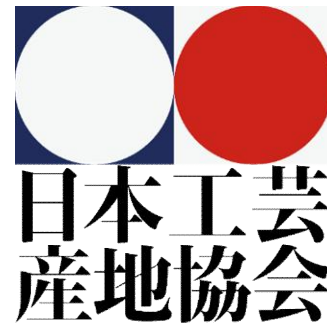


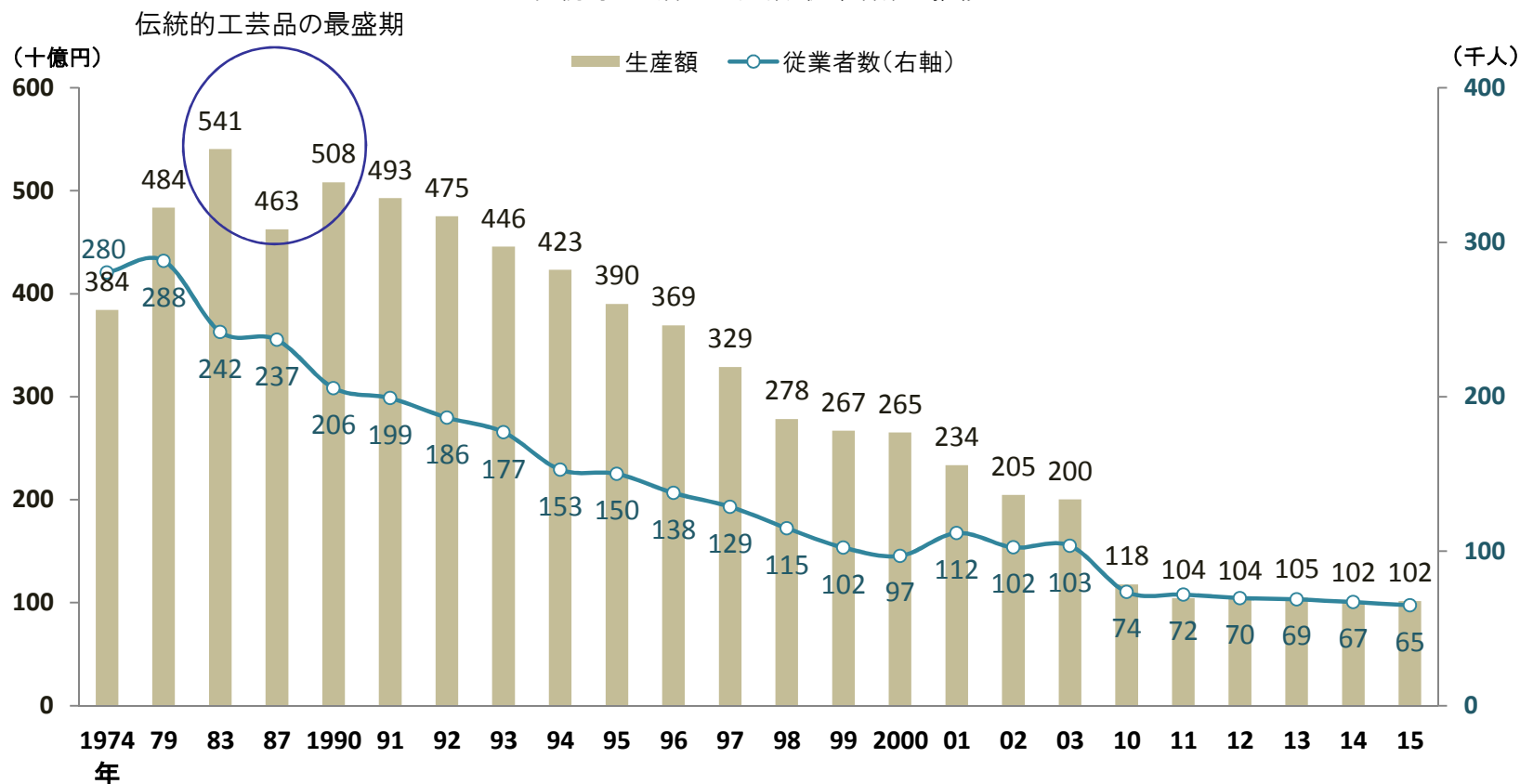


2018年10月12日
一般社団法人日本工芸産地協会
理事・事務局長 原岡知宏

工芸業界の趨勢

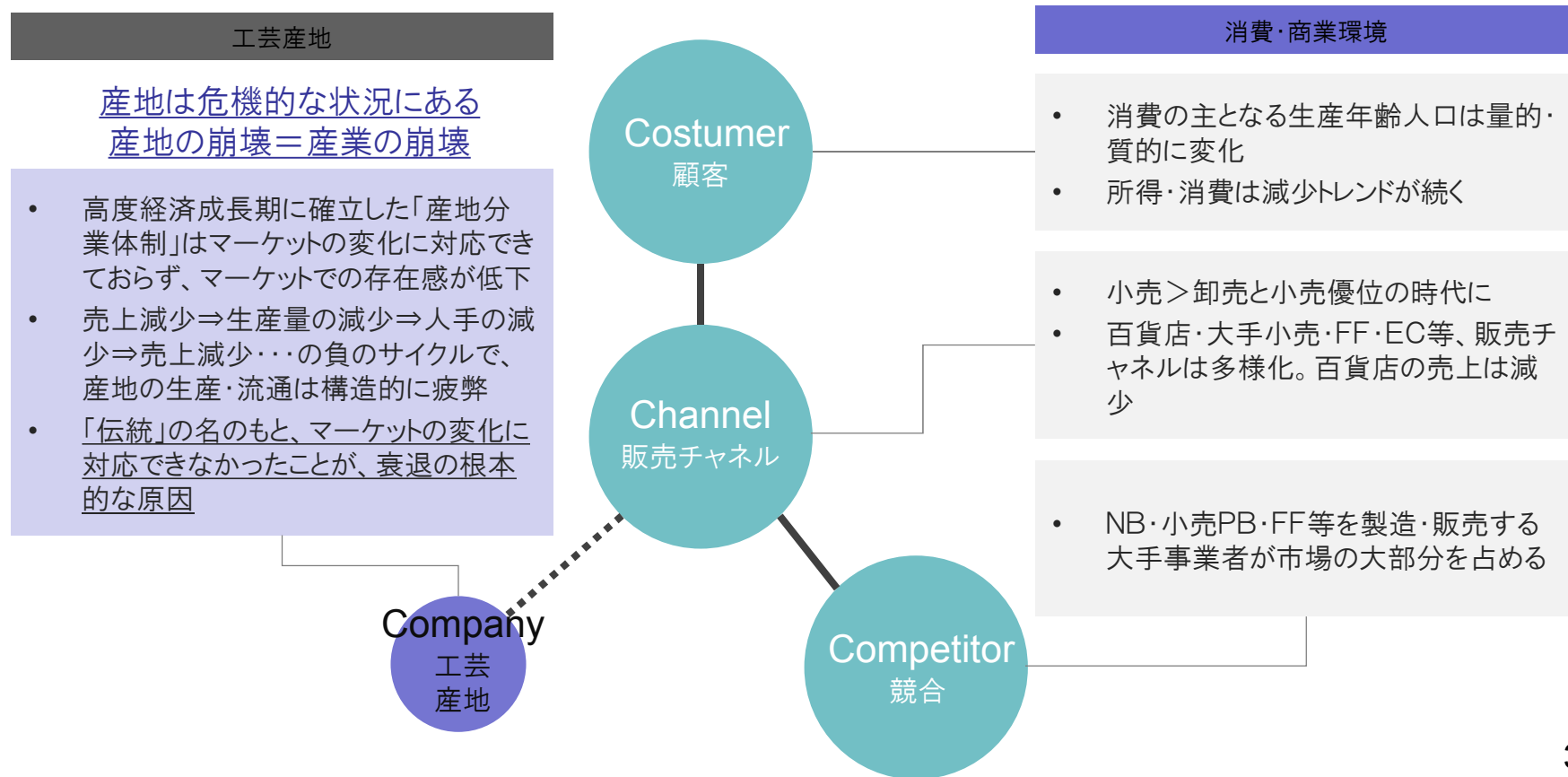
- 伝統的工芸品の生産額は、1974年の3,840億円から1983年の5,410億円まで増加し、1990年に5,080億円を記録した後は減少が続いている。2015年の生産額は1,020億円であり、最盛期であった1980～1990年から1/5の水準にまで落ち込んでいる。
