

## 漆器産業の再生に向けて：原点回帰に活路を

URUSHIHARA, Takuya / 漆原, 拓也

---

(出版者 / Publisher)

法政大学国際日本学研究所

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

INTERNATIONAL JAPANESE STUDIES / 国際日本学

(巻 / Volume)

10

(開始ページ / Start Page)

141

(終了ページ / End Page)

162

(発行年 / Year)

2013-03-29

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00022456>

# 漆器産業の再生に向けて ～原点回帰に活路を～

漆 原 拓 也

## 1. はじめに

近年、漆器産業は様々な素材、ハイブリット漆、ワインレッド漆、ナノ漆などの様々な塗料の研究開発が進み<sup>1)</sup>、漆器産業を取り巻く情勢は大きく変化している。漆器産地で、「『伝統的工芸品産業の振興に関する法律』(以下、「伝産法」とする)に基づき各経済産業大臣指定伝統的工芸品の検査基準を満たした漆器」(以下、「伝産漆器」とする)を見つけることが困難な状況になっている。日本国内において、材料の供給を含めて自力で伝産漆器が作られるケースが非常に少なくなっていることは原材料である天然漆の大半を中国からの輸入に頼っており、自給率1～2%という数字になっている<sup>2)</sup>ことから明らかである。

本稿では、実践的政策論の視点から、漆器産業の現状を確認し、漆器産業に対しての政府セクターの支援が適切に機能しているのかに着目し、市場セクターは政府セクターの支援を受けて、どのように活動を展開してきたのか、そして、市民社会セクターは政府セクターや市場セクターの動きをどのように受けとめてきたのかを分析し、伝産漆器の低迷の原因を明らかにする。

## 2. 問題の所在

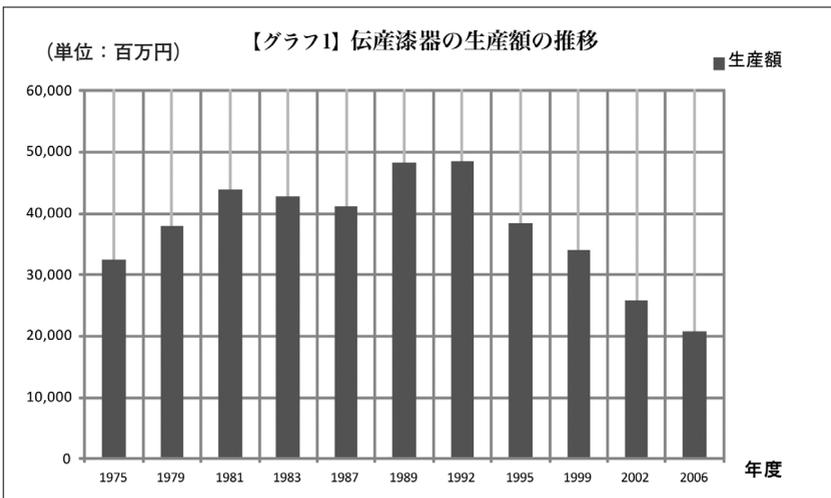
本章では、伝産漆器の需要とそれを支える生産基盤の状況について確認し、材料及び塗料の観点から複雑化している漆器産業の現状を整理する。

## (1) 需要の減退

現在、漆器産業が抱えている課題は、生産のための基盤となる原材料の枯渇の問題、後継者の減少と高齢化、外国産製品の流入や生活スタイルの変化に伴う需要の減退、流通機構の重層化による価格の高騰、様々な新素材や類似製品の出現に伴う品質表示の不透明化などが挙げられる<sup>3)</sup>。

経済産業大臣指定伝統的工芸品の漆器産地における伝産漆器の生産額は、グラフ1のとおりである。

伝産法制定直後の1975年度及び1979年度の調査では、総額300億円台であったものが、1981年度には、400億円を超えるようになり、1983年度、1987年度、1989年度、及び1992年度の調査においても、400億円台を維持していた。1995年度及び1999年度の調査で、300億円台に戻り、2002年度及び2006年度の調査では、200億円台へと近年、急速に減少傾向が加速化している。最も生産額の多かった1992年度と最新の調査である2006年度を比較すると表1のとおり、全体では、約57%と大きく減少しており、また、個別の伝統的工芸品ごとでもほとんどが大きく減少している。



(出所) 伝統的工芸品産業振興協会発行の『全国伝統的工芸品総覧』の昭和50年度<sup>4)</sup>、昭和54年度版<sup>5)</sup>、昭和56年度版<sup>6)</sup>、昭和58年度版<sup>7)</sup>、昭和62年度<sup>8)</sup>、平成元年度版<sup>9)</sup>、平成4年度版<sup>10)</sup>、平成7年度版<sup>11)</sup>、平成11年度版<sup>12)</sup>、平成14年度版<sup>13)</sup>、及び平成18年度版<sup>14)</sup>を基に筆者が作成。

【表 1】 伝産漆器の生産額の比較

工芸品名	1992年度(円)	2006年度(円)	増減(%)
津軽塗	2,310,000,000	467,000,000	-80%
秀衡塗	74,000,000	2,000,000	-97%
浄法寺塗	63,000,000	35,000,000	-44%
鳴子漆器	94,000,000	45,000,000	-52%
川連漆器	1,203,000,000	1,180,000,000	-2%
会津塗	2,800,000,000	800,000,000	-71%
鎌倉彫	1,313,000,000	954,000,000	-27%
小田原漆器	197,000,000	90,000,000	-54%
村上木彫堆朱	740,000,000	200,000,000	-73%
新潟漆器	50,000,000	50,000,000	0%
木曾漆器	6,580,000,000	1,600,000,000	-76%
飛騨春慶	1,400,000,000	600,000,000	-57%
高岡漆器	279,000,000	100,000,000	-64%
輪島塗	14,000,000,000	7,200,000,000	-49%
山中漆器	6,000,000,000	4,000,000,000	-33%
金沢漆器	450,000,000	200,000,000	-56%
越前漆器	2,799,000,000	750,000,000	-73%
若狭塗	36,000,000	20,000,000	-44%
京漆器	1,300,000,000	1,000,000,000	-23%
紀州漆器	3,000,000,000	410,000,000	-86%
大内塗	223,000,000	200,000,000	-10%
香川漆器	3,500,000,000	800,000,000	-77%
琉球漆器	110,000,000	54,000,000	-51%
合計	48,521,000,000	20,757,000,000	-57%

