

朝日新聞東京本社 広告局編成管理センター

谷本 晴美 (たにもと・はるみ)



**Profile** 1981年神奈川県生まれ。2004年朝日新聞社に入社、福岡本部広告部整理連絡課、外勤等を経て、12年から現職

## ▶ WAZAが「COOL JAPAN」を牽引！

—新聞社が伝統産業アーカイブを構築し、地方創生へ

サマリー：

国内の「伝統産業=WAZA」は衰退の一途にある。長い歴史と工夫によって培われてきたこの伝統産業を、幅広いネットワークをもつ新聞社が支え、ともに歩むことが、産業のみならず文化や人を育てるとともに新聞社そのものの競争力を高めることにつながると考える。

その方法として、日本新聞協会と新聞社がハブとなった「伝統産業アーカイブサイト」（仮称）の構築と「伝統産業常設スペース」の設置、紙面展開を提言する。各省庁の予算に裏付けられた支援、新聞協会や周辺企業などからの協力を得て、新たな収益源とする仕組みである。

業界と新聞社、そして業界を様々な施策で支援している国が三位一体となった、地方創生へとつながる新ビジネスが誕生する。

### 1. はじめに

わが国には、長い歴史と人々が育んできた伝統的工芸品産業（以下、伝統産業）が数多く存在し地域の発展を支えてきた。だが、様々な原因から昨今衰退の一途にある。国は様々な振興施策を展開しているが、その効果は限定的で衰退を食い止めるまでには至っていない（詳細後述）。

一方、日本新聞協会に加盟している新聞社は現在104社あり（注1）、こちらも全国各地域に密着して業務を展開している。

この「全国各地域と密接につながっている」という共通項を生かし、ビジネスの側面から新聞社にしかできない方法で伝統産業界を再び盛り上げる方法を探れないだろうか。

本稿ではまず、なぜ伝統産業継承が必要なのかを論じ、新聞社が関わってきた事例を紹

介する。結論として、伝統産業界と新聞社、そして国が三位一体となった、地方創生へとつながる新ビジネス——新聞協会をハブとした、全国の新聞社による「伝統産業アーカイブサイト」（仮称）の構築と伝統産業常設スペース設置を提言する。

### 2. なぜ伝統産業なのか

そもそも、なぜ衰退しつつある伝統産業に助力するのか。経済の原則では、需要のないものは消滅し、需要のあるものは供給の増大と共に発展していく。これに照らし合わせれば、伝統産業が衰退しているのは需要が低迷しているからであり、そのまま捨て置けばよいという事になる。

また、伝統産業は非常に内向きで海外と渡り合うビジネスには適さないとわれがちである。だが、日本国内の限られた地方で特定

の職人にしか生産できない、大量に製造する事ができない、それが故に非常に高品質であるという商品は、その性格こそが逆に海外にうって出る貴重な特質となり得ている。人は、どこでも手に入るものはより便利なところで買うが、そこでしか手に入らないものがあれば遠い所、それが例えば外国だとしても実際に足を運ぶ。これは、伝統産業が地方創生及び海外からのインバウンドを引き込むキラーコンテンツへと化ける可能性を示す。昨今のネットの普及がそれを後押しするだろう。

歴史や文化に根ざした伝統産業を再生していく事が、今後の日本の産業や文化、ひいては新聞社にとっても大きな競争力をもたらすのだ。

では、新聞社がともに歩む伝統産業とはいったい何を指し、現在どのような状況にあるのだろうか。

### 3. 伝統産業のいま

行政用語で「伝統的工芸品」と呼ばれるのは、以下の要件を満たすものである(注2)。

1. 主として日常生活で使用する工芸品であること。
2. 製造工程のうち、製品の持ち味に大きな影響を与える部分は、手作業が中心であること。
3. 100年以上の歴史を有し、今日まで継続している伝統的な技術・技法により製造されるものであること。
4. 主たる原材料が原則として100年以上継続的に使用されていること。
5. 一定の地域で当該工芸品を製造する事業者がある程度の規模を保ち、地域産業として成立していること。

