

ISSN 1342-5927

調査研究報告 No. 138

令和6年12月

エフェクチュエーション・アプローチによる
地場産業の新たな担い手創造に関する
調査研究

～若者・女性・外国人の地場産業への参入・起業の可能性

公益社団法人中小企業研究センター

はじめに

新型コロナウイルスの感染拡大によるパンデミックも終息し、人々の行動制限も撤廃されました。これまでの行動制限の反動もあり、各国でオーバーツーリズムの問題が顕在化するほど観光地には人々が押し寄せています。日本国内でも、オーバーツーリズムの問題に直面しながらも、インバウンド需要を取り込む機会と捉えて、各地域の企業がさまざまな取り組みをしています。その一方で、ロシアによるウクライナへの侵攻は長期化し、さらに中東でも紛争が拡大しており、世界経済は不安定な状態が続いており、エネルギーや原材料、食料品などのさらなる価格高騰が懸念されています。また、日本国内では、人手不足により従業員の確保が困難になり、事業機会を逃している企業も少なくありません。

このような問題は、国内の地場産業にも例外なく及んでいます。しかし、外国人観光客の増加も追い風になり、地場産業製品の魅力が改めて見直される機運が広がっています。さらには、地場産業のものづくりに携わることを希望して、産地のスクール（人材育成・研修機関）で技術・技能を身につけようと入校してくる若者や女性、外国人の姿が目立つようになってきました。本年度の調査研究事業では、地場産業の産地に設置されているスクールに入校してくる人たちに注目し、彼らが地場産業の産地の新たな担い手になりうるのか、また、産地にどのようなインパクトをもたらすのかを明らかにすることを目的としました。

本調査研究事業を通して、産地のスクールは、産地外から入校者を引き寄せており、人材育成といった面だけではなく地元産業への人材の供給や人口の流入といった面でも貢献していることが明らかになりました。また、スクールの修了生のなかには、産地の企業に就職した後に、独立開業する人もみられます。彼らが起業にいたる過程は、あらかじめ目標やターゲットを定めたうえで、資金調達をしたり、工場や設備を準備したりするものではなく、やれることから手をつけ、手元的手段を利用しながら徐々に起業をしていくというものでした。従来の経営学などで唱えられていることとは異なり、「エフェクチュエーション」として論じられているプロセスとして説明できるものと考えました。また、実態面では、新規開業した企業が産地に新たな動きをもたらしていることも確認できました。

本調査研究事業は、地場産業の研究分野において比較的目が向けられてこなかったスクールに加え、入校者や修了生も考察対象としている点に特徴があります。本報告書が、地場産業の振興や支援に関わる方々、人材育成に取り組まれている方々の参考になれば幸いです。

最後になりましたが、本調査研究事業を進めるにあたり、インタビュー調査にご協力いただきました皆様には、この場を借りて感謝申し上げます。

令和6年12月

公益社団法人中小企業研究センター
理事長 林 信秀

【本調査研究報告書の執筆者】

山本篤民 日本大学 商学部 教授 (第1章、第5章担当)

遠山恭司 立教大学 経済学部 教授 (一般社団法人中小企業産学官連携センター監事)
(第2章担当)

吉原元子 山形大学 人文社会科学部 准教授 (第3章担当)

長谷川英伸 日本大学 商学部 准教授 (第4章担当)

※事例編は4名で分担した。

【研究協力者】

佐久間貴大 中央大学大学院経済学研究科博士前期課程

目 次

第1章 調査研究の目的と方法	1
1. 調査研究の目的	1
2. 調査研究の対象と方法	6
3. 調査研究の概要	9
第2章 地場産業産地の動向と人材育成	15
1. 地場産業の推移	15
2. 地場産業における人材育成に関する先行研究	25
3. 地場産業産地におけるスクール設置状況と形態	30
4. 小括	37
第3章 地場産業の産地における新たな人材の参入とスクールの役割	41
1. 事例からみるスクールの実態	41
2. 産地におけるスクールの役割	53
3. スクールが産地に存在する意義	58
4. 小括	62
第4章 スクール修了生における起業活動とエフェクチュエーション	65
1. スクールの修了生における起業の実態	65
2. エフェクチュエーション・アプローチの概要	78
3. エフェクチュエーション・アプローチによる起業の分析	80
4. 小括	83
第5章 地場産業の新たな担い手創造と産地の振興	85
1. 新たな産地の振興のあり方	85
2. 地場産業産地の新たな可能性	94

事例編

目次（訪問順・下線はスクール）

<u>岐阜県立木工芸術スクール</u>	103
kino workshop	106
坂本威竜氏	108
osio craft	110
<u>多治見市陶磁器意匠研究所</u>	112
故金あかり氏	116
3RD CERAMICS	119
株式会社 新町（山の花）	123
<u>茨城県立笠間陶芸大学校</u>	125
金井春樹氏	128
増渕悠颯氏	130
株式会社 向山窯	132
<u>京都府立陶工高等技術専門校</u>	136
廻窯舎	139
<u>北海道立旭川高等技術専門学院</u>	142
アトラクラフト	145
アド	148
トリネコ	151
<u>トヨオカ カバン アルチザン スクール</u>	154
Maison Def	157
SHINARI	159
<u>博多織 DC</u>	162
大内田明子氏	165
荒木希代氏	167
西智子氏	170
<u>東京都立城東職業能力開発センター台東分校</u>	172
Hirose shoe design	175
<u>高岡市伝統工芸産業人材養成スクール</u>	178
株式会社 能作	181
しろがね屋裕翠	184
<u>川島テキスタイルスクール</u>	186

第1章 調査研究事業の目的と方法

1. 調査研究事業の目的

本調査研究事業の目的は、地場産業の産地に若者や女性、外国人などの人材が新規に参入していることに着目し、彼らが産地の新たな担い手になりうるのか、また、産地にどのような影響をもたらしているのかを明らかにすることである。彼らが産地に参入する過程や、その後、産地の企業で職人として働いたり、さらには独立して起業をしたりするうえで重要な役割を果たしていると考えられるのが、産地の人材育成・研修機関である。具体的には、産地で職人や後継者の育成、職業訓練、技術・技能教育を行っている、公共職業能力開発施設や公設試験研究機関である。本調査研究事業では、これらのうちで1年以上の訓練・研修期間がもうけられているものを「スクール」と称することにする。ただし、公的な機関だけではなく、地元の産地組合や民間企業などが主体となって職人や後継者の育成、職業訓練、技術・技能教育を行っている施設もあり、これらについても上記の訓練・研修期間の条件を満たすものは、スクールとして扱うことにしたい。

本調査研究事業では、産地のスクールに焦点をあて、産地外からやってくる入校者の経歴や修了後の進路、就職先や起業の実態などを把握することを試みた。ここで、研究結果の一部を先回りして述べるならば、スクールは産地の窓口としての役割を担っており、主には産地外から人材を引き寄せている。そして、地場産業の製品づくりに関わる技術や技能、知識を身につけさせ産地に人材を供給している。このようにスクールは、人材集め、人材育成、人材供給といった点で産地において重要な役割を果たしている。一方、スクールの修了生のうちで起業した人たちに焦点をあてると、従来の産地の生産流通システムや制度を活用しつつも、それらにはとらわれずに事業を展開している様子が明らかになった。このような点では、産地に新たな動きが加わったと考えられる。

これまで、地場産業の研究においてスクールの役割などを取り上げたものはみられたが、入校者の経歴や修了後の進路にまで言及している研究は限られている。このようなことから、本調査研究事業は、地場産業研究の領域において特徴のある研究であるといえよう。本調査研究事業の成果は、産地におけるスクールの運営や人材の育成、起業の促進といった観点から、国内の地場産業の産地の活性化策や振興策を検討するうえで活用されることを期待したい。

(1) 地場産業の再評価

全国各地には、その地域ならではの経営資源を活用して特定の製品を生産している地場産業の産地が形成されている。これらは、明治期以前に起源をもち、伝統的な工芸品を生産している産地もあれば、明治期以降に西洋から伝えられた製品を生産している産地もある。また、時代とともに生産する製品を巧みに変化させてきた産地も少なくない。いずれの産地

においても、製品の生産や流通を主に担ってきたのは中小企業・小規模企業者（以下、「中小企業」とする）である。産地の中小企業やその従事者たちは、長年にわたり培われてきた技術や技能を継承・発展させ、製品の品質や機能を向上させてきた。

地場産業は、地域を象徴する存在であるとともに、地域を代表する産業でもある。産地の中小企業は、地域経済の活性化や雇用の受け皿としての役割も果たしてきた。しかし、多くの地場産業の産地は、中長期にわたって縮小傾向をたどっている。表 1－1 は、全国の地場産業の産地を対象として実施されていた「産地概況調査」の結果である。この調査結果によると、1 産地あたりの平均企業数は、1977 年を境にして減少に転じている。また、1 産地あたりの平均従業者数は、1960 年代から一貫して減少している。1 産地あたりの生産額をみると、1981 年まで増加傾向にあるが、その後は減少に向かうものの、バブル経済期の 1990 年には一時的に増加に転じている。しかし、バブル経済の崩壊後には再び減少傾向をたどっている。

表 1－1 1 産地あたりの平均企業数・従業者数・生産額・輸出額

	1産地平均企業数	1産地平均従業者数	1産地平均生産額(億円)	1産地平均輸出額(億円)
1966年度	261	3,333	68.3	13.6
1972年度	266	—	124.6	26.9
1977年度	310	2,904	259.0	48.9
1981年度	258	2,465	313.0	36.4
1985年度	224	1,901	275.0	29.9
1990年度	191	1,716	297.5	18.7
1995年度	153	1,313	225.2	11.8
2000年度	109	1,027	203.7	8.6
2005年度	87	924	167.2	6.5
2015年度	52	642	123.0	11.8

資料：全国中小企業団体中央会（2005、2006）、日本総合研究所（2016）より作成。

注：調査年度によって対象となる産地数は異なる。

以上のように、時期に違いはみられるが、国内の地場産業の産地は、企業数、従業者数、生産額がそろって減少している。地場産業の産地の縮小の主な要因としては、地場産業製品に対する需要構造の変化や国際競争の激化などがあげられる（上野 2007）。さらに、これまで産地内で完結していた社会的分業関係が維持できなくなっていることや、産地が有してきたメリットが失われつつあることも問題視されている。このような状況を踏まえると、国内の地場産業は、衰退の一途をたどっていると思われるにちがいない。しかし、近年、地場産業や地場産業製品が再評価され、国内のみならず海外でも関心が高まっている。

例えば、創業 300 年の歴史を有する奈良県の中川政七商店の 13 代目の中川政七氏が中心となってプロデュースした工芸品は人気商品となっている（中川 2017）。これらの商品を

扱う店舗も各地に展開されている。また、160年以上続く京和傘の老舗の5代目の西堀耕太郎氏が手掛ける製品は海外でも評価をされている（西堀 2018）。また、西堀氏は、中小企業の製品を海外に売り出していくための様々なプロジェクトを進めている。表1-1が示すように、産地の輸出額が増加に転じている要因のひとつとしては、海外でも地場産業製品の評価が高まっていることが考えられる。

中川氏や西堀氏が手掛けている製品は、単なる昔ながらの地場産業製品というわけではなく、デザインや機能が改良されるなど現代の消費者のニーズにあわせたものになっている。地場産業製品への関心の高まりにおいて、中川氏や西堀氏が果たした役割は決して小さなものではない。ただし、地場産業製品が好まれるようになった背景としては、これらの製品が備えている本物感や手作り感、安心感といったことへの共感が広がっているからではないだろうか。さらに注目したいのは、地場産業製品に関心が向けられているだけではなく、ものづくりを希望する若者や女性、外国人がいくつもの産地で散見されるようになってきたことである。

地場産業といえば、高齢化や担い手不足が深刻な産業とみなされてきたため、新規に人材が参入していることには目が向けられてこなかった。しかし、我々調査メンバーは、各地の産地で若者や女性、外国人が活躍する姿を目にしており、彼らが地場産業の産地の新たな担い手になりうるのかといったことに期待や関心を抱くことになった。このようなことから、彼らが産地にやってきた理由や、産地の企業で職人として働き、なかには独立して起業にいたる経緯について調査をすることになった。

（2）産地におけるスクールの役割

前節で指摘をしたような若者や女性、外国人などの人材を産地外から引き寄せるうえで重要な役割を果たしているものとして注目したのが人材育成・研修機関であるスクールである。産地外からやってくる彼らは、地場産業の産地でものづくりに携わることを希望しているが、それに必要な技術や技能、知識などを身につけている者ばかりではない。むしろ、彼らの多くは、それらを十分に備えない状況で産地にやってくる。そこで必要となるのがスクールである。

従来、地場産業のみならず機械金属加工業などでも徒弟制により技能継承が行われていた。須山（2004）によれば、徒弟制とは4～7年程度の見習修業による技能者の養成制度であり、マニュアルや仕様書では伝えられない技能を製造現場における商品生産の反復実習によって効率的に修得できる利点があるという。また、1970年代以降、徒弟制を採用する地域では、多くの技能者を効率的に再生産することに成功し、折から増大する需要に量的に対応してきたが、現在では、技能者の養成手段として機能している産地はむしろ少数となっていることが指摘されている（須山 2004）。

このように徒弟制が立ち行かなくなるなかで、林（2017）は、伝統的工芸品産業の産地のスクールを調査した結果として、人を集め、技能を伝え、そして技能を持った人材を社会へ

送り出すという各局面において、スクール方式が有効に機能していることを示している。ただし、スクール方式では、習得に数年はかかるとされる技能を1～2年の教育課程で身につけることができるのかといった疑問も呈している（林 2017）。このような問題も踏まえながらも、技能の伝承にはスクール方式を積極的に採用していくべきだと述べている（林 2017）。

本調査研究事業は、これらの先行研究の示唆および現実にはスクールが産地の窓口となり、産地外から若者や女性、外国人を引き付け、人材を育成し、地元の産地を中心に人材を供給していることからスクールを調査対象とした。各産地のスクールの調査を通して明らかになったことは、人材の育成や供給といった基本的な役割を果たしつつも、各スクールの成り立ちや産地の状況などにより、目的や求められる役割にも違いがみられることである。また、スクールを取り巻く状況の変化に合わせて、試行錯誤が続けられていることもうかがい知ることができた。

（3）起業活動とエフェクチュエーション

スクールで技術や技能を身につけた修了生の多くは、産地の企業に就職していく。しかし、自分が理想とするものづくりをしたいといったことから、その後に独立して起業をする者もみられる。少数ではあるが、企業などに就職をすることなく、スクールを修了後に作家的な活動をはじめる人もみられる。

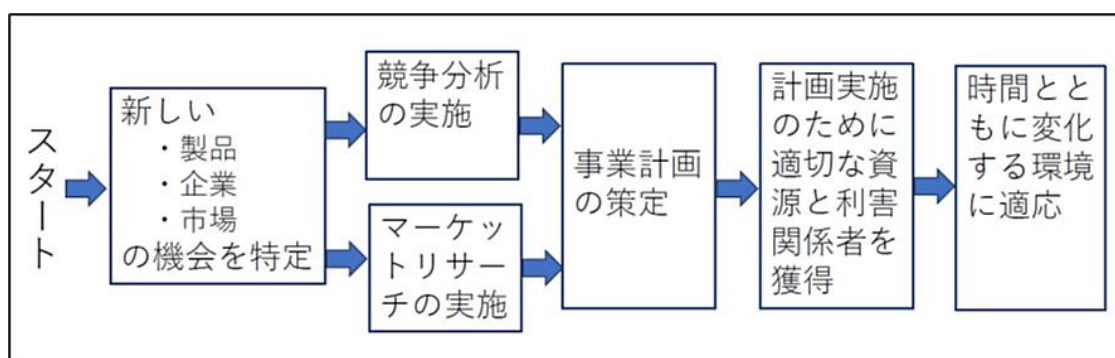
なお、本調査研究事業においては、「作家」とは美術品としての作品を制作して、主にギャラリーでの活動を中心に行っている人になりたい。ただし、作家としての活動をしながらか、一般の製品を製造している人も少なくない。本調査研究事業でヒアリングを行った富山県高岡市の金工のしろがね屋裕翠の中山裕晃氏は、作品展に自身の作品を出展して、多くの受賞歴を有している。しかし、作品づくりは仕事全体の一部分に限られており、一般の製品づくりが中心となっている。作家としての活動をしている人であっても、その活動が一部分であれば、本研究では中小企業者とみなしている。

さて、スクールを修了した人たちが産地で起業をしていくプロセスを探っていくと、それらは、エフェクチュエーションの概念を用いて説明できる部分がある。エフェクチュエーションの概念は、サラスバシー（2015、原著 2008）によって提唱されたもので、不確実性の高い状況における意思決定の論理として紹介されている。これまでの経営学では、不確実性に対処するために追加的な情報を収集・分析することによって不確実性を削減して、行動を起こす前に最適な計画を立てることを重視してきたと指摘されており、こうした思考様式を「コーゼーション（因果論）」と呼んでいる（吉田・中村 2023）。

コーゼーション（因果論）のプロセスは、図1-1が示しているように、スタート時点で具体的にターゲットとなる市場機会が特定されており、そのうえで顧客のニーズや競合する企業や製品・サービスについて分析するためにマーケティングリサーチが実施され、それをもとに期待利益を予想して、できるだけ正しい戦略計画を作成することが重視される（吉

田・中村 2023)。このような方法は、当初から目的が明確であり、取り巻く環境を分析することによって予測が可能な場合には有効であるが、スタート時点では目的と機会が明確に見えていない場合には有効ではない。

図1－1 コーゼーション（因果論）のプロセス



資料：吉田・中村（2023）より作成。

これに対し、不確実性が高い状況に対処していくうえで有効な意思決定の論理がエフェクチュエーション（実効理論）であるとされている。図1－2が示すように、エフェクチュエーションのプロセスでは、目的主導ではなく、与えられている手段のなかで何ができるかという発想に基づいている。そのうえで、実行に移す際には期待利益を考えるのではなく、許容できる損失の範囲を考慮する。さらに、事前に顧客や競合相手を決めるのではなく、あらゆるステークホルダーとのパートナーシップの構築を模索し、パートナーからもたらされる手段や目的も受け入れて活用していくというものである。

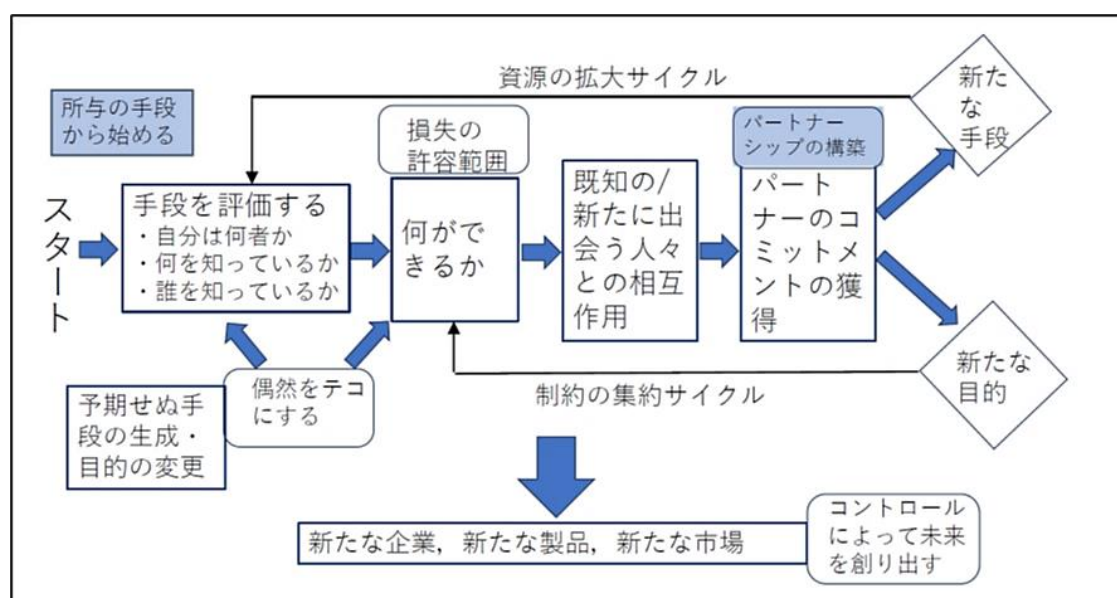
産地で起業をしたスクールの修了生のインタビュー調査からもエフェクチュエーションに該当するようなプロセスを確認できた。例えば、ターゲットとなる市場を特定して製品づくりをしていたのではなく、はじめは、自分が作りたい製品を作っているうちに、徐々に顧客のニーズを理解していくようになったといった経験などを聞くことができた。また、工場や設備を準備してから起業するのではなく、貸し工房でものづくりを続けているうちに、起業にいたったというケースなども確認された。

このようなエフェクチュエーションの理論は、起業したての中小企業のみならず、成長を遂げてきた企業においても当てはまるものとして議論されてきた。富山県高岡市の株式会社能作は、仏具や茶道具などの伝統的工芸品を手掛けている鋳物メーカーとして1916年に誕生した。同社は、現代表取締役会長の能作克治氏のもとでエフェクチュエーションの理論に合致するような経営方針にもとづき成長をとげてきたことが、本調査研究事業において確認することができた。

もちろん、エフェクチュエーションの理論を現実に無理にあてはめることは慎まなければならない。しかし、地場産業の産地においては、コーゼーションに依拠する経営学やベン

チャービジネス論では十分に描けないプロセスでの起業や成長がおこっていると考えられる。このようなことから、本調査研究事業では、エフェクチュエーションの理論での分析を試みている。

図1-2 エフェクチュエーション（実効理論）のプロセス



資料：吉田・中村（2023）より作成。

2. 調査研究の対象と方法

（1）調査の対象

①地場産業と伝統的工芸品産業

本調査研究事業は、地場産業の産地に若者や女性、外国人が新規に参入していることに注目し、彼らが産地の新たな担い手になるのかということを明らかにしていく。既に、地場産業という用語を使用してきたが、調査対象を明確にするために、改めて地場産業についての用語や概念を整理する。また、調査対象の産地には、国が指定した伝統的工芸品産業の産地も含まれているので、伝統的工芸品産業の要件についても取り上げておきたい。

まず、「地場産業」については、法的な定義にもとづく用語ではなく、研究者の間で統一的な見解が示されているものでもない。ただし、地場産業研究の先駆者の一人でもある山崎（1977）が示した地場産業の定義が引用されることが多い。山崎（1977）は、以下の5つの特性をあげているが、これらの特性のうち、1つか2つの特性がやや異なった状況であったとしても、全体としてこれらに近い特性をもっていれば地場産業とみてよいだろうと説明している。

- 1) 特定の地域で起こった時期が古く、伝統のある産地であること。

- 2) 特定の地域に同一業種の中小零細企業が地域的企業集団を形成して集中立地していること。
- 3) 生産、販売構造が社会的分業体制となっていること。
- 4) ほかの地域ではあまり産出しない、その地域独自の「特産品」を生産していること。
- 5) 市場を広く全国や海外に求めて製品を販売していること。

以上のように、地域的な限定とともに、歴史的・時間的な要素や生産・流通の構造、製品の特性、販売市場などの観点から地場産業が定義されている。

一方、伝統的工芸品産業については、伝統的工芸品産業の振興に関する法律（1974 年制定・施行）にもとづく用語として定義されている。同法が制定された背景には、高度経済成長のひずみが顕在化するなかで、伝統への回帰や手仕事への関心が高まったが、後継者不足や原材料の調達難が生じるなど、産業としての基盤を失いかねない状況に陥っていたことがあげられる。そこで、経済産業大臣が下記の 5 つの要件に該当する製品を「伝統的工芸品」に指定し、当該製品の生産に関わる産業の振興を図っていくことになった。

- 1) 主として日常生活の用に供されるものであること。
- 2) その製造過程の主要部分が手工業的であること。
- 3) 伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。
- 4) 伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること。
- 5) 一定の地域において少なくない数の者がその製造を行い、又はその製造に従事しているものであること。

伝統的工芸品は、2024 年 10 月現在で 243 品が指定されている。伝統的工芸品産業の振興に関する法律が制定・施行されて以来、指定数は減少することなく、増加をたどってきた。なお、本調査の対象となった産地では、笠間焼、高岡銅器、美濃焼（多治見）、京焼・清水焼、博多織が伝統的工芸品に指定されている。ただし、本調査では、伝統的工芸品の産地であるか否かは調査先の選定理由とはしておらず、むしろ、製品種類が極端に偏らないことや、人材育成・研修機関の特徴を踏まえたものである。

②人材育成・研修機関

本調査研究事業では、図 1－3 に示した 9 つの地域の地場産業産地の 10 の人材育成・研修機関と、それらの修了生で起業をした人たちや起業を準備している人たちを対象に訪問インタビュー調査を実施した。これらの人材育成・研修機関については、設置形態や運営母体の基準から 3 つに類型化することができる。公共職業能力開発施設と公設試験研究機関、その他の組織である。その他の組織としては、産地組合や民間企業、NPO 法人などによっ

て設置・運営されているものがある。本調査研究事業で訪問した人材育成・研修機関を区分すると下記ようになる。

先に指摘したように、本調査研究事業においては、研修期間が1年程度以上であるものを「スクール」と称している。そのため、高岡市デザイン・工芸センターの産業人材養成スクールについては、コースによって異なるが、平日の夜間や土曜日などに回数を限って研修が行われているので、スクールには該当しないものとした。ただし、スクールとの比較のうえで参考になることから、本報告書に取り上げている。

なお、本調査研究事業の企画の段階では、石川県輪島市の漆芸のスクールである石川県立輪島漆芸技術研究所を調査対象として設定していた。しかし、2024年1月1日に発生した震災の影響で調査先を変更せざるを得なくなった。

図1-3 調査対象の人材育成・研修機関



資料：筆者作成。

【公共職業能力開発施設】

北海道立旭川高等技術専門学院、東京都立城東職業能力開発センター台東分校、岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校。

【公設試験研究機関】

茨城県立笠間陶芸大学校、多治見市陶磁器意匠研究所、高岡市デザイン・工芸センター。

【株式会社・NPO 法人】

川島テキスタイルスクール、トヨオカカバンアルチザンスクール、博多織技能開発養成学校（博多織 DC）。

（２）調査の方法

本調査研究事業では、人材育成・研修機関やその修了生、産地企業を対象に訪問インタビュー調査を実施した。基本的には、1 次データにもとづいて報告書をまとめている。

人材育成・研修機関については、基本情報をはじめ沿革、教育体系の特色（概要および訓練教科の内容、主な訓練内容）、入校者および修了生の出身・属性・進路、産地の役割などについて聞き取りを行った。

修了生については、基本情報や入校までの経緯、修了から創業までの経緯、主な事業内容、業界や産地とのつながりなどを聞いている。

それぞれ、詳細については、巻末の事例を参照してほしい。

3. 調査研究の概要

本報告書は、本章（第 1 章）を含めて 5 章の構成となっている。また、巻末には本調査研究事業で実施した訪問インタビュー先の事例を掲載している。

第 1 章では、本調査研究事業の目的と方法と述べている。また、本調査研究事業の対象となる地場産業やスクールの概要と、調査分析の視点として取り上げるエフェクチュエーションの理論の概要を説明した。

第 2 章では、国内の地場産業の産地の生産流通の動向を概観するとともに、本調査研究事業で対象とした産地についての概要を示している。そのうえで、地場産業における人材育成に関する先行研究をレビューし、人材育成におけるスクールの重要性を示している。さらに、全国のスクールの設置状況などを整理している。

第 3 章では、スクールに焦点をあて、それらが産地において果たしている役割や課題について分析している。スクールは、人材の育成や供給といった役割にとどまらず、産地の持続可能性にも関わっている。ただし、スクールを安定的に運営していくにあたり課題もあり、その対応策について検討している。

第 4 章では、スクールの修了生のなかで起業をした者に注目し、彼らが起業にいたった経緯や、起業後の経営の実態や特徴について分析している。起業やその後の事業経営にあたっては、スクールの関係者をはじめ産地で培われたネットワークが重要であることなどを示している。

第 5 章は、本調査研究事業を通して明らかになったことを改めて整理している。スクールが窓口となり産地に新規の参入が起こっていることや、新規に起業した中小企業が産地の新たな担い手になる可能性について検討している。最後に本調査研究事業の結果を踏まえ

て、地場産業の産地の活性化やスクールの維持運営のための提案をした。

以下は、各章の概要となっている。

【第1章】

本調査研究事業では、地場産業の産地に若者や女性、外国人などの人材が新規に参入していることに着目し、彼らが産地の新たな担い手になりうるのか、また、産地にどのような影響をもたらしているのかを明らかにすることである。彼らが産地に参入する過程で重要な役割を果たしているのが産地の「スクール」である。そこで、スクールに焦点をあて、入校者の経歴や修了後の進路、就職先や起業の実態を把握することにした。

スクールで技術や技能を身につけた修了生の多くは、産地の企業に就職していく。しかし、自分が理想とするものづくりを実現するために、独立して起業をする人もいる。彼らの企業のプロセスは、不確実性が高い状況に対処していくうえで有効だとされているエフェクチュエーションの理論を用いると説明できる部分があると考えられる。そのため、エフェクチュエーションの理論を用いて分析することを試みている。

なお、本調査研究事業では、全国で9つの地域の地場産業産地における10の人材育成・研修機関（うちスクールは9校）を対象とした。また、それぞれの人材育成・研修機関の修了生にも訪問インタビュー調査を実施した。基本的には1次データにもとづいて報告書をまとめている。

【第2章】

地場産業の多くが高度経済成長期からバブル経済期にピークを迎え、その後は経済のグローバル化と自由貿易の進展による輸入品との競合で価格競争力の低下、ライフスタイルの変化にともなう市場変容への不応で衰退傾向となつて久しい。とはいえ、地場産業の製品は広範な日用消費財におよび、また、地域的にも全国各地に広がっているため、その生産流通構造（いわゆる産地システム）と産業動向・推移は同様ではない。

長らく実施されていた産地概況調査も2015年調査を最後に中止され、その後の全国的な産地動向を把握する術は失われている。よつて、ここでは1999年調査、2005年調査、2015年調査のデータから21世紀の産地動向を可能な範囲で概観した。これらの調査は約600の産地を対象に調査票を送付し、有効回答産地のデータを用いるが、有効回答数は500から250程度に半減した。おそらく、回答する産地組合等の組織力、人的余裕、厳しい現状からのためらいなどで回答しない産地が増加したためで、そのこと自体が産地の衰退を物語っているといえる。工業統計表と経済センサス活動調査（4人以上の事業所）を1992年と2020年で比べても、本調査研究事業の対象産地の生産額は、軽くて3割減、概ね7～9割の激減状況がうかがわれた。

こうした事態を踏まえて、経済地理学や中小企業研究などの分野で、産地の人材育成に関

する研究をレビューしてみると、中核企業の内部育成と産地の教育・研修機関（いわゆるスクール）のふたつの議論に整理できた。本調査研究事業との関連で結論をいえば、かつての徒弟制のような仕組みはほぼ限界に達し、スクール制による人材育成と労働力供給システムの方に合理性があるという結論にいたる。

スクール制には、公共職業能力開発施設よるもの（職能校型スクール）、公設試験研究機関よるもの（公設試型スクール）、それ以外では産地組合・株式会社・NPO などよるもの（その他スクール）の3つの類型が存在する。今回のサーベイでは全国に23のスクールを確認することができ、業種としては陶磁器、家具・木工、靴、革靴、繊維・織物を対象に、地域としては北海道旭川から九州博多まで幅広く知見を収集することに努めた。そこでは、産地の産業界と自治体、産地組合などさまざまな地域の関係者によって培われ、継続されてきた産地人材の育成と研修・訓練の創意工夫の足跡と今日までの努力が顕現していた。

【第3章】

本調査研究事業で対象としたスクールの実態について分析をしたうえで、産地における役割と課題を考察した。

各スクールは、設置する運営母体の特性を生かした運営が行われている。スクール入校者のうち産地企業の後継者は減少している一方、スクールは産地外からの人材受入窓口としての性格を強めていることが示された。また、カリキュラムの特徴は、技術・技能の習得に力を入れる「職人育成型」と、それに加えて創造性の涵養を目的とする「創造力向上型」に区分することができる。それぞれのカリキュラムで、前者は産地企業への就職、後者は就職に加えて独立を視野に入れた教育を行っており、実際に想定した人材を輩出していることがわかった。なお、起業に関する科目は少ないが、スクールという場で生じる人間関係や産地との関わりが、修了後の起業家輩出の一助となっている。

地場産業の産地におけるスクールの存在意義は、産地の人材育成や供給にとどまらず、地場産業や産地の持続可能性を高めることにもあり、スクールが果たす役割は大きい。しかし、スクールの安定運営には課題があることも確かである。課題を大別すると、①地場産業の縮小に関する課題、②地場産業の新規参入に関する課題、③スクール運営上の課題である。これらはスクールだけの問題ではなく、地場産業の産地が抱える問題と密接に関係している。そのため、スクールには、地元企業やその組合・団体、自治体との密接な連携のもとでの運営が期待される。

【第4章】

本調査研究事業で対象としたスクール修了生による起業の実態を明らかにしたうえで、起業プロセスとエフェクチュエーションの視点から産地における起業を考察した。

起業家は、さまざまな経緯を辿りながらスクールの存在を知り、入校している。入校者の共通点は、ものづくりに関心があり、技術・技能を学ぶ意識が高いということである。入校

前から起業を志している者もいるが、スクールのカリキュラムは起業に重きをおいてない。起業者は、スクール内でのものづくりの学びにとどまるのではなく、スクール外での自主製作を行っているケースが多い。例えば、入校生は産地内にある貸し工房を探し出し、自己研鑽するといった活動である。貸し工房には、共有スペースが設けられている場合があり、スクール以外の関係者との出会いも存在する。起業者は産地関係者との個人と個人のつながりができることで、ものづくりに必要な情報や自主製作したものを展示会に出品しているケースもある。このような活動が起業の準備につながっている可能性がある。

ただし、起業の準備には多かれ少なかれ経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）が必要となり、決して容易ではない。起業者は、産地関係者を中心としたネットワーキングによって、自分には何があるのか、何が必要なのかを把握することにつながり、それらを用意していくことで、おのずと起業につながっている現状がある。起業後の特徴としては、製品（作品）のこだわりによって、事業のあり方に差異が存在することである。4章では①クラフト志向、②市場志向、③ハイブリット志向という分類を行い、製品（作品）の特徴、生産量、価格等の方針が異なることを明示している。

起業者は地場産業に対してさまざまな想いがあり、地場産業の維持・発展は、自らの事業に大きく関わっていると認識している。起業者の活動は、地場産業の新たな担い手として、産地で受け入れられているケースがあり、産地企業との連携も広がりを見せている。今後、産地内における事業創出の現状について、注目すべきであろう。

【第5章】

本調査研究事業を通して明らかになった近年の地場産業の産地における新規参入者の実態と産地のスクールの取り組みについて整理する。各産地のスクールは、産地外の出身者が増加し、産地内の企業の後継者などの入校者が減少している。スクールが産地外から人材を引き寄せていることが明らかになった。

スクールの修了生の多くは、産地の企業に就職するが、そこから独立し、起業する者もみられる。起業にいたる過程では、貸し工房が役にたっていた。起業をした修了生の中小企業者は、大量生産に対応してきた産地の社会的分業には依存せずに事業を展開している。このような点に着目すれば、産地に新しい動きが起こっているといえよう。

近年、産地の優位性であったはずの人材確保や人材育成が容易ではなくなっている。しかも各産業で人手不足が深刻化していることから、人材を育成・供給してきたスクールへの期待は高まっている。今後もスクールを維持運営していくためには、設置運営主体からの支持を受けることが不可欠である。また、入校者を確保するためには時代や入校者の希望にかなった研修・訓練を実施していくこと、外国人入校者を積極的に増やすことなどが必要だと考えられる。

スクールを取り巻く産地の動向に目を向けると、新たな可能性も見いだせる。既存の生産構造とは異なる形で顧客と結びつき、自社製品を製造販売するような動きが確認できる。ま

た若手の起業や作家活動を後押しするような動きも見られる。こうした動きが広がっていけば産地が活性化することも期待される。

【参考文献】

- 上野和彦（2007）『地場産業産地の革新』古今書院
- サラスバシー,S.D.（2015、原著 2008）『エフェクチュエーション：市場創造の実効理論』（加護野忠男監訳、高瀬 進・吉田満梨訳）碩学舎
- 須山 聡（2004）『在来工業地域論』古今書院
- 全国中小企業団体中央会（2005）『全国の産地平成 16 年度産地概況調査』全国中小企業団体中央会
- 全国中小企業団体中央会（2006）『全国の産地平成 17 年度産地概況調査』全国中小企業団体中央会
- 中川政七（2017）『日本の工芸を元気にする！』東洋経済新報社
- 西堀耕太郎（2018）『伝統の技を世界で売る方法』学芸出版
- 日本総合研究所（2016）『全国の産地平成 27 年度産地概況調査』日本総合研究所
- 林 伸彦（2017）「伝統的工芸品産業における技能伝承」『商工金融』第 67 巻第 7 号
- 山崎 充（1977）『日本の地場産業』ダイヤモンド社
- 吉田満梨・中村龍太（2023）『エフェクチュエーション 優れた起業家が実践する「5 つの原則」』ダイヤモンド社

第2章 地場産業産地の動向と人材育成

地場産業の多くが高度経済成長期からバブル経済期にピークを迎え、その後は経済のグローバル化と自由貿易の進展による輸入品との競合で価格競争力の低下、ライフスタイルの変化にともなう市場変容への不適應で衰退傾向となって久しい。とはいえ、地場産業の製品は広範な日用消費財におよび、また、地域的にも全国各地に広がっているため、その生産流通構造（いわゆる産地システム）と産業動向・推移は一樣ではない。

全国的な産地の衰退にともない、中小企業庁によって実施・公開されていた全国主要産地を対象とした「産地概況調査」も2005年度（平成17年）をもって廃止された。そのため、その後はいくつかの委託調査が外部団体・機関によっておこなわれたが、産地の全体動向や概況の推移を体系的かつ時系列で知る術は存在しないのが現状である。

そのような制約のもとで、本章では、まず、1999年版「産地概況調査：詳細版」、委託調査2005年版・2015年版の結果をもとにして、地場産業の推移を可能な範囲で概観する。次に、地場産業と同地域でおこなわれてきた人材育成に関する先行研究をベースに、どのように産業人材や後継者、技能者が育成されてきたかを文献により整理する。最後に、本調査研究対象以外も網羅する形で、全国規模で見渡した地場産業地域の人材育成・研修機関の設置状況や運営形態などを概観する。

1. 地場産業の推移

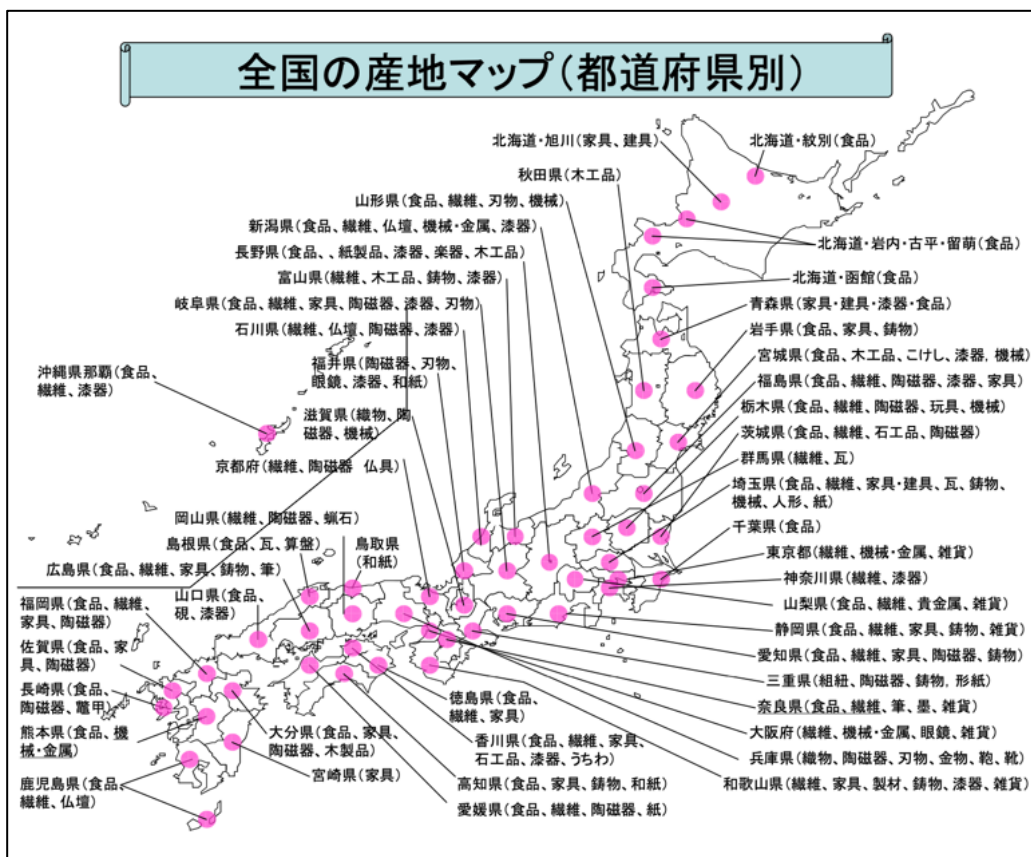
（1）地場産業の産地数

地場産業は、特定地域で同類の製品群を生産する中小企業で構成され、そこには地域性と伝統性が備わっている。中小企業庁の産地概況調査では、『産地』とは、中小企業の「存立形態のひとつで、同一の立地条件のもとで同一業種に属する製品を生産し、市場を広く全国や海外に求めて製品を販売している多数の企業集団である」と定義している。これにもとづいて対象地域・業種を選定し、各地の産地組合を中心に郵送による調査がおこなわれていた。

最後の委託調査である2015年版「全国の産地」調査報告によれば、調査対象産地の候補数は578産地とされ、回答数は263産地であった。この候補産地数は、最終版の産地概況調査（2005年版）の対象数と同じであったので、それから10年後にあたる現在においても、おおむね約500程度の産地が全国に存在していると考えてよいと思われる（図2-1）。産地概況調査では、産地の生産額が年間5億円程度とされており、委託調査へ移行後も対象産地の生産額はその程度が基準とされてきたと思われる。

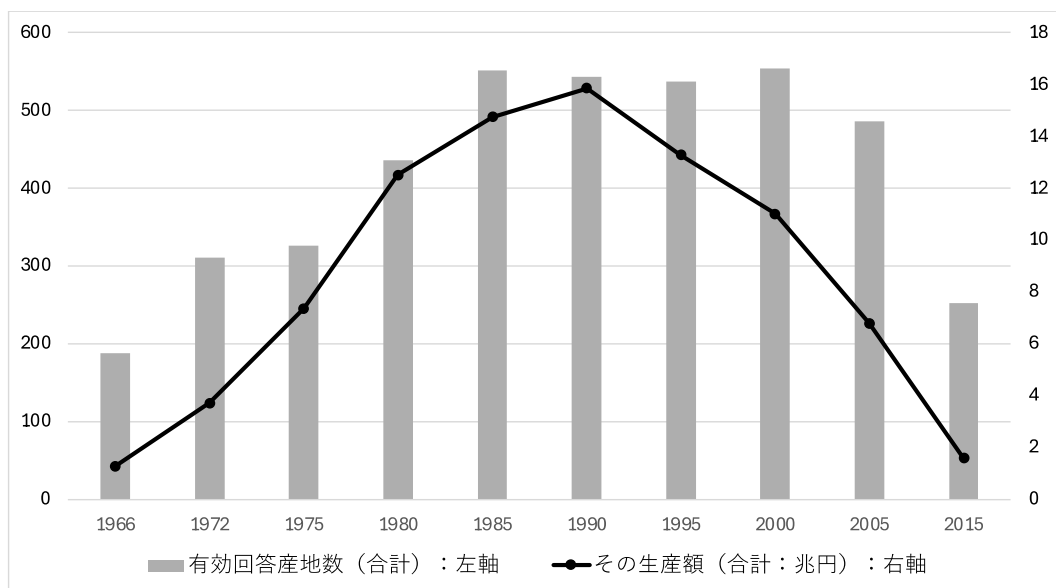
以後、煩雑さを回避するため、産地概況調査・詳細版は過去最大まで遡れる「1999年調査」、その継続調査となる外部委託調査（「全国の産地」）はそれぞれ、「2005年調査」、「2015年調査」と記す。なお、2015年調査以降、同様の調査はおこなわれていない。

図 2-1 全国の産地概要地図



資料：全国中小企業団体中央会（2006）より引用。

図 2-2 全国の産地数と生産額（調査有効回答産地の合計値）



資料：全国中小企業団体中央会（2006）および日本総合研究所（2016）より作成。

「2005 年調査」は過去の産地概況調査を引き継いだデータ集を掲載しているので、産地調査の数値に関する有効回答数の全国産地の状況が概観可能である。もちろん、それが正確無比な全国産地の集計値であるわけではないが、調査に協力する意欲と社会貢献度の高い産地の全国的な状況の一端を如実に表しているとみてよいだろう。

もっとも遡れたのは 1966 年で、この頃は時系列調査が不規則なため、次が 1972 年となるが、1975 年以降は 5 年おきの数値のみを抜粋して産地数の推移をグラフ化することができた(図 2-2)。調査初期のころの調査対象数は不明ではあるが、回答数の推移をみると、1966 年は 188 産地、その後回答産地数は増加して 1980 年には 436、その後は 500 産地の大台にのり、ピークは 2000 年の 553 産地であった。その後の 2005 年には 486 産地に減少し、2015 年調査ではわずか 252 産地にまで激減した。

もちろん、これは数値集計可能な有効回答をおこなった産地数が 2015 年に 252 産地だったということで、対象産地総数は前述したように 578 産地である。とはいえ、10 年前には 486 の産地が回答していた状況を踏まえると、この間のリーマンショックと世界金融不況、東日本大震災、中国をはじめとした新興諸国の発展などにより、より厳しい状況におかれるようになった産地が多数におよんだものと推察される。

有効回答の産地数からは、産地の生産額も追跡することができた。全国産地の生産額合計は 1962 年の 1.3 兆円から 1970 年代に急激に伸張して 1980 年には 10 兆円を超え、バブル経済まっただ中の 1990 年にピークとなる 16 兆円を記録した。バブル経済崩壊後から不況・低迷期に移行すると生産額は落ち込みはじめ、2000 年には 11 兆円、2005 年には 6.8 兆円、2015 年にはピーク時に比べると 10 分の 1 程度の 1.6 兆円にまで激減してしまった。産地数の回答数に比べれば、産地生産合計額の減少幅の大きさは筆舌に尽くしがたい。

このような産地の衰退の要因として筆頭にあげられるのは、海外からの、とりわけ中国からの輸入品の洪水的な増大と市場での普及であろう。また、それを促進したのは、グローバルなビジネスモデルで生産・調達を推進した大手商社・メーカーや地場産地の大手・中堅資本といえる。そのつぎに考えられるのは、消費者のライフスタイルや価値観の変化にともなう市場の変化、さらにはその変化のスピードの速さに対して、産地の中小企業が十分に適応できなかったことがあげられよう。

いまひとつ、筆者の産地調査の経験則から付け加えると、バブル崩壊以降における法人需要の消滅をあげておきたい。産地製品は一般消費者に向けた日用品というイメージが強いけれども、実は、法人間の贈答品やスーベニア、記念事業向けグッズなど、全国・大小さまざまな法人から産地に寄せられる特注品の需要が膨大に存在していた。それがバブル崩壊以後、経費削減と合理化によって一気に消滅して、以後、そのような需要が大きく回復することはなかった。

このような複合的な要因が影響して、地場産業の産地の数は推定では現在でも 500 ほど存在するものの、実際に生産活動や組合活動が活発に持続できているところは 300 程度に減少し、生産額は想像以上に減少して厳しい状況にあるものと考えられる。

(2) 産地の縮小傾向

ここでは、引き続き同じ資料をもとに、地場産業産地の縮小・衰退傾向について3時点の調査データ（1999年調査、2005年調査、2015年調査）から特徴的なことを素描していく。

産地概況調査および全国の産地調査では、年間5億円以上の生産額を有する地場産業産地を調査対象としてきた。その上で、有効回答にもとづいて報告ごとに整理した数値・データを公表している。有効回答産地の数が調査ごとに異なる点で単純な推移比較が正確性を欠くことに注意を要するが、一部の継続的に追跡可能な産地データの活用から一部の項目については時系列推移がある程度信憑性を有する場合もある。これらの点に配慮しながら、産地の縮小傾向を読み解いていく。

産地の概況としては、調査対象産地数、有効回答産地の数、産地の企業数、従業者数、さらにはいくつかの企業形態別の数がピックアップできる（表2-1）。

表2-1 産地概況調査・全国の産地調査の回答状況

	H11年度調査 1999年	H17年度調査 2005年	H27年度調査 2015年
調査票送付先産地数	-	578	578
有効回答産地数	550	486	252
企業数	64,047	41,656	12,938
従業者数・人	669,811	381,521	123,953
企業形態・独立メーカー	47.7%	54.9%	59.6%
企業形態・下請関連企業	39.5%	32.0%	24.7%
企業形態・製造卸	8.8%	9.5%	12.2%
企業形態・卸売業	4.0%	3.6%	3.5%

資料：中小企業庁（2000）、全国中小企業団体中央会（2006）、日本総合研究所（2016）より作成。

1999年調査の調査票郵送先産地数は不明ではあるが、その後の2つの調査郵送先が578産地であることを踏まえると、おおむね600近くの産地が調査対象とされてきたことは明らかである。その有効回答産地の数をみると、年度を追うごとに550から486、2015年調査にいたってはわずか252産地しか回答しておらず、回答数が激減している。このことが産地の消滅を意味しているわけではないことは当然であるが、こうした調査に対して回答する意欲や動機の減退は、産地組合の事務局体制の弱体化や組織運営の停滞といったことを想起させる。

この間、中小企業基本法の改正もおこなわれており、中小企業政策の基本的な方針や方向性は、従来型中小企業への支援から、ベンチャー企業や競争促進、海外進出、創業支援へとシフトした。他方で中小企業憲章が2010年に閣議決定され、中小企業が地域経済の重要な

担い手として強く認識されてきた。基本法の目線は競争と成長寄りな性格を強めつつも、中小企業憲章も見据えながら地域経済重視の姿勢に大きな変更はなく、地場産業に関する支援・施策は継続されてきたと思われる。それにもかかわらず、表2-2のような回答状況になってしまっているのは、やはり、産地と産地企業の多くが厳しい状況におかれていることを物語っているといえよう。

有効回答産地の数が減少しているため、産地企業数と従業員数は当然ながら大幅に縮小している。産地企業数は64,047、41,656、12,938へ、従業員数は約67万人、38万人、12万人へ、いずれも約8割減、5分の1の水準となっている。

本調査では、産地企業の形態別の割合を公表しているので、3時点で比較してみると、興味深い傾向が読み取れる。すなわち、厳しい状況の産地の中で、企業形態としては独立メーカーと製造卸の比率が高まっていること、下請関連企業と卸売業のそれが低下しているということである。1999年調査と2015年調査の2時点でいえば、独立メーカーは47.7%から59.6%に、製造卸は8.8%から12.2%へ増加している。一方、下請関連企業は39.5%から24.7%、卸売業は4.0%から3.5%にそれぞれ比率を低下させている。

各調査では独立メーカーの定義や説明がないので定かではないが、下請ではないという回答であるから、これらは自ら企画した製品の開発と生産をおこない、おそらくは部分的にでも自社独自の販路を開拓・保有している企業と想像される。製造卸は生産から販売に重点を置いていた産地企業が、その両方の機能を内部に統合し、自社企画製品を自社の販売網で2次問屋や小売店に直接販売する性向を強化した結果であろう。これは、産地研究ではしばしば指摘されてきた産地問屋（卸売業）の弱体化や倒産・廃業にともなう、産地企業の生き残り戦略のひとつの帰結を顕著に示しているものといえる。下請関連企業は上記のように産地問屋（卸売業）の影響力低下と独立メーカー・製造卸の内製化といった側面からの受注減、下請中小・零細企業側での後継者不足にともなう廃業といった要因による構成比の減少と考えられる。

このことは、地場産業の大きな特徴のひとつともされてきた、地域における社会的分業（生産流通構造：産地システム）の全体システムと構成要素、メカニズムに少なからぬ変化が起きていることを想起させる。これは後ほど、3調査データで改めて検討する。

ここではもうひとつ、2015年調査から産地の業種別の動向を企業数と生産額で確認しておこう（表2-2）。これは連続して調査に回答して数値の連続性が確保できている産地に関する業種別の推移について2001年・2010年を基準年（100）として、それぞれ2005年・2014年の企業数と生産額の動向を集計・整理したものである。産地の業種は食料品、繊維、衣服・その他の繊維製品、木工・家具、窯業・土石、機械・金属、雑貨・その他から構成されている。わずか4年程度の限られた期間の2時点ではあるが、業種別のトレンドにブレイクダウンした動向をある程度読みとることができよう。

表 2 - 2 産地の業種別動向推移（2001 年・2010 年 = 100）

	2001年～2005年		2010年～2014年	
	企業数	生産額	企業数	生産額
食料品	93	108	90	106
繊維	78	77	81	71
衣服・その他の繊維製品	73	82	91	94
木工・家具	85	80	89	95
窯業・土石	90	82	95	96
機械・金属	90	125	93	104
雑貨・その他	89	89	92	97
合計	85	94	88	95

注：2001～2005 年の企業数は 345 産地、生産額は 406 産地の推移。

2010～2014 年の企業数・生産額は 109 産地の推移。

資料：全国中小企業団体中央会（2006）、日本総合研究所（2016）より作成。

大胆に言えば、21 世紀の地場産業産地の全体傾向では、数年の間に企業数は二桁水準で減少し、生産額も数%ダウンしてきたといえるだろう。そのなかでも目を引くのは、生産額でいずれの期間において増大傾向を示している食料品産地と機械・金属産地の 2 つだろう。前者の産地は地方創生や 6 次産業化支援などで地元食材を活かした商品開発が活発化したことや、ふるさと納税向けの返礼品需要などの盛り上がりなどが起因しているのではないかと考えられる。後者については Made in Japan 製品のブランド化や、海外生産コストの上昇や資金回収難などからの国内回帰などの要因で生産額がプラスの状況になっていると推察される。

他方で企業数・生産額ともに 2 つの時期を通じて減少幅の大きさと顕著なのは、繊維産地である。この間に企業数は 2 割、生産額は 3 割と大きく落ち込んでおり、繊維産地の縮小と衰退の歴史は長い、そのトレンドは他産地の水準を大幅に上回る傾向が持続している。ただ衣服・その他の繊維製品産地に関しては、21 世紀初頭こそ落ち込みが激しいものの、2010 年代には他の業種の産地と遜色ない水準で推移した。

残りの木工・家具産地、窯業・土石産地、雑貨・その他の産地は顕著な特徴を見出すほどではないが、2010 年代にやや減少幅が小さくなったものの、全体傾向と同様に持続的な産地規模の縮小傾向が持続してきたといえる。

さらに、業種別の産地動向について、個別かつ具体的な動向を工業統計表を用いてみよう。工業統計表では 4 人以上の事業所についてならば、近年の経済センサス活動調査との比較がある程度可能である。前者の 1992 年と後者の 2020 年の 2 時点の 30 年間で、飛騨高山家具産地、旭川家具産地、美濃焼産地、笠間焼産地、京焼・清水焼産地、豊岡鞆産地、東京靴産地を抽出した。ここでは個人工房や小零細工房などが含まれないので、小規模層の多数存在する地場産業産地の全体傾向が分かるわけではないが、一定の推移を読みとるこ

