

2018年度【第8回】学生観光論文コンテスト

テーマ B: 自然や文化を活かした魅力ある地域づくり

～ナショナル・トラスト活動でできること、私の提案～

「伝統工芸品から考える魅力的な地域づくりのあり方

～お稽古産業の活性化を通して～」

横浜国立大学経営学部

大沼ゼミナール 3年

山崎 正弘

加藤 春乃

加藤 綾華

目次

| | | |
|-----|----------------------------|----|
| 第1章 | はじめに | 3 |
| 第2章 | 伝統工芸品とその現状・課題 | 4 |
| 第3章 | 分析対象:鎌倉彫について | |
| | I. 鎌倉彫とは | 7 |
| | II. 鎌倉彫の現状・課題 | 7 |
| 第4章 | ナショナル・トラスト活動での魅力的な地域づくりの提案 | 12 |
| 第5章 | おわりに | 15 |
| | 参考文献 | 16 |

第1章 はじめに

本論文の目的は、ナショナル・トラスト活動により日本の伝統工芸品産業を保護し、その産地がより魅力的な地域となるような提案をすることである。

日本の伝統工芸品産業は長い歴史の中で、人々と共に成長し、維持されてきた日本のものづくりを代表する産業である。しかし、グローバリゼーションの進展、大量消費社会の定着、情報革新の急展開などを背景に日本人の生活様式は大きく様変わりしてきた。そのような状況で伝統工芸品に対する需要は減退し、日本の伝統工芸品産業は徐々に衰退の一途を辿り、作り手の高齢化、後継者不足が深刻化している。特に、都市部から離れた地方の産地ではこれらの問題が深刻であり、このままでは伝統工芸品という日本が世界に誇るものづくりが失われてしまう、と危惧されている。

一方で、生活水準の向上によって生活にゆとりが生まれ、グローバル化の反動ともとれる、伝統的な暮らしや文化への関心が日本人の中で高まってきている。さらに、訪日外国人旅行者数が劇的に増加している状況で、「古き良き日本の伝統的な文化」が世界中から注目されていることも事実である。しかし、伝統工芸品の多くは百貨店や展示会といった特定の場所でしか見たり触れたりできなくなっているのが実態で、その結果「高価なもの」や「展示品」といったイメージが定着し、かつての日用品としてのイメージが失われ、人々にとって身近な物ではなくなっている。したがって、伝統工芸品の振興のためには、身近な物として受け入れてもらう必要がある。

そこで私たちは、伝統工芸品の技術の保護・伝承を通じた魅力的な地域作りを目的として、伝統工芸品が持つ「お稽古産業」という性質に焦点を当て、具体的なナショナル・トラスト活動の提案をしたい。この論文の作成において、私たちは、地元神奈川の伝統的工芸品である「鎌倉彫」を対象に調査・取材を行った。そして、伝統工芸品を保護するにあたりナショナル・トラスト活動を通してできることは何かと模索し、前述のように、伝統工芸品産業を「お稽古産業」として活性化させていくことが技術の保護・伝承を可能にし、魅力的な地域づくりに結びつくのではないかと考えた。

本論文の構成は、まず第2章で日本の伝統的工芸品産業の概要と現状・課題について述べる。次に、第3章では具体的な事例として「鎌倉彫」を取り上げ、その概要と現状・課題に加え、現在行われている施策を紹介する。そして、「鎌倉彫」の調査から我々が見出した課題解決策を簡単に述べ、第4章では具体的なナショナル・トラスト活動の内容を提案する。最後に、第5章では本稿のまとめを論じる、という構成になっている。

第2章 伝統工芸品とその現状・課題

伝統工芸品は長年受け継がれてきた技術を用いて作られる工芸品のことで、日本に約1200品目あるとされ、日本の古くからの伝統を受け継ぎ、日本の文化を代表するものとして長い歴史の中で定着してきた。伝統工芸品産業は個人事業主や零細企業が産地を形成することで一つの産業となっており、事業組合が複数存在したり、組合に加盟せず独自で事業を行う職人も少なからずいたりするため、伝統工芸品産業の実態を把握することは非常に困難である。そこで、経済産業省や地方自治体が独自に認定制度を作ることで伝統工芸品の保護・支援や統計的な調査を行っており、その代表例が「伝統的工芸品」である。

伝統的工芸品とは、後継者の確保難、原材料の入手難などの問題を抱えていた伝統工芸品産業の状況を打開するために制定された1974年の伝統的工芸品産業の振興に関する法律（以下伝産法）の中で誕生した、伝統工芸品と呼ばれるもののなかでも経済産業大臣が指定した工芸品のことを指す。2018年11月7日時点で指定されている品目は232品目あり、その数は年々増加している。伝統的工芸品に指定されるためには以下の5つの条件を満たさなければならない。①主として日常生活で使われるものであること、②製造工程の主要部分が手作りであること、③伝統的技術または技法によって製造されるものであること、④伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること、⑤一定の地域において少なくない数の者が産地を形成していること、である。また、これらの条件に加え、前提として100年以上の伝統があること、という条件も存在し、伝統的工芸品の指定を受ける上でのハードルは低くはないことがわかる。

伝統的工芸品に指定されると伝産法により保護され、各産地の組合に対して伝統的工芸品の原材料確保対策事業、若手後継者の創出育成事業のほか、観光業など異分野や他産地との連携事業、国内外の大消費地等での需要開拓などへの支援を目的に、年間3.6億円（平成30年度予算）の予算の中から最大2000万円の補助金が支給される。