経済産業省HPより引用

これらの要件を満たした都道府県別伝統的

工芸品一覧は、62ページの表の通りである。

このように伝統的工芸品は全国に222点を数え、1都1道2府43県全てに指定の品があり、国から指定を受けていないものの一般的に「民芸品」と称される伝統工芸品の予備軍とも言える各地独特の手工芸品も多くある。

しかしこれらは、生産額、企業数、従業員数ともこの30年間で約3分の1程度まで縮小している(図)(注3)。

## 4. 国の方針・施策

### (1) 経済産業省の支援

経産省は、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(注4)に基づき以下のような支援を行っている(注5)。

- ・個別産地への直接支援(伝産支援補助金)
- ・人材確保及び技術等継承事業、産地指導事業、普及促進事業、需要開拓事業
- ・新事業活動促進支援補助金(地域資源活用売れる商品づくり支援事業)
- ・JAPANブランド育成支援事業(COOL JAPAN戦略)
- ・伝統的工芸品月間全国大会の開催
- ・国際会議等における伝統的工芸品のPR

経済産業省HPより引用

15年度予算は伝統的工芸品産業支援補助金3.6億円(注6)、伝統的工芸品産業振興補助金7.0億円(注7)、伝統的工芸品産業復興対策支援補助金1.0億円(注8)、また、「COOL JAPAN」を推進する海外需要開拓支援機構(クールジャパンファンド)へは100億円の投資を行っている(注9)。

### (2) 文化庁の支援

文化庁は、文化芸術振興基本法(注10)に基づき「我が国は文化芸術立国を目指す」という方針を策定し、社会を挙げての文化芸術

振興に取り組んでいる。以下、戦略を一部抜粋する（注11）。

- ・文化芸術、町並み等を地域資源として戦略的に活用し、地域創生の起爆剤に!
- ・文化芸術への公的支援を、戦略的投資と位置づけ、文化芸術への支援を重点化
- ・デジタルアーカイブ化の促進や分野横断的整備の検討、我が国のメディア芸術を広く海外に発信

文化庁HPより引用

文化庁は、文化遺産オンライン構想の推進等を含む「日本文化の発信・交流の推進」に20.9億円、文化関係資料のアーカイブ構築に関する調査研究を含む「文化発信を支える基盤の整備・充実」に6.4億円の予算を組んでいる（注12）。

### (3) 文部科学省の支援

文科省は人材育成の面からの支援に重点を置いている。初等中等教育局中等教育局長は、各都道府県教育委員会、各都道府県知事、付属学校を置く各国立大学長宛てに総合学科設置を求める通知の中で、以下のような目標に触れている（注13）。

- ・伝統芸術系列の総合選択科目群…地域の歴史や文化に対する理解を深めるとともに、伝統的な染織・工芸品産業等地域に根付いた産業に対する理解を深め、伝統文化を担うことのできる能力と態度を育てる。

文部科学省HPより引用

このように、国は伝統産業の復興・継承に熱心である事がうかがえる。それにもかかわらず、現状は63ページに提示した図の通り業界は先細りの状態にある。

その大きな原因は、以下のように分析されている（注14）。

1. 需要の低迷
2. 量産化が出来ない
3. 人材、後継者の不足
4. 生産基盤（原材料、生産用具など）の減衰深刻化
5. 産地の知名度の不足

経済産業省HPより引用

そこで、新聞社の出番である。

## 5. 新聞社のアプローチ

新聞社こそが、伝統産業界縮小に歯止めをかけ復興していく事ができると断言する。なぜなら、新聞社は衰退した原因全てに対応する事のできる機能を有するからである。

### (1) 「人材・後継者の不足」に対して

新聞社主催の進学セミナーや新卒、U・Iターンを含む就職合同説明会を実施する。具体的には、京都伝統工芸大学校、博多織技能開発養成学校等の教育機関のほか、江戸下町伝統工芸館や金沢卯辰山工芸工房等の関連施設も含めれば、連携できる団体は全国各地に存在する。既に各新聞社が中高大生向け進学説明会を主催しており、関係団体の協力を得てアレンジすれば実施可能である。