とはできる（表2－3）。

表2－3 本調査対象の地場産業地域の推移（30年間）

	事業所数		従業者数（人）		製造品出荷額等		
	1992年	2020年	1992年	2020年	1992年	2020年	20年/92年比
旭川家具（旭川市）	104	34	2,340	758	272.8億円	81.2億円	▲70.2%
飛騨高山家具（高山市）	39	21	1,356	922	194.4億円	130.0億円	▲33.1%
笠間焼（茨城県）	16	3	103	20	4.1億円	0.6億円	▲85.4%
美濃焼（岐阜県）	929	154	12,599	2,647	1,267.2億円	213.5億円	▲83.2%
京焼・清水焼（京都府）	131	22	1,021	143	75.3億円	5.4億円	▲92.8%
東京くつ（東京都）	478	62	7,570	779	1,718.4億円	128.4億円	▲92.5%
豊岡鞆（豊岡市）	153	37	1,650	889	256.9億円	84.8億円	▲67.0%

注：高山市・旭川市・豊岡市の1992年は「工業統計表・市町村編（4人以上の事業所）」の家具・装備品製造業、なめし革・同製品・毛皮製造業による。岐阜県・茨城県・京都府の1992年は「工業統計表・都道府県別産業細分類別表（4人以上の事業所）」の「食卓用・厨房用陶磁器製造業、陶磁器置物製造業、陶磁器絵付業」県レベル。東京都のくつは「工業統計表・都道府県別産業細分類別表（4人以上の事業所）」の「革製履物製造業」「革製履物用材料・同付属品製造業」の合計。2020年は上記2つと同様の対象に関して「令和3年経済センサスー活動調査の結果：製造業・地域編（4人以上の事業所）」（2022）による。

資料：筆者作成。

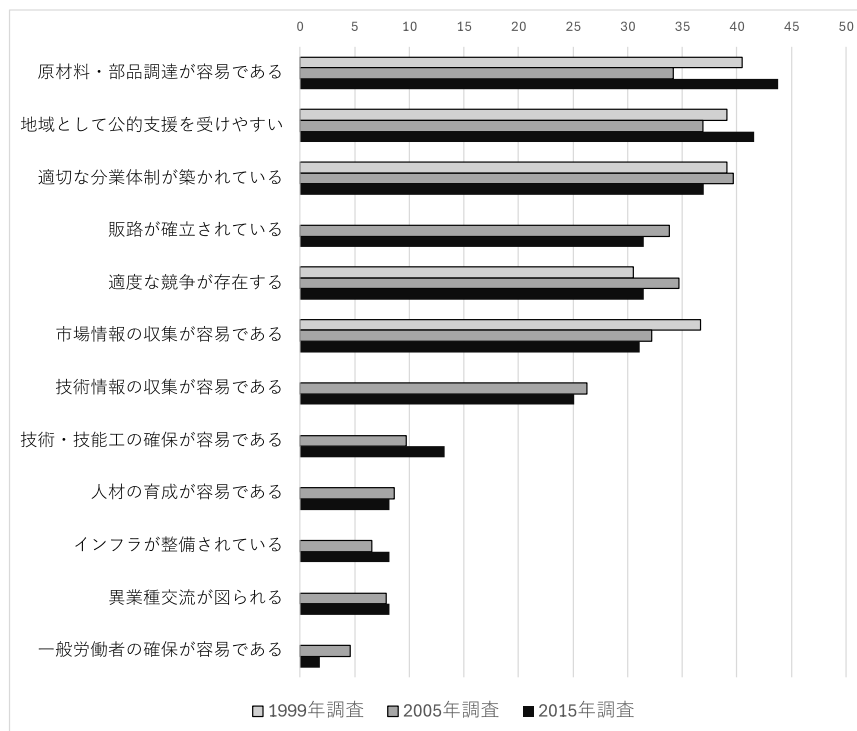
図2－2でもみたように、バブル経済期がピークと推察される時点から近年までの30年間を経て、飛騨高山家具産地の減少幅以外は、かなり驚くべき激減ぶりが明らかである。大都市部の東京都のくつ産地と京都府の京焼・清水焼産地は4人以上の事業所の製造品出荷額等が97%減、同様に美濃焼・笠間焼の両産地が80%超減、旭川と豊岡の両産地は約7割減となっている。飛騨高山家具産地の健闘ぶりがひととき顕著で、椅子から発祥した脚物家具のデザインと販売網の構築、戦略的な価格帯設定、地域ブランド化などさまざまな努力を重ねて、国内市場で一定の地位を築いてきたことが奏功したと推察される。

以上の検討から、地場産業産地の全体的な傾向としては、ほぼ一貫して20世紀から今世紀にかけて縮小・衰退傾向は進行を続けており、ただ、業種や地域においてはその度合いを異にしていると結論される。

（2）産地の分業体制と人材養成

これほどまでの企業数・従業員数・生産額の縮小・衰退を経て、地場産業産地における社会的分業体制はどう変化したのだろうか。緻密な実態調査の個別事例の積み重ねによる検証が望ましいが、本稿では引き続き、産地概況調査・全国の産地調査のデータでおおまかな動向を探ることとする。

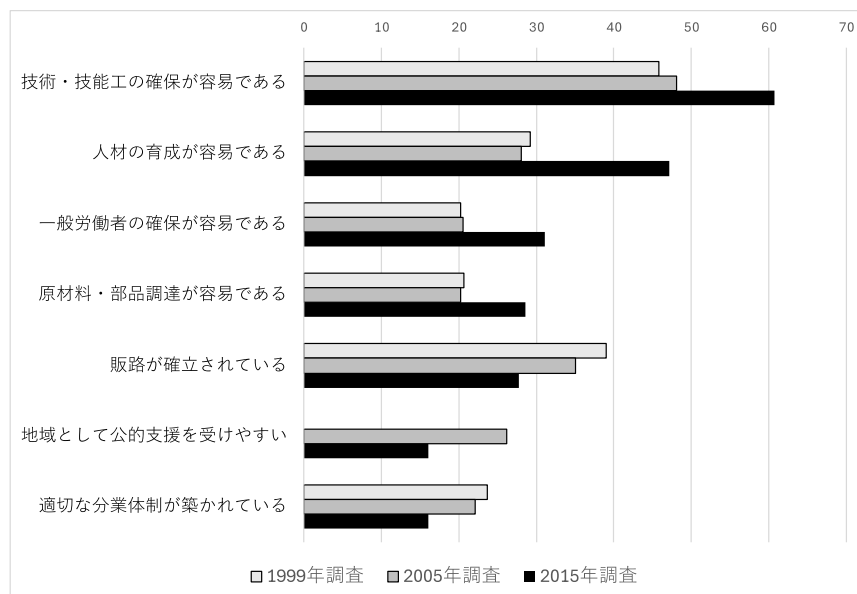
図 2-3 産地のメリット（複数回答：％）



注：調査年度により有効回答産地数は異なる。

資料：表 2-1 に同じ。

図 2-4 失われつつある産地のメリット（複数回答：％）



注：調査年度により有効回答産地数は異なる。

資料：表 2-1 に同じ。

これまでの産地研究から共通して指摘できることは、産地問屋・メーカーの海外調達の拡大と輸入、規模や業種にかかわらない後継者不在による転廃業、小零細の関連業の廃業などで、かつての地域内完結による社会的分業体制の維持が困難になったことである。こうした状況を踏まえて、3調査では「産地のメリット」および「失われつつある産地のメリット」に関する回答を相当数の産地から得てきた。有効回答産地の数はそれぞれ異なるが、3時点を連結して推移をみたのが図2-3と図2-4である。

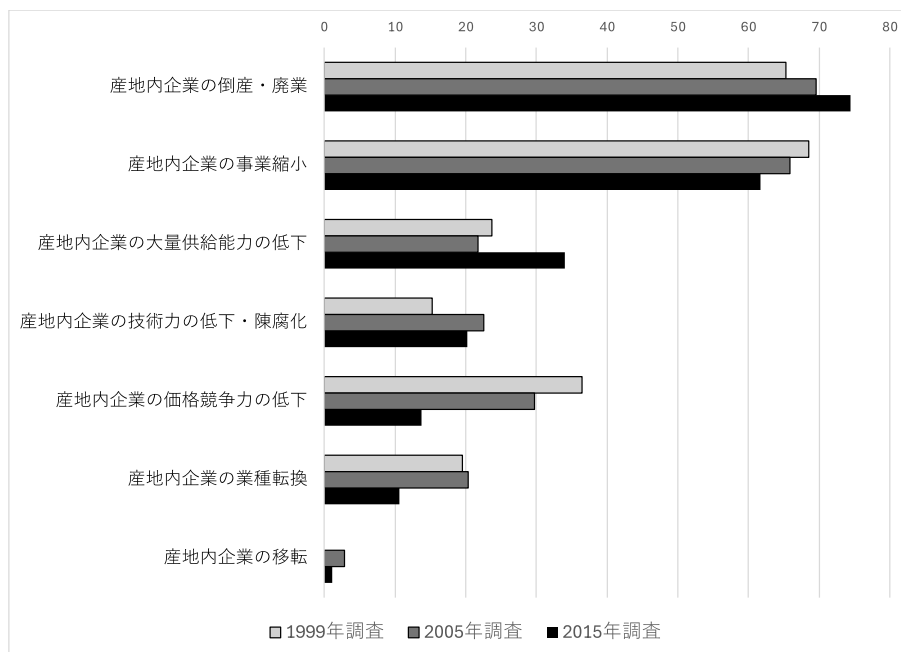
産地のメリットとして継続的かつより意識的にとらえられている項目は、原材料・部品調達が容易である、地域として公的支援を受けやすいという2点である。特定品目の生産地として歴史と実績のある産地業者が、確固たる調達網を構築し、公的支援の認定を受けていることは想定しやすく、また、それを産地関係者が実感していることは当然の結果であろう。ただし、その回答比率が全体の5割に満たないというのは、それらのメリットを強く意識している産地も多数派ではないというのが現実といえる。逆に、メリットと感じている割合が減少傾向あるのは、適切な分業体制が築かれている、販路が確立されている、適度な競争が存在する、市場情報の収集が容易であるといった回答である。産地内業者の転廃業や産地問屋の役割の低下といった要因が、その背景にあると思われる。

ところで、失われつつあるメリットに関しては、2015年時点の回答比率で突出した伸張をみせたのが、技術・技能工の確保が容易である（45.8%→60.7%）、人材の育成が容易である（29.2%→47.1%）というものであった。地場産業の生産現場は比較的人手に頼る作業や工程が多く、また、生産品目の多品種化と生産ロットの縮小により自動化やロボット化を進めることは合理的ではない。現場の技術・技能工の確保と人材育成は極めて重要な要素であるにも関わらず、昨今の若年層の製造業離れや都市部への流出などにより、人材募集や育成・定着の点において、産地業種・企業・業界の訴求性に課題を抱えているといえる。

次に、分業が困難になっている理由に関する回答状況を確認してみよう（図2-5）。群を抜いて高い回答比率にあるのは、産地内企業の倒産・廃業、産地内企業の事業縮小の2つである。産地事業の中心的存在である問屋や大手メーカー、中小メーカー、関連業のいずれの分野でも転廃業や事業縮小は進行しており、これが直接的に産地内分業体制の維持を困難にしている原因である。とくに倒産・廃業の回答は年々伸びており、2015年調査では全体の74.5%の産地が回答しており、事態の深刻さを物語っている。産地企業の事業縮小も回答比率は若干の低下を示しているものの、60%を超える状況で高止まりしているともいえる。

このように多くの地場産業産地では、かつてのような地域内の社会的分業という「集積の利益」を享受できた時代はとうに過ぎ去り、内製化や地域外との生産ネットワーク構築といった地域の範囲を超えた分業体制の再構築が不可欠といえる。その状況下で、産地と産地企業にとって最大の問題と課題は、自社の生き残り戦略の策定と実行、さらには人材の確保と育成であろう。

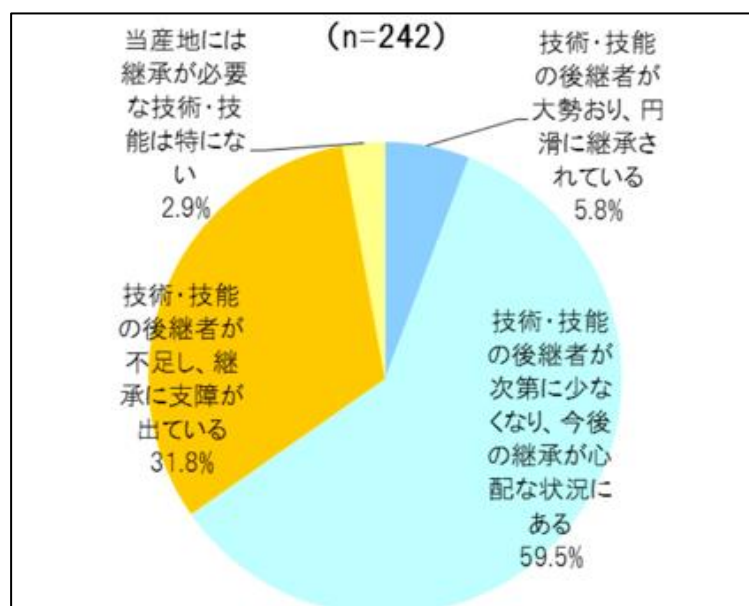
図 2 - 5 産地の分業が困難になっている理由（複数回答：％）



注：調査年度により有効回答産地数は異なる。

資料：表 2-1 に同じ。

図 2 - 6 技術・技能の継承状況（2015 年調査）



資料：日本総合研究所（2016）より引用。

とくに危機感を意識していた 2015 年調査では、技術・技能の継承状況に関する質問と回答が設定され、その回答から地場産業産地のおかれた問題意識を看取することができる（図 2-6）。「技術・技能の後継者が次第に少なくなり、今後の継承が心配な状況にある」という回答が全体の 6 割を占め、また「技術・技能の後継者が不足し、継承に支障が出ている」が 31.8%で、9 割に相当する産地がこの問題に直面していた。

そのような事態に対して、産地も手をこまねているわけではなく、これまでさまざまな努力を続けてきたこともまた事実である。2005 年調査と 2015 年調査では、人材育成や企業後継者育成の取り組み状況をとりまとめている。回答割合の高い順はこの間で変わらず、「青年部の設置と活動支援（43.2%）」「技能資格の取得促進（36.8%）」「従業員対象の研修会実施（36.8%）」「技術・技能伝承塾の開催（26.8%）」「企業後継者対象の研究会実施（23.2%）」「デザインコンクールの実施（15.5%）」「職業訓練法人の設置（2.7%）」となっている（2015 年調査結果）。

本調査研究事業の考察対象と関係する項目としては、最後の「職業訓練法人の設置」が該当するわけだが、その回答比率は極めて低調となっている。それは当然のことと思われ、この手の施策を実現するには産地企業と産地組合だけで施設や資金、人材、教育内容の企画・運営などの資源を確保・調達・維持するには相当の困難をとまなうことが想像される。したがって、基本的には産地組合を中心に国や自治体の地場産業振興施策や独自のプログラムを工夫して展開し、また、産地企業みずからによる自主的な取り組みで人材育成および技術・技能の継承に努めているのが実態といえる。

2. 地場産業における人材育成に関する先行研究

産地企業と産地産業が持続的な維持や発展を続けていくためには、地域の中で地場産業の技術・技能を身につけた人材が不可欠となる。当然、だれしもが当初から技術・技能を保持しているわけではなく、どこかで一定期間の修行・修養を経なければ産地製品の生産と品質保証は困難である。その修行・修養の場は、通常、産地企業の内部の育成か、なにがしかの団体が運営する育成・研修機関によると考えるのが一般的であろう。以下、地場産業に関する先行研究のうち、人材育成に関わるものについて、上記の 2 つのタイプに関する考察をピックアップして検討してみよう。ただし、育成対象とするのは、産地企業の種類のなかでも製造部門における人材に限定し、問屋・商社は除外する。また、経営人材に関する後継者育成に関しても、製造部門の産地企業のそれを考察の対象とする。

（1）中核企業の内部育成

地場産業産地には、その地域と製品分野において、歴史と伝統、あるいは製品・企業ブランドなどで代表的な製造業者が複数存在する。なかにはそのなかの 1 社が地場産業の母体企業となって、その事業所で経験を積んだものが独立していくことで、産地が形成されたよ

うなところもある。現在でも産地で中核的な存在で、地域産業を牽引しているメーカーや手腕経営でリーダー企業に成長した会社が存在する。

陶磁器産地の代名詞のひとつといえば、だれしも有田焼産地を思い浮かべることだろう。有田焼産地では、香蘭社や深川製磁といった有名窯元が「OJT による人材育成の中心的な役割を担い、常用品から高級品まで生産できる人材が産地で育成されてきた」といわれている（山田・伊藤 2008）。この2社はまさに母体企業としての役割も果たし、「企業内で育成した職人が独立して窯元になることを忌避しなかった」とされる。他方、柿右衛門窯と今右衛門窯では終身雇用制度のもとで「職人集団は工房内で育成され、他の窯元へ流出」せず、企業内で人材育成の制度化によって技術・技能が継承された。

なお、有田焼産地には、かつて佐賀県立窯業大学校という「日本で唯一の磁器を中心とした窯業の専修学校」が存在していた（日本政策金融公庫総合研究所 2012）。1985年に開校して、約2,000名の卒業生を輩出したが、2019年3月に閉校した。短期研修事業は佐賀県立窯業技術センターに、4年制課程は佐賀大学芸術地域デザイン学部に移管され、現在は同学部の有田セラミック分野に一部が引き継がれている。窯業大学校の教育課程や修了生のキャリア志向は、伝統的な有田焼の窯元らが求めるものとやや齟齬が生じていたともいわれ、地域のさまざまな思惑や時代性から、現在の形へ落ち着いたものと考えられる。

2000年代前後の旭川家具産地における新規創業のうねりや製品転換、デザイン重視などの環境適応を総合的に分析した糸野編（2010）では、行政やキーマン、中核企業などの取り組みを幅広く取り上げている。なかでも母体企業としての中核企業では、独立創業をよしとして人材を採用し、分業体制によらないすべての工程を担えるような実践教育をおこない、その結果、一定の技術・技能レベルの水準の独立工房が地域に叢生していくプロセスを解明している。ただ、ここでは家具産業関係の人材育成・研修機関の存在（旭川高等技術専門学院、旧東海大学芸術工学部）への言及はわずかで、指摘する程度に留まっている。

飛騨高山家具産地は既述のように他の産地に比べてバブル経済崩壊後と比較した生産額の落ち込みが軽度につき、その一端はこの地の中核企業である飛騨産業（株）の復活もその要因といえる。同社はさまざまな経営改革をおこなったことで知られるが、正社員登用を見越した人材育成機関を一般社団法人形式で設立して、家具職人を目指すひとに広く門戸を開いている（岡田 2017）。2014年設立の飛騨職人学舎は2年間の研修を入学金・授業料無料、返済不要の奨学金月額8万円の支給、寮での共同生活、工場での実践的作業（ライン業務など）や納品業務補助を通じておこない、一流の家具職人育成を目指している。修了後は2年間、正社員として同社で働くことが前提となっており、いわば、即戦力の職人育成を企業で内製している形といえる。

また、同社では社内で特有の資格制度を設けており、その「匠・工匠制度」（表2-4）は同社固有の知識・技術の継承を目的に、技能検定の取得や実務経験などの要件を満たした上で、年に一度の認定試験をおこなっている。ここでいう匠・工匠の立場になれば、「技術面、品質面で役職者同等の権限においてリーダーシップを取り、『安全・品質・コスト』を

表 2 - 4 飛騨職人学舎の匠・工匠制度のランクと定義

名称	定義
匠	飛騨家具業界でも認められる広範囲における固有の知識・技能保持者
工匠	飛騨家具業界でも認められる単一分野における固有の知識・技能保持者
工匠 2 級	飛騨家具業界でも認められる広範囲における固有の知識・技能保持者
工匠 3 級	

資料：飛騨産業(株)ホームページより引用。

意識しながらものづくりができる職人として技術的具體策の指導・助言」まで任されるという。飛騨高山地区には飛騨職人学舎以外にも公共職業能力開発施設である岐阜県立木工芸術スクールと、オークヴィレッジ（株）の創設者が設立した森林たくみ塾も存在する。森林たくみ塾はオークヴィレッジに就職することは前提とされておらず、修了後の就職先は各自で自由に選択している点で、飛騨職人学舎とは性質が異なる。

このような産地の中核企業による内部育成については、企業規模の観点から産地の小零細企業に担えるようなものではなく、非常に限られたケースと考えられる。

（２）公的機関による人材育成・研修（いわゆるスクール）

地場産業に関する公的機関支援の中心的主体となるのは、その地域の公設試験研究機関・工業試験場・地場産業振興センターといった機関であることは周知のことである。産業研究や地域経済研究、中小企業研究の領域でもこれらの諸機関と産業の関係には大きな関心を抱いてきたが、その領域は新技術や新製品の開発、デザイン、海外販路開拓といった観点によるものが中心であった。ゆえに、人材開発・研修システムにまでその対象が大きく広がることは少なかった。

現在では公設試験研究機関（以下、公設試）の一部において、人材育成・研修制度が一種の育成機関（いわゆるスクール：後述）として機能・認知され、運営されているが、もともとは期間限定の在職者・実務者向けの研修コースとしてはじまったものが多い。益子焼産地の窯業技術支援センター（栃木県）は現在でもその形態を維持し、在職者向けの１年コースのプログラムを運営している。元来の主目的は産地内窯元の「後継者育成」事業で（初澤 2005）、1960 年代の観光客増加と生産拡大による多忙化のため、窯元単位で独自にやっていた人材育成を同センターが業界の要請を受けて以来、現在まで継続するにいたっている。この点に関しては、後述する同じ業界である美濃焼産地や京焼・清水焼産地、さらには家具や鞆、靴といった異業種産地の人材育成・研修機関が実務者・在職者に限定せずに入校者を受け入れているところと大きく異なっている。

一方、戦後に設立された茨城県笠間市の窯業指導所（現：茨城県産業技術イノベーションセンター）も産業界に対して製品転換や各種技術指導、デザイン指導を手がけてきたが、産地の発展と新規参入者増加にともない、当初は非公式だった人材育成制度を体系化・整備し

ていった（初澤 2015）。それが現在、人材育成・研修部門として独立した運営となった茨城県立笠間陶芸大学校となり、志望者を地域外にも広く開放して受け入れている。

美濃焼産地については、多治見市陶磁器意匠研究所に関して他産地の教育・研修システムと比べて異色と評価する研究がある（前田 2022）。多治見市が所管の公設試という性質も特徴的ではあるが、「前衛的な表現作家である所長・副所長のほか職員の裁量によって構成された人材育成コースの開放性と融通性」、「卒業生や海外研究生の定住促進と自立支援を制度化する際の創意工夫と地域社会や業界の個人的な厚意に基づく姿勢」を指摘している。

石川県の伝統的工芸品地場産業として有名な山中漆器と輪島漆器について、徒弟制度から公的研修制度への歴史的変遷を明らかにした研究として樋口（2017）がある。ここでは工房内での徒弟制度という現代感覚からは入職と継承が困難な仕組みの限界から、職業訓練制度を経て、公的研修制度に移行する過程とその社会背景・要因を詳述している。その変遷過程で訓練・研修の運営母体・組織は試行錯誤されながら、最終的には石川県が所管することとなり、山中漆器は公設試（県立山中漆器産業技術センター）、輪島漆器は文化庁の助成を受ける形で石川県立輪島漆芸技術研修所によって運営されている。その推移のなかで、当初は業界関係者やその子弟・関係者のみを受け入れていたが、次第に未経験者や地域外からの受け入れに移行して現在にいたっている。

以上のような公設試による地場産業の人材育成・研修機関制度と並んで、もうひとつの主要な運営形態として、公共職業能力開発施設（旧：職業訓練校）が存在するが、この2つの機関の存在と性質を明確に意識した研究はほとんどない。それは、産地研究が比較的ひとつの地域・産業を対象とすることがオーソドックスだったことによるが、そもそも、人材育成・研修制度への関心は、産地の分業構造研究の一側面としてのみ取り上げられてきたことに起因する。

京焼について有田焼と比較考察した前述の山田・伊藤（2008）では、「戦後は、工業試験場や陶工職業訓練校で1年から2年の訓練を受けた後に窯へ就職して技能を磨くというように、学校を経て職人になるキャリアパスが定着し」と総括している。前者は公設試であり、後者の運営形態が公共職業能力開発施設であることを強く意識しているわけではない。ただ、京焼「産地の人材育成は公的教育訓練機関での基盤となる技能の習得が重視され、外部からの人材流入が産地のデザインコンセプトの多様性を作り出す刺激となっている」といった、公共職業能力開発施設の職業訓練重視や開放性という重要な指摘をおこなっている。

ファッション産業やメディアの関係で何度かブームを繰り返すアイテムとして知られる革靴について、日本で唯一の公共職業能力開発施設である東京都城東職業能力開発センター台東分校製くつ科を詳しく取り上げた研究でも、公共職業能力開発施設という点への意識は希薄である（山本 2008；高橋 2013）。とはいえ、2010年代当時は民間の製靴教育専門学校が都内にあったため、その授業料の安さと教育・研修内容の密度、ハローワークを通じた職業紹介といった特性が明らかにされている。職人養成とともに、大都市産業のクリエ

イター創出に向けた自治体政策との関係にも踏み込み、都市型製造業の担い手育成機関として、当分校の役割を位置づけている。それに関連して、クリエイター志望者に向けた起業家教育の導入提言をしている点は、先進的な見識を示していたといえる。

地場産業地域に対する他地域からの人材流入とその受け皿として、飛騨高山家具産地の公共職業能力開発施設（岐阜県立木工芸術スクール）が全国各地から若年層を受け入れ、教育・研修後に産地に人材供給している興味深い事実をデータから明らかにした研究も存在する（伊藤 2020）。そこでは修了生の学歴や年齢、性別など詳しく考察しており、とくに既卒を含めた大卒者の比率が全体では4割、20代後半や40代になると6割もの高さになるほどであるなどを指摘した。

最後に、本調査研究事業の分析視角を先取りして、さまざまな運営形態の人材育成・研修機関を対象に複数産地にわたる調査から、伝統的工芸品産業の技能継承が徒弟制の困難性とスクール制によるその代替可能性を考察したのが林（2017）である。今日では「スクール方式を積極的に採用していくのが適切と考え」という結論ながら、伝統的工芸品産地で「スクールによる技能継承を図るにあたっては業種間、地域間の連携も視野に入れ」た取り組みが課題としている。この先行研究では徒弟制とスクール制の教育・教授体系の違いを引用より紹介し、両者の間には大きな相違が存在すると指摘している（表2－5）。

表2－5 徒弟制とスクール制の教育体系

	徒弟制	スクール制
教わるものの積極性	何よりも重要	ある程度重要
教わるものの才能	各人のもつ才能に大きく依存する	ある程度まではあまり才能に依存しない
教授伝達するもの	具体例（変型）	抽象的な法則、体系（典型）
教授の状況	具体的な状況が必要とする	抽象的な場（学校）
教授の仕方	1対1の個人教授が前提	マスプロ教育が可能
教える者と教わる者との関係	人間的なつながりが前提	必ずしもこの関係は必要ない
教える者が発揮する能力	具体的に実演しうることが前提	必ずしもそうではない
教える者と教わる者との能力差	絶対的な開きを前提	必ずしもそうではない
教育の効率	あまりよくない	かなりよい
教授法	体系化されていない	体系化されている
教育観	教えないという教育	教える教育

注：徒弟制・スクール制は原著ではそれぞれ「テキスト志向型教育」「文法志向型教育」。

原著とは野村幸正（1989）『知の体得 認知科学への提言』福村出版。

資料：林（2017）より改変・引用。

家業による一子相伝方式や徒弟制度は現代的困難性、事業承継問題の深刻さを踏まえると、一部の産業文化的な保存・継承といったかなり限定されたなかでのみ、それらが維持されることはあろうとも、漸進的衰退は免れないであろう。日本六古窯のひとつである丹波焼（兵庫県）に関する調査研究によると、「技術習得経緯では、伝統的な修行方法である徒弟

制度による技術習得ではなく、学校制度による技術習得が主流となっていることが判明した」と述べられている（関根 2016）。ただ、一部の中核企業内における育成制度のなかには、社内の生産業務の一端を実践的研修に組み込んで、社員登用を見越した擬似的な徒弟制度を取り入れている場合が例外的に存在することも指摘しておこう。

在来工業地域の存続に関して輪島漆器（石川県）と井波彫刻（富山県）の2産地について、存続戦略と技能継承を論じたのが須山（2004）である。両産地は産地システムとして企業・工房内での徒弟制を前提にしているが、両地域の技能養成機関において、輪島産地は高度技能保有者のみを受け入れ、井波産地では工房で修行中のものも受け入れるなどの性質の違いがあったという。そこでは井波産地のほうが「地域および産業との連続性」は輪島に比べて強いと述べていたが、井波産地の井波彫刻工芸高等職業訓練校は2023年3月をもって休校した。

このように、技術・技能の伝承のひとつの可能性がスクール制による人材育成・研修制度であり、今日のあるいは将来的な観点からみて、スクールが地場産業への重要な人材供給システムであることが、これらの先行研究からはっきりと読み取れる。とはいえ、すべての地場産業産地にそれが存在するわけでもないことや、既存のスクール運営が応募者数の減少、自治体・産地組合などの財政状況や政策によって永久不変に続くかどうかは保証されていないわけではない。

3. 地場産業地域におけるスクール設置状況と形態

（1）全体の状況

地場産業産地における人材育成・研修は、いわゆる技能養成という側面が強いため、調査や研究の対象とされるのは伝統的工芸品産地が多い傾向にあった（須山 2004；林 2017）。須山（2004）ではこれら伝統的工芸品産地の技能養成機関を以下のように分類した。①産地組合設立型、②職業訓練型、③工業技術指導型、④行政主導型、⑤専門学校の5つで、合計32の施設を掲示した。ただ、現在までかなり時間が過ぎているので、本調査研究事業では、改めて伝統的工芸品産地に限定せずに、訓練・研修機関が1年以上あり、現在入校生を受け入れている産地の人材育成・研修機関（スクール）を探索して、23施設を整理した。1年以上の訓練・研修機関を対象とした理由は、3ヶ月や半年間といった在職者訓練や企業の社員研修といった性格のプログラムを実施する施設は存在するが、それらは他地域や若手の人材が産地の職業人として参入するための研修・訓練としては質量ともに不足しており、そもそも対象となっていないからである。

本調査研究事業が見出した地場産業産地における人材育成・研修機関、いわゆるスクールは23施設を数え、業種（施設数）としては陶磁器（8）、家具・木工（6）、漆器（4）、繊維（2）、銅器（1）、鞆（1）、靴（1）となった。また、設置・運営母体の観点で類型化すると、①公共職業能力開発施設（旧職業訓練校：6）、②公設試験研究機関（公設試：8）、③県・教育委員会（1）、④産地組合（2）、⑤財団法人・一般社団法人（2）、⑥株式会社

(2)、⑦まちづくり株式会社(第3セクター:1)、⑧NPO法人(1)の8タイプとなっている(表2-6)。

なお、これらの対象はすべて学校教育法によらない研修・訓練施設である。

表2-6 おもな地場産業産地における人材育成・研修機関(スクール)一覧

運営形態	産地	スクール	学科・コース等	設立年	定員	訓練・研修
公共職業能力開発施設	旭川家具	北海道立旭川高等技術専門学院	造形デザイン科	1945	20名	2年
	城東地域靴	東京都立城東職業能力開発センター台東分校	普通課程 製くつ科	1972	20名	1年
	木曽地域	長野県上松技術専門校	木工科・木材造形科	1946	各科20名	1年
	飛騨高山家具	岐阜県立木工芸術スクール	木工科	1946	30名	2年
	京焼・清水焼	京都府立陶工高等技術専門校	やきもの成形科・絵付デザイン科	1946	40名	2年(基礎1年)
	徳島家具	徳島県立中央テクノスクール	木工技術科	1946	15名	1年
公設試験研究機関	笠間焼	茨城県立笠間陶芸大学校	陶芸科(研究科)	1950	12名(3名)	2年(1年)
	益子焼	窯業技術支援センター	陶磁器製作伝習課程 伝習生(研究生)	1903	10名(10名)	1年(1年)
	美濃焼	多治見市陶磁器意匠研究所	デザインコース・技術コース (セラミックラボ:外国人受け入れ枠あり)	1951 (2015)	20名 (数名)	2年 (1年)
	信楽焼	信楽窯業技術試験場	窯業技術者養成研修(4科)	1973	各若干名	1年
	九谷焼	石川県立九谷焼技術研究所	本科	1984	15名	2年
	山中漆器	石川県挽物職人技術研究所 石川県立山中漆器産業技術センター	基礎コース・専門コース	1997	各5名	各2年
	高岡銅器・漆器	高岡市伝統工芸産業人材育成スクール	金工・漆工の各コース	1909	16名・17名	1年・2年
	香川漆芸	香川県漆芸研究所	研修生	1954	10名	3年
県・教育委員会	輪島漆器	石川県立輪島漆芸技術研究所	専修科(普通研修課程進学用) 普通研修課程:そ地科・きゅう漆科・蒔絵科・沈金科	1967	10名 各5名	2年 各3年
産地組合	会津漆器	会津漆器技術後継者訓練校	漆科・蒔絵科(隔年募集)	1971	3名	2年
	備前焼	協同組合岡山県備前焼陶友会	備前陶芸センター(備前焼技術者研修)	1966	10名	1年
財団法人・社団法人	常滑焼	とこなめ陶の森 陶芸研究所	研修生(外国人受け入れあり)	1983	5名	2年
	飛騨高山家具	飛騨職人学舎		2014	数名	2年
株式会社	飛騨高山家具	森林たくみ塾	制作実習コース	1991	10名程度	2年
	京都	川島テキスタイルスクール	専門コース本科・専攻科・創作科	1973	15名	各1年
まちづくり(株)	豊岡靴	トヨオカカバンアルチザンスクール	専門課程	2014	13名	1年
NPO法人	博多織	博多織技能開発養成学校(博多織DC)	本科	2006	8名	2年

注:訓練・研修期間が1年以上の機関を対象としたが、すべてではない。

資料:公開資料およびヒアリングより作成。

受け入れ定数は数名から20名程度が多く、設立年はもっとも古いのが益子焼産地の窯業技術支援センターの1903年で、多くは第二次世界大戦後すぐの混乱期に設立され、もっとも新しいスクールは豊岡靴産地のトヨオカカバンアルチザンスクールと飛騨高山家具産地の飛騨産業(株)が設立した飛騨職人学舎(ともに2014年開設)である。

このように、①公共職業能力開発施設(旧職業訓練校)、②公設試験研究機関(公設試)、③県・教育委員会はいずれも都道府県が設置、運営しているが、それ以外にも5タイプの設置・運営主体が存在し、この20年の間にいくぶん多様化が進行している。官民あがて人材育成をおこなっている点で、3施設を有する飛騨高山家具産地は稀有といえよう。

以下、大きく分けて公共職業能力開発施設(職能校型スクール)、公設試験研究機関(公設試型スクール)、その他のスクールの3つに分類して、その性質や特徴について概説しよう。なお、ここでは本調査研究事業で対象となった施設の詳細には立ち入らない。

（２）公共職業能力開発施設（職能校型スクール）

公共職業能力開発施設は職業能力開発促進法にもとづいて、国または都道府県によって運営されている人材育成・研修機関で、学卒者、離職者、在職者の職業訓練を比較的安価な受講料で提供する機関である。かつて職業訓練校として知られた施設である。厚生労働省の資料によれば、2024年4月現在、約240ほど存在し、ここで対象となるのは職業能力開発施設（校）のことを指し、全国に146施設が存在する。これ以外には、職業能力開発短期大学校、職業能力開発大学校、職業能力開発促進センター（ポリテクセンター）、障害者職業能力開発校などがある。

厚生労働省は、公共職業能力開発施設の設置・運営について、都道府県に対して地域の実情を踏まえた配慮として、とりわけ専修学校との調整を図ることを依頼している。設置や改廃については地域の専修学校等関係者を含めた協議の場を設けることや、広報活動については新規学卒者のみを対象にしているかのような誤解を招く表現や勧誘、学校教育法に基づく施設と混同されない名称設定などの対処を求めている。

職業能力開発促進法により、これらの施設では出入国管理および難民認定法にもとづく留学または研修の在留資格をもって在留するものに対してのみ、外国人の訓練・研修を受け入れることができる。実際、これらの基準を満たす外国人は非常に少ないため、公共職業能力開発施設ではほとんど外国人の姿をみることはないのが実情である。

職能校型スクールの入校にあたっては、新規高等学校卒業予定者は各自で出願し、離退職者の応募については所管の公共職業安定所（ハローワーク）を通じて各種経費の減免や失業給付の支給しながらの受講可能性といった（セーフティネット）、それぞれに事情に配慮した形で受検に臨む。原則として、高等学校の範囲の国語と数学の基本的な知識を問う学科試験と面接によって選抜される。とりわけ面接での目的意識の確認や修了後のキャリア、やる気や資質といった面が精査され、安易な職業訓練受講給付金の受給目当てなどを回避しなければいけない。

公共職業能力開発施設は地域の産業人材の育成・訓練を使命としているので、地域の実情にあった訓練・研修コースが複数用意されているのが一般的である。現代産業・サービスの基礎を担う上で、機械、電気電子、情報・印刷、建築、自動車整備、美美容などである。表2-6は地場産業産地の業種に限定した一覧表であるが、ここにある北海道立旭川高等技術専門学院や徳島県立中央テクノスクールは地場産業以外にそれぞれ5つの科で人材育成・訓練をおこなっている（表2-7）。

研修・訓練期間は科ごとに1年～2年に設計されており、月曜から金曜まで5日制、年間1,400時間の学科と実技でプログラムが組まれている。徳島県立中央テクノスクールの1年コースにかかる諸経費が極端に安価だが、通常は授業料で年間約20万円程度かかり、2年間コースでは60～80万円ほど受益者負担が発生する。とはいえ、世間一般の専門学校の授業料（百数十万円）などと比べれば、かなりリーズナブルに設定されているといえる。

表 2 - 7 一般的な職能校型スクールの各コース・科の構成および諸経費

施設名	訓練コース・科の構成	諸経費
北海道立旭川高等技術専門学院	システム制御技術科 自動車整備科 印刷デザイン科 色彩デザイン科 建築技術科 *造形デザイン科	2年：60～80万円
徳島県立中央テクノスクール	金属技術科 *木工技術科 機械技術科 電気環境システム科：1年 理容科 美容科：2年	1年：6～8万円 2年：約70万円

注：*印は地場産業の人材育成コース。諸経費には入校料、授業料、教材費などが含まれる。

資料：公開情報より作成。

他方、前掲表 2 - 6 にある東京都立城東職業能力開発センター台東分校、長野県上松技術専門校、岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校はそれぞれ靴、家具・木工、陶磁器に特化した単科制の職能校型スクールである。これらは第二次大戦後すぐからの地域行政や地場産業界との長い歴史的経緯で、そうなっているといえる。

(3) 公設試験研究機関（公設試型スクール）

公設試験研究機関（公設試）は地方自治体によって設置・運営され、地域の産業振興に関わる試験研究や分析、試験機器の開放、技術指導をおこなう機関である。経済産業省や内閣府の資料によれば、公設試は全国に約 300、「公設試保有機器・研究者情報検索システム」対象施設は 151 拠点が存在している。試験研究の対象は工業ばかりに限られず、農産物加工、生理学、食品など多岐にわたっている。比較的多く存在する業種は繊維と窯業で、歴史のある産業が全国各地に存在し、その技術支援を公設試が長く担ってきたことを反映している。その筆頭が益子焼産地（栃木県）の窯業技術支援センター（1903 年開設）で、同センターは栃木県産業技術センターの 1 部門に位置づけられている。

公設試でおこなう一般的なサービスの中心は試験研究や成分分析、評価・解析などであり、人材育成に関してはおもに産業界向けに後継者育成講座やデザイン指導、新製品・新技術の共同研究といった性質のことが多い。したがって、週 5 日、1 年以上にわたる人材育成・研修プログラムをもつ公設試は非常に少なく、産業界や地域の強い要請にもとづいた研修部門を要する公設試は地場産業地域に限られ、特定業種・コースのみの育成・研修機関となっているようである。前掲表 2 - 6 によれば、いずれも陶磁器産地と漆器産地（一部、銅器）ばかりとなっている。それら公設試型スクールでの研修・訓練プログラムの総時間数はおおむね 1,400 時間とされ、これは、公共職業能力開発施設のそれに準じる形に収斂されていったものと推察される。唯一、高岡市デザイン・工芸センターが運営する高岡市伝統工芸産業人材育成スクールは、1 年から 2 年のコース設定ではあるが、週 5 日型プログラムではなく、1 年コースが年 14 回、2 年コースが年 26 回の実習・訓練内容で構成されている。

なお、公設試はその長い歴史のなかで産業や技術の変化、地域産業の変容などによって、その機能や部署が再編成や統合をおこなうところも少なくない（植田・本多編 2006）。また、多くの公設試型スクールが都道府県・市町村といった自治体によって開設される場合が

ほとんどだが、本調査事業の調査対象となった多治見市陶磁器意匠研究所は、多治見陶磁器上絵加工工業協同組合によって 1951 年設立された美濃焼上絵付研究所をその母体として
いる。その後、1959 年に同研究所が多治見市に移管され、現在の多治見市陶磁器意匠研究
所として発足した。

このように所管官庁も機関特性も異なる公設試型スクールは、雇用の安定やセーフティ
ネットといった役割・使命を旨とする公共職業能力開発施設と違い、人材育成・研修の受け
入れに際して各機関ごとに受検内容や受講料などを独自に設定している（表 2－8）。受検
にあたっては小論文や作文、面接を課すところが多く、必要に応じて一般教養や実技、美術・
デッサンなどで一般常識やセンスを評価しているようである。入校後、初年度 1 年間に
かかる費用は年間 20～30 万円で、2 年制コースの場合はその倍となるため、職能校型ス
クールのそれとほぼ同程度か若干安価に設定されているように見受けられる。ただ、なかには
益子焼の窯業技術支援センターと香川県漆芸研究所のように無料の機関もあり、県行政と地
域産業界がかかる当該機関の人材育成・研修と技能の継承への期待の大きさをうかがわせ
る。

表 2－8 公設試型スクールの受検および費用の概要

公設試名	研修期間	試験科目	年間授業料等
窯業技術支援センター（益子）	1年間	小論文・面接	無料
笠間陶芸大学校	2年間	一般教養・実技・面接（小論文）	約33万円
多治見市陶磁器意匠研究所	2年間	基礎学力・面接（小論文）	約28万円
信楽窯業技術試験場	1年間	面接・作文・適性検査	約5万円
石川県立九谷焼技術研修所	2年間	作文・美術・一般教養・面接	約40万円*
石川県挽物轆轤技術研修所	2年間	面接（作文）	約23万円*
香川県漆芸研究所	3年間	小論文・デッサン・面接	無料

注：いずれも基礎・本科などのコースを対象としている。上位コースはこれと異なる。

試験科目の（小論文）（作文）のかっこ書きは事前提出。

年間授業料等は入学金および初年度の授業料の合計（2024 年現在）。

*印は県内応募者の場合で、県外者は入学金が 2 倍となる。

高岡産地については週 1 回の研修が基本となるため、除外した。

資料：公開情報より作成。

公設試型スクールの人材育成・研修機関のいくつかでは、本科・基礎コースを修了した後、
さらに技術・技能・デザイン・作品性の研鑽を積む上位（上級）コースを設置しているところ
もある。益子焼産地の窯業技術支援センター、笠間陶芸大学校、多治見市陶磁器意匠研究
所、石川県挽物轆轤技術研修所、石川県立輪島漆芸技術研修所がそうである。なかでも多治
見市陶磁器意匠研究所は上位コースに外国人特別選考枠を設けている点は強調すべき点と
いえる。これらの特徴は職能校型スクールにはないもので、公設試型スクールに独特の制度

となっている。

いまひとつ、公設試型スクールで特筆すべき点は、数は少ないながらも、修了生や上位コース修了者に対してインキュベーション施設（レンタル工房）を用意・紹介していることである。笠間陶芸大学校は笠間市が運営するレンタル工房に8名程度が3年間入居でき、石川県挽物轆轤技術研修所は所内に2室の工房を2名が3年間の原則で利用できる。また、多治見市陶磁器意匠研究所は市内で廃業した空き工場を貸し出すレンタル・シェア工房の情報を収集し、研修生や修了者に向けて公開・斡旋している。

なお、すでに明らかなように、公設試と公共職業能力開発施設とで重複して同じ地場産業産地で人材育成・研修をおこなっているところは存在しない。自治体が設置・運営しているので当然といえば当然であるが、なかには京焼・清水焼産地のように基本的な人材育成・研修は公共職業能力開発施設、釉薬研究といったより応用性の高い研修制度は本来の公設試である京都市産業技術研究所が担うといった棲み分けしているところもある。

以上、公設試型スクールは公共職業能力開発施設とは異なる特色をもつ産地の人材育成・研修機関ではあるが、それぞれの地場産業産地において数百人から多い場合は1,000人を超える有為な人材を輩出してきた重要な施設である。首長の交代による行政方針・産業政策や社会経済状況、産業の変容などによって自治体財政の影響下に左右される懸念もあるが、公設試型スクールにおける人材の育成と供給、その意義と役割は今後も減じることはないと思われる。

（４）その他スクール（産地組合・株式会社・NPO など）

本調査研究事業の調査先22機関のうち、その半数以上の13が公共職業能力開発施設と公設試とで占められ、これらが中心的な機関であったが、それ以外の9つのスクールについて、ここで簡潔に整理してその多様性を述べておこう。その違いは運営母体と形態にある。

石川県立輪島漆芸技術研修所は、他のスクールと異なり、県の教育委員会所管となっている。それは輪島漆器の伝統的工芸品特性を鑑みて、文化庁による補助と支援を受ける形になっていることにより、ゆえに、公設試型スクールではないという性格である。

つぎに産地組合が運営するスクールが、会津漆器技術後継者訓練校と岡山県備前焼陶友会の技術者研修である。ともに産地組合が中心となって運営する形になったが、当然ながら地元自治体の協力・支援を受けながら教育・研修事業をおこなっており、組合単独での事業ではない。唯一、会津漆器のスクールにおいては、研修生は産地組合加盟事業所の従業員として訓練校に派遣される形となっており（入学金・授業料無料）、会津市はそれにもない訓練生を雇用した事業所に対して月額72,000円の奨励金を支給している（表2-9）。他のスクールのように終了後に進路を決める流れになっていない点に注意を要する。

法人格のある団体としては2つのスクールがあり、とこなめ陶の森陶芸研究所は公益社団法人、飛騨職人学舎は一般社団法人の形態となっており、それぞれ民間企業による寄付や資金提供によって運営されている。前者はLIXIL（旧伊奈製陶株式会社）創業者の寄付によ

って設立され、研究事業からはじまり、現在は研修制度を設けている。後者は飛騨産業株式会社
 会社が設立した一般社団法人で、他のスクールと異なり入寮制、授業料無料、奨学金支給、
 修了後は入社および2年間の就業を課す、入社前職業訓練方式として独特の性格を有して
 いる。

表2-9 その他スクールの試験科目および初年度経費

運営形態	施設名	研修期間	試験科目	初年度経費
県・教育委員会	石川県立輪島漆芸技術研修所	2年	鉛筆淡彩写生、平面・立体構成、面接	28万円
産地組合	会津漆器技術後継者訓練校	2年	一般教養、実技（スケッチ等）、面接	無料
	備前陶芸センター備前焼技術者研修	1年	面接	36万円
財団法人・ 社団法人	とこなめ陶の森 陶芸研究所	2年	適性検査、実技、面接（作文）	24万円
	飛騨職人学舎	2年	適性検査、面接	無料
株式会社	森林たくみ塾	2年	適性検査、課題制作、面接、小論文	22万円
	川島テキスタイルスクール	各1年	面接（作文）	約140万円
まちづくり(株)	トヨオカカバンアルチザンスクール	1年	面接	150万円
NPO法人	博多織技能開発養成学校（博多織DC）	2年	作品提出、プレゼン、面接	90万円

注：試験科目のかつこは事前提出。

初年度経費は入学金、初年度授業料、教材費などの合計。

資料：公開情報より作成。

株式会社形式では、森林たくみ塾と川島テキスタイルスクールがある。森林たくみ塾はオークヴィレッジ（株）の創設者が設立した（株）たくみ塾が運営しており、入塾金は徴収するが授業料は発生しない。研修・訓練は実技ベースで、オークヴィレッジの製品製作を請け負う形でおこなわれ、独立採算で経営されている。企業実務を研修の中心に据えている点は、飛騨職人学舎と共通している部分があるが、修了後の就職や進路は自由かつ自律的に選択できる。それから、川島テキスタイルスクールは(株)川島織物セルコンの関連会社、(株)川島文化事業団が手がける手織りを主体に染織の基礎から専門まで教える教育サービス事業となっている。同スクールは他と異なり、西陣織といった京都特有の伝統工芸技能に特化しているわけではない点や、一部の専門コースでは北欧のテキスタイル文化と技法を学ぶ短期留学制度を設けるほか、逆に海外からの短期受け入れコースを設置して国際交流にも注力している点で特徴的である。同スクールの修了後のキャリアは自由かつ自己選択により、アパレルやインテリア、建築分野などテキスタイルに関わる幅広い分野にまたがっている。

法人形態としては株式会社ではあるが、豊岡市と豊岡商工会議所が主要な株主として設立された豊岡まちづくり株式会社によって運営されているのが、トヨオカカバンアルチザンスクールである。商工会議所構成メンバーの主だったところは産地の製造卸やメーカー、商社であり、修了生の多くはそれらの会社に就職することが期待されているし、実際にそうになっている。産業界は同スクールの実習で多くを必要とする革素材について寄付をおこなっており、公的機関ではないスクール側もありがたく活用し、持ちつ持たれつの関係にある。

唯一の NPO 法人による運営が、博多織 DC（博多織技能開発養成学校）である。同スク

ールは形態こそ特定非営利法人だが、その母体は福岡県と福岡市を中心に、地元企業の賛助も得て運営されている。修了後に独立したひとたちは博多織工業組合に加盟するなど、スクールと修了生、産業界とは非常に密な関係性が構築されている。

最後に前掲表 2－9 にもとづいて、各スクールの試験科目と初年度経費を確認すると、試験科目については前述した 2 タイプのスクールと大きな違いはないが、初年度経費には大きなばらつきをみることができる。石川県立輪島漆芸技術研究所、会津漆器技術後継者育成訓練校、飛騨職人学舎の入学金・授業料は無料となっており、輪島のスクールのみ用具費と教材費が年間 28 万円ほど必要となる。株式会社形式と NPO 形式による運営スクールは初年度経費が高額で、博多織 DC が 90 万円、川島テキスタイルスクールとトヨオカカバンアルチザンスクールがともに約 150 万円と世間一般の専門学校なみの水準に近い。

以上、本調査研究事業の資料収集より、全国各地における地場産業産地の人材育成・研修機関の大きな全体象と大別して 3 タイプの特徴を概観した。公共職業能力開発施設（職能校型スクール）、公設試験研究機関（公設試型スクール）、その他さまざまな運営形態によるスクールは、いずれも地域産業の歴史とともに行政と産業界の協力の下で人材の育成と研修・訓練を担い、技能保有者を労働力として、あるいは、小零細な工房経営者や作家として地場産業に輩出する重要な役割を果たしてきた。

ここでは所管官庁や運営形態、制度的特徴の概観を目的としているので、その教育内容や応募者の出身地や学歴、修了者の就職動向などについての詳細には立ち入らず、次章のケーススタディがそれらを明らかにしている。より個別具体的な内容については、巻末事例集に掲載されている各スクールおよび修了者（会社、工房、個人事業主）のケースを参照されたい。

4. 小括

地場産業産地は産業や業種の特性にともなって若干の違いはあるものの、おおむね、長期的な衰退傾向にある。事業規模の縮小や小零細規模層の廃業、後継者不足、安価な輸入品との競合に直面し、高度な技術やデザイン性、生産と流通の新しい枠組づくりなど、高度な経営感覚と実践力をともなう経営体を中心に存立・存続している状況である。ただ、産業界も地元自治体も手をこまねいてきたわけではなく、さまざまな形態による人材育成・研修機関を協力して設置・運営してきたことはいくら強調してもしすぎることはない。

若干、自省をこめて振り返れば、地場産業研究はその地域・産業の生産・流通構造の変化とその要因分析に関心と議論が強く引き寄せられ、人材育成に十分な視点と配慮を欠いている傾向にあった。しかし、丹念に先行研究レビューをおこなったところ、それなりの研究蓄積が存在し、多くの含意と示唆が提供されていた。そこでは各産地の人材育成・研修機関いわゆるスクールが重要な役割を担っていることが実証され、旧態依然とした徒弟制によ

る育成・研修のしくみはほぼ限界に達してすでに現実的な解とはいえず、スクール制による民主的な研修・訓練制度への移行と運営が中心になると決着が付いていたといえる。ただ、本調査研究事業で実施したように、地域を広く、また、業種も多様に捉えたスクール制の検討や、スクールの運営形態の種類と特性、産地・産業界との関係、次章以降で検討する創業や独立といった産地の新陳代謝との関係など、総合的視点による分析にはおよんでいなかった。ここに、本調査研究事業の意義と特色がある。

具体的には公共職業能力開発施設による職能校型スクール、公設試験研究機関による公設試型スクール、産地組合や株式会社をはじめとしたさまざまな運営形態によるその他スクールといった分類で、本章でそれぞれの特性を概観した。そこでは、産地の産業界と自治体、産地組合などさまざまな地域の関係者によって培われ、継続されてきた産地人材の育成と研修・訓練の創意工夫の足跡と今日までの努力が顕現している。ただ、ここでは概要を述べるにとどめ、詳細な分析と記述は次章以降となる。

【参考文献】

- 伊藤 薫（2020）「地方地場産業への他地域からの人材供給—岐阜県飛騨地域の木工産業のケーススタディ—」『中小企業季報（大阪経済大学）』2019 No.4
- 植田浩史・本多哲夫編（2006）『公設試験研究機関と中小企業』創風社
- 岡田賛三（2017）『よみがえる飛騨の匠 地場産業を復活させる6つの改革』幻冬舎
- 糸野博行編（2010）『産地の変貌と人的ネットワーク 旭川家具産地の挑戦』御茶の水書房
- 須山 聡（2004）『在来工業地域論 輪島と井波の存続戦略』古今書院
- 関根靖浩（2016）「伝統的工芸品産地の産業集積としての特徴と課題：丹波焼産地を事例にして」『経営研究（大阪市立大学）』第67巻第2号
- 全国中小企業団体中央会（2006）『全国の産地—平成17年度産地概況調査結果—』
- 高橋慎二（2013）「東京都台東区・浅草地域の皮革関連産業における新たな動き—若手職人・クリエイターへの支援体制の実際—」『商工金融』第63巻第4号
- 中小企業庁（1999）「平成11年度産地概況調査結果（詳細）」
- 張楓（2012）「高度成長期家具産業における熟練労働者の調達と養成—備後府中産地を事例に—」『歴史と経済』第214号
- 日本政策金融公庫総合研究所（2012）『ものづくり基盤の革新—消費財産業における最近の動向』日本公庫総研レポート No.2012-3
- 日本総合研究所（2016）『全国の産地—平成27年度産地概況調査結果—』
- 初澤敏生（2005）「地場産業産地における革新の特徴—益子陶磁器産地と笠間陶磁器産地を例に—」『経済地理学年報』第51巻第4号
- 初澤敏生（2015）「地場産業のブランド化戦略とその課題」『福島大学地域創造』第27

