

# 日本21世紀傳統性工藝品產業政策藍圖

## —邁向新生活文化的創造—

● 洪文珍 翁徐得譯 ●

傳統性工藝品產業是日本歷史悠久的地方文化產業，它呈現日本人生活文化的面貌，更培養動手製物的工藝實驗創新精神，而職人精益求精的工作態度，更是日本現代科技產業的重要支柱。因此日本政府除了訂定「傳統性工藝品產業振興法」推動振興工作外，從中央政府到地方政府的施政規劃都有很多軟硬體的措施。在今日面對產業變遷的嚴峻挑戰之際，更努力不懈地檢討過去，策勵將來，本文即是日本通產省本年度（2000年）向傳統性工藝品產業審議會諮詢的報告，國內的傳統性工藝品產業亦出現社會、生活型態改變，後繼人才缺乏及政策不明的現象，本文的內容甚多值得省思參考之處，特將其譯出以供參考。

---

### 前言

- 第一章 傳統性工藝品產業今日的意義
  - 第二章 傳統性工藝品產業的現狀
  - 第三章 傳統性工藝品產業發展的基本理念
  - 第四章 傳統性工藝品產業的課題與今後的方向
  - 第五章 新傳統性工藝品產業政策藍圖
  - 結語
- 

### 前言

傳統性工藝品產業是日本最具悠久歷史的固有產業，可說是日本經濟發展基礎—「手工製物」的原點。此外，傳統性工藝品是長期在國民生活中作為生活用品培育下來的，此事實亦即代表傳統性工藝品產業一直以來對日本生活文化發展有所貢獻，因此，傳統性工藝品產業可說是21世紀至末世應該好好繼承下去的日本珍貴財產。

這樣的傳統性工藝品產業自昭和49年（1974）「傳統性工藝品產業振興法」（傳產法）制訂以來，一直都是作為國家政策來執行振興事業，但法律制訂至今已過了1/4世紀，在面對21世紀即將來臨的今日，此產業正面臨重大的轉換期。即，在因全球化進展、大量消費社會的定型、情報革新的急速展開等因素導致國民生活型態改變以及長期經濟不景氣等背景下，傳統性工藝品產業銷售額低迷，隨之而來的經營困難與後繼者不足等環繞傳統性工藝品產業的各種問題日益嚴重，長久下來，該產業的生存正面臨威脅，陷入前所未有的困境中。

另一方面，可看到國民追求豐裕生活的期望升高，在日本先進技術極度受到讚揚的另一面—日本基礎技術力低落而令人憂心的情況下，也出現了手工製物，特別是「日本技術」的原點—「傳統性工藝品產業」有再度受到評價的跡象。

傳統性工藝品產業處在這些狀況中，於今年7月19日由通商產業大臣針對「21世紀傳統性

工藝品產業政策藍圖」，向該審議會進行諮詢。

該審議會接受通商產業大臣的諮詢宗旨，在考察傳統性工藝品產業今日所具有的意義及環繞該產業的現況之後，提出傳統性工藝品產業應努力的當前課題，再據此進行新政策的討論。

此際，爲了從更寬廣的角度進行討論，必須彙集各方面有識之士的意見，因此共舉行了5次本審議會之下設置的基本問題檢討委員會，亦承蒙可提供參考材料的人士出席，專心一致地進行了討論。

本諮詢案若能促進由日本歷史與風土所孕生的珍貴財產——「傳統性工藝品產業」在21世紀有魅力且更具活力發展下去的話，幸甚！

## 第一章 傳統性工藝品產業今日的意義

傳統性工藝品產業是創造出展現優良傳統技術與技法的工藝品，以及表現各地方豐富特性的產業，在日本一直佔有特殊的地位。雖然現在傳統性工藝品產業正面臨需求減少及後繼者不足等嚴重困境，但該產業在日本經濟社會中一直扮演著重要角色，且即使在今天仍如下列所提各點，可說是具有極多樣意義的產業。

### 1. 對實現豐裕國民生活有貢獻的產業

現在，日本全國依據傳產法受到通產大臣指定的傳統性工藝品共有194種。這些傳統性工藝品都是具有100年以上歷史，在一定的地方，利用傳統的技術、技法與天然材料製造，在人民日常生活中培育並繼承下來的日本固有生活文化用品。每一件傳統性工藝品都是真心誠意製作出來的手工製品，可讓使用者獲得滿足感並感受到手工製物的溫暖，撫慰人心。傳統性工藝品即是透過這些爲人們所帶來的「效用」，替生活帶來豐裕與滋潤，提昇國民生活品質。

