

令和2年度

事業計画書

収支予算書

一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会

令和2年度の方針

令和2年度も、経済産業省ならびに自由民主党伝統的工芸品産業振興議員連盟の先生方のご指導、ご尽力により、当協会の事業予算は昨年度とほぼ同額を確保いただいた。また事業の実施に当たっては、伝統的工芸品産地を有する地方公共団体ほかのご指導、ご支援、全国の伝統的工芸品産地の組合ならびに事業者のご協力に対し、深く感謝申し上げます。

伝統的工芸品産業は、ライフスタイルの変化による使用機会の減少、後継者不足、材料や用具の入手難など、どの業種にも共通する課題が山積している上に、もともと多かった地震や台風など自然災害の被害が、近年は従来にない規模のものとなっており、伝統的工芸品産地にとっても厳しい状況が続いている。

このような中、オリンピック・パラリンピックが東京で開催されることになっていることから、オリンピック・パラリンピックに関連した展示会の開催やイベントへの協力を通じて、伝統的工芸品の国内外への発信に努め、新型肺炎による影響で露見したインバウンド需要への依存の危うさを踏まえつつ、国内および海外の工芸品ファンの拡大をする契機としたい。

令和2年7月に設立45年を迎える当協会は、昨年度に引き続き、

- 1) 伝統的技術・技法の維持継承と活用支援
 - 2) 伝統的工芸品産業製品の周知強化と販売機会の拡大促進
- の2点を重点に実施する。

具体的には、伝統的技術・技法の継承、向上はもちろんのこと、後継者育成、産地振興の中核を担っていただくため、伝統工芸士の更新試験を今年度より本格的に運用する。また、新規従事者指導支援事業は、分かりやすく、使いやすく改善して、後継者育成を積極的に進めることで、技術・技法の維持継承に努める。加えて、伝統的技術・技法の継承と活用による製品の拡大を図るため、新たな品質表示の仕組みを構築し、伝統工芸士称号と併せて「伝産ブランド」への信頼性を高め、産業基盤の強化に資する。恒例の伝統的工芸品月間国民会議全国大会は、古くから伝統工芸が盛んで、現在も伝統的工芸品の中心地である京都での開催となるが、記念すべき第1回大会の開催地であり、4回目の開催となることから、伝統的工芸品の原点を再認識すると同時に、伝統的工芸品を周知し、販売機会を拡大する契機としたい。

以上のほか、伝統的工芸品産業の振興に資する各種事業を実施する予定だが、併せて、インターネットを活用して、産地組合だけでなく、組合員の事業者も巻き込んだネットワークを構築して、情報の発信や情報共有を積極的に行うなど、事業を実施する産地組合等の事務負担の軽減や当協会の業務の効率化についても積極的に取り組む。

引き続き、関係各位の変わらぬご指導、ご支援、ご協力をお願い申し上げます。

令和2年度 事業計画

1. 人材確保及び技術・技法継承事業

(1) 伝統工芸士認定等事業

① 伝統工芸士の認定

内 容：伝統的な技術又は技法に熟練した従事者を「伝統工芸士」として認定し、称号を付与。

実施方法：受験資格は、産地での実務経験12年以上の現役従事者で、伝産協会が認める公的な研修施設での研修期間も経験年数に含めることができる。試験は実技・知識・面接試験を実施する。

産地は、産地内従事者に対し広く受験希望者を募集する。伝統工芸士は一定の技術水準取得者であることはもとより、後継者育成をはじめとする産地振興・活性化へのリーダーとしての協力も要件とする。

伝産協会は、産地委員会の運営への助言、実技試験の立会を行い、厳正かつ公平な試験実施を行う。

目的・狙い：産地の伝統的技術・技法の継承と知識・技術水準向上により産地後継者育成指導者を認定することが目的。伝統工芸士の認定を受けた者は、後継者の育成に中心的・指導的役割を担う者としての自覚をもって活躍頂き、面接試験の場において改めて自覚を促す機会とする。一般消費者に対しては、伝統工芸士の称号を活用した活動を行うことで、社会的認知と信頼性を高める。

② 伝統工芸士更新試験の実施

内 容：認定登録された伝統工芸士に、原則5年ごとに更新試験を実施。

実施方法：対象の伝統工芸士に対し案内を送付。産地組合は受験者を取りまとめ、実施計画書を伝産協会に提出後、実技・作品試験、面接試験を実施。更新試験受験を称号使用の条件とし、未受験の伝統工芸士に対し、「伝統工芸士名称の使用停止」や「伝統工芸士名簿からの登録抹消」等の対応を行う。