巻第 1 号

- 林 伸彦（2017）「伝統的工芸品産業における技能継承」『商工金融』第 67 巻第 7 号
- 樋口博美（2017）「伝統的地場産業産地における後継者育成と技能継承（1）—石川県漆器産地の徒弟制度と公的養成制度—」『専修大学人文科学研究所月報』第 290 号
- 前田厚子（2022）「持続可能な創造環境への政策と担い手確保—ガラス・アート・ヒルズ富山とセラミックバレー美濃—」『文化経済学』第 19 巻第 1 号
- 山田幸三・伊藤博之（2008）「陶磁器産地の分業構造と競争の不文律—有田焼と京焼の産地比較を中心として—」『組織科学』第 42 巻第 2 号
- 山本俊一郎（2008）『大都市産地の地域優位性』ナカニシヤ出版

第3章 地場産業の産地における新たな人材の参入とスクールの役割

第2章で指摘したように、地場産業の産地における人材育成の場として、一子相伝方式や徒弟制度の限界が指摘される一方、それらがもつ問題点を打開する人材供給システムとして、スクール制が注目される。一部の地場産業産地においては、職人や後継者の育成、職業訓練や技術・技能教育などを目的とする公共職業能力開発施設や公設試験研究機関などの施設（以下「スクール」）が運営されており、地場産業や産地を支える人材確保・育成の一翼を担っている実態がある。第3章では、本調査研究事業で調査対象としたスクール10校について実態を分析したうえで、産地における役割とその課題について考察したい。

1. 事例からみるスクールの実態

（1）スクールの実態調査

本調査研究事業では、2024年3月から9月にかけて全国の地場産業産地に立地するスクールの調査を行った（表3-1）。調査対象のスクールは、地場産業産地内に立地し、当該産地の地場産業に関する技術・技能の育成を目的として、1年程度以上の研修時間を設定しているスクールから選定した。なお、当該地場産業の従事者を対象とする月数回程度の講座を開催する人材育成・研修機関も一部含んでいるが、本章では便宜上スクールと呼ぶ。調査方法として、調査対象スクールに訪問して、スクール代表者や教育担当者に対して1回2時間程度のインタビュー調査を実施した。スクールの設置目的、教育研修の内容、入校生・修了生の傾向、産地との関係性などの質問項目を設定して、聞き取りを行った。

表3-1 調査対象スクーラー一覧（訪問順）

訪問順	スクール名	所在地	分野
1	岐阜県立木工芸術スクール	岐阜県高山市	家具・木工
2	多治見市陶磁器意匠研究所	岐阜県多治見市	陶芸
3	茨城県立笠間陶芸大学校	茨城県笠間市	陶芸
4	京都府立陶工高等技術専門校	京都府京都市	陶芸
5	北海道立旭川高等技術専門学院	北海道旭川市	家具・木工
6	トヨタカカバンアルチザンスクール	兵庫県豊岡市	製鞆
7	博多織 DC	福岡県福岡市	織物
8	東京都立城東職業能力開発センター台東分校	東京都台東区	製靴
9	高岡市伝統工芸産業人材スクール	富山県高岡市	金工・漆工
10	川島テキスタイルスクール	京都府京都市	織物

資料：筆者作成。

（２）スクールの運営機関

調査対象スクール 10 校について、運営機関、収容人数、就学期間、入学者の属性などを整理したのが表 3－2 である。この内容に基づいて、各スクールの性格について考察する。

まず、スクールの運営機関は、公共職業能力開発施設、公設試験研究機関、その他（民間企業・NPO など）に区分できる。

① 公共職業能力開発施設

公共職業能力開発施設は、職業能力開発促進法（1969 年施行）に基づいて設置され、労働者が段階的かつ体系的に職業に必要な技能や知識を習得することを目指す。国、都道府県、市町村などによって設置されるが、このうち都道府県が設置できるのは職業能力開発校、職業能力開発短期大学校、障害者職業能力開発校である。公共職業能力開発施設は、訓練課程ごとに教科、訓練時間、設備などの事項について、省令または条例によって基準が定められており、それに従って職業訓練を行う。

岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校、北海道立旭川高等技術専門学院、東京都立城東職業能力開発センター台東分校は、それぞれ都道府県によって設置される職業能力開発校にあたる。ただし、公共職業能力開発施設に係る制度ができるより前から、地域や地場産業のニーズに応じて人材育成を担ってきたスクールが多く、制度発足を受けて職業能力開発校に衣替えしたようである。

岐阜県立木工芸術スクールは、1946 年に高山建具工補指導所として開設された。以来改称を重ね、現在は飛騨高山の家具産業を中心に、家具・木工の技能労働者を養成し、産業界と地域経済に貢献することを目的としてきた。

京都府立陶工高等技術専門校は、1946 年に京都府京都陶工補導所として開設された。京都の伝統産業である京焼・清水焼の伝統的作陶技術を習得することが目的である。

北海道立旭川高等技術専門学院は、1945 年に旭川建築工養成所として、戦後復興のため建築分野の訓練を目的に開設された。1946 年には木工科が新設され、1996 年に造形デザイン科に改組された。なお、同校は普通課程として造形デザイン科だけでなく、システム制御技術科、自動車整備科、印刷デザイン科、色彩デザイン科、建築技術科をもつ総合的スクールである。

東京都立城東職業能力開発センター台東分校は、東京都が運営する職業能力開発施設の一つであり、1972 年に開設された。台東区の地場産業である製靴に関する全国で唯一の公共職業能力開発施設である。

② 公設試験研究機関（公設試）

公設試は、地域の中小企業に対する技術相談、技術指導、技術研究などを通じてサポートを行い、依頼試験・分析の依頼に応じ、独自の研究開発を実施する（植田 2006）。公設試は都道府県または市によって運営されるため、運営する自治体の地域産業政策や中小企業支

援政策と密接に連携している。

多治見市陶磁器意匠研究所は、多治見市によって運営される公設試である。1951年に前身の美濃焼上絵付研究所が設立され、1959年に多治見市に運営が移り現在の組織となった。事業として、人材育成、業界支援、依頼試験の三本柱があり、人材育成については1958年に研修生養成制度（2年間）を設けて以来、研修課程を変更しつつ現在に至っている。

茨城県立笠間陶芸大学校は、茨城県によって運営される公設試である。1950年に県内窯業振興と職人養成を目的に茨城県窯業指導所が設置されたが、組織変更によって2016年には茨城県工業技術センター（現茨城県産業技術イノベーションセンター）内の組織として、茨城県立笠間陶芸大学校が開校した。県内の窯業産業支援の一翼を担う機関でもあるため、窯業製品・素材の分析評価、窯業材料などの試験研究も実施している。人材育成に関しては、スクール在校生に限らず、「研修制度（有料）」を設けて技術指導を行っている。

高岡市伝統工芸産業人材スクールは、高岡市デザイン・工芸センターが運営し、運営母体は高岡市である。デザイン・工芸センターは、新クラフト産業・デザインの育成、伝統工芸の保存・継承、デザイン・工芸の啓発・普及を主な事業としている。1909年に高岡物産陳列所として開設されて以来改組を経ながら、高岡市における伝統工芸とクラフトなどに関わる人材育成に長年にわたって取り組んでいる。

③ その他

公共職業能力開発施設または公設試に分類されない運営機関として、民間企業、NPOなどがあげられる。調査対象スクールのうち、トヨオカカバンアルチザンスクール、博多織DC、川島テキスタイルスクールが、その他の分類にあたる。ただし、その他として一括りにするにはあまりに多様であり、運営機関の母体からその性格を考察する必要がある。

トヨオカカバンアルチザンスクールは、豊岡まちづくり株式会社によって運営されている。同社は豊岡市と地元企業が出資する第三セクターであり、豊岡市内のカバンストリートにおいて、スクール（3階）と豊岡鞆ショップ（1階）を併設したトヨオカカバンアルチザンアベニューを運営している。地場産業である製鞆企業、職人育成、そしてまちづくりを結び付ける企業であり、その一環としてスクールを運営している点が特徴である。

博多織DCの運営機関は、特定非営利活動法人博多織技能開発養成学校であり、国や福岡県、福岡市、地元企業からの支援によって運営されている。伝統的工芸品に指定されている「博多織」は福岡県を代表する産品の一つであることから、NPO役員には福岡県知事や福岡市長が名を連ね、織物以外の地元企業も理事に含まれている。地域を挙げた支援を受けているといえる。

川島テキスタイルスクールは、ファブリックメーカーである川島織物セルコン子会社の株式会社川島文化事業団によって運営されている。メーカーによって設立されたとはいえ、全国または海外に対して広く手織り文化を浸透させることを目的として設置されており、必ずしも運営母体となる企業だけへの人材供給を目的としていないことが特徴である。

表 3 - 2 スクール一覧表

	岐阜県立木工芸術スクール	多治見市陶磁器意匠研究所	茨城県立笠間陶芸大学校	京都府立陶工高等技術専門学校	北海道立旭川高等技術専門学校
設立	1946年	1959年	1950年	1946年	1945年
機関	職業能力開発施設	公設試験研究機関	公設試験研究機関	職業能力開発施設	職業能力開発施設
運営主体	岐阜県	多治見市	茨城県	京都府	北海道
年間収容人数	30名	20名（上位コース5名）	12名（上位コース）	やきもの基礎20名・応用10名、絵付10名	造形デザイン科20名
就学期間	1年	2年（上位コース1年）	2年（上位コース1年）	基礎1年、応用2年、絵付2年	2年
地元出身者比率	30～40%	10%程度	約45%（在校生）	23%（2024年度入学者）	75%
産地就職率	46%	72%	87%（在校生）	50%（推計）	82%
男女比	64%：36%	33%：67%	37%：63%（在校生）	23%：77%（2024年度入学者）	68%：32%
29歳以下	64%	ほぼ100%（入所年齢制限）	平均27.9歳（在校生）	57%（2024年度入学者）	50%
修了生総数	1,300人超	1,000人超	約900人（大学校に改編後：90名）	2,000人超	2,200人超
	トヨタカカバベン アルチザンスクール	博多織DC	高岡市伝統工芸産業人材スクール	東京都立城東職業能力開発セン ター台東分校	川島デキスタイルスクール
設立	2014年	2006年	1968年（事業開始）	1972年	1973年
機関	民間企業	NPO法人	公設試験研究機関	職業能力開発施設	民間企業
運営主体	豊岡まちづくり（株）	（特非）博多織技能開発養成学校	高岡市	東京都	（株）川島文化事業団
年間収容人数	13名	8名	金工16名、漆工17名	20名	専門コース本科15名、専攻科15名、創作科15名
就学期間	1年	2年	コースによって1年または2年	1年	本科1年、専攻科1年、創作科1年
地元出身者比率	40%程度（県内）	多数	多くが県内在住者	59%（入学時居住地、都内）	僅少
産地就職率	90%以上	多数	就業者対象	40%	僅少
男女比	50%：50%	約10%：90%	金工6：4、漆工3：7	約50%：50%	ほぼ女性
29歳以下	平均年齢30～32歳	平均年齢35～40歳	30歳代が多い	約4割	20%程度
修了生総数	110名程度	86名	1,212名	895名	10,000人超

資料：筆者作成。

(3) スクール入校者の属性

①入校者の年齢・背景・性別など

表 3 - 3 男女比と 29 歳以下比率

	岐阜県立木工芸術 スクール	多治見市陶磁器 意匠研究所	茨城県立笠間 陶芸大学校	京都府立陶工 高等技術専門校	北海道立旭川高等技術 専門学院
男女比	64% : 36%	33% : 67%	37% : 63% (在校生)	23% : 77% (2024年度入学者)	68% : 32%
29歳以下	64%	ほぼ100% (入所年齢制限)	平均27.9歳 (在校生)	57% (2024年度入学者)	50%
	トヨオカカバン アルチザンスクール	博多織DC	高岡市伝統工芸産業 人材スクール	東京都立城東職業能力 開発センター台東分校	川島テキスタイル スクール
男女比	50% : 50%	約10% : 90%	金工6 : 4 漆工3 : 7	約50% : 50%	ほぼ女性
29歳以下	平均年齢30～32歳	平均年齢35～40歳	30歳代が多い	約4割	20%程度

資料：表 3 - 2 から抜粋。

【年齢】

公共職業能力開発施設および公設試、その他のスクールのいずれも、入校資格は「高等学校卒業もしくはそれと同等以上の学力を有すると認められる者」としているところがほとんどである。実際は、高校を卒業してすぐに入校する者は多くなく、入校者の年齢層には大きなばらつきがある。

表 3 - 3 によると、20 歳代までの入校者の割合が比較的高いのは、岐阜県立木工芸術スクール、北海道立旭川高等技術専門学院、京都府立陶工高等技術専門校、茨城県立笠間陶芸大学校、多治見市陶磁器意匠研究所である。ただし、多治見市陶磁器意匠研究所については、入所資格が「年齢満 18 歳以上 30 歳以下の者、高等学校卒業若しくは卒業見込みの者又は高等学校を卒業した者と同等程度の知識及び技能があると認められる者」と規定しているため、在校生はほぼ 20 歳代となる。木工と陶芸の分野において若い世代が目立つといえる。

【背景】

多くのスクールでは、入校者の平均年齢またはもっとも多い年齢層が 30 歳代である。したがって、多くは前職を経験している者である。学ぶ分野の経験を入学条件にしているスクールはなく、例えば東京都立城東職業能力開発センター台東分校では、サービス業や事務職、義肢装具、修理業などの多様な職歴の者が入校している。逆にほとんどのスクールにおいて、産地企業の後継者の入校は減少傾向にある。

大学を卒業した者、または大学卒業後に職業経験を積んだ者がスクールに入校することも少なくない。特に、美術系大学や専門学校の出身者が入校する場合がある。茨城県立笠間陶芸大学校ではそのような経歴を持つ入学者が 44%に上る。多治見市陶磁器意匠研究所においてもデザインコースと技術コースの入所者の約半数、京都府立陶工高等技術専門校は入校者の 20%前後が、美術系大学・短大の出身者である。他の分野では目立つほどではな

く、陶芸の分野でみられる特筆すべき入校者の特徴といえる。

【男女比】

入校者の男女比は、分野によって傾向の違いがみられる。

木工の分野では男性の比率が高い。岐阜県立木工芸術スクールと北海道立旭川高等技術専門学院の両者において、近年女性の入校者が増加していることで女性比率が上昇している。一方、織物の分野では、女性の比率がきわめて高い。博多織 DC と川島テキスタイルスクールでは男性入校者がいない年も珍しくない。

製鞆と製靴の分野では男女比率が半々である。陶芸の分野では、やや女性の比率が高くなっており、茨城県立笠間陶芸大学校と京都府立陶工高等技術専門校では女性入校者が近年増加傾向にある。

【外国人】

入校者に外国人が含まれることもある。特にコースなどを設けない場合と、外国人向けのコースなどを準備して積極的に受け入れている場合がある。

特に外国人枠を設けていないが、毎年入校希望者がいるのは茨城県立笠間陶芸大学校であり、中国、台湾、韓国からの出願が多い。

外国人枠を設けているスクールとして、多治見市陶磁器意匠研究所がある。上位コースであるセラミックスラボに外国人枠を設けており、台湾、アメリカ、セルビア、フランスなどの出身者が在籍している。母国で陶磁器づくりに携わってきた人が多い。当地域では国際陶磁器フェスティバルを開催してきた歴史があり、海外に美濃の陶磁器の情報を発信するとともに、海外の陶磁器の情報を知るためにも外国人を積極的に受け入れている。

また、川島テキスタイルスクールでは、外国人向けに英語授業のみで構成するコースを設置している。北欧、中国、台湾、オーストラリア、アメリカなどからの出願があり、海外で著名なアーティストが入校することもある。

②入校者の出身地・産地就職率

表 3 - 4 地元出身者比率と産地就職率

	岐阜県立木工芸術 スクール	多治見市陶磁器 意匠研究所	茨城県立笠間 陶芸大学校	京都府立陶工 高等技術専門校	北海道立旭川高等技術 専門学院
地元出身者 比率	30～40%	10%程度	約45% (在校生)	23% (2024年度入学者)	75%
産地就職率	46%	72%	87% (在校生)	50% (推計)	82%
	トヨタカバン アルチザンスクール	博多織DC	高岡市伝統工芸産業 人材スクール	東京都立城東職業能力 開発センター台東分校	川島テキスタイル スクール
地元出身者 比率	40%程度 (県内)	多数	多くが県内在住者	59% (入学時居住地、都内)	僅少
産地就職率	90%以上	多数	就業者対象	40%	僅少

資料：表 3-2 から抜粋。

【地元出身比率】

入校者の地元出身比率が高いスクールは、順に、高岡市伝統工芸産業人材スクール、博多織 DC、北海道立旭川高等技術専門学院、東京都立城東職業能力開発センター台東分校である。

高岡市伝統工芸産業人材スクールは、他スクールとは性格が異なり、在職者訓練・研修を目的とするため地元在住者が多くなる。受講者募集には「高岡市伝統工芸産業に携わる従業員及び従事を希望される方」とあり、高岡市内や富山県内の在住者が多い。ただし、金工の分野においては、鋳造や漆器関連の事業所で働いている従業員が 6 割程度なのに対し、漆工の分野では漆器関連の事業所の従業員は少なく、ほとんどが初心者であるという違いがある。

博多織 DC と北海道立旭川高等技術専門学院は、地元出身者が多くを占める。北海道立旭川高等技術専門学院の場合、出身地域は旭川市および上川管内でほぼ限られている。北海道の場合、旭川以外にも札幌、函館、北見、釧路などに高等技術専門学校が全部で 8 校設置されていることが影響している可能性はある。近年、本州からの入校者は非常に少ない。

東京都立城東職業能力開発センター台東分校は、入校申請時の居住地が東京都内であった者が直近 3 年間で 59%であり、過半数を占める。これに加えて、埼玉県・千葉県など近県のほか、宮城県、岐阜県、京都府、大阪府、岡山県、熊本県といった全国各地からの入校がある。

逆に、地元出身比率が低いスクールは、順に、川島テキスタイルスクール、多治見市陶磁器意匠研究所、京都府立陶工高等技術専門校である。

川島テキスタイルスクールは民間企業が運営しているが、運営する企業は西陣織産地と近接していながらも社内一貫生産を行っている。スクールも特定産地の人材育成を目的としているわけではなく、海外あるいは国内他地域からの入校生を迎えている。

多治見市陶磁器意匠研究所では地元出身者の割合は低下している。約 20 年前は 20 人の

うち4～5人は地元の窯元の後継者であったというが、この10年は地元出身者が毎年1名程度である。京都府立陶工高等技術専門校においても、窯元の減少が影響してか、窯元の後継者の入校は減少している。京都府内出身者は22.9%である。両スクールとも入校定員は満たしており、国内の他地域出身者が入校生の多くを占めている。

【産地就職率】

産地就職率が高いスクールとして、在職者訓練・研修を行う高岡市伝統工芸産業人材スクールを別とすれば、博多織 DC、トヨオカカバンアルチザンスクール、茨城県立笠間陶芸大学校、北海道立旭川高等技術専門学院、多治見市陶磁器意匠研究所があげられる。

博多織 DC は修了生の多くが産地に残るが、まずは入校者に福岡県内や周辺の地域の出身者が多いことが反映していると考えられる。これまでの修了生 86 名のうち 20 数名が独立して工房を開き、約 20 名は福岡周辺の織物メーカーなどに就職している。独立する場合に着目すると、博多織 DC を修了することで博多織手織技能修士を名乗ることができる。さらに伝統的工芸品としての「博多織」を販売するには、博多織工業組合に加入して証紙を貼付する必要がある、それが認められるには福岡市かその近隣地域において製造しなければならない。このような事情も影響し、地元で博多織に関わっている者が多いと考えられる。

トヨオカカバンアルチザンスクールでは、修了生の9割以上が地元企業に就職する。兵庫県豊岡市は日本一の鞆産地として著名であるが、鞆メーカーの多くが人手不足に悩まされている。2023 年度は9名の学生に対して13社の求人があったほどであり、修了生の多くは、産地の鞆メーカーに就職している。一方、独立する者は少なく、独立する場合は豊岡市を離れ出身地で起業している。

茨城県立笠間陶芸大学校では、2023 年度修了生の87%が産地で就職（独立自営・準備含む）している。2022 年度修了生では12名中、2名が内部進学、2名が就職、6名が独立自営（準備含む）となっている。

北海道立旭川高等技術専門学院では、修了生のほぼ全員が旭川市・上川管内の企業に就職する。求人倍率は2倍程度と高い水準である。就職後は、開発担当として活躍することが一般的である。

多治見市陶磁器意匠研究所では、修了生の約75%が美濃焼の産地に留まる。過去5年のデータによるとデザインコースと技術コースの修了生の約半数（42人中22人）は、陶磁器メーカー・商社、その他の陶磁器関連会社に就職し、9名はセラミックスラボ（上位コース）に進学、5名はアルバイトや他業種で働きながら作家活動をしている。

（4）スクールにおけるカリキュラムの特徴

調査対象スクール10校について、カリキュラムの特徴について整理する。カリキュラムの方針は、技術・技能の習得を重視するもの（職人育成型カリキュラム）と、技術・技能習得とともに創造性の涵養を重視するもの（創造力向上型カリキュラム）に大きく分けること

ができるだろう（表3－5）。

表3－5 カリキュラムの分類

職人育成型カリキュラム	創造力向上型カリキュラム
岐阜県立木工芸術スクール 京都府立陶工高等技術専門校 北海道立旭川高等技術専門学院 東京都立城東職業能力開発センター台東分校 トヨオカカバンアルチザンスクール 高岡市伝統工芸産業人材養成スクール	多治見市陶磁器意匠研究所 茨城県立笠間陶芸大学校 博多織 DC 川島テキスタイルスクール

資料：筆者作成。

① 職人育成型カリキュラム

公共職業能力開発施設として運営されるスクールは、職業能力開発促進法にあるように職業に必要な技能や知識の習得が大きな目的であるため、カリキュラムはその方針のもとで編成される。岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校、北海道立旭川高等技術専門学院、東京都立城東職業能力開発センター台東分校がこれにあたる。また、公共職業能力開発施設ではないが、トヨオカカバンアルチザンスクールと高岡市伝統工芸産業人材養成スクールはこれに類するカリキュラムであるように見受けられる。

職人育成型カリキュラムの共通点として、以下が指摘できる。

- 職業上の実技重視
- 品質やコスト、納期への意識付け
- 作品の展示または販売
- 地元産業界からの協力

【職業上の実技を重視】

職人育成型カリキュラムに限らずスクール全般にいえることだが、座学で学ぶ学科に比べて、実技の時間が倍以上設定されていることが特徴である。例えば、東京都立城東職業能力開発センター台東分校では、学科が約3割（456 時限）、実技が約7割（1144 時限）、岐阜県立木工芸術スクールは学科が431 時間、実技は969 時間を要する。

実技には、道具の扱い方や機械操作の方法といった準備過程の理解、加工や組立の技術・技能の習得、さらに設計・デザインの実習といった内容が含まれ、基礎から一通りのプロセスを学ぶことができる。岐阜県立木工芸術スクールと旭川高等技術専門学院では、基礎的な手道具である鉋（かんな）などの管理から始まり、手道具を使った手加工の技能を身につける。そのうえで、機械加工やNC プログラミング技術を習得することになる。京都府立陶工高等技術専門校では、陶磁器の成形・絵付・釉薬・焼成などの一連の基礎的技術・技能や知

識を身につけ、必要な道具は自前で作れるように訓練している。

一方、同じ地場産業・産地にあっても企業によって作業方法や使用機械、ソフトウェアなどが異なることが一般的である。そのため、就職後に各社に対応できるよう教育内容が基礎に重心をおいたものになる。

また、他に類似のスクールがないため、自前で独自の実技科目を組み立てている場合もある。東京都立城東職業能力開発センター台東分校では、製靴に関する教科書は市販されていないため、代々の指導員から受け継がれた「テキスト（指導マニュアル）」を使って指導している。モデルがあったわけではなく独自に作られてきたものである。トヨオカカバンアルチザンスクールでも、靴卸やメーカーで製造経験のある講師が中心となって、独自にカリキュラムを構築してきた。

【品質やコスト、納期への意識付け】

スクール修了後に産地企業への就職を想定する場合、決められた時間内に決められた作業をこなせること、その上で一定の品質を確保できること、あるいはそういった考え方を身につけることが、企業で即戦力として認められるために重要になる。ただし、カリキュラムの中に経営系科目が含まれることは少なく、あったとしても生産に必要な範囲（原価計算、積算など）での知識習得である。

京都府立陶工高等技術専門校では、作品を創作するのではなく、製陶所などで仕事をしていくうえで必要なスキルを身につけることを目指している。制作では、一定の品質で、時間内に決められた量の作業を行うことを意識させている。

トヨオカカバンアルチザンスクールでは、ポーチやショルダーバッグ、トート、リュック、ボストンバッグといった共通課題が与えられるが、1年間で23～24本もの制作をこなすため、一定の期間内に仕上げることを意識させられる。

【作品の展示または販売】

カリキュラム上で制作する製品は、共通課題として与えられるものが多く、各段階で必要な技術・技能を身につけているか確認するためのものである。ただし、カリキュラム終盤にはその集大成として、オリジナル製品に取り組む。オリジナル製品は、スクールが開催する展示会において一般に公開され、販売されることもある。自らの製品が外部から評価されるため、製品のプレゼンテーションについて学ぶ機会になる。

岐阜県立木工芸術スクールは体育館で「技能作品展」を開催し、作品は市民ら500名ほどの来場者に抽選販売される。それぞれのコンセプトや思いが込められたキャプションとともに装飾された作品が一堂に陳列され、顧客の評価を受ける機会になる。京都府立陶工高等技術専門校でも、作品は年度末に展示・即売会にて一般に販売される。

【地元産業界からの協力】

カリキュラムの運営にあたっては、産地から多大な協力を得ていることが多い。講師の派遣、インターンシップや工場見学の受け入れによって授業内容の充実が図られるだけでなく、産業界側にとっても人材ニーズを満たす機会になっている。材料の提供を受けている場合もある。スクールと産地の関係強化が、質的・量的に人材をスムーズに送り出すことに寄与していると考えられる。

旭川高等技術専門学院では、家具および建具の双方の業界から外部講師を招いており、さらに、インテリアコーディネーターや組子の職人、イス張り職人なども来てもらっている。インターンシップの受け入れ先にもなっており、ほとんどの場合、インターンシップ先に就職することが多い。岐阜県立木工芸術スクールでも地元から「現代の名工」認定者やベテラン曲げ木職人、伝統工芸士、製材業者などを外部講師として招いている。

トヨオカカバンアルチザンスクールでは、課題に必要な皮革などはスクールで調達しているが、材料や部品の一部は地元鞆メーカーから提供されるため、入校生は材料費を負担しなくてもよい。

【その他】

技術・技能を磨くための目標設定として、技能五輪全国大会出場を推奨しているのが旭川高等技術専門学院である。1997年の2年制移行時にカリキュラムに取り入れて以来、成績優秀者の北海道代表出場と入賞を毎年記録している。全国大会や国際大会への出場では旭川市、修了生の場合は所属先企業などがさまざまな支援・援助を行っており、スクールと産地が一体となって人材育成に取り組んでいる。

②創造力向上型カリキュラム

基礎的な技術・技能習得を目指しつつ創造性の涵養を重視するものを、創造力向上型カリキュラムと呼ぶことにしたい。スクール修了後の進路として、必ずしも産地企業での就職を企図していないことも特徴であり、教育方針に「自立」や「独立」が含まれることもある。公設試である多治見市陶磁器意匠研究所と茨城県立笠間陶芸大学校、その他の類型である博多織DCと川島テキスタイルスクールがこれにあたると考えられる。

創造力向上型カリキュラムの共通点として、以下が指摘できる。

- 現代的な作品の制作
- 上位コースの設定
- 「自立」に向けた科目

【現代的な作品の制作】

職人育成型カリキュラムとの共通点は、座学で学ぶ学科より実技の時間が多く設定されていること、制作の一連の工程に関する基礎的技術・技能や知識を習得できることである。

ただし、産地で受け継がれてきた技術・技能を身につけるだけではなく、それを活かして現代的な作品を創作する能力の習得を求めているのが特徴である。

多治見市陶磁器意匠研究所の教育課程の方針は、「やきものの特性を着実に踏まえつつ現代性を備えたやきもののあり方を探る」ことであり、「オリジナリティーがあつて、しかもやきものでしか表現できない」作品を生み出す力を身につけることである。茨城県立笠間陶芸大学校においても、「現代陶芸をリードする陶芸家を輩出する産地」と「手作りを基本に日用陶磁器を生産する産地」の両面を併せ持つ陶芸産地を担う人材育成を行うことがコンセプトとなっている。

また、制作した作品は、スクール主催の展覧会やスクール内の常設ギャラリーなどにおいて、一般に公開される場合が多い。上位コースでは、外部の展覧会に出品することも勧められている。例えば、博多織 DC では、博多織工業組合が主催する博多織求評会において新作発表会が行われる。このような作品発表の機会を定期的に設けることで、自分の作品の独自性を意識させつつ、それを一般に広くプレゼンテーションする能力を育成している。

【上位コースの設定】

上述のように、一連の工程に関する基礎的技能や知識を満遍なく学び、そのうえで創作活動を展開することを求めると、1～2年という就学期間は短すぎるようである。また、基礎的技能や知識を身につけさせるには、共通課題を設定しての体系的教育が可能であるが、それぞれが自分のペースで取り組む創作活動には一律の方法を当てはめるのは困難である。したがって、創造力向上型カリキュラムでは体系的教育を主体とする基礎的コースの上に、各自が創作活動に取り組む上位コースを設けている。

多治見市陶磁器意匠研究所は、デザインコースと技術コースは、1年目に共通の実習と講義を通じて基礎的な知識と技術を学び、2年目には応用制作課題と卒業制作を通して制作技術と創造力を養う。上位コースであるセラミックスラボは、世界各地から研究テーマを持った研究生が集い、多様な価値観のなかで創造力を磨く内容である。

茨城県立笠間陶芸大学校では、陶芸科1年目は、導入課題、造形課題、ロクロ課題、石膏課題、意匠課題、釉薬調合、焼成実習、技術講座、教養講座を受け、2年目には、応用課題、ポートフォリオ課題、卒業制作に取り組む。上位コースとしての研究科では、自らテーマを設定しての卒業制作、インターンシップに取り組んでいる。

川島テキスタイルスクールの専門コース本科（1年目）では、染織の技術を体系的に学び、基本技法の習得を目指す。専攻科（2年目）では各自がテーマを設定して作品制作を行い、デザイン力や表現力を磨く。創作科（3年目）では自主的な制作活動によって、自立にむけた土台を作るという流れである。

【「自立」に向けて】

スクール修了後の進路として、産地企業への就職だけでなく、将来的な独立を見越しての

カリキュラムが特徴である。ものづくりの技術・技能だけではなく、作家としての独創性の向上に資する教養的科目や、起業家としてのマーケティング的思考の確立に資する科目が用意されている。ただし、技術・技能習得に関する授業時間に比べれば、これらにかかる時間数はかなり少ない。

博多織 DC のコンセプトは「創造と自立」であり、創造的実践能力を育むことを目指している。入学の要件はとしても「博多織の技術習得意欲ならびに起業家精神に満ち、2年間学業に専念しうる人」となっている。カリキュラムは、総合力（顧客を知り、事業を学ぶ）・基礎力（博多織の伝統技術を学ぶ）・教養力（博多の歴史・文化を学ぶ）の3本柱で、幅広い分野の授業が用意されている。

茨城県立笠間陶芸高等学校の教育方針は、①独立性の徹底（何を表現したいのか、なぜ陶芸なのか、個としてモノをつくる姿勢・考え方を学ぶ）、②専門的な学びの重視（多様な技法や表現から、独自の技法・デザインを確立する）、③広い視野による展開（現代陶芸の潮流や他産地の動向から、広い視野を身に付ける）であり、この方針に基づいた多様な授業が行われている。

2. 産地におけるスクールの役割

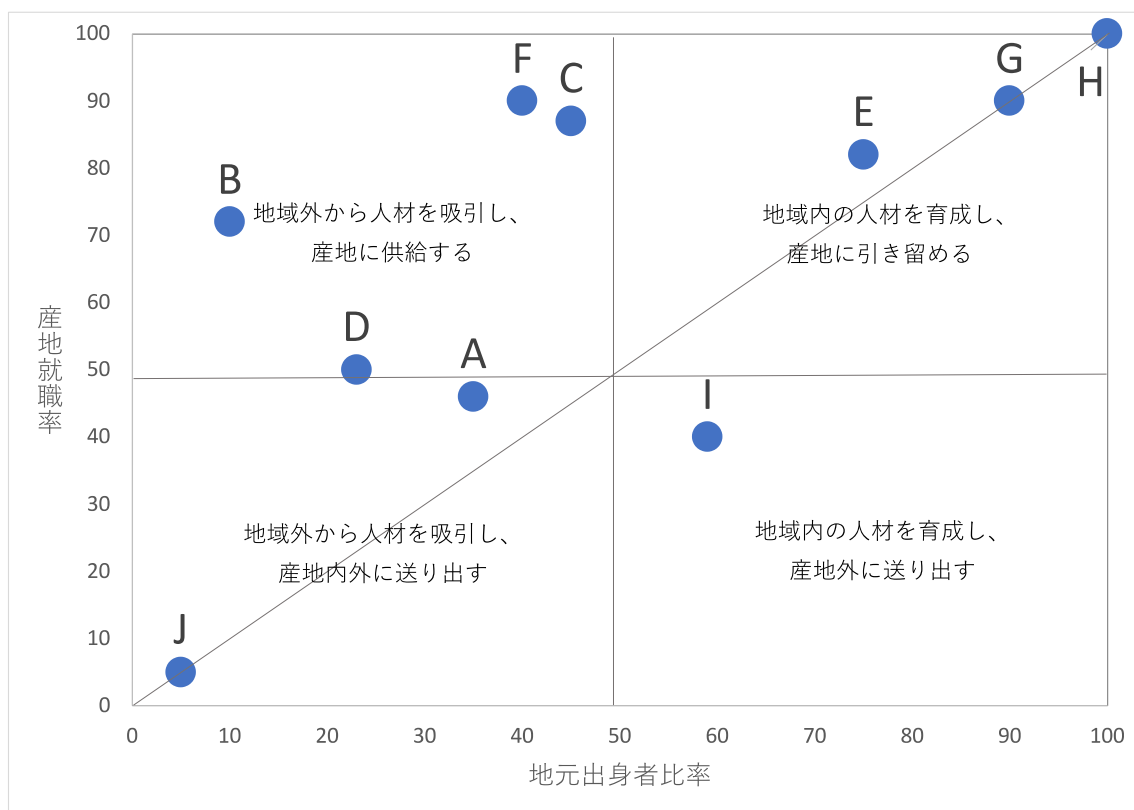
ここまで、本調査研究事業で対象としたスクール10校について実態を整理してきた。スクールの運営機関によって性格は異なるが、それぞれの運営母体の特性を生かした運営が行われていることがわかった。入校者の属性については、スクールや業種によってばらつきが大きいと考えられるが、全体としては地域外出身者を含め多様な経歴をもつ者を受け入れている一方、産地の後継者の割合は減少していることが明らかになった。また、カリキュラムは、修了後の進路を見据えて授業科目が構成されており、職人育成型と創造力向上型に区分してその特徴を把握した。本節では、以上の実態をふまえて、産地におけるスクールの役割について考察する。

（1）産地外からの人材流入窓口

各スクールの地元出身者比率と産地就職率を比較することによって、スクールが産地に対してどれだけ人材を呼び込んでいるのかを推測することができる。

図3-1は、縦軸 y に産地就職率、横軸 x に地元出身者比率を置いた散布図である。 $y=x$ を示す斜線を引くと、それより上方に位置するスクールは、地元出身者比率よりも産地就職率が高いことを示す。すなわち、人材を集めて産地に残すことに貢献しているスクールだといえる。東京都立城東職業能力開発センター台東分校を除くすべてのスクールが、 $y=x$ の斜線よりも上方に位置しており、地場産業や産地に対して人材を供給する役割を果たしていることが分かる。

図 3 - 1 産地就職率と地元出身者比率



凡例	スクール名	凡例	スクール名
A	岐阜県立木工芸術スクール	F	トヨオカカバンアルチザンスクール
B	多治見市陶磁器意匠研究所	G	博多織 DC
C	茨城県立笠間陶芸大学校	H	高岡市伝統工芸産業人材スクール
D	京都府立陶工高等技術専門校	I	東京都立城東職業能力開発センター台東分校
E	北海道立旭川高等技術専門学院	J	川島テキスタイルスクール

資料：筆者作成。

さらに、図 3 - 1 のグラフを 4 つの領域に分けて考察すると、各スクールの役割の違いが浮かび上がる。

右上の領域（産地就職率：高、地元出身者比率：高）に位置するのは、高岡市伝統工芸産業人材スクール、博多織 DC、北海道立旭川高等技術専門学院である。入校者の多くを地元出身者が占め、地元産地で仕事を得るという産地完結型のスクールである。地元人材を育成し、地場産業産地に引き留めるという点で意義があるといえる。

左上の領域（産地就職率：高、地元出身者比率：低）に位置するのは、多治見市陶磁器意匠研究所、茨城県立笠間陶芸大学校、トヨオカカバンアルチザンスクールである。地元出身者は少ないが地域外から人材を吸引し、かつその人材を産地に供給しているスクールであ

る。

左下の領域（産地就職率：低、地元出身者比率：低）には、岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校、川島テキスタイルスクールが位置する。地域外から人材を多く集め、それらの人材を産地内外に送り出すスクールである。産地に対する貢献というよりも、当該産業に関わる人材を広く供給している傾向がある。

右下の領域（産地就職率：低、地元出身者比率：高）には、東京都立城東職業能力開発センター台東分校が位置している。地元出身者（在住者）を、産地外に送り出すスクールである。城東職業能力開発センター台東分校がこの領域にあるのは、東京に立地するため都内居住者の絶対数が多いこと、製靴という公共職業訓練施設では日本唯一のカリキュラムを有することが理由に考えられる。

（２）カリキュラムが目標とする人材像とその実際

①職人育成型カリキュラムが育成する人材

職人育成型カリキュラムは、主に公共職業能力開発施設として運営されるスクールにおいてみられ、職業に必要な技能や知識の習得に注力することが特徴である。実技科目を重視するとともに、実際の仕事において求められる時間やコストへの意識付けがなされる。基本的にはオリジナル作品の制作よりも、与えられた課題をこなすことでの技術・技能の習得に重きがおかれる。期間終盤になると、総合的な技術・技能の確認手段としてオリジナル作品の制作を行い、外部に向けた展示や販売をして市場と対峙する経験を積ませることもある。これらのカリキュラムは地元産業界からの多大な協力によって充実が図られており、スクールと産業界の密接な協力関係が、実務に直結した能力の涵養につながり、産地と修了生のマッチングにも寄与する。したがって、職人育成型カリキュラムが目指す人材像は、産地企業において（ときに即戦力として）活躍できるものづくり人材ということになるだろう。

実際に、職人育成型カリキュラムを有するスクールの修了生がどのような進路を選択しているのかを確認してみよう。

岐阜県立木工芸術スクールにおける過去５年間の就職率は 98.4% である。求人倍率は 2 倍以上であり、産業界からの期待は高い。約 4 割が飛騨高山地区で就職し、2 割が岐阜県内、県外で就職する者は 4 割程度である。地元メーカーに就職後、経験を積んで独立するケースは少なくないようであるが、修了後すぐの工房設立・独立は非常に困難である。

北海道立旭川高等技術専門学院の修了生への求人倍率は 2 倍程度あり、ほぼ全員が旭川市・上川管内の企業に就職する。トヨタカカバンアルチザンスクールでも、修了生の 9 割以上が地元企業に就職する。

京都府立陶工高等技術専門校は 2023 年度修了生 35 人のうち、就職が 32 人、進学が 3 人であり、就職した 32 人の全員が陶芸関連の仕事に就いている。求人倍率は 1 を上回る。京都府内での就職は 50% 程度であり、残りは全国の陶磁器産地に散らばっていく。修了してすぐに独立する例は少ない。

東京都立城東職業能力開発センター台東分校の修了生は、靴製造業や靴修理業、義肢装具製造業、靴小売業、皮革バッグ・小物製造業などの皮革関連産業へ就職しており、就職先は台東区の企業が多い。近年は製靴業からの求人は減少傾向にあるが、靴修理業からの求人が高まりつつある。独立・自営を行っている者もいるが、多いとはいえない。

以上のことから、これらのスクールはカリキュラムが目標とする人材を育成し、出口として想定される就職先に人材を供給することに成功しているといえる。一方、修了後すぐには独立という道を選択するのが困難であることが示唆され、独立を希望する者が夢を実現するためには、修了後にさらなる経験を積まなければならない。独立を希望する者には、スクールを修了した後にも制作が続けられる環境が必要であり、さらには経営知識の習得、販売先の確保、資金的準備などのためのサポートが求められよう。その場合、スクールだけでなく、産地の企業や公的機関などが連携することが必要だと考えられる。

②創造力向上型カリキュラムが育成する人材

創造力向上型カリキュラムは、基礎的な技術・技能習得を目指しつつ創造性の涵養を重視するものであり、公設試やその他の運営機関によるスクールにおいて主にみられる。地場産業や産地で継承されている技術・技能を学びつつも、その産地の伝統的・象徴的作品よりも、独創的かつ現代のニーズにそった作品の制作を推奨していることが特徴である。技術・技能習得と創造力向上による「守・破・離」を実践するために、基礎的コースと上位コースを分けて設置し、段階的な教育を行っている。また、進路として産地企業での就職だけを想定しているわけではなく、将来的な独立・起業を視野に入れており、時間数としては少ないながらも教養科目やマーケティング系科目をカリキュラムの柱の一つにすることもある。したがって、創造力向上型カリキュラムが目指す人材像は、産地や地場産業において新たな価値を創造する人材ということになる。

創造力向上型カリキュラムをもつスクールの修了生の進路選択について確認してみよう。

多治見市陶磁器意匠研究所では基礎的コースにあたるデザインコースと技術コースの修了生（42人）の約半数は、陶磁器メーカー・商社、その他の陶磁器関連会社に就職する。残りの9人はセラミックスラボに進学、5人はアルバイトや他業種で働きながら作家的活動、3人は異業種に就職した。また、上位コースのセラミックスラボの過去5年の修了生は、43人中13人が陶磁器メーカー・商社、その他の陶磁器関連会社に就職する。15人がアルバイトをしながら作家的活動、9人がセラミックスラボの在籍を延長、6人は他校への進学や異業種へ就職する。全体的な傾向として、陶磁器メーカーに就職する修了生は減少し、半数程度が作家的活動をするようになっている。スクール在籍時から作品を対外的に発表するという作家的活動をする人もおり、作家的活動を始めるまでの期間が短くなっているという。

茨城県立笠間陶芸大学校では、2022年度修了生の12人中、2人が内部進学、2人が就職、6人が独立自営（準備含む）である。就職先としては、窯元や陶芸家のアシスタント、

陶芸教室のインストラクターなどが多い。アルバイトや窯元に勤務しながら、作品を作っている修了生もいる。地元の窯元で採用が減ったこともあり、就職をせずにすぐに作家として独立を目指す者が増えている。

博多織 DC の修了生は全部で 86 人だが、このうち 20 数人が独立して工房を開いている。ただし、一度就職をした後に独立した例が多い。他は福岡周辺の織物メーカーや一般企業に就職している。その他に、上位コースである研究科に進学した者もいる。

川島テキスタイルスクールでは、近年作家として独立したのは数人である。多くは本業を持つかたわらで制作活動が続けているようである。就職する場合、織元からの求人が減少していることもあり、インテリア・建築、アパレル販売などの手織りとは直接関係のない業界へ進むことがある。

以上のことから、職人育成型カリキュラムのスクールに比べて、創造力向上型カリキュラムをもつスクールでは、将来的に独立・自営の道を選択する修了生が明らかに多いことが確認できる。カリキュラムが目標とする人材を育成できているといえる。特に、陶芸の分野においては、スクール修了後すぐに作家的活動を行う者が増加しており、入校時点で明確な将来計画を立てている可能性がある。ただし、独立・自営を選択する背景には、そのような積極的な理由だけではなく、想定していた就職先（産地の窯元や織元）の求人が少なく、やりたいことを続けるためにやむをえず自営を始めるという消極的な動機がうかがえなくもない。

③産地の要望によってカリキュラムを変更した例

産地をとりまく環境変化にともなって、スクールが開設された当時からカリキュラムの方針を変更している例がある。茨城県立笠間陶芸大学校は、職人育成型カリキュラムから現在の創造力向上型カリキュラムに変更している。

伝統的工芸品産業振興協会（2003）によると、茨城県立笠間陶芸大学校の前身である茨城県窯業指導所が開設されたのは 1950 年であり、その目的は地場産業振興と産地後継者の育成である。1955 年頃から非公式に研修生の受け入れを始め、希望者が増えたことで 1974 年に制度化された。2003 年当時、窯業指導所の研修生になるためには、産地の窯元で 1 年以上修行を積むことが条件であった。そして、研修生修了後に窯元に戻り、さらなる指導を受けた後に数年で独立するのが一般的であったようである。窯元での徒弟制に代わって窯業指導所が基礎的技術の体系的な教育を担っており、窯元にとって研修生は、即戦力としての期待もあった。

当時のカリキュラムは、成形、釉薬、焼成、石膏型、商品開発などのコースがあり、期間は 3 ヶ月～1 年であった。釉薬と成形はそれぞれ初心者コースとレベルアップコースに分かれており、成形の初心者コースでは年 6～8 品目の技術習得、レベルアップコースでは商品開発のための課題と自由作品の制作を行っていた。

窯業指導所は、窯元の推薦がなければ入学できないため、入校者は窯元後継者や従業員に

限られていた。地元産業界から、意欲のある人を全国から集めて、職人養成に加えて芸術的な教育にも力を入れていくべきという要望が出されたことをふまえ、2016年に茨城県立笠間陶芸大学校として改称・開校したという経緯がある。

3. スクールが産地に存在する意義

地場産業の産地において、スクールが果たしてきた役割は、第一に地域外からの人材流入窓口である。産地に対する人材供給という意味だけではなく、地域人口の増加に寄与している場合もある。なお、地域外から吸引する力は弱くとも、地域内からの人材流出を留める役割を担うスクールもみられた。第二に、明確な教育方針によって、産地が必要とする人材供給を担っている点である。カリキュラムによって育成する人材像は異なるが、いずれのスクールもおおむね想定されている進路を実現している。産地の構造変化や産地企業の要望を受けて、カリキュラムを変更したスクールもある。

スクールが産地の人材育成・供給という役割を十分に果たしていることが明らかになったが、地場産業や産地に対して与える影響はそれだけではないと考えられる。本節では、産地の持続可能性を高めるという点からスクールが産地に与える影響を考察する。

(1)「学習する産地」の拠点として

①伝統技術の継承と新たな価値の創造

職人育成型、創造力向上型カリキュラムの両者において、その分野における基礎的技術・技能を一通り学ぶことができ、さらに地場産業産地の特色ある技術・技能を身につけることが可能である。初心者から従事者まで幅広く受け入れるスクールは、多くの人に開かれている。スクールによってはフルタイムで学ぶコースだけでなく、働きながら通える短時間コースが用意され、産地の従事者にも学び直しやリスクリングの機会がある。スクールは小規模な産地企業の人材育成にとっても重要な機関である。

特に、公設試によるスクールは、地場産業に関わる研究機関を兼ねている。スクールそのものによる研究活動だけでなく、産地企業やスクール入校生の研究活動を支援することによって産地に新しい価値をもたらし、普及させることができる。

また、創造力向上型カリキュラムのもとで学んだ修了生が、産地や地場産業に対して新たな刺激を与えることもできる。新たなデザインや用途を提案したり、新たな販売方法を考案したりすることはまさにイノベーションといえるが、イノベーションを産地に普及させることで産地を新たな方向に導く可能性がある。既存製品を生産・販売する企業にとって脅威となることはありうるが、新規参入者が補完的なポジションをとれば必ずしも競合するわけではなく、産地全体として市場での存在感を高めることにつながると考えられる。

②修了生によるネットワーク

多くのスクールでは、OB・OG 会のような修了生ネットワークを主体的に組織することはしていないため、スクールが修了生ネットワークの強い結節点として機能することは少ない。ただし修了生は、困ったときにはスクールに相談に訪れたり、スクールが有する人脈を紹介してもらったりしており、修了生にとっての母港としての役割がうかがえる。

例えば、茨城県立笠間陶芸大学校は公設試であるため、修了生が技術相談のために訪ねてくることが多い。東京都立城東職業能力開発センター台東分校においても、修了生が入れ替わり立ち替わり立ち寄って相談をするため、専門指導員が「オアシス」のような機能を果たしているという。博多織 DC においては、修了生による「まゆ姫の夢」プロジェクトは、養蚕・製糸を始めた修了生に対して製織を営む修了生をスクールが引き合わせ、結びつけた例である。

また、歴史のあるスクールでは OB・OG が 2,000 人に上る場合もあり、産地や業界においてそれなりに存在感をもつ人脈となっていることが予想される。スクール修了生であること自体が、産地や地場産業に新たに受け入れられるための潤滑油として機能している。岐阜県立木工芸術スクールでは、修了後も同期生とは同じ釜の飯を食った者同士で横のつながりを維持して刺激し合い、また、先輩後輩とは緩やかながら縦のつながりも形成して、家具・木工業界でネットワークを構築している様子がみられるという。

スクールは修了生ネットワークをマネジメントしているわけではないが、スクールを軸に形成される弱い紐帯が多く、修了生を助け、ひいては地場産業や産地を支えているといえる。

(2) スクールにおける起業教育

これまでみてきたように、スクールのカリキュラムの中心は基本的に技術・技能の習得である。創造力向上型カリキュラムにおいても、基礎的技術・技能習得のうえで創造力を高め、オリジナル作品を制作することが到達点である。学んだものづくりを事業として昇華させ、起業するためのカリキュラムをもつスクールはほとんどなく、経営系科目が設置されている場合でも時間数は多くない。

調査対象スクールのうち、経営系科目が比較的充実しているのはトヨオカカバンアルチザンスクールである。同校では、「カバン商品化現場学習講座」として、経営、管理、ロジスティック、商品企画、ブランディングや広告 PRなどを学ぶ科目があり、製造工程を含むバリューチェーンの全体像を学ぶことができる。博多織 DC でも、「ビジネス基礎」分野として、工房・創業ケーススタディ、テキスタイルビジネス、原価計算、企業・起業実務などを学ぶ科目を用意している。

ただし、経営系科目が少ないからといって、販売や経営、そして起業に関わる知識を学ぶことができないわけではない。各スクールでは修了後を見越して、授業にマーケティングの要素を組み込んだり、学習内容と実務をつなげるためのインターンシップを実施したりし

ている。

京都府立陶工高等技術専門校では、訓練期間の終盤に、作品のデザイン、値付け、そして小売店での販売実習を行い、コスト感覚や消費者の動向などを学んでいる。茨城県立笠間陶芸大学校では、授業のなかで自分の作品をプレゼンテーションして、教員や学生と質疑応答する講評会をしたり、作品をどのように販売するかを学ぶ経営講座を用意したりして、作品を外部に向けて発信するためのトレーニングをしている。

茨城県立笠間陶芸大学校の上位コースである研究科では、インターンシップを実施しており、窯元や販売店でのインターンシップが経営的な知識を学ぶ機会になっている。同校以外にも多くのスクールが、インターンシップや産地企業見学を実施していることが確認できる。

インターンシップや産地企業見学といった産地との交流は、実践的な学習の機会を提供する一方、訪問先で「何を見て、何を学ぶか」は入校生本人の目標や目的意識に依存する。職人を目指す者は現場の技術・技能に着目し、独立・起業を考える者は市場環境やビジネスモデル、経営者の姿勢にも目を向けることになるだろう。現場から何を学ぶかは本人次第であるが、起業を強く希望する者に対して重要な学習機会を提供しているといえる。

さらに、スクールの在校生間におけるコミュニケーションが、将来の起業に対して影響を及ぼしていることが考えられる。一般的な大学や専門学校とは異なり、スクールには多様な経歴や年代の同級生が在籍しており、スクールによっては独立希望者が多くを占める場合もある。志を同じくする仲間が集まり在校中に人間関係を築くことによって、修了後にも情報交換をしたり、仕事を回し合ったり、共同制作や共同展示会を行ったりして助け合っている姿がみられる。スクールで結ばれた人間関係が、産地や地場産業の新規参入者としての生き残りに関わっていることが示唆される。

以上のように、スクールにおける起業教育には科目として可視化されたものだけではなく、スクールという場に参加することで得られる機会や効果が存在すると考えられる。地場産業に関わる仕事につくためには必ずしもスクールに入校する必要はないわけだが、スクールに入校することによって得られる優位性があるといえる。

(3) スクールの安定的運営に向けた課題

地場産業の産地においてスクールが存在する意義として、産地の人材育成・供給という役割を果たすだけではなく、地場産業や産地の持続可能性を高めるために重要な二つの役割を担っていることが考えられる。一つは、スクールが産地でイノベーションを生み出し、普及させるための拠点となっており、その支えとなる修了生ネットワークをつなぐ支援者としての役割を担っていることである。もう一つは、産地や地場産業の新規参入者を増加させるための起業家を輩出する役割である。カリキュラム上は起業に関する科目は少ないが、スクールという場で生じる効果が起業に影響を与えていることが推察される。

したがって、スクールが地場産業や産地に与えている影響は少なくなく、その安定的運営

が重要な課題として浮かび上がる。特に、入校者の確保状況は、スクールまたは設置コースによって大きな差がみられる。志願倍率が数倍に上るため選抜を行うスクールもあれば、定員を満たすことができていないスクールもある。入校希望者数に影響を及ぼす要素は多数あり、その要素が複雑に絡み合っていると考えられるが、以下では3つに整理した。

①地場産業の縮小に関する課題

第2章で述べたように、地場産業の産地は全体的に縮小しており、その原因は消費者ニーズやライフスタイルとの不適合や、輸入品による代替などがあげられる。産地製品の供給の落ち込みが、産地製品と消費者（潜在の入校希望者）との接点を減少させ、産地製品の知名度低下が入校希望者の減少につながる可能性がある。

また、地場産業や産地の縮小は、産地企業の弱体化を意味する。スクールに入校したとしても、就職ができるとは限らない、あるいは就職できたとしても期待した条件ではない（賃金が低いなど）可能性が高ければ、入校希望者の減少を招いてしまう。起業を希望する者の場合も同様であり、当該産地で起業する人が少なくロールモデルが見当たらないようであれば、やはり足は遠のいてしまうだろう。スクールの入校者確保に向けて、修了後のキャリアパスを明確に提示することがまずは重要であると考えられる。

また、修了後の進路として、学んだ技術・技能を活かせる場所を産地内に限らず広く求めることも有効である。東京都立城東職業能力開発センター台東分校では、城東地域の製靴業への就職だけでなく、靴修理業、義肢装具製造業、靴小売業、皮革バッグ・小物製造業などの皮革関連産業にも視野を広げている。さらに、兵庫県豊岡市の靴産地も紹介するなど、修了生の技術・技能を活かせる進路を広く模索している。

②地場産業の新規参入に関する課題

新規参入を困難にさせるような地場産業の特性が、結果として地場産業の入り口となるスクール入校をためらわせる可能性がある。例えば、機械設備や工房などを確保するための初期資金や材料費などの運転資金が高額であり、開業するための最低限の資金準備が困難な場合である。また、社会的分業が高度に発達している地場産業では、その産地の仕組みに深く入り込まなければ事業が成り立たないことがありうるため、何の縁もゆかりもない新規参入者にはハードルが高くなる。

逆にいえば、これらの問題を解決することができれば、新規参入者にとっては追い風である。産地の入り口であり、入校生を産地につなぐスクールが果たすべき役割は大きい。

岐阜県高山市の家具・木工産地では、独立希望者が集まってシェア工房を運営し機械を融通しており、独立に向けた資金準備の一助となっている。また産地組合や産地企業が、独立希望者に対して作品発表や販売の機会を提供している。岐阜県立木工芸術スクールは、このような産地の仕組みに修了生を結びつける役割を担っている。