さらに、伝産法に基づき、伝統的工芸品産業の振興を図るための中核的機関である一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が人材確保及び技術・技法等継承事業、産地指導事業、普及促進事業、需要開拓事業として、伝統的工芸品の各産地製造事業者等に指導や情報提供も行っている。具体的な事業例については、人材確保及び技術・技法等継承事業では熟練した技術士を伝統工芸士として認定する伝統工芸士認定事業や学生・社会人等が伝統的工芸の技に触れる機会を提供し、将来の伝統工芸士の発掘や後継者の確保を図る伝統的工芸ふるさと体験・交流事業といったことが行われている。その他、展示会の開催や新聞やSNSを利用したPR事業など多くの事業が展開されている。

こうした支援の下、実際に伝統的工芸品が外部の企業と共同で新製品の開発に乗り出したり、企業が伝統工芸品の技術を活かした製品開発を始めたり、といった機運が高まっており、2016年には当時ヒットした映画「シン・ゴジラ」で多くの東北地方の伝統的工芸品が登場したことが話題となり、石川県の伝統的工芸品である九谷焼や京都の伝統工芸品とゴジラのコラボレーションが実現している。また、「ディズニー」の世界と伝統工芸品を

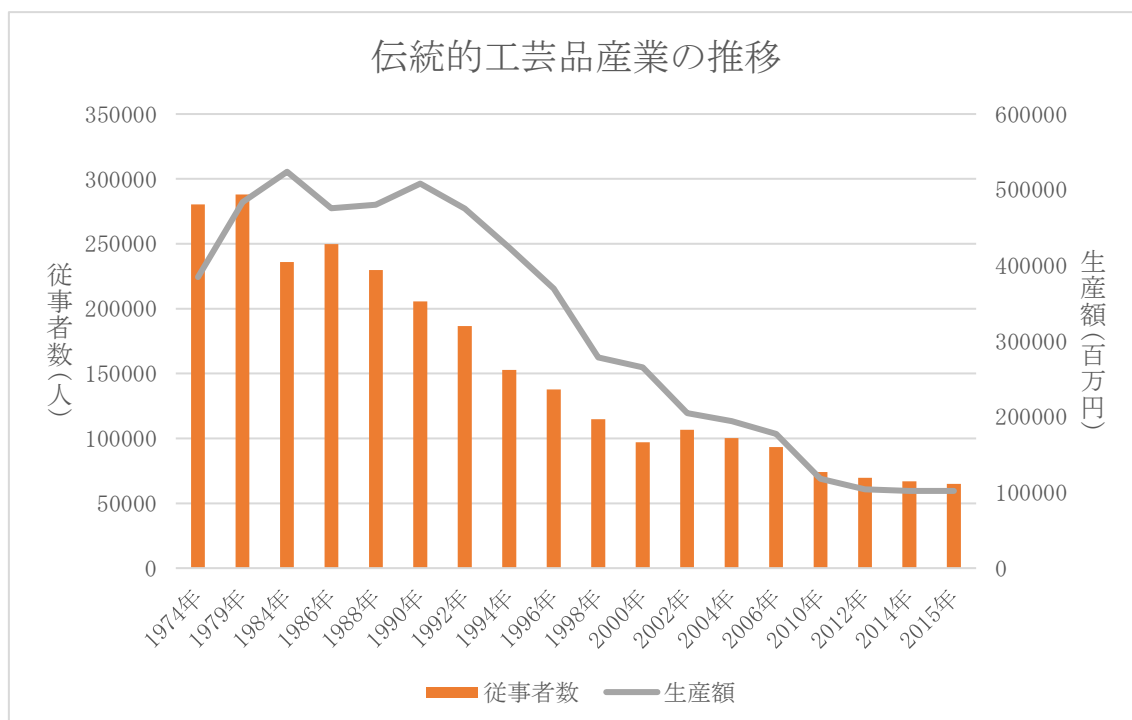
組み合わせたレターセットやガラスの商品化や、今年の4月には、パナソニック株式会社が「Panasonic Design Kyoto」というオープンイノベーションの拠点を京都に設置し、京都の伝統工芸品から培われた技術を活かした新製品の開発も行われている。

しかし、このように国からの支援を受けたり、外部との共同事業に取り組んだり多くの施策が進められているにもかかわらず、後継者不足や売り上げの低下といった問題は依然として存在し、伝統的工芸品は存続の危機を迎えている。以下に示す図表1は、伝統的工芸品産業の推移を生産額、従業者数の2点で分析し、まとめたグラフである。このグラフからもわかるように、1974年から2015年までの41年間で、生産額はピーク時の4分の1以下まで落ち込み、従業者数は半数以下まで減少している。

また、2016年度に行われた三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社による、全国の伝統的工芸品の指定を受けている産地の組合員らを対象にした調査では、図表2で示しているように、補助金や支援制度を活用できていない実態が浮き彫りとなり、また、組合の運営や振興事業のマネジメントがうまくいっていないことが分かっている。

