一般財団法人地域活性化センター

令和７年度自主研究事業

「伝統産業・工芸を次世代に継承する取組について」

グループ構成

管 理 者：田頭 真二（企画・人材育成グループ　企画課長）

リーダー：宮崎 博行（移住・交流推進課 副参事（愛媛県四国中央市から派遣））

メンバー：吉田 光来（企画・人材育成グループ 副参事（鳥取県から派遣））

井下 雄翔（企画・人材育成グループ 副参事（福井県から派遣））

早志 梨紗（地域創生・情報広報グループ 副参事（広島県から派遣））

廣江 文香（企画・人材育成グループ 副参事（愛知県一宮市から派遣））

飯尾 愛子（企画・人材育成グループ 副参事（静岡県浜松市から派遣））

アドバイザー：株式会社Ｊ&Ｊ事業創造　開発本部　荒川　淳一 氏

※本調査を実施するにあたり、調査先や調査項目についての助言等

目　　次

1 はじめに 1
2 調査研究の手法 1
3 視察・ヒアリング調査 2
（1）調査先の選定 2
（2）視察調査 3
①伝統産業・工芸を支援する地方公共団体
・青森県 3
・青森県弘前市 4
・秋田県 6
・栃木県足利市 8
・岐阜県関市 10
・岐阜県美濃市 12
・大阪府堺市 14
②地方公共団体と連携した取組を行っている大学（教育機関）・民間団体
・関西大学社会学部上野ゼミ・政策創造学部今井ゼミ 15
・特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン 17
③伝統産業・工芸を担う事業者
・合同会社 COCOO 19
・今河織物株式会社 21
・副島硝子工業株式会社 22
・HAKATA JAPAN（株式会社鴛海織物工場） 24
4. 本調査のまとめ・提言 26
5. おわりに 28

1 はじめに

日本の「ものづくり」技術は、精緻で丁寧な仕事ぶりに裏打ちされた品質の高さによって、世界に誇れる文化的財産として高く評価されている[1]。中でも、各地に根ざした伝統産業・工芸は、単なる産業ではなく、地域の風土・歴史・暮らしと深く結びついた文化的な営みであり、先人たちの知恵と技術が時代を超えて受け継がれてきた産物といえる。その魅力は、その地域ならではの自然環境や素材を活かし、世代を超えて継承されてきた点にあるが、現代社会においては、後継者不足や市場縮小といった課題も年々深刻化している。

こうした中、全国各地では、伝統を守りつつも新たな価値を創出するための様々な挑戦が始まっている。若手職人の育成、異業種やデジタル技術とのコラボレーション、観光資源としての活用、SDGs との掛け合わせなど、多様な観点から伝統産業を次世代へとつなぐ取組が展開されている。

本調査は、伝統産業・工芸を次世代に継承するための全国の各地域のユニークで先進的な事例に焦点を当て、継承のために必要な取組について、提言することを目的としている。

2 調査研究の手法

伝統産業・工芸を次世代に継承するため、各地域において様々な取組が実施されている。本調査では、アドバイザーとして参画していただいた株式会社 J&J 事業創造[2] 開発本部 荒川 氏と意見交換を行い、以下の三つの観点に着目して調査研究を行った。

(1)「将来にわたって持続可能」な伝統産業・工芸であるか
〇受け継がれてきた技術を生かして新たな製品を生み出すことができるか
〇原料の確保も含めて生産基盤が維持できるか

(2)「稼げる」伝統産業・工芸であるか
〇製品の販路開拓に積極的であるか
〇現代の生活様式において消費者との接点を見出し、活用できる製品であるか

(3)「担い手育成・支援」をしている伝統産業・工芸であるか
〇担い手を育成する仕組みが存在するか
〇行政の施策・補助金等の支援が存在するか

[1] 文化庁「匠プロジェクト」において、伝統産業・工芸等の文化財は、日本の歴史や文化の理解のため欠くことのできない貴重な国民的財産であり、適切に保存・継承していくことで、魅力あふれる地域づくりの礎、地域の活性化に寄与するものとされている

[2] 株式会社 J&J 事業創造：JTB と JCB が出資している株式会社。https://www.jjbd.co.jp/

3 視察・ヒアリング調査

(1)調査先の選定

三つの観点（「将来にわたって持続可能」「稼げる」「担い手育成・支援」）のヒアリング項目を基本に、13 か所の視察・ヒアリング調査を行った。

①伝統産業・工芸を支援する地方公共団体、
②地方公共団体と連携した取組を行っている大学（教育機関）・民間団体、
③伝統産業・工芸を担う事業者

①伝統産業・工芸を支援する地方公共団体

地方公共団体	伝統産業・工芸名
青森県	津軽塗、津軽こぎん刺し、金魚ねぷた、南部裂織、南部鉄器 等
青森県弘前市	津軽塗、津軽竹籠、こぎん刺し、弘前こけし、木地玩具　等
秋田県	樺細工、川連漆器、大曲の花火　等
栃木県足利市	刀剣「山姥切国広」
岐阜県関市	関の刃物
岐阜県美濃市	美濃和紙
大阪府堺市	堺打刃物、堺線香、堺手織緞通、浪華本染め 等

②地方公共団体と連携した取組を行っている大学（教育機関）・民間団体

団体名	取組内容	伝統産業・工芸名
学校法人 関西大学 社会学部　　上野ゼミ 政策創造学部 今井ゼミ	堺市と関西大学の連携について	堺打刃物、堺線香、堺手織緞通、浪華本染め 等
特定非営利活動法人 ピースウィンズ・ジャパン (Peace winds)	佐賀の伝統工芸を支援するプロジェクト「ピースクラフツ SAGA」の取組	名尾手すき和紙（名尾和紙)、肥前びーどろ、 鍋島緞通等

③伝統産業・工芸を担う事業者

事業者名	伝統産業・工芸名
合同会社 COCOO	漆
今河織物株式会社	西陣織
副島硝子工業株式会社	肥前びーどろ
HAKATA JAPAN（株式会社鴛海織物工場）	博多織

⑵ 視察調査

① 伝統産業・工芸を支援する地方公共団体について

【青森県】

＜取組の経緯＞

○青森県では、伝統工芸品を地域資源の一つとして捉え、地域資源を活用した県内事業者の商品開発と販路拡大に向けた支援を目的として、経済産業部地域企業支援課マーケティング支援グループ主導で取組を展開している。

○補助金による一時的な支援ではなく、伴走支援を通じて事業者が自立して継続的に成長できる環境を提供することを目指している。伴走支援では、事業者が必要とする知識を提供し、実際のビジネス環境に適応する力を養うことができるようになっている。

○これまで、大都市圏へのアクセスの関係上、関東圏への PR をメインにしていたが、青森・神戸間の航空路線の就航をきっかけに、神戸市内に新たな窓口を設置し、関西方面への魅力発信・ビジネス連携支援などの事業展開を進めている。

＜取組内容・成果＞

○伝統工芸品の指定及び伝統工芸士の認定

・青森県では、伝統工芸品の指定及び伝統工芸士の認定を行うことで、ブランド価値や社会的な評価を高め、製造意欲の向上や工芸品産業の育成、振興、次世代への継承を図っている。

・上記の指定及び認定においては、市町村からの推薦を基に審査を行っている。これは、市町村にも地域の伝統工芸品に関わる当事者意識を持ってもらうことを狙いとしている。令和 7 年 12 月時点で、34 の工芸品を指定、72 名の伝統工芸士を認定している。

・青森ねぶた祭りなど地域のお祭りの賑わいを引き立てるため使用される「手振り鉦（がね）」を令和 6 年度に指定した。これにより、文化と伝統を象徴する楽器としての役割が強調され、観光客などのこれまで関心がなかった層からも注目を集めている。

○商品開発及び販路開拓支援

・訪日外国人観光客の増加を見据え、令和 2 年度から株式会社ビームス[3]と協力し、若者やインバウンド客をターゲットとして、青森土産開発プロジェクトを実施している。その中で、県内事業者の新商品の開発と既存商品のブラッシュアップを伴奏支援している。令和 6 年度は 6 事業者が参加し、地域資源を活かした商品を開発した。

・商品開発の支援に加え、販売面の課題に対応するため、首都圏店舗やオンラインショップにおいてテストマーケティングを行っている。具体的には、売れ行きの動向の把握及び販路実績が低調であった商品の課題分析を実施している。これらにより、事業者は市場ニーズを的確に把握でき、新商品開発や既存商品のブラッシュアップ、販路開拓に取り組むことが可能となる。また、好評を得た商品については、県内百貨店等における新規取扱いにつながるなど、一定の成果が認められる。

・なお、伴走支援を実施する事業者の選定にあたっては、事業者からの応募を基に、取組を通じて事業者として成長が見込まれるかどうかを重視して選定している。

[3] 株式会社ビームス：アパレル、雑貨などの販売を行う企業

写真１、２　首都圏のビームスジャパン店舗でのポップアップの様子

○神戸・関西への魅力発信・展開
・青森・神戸間の直行便が就航したことを契機に、神戸市等とのビジネス連携を推進している。神戸市内の企業と連携し、県内企業の商品の魅力を発掘し、神戸市内の企業が県内企業を現地視察することにより、ビジネスマッチングの支援を行っている。
・マッチング事例として、株式会社フェリシモ[4]（本社 神戸市）と津軽藩ねぷた村（弘前市）[5]が挙げられる。「金魚ねぷた」をモチーフにした「金魚ねぷたポーチ」の商品開発が行われ、通常のりんごサイズのポーチと、小さいひめりんごサイズのポーチの２種類が展開された。
・フェリシモ社では、ビジネス連携事業をきっかけに、商品開発に留まらず、青森県の魅力発信をしている。青森県伝統工芸品である「津軽びいどろ」をデザインに取り入れた傘を開発し、青森県内の観光地で同商品を展示してフォトコンテストを自主開催するなどしている。