博多織 DC では、修了生を博多織手機技能修士として認定し、希望者は博多織工業組合に

加入することが可能である。スクールとして修了生が博多織における分業体制に参加できるよう支援をしているのである。また、織物制作には複数の機械を用意する必要があるが、それらを準備できるまではスクールの設備を借りることができる。

このように、当該産地や地場産業に特有の課題を把握し、産地と連携して課題に取り組むことが、スクールの安定的運営に寄与すると考えられる。

③スクール運営上の課題

地場産業や産地における目まぐるしい変化に応じて、カリキュラムは不断の見直しを行う必要がある。茨城県立笠間陶芸大学校は、かつての職人育成型カリキュラムから創造力向上型カリキュラムに変更したが、その背景には産地の人材ニーズの変化があり、産業界からの提言があったことによる。また、技術は日進月歩であり、例えば3Dプリンタなどの新設備やソフトウェアの導入、DX推進といった取り組むべきテーマは日々生まれ、企業の有り様も変わっていく。スクールとして、出口となる地場産業や産地と連携して、そのニーズを常に把握することが期待される。

産地側だけでなく、入校者の希望に応えるカリキュラムを構築していくことも求められる。将来的に就職を希望するのか、独立を希望するのか、さらには作家になるのか、企業を立ち上げるかなどによって必要とされる学習内容は異なるため、出口側のニーズを考慮しつつも入校希望者の要望ともすり合わせていくことが求められよう。一方、競合としての大学・専門学校などが存在するなかで選ばれるために、自らの独自性やポジションを明確にする必要性にも迫られているといえる。

スクールが育成する人材像とカリキュラムの方針、そして出口への展望をリンクさせて発信していくことが、入校者確保に向けた課題であると考えられる。

4. 小括

地場産業の産地における人材育成の場として、スクールへの期待は大きい。本章では、スクールの実態について、本調査研究事業で対象としたスクール10校を分析した。

各スクールは、運営母体の特性を生かした運営が行われており、スクールや業種によってばらつきがあるものの、全体としては地域外出身者を含め多様な背景をもつ者を受け入れていることが明らかになった。入校生のうち産地企業の後継者は減少傾向にあり、スクールが産地外からの人材受入窓口としての性格を強めていることがうかがえる。

次にカリキュラムの特徴を、技術・技能の習得に力を入れる「職人育成型」と、それに加えて創造性の涵養を目的とする「創造力向上型」に区分して把握した。実際に、入校生はそれぞれのカリキュラムが想定する出口（就職、独立など）におおむね送り出されており、産地が期待する人材の育成・供給という機能を十分に担っていることがわかった。なお、カリキュラム上は起業に関する科目は少ないが、スクールという場で生じる人間関係や産地と

の関わりが、修了後の起業家輩出の一助になっていることも示唆された。

実態分析の結果から、地場産業や産地の持続可能性を高めるためにスクールに期待される役割は大きいといえる一方、その安定的運営が課題となっている。入校生の確保状況はスクールによって差がみられるが、スクール単体の問題というよりは、地場産業の産地が抱える課題と密接に関係している。スクールには、地元企業やその組合・団体、自治体との密接な連携のもとで、カリキュラムの継続的な改善、就職や独立といった多様な出口の確保が求められよう。そして地場産業の産地の新たな担い手を送り出し、産地の人的ネットワークを支える組織として、修了生へのソフト・ハード両面での継続的支援を行うことも期待したい。

【参考文献】

- 植田浩史・本多哲夫編（2006）『公設試験研究機関と中小企業』創風社
- 伝統的工芸品産業振興協会（2003）『平成 14 年度伝統的工芸品産地調査・診断事業報告書―笠間焼―』

第4章 スクール修了生における起業活動とエフェクチュエーション

本章では、スクール修了生による起業がどのようなプロセスで行われていたのかを明らかにする。また、その起業プロセスとエフェクチュエーションの考え方を通して、産地における起業のあり方を探求する。まず、前段階として、地場産業の革新的な行動について触れていく。

地場産業を構成する産地企業は、当初革新的な行動に従事していても、老舗的な存在となると、保守的行動をとるようになるケースがあり、経済環境等に対する変化対応力を喪失する（山崎 1977）。産地企業は外部経済の激しい変化によって事業転換や生産体制の変革が求められると、その対応に追いつかないケースは少なくない。変化に対応できず、産地企業が廃業しても、地場産業自体が消滅していない背景には、新たな産地企業が創業していることが考えられる。このようにして、新旧の産地企業が入れ替わっている。

地場産業は、事業転換の歴史を辿っている（山崎 1977）。地場産業が外部環境の変化に適応していく小回り性等を保持し、活用してきたからこそ地場産業として存立できているともいえる。さらに、伝統的な技術をベースに消費者に求められる製品を選択、開発して新しい事業分野を開拓している（山崎 1977）。地場産業は集積地として長年多くの地域特性を利用した製品の製造を行ってきており、それを支えている産地企業同士の企業間関係、労働力等そのものが強みとなっているのである。

つまり、地場産業の産地企業は外部経済環境の激しい変化のなかで、自己革新的な経営行動を行い、新旧の交替を繰り返し、新陳代謝が円滑に行われることで、地場産業の分業構造を変革してきたのである。以下からは、現代における地場産業における新規事業を担っている起業家について、第3章で取り上げられているスクールに関する修了生の活動内容と起業の関係性を掘り下げていく。

1. スクールの修了生における起業の実態

（1）スクールの入校から起業の経緯

本調査研究事業では、スクールの修了生が起業を実現しているケースを発掘してきた。では、スクールに入校前から起業に至るまでの経緯とは一体いかなるものなのか。本調査研究事業では、スクールに入校前、在籍中、修了後のいずれかで起業への想いが芽生えていることがわかっている。

ただ、スクールの在校生は、主に技術・技能を学ぶことを目的としている。スクールのカリキュラムは、起業を前提とした形では展開されていない。では、何故修了生は起業を実現できたのか。

表4-1は、各スクールの修了生に対するインタビュー調査を基に、起業家の属性を示している。起業家は、修了後に大体4～5年ほどで起業していることがわかる。年代については、20代～30代が多い。修了後の進路については、産地メーカーに就職しているケースが

目立っている。また、修了後に就職せずに、起業する者も少なくない。珍しいケースとしては、トヨオカカバンアルチザンスクールの修了生である大塚氏は、そのスクールの社員として就職している。

表4-1 修了生の起業における属性

	企業名	対象者（男女）	年代	スクール 修了年	その後進路	開業
岐阜県立 木工芸術スクール	kino workshop	片岡 清英 氏(男)	50s	1997年	産地メーカー就職	2000年
		片岡 紀子 氏(女)	50s	1995年		
	—	坂本 威竜 氏(男)	40s	2023年	自営・創業準備	準備中
	osio craft	岩田 翔馬 氏(男)	30s	2017年	産地メーカー就職	2022年
多治見市 陶磁器意匠研究所	—	故金 あかり 氏(女)	20s	2020・21年	独立・工房	2021年
	3 RD CERAMICS	土井 武史 氏(男)	30s	2011年	産地メーカー就職	2014年
		長屋 有 氏(男)	30s	2012年	アルバイト・創作	
笠間陶芸大学校	—	増淵 悠颯 氏(男)	20s	2020・21年	向山窯入社	—
	—	金井 春樹 氏(男)	20s	2020・21年	nido3年入居	2024年
京都府立 陶工高等技術専門学校	廻窯舎	多賀 楓夏 氏(女)	20s	2023年	独立・工房	2023年
北海道立旭川 高等技術専門学校	アトラクラフト	荻野 圭一 氏(男)	20s	2018年	産地メーカー就職	2022年
	アド	牧野 博幸 氏(男)	40s	2023年	開業準備	2024年
	トリネコ	倉橋 司 氏(男)	20s	2018年	地元メーカー就職	2024年
トヨオカカバン アルチザンスクール	SHINARI	大塚 浩司 氏(男)	30s	2017年	スクール講師	2022年
東京都立城東職業 能力開発センター 台東分校	Hirose shoe design	廣瀬 友和 氏(男)	30s	2018年	産地メーカー就職	2020年
博多織DC	—	大内田 明子 氏(女)	—	2010年	開業準備	2012年
	—	荒木 希代 氏(女)	—	2010年	開業準備	2010年
	—	西 智子 氏(女)	—	2010・11年	開業準備	2023年
高岡市伝統工芸産業 人材養成スクール	しろがね屋裕翠	中山 裕晃 氏(男)	50s	2005年	—	2007年

注：スクール修了年が2つある場合、後者は「上位コース」修了年のこと。

資料：インタビューにより筆者作成。

入校者は、第3章で詳しく取り上げられているが、各地場産業のものづくりについて、専門指導員のほか熟練した技術・技能を有する外部講師から学びを得ているケースが多い。また、在校生同士の切磋琢磨する現場になっており、人間関係を構築しやすい環境下でもある。そのような環境下では、在校生は技術・技能を学ぶだけではなく、他者とのコミュニケーションを図り、人的ネットワークを築きやすくなっている。スクール内にとどまらず、スクー

ルのカリキュラムの一環でもある産地企業への現場視察、インターンシップ等を通して、産地企業との距離感も縮まっている。

在校生はスクールで学ぶなかで、在校生同士の関係、産地企業の関係といったネットワークが成形され、その延長線上で産地内にある貸し工房を発見し、そこで自分自身の作品を製造しているケースは少なくない。在校生は製造したものをイベント等に出展し、販売している。スクール外での活動は、自らの感性に基づく製造に着手することにつながり、販売活動を通して、市場との接点を持つ機会となっている。また、先輩にあたる修了生（起業している）から声がかかって、仕事の手伝いをする形で、分業を担っていることもある。

このように、修了生は、スクールで身につけた技術・技能をベースに、産地のさまざまな関係者とのネットワークを形成し、人脈を構築しているのである。スクールの修了後は、就職していても、プライベートの時間を使って、貸し工房をベースに小ロットでの自主製造を続けながら、イベントに出展したり、知人からの注文を受けたりしているケースも見受けられた。修了生のなかには、販売がある程度の軌道に乗った後、独立の準備を行っている。限られたケースではあるが、投資に必要な資金は、事業計画書を作成したうえで、国の制度を活用しながら、金融機関から借入れを行っていた。

以上のように、スクールの修了生は、スクールで学んだ環境下で培った人的ネットワークを介して、事業運営に必要な経営資源を獲得し、起業している。本調査研究事業では、独立を考えた時期については、差が生じていることがわかっている。例えば、スクールに入校する前から独立を考えていたケース、スクールに通っている時に独立を考えたケース、スクールの修了し、就職後に独立を考えたケースといった感じである。ここからは、独立を思い立った時期について、入校前、在籍中、修了後で分類したうえで、その経緯をみていくことにする¹。

まずは、入校前に独立を検討していた事例から確認していく。

【入校前に独立を考えていた】

・大学在学中よりタイへの渡航を繰り返し、タイでの滞在を通じて日用品を手作りして自分で直す生活文化や価値観に親しむようになり、タイ人家具職人のところに3ヶ月ほど通うも、それをうまく事業に繋げることができずにいた。帰国後、スクールの存在を把握し、入校後も就職ではなく、独立する決意は固かった。（旭川家具産地：牧野 博幸 氏）

・「自分で何かを作ることができる」、「顧客と直接やりとりできる」という仕事がしたいと希望した時、地元木工芸術スクールがあることを知り、退職して2022年に

¹ 巻末の事例企業で記載されている内容を加筆・修正している。なお、以後の事例をまとめた箇所においても同様である。

入校した。(飛騨高山家具産地：坂本 威竜 氏)

- ・自分の国の文化を守り繋げる仕事がしたいと考えたとき、博多織があることを知った。起業を視野に入れていたこともあり、何年か検討した後に、博多織 DC が開設されたことを知り、36 歳の時に入校した。(博多織産地：荒木 希代 氏)

以上のように、入校前に独立を考えるようになったのは、さまざまな経験を積むなかで、自らの目的を見出し、その目的を達成するための手段として捉えているからである。起業の準備を進めるなかで、スクールの存在を知り、入校の選択に至っている。起業家は、入校から修了後を見据えた展望のなかで、独立を念頭においたうえで、技術・技能を学んでいる。また、在籍中に起業に関連する情報収集を行っているケースもあった。ただ、起業の想いを抱きながら、入校しているが、事業計画について企画・構想を明確に練っているわけではない。

次にスクールに技術・技能を学ぶなかで、独立を検討し始めた事例を確認していく。

【在籍中に独立を考えた】

- ・スクールに在籍中から作家として評判が良く、展示会や個展に出品する流れができつつあった。(美濃焼産地：故金 あかり 氏)

- ・スクールに在籍中に、自分自身の作品造りを行う講義があり、造形へのこだわりを持つことになる。スクール修了後、工房を借り、そこで製造した製品を展示会に出品して、販売の経験を得ている。その後、独立している。(笠間焼産地：金井 春樹 氏)

- ・入校を決めて以後は、靴職人になる、靴業界で起業するというイメージはもって臨んでいたのも、目的意識を高くもち、積極的に学ぶ姿勢で過ごしていた。(東京靴産地：廣瀬 友和 氏)

以上のように、在学中に独立を考えるようになったのは、スクールで学ぶなかでものづくりの探求心に目覚め、オリジナルの製作を迫りたいとの意思が強くなったからである。自らの製品を生み出し、展示会等に出品することで世に認知されていくことになる。起業家は、スクールでの学びを活かして、クリエイティブな発想を育み、ものづくりの奥深さを知ることで、新たなものづくりを探究している。

次に修了後、就職経験を通して、自主製作におけるものづくりに対する想いが強くなったことで、独立を検討し始めた事例を確認していく。

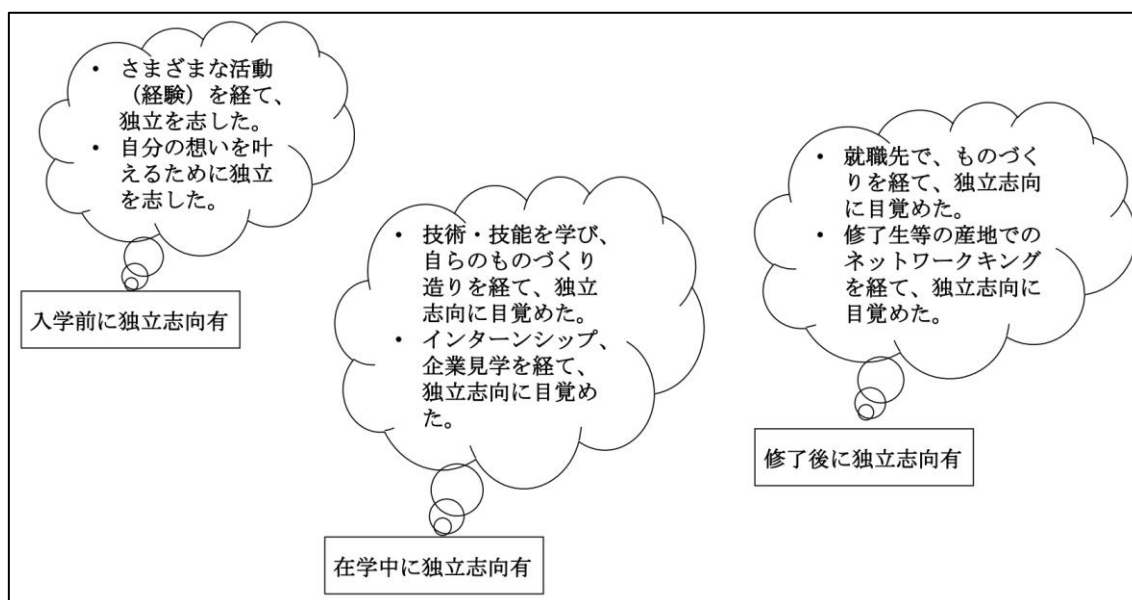
【修了後に独立を考えた】

・スクール修了後、メーカーに就職していたが、自分が考案した製品を製造したいとの思いから、勤務先の作業場を借りて、個人制作を行うようになる。個人制作を行っている、仲間回し（仲間取引）の話が人づてで入ってくるようになり、独立することを決意する。（飛騨高山家具産地：岩田 翔馬 氏）

・スクール修了後、メーカーに就職したものの当初は独立を考えていなかった。メーカーに勤めながら、修了生の先輩（数名）とともに工房をシェアするようになり、自らのものづくりを行うようになり、知人、友人からの注文が入るようになり、独立することになる。（飛騨高山家具産地：片岡 清英・片岡 紀子 氏）

・スクール修了後、メーカーに就職し、勤務しているなかで、会社の研究所に自分の窯を持ち込み、さまざまな製品を製造していた。その後、独立することになる。（美濃焼産地：土井 武史 氏）

図4－1 独立志向の分類



資料：筆者作成。

以上のように、修了後に独立を考えるようになったのは、就職後等でものづくりに携わるなかで、自主制作の願望や現場でものづくりを続けたいという思いが強くなったからである。起業者は働きながらも、自主制作を行う活動を通して、ものづくりに没頭し、生み出された制作物を他者に認められる経験を得ている。貸し工房等を起点として、ものづくりの力を養い、それと同時に自分の制作物に価値を見出しながら、さらなる高みを目指している。

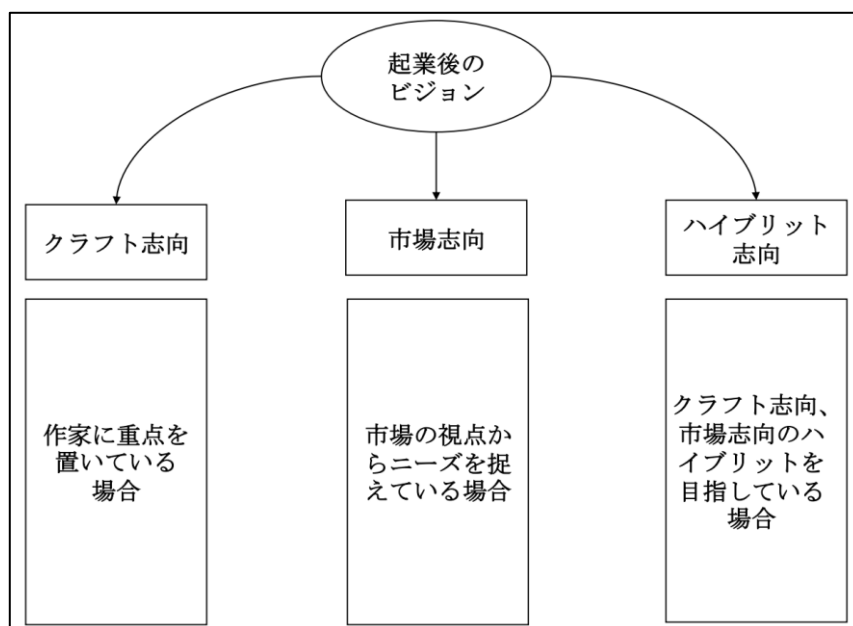
事例を絞りながら、独立に思い立った時期について、3つに分類しながら紹介してきたが、本調査研究事業では、入校前に独立を考えているケースは3件、在籍中に独立を考えているケースは4件、修了後に独立を考えているケースは10件である。総じてまとめると、経験、出会い等を通して独立志向に目覚めているといえる（図4－1）。独立志向の分類では、既述しているとおりスクール修了後に、独立志向に目覚めているケースが目立っていた。産地内のメーカー等に就職し、既製品のものづくりを体験してから、自らのアイデアに基づくものづくりを志向し、独立に至っている。

（2）起業後のビジョンについて

では修了生の起業後におけるビジョン（ものづくりへの想い）については、どのような考え方が存在するのだろうか。本調査研究事業では、起業後に作家としてものづくりを追求する、受託生産等で市場のニーズに合わせた製品（ある程度の量産品）を製造する、作家と製品の中間層を狙うハイブリットを追及する、といった考え方が存在していた。このように、修了生のものづくりのこだわりによって、起業後のビジョンは異なっていることがわかる。

修了生のなかには、事業計画書を作成したうえで、経営を計画的な視点でビジョンを設けている場合もあれば、明確に設けていない場合がある。この違いには、自分自身を作家として捉え、ものづくりに特化している修了生は、そのものづくりの志向についてビジョンが明確化されているものの、経営という視点は乏しい面もある。一方、先ほども述べたが、事業計画書を作成している修了生は、事業方針等を概念的に学び、そのうえで進むべき方向性を定めているケースもある。

図4－2 ビジョンによる志向の違い



資料：筆者作成。

図4-2のように、起業後のビジョンは、作家に重点を置いている場合を「クラフト²志向」、市場の視点からニーズを捉えている場合を「市場志向」、それらのハイブリットを目指している場合を「ハイブリット志向」、に大きく3つに分類することができ、ビジョンの違いにより、事業のあり方に差異が存在している。

各スクールの修了生について、クラフト志向、市場志向、ハイブリット志向といったように、起業者が自ら明確に区分しているわけではないが、ものづくりへのビジョンの差異によって、事業内容も異なる可能性がある。

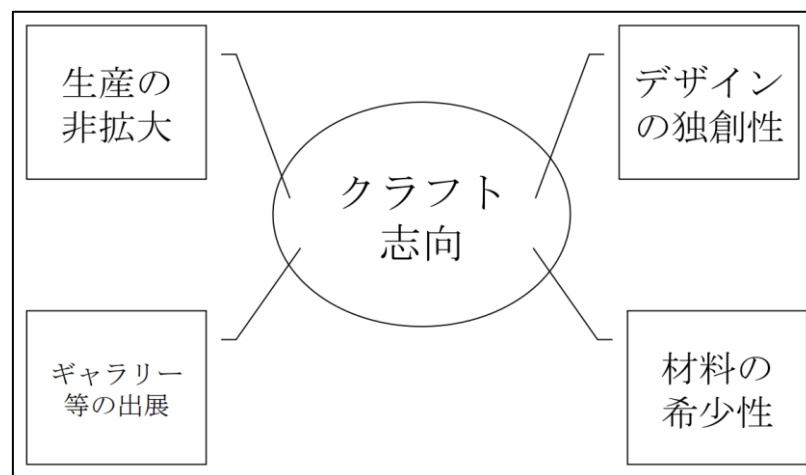
以下からは、起業後の事業内容について触れてみることにする。

【クラフト志向】

・独特の釉薬・配色と手触り・質感（テクスチャー）をほどこした壺や器の作品を生み出している。（美濃焼産地：故金 あかり 氏）

・商品はすべて一品もの（一本づくり）である。ペンの金具は汎用品を仕入れる一方、皮革は東京の卸から1匹（頭）単位で購入し、クロコダイル、フレンチゴート、ガーシヤ（えい皮）、サメ等を使用している。（豊岡鞆産地：大塚 浩司 氏）

図4-3 クラフト志向のビジョン



資料：筆者作成。

以上のように、クラフト志向のビジョンでは、事業内容について特徴が見受けられる（図4-3）。作品（製品）には、個性豊かなデザインを基に、材料にこだわっていることがわ

² 本章では、いわゆる趣味の範疇で制作されたものではなく、高度な技能や技巧に基づいたものづくりを指す。

かる。生産量は、基本的に注文量に合わせて、製造しているため、小ロットである。販売先は、個人、ギャラリー関係者が多いといえる。

次に市場志向について触れていく。

【市場志向】

・オリジナルデザインの家具・インテリア製品等の企画・開発・製造・販売を行う企業の製造拠点から委託される家具部品や店舗什器の委託製造を行っている。(旭川家具産地：荻野 圭一 氏)

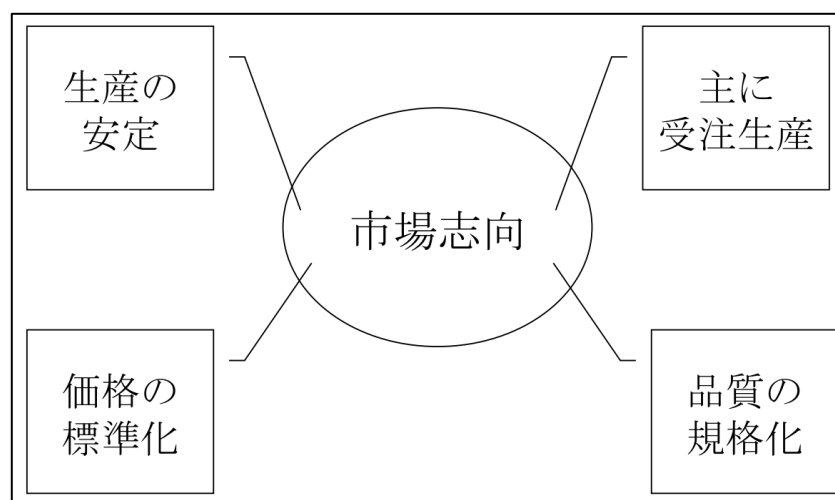
・間屋からテーマ等を提示され、具体的なデザインは考える。(博多織産地：荒木 希代 氏)

・SNS 経由でアプローチしてきた地元の卸業者や雑貨経営店等と取引関係が形成された。食卓を鮮やかに彩るデザインとシンプルで高い機能性を備えた作品で、独自の現代的ライフスタイルを提案している。(京焼・清水焼産地：多賀 楓夏 氏)

以上のように、市場志向のビジョンでは、事業内容について特徴が見受けられる(図4-4)。作品(製品)には、依頼されたコンセプトに合わせたデザインに基づき、生産を行っている。生産量は、受注生産しているため、小ロット～中ロットの範囲となる。販売先は、受注先の企業等が多い。

次にハイブリット志向について触れていく。

図4-4 市場志向のビジョン



資料：筆者作成。

【ハイブリット志向】

・インテリア、キッチン関連の木クラフトを製造している。インテリアは、キャンドルスタンド、フラワーベース等である。キッチンは、コンポート皿、コーヒーメジャースプーン等である。各製品の素材は国内木材にこだわっている。（飛騨高山家具産地：岩田 翔馬 氏）

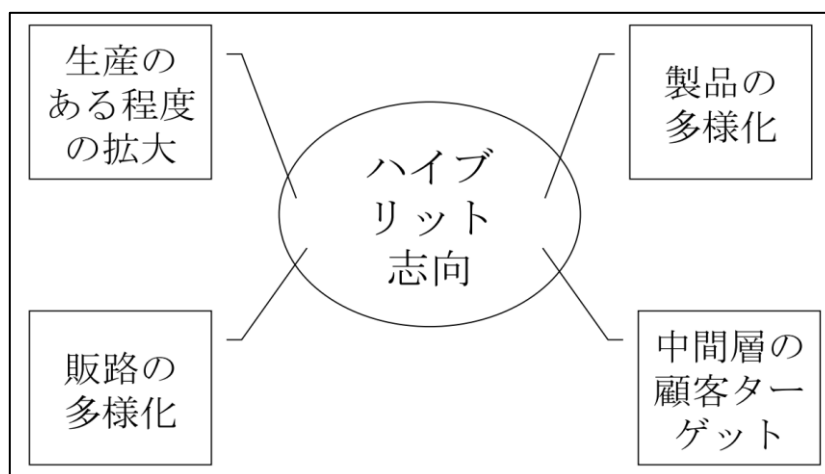
・作家が制作する作品ではなく、メーカーが生産する量産品でもない、第3の位置づけにある製品の製造・販売を目指している。デザインについては、プロダクトデザイナーにはできないものを意識している。実際に土に触れて作っているからこそ発見できる土のおもしろい表情などを製品に活かすようにしている。（美濃焼産地：土井 武史・長屋 有 氏）

・鍛金による銀器の茶道具、装飾品等の製造・販売や彫金・象嵌加工を行っている。また、金属の金具の製造・販売や修理を請け負っている。製造している製品は、手仕事による工芸品が中心である。問屋からの仕事が全体の6割で、2割は金属加工業者や骨とう品店からの修理、1割は文化財（祭屋台、山車等）の修理、残りの1割は、作家としての作品づくりとなっている。

（高岡銅器産地：中山 裕晃 氏）

以上のように、ハイブリット志向のビジョンでは、事業内容について特徴が見受けられる（図4-5）。作品（製品）には、独創性あるいはニーズに合わせたコンセプトに合わせたデザインに基づき、生産を行っている。生産量は、在庫を保持する程度の生産を行っているため、中ロットである。販売先は、セレクトショップ、個人が多い。

図4-5 ハイブリット志向のビジョン



資料：筆者作成。

これまで触れてきたように、クラフト志向のビジョン、市場志向のビジョン、ハイブリット志向のビジョンといった分類をみると、それぞれ事業のあり方が多少異なっている。ビジョンに基づいた作品（製品）は、そのこだわりによって、事業内容に影響を及ぼしている。

（３）起業後の経営状況

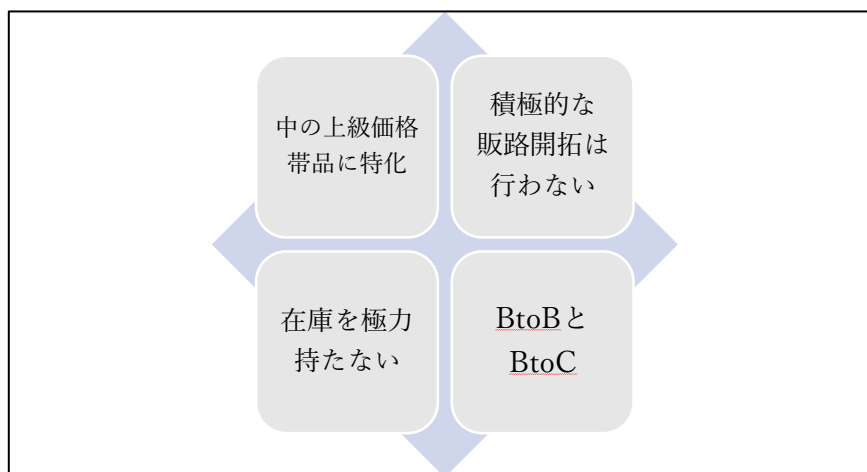
本調査研究事業では、起業後の経営状況についても聞き取りを行っている。売上高については、順調に増加しているケースは少なくなかった。一方で仕事が忙しくなるほど、人手不足の懸念が生じている実態がある。

起業後は、従業員を雇用せずに、事業を行っており、当面は１人で回せていた仕事が回らなくなった際に、仕事を手伝ってくれる人材を探す必要がでてくる。人材探しには、スクールの在校生、修了生に声をかけているケースがあった。

次に販路開拓については、SNS 上で自分の製品についての紹介文を載せることによって、興味関心を寄せてきたセレクトショップの経営者と接点を持ち、その関係者から注文が入っている現状がある。また、そのセレクトショップの経営者からの紹介によって、新たに顧客を獲得しているケースもあった。

以下からは、クラフト志向、市場志向、ハイブリット志向のビジョンに基づいた経営活動について触れていく。作家志向の経営状況については図４－６のような特徴がみられる。

図４－６ クラフト志向の経営状況



資料：筆者作成。

価格帯については、「中の上」級品の部類といえる。販路開拓については自ら営業を行うようなことはせずに、ギャラリー、展示会等のようなところに出品し、気に入る相手がいれば、販売するスタイルである。したがって、起業者は自分の感性に合った顧客を選択することが可能となる。また、納期に関しても無理に急いで間に合わせるのではなく、生産者側の

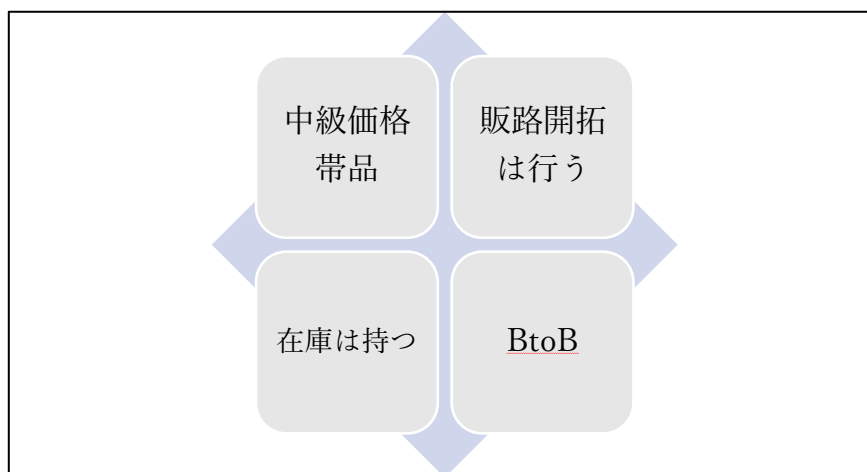
意向に沿って制作を進めている。「以前はギャラリーが作家を選んでいたが、今は作家がギャラリーを選ぶ」という声も聞こえるほどである。

そのような状況で在庫を持つ必要性がないことも多く、在庫を抱えるリスクは必要最小限に抑えることができる。販売先は、ギャラリーを通じた個人、大手企業といった相手が中心となっている。

次に市場志向の経営状況については、図4-7のような特徴がみられる。受注生産が多いため、中級品の価格帯といえる。製品の価格は、自ら設定するのではなく、発注側との交渉によって決まる。販売先に関しては、販路開拓を通じて見つける必要がある。販路開拓の方法としては、産地内でのネットワーキングからの受注、展示会への参加した際に声をかけてもらうといった形が存在する。納期に関しては、発注側の意向もあり、決まった時期に制作する必要がある。

受注生産を中心としているので、在庫を持つことは少ないが展示会で知り合った顧客や小売店から仕事が入った際に迅速に対応するために、ある程度の製品は事前に用意しておく必要がある。

図4-7 市場志向の販路先



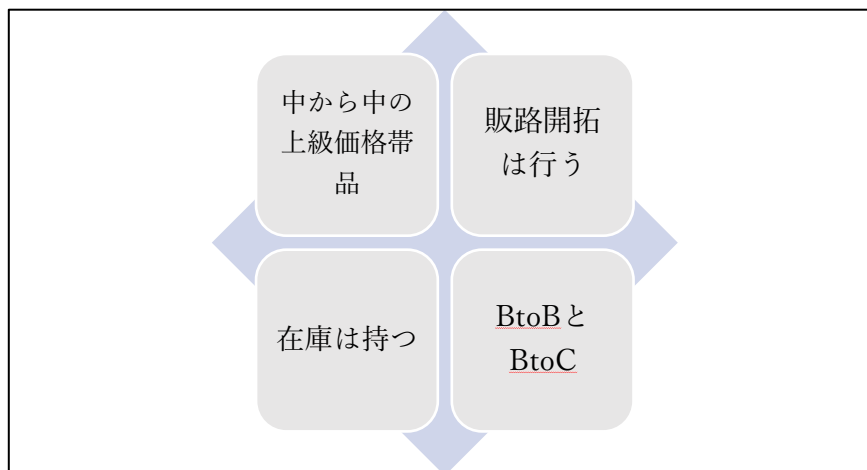
資料：筆者作成。

次にハイブリット志向の経営状況については、図4-8のような特徴がみられる。製品の多様化によってものによる値段の違いが発生し、中級価格帯から中の上級価格帯といえる。

製品の価格については、一般消費者にニーズに合わせた製品もあれば、一品ものに近い製品もあり、多様な設定となっている。販売先に関しては、小売店、個人といったところが多く、新たな顧客を開拓するために、SNSを活用したりして製品の広告を行っている。

納期に関しては、製品の違いによって異なるが、注文先に合わせて期日を守って製造している。注文に対応するためには、在庫を用意する必要がある、ある程度のニーズを見込んで製造している。

図4-8 ハイブリット志向の販路先



資料：筆者作成。

以上のように、クラフト志向、市場志向、ハイブリット志向の経営状況については、価格帯によって、中級品から中の上級品に分類することができ、それに合わせた販路開拓の方法が異なっている。本調査研究事業では、ビジョンの志向に差異によって、経営スタイルが異なっていることがわかった。ただ、今後起業者のものづくりに対する想いは、経営規模が拡大した場合、変わってくる可能性があり、市場志向がクラフト志向になる場合、ハイブリット志向がクラフト志向になる場合、クラフト志向がハイブリット志向になる場合、といったことは考えられる。

実際にクラフト志向の起業者は、現在は1人で制作しているが、多くのニーズに対応するために人手を増やすことを想定しているケースもあった。その場合、一品モノに近い制作物は、起業者が携わるが、ある程度のデザイン性で対応できるものは、他の人にまかせるといった棲み分けが発生することは想定できる。

（４）産地の起業について

次に本調査研究事業ではスクールの関係者等の紹介を受けて、修了生ではないものの地場産業で起業に至っているケースを確認している。このケースは、地場産業の情報を知り、ものづくりに関心を持ったため、地場産業に飛び込んだ人たちである。具体的には、以下で紹介していく。

【産地の若手を支援する起業】

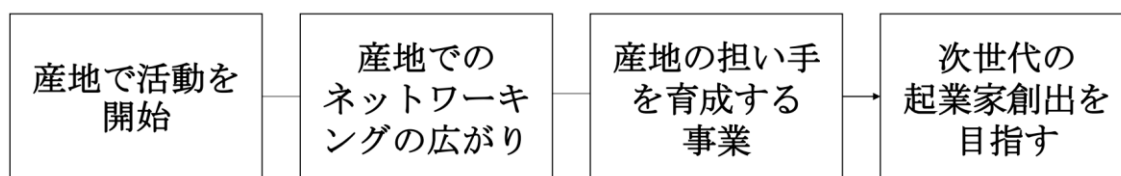
- ・スクールの修了生ではないが、スクールの関係者とのネットワークを築いており、スクールに顔を出したりしていた。スクールの修了生と共に起業して、その会社では経理、販売、広報等の役割を担っていた。その後、会社から離れて、独立し若手の作家等を支援するためのショップ、ギャラリー、シェアハウスを経営している。（美濃

焼産地：花山 和也 氏)

・スクールを修了していないが、勤務先がスクール運営に関わっている縁で、スクール生との接点があった。勤めていた先を退職し、独立している。起業後もスクール生と意見交換しながら、後進の育成を目指した事業を展開している。(豊岡鞆産地：下村 浩平 氏)

以上のように、スクールの修了生ではないが、産地内での活動で出会った地場産業の関係者とのネットワーキングを通して、起業に至っている。特徴としては、ものづくりに関心を持ち、その事業に携わりながら、後進の育成に積極的に関わっている。地場産業に多様な人材を生み出すために、産地の次世代の起業家を支援している(図4-9)。このように、産地での活動を通して、産地の実情を把握し、産地の課題を念頭に置いている。

図4-9 産地の担い手育成



資料：筆者作成。

具体的には、次のような活動をおこなっている。

【事業活動】

・焼き物の未来につながる活動を続けていきたいと考えている。実際に4階建ての空きビルをリノベーションして、多治見焼をテーマとしたショップ、ギャラリー、イベント、製作企画、シェアオフィス等を展開している。また、焼き物の産地として存立していくためには、まちづくりが必要であり、商店街の活性化、行政との協同といった地域全体に関わる活動を重要視している。(美濃焼産地：花山 和也 氏)

・3階建てのビルを購入し、若手等の職人が独立準備できるコワーキングアトリエ(以下、アパートメント)を運営している。アパートメントは、会員制(現在、14名)となっており、月額18,000円に設定されている。会員は、工作機を使用できるだけでなく、アパートメントの1階で自主製造した鞆を店頭販売する権利もある。また、会員は原価計算、マーケティング、失敗談等の経営に関する相談が可能となっている。(豊岡鞆産地：下村 浩平 氏)

本調査研究事業では、産地の起業者はものづくりへの関心がベースにはあるものの、産地の課題に着目し、その課題解決に向けた活動を行っていることを確認できている。特に産地の次世代育成を重視しているケースは注目すべき点であろう。

具体的には、独立志向のある製作者の作業現場を用意し、製品（作品）を展示、販売できる場所を提供していることである。このビジョンに基づく行動は、独立を支援する機能を担う「場」の創出につながっている。スクールの修了生が起業の準備を行うためには、産地内に存在している起業者支援の「場」が必要であろう。

既に触れてきた起業者が次世代の独立志向のある製作者の製品（作品）を展示、販売できる場所を提供しているケースでは、いまだ日の目をみない製品（作品）を流通させるいわゆる問屋の機能を果たしている可能性がある。また、産地の関係団体や商工会議所、地域金融機関等とのネットワークを通して、商店街の空き店舗等を利用して、まちづくりに関する事業を行っているケースもある。

次世代の独立志向のある製作者を支援する事業状況は、徐々にではあるが、軌道に乗り始めている。

2. エフェクチュエーション・アプローチの概要

（1）エフェクチュエーション・アプローチの体系的な議論

スクール修了生による起業の実態について触れてきたが、スクールでは起業に関するカリキュラムを展開していないにもかかわらず、起業に至っていることは決して必然ではない。つまり、起業には、事業計画を作成して、資金等の準備を進めていくことが一般的な行動となるのだが、本調査研究事業では事業計画に基づいていない起業がほとんどであった。

このような起業については、Sarasvathy (2023) では、起業者が未来を予測したり賭けをしたりする必要のない行動様式を規定している、「エフェクチュエーション」を提示している。この行動様式では、起業者によるコントロールできる範囲にあるものや、起業者との協働を望む他者との協働を通して、新事業、さらには新しい市場や新しい未来を共創することになる。

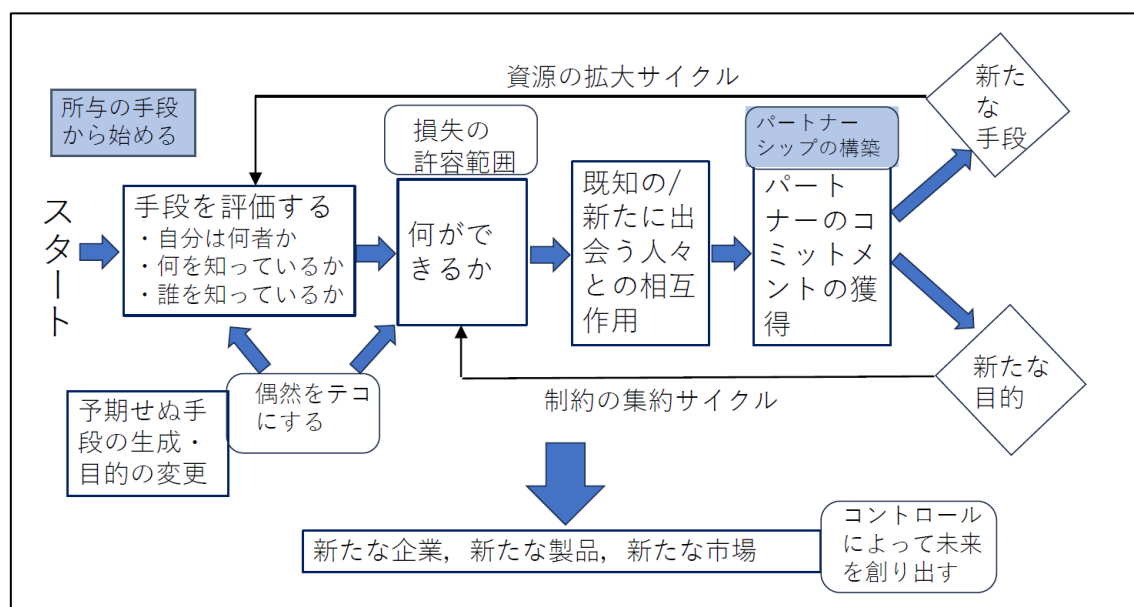
さらに、詳しく述べるとエフェクチュエーションとは、起業者が行う高い不確実性に対して、予測ではなくコントロールによって対処する思考様式のことを指す（図4-10）。コントロールによる未来を創り出すためには、第1に手段を評価し、そのうえで何ができるのかを検討することから考える必要がある。第2に他人との出会いの場を設けて、パートナーシップを構築し、新たな手段や新たな目的をみつけるのである。

本調査研究事業では、産地内でのネットワーキングによって、起業の準備に移行しているケースが多くあり、ネットワーキングは、手持ちのモノを確認することで、ギャップを浮き彫りにしてくれる。起業者はさまざまなイベントで出会う人々とのネットワーキングや、潜在的パートナーとの出会いは、「自分には何があるのか」だけでなく、「自分には何がないのか」、「自分は何を知らないのか、知りたいのか」、「自分は誰を知らないのか、知りたいのか」

を認識することを可能とする（Galkina and Jack 2022）。

本章の前半でみてきたように、実際、今回取り上げた起業家らは自分自身の振り返りを行い、ネットワーキングを通して、ステイクホルダーとの関係を築き、製品・サービスの開発を行い、デジタル・プラットフォームを駆使して消費者に販売している。

図４－１０ エフェクチュエーションにおける概念



資料：吉田・中村（2023）より引用。

（２）エフェクチュエーション・アプローチとベンチャー企業論との対比

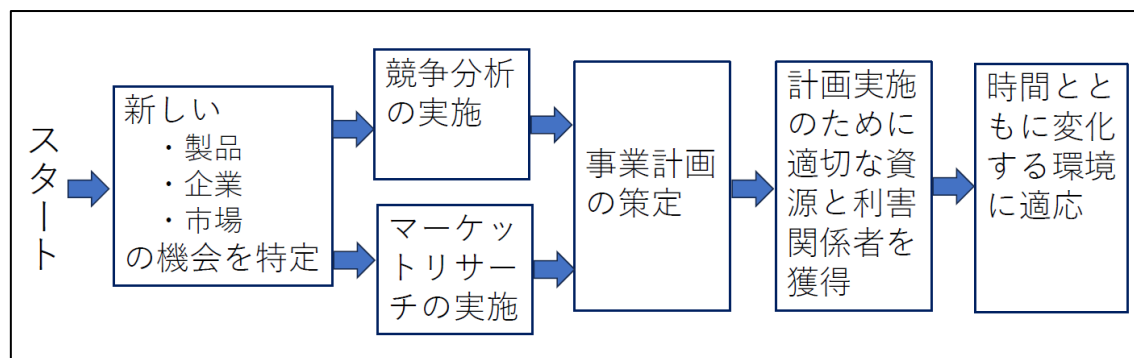
ベンチャー企業論では、図４－１１のように、予測される事態に対して因果推論アプローチで事業計画と意思決定・行動をおこなう起業家像（コーゼーション）を一般的に想定している。一方、エフェクチュエーション・アプローチは、変化が激しい現代社会では短期間で試作品を製作して市場の反応を見ながら改良・改善を進めるといふ、所与の資源や手段を用いて結果を創りだしていくようなアプローチとなる。

つまり、目的に対して最適な手段を追求するコーゼーションのプロセスでは、スタート時点で具体的な目的、すなわちターゲットとする市場が特定されている必要があり、顧客のニーズ、競合する企業や製品・サービスについて分析を行うために、体系的なマーケティング・リサーチが実施され、それをもとに期待利益を予測して、できるだけ正しい戦略計画を策定することが重視される（吉田・中村 2023）。

コーゼーションは、予測に基づいて機会を特定したうえで、成功する見込みの高いプロジェクトに効率的に経営資源を配分することが可能な、合理的なアプローチである（吉田・中

村 2023)。コーゼーションが有効であるのは、企業にとって当初から目的が明確であり、また環境が分析に基づいて予測可能な場合に限られることには注意が必要である(吉田・中村 2023)。

図4-11 コーゼーション（因果論）のプロセス



資料：吉田・中村（2023）より引用。

3. エフェクチュエーション・アプローチによる起業の分析

（1）起業後の地場産業との関係

修了生における起業後の地場産業との関係をみると、産地メーカー等との付き合いが見受けられた。起業後も産地に由来するものづくりを行っているため、地場産業の組合が開催するイベントに参加しているケースも存在した。地場産業の分業構造と修了生の関係については、希薄な部分も見受けられる。従来の地場産業における分業構造を担う形では、修了生は関わっていないといえる。例えば、地場産業の産地企業から生産の一部分について、依頼されて製造していることもあるが、中長期的に継続しているわけではない。

ただ、スクールに在籍している時から、地場産業の関係者との人的ネットワークは築かれており、そのネットワークから仕事の案件は存在する。地場産業は第2章でも触れられているが、従来の社会的分業構造は産地企業の廃業・倒産によって、変容しており維持できなくなっている。その分業構造に空洞ができていた部分を修了生によって、埋められるかは未知数である。在校生へのヒアリングからは、学んでいくうちにメーカーではなく、関連業の会社に就職しながら、自身のものづくりを続けていきたいという声も聞くことができた。修了生のなかには、経営ビジョンと関連しているが、地場産業の維持・発展を望んでいる者もある。地場産業を魅力ある集積地にするためには、産地企業が減少していくとさまざまな特徴のある製品は生まれてこない可能性がある。

産地企業が存立し続けるためには、産地企業は既存製品をベースに市場のニーズに合った新製品開発（ブランド化）を行う必要がある。また、企業間関係においては、産地

企業は、産地外企業と取引関係を構築し、人材、デザイン力等の経営資源を獲得することで製品差別化に至り、存立維持を可能としているケースは存在する。

本章で取り上げた起業者の動きとしては、産地外企業との取引関係ではだけでなく、むしろ従来の産地企業同士の企業間関係を新たに構築しており、その関係のなかで製品差別化を生み出し、自らの存立維持を目指している。

起業者には、図4-12のように産地との関わり方を持つことで、産地の発展について考えている者がいる。以下では、起業者の産地に対する考え方についてまとめている。

【産地のネットワーキング】

- ・企業の枠を超えた若手人材の交流の場が存在しており、積極的に参加して、地場産業での人脈形成を図っている。（旭川家具産地：倉橋 司 氏）

- ・商店街の活性化、行政との協同、多治見商工会議所会員としての活動、セラミックバレー協議会への参画、といった地域全体に関われる活動を重要視している。（美濃焼産地：花山 和也 氏）

- ・産地内に魅力ある職人を多く育成し、OEMに頼らなくても存立できる産地形成を模索している。（豊岡鞆産地：下村 浩平 氏）

【産地の資源を活用】

- ・産地なので材料となる木材や加工のための機械を調達することも容易である。刃物の研磨屋までそろっている。家具生産に携わる人が多いこともあり、製品を見る目が高い人が多い。（飛騨高山家具産地：片岡 清英・片岡 紀子 氏）

- ・産地には製品を製造するための資源が多くあり、例えば人材に関しては、スクールの後輩が存在しており、集中して生産が追い付かない時には、後輩に仕事を発注している。また、スクールの先輩・後輩のネットワークで人材の紹介、仕事の情報を得ることができる。（美濃焼産地：土井 武史・長屋 有 氏）

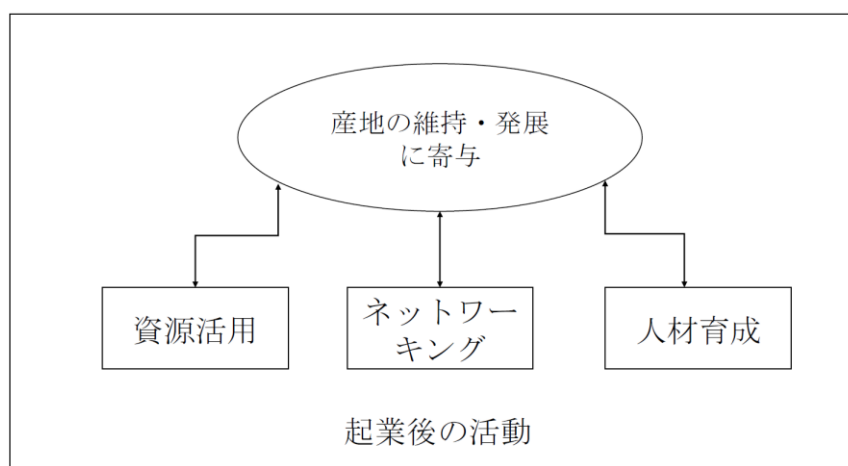
【産地の人材育成】

- ・地場産業の技術を身につけたいと思う人が産地にやってきた際に、担い手を育成したいとの思いから弟子を受け入れている。（高岡銅器産地：中山 裕晃 氏）

- ・若手等の職人が独立準備できるコワーキングアトリエ（アパートメント）を運営している。（豊岡鞆産地：下村 浩平 氏）

以上のように、起業者は産地との接点が多く、産地とは運命共同体のような関係性を保持している。起業者はもともと産地にあるスクールに興味を持ち、その担い手として技術・技能を習得している。起業者は産地が存在していることで、ものづくりが可能となっており、その産地の関係者とのネットワーキングは、必然として捉えることができる。起業者は、産地の衰退は自らのものづくりにも大きな影響を及ぼすと捉えており、今後の産地を維持・発展させていく気持ちは大いに存在している。

図4－12 産地への関り方



資料：筆者作成。

(2) エフェクチュエーション・アプローチから捉えるスクールの効果

スクールは、既述してきたとおり、起業者の育成を主な目的として、カリキュラムが組まれているが、修了生はスクールで培った経験を基に独立していることは明白である。第3章でも指摘されているが、スクールでは在校生に技術・技能を学ばせる過程で、何か新しい発想を生み出すための機会を与えている。

以下からは、スクールがもたらす起業者に対する効果についてまとめていく（図4－13）。

【スクールがもたらす効果】

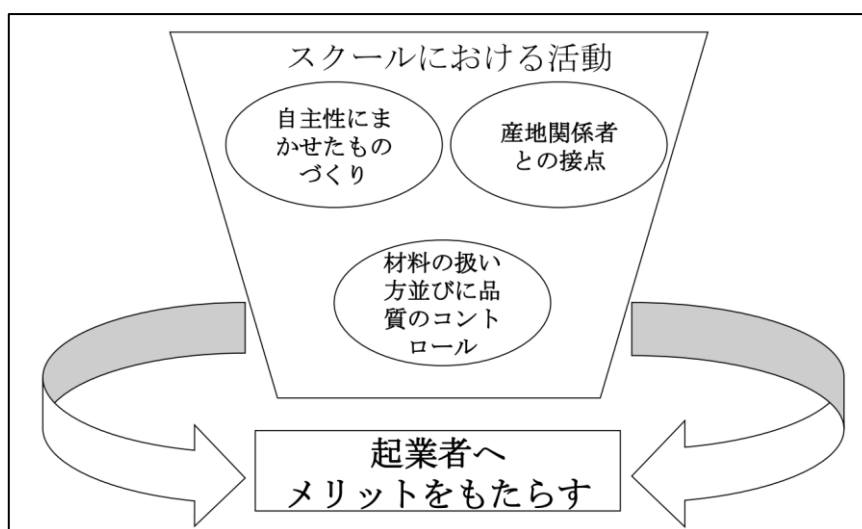
- ①スクールでは、高価な材料を使用するのではなく、地場産業から安価で材料を入手しているケースがあり、損失の許容可能な範囲で行う重要性を教えている。
- ②在校生には自主の感性にまかせた制作を行うカリキュラムも存在する。制作したものが品質等に課題があったとしても、偶発的に良い製品が生み出される可能性もある。
- ③地場産業の関係者とのコミットするカリキュラムを設けている。そのコミットから貸し

工房等の情報を入手し、起業に向けた準備につながっている。

④完成品までの製作期間の厳守できるような指導を行っている。予測可能な品質をコントロールによって、実現できるようになっている。

以上のように、スクールは、修了生の起業までに至る活動に大きな影響をもたらしているのである。起業者の共通している点は、スクールを修了することで、ものづくりの基礎がしっかり身についていることである。ものづくりのこだわりは、自ら生み出すクリエイティブな作品（製品）に関心を持つようになる。そこから産地でのネットワーキングを経て、独立につながっている。もちろん、スクールの修了生がすべて起業家になるわけではないが、スクールは起業を実現するための起点となっている可能性が高い。

図4－13 スクールが生み出す起業家へのメリット



資料：筆者作成。

4. 小括

本章では、第3章を踏まえて、スクール修了生による起業のプロセスについて、触れてきた。本調査研究事業ではインタビューした起業者のなかには、スクールを起点に自らの製品を製造、販売に至っていることが明らかになっている。スクール内での学びにとどまるのではなく、貸し工房を探し出し、自己研鑽しているケースが少なくなかった。スクールや貸し工房でできた関係をきっかけに、地場産業関係者との個人と個人のつながりができている。地場産業内でのネットワークは、ものづくりに必要な情報収集にも役立っている。