- 従業者数も1979年の28.8万人がピークであり、2000年に入りやや持ち直したものの、2013年には6.5万人と、生産額と同じく最盛期の1/5の水準である。

伝統的工芸品の生産額・従業者数の推移



- 産地分業体制は構造的な不振に陥っている。
- 問題は消費・商業環境の変化に対応できていないこと、つまり消費者に価値を提供し続ける体制を構築できていないこと。これが産地の危機の本質である。
- この危機を産地が自ら乗り越えることができれば、産地は崩壊する可能性がある。

工芸産地の危機

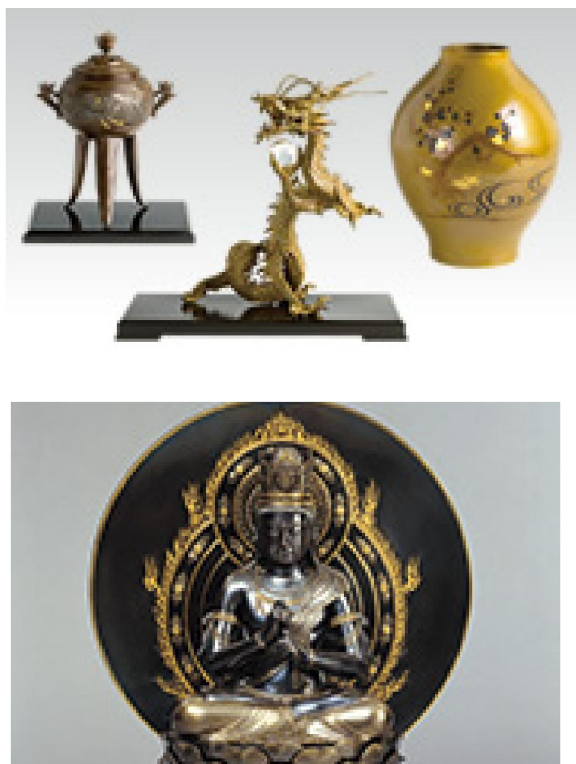


注目すべき企業 【Case1】 (株)能作

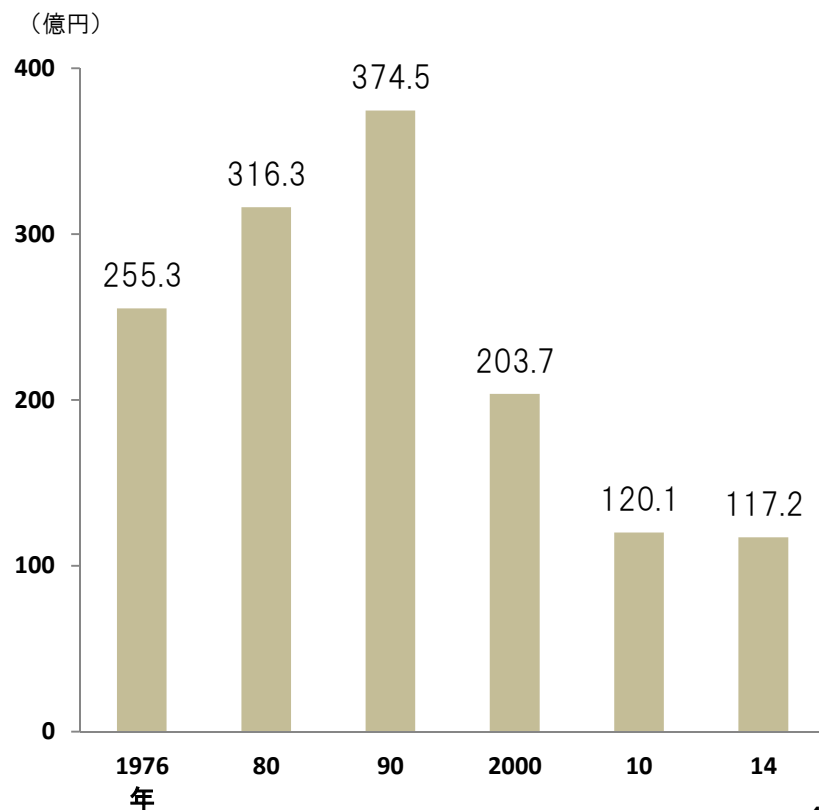
①産地の概要：高岡銅器(富山県高岡市)