(出所) 伝統的工芸品産業振興協会発行の『全国伝統的工芸品総覧』の平成4年度版及び平成18年度版を基に筆者が作成<sup>15)</sup>。

## (2) 生産基盤の危機

需要の減退のみならず、生産基盤の脆弱化も深刻である。国産漆の自給率は1～2%を推移して、多くは中国産に依存しており、塗料である漆をとりまく環境は大変厳しい。漆の生産額は、1877(明治10)年の750トンが1921(大正10)年には67.5トンとなり、2002(平成14)年には1.5トンと大幅に減少している。国内の生産地の分布も、岩手県915kg、茨城県194kg、栃木県155kg、新潟県90kg、福島県12kg、京都府5kg、岡山県5kg、山形県2kgと、生産量の多い地域が偏っている<sup>16)</sup>。日光東照宮、中尊寺金色堂、鹿苑寺金閣などの文化財の修復には外国産の漆ではなく、主成分であるウルシオールの高含有率が高く、丈夫に仕上げられる岩手県二戸市の浄法寺漆が積極的に使用さ

れているが、文化財修復に必要なニーズは限られているので、国産漆の危機という状態を改善できるほど需要がある訳ではない。また、漆の生産に関わる重要な人材は漆掻き職人であるが、浄法寺町には昭和20年代、300人以上の漆掻きがいたが、現在では10数人まで減少している<sup>17)</sup>。年齢も60～70代が中心であり、高齢化傾向が顕著である。

同じく生産基盤である用具としては、蒔絵筆をつくる職人も減少しており、産地の需要に対し供給不足の状況にあるとの回答が44.4%あった<sup>18)</sup>。また、漆工用の刷毛についても需要の低下とともに生産・供給体制が弱体化している<sup>19)</sup>。

### (3) 複雑化する漆器産業

本節では、複雑化する漆器産業の現状を整理するため、まず、漆器にはどのようなものがあるのかを確認する。漆器づくりの中で塗りに使用する主原料の観点から分類すると、①天然漆、②植物性塗料、③化学塗料、④漆合成塗料に大別される。植物性塗料には、カシュー塗料などが挙げられる。化学塗料にはウレタン樹脂から作られる塗料などが挙げられる。素地の原材料の観点から分類すると、①天然木、②合板、③天然木加工品、④合成樹脂、⑤紙、皮、陶器などのその他の素材に大別される。輸入形態によって分類すると、①輸入原材料、②輸入半製品、③輸入製品に大別できる<sup>20)</sup>。このうち伝産法の定める伝統的工芸品の必要要件を満たすものは、塗料には天然漆を使用し、かつ素地は天然木を使用し日本国内で製造されるものである。本章第一節で述べたように抱えている問題が多岐に及んでいる中で、様々な塗料、材料などの出現、輸入品の流入もあり、これらが複合的に絡み合い、問題の所在を分かりにくくしている。

## 3. 仮説の設定

本章では、漆器産業の低迷の原因は何かについて仮説を設定し、設定の理由、検証方法を述べる。

### (1) 仮説の設定

本稿では、漆器産業の低迷の要因のひとつとして、「政府セクターにおいて、伝産法に基づく振興策は、漆器については、伝産漆器を対象にしなければならないにもかかわらず、伝産漆器以外のものが振興の対象になっていることである」とする仮説を設定し、次章以降、検証を行う。

### (2) 仮説の設定理由

漆器産業では、様々な塗料、材料が開発され、それによって製造された様々な製品が、産地や販売の現場に混在している。そのため、政府セクターが振興策を実施する際には振興の対象が何かを明確に捉えることが必要になると考えられるが、産地の現場や販売の現場で伝統的工芸品と伝統的工芸品でないものが混然一体となって取り扱われることが多いため、各種展示会等での政府セクターの支援も伝統的工芸品とそうでないものが混然一体となってしまっていることが懸念される。伝統的工芸品ではないが伝統的工芸品に類似したものは、伝統的工芸品よりも時間とコストをかけず、製造されるため、概ね、伝統的工芸品より安価である。そして両者が同時に販売の現場に出される時、伝統的工芸品に類似したものが伝統的工芸品として誤認混同されて購入されると伝統的工芸品がかえって売れなくなるということが考えられる。そこで、本稿では、漆器産業の低迷の要因として前項で設定した仮説を設定する。

### (3) 仮説の検証方法

仮説の検証を行うために、次章では、漆器産業に対する政府セクターの支援策はどのような理念に基づき行われているのか、続く第五章では、政府セクターの支援を漆器産地や販売店などの市場セクターはどのように受けとめているのか、さらに、第六章では、政府セクター及び市場セクターの動きを市民社会セクターはどのように受けとめているのかを検証する。

## 4. 政府の取組

本章では、前章で設定した仮説を検証するために、伝産法の理念を確認し、

伝産法に基づき設立された伝統的工芸品産業振興協会が伝産法第20条の表示及び第24条6項に基づき実施する伝統証紙事業の実態を踏まえて、振興策の課題を検証する。

### (1) 伝産法の理念

伝産法によって行われる事業は、伝産法の理念に基づき、伝統的工芸品を支援しなければならないはずであるが、それは実際には容易なことではない。市場セクターにおいて、伝統的工芸品に類似したものや伝統的工芸品以外のものが混在しているため、支援を区分けして行うことが難しいからである。「売れないから、今までと同じことをしてはだめだ」というフレーズは間違っている訳ではない。しかし、伝産法の理念に立脚すると、このフレーズは伝産漆器をつくることをやめて、安価な土産物づくりにシフトすることでもなければ、漆工芸の基本的軸足である天然漆の使用をやめることでもない。