### 2. 作爲日本產業「面貌」，象徵日本手工製物文化的產業

傳統性工藝品產業是製造具有日本固有歷史與文化價值的傳統性工藝品的產業，象徵著日本的手工製物文化。因此，傳統性工藝品產業可成爲在全球化口號下很容易喪失獨自性的日本產業之特色，對世界而言，它可說是代表「日本」的面貌，藉由廣泛向世界宣傳這種傳統性工藝品產業的價值，可加深外國對日本的瞭解。

### 3. 對地方振興有貢獻的產業

傳統性工藝品產業是大範圍紮根於地方的產業。一項傳統性工藝品產業包含原料的生產與確保、各種製造工程及所使用之道具與用具的供應以及流通等，都有許多人與企業從事並且相互關連。這種傳統性工藝品產業除了維持與創造地方的雇用機會外，對於建立地方特色及地方經濟的活性化與發展亦有所貢獻。

### 4. 環保的產業

傳統性工藝品產業原本就是有效活用天然材料以創造優良生活用品，且在生產過程與消費時，廢棄物排量少的產業，因此，在環境問題逐漸受到重視的今日，傳統性工藝品產業可說是以「與自然共生、珍惜使用好東西、豐富心靈」爲目標這種循環型經濟社會的代表性產業。

## 第二章 傳統性工藝品產業的現況

傳統性工藝品產業正遭逢長期需求減少與銷售低迷問題，其中企業經營困難與後繼者確保困難問題也日益嚴重，長久下來，產業基礎正面臨喪失的危機。另一方面，在這種嚴酷情勢的背後也可看到國民對豐裕生活關心的提昇，以及追求「和」的表現等可使傳統性工藝品產業更具信心的趨勢。

具體而言，當前可看到下列環繞傳統性工

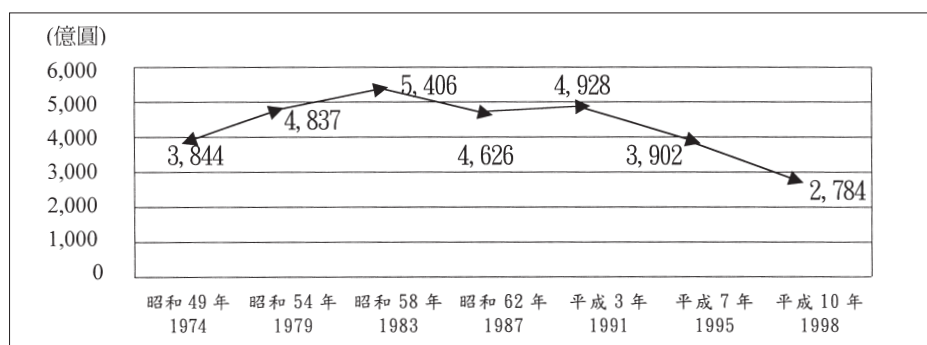
### 1.銷售低迷

傳統性工藝品的生產額在最高峰的昭和58年（1983）為5,406億日圓；平成10年（1998）滑落到2,748億日圓，15年之間幾乎減少一半。傳統性工藝品的需求減少這麼多的原因，一般認為是在泡沫經濟崩潰後長達10年的經濟不景氣中，傳統性工藝品產業的內、外部產生了下列結構性變化而交互作用的結果。

③以大量生產方式供應優良且便宜的生活用品

近年來，由於傳統性工藝品以外的生活用品在品質、設計、用途與銷售方法等方面進行改良，使得這種優質生活用品得以藉由大量生產方式，大量且便宜供應產品，一般認為製作費工費時，價格又比較貴的傳統性工藝品因此與消費者漸行漸遠。

表-1傳統性工藝品產業生產額



#### (1)外在要因

##### ①國民生活型態與生活空間的改變

集合住宅隨著都市化而增加，導致居住面積與庭院減少，此外，在衣食住方面，由於洋化的進展以及傳統性工藝品替代品登場，生活中傳統性工藝品的「居住空間」與「登場機會」變得非常少。這個傾向按照「衣」、「住」、「食」的順序而顯著，再者，在「遊樂、興趣、教養」的領域中也顯現出這種變化。此外，一般認為核心家庭化使得生活型態無法順利由年長者傳承給年少者，此亦是難以抑制這個傾向的一大要因。

