

伝統産業実態調査報告書

平成16年度 地域産業実態調査事業



平成 17 年 3 月

山口県中小企業団体中央会

I. 調査概要

1. 調査目的

山口県を代表する大内塗・赤間硯・大理石の組合等の伝統産業界は、消費者の思考の変化や、海外よりの低価格商品に押され販売に苦慮しており、業界活性化及び販路拡大に取り組むことが重要な課題となっている。現在の問題点・改善点を浮き彫りにする調査をし、今後の活動の資料とする。

2. 調査対象 大内塗・赤間硯・大理石の組合傘下27企業のうち26企業

3. 調査期間 平成17年1月18日～平成17年1月31日

4. 調査方法 郵送によるアンケート調査

5. 回 答 有効回答数 23企業（回答率 88.4%）

大内塗漆器振興協同組合	
連絡先住所	〒753-0034 山口市大字下堅小路12 山口ふるさと伝承総合センター内
電 話	083-928-3333
F A X	083-932-1877
代 表 者	理事長 谷口 幡平
組 合 員	9事業所
組合の地区	山口市・阿武郡むつみ村

山口県赤間硯生産協同組合	
連絡先住所	〒757-0216 宇部市大字船木字東番田 楠総合支所内
電 話	0836-67-0311
F A X	0836-67-2293
代 表 者	理事長 下井百合昭
組 合 員	6事業所
組合の地区	宇部市及び下関市

山口県大理石・オニックス組合	
連絡先住所	〒754-0511 美祢郡秋芳町秋吉 秋芳大理石(株)内
電 話	0837-62-0044
F A X	0837-62-0044
代 表 者	組合長 津田 和順
組 合 員	12事業所
組合の地区	秋芳町

Ⅱ．調査結果

1．企業概況

(企業数)

	従業員数 (パート含む)	創業年数 (平均)	専 業 / 副 業			
			専 業	副 業	他	計
大 内 塗	4.0	35.7	8	0	1	9
赤 間 硯	4.0	32.5	3	0	1	4
大 理 石	5.7	26.7	7	2	1	10
合 計	13.7	94.9	18	2	3	23
平 均	4.5	31.6				

大内塗・赤間硯では、従業員数（パートを含む）で、4.0人となっており、大理石の従業員数は若干多く5.7人となっており、3業種平均で、4.5人となっている。

創業年数では、平均で大内塗が、創業年数が最も長い35.7年となっており、赤間硯の32.5年、大理石の26.7年と続き、3業種平均で31.6年となっている。

専業、副業の問いに対して、大内塗、赤間硯では、その他と回答のあった事業者以外は、すべて専業であるとの回答であった。大理石については、回答のあった10事業者中、7事業者が専業、2事業者が副業との回答であった。

3業種全体では、23事業者中18事業者が専業であり、2事業者が副業となっている。

その他の3事業者については、高齢化や、病気療養中で事業休止状態の為等の理由によるものである。

2．販売状況

問1 過去3年の売り上げの推移

(企業数)

	増 加	横 ば い	減 少 傾 向	計
大 内 塗	0	2	7	9
赤 間 硯	0	0	4	4
大 理 石	0	2	8	10
合 計	0	4	19	23

大内塗・赤間硯・大理石いずれの業界においても過去3年の売り上げの推移で、増加したと回答した事業者は、1事業者もなく、回答事業者23事業者中、19事業者が減少傾向と回答し、横ばいと回答した事業者は、4事業者となっており、横ばいと回答した4事業所中、2事業所は、大内塗で、2事業所は大理石の事業所であり、赤間硯は、すべての回答事業所が減少傾向であると回答している。

問2 過去3年の売り上げの推移理由

	理 由
大 内 塗	不況により、観光客が減少し、低価格の物を消費者が求める傾向がある消費量の減少に伴い、生産量も減少（人形生産の方が多い）
赤 間 硯	生産者の高齢化、輸入硯製品の増加、パソコンの普及等による硯使用量の減少、経済不況の為
大 理 石	景気後退で、観光客が減少また土産品の買い控えの為 輸入大理石製品の増加、若者の好みでない

問3 これからの見通し

(企業数)

	増 加	横 ば い	減 少 傾 向	計
大 内 塗	0	2	7	9
赤 間 硯	0	1	3	4
大 理 石	0	3	7	10
合 計	0	6	17	23

3業種については、今後、売り上げが、増加すると回答した事業者は、1事業者もなく、減少傾向となるとの回答が、17事業者となっており、横ばいが6事業者となっており、これからの見通しが減少傾向よりも横ばい傾向の回答があったのが、大内塗で2事業者、赤間硯で1事業者、大理石3事業者となっている。

問4 これからの見通し理由

	理 由
大 内 塗	観光客の減少、山口県主体の催物（例、きらら博）等が無い “贈答をする”という世代が高齢化し、人に贈り物をするという風潮が 捨てられつつある
赤 間 硯	生産者の高齢化、輸入硯製品の増加、パソコンの普及等による硯使用量の減少
大 理 石	観光客ニーズへの対応と扱い商品の検討 新しいデザインや販路が見出せない

問5 現在の出荷・出展先（複数回答）

(回答件数)

県 内	百 貨 店	土産品店	物産展	コンビニ	そ の 他	計
大 内 塗	2	4	2	0	2	10
赤 間 硯	1	1	1	0	2	5
大 理 石	0	7	4	0	4	15
合 計	3	12	7	0	8	30

県内、出荷・出展先で、最も多いのは、大内塗が、土産品店 4 事業者、百貨店 2 事業者、物産展 2 事業者となっている。

赤間硯は、百貨店、土産品店、物産展いずれにおいても事業者数は 1 事業者毎となっている。大理石については、土産品店 7 事業者、物産展 4 事業者、その他 4 事業者となっている。

全体的な、数値としても、土産品店 12 事業者、物産展 7 事業者、百貨店 3 事業者、その他（インターネット・ホテル、自宅、工房） 8 事業者の調査結果となっている。

また、3 業界とも県内のコンビニに出荷している事業者は、1 事業者もなかった。

（回答件数）

県 内	百 貨 店	土産品店	物産展	コンビニ	そ の 他	計
大 内 塗	2	1	4	0	4	11
赤 間 硯	0	0	2	0	0	2
大 理 石	0	1	0	0	4	5
合 計	2	2	6	0	8	18

