

伝統的工芸品における産業拠点施設の課題と展望

—高岡地域地場産業センターの改善提案の取り組みから—

Challenges and Prospects of Industrial Base Facilities in the Traditional Craft Industry

—Case Study from Improvement Proposal of Takaoka Local Industrial Center—

● 安嶋是晴／富山大学芸術文化学系

YASUJIMA Yukiharu / Faculty of Art and Design, University of Toyama

● key Words: 伝統的工芸品、産業拠点施設、高岡銅器、高岡漆器、井波彫刻、越中和紙、庄川挽物木地、越中福岡の菅笠

- 1 はじめに
- 2 高岡地域地場産業センターとは
- 3 学生による調査と提案
- 4 まとめ

1 はじめに

富山県には、高岡銅器、高岡漆器、井波彫刻、越中和紙、庄川挽物木地、越中福岡の菅笠など、国が指定する6つの伝統的工芸品が存在し、その大半が富山県西部の呉西地区に集中している。衰退傾向にある伝統的工芸品は、事業者による自主的な取り組みが行われるとともに、国、県、市なども積極的に支援を行っている。

なかでも拠点施設の整備は、伝統的工芸品産業における重要な支援施策である。1974（昭和49）年に伝統的工芸品産業の振興に関する法律が施行され、およそ昭和50年代に全国では多くの拠点施設が開設された。施設には、組合など業界団体の事務所が設置されるとともに、工芸品の展示や販売、啓発事業などが行われている。

しかしそれらの拠点施設は、現在岐路に立っている。開設から40年以上経過し、施設自体の老朽化もさることながら、伝統的工芸品そのものの意義や、市民の価値観が変化するなかで、伝統的工芸品をどのように支援するか、明確な対処法が打ち出せていないのが現状である。拠点施設は、その在り方や事業内容を大幅に転向せざるを得ない時期に来ている。

そうした中で、富山県呉西地区の伝統的工芸品を支援する拠点施設の公益財団法人高岡地域地場産業センター（以下地場産業センター）から学生目線の施設改善提案の依頼を受け、今回、富山大学芸術文化学部の文化政策各論B（地域経営論）の授業の一環として調査・提言を実施した。本稿ではその調査結果および提案の一部をまとめたものである。この調査と提案を通じて、伝統的工芸品産業の拠点施設の課題と展望を明らかにすることを試みる。

2 高岡地域地場産業センターとは

まず今回の調査対象である地場産業センターについて説明する。概要は表1のとおりである。

表1 公益財団法人高岡地域地場産業センター概要

1	店名	高岡地域地場産業センター
2	販売場	1983(昭和58)年 開設 2006(平成18)年 改修工事 2013(平成25)年 一部改装工事〔協力者：大熊健郎氏〕
3	商品群	①伝統的工芸品や富山県内の工芸品 ・高岡銅器、高岡漆器、井波彫刻、庄川挽物木地、越中和紙、越中福岡の菅笠 ・アルミ製品、高岡鉄器、高岡仏壇・仏具類、富山ガラス ②地場産品、土産物 ・へちま商品、土産物（ポストカード、ネクタイ、トランプなど） ③銘菓、地酒 ・高岡地域で製造、販売しているお菓子、酒類 ④食品、飲料 ・昆布、かまぼこ、国吉りんご（チップ、ジュース）、乾麺
4	センター販売店	高岡御車山会館 1階 ギャラリーショップ 新高岡駅 1階 交流センター内 GALLERY MONONO-FU

出典：2019（令和元）年6月24日 視察時配布資料より

地場産業センターは、高岡市を中心とした富山県西部（呉西地区）の地場産業振興を目的に1983（昭和58）年に開設された。館内には産業資料館があり、伝統的工芸品の歴史や技術などを理解できる展示が整備されるとともに、販売スペースでは伝統工芸品をはじめ、工芸品以外にも地酒や銘菓、加工食品なども揃えられている。

財団の事業は、販売や展示を行う常設展示場、産業資料館、ホールや会議室などの運営を担う「施設運営」、展示品の発表や全国の見本市等への出展を行う「普及開拓」、小中学生向けの講座や成人対象の体験などを行う「人材育成」、商品開発支援や情報を収集し事業者を提供する「産業支援」、文化財修理など行う「技術継承」の5つの柱で構成されている。