＜課題と今後の展望＞
○青森県の伝統工芸品の次世代継承に向けた取組は、地域資源を活用した商品開発と販路拡大を通じて一定の成果を挙げている。さらに、地域内外での認知度向上や事業者の製造意欲の向上を促進するための努力が続けられている。一方で、従事者や後継者の減少、売上の低下が重要な課題となっている。
○青森県は、これらの課題に対して積極的な支援を行い、さらなる伝統工芸産業の振興を目指しており、県内の市町村との密な連携も更に必要となる。
○地域全体で協力し、伝統工芸品の魅力を次世代に伝えるための教育プログラムやイベントの開催が求められている。これらの実施により、若い世代が地域の文化に興味を持ち、将来的に伝統工芸の担い手となることが期待される。

【弘前市（青森県）】
＜取組の経緯＞
○弘前市では、長年培われてきた伝統工芸が地域の重要な産業の一つであり、地域の文化の象徴として重要な役割を担っている。しかし、製造技術の複雑さや習得に要する時間の長さ、現代の生活様式との乖離などにより、後継者の確保は困難となり

[4] 株式会社フェリシモ：ファッション、雑貨等の商品開発
[5] 津軽藩ねぷた村：ねぷた囃子や津軽三味線の生演奏や金魚ねぷたの絵付けなど津軽の魅力を体験できる施設

つつある。また、販路も従来の対面販売が主流であり、新たな顧客層の獲得や市場開拓が喫緊の課題となっている。

○新型コロナウイルス感染症の影響により、国内外の観光客が減少し、伝統工芸品の売上は大幅に落ち込んだことが契機の一つとなり、伝統工芸品を含む地域産品の販路開拓の支援を強化してきた。また、後継者の育成や製品自体の魅力向上を図るための具体的な取組にも注力している。さらに、伝統産業・工芸の活性化を通じて、中心市街地の賑わい創出と地域全体の魅力向上を目指している。

○弘前市では、伝統工芸の次世代継承に向け、様々な取組を展開しており、具体的な成果が見られる。

＜取組内容・成果＞

○ひろさきブランド販路開拓補助金

・市内の事業者等を対象に、国内外の見本市への出展経費の一部を補助し、販路拡大及び新規需要開拓を促進している。コロナ禍以降、オンライン出展も補助対象に加えたことから、令和 6 年度には 10 件の申請があり、予算上限に達するほどの人気を博した。これにより、市内事業者は県外や海外への販路開拓を積極的に進めている。

○青森県漆器協同組合連合会運営費等補助金

・販路拡大や後継者育成、連合会の運営、そして津軽塗の原材料である漆の木の管理など、多岐にわたる事業を包括的に支援している。特に、後継者育成事業では、約 3 年半にわたる技術研修を実施し、次世代の職人育成に力を入れている。令和 7 年度に 3 名の新規研修生を募集したところ、5 名の応募があり、着実に担い手を確保する体制を構築しつつある。

・この補助金を通じて、津軽塗の技術継承と持続的な発展に向けた支援がなされ、産地の基盤強化に貢献している。

○まちなかクラフト村づくり推進事業

・弘前市が所有する藤田記念庭園匠館２階ギャラリースペースを活動拠点として整備し、工芸品関係団体等によるショップ運営や関連事業を通じて、地場産業の振興と中心市街地の賑わいづくりを目指している。平成 29 年度から継続的な取組を実施しており、地域の活性化・魅力向上に寄与している。

・令和 6 年度には年間 11 回の企画展を実施し、市民や観光客が一度に多様な工芸品に触れる機会を創出した。

写真３　市内の工房やギャラリーを紹介する「弘前クラフトマップ」

○地域産業魅力体験事業

・市内の小・中学生を対象に、伝統工芸品の製作体験や工場見学を実施し、子どもたちが地域の伝統産業に親しみ、職業意識を育む機会を創出している。令和６年度には小学校８校、中学校２校の計 10 回実施され、合計 384 名の児童生徒が参加した。
・幼少期から伝統工芸に触れる機会を提供することで、将来の担い手育成を目指している。

○工芸品魅力向上事業費補助金
・工芸品の製造・販売を行う中小企業者等に対し、商品・パッケージ開発やプロモーションツール制作、ホームページ開設・刷新にかかる費用を補助している。
・開発や制作において第三者である自社以外のデザイナーへの発注を必須とし、客観的な視点を取り入れることで、市場競争力のある魅力的な工芸品創出を促す。また、事業プランのプレゼンテーションによる審査を導入し、有識者の意見も踏まえて品質の高い取組を支援しており、工芸品産業全体の活性化に寄与している。

＜今後の展望と課題＞
○弘前市における伝統工芸の継承は、現在展開している多角的な取組を継続・発展させることで、更なる進展が期待される。
○特に、長期的な視点での後継者の育成支援や幼少期からの啓発活動、現代のニーズに合わせた販路開拓・商品開発支援は、持続可能な地域産業振興に不可欠である。
○令和８年に弘前市で開催予定の「ジャパン漆サミット[6]」及び「日本漆器協同組合連合会全国大会[7]」では、津軽塗をはじめとする日本の漆文化、ひいては弘前の伝統工芸を広く発信する絶好の機会と捉えている。これを契機に、これまで以上に情報発信を強化し、新たな需要を創出することを目指している。
○一方で、最も喫緊の課題が、後継者不足の解消である。職人を目指す若者に対し、技術習得後の長期的なキャリア形成支援や、経済的な自立を可能にする仕組みの構築が求められる。また、EC の普及による購買行動の変化やミニマム志向の広がりなど、生活様式の変化に伴う市場の縮小に対応するため、伝統工芸品の新たな価値を創造し、現代の需要に合わせた販路開拓やブランド戦略の強化などが必要である。

【秋田県】
＜取組の経緯＞
○秋田県では、県内の伝統的工芸品等の生産量・企業数・従事者数の減少や、消費者の生活様式の変化に起因する売り上げの減少など、厳しい状況が続いている。そのような中、県民の貴重な財産である伝統的工芸品等を扱う産業の育成・強化に取り組んでいる。これらを次代に引き継いでいくために「伝統的工芸品等産業振興プラン」を策定し、その中で挙げられている以下の課題に対して、取組を展開している。
・販売経路や PR 体制の未整備
・需要の低迷
・人材・後継者難と技術・技能の継承
・原材料の調達難
○令和４年度から令和７年度まで実施した「第４期あきた伝統的工芸品等産業振興プラン」では、コロナによる影響を意識した内容となっていた。令和８年度に策定する第５期プランでは、従前からの課題である、産地からの要望が多い原材料の確保や人材確保に重点を置いている。

[6] ジャパン漆サミット：国の伝統的工芸品として指定を受けた漆器産地を有する地方公共団体の首長及び担当者が一堂に集い、意見交換を行う
[7] 日本漆器協同組合連合会全国大会：産地組合員が集い、各産地の連携強化、日本の漆芸・漆文化の発展のために、産地活動事例発表や全国漆器展の授賞式などを行う

○原材料確保に関しては「新時代対応型伝統的工芸品等支援事業」を活用した原材料（供給源）の視察調査など産地活動の支援、人材確保に関しては「インターンシップ事業」による若者への情報発信等に取り組んでいる。

＜取組内容・成果＞

○新時代対応型伝統的工芸品等支援事業

・伝統的工芸品等の魅力創出及び技術の継承等の取組を支援することを目的としており、主にこの二つの取組に対して補助率 2/3 で補助金を交付している。
・補助の対象となる取組としては、①「伝統的工芸品等の販路拡大や知名度向上等を目的として他の事業者と連携して行う販路開拓や新商品開発」や、②「新規供給元の確保など原材料確保に向けた取組や従業者への技術指導に係る取組」が認められている。
・国指定・県指定の伝統工芸品等を中心に補助金の対象としているが、例外的に地域独自の特色を生かした製品も対象としていることから、多様な工芸品が支援を受けることができ、地域社会全体の活性化につながることが期待されている。
・秋田県内の国指定伝統的工芸品の産地は 4 か所あり、それぞれが異なる課題を抱えていることから、各課題に対して事業者が効果的に活用できるよう、対象が幅広く設定されている。
・採択された事例として、販路拡大を目的とした海外の美術館等での展示会出展や、現代の生活様式に合わせた新製品の開発、原材料確保を目的とした調査事業や、新原材料を使用してのテストの実施などがある。
・複数年度の採択も可能であり、1 年目で新製品の開発、2 年目で販路獲得のような活用も可能とするなど、柔軟な運用としている。

○インターンシップ事業

・令和 5 年度から、学生を対象としたインターンシップ事業を実施している。
・令和 5 年度と令和 6 年度は、商品開発を行う「伝統的工芸品商品開発インターンシップ事業」、令和 7 年度は、映像制作を行う「伝統工芸産地の魅力発信・人材育成事業」として取り組んでいる。
・伝統的工芸品商品開発インターンシップ事業は、産地と連携して、学生のアイデア・発想を活かした継続的に売れる商品の開発を目指して実施した。
・令和 5 年度は湯沢市の川連漆器（かわつらしっき）、令和 6 年度は仙北市の樺細工（かばざいく）で商品開発を行った。
・具体的なカリキュラムとして、まず、現地での工房体験を通して新商品のアイデアを生み、職人や参加者との意見交換を通じて開発商品の土台を決定する。その後、約半年をかけてオンライン等でブラッシュアップを行い、試作品の製作・テストマーケティングを経て新商品の本格販売を目指す。実際に両年度で開発された商品の販売は、現在でも継続されている。