県外、出荷・出展先で、最も多いのは、大内塗で物産展を上げたのは 4 事業者、土産品店は 1 事業者、その他、4 事業者となっている。赤間硯については県外の場合、販売先は物産展との回答があった。

大理石では、県外の出荷。土産品店 1 事業者、その他 4 事業者となっている。

全体的な数値としても、物産展 6 事業者、百貨店 2 事業者、土産品店 2 事業者、その他（インターネット販売他） 8 事業者の調査結果となっている。

また、3 業界とも、県外のコンビニに出荷している事業者は 1 社もなかった。

県外については、回答いただいた回答数も 18 件で、県内よりも出荷・出展の全体数が少なくなる。

* 海外の出荷は無し

問 6 現在の出荷・出展先の内容

	内 容
大 内 塗	県内は各観光地での土産品店・旅館・物産展が主 県外は関東方面の百貨店に委託業者を通じて販売 県外は物産展・工芸展に出展
赤 間 硯	県外の物産展は組合出展、実演販売 県内は工房展示販売
大 理 石	年に 1～2 回グループ展等で発表 ニーズの急変がめまぐるしく、ディーラーのニーズに注意が必要 県外の大大理石企業より、まれに連絡がある

問7 販売促進活動の例

	活 動 の 例
大 内 塗	インターネットで販売 百貨店での実演・展示・販売で直接消費者と接触するので、市場調査にもなる
赤 間 硯	物産展で実演販売、工房を開放し展示販売
大 理 石	インターネットで販売 ディーラーに常にアプローチをしている中に、成果が現れるように思われる

問8 今後の販売促進に役立つ制度の利用

(企業数)

	利 用 す る	利用しない	どちらともいえない	計
大 内 塗	4	3	2	9
赤 間 硯	3	1	0	4
大 理 石	4	2	4	10
合 計	11	6	6	23

制度があれば、利用するかとの問いに対し、制度を利用するとの回答のあったのは、大内塗4事業者、赤間硯3事業者、大理石4事業者となっている。また、制度を利用しないと回答したのは、大内塗3事業者、赤間硯1事業者、大理石2事業者となっている。どちらともいえないと回答したのは、大内塗2事業者、大理石4事業者となっている。

問9 販売促進に役立つ制度の希望内容

	希 望 内 容
大 内 塗	山口県観光新聞等の発行、県外物産展の海外向けインターネット紹介
赤 間 硯	
大 理 石	短期の販売促進より文化としての位置付け事業等、遠回りかもしれないけど時間をかけ価値をあげていくことで、販売に結びつける 宣伝と販売の実践の制度を作っていく

3. 新製品開発

問1 現在の新製品開発状況

(企業数)

	考えている	開 発 中	考えていない	計
大 内 塗	2	3	4	9
赤 間 硯	2	0	2	4
大 理 石	4	2	4	10
合 計	8	5	10	23

現在の開発について、新製品開発を考えているのは、大内塗・赤間硯では、2事業者、大理石では4事業者となっている。現在、新製品開発中の事業者は、大内塗3事業者、大理石2事業者の5事業者となっている。

考えていないの事業者については、大内塗4事業者、赤間硯2事業者、大理石4事業者の計10事業者となっており、3業界合計の数値にしても、新製品開発を考えている、8事業者、現在、製品開発中、5事業者、考えていないが10事業者となっている。

問2 新製品開発の理由・内容

	理 由 ・ 内 容
大 内 塗	新しい人形 常に新しい製品を開発し、販路拡大に努めている
赤 間 硯	硯を兼ねた装飾品 原石が硯以外に使用不能と思われるので、硯以外の新製品は考えにくい
大 理 石	新商品を開発していかないと生き残れないから

問3 新製品開発の例

	開 発 の 例
大 内 塗	独自開発が主であるが、山口市の特産品開発支援事業・新デザイン募集施策事業を利用 1000代のお土産として“竹箆にいらした一人雛”を作成、お土産として引き合いがある
赤 間 硯	山口県産業技術センターを活用
大 理 石	県の補助金を受けて、大理石の果物（ぶどう・りんご・レモン等）製作「山口県大理石オニックス祭」16年迄は毎年開催

問4 今後の新製品開発に役立つ制度の利用

(企業数)

	利 用 す る	利用しない	どちらともいえない	計
大 内 塗	4	1	4	9
赤 間 硯	1	2	1	4
大 理 石	5	1	4	10
合 計	10	4	9	23

新製品開発についての制度があった場合、利用するとの回答があったのが、大内塗4事業者、赤間硯1事業者、大理石5事業者の計10事業者となっている。利用しないは、大内塗1事業者、赤間硯2事業者、大理石1事業者の計4事業者であり、どちらとも言えないが、大内塗4事業者、赤間硯1事業者、大理石4事業者の計9事業者となっている。

問5 新製品開発に役立つ制度の希望内容

	希 望 内 容
大 内 塗	開発の為に助成金支援事業
赤 間 硯	
大 理 石	消費者の声が出来るだけ伝わってくるシステムの考案 新製品開発にかかる資金が必要 新製品開発より、製品の販路開拓が必要

4. 原材料入手

問1 原材料入手の問題

(企業数)

	問 題 な し	入 手 困 難	入手方法模索中	計
大 内 塗	0	8	1	9
赤 間 硯	1	3	0	4
大 理 石	3	6	1	10
合 計	4	17	2	23

原材料入手に問題ないと回答のあったのは、大内塗ではゼロ事業者、赤間硯1事業者、大理石3事業者の計4事業者となっている。

入手困難と回答があったのが、大内塗で8事業者、赤間硯では、3事業者、大理石では6事業者の計17事業者が入手困難と回答している。

入手を模索中の回答があったのが、大内塗1事業者、大理石1事業者の計2事業者が模索中であると回答している。

問2 原材料入手の問題内容

	内 容
大 内 塗	森林整備事業が少なくなって、木材の入手難になっている 木材の入手難にともない、大内塗・大内人形の木地が入手困難 木地屋さんの高齢化
赤 間 硯	入手に問題は無いが、岩石採取認可申請など零細企業には問題がある 経費負担等に困る 現在、同業者より買い受ける
大 理 石	地元の大理石はほぼ入手は無理となり、外国の石を利用する以外に方法は無い