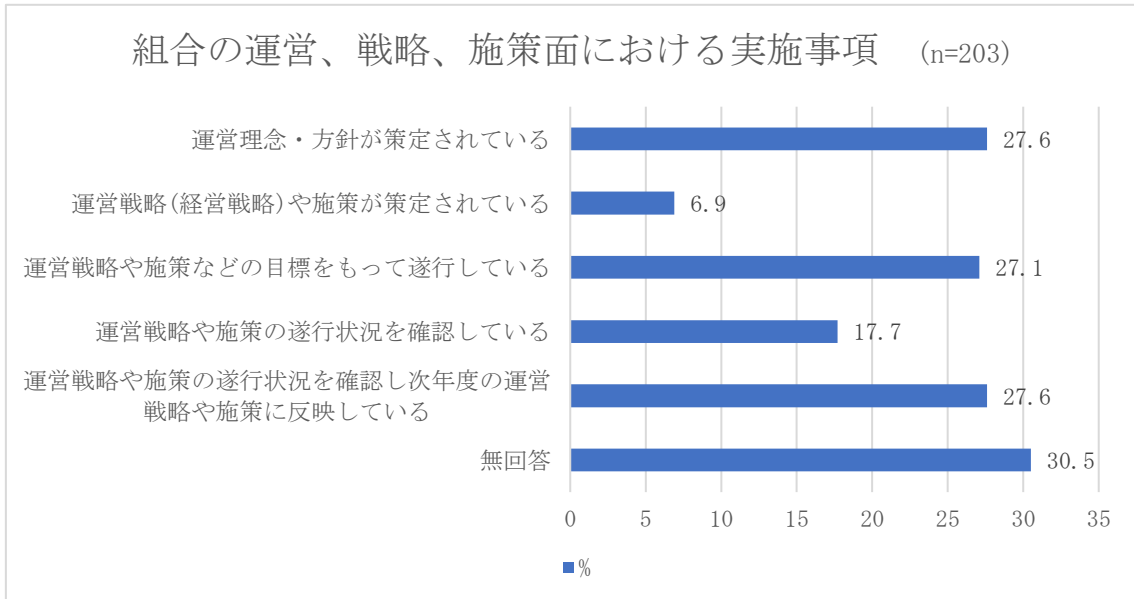
したがって、支援を受け、様々な施策を行なっている伝統的工芸品でさえ、組織の内部管理の問題をはじめ、人材確保や需要開拓といった多くの課題を抱えているため、伝統的工芸品として指定を受けていないその他多くの伝統工芸品も同様かそれ以上に大きな問題を抱えていることは言うまでもない。

図表1

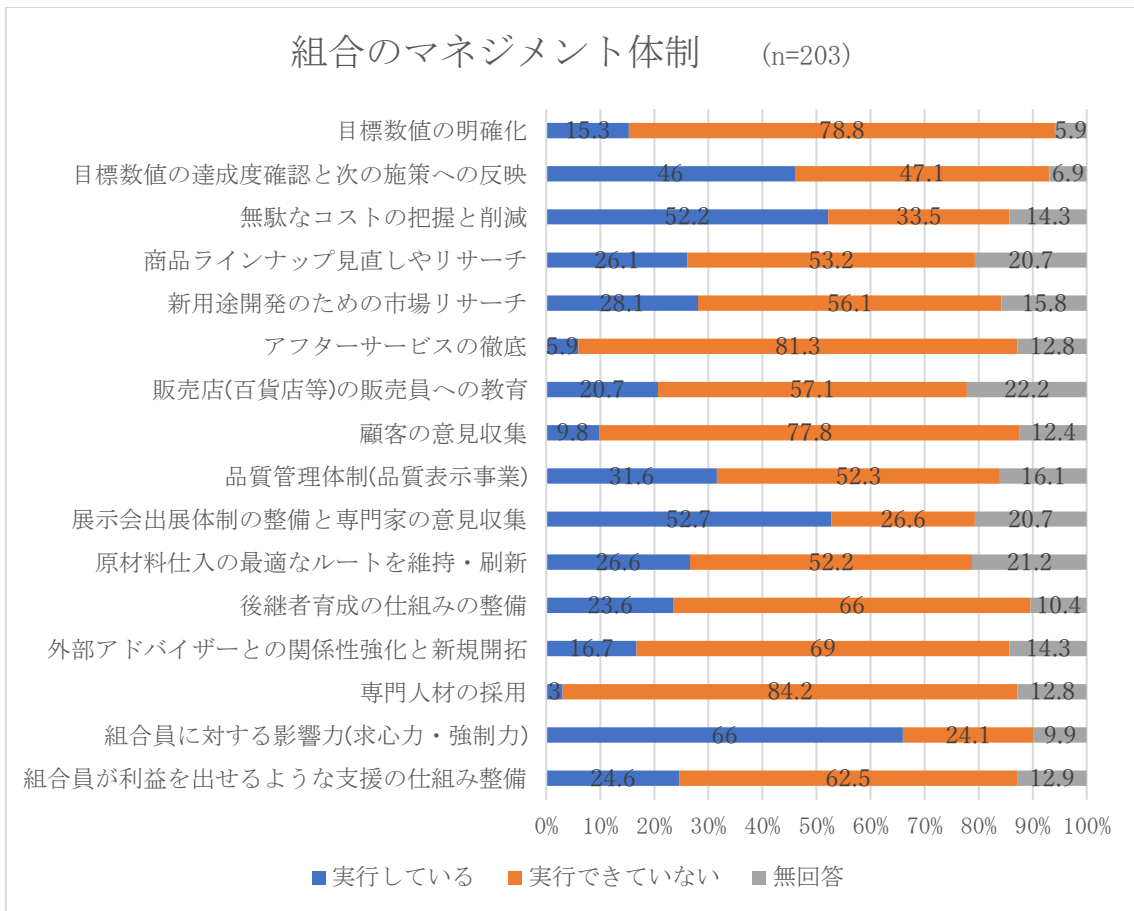


出典：一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会

図表 2-1



図表 2-2



出典：三菱リサーチ&コンサルティング株式会社『伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けた調査』(2017年)

第3章 分析対象：鎌倉彫について

我々は伝統工芸品をめぐる現状や課題について理解を深めるため、地元神奈川で伝統的工芸品に指定されている「鎌倉彫」を取り上げて具体的に研究を行った。

I. 鎌倉彫について

鎌倉彫とは、カツラやイチョウなどの木を用いて木地を成形し、文様を彫り、その上に漆を塗って仕上げた工芸品で、鎌倉市及びその周辺地域で作られたもののことである。起源は古く鎌倉時代まで遡り、800年を越す歴史を持つ。当初は仏具として生産されていたが、室町時代には茶道具として発展を遂げ、明治時代以降に現在のような手鏡や小箱、箸といった日用品としての鎌倉彫の形が生まれた。製作工程としては、木地、彫り、塗りの三工程からなり、基本的にはそれぞれの工程の専門の職人によって製作される。また、鎌倉彫は1979年に伝統的工芸品に指定されている。