目的・狙い：「伝統工芸士」が高い技術を保持し、後継者を指導する等産地のリーダーであり続けることで、伝統工芸士称号のブランド力を高め、伝統工芸士の製造する商品に対する消費者の信頼度を高めることにつなげる。該当する伝統工芸士がもれなく受験し、未受験者が引き続き伝統工芸士を名乗り続けぬよう徹底する。

(2) 児童・生徒に対する伝統的工芸品教育等事業

内 容：伝統工芸士等の職人が、産地近隣の小・中学生に対して、工芸品が日本人の暮らしに使われてきた歴史や、現代生活での使い方等の説明、伝統的工芸品の理解促進のため、特性、技術・技法、原材料に関する講習や工芸品の製作体験を実施。

実施方法：指定産地組合等が、実施を希望する小・中学校からの要請書を添えて伝産協会に申請。承認後、翌年2月上旬の間に講習、製作実演・体験等を実施。なお、製作体験の実施は必須ではない。また、優秀感想文を式典や展示会の場で紹介する。

目的・狙い：若年層に、伝統的工芸品や和文化への親近感を抱かせ、家庭に持ち帰って話題にすることで、伝統的工芸品の愛好者、購買層の拡大への効果も狙う。身近に伝統的工芸品に接する機会を作ることで、世界の中でも特色のある日本の生活文化への関心喚起と、伝統的工芸品との関わりを説明し、体感させ、将来の作り手や使い手の醸成を図る。産地間の予算格差を縮小し、未実施産地に積極的に活用を促す。

(3) 伝統的工芸ふるさと体験・交流等事業

① 体験・交流事業

内 容：高校生・大学生等を対象に、就業募集が効果的な場所での短期間または産地工房での一定期間、伝統的工芸品の製作実演及び製作体験指導、ならびに講習、就業相談等を実施。また、学校の授業等に伝統的工芸品製造に関する製作体験・講習のメニューの取り込みを働きかける。

実施方法：産地後継者の確保・育成を検討している指定産地組合等は予め事前申し出を行い、実施予定初日の1ヶ月前までに伝産協会に本申請を行う。承認後、翌年2月上旬の間に講習、製作実演・体験・就業相談を実施。

所定経費の2/3を補助。障がいを持った就業希望者に対しては補助対象期間等について配慮した内容とする。

目的・狙い：産地後継者の発掘と就業相談等により産地就業の契機とすることが目的。伝統工芸士等の持つ技に直接触れる機会を提供することで、幅広い層が伝統的工芸品及びその産業環境や従事者に対して関心を促進し就業意欲向上を図る。

② 新規従事者指導支援事業

内 容：産地内熟練技術者が新規従事者に対する技術・技法等の実技講習会等を行う場合の指導謝金を支援。

実施方法：採用後3年以内の従事者に対し、伝統工芸士もしくは伝統工芸士と同等の技術を有する産地内従事者が実技指導を行う。また、年度内に全体講習会を実施する。

目的・狙い：後継者の確保、育成の必要性を感じながら、経費面で採用を躊躇している産地が技術後継者の確保と育成を効果的かつ円滑に実施できることが目的。後継者が少ない工程の新規従事者を優先的に補助対象とし、継続実施が可能な3年間は、同額の支援金を補助する。

また、全体講習会は、支援による指導を受けている従事者だけでなく、過去に本事業による指導を受けた従事者も受講できるようにし、講義だけでなく技術習得意欲を高めることに有効な施設への見学も実施し、産地内で孤立し、就業途中で離職しがちな新規従事者の将来の産地を担う作り手としての意欲や人間関係の構築に資する。

2. 産地指導事業

(1) 指定産地振興指導等事業

① 検査体制の整備促進事業

内 容：伝統証紙を貼付する伝統的工芸品の検査体制の確認及び指導。

実施方法：伝産協会の職員が産地を訪問。産地の検査実施体制を確認し、伝統的工芸品表示の公正かつ厳格な検査体制を確保し、効率的な運営を図るよう改善指導する。また、実施内容が比較的模範的な産地を公表し公正な実施の推進を図る。

目的・狙い：消費者に誤認混同を与えない範囲で、効率的な表示実施態勢を産地組合と共に整える。複数の協会職員が産地を訪問することで、情報交換を行い、実情を把握して協会事業利用の助言を行うとともに、新規事業企画への情報収集の場とする。