問3 原材料入手活動の例

	活 動 の 例
大 内 塗	組合で苗木の植栽、県外の森林組合にアタック 近県の本地屋さんからの情報入手
赤 間 硯	
大 理 石	業者を通して外材輸入 国産の材料が入荷しやすい

問4 今後の原材料入手に役立つ制度の利用

(企業数)

	利 用 す る	利用しない	どちらともいえない	計
大 内 塗	6	2	1	9
赤 間 硯	0	2	2	4
大 理 石	4	2	4	10
合 計	10	6	7	23

原材料入手についての制度の利用について、利用すると回答のあったのは、利用するが大内塗で6事業者、赤間硯で0事業者、大理石で、4事業者の計10事業者となっており、利用しないとの回答は、大内塗が2事業者、赤間硯が2事業者、大理石2事業者の計6事業者が利用しないと回答している。どちらとも言えないの回答が大内塗では1事業者、赤間硯2事業者、大理石4事業者の計7事業者の回答を得た。

問5 原材料入手に役立つ制度の希望内容

	希 望 内 容
大 内 塗	原木の保護 インターネット検索
赤 間 硯	
大 理 石	やはり地元の大理石を使い、他に無い製品を作る方法 町や県の助言があれば、入手しやすい

5. 後継者

問1 後継者の状況

(企業数)

	有	無	募 集 中	計
大 内 塗	2	7	0	9
赤 間 硯	2	2	0	4
大 理 石	2	8	0	10
合 計	6	17	0	23

後継者有は大内塗・赤間硯・大理石ともに2事業者であり、後継者がいないは大内塗7事業者、赤間硯2事業者、大理石8事業者であり、現在、募集している事業者はゼロである。

問2 後継者の状況内容

	内 容
大 内 塗	家族・従業員等により後継 後継するに値する、収入・魅力ある商品力に乏しい
赤 間 硯	後継者が有るのは、2社のみ
大 理 石	血縁がのぞましく、安定した収入が必要 大理石工芸だけでは生活できていない現在、後継者は必要ない

問3 後継者養成の活動の例

	活 動 の 例
大 内 塗	小中学校に対する体験学習・塗物教室開催
赤 間 硯	現在、組合として体験学習を10校あまり開催
大 理 石	特に意図的な宣伝をした訳ではないが、大理石製造に興味を持った若者が出現している

問4 今後の後継者養成に役立つ制度の利用

(企業数)

	利 用 す る	利用しない	どちらともいえない	計
大 内 塗	3	3	3	9
赤 間 硯	1	2	1	4
大 理 石	3	2	5	10
合 計	7	7	9	23

制度があれば利用する。大内塗3事業者、赤間硯1事業者、大理石3事業者、利用しないは、大内塗3事業者、赤間硯・大理石は、いずれも2事業者となっている。

どちらともいえないは、大内塗3事業者、赤間硯1事業者、大理石5事業者となっている。

問5 後継者養成に役立つ制度の希望内容

	希 望 内 容
大 内 塗	後継者養成の助成金支援制度
赤 間 硯	
大 理 石	養成資金があれば、地場産業のために養成できる

6. 意見要望

問1 行政機関に対して

	摘 要
大 内 塗	海外（例 欧米・南米・アジア）に向けての観光アピール 名産品・工芸品の紹介をもっと取り組んでほしい
赤 間 硯	伝統工芸保護の為、販路の拡大と後継者育成の助成
大 理 石	県内産材料の使用指導 販売増につながる施策が伝統産業を死滅させない唯一の施策である

問2 中央会に対して

	摘 要
大 内 塗	地場産業組合との定期的な相談会、又、地域・県内・県外の情報の伝達 をして欲しい
赤 間 硯	伝統工芸保護の為、販路の拡大と後継者育成の助成
大 理 石	市場開拓、大理石工芸の為少しでも力をかけてほしい

問3 その他

	摘 要
大 内 塗	過去、山口に皇太子殿下（現天皇陛下）が来県の際大内塗の説明をした また、御成婚の際には記念品を献上した
赤 間 硯	
大 理 石	命なくなるまで気合でやります

Ⅲ 調査結果のまとめ

1. 企業概況について

調査結果、企業概況から見ると、パートを含む従業員数は、4.5人と零細事業者と言える。
しかし、3業種平均で創業年数は30年以上となっている。

2. 販売の状況について

販売状況を見ても、過去3ヵ年の売り上げが増加と回答した事業者は、1事業者となっており、非常に厳しい現状を表わしている。

これは、業界毎のコメントもさまざまである。景気後退による消費量の減少、観光客の減少が上げられている。

これからの見通しとしても、時代の変化、生産者の高齢化、輸入硯製品の増加等、厳しい状況が続く中で、横ばい、減少傾向であるとの回答で、増加の見通しを上げている事業者がまったくないのが現状であり、非常に厳しい現状を現わしている。

現在の出荷・出展先をみても、3業界とも百貨店に出荷している割合、特に工芸品としての価値での出荷割合が少なく、時代の消費を反映していると思われるコンビニ出荷は、県内・県外いずれの場合も1事業者の回答もないのが現状であり、時代のニーズにあった商品の販売、量産が可能となる仕組み作り等も、今後、必要であると思われる。

一方、インターネットの販売等の利用を回答している事業者もあり、効果的な販売方法が確立できれば、受注量の増大にはつなげる事ができると思われる。

販売促進活動の事例としては、大内塗、大理石については、インターネットで販売を上げている一方で、百貨店・物産展の実演販売、工房を開放し、展示販売等、直接消費者と接触することにより、ニーズの把握に努めている姿勢がうかがわれる。

販売促進活動の制度利用については、利用するとの回答が半分近くあるものの、利用しないとどちらともいえないの回答をたすと利用するとの回答を上回っており、積極派と消極派・慎重派とで1：1の割合となっている。

3. 新製品開発について

考えていると開発中であるを合わせると、23事業者中13事業者（57%）であり、高い数値を示しているが、現状維持（考えていない）のままも、10事業者（43%）となっている。

理由として、常に新しい製品開発をし、販路拡大に努めているのと、非常に厳しい現状の中で、新商品を開発していかないと生き残れないからのコメントから、新製品開発の意識は高い。

新製品開発の例として、市の補助金、県の研究施設、県の補助金等の利用で開発した事例がある旨が回答されている。

新製品開発の制度の利用についても、利用すると回答した事業者は23事業者中10事業者（43%）と高い数値を示しているが、利用しないとどちらともいえないを合わせると13事業者（57%）と利用するを上回っている。