漆が国産から外国産への比重が高まってきただけでなく、メラミンアルキド、ウレタン、ユリアアルキドなどの合成樹脂塗料が使用され、さらには、塗料だけではなく木地の多くも外国産の比重が高まってきた。素材を木から合成樹脂のものにするということも増えてきた。さらに、プラスチック製などの合成樹脂製品の漆器も登場するようになった。産地によっては売れないからという理由でそういった転換を図った。しかし、それは、伝統的工芸品ではない。伝産法第2条の指定要件である伝統的な原材料を使用し、伝統的な技術・技法で製造するという要件を満たしていない。

1974年の伝産法制定以来、漆器産業に対して政府レベルで様々な支援を行ってきたにもかかわらず状況が好転させることができていない。これまで行ってきた振興策の問題点に注目しておきたい。政府セクターが行ってきた支援策が実は伝産漆器を振興するために機能してこなかった面があるのではないかとこの問題意識を念頭におきつつ、以下、伝産法の理念を確認する。

「1974年3月12日衆議院商工委員会伝統的工芸品産業の振興に関する法律案に対する附帯決議」（以下、「衆院附帯決議」とする）の第4項には、「伝統的工芸品の原材料の確保を図るため、その賦存、需給関係等を十分調査し、価格及び供給の安定対策を推進すること」とある。これは、原材料についての

懸念を表明したものであるが、漆器産業についていえば、現状では、漆の自給率が1～2%であることから大きな課題を背負っている。

衆院附帯決議の第8項に「伝統的工芸品に類似した工芸品の産業については、その実態と必要性に応じ積極性振興を図ること」とあるが、他方、「1974年4月25日参議院商工委員会伝統的工芸品産業の振興に関する法律案に対する附帯決議」（以下、「参院附帯決議」とする）ではこの項目はなく、衆院附帯決議の第8項を抑制する形で参院附帯決議第5項に「指定を受けた伝統的工芸品と同様の工芸品を製造する者が、その製品に、当該指定を受けた伝統的工芸品の産地の製品と誤認を生じさせるようなまぎらわしい表示を附することのないよう十分対処すること」とある。また、衆院附帯決議第7項に「伝統的工芸品と類似の外国製品の輸入及び販売に対しては、伝統的工芸品産業の存立がおびやかされることのないよう十分対処すること」とあり、参院附帯決議の第6項にも「伝統的工芸品と類似の外国製品の輸入及び販売に対しては、伝統的工芸品産業に悪影響を及ぼすことのないよう十分配慮すること」とある。また、1974年12月26日の通商産業省49生第2140号の「伝統的工芸品産業の振興方針」の第4の2の(1)の「品質の表示」の項目に「伝統的工芸品と他の類似品との区別を明確にするため伝統的工芸品である旨の表示を行うとともに品質の表示等消費者が安心して購買できるよう努めなければならない」と謳われている点も十分、留意されなければならない。

衆院附帯決議第8項は産地の振興に積極的に取り組むことの必要性と同時に、伝統的工芸品として指定要件を完全には満たしていないものであっても、類似のもので振興策の対象にすべきものはあるということである。しかし、類似のものとは、漆器についていえば、天然漆を使わないものや天然木を使わないものということではなく、指定告示や検査基準に完全に合致していないので、伝統証紙は貼ることはできないが、検査基準に準じているものと解すべきである。そして、参院附帯決議第5項にも十分配慮し、一般消費者に誤認混同を与えることのないように、伝産法の理念に従い、伝統的工芸品こそが振興の主たる対象であることをしっかりと認識することが必要である。

また、伝統工芸士認定事業実施要領第19条3項では、「伝統工芸士の称号を表示できる場合は、伝統的工芸品に限るものとする」とある。漆器について

例えば、漆以外の塗料を使用したものや木地が合成樹脂であるものは、明らかに伝統的工芸品ではない。伝統的工芸品でないものを販売するのに伝統工芸士の認定証や伝統工芸士楯などを置くことはやはり消費者に誤認混同を与えることになるから、この条項は伝産法の趣旨にのっとっているといえる。