② 伝統的工芸品等の表示に関する指導及び表示事業の推進

内 容：伝統証紙を発行するとともに証紙発行価格の見直しを行い、伝統証紙の貼付率の向上、伝統マークの使用方法を周知したうえで認知度拡大のPRを広く行う。また、伝統マークの商標権を保全し、伝統マークの価値を高める。

実施方法：(イ)伝産協会が発行する伝統証紙の貼付率の向上のために、その意義や効果などを周知させる。

(ロ)伝統マーク事業の改定を検討し、制度の再徹底及び啓発を行う。

(ハ)染織品、和紙を対象とした素材表示事業を希望する指定産地組合等に対し、適正かつ円滑な運用のための助言、指導を行う。

(ニ)指定産地組合向けに商標権等の勉強会を開催し、不正使用に対する意識改革を促す。

目的・狙い：伝統マーク・伝統証紙の価値を高めることにより、伝統的工芸品の品質維持向上を促進させるとともに、国内外の類似商品に対し、消費者の誤認混同を防ぎ、作り手の顔が見える工芸品の良さを広くアピールする。

③ 伝統的技術・技法を継承した製品に対する新証紙事業の実施

内 容：伝統的技術・技法の継承と活用による製品の拡大を図るため、産地と共に新たな品質表示の仕組みを構築し、産業基盤の強化に資する。

実施方法：新証紙採用産地は、貼付する製品を検討し、業種ごとに協議して貼付に関する規程を定める。規程を定めた業種から順次、新証紙を導入する。

目的・狙い：伝統証紙を貼付できる製品が減少しているため、消費者が伝統証紙を目にする機会も減少しているが、貼付できる範囲の広い新証紙の活用を積極的に進め、多くの製品に新証紙を貼付することで、新証紙よりも厳しい条件をクリアした製品にしか貼付できない従来の伝統証紙の再認識にも繋げる。

(2) 伝統的工芸品産業産地調査・診断等事業

内 容：伝統的工芸品産地の販路開拓、売上の増加につなげるために、共通項を持つ産地を対象に知見を広げるセミナーを開催し、産地間の連携を図る。

また、自治体の伝統的工芸品産業支援関連補助金の調査や産地の現状を把握するための産地規模に関する基本調査も継続実施する。

実施方法：(イ)産地実勢調査、自治体伝統的工芸品産業支援関連補助金調査は、調査票を配布、集計を行い、協会事業の基礎資料として活用する。

(ロ)セミナーは、特定の共通項を持つ商品群を対象に商品企画・販売について実施すると同時に、共通項のある市場での販路開拓について事業者同士の連携を目的とした交流会を開催する。

目的・狙い：特定の共通項に絞ることで、問題を明確にし、ピンポイントで実践的な問題検討を行って実地への応用を目指す。また、事業者同士の交流を進めることで、情報を共有し、参加することへの付加価値を高める。

3. 普及推進事業

(1) 伝統的工芸品普及等事業

① 普及事業

内 容：情報入手方法の多様性に対応し、媒体の特性と効率性を重視してインターネット、SNS等の電子媒体の充実を図るとともに、幅広い顧客層に対して旧広報媒体の精査選別を行い、国内外に対して「伝統的工芸品」の訴求効果の高いPRを図る。伝統的工芸品の総合展示施設として運営している「伝統工芸青山スクエア」への誘引を目指した広告、また「伝統マーク」及び「伝統工芸士」の認知拡大をさらに推進し使い手の関心を喚起するPRを強化する。

実施方法：(イ)新聞や雑誌、ポスター、看板広告等の媒体の選別と効率化を徹底し、電子媒体を含め効果的に活用する。

- (ロ) 伝統的工芸品紹介映像のほか訴求力の高い各種映像を国内外展示会での放映や各種媒体で活用及び提供することで伝統的工芸品及び「TEWAZA」の映像露出を増やす。
- (ハ) 外国語を含めた各種パンフレット等を作成し、関係自治体や指定産地組合等に配布。また、イベント等の機会に広く配布する。
- (ニ) 伝統的工芸品のシンボルマークである「伝統マーク」及び協会の認定する「伝統工芸士」を積極的にPRして消費者の理解を深め、伝統的工芸品の普及推進に資する。
- (ホ) 各種報道機関やインフルエンサーに対するパブリシティ活動を積極的に実施。
- (ヘ) 指定産地組合等、関係団体、地方公共団体等が主催する展示会、求評会等に対し、共催・後援あるいは協会賞の贈呈を行うほか、全国各地で開催される展示会等に対し出品協力を行い、伝統的工芸品等を広く紹介する。
- (ト) 各媒体でのPRによる青山スクエアへの集客数、ホームページやSNSアクセス数、「伝統マーク」認知数などの効果測定及び分析を行う。
- (チ) 話題性・融合性を呼ぶ人材を活用し、伝統的工芸品や地元の紹介を実施することで、普及や観光客誘致につなげる。

