

## 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 概要

名 称	<p>一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会(略称:伝産協会)</p> <p>The Association for the Promotion of Traditional Craft Industries</p>
代表者	<p>代表理事 原田 元</p> <p>(佐賀県陶磁器工業協同組合理事長)</p>
所在地 連絡先	<p>〒107-0052 東京都港区赤坂 8-1-22 2階</p> <p>電話 03-5785-1001</p> <p>FAX 03-5785-1002</p> <p>(地下鉄「青山一丁目」駅 4 番北出口より徒歩 3 分)</p>
設 立	<p>1975 年(昭和 50 年) 6 月</p> <p>(2011 年(平成 23 年) 5 月 一般財団法人に移行)</p>
沿 革	<p>1974 年(昭和 49 年) 5 月</p> <p><b>伝統的工芸品産業の振興に関する法律</b> 公布、施行</p> <p>1975 年(昭和 50 年) 6 月</p> <p><b>財団法人伝統的工芸品産業振興協会</b>設立 (東京都港区虎ノ門)</p> <p>1979 年(昭和 54 年)</p> <p>4 月 港区南青山に移転</p> <p>9 月 <b>全国伝統的工芸品センター</b>(現:伝統工芸青山スクエア)開設 (港区南青山)</p> <p>1983 年(昭和 58 年) 10 月</p> <p>通商産業省(現:経済産業省)が<b>伝統的工芸品月間</b>の創設を省議決定</p> <p>1984 年(昭和 59 年) 11 月</p> <p>第1回<b>伝統的工芸品月間</b>国民会議全国大会(京都市)および 伝統工芸ふれあい広場(東京都千代田区)開催</p> <p>2001 年(平成 13 年)</p> <p>7 月 豊島区西池袋に移転</p> <p>9 月 <b>全国伝統的工芸品センター</b>(現:伝統工芸青山スクエア)新装オープン (豊島区西池袋)</p> <p>2011 年(平成 23 年) 5 月</p> <p><b>一般財団法人</b>に移行</p> <p>2012 年(平成 24 年) 4 月</p> <p>港区赤坂に移転</p> <p><b>伝統工芸青山スクエア</b>(旧:全国伝統的工芸品センター)開設(港区赤坂)</p>

# 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 主な事業

経済産業省からの補助金を主な財源として、以下の事業を実施しています。

## 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

産地での実務経験12年以上の現役従事者で、伝統的な技術又は技法に熟練した従事者に実技・知識・面接試験を実施。「伝統工芸士」として認定し、称号を付与する。

### (2) 学生等に対する伝統的工芸品教育等事業

伝統工芸士等の職人が、産地近隣の小・中・高・大学生等に対して、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。

### (3) 後継者育成等事業

産地内熟練技術者が採用後3年以内の新規従事者に対し、技術・技法等の実技指導を行う場合の指導謝金を支援。

## 2. 産地指導事業

### (1) 伝統的工芸品表示等事業

伝統証紙を発行するとともに、伝統マークの認知度拡大のPRを広く行う。また、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。

### (2) 伝統的工芸品産業産地調査・研究・診断等事業

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や自治体の伝統的工芸品産業支援関連補助金の調査を実施。その結果を踏まえて、産地に共通課題について研究し、課題克服に資するセミナーを開催する。

### (3) コンサルタント産地支援等事業

意欲とポテンシャルのある産地に外部コンサルタントを派遣し、産地が抱える課題の把握と、課題克服のための総合的な支援を行う。

### (4) 産地ネットワーク構築等事業

産地、伝産協会、国等の連携を深めるためのネットワークを構築する。

### 3. 普及推進事業

#### (1) 伝統的工芸品普及等事業

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。

#### (2) 伝統工芸青山スクエア等事業

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、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。また、来場者のニーズ、製品への要望などを産地に伝えると共に、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。

#### (3) 伝統的工芸品月間推進等事業

伝統的工芸品月間である11月を中心に、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。

#### (4) ITを活用した伝統的工芸品産業推進等事業

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、昨今急激に需要が高まっているオンライン上での販売の場を産地関係者に提供し、消費者が簡単に伝統的工芸品に出会えるオンラインショッピングモールを構築し、その運営を行う。

### 4. 需要開拓事業

#### (1) 伝統的工芸品公募展等事業

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。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。

#### (2) 外部人材協業等事業

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、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。

#### (3) 販路開拓展示等事業

伝統的工芸品展WAZAや暮らしの中の伝統的工芸品展などの催事を百貨店で開催すると同時に、「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 JAPAN TRADITIONAL CRAFTS WEEK(JTCW)などを実施する。

#### (4) 海外展開支援・調査等事業

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してフランス・パリおよび中国・重慶で常設展示場を運営。日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信するとともに、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。