##### ②國民對生活用品意識的改變

近來在大量消費社會中，國民對生活用品的意識傾向於「使用便宜的商品」與「用後即丟」的趨勢，因此國民對於作為生活用品且一般而言價格較高、不習慣「用後即丟」的傳統性工藝品之關心愈來愈薄弱。

##### ④便宜進口商品的抬頭

一般認為從亞洲各國以便宜價格進口傳統性工藝品類似品與替代品，或是因日圓上漲、美元貶值，而以比較便宜的價格進口歐美高級品，都是傳統性工藝品需求減少的一個原因。

#### (2)內在要因

##### ①符合需求的商品開發遲緩

傳統性工藝品需求減少的主要原因除了上述外在原因之外，也被指出另有內在原因。其中之一可舉出製作者對於符合生活者新需求的商品開發不足。當然，依靠傳統性技術與技法的傳統性工藝品有其內在的界限，且各地一直以來都為開發新商品而做了各種努力，但一般而言，製作者對使用者需求的掌握上仍嫌不足。

##### ②新流通路線開拓遲緩

一般而言，各產地存在著長久以來建立的

流通路線，且一直都扮演著適當的角色，但在百貨公司與專門店對傳統性工藝品的需求減少之背景下，使得消費地批發店等既有流通路線的功能降低，另一方面，由於情報網路等的低成本與快速，在流通市場中也接連出現對消費者而言具便利性的新流通系統。不過，在傳統性工藝品產業方面仍令人感覺尚未充分活用這種有效率的流通系統，因此，過大流通成本的降低應該不是那麼容易實現的。

### ③知名度不足、情報提供不足

傳統性工藝品除了一部份商標產品外，其他大部份都是只在有限範圍內為人所知，且也令人感覺即使有人知道它的存在，但傳統性工藝品所具有的優異性與味道以及在生活中的活用方法等情報卻幾乎未被提供。為了解除這種

狀況，曾經進行過傳統商標表示事業，以與量產品有所區別，但此傳統商標似乎也不太為人所知。

### 2. 在銷售低迷背景下經營困難、後繼者確保困難

從事傳統性工藝品產業的製造業者（企業）與從業者正逐年減少，即，在過去1/4世紀中的企業數由昭和54年（1979）達34,043社的高峰後逐年減少，平成10年（1998）時滑落到18,187社。從業人數方面也是同樣的趨勢，由昭和54年29萬人的頂點，至平成10年時減少到11.5萬人，後繼者的確保也形成嚴重問題，同時，昭和49年（1974）有8萬名（佔總從業者的28.6%）未滿30歲的從業者，至平成10年時則大幅減少為1.2萬人（佔總從業者數10.3%）。

表-2 從事傳統性工藝品產業的企業數

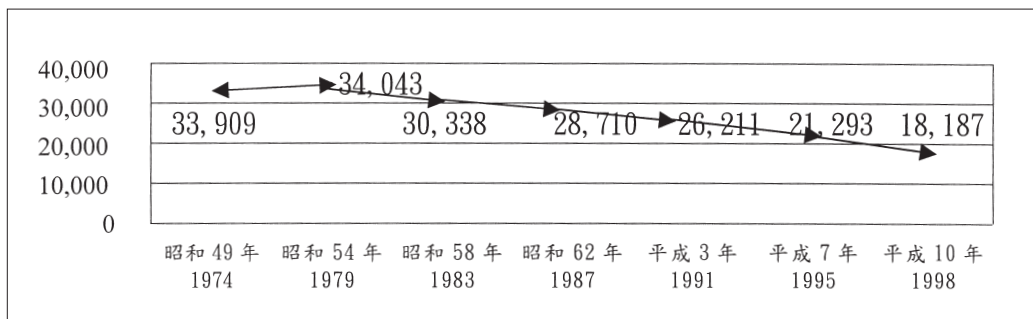
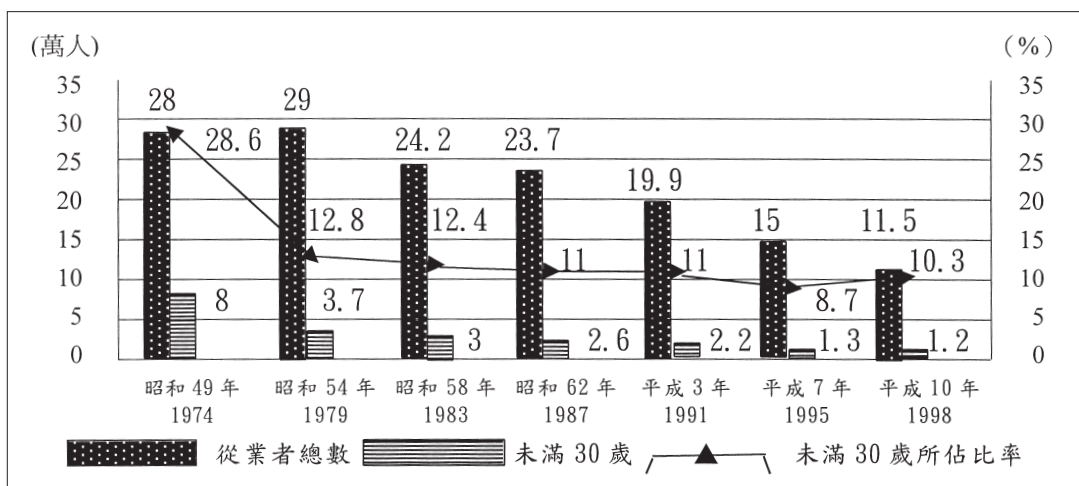