目的・狙い：伝統的工芸品の特長をPRし、伝統的工芸品並びに伝統的工芸品産業に関する国内外への普及促進を図るとともに、伝統的工芸品関係者以外からの注目度を高め、社会的な支援を拡大すること。

② 訪日外国人誘致事業

内 容：海外から来日する観光客を産地等に誘致し、観光客が工芸品への理解を深め、旅を楽しめるよう、地元自治体や旅行業関係者との連携し誘致策の強化を図る。

実施方法：(イ) 観光客誘致に成功した自治体や観光事業者等を講師に、事例紹介講座を実施する。見学や製作体験が可能な施設や産地内の案内等の整備や通訳の派遣、産地の外国人向けPR媒体の翻訳支援等を行う。

- (ロ) 外国人レポーターが取材した工芸品産地や観光地の情報をネットや動画で紹介する。
- (ハ) 通訳案内士、ホテルコンシェルジュ、旅行業関係者及び将来、観光業に従事するために観光を学ぶ学生に対し、工芸品や製造地域の観光地等に関するセミナーを開催する。
- (ニ) 産地組合、地元自治体、観光協会、観光事業者等が行う誘客対策と連携し、伝統的工芸品産地への誘客支援事業の相互補完を図る。

目的・狙い：増加傾向にある訪日外国人の誘致により伝統的工芸品産地及びその地域の活性化の一助とする。また、講座は、一般論ではなく事例を紹介することにより、より実践的な講座とする。

③ 伝統的工芸品伝え手育成事業

内 容：伝統的工芸品の愛用者に作り手の思いや工芸品の知識を学ぶ講座を実施し、自身のSNSで魅力を発信いただく。

実施方法：実施産地、参加者を募集し講義と産地見学を実施する。参加者は、応援産地の商品やイベント情報、工芸品を使ってみての感想等を写真も併せてSNSで発信する。実施産地は、参加者を工芸品の「伝え手」として、催事でのアテンド等に採用しPRにつなげる。また、大学等の場でも伝統的工芸品の伝え手につながるカリキュラムの採用の働きかけを行う。

目的・狙い：工芸品愛好者が魅力を伝えることで、工芸品を手にしたことがない消費者へも魅力が伝わりやすく、工芸品産地も「伝え手」を活用することで、PRや販売促進につなげる。

(2) 伝統工芸青山スクエア等事業

内 容：国内唯一である伝統的工芸品の総合展示・情報発信施設として、国内外のお客様に対して伝統的工芸品を広く紹介し、消費者と産地間の情報交換及び需要の拡大につなげる。

現代生活に相応しい伝統的工芸品やライフスタイル、季節に合わせた展示を随時行い、伝統的工芸品の魅力と使い方を伝えていく。

また、来場者のニーズ、製品への要望などを適時適切な方法で出品産地組合等に伝えると共に、産地情報発信の場としての活用を促し、作り手と使い手の交流の場となるよう運営の活性化を進める。

実施方法：(イ)常設展示により、高品質で鮮度の高い商品を魅力的に展示するだけでなく、本来の使い方や新たな使い方の提案を随時行い、SNSや映像、POPやカタログ等の活用で、国内外のお客様に分かりやすく伝える。

指定産地組合等、地方公共団体、生産者のグループ等が出品可能。

(ロ)特定の地域や工芸品、ライフスタイルや歳時記にスポットを当てた魅力的な特別展示、企画展示や匠コーナー展示を開催。

指定産地組合等、地方公共団体、生産者のグループ、伝統工芸士会等が出品可能。所定経費の1/2を補助。

(ハ)文献、資料、映像やSNS、ホームページ等を広く活用し、図書閲覧スペース等において情報提供を行うほか、産地で話題を集めた製品や優秀な伝統的工芸品の紹介も実施していく。