○鎌倉彫の作品



出典：<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/shoukou/kamakurabori.html>
<https://www.kamakurabori-kougeikan.jp/>

II. 鎌倉彫の現状・課題

私たちは、鎌倉彫に関する調査を行うため、当初は文献やインターネットにて情報収集を行ったが、詳細については把握することができなかったことから、現地取材を敢行した。取材はインタビュー形式で、計3回行った。詳細は以下の通りである。これらの取材を通し、私たちは鎌倉彫産業の現状や課題について理解を深めた。

| | 実施日 | 取材対象 | 実施時間 |
|-----|-------------|---------------------------|-------|
| 第1回 | 2018年8月21日 | 三月一彦氏 (伝統鎌倉彫事業協同組合理事長) | 約100分 |
| 第2回 | 2018年10月1日 | 岡英雄氏 (伝統鎌倉彫事業協同組合副理事長) | 約180分 |
| 第3回 | 2018年11月10日 | 岡英雄氏および漆塗り教室の生徒4名 | 約150分 |

以下では、鎌倉彫産業の実態と現状について2つの側面から説明する。そして、鎌倉彫産業の抱える問題について詳述する。

はじめに、鎌倉彫産業の構造について述べる。鎌倉彫は他の伝統工芸品と同じく、職人がそれぞれ工房を構え、個人事業主や零細企業として事業を行っている。かつては製品を外国に輸出するなど、製品の売上が全体の売上げの多くを占めていたが、現在は職人手作りの製品の売上よりも教室を開くことによる「お稽古教室」からの売上が多くを占めているという、いわば「お稽古産業」的構造になっている。

ここで、「お稽古産業」とは、茶道や華道教室のように、アマチュアが指導料を払って教室に通うというビジネスモデルの産業である。お稽古産業の特徴として、独自の皆伝制度やお免状が存在することが挙げられる。お免状とは、お稽古の段階ごとの「次のステップへ進んでも良い」という「お許し」のことであり、すべての段階でお免状が与えられ、皆伝状態になって初めて一人前の技術を習得したと認められるのである。

現在鎌倉彫の多くの教室ではそのような皆伝制度が採られており、また、アマチュアが学ぶことができるのは基本的には木地の「彫り」の部分だけであり、彫られた木地はその後「塗り」の工程に移行するが、その部分は専門の塗師に委託され、生徒は「塗り」に携わることができない場合が多い。

次に、鎌倉彫産業全体の売上について述べる。鎌倉彫産業では職人が3つの事業組合を形成し、各事業組合で加盟者の工房での生産額や売上は調査されているが、鎌倉彫産業全体の生産額や売上は記録されていないため把握することができなかった。しかし、伝統鎌倉彫事業共同組合によるまとめでは、当該組合加盟者の工房での直近の年度の売上は約4億5千万円とのことであった。この値から鎌倉彫産業全体の売上は約10億円ほどであると推定され、鎌倉彫産業は他の多くの伝統的工芸品産業の規模と同程度であるといえる。なお、売上高の推移としては、伝統的工芸品産業全体の傾向と同じく、1980年代をピークに年々減少していることが分かった。

ここからは、鎌倉彫産業の抱える問題について述べる。鎌倉彫の課題は、他の伝統工芸品と同様に認知度が低く、産業規模も小さいことなどが挙げられるが、最大の課題は職人の高齢化と担い手・後継者不足であることが取材によってわかった。担い手不足の実情として、全盛期には約500人いた従事者も、現在では130人ほどということであり、また、木地を作る職人は現在鎌倉市内には一人もおらず、木地は市外の木地職人から仕入れているということであった。年齢についても、現在鎌倉彫を作る職人の平均年齢は60代と非常に高齢である。

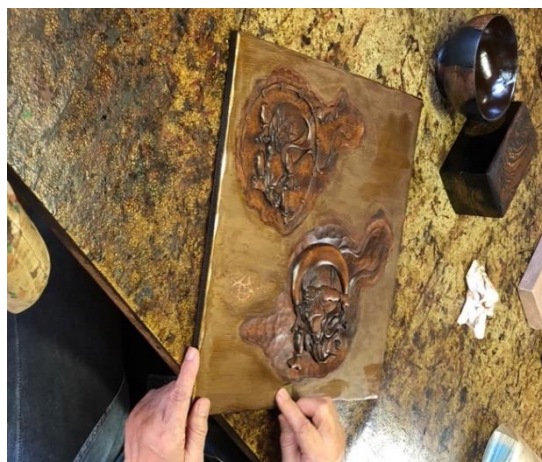
これらの課題に対して、需要の創出、認知度の向上を目的として現在多くの取り組みがなされており、職人がそれぞれ革新的な製品を作ったり、外国人デザイナーとのコラボレーションをしたりといったことが例に挙げられる。また、組合としてはSNSを利用した広告宣伝や、体験教室・展示会を開催している。職人の作る革新的な鎌倉彫の例として、鎌倉彫の彫りの技術を活かした結婚指輪や漆塗りのウクレレなどが挙げられ、さらに、ある

職人はフランス人デザイナーとともにアクセサリーを作るなど、従来の枠組みを超えた鎌倉彫の形が提案されている。組合が行っている取り組みに関しては、インスタグラムで伝統鎌倉彫事業協同組合が運営するアカウントを作成し、展示会の宣伝や製品の紹介を行っている。また、神奈川県内の小中学校に出向いて体験授業を行ったり、施設にて彫りの体験教室を開いたり、展示会を開催したりといったことが行われている。