また、地場産業の職人達やその候補生との「街コン」を企画する。新聞社が主催する信頼性で、巷の街コンとは一線を画す。後継者不足解消と共に、将来の読者である若者へのリーチにも一役買うことができる。先行事例として、大分合同新聞社の企画がある。13年8月18日付で、OITA女子部による「結婚したい！」をテーマとした別刷りを発行し、この紙面と連動してOITA女子部の推しメン16人と一般女性との街コンが開催された。この枠組みはそのまま伝統産業推しメンとの街コン実施にも応用できる。

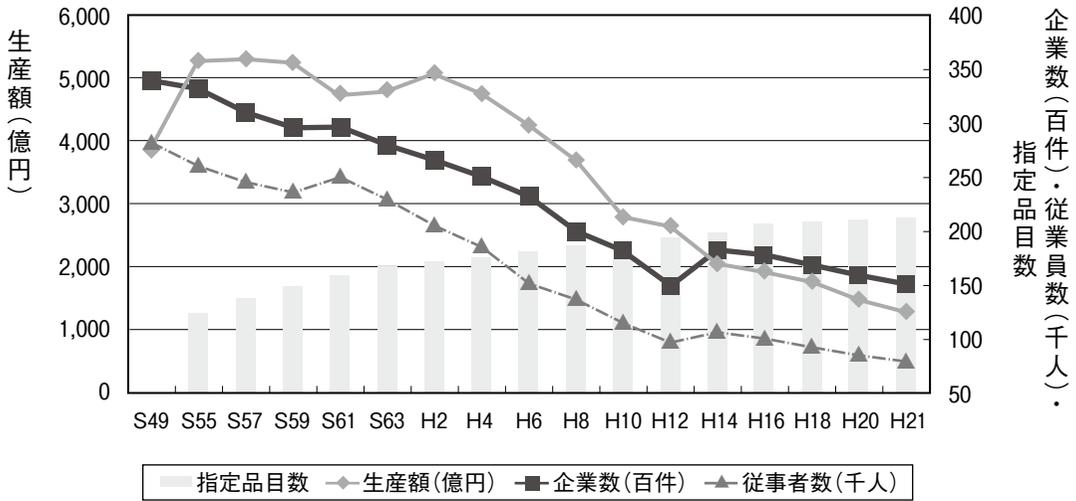
表：伝統的工芸品指定品目一覧〔都道府県別〕 2015年6月18日時点

地域	都道府県別	指定品目数	品目名
北海道	北海道	2	二風谷イタ 二風谷アツツシ
東北	青森	1	津軽塗
	秋田	4	樽細工 川連漆器 大館曲げわっぱ 秋田杉桶樽
	山形	5(1)	山形錆物 置賜紬 山形仏壇 天童将棋駒 羽越しな布(*)
	岩手	4	南部鉄器 岩谷堂箆箭 秀衡塗 浄法寺塗
	宮城	4	宮城伝統こけし 雄勝硯 鳴子漆器 仙台箆箭
	福島	4	会津塗 大堀相馬焼 会津本郷焼 奥会津編み組細工
	計	22(1)	
関東	茨城	6(4)	笠間焼 真壁石燈籠 結城紬(*) 江戸切子(*) 江戸木版画(*) 江戸電甲(*)
	栃木	5(4)	益子焼 結城紬(*) 桐生織(*) 江戸和竿(*) 江戸電甲(*)
	群馬	3(3)	伊勢崎餅(*) 桐生織(*) 江戸電甲(*)
	埼玉	11(8)	春日部桐箆箭 岩槻人形 秩父銘仙 伊勢崎餅(*) 村山大島紬(*) 江戸木目込人形(*) 江戸和竿(*) 江戸からかみ(*) 江戸切子(*) 江戸節句人形(*) 江戸電甲(*)
	千葉	8(7)	房州うちわ 江戸和竿(*) 江戸からかみ(*) 江戸切子(*) 江戸木版画(*) 江戸硝子(*) 江戸電甲(*) 東京アンチモニー工芸品(*)
	東京	16(10)	村山大島紬(*) 東京染小紋 本場黄八丈 江戸木目込人形(*) 東京銀器 東京手描友禅 江戸電甲(*) 東京アンチモニー工芸品(*) 多摩織 江戸和竿(*) 江戸からかみ(*) 江戸切子(*) 江戸節句人形(*) 江戸木版画(*) 江戸硝子(*)
	神奈川	5(2)	鎌倉彫 箱根寄木細工 小田原漆器 江戸和竿(*) 江戸切子(*)
	新潟	16(1)	塩沢紬 小千谷縮 小千谷紬 村上木彫堆朱 本塩沢 加茂桐箆箭 新潟・白根仏壇 羽越しな布(*) 長岡仏壇 三条仏壇 燕鍾起銅器 十日町餅 十日町明石ちぢみ 越後与板打刃物 新潟漆器 越後三条打刃物
	長野	7	信州紬 木曾漆器 飯山仏壇 松本家具 内山紙 南木曾ろくろ細工 信州打刃物