一方で起業には、経営資源（ヒト、モノ、カネ、情報）が必要であり、ハードルは決して低くない。起業家は、産地関係者を中心としたネットワーキングによって、自分には何があ

るのか、何が必要なのかを把握することにつながり、それらを用意していくことで、おのずと独立につながっている現状がある。

第2章でも触れられているが、地場産業が衰退していると叫ばれているなかで、コーゼーションに基づきながら、市場の成長を見据えた場合、修了生は起業の準備を進めようとは考えないかもしれない。だが、スクールの修了生は、純粋にものづくりに関心があり、自己実現の場として、地場産業を選択している。ものづくりを通して、さまざまな人と出会い、職場や貸し工房で情報収集していることで、独立を志す傾向にある。

第5章では、スクールの運営に関して触れるが、スクールの一部では、入校者が減少している実態もあり、スクールの趨勢によっては、産地の次世代を受け入れる土壌が失われることになるかもしれない。

起業者の地場産業に対する想いは、起業者によって地場産業との関わり方に濃淡はあるものの、地場産業の維持・発展は、自らの製造、販売に影響することを理解している。起業者は地場産業の新たな担い手として、産地で受け入れられており、産地企業との連携も広がりを見せている。今後も産地内における新旧の出会いによる新たな事業創出について、着目していく必要があるだろう。

【参考文献】

- サラスバシー,S.D. (2015、原著 2008)『エフェクチュエーション：市場創造の実効理論』（加護野忠男監訳、高瀬進・吉田満梨訳）碩学舎
- 山崎 充（1977）『日本の地場産業』ダイヤモンド社
- 吉田満梨・中村龍太（2023）『エフェクチュエーション—優れた起業家が実践する「5つの原則」』ダイヤモンド社
- Sarasvathy, S. D. (2023) “Questions worth asking for futures worth making: an effectual approach,” *Small Business Economics*, Vol 61, pp.11-21
- Galkina, T and Jack, S (2022) “The synergy of causation and effectuation in the process of entrepreneurial networking :Implications for opportunity development,” *International Small Business Journal*, Vol 40, pp.564-591

者や親族の入校者数が減少している理由としては、産地の企業数や従業者数が減少していることや、産地企業がスクールに人を送り出す企業体力が低下しているからではないかと思われる。

入校者の属性としては既卒者が中心で、就職先を辞めてスクールに入校しているケースが多い。入校の資格は、「高等学校卒業もしくはそれと同等以上の学力を有すると認められる者」といった条件のスクールが多いが、高等学校の新卒者の入校は少ない。ただし、北海道立旭川高等技術専門学院については、他のスクールと比較すると新卒者の割合が高くなっている。なお、陶磁器関連のスクールについては、美術系の大学や専門学校の出身者の割合が高いことが明らかになった。外国人の入校については、多治見市陶磁器意匠研究所（以下、「意匠研」とする）では上位コースに外国人特別選考の枠が設けられていたり、川島テキスタイルスクールでは外国人向けの英語で授業が実施されるコースが設置されるなど、積極的に受け入れているスクールもある。また、上述のように、笠間陶芸大学校のように、特に外国人の入校枠を設けていなくても受け入れているスクールもみられる。

次にスクールに注目すると、施設の形態としては、公共職業能力開発施設と公設試験研究機関、その他（株式会社やNPO法人その他）に大別される。公共職業能力開発施設として運営されているスクールは、修了生が就職することがもっとも重要な目的となっている。そのため、研修や訓練の内容は、企業に就職して即戦力として働けるスキルを身につけることに重きを置くものとなっている。公設試験研究機関として運営されているスクールも地元の産業界にとって必要な人材を育成している点には違いはないが、企業に就職するだけではなく、独立して作家的な活動をすることも視野に入れた研修や訓練の内容となっている。ただし、公設試験研究機関のスクールであっても、地元のメーカー等に就職する修了生が多く、ただちに作家的な活動をはじめめる人は限られている。

その他の設置形態のスクールをみていくと、人材育成の目的にも違いがみられる。例えば、株式会社川島文化事業団が設置する川島テキスタイルスクールは、必ずしも同事業団の関連会社に就職することを目的とはしておらず、織物における手仕事の文化を継承することを主な目的としている。つまり、自社の人材育成に限定せずに、織物産業を支えていく人材を育成するということである。また、NPO法人の博多織DCは、博多織の伝統技能の継承と新しい博多織の価値創造、次世代の人材育成を目的とするとともに、起業家精神に満ちた人材を募集しており、「創造と自立」を教育のコンセプトに掲げている。博多織DCでは、起業家精神に満ちた人材を募集している点に特徴があり、将来の起業も視野に入れた人材の育成が行われている。

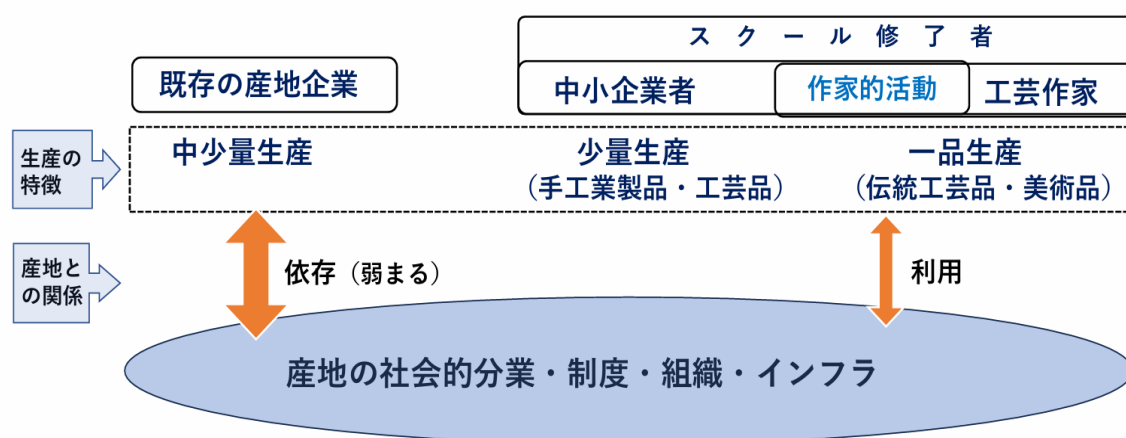
スクールの修了生の多くは、産地のメーカー等に就職している。しかし、メーカー等に就職をした修了生のなかには、自分が理想とするものづくりを続けたいといった理由から、職務時間外の夜間や休日に貸し工房などで作品づくりをしている者もいる。はじめは身近な人から注文をもらったり、展示会に出品したり、イベントで作品を販売したりするうちに、徐々に受注量が増えていくなどして、独立し起業にいたるケースがみられる。

勤務先から独立し起業にいたる準備段階で重要な施設となっているのが、産地の貸し工房である。貸し工房は、廃業した企業の工場や空き店舗などの物件が利用されている場合もあれば、笠間市が設置した **nido**（イタリア語で巣を意味する）や台東区の「浅草ものづくり工房」のような公共の貸し工房もある。多治見では、意匠研が貸し工房の情報を発信している。貸し工房は、産地のインキュベーション施設のような役割を果しており、いわば起業のためのインフラとなっていることが確認できた。

②修了生と産地との関係

次に、スクール修了生の中小企業者や工芸作家と既存の産地企業における生産の特徴や産地との関係を整理する。図5-2は、それぞれの特徴を図示したものである。

図5-2 スクール修了生の中小企業者等と既存産地企業の比較



資料：筆者作成。

これまで、産地において地場産業製品づくりに携わってきた既存企業の多くは、大量生産に対応するために産地の社会的分業の一端を担いながら製品の生産や販売を行ってきた。また、産地組合や商工会議所・商工会等の地元の組織に加盟して、業界の情報を得たり、国や自治体の支援を受けたりしてきた。このような産地の構造は、市場が拡大していく時代において、産地ぐるみで大量生産を実現していくのに適したものであった。しかし、現在は、各企業が受注する数量も減少しており、少量もしくは中量程度の生産に留まっている。また、第2章でも触れたように、産地企業も減少しており、産地内で完結する社会的分業体制を維持することは困難になっている。こうしたことから、既存の産地企業は、産地の社会的分業体制に依存しつつも、依存の度合いは弱まっているといえよう。

一方、スクールを修了し、産地企業に就職した後に、独立して起業をした中小企業者をみると、インスタグラムなどを通して情報を発信し、顧客と直接に結びついて販路を築いてい

るケースが多くみられた。従来の産地企業にみられたように産地問屋を介して製品を販売する者は少なく、自らの製品を気に入って購入してくれた消費者や小売業者と直接取引をしていた。また、産地企業などから発注される仕事を下請として受注するのは、起業当初の運転資金を得る目的に限られていた。そもそも、自分が理想とする製品をつくりたいといった理由から独立した経緯もあり、産地企業の下請として仕事を受注することを望まないものと思われる。

ただし、修了生の中小企業者は産地の社会的分業や制度、組織にまったく関わりがないかといえばそうではなく、加工工程の一部を産地の企業に発注している者もみられる。また、先に述べた貸し工房の利用は、産地のインフラを利用しているともいえる。地元の組織については、産地組合や商工会議所や商工会に加盟している修了生もみられる。しかし、これらの組織だけではなく、スクールの講師や先輩、同級生といったスクール関係者のネットワークからも重要な情報を得ていた。このような点から、スクール修了生の中小企業者は、産地の社会的分業や制度、組織に依存していないものの、必要に応じて利用しているといえよう。

続いて、製品や生産面での特徴を取り上げていく。スクール修了生の中小企業者は、既存の産地メーカーとは異なる、よりこだわりのある製品の生産を目指している。しかしながら、工芸作家が作品として一品生産する伝統工芸品や美術品ではなく、あくまでも一般消費者向けの手工業製品や工芸品として生産される。このような製品の位置づけについては、本調査研究事業でインタビューをした 3RD CERAMICS の経営者の発言が端的に物語っている。具体的には、「作家が制作する作品ではなく、メーカーが生産する量産品でもない、第3の位置づけにある製品の製造・販売を目指している」ということであった。もちろん、作家として活躍することを目指している修了生もあり、事業を営みながら作品展に出展しているケースもみられる。

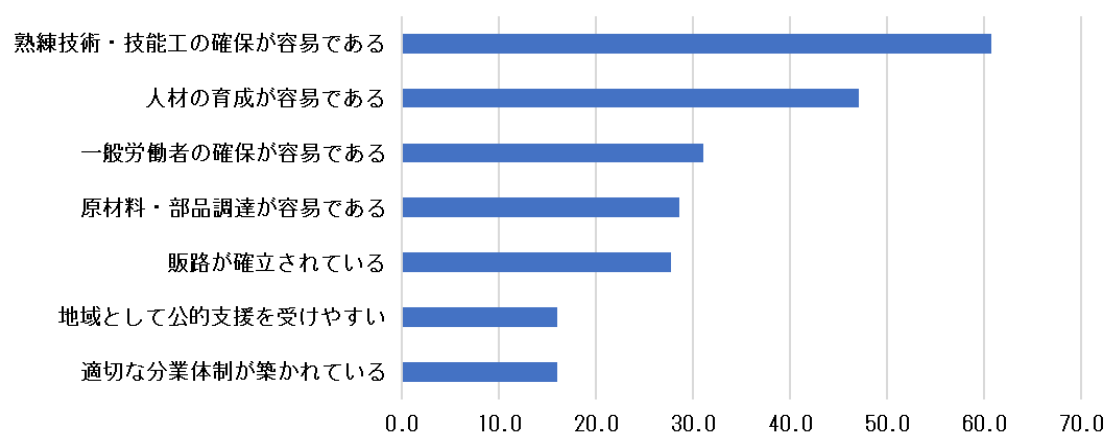
このようにスクールを窓口として産地に参入してきた彼らは、従来の産地企業とは異なる形で顧客とつながりを持ったり、修了生同士のネットワークを構築するなど、産地に新しい動きをもたらしているといえよう。今後、既存の産地企業がさらに減少してくことになる、彼らが産地の新たな担い手になることは十分に考えられるのではないだろうか。少なくとも、スクールを通して産地外から人材を引き寄せて、技術や技能の研修を行い、産地企業で働く職人・労働者のみならず、独立・起業する人材を輩出していかなければ、産地はさらに衰退していくことになる。このような点からも、スクールの重要性は高まっていると考えられる。

（２）産地におけるスクールの再評価

第2章でも言及したように、地場産業の産地において人材の確保や育成が困難になっている。図5-3は、中小企業庁の委託調査として行われた産地概況調査において、「失われつつある集積のメリット」を示したものである。調査が行われた2015年度の段階で、60%を超える産地が「熟練技術・技能工の確保が容易である」という産地のメリットが失われつ

つあると回答している。また、50%弱の産地が「人材の育成が容易である」というメリットも失われつつあると答えていた。従来であれば容易であったはずの産地内での人材確保や人材育成も難しくなっていることを示している。

図5－3 失われつつある集積のメリット （複数回答：％）



資料：日本総合研究所（2016）より作成。

このような状況を踏まえると、産地に人を引き寄せ、人材を育成、供給してきたスクールの役割は決して小さなものではなかったといえよう。しかしながら、現在、国内のあらゆる産業が人手不足に直面しており、地場産業でも人材確保や人材育成は厳しさを増し、技術・技能の承継も一段と危うくなっている。このようなことから地場産業の衰退がさらに進むと、近年の地場産業に対する期待や関心の高まりにも水を差すことになるのではないかと危惧される。

以上のように、産地におけるスクールへの期待は高まっているといえよう。この期待に応えるためには、スクールの安定した運営は欠かせないものである。しかし、入校者が減少傾向にあるなど、将来の見通しに不安を抱えているスクールもみられる。こうしたことから、今後もスクールが安定的に維持運営されていくための課題を整理しておきたい。

（3）スクールの維持運営に向けて

①設置運営主体からの支持

スクールの維持運営にあたって不可欠なことは、設置運営主体から支持が得られていることである。表5－1は、本調査研究事業において調査対象としたスクールである。前述のように、スクールは、公共職業能力開発施設や公設試験研究機関として運営されているものや、株式会社やNPO法人等によって運営されているものがある。

表 5-1 調査対象のスクール

公共職業能力開発施設	北海道立旭川高等技術専門学院、東京都立城東職業能力開発センター台東分校、岐阜県立木工芸術スクール、京都府立陶工高等技術専門校
公設試験研究機関	茨城県立笠間陶芸大学校、多治見市陶磁器意匠研究所、 (高岡市デザイン・工芸センター)
株式会社・NPO法人その他	川島テキスタイルスクール、トヨオカカバンアルチザンスクール、博多織DC

注：本調査事業では、高岡市デザイン・工芸センターはスクールとは位置づけていない。

資料：筆者作成。

このうち、公共職業能力開発施設や公設試験研究機関としてのスクールは、国や地方自治体が設置したものであり、雇用の安定や人材育成・研修といった目的から公的に運営されている。そのため、民間の専門学校などと比較すると授業料も低く抑えられている。授業料の安さは、スクールの入校者にとって魅力の1つになっていると思われる。

ただし、公的に運営されているスクールは、国や地方自治体の方針に少なからぬ影響を受けることになる。スクールが安定的な運営の基盤となる財政措置を得るためには、一定の成果をあげて国や地方自治体から評価されることが必要である。さらに、その背景においては、国民や住民から理解が得られることが不可欠である。

本調査研究事業では、豊岡まちづくり株式会社によって運営されているトヨオカカバンアルチザンスクールやNPO法人によって運営されている博多織DCを取り上げた。前者の運営会社は、豊岡市と地元企業の出資によって設立されている。また、後者のNPO法人は、国や福岡県、福岡市から支援を受けている。いずれも公的な支援を受けて運営されていることを踏まえると、やはり一定の成果をあげて自治体や住民などから支持が得られることが必要である。

スクールの取り組みの成果としては、人材の育成や供給といった点でどれだけ地元の産業に貢献したかということも重要であるが、地域外から人を引き寄せて人口増加につながったのかといったこと、さらには短期間で成果をはかることが難しい起業の件数など多角的な視点からの評価が求められる。多くのスクールが産地外から人材を引き寄せていることや、人材の育成や供給に寄与していることは、第3章において明らかにしてきたところである。

②研修・訓練内容の改善

スクールの維持運営にあたり重要なことは、入校者数を減少させないことがあげられる。そのためには、時代の変化や入校者の希望に適った研修・訓練を実施していくことが必要である。各スクールは、これまでの実績や成果にもとづいて、研修や訓練の内容を定期的に見直し、改善が図られてきた。これらのことを尊重したうえで、本調査研究事業にもとづいて、研修・訓練内容について改善案を提案したい。

第1には、経営に関して学ぶ内容や機会を拡充することである。各スクールに共通していることは、座学よりも実技に多くの時間が割かれていることである。もちろん、ものづくりに必要な技術や技能を身につけることを否定するものではないが、今日、どのようなポジションで仕事をしようとも経営的な知識や感覚が必要だといわれている。しかし、現状では、経営に関連する授業が実施されているスクールは少ない。経営に関連することがカリキュラムに組み込まれている場合でも、原価計算や積算、販売に関するなどが中心である。ただし、経営に関する授業が行われていないスクールでも、インターンシップなどの機会に経営的なことを学んでいるといった指摘もあった。また、在校生が制作した作品を展示・販売するカリキュラムが設定されているスクールでは、このような機会に市場や消費者を意識するきっかけになっている。こうした貴重な機会を活かすためにも、経営に関する基礎的な知識を学ぶことは有効である。

第2には、起業について学ぶ機会をもうけることを提案したい。各地の産地の状況を見わたすと、起業についての知識を学ぶことは、現実的にも重要になっていくと考えられる。産地の企業数が減少傾向にあることは、スクールの修了生にとって就職先が減少していくことを意味している。あるいは、望ましいことではないが、就職先が廃業するなどして、自ら起業することが必要となる場合も想定される。もちろん、本調査研究事業を通して明らかになったように、自分が理想とするものづくりをするために独立し、起業することを希望している修了生もいる。ただし、公共職業能力開発施設として運営されているスクールは、直接的に起業を目指すことは制度的に難しいことも確かである。このようなスクールについては、起業に関する研修の導入や実施については中長期的な検討課題として提案したい。

さらに、起業に関する教育研修の内容としては、従来の経営に関する内容に加え、エフェクチュエーションのプロセスについて取り上げることも検討してほしい。エフェクチュエーションについては、第1章や第4章でも取り上げたので、ここでは表5-2にあるように5つの原則のみを示す。エフェクチュエーションが注目されるようになった背景には、経済や社会の不確実性が高まったことがあげられる。従来の経営学では、不確実性に対処するためにはなるべく多くの情報を収集・分析し、行動を起こす前に最適な計画を立てることが重視されてきた。しかし、不確実性が高まると、このような方法では対応が困難になり、「目的主導」ではなく、何ができるかといった「手段主導」の発想が適していると言われるようになっている（サラスバシー 2015、原著 2008）。

実際に独立・起業をした修了生のプロセスを追っていくと、エフェクチュエーションのプロセスによって説明できる部分がある。例えば、貸し工房でものづくりを続けているうちに、徐々に注文が増えていき、副業的には仕事をこなせなくなり起業にいたったケースがみられた。これらの過程は、できることからスタートし、大きな損失がでないことを見極めて起業にいたったものと説明できる。これらは、事業機会を発見し、それを評価して、経営資源を集め、戦略をたて、組織を構築していくといったアントレプレナーシップ論などで示されている方法とは異なっている（忽那他 2013）。エフェクチュエーションのプロセスは、市

場の先行きが見通せず、小規模な資金と人員で起業し、事業を展開するにあたり至極当然な方法と捉えることもできる。そのため、産地のスクール修了生の起業にいたるモデルとして活用することができるのではないだろうか。

スクールの修了生が活躍の機会を増やすためには、経営や起業に関する内容を座学に盛り込んでいくことが望まれる。また、ものづくりの技術や技能に加え、経営や起業の知識を備えた人材が輩出されることは、産地を活性化するうえでも重要だといえよう。

表5－2 エフェクチュエーションの5つの原則

手中の鳥の原則	「目的主導」ではなく、既存の「手段主導」で何か新しいものを作る
許容可能な損失の原則	期待利益の最大化ではなく、損失（マイナス面）が許容可能かに基づいてコミットする
レモネードの原則	予期せぬ事態を避けるのではなく、むしろ偶然をテコとして活用する
クレイジーキルトの原則	コミットする意志を持つ全ての関与者と交渉し、パートナーシップを築く
飛行機のパイロットの原則	コントロール可能な活動に集中し、予測ではなくコントロールによって望ましい成果を帰結させる

資料：吉田・中村（2023）より作成。

③外国人入校者受け入れの拡大

スクールの入校者を確保していくための方策として、積極的に外国人を受け入れていくことを提案する。意匠研のように既に上位クラスに外国人の入校枠を設置して受け入れているスクールもある。また、川島テキスタイルスクールは、開講当初より外国人向けに英語で授業を行う **International Students Course** を設置している。しかし、制度的な制約により外国人の受け入れが難しいスクールもある。このようなスクールについては、長期的な課題とせざるを得ないであろう。

外国人の受け入れについては、日本人の入校者の減少分を穴埋めするためといったことが目的ではない。外国人の受け入れには、2つの利点がある。1つめは、外国人が入校してくることにより海外の情報を得られたり、多様な価値観が持ち込まれたりすることで、スクールが創造的な場になることが期待される。意匠研は、世界各地から研究テーマを持った研究生が集い、多様な価値観のなかで創造力を磨くことが謳われている。このようなことを実現するためにも積極的に外国人を受け入れることが求められる。

もう1つは、スクールで研修・訓練をした外国人を通して、日本の地場産業に関することが海外に発信されることである。これらの情報により、海外の人たちに日本の地場産業製品を知ってもらったり、興味を持ってもらったりするきっかけになることが期待される。このような情報が、ひいては日本の地場産業や地場産業製品の知名度の向上に寄与していくことになる。

以上のようなことから、スクールは、外国人を積極的に受け入れていくべきではないだろうか。そのためには、外国人の入校者を増やすために、留学生の受け入れ制度を設けることを検討してほしい。ただし、受け入れを進めていくには、上記のような制度的な問題だけではなく、いくつかの問題を解決していかなければならない。例えば、住居の提供など生活面でのサポートが必要である。住居の問題は、外国人のみならず、産地外からやってくる入校者に対してもあてはまるものである。住まいの提供をはじめ、外国の人にとっても住みやすい生活環境の整備には、スクールのみで対応できるものではない。そのため、地元の自治体はもちろん地域ぐるみでの支援が求められる。

（４）スクールと産地の振興

本調査研究事業では、産地のスクールは産地外から人を引き寄せ、技術や技能を身につけさせ、主に産地に人材を供給するうえで重要な役割を果たしていることを明らかにしてきた。本節では、このような視点から産地の振興について検討していく。

地場産業の産地の振興に関する研究は、産地企業の動向と産地の構造を分析した研究（中小企業研究センター編 2001；同 2003）や産地企業の経営や企業家活動に注目した研究（山田 2013）、産地や地場産業製品のブランド構築に関する研究（長沢編 2019）などが行われてきた。近年では、産業観光の視点を取り入れた研究（竹田 2022）などさまざまなアプローチで展開されている。

これらの先行研究は、産地の構造や産地企業の取り組みに目が向けられてきたといえよう。それに対して、本調査研究事業では、産地における人材育成や人材供給を担うスクールに注目してきた。地場産業の産地では人材の育成や人材の確保が難しくなっていることから、産地の振興を図るにあたり不可欠な視点であると考えられる。人材の育成や確保がさらに困難になっていけば、産地の衰退や消滅にもつながりかねないからである。

さて、産地のスクールは、これまで論じてきたように産地外から人を引き寄せるとともに、人材を育成・供給するうえで産地に貢献してきた。スクールが設置されている産地については、今後もスクールが安定的に維持運営されることが望まれる。そのためには、くり返しになるが、設置運営主体から支持が得られるだけの成果をあげることが必要である。また、時代の変化や入校者の希望に適う研修・訓練を実施していくこと。そのためには、研修や訓練の内容を改善していくことも重要である。そして、国内のみならず海外からも入校者を受け入れていくことが求められる。

ただし、スクールが設置されているのは、国内の地場産業の産地のなかの一部に限られている。そのため、多くの産地では、スクールを頼りにして人材を育成したり、供給したりすることはできないのが現状である。このような状況を踏まえると、2つの方法が考えられる。1つは、スクールを設立することである。2006年に設立された博多織 DC や 2014年に設立されたトヨオカカバンアルチザンスクールは、スクールを設立する際の参考になるであろう。いずれも、行政からの支援を受けながら、地元の産業界の協力によって設立、運営さ

れている。しかし、産地自体が縮小傾向にある状況のもとで、新規にスクールを設立することは、現実的には困難だと考えられる。

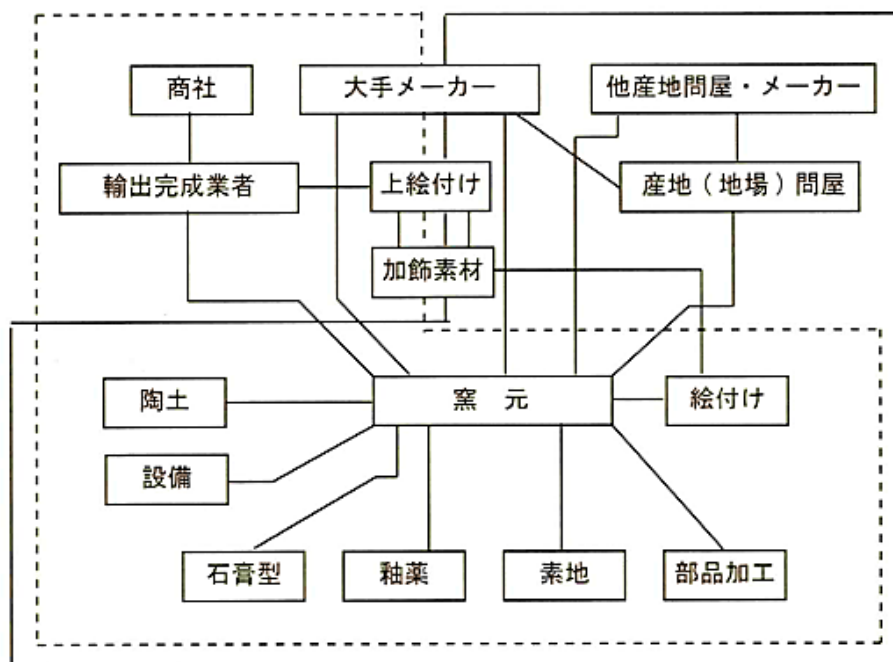
そこで、もう1つの方法としては、現在設置されているスクールが産地の枠を超えて人材を育成していくということである。現在、スクールが設置されている産地は、それぞれの業種を代表する有力な産地である。このような産地のスクールが人材の育成を担うことで、当該業種を盛り上げていくことが必要なのではないだろうか。もちろん、これらの産地のスクールに任せきりにするのではなく、当該業種の産地の産地組合や自治体などが連携や協力していくことが求められる。

2. 地場産業産地の新たな可能性

(1) 新たな生産・販売の構造

これまでは主に産地のスクールに焦点をあててきたが、ここからは、スクールを取り巻く産地の動向にも目を向けて、今後の産地の可能性について検討していきたい。本調査研究事業では、産地のスクールの修了生のなかで、起業した人たちを対象として、起業までの経緯や現在の事業の実態を把握するために訪問インタビュー調査を実施した。そこで明らかになったことは、産地問屋を中心とするような既存の産地の社会的分業に依存することなく、事業を展開していることである。こうした変化の一端を美濃陶磁器産地の一角を占める多治見産地の調査の事例をもとに説明する。

図5-4 美濃陶磁器産地の生産構造



資料：上野（2007）。

図5-4は、美濃陶磁器産地の生産構造を表したものである。上野（2007）によれば、美濃焼産地は、産地問屋・輸出完成商社を中心とした複雑で多様な分業構造を形成しており、経済成長期に海外輸出と国内需要向けで生産規模を拡大し、1970年代に円高の影響を受けて内需転換したが、バブル経済の需要増加の波に乗り、トンネル窯等の設備近代化を押し進めた。しかし、1980年代はじめには1,000を超えた窯元が2000年代には600程度と半減し、需要拡大期に形成された量産的産地構造の矛盾が顕在化しつつあることが指摘されていた（上野 2007）。

本調査研究事業では、意匠研とその修了生である3RD CERAMICSの経営者と故金あかり氏にインタビュー調査を行った。さらに、多治見市でショップやギャラリー、貸し工房などを展開する株式会社新町の花山和也氏にもインタビューを実施した。なお、花山氏については、後ほど言及する。

まず、スクールの修了生の土井武史氏と長屋有氏が設立した3RD CERAMICSは、前述の通り、作家が制作する作品ではなく、メーカーが生産する量産品でもない、第3の位置づけにある製品の製造・販売を目指している。具体的には、インテリア製品や食器類を製造・販売している。主な取引先は、セレクトショップやインテリアショップである。ネットで情報を配信し、ネットで注文を受けている。基本的には、自分たちが作りたい製品をつくるプロダクトアウト志向で製品づくりに取り組み、価格も同社が決定している。このように、メーカーの下請や産地の問屋を介して製造・販売をするのではなく、独自に販路を築いている。また、注文が集中して生産が追い付かない時には、スクールの後輩などに発注している。以上のように、3RD CERAMICSの事業は、図5-4で示したような産地の生産構造に組み込まれることなく展開している。ただし、仕事に関わる情報を得たり、工房を借りられたり、設備や材料などを手配するにあたり、産地に立地しているメリットは享受しているものと思われる。

次に、故金あかり氏は、意匠研の上位クラスであるセラミックスラボに在籍から展示会や個展に出品するなど作家的な活動を行っていた。開業から3年後まで展示会の予定が入るほどの人気の作家となっているため、異例の存在といえる。ただし、作家としての活動が軌道に乗るまでは、アルバイトをしながら貸し工房で作品を作り、販売などもしていた。作家活動を行っているので、当然ともいえるが、故金氏についても、特に産地の生産構造と結びついているわけではない。ただし、3RD CERAMICSと同様に創作活動にあたり、産地に立地しているメリットは享受している。中小企業者の事業活動とは異なるものとして捉える必要はあるが、作家が輩出され、活動できる産地である点は興味深いところである。

美濃陶磁器産地は、土岐市、多治見市、瑞浪市、可児市におよぶ日本最大の陶磁器の産地でもあるので、今回の調査研究で産地の全体像を把握したとは言えないが、既存の社会的分業構造には依存しない、新たな動きが起こっているといえるのではないだろうか。このような動きは、多治見以外の調査対象の産地においてもみることができた。しかし、全ての産地であてはまるものではなく、博多織DCの修了生で博多織作家の荒木希代氏は、問屋からの

仕事にも対応している。つまり、従来からの産地の生産流通の構造がどれだけ維持されているのかといったことにも影響されるといえるだろう。

（２）産地活性化のプロモーター

地場産業の産地を活性化するにあたり、興味深い事例を取り上げておきたい。1 人目は、先に紹介した多治見の株式会社新町の花山和也氏である。もう 1 人は、豊岡鞆産地の **Maison Def** の下村浩平氏である。いずれも、産地外からやってきた新規参入者で、かつ、スクールの修了生ではないという点で共通している。また、若手の経営者や作家に活動の場を設けて、産地やまちを盛り上げるために活動しているといった共通点がみられる。

まず、株式会社新町の花山氏は、地元の名古屋の先輩が多治見市の貸し工房で陶磁器づくりをしていたのを手伝ったことをきっかけに、多治見市での活動がはじまった。花山氏は、意匠研の出身者ではないが、多治見市での活動を通して意匠研の講師や修了生とも交流を持つようになっていった。意匠研の修了生とともに陶磁器製造の事業を立ち上げた経験もあるが、現在は、多治見市で多治見焼のショップやギャラリー、貸し工房、シェアハウス、イベント企画などを手掛けている。リノベーションしたまちなかの 4 階建てのビルを拠点として、若手の陶芸作家の作品を展示・販売したり、イベントを開催したり、セレクトショップを開いたりしている。我々もこのビルで花山氏のインタビュー調査を行ったが、2 時間ほどの間にも頻繁に人が出入りをしており、ヒトと情報が集まる場になっていることをうかがい知ることができた。

花山氏は、自治体や地元の産業団体とも協力して、多治見市が焼き物のまちとして存続していくために、まち全体を盛り上げる活動に取り組んでいる。このような事業が展開していることが、新規の陶磁器業者の事業を後押ししたり、若手の陶芸作家の活動を支えることにつながっていると思われる。

次に、**Maison Def** の下村氏は、ものづくりに関心があり、大学時代には独学で鞆の製造方法を学び、製造・販売していた。就職した豊岡の鞆メーカーでは、販売活動に従事していた。その後、鞆メーカーを退職し、自社ブランドの鞆を製造、販売する **Maison Def** を立ち上げることになった。豊岡のカバンストリートに自社店舗を構えて、顧客との対話を大切にしながら鞆づくりを行っている。鞆の製造・販売とは別に、店舗近くに 3 階建てのビルを購入して、コワーキングアトリエの「**Apartment**」を運営している。

Apartment は、主に若手の職人が独立を準備する施設として開設された。1 階はショップ、2 階はアトリエ、3 階はナレッジルームとなっている。会員制の施設で、現在は 14 名が利用している。会員は、設置されている工作機械を使うことや、製作した製品を 1 階のショップで販売することもできる。このような施設・設備を利用できるだけでなく、下村氏に経営の相談などもすることができる。**Apartment** はインキュベーション施設であり、下村氏はインキュベーションマネージャーの役割を果たしているといえよう。若手の鞆職人の活動を後押ししているのである。下村氏がこのような取り組みをするのは、豊岡鞆産地に

魅力のある職人を数多く育成して、OEMに頼ることのない産地になることを目指しているからである。

これらの施設を利用することで特に役立っているのは、製作したものを展示・販売して、消費者との接点を持てることではないだろうか。消費者の反応を確かめたり、顧客を獲得する機会にもなったりするので、スタートしたての事業者にとっては貴重な機会となるであろう。いずれにせよ、若手の起業や事業活動、あるいは作家活動を後押しする取り組みが事業として行われていることは注目に値する。

このような取り組みが活発に行われるようになれば、産地で起業が増えたり、作家として活躍する人も増えたりするのではないかと期待される。なぜなら、産地には貸し工房などものづくりを続けている起業希望者や作家希望者が潜在的に存在しているからである。本調査研究事業において、産地のスクールの修了生のなかにも潜在的な起業希望者や作家希望者がいることは確認されている。花山氏や下村氏のような起業や事業活動を後押しするプロモーターと潜在的な起業希望者がマッチングできれば、起業も増えて産地も活性化に向かうのではないかと期待される。ただし、そのためには、花山氏や下村氏のような人材が各産地で増えていき、活躍の機会が与えられ、行政や産業界の理解と協力を得られることが必要だと考えられる。

（３）産地の今後と新たな担い手

①産地の新陳代謝

国内の地場産業の産地は、1990年代以降、需要構造の変化や国際競争の激化などの影響で縮小を余儀なくされてきた（上野 2007）。産地の企業数をはじめ従業者数、生産額等の落ち込みが激しかったこともあり、産地の縮小や衰退といったことに関心が集まっていた。あるいは、縮小・衰退する産地のなかで、変化に対応して生き残ってきた企業に注目し、そこから生き残りのヒントを得ようといったことに注力してきたのではないだろうか。このようなことから、地場産業の産地に新たに参入する者がいることや新規に起業する中小企業者が現れていることには、あまり目が向けられてこなかった。

本調査研究事業では、この間、注目されてこなかった産地への新たな参入や起業の実態に目を向けてきた。新規の参入者については、徒弟制のように親方のもとで技術や技能を身につけていくのではなく、産地のスクールに入校して技術や技能を習得し、修了後に職人として産地企業で働いたり、さらには独立し起業していく者もいた。

独立し起業した中小企業者の経営の実態をみていくと、生産面では産地内のメーカーや産地問屋などからの下請の仕事を受注するのではなく、いわゆる自社製品を製造していた。また、販売面をみても産地の問屋などを介すことなく、インスタグラムなどで情報を発信して、直接に顧客との取引をするケースが多くみられた。これらの新規に起業した中小業者は、かつての大量生産に対応するために産地の有力メーカーや問屋のもとに形成されていた社会的分業に依存することなく事業を展開している。

国内の地場産業産地のおかれた状況からすれば、再度、大量生産体制に後戻りすることは考えにくい。そのため、既存の社会的分業に依存してきた企業は一段と減少していくことになるであろう。その結果、自ら顧客と結びついて自社製品を製造・販売している中小企業者が残っていくことになるのではないだろうか。近年、国内外で地場産業や地場産業製品に関心が寄せられていることも、新規参入や新規の起業を後押しすることになっていると考えられる。

以上のように、地場産業の産地では、衰退・消滅の一方で新規の参入や起業がおこっていると捉えることができる。衰退・消滅だけではなく、わずかながら新陳代謝が起こっているのである。産地内で廃業した企業の工場が一部では貸し工房となって利用されていることは、こうした現象が生じていることを物語っている。

②産地の新たな担い手の育成

最後に、今後の産地の主要な担い手になるであろう、新規に起業した中小企業者に関連して、産地のスクールへの期待について言及しておきたい。前述のように、産地の衰退・消滅に歯止めをかけるには、産地の企業に従事する職人を育成することも重要であるが、さらに、独立し起業をする人材を輩出することも求められる。そのためには、経営や起業に関わる知識を学ぶ機会を拡充することが望まれる。もちろん、座学としてそれらを学ぶだけではなく、インターンシップなどをさらに充実させて企業経営に触れる機会を増やすことも検討してほしい。

次に、新規に起業する中小企業者の事業をみていくと、自らが顧客とつながり、自社製品を製造・販売している。かつての社会的分業体制のもとでは、下請として加工を担う場合には、製品の企画やデザインなどは指定されることが多いので、自社で考案する必要性は低かった。しかし、直接に顧客とつながり、自社製品を製造・販売していくとなると、製品の企画やデザインは自社で担う必要がある。特に、安価な大量生産品ではなく、敢えて国内の地場産業製品を求める顧客の要望に応えるには、より高度な企画力やデザイン力が求められることになる。第1章で述べたように、今日、人気となっている地場産業製品は、昔ながらの地場産業製品ではなく、デザインや機能が改良されるなど消費者のニーズにあわせた製品である。

このようなことから、スクールでの研修・訓練においては、ものづくりの技術・技能の習得に加えて、製品の企画やデザインに関する内容も充実することが望まれる。もちろん、起業の件数などは、すぐに成果として現れるものではないが、修了生の活躍の機会を広げるためにも経営や起業教育などに注力してもらいたい。地場産業の産地の活性化や持続可能性を維持するために、スクールへの期待はさらに高まっているといえよう。

【参考文献】

- 上野和彦（2007）『地場産業産地の革新』古今書院
- 忽那憲治・長谷川博和・高橋徳行・五十嵐伸悟・山田仁一郎（2013）『アントレプレナーシップ入門〔新版〕』有斐閣
- サラスバシー,S.D.（2015、原著 2008）『エフェクチュエーション：市場創造の実効理論』（加護野忠男監訳、高瀬 進・吉田満梨訳）碩学舎
- 竹田英司（2022）『地域再生の産業観光論』同友館
- 中小企業研究センター編（2001）『産地解体からの再生―地域産業集積「燕」の新たな道―』同友館
- 中小企業研究センター編（2003）『産地縮小からの反攻―新潟県ニットメーカーの多元・多様な挑戦―』同友館
- 長沢伸也編（2019）『伝統工芸品ブランドの感性マーケティング』同友館
- 日本総合研究所（2016）『全国の産地―平成 27 年度産地概況調査結果―』
- 山田幸三（2013）『伝統産地の経営学』有斐閣
- 吉田満梨・中村龍太（2023）『エフェクチュエーション 優れた起業家が実践する「5つの原則」』ダイヤモンド社

事例編

目 次（訪問順・下線はスクール）

<u>岐阜県立木工芸術スクール</u>	103
kino workshop	106
坂本威竜氏	108
osio craft	110
<u>多治見市陶磁器意匠研究所</u>	112
故金あかり氏	116
3RD CERAMICS	119
株式会社 新町（山の花）	123
<u>茨城県立笠間陶芸大学校</u>	125
金井春樹氏	128
増渕悠颯氏	130
株式会社 向山窯	132
<u>京都府立陶工高等技術専門校</u>	136
廻窯舎	139
<u>北海道立旭川高等技術専門学院</u>	142
アトラクラフト	145
アド	148
トリネコ	151
<u>トヨオカ カバン アルチザン スクール</u>	154
Maison Def	157
SHINARI	159
<u>博多織 DC</u>	162
大内田明子氏	165
荒木希代氏	167
西智子氏	170
<u>東京都立城東職業能力開発センター台東分校</u>	172
Hirose shoe design	175
<u>高岡市伝統工芸産業人材養成スクール</u>	178
株式会社 能作	181
しろがね屋裕翠	184
<u>川島テキスタイルスクール</u>	186

施設名 岐阜県立木工芸術スクール 【飛騨高山家具産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	岐阜県立木工芸術スクール 校長・宮前良一
所在地	岐阜県高山市匠ヶ丘町 1-1 2 3
設立	1946 年
運営母体・形態	岐阜県・公共職業能力開発施設
収容人数（年間）	30 名
教育スタッフ	専門指導員 4 名、非常勤講師（地元産業界等）11 名
主な教育・訓練	普通課程 木工科 1 年間 1,400 時間の職業訓練（始業 8:30 終業 16:00） 座学 3 割（加工法・積算・CAD 等）・実習 7 割（機械加工・製作実習等）
ウェブサイト	https://www.takumi.ac.jp/mokugei/index.html

2. 沿革（概略）

1946 年 開設（丸大産業工場内にて高山建具工補指導所：訓練期間 6 ヶ月）。

1958 年 高山職業訓練所に改称。

1978 年 高山高等技能専門校に改称。

2003 年 現名称となる。

2015 年 定員 20 名から 30 名に増員（産業界からの要望に対応）。

3. 教育体系の特色

（1）概要

設置の目的：地元飛騨高山の家具産業を中心に、家具・木工の技能労働者として必要な基礎的技能と知識・デザインおよび職業人としての心構えを習得させ、有能な技能労働者を養成し、産業界と地域経済に貢献することを目的としている。

校長および事務職員（4 名）は主に岐阜県職員からなり、技能に関する専門指導員は 4 名、そのほか地元産業界の各分野から 11 名の非常勤講師が指導に当たる。

受け入れ対象は、高等学校卒業もしくはそれと同等以上の学力を有すると認められるものを対象としている。試験科目は数学と面接で、数学は三角関数の知識と理解が必須となる。

基本部分はあまり変えないが、毎年「訓練方針」を制定している。2023 年版では、「自らを磨き未来へ：飛騨の匠の技能・技術を伝承する家具職人の育成」とし、8 か条の育成方針を明示している。

修了資格上の特典では、2 級技能検定の受験資格が実務経験 2 年のところ 0 年に短縮され、

技能照査合格者は学科試験が免除されるなどがある。

（２） 訓練教科の内容など

座学系では「普通学科（社会・体育等）」、「系基礎学科（生産工学概論・木材加工用機械等）」、「専攻学科（仕様及び積算・工作法等）」、「ニーズ学科（CAD&CG 操作・キャリアデザイン等）」があり、431 時間が課されている。

実技系では、「系基礎実技」として器工具使用法、機械操作基本作業、工作基本実習、安全衛生作業法などで構成され、「専攻実技」として組立仕上げ実習、塗装実習、曲げ木・乾燥実習、木製品製作実習、設計実習で構成され、合計 969 時間を要する。

入校後の当初は砥石を使って鉋（かんな）の刃を研ぐところから始まり、鑿やのこぎりなど手工具の使い方やメンテナンスを徹底して学んだ上で、手加工、機械加工の技能を学ぶ。これらの基本的な技能と心構えが、後の木工品製作や就職で効いてくる。前期にキャリアデザインで将来設計を練り上げて、夏には 2 日間の地元企業でのインターンに臨む。デザイン・設計、積算について座学で学び、コスト意識や納期、安全性、市場性などを実際の木工品製作実習で実践的に指導を受けながら学ぶことができる。

入校 3 ヶ月目に取り組むグループ制作は、3 名一組でキャビネットづくりを行う。3 人で図面から加工、塗装、組立にいたるまで役割分担や分業をコミュニケーション取りながら完成品に仕上げるプロセスで、家具づくりのエッセンスを総合的に習得する。

最後に取り組む個人製作訓練では、自らの考え・設計・デザイン・技法による作品づくりを行い、修了直前の 3 月に同校体育館で「技能作品展」として販売される。それぞれのコンセプトや思いが込められたキャプションと共に装飾された作品が一堂に陳列され、市民ら 500 名ほどの来場者に抽選販売される。ここである意味で市場あるいは顧客の厳しい評価と洗礼を受け、さらなる技能や知識の追及を動機づけさせている。

専門指導員のほか、地元の業界から「現代の名工」認定者やベテラン曲げ木職人、伝統工芸士、製材業者など、地域を代表する先達の指導を受けることができる。

産業界の設備・技術の変遷に対応すべく、有識者会議の進言などもあり、産業界の即戦力となるべく、新しい機械設備の導入も計画的に進められ、充実している。

家具・木工製作に関する知識・技能の教授には十分に恵まれているが、独立開業や起業家精神・エフェクチュエーションに関する教育は施設の性質上、行われていない。

4. 入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

以前は転職者の入校が主流であったが、近年は学卒者が増加している。

入校希望者は、将来独立して工房を持ちたいと思っていることが多い。ゆえに、しっかりキャリアデザインの授業で現実と将来設計のすりあわせを丁寧に行う。

ここ数年の応募倍率は 1 倍から 2 倍で推移している。出身者の県内外比率は、県内出身者が約 4 割、県外出身者が約 6 割と、県外からの入校者が上回っている。近年は女性の入校

者も増えており、3分の1程度となっている。年齢別では、29歳以下が3分の2以上を占め、高卒・大卒といった新卒者が近年急増している。

修了者の求人倍率は2倍以上あり、約4割が飛騨高山地区で就職し、2割が岐阜県内、県外で就職する者は4割程度である。就職率は98.4%である（過去5年間）。ちなみに、入校者数と修了者数の差は、ほとんどが訓練期間中に就職した人数である。過去8年間の集計値では、飛騨地域以外から入校して、修了後に飛騨地域の企業に就職した「移住者」は70人にのぼり、うち61人が高山市に、9人が飛騨市に移住した。このように、同校はこの地域人口の社会動態と産業界に対して大きく貢献している。

修了後すぐの工房設立・独立は非常に困難であることは事実だが、地元メーカーに就職後に経験を積み、念願の工房を開設するケースは少なくないともいわれる。地元での創業は、材料仕入れでは地元製材所の存在が大きく、また、メーカーも販路の構築に支援の手を差し伸べるなどのメリットが大きいという。

5. 産地における役割・機能

公共職業能力開発施設として、地元の家具・木工産業において「即戦力」人材の供給面で大きな役割を期待され、また、十分に果たしている。

県・スクール・産業界が運営・訓練内容・設備投資・教育支援で緊密な連携を図り、着実な職業・技能訓練を展開してきたことは、地元ばかりでなく、全国に散らばった修了生の口コミ等で知られている。ゆえに、家具職人やこの業界で就職を考える際の選択肢として、同スクールが優位な地位を全国的に築くことにつながっている。

地元や他県の修了生は、同期生とは同じ釜の飯を食った者同士、横の連携で刺激し合い、また、緩やかながら先輩後輩としての縦のつながりも形成しやすく、同じ家具・木工業界でネットワークを構築している。もちろん、近すぎて、デザインやコンセプト等で牽制し合ったり、付かず離れずすることで模倣に気を遣うような部分もある。ただし、当スクールがそのようなネットワークの強い結節点とまでは機能していない。

訓練プログラムには、1年間コース以外に、短期間のものとして、在職者訓練（基本的技能や検定対策講習等）や離職者向け訓練（IT・WEB初級・介護員養成等）なども行っており、地域のリカレント教育の一端も担っている。

【手加工の技術習得】



【飛騨家具の継承】



（写真出所：同スクール HP より引用。）

会社名 **kino workshop** 【飛騨高山家具産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	kino workshop 片岡清英・片岡紀子
所在地	岐阜県飛騨市古川町太江
出身地	岐阜県可児市（清英氏）、岐阜県垂井町（紀子氏）
修了スクール および修了年	高山高等技能専門学校（現岐阜県立木工芸術スクール） 1996年3月（紀子氏） 1998年3月（清英氏）
創業・設立	2000年
従業者数	0名
主要事業	木製品のデザインから設計、製造、販売
ウェブサイト	https://www.kinoworkshop.com/

2. スクール入校について

片岡清英氏は、大学を卒業後に仕事をしたり旅行をしたり自由な生活をしていた。30歳前後になり何か技術を身につけたいと思っていた時に、偶然に高山高等技能専門学校（現岐阜県立木工芸術スクール）のことを知り、1997年に入校することになった。一方、紀子氏は、建築の勉強をしていたことや木工や飛騨の地域に興味を持っていたことがきっかけとなり、1995年に高山高等技能専門学校に入校した。

当時の高山高等技能専門学校は、現在とは研修内容が異なり、決められたものを作るといった傾向が強く、使用できる材料も限られていた。1年間の研修期間に木工に関する技術を身につけていた。

3. 創業の経緯

スクール修了後、二人は同じ木工家具メーカーに就職して働くことになった。清英氏は、生産ラインで働いたり、企画や図面を書いたり、営業などもやっていた。紀子氏は、注文家具の生産部門で働いていた。当初は、独立しようとは考えていなかった。しかし、自分たちで作りたい製品を作り続けていきたいという思いを抱いていた。そこで、メーカーに勤めながらも、高山高等技能専門学校の修了生7～8名で貸し工房を共同で借りて、製品づくりに取り組んでいた。また、共同で機械なども買いそろえていった。さらに、グループでクラフト展などにも出展していた。この時期には、マーケットのことなどは考えておらず、作りたいものを製作していた。

このような活動を続けているうちに、製品が評価されるようになり友人や知人から木工品を注文してもらえるようになっていった。徐々に注文数が増えていったことから、メーカーから独立してもやっていけるのではないかと思うようになった。また、注文が増えたこと

で、メーカーに勤めながらでは対応していくことが難しくなっていた。こうしたことから、2000年にメーカーから独立して、二人で **kino workshop** として事業をはじめた。2007年には現在の自宅兼工房を開設した。

4. 主な事業

木製のテーブルやイス、棚などの家具や木製小物の製造・販売を行っている。木材は、地元の森林組合から購入して、製材所で製材し、人工乾燥させて、約1年半後に材料として使用している。地元で入手できる木材はブナなど16～17種類あるが、小径木が多いため家具の生産には向いていない。そのため、従来はチップとしてしか使われていなかったが、2014年から飛騨市が地元木材の使用を促進するようになった。飛騨産の木材にこだわりを持って使用している。

木材の買い付けや木取りは、清英氏が担当するが、製品のコンセプトの検討からデザイン、製造は共同で行っている。自分たちが作る製品への思いを使う人に伝えたいといったことから、個人や小売業者からの注文に応じて製品を製造・販売している。製品のデザインは、顧客の要望を踏まえつつも、当社に任されているものが多い。販売先は個人客が約6割を占め、小売業者が約4割となっている。家具メーカーなどの下請の仕事は行っていない。2人で作業をしているため、年間に生産できる量がほぼ決まっている。しかし、事業を無理に拡大しようとは考えていない。

製品のコンセプトやデザインは、家具や木工品だけではなく、美術館で鑑賞したものなどからヒントを得ている。

5. 産地とのつながり

前述のように、メーカーに就職した後も、産地内にある貸し工房を数名のメンバーで利用して製品づくりを行っていた。また、産地内外で行われているクラフト展は、製品が評価される場にもなっている。同社をはじめ産地内の企業は、木材の調達や製材加工、機械の購入やメンテナンスが容易に行えるといった、産地ならではのメリットを享受している。飛騨地域には家具生産に携わる人が多いこともあり、製品を見る目が厳しい人が多いようである。このような環境もデザインや品質の向上に寄与しているといえよう。

飛騨市が実施してきた「広葉樹のまちづくり」には、木製品の作り手の立場から参加している。地元の自治体が進めているまちづくりや森林の保全などの活動にも関わっている。地元で採れる広葉樹を積極的に材料として取り入れてきたのは、このような活動に関わってきたからだと思われる。

坂本 威竜氏 【飛騨高山家具産地】

1. 基本情報

【購入した山の作業小屋にて：筆者撮影】

企業名・代表者	坂本威竜
所在地	岐阜県高山市
出身地	アメリカ合衆国・ワシントン州
修了スクール および修了年	岐阜県立木工芸術スクール 2023 年 3 月
創業・設立	創業準備中
主要事業	林業、木工製品製造



2. スクール入校について

アメリカ出身で、高校から日本に留学した。約 15 年前から高山市に住み始め、自動車や医薬品関係の製造業において、生産管理や品質保証の仕事をしてきたが、次のステップに移りたいと考えるようになった。「自分で何かを作ることができる」「顧客と直接やりとりできる」という仕事がしたいと希望した時、地元木工芸術スクールがあることを知り、退職して 2022 年に入学した。

スクールでの 1 年間の訓練において、木工における考え方や習慣を身に付けることができた。作り方の順序、道具の使い方、漆塗り、曲げ木や縫製といった木工の基礎を学び、誰がどのように使うのかという意味でのデザインにも関心をもって取り組んだ。その過程で、家具や刃物といったものに対して、コンマ 1 ミリ単位で見る目を養うことができたと考えている。一方、将来的な独立を目指すのであればスクールだけでは不足であり、もっと木工の経験を積まなければならないとも感じるようになった。

3. 創業の経緯

スクールのカリキュラムで地元家具メーカーや材木屋を見学した際、家具の材料を海外から輸入していることを知り、疑問を持った。高山市は山が近く、木材が豊富にあるように見えても、家具メーカーにとっては使える材料がないという話から、卒業後の事業アイデアが芽生えた。家具材料に輸入材が多いという問題に対して「地元の木材を使ったモノづくり」がしたいと思い、そのために 2 つの事業構想をもつに至った。一つは地元にある木材を使って製品を作る仕事であり、もう一つは家具メーカーが利用できる木材を供給する仕事である。

スクール卒業後、構想を形にするために準備を始めたが、事業収入を得られるようになるのはまだ先となるため、創業準備と並行して他の仕事も行っている。前職での経験を活かした IT コンサルのリモートワークや、観光案内の仕事で 1 週間の半分の時間を費やしている

が、今後は林業と木工に主力をシフトしていきたいと考えている。

4. 主な事業

創業準備として、林業と木工を兼ねた仕事をするために、高山市久々野町の山林約3haを購入した。50年前にヒノキを植林した場所であり、現在はそこに工房を建てているところである。自分一人でモノづくりをするための材料を得るには十分な広さではあるが、ゆくゆくは木を育てて家具メーカーに材料を卸すことができる規模にするつもりである。

ただし、高山市の山林からとれる木材は、幹が細く、材料としての歩留まりがよくないという課題がある。一方、世界をみれば自ら木を育ててモノづくりをする人はおり、さらに岐阜県立森林文化アカデミー（岐阜市）のように挑戦している人たちも少なくないので、それを励みにして、自らも地元の木材でモノが作れることを示したいと考えている。

今後の予定として、1年目は、設備面での準備に取り組む。工房の建物はほぼ完成していて、手加工のための道具や電動工具は一通り揃っている。しかし工房には電気が通っていないため、設備が十分に使えず、大型機械が必要な場合はシェア工房を利用する予定である。2年目は製品試作に取り組み、3年目には展示会への出展を目指す。