しかし、私たちが行った岡英雄氏への取材により、我々はこれらの施策における課題点を見出した。現在行われている施策の課題とは、端的に言えば「鎌倉彫の魅力向上につながっていない」というものである。現在行われている体験教室や展示会は限られた予算と人員の中で催されており、それでは多くの人に魅力を伝えきれていないのである。また、前述したように、現在新しい鎌倉彫のスタイルとして提案されているものでも、人気を集めているものはごくわずかであり、多くは消費者のニーズを捉えていないのである。これは鎌倉彫だけにあてはまるものではなく、多くの伝統工芸品に共通している。実際に、ある伝統工芸品の展示会では多くの産地がスマートフォンのカバーを制作して販売していたが、まったく売れなかったという事例もある。つまり、消費者に既製品を売るというスタイルには限界がきているのである。

そこで私たちはこの課題に対する解決策を提案する。それは、鎌倉彫のもつ「お稽古産業」の側面を活かし、モノではなくコトを提供する、という提案である。すなわち、鎌倉彫の教室で生徒が自身の作りたいものを作るという、いわば体験を売ることである。前述したように、現在開催されている鎌倉彫の教室は伝位制度の下で生徒が学ぶという形態になっている。生徒は彫りの部分しか学ぶことができず、また、生徒が作りたいものを作るようになるためには少なくとも2年は教室に通う必要があり、通い続けるためには数十万円の費用を要するということもあり、それらが鎌倉彫の魅力を提供することに対して高い障壁となっている。したがって、私たちは、「生徒が作りたいものを自由に作ることができる教室があれば、鎌倉彫の魅力を効果的に伝えることができる」のではないかと考えた。実際に一部の教室ではそのような教室が開かれており、その教室では漆塗りの技術を学びながら生徒は自らの作りたいものを自由に作っている。ただ、そのような教室はごく一部に過ぎないため、同様の教室をさらに多く展開する必要があるだろう。

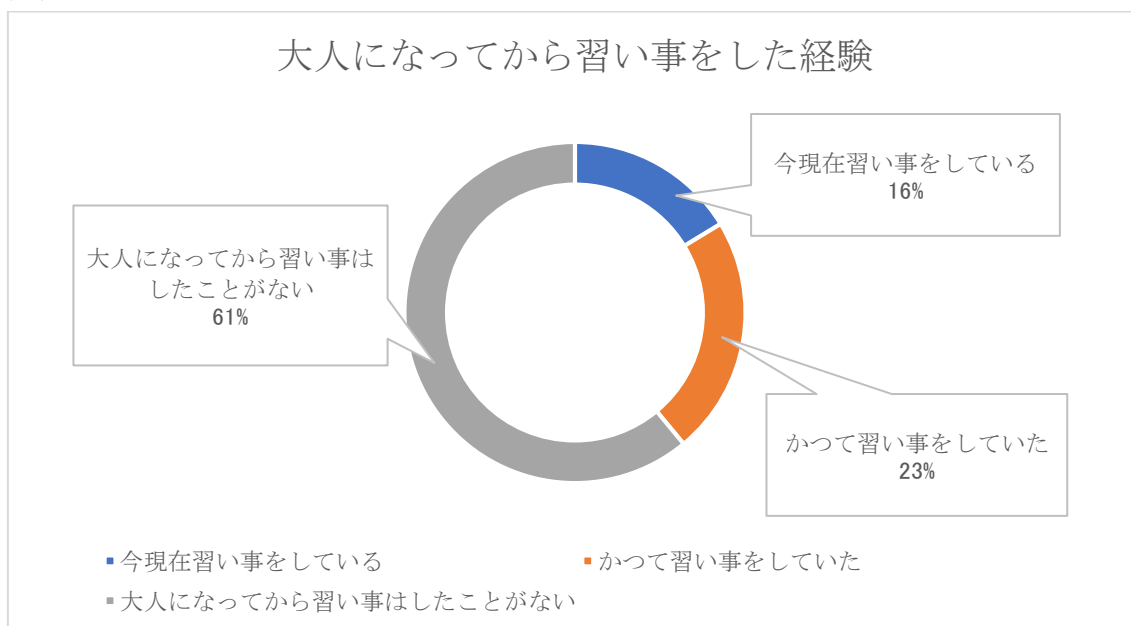
○鎌倉彫教室の写真(左：指導風景、右：生徒による作品)