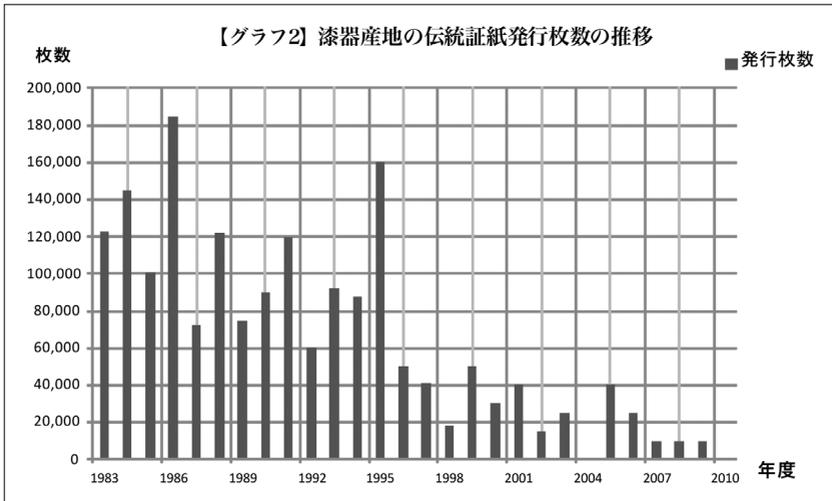
## (2) 伝統証紙事業の実績

伝統的工芸品の生産が減少してくると、品質表示の必要性も低下していってしまう。経済産業大臣指定の伝統的工芸品には、写真1のように伝統的工芸品産業振興協会が発行している伝統証紙を貼ることができる。しかし、近年の発行枚数の大幅な減少は、貼付率の低さと、そもそもの伝統証紙の対象としている伝統的工芸品の減少を示している。漆器全体の伝統証紙の発行枚数<sup>21)</sup>の推移はグラフ2のとおりである。数字の確認できた最初の5年間（1983年度から1987年度まで）の合計は545,700枚であったが、直近5年間（2006年度から2010年度まで）の合計はわずか55,000枚と約10分の1に大きく落ち込んでおり、経済産業大臣指定伝統的工芸品の23産地に平均すると、1産地で年間わずか478.2枚となる。特に、近年、急速に発行枚数が減少している。使用枚数ではなく、発行枚数の推移であるので、伝統的工芸品産業振興協会から産地が一定枚数をまとめて購入しているケースも考えられるが、それでも、この落ち込みは産地において伝統証紙の需要が明らかに低下していることに他ならない。

【写真1】 伝統証紙の貼付された伝産漆器



(出所) 筆者撮影<sup>22)</sup>



(出所) 伝統的工芸品産業振興協会が発行している昭和 58 年度から平成 22 年度までの『事業報告書・収支決算書』に記載されている伝産漆器の発行枚数を基に筆者が作成。

### (3) 振興策の課題

官報にも告示される経済産業大臣指定の伝統的工芸品の指定基準として伝統的工芸品に技術・技法、原材料、製造地域が定められている。これを基軸に伝統的工芸品産業振興事業実施要領の伝統的工芸品表示事業実施規程の検査基準において、①品種又は製品名、②外観、③性能又は品質、④技術又は技法、⑤材質、⑥製造地域、⑦その他が各伝統的工芸品に厳格に定められている。しかし、前節でみたとおり実際に検査されている商品自体が非常に少なくなっているのが現状である。伝統的工芸品が少なくなってくると、中国産と日本産も一緒に販売されるケースや伝統的工芸品でない土産物なども含めて、国や自治体などの公的セクターが支援するようになってしまう可能性が高くなっていく。そのことが伝統的工芸品の生産をさらに低下させる要因となっていると考えられる。

伝統的工芸品産業に対する経済産業省の補助金は、伝統的工芸品産業支援補助金と伝統的工芸品産業振興協会補助金に大別される。伝統的工芸品産業支援補助金により振興計画、共同振興計画、活性化計画、連携活性化計画、支援

計画が実施される。振興計画の柱のひとつが伝統的工芸品の品質表示であり、各産地組合が伝統証紙及び産地証紙を記載し、品質表示について記載することになっているが、地域の自己負担による取組であり、伝統証紙の検査体制への補助メニューがあるわけではない。

伝統的工芸品産業振興協会補助金は伝産法第 23 条により設立されている伝統的工芸品産業振興協会を通じて各地域の伝統的工芸品産業の振興を図るためのものである。大きな柱は①人材確保及び技術・技法継承事業、②産地指導事業、③普及推進事業、④需要開拓事業である<sup>23)</sup>。伝統証紙に関連する取組は、検査体制の整備促進事業として検査指導員の派遣を国庫補助金により実施し<sup>24)</sup>、伝統証紙の発行を自主事業として行うことに留まっており<sup>25)</sup>、優先度が高い取組になっているとはいえない。

政府セクターの支援は、単に売ればよいということではなく、伝産法に立脚して行われるべきであり、消費者ニーズにあった新商品の開発は必要であるが、伝産法の支援策の中では、伝統証紙の貼付できる伝統的工芸品の新商品の開発を行うことが基本になるべきである。

## 5. 市場の実情

本章では、産地の現場の実情、百貨店などの販売現場はどのように漆器製品を捉え、さらに消費者に紹介しているのかを考察する。

### (1) 産地の現場

前章の伝統証紙の発行枚数の推移から分かるように、産地は 20～30 年前は現在よりも、伝統証紙を積極的に活用してきた。1983 年度から 1987 年度までの 5 年間の発行枚数は 625,700 枚であり、直近 5 年間（2006 年度～2010 年度）の 11 倍であった。しかし、伝統証紙の発行枚数の減少と歩調を合わせるかのように、近年、産地の声として、「本来なら紛い物に指定工芸品の名称を名乗る資格等ないのだが、なぜかそれがまかりとおっている。そういうことに対して、国や協会が何もできないでいる」、「伝統的工芸品である以上、本来、合成漆器や輸入漆器などということはある得ない話だ」、「合成漆器を扱っ

ている人たちも指定工芸品の名前を使っている。伝統を守るために伝産法が作られたはずなのに、何も守られていない」といった不満や危惧が見られるようになってきた。そして、現状よりももっと明確な定義が必要という意見が圧倒的に多くなっている<sup>26)</sup>。

他方、伝統的工芸品以外のものを作っている生産者は政府セクターが伝統的工芸品でないものを支援していると、それでいいと考えるようになる場合もある。例えば、「板物の木地といえば、今では、ベニヤやスタウトが殆どだから、伝産法でいう木地という意味では1割もっていないのではないか（後略）」、「化学塗料でも使えるものは使った方がいい。そうしたら値段が安くなる（後略）」、「(前略) 漆だろうとウレタンだろうとお客さんが望んでいるものを供給すべきである」といった声もあり<sup>27)</sup>、ますますモラルハザードも進んでいる。伝統的工芸品とそうでないものが展示会などで同時に陳列される場合、伝統的工芸品でないものを主に製造している生産者は伝統的工芸品に関する商品説明を明確に行わないことが懸念される。つまり、伝統的工芸品ではないものの販売促進を優先し、天然木に天然漆を塗装し、伝統的な技術・技法によって製造される伝統的工芸品の特長を説明することを行わないことが懸念される。