- 富山県高岡市は、1611年に加賀藩が当地に鋳物師を招聘して以来、400年以上の歴史を持つ高岡銅器の産地であり、現在でもわが国の銅器生産の9割以上を占める大産地である。
- 高岡銅器の販売額は、主要製品である仏具・花器などの需要減少と安価な中国製の流入等により、1990年の374.5億円をピークに2014年には117.2億円と、ピーク時の1/3となっている。

高岡銅器の製品



高岡市の銅器販売額の推移



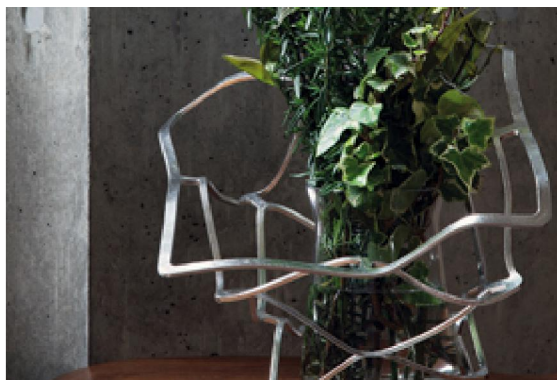
②基本情報と主要製品

- (株)能作は高岡銅器の産地分業体制の中の「生地屋」として活動してきたが、2000年代に入り、錫・真鍮などを用いたオリジナル製品を開発し、自社ブランドで販売している。
- デザイン性・オリジナリティの高い製品は多くの支持を集め、現在は高岡市を代表する産地企業となっている。

<基本情報>

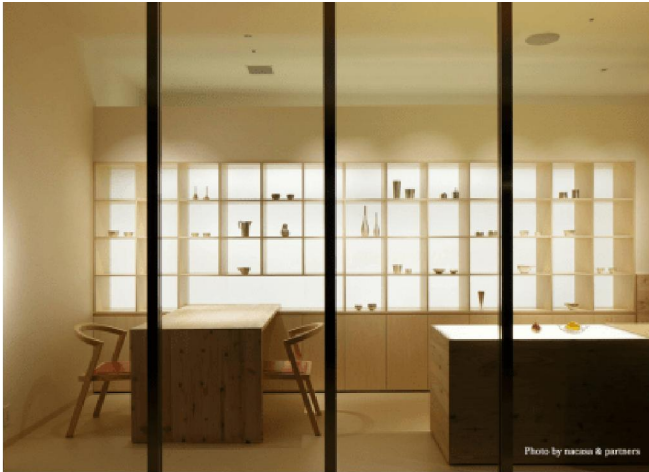
創業	1916年
設立	1967年
資本金	30百万円
代表者	能作 克治
売上	約1,320百万円
従業員数	95名

(株)能作の製品



③事業展開

直営店の展開(国内12店舗)