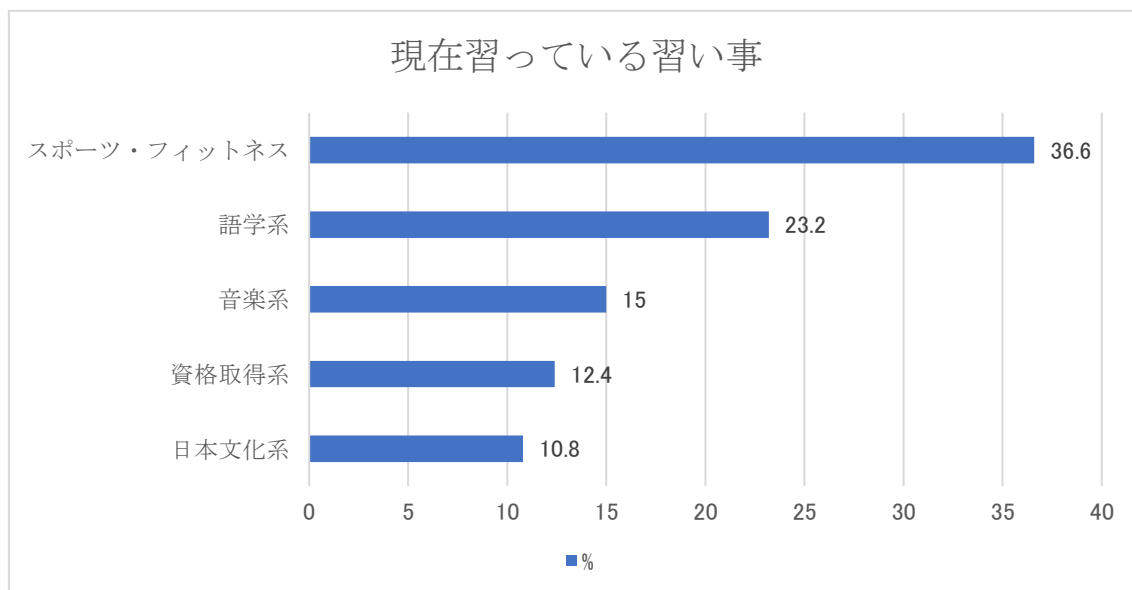
出典：第3回現地調査時に著者撮影

ここで、日本人が習い事にどの程度の関心があるか、ということ进行调查したデータを示したい。株式会社マクロミルが2018年7月に全国20～69歳の男女10,000人を対象に行った調査によると、下の図表3のように、大人の習い事経験者は4割で、日本文化系の習い事をしている割合は全体の5位に位置している。また、習い事にかかる1ヶ月の合計金額の平均金額は8,238円である。さらに、日本の習い事産業の経済効果は年間2兆円ともいわれており、これらの事実から、お稽古産業の需要は大いにあると考えられる。

図表 3-1



図表 3-2



出典：株式会社マクロミル『習い事に関する実際把握調査』（2018年）

以上より、私たちは生徒が作りたいものを作ることができる教室を開催するという施策が鎌倉彫の魅力伝えることに大いに役立ち、認知度を高め、産業としての成長を促進するだけでなく、地域の魅力になると考えた。そして、この取り組みは、ゆくゆくは担い手や後継者不足を解決し、伝統を継承していけるものになるはずである。

次章では、私たちが鎌倉彫の調査から得た知見を活かし、「お稽古産業」を発展させることで伝統工芸品産業全体を活性化し、魅力的なまちづくりを実現していけるようなナショナル・トラストにおける具体的な活動内容を提案する。

第4章 ナショナル・トラスト活動での魅力的な地域づくりの提案

日本でナショナル・トラストというと、「自然保護」のイメージが強く、実際自然遺産を保護対象とする公益社団法人ナショナル・トラスト協会はもちろん、文化遺産を保護対象とする公益財団法人ナショナル・トラストでも歴史的建造物に加え自然環境や自然遺産を多く保護している。既存のナショナル・トラスト活動での保護対象の「貴重な遺産」のほとんどは有形遺産であるが、我々は伝統工芸品そのものだけでなくその技術という無形遺産を保護対象とし、活用していくという新しい形のナショナル・トラスト活動を提唱していきたい。

そもそも、ナショナル・トラスト活動とは、地域の貴重な文化や自然を「守り」、その魅力を「伝え」、一つでも多く次世代に「つなぐ」ことで人々の生活の文化的向上と地域振興に貢献する活動であるから、お稽古産業を活かした伝統工芸品の保全はナショナル・トラスト活動そのものであるといえる。したがって、ナショナル・トラスト活動を通じて伝統工芸品を「守り」、「伝え」、「つなぐ」ことが魅力的な地域づくりへと結びつくのである。

そこで、私たちが提案するナショナル・トラスト活動は大きく分けて2つあり、まず1つが「伝統工芸品の正しい理解を促すこと」、そしてもう1つが、「教室に通うきっかけづくりをすること」である。

まず「伝統工芸品の正しい理解を促すこと」について、近年伝統工芸品や日本の伝統的な食器や器具の使い方を知らずに育つ人や地元にある伝統工芸品について知らない人が多いことが指摘されている。この問題の原因としては、1990年代以降の伝統工芸品市場の縮小により親世代が伝統工芸品になじみがなく育ってきたことから、その子供の世代には伝統工芸品がさらになじみの薄いものとして定着してきていること、そして、大規模な宅地化が進む中で地域外から移住してきた人などはその土地の伝統的なものに関してあまり知識を持っていないことなどが挙げられる。そこで、伝統工芸品とはどのようなものであるかといったことや正しい扱い方を理解し、伝統工芸品に対して愛着を持ってもらう必要がある。

次に、「教室に通うきっかけづくり」について、伝統工芸品の魅力を発信でき、制作意欲を喚起する場として最も有効であるのは、体験教室などを開催し、実際に人々に製作体験をしてもらうことである。しかし、第1章で述べたように、現状では伝統工芸品を生で見たり触れたりできる場は百貨店や展示会といった少数の場所に限られてしまっている。そこで、人々に伝統工芸品と直接触れ合い、制作過程に踏み入ることのできる機会を提供する必要がある。

これら2つの課題に対し、前述の一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会は各産地に支援をし、小中学生に対する伝統的工芸品に関する講習や工芸品の製作体験を提供する教育事業を行ったり、学生や社会人を対象に「伝統的工芸品体験フェア」を行ったりしている。「伝統的工芸品体験フェア」は伝統的工芸品の製作実演及び製作体験指導を通じて伝

伝統工芸品に対する理解や愛着を深め、その産業を支える環境や従事者に対して関心を持ってもらい、産地就労につなげることを目的としている。

しかし、前者に関しては昨年度で全国 103 の産地で、692 の小中学校のみでしか授業は行われておらず、実際に、伝統鎌倉彫事業協同組合が神奈川県の小中学生向けに行っている体験教室も、実施率は 1%未満であった。また、後者に関しても昨年度の実施団体数はわずか 49 団体である。一方で、このような現状であっても、昨年度には「伝統的工芸品体験フェア」をきっかけに 2 つの産地で計 4 名が実際に就労に繋がっていることから伝統工芸品に触れる機会を作ることによって担い手が創出できると考えられる。

したがって、第一に伝統工芸について学び、触れ合う場を設けることが伝統工芸品を保全するために重要であるから、ナショナル・トラストでその場を増やす活動を行うことで、伝統工芸品に対する正しい知識や理解を育むことができ、教室に通う生徒を増加させ、そして、担い手不足の解消も見込むことができるのではないかと考えられる。