制度の理由内容についても、開発資金の必要性及び、消費者の声が出来るだけ伝わってくるシステムの考案という、貴重な意見が出された。

また、新製品開発よりも、製品の販路開拓が必要との意見で、前述2つの意見は、販路開拓につながる製品開拓という重要な意味あいを含んでいる。

4. 原材料入手について

販売不振も大きな問題であるが、大内塗・大内人形の木地が入手困難、木地屋さんの高齢化が上げられており、入手困難となっており、組合で苗木の植栽が行なわれている。

赤間硯は、原石はあるが、採取手続に困難さがある。大理石は、地元材の魅力を感じつつも、入手は無理な状態であり、業者を通して外材輸入している。

原材料入手についての制度の利用についても、利用するの割合は、23事業者中、10事業者（43%）と高い数値を示しているが、利用しない、どちらともいえないの数値を合わせると13事業者（57%）と利用するの割合を上回っており、制度の利用は、原木の保護、町・県の助言の必要性が回答されている。

5. 後継者について

後継者ありと回答があったのは、大内塗、赤間硯、大理石とも2事業者ずつであり、後継者がないと回答のあったのが、23事業者中、17事業者（73.9%）となっており、後継者がいない事の実態が浮きぼりにされ、後継者養成の活動の体験学習の重要性が例として示された。

大理石業界においては、意図的な宣伝をしていなくても、大理石製造に興味を持った若者が出現しているとのうれしい情報も回答されている。

問4、後継者養成の制度の利用については、制度を利用するが、7事業者（30.4%）で、利用しない、どちらともいえないの事業者を合わせて16事業者（69.5%）となっており、利用するの内容も、後継者養成の助成金支援、養成資金の利用等の希望が上げられている。

6. 意見要望について

行政機関、中央会、その他の意見として、大内塗は、海外に向けての観光アピール、地域、県内・県外の情報の伝達、赤間硯は、販路の拡大と後継者育成助成、大理石は、県内産材料の使用指導、市場開拓等、幅広い要望意見が出され、行政機関等に対する期待が、大なるものがある。

伝統産業の業界の発展にはたす行政機関、中央会等の役割は大きい。

今後も、業界と一体となった活動が、中央会等に望まれている。

調 査 票

調 査 票

伝統産業の状況についてお聞かせ下さい

山口県中小企業団体中央会

1. 企業概況をお聞かせ下さい。

問 1 所属の組合及び企業状況をお聞かせ下さい。

所属組合	大内塗 ・ 赤間硯 ・ 大理石 ←いずれかに○を付けて下さい。		
企業名		従業員数 (パート含む)	名
所在地		創業年	年
回答者名		連絡先 TEL	

問 2 伝統産業の分野は専業ですか副業ですか。

専 業 ・ 副 業 ←いずれかに○を付けて下さい。

2. 販売の状況についてお聞かせ下さい。

問 1 過去 3 年の売り上げの推移についてお聞かせ下さい。

増加傾向 ・ 横ばい ・ 減少傾向 ←いずれかに○を付けて下さい。

問 2 上記の理由についてお聞かせ下さい。

問 3 これからの見通しについてお聞かせ下さい。

増加傾向 ・ 横ばい ・ 減少傾向 ←いずれかに○を付けて下さい。

問 4 上記の理由についてお聞かせ下さい。

問5 現在の出荷・出展先についてお聞かせ下さい。

↓いずれかに○を付けて下さい。(複数回答可)

[県内] 百貨店・土産品店・物産展・コンビニ・その他 ()
[県外] 百貨店・土産品店・物産展・コンビニ・その他 ()
[海外] 百貨店・土産品店・物産展・コンビニ・その他 ()