写真 4　令和 6 年度に完成した樺細工の商品が秋田空港で販売されている様子

・また、インターン期間内で商品化できなかったアイデアについても、その後産地と学生の間でブラッシュアップを続け、商品化に向けた取組を継続している例もある。
・令和７年度には、「伝統工芸産地の魅力発信・人材育成事業」の一環として、学生の力を活用して情報発信を強化する「県内学生と工芸品をつなぐ！映像制作インターンシップ」を実施している。これは、伝統的工芸品の産地のホームページやSNSでの発信が弱い現状や、「情報発信を行いたいが、やり方が分からない」といった現場の声を受けたものである。
・工芸体験、撮影や編集をプロと実際に行い、ショートムービーの作成を行うことで、県内学生のデジタルスキルの向上を図るとともに、工芸産地のプロモーションを強化している。
・インターンシップを通して後継者が獲得できることが望ましいが、実際には産地側の後継者を受け入れようとする意識が低下している問題も存在する。そのため、まずは産地としての認知度を上げることに注力している。
・これらの取組は、若い感性に触れることで産地の職人たちに刺激を与えるなどの相乗効果も生み出している。

＜課題と今後の展望＞
○秋田県における伝統工芸の次世代継承に向けた取組は、着実に成果を上げているものの、依然として多くの課題が残されている。
○特に、原材料の確保や人材育成、情報発信力の強化といった課題は、引き続き取り組むべき重要なテーマであり、国際市場へのアプローチやインバウンド需要の取り込みも、今後の発展に向けた課題となっている。
○地方公共団体に対しては、地域を挙げて伝統技術と文化を未来へとつないでいく努力が求められていることから、関係者との連携を引き続き実施していくこととしている。
○また、伝統的工芸品等の持続可能な発展を目指すには、地域全体での協力が不可欠である。大学等の教育機関や地元企業、地域コミュニティとも連携し、伝統的工芸品等の魅力を次世代に伝えるための教育プログラムやイベントの開催が求められる。
○これらの取組により、若い世代が地域の文化に興味を持ち、将来的に伝統工芸の担い手となることが期待される。

【足利市（栃木県）】
＜取組の経緯＞
○「刀剣乱舞 Online[8]」の成功を契機に、ゲームファンの聖地巡礼を観光資源と捉え、地域活性化につなげるため、ゲームに登場する「山姥切国広（やまんばぎりくにひろ）[9]」を活用した取組を開始した。
○この取組の目的は、文化財保護、観光振興、地域活性化という「三位一体」の達成を目指して設定された。
○当初、足利市役所内部では慎重な意見もあったが、展覧会開催を重ねる中で、経済効果と文化財の保存・活用の両立が肯定的に評価され、継続的な取組への支持が得られた。これにより、「山姥切国広」を足利市の重要な地域資源として守り、活用していく方針が確立された。その後、文化財保護と地域振興を両立させる多様な取組を展開し、様々な効果を生み出している。

[8] 刀剣乱舞 Online：オンラインゲーム
[9] 山姥切国広：安土桃山時代に作られたとされる日本刀。重要文化財。やまんばくにひろ。

＜取組内容・成果＞

〇文化財保護と修繕体制

・「山姥切国広」の適切な保護と維持は、この取組の根幹をなしている。刀剣の修繕には文化庁への厳格な申請と許可が必要で修繕費用も高額であるため、クラウドファンディングなどによって継続的な資金調達が課題となっている。現在のところ資金調達は順調に進み、文化財は良好な状態で維持されている。

・この伝統的な技術を維持するため、クラウドファンディング支援者向けの特別展覧会や手入れ見学会を定期的に開催し、文化財保護に関心を持つ「関係人口」の維持・拡大を図っている。これは、資金調達だけでなく、文化財の価値を理解し、文化財保護を支援するコミュニティの育成の側面も持つ。

〇観光振興策と地域回遊

・プロジェクトの中核である特別展覧会は、全国から多数のファンを誘致し、足利市に大きな経済効果をもたらしている。

・来館者数は、1 回目は 37,820 人、2 回目は 25,587 人（コロナ禍のため制限あり）、3 回目は 44,030 人であった。経済効果は、1 回目は 4.2 億円、2 回目は 4.8 億円、3 回目は 8.6 億円と推計された。協力事業者への応募数も増加し、地域全体で盛り上がりを見せている。

・来場者の市内回遊を促すため、展覧会だけでなく、足利長尾氏ゆかりの地や主要な施設を巡るスタンプラリーの開催や、観光スポットを紹介する音声ガイドの導入など、足利市の多様な魅力を体験できる工夫が施された。この取組は、地域との深いつながりを生む効果も確認されている。

写真 5（左）令和 7 年特別展覧会の様子
写真 6（右）協力事業者「4season」で提供されるコラボレーションメニュー

〇市民の反応と意識改革

・来訪者からは概ね満足の声があることに加え、街中の市民からは賑わいに対する好意的な声が多数聞かれた。

・文化財に対する市民の意識は、プロジェクトを機に変化しつつあり、プロジェクトを通じて、市民が文化財の価値をより深く理解し、地域の歴史や文化への愛着を育むことを目指している。

＜課題と今後の展望＞

〇足利市の「山姥切国広」活用プロジェクトは、伝統産業・工芸が直面する課題と今後の展望は以下の通りである。

〇課題 1：持続可能な文化財保護と多様なコンテンツ展開

・足利市は、山姥切国広の保護を継続するとともに、市内に多数存在する他の文化財も包括的に保護・活用していく方針である。山姥切国広だけに依存するのでは

なく、ほかにもコンテンツとして複数の柱を立てることで、順番に展示で紹介していき、安定した来訪者確保を目指す。
・将来的に、足利市特有の地域資源を活用し、市を訪れる観光客（交流人口）が、単に一度訪れるだけで終わるのではなく、市の魅力に深く共感し、継続的に地域と関わる「関係人口」へと発展していくような取組を目指す。

○課題２：運営体制の継続的強化と関係人口の維持
・イベント運営においては、過去の開催で展示内容が過密であった点や、混雑対策が不十分であった点などが課題として明らかになった。その経験から、整理券アプリの導入などデジタル技術を活用して混雑対策を改善し、来場者の体験価値を向上させる必要がある。また、X（旧 Twitter）上の意見を迅速に改善へ反映させる取組を継続し、市の文化財を支える応援者の輪を広げる。

○課題３：経済効果の地域還元や持続性
・文化財の修繕や保護には多額の費用と専門技術が不可欠であり、資金調達は継続的な課題である。刀剣乱舞とのコラボによる経済効果は大きいが、日帰り客が多く、地域経済への貢献が限定的であることなどを考慮すると、展示コストの削減と経済効果の増大を両立させる仕組みづくりが必要になる。文化財の価値を継続的に発信する長期的な戦略が必要とされており、このバランスをいかに持続可能な形で実現するかが、足利市の今後の重要な課題となる。

○足利市は、山姥切国広を核とした文化財保護、観光振興、地域活性化の「三位一体」の達成を目指し、市全体の文化遺産の価値を高めることに注力している。特に、若年層への文化財教育を通じて地域への愛着と誇りを育み、市民が文化財の価値を深く理解する機会を創出することを目指している。

○これにより、文化財保護と持続可能な地域活性化を両立させ、「若者と女性に選ばれるまち」として未来へ発展し続けることを目指していく。

【関市（岐阜県）】

＜取組の経緯＞

○関市は、伝統産業の継承と地域振興に古くから尽力してきており、昭和 59 年に日本刀鍛錬技術の保存と公開を目指して「関鍛冶伝承館」を開館した。

○近年では、若年層を中心とした新たなターゲット層へのアプローチとして、人気コンテンツとのコラボレーションを模索してきた。

○令和５年には、関鍛冶伝承館で所蔵している「孫六兼元」の刀剣が、「刀剣乱舞 ONLINE」に登場したことで、令和６年から２年連続で、刀剣乱舞と関鍛冶伝承館とのコラボレーションが実現した。

○令和５年～7 年には、「るろうに剣心」や「エヴァンゲリオン」など、様々なコンテンツとのコラボレーションも積極的に展開し、観光振興の可能性を広げてきた。

＜取組内容・成果＞

○令和７年度に刀剣乱舞とのコラボレーションを実施した際は、関市を走る長良川鉄道のラッピング電車や市内各所を周るスタンプラリーなども実施した。

○人気コンテンツとの積極的なコラボは、新たな客層の獲得に大きく貢献しており、それぞれ成果があった。

写真７（左）
長良川鉄道ラッピング電車

写真８（右）
スタンプラリー
（令和７年度実施）

○入館者数の増加と客層の変化
・刀剣乱舞コラボレーション期間中、関鍛冶伝承館の入館者数は増加しており、2 回のイベントでは、入館者数が 1 万人を突破した。これは過去最高であった令和 5 年の「るろうに剣心」に次ぐ歴代 2 番目の入館者数である。
・コラボレーションをきっかけに、これまで関鍛冶伝承館を訪れる機会がなかった層も来館し、新たな客層を獲得することに成功した。
・イベントの際には、アンケートなども実施することで、市民だけでなく市外からの来館者の意見を得ることができている。

写真 9　イベントでの展示（2 か月間（R7. 11. 1～R8. 1. 12）で来場者 1 万人を突破）

○地域経済への波及効果
・入館料収入そのものにとどまらず、グッズ販売やスタンプラリーを通じて、市内の商店街や周辺地域への域内消費を積極的に促したことで、地域経済への波及効果も見られた。

＜課題と今後の展望＞
○関市の伝統産業継承と地域振興は、多くの成果を上げている一方で、各課題への対応も求められている。
○課題 1：組織内調整と予算の制約
・新しい取組を進める上では、市の内部での合意形成が困難な場合がある。コンテンツの流行と行政の意思決定のタイミングのずれもあり、ターゲット層も限定的であることから、組織内での理解が得られにくい。
○課題 2：銃刀法規制の壁
・模造刀などの制作や所有には厳格な銃刀法の規制が伴うが、現在、法を逸脱した違法刀剣が数多く制作されている現状がある。これらが市場に流出・悪用されることで、文化庁[11]による刀剣類の登録審査がより厳格化される恐れがあり、結果としてエンターテインメントにおける刀の取り扱いや表現が益々制限される可能性がある。
○課題 3：公共交通機関の課題
・関市では市民の多くは公共交通機関を利用しないため、これまで顕在化していなかったが、県外からの来訪者の多くが公共交通機関を利用したことにより、その不便さが明らかになり、観光客誘致の際の大きな障壁となっている。
○今後の展望

