注文斡旋サービス（悉皆プロジェクト）』を企画している。

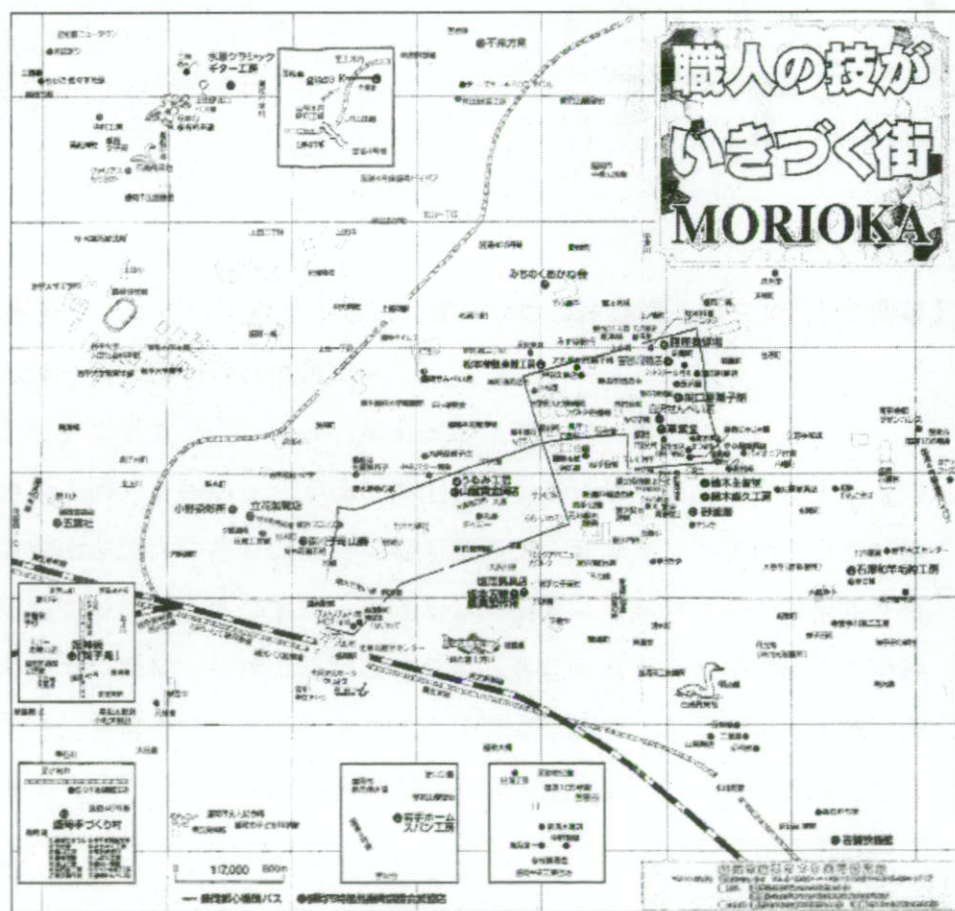
[サービスイメージ]

- ・ インターネットでの広報・受注
- ・ 消費者のニーズを具体化する手段のコンサルティング
- ・ 製造現場の紹介、渉外
- ・ 製造現場への訪問への同行
- ・ 引渡しと決裁
- ・ 製作過程、費用、製品のレポート 等

関連URL : <http://www.jca.apc.org/MONODUKURI/>

【事例 3-3 職人の顔が見えるまち 盛岡産業観光マップ】

盛岡市産業まつり実行委員会は、観光・修学旅行で地域を訪れる人のために、産業観光マップ「職人の技がいきづく街 MORIOKA」を作成している。この産業観光マップの特徴は、この場所にこの店、この工房があるといった位置情報を提供するだけでなく、店や工房の特徴まで顔写真とともにそれぞれのコメントを掲載しており、観光客との顔が見える付き合いができるように工夫されたものである。また、情報としてメールアドレスやホームページ、電話番号だけでなく、休業日や目的別の推奨ポイントなども記載されている。





出典：盛岡市産業まつり実行委員会

【事例 3-4 山形県朝日町「エコミュージアム構想」におけるサインの活用】

山形県朝日町では、「地域に住む人々の生活や伝統に学び、誇りを持って暮らせる地域づくりをしていこう」という目標のもと集まった市民の提案に呼応し、1991（平成3）年に策定された第三次総合開発基本構想に「楽しい生活環境観・エコミュージアムの町」を掲げて、エコミュージアムによるまちづくりに取り組んでいる。