問6 上記の内容についてお聞かせ下さい。

問7 販売促進について活動の例がありましたら、ご記入下さい。

例 工房を開放し展示販売、物産展等で出展販売、インターネットで販売

問8 なんらかの販売促進に役立つ制度があれば、利用されますか。

↓いずれかに○を付けて下さい。

利用する ・ 利用しない ・ どちらともいえない

問9 ご希望の内容がありましたら、お聞かせ下さい。

3. 新製品開発についてお聞かせ下さい。

問1 現在新製品開発を考えておられますか。 ↓いずれかに○を付けて下さい。

考えている ・ 現在開発中である ・ 考えていない

問2 上記の理由・内容についてお聞かせ下さい。

問3 新製品開発について活動の例がありましたら、ご記入下さい。

例 独自開発、国・県・市等の補助金や公的施設を利用し開発

問4 なんらかの新製品開発に役立つ制度があれば、利用されますか。

↓ いずれかに○を付けて下さい。

利用する ・ 利用しない ・ どちらともいえない

問5 ご希望の内容がありましたら、お聞かせ下さい

4. 原材料入手についてお聞かせ下さい。

問1 原材料入手について問題はありませんか。

↓ いずれかに○を付けて下さい。

入手に問題は無い ・ 入手が困難になっている ・ 入手方法を模索中

問2 上記の理由についてお聞かせ下さい。

問3 原材料入手について活動の例がありましたら、ご記入下さい。

例 苗木の植栽、県内外と連携、海外と連携、インターネットで入手

問4 なんらかの原材料入手に役立つ制度があれば、利用されますか。

↓ いずれかに○を付けて下さい。

利用する ・ 利用しない ・ どちらともいえない

問5 ご希望の内容がありましたら、お聞かせ下さい。

5. 後継者についてお聞かせ下さい。

問1 後継者はいらっしゃいますか。

↓ いずれかに○を付けて下さい。

後継者有り ・ 後継者無し ・ 現在募集中

問2 上記の理由・内容についてお聞かせ下さい。

問3 後継者養成について活動の例がありましたら、ご記入下さい。

例 工房を開放し創作教室を開催、小学校等で創作教室を開催
インターネットで紹介・募集等

問4 なんらかの後継者養成制度があれば、利用されますか。

↓ いずれかに○を付けて下さい。

利用する ・ 利用しない ・ どちらともいえない

問5 ご希望の内容がありましたら、お聞かせ下さい。

6. その他、伝統産業に関するご意見要望等あればお聞かせ下さい。

問1 行政機関等に対して

問2 山口県中小企業団体中央会に対して

問3 その他

～ ご協力ありがとうございました。 ～

※ 返送及び問合せ先

山口県中小企業団体中央会

TEL : 083-922-2606

FAX : 083-925-1860

工業課

担当：洗川

先進事例

世界48ヵ国BtoBによる 輸出拡大策の実践

土岐輸出陶磁器 完成協同組合

共同事業の新展開—既存事業の再生

所在地：〒509-5132

土岐市泉町大富261番地の9

電話番号：0572-54-2168

FAX番号：0572-54-2169

組合員数：14人

出資金：242万円

設 立：昭和27年2月

地 区：土岐市泉町、土岐津肥田町

主な業種：輸出陶磁器製造加工及び販売業

組織形態：同業種同志型組合

組合専従者：1人

専従理事：—

URL：http://www.chuokai-gifu.or.jp/tokikan

組合員全員が組合事業への参加意欲を取戻し、ITを活用した輸出再生事業に取り組んだことにより、48ヵ国200件の情報収集に成功。今後の販路拡大、業界再興が期待される

背景と目的

当組合は、設立以来、陶磁器関連の貿易拡大と共に、順調に発展、陶磁器輸出は、70年代にピークを迎え、組合員も62名となった。ところがその後、陶磁器業界における貿易事情は、アジア諸国の台頭や国内商社の陶磁器輸出からの撤退等により衰退し、組合は規模をピーク時の4分の1程度までに縮小した。また、組合の従来業務であった輸出手続や商品検査の仕事も、昨今の規制緩和などにより、事業の縮小を余儀なくされていた。それと同時に、組合員も組合事業への参加意欲をなくし、組合活動は低調になっていた。

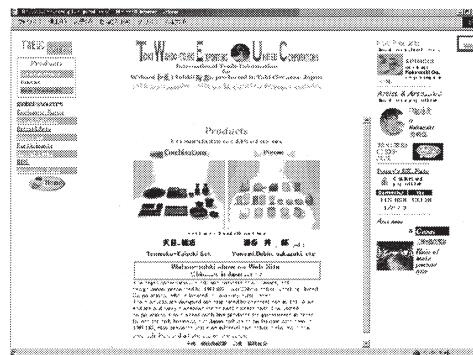
取り組みの内容

組合は共同販売事業において、新しい取り組みを始めることとした。まず、パソコンを購入するとともに、会議・研修室を改築し、組合員が自由にパソコンが使える環境を整えた。そして、パソコンやインターネットの技術講習会を開き、組合員にITに親しんでもらうとともに、補助事業で作成した組合のホームページを活用し、海外販路拡

大の取り組みを理解してもらうことにした。こうした活動により、組合員の参加意識は高まり、全組合員が賛同するまでになっている。平成14年度には補助事業で、海外バイヤー向けBtoBサイトに組合員商品を掲載し、その引き合い数やアクセス者の調査を実施した。その結果、48ヵ国から約200件の引き合いがあり、BtoBサイトや組合ホームページに十分な利用価値があることが分かった。また、商社を通さず輸出業務を行うため、商談にも対応できる外国語の専門家やホームページを管理するIT技術者など、知識や経験が豊富な専門家スタッフも確保している。現在、情報収集した約200件のバイヤーに対し、メールマガジンを月1回発信し、商談を進めている。

成 果

今後は安全な取引を基本とし、細かなルール整備を徹底することにより、共同販売事業は再生に向かうと思われる。また、海外バイヤーのニーズにあった商品「新和陶」（輸出向け和陶器）の企画制作を進め、海外市場での業界の地位を確立していく。



▲組合ホームページ

7人の侍が世界に通じる
ブランド作りに挑戦

有田焼工業 協同組合

共同事業の新展開—既存事業の再生

所在地：〒849-2305

杵島郡山内町大字宮野23660

電話番号：0954-45-2501

FAX番号：0954-45-2502

組合員数：7人

出資金：3,080万円

設立：昭和42年7月

地区：佐賀県

主な業種：陶磁器製造業

組織形態：産地組合

組合専従者：8人

専従理事：—

URL：<http://www.arita.or.jp/acca/acca.html>

従来の陶磁器食器のデザインを払拭した斬新なデザインを開発し、組合の共同事業として世界に通じるブランド、ARITA NANAKURAを完成させた

背景と目的

長引く不況で、陶磁器業界全体の売上げは、ピーク時の50%以下になっている。組合も例外ではなく、生活様式の変化や消費者ニーズの多様化等に対応した新たな陶磁器の価値を創造しなければ、生き残れないという認識から事業に取り組むこととなった。

取り組みの内容

平成14年度に県の地場産業活性化事業に取り組み、組合独自の統一ブランド商品の開発を行った。その際、デザイナーに依頼し、ブランドのコ

ンセプト形成から具体的な商品開発を行い、これまでにない斬新なデザインの食器を展示会(イタリア、ドイツ、東京)に出展し、市場の反応を確かめた。また、この新商品に使う新しい生地、釉薬を開発し、品質を高めるとともに、他の商品との差別化を図るなど、ブランドの地位を高める事業を実施した。

成果

現時点では、まだ試作品を一部の市場に展示した段階であり、具体的な活動はこれからである。現在、取引先候補として約20社が名乗りをあげており、組合で検討している最中である。

(変更前)

陶磁器の生地生産と焼成工程は組合の共同事業であり、中間工程の絵付け、デザイン等は各々の組合員にて独自に行い、販売も各々の組合員にて行っていた。

→

(変更後)

今回の統一ブランド品は、従来の生地生産、焼成工程に加え、デザイン、販売も組合の共同事業となる。この統一ブランド品は、ブランドのイメージ維持のため、新しい流通方法を試行中である。