(ニ)産地情報、工芸品の技術・技法の説明、お手入れ方法や日々の生活への取り入れ方等、幅広い消費者に対し購入促進のみならずコンシェルジュ的な立場として対応し需要の喚起につなげる。

- (ホ)「友の会」会員と「友の会」運営の活性化を通して、新たな伝統的工芸品ファンを獲得するとともに、来店頻度の向上・顧客化につながる施策を実施。伝統的工芸品への理解を更に深めていただき、普及・拡散していただけるようにしていく。双方向の情報発信・コミュニケーションを強化する。
- (ヘ)ここ数年、来場が著しく増加している外国人への対応を強化。海外のお客様にとって居心地がよく、分かり易く楽しく伝統的工芸品を知ることができ、安心安全な環境の充実を図る。
- (ト)潜在的な来店需要として旅行業関係者、ホテル関係者へとの一層の関係強化を行う。
- (チ)外務省並びに関係省庁及び国内法人へ情報提供等による関係強化を図り需要を喚起する。

目的・狙い：伝統的工芸品の実物や伝統的工芸品の生産者等の産地関係者に直に接する機会を設けることで、消費者の伝統的工芸品産地に関する理解を促進し、需要を喚起するとともに、産地には現在のニーズに対応する商品・サービス開発の契機とする。伝統的工芸品をより日常使いしていただける提案を強化継続することで、持続的な生産力・販売力の成長に繋げていく。

(3) 伝統的工芸品月間推進等事業

下記の各事業を骨格としつつ、伝統的工芸品を日本の「ものづくり」「職人技」「生活文化」等の原点と位置付けて、広く国内および海外の関心を喚起し、継続的な工芸品振興の契機となる一大イベントとして開催する。京都府および京都市主催の事業と共に、同時開催の各事業を効果的に連携する。

① 伝統的工芸品月間国民会議全国大会記念式典の開催

内 容：伝統的工芸品産業功労者等の表彰、大会宣言の発表等を行う。

実施方法：10月30日に京都府京都市において、経済産業省、地元伝統的工芸品月間推進協議会との共催により挙行する。

目的・狙い：産地関係者が一堂に会する機会を設け、伝統的工芸品産業全体の結束を固めるとともに、広く国民全体にPRする。

② 伝統工芸ふれあい広場・京都（仮称）の開催

内 容：伝統的工芸品の愛好者拡大、需要拡大、生産者確保につながるイベントとすべく、使い手が楽しさを体感できる企画と、伝統的工芸品の技の披露、伝統的工芸品のある生活シーンの紹介を効果的に演出するとともに、全国各地の伝統的工芸品の産地再評価へ繋げる契機とする。

実施方法：10月31日から11月3日まで京都府京都市において開催。参加希望を募るとともに、工芸品を楽しむ企画に応じた専門事業者の活用により実施する。

制作体験指導者の旅費・謝金、実演用具運搬費を補助。

目的・狙い：国内外に、日本の伝統的工芸品と「ものづくりの技」、「工芸品のふるさと」への関心を喚起し、注目度向上を狙う。普及及び需要拡大の起点となるとともに、国内外に伝統的なものづくり日本の伝統的工芸品への理解を深めていただき、作り手の後継者確保の契機とする。

③ 日本伝統工芸士会作品展の開催

内 容：伝統工芸士の作品を一堂に展示し、コンクールを実施。

実施方法：10月31日から11月3日まで京都府京都市において、日本伝統工芸士会との共催により開催。審査会を行い、授賞作品を決める。応募作品は伝統工芸士が製作した、他コンクールへの未出展作品。

目的・狙い：伝統工芸士がその技量を競い合うことにより産地の枠を越え技術水準の向上と創意を磨く。また、一般消費者への披露により、伝統工芸士の技術に対する信頼性と社会的評価の向上を図る。

④ 全国くらしの工芸展の開催

内 容：伝統的工芸品及びその伝統的技術・技法を活用した二次製品等を、全国大会開催地において展示販売し、国内外の愛好家へ訴求する。

実施方法：10月31日から11月3日まで京都府京都市において開催。指定産地組合が認めた者（産地組合、伝統工芸士会等によるグループ及び個人での出品も可能）が出品できるが、出品者が搬入・搬出及び会期中のアテンドを行う。また、流通事業者の呼び込みにより展示会開催後の商取引への機会を提供する。