	山梨	4(1)	甲州水晶貴石細工 甲州印伝 甲州手彫印章 江戸電甲(*)
	静岡	3	駿河竹千筋細工 駿河雜具 駿河雛人形
		計	58(1)
中部	富山	6(1)	高岡銅器 井波彫刻 高岡漆器 越中和紙 庄川挽物木地(材料) 金沢箔(材料)(*)
	石川	10(1)	加賀友禅 九谷焼 輪島塗 山中漆器 金沢仏壇 七尾仏壇 金沢漆器 牛首紬 加賀繻 金沢箔(材料)(*)
	岐阜	5	飛騨春慶 一位一刀彫 美濃焼 美濃和紙 岐阜提灯
	愛知	12	有松・鳴海絞 常滑焼 名古屋仏壇 三河仏壇 豊橋筆 赤津焼 岡崎石工品 名古屋桐箆箭 名古屋友禅 名古屋黒紋付染 尾張七宝 瀬戸染付焼
	三重	5	伊賀くみひも 四日市萬古焼 鈴鹿塗 伊賀焼 伊勢形紙(用具)
	計	37	
近畿	福井	8(1)	越前漆器 越前和紙 若狭めう細工 若狭塗 越前打刃物 越前焼 越前箆箭 大阪唐木指物(*)
	滋賀	3	彦根仏壇 信楽焼 近江上布
	京都	17	西陣織 京鹿の子絞 京仏壇 京仏具 京漆器 京友禅 京小紋 京指物 京繻 京くみひも 京焼・清水焼 京扇子 京うちわ 京黒紋付染 京石工芸品 京人形 京表具
	大阪	7(1)	大阪欄間 堺打刃物 大阪仏壇 大阪浪華錫器 大阪泉州桐箆箭 大阪金剛廣 大阪唐木指物(*)
	兵庫	7(1)	播州そろばん 丹波立杭焼 出石焼 播州毛鈎 豊岡杞柳細工 播州三木打刃物 大阪唐木指物(*)
	奈良	3(1)	高山茶釜 奈良筆 大阪唐木指物(*)
和歌山	4(1)	紀州漆器 紀州箆箭 紀州へら竿 大阪唐木指物(*)	
	計	45	
中国	鳥取	3(1)	因州和紙 弓浜餅 出雲石燈ろう(*)
	島根	4(1)	出雲石燈ろう(*) 雲州そろばん 石州和紙 石見焼
	岡山	2	勝山竹細工 備前焼
	広島	5	熊野筆 広島仏壇 宮島細工 福山琴 川尻筆
	山口	3	赤間硯 大内塗 萩焼
	計	16	
四国	徳島	3	阿波和紙 阿波正藍しじら織 大谷焼
	香川	2	香川漆器 丸亀うちわ
	愛媛	2	砥部焼 大洲和紙
	高知	2	土佐和紙 土佐打刃物
	計	9	
九州	福岡	7(1)	小石原焼 博多人形 博多織(*) 久留米餅 八女福島仏壇 上野焼 八女提灯
	佐賀	3(1)	伊万里・有田焼 唐津焼 博多織(*)
	長崎	2	三川内焼 波佐見焼
	熊本	4	小代焼 天草陶磁器 肥後象がん 山鹿灯籠
	大分	2(1)	別府竹細工 博多織(*)
	宮崎	2(1)	本場大島紬 都城大弓
鹿児島	3(1)	本場大島紬 川辺仏壇 薩摩焼	
	計	20	
沖縄	沖縄	14	久米島紬 宮古上布 読谷山花織 読谷山ミンサー 壺屋焼 琉球餅 首里織 琉球びんがた 琉球漆器 与那国織 喜如嘉の芭蕉布 八重山ミンサー 八重山上布 知花花織
合計		222	