愛知が発信する異業種伝統工芸職人による匠の技の競演

協同組合 あいち職人衆

共同事業の新展開—新規事業の実施

所在地：〒496-0004

津島市蛭間町字弁日205番地

電話番号：0567-24-7795

FAX番号：0567-24-7795

組合員数：9人

出資金：108万円

設立：平成15年1月

地区：名古屋市他6市

主な業種：染色整理業、木製容器製造業等

組織形態：異業種連携組合

組合専従者：—

専従理事：—

URL：http://www.aiweb.or.jp/syokunin/

組合設立という異業種伝統工芸職人のコラボレーションが社会的信用力を高め、販路の確立と業界の枠にとらわれない新たな付加価値を創造

背景と目的

県内の伝統工芸に携わる職人が集まり、催事やイベントで共同販売を行うことにより、工芸の持つ本物の味わい、ぬくもりを提供するとともに、異業種間交流と伝統産業振興への寄与を目的として、任意団体をつくり、共同事業に取り組んできた。しかしながら、伝統工芸を取り巻く環境は、需要の低迷に加え、伝統産業が持つ小規模性や縦割り組合の閉鎖性、後継者問題、認知不足などもあり、厳しい状況におかれている。このような状況を打破し、一層の飛躍を期すため、組合が設立された。

取り組みの内容

共同販売は、百貨店や地域の催事として行われる。県の伝統工芸という切り口で実演販売し、伝統工芸品の良さを広く伝えるとともに、全国に元氣よく、やる気満々のあいち職人衆の存在を発信

している。事業運営は、企画策定、百貨店・イベント会場の折衝から参加職人の選定・調整まで、催事の都度、担当者を選出し実施している。また、他組合や団体に対して、相互交流を積極的に行い、不足業種に対して参加要請を促すなど、内容の充実を図っている。

成果

催事実施側(百貨店等)の対応に変化がみられる。単なる催事扱いから文化的催事扱いとなった。また、DM用のチラシなどは、百貨店側の負担で行われるようになり、集客力も増してきている。社会的信用力も高まり、各種イベントにおける公的機関の協賛や協力も得られやすくなった。内部的には、組合活動として共同販売に取り組むことにより、責任感が増している。さらに、情報交換にも積極的に取り組むことで、業種の枠にとらわれない発想が試みられるようになっている。



A. 産地組合

A-30 石州瓦工業組合（島根県）

住所：〒695-0016 江津市嘉久志町イ405 電話番号：0855(52)5605 FAX：(52)0766

設立：昭和36年2月 業種：粘土瓦製造業 組合員：25人 出資金：312万円

地区：江津市、浜田市他西部地区 組合職員・従業員：2人 専従理事：1人

資源問題に取り組むうちに新たな共通の経営理念が芽ばえる

資源の枯渇化という問題を検討しているうちに、産業廃棄物問題、自然環境問題についても話合うようになり、地域に優しい組合という新たな共通の経営理念が生まれた。

事業活動 の背景

消費税率アップ前の駆け込み需要の反動や住宅着工戸数の減少などに伴い、組合員が抱える在庫も増加し続けていた。今後もこのままの経済情勢が続くと、生産調整を行わざるを得ない状況に陥ることも考えられた。このような状況の中、組合員は生産・物流コストの削減の必要に直面するほか、資源の枯渇化が大きな問題となってきた。これは、環境問題により新たな開発が困難になってきているのに加え、良質な材料が減少してきたことによるものである。これらの問題は、業界全体の問題であり、組合において対応していく必要があった。

事業活動 の概要

資源の枯渇化問題への対応として、低質の粘土に風化花崗岩を混ぜた代替材料を利用した新技術の開発に着手した。また、物流コスト削減のため、瓦運搬専用船をチャーターし、海上輸送の実験を行ったり、産地に最も近く、かつ施設も充実している浜田港への寄港をフェリー会社に要請したりした。

成 果

生産コスト、物流コスト、資源の枯渇化など、産地の課題について組合間で真剣な議論が行われたことにより、従来にも増して産地としての意識や連携が強化された。特に、資源枯渇化問題を検討していくうちに、資源の枯渇化だけでなく、産業廃棄物問題や自然破壊など環境問題についても話合うようになり、「地域と共に発展する」また「地域に優しい」組合・産地・業界・企業という組合員共通の経営理念が芽ばえてきた。

A. 産地組合

A-32 福山邦楽器製造業協同組合（広島県）

住所：〒720-0031 福山市三吉町3-2-8 電話番号：0849(24)1150 FAX：(22)0119

設立：昭和57年6月 業種：和楽器製造・加工業 組合員：10人 出資金：133万円

地区：福山市 組合職員・従業員：－ 専従理事：－

「琴を生み、琴を育てる」伝統文化路線で活路を創発

箏曲の普及・振興と伝統的工芸品の技術のレベルアップに産地の活路を求め、長期・年次計画を重ねて、事業の成果を継続・発展させ、将来の可能性を育てている。

事業活動 の背景

昭和50年代から邦楽離れが進み、琴の需要が減少した。そこで、伝統文化である箏曲の演奏者、愛好者の拡大を図ることこそ、伝統的工芸品産地の地位確保の道であるとして、箏曲の普及・振興と自助努力による伝統的工芸品技術のレベルアップに産地の活路を求めることにした。

事業活動 の概要

昭和60年、琴が楽器として初めて伝統的工芸品に指定されたのを契機に、不良品をなくすとともに、品質の向上を図るため伝統的工芸品福山琴検査委員会を設置した。委員会では、検査合格品に品質を保証する証紙を交付し、品質の維持・向上を図るとともに、クレーム処理も行っている。また、箏曲の演奏者や愛好者を拡大し、伝統文化の普及を図るため、全国の小・中学校への琴の無料貸し出しや小・中学校箏曲コンクールを開催しているほか、琴供養・琴まつりや全国各地の特別展・地元常設展への出品を行っている。さらに、優秀な技能者を育成するため、伝統工芸士の認定試験事業を開始している。

成果

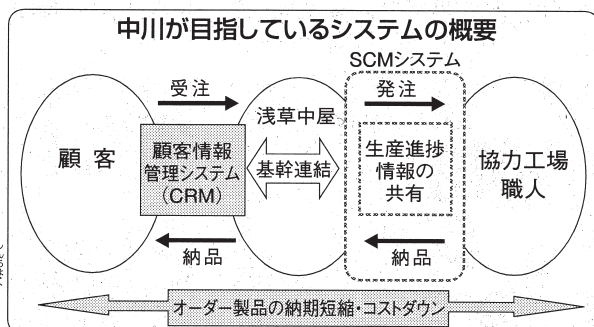
組合設立以来、箏曲の普及を中心とする共同宣伝・販売事業の効果は大きく、業績の低落をくい止め、全国産地シェアの70%を確保している。品質表示事業と伝統工芸士認定事業は、福山琴への信頼感を高めるとともに、産地における技術のレベルアップと今まで以上の高品質な琴の生産につながっている。また、琴の無料貸し出しや小・中学校箏曲コンクール、地元での琴まつり等の活動により、福山琴の知名度が全国的に上がるとともに、演奏技術の向上、箏曲の普及・振興につながった。