産業観光の拠点となる新社屋の整備



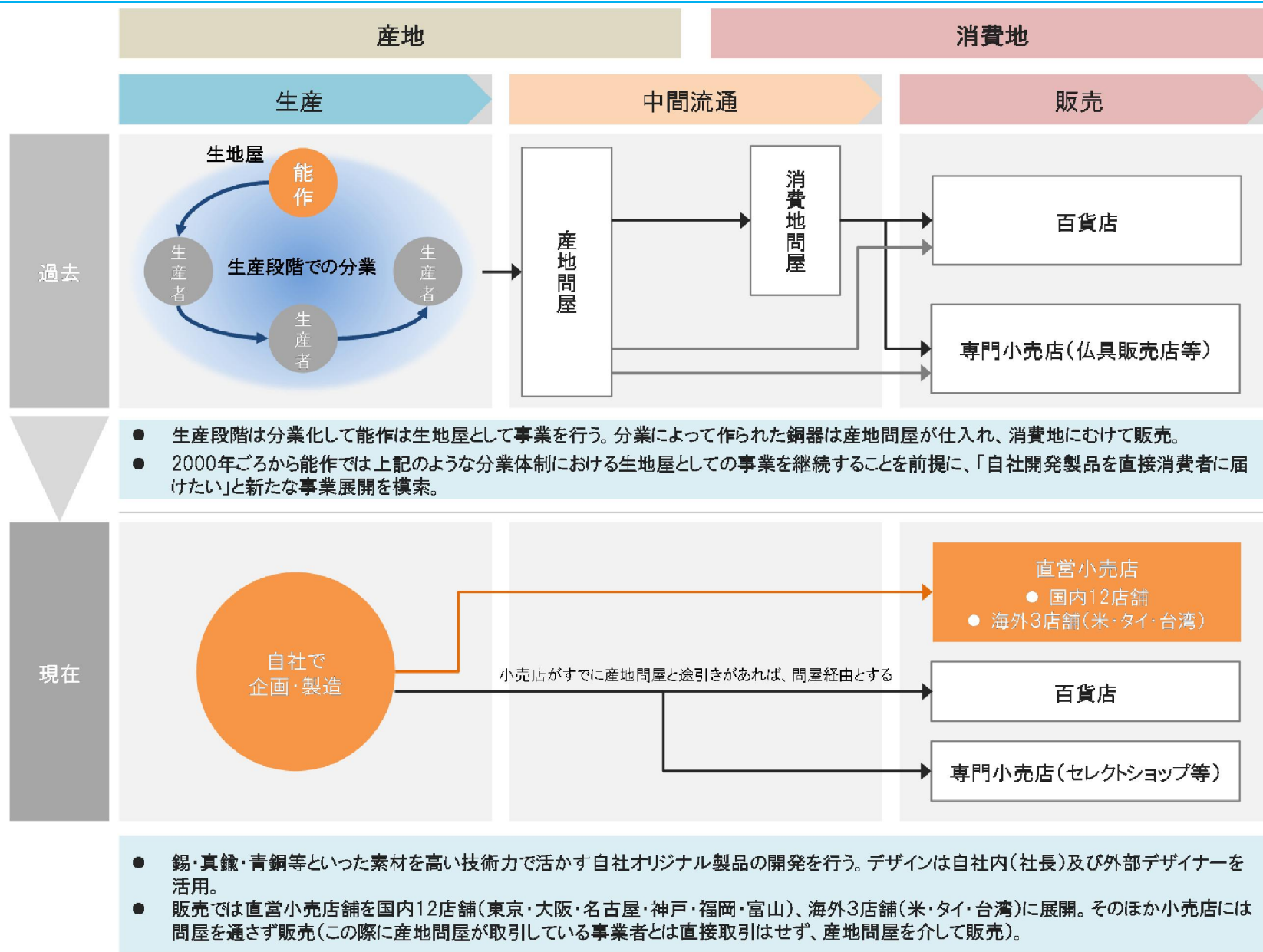
医療用機器の開発・販売



新社屋内の体験スペース



④事業構造の変化



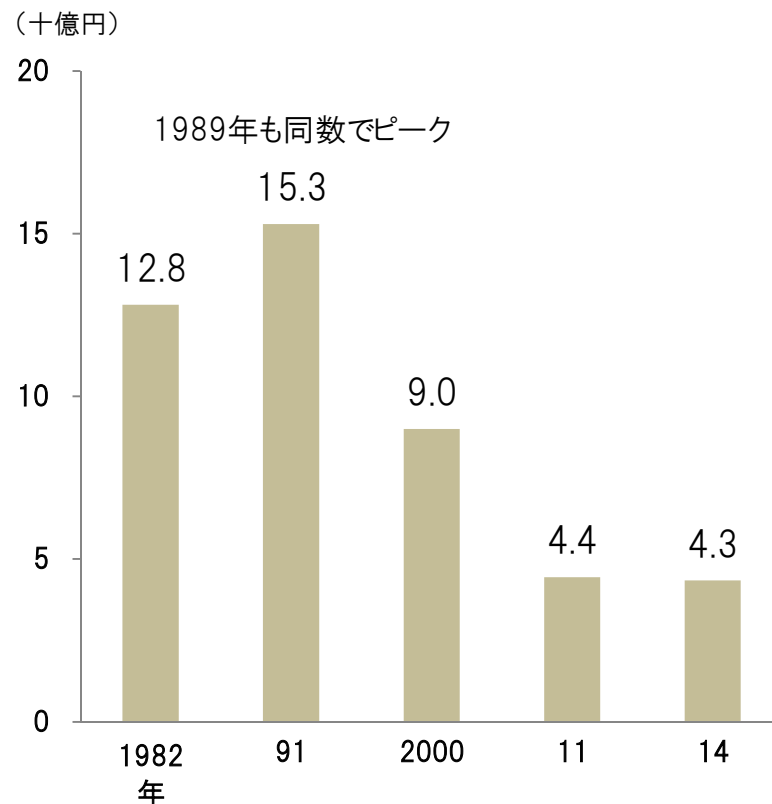
①産地の概要:越前漆器(福井県鯖江市)

- 福井県鯖江市は越前漆器の産地である。近代には伝統的技法に加え工業的な漆器製造技術を導入し、国内の業務用漆器の8割以上のシェアを持つ、我が国最大の漆器産地に成長した。
- しかし、バブル崩壊や輸入品の増加などにより漆器へのニーズは減少し、出荷額は1990年前後の約153億円をピークに、2014年には43.4億円まで減少している。

越前漆器の製品



鯖江市の漆器関連製品の出荷額の推移



注目すべき企業 【Case2】 (有)山口工芸

②基本情報と主要製品

- (有)山口工芸は越前漆器の産地分業体制における木地メーカーとして1962年に創業した。
- 2000年代に入り、高い木工技術とデザイン性を融合した「Hacoa」ブランド製品の企画・製造を開始。現在、同社は製品のすべてを直営店・ECサイトのみで販売する製販一体の体制を構築。多くのファンを獲得している。

(有)山口工芸の製品

<基本情報>

創業	1962年
設立	1996年
資本金	3百万円
代表者	市橋 人士
売上	約800百万円
従業員数	79名



②事業展開

直営店の展開(国内14店舗)