[11] 刀剣を作刀する場合は、銃砲刀剣類所持等取締法第 18 の 2 に従い、製作しようとする刀剣類ごとに、その住所の所在する都道府県の教育委員会（政令で定める場合にあっては、文化庁長官。第 3 項において同じ。）の承認を受けなければならない。

・今後は、得られた公共交通機関利用者のデータ蓄積を基に、鉄道会社との協力体制を構築し、関市内を走る長良川鉄道の便数増加や路線の延伸など、交通インフラの改善を目指す。
・また、伝統文化の独自の価値の再認識と発信が求められる。関市では、ほとんどの家庭で関の刃物を使用し、親類が刃物店を営んでいる。関市ならではの地域特性を持っていることを再認識し、その価値を域外にも発信していく意識の醸成が、今後の情報発信において重要と考えられる。
・関市に伝わる「折れず、曲がらず」の精神を次世代へとつなぎ、伝統と革新が共存する地域文化を更に発展させることが期待される。

【美濃市（岐阜県）】

＜取組の経緯＞

○美濃市の和紙産業は、長い歴史を持つ一方で、職人の高齢化や人口減少、若者の市外流出などにより、技術継承に関わる課題が深刻化していた。現在、市内で伝統的な手すき和紙を製作する職人の工房は 16 存在するが、後継者の確保は困難であり、産業全体として持続可能性への不安が高まっている。

○また、和紙作りに必要な原料である楮（こうぞ）や紙漉きに欠かせない道具（簀桁[12]・刷毛[13]など）を作る職人も減少し、和紙生産全体を支える仕組みそのものが弱体化していた。

○こうした状況を受け、「美濃和紙の里会館」を中心に、後継者育成や技術保存を目的とした研修制度や支援体制が整備され、地域ぐるみで伝統技術の継承に取り組む動きが本格化した。

＜取組内容・成果＞

○研修制度

・美濃和紙の里会館では、伝統工芸士による「5 日間コース」と「1ヶ月コース」の研修を実施している。
・5 日間コースは、大学生や一般参加者などが和紙に触れる入口として位置付けられ、基礎的な紙漉き技術を学ぶことができる。1ヶ月コースは、職人志望者向けのもので、原料処理から美濃手すき和紙制作までの一連の作業を伝統工芸士から直接学ぶなど、少人数で高度な指導を受けることができる。
・平成 9 年からスタートしている 1 か月コースの受講生は、令和 6 年までに 186 名にのぼり、そのうち 10 名が美濃市内で手すき和紙職人として独立している。このことは後継者育成の成果として大きな意義を持つ。
・中には、5 日間コースで和紙に触れ、体感することで興味を持ち、その後 1 か月コースに参加する受講生もいる。

○本美濃紙保存会

・「本美濃紙保存会」は、本美濃紙の技術水準を守るための組織であり、厳格な技術規定のもと、会員のみが本美濃紙を名乗ることができる。会員は定期的な研修や選別会により技術水準の維持向上に努めており、組織として技術の継承と品質の担保を図っている点が特徴である。
・和紙の主原料である楮は、主に茨城県大子町から仕入れている「大子那須楮[14]」を使用しており、原料農家との交流や現地訪問を通じて安定供給を図っている。特に、

[12] 簀桁：紙を漉く際に繊維をすくい上げて形を整える道具
[13] 刷毛：和紙の表面を整えるために使用する道具
[14] 大子那須楮：大子町（茨城県）では、和紙の原料となる楮（こうぞ）の栽培が古くから行われており、江戸時代に水戸光圀により植栽が奨励され地域の特産品となっている

本美濃紙においては「大子那須楮」を使用したものしか認定されないなど、厳密な基準が設けられている。

写真 10　主原料の楮

○学校教育での取組
・美濃市内の小学校では、毎年紙漉き体験学習を実施しており、児童が自ら紙を漉き、その和紙を使って自分自身の表彰状を作成するなど、体験的理解を深める機会となっている。こうした教育活動は、子どもたちが地域の伝統文化に触れる貴重な経験となり、未来の担い手育成や地域への愛着形成につながっている。

○美濃和紙の活用・発信
・美濃手すき和紙は東京オリンピック・パラリンピックの表彰状にも採用されるなど、国内外の舞台で評価を得ている。
・ユネスコ無形文化遺産登録後には、登録された「和紙：日本の手漉和紙技術」の三市で協力し、京都で記念イベントを開催するなど、広域連携による発信にも取り組んでいる。また、市内で開催される「美濃和紙あかりアート展[15]」は外国人観光客にも人気が高く、伝統工芸と観光の融合によって地域のブランド力向上に寄与している。

＜課題と今後の展望＞
○美濃市における伝統産業の課題として真っ先に挙げられるのが、後継者確保であり、職人の高齢化や人口減少が進み、技術を担う若手の確保が難しくなっている。
○また、道具を作る職人は県内に三名のみと少なく、道具職人の後継者不足はより深刻な課題となっている。需要の少なさから事業として成り立ちにくい側面があるため、安定的に継続して商品を提供できる環境の整備や、安定的な財政的支援の確立が課題である。
○県や市町村としても、職員の名刺を美濃和紙で統一するなど、美濃和紙の魅力を知ってもらう機会の創出に力を入れている。美濃和紙の魅力を知ってもらうには、実際に触れてもらうことが大切であるため、美濃和紙の里会館での紙漉き体験やイベントなどを通じて、より多くの人々に美濃和紙の魅力を伝えていくことが大切である。
○伝統技術の保存と産業としての持続可能性を両立させ、地域文化としての和紙を未来へ継承していくことが美濃市の重要な使命である。

【堺市（大阪府）】
＜取組の経緯＞

[15] 美濃和紙あかりアート展：美濃市観光協会主催の美濃和紙を使った約 300 点のあかりのアート作品が江戸時代からの街並みを照らす展覧会となっている

○堺市のものづくりの起点は、古墳時代に仁徳天皇陵古墳を築造する際に培った鍬や鋤などの鉄製道具の加工技術にある。その後、技術・文化の発祥地としての基礎ができ、今もなお、刃物、注染[18]・和晒[19]、線香など様々な伝統技術やものづくりの精神が脈々と受け継がれている。
○堺市では、「堺市基本計画 2025」において「伝統産業のブランド化による活性化」を掲げている。ブランド化に向けて、後継者の確保・育成、プロモーションを通じた魅力発信、商品開発・販路開拓、工場の見学・体験者の受入環境整備など様々な取組を進めている。

＜取組内容・成果＞
○堺伝匠館
・堺市の伝統産業を一堂に集め、情報を発信している施設。市の伝統産業の振興拠点として、多くの方に伝統産業の魅力を発信し、身近に感じる機会を提供している。館内では、伝統産業に関する展示や伝統産品の販売に加え、職人による実演や体験イベントを実施している。国内客のほか、海外観光客も多く来館しており、市の伝統産業のブランド力向上に貢献している。
・そのほか、他地域で開催される催事への出店や出張販売も行っている。

写真 11　堺伝匠館内の展示

○堺市伝統産業後継者育成事業補助金
・伝統産業の後継者育成に取り組む事業主を支援することにより、後継者確保と技能の継承を図り、伝統産業の発展に資することを目的に、新たな雇用者に支払う賃金等を補助している。40 歳までの従業員 1 人につき、補助対象経費の 2 分の 1（1 人あたり月額 5 万円を上限）を最大 3 年間補助しており、平成 21 年度の開始以降、多くの後継者の確保・育成に寄与している。

○伝統産業ブランド創出促進事業
・刃物、注染・和晒、線香などの伝統産品とその魅力を引き立て、共に輝く愛着を持って長く使い続けられる上質な商品を「sakai kitchen〈堺キッチン〉」ブランドとして認定している。
・「道具を愛することは、くらしを愛するということ。“日々のくらしを愛する”」をブランドコンセプトに、ターゲット層に向けて製品の展示・販売、参加型ワーク

[18] 注染（ちゅうせん）：型紙を使って防染糊（ぼうせんのり）を塗る糊置防染法（のりおきぼうせんほう）の一種。和晒の生地の上に一型ずつ防染糊をぬり、生地を折り重ねて一度に染料を注ぎ込んで染めるため、量産性・経済性に優れ、手染めの風合いがあること、裏表なく染め上がり、色あせも少ないことが特徴。
[19] 和晒（わざらし）：木綿（もめん）布を日本の伝統的な方法で精練・漂白した生地

ショップなどを実施し、堺市の伝統産業の認知度、ブランド力の向上を図っている。

○堺刃物職人養成道場
・堺市の刃物職人を目指す若い人たちに、刃物製造の基礎を１年かけてプロや専門家から効率的に学んでもらうことを目的に、堺市産業振興センターが堺刃物商工業協同組合連合会協力のもと、平成 27 年～28 年度に実施した事業である。前半の座学と技術研修は平日夜間と土曜中心、後半の実技研修は平日昼間が中心であり、就業の意思がある受講者には月 10 万円の奨励金を６カ月間支給した。
・事業者の人材育成にかかる負担の軽減に成果が見られたことから、今後、事業を復活するかどうか模索している。

○伝統産業若手異業種交流会
・伝統産業の未来を担う異業種の若手職人が交流し、横のつながりを作り刺激し合うことにより、それぞれの業界が自主的に新しい取組を生み出すきっかけを作り、市の伝統産業界の活性化を図っている。これまで年 1、2 回程度の計７回実施し、若手職人のモチベーションの向上や、交流を契機とした異業種間の連携による新商品開発といった具体的な成果にもつながっている。