表-3 傳統性工藝品產業的從業人數





從業人數減少是因為銷售低迷導致企業經營困難，包括相關產業也發生倒閉、離職與解雇等問題。此外，還可看到因經營困難使得子孫不願繼承父業，即使有外人願意接棒，但卻礙於缺乏雇用的經濟能力，以及一般人對於傳統性工藝品製作的前近代式的職場環境有敬而遠之的傾向，使得後繼者的確保並非那麼容易。

### 3. 原料、傳統性工藝用具與傳統性工藝材料確保困難

亦可看到由於自然環境的變化與都市開發的進展等因素，致使原料的採取與取得顯著困難的案例。此外，在傳統性工藝品製作上不可欠缺的傳統性工藝用具與材料也因為原料確保困難且人才不足而無法順利供應。

### 4. 法制上的問題點

傳產法制訂以來已歷1/4世紀，在經濟與社會環境產生極大變化中，可看到未獲指定為傳統性工藝品，但以傳統性技術、技法製造工藝品，且未成立傳產法規定的製造協同組合等（產地組合）型態的製造業者群的出現，以及產地組合（公會）與流通・販賣業者直接貿易的增加及對產地事業振興有意願的製造業者之出現。這種新事態在以往以產地組合為政策性支援基礎的傳產法制度下，有難以充分對應的一面，因此被指出尚需具備下列制度。

- (1) 符合傳統性工藝品指定要件的工藝品製造業者未設立產地組合時，可由定數以上的該事業者進行共同指定申請的認可制度。
- (2) 支援產地組合與流通業者、零售店等販賣業者直接貿易的制度。
- (3) 支援有意願進行對產地活性化有助益之革新與劃時代事業的製造業者等的制度。

此外，在傳產法已施行25年的今天，如果能配合傳統性工藝品具有100年的傳統性基準，依項目在合理範圍內重新評估其指定內容，不也很好嗎？

### 5. 環繞傳統性工藝品產業的曙光

綜合言之，雖然傳統性工藝品產業在時代變化中遭逢上述嚴酷的課題，但另一方面，對於傳統性工藝品產業而言，稱得上是「順風」曙光者可說也不少。

那就是可看到最近國民需求傾向由生活上量的充足改變為質的充實，由大量生產、大量消費改變為多品種、少量消費的趨勢，在生活中所顯現追求豐裕的動向中，對於生活用品也逐漸要求可帶來這種效用的高品質製品，此外，在生活逐漸趨向都市化與洋化、地方特色日益淡薄中，反而呈現出想重新評估地方獨特文化的風潮。近年來隨著全球化與歐美化進展中，古來日本人所編織、繼承下來的「和」之生活智慧正受到重新評價，對於作為日本產業基礎的「手工製物」之再評價以及對於手工製物主角—「職人（工匠）」這個職業的良好印象也逐漸提昇，加上歐美興起一股「和風」熱潮，對於和風生活型態的關心愈來愈強烈。再者，傳統性工藝品產業原本就是以「與自然共生」為其特質，因此，日本想在21世紀實現循環型經濟社會的目標中，可充分強調它是可實現此宗旨的產業。