地場産業センターの斎藤氏によると、現在の地場産業センターは、①施設の機能、②施設の外観、③展示販売の見せ方の3つの課題を持っていると指摘する¹⁾。具体

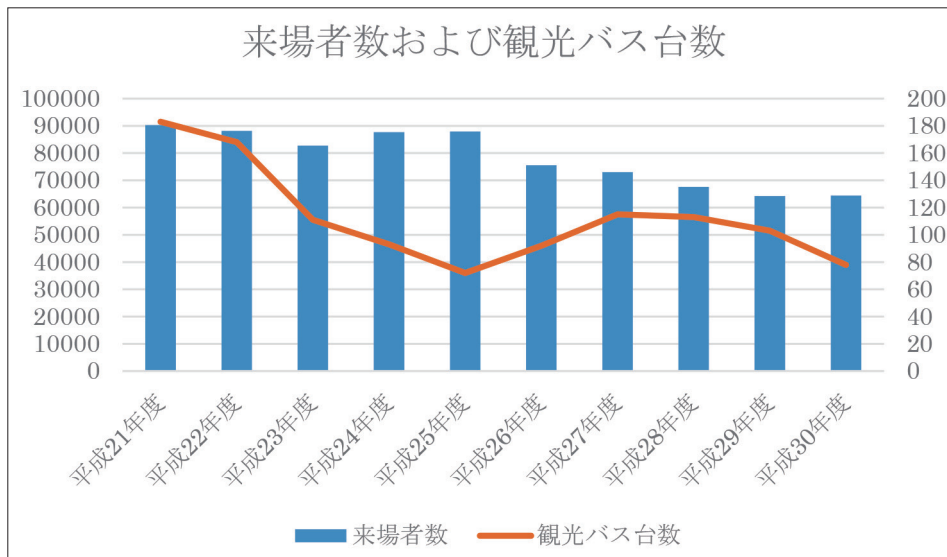


図1 高岡地域地場産業センター来場者数および観光バス台数
出典：2019（令和元）年6月24日 視察時配布資料より

的には、①施設の機能は、センターは多様な公益事業を行っているが、求められる事業が実施できておらず、また地域での認知度も低く、積極的な情報発信を行う必要があること、②施設の外観は、国道沿いの建物であるが遠くから見える看板や広告塔がなく、外観も暗い印象があり、高層棟の外壁面に広告塔の設置を検討する必要があること、③展示販売場の見せ方とは、季節商品や新商品、贈答品などを時期に合わせて揃え、展示替えなどを行い、空きスペースを活用した展示なども行っているが、集客につながっていないこと（図1）などを挙げている。そこで本調査では3つの課題を踏まえつつ、現地調査やグループワークを通じ、課題を掘り下げるとともに、改善に向けた学生提案を行うことを試みた²⁾。

3 学生による調査と提案

まず調査についてのプロセスを説明する。2019（令和元）年6月24日1限（8：45～10：15）に現地調査を行った。8：45に現地に集合し9：00から30分、地場産業センターの斎藤氏によって施設の案内を受け、その後30分は自由行動とし個々人で施設内を巡回した。最後に全員で情報の共有化を行った。なお事前にホームページを閲覧し、情報を入手するよう指示をした。また現地調査終了後の感想をレポートとして提出させた。

その後、2019（令和元）年7月1日の1限に4班に分かれてグループワークを行った。現地調査の感想のレポートに加え、改善の提案を個々人で作成するよう指示し、その改善提案をKJ法でまとめ、その内容をグループごとに発表した。表2は現地調査での感想とグループワークでの提案をまとめたものの抜粋である。

表2 学生による意見のまとめ（一部抜粋）

【施設全体】

項目	評価する点	気になる点	提案
機能	<ul style="list-style-type: none"> 高岡の地場産業を種類豊富にワンストップで取り揃えているところは評価できる コンセントや傘立てに工芸が使用されている点はよい 	<ul style="list-style-type: none"> 何をやっている施設かわかりづらく、アピールポイントが多すぎて整理されていないように感じる。 建物自体が老朽化して、照明が暗く、空気がよどんでいるように感じる。 	<ul style="list-style-type: none"> ターゲットを絞る必要がある 一見さんなどはないので、目的をもった人に上手に発信する必要がある 建て替えや、壁の塗装を行う 外壁に高岡の工芸品である銅器や漆器を用いたモチーフを配置したらよい
立地	<ul style="list-style-type: none"> 8号沿いで駐車場があるので立地は悪くない 	<ul style="list-style-type: none"> 道路から奥まっついてわかりにくい アクセスの問題。バスは1時間に1本、電車は15分に1本あるものの最寄り駅からは徒歩30分かかる。 	<ul style="list-style-type: none"> 道路標識を作る（例：300m先左折、右手に地場産業センターなど）
名称		<ul style="list-style-type: none"> 名称がわかりにくい 	<ul style="list-style-type: none"> 名称をキャッチーなものにする。愛称を募集する。また売店、展示、体験工房など目的ごとにネーミングする