○大学との連携
・堺市は、平成 20 年に学校法人 関西大学と、地域の発展のために、教育研究の充実、大学の活性化を図るとともに、研究成果を地域に還元することを目的に連携協定を締結している。
・連携分野は、まちづくり、文化、産業、教育等多岐にわたり、これまで地域の活性化に資する連携が推進されてきた。
・伝統産業分野においては、関西大学のゼミと事業者が連携し、学生ならではの新たな視点を活かした商品開発や SNS 運用等のブランディングなどが行われている。

＜課題と今後の展望＞
○刃物、注染・和晒、線香などの堺産品は B to B 取引や OEM 生産による流通が多いため、消費者が堺産品であることを認知する機会が不足している。
○また、担い手の高齢化等により供給量が需要に追い付いていない。
○今後は、伝統産業のブランド化に向けて、
「sakai kitchen〈堺キッチン〉の活用により伝統産業の認知度を高める」
「堺伝匠館において民間事業者のノウハウを活用した販売拡大や魅力発信を推進する」
「伝統産業の魅力を発信するため、生産現場の見学や製作体験等を通じて職人の技術に直接触れられる機会を提供する」
こととしている。
○また、戦略的な販路開拓と生産力強化に向けて、
「消費者のニーズを踏まえた商品開発や国内外への販路開拓にチャレンジする事業者を重点的に支援する」
「伝統産業の生産力強化に向けた設備投資や未来を担う後継者の育成等を支援する」
ことも引き続き実施していくこととしている。

②地方公共団体と連携した取組を行っている教育機関・民間団体

【学校法人 関西大学 社会学部 上野ゼミ、政策創造学部 今井ゼミ】
＜取組の経緯＞

○上野ゼミ・今井ゼミの活動は、「調査・研究」「共同製品開発」「情報発信・販売」の三つのフェーズを統合した、多角的かつ実践的な内容で構成され、堺市と関西大学との地域連携事業の一環として開始された。
○堺市の伝統産業は歴史を持つが、ライフスタイルの変化や後継者不足により存続の岐路にあることから、ゼミでは、経営学と社会学の視点から「産業の魅力が若者に伝わらない」という課題に着目した。
○「古風」「専門的で敷居が高い」といった固定観念が若者の関心を遠ざけていると仮説を立て、産業と社会の間に新たな関係構築を目指すことを目的とした産学連携プロジェクトを５年以上実施している。学生が「若者」の視点で現場に入り、技術や情熱を直接体感し、学生が発見した「生の魅力」を同世代に響く言葉で発信している。

＜取組内容・成果＞

○現場に根差したフィールドワークの展開
・ゼミ活動の基盤は、伝統産業企業への徹底したフィールドワークであることから、学生は工場見学や作業体験を通じ、職人や経営者との信頼関係を構築する。
・これにより、後継者不足等のデリケートな情報を引き出し、新製品開発のヒントを得ている。

○若者の視点を活かした共同製品開発
・若者の視点を活かし、企業と共同で新製品開発に取り組んでいる。
・奥野晴明堂とは「おみくじ線香」を企画・開発し、正月に学生自らが販売して商業的成功を収めた。この活動は、開発から販売までのビジネスプロセスを学生が体験する貴重な機会となった。
・堺市の若手刃物職人で構成される「堺若刃会」と協力し、包丁の製造過程で廃棄される「端材」に新たな付加価値を加えたアクセサリー製品を開発した。これは、ものづくりにおける持続可能性（サステナビリティ）という現代的要請に応える先進的な取組である。

写真 12、13　おみくじ線香（提供：関西大学）

○情報発信と DX 支援
・デジタルマーケティングに課題を抱える企業の広報活動を学生が支援している。
・一つは、ソーシャルメディア（TikTok）で職人の技や製品の魅力を短尺動画で発信し、これまで伝統産業に接点のなかった層へ魅力を直感的に伝えることに成功した。これは、学生の「デジタルネイティブ」としての感性を活かした新しい産学連携の形である。
・もう一つは、年度末に研究成果報告会を開催し、産業界と大学の継続的な対話と相互理解を促進する重要なプラットフォームとして機能している。

＜課題と今後の展望＞

○ヒアリングを通じて、以下の通り伝統産業の課題構造とその打開策としての展望が浮き彫りになった。
○課題１：魅力と将来性の伝達不全
・後継者不足等の根源には、「産業の持つ本来の魅力や将来性が、特に若者世代の担い手に伝わっていない」というコミュニケーションの断絶が存在する。
・技術や品質の高さが現代の生活者の価値として伝わっておらず、産業自体に将来性を見出す若者世代の担い手が減少している。
○課題２：事業所間のコミュニケーションの希薄化と連携不足
・事業所間の交流が乏しいケースが散見され、特に分業制の産業では各工程を担う職人や事業者が孤立し、業界全体での連携が生まれにくい構造がある。
・若手職人グループ「堺若刃会」の結成は、この課題に対する取組の一つと言える。
○課題３：革新の欠如とデジタル化の遅延
・多くの企業が日々の操業に追われ、中長期的な視点に立った技術革新や、ビジネスモデル、組織運営などの革新にまで手が回っていない。
・新製品の開発や、時代に合わせたビジネスモデルの革新に積極的に取り組む企業が生き残る一方で、現状維持に留まる企業は厳しい状況に置かれている。
・SNS 活用や EC サイト構築といったデジタル技術の導入が著しく遅れており、このことが情報発信力の弱さ、ひいては前述の「魅力と将来性の伝達不全」に直結している。

○今後の展望１：イノベーションを生み出す「開かれたコミュニティ」の創出
・今後の活性化には「イノベーション」が最重要であり、その源泉は職人同士の横のつながり（例：堺若刃会）や大学など「外部の血」を取り入れた「開かれたコミュニティ」の形成にある。
○今後の展望２：海外展開を含めた戦略的経営による市場の再構築
・国内市場が縮小する中、高品質な日本の伝統産品は海外に新たな市場を見出す可能性がある。
・市場の変化を捉え、変革を恐れない「戦略的経営」へと舵を切ることが求められる。
○今後の展望３：伝統的価値の再評価
・伝統産業が持つ「修理して長く使う」「自然素材を活かす」といった価値は、大量生産・大量消費社会が見直される現代で再評価されている。
・本来の事業が環境保護等の社会的課題解決に貢献するため、SDGs 等の文脈でその価値を再定義することが重要である。
・伝統産業を単なる「古いもの」ではなく、持続可能な未来へのヒントに満ちた「未来の産業」と捉え直すことで、新たな社会的意義と共感を得られる。

【特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン】
＜取組の経緯＞
○佐賀県には、有田焼や唐津焼、肥前びーどろ、佐賀錦など、多様で質の高い伝統工芸の産地が集積している。
○一方で、生活様式の変化や大量生産品の普及、消費者ニーズの多様化といった時代の変化により、売上が低迷している。また、後継者不足、産地を支える人材の高齢化などにより、長年にわたり分業制によって効率化を図ってきた産地では、分業体制の維持が難しくなり、一部の工程が欠けるだけで製品が完成しないという構造的な課題が顕在化している。そのため、伝統産業の持続性に対する懸念が高まっていた。

○こうした状況の中、国際 NGO として活動してきた特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパンは、「災害時だけでなく、平時において地域が抱える課題にどのように関われるか」という視点から、佐賀県の伝統工芸分野に着目した。
○佐賀県は、市民活動や市民団体の活動が比較的盛んであることに加え、ふるさと納税制度を活用した資金調達の仕組みが整っており、NPO が主体となって地域課題に取り組みやすい土壌があった。
○こうした事情を踏まえ、ふるさと納税を財源として佐賀の伝統工芸事業者や関係者を支援し、産地振興につなげる取組として「ピースクラフツ SAGA」が立ち上げられた。

＜取組・成果＞

【ふるさと納税制度の活用】

○ピースクラフツ SAGA の特徴は、ふるさと納税制度を活用しつつ、「伝統工芸品に触れてもらい、理解し、応援してもらうための入口」として位置付けている点にある。
○返礼品として伝統工芸品を採用することで、寄付者が伝統工芸品を手に取る機会を創出している。伝統工芸品の背景や作り手の想いについては、紹介文や発信媒体等を通じて情報提供が行われており、単に物を受け取るだけでなく、伝統工芸品の価値や魅力への理解を深める仕組みとなっている。
○このプロセスを通じて、一度限りの支援にとどまらず、伝統工芸品の継続的なファンを生み出す仕組みが構築されている。
○返礼品としての伝統工芸品の採用は、事業者にとって安定的な販路の一つとして機能している。取引事業者数は 100 を超え、返礼品の採用実績については定期的なフィードバックが行われ、必要に応じて事業者への訪問も実施されている。
○こうした丁寧なフォローにより、単なる取引関係にとどまらず、長期的な信頼関係が築かれている点も特徴である。

【助成事業】

○ピースクラフツ SAGA では、事業者の新たな挑戦を後押しするため、助成事業も実施している。助成金は、商品開発や展示会への出店、設備の修繕・購入など、事業者が次の一歩を踏み出すために必要な取組に活用されている。
○自己負担のみでは踏み出しにくい挑戦に対して資金支援を行うことで、事業者の意欲を引き出し、新たな可能性を広げている点は大きな意義を持つ。
○自由度が高く、事業内容だけでなく事業者の思いや熱意を大切にして選考が行われている。今年度は約 20 事業者から応募があり、その中から 5 事業者が採択されており、事業者側の関心と期待の高さがうかがえる。

【国内外の多様な人材との連携】

○海外デザイナーとの連携による商品開発や、国内外のイベントへの出展支援についても、現在も継続的に取り組まれている。これらの取組を通じて、商品開発の幅を広げるとともに、新たな販路の開拓につながっている。
○他にも、伝統工芸品と他分野を組み合わせた取組も行われている。例えば、動物愛護活動と連携し、保護犬・保護猫支援と伝統工芸品の発信を組み合わせる取組などが実施されている。こうした取組により、従来伝統工芸品に関心のなかった層へのアプローチが可能となり、伝統工芸品の間口を広げることにつながっている。
○このように、ピースクラフツ SAGA の取組は、資金支援にとどまらず、事業者の挑戦を後押しし、人と伝統工芸品をつなぎ、産地の未来をともに考える伴走型の支援として展開されている点に大きな価値がある。