## (2) 販売の現場

2009年8月28日の家庭用品品質表示法の改正では、「品名」「表面塗装の種類」「素地の種類」「使用上の注意」を最小販売単位ごとに、消費者の見やすい箇所に分かりやすく記載するよう定められた。日本漆器協同組合連合会も家庭用品品質表示法の遵守を関係産地に呼び掛けている。そのため、伝産漆器を取り巻く環境は、改善の可能性が生まれたとあってよいが、現状では、施行日の2010年9月1日から期間が短いため、各漆器販売店舗で徹底されているとは言い難い。

バブル崩壊以降、ギフトの需要の減と共に、漆器の需要の減退、売上の減少が加速し、産地から商品説明を行うために派遣されるケースが減少すると共に、伝統的工芸品の展示スペースの減少に伴う人員の削減により必然的に、百貨店において伝統的工芸品の商品知識を有している生え抜きの専門スタッフの減少を余儀なくされ、伝統的工芸品自体が少なくなってくると、当然、伝

統的工芸品について、使い方、収納方法、修理の仕方などについて説明できるスタッフも少なくなってくる。伝統的工芸品の流通に関する問題点として漆器産地の組合関係者は、「流通関係者でも、伝統的工芸品の良さ、価値を分かる人が少なくなった」が40.9%、「伝統証紙を理解する人が少ない」が45.5%であり、そして、「伝統証紙を理解する人が増えている」がわずかに9.1%と厳しい評価を下している<sup>28)</sup>。

小売店の意見として「日本の漆器産地ですべての漆器工程でできた漆器の純国産品、中国産の漆器、中国産の漆器に日本で手を加えた物等いろいろな漆器と称する漆器類が出回っており、様々な価格がある。その結果、客の信頼が得られなくなっている」といった意見もある<sup>29)</sup>。漆器産地では、詳しい専門知識を持った仕入れ先が少なくなった」という声が68.2%であった<sup>30)</sup>。

### (3) 消費者ニーズに対応した新商品の方向性

伝統的な工芸品であっても、斬新なデザインの製品を作ることは可能である。例えば、石川県輪島市を拠点として活動した角俣三郎氏が考案した合鹿碗などからヒントを得られないだろうか。合鹿碗は輪島の近隣の合鹿という村で室町時代から作られていたといわれる大ぶりで野趣味の強い碗である。角氏は「漆とは何か」という問いに立ち向かい、伝統的な規範や技法をいったん捨て去り、裸になって、漆に立ち向かい、漆を再発見していく中で、オリジナルの合鹿碗を作り上げた<sup>31)</sup>。これが一般消費者の支持を得た。漆や伝統について掘り下げて考えることによって、新しい思考に基づく、新しいデザインや形状の製品が生まれてくるのではないかと考える。

さらに、和だけではなく、洋のアプローチも考えられる。生活様式の変化に対応した商品づくりに産地は、まだ十分に対応できているとはいえない。皿を例にとっても、核家族化が進んでいるにも関わらず、例えば、5個組の銘々皿のように従来の生活様式を前提として製造されてきた商品に限られたスペースの中で大きな場所をとっていることとも見られる。他方、パン皿やパスタ皿などの新しい生活様式を踏まえた製品はまだ少ない。

産地が積極的に新しい取組を行っている事例としては、例えば、秋田県湯沢市の川連漆器のイタリアンデザイン漆器づくりの取組みに注目したい。イ

タリア在住の日本人デザイナーの提案するイタリアンデザインと川連漆器の伝統的な技術・技法をコラボレーションさせ、斬新なデザインであり、かつ、川連漆器の指定基準にのっとった製品である<sup>32)</sup>。サラダボール、朝食プレート、ピアカップ、エスプレッソカップ、バターナイフ、サイドテーブルなどを完成させた。

むろん、伝統的な技術や技法に立ち返ったからといってすぐ販売促進が実現できる訳ではないが、安易な道に入る前に伝統的工芸品づくりをするために消費者の立場にたった製品づくりを本当にしてきたのだろうか。

伝統的工芸品産業振興協会が認定している産地プロデューサーなどの伝統的工芸品の世界と今まで直接、関係の少なかった人々の意見も取り入れるなどの方法も活用し、伝統的工芸品を作るための新たなチャレンジを行う必要がある。

但し、区別して考えなければならない点がある。例えば、山中漆器産地においてイタリア・ミラノでも活動するデザイナーの富田一彦氏を中心にNUSSHAというブランドを旗印に、今までの漆器業界では考えられないパステルカラーの色を使用し、天然木ではなく合成樹脂を使った商品が目目された。しかし、これは伝統的工芸品ではない。個々の企業が企業として伝統的工芸品でないものを製造するという自社の方向性を決めることは、選択肢として当然、考えられることであり、また、企業の新たな取組みとして評価されることがあってよいが、政府セクターにおける伝産法の支援の範囲は本来、伝統的工芸品が主たる対象であるべきである。

## 6. 市民社会の声

本章では、政府セクターや市場セクターの動きを市民社会セクターがどのように受けとめているのか、さらには、市民社会の独自の活動はどのようなものがあるのかを見ていく。

### (1) 本物を買えない

漆器産地では、産地問屋を経由するケースが59.1%、消費地問屋を経由す

るケースが59.1%となっており<sup>33)</sup>、消費者に直売を行っている産地の割合は36.4%<sup>34)</sup>と他の伝統的工芸品の水準と同様、低い水準にとどまっており、消費者の声を聞く機会が十分に確保されている状況ではない。このように生産の現場と市民社会セクターの距離が離れていることで、消費ニーズを掴みにくくなっているといえる。

他方、購入者は、そもそもの伝産漆器の数量の減少や品質表示の曖昧さ、説明の曖昧さにより、伝産漆器を買いたくても買うことができないケースが十分に考えられる。さらに、伝産漆器と思って伝産漆器でないものを購入し、気がつかないまま使っているケースも十分に考えられる。その場合、当然、伝産漆器の良さにも気がつかない。しかし、実は少しくらい高くとも、本格的なものを使いたいと考えるかについて聞いた結果をみると、「大いにそう考える」9.4%、「まあ、そう考える」50.6%であり、計60.0%の人々が至少くらくとも本格的なものを使いたいと考えている<sup>35)</sup>。この数字も念頭において振興策を考える必要がある。