我們很難說這種動向與傳統性工藝品的需求擴大有直接關係，但一般認為至少它是對傳統性工藝品價值之關心的提昇，或者是由對於傳統性工藝品產業之意義進行再評價而來的動向，這對於傳統性工藝品產業的維持與發展而言，可說是有希望的材料。

## 第三章 傳統性工藝品產業發展的基本理念

就像先前所見，傳統性工藝品產業在今天即使仍具有多樣意義，但現實上卻面臨非常嚴

酷的狀況。爲了克服這種困境，並藉由各地所出現的各種活動或環繞產業的曙光，使傳統性工藝品產業於21世紀再度恢復活力，因此在下列基本理念下，從事傳統性工藝品產業者與國家除了原來的構想與籌劃外，強化相互的合作並採用積極且有彈性的方式，使其成爲21世紀肩負新生活文化創造主要旗手的產業，建構其在日本社會上不可欠缺的存在地位是極爲重要的。

#### 1. 邁向傳統與新意調和的自立產業

傳統性工藝品產業原本就以傳統性爲一大特質，但適切因應時代變化，使消費者能夠接受是產業自立存續與發展所不可欠缺的要素。日本人在「生活」改變當中，雖然維持並活用傳統性的「技術、技法」，但仍應該以大膽引進新東西，使其成長並發展成爲可取得均衡的產業爲目標。

#### 2. 積極提出「21世紀與新傳統性工藝品爲伍的生活型態與生活文化」等方案

生活用品原本就是藉由融入使用這些生活用品的消費者所追求的生活空間、生活型態與生活文化中，以提高其存在價值者。從這種觀點來看，傳統性工藝品相關者藉由積極向國內外提出「與傳統性工藝品爲伍的生活空間、生活型態、生活文化」等方案，讓消費者、生活者對於使用傳統性工藝品所帶來的豐裕生活抱持好感，擴展以此爲志向的社會運動是很重要的。此外，這種運動以生活者及從事傳統性工藝品產業者的活動基礎——「地方社會」爲中心來展開與擴大較具效果，因此，傳統性工藝品產業進一步加強與地方公共團體的合作是很重要的。

#### 3. 重視消費者與重視專業經營

傳統性工藝品的製作者不僅止於以生產者理論爲基礎來持續製作製品，確實掌握消費者

與生活者的需求，製造配合使用者喜好的商品，並積極有效率地販賣自不待言，也應該具備可確立事業健全經營的經營戰略。

再者，若再進一步努力，並非只是採取今日製造業者等待消費者喜好的被動態度，而是主動積極進行與生活者對話等各種嘗試，透過生活提案等，創造傳統性工藝品相關需求與用途開發。

#### 4. 強化與其他領域的產業合作及新技術、新系統的活用

在被稱爲商業連鎖（Business linkage）時代的今天，任何企業與產業爲了其維持與發展，同業種自不待言，與其他業種或產業合作、交流是不可欠缺的。傳統性工藝品產業可說亦不例外，活動之際，積極致力於包括與交通、流通領域的異業種及與其他地方廣泛合作較具效果。

此外，從事傳統性工藝品產業者在企劃、生產、販賣的領域上，一面考量與以往系統的關係，一面積極活用IT（情報技術）等新技術與新系統是很適當的。

#### 5. 製造業者主體性的努力與國家等方面的從旁支援

以往都是利用傳產法針對傳統性工藝品產業進行政策性支援，這是因爲該產業具有極重要的意義，且應該持續到將來，此外，該產業相關技術與技法都是獨特的，由於是在各產地中直接傳承的，因此，一旦中斷便不容易再生。即使在該產業陷入前所未有困境的今天，這種政策性支援的必要性仍舊不變，且可說其必要性已愈來愈大了。

不過，傳統性工藝品產業是供應具有歷史與文化價值的生活用品之產業，是在形成產地之後發展下來的，因此其政策性支援並非完全著眼於它的文化性，只以將技術與技法保護、保存到後世爲目的，而應該是徹底著眼於讓該

產業利用產業活動維持並發展下去。因此，政策性支援的架構首先應該採取以製造業者及產地組合主體致力於以自立發展為目標的產業為基礎，國家與地方公共團體再從旁支援的形式。特別是應該給予對產業活性化抱持強烈意願與強烈熱忱且具有活力者重點支援。

#### 第四章 傳統性工藝品產業的課題與今後的方向

為了讓傳統性工藝品產業活性化並達到自立性的發展，一直看著時代變化的產地製造業者與產地組合自主性努力的強化是比一切都來得重要的課題，而環繞可堪作為這種努力具體對象的傳統性工藝品產業之主要課題及因應方向如下。