製品のコンセプトで参考になっているのは、出身であるシアトル近くに住む原住民の文化である。木や樹皮を使っているいろいろな道具を自ら作るという文化であり、それを高山で再現できればと考えている。素材の自然な形を利用したデザインで、なるべく少ない加工で完成する製品を目指しており、それは昔の百姓が使う道具である「民具」に近いものである。

所有林にあるヒノキは柔らかく家具には向いていないが、小物であれば作ることができるという理由もある。また、広葉樹は木を切った後にひこばえが伸びるため、それを編物に加工することも可能である。久々野町には、「しょうけ」というザルをつくる伝統技能が受け継がれており、その保存会が実施している講習会に参加し、編物技術を学んでいる。

最初は、広く一般に売れる製品というよりも、作りたいものを作ってみようと考えている。地道に作りたいものを作っているという意味で、飛騨春慶塗や一位一刀彫の職人は目指すところに近い存在である。実験的な挑戦で「こういうこともできる」ことを示した後で、実際に顧客の反応をみながら方向性を修正していくという段階を踏んで、年単位での時間をかけての事業化を想定している。

5. 産業業界の動向やつながり

現在は1人で仕事をしているため、直接サポートしてくれる人は少ない。ただし現在は、自分のやりたいことをまずはやってみるという段階であり、周囲に具体的なアドバイスを求める段階ではない。次の段階に進んだときに、相談をする可能性はある。スクール卒業後、高山市に就職した卒業生数人とは交流があり、また、飛騨木工連合会との関係で家具メーカーと話をする機会もあるため、製品や業界に関する情報を得られるようなつながりは持っている。

会社名 osio craft 【飛騨高山家具産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	osio craft 岩田翔馬
所在地	愛知県高山市滝町 2141
出身地	愛知県名古屋市
修了スクール および修了年	岐阜県立木工芸術スクール 2017 年 3 月
創業・設立	2022 年
従業者数	0 人（2024 年 4 月現在）
主要事業	木製品のデザインから設計、製造、販売
ウェブサイト	https://www.instagram.com/osiocraft/

2. スクール入校について

岩田氏は、名古屋に所在している大学を卒業後、大阪の家具工場で働いていたが、次第に家具の職人になりたいと考えるようになった。その際に長野の木工スクールと高山の木工スクールに関心を抱き、両者を比較して高山を選択した。理由は、高山は工芸に力を入れており、その点に惹かれたからである。岩田氏は、スクール修了後、木工メーカーに就職した。就職後は、自分の好きなモノを制作したいという願望から、働いている木工メーカーの作業場を借りて、個人制作を行うようになる。

3. 創業の経緯

木工メーカーに就職してから、ある程度の時が経ち、高山市の木工機械（中古品）専門店の作業場を借りるようになった。その専門店では、岩田氏以外にも自分と境遇が同じ人が数名いた。個人制作を行っていると、仲間回し（仲間取引）の話が人づてで入ってくるようになり、少しずつ仕事が入るようになる。

個人制作の範疇では、モノづくりの量が追い付かないところまで注文がくるようになったので、岩田氏は木工メーカーを思い切って退職することを決意した。

初期投資のうち、機械に関しては木工機械（中古品）専門店でもかなり安く購入することができた。工房の建物は、木工機械（中古品）専門店の紹介で安価で借りられた。具体的には、木工機械（中古品）専門店が廃業する大工の方から機械を仕入れる際に、岩田氏に情報を提供したことがきっかけである。具体的には、月額 1 万 7,000 円で光熱費を含めると約 4 万円で借りることができた。

200 万円の機械は、市の補助金で 100 万円の補填ができた。岩田氏はその補助金を得るために、事業計画書を作成している。また、創業のための講座で知り合った方の人的ネット

ワークがあり、そこから仕事の話がきたこともあった。

4. 主な事業

osio craft は、インテリア、キッチン関連の木工クラフトを製造している。インテリアは、キャンドルスタンド、フラワーベース等である。キッチンは、コンポート皿、コーヒーメジャースプーン等である。各製品の素材は国内木材にこだわっている。

以上のように小ロットで小物を製作しており、家具は製造していない。

販路先は、ふるさと納税、ネット販売、直売等の販路がある。特にネット販売では、SNSを活用している。

岩田氏の製品には、国産広葉樹を使用しており、他のメーカーとの差別化を考えている。広葉樹を製材しているところが少なく、広葉樹は乾燥が難しいデメリットはある。一方、外材は値段が高く、広葉樹は安いメリットもある（価格は二倍の差がある）。岩田氏は小ロットで乾燥材を購入している。理由としては、天然乾燥で形の歪みがあるよりも、人工的に乾燥させることで、形が均一なものを求めているからである。

5. 業界の動向や産地とのつながり

岩田氏は、「木工房の会」に所属している。クラフトの会のようなもので、10人程度が所属している。この会に参加することで、情報交換等を行っている。

osio craft の顧客である宿で宿泊客（外国人）から自社製品について、問い合わせがあることもあり、岩田氏は製品を実際に手に取ってもらえる場面を増やしていきたいと考えている。

岩田氏は、飛騨高田に残っている理由として、木工を続けていくことに適している環境で、木工の資源が揃いやすいからと述べている。また、木工産地で事業展開することは自分自身の箔につながると捉えているので、今後も木工産地で制作活動を継続したいと考えている。

【工房の様子】



【作品例】



（写真出所：同社 Facebook より引用。）

施設名 多治見市陶磁器意匠研究所 【美濃焼産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	多治見市陶磁器意匠研究所 所長・中島晴美
所在地	岐阜県多治見市美坂町2丁目77番地
設立	1951年
運営母体・形態	多治見市・公設試験研究機関
収容人数（年間）	20人（デザインコース・技術コース） 3人程度（セラミックスラボ） 3人程度（セラミックスラボ外国人特別選考）
教育スタッフ	専任職員13人。修了生を含む外部講師。
主な教育・訓練	研修時間 9:00～16:00（開所時間 8:30～17:15） デザインコースと技術コースは、1年目に基礎的な知識と技術を学び、2年目には応用制作課題と卒業制作を通して制作技術と創造力を養う。セラミックスラボは、世界各地から研究テーマを持った研究生が集い、多様な価値観のなかで創造力を磨く。
ウェブサイト	https://www.city.tajimi.lg.jp/ishoken/index.html

2. 沿革（概略）

- 1951年 多治見陶磁器上絵加工工業協同組合により美濃焼上絵付研究所が設立。
- 1953年 上絵付技術者養成の特別研修生制度が発足。
- 1958年 特別研修生制度を改め、2年間の研修生養成制度として第1期生が入所。
- 1959年 美濃焼上絵付研究所を多治見市に移管し、多治見市陶磁器意匠研究所として発足。
- 1960年 多治見市陶磁器意匠研究所第2期生（1958年入所）が卒業。
- 1993年 研修過程をデザインコースと技術コースの2コースに分ける。
- 2003年 セラミックスラボ（新コース）を開設。
- 2015年 セラミックスラボに外国人枠を設置。

3. 教育体系の特色

（1）概要

1951年に多治見陶磁器上絵加工工業協同組合によって設立された美濃焼上絵付研究所が、1959年に多治見市に移管され公設試験研究機関として運営されている。①人材育成、②業界支援（デザインや依頼試験等）、③国際交流の3つの事業を行っている。

人材育成の研修過程は、2年制の「デザインコース・技術コース」がある。さらに、その先に1年間または2年間の「セラミックスラボ」が設置されている。年間の研修日数は、200

日。入所資格は、「年齢満 18 歳以上 30 歳以下の者、高等学校卒業若しくは卒業見込みの者又は高等学校を卒業した者と同等程度の知識及び技能があると認められる者」、セラミックスラボは「年齢満 20 以上 40 歳以下の者」である。職員は、13 名。それぞれ専門の授業を担当している。地域で活躍している修了生や修了生が勤めている会社の職人に特別に授業をお願いすることもある。

（２）研修内容

教育課程の方針としては、「やきものの特性を着実に踏まえかつ現代性を備えたやきもののあり方を探る」ことであり、「オリジナリティーがあつて、しかもやきものでしか表現できない」作品を生み出す力を身につけることである。伝統と現代性の両面においてリアリティのある研修内容となっている。

陶磁器づくりに関することは、基礎から一通りのことを教えている。自分一人で、何でもできるようになる。作家的な手作りの技法から、陶磁器メーカーが行うような量産の技法まで、幅広い技法を身につけることができる。

（３）主な研修内容

デザインコースと技術コースの 1 年目は、共通の実習と講義を受けて、陶磁器作りの基礎的な技術と知識を学ぶ。

1 年目の研修内容は、成形技術実習、ロクロ成形実習、石膏成型実習、絵付実習、デザイン実習、陶磁器概論、釉薬実習、焼成実習、進級制作など。

2 年目は、デザインコースはデザイン実習（制作）、技術コースは成型技術実習（制作）。両コースの共通するものとしては、卒業制作がある。

セラミックスラボは、各自の研究テーマにもとづいて前期制作と卒業制作に取り組む。

全コースを対象となっているのは、内外の講師によって実施される特別講義、特別実習、公開特別講義がある。

なお、キャリアや事業経営に関する授業は行われていないが、修了生による特別実習や特別講義は、それらを学ぶ機会となっている。むしろ、なぜ焼物づくりをするのかといったことなどを考えさせることに力を入れている。将来のキャリアのことは、自分たちで先輩と話したり、アルバイトをしたりするなかで学んでいる。

４．入所者および修了生

（１）出身地・属性・進路等

入校者は、美術系の大学で陶磁器のことを学んだ人もいれば、高卒の人もいる。過去 5 年のデータによるとデザインコースと技術コースの入所者の約半数は美術系の大学・短大の出身者。残りの約半数は、美術系以外の大学や専門学校、高等学校となっている。

入所者の出身地は、地元の割合が低下している。この 10 年ほどは、地元の出身者は毎年

1名程度。20年ほど前は、20人のうち4～5人は地元の窯元の後継者が入所してきた。セラミックスラボは、デザイン・技術コースからの進学者が多い。外国の出身者の人数は年度によってバラツキが大きく、0～6名ほどとなっている。

修了後は、約75%が美濃焼の産地に留まっている。過去5年のデータによるとデザインコースと技術コースの卒業生の約半数は、陶磁器メーカー・商社、その他の陶磁器関連会社に就職している（42人のうち22人）。残りの9名はセラミックスラボに進学。5名はアルバイトや他業種で働きながら作家活動。3名は異業種に就職。

セラミックスラボの過去5年の卒業生は、43名中13名が陶磁器メーカー・商社、その他の陶磁器関連会社に就職。15名がアルバイトをしながら作家活動。9名がセラミックスラボの在籍を延長。6名は他校への進学や異業種への就職。

陶磁器メーカーに就職する修了生は減少傾向にあり、半数程度の修了生は作家的な活動をするようになっている。2～3年ほどメーカーで働いた後に、作家として活動するようになる人もいる。最近、やりたいことをやっていこうと考えている研修生が多くなった。意匠研に在籍しているときから作品を作り、情報を発信して作家的な活動をしている人もいる。従来よりも、作家的な活動をするまでのスピード感が速くなっている。

（2）セラミックスラボの外国人枠

セラミックスラボに外国人枠を設けた理由は、元々、この地域では国際陶磁器フェスティバルを開催してきたことがあげられる。世界的な陶磁器のコンペも実施して、海外の人とも積極的に関わってきた。海外に美濃の陶磁器の情報を発信するとともに、海外の陶磁器の情報を知るためにも外国人の受入れ枠を設けた。

昨年度は、セラミックスラボの在籍者が外国人のみであった。国籍は、台湾、アメリカ、セルビア、フランスなど。母国で陶磁器づくりに携わってきた人が多く、日本の陶磁器について、美濃焼産地にある意匠研に来て学ぶことを望んでいる。毎年、1名ほどはこの地域に残っている。

5. 産地における役割・機能

同校は、70年以上にわたり、美濃焼産地を中心にやきものの作りに携わる人材を1,000名以上輩出してきた。多治見市や土岐市、瑞浪市、可児市は、日本最大の陶磁器産地である。全国の食器類の生産量の約半数は当該産地が占めている。ただし、産地の陶磁器メーカーは縮小傾向にあり、以前よりは雇用数も減っている。量産ものではなく、デザインに力を入れるようになっているメーカーもみられ、そのようなメーカーには修了生も就職していく。クラフトフェアなどに出展しているような作家であれば、メーカーの給与を上回る収入を得ていると思われる。

産地には、空き工場・倉庫・店舗を利用した貸し工房がある。賃料は、月額2万円程。意匠研では、「工房バンク」を運営して、意匠研の修了生をはじめ多治見市で作家活動をした

い人に対して貸し工房や貸し窯の情報を提供している。このような貸し工房や貸し窯が産地での作家活動や起業のためのインフラになっている。

産地内には、意匠研の出身者をはじめ陶磁器づくりに関わる人たちのネットワークが形成されている。ネットワークを通して、仕事に関する情報などを得ている。

意匠研では、人材育成の事業の他に業界支援と依頼試験を行っている。地元のタイルメーカーや陶磁器メーカーが参加するプロジェクトを立ち上げ、メイドイン多治見の商品開発や技術開発に取り組んでいる。これまでに6つの商品が開発された。ふるさと納税の商品としても利用されている。

地元の産業界からの要望を受けて、3Dプリンターを導入した。3Dプリンターによる試作品製造の受注や陶磁器づくりに関わる検査・分析を受注している。

【焼成実習の様子】



【スクール内ギャラリーの展示例】



(写真出所：多治見市陶磁器意匠研究所のHPより引用。)

故金 あかり氏 【美濃焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	故金あかり
所在地	多治見市滝呂町
出身地	岐阜市
修了スクール および修了年度	多治見市陶磁器意匠研究所デザイン・技術コース修了（2020年度）・ラボコース修了（2021年度） 前歴：武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科卒業（2019年3月）
創業・設立	2022年（活動は2021年から開始）
従業者数	0名（2024年4月現在）
主要事業	壺・器・インテリアの製造販売
ウェブサイト	https://www.instagram.com/karugane_akari/

2. 意匠研入校まで

故金あかり氏は岐阜市出身で（1995年生まれ）、自身の家庭は窯業とは関係ない。ただ母が昔、デザイン関係の仕事をしていた影響などから工芸を志し、武蔵野美術大学工芸工業デザイン学科に入学して陶芸を専攻した。在学時は陶芸以外にも染織、木工、金工、ガラスなど一通り学んだ上で、造形やサイズの自由度、土の手触りや質感などから、陶芸の道を希望するようになった。就職するよりは作家になることを目指しており、大学院進学も考えたが、より社会（実業）に近い学習の機会を考え、笠間と多治見のスクール入校を検討し、多治見の街やスクールと産業界のつながりなどに好感を抱いて、卒業後、多治見市陶磁器意匠研究所に入校した（2019年）。

3. スクール修了から創業まで

（1）2年の研修後、セラミックスラボ在籍中から創作活動

1年目は陶磁器にまつわる幅広い知識と技能を学び、2年目には課題製作と自主製作に臨むが2年目の終わりからラボ在籍中には次第に展示会や個展に出品する流れができつつあった。ラボ在籍中に、商店街空き店舗を利用したシェア工房が開設され、オーナーの声かけによって入居、活動を開始した。とはいえ、生活費や創作費の捻出のため、3RD CERAMICSでアルバイトもやった。制作した作品は、工房で展示し、販売もした。

この間に意匠研のスタッフやOB・OG、産業界のひとびとと多岐にわたるつながりができおり、やりたいことをやるために周りのサポートや必要な情報をスムーズに入手できる環境が、作家としての活動をはじめるとあって奏功した。そこでは、意匠研の生徒であることが社会や産業界から支援対象として受け入れられるようで、そうでない場合に比べ

て大きなアドバンテージがある。

（２）シェア工房から一軒家賃貸で活動

故金氏が得意とする作品は、独特の釉薬・配色と手触り・質感（テクスチャー）をほどこした壺や器である。技法としては、古くからある「化粧」といわれるものである。この作風は意匠研で１年目を終えた頃、一通りの技法を学んだ後、自分の作りたい物をつくる時間もなかったため、春休みを利用して沖縄のパナリ焼き（壺）をイメージしたものをつくってみたいところから次第に固まっていった。大きなものがつくりたくて意匠研に来たこともあって、当初は壺ばかりつくって展示していたが、そのうち、この作風の器もあった方がいいとアドバイスを受けて、器も作るようになった。

現在賃貸している自宅兼工房は、意匠研の先生が以前使っていたところを紹介されて、借り受けている（2023年9月から）。前の先生は自宅のみ賃貸して、工房は別に借りていたが、故金氏は10年以上放置されていた工場部分を自分で整備して工房として活用している。賃貸料は全部含めて月額5.5万円である。一般に、自宅や工房の探索では不動産屋も利用するが、とにかくまわりの人に話をしていれば、なにがしかの紹介の案件が舞い込んでくるといふ。

セラミックスラボ時代（活動初期）には、作家としてやっていける手応えはまだなかった。とはいえ、ラボを卒業する時点で、3年後まで展示会のスケジュールが埋まった。あくまでスケジュールのみで、それがどれくらいの収入になるか、相場も分からず、予定通りに開催されるか、まったく未知数だった。

展示会への参加依頼はいわゆるギャラリー経営者や企画会社などからもたらされるし、意匠研が企画するものに参加することもある。ホームページはなく、依頼はすべてInstagram 経由となる。インスタ用の写真は自身で撮影してアップしている。海外からのフォロワーも多く、実に4万人を超えている。海外出展の依頼も同様にインスタ経由となっている。

4. 業界・産地とのかかわり

ギャラリーと作家の関係性も以前と変化が生じている。以前はコンペなどで賞を獲ったらデビューといった流れがあったが、今はそれはない。コロナより少し前くらいはギャラリーサイドの力が強くて作家は従うといった風潮だったが、昨今はギャラリーのオーナーも同世代の人が増えてきて割と近い距離感で接するようになった。前は「ギャラリーが作家を選ぶ」だったが今は「作家がギャラリーを選ぶ」ようなこともある。

コロナ禍もあって、展示会に行っても買うというスタイルから、オンラインで購入するように変化してきて、コロナが明けても展示会終了後にオンライン販売を実施したりしている。そうすると、ギャラリーを通さずに作家が直接販売するような動きも増えてきているといふ。

近所にも小規模な工房があるが、次々に廃業している。同じものをつくるだけのところは需要の変化に対応できず、淘汰されているのではないか。廃業したところが貸し工房として利用されることもあるが、それはほんの一部に過ぎず、廃業する件数は本当に多いというのが実感だという。廃業して片付けるにも費用がかかるから、そのまま放置された工場・工房がそこかしこに点在している。それを意匠研の生徒らがもっと活用できるような機会として、行政などが交通整理してほしいと期待している。

【工房の様子】



【個展紹介のカバー】



(写真出所: doinel online shop 上での展示販売ページより引用:<https://doinel.net/store/31665>)

会社名 3RD CERAMICS 【美濃焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	3RD CERAMICS 土井武史・長屋有
所在地	多治見市虎溪町 2-16-1
出身地	京都府（土井武史氏） 名古屋市（長屋有氏）
修了スクール および修了年	多治見市陶磁器意匠研究所技術コース 土井氏（2011 年 3 月）前歴：京都精華大学卒業（2009 年 3 月） 長屋氏（2012 年 3 月）前歴：名古屋学芸大学卒業（2009 年 3 月）、デザイン事務所勤務
創業・設立	2014 年
従業者数	0 名（2024 年 4 月現在）
主要事業	インテリア製品、食器などの製造販売
ウェブサイト	https://3rd-ceramics.com/

2. 意匠研入校について

土井武史氏は、子供の頃から粘土遊びがすきだったこともあり、陶磁器づくりの道を歩んできた。京都市立銅駝美術工芸高等学校（現京都市立美術工芸高等学校）に入学して陶芸を専攻し、その後、京都精華大学に進学して陶芸について学んだ。大学時代に、多治見市陶磁器意匠研究所（以下、「意匠研」とする）を卒業した人たちが作家として活躍しているのを知り、興味を抱くようになった。そこで、大学卒業と同時に意匠研に入校（2009 年 4 月）した。

長屋有氏は、名古屋学芸大学でプロダクトデザインを学んだ後、デザイン事務所に就職した。デザイン事務所での業務は、パソコンに向かう仕事を中心であり、自分で何かを作りたいという希望がかなうものではなかった。そのため、デザイン事務所は、3 カ月ほどで退職した。陶磁器にこだわらず、とにかく何かを作りたいという思いから、退職の翌年に意匠研に入校（2010 年 4 月）した。名古屋の出身であったことから、意匠研については以前から知っていた。大学時代はプロダクトデザインをやっていたが、意匠研に入校するまで陶磁器を作った経験はなかった。

3. 創業の経緯

土井氏は、意匠研を 2011 年 3 月に卒業した後に業務用の食器を製造する陶磁器メーカーに就職して、4 年間勤務した。勤務先では、デザイン企画の業務を担当しており、顧客からの注文を受けて、デザインを提案していた。勤務先の許しを得て、自分の窯を会社の研究所に持ち込んで、勤務終了後に自分の好きな焼き物を制作していた。メーカーに勤務していた

時には、独立して何かやりたいといったビジョンはなかった。ただし、メーカーではなく、少し小さなところで仕事をしたいといった漠然とした思いがあった。後述するように、長屋氏と再会して話をするうちに共同して 3RD CERAMICS を立ち上げるようになった。

一方、長屋氏は、意匠研を卒業したらすぐに独立したいと思っていた。意匠研卒業後は、アルバイトをしながら作家的な活動を開始した。作家的な活動を 2 年ほどしたところで、作家活動に疑問を持ちはじめた。作家は、自分の名前を入れた作品を制作するが、むしろ、ブランドを立ち上げて製品を作りたいと思うようになった。このようなことを考えている時に名古屋でグループ展を開催することになり、土井氏と再会することになった。少し小さなところで仕事をしたいと思っていた土井氏と、ブランドを立ち上げて少し大きな仕事をしたいと思っていた長屋氏が話をしていくなかで着地点を見出して、3RD CERAMICS を設立することになった。

2014 年の設立当初のメンバーは、土井氏と長屋氏に加え、もう 1 名いた。土井氏と長屋氏が製品づくりに携わり、もう 1 名が経理や営業を担当していた。現在は、土井氏と長屋氏が製品づくりを行っているが、それ以外の業務では、経理や生産管理を土井氏が担当し、商品開発やブランディング、広報（インスタグラムの運用など）を長屋氏が担当している。

4. 主な事業

（1）工房と設備

現在の工房は、長屋氏がアルバイトをしながら作家活動をしていた時から借りている。工房の貸し手は、長屋氏の住宅の大家さん。元々は飲食店だった建物なので借り手がなかなか見つからなかった。大家さんから相談を受けた長屋氏が、工房として利用することを認めてもらい借りることになった。

工房の設備としては、12 キロの窯は融資を受けて設置し、6 キロの古い窯は近くで窯業を営んでいた人から購入した。趣味ではなく事業として焼き物をやるとなると、「貸し窯」に頼ることはできない。多治見や土岐には、貸し窯がいくつかあるが、毎回、焼成のたびに使用料を払ったり、運搬の手間をかけることはできないので自社の窯を設置した。

（2）製品の特長

3RD CERAMICS は、作家が制作する作品ではなく、メーカーが生産する量産品でもない、第 3 の位置づけにある製品の製造・販売を目指している。3RD CERAMICS という社名は、こうしたコンセプトを表している。

手掛けている製品は、花瓶やランプといったインテリア商品が中心であるが、食器類なども製造している。基本的には、2 人が作りたいものを製造している。販売先となる小売店からのリクエストに応えることもあるが、特にマーケティング的なことを行っておらず、プロダクトアウト志向で製品づくりに取り組んでいる。生産する製品により 2 人の分担は、ほぼ決まっている。土井氏は食器類を担当し、長屋氏はロクロ物を担当している。食器類は、

型で生産するものが多く、これらはアルバイトの人をお願いしている。土井氏は食器類の生産の段取りや手配を担っている。

デザインについては、プロダクトデザイナーにはできないものを意識している。実際に土に触れて作っているからこそ発見できる土のおもしろい表情などを製品に活かそうにしている。CAD では設計をせずに、ロクロを挽いて試作品を作成している。実際にどのような曲線になるのかといったことなどを確かめている。

食器類は、型で作っているものが多いが、ロクロを挽いて作っている製品は、作っていくとだんだんと良くなっていく。10 個注文をした場合、まったく同じものを 10 個欲しいというお客さんもいる。しかし、1 つひとつが違っていることが良いと思ってもらえるお客さんと取引をしている。均一なものを生産するのはメーカーが得意としているので、わざわざ 3RD CERAMICS がやる必要はないと考えている。

製品の価格については、同社で決定している。価格決定のベースとなるのは、1 回の窯入れで何段分（窯の中の棚状の台）の製品が焼けるのかとった窯単価。それに製品の種類によって価格を加味している。

なるべく製品を作る時間を確保したいので、個々の消費者への販売は小売店に任せている。ただし、情報発信は大切なので、写真はプロのカメラマンをお願いをしている。主な取引先は、10 数社のセレクトショップやインテリアショップであるが、毎年 50 社ほどからネットを介して取引の依頼がある。取引先は、東京が多いものの、全国に及んでいる。取引をする際のロットは決めていない。1～2 カ月ごとに少量で注文をしてるところもあれば、半年ごとにまとめて注文をしてるところもある。基本的には、見込み生産をしている。

（3）働き方

平日は午後 6 時以降に働くことはほとんどない。基本的に土曜・日曜は休みにしている。お互い、子供が小さいので家族に負担をかけて働くことができない。また、「素敵なくらしをしましょう」と提案しているので、自分たちが長時間労働をするわけにはいけないので、ホワイトな働き方をしている。

このような働き方については、特に明文化した規則があるわけではない。日々のコミュニケーションのなかで、お互いが了解している。

5. 業界・産地とのかかわり

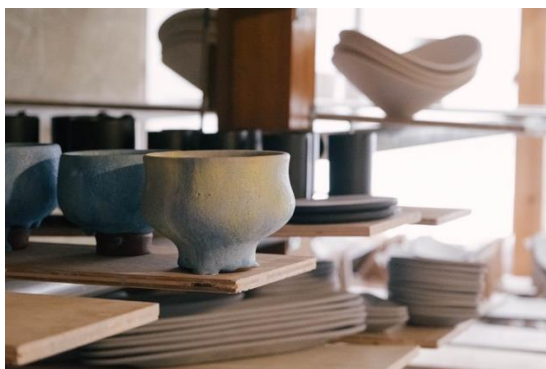
土井氏と長屋氏は、意匠研で知り合い、卒業後にコンビで事業を営むことになった。3RD CERAMICS の設立には、意匠研の存在が不可欠であった。

3RD CERAMICS では、意匠研の後輩たちに働く場を提供している。作家としてまだ独り立ちしてやっていけない後輩に、比較的に割りのよいアルバイト代で焼き物関係の仕事をしてもらっている。作家として活躍するようになり、アルバイトを辞めていく後輩もいる。

注文が集中して生産が追い付かない時には、アルバイトを使うだけではなく、意匠研の後輩に積極的に仕事を発注している（例えばロクロの仕事など）。意匠研の先輩・後輩のネットワークで人材が紹介されたり、仕事の情報を得たりしている。

地元の業界団体では、商工会議所に加盟している。

【工房の様子：作品】



【工房の様子：釉薬】



（写真出所：CRAFT STORE のサイトより引用：<https://www.craft-store.jp/brands/3rd-ceramics>）

会社名 株式会社 新町(山の花) 【美濃焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	株式会社新町(山の花) 花山和也
所在地	岐阜県多治見市新町 1-2-8
出身地	愛知県名古屋市
修了スクール および修了年	スクール卒ではない
創業・設立	2019 年
従業者数	0 人
主要事業	焼き物の販売、不動産、ディレクション
ウェブサイト	https://yama-no-hana.com/

2. スクール(意匠研)との関係性

花山氏は、名古屋に在住している際に、地元の先輩が多治見市にあるシェア工房を借りていて、制作活動をしていた縁で、その先輩の手伝いをするようになった。具体的には、焼き物の磨き、梱包、制作である。

花山氏は、多治見市での活動中に、さまざまな作家と出会い、そのなかには意匠研の出身者が多かった。意匠研の出身者とのコミュニティに入ること、意匠研の職員(先生)との関係性も構築できた。花山氏は、意匠研のスポーツ大会に参加することもあった。また、意匠研の見学会では、先生が学生を連れて、山の花を訪れるようになっている。

3. 創業の経緯

花山氏は、意匠研の出身者である土井氏と長屋氏とともに 3RD CERAMICS (2014 年設立) を立ち上げている。花山氏は、経理、販売、広報等を担っていた。その後、花山氏は 3RD CERAMICS を辞めて、自らの会社を立ち上げることになる。多治見市で行われた第 1 回ビジネスプランコンテストでグランプリを獲り、300 万円の賞金を入手し、新聞等に取り上げられたことが会社設立のきっかけである。授賞式には、多治見の市長が参加し、大々的にセレモニーが開催され、マスコミを通じて花山氏の存在が地域内外で注目されるようになる。

また、多治見まちづくりファンド有限責任事業組合(東濃信用金庫、民間都市開発推進機構)の投資先の第 1 号として選ばれ、4 階建ての空きビルをリノベーションして、多治見焼をテーマとしたショップ、ギャラリー、イベント、製作企画、シェアオフィス等を展開する株式会社新町に至っている。

4. 主な事業

山の花は、多治見焼等の焼き物の販売、イベントのディレクション、不動産（賃貸等）を展開している。焼き物に関しては、古い建物を改装した「新町ビル」のなかで、展示販売が行われている。焼き物は、若手の作家が製造したものを中心に扱っている。また、焼き物以外にもビル内のセレクトショップのフロアでは、全国各地の小物等も取り揃えている。ディレクションに関しては、地元が開催するイベントの運営等に携わっている。不動産に関しては、「新町ビル」でのシェアハウス、商店街の空き店舗を改修し工房としての貸し出し、住居用の物件も管理している。

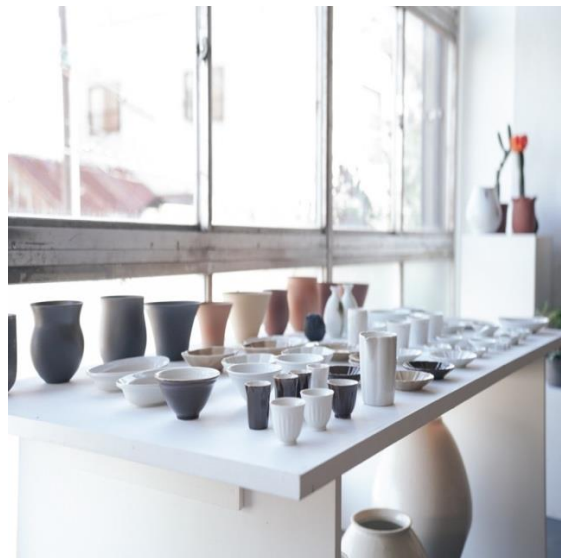
5. 業界の動向や産地とのつながり

花山氏は、焼き物の未来につながる活動を続けていきたいと考えている。つまり、焼き物の産地として存立していくためには、地域づくりが必要であり、商店街の活性化、行政との協同、多治見商工会議所会員としての活動、セラミックバレー協議会への参画、といった地域全体に関わる活動を重要視している。

【店舗の様子】



【展示販売用の商品】



(写真出所：岐阜の旅ガイドより引用：https://www.kankou-gifu.jp/blog/detail_187.html)

施設名 茨城県立笠間陶芸大学校 【笠間焼産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	茨城県立笠間陶芸大学校 校長・金子賢治
所在地	茨城県笠間市笠間 2346-3
設立	1950 年
運営母体・形態	茨城県・公設試験研究機関
収容人数（年間）	陶芸学科 12 名、研究科 3 名
教育スタッフ	専任講師 3 名、専門技術職員 8 名、その他外部講師。
主な教育・訓練	1 年間 1,400 時間の授業（始業 9:00 終業 17:00） 成型技術や絵付け、釉薬調合、焼成技術を身につけるとともに、工芸史や造形理論を学ぶ。
ウェブサイト	https://www.itic.pref.ibaraki.jp/tougeidai

2. 沿革（概略）

1950 年 茨城県内の窯業の振興対策として「茨城県窯業指導所」が設置。

1974 年 庶務部・工業試験部・工芸部の 3 部制に組織変更。

1985 年 機構改革により「茨城県工業技術センター 窯業指導所」となる。

技術指導部・工芸部の 2 部制に組織変更。

2016 年 「茨城県立笠間陶芸大学校の設置及び管理に関する条例（2015 年制定）」により、「茨城県立笠間陶芸大学校（茨城県工業技術センター笠間陶芸大学校）」に改称され開校。

2018 年 「茨城県立笠間陶芸大学校（茨城県産業技術イノベーションセンター笠間陶芸大学校）」に改称。

3. 教育体系の特色

（1）概要

1950 年に地場産業の振興と職人養成を目的として、茨城県窯業指導所が設置された。その後、職人の養成に加え、芸術的な面にも力を入れていくべきといった地元の産業界からの要望も踏まえ、2016 年に「茨城県立笠間陶芸大学校」に改称され開校された。公設試験研究機関として運営されている。

同校は、2 年制の「陶芸学科」（定員 12 名）と、さらに 1 年制の「研究科」（定員 3 名）から構成されている。陶芸学科の入学資格は、「高等学校卒業及び卒業見込みの者、またはこれと同等以上の学力があると認められた者」となっている。研究科の入学資格は、「陶芸学科を卒業及び卒業見込みの者、または陶芸に関する専門的な知識・技術がこれと同等以上

であると認められた者」。入学試験は、一般教養、デッサン、面接。年間の授業時間は、200日で1,400時間。

専任の教員は3名（特命教授・佐藤雅之氏、特命教授・五味謙二氏、専任講師・根本達志氏〈伝統工芸士〉）。その他に陶芸家を中心に50名ほどの外部講師が名を連ねている。

（2）授業教科の内容など

笠間焼の伝統的な技術だけではなく、最新の技術も含めて幅広く陶芸の技術を教えている。コンセプトとしては、「現代陶芸をリードする陶芸家を輩出する産地」と「手作りを基本に日用陶磁器を生産する産地」の両面を併せ持つ陶芸産地を担う人材育成を行うことが謳われている。

教育の方針としては、①独立性の徹底（何を表現したいのか、なぜ陶芸なのか、個としてモノをつくる姿勢・考え方を学ぶ）、②専門的な学びの重視（多様な技法や表現から、独自の技法・デザインを確立する）、③広い視野による展開（現代陶芸の潮流や他産地の動向から、広い視野を身に付ける）とされている。

（3）主な授業内容

陶芸科の1年目は、導入課題（土の特性を知る）、造形課題、ロクロ課題、石膏課題、意匠課題、釉薬調合、焼成実習、技術講座、教養講座を受ける。2年目には、応用課題（1年生で習得した技能をもとに各種技法や釉薬、焼成の技術を研究・制作）、ポートフォリオ課題（作品撮影、ポートフォリオデザイン、プレゼンテーション）、卒業制作（課題制作／自主制作）に取り組む。

授業のなかで自分の作った作品をプレゼンテーションして、教員や学生と質疑応答する講評会を行っている。2年生の最後には、作品をどのように販売するかを学ぶ「経営講座」が1回行われている。

研究科では、前期制作、卒業制作、インターンシップに取り組む。インターンシップでは、窯元に行く学生や販売店にいく学生がいる。経営に関することなどは、インターンシップのなかで学んでくる。

4. 入学者および卒業生（出身地・属性・進路等）

入学者の約30%は美術系の大学や専門学校の卒業生。美術系大学などを卒業後に、社会人を経験してから入学してきた人を含めると44%となる。在校生の出身地は、県内出身者が27%で他県の出身者が73%。男女比は、男性37%で女性63%。女性が多い時には、12人の定員のうち、11人だったこともあった。毎年、外国籍の受験生がいる。外国籍の受験生のなかでは、中国、台湾、韓国の人が多い。ただし、外国人の定員枠をもうけてはいない。

窯業指導所の時代は、募集人員が10名。期間は1年。研修費は無料だった。窯元の推薦がなければ入学できなかったが、定員は満たしていた。意欲のある人を全国から集めようと

いう地元の産業界からの意向もあり、現在のように有料で入学者を集めるようになった。

卒業生（2023 年度）の 87%が産地で就職（独立自営・準備含む）している。2022 年度の卒業生では、12 名中、2 名が内部進学、2 名が就職、6 名が独立自営（準備含む）となっている。就職先としては、窯元や陶芸家のアシスタント、陶芸教室のインストラクターが多い。

アルバイトをしたり窯元に勤務したりしながら、作品を作っている卒業生もいる。地元の窯元で採用が減ったこともあり、就職をせずにすぐに作家として独立しようとする人が増えている。大学校では、しっかりと準備してから独立するようにと指導している。しかし、独立するか否かは、本人しだい。卒業生のなかには、人気作家になっている人もいる。反対に、あまり多くの注文がきても作りきれないこともあり、自分が食べていける程度に製品を作っていけばよいと考えている作家もいるようである。

5. 産地における役割・機能

茨城県立笠間陶芸大学校は県内の窯業産業支援の一翼を担う機関でもあるため、窯業製品・素材の分析評価、窯業材料等の試験研究を行っており、人材育成に関しては、学生への指導と同時に、既に関係業界に従事している人材や、独立し活動を行っている作家等に対しても、「研修制度（有料）」を設けて、技術向上の指導を行っている。

笠間は、陶磁器関係のイベントが多く、ほぼ毎週のように行われている。工房のある集落では、オープンアトリエなどのイベントも開催されている。首都圏に近いことから、一般の消費者が陶磁器を買いにやって来ている。特に「笠間芸術の森公園」が整備された 20 年ほど前から、笠間を訪れる人も増えている。笠間市は、陶磁器産業を観光資源としても位置付けている。

市内には、3 カ所ほどの貸し窯がある。また、工房をやめる人がいると、その後に、新たに工房を借りて作家活動をはじめめる人もいる。また、笠間市は、nido（イタリア語で巣を意味する）という貸し工房をつくり、大学校の卒業生を受け入れている。入居期間は、3 年間。8～9 名の定員となっている。

販売や工房の確保の面からも、笠間は、比較的に独立しやすいと場所だと考えられている。かつては、薪で窯を焚いていたが、現在は電気窯になり煙も出なくなったので、独立する場所は街なかでもよくなった。

同校は、これまでに約 900 人の卒業生を輩出してきた。笠間で作家活動をしている人もいれば、窯元で働いている人もいる。卒業生が在学生の面倒を見てくれたり、卒業生同士で助け合ったりしていることもある。

金井 春樹氏 【笠間焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	金井春樹
所在地	茨城県笠間市
出身地	埼玉県
修了スクールおよび修了年	茨城県立笠間陶芸大学校 陶芸学科（2020年3月修了） 同大学校 研究科（2021年3月修了） 笠間陶芸修行工房スタジオ nido （2024年3月退去）
創業・設立	2024年4月より独立
従業員数	0名（2024年5月現在）
主要事業	食器・器の製造、販売、展示会への出展
ウェブサイト	https://www.instagram.com/pottery0225/

2. 茨城県立笠間陶芸大学校への入校経緯

金井春樹氏は、埼玉県出身であり、自身の家庭は陶芸とは関係ない。金井氏は、千葉県にある美術工芸系の高等学校にて金工・木工等を学ぶとともに、部活動において陶芸を経験している。部活動の行事で茨城県笠間地域での合宿が行われた。合宿では、笠間市地域おこし協力隊の企画により、窯元訪問や笠間陶芸大学校見学を行っており、金井氏と笠間地域との接点となっている。その後、金井氏は、笠間陶芸大学校のオープンキャンパスにも参加して受験、入学した。

3. スクール在学中・修了から独立まで

（1）笠間陶芸大学校での学び

同校での授業では、「導入課題」や「造形課題」といった授業や、反復練習を中心とした授業を通じて、「自分の好きなものを表現すること」を考える授業が多く、自身の造形思想を意識した学びが多かった。また、導入課題や造形課題では、作品作りをとおして何を考えたのか・何を表現したいかを説明し、同級生や講師から講評を受けることで、自身の造形思想を言語化するとともに、フィードバックを受ける機会にもなっている。

在学期間中のコロナ禍では活動の一部に制約があったが、製陶所でのアルバイトを経験し、石膏型への型押（1ロット：200個～1,000個程度）や焼成を行う業務に従事した。そのアルバイトの現場では、“ろくろ”で数をこなしている職人の姿をみて、先人の技の素晴らしさを体感している。

（２）大学校修了後と笠間市施設「nido（ニド）」の利用

金井氏は、大学校研究科を修了後、「笠間陶芸修行工房スタジオ nido」に入居して活動した。笠間市では、茨城県立笠間陶芸大学校の卒業生を対象とした「若手育成プラン」事業として「笠間陶芸修行工房スタジオ nido」を開設・運営している。当施設は、大学校の修了生が多く、修了生同士で切磋琢磨できる環境であることに加えて、先輩の作家がしばしば立ち寄り交流する施設ともなっている。

当施設は、施設使用料が月額 25,000 円であり、そこには年間 12 回分の窯およびギャラリーの使用料が含まれている。ただし、粘土や釉薬等の費用は、自己負担となっている。そのため、金井氏は、この施設で「収支の自己管理」を意識できるようになったという。

（３）「１年後展」への出展と「売れる器づくり」

笠間地域では、陶芸市「陶炎祭（ひまつり）」をはじめとして、陶芸関係イベントが複数種類あり、新人に門戸が開かれている。そのなかで、「１年後展」は、笠間陶芸大学校を修了した１年後に開催される展示会である。しかし、自身の作ったアートの作品（オブジェや器）が売れず、手応えがなかったことから、「売れる器づくり」を目指すようになる。その後、nido 入所２年目の 11 月に開催された「陶と暮らし」（陶器市・クラフトフェア）の出展で手応えを感じるとともに、定番を作れるようになったという。

（４）独立：個人工房の開設

金井氏は、2024 年 4 月に自己資金を支出して個人工房を建築、開設している。個人工房には、「ろくろ」や「中古電気窯」を設置しているが、補助金は利用していない。

商品に関する SNS 利用の観点では、完成品を Instagram へ投稿して一般に公開しているものの、受注につながる成果にまで至っていない。そのため、現在においても、展示会（イベントやギャラリー）での出展を通じた、名刺交換から始まる仕事の受注が、重要な取引機会（ビジネス・チャンス）にもなっている。

なお、製造・販売では、「時間、費用、質（クオリティ）、利益分」を勘案した価格設定（平均相場は 3,500 円程度）を行っており、１ロット 10 個～20 個程度としている。

４．産地との関わり

金井氏の個人工房の近隣には、複数の粘土屋があり、日本各地の粘土を調達することができる。金井氏は、各地の粘土の特徴や使用感を研究し続けており、自身の製陶イメージに合う粘土を調合して使用している。

笠間における焼き物では、伝統的な技術に基づく国の伝統的工芸品「笠間焼」があるものの、伝統的工芸品「笠間焼」ではなくとも、「笠間でつくった焼き物」という認識が根付いている。

金井氏は、「土だからこそできる形、土の無限の可能性」を笠間で追い求めている。

増渕 悠颯氏 【笠間焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	増渕悠颯
所在地	茨城県笠間市
出身地	宮城県
修了スクールおよび 修了年 経歴	茨城県立笠間陶芸大学校 陶芸学科（2020年3月修了） 茨城県立笠間陶芸大学校 研究科（2021年3月修了） 株式会社向山窯 （2021年4月入社）

2. 大学校入学から卒業まで

宮城県にある商業系高校を卒業後、祖父が窯元を営んでいる笠間市に移住した。陶芸の知識も経験もなかったが、祖父や父が営む家業であることもあり、笠間陶芸大学校に進学することを決めた。

大学校に入学し、周囲の学生から影響を受けたことで、自分が主導して作りたいものを作る楽しみを感じるようになった。陶芸学科の2年間では、素材選びを中心に学び、いろいろな種類の粘土や釉薬の研究に取り組んだ。研究科では、データに基づいた素材選びを研究した。また、笠間焼の歴史や文化を学び、笠間焼により興味をもつようになった。

特に大学校で学んでよかったことは、オブジェ制作である。工房では、決まったデザインの製品を、決まった工程で生産するため、効率を追求するにはよいが、それだけでは新しい発想が生まれることは難しい。オブジェ制作ではあらゆる角度から自分で考えようとする力がつくため、良かったと考えている。また、大きなオブジェを制作すると、粘土の特性や限界を理解することができる。現在の仕事での製品づくりにおいて、不良が出た際の原因究明にも役立っている。

また在学中に、祖父が経営する向山窯でアルバイトをした。工房では自分の作りたいものに取り組めるわけではないことを学んだ。一方、大人数での仕事のやり方や、周囲との人間関係の作り方を学び、一人ではできないことができるというメリットにも気づくことができた。

進路決定にあたっては、祖父のように工房を経営する方向と、父のように作家として独立する方向があるとして、どちらに進むか悩んだ。当初の自らの希望としては、大学校の同期生がオブジェに取り組んでいる様子を見て、自らも作家となってオブジェをやってみることも考えた。しかし、まずは家族の意見をふまえて、祖父の経営する向山窯に入社することを決めた。

3. 現在の仕事

向山窯では、製造部門での仕事をしている。工房において仕事のスキルを学ぶことに集中

しており、独自の制作活動は行っていない。中途半端に制作活動をするよりも、今のうちにしか学べないことをやりたいからである。大学校で、作家としての技術と職人としての技術の両方を学んだことは、実際の仕事においても基礎として役立っている。

また、地元産の稲田石を主原料とした笠間長石の釉薬の研究を行っている。大学校は卒業後もいつでも質問できるシステムになっているため、相談しながら研究を進めている。

もともとわからないことを調べるのが好きで釉薬の研究を始めたが、笠間焼の将来に危機感をもったことも理由としてあげられる。笠間焼と呼ばれるようになったのはせいぜい100年程であり、ネームバリューはあるものの、伝統という固定観念に縛られてしまうことは問題である。「笠間の土を使わなければならない」という伝統を強調しすぎると、作家として活動している人たちはとてもやりにくくなってしまう。今の伝統がいずれ廃れてしまう可能性を考えれば、今から100年続く新しい伝統を作り出すという考え方が必要である。

そのため、笠間長石の釉薬を新しく提示することに意味があると考え、研究することにした。今後、自分が笠間で仕事を続けていくとすれば、伝統工芸がどうあるべきかという問題に目を向けていかなければならないからである。

今後の展望として、今後工房の経営者になる可能性もある一方、そうならず自分のやりたいことを実現するという方向もある。ただし、どのような道を歩むにしても今はまだ力不足であるため、これからよく考えて、自分と周りにとってベストな方向を見つけたいという思いである。

4. 産地との関わり

同期生とのつながりのあり方として、あえて仕事と仲間関係を強くつなげないように心がけている。同じ釜の飯を食べて卒業すると、基本的には皆同じ方向を向きがちになってしまう。増渕氏は皆と同じ道を選ぶこともできたが、後継者として会社で働くことを選べる立場でもあった。全てのものが同じ道を辿る際には、大きな難題に面した場合、最悪絶滅するリスクがついてくるのではないかと思う。そのため、他と違う道が選べる立場にあるなら、全体のためにあえて違う道を進むことも重要である。そのため、利害関係なく、誰とでもフランクに話せる関係であることを大事にしている。

会社名 株式会社 向山窯 【笠間焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	株式会社 向山窯 代表取締役社長 増渕浩二
所在地	茨城県笠間市市毛 2290-4
代表者出身地	茨城県旧真壁町（現桜川市）
修了スクール および修了年	（旧）愛知県立瀬戸窯業高等学校・同専攻科（スクールではない） 1964 年修了
創業・設立	1970 年
従業者数	18 名（2024 年 5 月現在：直販店従業員含む）
主要事業	笠間焼の製造販売（直販店あり）
ウェブサイト	https://kasamayaki.co.jp

1. 創業までの経緯と当時の産地

増渕氏は幼少期からもの造りに関心があり、暇さえあればもの造りに没頭していた。中学校の美術教諭をしていた父親がその姿を見て、もの造りへの道を勧めた。

父の勧めにより愛知県の窯業高校へ進学、同専攻科まで4年在籍した。2年ほど瀬戸の窯元で働き、都合6年間、瀬戸にいて帰郷（22歳）。笠間で修行：「賃引き職人」稼業（窯を持たない）をやっていたが、27歳で自身の窯元を開業するにいたる。

昭和のはじめ頃の笠間は、「東の笠間焼、西の高田焼（多治見）」といわれ、すり鉢・瓶といった大物の産地として知られていたが、高度成長期のころから生活様式の変化で製品の転換が不可避となり、また、益子の民芸運動家であり陶芸家(人間国宝)濱田庄司氏などの影響や、笠間の窯業指導所の指導もあり、日用品（食器類）の産地に変化していった。規模の小さな産地で産地問屋（オーガナイザー）も不在であったため、地元以外から人材を多く呼び込んで、現在の産地（外部にオープンで、個人工房・個人作家が多くを占める）が形成されてきた。

増渕氏は開業当初より、2～3名のスタッフを雇用した。理由は、まとまった数を効率よく制作する為には、ある程度の分業も必要であり、かつ、次世代の笠間焼の担い手を育成するためにも若い人材を雇い、陶芸の初歩から梱包や出荷に至るまでの作業を通して人材育成を行うためである。

開業して10年くらいで、地元の商社からまとまったロットの仕事を短納期で仕上げることを評価され、笠間では稀有な窯元となった。

2. 向山窯の特徴

窯元と直営店の2本立ての経営を行っている。直営店売上は全体の2割（かつては6割）。

双方で従業員数は18名。窯元は約10名程度で、中心となる職人以外は直営店でも業務に当たる。伝統工芸士は4名（増渕浩二氏：茨城県出身、79歳、安部秀樹氏：千葉県出身、48歳、田村俊介氏：群馬県出身、45歳、益子大貴氏：東京都出身、39歳。また、外国出身ジェレミー・エンブソン氏（豪州パース出身、48歳）も在籍している（調査時）。

工房の職人の中には孫（悠颯氏：24歳）も働いており、従業員の年齢層は20代～50代とバランスよく構成されている。すべての工程を全員が担当できるように多能工を育成している。これはと思う社員には伝統工芸士の資格に挑戦するように勧めている。

採用では、履歴書（や場合によってはポートフォリオ）を見るが、基本的には時給スタッフとしてすべて採用する。世間では人手不足というが、陶芸を志す就職希望者は不足傾向ではない。雇用形態は時給制のスタッフと正社員（年1回の査定）がいるが、働き方はその人の希望を受け入れて柔軟な体制になっている。例えば水曜日と土曜日は親の窯元を手伝いながら、そのほかの曜日にここで働くなど。

独立したい人も歓迎。当社では技術も学べるが、「売る」勉強もできる。30～40人は当社から卒業している。独立場所はさまざまだが、陶芸家として成功しているのは約半数。

取り扱い商品は、基本的に高級食器類（手作り：型は使わない）で、商社を介して外資ホテル・レストラン等で使われている。また、セレクトショップのOEMも制作する。

まとまったロットにもチームで対応するので、信用がある。高級店であればロットは100程度。セレクトショップであれば、100～200程度で20アイテム程度制作する。

販路は高級業務用関係、有名店販売店、商社経由の海外輸出、直営店などである。

工場には土練機が10台あり、さまざまな土をブレンドして独自の粘土で製陶している。土練機及び土の管理は手間がかかり、複数の土を使用するために複数の土練機を所有しているというのも、向山窯の特徴といえる。窯はガス窯が4つ、電気窯が4つの合計8を擁する。

かつてジェトロの支援を受け海外市場開拓（フランス）を行ったが、海外取引のノウハウを会得するまでに至らず継続とはならず、ゆえに現在はおもな海外向けは商社経由となっている。

3. 笠間産地の特徴

当社の社員も独立志向が強いが、産地としてもずっと独立志向が強く、小さな工房の集まりになっている。首都圏に近いという好立地条件が要因といわれ、顧客や市場と近いため、なんとか食べていける術が成立しやすいとのこと。他方で、産地問屋が存在しなかったことも特徴である。

また、ほとんど毎月のように大小のイベント・フェアがあり、出展・商売の機会がある。そこに消費者の方から産地にやってくる。しかし、イベントが隆盛のため、地元販売店に来店する消費者が減少し販売スキルの無い販売店や地元商社は倒産している。販売店・ギャラリーは一頃に比べると3分の1程度まで減少したという。

工房の開業は、狭い敷地で、資本数百万円で可能である（低資本）。つくったものはバイヤーやギャラリーへ売るか、イベント・展示会を通じて消費者に直接売る。ただし、当社のような窯元の開業には多額の資金がかかるため比較的規模の大きな窯元は増えていない。

開業当初は「新出作家」として珍しがられて経済活動が成り立つが、技術力の不足、イベント・フェアの継続性や天候次第の不確実性、販路開拓の難しさ、経営の持続性から、増渕氏は安易な工房開業には懐疑的でもある。

この 50 年で毎年 20 件程度は独立開業しているが、現状の産地の窯元は常に 250 件程度に留まっており、開業後の工房の存続は難しい。その中で作家として自分の作品が認められ生涯作家として生計を立てられるものが 9 割を占める。しかしある程度まとまったオーダーメイドに対応出来るような工房はほぼ無い。なお、2020 年の経済センサスで 4 人以上の事業所数（笠間市）は、10 件未満である。

4. 組合事業への参画

笠間焼協同組合（1991 年設立）

増渕氏は組合の初代理事長で、設立に多大な尽力をした功労者である。

前史として、笠間には任意団体としての「笠間焼連合組合」が存在していた。そこは窯元、販売、輸出、民芸協会、作家協会など異業種の団体を包摂した任意の連合組合形式であったため、茨城県や笠間市から統一した法人組合を設立し、国より伝統的工芸品の認定を受ける事が、産地の存続と発展には不可欠と言われて続けていた。連合組合の 3 代目理事長に就いた増渕氏のときに、県・市・窯業指導所の支援・協力もあり、なんとか現在の笠間焼協同組合を組織し法人化した。そこに至るまでには、法人化することのメリット等を個人作家達へ周知、理解を得る、前組合員の反発など紆余曲折を経る事となった。設立の翌年（1992 年）、ようやく伝統的工芸品の指定を受けることができた。

現在の組合員は約 160 名で、工房は 250 件程度あるが、窯元として組合に加盟しているのはわずかに 20～30 件程度である。連合組合時代の名残で、同組合では販売業者など、製造以外の業者も加盟している。

笠間焼陶芸販売協同組合（2018 年設立）

増渕氏が中心になって販売業者の協同組合を作ろうとしたが、結果的には、向山窯を卒業した窯元 4 名とともに 5 名で組織した。組合員の資格には「陶磁器製品製造業を行う事業者であること」が明記されている。増渕氏がいいうには、直営店をもつ窯元にも声かけしたが、組合の意義を理解されず加盟しなかった。

組合として海外市場、とりわけ中国市場への参入を図ったが、コロナ禍となり、またそれが明けてからの中国市場参入は不確定・不安なので、中止した。今年（2024 年）から、国内市場に向けて EC 事業を立ち上げていく。