## (2) 伝統マークの評価

一般市民の立場から考えると、伝統マークを掲げている店舗では、多くの商品が伝統的工芸品であると考えるのが自然である。しかし、第四章第二節で確認したとおり、伝統証紙の発行枚数が非常に少ないことから、実際には、伝統証紙の貼られている漆器製品は非常に少ない。また、漆器産地では、国産品と中国産などの輸入品が隣り合わせて販売されることもある。産地が中国、台湾などで製造を行ったものを仕入れているケースもある。伝産法制定以降、35年余に渡って様々なPRを実施してきたにもかかわらず、伝統マークの認知度調査の結果は「見たことがある」は41.0%であり、「見たことがない」の59.0%を下回っている<sup>36)</sup>。しかし、伝統マークに対しての品質保証の認識は、「国が指定した伝統的な原材料や製法に従って生産されたものである」59.6%、「日本で作られた工芸品であることを保証するものである」20.8%、「国が指定した品質基準に合格したものであることを保証するものである」9.7%であり、併せて90.1%とであり、伝統証紙の貼付された製品の品質に対して、高い期待が寄せられていることがわかる<sup>37)</sup>。そのため、政府セクターでは、伝統マー

クの認知度を上げる努力を行うと同時に、市民社会が伝統マークに品質面での信頼感を抱いていることを十分に認識し、伝統マーク使用の厳格な運用を行っていく必要がある。

### (3) 市民主体の取組

市民社会セクターでは、政府セクターや市場セクターの動きに頼るのではなく、自ら産地と直接交渉する市民主体の活動が生まれている。例えば、市場セクターと市民社会セクターをつなぐ活動として、スペースたかもりの取組が挙げられる。東京都文京区内の和菓子屋の一室をギャラリーとして「作り手と使い手を繋ぐ」「使い手の後継者を育てる」をキーワードに漆器を中心に伝統的工芸品の紹介や使い方の提案を取り入れた展示会を行っている。主宰する高森寛子氏はエッセイストとして漆をはじめ伝統的工芸品に関する著作<sup>38)</sup>を発表し、伝統的工芸品の使い方の提案を幅広く行っている。その他にも、漆木の植林を行う市民主体の活動も見られる。伝産漆器が広く使われるようになっていくためには、このような市民社会の活動が広範に展開されることがかかせない。

## 7. 仮説の検証結果

本章では、第三章で設定した仮説について、前章までの分析を踏まえて、検証結果を確認する。さらに検証結果を踏まえ、第二章で述べた課題を解決するための方策を検討する。

### (1) 仮説の検証結果

前章までの分析の結果、政府セクターの振興策が必ずしも伝統的工芸品に特化しきれていないことによって、市場セクターにおいて伝統的工芸品の登場する機会がさらに減少させ、市民社会セクターにおいても同様に、伝統的工芸品と接する機会が少なくなっていることが明らかになった。そして、伝統的工芸品に貼付できる伝統証紙の発行枚数は大幅に減少している。このような状況においては、より重要性が高いことは単に伝統マークのPRを行うことでは

なく、伝統証紙の貼った製品のPRを行うことであり、伝統証紙の重要性を再認識する必要がある。市場セクターにおいて、個々の企業が伝統的工芸品から転換を図るのは自由であるが、政府セクターが伝統的工芸品でないものを伝統的工芸品として振興することは伝産法の趣旨に則しているとはいえない。

伝統的工芸品以外のものを振興することは、結果として伝統的工芸品の衰退につながってしまいかねない危険性を孕んでいることも市場セクター及び市民社会セクターの活動を分析した結果、明らかになった。以上により、第三章で設定した仮説、すなわち「政府セクターにおいて、漆器産業に対する伝産法に基づく振興策は伝産漆器を対象にしなければならないにもかかわらず、伝産漆器以外のものが振興の対象になっていることである」は、漆器産業の低迷の要因のひとつとなっているといえる。

## (2) 検査体制整備の必要性

伝統的工芸品産業振興協会が定める統一表示事業実施規程第10条には、「伝統証紙の証紙料は別に定める」とあり、有料であることを前提としており、実際に伝統的工芸品産業振興協会において証紙料が設定されている<sup>39)</sup>。また、産地組合において、検査委員会経費、検査員謝金、旅費・交通費、検査手数料などを定める形になっていて<sup>40)</sup>、産地において負担となっていることが考えられる。そのため、伝統的工芸品産業振興予算の中で証紙の購入費や検査体制への補助も検討することも考えられる。伝産法制定以前から検査を実施しており検査機関が充実している織物産業などを除く、多くの伝統的工芸品の業種と同様、漆器産業においても専門の検査機関がある訳ではないので、組合が必要に応じて検査委員会を開催にすることになる。しかし、検査体制が脆弱であると、検査自体が形骸化していくことも懸念される。また、伝統証紙事業をやめるということにもなりかねない。こういった事態に対応するために、各産地で実施される検査委員会の経費を補助するのも一つの考えられる方策である。1973年10月、伝産法に先駆けて公布された沖縄県伝統工芸産業振興条例では、証紙の県営検査を定めている。第6条では、「検査員は知事が任命、委嘱する」とあり、各産地では、検査員の任命式を行うなど厳格な運用を行ってきた。検査の重要性を明確にする意味で、今後の中央での取組において沖

縄県の取組は参考になる。

伝統的工芸品への支援を適正なものにするために、指定告示や検査基準の見直しは伝産法の理念を逸脱しない範囲で迅速に対応しなければならない。指定告示の内容が時代にマッチしていないならば、フレキシブルに対応しなければならない。産地の要請に従い、伝産法の趣旨に合致する範囲で変更していく必要がある。枠組みは伝産法2条5項の様式第2で指定告示の変更、様式第4で振興計画の変更が明記されている。振興計画の変更には検査基準の変更が含まれる。告示の内容を死守するのではなく、むしろ積極的に改善を行うべきである。もちろん、専門家の意見を聞きながら、きちんとした管理、監視を行う義務があることもいうまでもない。