東京・下町 伝統産業 ITで復興

空洞化が進む伝統産業。観光資源としては魅力十分ながら、PR不足や低価格商品の台頭、材料不足、後継者難、伝統行事の衰退などにより廃業に追い込まれる企業は後を絶たない。一方、消費者の志向が大量生産品から手作りの一品物へとシフトする中、伝統産業の集積地である東京・下町でITを切り口に伝統産業の再興を図る動きが出てきた。

(東京・鈴木真央)

高付加価値品を半纏、鯉口シャツ、腹掛け。1910年創業の中川(東京都台東区、03・3841・7877)が扱う祭り用品は、浅草中屋ブランドとして全国に定着した。電話・



ネット通販、千社札のオーダーメイド化などといった積極的なビジネスの導入が奏功した。

「競争力を強化するには小売りを起点とした付加価値の高い商品の企画・開発が不可欠と考えた中川雅雄社長は、職人と

顧客と職人ネットで結ぶ

列島ネットワーク

のち密な連携を求めて中小企業経営革新等対策費補助金を申請、今夏に約

進捗状況を顧客に伝える。納期の問い合わせクレームに答え、工場の過

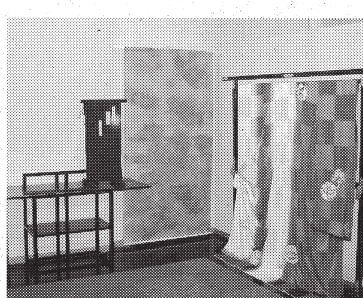
「ただ温存するだけではやがて衰退する。改善の繰り返しが優れた技能のやり取りを後世に引き継ぐことになる」。TORA(ト

縫製工場や染色工場とネット結び、受発注や伝票のやり取りを電子化。顧客情報管理(CRM)システムと連携させ、製造の

「ただ温存するだけではやがて衰退する。改善の繰り返しが優れた技能のやり取りを後世に引き継ぐことになる」。TORA(ト

縫製工場や染色工場とネット結び、受発注や伝票のやり取りを電子化。顧客情報管理(CRM)システムと連携させ、製造の

「ただ温存するだけではやがて衰退する。改善の繰り返しが優れた技能のやり取りを後世に引き継ぐことになる」。TORA(ト



トラの友禅デザインシステムで制作した着物

製作前に完成品のイメージを把握し、受注から出荷まで半年間はかかるという。最新のものを最短1カ月

経済産業省の伝統工芸品産業室によると、92年に約200社あった東京

(日刊工業新聞より)

伝統とハイテク同居

京都府が新型モノづくり拠点

「新光悦村」来年末に分譲



「京都新光悦村」では区画整備が進む

【京都】京都府による新産業拠点「京都新光悦村」（京都府園部町）の整備計画が本格的に動き出した。23畧の里山に10畧（約40区画分）を造成する工事を進めており、05年末には一定区画を整備し、分譲する。総事業費は約50億円。運営面で地元の京都伝統工芸専門学校の協力を得て、伝統産業と近代産業が融合する新たな京都流モノづくりの拠点を目指す。

芸術産業を創出

人材育成やブランド確立

京都新光悦村はこれまでにないコンセプトを基にした工業団地。99年6月に京都の事業者を中心にした推進協議会を立ち上げ、構想を練ってきた。同協議会には現在170社が参加している。景気低迷で開発計画は遅れていたが、05年中には一定区画を整備し、分譲することを決めた。

新産業拠点は、京都の伝統産業とハイテク産業が連携したモノづくりの拠点を創出する。人材育成やブランド確立、ソフト面で協力する京都伝統工芸専門学校は、経済産業省の伝産法（伝統的工芸品産業に関する法律）に基づき支援計画の認定を受けた唯一の学校。陶芸や竹細工、漆工芸など伝統産業のモノづくり教育を実践しており、同校から輩出される人材

を活用していく。

工場以外にモノづくり体験型の施設や研究開発拠点、現地で生産した製品が買えるショップ、レストランなどを設け、生活できる場を目指す。

同拠点の名前の由来となった本阿弥光悦氏は書

画や陶芸、建築など幅広い分野で活躍した人物。江戸時代初期に京都洛北の地に多様な職人が移り住んだ光悦村をつくり、人材育成を行い、日本の芸術や工芸の発展に貢献した。新産業拠点で光悦村の精神を継承する。

（日刊工業新聞より）

組合情報

奈良県高山茶釜生産協同組合

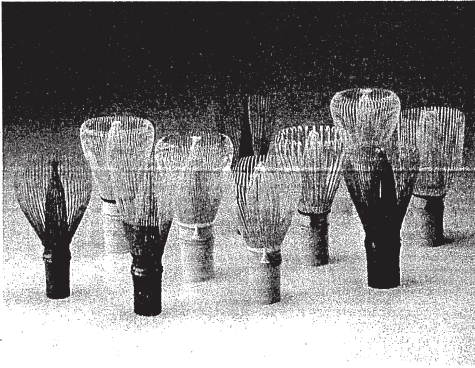
理事長・久保昌城氏

高山竹林園 (TEL 〇七四三一七九一三三四) には大茶会「円楽大茶会」を実施し、さらに同園にお

今回は、茶道やお茶会等になくはならない茶器であり、国の伝統的工芸品としても指定されている茶釜の生産業者で組織されている奈良県高山茶釜生産協同組合を訪問させていただきました。

取材では、久保昌城理事長にご協力頂き、茶釜の由来や歴史、組合の活動状況や、今後の取り組み等について伺いました。

茶釜は古く室町中期、高山の城主頼栄の次男・宗砌がその親友であった称名寺の村田珠光の依頼によって作ったのが高山の茶釜の始まりと伝えられています。



と。ときの帝・後土御門天皇の行幸の際にこれを献上し、その匠の素晴らしさから「高穂」の名称を賜り、宗砌は以後、一族にその製法を代々「一子相伝」の技の秘伝として継承し、今日

