

一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 概要

名 称	一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会(略称:伝産協会) The Association for the Promotion of Traditional Craft Industries
代表者	代表理事 舞鶴 一雄 (西陣織工業組合理事)
所在地 連絡先	〒107-0052 東京都港区赤坂 8-1-22 2階 電話 03-5785-1001 FAX 03-5785-1002 (地下鉄「青山一丁目」駅 4 番北出口より徒歩 3 分)
設 立	1975 年(昭和 50 年) 6 月 (2011 年(平成 23 年) 5 月 一般財団法人に移行)
沿 革	1974 年(昭和 49 年) 5 月 伝統的工芸品産業の振興に関する法律 公布、施行 1975 年(昭和 50 年) 6 月 財団法人伝統的工芸品産業振興協会設立 (東京都港区虎ノ門) 1979 年(昭和 54 年) 4 月 港区南青山に移転 9 月 全国伝統的工芸品センター(現:伝統工芸青山スクエア)開設 (港区南青山) 1983 年(昭和 58 年) 10 月 通商産業省(現:経済産業省)が伝統的工芸品月間の創設を省議決定 1984 年(昭和 59 年) 11 月 第1回伝統的工芸品月間国民会議全国大会(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 2001 年(平成 13 年) 7 月 豊島区西池袋に移転 9 月 全国伝統的工芸品センター(現:伝統工芸青山スクエア)新装オープン (豊島区西池袋) 2011 年(平成 23 年) 5 月 一般財団法人に移行 2012 年(平成 24 年) 4 月 港区赤坂に移転 伝統工芸青山スクエア(旧:全国伝統的工芸品センター)開設(港区赤坂)

一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会 主な事業

1. 人材確保及び技術・技法継承事業

(1) 伝統工芸士認等事業

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・技法に熟練した従事者を対象に実技・知識・面接試験を実施し合格者を「伝統工芸士」として認定。一定の技術水準保持者であると同時に、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なることが期待される。

(2) 学生等に対する伝統的工芸品教育事業

大学等の高等教育機関と連携し、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、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。伝統的工芸品産業への従事のみならず、世界に誇れる日本の文化と併せ広く知識・理解の促進を進め、伝統的工芸品産業の支え手を育成する。

(3) 後継者育成事業

若手従事者に対する技術・技法等の産地横断実技講習会等を実施。他産地の技術や仕事、産地振興への取り組みを学ぶとともに、産地を越えた情報交換や、互いに刺激を受けることによって技術向上ならびに産地振興に対する意識の向上を図る。

2. 産地指導事業

(1) 伝統的工芸品表示事業

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を行い、消費者に誤認混同を与えない表示が行えるよう表示事業実施態勢を産地組合と共に整える。また伝統マークの認知度拡大のPRを広く行い、伝統マークの価値を高める。

(2) 伝統的工芸品産業産地調査・研究・診断事業

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、原材料、製造用具等に関する調査等を実施。調査結果を元に問題を明確にし、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。

(3) コンサルタント産地支援事業

意欲とポテンシャルのある産地に外部コンサルタント等を派遣し、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。消費者のターゲティングや新商品開発、販売戦略、PR戦略、生産体制等について具体的な対策立案等を支援する。

(4) 産地ネットワーク構築等事業

産地、伝産協会、国等、伝統的工芸品産業の関係者の間に、幅広いネットワークを築き、情報共有の範囲を広げることで、効率的な事業の実施や支援に繋げる。

3. 普及推進事業

(1) 伝統的工芸品普及事業

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り、「伝統的工芸品」そのものや「伝統工芸青山スクエア」への集客、証紙事業・伝統工芸士の訴求効果

の高いPRを実施。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り、社会的な支援を拡大する。

(2) 学生等に対する伝統的工芸品普及事業

産地近隣の小・中・高・大学生等に対して、伝統的工芸品の理解促進のため、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、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。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、将来の作り手や使い手の醸成を図る。

(3) 伝統工芸青山スクエア事業

国内唯一である伝統的工芸品を展示し情報発信する施設として、国内のみならず外国からの来場者に対し伝統的工芸品を幅広く紹介し、より多くの消費者への認知と需要拡大を図る。また、消費者と事業者を結び付けるだけでなく産地関係者同士の情報交換の場としての役割を担う。

(4) 伝統的工芸品月間推進事業

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。

(5) ITを活用した伝統的工芸品産業推進事業

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。併せてインターネット上での販売の可能性を探ることで、従来とは異なる新規の購買層も獲得し、新たな伝統的工芸品の需要を開拓する。

4. 需要開拓事業

(1) 伝統的工芸品公募展事業

日常生活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・意匠・機能・完成度を競う。応募された作品は「伝統的技術の高さ」に主眼をおくとともに、新規性・現代性についても評価の対象とする。審査後、応募作品は「国立新美術館」にて一般公開し、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。

(2) 需要開拓展示事業

東京のセレクトショップ、インテリアショップ、ファッション店等が伝統的工芸品産地とコラボレーションする JAPAN TRADITIONAL CRAFTS WEEK や東京および大阪の百貨店で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を一堂に展示・紹介する催事等を開催し、伝統的工芸品の販路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指す。

(3) 海外展開支援・調査事業

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す。中国・重慶に開設している常設展示場において伝統的工芸品の普及に努めるとともに、他の国や地域においても、テストマーケティング等を実施することにより日本の伝統的工芸品の正確な情報と魅力を発信し、販路拡大に向けた効果的なアプローチを行う。