(注) 指定品目の数の ( ) 内の数字は、指定が他の都府県と重複する内数をあらわしており、重複品目は ( \* ) で表記。

出典：経済産業省

図：伝統的工芸品産業の生産額・企業数・従業員数・指定品目の推移



出典：経済産業省

## (2) 「量産化できない」に対して

歌舞伎役者の坂東玉三郎氏は「手の技には長い手間ひまがかかり、大量生産がきかないところに、本来の味があるものなのです」と述べている（注15）。この性質こそが伝統工芸の最大のメリットであるため、改善対象とはしない。むしろ、量産化できないからこそ、その希少性をもって人から求められるものであるという啓蒙を行っていく事に力を注ぐべきである。

## (3) 「需要の喚起」「産地の知名度の不足」「生産基盤（原材料、生産用具など）の減衰深刻化」に対して

最後に、最大の問題とされる原因についてである。解決法として、人々に広く深く伝統工芸について知ってもらう事、業界自体を活性化させる事が一番の近道だと考える。

### ①紙面展開

1997年1月から約2年間、産経新聞は日曜版にて伝統産業について紹介する「日本の技」を連載した。これは、『日本の技—伝統を明日へつなげる職人たち』として書籍化されている（注16）。このような紙面特集を連載し、広告スペースを設けセールスしていく

事で収益源としても期待できる。たとえば「伝統工芸＝でんとう＝毎月10日が伝統工芸の日」と全新聞社で決定し、その日はどの新聞でも異なった題材の企画を掲載する。毎月継続していく事で、社会全体に伝統工芸への理解・意識を根付かせていく狙いがある。

伝統工芸クイズコーナーを設けて読者に応募してもらい、正解者にはその特集の伝統工芸品をプレゼントする。正解のヒントは新聞協会ホームページに掲載し、同ページでは他紙で取り上げている題材についても展開し、読者が他の伝統工芸についての紙面も目にするような導線をひく。

広告募集は、国や関連の企業、教育機関、施設等を対象とするが、予算の少ない所もあるだろう。その際は、クラウドファンディングを利用した仕組みも想定できる。

2015年3月、朝日新聞社はクラウドファンディングサイト「A-port（エーポート）」を開設した。プロジェクト「沖縄の伝統的染色『紅型』デザインを食器に。29歳の女流作家・新垣優香が初挑戦☆」が50万円を目標に立ち上げられ、最終的には目標額達成率328%の164万4000円が集まり、皿やマグカップ

プが無事制作された(注17)。このメリットは、実際に資金集めができるのと同時に、それ自体が伝統産業の知名度向上につながる事である。

また、業界自体を活性化させる試みとして、新聞社が媒介してコラボレーションを主導した紙面企画がある。有田焼と佐賀新聞社の事例である。

佐賀新聞社は14年、「COOL ARITA～未来への挑戦～」プロジェクトを始動した。同社がBEAMS・ディズニーを橋渡しして食器開発に関わり、カフェやアンテナショップのオープン等でキャンペーンを展開し、成功を収めている。

## ②展覧会・コンペティションの実施

神戸新聞社は「兵庫工芸展」を開催し、今年で第53回を数える。北國新聞社は今年で第56回となる「石川の伝統工芸展」を、河北新報社は第24回となる「河北伝統工芸展」を開

催している。このように、各新聞社ではそれぞれ独自に伝統工芸展を開催し、職人の技能継承と知名度向上、一般への啓蒙活動に寄与している。

このように、新聞社が各方面から支援をしてきた先行事例は、それぞれが個々の活動として行われてきた。新聞協会は、これらを一元化して大きな潮流とし、「伝統産業と言えは新聞」が世間の常識となるよう、その活動の旗振り役になるべきだと考える。