另外，已經在充分認識下針對這種課題，透過各種辦法而積極努力的製造業者或產地組合也不少，這點讓人更有信心，希望今後這種積極的對應能成為整個產業的活動方向。

##### 1. 需求的擴大

在傳統性工藝品的銷售額逐年減少中，需求擴大對傳統性工藝品產業而言是最重要且要緊的課題。為了擴大需求，我們構想出下列幾項因應對策。

##### (1) 事業戰略的建構與企劃、販賣的展開

傳統性工藝品雖然原本就是生活用品，但被指出它往往只將重點置於製作「東西」，對於使用者—消費者需求的掌握不夠充分，致使所供應的製品與需求內容不一致，是導致銷售不振的一大要因。因此，傳統性工藝品產業應該以進一步吸收事業經營的感覺，不斷正確掌握生活者需求，製作並提供符合消費者希望的商品為基本。符合消費者需求的商品開發中，設計的開發（及自行致力於保護所開發的設計與防止仿冒）應是特別重要的。

此際，為了進行更有效果的事業經營，並

非單純在後面追趕消費者的需求，而是必須綜合推展商品力（素材、設計、機能、價格均取得平衡的商品魅力）、提案力（向消費者展示使用該商品可以使生活多麼豐裕之力），及傳訊力（向消費者宣傳製作者注入商品的感情，以及商品背後的風土與文化力），主動積極向消費者運作。此外，確定銷售目標，區別高級品與日用品市場的方法（例如：不需大量需求的高級品之銷售對象是富有階級與紀念品市場，另一方面也進行身邊用途及年輕族群日常用品需求的開拓，以增加收益等）亦是有助益的。再者，與海外有名品牌合作，或為了掌握消費者需求而與專家合作進行消費生活提案等不也很有效果嗎？

為了喚起消費者需求，展開有效的PR（宣傳）與銷售方法是有助益的，因此構想出下列幾個方法。

- 明確與量產品區別，致力於宣傳傳統性工藝品的優點與魅力（特別是明確傳達傳統性工藝品的價值情報〔發揮作為生活用品的機能性，以及為生活帶來豐裕與滋潤效用的價值〕是很重要的，藉此，可望讓消費者正確瞭解其價格相對較高的理由）。
- 使用傳統性工藝品的生活空間、生活型態、生活文化的提案（此時與媒體、旅行社以及積極參與支援藝術文化活動的企業合作較具效果）。
- 以財團法人傳統性工藝品產業振興協會（傳產協會）強化對統一性、綜合性消費者等的PR活動。
- 提供邀請到工房、參觀會、展示會、到各團體授課的活動教室以及賣場的製作示範等可與消費者接觸、交流的場所。
- 讓銷售者在銷售現場取得消費者理解的教育。
- 成套商品的零售、高額商品出租等因應消費者需求的販賣。

- 產地品牌的確立。
- 與愛知萬國博覽會等的合作。
- 於在外日本公使館等陳列傳統性工藝品及向在日外國人進行宣傳。
- 促進傳統商標表示事業的普及。

### （3）立於新視點的銷路與市場之擴大

在經濟社會環境巨變中，既有系統的活用自不待言，也必須開闊視野，著眼於下列新銷路與市場的開拓等。

- 建構與批發店以外的流通業者及百貨公司等零售店合作，活用送到府等直銷方式的獨特銷售系統。
- 以業務用（飲食店、旅館等）為主的市場開拓。
- 以時尚領域（室內裝飾〈interior〉、餐桌搭配〈table coordination〉等）為主的市場開拓。
- 鎖定能夠瞭解傳統性工藝品原本優點的成熟消費者層（在以方便性、經濟性、感性兼具商品為優先的時代，將目標鎖定在追求優良傳統性工藝品的消費者層是有效的）。
- 與觀光結合。
- 在「和風熱潮」背景下，拓展海外市場。

### （4）與同業種、異業種、其他產業的合作

藉由傳統性工藝品產業相關同業種、異業種的合作，或與傳統性工藝品產業及其他產業合作與一體化，致力於新商品與設計開發以及銷路開拓是極有助益的。

### （5）IT的活用

積極利用今日急速發展的情報技術（IT），對傳統性工藝品產業的活性化應是有助益的。例如：利用以傳產協會為中心的網際網路銷售、新貿易法的開發與實施，以及設計上印刷美術（graphic）技術的應用等，活用IT是