目的・狙い：国内外への周知度の拡大、需要の拡大と継続的商取引の契機とし、販路の開拓を目的とする。

⑤ JAPAN TRADITIONAL CRAFTS WEEK (JTCW) の実施

内 容：伝統的工芸品は現代の生活シーンで使用されることが重要であることから、消費者に対し「衣食住」を提案する小売店舗等との共同事業により、生産者との継続的な関係強化を進める。期間中は参加店舗を通じて工芸品や産地のPR及び展示販売を行う。

実施方法：9月上旬から中旬に掛けて大消費地である東京のセレクトショップ、インテリアショップ、ファッション店等において実施。参加する店舗が希望する伝統的工芸品産地とコラボレーションし、商品開発や展示販売、制作実演や制作体験指導などを行うとともに消費者・流通関係者及び各種メディアへのアプローチを実施する。一つの「街」や「通り」の数店舗にまとめて参加していただく「エリアジャック」を実施し、イベントの認知度向上にも努める。

目的・狙い：生活提案型の販売、最小限の流通経路による恒常的ニーズ把握、販売員派遣や

委託販売慣行の見直しの試み等を通じて、伝統的工芸品の販売に対する国内外の消費者・流通関係者の理解の増進、伝統的工芸品の販路の拡大を図るとともに、産地と消費地販売店との自立的継続的取引の増加を目的とする。

⑥ 伝統的工芸品展WAZAの開催

内 容：大消費地東京において、全国の経済産業大臣指定伝統的工芸品及びそれに準じる工芸品、国の指定を受けていない工芸品を一堂に展示・紹介するとともに伝統的工芸品使用生活を喚起する。伝統的工芸品の大会集約催事を目指す施策を検討する。

実施方法：経済産業大臣指定伝統的工芸品を一堂に集めるほか、地方自治体の全面的な支援を得て、国の指定を受けていない工芸品も展示・紹介する。
地方自治体の支援が得られない指定伝統的工芸品の出展にも方策を講じる。

目的・狙い：大消費地における伝統的工芸品の普及啓発、潜在的需要の喚起、今日の生活に対応する商品開発や商品展示、消費者との直接対話によるニーズの把握等により、同産業のより一層の発展を目的として開催。

(4) ITを活用した伝統的工芸品産業の活性化等事業

内 容：情報収集の構造変化に順応し、インターネット上で伝統的工芸品に関する情報を公開するとともに、オンラインを使った伝統的工芸品の販売の可能性を探る。

実施方法：専門の業者に、変貌する電子媒体における掲載内容の作成およびサーバーの運営を委託。伝統的工芸品の情報発信の核となるよう、内容や産地との双方向情報交換の環境を整備するとともに、現代生活において消費者が興味を引く新たな情報の提供や魅力的な製品を提案。同時に外国語対応の強化による情報発信も行う。

伝統的工芸品の背景となる地域、文化など関連情報とのリンクにより提供する。

目的・狙い：簡単に情報にアクセスし情報共有及び拡散ができるインターネットの利点を最大限に生かし、多種多様な伝統的工芸品の魅力を訴求するとともに、工芸品産地とのネットワークを構築し、インターネットを介した産地関係者への情報発信や産地関係者間での情報共有を積極的に行う。

4. 需要開拓事業

(1) 伝統的工芸品公募展等事業

内 容：伝統的工芸品の総合コンクール展示会を開催。

実施方法：現代の暮らしの中で生きる優れた工芸品を募集してコンクールを行い、工芸品の技術・デザイン・機能・市場性を競う。応募された作品は「技術の高さ」にのみ注視した作品評価ではなく、「日常生活で使用する事」を高く評価の対

象とする。見て愛でるためではなく、生活の中で消費者が使用できる実用性を兼ね備えた作品を求め、伝統的工芸品の製品指標となる作品コンクールとして実施する。優秀作品には内閣総理大臣賞、経済産業大臣賞以下各賞を授与。審査後、入賞・入選作品を「伝統工芸青山スクエア」等にて展示紹介し、多方面への紹介による普及促進を図る。

目的・狙い：優れた作品を顕彰して集中的に広報活動を行うことにより、受賞の価値が上がり、コンテスト参加意義が高まる。同時に作品を、消費者に対して現代の暮らしの中で映える製品として提唱することで需要拡大の契機となる。また、入賞・入選作品を広く知らしめる展示会を開催することで、消費者意識をとらえるための工夫やアイデアとは何かとの課題と向き合い、伝統的工芸品の未来を示唆する作品を紹介することを目指す。