館内案内		・建物内の位置や機能がわかりにくい	・建物内の案内表記を明確にする ・館内マップがあるとよい
喫煙所		・タバコのおい気になる	・喫煙所を作る（分煙）
認知度		・地域の方々への周知が足りない ・地元住民の認知度が低い	・地域の人により利用しやすい親しみやすい施設にする

【建物外観など】

項目	評価する点	気になる点	提案
外観	・入口の巨大観音像はインパクトが大きく、ランドマークとなっている	・建物から何の施設かわかりにくい	・建て替えや、壁面の塗装を検討する ・観音様はインパクトの割に、中身が地味なので有効活用を考える
看板	・祭りで使用される鍋を入り口に展示している点は評価できる	・看板が無いと何の施設かわからない ・遠くから見える看板や広告塔がない ・安直なデザイン看板や広告塔は逆効果になるのでは	・看板をつける、直す ・のぼり旗などを置く ・のぼり旗は通行量が多く、風が強いのであまり効果がないのでやめる ・派手な看板の多い8号線なので、むしろシンプルで洗練された外観にする（日除け暖簾を使用するなど）

【建物内装など】

項目	評価する点	気になる点	提案
床		・床の光の反射が気になる ・床のデザインが統一されていない	・床を貼りなおす
ガラス		・エントランスのガラスによる暗さが気になる	・前面の窓いっぱいにはパネルを設置し、上下からスポットライトを当てる

【資料館】

項目	評価する点	気になる点	提案
展示	・伝統的工芸品を幅広く展示してあり歴史や制作方法が学べることはよい	・展示のパネルが古く、資料館の展示も中途半場に暗く感じる ・展示台が統一されていない ・初めて工芸品に触れる人にとっては、工芸品の魅力が伝わりやすい展示ではないと考える（少し上級向き）	・フォントの統一、レイアウト、写真の画質などの改善をする ・文字に頼らない展示方法を行う ・さらに興味をもってもらうために職人の映像を使用する ・展示資料の説明を増やす ・子どもでも理解できるように、専門用語は極力使わず平易な言葉にする。イラストを用いて簡略化する。 ・組合の協力を得て、展示を強化する（専門的な展示）

【販売スペース】

項目	評価する点	気になる点	提案
販売品	・低価格帯から高価なものまでたくさんの物販を取り扱っている ・手軽に購入できるお土産の銘菓・食品がある ・駅の売店よりも種類も豊富でお土産も買うのに便利	・何を推したいのか、ごちゃごちゃしてわかりにくい ・高級品、廉価品を混在させているので高級品の価値が下がる ・ジャンルがバラバラで少し回りにくい ・さわってよいものといけなないものの違いがわからない	・手頃な値段のものはレジ横に置くなどの工夫をする ・大きな目玉となる商品を重点的にアピールする ・食べ物などリピート率が高いものを前面に押し出す ・お菓子だけでなく、地場野菜や海産物も扱う ・価格帯や種類など、商品をもっと分類して配置する
展示販売空間	・お茶席に置く品や庭に置く品などイメージがしやすいように指定の空間に展示販売している ・入口手前のところにある商品展示は好感が持た	・茶室があり、多様な工芸品があるのに有効利用されていない ・雰囲気堅苦しい ・什器がバラバラで統一感がない。新しい棚と古い棚の落差大きい	・ディスプレイの大幅改善を行う（照明、展示台、使用例提示、キャプション等） ・「使う」ことを意識した展示にする ・販売者が空間演出によって使用シーンを想像しやすいものに導く ・奥の和室スペースで家具なども配置して実際の使用を想定した場所にする

展示販売方法			<ul style="list-style-type: none"> ・販売スペースでは購買層によってエリアを分ける（お土産品と高級品など） ・時期に合わせた展示替えを行っているが、見せ方を工夫する ・持って帰って説明できる、技術解説カードをつくる ・もっと詳細な解説をつける。 ・QRコードを使ってオンラインでの販売ができるようにする
照明	・店内は蛍光灯で照らされており非常に明るい	<ul style="list-style-type: none"> ・レールライトのレールの有無で格差がある ・照明が暗い 	<ul style="list-style-type: none"> ・照明の当て方を工夫し展示品を生かす ・ものや狙いに応じて照明をかえる ・漆や銅器などは明るい照明よりもろうそくなどの薄暗い照明下でこそ真の美しさを見せることができる