笠間焼の今後の課題は、売る仕組み作りであることから、元コンサルタントや金融機関等

の支援を受けながら、進めていく計画である。行政等の補助金の活用も図っていく。

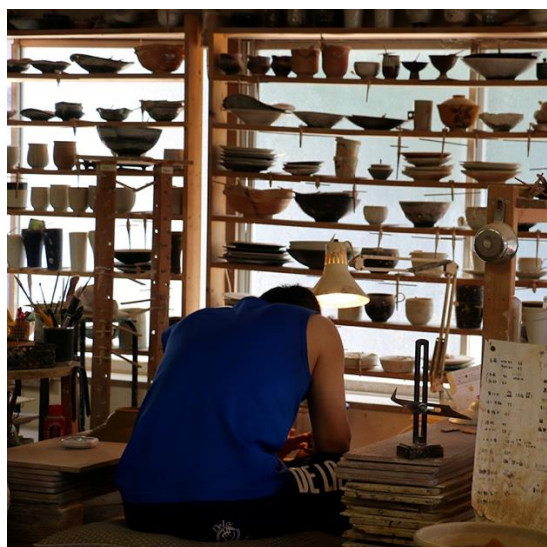
5. 笠間陶芸大学校（2016 年開校）への関わり・評価

増渕氏は大学校設立準備にまつわる地域代表メンバーのひとりで、4 年制の大学校として開学することを提案した。理由としては4 年間の深い学びが望ましいためであったが、ほとんどの大学校が2 年間という教育課程となっており、その部分を覆すことは出来なかった。

ただ、窯業指導所時代の後継者養成の性質から、自由な作風や技法も含めて産業界がそうであるように、オープンで「現代をリードする陶芸家の排出」を目指す方向性には賛同しており、尊重して、協力できるところは協力する姿勢でいる。

大学校の修了生は現在3 名在籍している。修了生を採用したいという思いはあるが、修了生の多くは窯元に従事せず、2～3 年の独学を経て独立していくのが現実である。

【工房の作業風景】



【工房の作業風景】



(写真出所：向山窯 HP より引用：<https://kasamayaki.co.jp/kozangama/factory>)

施設名 京都府立陶工高等技術専門校（京都陶芸大学校）

【京焼・清水焼産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	京都府立陶工高等技術専門校 校長・絹谷義彦
所在地	京都市東山区今熊野阿弥陀ヶ峰町 17-2
設立	1946 年
運営母体・形態	京都府・公共職業能力開発施設
収容人数（年間）	やきもの成形科（基礎コース）20 名、やきもの成形科（応用コース）10 名、絵付デザイン科 10 名
教育スタッフ	基礎コース、応用コース、絵付デザイン科それぞれ各 2 名と訓練課長 1 名の合計 7 名。
主な教育・訓練	1 年間 1,400 時間の授業（始業 9:00 終業 16:35） やきもの成形科の基礎コースは訓練期間が 1 年間、やきもの成形科の応用コースと絵付デザイン科の訓練期間は 2 年間。製陶所等で仕事をするうえで必要なスキルを身につけ、就職することを目的としている。
ウェブサイト	https://www.pref.kyoto.jp/tokgs/index.html

2. 沿革（概略）

1946 年 京都府京都陶工補導所として発足。

1988 年 現在地に移転。

1989 年 京都府立陶工高等技術専門校に改称。

3. 教育体系の特色

（1）概要

京都の伝統産業である京焼・清水焼の伝統的作陶技術を習得するための施設として、1946 年に京都府京都陶工補導所が創設された。1989 年に京都府立陶工高等技術専門校に改称。現在は、職業能力開発促進法にもとづく能力開発施設として運営されている。2 年後（2026 年）に創設 80 周年をむかえる。これまでに約 3,000 人の修了生を輩出。京都の陶芸関係者の多くは当校の出身者である。修了生のなかには、人間国宝になった人材もいる。

同校は、①やきもの成形科（基礎コース）・1 年制、②やきもの成形科（応用コース）・2 年制、③絵付デザイン科・2 年制の 3 つの訓練科から成り立っている。職業訓練の制度上、「基礎コース」→「応用コース」に進むことはできない。

入校の資格は、「高等学校卒業者と同等以上の技術習得能力を有すると認められる入校時に満 18 歳以上の者」。求職者支援制度による就業支援を希望する者は、要件を満たすと「職

業訓練受講者給付金」を受けられる。また、要件を満たすものは、雇用保険を受給することができる。

（２）訓練教科の内容など

１～２年にわたる訓練期間において、陶磁器の成形・絵付・釉薬・焼成などの一連の基礎技能や基礎知識を身につける。作品を創作するのではなく、製陶所などで仕事をしていくうえで必要なスキルを身につけることを目指している。現場で必要とされる道具も自前で作れるように訓練している。一方、釉薬は、既に調合したものを使用しており、独自で調合することはほとんどなく、釉薬づくりの訓練にはあまり時間をかけていない。一定のクオリティで、時間内に決められた量の作業を行えるかといったことを意識させるなど、即戦力として働ける人材の育成に徹している。

製陶所では、成形と絵付の工程は別々の職人によって担われているため、両方の技術を求められることはない。そのため、当校でも「やきもの成形科」と「絵付デザイン科」に分かれている。

（３）主な訓練内容

やきもの成形科の１年目の前半は、「基礎コース」も「応用コース」も、ほぼ同じ基本課題（土もみ～ロクロ成形）に取り組む。「基礎コース」は、１年目の後半からは応用課題（デザイン～ロクロ成形）や就職に向けた製作に取り組み、技能照査を受ける。「応用コース」は、１年目の後半は必修課題（成形、装飾）、２年目には磁器の課題にも取り組むことになる。応用課題（デザイン～ロクロ成形）、必修課題（釉薬、石膏型を用いた成形、打ち込み成形など）、やグループワーク、さらに外部講師による特別実技訓練に取り組み、就職に向けた製作、技能照査に進む。

絵付デザイン科は、筆の使い方を身につけるために、絵柄を紙に描く訓練からはじめる。その後、下絵付の基本課題から応用課題に進んでいく。１年目の後半に上絵付の基本課題の取り掛かり、２年目は上絵付の応用課題、必修課題（絵具調合、コンセプトデザイン）、グループワーク、就職に向けた製作を経て技能照査（下絵付・上絵付）を受ける。

また訓練期間の終盤には、自身の製品のデザイン、値付け、そして小売店での販売実習も行い、コスト感覚や消費者の動向などを学ぶ機会を設けている。

なお、訓練期間の成果品は、年度末に展示・即売会にて一般に販売される。

４．入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

入校者の２０％前後は、美術系の大学や専門学校の卒業生と思われる。ただし、近年の同校の入校者の特徴としては、離職者が中心であるため大学や専門学校を卒業直後に入校するケースは少なくなっている。

２０２４年度の在校生３５人のうち、男性は８人、女性は２７人。この１０年ほどで女性の割

合が上昇している。年齢構成は、20歳代が21人、30歳代が8人、40歳以上が6人。出身地域は、京都府内が8人（22.9%）、京都府外が27人（77.1%）となっている。京都の窯元が減少しているためか、窯元の子弟の入校は減っている。かつては、志願者の倍率が5倍ほどであったが、近年は低下傾向にある。

以前は、やきものやものづくりが好きな人、得意な人が入校してきたが、近年では、陶芸作家のファンや作家にあこがれを抱いて入校する人も増えてきているようである。

外国人の入校については、永住ビザを持っていることなどが条件となる。日本人をパートナーとする外国人などが入校したケースはあるが、同校の設置目的からも定住者資格を有しない外国人の受け入れは難しい。

2023年度修了生は35人。就職が32人、進学が3人。就職した32人の全員が陶芸関連の職に就いている。やきもの成形科は、全国の陶磁器の産地が就職先となる。一方、絵付デザイン科については九谷や有田、砥部などに限られている。修了生の就職先は、50%程が京都府内。求人数は73人と修了者を上回っていた。修了してすぐに独立するケースは少ない。

5. 産地における役割・機能

近年は、京都の陶磁器産地では、清水焼や伝統工芸にこだわらない人も出てきている。製陶所の廃業も増えており、自分の代で工場を閉めてしまってもよいと思っている人も増えているようである。京都では、自宅兼工場のところが多いので、廃業後に工場を貸し出すこともあまり行われていない。そのため、多治見や笠間で見られるような貸し工房も少ないようである。

窯元で仕事（アルバイト含む）をしながら、独立を目指している人もいるようである。窯元でも、そのような人を週に数日のみ働いてもらえばよいという条件で雇用しているケースもある。

京都では、手作り市がひと月に1回ぐらい行われている。また、陶器市も行われており、このような場に出品する機会はある。

京都の陶芸関係者の多くは同校の出身者である。京都における陶磁器産業への人材供給源として大きな役割を果たしている。

【実習・訓練の様子】



【絵付けの実習】



（写真出所：同スクール HP より引用。）

会社名 廻窯舎 【京焼・清水焼産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	廻窯舎 共同代表 多賀楓夏
所在地	京都府京都市西京区
出身地	岩手県
修了スクール および修了年	京都府立陶工高等技術専門校（京都府立陶芸大学校） やきもの成形応用コース 2023 年 3 月修了
創業・設立	2019 年
従業者数	0 名（2024 年 6 月現在）
主要事業	陶器の製造販売（直販予定あり）
ウェブサイト	https://www.instagram.com/kaiyousha/

1. 創業までの経緯

2013 年 岩手県の地元高校時代に陶芸部で陶芸に触れる。

2014 年 京都府立大学（文学部）時代に京都大学陶芸部に入部。

2018 年 大学卒業後、一般企業に就職。

2019 年 現在のパートナーが廻窯舎を設立、参画。

2021 年 会社を退社し、京都府立陶工高等技術専門校・成形応用コース入校。

2023 年 同校修了、現在地に工房を移転、実質的に工房を運営。

大学卒業後、一度は一般企業に就職したものの多忙な毎日に追われ、休日にやりたかった創作活動はおろか読書をするのも億劫になり、人生を見つめ直した結果、陶芸で身を立てる決意をして退社する。多賀氏にとって学生時代から存在を知っていた府立陶工高等技術専門校（以下、大学校）は、失業給付を受給しながら職業訓練できたのは、同校が公共職業能力開発施設であるゆえんである。研修期間中はインターンに参加したり、陶芸家の下で生地作りのアルバイトをしたりを通じて多彩な産業界との関係を構築できる点でも、非常に有益・有効であった。大学のサークル活動では好きなものを 1 つずつ作っていたが、大学校では同じ形を一定の時間内と品質で何個も作る、型も使う、磁器も習うなど、「器屋になるため」の充実した学びを得ることができたと述懐している。

2. 事業内容

同社の設立はパートナーによるものだが、現在は別の会社（ベンチャー）の経営に携わっているため、大学校修了後に本格的に参画した多賀氏が、工房の作品制作・経営を全面的にひとりで担っている。主に器や置物などを落ち着いた風合いによる、やや北欧調デザイ

ンの作品を得意としている。

地元で盛んに開催されている陶器市をはじめ、信楽の作家市などに出品し、販売してきた。そこでの関係や SNS 経由でアプローチしてきた地元の卸業者や雑貨経営店など取引関係が形成された。あるいは、よく利用していた飲食店経営者から、まとまった器の注文を受けるなど、不定期の発注もこなしている。また、多賀氏は大学校のやきもの成形コース修了者のため絵付けは独学だが、英国製「ベルベット下絵の具」で絵付けをし、繊細で鮮やかな図柄の作品でバリエーションをつけようとしている。

移転して間もないため、商品のラインナップ充実と店舗併設の直販、ネット販売もこれから進めていくという段階である。京都陶磁器協会に加盟し、東山区五条坂の京都陶芸会館に作品を出展させてもらったり、若手作家と交流したりするなど、地場の産業界とのつながりも重視している。他方で、「フランスで窯を炊いて陶芸しよう」という企画が SNS 経由でもたらされたり、取引のある雑貨店経営者がカンボジアに進出するので作品を卸さないかと誘われたりするなど、若さを武器にした挑戦的な活動が周辺に存在する。

受注と生産が軌道に乗れば、大学校の生徒をアルバイトで雇いながら、陶芸の世界で食べていけるような道筋を見せつつ、チームでいろいろな需要・ニーズに対応できるような経営体を目指している。あるいは、京焼・清水焼の中心地から離れた現在地がベッドタウンであることから、子育てに一段落した女性などを対象に陶芸教室を開催して、この地に陶芸の魅力を伝える役割も担いたいと構想している。売上の目標としては、同年代の会社員の年収くらいを目指したいという。パートナーもゆくゆくはベンチャー企業の経営に区切りを付けて、ふたりして陶芸で生計を維持したいと考えている。

3. 京焼・清水焼笠地の特徴

大学校の入校者のうち地元以外が8割弱を占めるように、この産地は歴史的かつ文化的に嗜好品を求める需要に応えるために全国からさまざまな技術をもつ人材を呼び寄せ、京焼・清水焼をバラエティ豊かに発展させてきた。とはいえ、伝統的作風を維持するところはあるものの、実情は新旧入り交じりの百花繚乱の体といった感じがしないでもない。そこに同社のようなエフェクチュエータが新規参入するチャンスがあるわけだが、都市部ゆえに多治見や笠間のような安価に賃貸しうるレンタル工房やシェア工房を利用できる環境にない。

多賀氏の知人は京都市中心部のアパートを数名で一人2万円ほどを拠出してシェアし、銘々が終業後にそこで作陶に励んでいるが、それも例外的と述べていた。零細な窯元が多いため、廃業するところが多いにもかかわらず、他産地のように自宅内の作業場のため、他人に貸し出すことは困難という。ただ、しばしば催される陶器市やクラフトフェアに出品する作品作りを支援する窯元も少なくないようで、自分の作風の確立に励む若手や大学校修了生もいる。

京都市の清水焼団地にある陶芸スタジオ・トキノハは、伝統を受け継ぎながらも現代的な

デザインを取り入れた作品の製造販売を行い、陶芸ワークショップも開催しており、多賀氏の目指す模範のような存在という。食卓を鮮やかに彩るデザインとシンプルで高い機能性を備えた作品で、独自の現代的ライフスタイルを提案している。

4. 若干の懸念材料

世界情勢が不穏な状態が続いているので、これまで比較的入手しやすかったものが、手に入りにくくなったり、価格が高騰したりするなど、陶芸を続けていく上で若干の懸念材料があるという。

【以前の工房での作業風景】



【作品例】



(出所：同社 HP および同社 X より引用。)

施設名 北海道立旭川高等技術専門学院（造形デザイン科）

【旭川家具産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	北海道立旭川高等技術専門学院 学院長 新山辰彦
所在地	北海道旭川市緑が丘東 3 条 2 丁目 1 番-1 号
開設	1945 年
運営母体・形態	北海道・公共職業能力開発施設
訓練定員（年間）	20 名 その他 5 科 95 名
教育スタッフ	職業訓練指導員 4 名、時間勤講師（地元産業界等）多数
主な教育・訓練	普通課程 造形デザイン科 2 年間 2,800 時間の職業訓練（始業 8:45 終業 16:00） 学科 3 割（加工法・積算・CAD 等）・実習 7 割（機械加工・製作実習等） ※技能五輪全国出場を目指す（在学中・修了後の入賞者多数）
ウェブサイト	https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/ahs/

2. 沿革（概略）

1945 年 開所（旭川建築工養成所として）。

1946 年 木工科新設：50 名（訓練期間 6 か月 1950 年より 1 年間へ）。

1958 年 北海道立旭川職業訓練所に改称。

1988 年 現名称となる。

1996 年 木工科を造形デザイン科、1 年制から 2 年制へ移行、定員 20 名×2 年（40 名）。

3. 教育体系の特色

（1）概要

設立当初は戦後の復興ということで、家具ではなく、建築分野の訓練を目的に開設されたが、翌年すぐに木工科も追加設置された。

造形デザイン科という名称で、2 年間を通じて家具製作、建具製作の双方において基礎的な知識と技能・技術を習得させ、産業界に人材を輩出している。もともと法的には 1 年間の訓練が基本で、2 年制というのはあまりない。2 年制にしたのは、より高度で実践的な技能・技術を習得するためである。

訓練目標としては、①基礎的な造形感覚を養い、意匠設計の実務能力を育成する、②付加価値の高い木製品の製作を通じ、生産活動の実践力を養う、③木工用 ME 機器や情報機器の活用能力を付与する、とある。

受け入れ対象は、高等学校卒業もしくはそれと同等以上の学力を有すると認められるものを対象としている。造形デザイン科では、開設以来、総勢 2,257 名の修了生を数える（2024

年 3 月)。

2 級技能検定の受験時に、技能照査合格者は学科試験が免除されるなどがある。また、実技試験の受験には実務経験が 2 年間必要であるが、23 歳以下であれば技能五輪枠で受験することが可能となっている。

1997 年の 2 年制移行時に 2 級技能検定受験をカリキュラムに取り入れるとともに、技能五輪全国大会出場を目指しており、以来、成績優秀者は北海道代表として全国大会出場と入賞を多く記録している。

在校中に入賞者の多くは、修了後、就職先でも挑戦して、さらに高い成績で入賞するものもいる。なお、金賞（年齢制限により一部の銀賞・銅賞）の受賞者は 2 年に 1 度の国際大会に出場でき、過去 8 回に渡って出場者を輩出しており、2024 年度はフランス・リヨンの大会に修了生 1 名が挑戦した。全国大会や国際大会への出場では、旭川市や所属先企業などがさまざまな支援・援助を行っている。

（2）訓練教科の内容など

1 年次では、木製品製作の基礎となる手道具の使用方法、木工機械の操作方法など、共通課題を通して学習する。後期は NC プログラミング技術の習得やスケールモデル、オリジナル家具製品を製作する。基本的にフラッシュ構造の箱物家具の製作を中心とした訓練内容となる。

2 年次では、組子課題とグループによる椅子の製作課題に取り組み、より高度で実践的な製品製作によって技術の向上を図る。また、後期は 2 年間の集大成として自ら提案、製作し、その成果を修了研究作品展において一般に発表する（販売はしていない）。

＜主な訓練内容＞

	学 科	実 技
1 年次前期	木材加工法・製図・木材加工機械 生産工学概論・工作法・材料・安全衛生	器工具使用法・機械操作基本実習 工作基本実習
1 年次後期	デザイン概論・デザイン製図・塗装法 ソフトウェア概論・数値制御基礎・木製品 色彩概論・基礎造形	塗装基本実習・造形実習・塗装実習 NC 工作操作実習・製品デザイン実習 組立及び仕上実習
2 年時前期	デザイン製図 (CAD)・基礎造形・室内計画	製品デザイン実習・組立及び仕上実習 設計実習・木製品製作実習
2 年時後期	人間工学概論・品質管理概論 仕様及び積算	塗装実習・組立及び仕上実習・設計実習 製品デザイン実習・造形実習 木製品製作実習

地元産業界の強力によりインターンシップを行っており、ほとんどの場合、インターンシップ先に就職することが多いという。

職業訓練指導員 4 名は民間のキャリア登用が 3 名、職業能力開発総合大学校卒が 1 名である。そのほか、校地域を代表する先達の指導を受けることができ、家具および建具の双方の業界から時間講師を招いている。さらに、インテリアコーディネーターや組子の職人、イス張り職人などにも来てもらっている。産業界は学院に対して非常に協力的である。

家具・建具製作に関する知識・技能の習得・訓練には十分に恵まれているが、独立開業や起業家精神・エフェクチュエーションに関する教育は施設の性質上、行われていない。

4. 入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

入校者は 2017 年頃から 20 名の定員を割る傾向が続いており、この 2 年は 7 名、4 名と非常に少ない状況となっている。2024 年度の入校者 4 名は、新規高卒 1 名、新規大卒 1 名、過年度短大卒の女性 2 名（40 代、50 代）であった。現 2 年生は 7 名で、うち新規高卒が 5 名、短大卒が 1 名、大卒が 1 名である。

出身地域は旭川市および上川管内（22 市町村）でほぼ限られている。それ以外も道内出身者であり、ここ数年は本州からの入校者はほぼゼロである。寮は廃止されており、全員が自宅通学か近隣でアパート等を賃貸している。

8 割程度が高校新卒で、それ以外が高校・大学等の既卒者、離転職者である。これまでだと芸術系の大学卒の入校者は非常に少ない（いたとは思われるが）。近年は女性の入校者も増えており、3 分の 1 程度となっている。年齢別では、29 歳以下が 3 分の 2 以上を占める。

修了者の求人倍率は 2 倍程度あり、修了者のほぼ全員が旭川市・上川管内の企業に就職している。

造形デザイン科という名称だが、実際にデザインを専門にしているわけではないので、就職後、デザイン担当になるというよりは、開発や製造担当として活躍する方が普通である。

5. 産地における役割・機能

公共職業能力開発施設として、地元の家具・木工・建具業界において「即戦力」人材の供給面で大きな役割を期待され、また、十分に果たしている。

技能五輪出場者・入賞者をはじめとして、修了生に対する産業界の期待は高く、求人数にそれが反映されており、実際、修了者のほぼ全員が地元就職を果たしている。地元企業に就職したのち、自分のオリジナリティで勝負しようと工房を開設する学院修了生も存在するが、具体的な件数は不明である。

なかには北海道出身者以外による非常にまれなケースもある。ガージーカームワークスの創業者は神奈川県出身で学院に入校し、学院時代（2000 年）に技能五輪全国大会で金賞を取った。修了後は産地メーカーに就職してさらに腕を磨き、2001 年には技能五輪国際大会（韓国）に出場した。その後、2010 年に同社を設立した（旭川市、社員数 14 名）。

会社名 アトラクラフト 【旭川家具産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	アトラクラフト 荻野圭一
所在地	北海道美瑛町五稜第5（旧五稜小学校跡地）
出身地	北海道旭川市
修了スクール および修了年	北海道立旭川高等技術専門学院 造形デザイン科 2018年3月
創業・設立	2022年3月
従業者数	0名（2024年7月現在）
主要事業	家具部品等の委託製造、オリジナルクラフト
ウェブサイト	https://www.instagram.com/kobo.attracraft/

2. スクール入校について

荻野氏の実家は家具・木工ではないが、幼少期に父親が大工をしていた関係で、木で工作することが身近にある生活だった。旭川市内の工業高校で建築を学んで卒業後、1から最後までものづくりできる家具・木工を学ぼうと北海道立旭川高等技術専門学院造形デザイン科（以下、学院）に入校した。当時は定員20名に対して、同期生20名がいたという。

学院では自主設計製作で好きなものづくりができる実習に意欲的に取り組むと共に、2年次には技能五輪にも挑戦して北海道代表として全国大会に出場し、敢闘賞を受賞した。

3. 創業の経緯

学院の授業で組子細工に興味を持ち、外部講師として授業を担当した地元建具メーカーにインターンシップに行き、学院修了後はそこに就職した。同社の社員としても2年連続で技能五輪に北海道代表として出場し、銀賞・金賞と連続で入賞を果たした。社内でも期待される逸材だったが、学院時代から独立を志していたため、4年で退社して2022年に一人でアトラクラフトを設立した（24歳）。

独立を考えていたおり、学院時代の同級生の親（インテリアコーディネート会社経営者、学院でも授業担当）から美瑛町の小学校廃校跡地でリサイクルショップを開く際に、体育館を工房として利用できることを進言され、そこを拠点とすることを決意して独立・開業した。工房としてはリサイクルショップのレストア事業の職人（1名）と共同で利用する形で、賃貸料は月額7万円である（光熱費込み）。

この体育館工房には一通りの木工機械が揃っているため、新規開業する若手人材にとっては、立ち上げ直後から木工機械一式を共同利用できるため、自身の設備投資が不要で、開業資金は非常に少なく済んだ。現在も実家住まいで、設計や事務仕事などのデスクワークは

自宅で行い、作業を工房で行っている。

開業当初から「これを軸に」といった計画や決意はなく、うまくやっていけなくても、アルバイトや業界の手伝いをして、そのうち自分の作りたいもので生活できれば、というくらいだった。失敗しても、実家暮らしだし、20代で再起も可能という考えだった。

4. 主な事業

現在の事業の主な内容は、東京資本のオリジナルデザインの家具・インテリア製品などの企画・開発・製造・販売を行う企業の製造拠点（東川町）から委託される家具部品や店舗什器の委託製造である。技能五輪金賞の実力を備える荻野氏に寄せる信頼は大きく、扉や引き戸の多くの製造を板材支給により加工・組立を委託している。基本的に受けられる仕事は引き受け、そうでない仕事は断っている。不得意なものまで受注して、仲間に回すようなことはしていない。現状はこの仕事が順調なため、当初思い描いていた自分のものづくりを大々的に推進できる状態にはないため、事業は順調だが、どこかでバランスを取る必要性を感じているようでもある。

このほか、リサイクルショップ運営の親会社（インテリアコーディネート）や学院修了者の経営する家具メーカーからも家具や什器の仕事を受注している。

オリジナル作品としては、組子細工や格子を基盤としたコースターなどの試作を重ねており、今後、旭川デザインウィークの工房展示会に参加してアピールしていきたいという。組子や格子の加工・制作には独自の手作りの治具を駆使しており、自身の得意な技法を活かしたほかの人がつくれないものをつくっていききたいという。オリジナル作品の販売計画としては、自社のサイトから直接消費者に販売する形を構想している。

5. 業界の動向や産地とのつながり

学院の同期生は20名いたが、修了時には18名だった。その多くが地元の家具業界・メーカーに就職したが、今でも業界で働いているのはその半分くらいになっているとのことである。辞めていく理由は人間関係もあるだろうが、どちらかという、金銭面や労働環境、残業の多さ、休日の少なさなどといわれる。離職者は家具業界とは別の分野で再就職することで、収入を増やしていることが多いともいわれる。

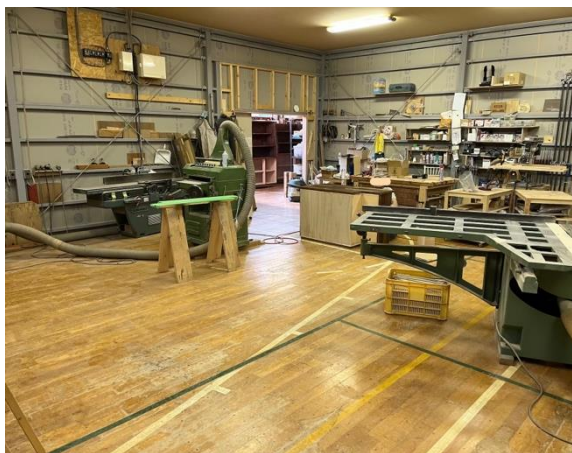
こうした若手人材が定着しないことと、高齢の従業員が退職して補充ができていないなどにより、家具業界でも人手不足の状況になっているという。ゆえに、ここ数年は、業界としても労働条件の見直しや改善に努めているようである。

こうしたことを問題視している既存メーカーの経営者（中堅どころの年代）や組合（旭川木工センター）は、「作り手飲み会」や「木工キャンプ」と称する企画・イベントを実施するなど、会社の枠を超えた若手人材の交流の場を設定して業界の活性化に努めている。

この産地では、飛騨高山のようなシェア工房の利用については、あまり聞かないという。個人で工場の一部を借りて、ワークスペースにして活動するケースはあるらしい。

学院では無垢材からの家具製作を手と機械を使ってしっかり学べたが、家具業界ではフラッシュと呼ばれる家具製法が普及しているので、工場でフラッシュや木口張りに多く使われているゴム系接着剤を使う機会があっても良かったと述懐している。

【シェア工房の様子（小学校体育館跡）】



【素材置場（小学校体育館跡）】



（写真出所：訪問時に撮影。）

会社名 アド 【旭川家具産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	アド 牧野博幸
所在地	北海道旭川市東旭川町東桜岡 500-9
出身地	北海道千歳市
修了スクール および修了年	北海道立旭川高等技術専門学院 造形デザイン科 2023 年 3 月
創業・設立	2024 年 7 月
従業者数	0 名（2024 年 7 月現在）
主要事業	個人依頼の家具等やオリジナルクラフトの製造販売
ウェブサイト	なし

2. スクール入校について

道内の大学を卒業後、東京で就職するも、直ぐに退職して仕事を転々とした。大学在学中よりタイへの渡航を繰り返し、タイでの滞在を通じて日用品を手作りして自分で直す生活文化や価値観に親しむようになった。タイ人家具職人のところに3ヶ月ほど通うも、それをうまく事業に繋げることができずにいた。一度北海道に帰ろうと考え、東京ビッグサイトの移住フェアを覗いたところ、旭川市のブースで北海道立旭川高等技術専門学院造形デザイン科（以下、学院）のことも聞き及び、入校と移住を決意するにいたった。

2021 年に移住して失業手当を受給しつつ、学院で2年間の研修訓練を受けて学ぼうち、実務を積んでから独立するのは性に合わないを確認して、実力も人脈も不十分ながら最初から独立する道を選んだ。

3. 創業の経緯

幾度にもおよぶタイでの滞在・生活のなかで、タイ人が身の回りのものは自分で作り、壊れたら完璧でなくても自分で直す姿とたくましさに関心していた。学院で「何を作りたいのか」と問われることで、日本でタイのひとびとのような「生活を創っていく」提案をしたのではないかと自身の目的を落とし込んでいった。近い概念に、「ブリコラージュ」（あり合わせの道具・材料を用いて自分の手でものをつくること）というものがありそうだと考えている。ただし、具体的な事業計画を企画・構想するまでにはいたったわけではなかったが、修了後に就職ではなく、独立する決意に揺るぎはなかった。

他方で、学院2年目ころからは、独立のための土地・物件探しを始めて、古民家の空き家の譲渡・解体を受けて自宅・工房・食堂として利用するために、美瑛町に移設する作業を進めてきた。そのためにユニック（クレーントラック車免許）や玉掛け技能の資格を取得して、

移築作業もひとりでできる準備もおこなった。

なお、パートナーがタイ料理店（食堂）を経営しており、物件は賃貸で2階に居住し、学院修了後から現在にいたるまでは、その裏手に木工作業場を自分で仮設している。

4. 主な事業

これまでのところ、食堂・自宅・工房の移築が終わるまでは、本格的な事業を展開するにはいたっていないし、また、工房開設の正式なアナウンスも控えている。もともと大量生産・大量廃棄への疑念もあり、また、十分な資金的余裕もないことから、学院や多くの工房から出される廃材・端材を積極的に作品づくりに活用する考えを持っている。そもそも学院時代に自分で出したかんなくずすら、自宅の断熱材に使おうと考えて持ち帰り、保管しているくらいである。さまざまな廃材・端材を入手しているので、つくるものによって樹種との相性や特性が分かるようになってきたので、徐々に樹種と製品の関係についてのこだわりがでてくるようになった。ただ、今のところ、道産材を積極的活用するところまでは考えていない。

食堂裏の作業場では、これまで食堂の来客と知り合う中で、上述の思想に共感した個人からいくつか製作を依頼されて、手がけてきた。たとえば、ベッドやテーブル、棚、衝立、天板、オブジェの製作や椅子の張り替えなどである。

それ以外には、端材を利用するため、スプーンなどのカトラリー、プレート、灰皿などを製作している。しっかり構想・設計・デザインして製作に当たるのではなく、形を決めないで、手を動かして切ったり削ったりしていく中で、頭より手の方に「木が教えてくれる」感覚でものづくりをしている。いまだ確立された製法ではないが、「木を彫っているのではなくて、それは姿を表しているんだ」という地元の木工家の教えに共感したもののづくりをしているという。

食堂の一角に展示スペースを設けて、来客者に自由にみてもらい、感想をもらうなどして今後の活動の参考にしている。今のところ、十分なラインナップが揃っているわけではないので、積極的な情報発信（SNS）はしていない。

将来的には、電気に頼らない工具を自家用車に積み込んで、全国各地を回って、各地の地場の木材を使って、その地でものづくりをして販売して、また次のところへ移動するといったこともやりたいと構想している。

5. 産業業界の動向やつながり

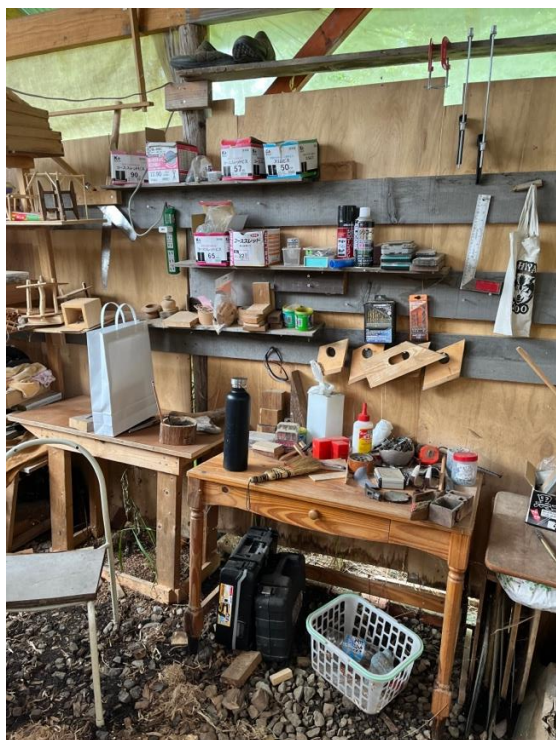
今のところ、正式な工房開設をかかげていないことに加えて、仮設の作業場で木工機械も保有していないので、メーカーからの外注仕事を受けることはしていない。

近所の木工作家（丹野製作所）が開くワークショップに参加したり、旭川市の工芸センターが実施する NC ルーター講習を受講したりするなど、技術・スキルの向上にも取り組んでいる。場合によっては、自分でもっていない木工機械を近所の工房で貸してもらうことも

ある。また、学院時代のインターンシップ受け入れ先の工房や東川町の家具イベントで著名な椅子コレクター（織田憲嗣氏）関係のイベントに参加するなどして、この産地のキーパーソンの周りで「いろいろな家具を通じたつながりができている気がする」という。

こうしたつながりができたので、技術的なことで学院に相談に行くよりは、近くの工房などを頼ることで事足りている。

【仮の作業場】



【作品例】



（写真出所：訪問時に撮影。）

会社名 トリネコ 【旭川家具産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	トリネコ 倉橋 司
所在地	北海道旭川市東旭川町 135-8
出身地	北海道帯広市
修了スクール および修了年	北海道立旭川高等技術専門学院 造形デザイン科 2018 年 3 月
創業・設立	2024 年 12 月
従業者数	0 名（2024 年 7 月現在）
主要事業	家具・オリジナルクラフトの製造販売
ウェブサイト	https://www.instagram.com/tsukasa_kurahashi/

2. スクール入校について

倉橋氏は高卒後すぐに就職しようと考えていたので、就職に強いと言われる地元商業高校に進学したが、思いの外、希望するような就職先がないため、もともととはものづくりに興味があったことを思い出し、地元の帯広高等技術専門学院を見学した。そこは建築と建具の研修内容だったので、旭川高等技術専門学院造形デザイン科（以下、学院）も見学したところ、家具の産地ということで家具・木工でものづくりの研修内容が充実していたため、入校した。

倉橋氏はアトラクラフトの荻野氏と同期で、2年次に技能五輪にも挑戦して、ともに北海道代表として全国大会に出場して銀賞を受賞した。在籍中から3年くらいメーカーで経験を積んで、独立したいという気持ちを抱いていた。しかし、業界の先輩たちからは「そんなに甘くはない」と言われていた。

3. 創業の経緯

1年次の終わり頃に、東京資本のラグジュアリー空間プロデュース会社の工場（東川町）のアルバイト募集に応募した。その後、インターンシップもそこで経験して、工場での作業にはライン業務は存在せず、ほとんどひとりで家具を製作していくスタイルだったことが気に入り、そのまま就職することとなった。荻野氏と同様に、就職後も技能五輪の全国大会に出場し、2年続けて銀賞・金賞に入賞し、着実に実力を付けていった。そのため、職場では若くしてリーダーに抜擢されて、工場長のサポートをするまでになった。

ただ、同期の荻野氏が一足早く独立したこと、また、年下で高卒（おといねっふ技術工芸高校：音威子府村）で独立した工房作家が近隣の鷹栖町で活躍する姿に刺激され、2023年11月に6年弱勤務した工場を退職、独立した。また、地元で尊敬する工房作家が、学院で

学ぶことなく産地企業に就職して技術を身につけて独立し、旭川デザインウィークの実行委員長を任されるような姿に憧れもした。独立してやっていくことの厳しさは指摘されていたが、30 歳にいかないところでまだ身持ちも軽いし、メーカーでリーダー経験を積んで自信もついたので、1 回はチャレンジしてみようということで決意にいたった。

さらに、退職する前に、東川町の工房オーナーが若手を支援したいと表明していて、話を聞きに行くと工房の一角を無料で貸し出すことを申し出てくれた。その小さな一角を間借りして、同社で抱えている木材の提供も受けて、小さく自身のものづくりを始めた。

しかし、間借りしていた工房のオーナーが体を悪くして引退してしまったのを機に経営が傾き、ちょうどそのときに今の工房の入居を知人に打診されたため、転居した（2024 年 3 月）。現在の工房（月額 15,000 円）には前任者が丁寧に使用していた木工機械が一式揃っており、そのまま利用することが可能だった。ただ、ここも短期間の賃貸で、かつ、工房の清掃と機械の買い取りを含めてすぐに退去する予定であり、目下、より大きな工房への移転のための融資と事業計画書作成に取りかかっている。

4. 主な事業

2024 年 7 月現在は、開業届を正式に出す前の準備期間中にあたる。前職を退職した当初は、家具や小物をクラフトとして製作していく方向に寄っていた。しかし、さまざまな機会に同業や異分野の作家と交流するうちに、「自分の作品を価値あるものとしてつくっていくこと」や生き残っていくためには「作家性」が必要ではないかと心境の変化が生じているという。

旭川デザインウィーク（6 月）期間中は、産地でさまざまなイベントや催しがおこなわれる。学院出身の先輩が経営するギャラリーで若手木工作家 10 人を集めた作品展が企画されたので参加したり、同じギャラリーで服飾デザイナーと木工の共同企画展に参加したりした。

倉橋氏はメーカーでは不良となる節や瘤、割れ、縮みなどの入った木材を「木の個性」として活かした作品作りを志向している。また、社会的観点でエネルギーのムダを抑えられる点で道産材を好んで使用していきたいという。これまでのところ、スツールや額縁、プレートなどを試作しており、自身の趣味でもあるスケートボードなどを製作している。

5. 産地の動向や関係

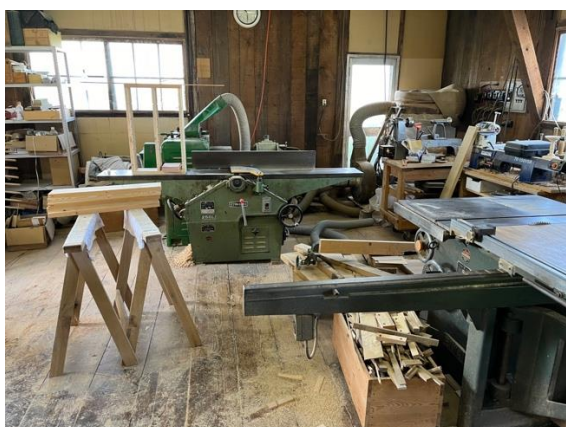
旭川家具産地は「横のつながりが強い」と業界でいわれるらしく、メーカー同士や工房に対して仕事を融通することが一般的という。仕事以外にも、「作り手飲み会」や「木工キャンプ」が企画され、会社の枠を超えて交流する場を先達が用意し、倉橋氏はそのような機会に参加して人脈を広げている。前述のギャラリーの企画展も同様で、ここでは家具とまったく異質な業界とのコラボレーションを催して、若手人材の成長機会を提供している。地元ばかりでなく、大阪の百貨店で開催される北海道イベントへの出展にも声をかけてもらって

参加するなど、倉橋氏はそうした機会を積極的に活かそうと考えている。

現在、旭川産地は多くのメーカーがホテル需要への対応で業務量が増大しているともいわれ、そこから OEM 仕事を打診されることもあるというが、倉橋氏是对応していない。工房の移転が目前であるし、オリジナル製品の構想・試作による独自性の確立が優先事項となっているからである。

学院つながりで何かあるというよりは、技能五輪の先輩後輩などと緩くつながっていたり、各種の産地イベントで交流したりするほうが人脈形成の機会になっているという。

【工房の風景】



【作品例：スツール】



(写真出所：訪問時に撮影。)

施設名 Toyooka Kaban Artisan School (トヨオカ カバン アルチザン スクール)

【豊岡産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	Toyooka Kaban Artisan School
所在地	兵庫県豊岡市中央町 18-10
設立	2014 年
運営母体・形態	豊岡まちづくり株式会社・第三セクター
収容人数（年間）	13 名
教育スタッフ	専任講師・講師・補助講師・名誉講師各 1 名
主な教育・訓練	1 年間 1,364 時間の授業（始業 9:00 終業 18:00） 基礎（カバンの知識・素材・道具・スケッチ・CAD・原価計算など）・ 各種カバンの製作課題（年間 23～24 本のカバンを製作） 充実した設備や教材を用いた少数精鋭の教育
ウェブサイト	http://www.artisanschool.net

2. 沿革（概略）

1995 年 豊岡まちづくり株式会社設立。

2014 年 Toyooka Kaban Artisan Avenue 開設。

Toyooka Kaban Artisan School 開校。

3. 教育体系の特色

（1）概要

豊岡市の中心市街地に豊岡カバンを象徴する施設として Toyooka Kaban Artisan Avenue が開設され、その施設の 3 階にカバン職人を育成する Toyooka Kaban Artisan School(トヨオカ カバン アルチザン スクール)が開校された。

基礎的なカバンづくりの知識や技術にはじまり段階的にレベルが上昇していくカリキュラムとなっている。そのため、初心者であっても 1 年間の授業を通して、カバンづくりに必要な知識と技術を修得することができる。カバンメーカーに勤めた場合には、分業により担当する工程が限られているためカバンづくりの全工程の技術を修得することは難しい。それに対して当スクールでは、課題として各種のカバンを製造するため、カバンづくりに必要な技術を一通り身につけることができる。授業時間は年間 1,380 時間となっており、通常の専門学校の授業時間（800 時間程度）と比較すると長時間である。

一人ひとりに 1 台の平ミシンや工具を貸与しているため、受講生の受け入れ上限は 13 名となっている。開講当初の定員は 6 名程度であったが、徐々に増員してきた。当スクールへ

の出願資格は、高等学校卒業（見込み）以上で、18 歳から 40 歳までとなっている。修了後は、就職や独立することを前提としているので 40 歳までとしている。ただし、カバンづくりに熱意をもって取り組む姿勢が認められた場合には、40 歳以上でも入学を許可されることがある。

カバンづくりの教材として必要な革・皮革などはスクールで調達しているが、材料や部品の一部は地元のカバンメーカーから提供されている。受講生は、課題のカバンの製作にあたり材料費を負担しなくてもよい。

（２）訓練教科の内容など

カバンづくりや素材、道具、スケッチ、図面や型紙、原価計算の基礎を学んだうえで、課題の製作にあたる。課題は、ポーチやショルダーバッグ、トート、リュック、ボストンバッグ、さらにオリジナルのバッグを製作する。課題の製作は、時間が定められているが各自のペースで行われる。ただし、1 年間で 23～24 本のカバンを製作するので一定の期間内に仕上げていくことが求められる。その間に型紙や運針、ハンドルの基礎テストとショルダーバッグとビジネスバッグなどの製作テストを受ける。これら以外にもカバンメーカーや皮革業者の工場見学、インターン、展示会などが実施される。

<主な訓練内容>

	講 座 内 容
基礎講座	総論・心構え、施設・講師、鞆産業の説明、カバンの歴史、カバンの種類・構造、カバンの作り方の流れ、カバンの材料や生地、ラフスケッチ、ミシン、道具について、PC 作業について
製作基礎講座	ミシン縫製短期レッスン、型紙、裁断、縫製、CAD 演習
布カバン製作基礎講座	生地や布製カバンについて、布製カバン製作
皮革鞆製作基礎講座	皮革生地や皮革製カバンについて、基礎皮革製作、<見学>皮革、皮革カバン製作
部分パーツ等応用製作講座	部分パーツの製作について、部分パーツ製作
オリジナル	オリジナル鞆製作
カバン商品化現場学習講座	経営、管理、ロジスチック、商品企画、ブランディングや広告 PR、製造
インターン	インターン
試験	製作試験、座学試験

スクールで実施されているカリキュラムについては、モデルがあったわけではなく独自

に作られてきたものである。

カバン製造の指導にあたっている専任講師は、カバンの卸売や大手メーカーでカバン製造に携わってきた。「豊岡鞆」の審査にも携わっている。

4. 入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

入校者の多くは、高校や大学を卒業後に数年間、企業で働いてから当スクールに入校してくる。年齢は、平均で 30～32 歳となっている。特に美術系の大学の出身者が多いということはない。少数ではあるが、カバンメーカーから派遣されてくる人もいる。入校者の出身地は全国各地に及んでいるが、約 40%は兵庫県内の出身者。男女の比率は半々となっている。

現在、カバン業界は人手不足の状態となっている。昨年度は、9 名の学生に対して、13 社の求人があった。修了者の多くは、カバンメーカーに就職する。カバンづくりに関する一通りの知識や技術を身につけているので、製造部門だけではなく、企画開発部門や試作部門でも活躍している。当スクールは開校して 11 年目になるが、これまでに独立した修了生は 2～3 名程。豊岡市内で起業するのではなく、出身地で起業している。

5. 産地における役割・機能

当スクールは、豊岡市や地元企業が出資をする第三セクターの豊岡まちづくり株式会社によって運営されている。18 社が協賛・協力企業として名を連ねている。前述のように、地元企業から教材となるカバンの材料の一部を提供されている。

少数ではあるが、毎年、産地の外から人材をよび込みカバンづくりの職人を養成している点で、産地に貢献している。また、修了生は、産地のカバンメーカー等に就職している。産地のカバンメーカー等にとっては、人材の供給源の 1 つとなっている。

Toyooka Kaban Artisan Avenue とともに、当スクールは、豊岡市がカバンづくりの産地であることを象徴する存在となっている。

【ミシン実習風景】



【実習風景】



（写真出所：同スクール Facebook より引用。）

会社名 Maison Def 【豊岡鞆産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	Maison Def 下村浩平
所在地	兵庫県豊岡市中央町 18-1
出身地	福岡県
修了スクール および修了年	北九州市立大学卒業（スクールではない）
創業・設立	2017 年
従業者数	1 名（2024 年 8 月現在）
主要事業	鞆の製造・販売
ウェブサイト	https://www.maison-def.com/

2. スクール（アルチザン）との関係性

下村氏は、北九市立大学在籍時にはモノづくりに関心があり、独学で鞆制作を勉強し製造・販売する活動を行っていた。また、イベントの主催等を手掛けおり、事業運営の経験がある。大学卒業後は、小売業の企業に就職しようと考えていたが、希望する企業で不採用となる。知り合いの経営者から産地を紹介され、岡山県倉敷市にある児島のデニム工場を見学する。そこで知り合った方から『日本の革』というブック本を紹介され、豊岡鞆産地を知ることになった。豊岡鞆産地のメーカーに営業として就職し、販売活動に従事することになる。下村氏の勤務先は、アルチザンの立ち上げ、運営に関わっていた。アルチザンは、将来の豊岡鞆産地の担い手を育成する目的があり、いくつもの産地メーカーが運営に参画している。下村氏は業務上、アルチザンの生徒との接することもあり、アルチザンを卒業した後も交流が続いている。

3. 創業の経緯

下村氏は、勤務先の経営者が考える販売方針に違和感を覚え、7 年間勤めていたメーカー退職することになる。退職後、他のメーカーに就職することを検討したが、自分自身でも鞆の製造・販売が可能ではないかと考え、起業することになる。起業に関する資金は、退職金、金融機関からの借り入れで調達している。起業当初は、比較的容易に製造できるギターストラップに着手し、小売に卸していたが、小売に頼らなくてもよい事業の在り方を模索していくことになる。結果的に、自社店舗を構えて、消費者の顔を見ながら、自社ブランドの鞆等を制作、販売に至る。

4. 主な事業

Maison Def は、豊岡鞆の製造・販売、不動産（コワーキングアトリエ）を展開している。豊岡鞆に関しては、JR 豊岡駅付近に存在しているカバンストリートに店舗を構えて製造・販売している。鞆に使用する革は、フランスから輸入しており、有名な海外ブランドが扱っているものと同様である。また、店舗に来店した顧客は、鞆の革について実際に材質、色を確認後、鞆の製造を依頼することができる。下村氏は、自社製品についてバイヤーを通して販売するのではなく、顧客の顔を見ながら接客することにこだわりを持っている。

下村氏は、2022 年 6 月に店舗のすぐ近くに 3 階建てのビルを購入し、若手等の職人が独立準備できるコワーキングアトリエ（以下、アパートメント）を運営している。アパートメントは、会員制（現在、14 名）となっており、月額は 18,000 円に設定されている。会員は、工作機を使用できるだけでなく、アパートメントの 1 階で自主製造した鞆を店頭販売する権利もある。また、会員は下村氏から原価計算、マーケティング、失敗談等といった経営に関する相談が可能となっている。

5. 業界の動向や産地とのつながり

下村氏は、100 年先に存立し続けることができる会社経営を目指している。そのためには、豊岡鞆産地の発展が欠かせないと考えている。下村氏は、豊岡鞆産地内に魅力ある職人を多く育成し、OEM に頼らなくても存立できる産地形成を模索している。

【店舗 1F ショップ】



【2F 会員制アトリエ】



（写真出所：神戸新聞 NEXT：<https://www.kobe-np.co.jp/news/tajima/202206/0015422424.shtml>）

会社名 SHINARI 【豊岡鞆産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	SHINARI 大塚 浩司
所在地	兵庫県神崎郡神河町福本 683-5
出身地	兵庫県神崎郡神河町
経歴	トヨオカカバンアルチザンスクール（2017年3月修了）
創業・設立	2022年4月
従業員数	1名
主要製品	レザー文具などの製造販売
ウェブサイト	https://www.instagram.com/4nar1/

2. スクール入学から在学中まで

（1）入学の経緯

大塚氏は、もともと鞆製品の制作に興味があり、大学卒業後に大手鞆メーカーの新卒採用に応募した。面接を受けてみると、自分がやりたい仕事と実際のギャップを感じた。身銭を切って必要なスキルを学ばなければ、やりたい仕事はできないと考え、親に「もう1年だけ勉強させてほしい」と頼み込んだ。

将来的な独立を見据えたとき、トヨオカカバンアルチザンスクールは他の学校とは異なり、製造工程を中心に教える点が魅力的だと感じた。鞆を制作するにあたって、デザインは教わるものではなく、自分がおかれた環境や経験に左右されると考えるからである。そのため、当スクールの方針が適当であると感じ、しかも地元に近い場所で学べるため、入学を決めた。

（2）スクールでの学び

入学して感じたことは、スクールの先生は職人であり、引き出そうと思えばいくらでも知識を引き出すことができるということである。カリキュラムにないことでも聞くことができ、一気に知識量が広がるため、学んでいて楽しくてしかたなかった。スクールでは、「この人を超える職人はいない」と思うほど、尊敬する師匠に出会うことができた。

スクールでは材料を自由に使うことができ、プロが使っている様々な素材に触れることができるのは、大きなメリットである。一方、カリキュラムには経営に関わる科目もあったが、月に何万本も生産するメーカーにおける原価や企画の考え方を学ぶものであったため、個人経営やハンドクラフトとは、原価やロットの考え方がまったく異なると感じた。将来的に独立したときに、メーカーと同じフィールドで戦うことは望ましくないと思うようになった。

3. 創業の経緯

(1) スクール卒業後

スクールを卒業後、社員としてスクールで5年間働いた。独立を目標としていたため、初めから5年という期間を考えていた。スクールでは、師と仰ぐ先生の補助として働き、先生がもつ知識を形やデータとして残すことが使命だと考え、主に授業用サンプルを制作した。スクールの設備を使って、相当な数のサンプルを自主的に製作した経験が、独立後の仕事を得る糧になったといえる。

また、東京から財布の職人を招いた地元企業向けの講習を担当し、後に自ら講師も務めた。講習を通じて、鞆メーカー社員と交流するようになった。メーカー社員が相談に訪ねてくることもあれば、トラブルが起こったときには呼ばれて行くこともあり、互いに信頼関係を築いた。そのような付き合いの中で、メーカーの仕事のしかたを学び、仕事としてのものづくりを学ぶことができた。

(2) 創業準備

5年でスクールを退職し、現所在地である神河町に移った。豊岡にいる時から、ボーナスを使ってミシン等の機械をこつこつと買い集めており、独立準備はすべて自己資金であった。

独立初期の事業としては、フルオーダー品と、メーカーの量産前サンプル制作がほとんどであった。豊岡の複数のメーカーから、財布を中心にサンプル制作の受注があり、独立してすぐに自分一人相当の仕事量を確保した。独立して1年程度はその仕事で資金を貯めつつ、オリジナル商品の開発に取り組み、中でも文具の売上を伸ばしていった。ソフトなテイクオフであったという。

また、神河町商工会に入会した。工房の貸主に勧められたものであり、補助金申請を考えていたところだったため、入会した。現在も、支援情報を提供してもらっている。

4. 主な事業

(1) 文具について

創業時から鞆や財布のブランドを作りたいと思っており、文具は枝葉という位置づけだったが、現在は文具が売上の9割を占めるようになった。文具を始めたきっかけは、大塚夫妻の趣味が高じたという面はあるが、お気に入りのモノを大切にしてくれる人を顧客にしたいと考えたからである。

文具が成長したのは、取引先やファンの口コミの力が大きく、自ら営業活動をしなくても、顧客が顧客を呼び、イベントにも呼んでもらえるようになったからである。文具は鞆に比べて直販イベントが多い。直販イベントは、1日で1ヶ月分の売上を得られることであり、販売日以外は制作に専念できることがメリットである。その場では売れなくても、オンライン

購入や小売店からの受注につながることもある。

オンライン販売は年2回、期間を限定して実施しており、春と夏にサイト（BASE）をオープンする。顧客には X と Instagram で告知している。大塚氏の妻が、写真撮影や web デザイン、イラスト等を担当している。

商品はすべて一品もの（一本づくり）である。ペンの金具は汎用品を仕入れる一方、皮革は東京の卸から1匹（頭）単位で購入し、クロコダイル、フレンチゴート、ガルーシャ（えい皮）、サメ等を使用している。

商品価格は、原価を積み上げたうえで、小売やユーザーに聞き取りをしながら決めている。独立してすぐの商品は自分が作りたいものを優先していたが、現在はユーザーの意見を聞きながら自分ができる範囲で設定している。

（2）今後の展望

企業として大きく成長するよりも、商品を届けられる範囲にしっかり届けていくことを重視してきた。顧客の顔が見える信頼関係を築けたことが、顧客を増やすことができた理由である。ブランドを育てるためには、どれだけ売れるかよりも、そのような関係を長く続けることが大切である。

現在は文具によって経営体力を付けている段階であり、いずれは鞆や財布に展開していくつもりである。ただし、鞆や財布を本格的に始めるにはスペースや製造キャパシティの課題があるため、現在地からの移転を計画している。姫路市において、工房とアトリエ、ショップを併設したスペースを設け、新しくスタッフを雇う予定である。

【工房の風景】



【主力製品】



（写真出所：訪問時に撮影。）

施設名 博多織 DC 【博多織産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	博多織 DC 理事長・西村聡一郎
所在地	福岡県福岡市博多区比恵町 20-19
設立	2006 年
運営母体・形態	NPO 法人博多織技能開発養成学校
収容人数（年間）	8 名
教育スタッフ	専任の講師 3 名および外部講師
主な教育・訓練	始業 9:00 終業 17:00（土曜日は 15:00 終業） 研修期間は 2 年および希望により 1 年更新で 3 年間は研究科に在籍。 博多織の伝統的な技術を習得する。博多織の文化・伝統といった教養から博多織の技術、ビジネスの基礎を学ぶ。 卒業生の 12 名が伝統工芸士に認定されている。
ウェブサイト	https://www.hakataoridc.or.jp/