ECサイトでの販売

HACOQ ONLINE STORE

SHOP INFO SHOP GUIDE CART

INTERIOR

インテリア雑貨・家具

KITCHEN

キッチン・ダイニング

STATIONERY

ステーショナリー・文房具

PC/MOBILE

PC・モバイル雑貨

FASHION

ファッション・アクセサリ

ALL ITEMS

全商品を見る

商品検索

Search

Wedding Selection

両親ギフト / 結婚祝い
ウェディングアイテム



木の時計

壁掛け時計 / 置き時計
腕時計 / デジタル時計



名入れ・写真刻印が可能
世界に一つの手作り時計

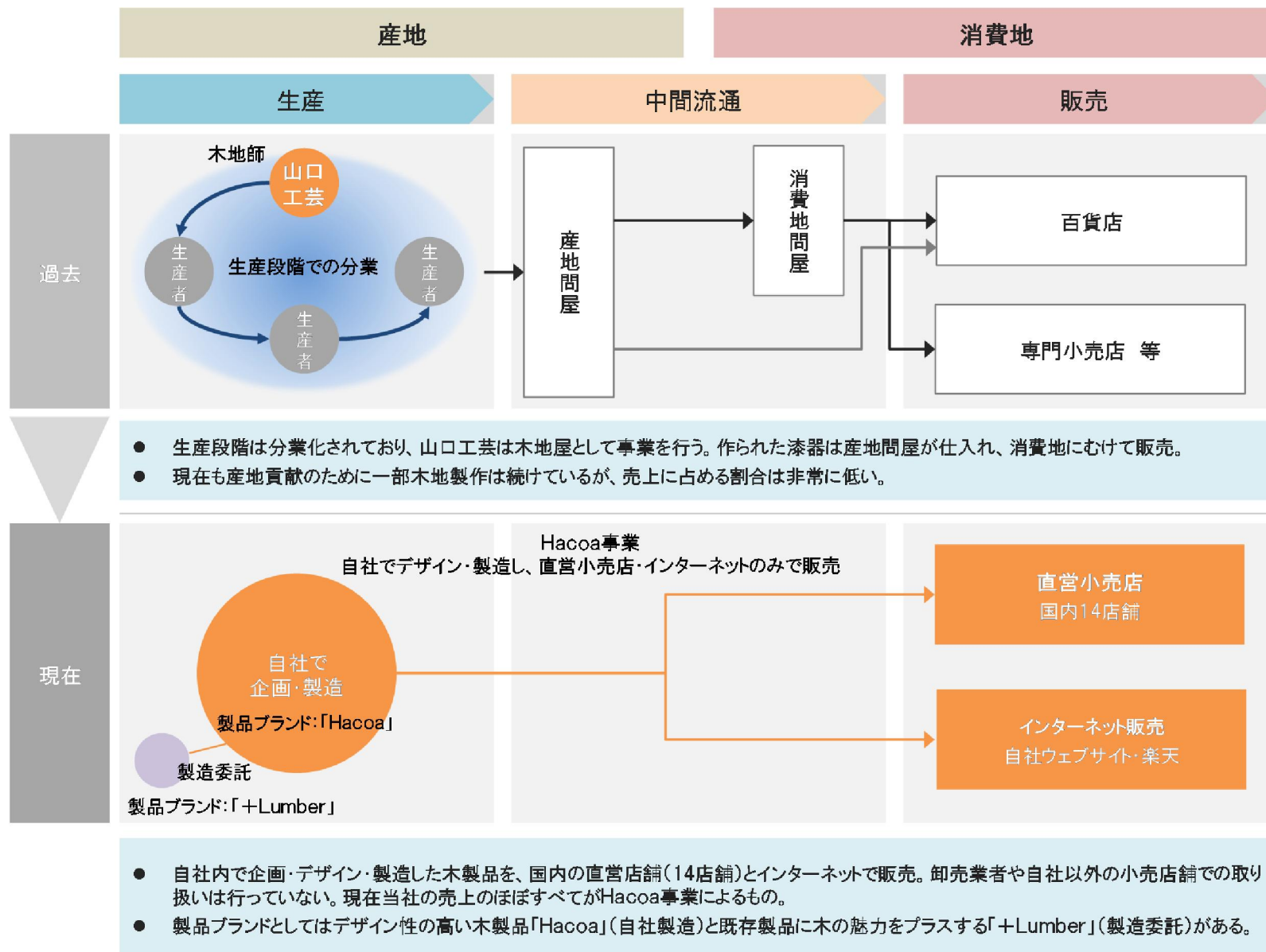


iPhone X/8/7/6/5対応
手作り感を活かしたケース



名入れ出来る印鑑ケース
動きが気持ち良い指鑑入れ

③事業構造の変化

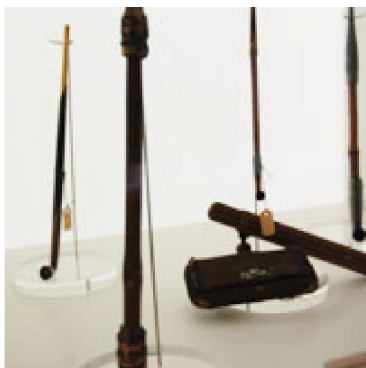


注目すべき企業 【Case3】 (株)玉川堂

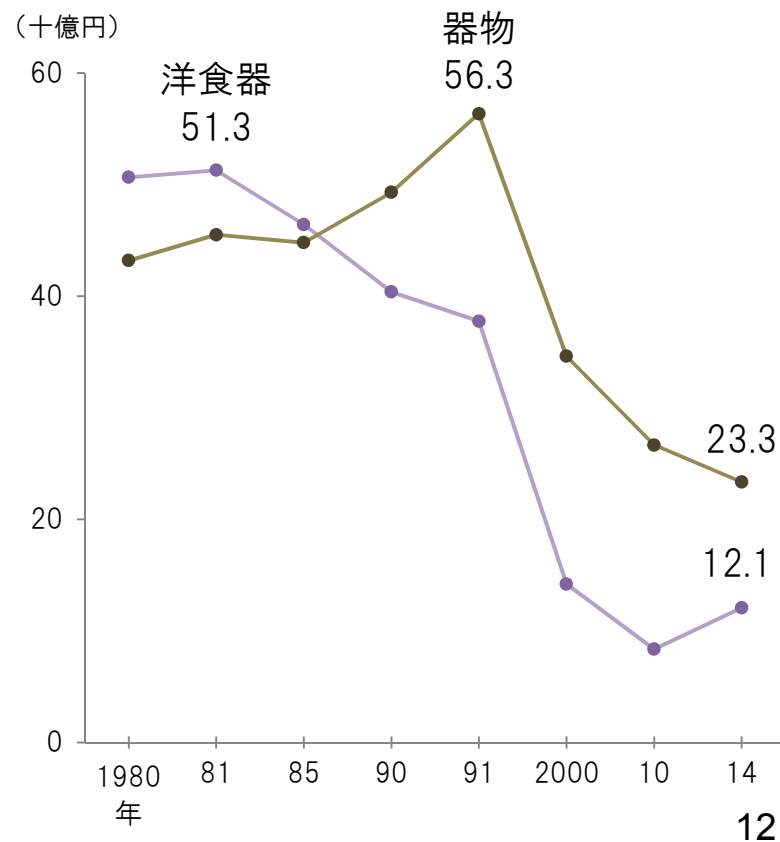
①産地の概要:金属加工(新潟県燕市・三条市)

- 新潟県燕市と隣接する三条市からなる燕・三条地域は、金属加工業を主力産業とする地域であり、大正・昭和期には燕では洋食器・キッチンウェアの生産が伸び、金属製品の大産地となった。
- この燕市の金属加工業(洋食器・器物)の最盛期は1980～1990年であり、足元ではピーク時に比べ洋食器は1/5、器物では1/2以下の水準にまで生産は落ち込んでいる。

燕市の金属製品(江戸～昭和)



燕市の金属加工業(洋食器・器物)の状況



②基本情報と主要製品

- (株)玉川堂は江戸時代にその技術がもたらされた鋳起銅器のメーカーであり、創業は1816年と200年以上の歴史を持つ企業である。バブル崩壊と同時に売上が大幅に減少したことを受け、1990年代後半から問屋経由のビジネスから「自社の製品を自社で売ること、顧客とのコミュニケーションを密にとる」直接販売に転換。国内外の富裕層の顧客開拓にも成功している。

(株)玉川堂の製品

<基本情報>

創業	1816年
設立	1961年
資本金	10百万円
代表者	玉川 基行
売上	約400百万円
従業員数	33名



③事業展開

直営店舗(国内3箇所)



高級ブランドとのコラボレート製品



JR東日本観光列車「四季島」の訪問先(新潟県唯一)