【貸館事業】

項目	評価する点	気になる点	提案
機能	<ul style="list-style-type: none"> ・展示会や宴会ができるほど広く立派な大ホールがある ・ホールなどの貸館業は訪れるチャンスになる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ホールの存在が知られていない 	<ul style="list-style-type: none"> ・貸館業は来訪のためのチャンスとなりうるのでイベントの誘致も含めて積極的にPRを行う ・2階のホールや会議室等に積極的に工芸品の展示を行い、資料館（2階部分）に誘導するような仕組み（看板など）をつくる ・認知を広げるために地域にアピールする ・藤子・F・不二雄さんの緞帳の活用する

【体験】

項目	評価する点	気になる点	提案
体験	<ul style="list-style-type: none"> ・鋳物体験ができるのはよい。またリーズナブルである ・工芸品の制作工程を知ることのできる高額の理解ができるようになる ・見学をした後に体験ができることがよい 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験を実施していることが知られていない ・WEBでは体験コーナーの存在がわかるが、現地ではわからない。 ・体験ができるかどうか一般にわかりにくい（2階でやっているためわかりにくい） ・WEB（HP）で体験事業の申し込みにたどり着くのが困難である 	<ul style="list-style-type: none"> ・体験ができることをもっとPRする ・継続的に新規体験を作る ・1階のガラス張りの空間で体験を実施し、外向けにアピールする ・来館者向けに館内・館外でも体験ができることをアピールする ・組合の協力を得て、新たな体験を強化する ・職人さんに出張で来てもらい体験を開催する
地域教育	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生の体験など地域に根付いた教育に尽力しているのはよい ・作業工程などをみることができるとは教育的な効果もあると思う 		<ul style="list-style-type: none"> ・子ども向けの見学ツアーなど啓発を行う（地域、地域外両方） ・市内児童生徒の体験も継続する

【情報発信】

項目	評価する点	気になる点	提案
広報	<ul style="list-style-type: none"> ・広報物としてWEBやパンフレットのビジュアル面は凝っていてよい ・WEBやパンフレット等情報類はおしゃれでクオリティが高い 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットも重要だが紙媒体も重要。魅力的な広報物に一新すべき ・高岡市内や駅などで地場産業センターの広報を見かけない 	<ul style="list-style-type: none"> ・SNSはもう少しうまく活用できれば良い。特に十分な更新頻度が重要となる ・Twitterを有効活用する（ハッシュタグなどを用いる、更新の頻度を上げる） ・多機能施設であり、それぞれの機能に対応した対象に広報活動をする ・新幹線、駅やイオンでポスターや映像を用いて広報する ・観光客以外に地域住民に向けた情報発信を行う ・富大の高岡キャンパスの目につくところに地場産センターの案内マップを置く
HP	<ul style="list-style-type: none"> ・ホームページはデザインもしっかりしており、わかりやすく説明されている 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信が不足している ・ホームページはもう少し商品の画像をいれるとよい 	<ul style="list-style-type: none"> ・ネットでの情報発信の継続

【修理工房】

項目	評価する点	気になる点	提案
修理	<ul style="list-style-type: none"> ・文化財修理などが気軽に見られるのはよい ・完成品のみならず、プロセスを見せる展示は、技術継承のための教育に役立っている 	<ul style="list-style-type: none"> ・常時やっていない ・実際どんな作業をしているのか情報が少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ・修理の日を事前予告して見学を促す ・見学の企画、コーディネートを積極的に行う ・外から覗けるガラスになっているので「見せている」ことを意識する ・修理の進捗状況などを紹介パネルで行う ・修理機能の集積を図る ・職人の映像を増やす

表2の学生による意見のまとめ（一部抜粋）では、施設全体、建物外観、建物内装、資料館、販売スペース、貸館事業、体験、情報発信、修理工房などの項目で分類し、それぞれを評価する点、気になる点、提案に分けて整理を行った。

施設としては、存在意義は評価するものの、知名度の低さや目的のあいまいさを指摘する声が多い。積極的な広報を促すとともに、施設の目的を絞ることの必要性が指摘された。

建物の概観や内装については、老朽化による問題と看板設置の是非についての意見が多い。看板については、見やすいものの設置という意見とシンプルで洗練された

ものの設置など、多様な意見が出された。

資料館は、その存在意義を高く評価するが、展示の見せ方に問題を感じる意見が多く、キャプションのつけ方やライトの当て方など細部について詳細な提案がなされた。

販売スペースは、豊富な品揃えなどを評価する声が見られる一方で、高級品と廉価品が混在している問題点の指摘や、使用時のイメージができるような購入したくなる見せ方の工夫を行うことが提案された。