## 6. 各新聞社の活動と伝統工芸関連情報を一覧して可視化するために 提言：新聞協会がハブとなった「伝統産業アーカイブサイト(仮称)」を構築する

「京都・文化遺産アーカイブプロジェクト」というものがある。14年5月に「明日の



佐賀新聞2014年8月1日付別刷り特集全12ページより抜粋



佐賀新聞2015年3月27日付別刷り特集全8ページより抜粋

京都「文化遺産プラットフォーム」・大日本印刷・毎日放送によって立ち上げられた、世界遺産をはじめとする京都の有形・無形の文化遺産を保存・継承するプロジェクトである。「古都京都の文化財」を構築する17寺社・城の高精細映像（4K映像）化によるアーカイブ事業がこのプロジェクトの中心となる。

こちらに着想を得て、新聞協会がハブとなった全新聞社による伝統産業アーカイブサイト設立を提言する。

### (1) アーカイブサイトの目的

このサイトは、伝統工芸品・伝統技術・伝統工芸品作成のための道具・職人・工房の情報及び、展覧会やコンペティション情報等を一括した内容とし、伝統工芸品のネット販売、職人体験・募集情報、サイト利用者や読者からの投稿掲示板等も併載するものである。英語版も作成する。世界全体へ情報を発信し商圏を広げる事で、政府の「COOL JAPAN」戦略とも目的を共有できる。

このアーカイブサイトには、「伝統工芸のまとめ」というほかに、大きく分けて二つの意味合いがある。

- ①万が一継承が途切れた際にこれを参考として復活させる事ができる
- ②全国・全世界の企業やデザイナーが伝統的手法を自社・自身のプロダクツに活用したい場合の引き合わせの場となる（連絡ツールも具有）

そして新聞社にとっても、先に述べた国や各省庁の施策と合致する部分が多く、様々な予算から運営資金を誘導できる。15年度内閣府の予算において「政府広報・広聴活動の推進、国際広報の強化」は83億円（注18）、16年度の予算概算要求は116億円（注19）である。これまで国内広報がメインであった新聞社にとっても、本アーカイブサイトを通じ

て海外からの親日感醸成に寄与し、かつ「国際広報の強化」という予算に関わる契機となる。

また、各自治体からの資金調達、サイトへの広告出稿、このサイトを利用して縁をつないだ両者からの成約金等の仕組みも考えられる。また、伝統工芸品のネット販売展開は販売手数料の収入、職人体験・募集の併設は紹介手数料の収入が見込める等、収益モデルとしても魅力的なものとなる可能性がある。

セブン&アイホールディングスは「MADE IN JAPAN」というプライベートブランドをシリーズ化している。優れた「モノづくり」をする各地の職人らを発掘し、共に商品開発を行うものである。このような企業と協同することにより全国の職人・企業に新たなチャンスをもたらすと共に、新聞社も、プロダクツ制作の橋渡しのみならず、完成後も広報・告知に協力していく事は言うまでもない。

このアーカイブ作成には、記者という新聞社ならではの資源が活用できる。地道で長期的な対応が求められるが、まさに日々地に密着して取材を重ねている彼らの得意分野であろう。投稿掲示板の設置は、双方向のやりとりの場を用意する事によって読者には伝統産業をより身近に認識してもらう場となり、需要喚起に結びつく可能性を有する。伝統産業に関わる側にとっては、生活者の生の意見を拾って商品開発につなげられる貴重な場となるだろう。

### (2) 伝統工芸品常設展示スペースの設置

伝統産業の従事者とそれを活用したい者同士の引き合わせ後のフォローも新聞社が担う。各新聞社に伝統工芸品の常設展示スペースを設けるのである。アーカイブサイトを見て実際の商品を手に取りたい人や、一度職人の元を訪れたものの辺鄙な場所であってアクセスしづら<sup>へんび</sup>いが再度商品を見て検討したいという人々などをターゲットとする。新聞社は各地アクセスのよい場所にある事が多く、利

便性も担保できる。ある程度この常設展示スペースの運営が落ち着いたら、大きめの販売店にも展開していく。伝統産品との出会いのチャンスを広げると同時に、販売店側は、新たな収益源としての運営が期待できる。