(2) フォーラム等事業

内 容：現代のライフスタイルに調和する新しい商品開発を促し、新たな販路を開拓する。

実施方法：(イ)新商品開発に興味のある事業者を募集し、商品開発にとどまらず、販路を持っているプロデューサーとともに商品開発を行い、展示会等で披露する機会を設ける。

(ロ)新たな商品開発を目指す事業者を対象に、専門家によるセミナーおよび相談を行う「新商品開発相談会」を実施し、商品開発におけるアドバイス、必要となるスキルを伝授する。

目的・狙い：伝統的技術・技法の新たな市場を開拓し、新商品開発の一助となるためのサポートを行う。また、展示会等に参加することで新しい消費者層を取り込む。

(3) 伝統的工芸品普及・展示等事業

① 暮らしの中の伝統的工芸品展の開催

内 容：国内外から東京が注目される2020年8月に、人が流動するターミナル駅新宿に立地する小田急百貨店において、伝統的工芸品を現代の暮らしの中に取り入れた豊かな暮らし、心地よい暮らしを提案する展示会を行い国内外に伝統的工芸品の魅力を発信し需要の喚起を行う。

実施方法：経済産業大臣指定伝統的工芸品産地から生活提案型の展示及び実演等。

目的・狙い：TOKYO2020を契機として上半期における伝統的工芸品の普及啓発催事を行い、今日の生活に対応する商品開発や商品展示、消費者との直接対話によるニーズの把握等により、同産業のより一層の発展を目的として開催。

② その他の展示会への出展

内 容：国内で開催される伝統的工芸品の普及に関する展示会に出展する。

実施方法：オリンピック・パラリンピックに関連して今後開催される展示会やテーブルウェアフェスティバル等集客が見込める既存の展示会への出展を検討。

目的・狙い：TOKYO2020を契機に伝統的工芸品の普及に努めるとともに、TOKYO2020後も盛り上がりを持続させるため、各種展示会に積極的に出展する。

(4) 海外展開支援等事業

内 容：海外展開に関する産地関係者等の体制構築を支援し、自立的な展開を目指す。

実施方法：(イ)フランス・パリの常設展示場をリニューアルし、市場の反応を直接みるため、BtoCを行う。富裕層へより効果的なアプローチができる体制を整えつつ、ここを拠点とした活動も視野に入れ、現地の声を届けられるようにする。

(ロ)中国重慶の常設展示場を拠点に、拡大する中国市場への伝統的工芸品の普及及び産地関係者等へ海外展開に関する情報の伝達を行う。普及に向けた活動として、集客に焦点を絞りイベント等を企画することで日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信する。さらに各方面と連携し、販路拡大に向けた効果的なアプローチを行う。

目的・狙い：世界的認知度の向上と販路拡大を目指す。幅広い工芸品を紹介することで、現地での声を産地にフィードバックする。

5. その他の振興事業

内 容：伝統的工芸品産業界の内外において、積極的に連携を進める。

実施方法：(イ)会員である伝統的工芸品産業界以外の有力企業等と連携事業を進める。

(ロ)指定産地組合等の組織化推進等を図る。

<現在連携している団体>

・日本伝統工芸士会（197産地工芸士会）

・全国伝産会館運営連絡協議会（6会館）

（伝産会館のほか、産地の運営する施設の情報収集を図り、活動情報発信のネットワーク化を進める。）

・全国伝産陶磁器組合協議会（26産地）

・全国伝産金工品組合協議会（11産地）

・全国伝統的工芸品仏壇仏具組合連合会（15産地）

目的・狙い：業界内部にネットワークを構築し、伝統的工芸品の普及啓発・需要開拓に資するとともに、業界外部にもネットワークを構築し、産地振興に寄与する。

令和2年度収支予算書

(2020年4月1日から2021年3月31日まで)

(単位:円)