写真 14　採択事業者との交流

＜課題と今後の展望＞

【課題】

○佐賀県における伝統産業の課題として真っ先に挙げられるのが、後継者不足であり、産地によっては若手職人が極端に少なく、高齢の職人が中心となって技術を支えている。

○職人として一人前になるまでには長い下積み期間が必要であり、収入面でも厳しい状況が続くことから、担い手確保は容易ではない。

○また、分業制によって成り立ってきた産地では、生地屋や道具製作者など、いずれかの工程が失われることで産地全体の生産が立ち行かなくなるという側面を抱えている。大量生産・大量消費を前提とした産業構造が成立しにくくなった現在、分業制の在り方そのものを見直す必要性も指摘されている。

○一方で、インターンシップやオンライン求人を通じて新たな人材とつながる動きも見られ、意欲のある若者が存在することも分かってきた。しかし、意欲のある若者に対して伝統産業についての情報が十分に届いていないことや、産地と人材をつなぐ仕組みが弱いことが課題として残っている。

【今後の展望】

○佐賀県内に集積する多様な伝統工芸の産地間でのコラボレーションを進めていくことも一つの方向性として考えられる。

○佐賀県内には焼き物、染織、ガラス工芸など分野の異なる伝統工芸が存在しており、異なる技術や素材を組み合わせることで、新たな商品開発や発信の可能性が広がると考えられる。実際に、事業者同士の横のつながりを生かした取組も始まりつつあり、こうした動きを後押しすることで、工芸分野全体の魅力向上につながることが期待される。

○また、商品開発の面では、現代のニーズに対応した付加価値の高い商品の創出が重要である。

○販路の面では、ふるさと納税に加え、国内外の市場への展開など多様化を図る必要がある。

○さらに、ピースクラフツ SAGA の取組を、伝統産業支援の一つのモデルとして整理し、他地域への応用も視野に入れていくことが期待される。

○伝統技術の保存と産業としての持続可能性を両立させるためには、行政、民間団体、事業者がそれぞれの強みを生かしながら、地域全体で支えていく体制づくりが重要である。

③伝統産業・工芸を担う事業者

【合同会社 COCOO】

＜取組の経緯＞

○合同会社 COCOO は、伝統工芸である「漆」を中核技術とし、現代の生活様式や日常品と融合させた製品・サービスの開発を行う事業者である。
○代表者は「100 年後も残る産業」という想いから、耐久性の高い天然素材である漆に着目して創業した。漆器の「扱いが難しい」「手入れが大変」といった既成概念を克服するため、京都の株式会社佐藤喜代松商店等と協働し、焼き付け技術を用いた新たな漆加工方法の開発に取り組んだ。
○漆器の堅牢性や美しさを現代技術と融合させることで、新たな価値を創造している。

＜取組内容・成果＞
○合同会社 COCOO は創業以来、「モノ売り」「技術売り」「コト売り」の三本柱に沿って事業を精力的に展開し、顕著な成果を上げている。
○「モノ売り・技術売り）（販売と製品開発）
・主力製品の真空漆タンブラー「KISSUL」は、魔法瓶の真空断熱技術と漆塗りを融合させたものである。
・ステンレスに漆を焼き付ける独自技術により、「保温・保冷機能」と「漆の持つ美しい風合い・口当たりの良さ」を両立させた。耐久性がないというステンレスの弱点を克服して食洗機での洗浄も可能にし、現代のライフスタイルに合う「毎日使える伝統工芸品」として新市場を創出した。また、15 色以上の鮮やかな色漆を用いたシリーズは、伝統的な漆のイメージを刷新し、若者層や海外からも高い評価を得ている。

写真 15　KISSUL 色漆（提供：合同会社 COCOO）

○「コト売り」（体験型ワークショップの提供）
・製品販売に留まらず、漆の魅力を直接体験できるワークショップを提供し、ブランドへの深い理解とファン育成につなげている。「職人しか扱えない」というイメージを払拭し、誰もが気軽に伝統工芸品の魅力に触れられる場は、COCOO が目指す「伝統を普通に」という理念を顧客と共有する重要な機会となっている。
・この革新的な取組は、「関西 NBC ニュービジネスアワード 2025」など数々の賞を受賞。高級ホテルと連携した BtoB 事業も展開し、収益源を多角化している。

＜課題と今後の展望＞
○課題 1：国内漆産業への貢献によるサプライチェーンの強靭化
・自社の成長を持続可能なものにするため、単なる漆の「消費者」に留まらず、国内の漆生産地（岩手県二戸市浄法寺町など）や、途絶えかけた産地（京都・丹波漆）の再生に積極的に関与し、サプライチェーン全体の強靭化に貢献する必要がある。
○課題 2：創業ビジョンの具現化に向けた事業モデルの構築
・「支え合いのコミュニティ」という創業ビジョンを、具体的な事業活動として形にしていく必要がある。

・現在の事業を通じて生まれる顧客やパートナーとのつながりを、単なる商取引の関係から、より深いコミュニティへと昇華させるための仕組づくりが求められる。

○課題３：「漆」の価値最大化に向けた新事業開発

・漆の機能性（抗菌性、耐久性など）や、漆の木そのものの可能性（蜂蜜、木材利用など）を探求し、新たな製品・サービスを開発する研究開発（R&D）体制を強化する。現在の主力事業に安住せず、継続的に新たな事業の柱を創出していくことが重要である。

○今後の展望１：漆産地との連携強化プロジェクト

・京都の丹波漆との連携を深め、漆の木の植樹や育成に関する共同実験を開始する。また、国内最大の産地である岩手県二戸市浄法寺町への視察や生産者との対話を通じて、国産漆の安定調達に向けた長期的な関係構築に着手する。将来的には、京都の丹波などの産地ブランドモデルの導入も検討する。

○今後の展望２：会員制コミュニティの立ち上げ

・ワークショップの参加者や製品の愛用者を対象とした、会員制のオンラインコミュニティを立ち上げる。コミュニティ内では、製品メンテナンスのノウハウ共有、新製品開発に関する意見交換会、さらには子育てや介護といったライフステージの課題について情報交換できる場を設け、「支え合い」の理念を具現化する第一歩とする。

○今後の展望３：異分野連携による新製品・サービス開発

・漆の抗菌性に着目し、医療・介護用品や衛生用品のメーカーと共同で、漆コーティング技術を応用した新製品開発について、事業化の可能性を調査し始める。また、紙と漆を組み合わせた文房具製品や、漆の木を活用したアロマ製品など、ライフスタイル分野での新たな製品ラインナップの企画・開発に本格的に着手する。

【今河織物株式会社】

＜取組の経緯＞

○1980 年頃、西陣織の経済規模はピークを迎え、西陣地区では１兆円産業であった。絹織物は非常に高額で、戦前は「一家族に一着」あれば裕福とされていた。戦後、絹織物は「一人一着」時代が到来しバブル状態となった。西陣織は、工芸から産業へと形を変えていった。「住まいに職人、住まいに機械」という家内制機械工業となった西陣織は、細分化されたスペシャリストを生み出し、内製化できないレベルとなった。

○西陣織には様々な工程があるが、どこか一部の工程に支障が出ると製品が作れなくなり、瞬く間に家業が危機に瀕する。

○市場が縮小している現代社会において、5～10 年先の近い将来、西陣織の生産体制が維持できなくなってもおかしくない。

○そこで、和装というジャンルにとらわれず新たな挑戦をするために、普段は「和装メーカー」としての顔を持つ今河織物株式会社、株式会社安田、京都西陣おおばの３社が協働で、「N180（エヌ・ワンエイティー）」事業をスタートさせた。

＜取組内容・成果＞

○新たな価値創出と異業種連携・コラボレーション（N180）

・N180 は「ものづくりの力で業界の閉塞感を 180 度ひっくり返す」をコンセプトに、西陣織を、和装というくくりだけでなく生地や柄の魅力も含めて発信している。また、着物をただ「着るもの」としてだけでなく、文化として発信している。

・YouTube を活用した発信や、機動戦士ガンダムとのコラボレーション、NFT への図案提供など、活動は多岐にわたる。N180 を通じて、単独ではできないことでも複数企業で協力すれば挑戦できることが見いだせた。

・株式会社 J&J 事業創造が手掛ける「Bank of Craft」プロジェクトの第一弾として、N180 と日本最大級のアクションスポーツ・ストリートカルチャーマガジン「FINEPLAY」、けん玉カルチャーを牽引する「430（フォーサーティー）」がそれぞれタッグを組んで「京都・西陣織×スケートボード、けん玉」を展開した。オリンピック等で注目を集めるアーバンスポーツと伝統工芸の異色のコラボレーションによる新たな価値創出に挑戦した。

写真 16　株式会社 J&J 事業創造と N180 のコラボレーション製品
（提供：株式会社 J&J 事業創造）

○マーケティング
・海外は別として、国内では、和装市場自体の拡大は難しい。そのような中、零細企業の体力では、大衆を対象に製品やサービスを画一的に訴求するよりも、広いマーケットの中の一部、特に製品の価値を理解してくれる顧客に焦点を当てるコミュニケーションマーケティングの必要がある。
・いかに差別化して、いかに高い顧客満足度を狙うかが重要であり、そのために和装市場を細分化することは重要である。
・また、ユーザーの購入体験で印象に残るのは金額と体験であり、ユーザーの所有物の中でトップクラスの「特別な体験」を目指している。例えば、ユーザーに完成品を購入してもらうだけではなく、製品の製作段階、生まれる過程を共有することも「特別な体験」につながると考える。

○デジタルブランディング
・デジタルブランディングに取り組む際には、日常生活の中でいかに着物のことを考えさせることができるか、その回数をいかに増やせるか、習慣化できるかを意識している。
・N180 では、YouTube を活用して「箪笥（たんす）きものレスキュー」を配信している。この取組では、ゲストが持参した着物のコーディネートを協働する三社の帯で提案しており、西陣織の魅力の訴求や各社の個性の違いが楽しめる配信となっている。