TRAIN SUITE SHIKI-SHIMA

Japanese / English

A A

停車駅【新津・東三条(新潟県)】4日

新津駅 9:30頃到着

「玉川堂」鋳造銅器工房見学



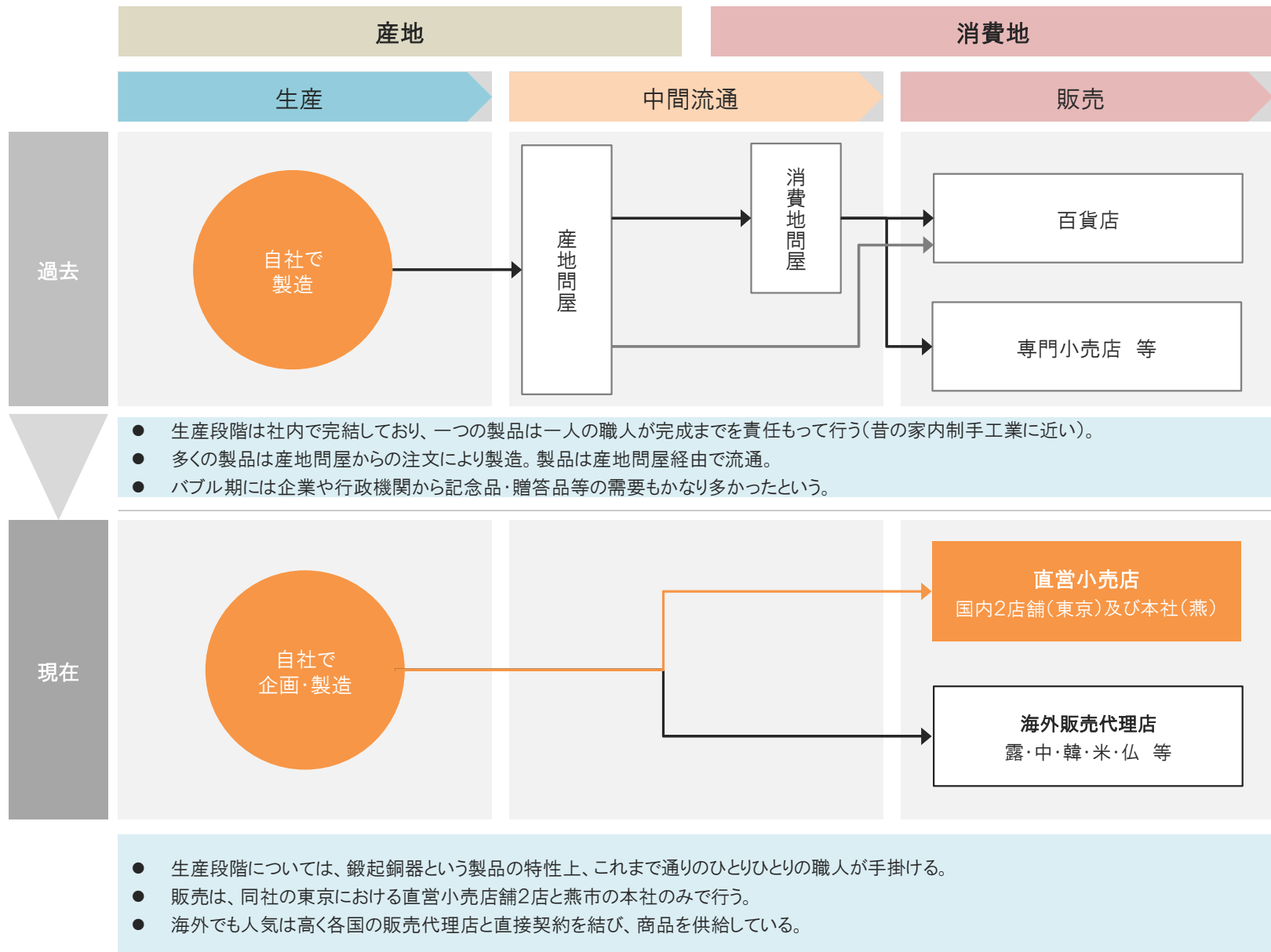
燕(つばめ)・玉川堂(ぎょくせんどう)にて日本の匠の技に触れる

ノーベル賞授賞式のパーティーに用いられるカトリックを始め、世界的に有名な銀食器などを生産する匠の町、新製鉄県市。玉川堂は約200年にわたり金銀で細工を施していく「鋳造銅器(ついきどうき)」の技を、風雪厳しいこの地で守り続けてきました。旅の最終日最後下車地で、日本が世界に誇る物づくりの伝統と粋を、間近でご覧いただけます。

同社の工房(昔ながらの職人の手しごとによる製作)



④事業構造の変化

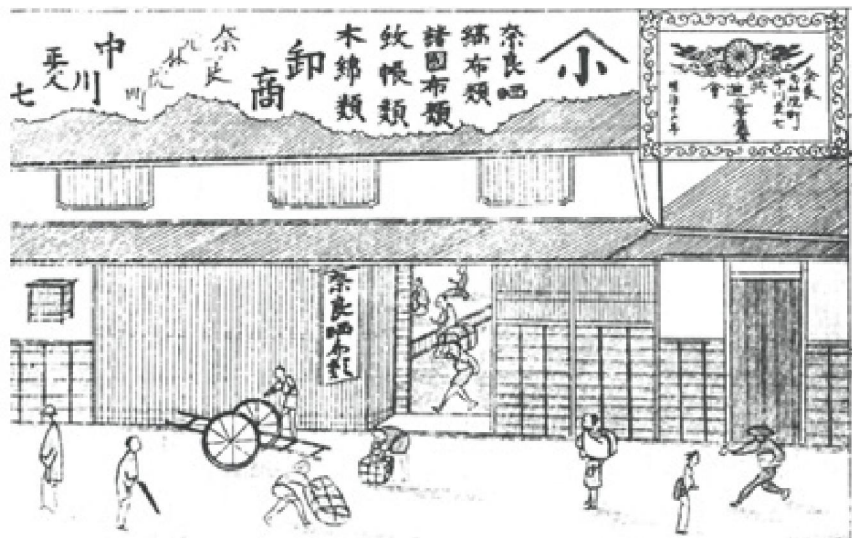


注目すべき企業 【Case4】 (株)中川政七商店

①産地の概要：奈良晒(奈良県)

- 奈良晒は奈良地方で生産されてきた麻織物である。江戸時代には武士・僧侶等の正装に使用された高級織物であった。しかし、江戸時代後半から他産地が勃興し、さらに明治時代になり武士階級からの需要が無くなったことで、産地は大きく縮小している。
- (株)中川政七商店は、もともと奈良晒の間屋として江戸時代に創業、現在でも麻製品は同社の主力商品の一つとなっている。