很重要的。

## 2. 人才的確保、培育

在產地，不論是製造或流通業，傳統性工藝品產業從業者均逐漸高齡化，且年輕後繼人才的確保與培育變得困難，成為產地喪失活力的一大原因。後繼者問題的根本解決方法應該是增加傳統性工藝品的銷售額，鑑於此問題的重要性，除了需求的擴大之外，例如各產地進行下列的努力，致力於人才的確保與培育也是必要的，另外也希望熟練於傳統性技術、技法的傳統性工藝士能更積極參與規劃，讓此環境更加健全。

### （1）積極發掘以職人（工匠）為志向的人才

日本在長期經濟不景氣下，年輕人對於具有一技之長的手工職人之關心度逐漸升高，應該依據這種狀況，透過在產地開辦以職人為志向者的體驗教室、招攬他們到工房以及建立有魅力的職場環境等，以確保人才。此外，若能在產地內專門學校等設立有制度培養職人的體制，將更具效果。

### （2）與同業種、異業種交流及IT的活用

在人才培育方面，可透過與同業種、異業種及其他產業的交流，累積知識與經驗，活用IT以利技術順利傳承。

### （3）銷售、流通領域的人才培育

由今日傳統性工藝品產業振興的觀點來看，製造領域的人才自不待言，因應各產地的實際狀況，在銷售與流通領域確保並培育具有知見的人才應該也是有助益的。

## 3. 經營基礎的強化

製造業者在提供優良製品上投注心力是理所當然的，而在事業活動的經濟性等方面更加用心也是必要的，在這一點上，必須致力於活



用經營顧問等專家，強化經營精神，並強化設施共同化等經營基礎。

#### 4. 與地方社會共生

製造業者或產地組合單獨進行產地振興，力量自然有限，因此認識傳統性工藝品產業的發展對地方發展有貢獻，製造業者及產地組合一面與地方公共團體合作，一面建立產地體制，以求整個地方的振興是必要的。為此，以「自己製作、自己使用」的「地產地消」之手工製物原點為基礎，開始在學校、公所、公民館等公共設施及當地企業使用傳統性工藝品，並與觀光結合，建設活用傳統性工藝品之町等等，與地方共生是很重要的。在促進與地方共生方面，積極利用傳統性工藝品產業會館應該是有助益的。

#### 5. 透過教育來普及、啓發

讓小孩從小習慣傳統性工藝品，在家庭及社會中接近傳統性工藝品，這在傳統性工藝品的普及上是極有效果的。在產地的學校等地透過傳統性工藝品的使用與製作體驗，增加與傳統性工藝品接觸的機會是必要的。特別是今後製造業及產地組合積極將傳統性工藝品的製作體驗等納入小學、國中、高中的實施預定綜合教育中很重要。此外，我們認為要以教育來普及、啓發，除了兒童、學生之外，讓老師們本身也深入瞭解與關心傳統性工藝品是很有效果的。

#### 6. 原料的確保

對傳統性工藝品而言，傳統性原料是不可或缺，為了維持並發展傳統性工藝品產業，必須掌握傳統性原料及代替材相關基本資料。

#### 7. 綜合致力於企劃、製作、販賣等產地營運〈Produce〉的推動（「產地營運全才〈Producer〉」的發掘、活用）

在各產地克服上述課題，讓產地發展付諸實現之際，由具有適當知見與能力者來管理、指揮該產地的企劃、製作、販賣等各項活動，即進行整個產地的「營運（Produce）」是有用的。

雖然產地擅長製造傳統性工藝品的人才很多，但實際上上述執行「營運（Produce）」的人才極少，例如進行擴大需求的企劃與立案時，製造業者或產地組合光靠自己單打獨鬥而力量有限者不在少數，因此，除了在傳統性工藝品領域有造詣者之外，在產地內外廣為發掘、培育並活用可綜合執行：為擴大需求而掌握市場需求、商品設計、流通與販賣戰略的建構及為培育人才與異業種交流等的人才，即「產地營運全才（producer）」是很重要的。

有資格成為該產地營運全才（producer）的人才，必須對產地與消費地具備知見與經驗，例如在消費地從事傳統性工藝品流通中與產地具有密切關係者，或是在產地從事傳統性工藝品製造等，並建構了流通相關人脈者。此外，亦可假想一個產地存在數位營運全才（producer），彼此互相合作而達到擴大需求的案例。總之，希望這種產地的營運全才（producer）在有效果地活動上，能與產地從事傳統性工藝品產業者緊密合作，並以身為實質的產地一員來進行活動。