＜課題と今後の展望＞
○西陣織は事業者の多くが世襲であるため、事業承継のサイクルが遅いという点や、先代の経営手法を踏襲するパターンが多く、新しいアイデアが生まれにくい点が課題として挙げられる。
○西陣織は長い年月の中で、開発環境のカスタマイズが進んでいる。今後は、組合の主導で新型織機による共通の生産基盤を提案したり、フォーマットを再設定したりするなど、従来の西陣織の生産スタイルではなく、新しい生産スタイルを導入する可能性がある。
○今河社長は、「時代の移り変わりの中で無理をして伝統産業・工芸を未来に残し続けることはナンセンスである」と考える。正倉院に残されている織物で複雑な構造の物は平安時代に一度は消滅したが、明治時代にジャカードという機械が現れたことで復活した。反対に、ジャカードの登場によりそれまでに培われた技術の中で失わ

れた技術も存在する。西陣織を誰のために未来に残す必要があるのか、立ち止まって考える必要がある。

○多くの伝統産業が現代社会においては最適ではない「過剰スペック」となっている可能性がある。事業者による「これほどに素晴らしいものを作っているから残さないといけない」という消費者を無視した理屈は通用せず、「残すためには何が必要なのか、ユーザーは何を望んでいるのか」という姿勢にシフトしてく必要がある。

○「伝統産業はデザインや機能が生活につながることで生き残るのではないか」という考えが今河社長へのヒアリングを通じて伺えた。デザインや機能に連動する技術でなければ「作り手の独りよがり」になると考えて、今後も新しい製品を作ることが重要になる。

【副島硝子工業株式会社】

＜取組の経緯＞

○肥前ビードロは、江戸時代に長崎を通じて伝来したガラス製造技術を起源とし、幕末期に佐賀藩が設置した精煉方（1852 年設立）などによる技術導入・研究の影響を受けながら、地域の中で受け継がれてきた伝統的な手作りガラスである。現在はグラスやアクセサリーなどの製品が作られている。

○現在、この技術を継承し製造を行っているのは、佐賀市所在の副島硝子工業株式会社のみであり、肥前ビードロは極めて希少な伝統産業となっている。

○一方で、生活様式の変化や大量生産品の普及により、ガラス製の実用品需要は大きく減少し、従来型の食器中心のものづくりでは経営が成り立たなくなっていた。同社においても、卸売を中心に販売件数が減少し在庫が積み上がるなど、事業を続けるかどうかの岐路に立たされた時期があった。

○そうした中で、「売れないのであれば、売れるものに作り替えるしかない」という認識のもと、伝統技術を守りながらも時代に即した新たな価値を生み出す方向へと少しずつ舵を切った。古い技術をそのまま残すだけでなく、変化を受け入れながら挑戦を続けることが、肥前ビードロを次世代につなぐために不可欠であるとの考えが、現在の取組の出発点となっている。

＜取組内容・成果＞

○肥前ビードロの最大の特徴は、金型を一切用いない「宙吹き（中吹き）」による完全手作業の製法である。その中でも、ガラスの吹き竿を用いる製法は「ジャッパン吹き」と呼ばれ、二本の竿を使う「二刀流」の技法は、日本国内のみならず世界的にも副島硝子工業のみが継承している。こうした製法により、一つひとつ形や色合いが異なる、唯一無二の製品が生み出されている。

○近年の取組として特筆すべきは、従来の食器中心の製品構成から脱却する「脱・食器」「ポスト食器」の方向性である。ガラス製の実用品は機械生産に対抗できないという現実を踏まえ、既存技術を新しい作品へ昇華させる取組が進められてきた。

○その代表的なものが「玉手箱」である。「玉手箱」は、特殊な金属酸化物を用いてガラスの内部に独特の模様や輝きを生み出した製品であり、見る角度によって色合いや表情が変化する点が特徴である。この製品は特許を取得しており、「佐賀県発明協会会長賞」を受賞するなど、高い評価を得ている。

○「玉手箱」の技術は、令和 6 年に佐賀県で開催された国民スポーツ大会のメダルに採用されている。また、イヤリングなどのアクセサリーも商品化され、皇族が着用されたことにより、テレビ等で紹介される機会も増え、販売面でも大きな反響を呼んだ。

○また、「玉手箱」とは異なる表現として、角度によって鶴や亀の文様が浮かび上がる技法も開発されている。こうした技術を活用して万年筆など新たな分野への展開も進められている。

○現在は、作った製品がすぐに売れる状況となっており、在庫をほとんど持たない形で生産・販売が行われている。販売は店舗、催事、オンラインを組み合わせて実施されており、販路の多様化が図られている。
○特に、アクセサリー分野は売上の柱となりつつあり、器に比べて短期間で技術習得が可能であることから、新たな担い手の育成という観点からも重要な分野となっている。また、県や市からは記念品としての注文も多く、行政需要も一定の支えとなっている。

写真 17　玉手箱

＜課題と今後の展望＞
○肥前ビードロの最大の課題は、後継者の確保である。
○現在、副島硝子工業で製造に携わる職人は三名と非常に厳しい状況にある。職人を一人育てるには少なくとも 10 年を要し、採用後 3 年間は生産性の低下や指導による負担も増加する。「人を入れればすぐに生産量が増える」という単純な構図にはならず、採用したくとも、その余裕がないのが現状である。
○また、県外から採用した人材は独立してしまうことが多く、せっかく指導しても数年で離職してしまうため、現在は地元出身者を中心とした採用を志向している。
○さらに、肥前ビードロは県内では一定の認知があるものの、全国的なブランド力はまだ十分とは言えない。薩摩切子のように、芸術性を高めることで強固なブランドを確立している事例を参考に、工芸展への継続的な出品などを通じて、芸術的評価を高めていくことが大切である。
○一方で、観光との連携についても、課題意識は高いものの、立地条件や受入体制の制約から、すぐには実現できないのが現状である。
○今後の展望としては、アクセサリー分野を中心とした高付加価値商品の拡充を進めるとともに、有田焼をはじめとする佐賀県内の他の伝統工芸とのコラボレーションを通じて、工芸全体としての魅力や発信力を高めていくことが重要である。
○伝統技術を守ることと、時代に即応して変化し続けることの両立が求められる中で、肥前ビードロが少しずつでも変わり続けながら、産業として次世代へ継承されていくことが期待される。

【HAKATA JAPAN（株式会社鴛海織物工場）】
＜取組の経緯＞
○昭和から平成に時代が移るにつれて、帯や着物の売れ行きが悪くなった。帯や着物のメーカーが新しいマーケット（ウェディングドレス・ゴルフバックなど）への挑戦を試みるも、それぞれの分野で専門に扱う業者が存在することから、厳しいものであった。
○平成 11 年、福岡のデザイン企画会社の社長から、博多織工業組合に対して、「国の補助金を使って博多織を上質な絹の素材として海外に普及できるブランドづくりをし

ないか」という提案があった。当時の博多織工業組合は約 50 社で構成されており、そのうちの 5 社が賛同し特別委員会ができたのが博多織ブランド「HAKATA JAPAN」の原点である。

○結成 1 年目の目標は、ニューヨークでの展示会であった。平成 12 年 8 月にニューヨークで開催された見本市に出展。来場者や主催者の反響は大きく、少数であるが 5 件の小売店から主にバッグの注文があった。このことは福岡の様々なメディアに取り上げられ、ニューヨークでも取材を受けたことが話題となり、地元百貨店では常設コーナーも設置された。

○活動を続けていくうちに、5 社の売り上げに差が出るようになってきた。鴛海（おしうみ）織物の商品は売れ行きが良かったが、他社は芳しくなかった。結成 3 年目、ブランドの今後について協議していく中で、5 社中 4 社からブランドの継続は困難との意見が出たため、鴛海織物が単独で HAKATA JAPAN 事業を進めることとなった。

○その後、平成 17 年に現在のヒルトン福岡シーホークホテルでテナント販売を開始したが、平成 23 年の東日本大震災をきっかけに売上が激減したことで、テナント移転を余儀なくされた。コロナ禍を経て、現在は博多リバレインの地下で直営販売を続けている。

写真 18　HAKATA JAPAN の店内

＜取組内容・成果＞

○「HAKATA JAPAN」ブランドは、“先進的なクラシシズム”をブランドコンセプトとし、高い織技術と変わらない美意識だけでなく、最もプログレッシヴな感性をプラスしたスタイリッシュなデザインで、自分らしく楽しむ時代の進化的価値を提案している。博多織製品の企画開発・製造・販売のほか、応接間やオフィスなどに博多織を用いた空間演出も手掛けるなど、あらゆる分野で博多織の可能性を探究している。

○株式会社 J&J 事業創造との連携

・令和 6 年 11 月 27 日から 12 月 3 日にかけて、株式会社 J&J 事業創造（前述の JTB と JCD の共同出資会社）主催で「Bank of Craft presents CRAFT DESIGN MEETS FUKUOKA -織・絣-」が開催された。

・本イベントの開催に至るまでも、博多織の株式会社鴛海織物工場と株式会社伊藤園、クリエイターの Masatoo Hirano 氏がコラボレーションしていた。コラボレーションの内容は、福岡空港の国際線ターミナルに設置された自動販売機に、リデザインした博多織柄をラッピングした。空港の利用者などに広くアピールすることができた。

・本イベントでは、伝統工芸職人・アーティスト・福岡の蔵元が集い、六つのコラボレーションデザインボトルの製作や、伝統工芸に関わる様々なプロジェクトを実体験できるイベントが開催された。博多織の鴛海織物工場と前述の西陣織の N180 がタッグを組み、産地を越えた初の共創プロダクトも展示・販売された。