江戸期の(株)中川政七商店



(株)中川政七商店の麻製品



②基本情報と主要製品

- (株)中川政七商店は、「日本の工芸を元気にする」を掲げ、全国の産地とコラボレーションするSPA業態を確立し、小売店「中川政七商店」「遊中川」「日本市」を展開(国内50店舗以上)している。
- また、各産地の企業をコンサルティングし成長に導き、さらに産地企業の合同展示会「大日本市」を開催、このように伝統ものづくりの世界で革新的な事業を立て続けに打ち出している

(株)中川政七商店の店舗「中川政七商店」

<基本情報>

創業	1716年
設立	1983年
資本金	10百万円
代表者	中川 淳
売上	約5,200百万円
従業員数	388名



③事業展開

同社のコンサルティング商品

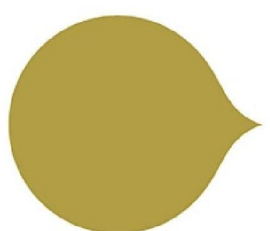


産地企業の合同展示会「大日本市」

大日本市開国宣言

工芸メーカーの登竜門 大日本市開国宣言

～合同展示会 大日本市 出展企業・団体募集～



工芸メーカーが
生きていくための
プラットフォームを
提供します。

大日本市は2011年に始まった
「日本の工芸を元気にする！」を掲げる
中川政七商店主催の合同展示会。
これまで出展者は、中川政七商店の
コンサルティングを受けた企業と、
提携スポットを受けている企業に
限定していました。しかし、この度
新たな出展者を募集し、工芸メーカーの
自立と成長の促進に働きかけます。

「産品をここに売りたいからをい」と
というメーカーの登竜門として、
産地でもっとパイプに結びたい」と
という産地主体に、機会を提供します。
大日本市が提供するものは、工芸メーカーが
売りたいための場（プラットフォーム）です。
参加するメーカーが経済的に自立し、
ものづくりの誇りを持つことができるように、
培ってきたノウハウを提供します。

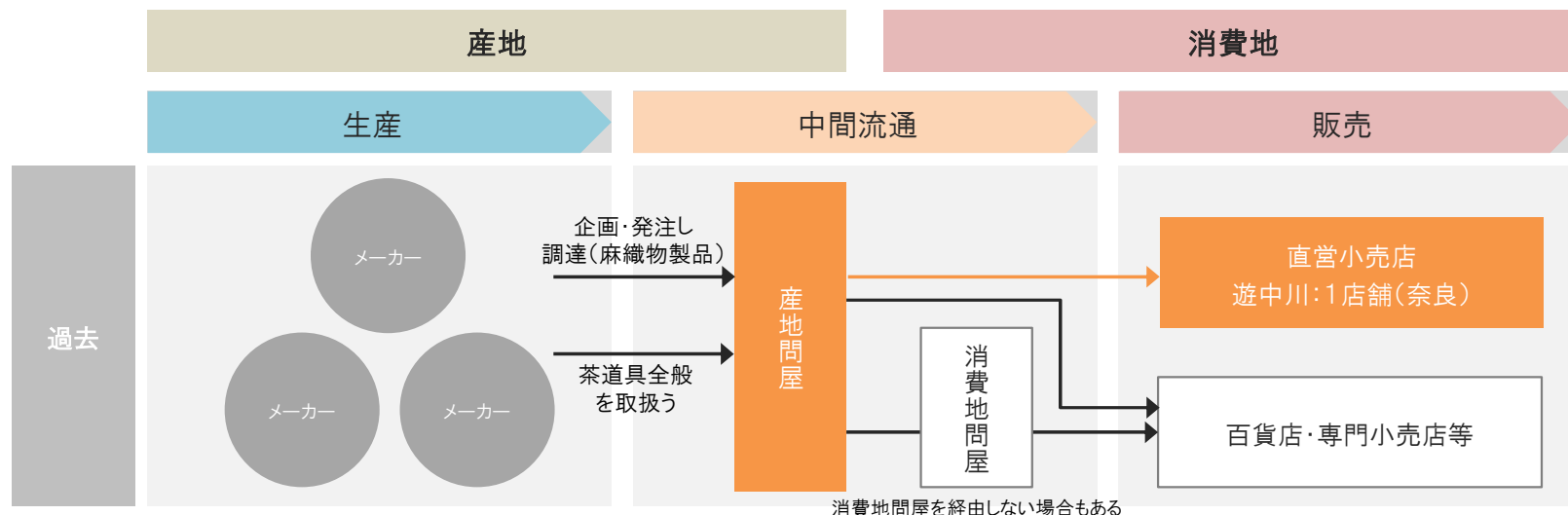
主催：株式会社 中川政七商店 <http://www.yu-nakagawa.co.jp>

<http://www.dainipponichi.jp>

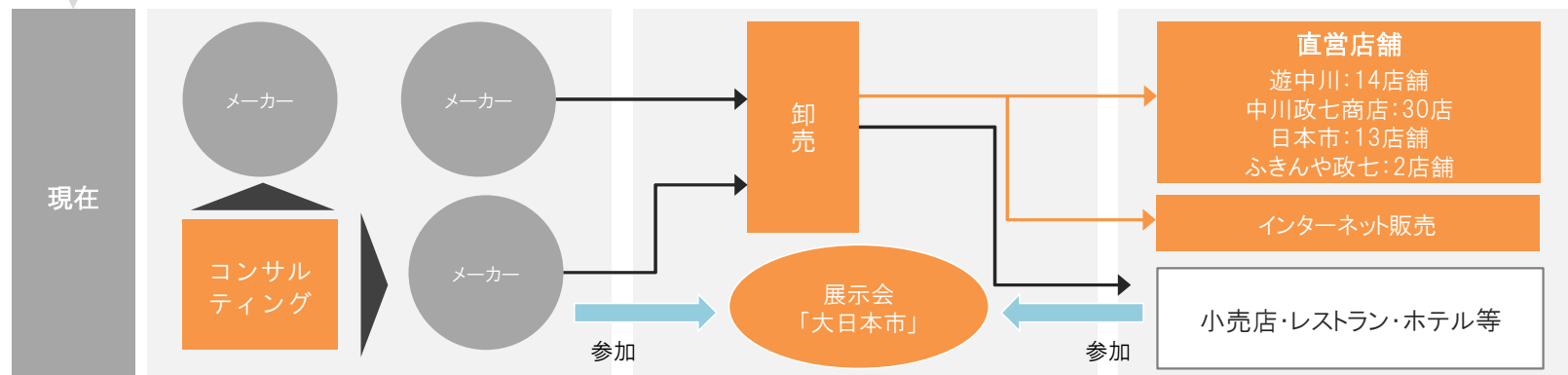
主催：株式会社 中川政七商店 <http://www.yu-nakagawa.co.jp>