### (3) 今後の支援の方向性

ここまで述べてきたとおり、政府セクターは、伝産法の理念に従い、伝統的工芸品への支援を重視していく必要がある。伝統的工芸品が少なくなってくると伝統的工芸品をつくるための材料や用具も作られなくなってくる。伝統的工芸品を作るための道具を作る人も少なくなり、その技術も消滅していく。伝産漆器をないがしろにすることは、漆器産地が自らを滅ぼすことにつながっていく。また、伝統マークの使用も伝統証紙の枚数に比して極端に多いと、消費者に誤認混同を与える。検査委員会に自治体や商工会議所などの公的機関も積極的に入って、政府セクターも検査体制への支援を行い、伝統的工芸品の普及の後押しをしなければならない。伝統的工芸品が自らのアイデンティティーを失う安易な方向転換を後押しするようではあってはならない。大事なことは、伝統的工芸品もどきをつくるのではなく、洗練された伝統的工芸品を作ることである。漆器産地が連携して行う漆サミットなどの機会でも品質表示の議論を行い、関係者の意識を高めていくことが必要である。現在の振興策の下では、作り手が伝統的工芸品を作ることのインセンティブが低くさせてしまっている。このような状況では、政府セクターは原点に立ち返って伝統的工芸品に特化した振興策に立ち返るべきである。それこそが遠回りに見えて一番の近道である。今後は、これまで以上に情報公開の必要性や品質表示が求められるであろう。無論、一気に変えることは難しいが、少しずつ軌道修正し

ていかないと伝産漆器が産地から消えていく。

## 8. おわりに

本章では、ここまでの検証結果を踏まえて、今後の研究課題を述べる。

本稿では、漆器産業をとりまく現状を政府セクター、市場セクター、市民社会セクターのそれぞれの観点から分析することによって、実践的政策論の視点から漆器産業の低迷の原因を明らかにした。今後の研究課題は、伝統的工芸品には漆器以外に、織物、染色品、陶磁器、木工品、竹細工、金工品、仏壇など様々な業種があるので、これらの業種についても伝統証紙を貼付できる伝統的工芸品の実情について研究することによって、伝統的工芸品産業の弱体化の要因を明らかにすることである。

### 注

- 1) 明治大学博物館（2011）『漆器 JAPANWARE』72-74 頁
- 2) 日本漆工協会・日本特用林産振興会（2004）『平成 15 年度文化財の維持等に必要の特用林産物供給支援事業—漆に関する調査報告書』28 頁
- 3) 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成 16 年度伝統的工芸品産地調査診断報告書 産地特別調査診断—漆器』70 頁
- 4) 伝統的工芸品産業振興協会（1975）『昭和 50 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 32,551,000,000 円。但し、浄法寺塗、小田原漆器は未掲載のため除外。
- 5) 伝統的工芸品産業振興協会（1979）『昭和 54 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 37,993,000,000 円。但し、浄法寺塗は未掲載のため除外。
- 6) 伝統的工芸品産業振興協会（1981）『昭和 56 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 43,873,000,000 円。但し、浄法寺塗は未掲載のため除外。
- 7) 伝統的工芸品産業振興協会（1983）『昭和 58 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 42,845,000,000 円。
- 8) 伝統的工芸品産業振興協会（1988）『昭和 62 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 41,083,000,000 円。
- 9) 伝統的工芸品産業振興協会（1990）『平成元年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 48,330,000,000 円。
- 10) 伝統的工芸品産業振興協会（1993）『平成 4 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 48,521,000,000 円。
- 11) 伝統的工芸品産業振興協会（1996）『平成 7 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 38,353,000,000 円。
- 12) 伝統的工芸品産業振興協会（2000）『平成 11 年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は 34,171,000,000 円。
- 13) 伝統的工芸品産業振興協会（2003）『平成 14 年度版全国伝統的工芸品総覧』によ

ると伝産漆器の生産額は25,915,000,000円。但し、浄法寺塗の数字は未掲載のため除外。

- 14) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は20,757,000,000円。
- 15) 伝統的工芸品産業振興協会（1993）『平成4年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は48,521,000,000円。伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度版全国伝統的工芸品総覧』によると伝産漆器の生産額は20,757,000,000円。平成18年度版以降、全国伝統的工芸品総覧は発行されていない。
- 16) 日本漆工協会・日本特用林産振興会（2004）『平成15年度文化財の維持等に必要な特用林産物供給支援事業—漆に関する調査報告書』23頁
- 17) 日本アブライドリサーチ研究所（2008）『平成19年度伝統的工芸品産業調査—伝統的工芸品における生産基盤・供給実態調査報告書』33頁
- 18) 日本アブライドリサーチ研究所（2008）『平成19年度伝統的工芸品産業調査—伝統的工芸品における生産基盤・供給実態調査報告書』42頁
- 19) 日本アブライドリサーチ研究所（2008）『平成19年度伝統的工芸品産業調査—伝統的工芸品における生産基盤・供給実態調査報告書』44頁
- 20) 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書 産地特別調査診断—漆器』序3頁
- 21) 発行枚数よりも使用枚数の方がより伝統証紙の使用実態を把握することができると考えられるが、使用枚数は公開されていないので、発行枚数を基にグラフを作成した。
- 22) 筆者所有の伝統証紙の貼付された伝産漆器。
- 23) 伝統的工芸品産業振興協会（2011）『平成22年度事業報告書・収支決算書』51頁
- 24) 伝統的工芸品産業振興協会（2011）『平成22年度事業報告書・収支決算書』13～14頁
- 25) 伝統的工芸品産業振興協会（2011）『平成22年度事業報告書・収支決算書』5頁
- 26) 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書 産地特別調査診断—漆器』39頁（個別の伝統的工芸品の名称を削除し、伝統的工芸品として記載）
- 27) 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書 産地特別調査診断—漆器』39頁
- 28) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『伝統的工芸品流通アンケート調査報告書』34頁
- 29) 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書—津軽塗』39頁
- 30) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『伝統的工芸品流通アンケート調査報告書』24頁
- 31) NHK文化番組プロダクション美術班監修（1991）『漆芸 角偉三郎』日本放送出版協会 70頁
- 32) 漆原拓也（2006）「グローバル時代の日本の伝統的工芸品産業—秋田県川連漆器産地の海外進出事業を事例に」『文化資源学 No4』文化資源学会
- 33) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『伝統的工芸品流通アンケート調査報告書』13頁
- 34) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『伝統的工芸品流通アンケート調査報告書』20頁
- 35) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度伝統的工芸品消費者意識調査報告書』10頁
- 36) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度伝統的工芸品消費者意識調査報