その後、平成5年には、行政と民間共同でシンクタンク「朝日町エコミュージアム研究機構」が設立された。民間がアイデアを提供し、資金面で行政がバックアップする体制は朝日町のまちづくりにおける大きな特徴となっているが、このシンクタンクのアイデアで始められた取り組みの一つが、サイン計画である。これは、産業は赤、教育文化は青といったように、地元住民や観光客にも分かりやすいように町内の案内標識を統一するものであり、同時に進められている、町の山や川、森や果樹園、加工工場等の町の資源を「サテライト」として設置する取り組みと連動して、訪れた人が町内のサテライト巡りを楽しめるように工夫されている。

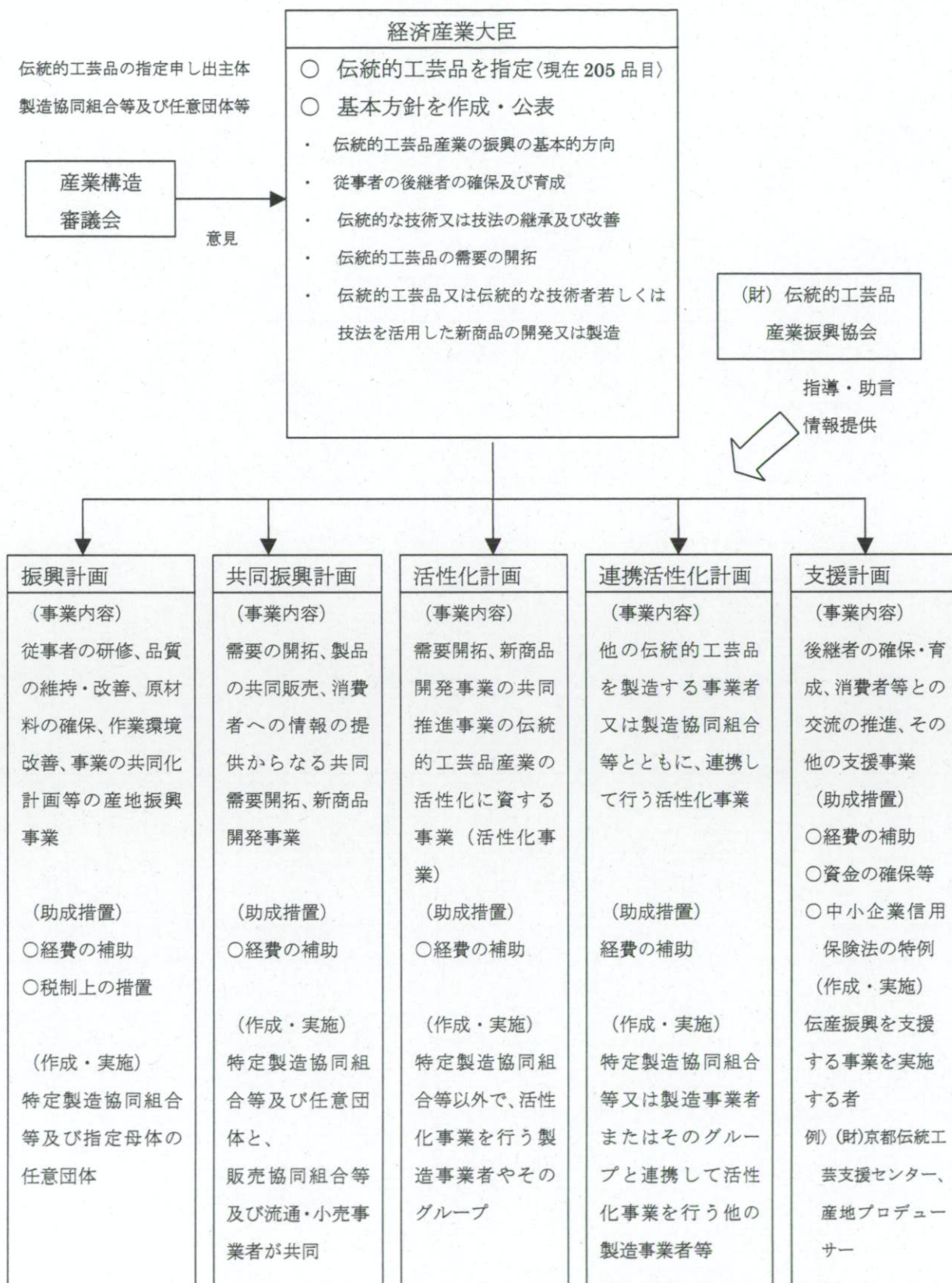
参考：いわて地域づくり情報誌ORYZA 56号（H13.9.25）

（地域資源を活かす——山形県朝日町「エコミュージアム」の町を訪ねて）

関連 URL：<http://www.iwate21.net/oryza/oryza56/asahimachi.htm>

資 料

伝統的工芸品産業の振興に関する支援策



産地プロデューサー事業・産地活性化事業取り組み事例

I. 産地プロデューサー事業

1. 工芸品名	美濃和紙
地方公共団体	岐阜県
テーマ	美濃和紙振興支援計画
プロデューサー名・役職等	(株)木舎 代表取締役 佐藤 眞富
①事業概要	新商品・手すきの壁紙を開発。 開発した新商品をPRする展示会を開催。
②ビジョン	新商品を開発することにより、若手後継者の技術向上が図られる。また新たな商品を開発し、展示会でPRすることにより、新たな需要を開拓することができる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：6,000	うち国庫補助金：2,000 県の補助金：2,000 自己資金：2,000

2. 工芸品名	西陣織、京鹿の子絞、京漆器、京仏壇、京仏具、京指物、京友禅、京小紋、京繻、京くみひも、京焼・清水焼、京扇子、京うちわ、京黒紋付染、京石工芸品、京人形、京表具
地方公共団体	京都府
テーマ	京の伝統的工芸品海外販路開拓事業
プロデューサー名・役職等	(財)京都伝統工芸産業支援センター
①事業概要	15年秋を目標に、欧州で開催される国際見本市に、伝統的工芸品を出展し、新たな海外での販路を開拓。
②ビジョン	当面2～3年間のモデルケースとして、毎年9月にイタリアで開催される国際見本市に出展。