さらに、お稽古教室では授業料という安定的な収入を見込めるため、お稽古産業の発展を可能にする。そして、教室に通うために定期的にその産地を訪れる人が増えることでその地域でお金を使ってもらえることができるため、地域経済が活性化し、まちの魅力を高めることにつながると考えられる。

第 3 章で取り上げた鎌倉彫の事例において、鎌倉彫の産地である鎌倉市は東京や横浜といった大都市の近隣に位置し、寺社や海浜といった観光資源も豊富に有することから、地域としての魅力度は非常に高い。しかし、都市部から離れた地方の伝統工芸品の産地では、少子高齢化や過疎化が急速に進んでおり、自治体自体の財政力が弱いことから自治体による支援が受けづらく、また、伝統工芸品の組合としての活動も活発に行われているわけではない。

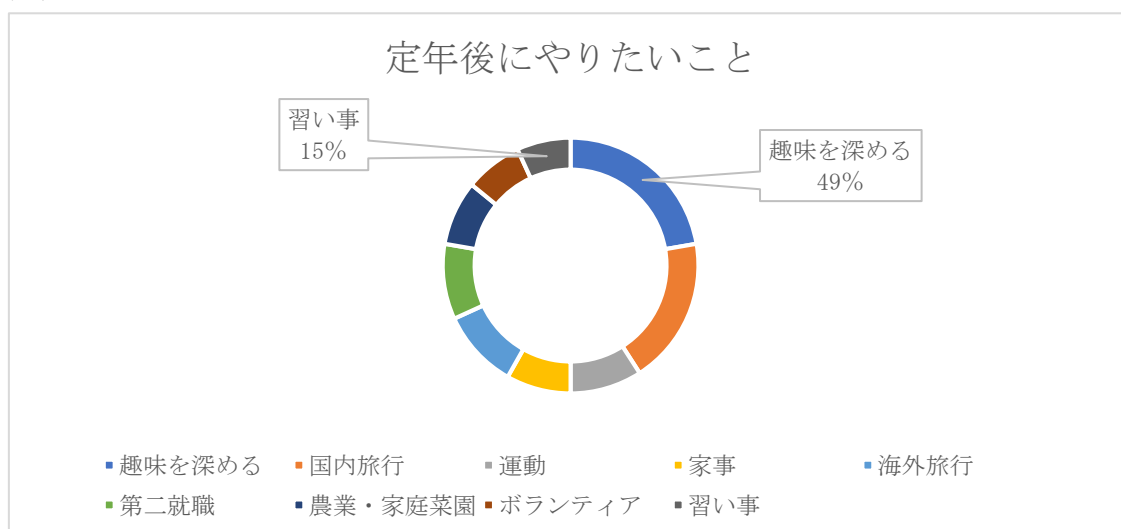
そこで、全国にネットワークを持つナショナル・トラストが主体となり、体験教室やイベントの開催などを通じてその土地の伝統工芸品の魅力を発見する場を整備することができれば、結果として地域の魅力作りにもつながるであろう。その整備の第一段階として、我々は現在も行われている小中学生を対象にした体験教室や展示会の開催等の施策に加え、美術大学への出張講義や定年退職後の人を対象にしたワークショップといったイベントを行うことを提案する。

体験教室を開き、それを伝統工芸の保全において効果のある活動にするためには伝統工芸に対する興味を持っている又は持つ可能性が高いと考えられるグループをターゲットに教室を開くことが非常に有効である。美術大学に通う生徒は同年代の他の人に比べて芸術や美術に対する関心が強く、卒業後も多くの生徒がそれらの分野に関係した職に就くことから、出張講義を行うことでそれをきっかけに伝統工芸品について理解を深めたり関連した職に就いたりする可能性が、大衆向けに体験教室を開くよりもはるかに高いと考えられる。また、株式会社ニフティが 2012 年 7 月に行った「定年後にやり始めたこと（まだ定年を迎えていない方は定年後にやりたいこと）は何ですか」ということを聞いたアンケート

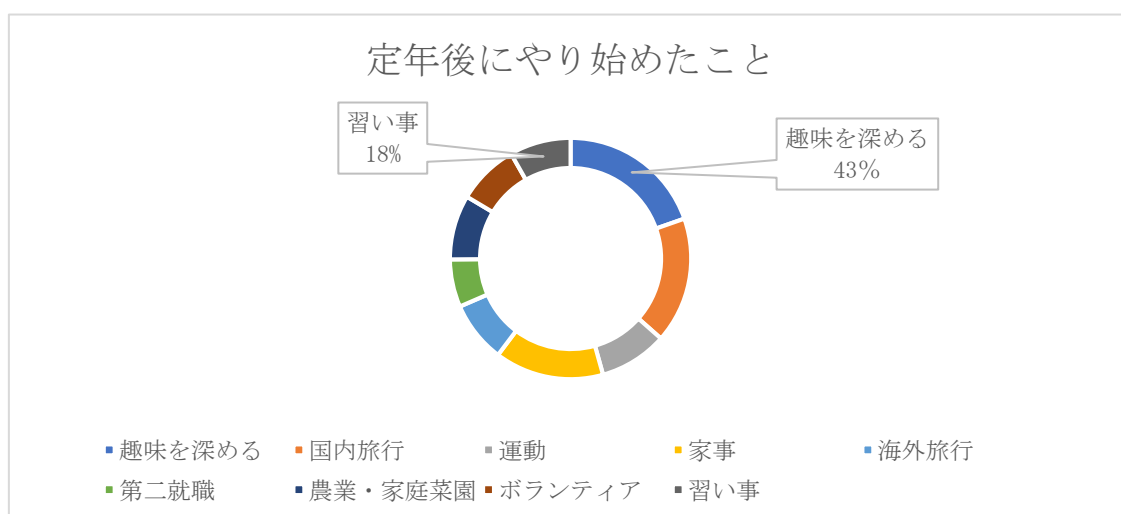
ト調査において、図表 4 を見てわかるように趣味に時間を費やしたい、習い事をしたいといった声が多くみられた。したがって、時間にも余裕があり趣味を探す定年退職後の人を対象にワークショップを行うことが、老後の趣味や習い事の発見を可能にするのである。