以上為環繞傳統性工藝品產業的主要課題與因應方向，但具體的對應方法會因產地而不同，因此，在製造業者與產地組合因應傳統性工藝品特性等進行各種新努力時，希望國家與地方公共團體能具備可相當程度彈性因應的政策性支援政策，且各產地也能做成並實施與之相呼應的短期（最長3年左右）活性化計畫。

## 第五章 新傳統性工藝品產業政策藍圖

為了讓傳統性工藝品產業解決今日所面臨的嚴酷現狀，使其在今後仍能繼續維持並發展下去，首先產地製造業者及產業組合以解決上

述課題為目標，自主性、主體性地因應是必要的，為了讓這種製造業者或產地組合的自主性、主體性努力能順利進行，國家應由適切運用傳產法等整體性觀點；而地方公共團體則應由地方經濟振興的觀點從旁支援。此外，傳產協會目前所執行的是需求開拓、商標表示事業、情報發訊、調查研究等有助於傳統性工藝品產業振興的各項業務，但預估今後它對於傳統性工藝品產業發展所肩負的任務將愈來愈大，因此，除了傳統性工藝品全面的啓發與宣傳事業的推動之外，也必須更有效果地輔助製造業者及產地組合的努力，使機能更加充實。

另一方面，傳產法施行以來已歷1/4世紀，由於環繞傳統性工藝品產業的經濟社會環境起了很大的變化，因此在政策方面包含制度面上，也要求切合時代變化與今日產地實況之政策。由此觀點來看，今後除了更有效率地實施以往的政策（需求擴大、後繼者培育等）之外，也必須實施下列政策（有時必須依政策來重新評估既有的法制）。

- 在各產地進行實況調查與分析，以驗證產地具有的「強勢、弱勢」，提出適當方案（除了各產地的傳統性工藝品之外，也大幅調查相關地方的產業）。
- 支援有意願致力於對整個產地的活性化有幫助的革新與劃時代事業之製造業者等。
- 支援產地組合與流通、販賣業者直接貿易。
- 建構產地營運全才（producer）與製造業者或產地組合合作並推動活動的環境。
- 以活用IT達到傳統性工藝品產業的活性化。
- 利用愛知博覽會等機會，支援傳統性工藝品的PR（宣傳）。
- 支援有效果、有效率地宣傳傳統性工藝品（含建構情報發訊據點）。
- 擴大推動「未來傳統工藝士發掘事業」，以廣為確保下一代可肩負傳統性工藝品產業人才。

- 檢討符合傳統性工藝品指定要件的工藝品製造業者未設立產地組合時，導入由定數以上的該業者進行共同指定申請等認可制度的可能性。
- 重新評估檢討傳統性工藝用具與材料所需制度。
- 檢討可促進傳統商標表示事業普及的方法。
- 由擴展傳統性工藝品領域等觀點，導入活用一部份傳統性技術、技法等的新製品（暫稱「傳統性技術、技法等活用製品」）並促進普及。
- 針對重新評估傳統性工藝品指定內容的觀點進行討論。
- 重新評估傳統工藝士制度的一部份。

## 結語

根據傳統性工藝品具有作為文化財且合併具有商品性格來看，傳統性工藝品產業發展的關鍵在於如何一面維持傳統，一面將各時代的感性巧妙融合，說得明白點，應該是如何透過與傳統調和的新生活型態與生活文化提案等，在社會中持續推廣與傳統性工藝品為伍的生活。

本審議會便是在此想法下提出各種方案的，深切期待這些方案的執行能獲得從事傳統性工藝品者及國家等的支持，開啓傳統性工藝品產業光輝的未來。此外，這次我們提案的是傳統性工藝品產業振興的大方向，為了使它具體化且有效果地加以實現，廣泛由相關產業界及有識之士等專家設立討論場所是有助益的。

從事傳統性工藝品的相關業者將耐力與繼承了100年以上的努力，以及不提高品質絕不終止的執著等這些傳統的精神或美學繼承下來，亦將工藝家的精神、靈魂、能力及美的意識延續至今，也衷心期待能將它們傳給具有新感性的下一代，創造21世紀具有溫情的新傳統性工藝品，並進一步對新生活文化的創造帶來貢獻。