注目すべき企業【Case4】(株)中川政七商店

④事業構造の変化



- 当社はもともと麻織物の生地や茶道具全般を扱う問屋業。
- また、麻を使った一般向けの製品の企画・販売も手掛け「遊中川」ブランドで、地元奈良に店舗も持ち販売していた。



- 工芸の製造販売(SPA)展開: 自社オリジナル商品を軸に他産地の商品・コラボレート商品等を販売する直営店舗を4ライン展開。これら商品は他の小売事業者等にも卸売販売を行う。
- コンサルティング: 産地の事業者に対する経営・商品開発コンサルティング。多くの産地企業を成長に導く。
- 展示会「大日本市」: 全国の産地メーカーが参加可能なB to B の展示会を開催することにより、販路開拓を支援。

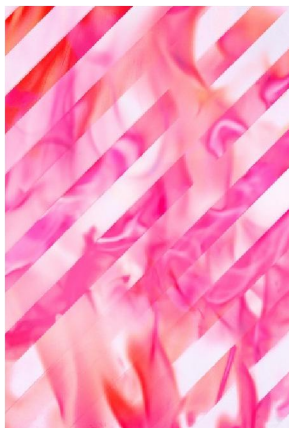
注目すべき産地事例 【Case1】 燕三条・鯖江

産業観光イベント

- オープンファクトリーと称する工場見学を主体とした産業観光イベントが各地で盛り上がりを見せている。従来からある歴史遺産型の施設見学とは異なり、歴史的文化的背景を持ちつつ現役稼動する製造現場を体感するイベントが一般消費者の関心を惹きつけている。

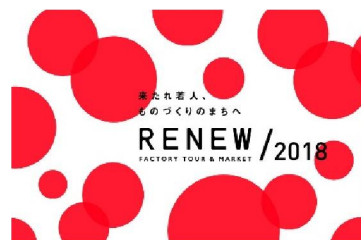
燕三条工場の祭典

KOUBA
工場の祭典
耕場の祭典
購場の祭典



来場者約5万人/4日間

鯖江 RENEW



来場者約 4万人/3日間

注目すべき産地事例 【Case2】 能作・ブナコ

産業観光に対応した工場

- 製造現場に常時見学者を受け入れ、製造体験、飲食、物販を絡めた観光型複合的社屋が多くの見学者を集めている。富山県高岡市の株式会社能作では、新工場竣工(2017年4月)からの1年間で10万人の見学者を記録した。

能作（富山県高岡市）



ブナコ（青森県西目屋）



来場者約10万人/年間

注目すべきビジネス展開 【Case1】 ててて見本市・大日本市展示会

工芸特化型展示会・商談会

- メーカー事業者が協業体制で構築する小売バイヤー向け商品展示会・商談会が活況を呈している。自社独自の流通機能を構築するには負担が大きい中小規模事業者に大きく寄与するとともに、クリエイティブティの醸成、メーカー間・産地間連携の構築にも貢献している。

ててて見本市



主催： ててて協働組合

大日本市展示会



主催： 大日本市実行委員会

これからの工芸産地のために

産地存続のこれからの方向性

- 工芸産地において成長を遂げているメーカー企業は従来型のビジネスモデルから脱却し、上流から下流までのバリューチェーンを持つに至っている。いずれも明確な経営戦略のもとでの取り組みとなっており、産地存続の鍵を握るのはそういった牽引企業の存在によるものになるであろう。

今後の工芸産地の3つの方向性

新たなマーケットへの展開

産地ツーリズム 究極の顧客コミュニケーション

- 産地において「いまだけ」「ここだけ」「わたしだけ」の体験を提供し、製品の販売、ファン層の拡大を実現する。

海外への展開 ブルーオーシャンへのチャレンジ

- 我が国の伝統ものづくりは長い歴史、高い技術を持っており海外でも競争力はある。進出は容易ではないが、海外マーケットはブルーオーシャンでもある。

中核となる牽引企業の存在

個社ブランド 産地の制約を受けないブランド

- 産地内でイノベーティブな事業を継続していくには、産地名を冠しない個社ブランドの磨き上げが奏功する。ひいては将来的に産地の知名度向上につながる。

外部との連携 産業・産地外のプレイヤー、異業種との連携

- 産地を活性化していくには、産業・産地外のプレイヤー、異業種（食品・飲食サービス・宿泊・観光等）を取り込んで、相互に知見を提供していくことが有効。特に大手メーカーが工芸に向ける視線は熱くなってきている。

産地構造の再編成

- これまでの「技術」「商流」によってつながっていた産地を再編成し、存続を図る。

産地の将来を担う牽引企業の必要性和事業戦略の重要性

- 工芸産地はもはや従来の産業クラスターとしての継続は難しく、サプライチェーン維持も同様に厳しい状況である。機能特化した小規模事業者が存在できる余地は減少し、中規模事業者は途絶目前の機能の内製化検討が必要となる。成長性の高い事業戦略と実行力をあわせもつ事業者の存在が産地の将来を左右する。

工芸業界の中小規模事業者に期待すること

成長性の高い経営戦略が
産地の存続につながる

規模の中小に係わらず、事業者が適切な経営戦略をもち、成長意欲をもって取り組むことが将来の産地牽引企業をうみ、結果工芸産地の存続につながる。

中規模事業者は
次のフェイズを意識した戦略を

産地を牽引する中規模事業者は業界の将来を担う自覚と視座の向上に努めるべき。産業観光、海外展開などの戦略を現実的に実行し、成功に導くことの可能性は一定の規模感が必要。また、それらの成功が工芸業界全体の活性化につながる。

小規模事業者は
経営戦略と成長意欲を

そもそも明確な経営戦略をもって事業運営を行っている事業者が多いとはいいいない。事業者の意欲、学びの姿勢、業界に適した戦略の策定が入り口で必要。

行政、自治体による
成長分野への積極かつ柔軟な支援

能動的かつ成長性の高い分野への積極かつ柔軟な支援を期待する。成長意欲の醸成を育み、自主的に産地の継続につながる取り組みを生む。また、従来の伝統工芸のカテゴリだけでなく、範囲を拡げた工芸業界のカテゴライズを期待する。