まで受け継がれてきました。後の茶道の流派の違いにより数多くの茶釜が考案され、時代を経て、高山の里は全国唯一の茶釜の産地として発展してきました。この高山町は生駒市の北端にあり、茶釜のほか、竹細工の工芸品も多く生産され、大きな竹製品の産地となっています。

茶釜造りにおいては、良質の竹材料を確保することが重要で、また複雑で難しい工程を小刀と指先で一つひとつ丹念に仕上げていくものであり、このことから「指頭芸術」といわれています。豊富な経験は勿論のことですが、総ての雑念を払い、安定した精神力も求められます。



このような永年の研究と努力が、国の内外で高く評価され、昭和50年に「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」に基づき通商産業大臣（現在経済産業大臣）から「伝統的工芸品」の指定を

受けるにいたしました。

高山茶釜は奈良県を代表する伝統産業でもあり、全国生産の95%以上を生産していますが、近年、中国や韓国などの外国産等の流入により、生産量が低迷し、厳しい状況にあります。しかし、高山茶釜は、厳選された竹材を使用し、緻密で精緻な技法により、使い心地がよく、耐久性に富み、また日本の茶の湯の自然な風味を創り出しています。

当組合では高山茶釜の伝統と技術を守り、継承し、さらに茶釜の普及を図るため、さまざまな取り組みを行っています。伝統マーク、産地マークを制定し、高山産茶釜の品質の向上と確保を図るとともに、後継者である青年部の方々を国の認定する「伝統工芸士」として育成しています。

また、小学生や中学生を招き、茶釜の製作見学や体験を行ったり、京都府相楽郡木津町にある「私のし」と館」においても茶釜の製作体験の協賛を行う等、いろいろな展示会やイベントにも参加しています。特に竹製品の振興を図る目的で設けられ



いて、毎月第1・3日曜日には茶釜の製作実演と抹茶の接待を行っています。是非、多くの人にお越しいただきたいとのことです。

高山の茶釜は、現在、茶道具店やデパートのほか、生産者である組合員も直接販売を行っています。久保理事長は今後の取り組みとして、「茶釜の歴史と、伝統産業としての輝かしい誇りを持続・継承しつつ、もっと多くの方々にコーヒーや紅茶を野外で楽しむような気軽な感覚でお茶を点ていただき、いつもと違ったティータイムを楽しむ。趣味の多様化が進む中で、そんなライフスタイルを提案していきたい」と話しておられました。忙しい中、取材にご協力頂きありがとうございます。今後のご活躍を期待いたします。

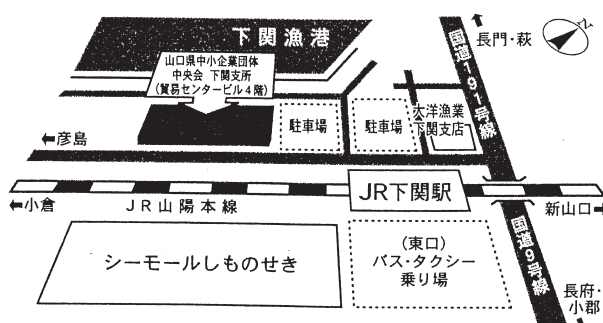
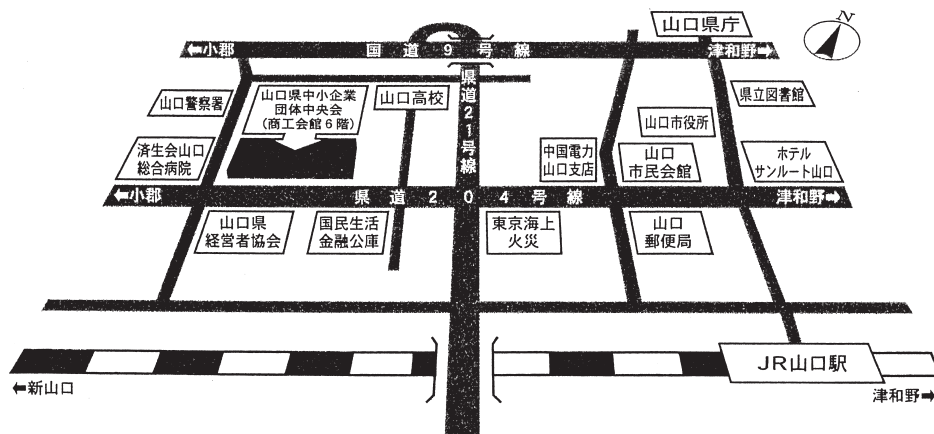
〒六三〇一〇一〇
奈良県生駒市高山町六四三九一三
〇七四三三七八〇〇三三四
〇七四三三七九一八五一
<http://www1.kcn.ne.jp/~takayama/>

山口県中小企業団体中央会の概要

中小企業団体中央会は「中小企業等協同組合法」を根拠として、わが国事業所の大半を占め、かつ、わが国経済社会の基盤を形成している中小企業の振興発展を図るため、中小企業の組織化を推進し、その連携を強固にすることによって、中小企業を支援するための専門機関として組織されている特別法人です。

山口県中小企業団体中央会は、昭和31年2月15日に設立され、構成員は、県内に所在する事業協同組合・同連合会、火災共済協同組合、企業組合、協業組合、商工組合、商店街振興組合・同連合会その他の中小企業関係団体で現在約520会員で構成され、県や関係機関と連携して組合並びに中小企業を応援するため、次のような様々な事業を展開しています。お気軽にご活用下さい。

- 組合等の設立及び運営指導、中小企業の経営・労務・経理・税務・法律相談、支援
- 専門家を活用して問題解決のための支援・講習会等の開催
- 地域産業の実態等の調査、データベースの作成
- 情報の収集と機関誌・インターネットなどによる情報の提供
- 組合、個別企業等の情報発信事業
- 官公需受注の促進
- 小企業者の組織化推進
- 中小企業組合検定試験の実施と組合士の認定・登録
- 中小企業振興対策の建議・陳情・請願



山口県中小企業団体中央会
〒753-0074 山口県山口市中央4丁目5番16号
(山口商工会館内)
TEL 083-922-2606(代)
FAX 083-925-1860
E-mail: yccdc@axis.or.jp
URL http://www.axis.or.jp/

下関支所

〒750-0074 山口県下関市大和町1丁目2番8号
(山口県貿易センタービル内)
TEL 0832-67-0741
FAX 0832-67-5435
E-mail: shimonoseki@axis.or.jp