2. 沿革（概略）

2006 年 NPO 法人博多織技能開発養成学校開設（通称：博多織デベロップメントカレッジ）。

2016 年 博多織 DC に通称を変更。

3. 教育体系の特色

（1）概要

博多織の伝統技能の継承と新しい博多織の価値創造、次世代の人材育成を目的として、2006 年 4 月に国や福岡県、福岡市、地元企業からの支援を受けて、NPO 法人博多織技能開発養成学校開設が開校した。博多織の人間国宝の小川規三郎氏が学長を務めるとともに、研修生の指導にもあたってきた。小川氏を含め 3 名の専任の講師が博多織の技術的なことを指導している。その他の科目は、外部の講師が担っている。

入学の要件は、「博多織の技術習得意欲ならびに起業家精神に満ち、2 年間学業に専念しうる人」となっている。面接試験にあたっては、自身が制作した作品（絵画、書道、作文、手芸等）を持参する。織物の経験者・未経験者を問わず受け入れている。

研修期間は 2 年間となっているが、さらに研究科に 3 年間在籍してカレッジの織機を使用して作品制作に取り組むことができる。卒業後には起業して事業を営むことができる人材を育成するため、機織りの技術だけではなく図案のデザイン、コスト計算など経営的なことについても学んでいる。機織りについては、正統な技術を身につけてもらえるように指導している。カレッジには織機が 20 台ほど設置されており、博多織の規格に適った技術を習

得する。

研修期間中に博多織工業組合が開催する「博多織求評会」や「博多織 DC 新作展」に出展したり、卒業時に「卒業制作展」に出展したりするなど、業界関係者や消費者からの評価を受ける機会をもうけている。「博多織手機技能修士」の試験に合格することがカレッジの卒業要件としてきた。

（２） 訓練教科の内容など

「創造と自立」をコンセプトに掲げて、創造的実践能力を育むことを目指している。カリキュラムの体系は、総合力（顧客を知り、事業を学ぶ）・基礎力（博多織の伝統技術を学ぶ）・教養力（博多の歴史・文化を学ぶ）の３本柱となっている。博多織の製織技術を身につけるだけではなく、着付けや茶道といった文化的なことを体験したり、商品開発や原価計算などビジネスの基礎的なことを学んだり、幅広いカリキュラムが用意されている。実習系の科目が中心であるが、座学の科目も行われている。カリキュラムは、絶えず見直されている。

（３） 主な訓練内容

	カリキュラム体系	
総合力	価値表現・価値提案	ストーリー表現、空間デザイン、ビジネスデザイン、プロジェクトデザイン、ものづくり（プロトタイピング）、和の美・和の品、商品開発
	ビジネス基礎	工房・創業ケーススタディ、テキスタイルビジネス、原価計算、企業・起業実務 博多織起業、実地見学
基礎力	博多織技術基礎	製織技術実習、図案実習、着尺設計実習、組織意匠実習、テキスタイル演習、機仕掛・整経、広幅織実技
	デザイン基礎	デザイン実習、色彩実習、創造と自立、デジタルデザイン、染色実習
教養力	博多織基礎教養	博多織概論、博多の精神・文化、和装演習（着付け）、茶道

４．入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

入校者は、福岡県内や周辺の地域の出身者が多い。高校や大学を卒業した直後に入校する人は少なく、多くは就職先を辞めて入校してくる。10 期生の頃までは、毎年度、美術系の大学や専門学校の卒業生が 1 名はいた。また、織物メーカーや呉服店の後継者も数年に 1 名は入校してきた。入校者の平均年齢は、35～40 歳。入校者のうち男性は 1 割程度であり、特にこの数年は女性のみとなっている。近年は、入校者が減少傾向にあるため、県内の美術系やデザイン系の課程がある高校を対象に入校のはたらきかけをしている。

入校者は、ものづくりが好きで、将来、工房を開いて作家になることを希望している人が少なくない。ただし、工房を開くには、1台100数十万円する織機を購入する必要がある。そこで、入校時に、作家活動をするのであれば、経済的な余裕が必要であることなども説明している。

これまでの卒業生は86名。このうち20数名が独立して工房を開いている（ただし、一度、就職をした後に独立したケースが多い）。出身地に戻って独立する人もいるが、福岡周辺での独立が多い。約20名は福岡周辺の織物メーカーなどに就職。30数名は一般の企業に就職しているが、この中には織物や呉服の小売業なども含まれている。その他には大学の講師になったり、研究科に進学した人もいる。

5. 産地における役割・機能

カレッジは、伝統工芸士や博多織手機技能修士を輩出するなど、博多織産地における技能の継承や人材育成に貢献してきた。卒業生のうち、独立した人たちは博多織工業組合に加入している。自分たちが手掛けた織物を「博多織」として販売するには、博多織工業組合に加入して証紙を貼付してもらう必要があるからである。

博多市内には、地価が高いこともあり、貸し工房やシェア工房といったものはほとんど見られない。カレッジが研究科に進学した人たちに、無料で織機を使用できるようにしていることが貸し工房の役割を果たしている。

カレッジの卒業生たちが自発的に集まって、グループ展を開催しているケースもある。また、養蚕・製糸を行っている卒業生と織布を行っている卒業生とのつながりもみられる。数は少ないながらも、カレッジの卒業生たちが博多織の産地を盛り上げている。

【実習用の織機】



【実習風景】



(写真出所：同スクールのクラウドファンディング挑戦 HP より引用。)

(<https://readyfor.jp/projects/hakataoriDC2024>)

大内田 明子氏 【博多織産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	大内田明子
所在地	福岡県糸島市
出身地	北九州市
修了スクール および修了年	博多織デベロップメントカレッジ（2010年3月修了）
創業・設立	2012年に養蚕・製糸を開始
従業者数	0名（2024年9月現在）
主要事業	養蚕・生糸の生産

2. 博多織デベロップメントカレッジ入校まで

大内田明子氏は、以前から織物が好きで、自分で機織りをしてみたいと思っていた。機織り教室を探していた時に、偶然、新聞に掲載されていた博多織デベロップメントカレッジ（以下、「博多織 DC」）の広告が目にとまった。大内田氏は福岡県の出身であるが、博多織のことは詳しく知らなかったという。地元を受け継がれてきた織物があるならば、その技術を身につけたいと思うようになった。

博多織 DC に入校する前は、福岡県糸島市で仕事をしていた。年齢のことなどを考えると、やりたいことをやるには今しかないと感じ、仕事を辞めて博多織 DC を受験した。2008年4月に博多織 DC の第3期生として入校することになった。

3. 博多織 DC 修了から養蚕業の開始まで

博多織 DC の授業の一環として、養蚕の作業を行っている雲仙の授産施設の見学会があり、養蚕や製糸について学ぶ機会があった。福岡県には、絹織物の博多織の産地があるものの、養蚕農家がなくなっていた。また、博多織の材料である生糸の多くは、輸入品に頼っていることを知って驚いたそうである。博多織の技術は継承されているが、博多織の地元で養蚕や生糸づくりが受け継がれていないことは残念なことであると思った。

博多織 DC を修了後、九州電力が実施していた「若手工芸家国内外派遣研修制度」を利用して群馬県の養蚕農家や製糸会社、糸技術センター等で養蚕や製糸について学ぶ機会を得ている。九州電力の研修制度については、博多織 DC の先輩から教えてもらい応募したものである。この制度を利用して半年間、製糸工場を拠点として養蚕農家で養蚕の仕事を手伝ったりして養蚕・製糸の技術について学んだ。

2012年に糸島市で古民家を借りて養蚕業をはじめた。蚕の卵は、博多織 DC の講師から紹介してもらった九州大学大学院農学研究院附属遺伝子資源開発研究センターから購入し

ている。研究センターの教員からは、蚕の育て方などのアドバイスもしてもらっている。蚕の飼育頭数は約 5,500 頭で、春と秋の年間 2 回のサイクルで糸づくりをしている。なお、自宅から自動車で 10 分程度のところに畑を借りて、蚕の餌用に約 100 本の桑の木を育てている。畑も博多織 DC の講師の関係で紹介してもらったものである。

4. 養蚕・生糸づくりと産地とのかかわり

現在、大内田氏が生産している生糸は、博多織 DC の同期生で博多織作家で伝統工芸士になった荒木希代氏に提供している。1 年間に生産している生糸は 1 キログラム弱であり、すべて荒木氏に納品している。荒木氏は、この生糸を用いて、生絹（すずし）の着物や帯を制作している。

飼育する蚕を増やして、生糸の生産量を増やせないか検討したことはあったが、人手やスペースの制約から、現在の飼育頭数（約 5,500 頭）を増やすことはできないとの結論に至っている。養蚕業を専業でやっていくとすると、数万頭の蚕を飼育する必要があり、それに合わせて桑の栽培量も増やさなければならない。こうしたことから、飼育頭数を増やさずに、兼業で養蚕業を営んでいる。蚕を育てていない時には夜勤を含めてパートタイムで介護の仕事に従事しており、養蚕の繁忙期には介護の仕事は半日程度に押さえている。

蚕は、気温が下がると餌を食べる量が減ってしまい、良い繭に育たないようである。また、暑すぎるのも良くなく、20 度～30 度が推奨されている。近年、夏の気温が上昇傾向にあることから、秋期は蚕を飼育することが難しくなっているという。他の要因も重なり、今後は養蚕の規模を縮小せざるを得なくなることも検討しているとのことである。

大内田氏が養蚕業を営むにあたり、博多織 DC の講師が関係者とのつなぎ役になっていた。また、博多織 DC の同期生が主要な取引先となっている。博多織 DC は、大内田氏が養蚕業をはじめるにあたり、大きな影響を与えたといえよう。

【茹でた繭からの糸口】



【できた絹糸】



(写真出所：糸島市 Facebook より引用。)

荒木 希代氏 【博多織産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	荒木希代
所在地	福岡県福岡市中央区大宮
出身地	長崎県
修了スクール および修了年	博多織デベロップメントカレッジ（2010年3月修了）
創業・設立	2010年 着物の制作を開始
従業者数	0名（2024年9月現在）
主要事業	博多織作家、伝統工芸士

2. 博多織 DC 入校まで

IT 企業でシステムエンジニアをしていた荒木氏は、海外旅行でカンボジアを訪れた際、遺跡が外国人によって修復されているのを見て、日本の伝統文化が廃れていることに危機感を抱いた。自分の国の文化を守り繋げる仕事がしたいと考えたとき、博多織があることを知った。起業を視野に入れていたこともあり、何年か検討した後に、博多織 DC が開設されたことを知り、36歳の時に入校した。

入校時は製織を学びたいというよりも、商品開発をしたいという気持ちが強かった。ただ、製織は CAD を使うためデジタル要素が強く、染色は化学であることから、理系出身の荒木氏には興味深いものであり、特に意匠に関心をもつようになった。

3. 創業の経緯

卒業直後の 2010 年 4 月、確定申告（青色）を始めて博多織工業組合に加入したタイミングを独立と位置づけている。卒業と同時に、中古で 4 枚綜統の着尺機を購入し、スカーフ等を織って知人に販売していた。

卒業後も博多織 DC でアルバイトをしながら意匠の勉強を続けた。意匠に関しては京都のレベルが高いため、京都のメーカーや小売で就職活動をしたが、メーカーは社内に意匠工程を抱えており、さらに新規採用が減少した時期だったため、意匠の仕事をして独立するのは難しいと感じるようになった。

博多織 DC を卒業して 1 年後、2011 年頃から下機の仕事として着物を織り始め、5 年程度は続けていた。その受注先は博多織 DC で講師をしていた帯メーカーであり、広島や山口の小売店への販売に同行することもあった。2012 年に初めて自分の作品として着物を博多織求評会に出展したところ、それを見ていたお客様から後日問い合わせがあり、2013 年に初めて商品が売れた。翌年の求評会で京都の着物問屋と知り合ったことを機に、いろいろな

展示会に呼ばれるようになった。

もともと呉服を織りたいのではなく、あくまで商品開発がしたいという思いがあったが、県の補助事業や「まゆ姫の夢」に参画したり下機をしたりするなかで、仕事を得られる方向に進んできた結果、流れるように呉服の世界に入った。

創業にあたっては、博多織 DC 時代の組合関係者との交流が大きな助けになった。メーカー経営者は問屋とのつながりが強く、求評会でも荒木氏を問屋に紹介してくれた。メーカーは機械織りである一方、荒木氏は手織りであるため競合はなく、展示会があれば出展を依頼されるという関係であった。当時のメーカー経営者には、商品の色や柄についてアドバイスをもらうこともあった。特に、荒木氏が生絹（すずし）に挑戦するときには、すでに失われた技術であったためよく相談にのってもらった。

なお「博多織」を証明する証紙を購入するためには、博多織工業組合の組合員で、かつ福岡周辺で織る必要がある。下請の仕事をするにも組合員でなければならないので、荒木氏が福岡に工房をもった理由になっている。

4. 主な事業

問屋からテーマ等を提示され、具体的なデザインは荒木氏が考える。糸を購入したら、精錬、染色、かせ上げ、整経、製織まですべて一人で行うため、商品はすべて一品ものである。製織と整経の工程は博多織 DC で学ぶことができたが、それ以外の工程は、先生に相談することはあっても基本的に独学で身につけてきた。

設備は徐々に揃えてきた。卒業後に織機を1台購入したが、自分の作品に取り組むために8枚綜統の織機を増設した。整経機は初め DC で借りて使っていたが、購入した。染色と精錬については、ロットが少なく外注すると納期が長く費用もかかるため、自分で行うことにした。なお、マンションの1階を工房としている。

最近では、インテリアや洋服生地、アクセサリ開発などにも取り組んでおり、呉服以外の作品の割合が増加している。また、ロットが小さいサンプルは手織りが適しているため、サンプル制作の仕事が来ることもある。一連の工程を自ら行うため、様々な面からの提案ができることが強みである。

「まゆ姫の夢」は、博多織 DC で知り合った大内田明子氏と始めた活動であり、養蚕から博多織までの一貫生産を目的としている。大内田氏が生産した生糸を使って、荒木氏は精錬、染色と手織りを担当している。博多織にはもはやない生絹（すずし）を織るために精錬しない生糸を使うことが特徴であり、主要商品は九寸帯である。価格は30万円程度になるため、着物上級者に好まれる商品である。

5. 産業界の動向やつながり

荒木氏が博多織 DC に在学していた時期は、博多織工業組合と博多織 DC が協力して、卒業生を自立させるためのサポート環境を整えていた。当時は、博多織 DC と組合が同じ建

物に入居しており、組合関係者と DC 関係者とが顔を合わせる機会は多かった。

まず、当時のカリキュラムは「博多」が強く押し出されており、博多織の技術に加えて、地域の文化や伝統、工芸品に関する授業が多く組み込まれていた。地元から様々な分野の講師が招かれ、卒業後に役立つ伝手を作ることが一つの目的となっていた。また、卒業作品展をデパート（大阪高島屋、横浜高島屋、新宿伊勢丹、岩田屋三越）で行っていたが、組合と一緒に回っていた。そのため、5期生までは博多織 DC を卒業してすぐに博多織工業組合に加入する卒業生が多かった。

さらに、博多町屋ふるさと館の博多織実演は、当時は博多織 DC が担当しており、研究科生がアルバイトをする場所になっていた。当時の博多織 DC に通っていたのは、脱サラした社会人が多かったこともあり、収入の補完や独立資金を貯めるために提供されていた。

【工房の機織り機】



（写真出所：訪問時に撮影。）

【作品例】



ヨコ糸に「まゆ姫の夢」の大内田明子氏が養蚕・製糸した絹糸を使用。

（写真出所：まゆ姫の夢 Facebook より引用。）

西 智子氏 【博多織産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	西 智子
所在地	福岡県糟屋郡新宮町
出身地	福岡県福岡市
修了スクール および修了年	博多織デベロップメントカレッジ（2010年3月修了） 博多織デベロップメントカレッジ研究科（2011年3月修了）
創業・設立	2023年10月
従業者数	0名（2024年9月現在）
主要事業	Tissage Nishi 博多シルク・雑貨の制作

2. 博多織 DC 入校まで

関西の短期大学で文化研究会サークルに所属し、神社仏閣を巡るなかで「未来の人に深い印象を与える仕事したい」「日本の伝統を欧州の様な世界に認められるブランドにしたい」と考えるようになった。その後、実家のある福岡で事務員として就職していたが、新聞で博多織 DC が開設されるという記事を読み、退職して入学することを決意した。30代前半で入学したが、博多織 DC には同年代の女性が多く、様々な背景を持った人がいた。織物は厳しい世界だと聞いていたため、2年で卒業できるか不安であったが、先生方のサポートもあってついていくことができた。

いずれはブランドを立ち上げたいという思いを持っていたが、博多織は男性中心の世界であると感じた。また、シルクを仕入れるには資金力が必要であり、独立にはモチベーションを高く持ち続ける必要があり、独立は簡単ではないと感じた。しかし、日常から離れた存在となってしまう伝統工芸を進化させたいという思いは持ち続けていた。

3. 創業の経緯

卒業後、京都に就職活動に行ったが、手織りの工房は雇用できるほどの体力がなく、採用はしていなかった。フランスへの留学を考えたまっかけは、先進国の職人がどのように活動しているのか現場をみたいと考えたからである。2011年に九州電力若手工芸家支援事業国内外派遣研修制度に応募し、織物を学ぶためにフランス・リヨンに半年間留学した。富岡製糸場のモデルになった工場の視察や、ベルベットの手織り工房での研修等を行った。

帰国してから、自宅リビングに小さなジャカード織機を設置して、アルバイトをしながらストールや半幅生地などの制作をしていた。筑紫野の手織り工房で機械を借りて制作したり、知人と共同で個展を開いたりすることもあった。2017年には、留学時に知り合った古城の復元作業に従事するオーストリア人に誘われ、再び渡欧し、ドイツの迎賓館で使われる

壁織物の制作に携わった。

2020 年 11 月に帰国し、ヨーロッパでの経験を博多織に活かしたいと考えて織元に就職したが、退職して 2022 年 4 月から約 1 年間、博多織 DC の講師として勤務した。それから独立に向けた準備を始め、2023 年 11 月には作品展を旧福岡県公会堂で開催した。

4. 主な事業

2023 年の作品展では、Tissage Nishi のブランド名で発表した。フランスで個人事業者として登録する際に使った名前であり、「西織物」という意味である。展示したのは、博多織とパリで購入した生地で作成したボードやバッグ等約 30 点である。今後も、博多織とヨーロッパの伝統柄を合わせたような、それぞれの文化の良いところをミックスした商品を提案していきたいと考えている。

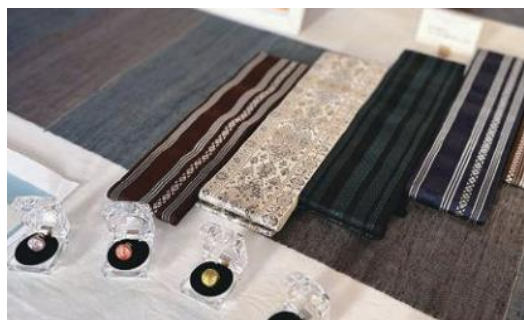
商品の販売方法として、問屋等を通しての販売は考えていない。フランスで世話になったアトリエがユーザーと直接つながっているのをみて、そうあることが望ましいと考えている。生産現場を理解し、ブランド価値を認めて使ってもらえる人とつながるように、販売チャネルを選定していきたい。エルメスが理想である。

5. 産業界の動向やつながり

博多織 DC を卒業後、博多織工業組合に加入したが、現在は離れている。団体で活動することで業界や他産地の情報が手に入りやすくメリットはあるが、個人で様々なジャンルを開拓していきたいと考えたからである。ただ、博多織の証紙はなくても、博多織 DC で学んだことを守り品質は維持するつもりである。

制作活動は、筑紫野にある手織り工房の設備を借りて行っている。自宅にあるのは二種類の織機のみであるため、筑紫野に通って糸の準備や整経、多種類の織機を安価で使わせてもらっている。

【作品例】



(写真出所：第 31 回ふくおか県民文化祭 2023 記録集および旧福岡県公会堂貴賓館より引用)

【2023 年のイベント告知例】



施設名 東京都立城東職業能力開発センター台東分校 【東京靴産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	東京都立城東職業能力開発センター台東分校 分校長 木幡収治
所在地	東京都台東区花川戸 1-14-16
設立	1972 年
運営母体・形態	東京都・公共職業能力開発施設
収容人数（年間）	20 名
教育スタッフ	職業訓練指導員 2 名 講師（会計年度任用職員） 7 名
主な教育・訓練	製くつ科（日本で唯一） 専門指導員 2 名 1 年間 1,600 時限の職業訓練（09:05～16:45） 約 7 割（1,144 時限）が実技、約 3 割（456 時限）が学科
ウェブサイト	https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/vsdc/taitou/index.html

2. 沿革（概略）

1972 年 開設。

2001 年 現在地へ移転。

2007 年 現名称に変更、短期課程から普通課程へ変更。

3. 教育体系の特色

城東職業能力開発センター台東分校（以下、台東分校）は、職業能力開発促進法に基づく都立の公共職業能力開発施設であり、求職者及び在職者に対して製靴の職業訓練を実施することにより、労働者の職業の安定と地位の向上並びに皮革関連産業の振興を図ることを目的としている。東京都は全国でも有数の皮革履物製造業の集積地であり、令和 3 年センサス活動調査によれば全国の事業所の 32.3%を占め、特に台東区には都内の 40.9%の事業所が集中している。こうした立地条件にある台東分校は、製靴に関する全国で唯一の公共職業能力開発施設である。

訓練時間（総計）は 1,600 時限であり、学科が約 3 割（456 時限）、実技が約 7 割（1144 時限）となっている（1 時限は 45 分）。

例年 11 月 3 日に城東職業能力開発センターと合同で開催される「技能祭」では、在校生が約 2 週間の製作期間で、各自が「デザイン・型紙作り・革の裁断・製甲・底付・仕上」という工程を経て作り上げた靴を 1 人 2 足以上展示している。また、同イベントにおける工作教室では、来場者は「革製小物入れ」を作ることができ、地域との交流を深め、技術や技能の魅力を広める取組となっている。

主な訓練内容（合計 1,600 時限）	
普通学科（100 時限）	社会、体育
系基礎学科（168 時限）	生産工学概論、材料、皮革製品知識、デザイン、安全衛生、仕様及び積算
専攻学科（160 時限）	製靴機械、製靴企画、型紙製作法、製靴法
独自学科（28 時限）	総合演習、社会人基礎
系基礎実技（292 時限）	革加工基礎実習、裁断基本実習、革漉き基本実習、縫製基本実習、型紙基本実習、安全衛生作業
専攻実技（604 時限）	紳士靴製甲実習、婦人靴製甲実習、紳士靴底付け実習、婦人靴底付け実習、検査実習、型紙製作実習、製靴総合実習
独自実技（248 時限）	総合演習作業、革靴修理作業、製品製作総合作業

台東分校での訓練内容は、製靴に従事するために必要な基礎的知識と基礎的技能の習得を目指している。また、製靴メーカーによって作業の方法が異なることから、各社に対応できるように、基礎の確実な習得に力を入れている。

製靴に関する教科書は市販されていないため、代々の指導員から受け継がれた「テキスト（指導マニュアル）」があり、時流に応じて情報の付加、変更を行っている。「慣れるまで練習」が重要であるという認識から、多くの課題をこなす必要がある。

4. 受験者および修了生（入校時居住地・属性・進路等）

入校生の学歴では大卒、高卒が多く、なかには美大や服飾関係の専門学校を卒業した者もいる。前職ではサービス業や事務職、義肢装具、修理業等の多様な職歴の者が入校している。なお、新卒は年に1～2名程度である。年齢層では10代・20代合わせて4割程度、平均年齢はおおむね33歳くらいで、男女比はほぼ半々である。

入校申請時の居住地では、東京都内（59%：直近3年間）に加えて、埼玉県・千葉県など近県のほか、宮城県、岐阜県、京都府、大阪府、岡山県、熊本県といった様々な地域から入校している。

応募倍率はかつては6倍ほどだったといわれるが、最近では2倍ほどで推移している。

修了生は、靴製造業や靴修理業、義肢装具製造業、靴小売業、皮革バッグ・小物製造業などの関連産業へ就職しており、就職先は台東区の企業が多い。地域の関連企業は、生徒のインターンシップの受け入れ先としても協力を得ている。近年は3回目の靴作りブームが終わり、コロナ禍での外出制限で革靴需要の減少などにより、製靴業からの求人は減少傾向にあるが、一方で、靴修理業からの求人が高まりつつある。同じ皮革製品ということで、兵庫県豊岡市産地などの求人も含め、進路の選択肢を提供している。

台東分校の修了生には、独立・自営を行っている者もいるが、人数として多いとはいえない

い。ただし、上手くいっている独立者は「人脈・運・売り方・経営センス」があると指摘している（指導員）。ただし、製靴単独での事業で生計を維持している修了生は少なく、オリジナル・ブランドの経営に加えて靴教室の運営もおこなうなどしている。

在校生（訓練生）や修了生（卒業生）のなかには、「日本シューズベストドレッサー賞 第9回クラフトマン部門アイデア賞、デザイン賞」（2023年）や「日本シューズベストドレッサー賞 第8回クラフトマン部門（グランプリ、準グランプリ）」（2022年）を受賞している者もいる。

5. 産地における役割・機能

これまで 895 名の修了生を輩出し、おもに東京台東のくつ産地の重要な労働力供給拠点としての役割を果たしてきた。一部の大手ブランドメーカーや企画商社が零細から中小の工場群を下請として組織し、製甲や底付（釣込）、さらには紳士靴と婦人靴で細分化された工程を担う分業構造が形成されてきた。それらの業務に戦力として対応するために、台東分校では靴メーカーと同様のさまざまな機械設備を導入し、製造現場に合わせて実習に力を入れてきた。職業訓練指導員 2 名のほか、皮革関連業に従事する職人や専門家を講師として任用している。修了生らは就職や独立後、台東分校に立ち寄って相談や近況報告を入れ替わり立ち替わりしていくそうである。専門指導員は、そうした「オアシス」のような機能も台東分校の特徴のひとつであるという。

なお、台東分校は独自の職業紹介権をもっていないため、求人票はハローワーク上野（上野公共職業安定所）から送付を受けており、求人企業は、地元台東区をはじめ、全国にわたっている。

浅草など台東区の北部エリアは靴業界が広がってきたが、今後は御徒町や蔵前など南部エリアの革小物・鞆の業界・地域との連携を図るなど、修了生の活躍の場を広げていくことも重要と思われる。

【同スクールの卒業展】



【実習風景】



（写真出所：同スクールの X より引用。）

会社名 Hirose shoe design 【東京靴産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	Hirose shoe design 廣瀬友和
所在地	東京都葛飾区堀切 5-14-8
出身地	栃木県日光市
修了スクール および修了年	東京都立城東職業能力開発センター台東分校 2018 年 3 月
創業・設立	2020 年 11 月
主要事業	パターン・オーダーシューズの製作・販売

2. スクール入校について

廣瀬氏は弘前大学農学生命科学部生物学科を卒業後、大手繊維メーカーの総合職として入社し、東京銀座でファッション・アパレル関係の営業に従事していた。もともと革靴には強い興味関心をもっていたため、ビスポークシューズを製作販売しているアトリエが夜に開催している靴教室に通うなどしていた。セレクトショップや問屋に対して4年ほど営業職をやっていたが、靴製造への興味関心の高まりから、東京都立城東職業能力開発センター台東分校製くつ科（以下、台東分校）の入校を決意した。

台東分校での職業訓練は、靴教室での「とにかく1つ作ってみましょう」といったレベルでなく、修了後にはメーカーでしっかり仕事ができる水準の技術・技能を身につけるもので、次元の異なるものであった。

3. 創業の経緯

入校を決めて以後は、靴職人になる、靴業界で起業するというイメージはもって臨んでいた。目的意識を高くもち、積極的に学ぶ姿勢で過ごした。台東分校で基本的な技術・技能を「反復練習」によってきっちり学んだことが、現在につながっている。台東分校時代は前職で培ったファッション知識に加え、自身の「常識を疑う」思考法を活かして新しい靴の構造を考案し、コンテストで多数の入賞をした。

ただ、靴の業界の厳しさへの認識はあったので、修了後にすぐ独立できるわけではないと考え、一度はメーカーに就職して経験を積んだ上で、自分のブランドを立ち上げたいと思って就職先を検討した。ゆえに、あまり大手のメーカーではライン業務や一部工程の担当ばかりになりかねないので、一定の規模で幅広い業務・工程で仕事ができそうだと判断した台東区内の靴メーカーに就職した。そこでは4年にわたってさまざまな業務を担当することができたので、独立に必要なスキルと実績を積むことができた。

独立の意思はもともとあったものの、大きなきっかけは、コロナ禍で勤務先の受注減で午

後には就業を終えざるを得ず、その空いた時間を自分のつくりたい靴づくりの時間に充てることによって独立の自信を深められたことによる。コロナ禍という不測の事態で会社側もそれを許容していたところがあり、通常業務と並行して自身のブランド靴の製造販売を手探りで取り組んだ。2020年11月には自身のブランドを立ち上げた。そのため、台東分校時代の先輩の工房の一角に作業の場を設けた。

しばらく日常の会社勤務とオリジナルブランドの靴づくりを両立させていたが、後者の方に時間を取られるように軌道に乗ってきた段階で会社を退社し、独立を果たした（2022年9月）。独立当初は、台東区が運営するインキュベーション施設「浅草ものづくり工房」（台東区橋場）に入居してのスタートであった。2024年3月をもって入居期限満期を迎えたので、現在の場所（葛飾区堀切）へ移転した。

4. 主な事業

廣瀬氏のブランドは、「現在のスニーカーの起源である、100～150年ほど前に作られた『ビンテージアスレチックシューズ（初期の運動靴）』のデザインをもとに、最高級紳士靴の製法であるハンドソーンウェルト製法（底付けのみのマシンステッチ、九部仕立て）で仕立てるオーダーシューズ」と説明される。22.5センチからユニセックスにも対応可能だが、実際には高価格帯に属することや、革靴は男性イメージが強いいため、結果的に購入者は男性が多いとのことである。

95%以上は廣瀬氏本人による手仕事による。ほんの一部の特殊な部分的な縫製のみ、台東分校の先輩に外注するほか、つま先の仕上磨きを専門業者に外注する程度という。素材となるレザーは浅草で調達している。

同社は直販のほかには、静岡、埼玉、大阪などのセレクトショップなどで受注会を定期的におこなっている。現在、卸売はしていないが、今後は検討していきたいという。

基本的に、同社はパターン・オーダー方式を採用している。靴ができるまでの流れは、次のようになる。①フィッティング：足サイズの測定とヒアリングに基づいてフィッティングサンプルを試着。②モデルの選択：各モデルからデザインを選択する。③革と配色の選択：アップパーの革を選択し、イメージし、配色を提案する。④オプション選択：パンチングやトゥスチール、専用シューツリーの有無。⑤プライスの決定：基本料金148,000円にオプション等および消費税による。

来年は積極的に海外とくにアジア地区を含めて攻めの姿勢でイベント出展に臨むそうである。インスタ経由によるシンガポールや韓国、中国からのアクセスや問い合わせ、来店も増えてきており、アジア市場を見越した商圏の拡大も検討中とのことである。

5. 業界の動向や産地とのつながり

台東分校在籍時から、意識的に靴業界のネットワークづくりには取り組んできた。台東分校には卒業展示などには顔を出すようにしているが、葛飾・堀切に移転してからは、少し足

が遠のいている。

コロナ禍以来、革靴需要の落ち込みもあり、台東分校同期生のうち、靴業界に関わるひとは半分程度で、独立した同期生はいないのではないかという。

【同社の製品例 1】



【同社の製品例 2】



(写真出所：Hirose shoe design より提供。)

施設名 高岡市伝統工芸産業人材養成スクール 【高岡銅器産地】

1. 基本情報

施設名・代表者	高岡市伝統工芸産業人材養成スクール
所在地	富山県高岡市オフィスパーク 5 番地
設立	1968 年（事業開始年）
運営母体	高岡市
収容人数（年間）	金工 16 名、漆工 17 名、その他、短期講座 7 名（2024 年度）
教育スタッフ	金工 6 名、漆工 4 名
主な教育・訓練	高岡市の伝統工芸である銅器と漆器づくりの技術の継承と人材育成を目的として実践的な授業を実施。 金工は鋳造コース（金工経験者が対象）、彫金・加工コース。 漆工は塗コース、加飾コース（塗コース修了者、漆工経験者が対象）、漆工研究コース（加飾コース修了者、漆工経験者が対象）。 その他に金工と漆工の短期講座を開講。
ウェブサイト	https://suncenter.co.jp/takaoka/traditional-craft/school

2. 沿革（概略）

1909 年 高岡物産陳列所開設。

1951 年 高岡市金属指導所開設。

1968 年 高岡市特産産業技術者養成スクール開講（現在の高岡市伝統工芸産業人材養成スクール）。

1999 年 高岡市デザイン・工芸センター開設（鋳造施設を整備）。

3. 教育体系の特色

（1）概要

高岡市の伝統工芸である金工と漆工の技術の継承と人材育成を目的にスクールが開設された。入校者の対象は、「高岡市伝統工芸産業に携わる従業員及び従事を希望される方」となっている。授業は、土曜日の午後に実施されるコースと平日の夜間に実施されるコースがある。

高岡市が指定している高岡市伝統工芸産業技術保持者や伝産法にもとづく伝統工芸士などの現役の技術者が講師として指導にあたっている。講師は、金工では鋳造コースが 3 名体制、彫金・加工コースが 2 名体制で、その他に特別に依頼する講師が 2 名。漆工では、塗りコースが 2 名体制、加飾コースが 2 名体制となっている。

各コースともに、はじめの 1～2 回は材料や技法のことなどに関する座学の講義が実施

されるが、それ以降はすべて実技となっている。技術の継承と人材育成を目的としていることもあり、経営や起業に関する内容の講義は行われていない。

2023 年度末時点で 1,212 名の修了生がいる。後に人間国宝になった人材も輩出している。

（２）研修教科の内容など

金工と漆工の伝統工芸技術の継承を目的として、デザインから造形までトータルに習得できる研修内容となっている。研修内容は、毎年度、講師との打ち合わせによって決定される。授業時間数については、職業訓練校などの基準に倣うものではない。

（３）主な研修内容

【金工】

鑄造コース（１年、14 回、１回 4 時間）：焼型、中子、鑄型、湯道方案、溶解作業、鑄込。

彫金・加工コース（２年、26 回／年、１回 3 時間）：道具製作、金属加工、彫金技法、象嵌技法、着色、仕上

【漆工】

塗りコース（２年、26 回／年、１回 3 時間）：技術・素材概論、基礎的な下地技法、塗り技法

加飾コース（２年、26 回／年、１回 3 時間）：蒔絵、螺鈿を含む加飾

漆芸研究コース（２年、26 回／年、１回 3 時間）：塗り、加飾による漆芸全般

４．受講生および修了生（出身地・属性・進路等）

受講生の多くは、高岡市内や富山県内の在住者である。鑄造や漆器関連の事業所で働いている人が多い。ただし、金工でいえば銅器関連の従業員は 6 割程度、漆工では漆器関連の事業所で働いている人は少なく、ほとんどが初心者である。金工・漆工ともにものづくりがしたいという希望で入校してくる人もいる。また、工芸をやっている人が、自分の製品や作品の一部に金工・漆工の技術を取り入れたいといったことから、技術を身につけるために受講するケースもある。

男女比は、金工では 6 対 4 程度となり、漆工では 3 対 7 程度となっている。美術系の大学や専門学校の出身者は多くない。受講者の年齢層は、30 代が一番多く、その前後の 20 代と 40 代が続いて多くなっている。

基本的には、職に就いている人が受講の対象となっているので、修了後に職を探す人は少ない。これまでに作家として独立した人は金工の修了者の数名に限られている。漆工の修了生で独立した人はいないようである。

５．産地における役割・機能

各コースともに定員が 5 名程度となっているが、定員を上回る応募数となっている。定

員は少ないものの、50年以上の歴史があることから、トータルでは1,000名を超える修了生を輩出し、地元の銅器や漆器の業界に貢献してきたといえよう。ただし、銅器業界も漆器業界も縮小していることから、就職の受け皿となることは難しい。また、市場が縮小傾向にあることから、独立するには厳しい経営環境となっている。

銅器業界からは、希少となりつつある焼型の技術を継承してもらいたいといった要望があり、カリキュラムにも取り入れていった。ただし、地元業界からカリキュラムに関する注文は少ない。

【実習の風景】



【実習作品例】



(写真出所：高岡市伝統工芸産業人材育成スクールより提供。)

会社名 株式会社 能作 【高岡銅器産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	株式会社 能作 代表取締役会長：能作克治 代表取締役社長：能作千春
所在地	富山県高岡市オフィスパーク 8－1
出身地	能作克治：福井県 能作千春：富山県
創業・設立	創業 1916 年・設立 1967 年
従業者数	203 名（2024 年 4 月現在・連結）
主要事業	100%錫製テーブルウェア、インテリア用品、仏具、茶道具、花器、 その他鋳物全般の製造・販売、産業観光事業、錫婚式事業
ウェブサイト	https://www.nousaku.co.jp

2. 沿革

1916 年に高岡産地の鋳物メーカーとして創業。国の「伝統的工芸品」に指定される「高岡銅器」の仏具や茶道具、花器などの鋳物を製造してきた。現会長の能作克治氏は、大阪の大学を卒業後に約 2 年間、新聞社の写真記者として働いていた。克治氏は、当時の能作の社長の一人娘と結婚したのを機に、1984 年に能作に入社。入社後は、工場の現場で 1 から鋳造の技術を学ぶことになった。2002 年に同社の 4 代目の社長に就任。

克治氏は、同社に入社して以来、高岡市デザイン・工芸センターで開催される技術やデザインの講習会などに積極的に参加してきた。こうしたなかで、2001 年にデザイナーの勧めにより東京原宿で展示会を開催することになった。2002 年には自社ブランド「能作」を立ち上げる。これをきっかけにインテリア関係のデザイナーやセレクトショップから注文が来るようになる。素材とデザイン性を追求した商品の開発に注力していくことになり、産地問屋に依存しない新たな販路が広がっていく。

2003 年に錫 100%のやわらかくて曲がる製品を開発してヒット商品となる。2008 年には微細な表現を可能とするシリコーン鋳造法を独自に開発した。さらに、錫のやわらかく曲がる性質と抗菌性を活かして医療部品の分野に参入。

2010 年頃からは、海外の展示会に積極的に出展し、海外にも販路が広がる。2017 年に新社屋兼工場を新設し、工場見学や鋳物製作体験、飲食事業など産業観光にも注力するようになる。2019 年には、結婚 10 周年を祝う「錫婚式」のブライダル事業を展開している。

2023 年に克治氏の長女の千春氏に社長をバトンタッチする。克治氏は会長に就任する。

3. 主な事業

(1) 事業の展開

同社は、創業時から現在まで産地問屋から受注する仏具や茶道具、花器などの伝統工芸品の銅器（銅合金も含む）の製造を行っている。しかし、現在、これの製品が同社の売上に占める割合は、数パーセントに低下している。現在の主な事業は、製造分野では錫 100%製のテーブルウェア（「KAGO」など）や真鍮製のインテリア用品となっている。また、錫の特性を活かした医療部品も製造している。さらに、近年では、アニメ製作会社などとのコラボ商品の売上も増加している。

銅器の製品づくりで培われた鋳造技術が他の金属製品の製造にも応用されている。また、ものづくりの技術だけではなく、デザイン力を高めることにも取り組んできたことが、ヒット商品を生み出してきた要因の 1 つであると考えられる。新たに開発された製品は、従来から取引があった産地問屋の顧客を奪うものではなく、新規の取引先を開拓するかたちで販売が拡大していったものである。

製造分野以外では、工場見学や鋳物製作体験など産業観光にも事業を展開している。工場見学などは、従来から受け入れてきたが、2017 年に高岡市オフィスパークに新社屋兼工場を新設したことをきっかけに一段と力を入れている。同社の新社屋兼工場は、工場見学や鋳物の製作体験ができるコーナーをはじめカフェや後述する錫婚式の会場なども完備されている。現在では、年間 13 万人が訪れる、富山県を代表する観光スポットの 1 つになっている。

さらに、同社の主力製品の錫製品にちなんで錫婚式の普及に取り組んでいる。同社の錫婚式の会場では、これまでに 150 組ほどが式を実施している。現在は、同社の会場のみならず、北海道や東京のホテルなどとも提携し、富山県以外でも能作の錫婚式を祝える事業展開を進めている。

(2) 経営の特徴

同社の経営に関する特徴をあげると、1 つは、克治氏が産地外の出身者であるということである。いわゆる「よそ者」として産地の慣習や常識にとらわれることなく、新たなことに取り組んできたといえよう。ただし、先代の社長からは、「よその会社と違うことはやるな」と注意をされたようである。裏を返せば、このような注意をされるぐらい、産地の他社とは異なることを行ってきたということである。

2 つめの特徴としては、「しない経営」である。同社は、営業をしない、売上目標をたてない、競争をしないといった経営を実践してきた。同社との取引を求めて顧客がやってきてくれるので、無理に営業をしなくてもよいということである。また、売上目標を決めて、社員にノルマを課すようなこともしてこなかったが、ほぼ一貫して売上を伸ばしてきた。競争をしないという点では、まったく新たな製品を生み出すなどして、他社から市場を奪ったり、競争をしたりすることはしてこなかったという。

3つめは、地域のためになるような事業を実施することを心がけているということである。工場見学や鋳物製作体験を積極的に受け入れてきたこともこうしたことを背景としている。高岡のものづくりについて知ってもらったり、高岡に足を運んでももらったりすることで、地域に貢献しているといえよう。

4. 業界の動向や産地とのつながり

克治氏は、かつて高岡市デザイン・工芸センターで開催される講習会などに参加していた。現在は、同社の社員がセンターを利用している。

製品の生産については基本的に内製しているが、一部は産地の企業へ外注している。前述のように、現在でも産地の問屋から受注する仕事もある。

同社の行っている産業観光は、高岡の観光客の増加に貢献している。観光客のみならず、地元の小・中学校の児童や生徒の工場見学や鋳物製作体験などにも協力してきた。

同社では、若手の従業員が増えている。地元だけではなく東京をはじめ他地域からの就職希望者を受け入れている。産地に就労の場を提供するとともに、ものづくりの技術の承継者の育成にも貢献している。

【製造工程の一部】

① 鋳型



③ ロクロでの表面仕上げ



② 鋳型への注湯



④ 着色・研磨後の製品



(写真出所：同社 HP より引用：<https://www.nousaku.co.jp/history/technology/>)

会社名 しろがね屋裕翠 【高岡銅器産地】

1. 基本情報

企業名・代表者	しろがね屋裕翠 中山裕晃
所在地	富山県高岡市五十里西町 98
出身地	富山県小矢部市
修了スクール および修了年	高岡市伝統工芸産業技術者養成スクール、金工基礎コース（2年） と研究コース（2年）を 2005 年に修了
創業・設立	2007 年
従業者数	弟子 1 名（2024 年 9 月現在）
主要事業	銀器の茶道具、装飾品、金具、金属製品の修理
ウェブサイト	https://shiroganeya-yusui.jp

2. スクール入校について

高岡工芸高等学校の工芸科で金工を学んだ。卒業後は、金工の技術が活かせるということで銀器を製造する金属加工会社に就職した。高岡市伝統工芸産業技術者養成スクールには、これまでに 2 回入校している。

1 回目は、20 歳の頃のことであり、2 年間の金工の基礎コースで学んだ。2 回目は、35 歳の頃である。その時には、2 年間の基礎コースと、さらに 2 年間の研究コースに進学した。金工の仕事は就職した会社で行っていたが、スクールでの研修により、改めて基本的な技術を身に付けることができた。ただし、スクールで習えることは、高岡産地で培われてきた金工の技術の一部分である。

スクールの在籍中から既に高岡クラフトコンペに入選したり、奨励賞を受賞している。その後もほぼ毎年のように作品展に出展して入選や受賞回数を重ねている。

3. 創業の経緯

勤め先の会社を続けていると、やがては、ものづくりの現場を離れて、経営的な仕事をやらなければならないことになっていた。ものづくりを続けていきたいという思いから、40 歳になったのを機に勤務先の会社を辞めて、「しろがね屋裕翠」を創業した。

創業後、高岡市デザイン・工芸センターからの紹介で、「伝統的工芸品技術・技法継承者育成事業」を活用して、鋳具師の津田興世氏のもとで打出し技術を学ぶことになった。創業後すぐには仕事を得られないことは覚悟していたので、津田氏に師事して技術をしっかりと学ぶことにした。2008 年には、高岡銅器の仕上部門で伝統工芸士として認定された。

創業前に勤めていた会社では、銀地金の溶解、圧延、鍛金、着色や包装、配送まで、何でもやっていた。一連の工程の仕事を経験できたことは、その後のものづくりに活かされてい

る。

創業時やそれ以降も経営に関することで困ったことやわからないことがあった場合には、商工会議所に相談している。

4. 主な事業

鍛金による銀器の茶道具、装飾品等の製造・販売。彫金・象嵌加工。金属の金具の製造・販売や修理を請け負っている。製造している製品は、手仕事による工芸品が中心。

問屋からの仕事が全体の6割。2割は、金属加工業者や骨とう品店からの修理。1割は、文化財（祭屋台、山車等）の修理。残りの1割は、作家としての作品づくり。

職人としての仕事の他に、金工作家としての肩書でも仕事をしている。

5. 業界の動向や産地とのつながり

中山氏は、現在、高岡銅器伝統工芸士会のメンバーとして、市内の小学生や一般の人に伝統工芸をPRしてきた。また、母校である高岡工芸高等学校からインターンシップの生徒を受け入れている。伝統工芸品に親しんでもらい、将来的には伝統工芸の仕事に就いてもらったり、伝統工芸品のユーザーになってもらいたいといった思いから、生徒の受け入れに協力している。

現在は、若手にバトンタッチをしているが、高岡のクラフトコンペの開催などにも裏方として協力してきた。このよう点からも地元の産業の振興やPRに貢献してきた。

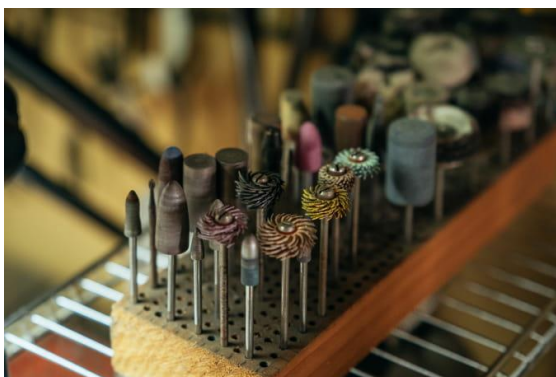
2015年に1名が中山氏に弟子入りをしている。弟子の高田裕蒼氏は宮崎県出身。中山氏の作品を見て弟子入りを決意したとのことである。元々、金属の装飾品に興味はあったが、あくまでも身につける側であった。しかし、しだいに自分でも製作してみたいという思いが高まっていき、この世界に飛び込むことになった。

スクール以外のルートでも地場産業の技術を身につけたいと思う人が産地にやってきて、新たな担い手になっていることがわかる。

【手仕事の様子】



【彫金・打ち出し用の鑿（たがね）】



(写真出所：カネマサ楽天市場店「高岡伝統工芸」より引用：<https://item.rakuten.co.jp/kanemasa-k/c/0000004376/>)

施設名 川島テキスタイルスクール

1. 基本情報

施設名・代表者	川島テキスタイルスクール 斯波義之(株式会社川島文化事業団 代表取締役)
所在地	京都府京都市左京区静海市原町 418 番地
設立	1973 年
運営母体・形態	株式会社川島文化事業団（川島織物セルコン子会社）・民間企業
収容人数（年間）	専門コース：本科 15 名、専攻科 15 名、創作科 15 名 技術研修コース（3 ヶ月・6 ヶ月・1 年）：定員なし マンスリーコース：5 名 International Students Course：各 5 名（春・秋学期）
教育スタッフ	ディレクター 1 名、専任講師 5 名、外来講師等
主な教育・訓練	専門コース・本科の場合、1 年間 1,650 時間程度の授業（始業 9:00 終業 17:00）。 専門コースは、手織りを主体に染織デザインの基礎から専門的に学ぶ。 本科・専攻科・創作科の修業期間はそれぞれ 1 年間である。
ウェブサイト	https://www.kawashima-textile-school.jp

2. 沿革（概略）

1843 年 初代川島甚兵衛、呉服悉皆業を創業。

1973 年 株式会社川島織物（現川島織物セルコン）の創業 130 周年記念事業として、市原事業所に川島テキスタイルスクールを開校。

3. 教育体系の特色

（1）概要

川島テキスタイルスクールは、1973 年に株式会社川島織物（現川島織物セルコン）の創業 130 周年の記念事業として、市原事業所内に開校した。織物における手仕事の文化を継承することが主な目的である

スクールでは手織りを主体に染織技術やデザインを教えており、入学者のレベルは様々だが、基礎から専門技術まで幅広く学べるよう多様なコースを設けている。創造性を高めて美しい織物を作ることを重視したカリキュラムである。開校当初から国際的にも門戸を開き、外国人向けに英語授業のみで構成する International Students Course も設置されている。

年間を通して学ぶ専門コースは本科、専攻科、創作科から構成され、各 1 年ずつ、最長で

3年間在籍できる。本科→専攻科→創作科の順に進級し、修了者のみが上位の科に進むことができる。技術研修コースは3ヶ月・6ヶ月・1年の期間を選択することができ、染織についてある程度の経験のある者が自らのテーマに基づいて研究や制作を行う。マンスリーコースは月1回2～3日の授業を1年単位で受講できるコースであり、基礎クラス（1年目）と応用クラス（2年目）がある。

他に、1～10日間の短期間で実施するワークショップ（定員8名）がある。年間40講座程度が開催されており、初心者向けの基本を学ぶビギナーズ講座、経験者向けのスキルアップ講座、糸染めに特化した染色講座に分類される。

専門コースの場合、願書・志望動機の提出、面接によって選考を行う。年間学費は本科1,386,000円（入学金・諸費用込）、専攻科836,000円、創作科693,000円（2024年度現在）であり、個人制作にかかる材料費が別途必要である。なお、併設されている寮に入ることにもできる。

（2）訓練教科の内容など

手織りを主体にして、糸紡ぎ、糸染めから製織まで一通りの工程が学べるのが特徴である。特に西陣織や他の織物産地に特徴的な「綴」と「緋」の技術を学ぶことができ、伝統技術に現代の感性を加えた作品の制作に取り組んでいる。アトリエには各種の手織り機が計100台程度用意されており、動力織機はない。

専門コース本科では、染織の技術を体系的に学び、基本技法の習得を目指す。専攻科では各自がテーマを設定してタペストリーや着物等の作品制作を行い、デザイン力や表現力を磨く。インターンシップや産地研修もある。創作科では自主的な制作活動によって、自立にむけた土台を作る。希望者は選考後、北欧との交換留学の機会がある。

染織に関する技術力と表現力を磨くためのカリキュラムであり、原価管理等経営に関する科目は用意していない。

（3）主な訓練内容

本科カリキュラム

講義	色彩演習 織物文化館 テキスタイルの現場 表現論
演習	基礎織 織実習1 織実習2 組織 緋基礎 化学染色 天然染色 デザイン演習 ニードルワーク スピニング ホームスパン ファンシーヤーン 修了制作 課外研修

4. 入校者および修了生（出身地・属性・進路等）

入学希望者は関東、福岡、東北等全国から集まる。逆に京都府出身者はきわめて少ない。

入学者はほとんどが女性である。入学者の年齢層はばらつきが大きく、10～20 歳代は新規学卒者、30～40 歳代は前職を退職した者、50 歳代以降は定年者や専業主婦で子育て・介護が一段落した者であることが多い。近年は入学者の平均年齢が高くなる傾向にあり、10～20 歳代の割合は全体の 2 割程度である。

2024 年度の専門コース在籍者は、本科 6 名、専攻科 4 名、創作科 1 名、技術研修コース 2 名である。ここ 10 年程は入学希望者が減少傾向にある。

一方、International Students Course は定員を超える入学希望者がおり、ポートフォリオを提出し選考を実施している。北欧などの欧州、アメリカ、オーストラリア、中国、台湾等世界各国からの出願がある。また、海外で著名なアーティストが技術研鑽のため特別講座として学びに来ることもある。

将来の進路として、作家を希望する者もいるが、近年は作家として独立したのは数人である。多くは本業を持つかわらで制作活動が続けているようである。入学時に、独立したい場合には公募展等で自らチャンスをつかむ強い気持ちとたゆまぬ努力が必要であることを伝えている。なお、スクールでは手織り機や糸、道具等の販売、設備貸出を行っているため、卒業後も手織りを続けるサポートになっている。

就職する場合、織元からの求人が減少していることもあり、インテリア・建築、アパレル販売等、手織りとは直接関係なくとも広くテキスタイルに関わる業界全般へ進むことがある。川島織物セルコンへ就職する者も存在する。

5. 産地における役割・機能

川島織物セルコンは 1843 年に創業し、2024 年で 181 年を迎える織物メーカーで、社内でデザイン、染色、製織まで一貫で行い、西陣織の帯、緞帳、山車幕のほか、カーテン・床材などインテリアファブリックの製造販売を行っている。京都に立地しながらも、京都で展開される西陣織の分業生産とは異なり、一貫生産を行うことが特色である。スクールにおいても、作品を一貫して制作する技術を身に付けるカリキュラムが特徴であり、分業を前提とはしていない。また、綴や緋といった製織技術は西陣に限らず各織物産地と共通しているが、あくまで手織りであるため、機械織りが中心の産地に就職したときに直接役に立つとはいえないかもしれない。ただし、織りの基礎ができることがその後のキャリアに十分役立っている。その意味では、特定の地域や産地に限定することなく、手織りを中心とした織物の技術や文化を広く継承しつつ、現代のテキスタイルをバランスよく学べる環境を提供することがスクールの役割であるといえる。

1. 研究小委員会（一般社団法人中小企業産学官連携センターとの共同研究）		
（メンバー）		
三井 逸友	横浜国立大学	名誉教授
山本 篤民	日本大学	商学部 教授
遠山 恭司	立教大学	経済学部 教授（一般社団法人中小企業産学官連携センター監事）
吉原 元子	山形大学	人文社会学部 准教授
長谷川 英伸	日本大学	商学部 准教授
佐久間 貴大	中央大学	大学院経済学研究科 大学院生
鈴木 貴宏	公益社団法人中小企業研究センター	専務理事
吉田 直広	公益社団法人中小企業研究センター	事業部長
第一回	2024年3月28日	
第二回	2024年5月13日	
第三回	2024年6月17日	
第四回	2024年7月22日	
第五回	2024年8月23日	
第六回	2024年9月30日	
第七回	2024年10月28日	
2. 研究委員会 2024年12月9日		
研究委員名簿		
（五十音順・敬称略）		
研究委員長	関口 憲一	明治安田生命保険相互会社 名誉顧問
研究委員	足立 龍生	株式会社みずほ銀行 常務執行役員
研究委員	池田 渉	J F E スチール株式会社 常務執行役員
研究委員	岡田 正彦	大成建設株式会社 代表取締役 副社長執行役員
研究委員	神崎 明子	株式会社日刊工業新聞社 編集局 第二産業部 編集委員
研究委員	斉藤 学	日油株式会社 取締役 常務執行役員
研究委員	杉浦 哲郎	一般社団法人日本経済調査協議会 調査委員長
研究委員	星 正幸	沖電気工業株式会社 顧問
研究委員	三井 逸友	横浜国立大学 名誉教授
研究委員	湯浅 直幸	株式会社日立製作所 バリューチェーン・インテグレーション統括本部 アウトソースマネジメント本部 本部長
研究委員	吉清 知之	日本精工株式会社 執行役専務 産業機械事業本部長
（2024年12月9日現在）		

公益社団法人中小企業研究センター

〒100-0016

東京都台東区台東 4-28-11

御徒町中央ビル 3 階

電 話 03 (3831) 9061 (代表)

F A X 03 (3831) 9069

ホームページ・アドレス

<https://www.chukiken.or.jp>