○業界全体としての人材育成

・平成 18 年には、博多織についての学びを基礎に、伝統工芸の新たな価値創造を担う人材育成を行う「博多織デベロップメントカレッジ」が創設された。「伝統」に縛られない自由な発想で、未来に向け、世界に通用する博多織クリエイター、伝統工芸プロデューサー、多様な価値表現者として羽ばたいていく能力を育んでいる。卒業生は「第 123 回博多織求評会」や「博多織ギフトコンテスト 2025」などの入賞など素晴らしい成果を残しており、女性の職人も増えてきている。

＜課題と今後の展望＞

〇HAKATA JAPAN では、博多織を将来に継承していくことを目標に、業界内での協業はもちろんのこと、業界にとらわれず、博多織について理解を示してくれる地元企業との協業も模索していく。

〇営業面に関しては、個々の博多織事業者だけで実施するよりも、前述の連携事業のようにプロモーションに強い企業との連携が効果的であることが明らかになった。

〇時間をかけて築かれた博多織のストーリーを価値として伝えていくことが重要であり、その点で博多織はまだまだ潜在的な可能性に満ちた伝統工芸品である。

4 本調査のまとめ・提言

本調査では、伝統産業・工芸の次世代への継承に向けて、「将来にわたって持続可能」「稼げる」、「担い手育成・支援」の三つの観点に着目して、地方公共団体や事業者、教育機関等を対象に視察・ヒアリングを行った。

○「将来にわたって持続可能」の観点

既存の技術を新たな製品に昇華するために、エリアを問わず同業種間で横のつながりを構築することに加えて、異業種とのコラボレーションによって、新たな化学反応を起こすことも重要である。今回ヒアリングしたすべての事業者が、異業種とのコラボについて言及していたことは印象的であった。

地方公共団体の支援策については、積極的にチャレンジする事業者に対して手厚く支援を行うことが効果的である。限られた財源の中で、効果的に伝統産業・工芸を支援していくうえで、一律ではなくあえて対象を絞ることは、必要なプロセスである。

漆や楮など原材料の確保が厳しい伝統産業・工芸については、事業者だけが奔走するのではなく、地方公共団体や民間の協力団体が一体となって課題に向き合うことが必要である。原材料の供給源である産地と連携を図ることができれば、原材料の産地の売上げだけでなく、伝統工芸事業者の製品の魅力向上にも好影響を及ぼすことが期待できる。今回調査した青森県では既に取組をしており、今後は秋田県でも、原材料の確保に力を入れていくなど、広域での対応が求められている。

○「稼げる」の観点

コロナ禍や市場縮小という逆風の中でも、生活者の日常への接点創出に加えて、デジタル技術やオンライン販売の導入、観光との連動やふるさと納税の活用など、様々な「稼ぎ方」が模索されていた。

また、限られた視点だけで解決策が得られることは少なく、事業者側の一方通行な情報発信ではなく、使い手側のニーズも汲み取れる双方向の情報発信が大切である。特に、SNSの活用等の情報発信においては、学生などの若者が適している場合があり、若者が情報発信を担うことで、若者層への効果的なプロモーションが図れる。さらに、職人にとっても、若者から新たな視点、気づきを得ることができ、新たなマーケットを意識した商品開発にも寄与する。

弘前市、秋田県、関市、堺市などでは、情報発信の強化に向けた取組を進めている。関西大学では、情報発信とDX[20]支援を実施している中で、職人の技や製品の魅力を短尺動画で発信し、これまで伝統産業に接点のなかった層に対して、その魅力を直感的に伝えることに成功するなど成果を上げている。

加えて、今回のヒアリングでは導入事例がなかったが、インバウンド対応や海外への商品販売については、近年目まぐるしい進歩を遂げている「生成AI[21]」「翻訳AI[22]」を活用も重要である。

○「担い手育成・支援」の観点

技術継承のため、教育機関や行政・NPO等が一体となり、体験授業・研修・インターンシップ・産学連携を展開し、幼少期からの啓発と職業選択としての魅力発信が重視されていた。また、補助金や奨励金、伴走型支援、コミュニティ形成など、長期的視点での人材育成と定着の仕組みも整備されていた。

---

[20] DX:デジタルトランスフォーメーション。デジタル技術を活用して、ビジネスプロセスや業務、企業文化、顧客体験を変革することを指す。また、近年では、AIを活用して業務プロセスやビジネスモデルを革新し、生産性向上や競争力強化を図る取組としてAX（AIトランスフォーメーション）導入の取組もある

[21] 生成AI：学習データをもとに新しい文書・画像・音声・プログラムコードなどを自動生成する人口知能技術

[22] AI翻訳：単なる言葉の置き換えではなく、文書全体の意図を読み取り、場面や相手に応じた口調に調整が可能

技術継承に関して、技術を継承してくれる人材を見つける「担い手探し」、担い手を育成する「担い手づくり」は、大変な労力を要する。職人が技術継承のための時間を確保しようとすると、生産性の低下が避けられないことから、この点について、地方公共団体等からの支援や、組合等が基礎的研修を担うなど、事業者が積極的に人材育成に取り組める環境づくりが大切である。

また、総務省では、地場産業等の担い手を確保する観点から、「地域おこし協力隊」制度の運用を令和 8 年度に一部変更する。地域協力活動として地場産業等に従事し、任期終了後に一定の要件の下で当該地場産業等に係る起業・事業承継を行うこととする場合、通常最大 3 年である活動期間を特例として最大５年に延長した。このような制度も大いに活用しながら、伝統産業・工芸の担い手の育成、確保に取り組んでいく必要がある。

以上のように、「将来にわたって持続可能」「稼げる」「担い手育成・支援」の三つの観点は、今回のヒアリング事例でも大切にされていることが確認できた。伝統技術を守るだけでなく、現代的な価値を再創出し、生活や新市場と結びつける柔軟性が、産地や事業者の自立性・発展性を高めていた。

他方、地方公共団体の伝統産業・工芸に対する向き合い方についても考察したい。前例のない取組に対して、地方公共団体の消極的な姿勢に言及していた事例もあったことを踏まえ、地方公共団体の伝統産業・工芸に対するこれまでの考え方についても、今一度見直す必要がある。

担当者が、これまでとは違ったファン層の獲得が見込める場面において、新たな事業を提案したとしても、首長をはじめとした特別職、決裁権限を持つ幹部職員が「伝統産業・工芸は、このまま変化させなくていい」といった思考のままでは時代に取り残される危険性が高い。「現状維持」がどのような場面でも最適解ではないことを意識することが大切である。

また、複数部署をまたいだ地方公共団体の「横の連携」についても、伝統産業・工芸の分野でもこれからの時代においては必要不可欠である。教育・行政・民間が連動し、産地を横断するネットワークやコミュニティ形成、外部人材の参画が課題解決の推進力となっている。しかし、現状これらは一部の先進事例にとどまり、多くの産地では依然として部分的・試行的な取組に留まる傾向も見られることから、今後は全国的な展開を期待したい。

これらを踏まえて、次の通り四点を提言したい。

1. **異業種連携・原材料確保など将来にわたって持続可能な仕組みの構築**
   - 同業種間の横のつながりや異業種とのコラボレーションを推進し、新たな製品開発に取り組む。
   - 原材料確保が困難な産業については、産地・地方公共団体・民間団体が連携し、安定的な供給体制を構築する。

2. **様々な稼ぎ方の模索と双方向での情報発信の強化**
   - デジタル技術の活用、オンライン販売、観光との連携、ふるさと納税など、様々な稼ぎ方を模索し、市場拡大と生活者との接点を増やす。
   - 若者を中心とした情報発信や AI 活用を推進し、消費者ニーズを汲み取る双方向でのコミュニケーションを強化する。

3. **担い手の育成と長期的な人材支援の拡充**
   - 教育機関や行政、民間、NPO が連携し、体験授業・研修・インターンシップ・産学連携を通じて、魅力の発信と将来の担い手となり得る人材の育成を推進する。

- 職人が担い手を育成する期間の生産性低下への補てん、補助金・奨励金や伴走型支援、地域おこし協力隊制度の活用など、長期的な人材定着の仕組みを整備する。

4. **地方公共団体における考え方の見直しと横断的な連携の強化**
- 前例や現状維持にとらわれず、時代変化に即応するための意思決定を行う。
- 地方公共団体の中で複数部署をまたいで横断的に連携をする。また、産地、事業者、教育機関、民間団体などをつなぐネットワーク形成を支援する。

5 おわりに

本調査を通じて、伝統産業・工芸の現場では、地域ごとの課題や工夫が多様に存在することを実感した。各地の地方公共団体や事業者は、伝統技術の継承と産業振興に向けて、地域資源の活用や商品開発、販路拡大、後継者育成などの多角的な取組を展開している。教育機関や民間団体との連携、インターンシップや体験授業を通じた魅力発信、若者やデジタル技術を活用した情報発信など、時代に即した新たな挑戦も見られた。

一方で、原材料調達、ブランド力の強化、担い手の確保など、依然として多くの課題が残されている。現状維持ではなく、時代の変化やニーズに対応し続ける柔軟な姿勢が大切である。特に、地方公共団体においては、前例にとらわれない現状に最適な考え方が今後の発展には不可欠である。

また、行政・教育・民間が一体となり、ネットワークづくりを進めることが、持続可能な産業基盤の構築につながると推察する。

本調査で得られた知見を踏まえ、伝統産業・工芸の次世代への継承には、異業種連携・原材料確保など将来にわたって持続可能な仕組みの構築、様々な稼ぎ方の模索と双方向での情報発信の強化、担い手の育成と長期的な人材支援の拡充、地方公共団体における考え方の見直しと横断的な連携の強化、という四点を提言したい。伝統技術を守るだけでなく、現代の価値と結び付けて新たな可能性を切り拓くことで、地域の自立性と発展性が高まることを期待し、本報告書の結びとする。

最後に、多忙な業務の中、本調査にご協力いただいた地方公共団体、教育機関、民間団体、事業者の皆さまに対して、この場を借りて深く感謝申し上げる。