③経費（単位：千円）	
総事業費：9,000	うち国庫補助金：4,000 自己資金等：5,000

3. 工芸品名	一位一刀彫
地方公共団体	岐阜県
テーマ	一位一刀彫振興支援計画
プロデューサー名・役職等	デザイン・ナガオ・アツシゲ 長尾 篤繁
①事業概要	13, 14年度の成果発表展示会の開催 高山市内に一刀彫作品を配置 東京芸大教授を講師に作品求評会の開催
②ビジョン	展示会を開催することで一位一刀彫のイメージアップを図ることができ、需要の開拓も図られる。また、市内に一刀彫を設置することにより観光客等に「高山は一刀彫の町」という印象を与えることができ、需要の開拓等が図られる。さらに、他の技術精通者と接することで技術的に向上することができる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：4, 290	うち国庫補助金：2, 000 県の補助金：2, 000 自己資金：290

4. 工芸品名	丹波立杭焼
テーマ	テーブルコーディネート事業
プロデューサー名・役職等	松尾 洋子 アトリエ ル・レーブ代表取締役
①事業概要	消費者ニーズの多様化に対応するため、市場調査を実施、新たなニーズに適合した製品開発。 丹波立杭焼の関東圏での認知度向上による、関東圏の商圏拡大。 次代を担う人材の育成。
②ビジョン	新たな視点からの商品企画・販路開拓・人材育成事業により、丹波立杭焼のブランド化、商圏の拡大、及び次代を担う人材の育成、産地の活性化が図れる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：6, 000	うち国庫補助金：2, 000 自己資金等：4, 000

5. 工芸品名	伊万里・有田焼
地方公共団体	佐賀県
テーマ:	伊万里・有田焼産地プロデューサー事業
プロデューサー名・役職等	江上 栄子 (江上料理学院院長) 江上 種英 (江上料理学院主幹)
①事業概要	インターネットサイトSo-netグルメを利用したコンテストでの商品開発。グランプリは商品サンプルを作成。コンテストの優勝者には賞金および、伊万里・有田焼を進呈。 旅行メディアを組み合わせ、大消費地からの有田を訪ねる旅の企画実施。 有田の観光施設、有田焼卸団地を利用し、大消費地向けのイベントを実施。
②経費 (単位: 千円)	
総事業費: 4, 000	うち国庫補助金: 2, 000 県の補助金: 2, 000