なお、在庫管理や金銭の授受等が煩雑であるので商品の売買はネットの通販サイトに譲る。だが、販売機会を逸しないためパソコンやタブレット等を同スペースに設置し、購入動作ができるようにする。ただ、販売店のスペースは、近距離にある伝統的工芸品の限定的な販売は検討してもよいだろう。こうした各地限定の展示は、「そこにしかない」という希少性をもって、都市部からの観光需要を喚起できる要因にもなり得る。

こうして新聞社全体の資産をフル活用した、我々にしかできない・我々にこそできる伝統産業継承への貢献は、新聞社の新しい収益源となると同時に、社会の公器としての新聞社の広い意味でのCSにもつながっていく。

## 7. おわりに

13年12月、ユネスコ無形文化遺産に「和食」が登録された。このような、世界で評価される日本独自のものを活用しながら、新聞社が新たなビジネスチャンスをつかむきっかけとなるキラコンテツはないか。「和食」と並び日本独自の「伝統産業＝WAZA」は、実はその特性によって逆にセールスの核となり得ると考えたのが本稿提言の出発点であった。

新聞社として伝統工芸継承に貢献することが新収益源となり、「COOL JAPAN」を世界に発信することが地方創生へと結びつく。従来の新聞社の業務の域を超えたこの試みが、長期低落が続く新聞業界全体の競争力牽引に一役買う日がくると信じている。

## 【注釈】

- (注1) 日本新聞協会ウェブサイト  
<http://www.pressnet.or.jp/> (2015年9月7日時点)
- (注2) 「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(1974年法律第57号)
- (注3) 経済産業省製造産業局伝統工芸品産業室「伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について」(2011年2月)
- (注4) (注2)に同じ
- (注5) (注3)に同じ
- (注6) 「平成27年度予算PR資料一般会計」(伝統的工芸品産業支援・復興補助金)
- (注7) (注6)に同じ
- (注8) 「平成27年度予算PR資料復興特別会計」(伝統的工芸品産業復興対策支援補助金)
- (注9) 「平成27年度経済産業省関係財政投融資要求」
- (注10) 「文化芸術振興基本法」(2001年法律第148号)
- (注11) 文化庁長官官房政策課「文化芸術の振興に関する基本的な方針～文化芸術資源で未来をつくる～(第4次基本方針)」(2015年5月22日、対象期間は2015～20年度)。
- (注12) 「平成27年度文化庁予算の概要」
- (注13) 文部省初等中等教育局長が各都道府県教育委員会、各都道府県知事、附属学校を置く各国立大学長あてに通知した「総合学科について」(文初職第203号1993年3月22日)
- (注14) 経済産業省製造産業局伝統工芸品産業室「伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について」(2008年8月)
- (注15) 小田孝治著・三次英輔写真『日本の技—伝統を明日へとつなげる職人たち』(メトロポリタン出版、2000年)
- (注16) (注15)に同じ
- (注17) 「A-port」ウェブサイト  
<https://a-port.asahi.com/>
- (注18) 「平成27年度予算(案)概要」
- (注19) 「平成28年度予算概算要求の概要」

---

●

### 【参考文献】

- ◇北康利著『匠の国 日本－職人は国の宝、国の礎』（PHP研究所、2008年）
- ◇エス・ビー・ビー編『伝えたい日本の‘魂’「職人」』（三交社、2001年）
- ◇小野寺啓治著『手仕事のデザイン』（同朋舎出版、1985年）
- ◇日本工芸会東日本支部編『伝統工芸ってなに？－見る・知る・楽しむガイドブック』（美術書出版 芸艸堂、2013年）
- ◇ギル・バート編『日本でオンリーワンになるためのハローワーク』（ライブドアパブリッシング、2005年）
- ◇日本工芸会編『日本伝統工芸鑑賞の手引き』（美術書出版 芸艸堂、2000年）
- ◇小田孝治著・三次英輔写真『日本の技－伝統を明日へとつなげる職人たち』（メトロポリタン出版、2000年）
- ◇坂田和實、尾久彰三、山口信博著『日本民藝館へいこう』（新潮社、2008年）