- 告書』58頁
- 37) 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度伝統的工芸品消費者意識調査報告書』61頁
- 38) 荒川浩和・山本英明・高森寛子（1997）『ほんものの漆器—買い方と使い方』新潮社、高森寛子（1999）『美しい日本の道具たち』晶文社など。
- 39) 伝統的工芸品産業振興協会（2009）『伝統的工芸品表示事業のあらまし』6頁
- 40) 伝統的工芸品産業振興協会（2009）『伝統的工芸品表示事業のあらまし』9頁

#### 引用文献一覧

- 荒川浩和・山本英明・高森寛子（1997）『ほんものの漆器—買い方と使い方』新潮社
- 漆原拓也（2006）「グローバル時代の日本の伝統的工芸品産業—秋田県川連漆器産地の海外進出事業を事例に」『文化資源学 No4』文化資源学会
- 高森寛子（1999）『美しい日本の道具たち』晶文社
- 伝統的工芸品産業振興協会（1975）『昭和50年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1979）『昭和54年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1981）『昭和56年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1983）『昭和58年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1988）『昭和62年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1990）『平成元年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1993）『平成4年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（1996）『平成7年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2000）『平成11年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2003）『平成14年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書 産地特別調査診断—漆器』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2005）『平成16年度伝統的工芸品産地調査診断報告書—津軽塗』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『伝統的工芸品流通アンケート調査報告書』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度版全国伝統的工芸品総覧』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2007）『平成18年度伝統的工芸品消費者意識調査報告書』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2009）『伝統的工芸品表示事業のあらまし』
- 伝統的工芸品産業振興協会（2011）『平成22年度事業報告書・収支決算書』
- 日本アプライドリサーチ研究所（2008）『平成19年度伝統的工芸品産業調査—伝統的工芸品における生産基盤・供給実態調査報告書』
- 日本漆工協会・日本特用林産振興会（2004）『平成15年度文化財の維持等に必要の特用林産物供給支援事業—漆に関する調査報告書』
- 明治大学博物館（2011）『漆器 JAPANWARE』
- NHK文化番組プロダクション美術班監修（1991）『漆芸 角偉三郎』日本放送出版協会

&lt;ABSTRACT&gt;

## **Revitalization of the Lacquerware Industry ～ Returning to Basics as a Way Out ～**

URUSHIHARA Takuya

The lacquerware industry remains sluggish due to a general decline in demand associated with the depletion of raw materials, a decrease in the number of successors to craftspeople, the inflow of foreign products, and lifestyle changes. For these reasons, it's becoming very difficult for lacquerware-producing areas to manufacture products that satisfy the inspection criteria for being designated as a traditional craft (hereinafter called "traditional lacquerware") as defined in the Act on the Promotion of Traditional Craft Industries (hereinafter called the "Act").

In this thesis, I will analyze current trends in the public sector, the market sector, and the non-profit sector and clarify the situation of the traditional lacquerware industry in this period of recession.

Based on the "Act", the public sector should be providing support to the traditional lacquerware industry. However, it's not easy to distinguish support for "traditional lacquerware" from support for other items, including similar lacquerware items and plastic goods, because they are all intermingled in the market sector. And in recent years, there has been a drastic decrease in the issue of labels that denote official certification of "traditional lacquerware" as being a traditional craft item designated by the Minister of Economy, Trade and Industry. This means there is a low rate of label attachment and a decrease in the number of items of "traditional lacquerware" that meet the requirements for the label to be affixed in the first place.

Public sector support should not just be focused on sales but should be carried out based on the spirit of the "Act", and the target must basically

be items of “traditional lacquerware” that qualify to bear the label. There is apprehension in the market sector that the idea behind the “Act” is not actually being observed in practice. On the other hand, manufacturers who produce lacquerware items other than “traditional lacquerware” find the situation satisfactory because the public sector is also supporting their non-traditional items. Moral hazard is spreading increasingly.

From the standpoint of the non-profit sector, it’s only natural to think that many of the products on sale at shops which bear the traditional symbol marks on their signboards are in fact traditional handicrafts. As mentioned earlier, however, the actual situation is that the number of labels denoting official certification of the “traditional lacquerware” has drastically decreased. In other words, there are many cases in which purchasers who want to acquire “traditional lacquerware” are unable to do so due to its reduced availability and ambiguous quality labeling.

Under these circumstances, rather than just advertising the symbol marks of traditional craft products, it’s important for the public sector to promote the products that bear a label denoting that they have been officially certified as traditional craft items. Supporting items other than “traditional lacquerware” involves an element of danger that could result in the steady decline of “traditional lacquerware”.

The important thing is to encourage the manufacture of sophisticated traditional lacquerware items instead of pseudo-traditional lacquerware. However, current promotion measures have reduced the incentive for craftspeople to continue producing “traditional lacquerware”. The public sector should review the original point of the “Act” and return to promotion measures centered around traditional handicrafts. That may look like a detour, but it is in fact the shortest way.