6. 工芸品名	越前漆器、越前和紙、越前打刃物、越前焼、若狭塗
地方公共団体	福井県
テーマ	新たなものづくりと販売戦略
プロデューサー名・役職等	Craft & planning 代表 佐藤 裕見
①事業概要	ア 他産地視察 イ 各種展示会視察 ウ 各産地組合での研究会
②ビジョン	首都圏消費者へ大手流通を通してダイレクトに商品を提供できる販売システムを確立。
③経費内訳 (単位: 千円)	
総事業費: 2, 000	うち国庫補助金: 875 県の補助金: 875 自己資金 : 250

7. 工芸品名	丸亀うちわ
テーマ	マーケティング力を高める
プロデューサー名・役職等	(株)マーケティングダイナミクス研究所 代表取締役 上野祐子
①事業概要	意識とやる気つくりとマーケティング学習のためうちわ業者対象の研修会を開催。 イベント、催事関連業者、大手企業、外国人市場、海外市場への「竹うちわ」需要の開拓。
②ビジョン	消費者にうちわの良さ、魅力を伝えるPR、販売開拓。
③経費（但し15年度分）	単位：千円）
総事業費：4,000	うち国庫補助金：2,000 市の補助金：2,000

8. 工芸品名	上野焼
地方公共団体	福岡県
テーマ	上野焼の振興及び販路拡大
プロデューサー名・役職等	山本久義
①事業概要	展示会開催、開催期間中のアンケート実施及びアンケート結果による方策策定により、一般消費者に対する販路拡大。
②ビジョン	上野焼展の実施及び開催期間中のアンケート解析手法を通して、産地活性化の方針と消費者及び流通業者に対する販売促進支援及び需要開拓につなげる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：4,600	うち国庫補助金：1,800 県の補助金：1,800 自己資金：1,000

Ⅱ. 活性化計画

1. 工芸品名	久留米絣
地方公共団体	福岡県
テーマ	久留米絣新商品の開発
実施主体	久留米絣新商品開発実行委員会(仮称)
①事業概要	サンプルデザイン開発と市場調査により本デザインを完成。展示会等での発表等を経て、統一ブランド商標を作成し本格生産へと移行。
②ビジョン	久留米絣ブランドと伝統的工芸品としての素材を活かした付加価値型新商品を開発し、新たな需要拡大を目指す。
③経費（単位：千円）	
総事業費：6,300	うち国庫補助金：2,750
	県の補助金：2,750
	自己資金：800

2. 工芸品名	岐阜提灯
地方公共団体	岐阜県
テーマ	岐阜提灯振興活性化計画
実施主体	(株)浅野商店 代表取締役社長 藤田 宜良
①事業概要	CADを活用し炭酸ガスレーザーを利用する新商品開発。外部のデザイナーを活用し、デザイン力の優れた製品を開発。 国内外需要と販路の開拓に関する研修会の開催。 新商品をデザイン見本市等に出展。
②ビジョン	岐阜提灯の持つ伝統的な技術・技法を活用し、全く新しい商品を開発することは、現代の消費者の志向にあわせた新たな需要を喚起することにつながる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：5,000	うち国庫補助金：2,000
	県の補助金：2,000
	自己資金：1,000

資料 2

3. 工芸品名	鈴鹿墨
地方公共団体	鈴鹿市
テーマ	原材料発掘と新商品の開発
実施主体	進誠堂（代表者：伝統工芸士 伊藤忠）
①事業概要	これまで使用したことのない油を用いて採取した「煤」により、新たな墨を製造。原料確保と新商品開発が同時に期待できる。最終年度には販路の開拓までを視野に入れている。
②ビジョン	1年目・2年目は様々な種類の原料による墨の試作。3年目は試作墨の評価と共に、ネーミング・パッケージ等の作成を行う。 鈴鹿オリジナル商品の製造が可能となり、販売シェアの拡大と共に業界の安定成長が期待できる。
③経費（単位：千円）	
総事業費：4,300	うち国庫補助金：2,000 市の補助金：2,000 自己資金：300

Ⅲ. 連携活性化計画

1. 工芸品名	小石原焼、上野焼
地方公共団体	福岡県
テーマ	振興及び販路拡大
実施主体	小石原焼陶器協同組合、上野焼協同組合
①事業概要	小石原民陶むら祭り、上野焼陶器祭りの同時開催。協同広告の実施。
②ビジョン	単独で行うよりも効率的PRが可能。来客動員の相乗効果が期待でき、需要拡大、地域活性化につながる。