勘定科目	予算額	前年度予算額	増減	備考
【一般正味財産増減の部】				
1. 経常増減の部				
(1) 経常収益				
① 基本財産受取利息	3,000,000	3,000,000	0	
② 受取補助金等	706,006,000	703,003,000	3,003,000	国庫補助金収益
③ 受取会費	23,200,000	24,000,000	▲ 800,000	会員受取会費
④ 事業収益	251,190,000	256,790,000	▲ 5,600,000	
伝統工芸士認定等事業収益	6,200,000	7,200,000	▲ 1,000,000	受験料、登録料、更新料
伝統的工芸ふるさと体験・交流事業負担金収益	15,000,000	21,500,000	▲ 6,500,000	産地負担分(事業費の1/3)
伝統証紙事業収益	2,300,000	3,000,000	▲ 700,000	証紙、楯等頒布収入
伝統工芸青山スクエア事業負担金収益	73,900,000	73,900,000	0	常設・特別展出品管理料他
伝統的工芸品月間事業負担金収益	11,100,000	11,100,000	0	産地組合等負担金
全国くらしの工芸展負担金収益	4,000,000	4,000,000	0	出品管理料
伝統的工芸品展WAZA負担金収益	50,600,000	48,000,000	2,600,000	都府県・政令市等負担金
全国伝統的工芸品公募展負担金収益	1,090,000	1,090,000	0	出品管理料
都府県等月間負担金収益	16,500,000	16,500,000	0	
その他事業収益	70,500,000	70,500,000	0	WAZA展他
⑤ 雑収益	2,604,000	107,000	2,497,000	
その他受取利息	4,000	7,000	▲ 3,000	特定資産利息収入
その他収益	2,600,000	100,000	2,500,000	懇親会会費収入、消費税還付金ほか
経常収益計	986,000,000	986,900,000	▲ 900,000	
(2) 経常費用			0	
事業費	896,100,000	900,250,000	▲ 4,150,000	
① 人材確保及び技術・技法継承事業	128,000,000	158,200,000	▲ 30,200,000	
伝統工芸士認定等事業費支出	11,000,000	11,000,000	0	
児童・生徒に対する伝統的工芸品教育事業費支出	77,000,000	77,000,000	0	
伝統的工芸ふるさと体験・交流事業費支出	40,000,000	70,200,000	▲ 30,200,000	
② 産地指導事業	2,600,000	10,600,000	▲ 8,000,000	
指定産地振興指導等事業費支出	600,000	600,000	0	
伝統的工芸品産地調査・診断等事業費支出	2,000,000	10,000,000	▲ 8,000,000	
③ 普及推進事業	508,700,000	446,900,000	61,800,000	
全国伝統的工芸品普及等事業費支出	148,000,000	93,300,000	54,700,000	訪日外国人誘致、伝え手育成 含む
伝統工芸青山スクエア等事業費支出	184,500,000	180,000,000	4,500,000	
伝統的工芸品月間推進等事業費支出	166,200,000	163,600,000	2,600,000	式典、ふれあい広場、JTCW、WAZA他
ITを活用した伝統的工芸品産業の活性化等事業費支出	10,000,000	10,000,000	0	
④ 需要開拓事業	116,500,000	146,000,000	▲ 29,500,000	
伝統的工芸品公募展開催費等事業費支出	7,000,000	7,000,000	0	
フォーラム等事業費支出	9,500,000	15,000,000	▲ 5,500,000	
伝統的工芸品普及・展示等事業費支出	20,000,000	4,000,000	16,000,000	
海外展示会展開等事業費支出	80,000,000	120,000,000	▲ 40,000,000	
⑤ その他振興事業	64,000,000	64,000,000	0	
伝統証紙事業費支出	3,000,000	3,000,000	0	
くらしの工芸品展事業費支出	4,000,000	4,000,000	0	
その他振興事業費支出	57,000,000	57,000,000	0	WAZA展等産地支払い
⑥ 事業費役職員人件費	76,300,000	74,550,000	1,750,000	退職給付費、賞与引当金を含む
管理費	89,900,000	86,650,000	3,250,000	
管理諸費支出	42,000,000	39,500,000	2,500,000	賃料、共益費他
事務諸費支出	11,200,000	11,200,000	0	
理事会・評議員会等開催費支出	4,000,000	4,000,000	0	
管理費役職員人件費	32,700,000	31,950,000	750,000	退職給付費、賞与引当金を含む
伝統的工芸品展WAZA引当金支出	0	0	0	
経常費用計	986,000,000	986,900,000	▲ 900,000	
評価損益調整前当期経常増減額	0	0	0	
当期経常増減額	0	0	0	
2. 経常外増減の部			0	
経常外収益計	0	0	0	
経常外費用計	0	0	0	
当期経常外増減額	0	0	0	
当期一般正味財産増減額	0	0	0	



一般財団法人

伝統的工芸品産業振興協会

〒107-0052 東京都港区赤坂 8-1-22
TEL. 03-5785-1001 URL. <http://kougeihin.jp>