以上より、行政の支援や職人だけでこれらの活動を活発化させるためには資金や人手が足りず負担も大きい。ナショナル・トラスト活動として一般市民や企業の協力を得ることでこれらの問題は解決され、さらに、全国各地のナショナル・トラスト団体で情報の共有や相互協力がなされているため、地域を越えた活動ができるだけでなく、行政の支援が届いていない地域の伝統工芸品も保全することができると考えられる。

図表 4-1



図表 4-2



出典：株式会社ニフティ『定年後の生活についてのアンケート』（2012年）

第5章 おわりに

これまで述べてきたように、私たちは多くの課題を抱える伝統工芸品産業を盛り上げ、技術を保護・伝承していくためには伝統工芸品産業のもつ「お稽古産業」的側面を活かすことが重要となると考え、ナショナル・トラスト活動として伝統工芸品の正しい理解を促すことや教室に通うきっかけづくりをすることを提案した。

大量生産・大量消費、洋式の生活スタイルが浸透した現代において伝統工芸品は職人が作る高級品とされるが、本来伝統工芸品とは日用品として日々利用する身近な存在である。地域の風土や歴史が育んできた工芸品とそれを作るための技術も一部の生産者や消費者だけでなく地域全体にとって身近な存在であってこそ最大の魅力を発揮するのではないか。そして、それがまちとしての魅力に繋がり、地域の資源として活用されることで私たちの目指す魅力ある地域づくりの成功へと導かれる。その点で私たちの提案するナショナル・トラスト活動は地域と伝統工芸品の距離を縮め、身近な存在に近づける第一歩としての役割を期待できる。

また、お稽古産業では、「消費者が生産者になる」経験が売られているとも捉えられる。専門の職人が作っているものを一般の人であっても作ることができるとなれば、大抵の人は敷居が低くなるように感じるのではないか。さらに、伝統工芸品の製作過程には消費者では感じるできない生産者だけが知りえる魅力も存在するだろう。大多数を占める消費者という存在が制作過程に踏み入れることによって、本来生産者しか知りえない魅力を知り、互いにその魅力を再確認し、誇りや愛着が増すはずである。その証拠として、岡氏のお稽古教室に通う生徒4人に取材をしたところ、全員が「楽しい」、「奥が深い」などと伝統工芸品の制作に非常に魅力を感じていた。

古くから培われてきた伝統工芸品という日本が世界に誇る文化や技術は一度途切れてしまったら再び興すことは限りなく困難であるため、途切れさせてはならない。そして、この素晴らしい伝統工芸品という文化を途切れさせることなく後世に伝えていくことが私たちの使命である。産地が衰退している中、ナショナル・トラスト活動が地域の魅力作りに貢献することに期待したい。

参考文献

○稲賀繁美、パトリシア・フィスター

『日本の伝統工芸再考 外から見た工芸の将来とその可能性』国際日本文化研究センター発行(2007年)

○経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室

『伝統的工芸品産業支援補助金について(2018年)』

http://www.meti.go.jp/main/yosan/yosan_fy2018/pr/ip/seizou_16.pdf(2018年11月25日閲覧)

○経済産業省旧生活産業局伝統的工芸品産業審議会

『21世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方について(2000年11月17日)』

<http://www.meti.go.jp/report/downloadfiles/g01117bj.pdf>(2018年11月25日閲覧)

○国土交通省都市局都市政策課

『観光まちづくりガイドライン(2016年3月)』

http://www.ntrust.or.jp/about_ntrust/q1_ans.html#17(2018年11月25日閲覧)

○公益社団法人ナショナル・トラスト協会ホームページ

<http://www.national-trust.or.jp/>(2018年11月25日閲覧)

○公益財団法人ナショナル・トラストホームページ

<http://www.mlit.go.jp/toshi/kanko-machi/pdf/hontai.pdf>(2018年11月25日閲覧)

○経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室

『伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について(2011年2月)』

http://www.meti.go.jp/committee/summary/0002466/006_06_00.pdf(2018年11月25日閲覧)

○米光靖

『伝統的工芸品産業の振興についての考察(2005年)』

<https://ci.nii.ac.jp/els/contents110006607343.pdf?id=ART0008575192>(2018年11月25日閲覧)

○伝統鎌倉彫事業協同組合ホームページ

<https://www.kamakurabori-kougeikan.jp/>(2018年11月25日閲覧)

○四季の美

『伝統工芸品とは？伝統工芸業界の現状と生産高推移、職人後継者について(2008年11月15日)』

<https://shikinobi.com/traditionalcrafts-info>(2018年11月25日閲覧)

○三菱UFJリサーチ&コンサルティング

『伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けた調査(2017年2月28日)』

http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyo-densan/houkokusyo.pdf(2018年11月25日閲覧)

○一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会

『平成 30 年度事業計画書・収支予算書』

http://kougeihin.jp/system-manager/wp-content/uploads/20180405_jigyuu.pdf (2018 年 11 月 25 日閲覧)

○株式会社日本政策投資銀行地域企画部、株式会社日本経済研究所地域本部

『地域伝統ものづくり産業の活性化調査(2018 年 7 月)』

https://www.dbj.jp/ja/topics/region/industry/files/0000030626_file2.pdf (2018 年 11 月 25 日閲覧)

○株式会社ニフティ

『定年・退職・老後の生活についての調査(2018 年 7 月)』

<https://news.nifty.com/article/item/neta/12225-120802000837/> (2018 年 11 月 25 日閲覧)