貸館事業は、ホール空間や価値ある緞帳などを評価するが、認知度の低さやPR不足を指摘する声が聞かれた。

体験も、事業の内容や金額の安さを高く評価するが、さらなる体験メニューの開発やPRの必要性が指摘された。

情報発信では、HPやチラシなどのクオリティの高さを指摘する一方で、全般的にPRが不足していること、SNSなどを用いて積極的に発信することが提案された。

修理工房では、文化財の修理が見られることを評価しつつ、常設でみられるわけではない問題点が指摘され、見られる時間を予告すること、修理情報をパネルで説明すること、修理の映像など流すことなどが提案された。

4 まとめ

最後に、7月1日のグループワーク後に発表した地場産業センターの改善案について言及し、産業拠点施設の課題と展望につなげていく。特に本章では個別の改善ではなく運営全体に関わるものを取り上げる。

まず学生の意見として、地域住民への連携や理解を深める方向性のものが多かった。地物野菜や海産物を積極的に販売し、「地域の産業拠点施設」としての機能を有し、地域住民が積極的に買い物に来てもらうことや、地域住民が会議室やホールなどを使いやすいように変えていくことが、新たな需要の掘り起こしにもつながると主張された。

さらに現在の潜在的な資源を再評価し、有効活用する提案もみられた。たとえば建物が高く見晴らしがよいことから、展望台として一般に開放することや、そうした高層階に地物野菜や海産物を使ったレストランを建設



写真1 現地調査風景①（著者撮影）



写真2 現地調査風景②（著者撮影）



写真3 グループワーク風景（著者撮影）



写真4 発表風景（著者撮影）

し、食器は銅器や鋳物、漆器、さらに体験で制作したものを使用する。産業拠点施設の「見る」「学ぶ」「作る」「買う」に加えて、「使う」機能を付加しようという提案である。こうした提案も、学生の新鮮な目で探ることで見えてくるものである。

販売についても、現在の委託販売について見直すべきという提案もあった。地場産業センターは公的機関での委託販売のため、特定のメーカーに偏ることができない。そこで地場産業センターが販売スペースをコーディネートするのではなく、製造者が直接地場産業センター内の販売エリアを企画コーディネートする方式をとり、それぞれが自社製品の販売・PRに直接携わる方法に変えるという提案である。販売・PRを各社で行う分、地場産業センターの委託手数料が減少する可能性があるが、結果として新しい販売先が創出され、全体としての売上増加が見込めるなら、産業全体としては望ましい。

また、センターの運営に伝統産業に興味のある若い人材を取り込むことも提案された。今回の調査研究もその一つであろう。近隣の富山大学芸術文化学部との連携も相互に利点がある形になれば、つながりは深化するのではないかと。今回の事業がその試金石となりうる。

その他の意見としては、集客のためにスタンプラリーを実施する、産業拠点施設を道の駅に転化するなどの意見も出された。

このように産業拠点施設は多様な問題を変えながらも、新しい主体や仕組みを取り込みながら変革を遂げることが求められている。何もしなければ衰退から免れることはできない。新しい挑戦をし続けていくことこそ、生き残っていく道である。そこで、今回の事業が高岡地域地場産業センターからの要請であり、施設内部から積極的に改善しようとする姿勢であることは高く評価できる。伝統的工艺品産業は、考え方が硬直的で変化を好まない。しかし、今回の事業のように、大学生の外部の目で調査と改善提案を行うことは、比較的費用をかけずに実施が可能である。事業そのものが、学生、事業者、双方にメリットがある形をつくることのできるなら新しい産業拠点施設整備のモデルとなり、伝統的工艺品産業再生の糸口となりうるのではないかと。

しかし改善提案を実現するには、事業費を確保しなければならない。本気で変革を行うなら大規模な対策を行う必要があり、そのためには予算は不可欠である。予算がないのであれば、今あるもので最大の効果を高める努力を行うこと、地場産業センターにしか存在しない地場産業センターならではのものを見出し活用することしかない。まずは今回の多くの提案から優先順位をつけ、できることを地道に行うことが求められている。

参考文献・資料

- ・(公財) 高岡地域地場産業センターリーフレット
- ・公益財団法人高岡地域地場産業センターホームページ
<https://www.takaokajibasan.or.jp/>
 (2019(令和元)年9月30日閲覧)

- 1) 2019(令和元)年6月24日の説明より
- 2) 調査結果は2019(令和元)年11月22日に公益財団法人高岡地場産業センター専務理事 青島恒巳氏と同職員齋藤翔太氏に報告した。