高岡伝産の

こころだけの話

高岡
伝統産業
青年会
事業紹介

ものづくりを

魅せる

売る

学ぶ

三つのカ

同異業者達とつながり、育む、
「魅せる」「売る」「学ぶ」、ものづくりのチカラ。

高岡伝統産業青年会（通称：伝産）は、工芸都市高岡の伝統産業を支えるために活動をする若手職人を中心とした青年団体です。アツく粋な活動はモノづくりに留まらず、伝統産業の新しいあり方を提唱し続けながら、多くのメディアや国内外にまで届くと共に、活動を通じて培われるリーダーシップや他社とのつながりは、これまでの会員経験者の新たなビジネスを切り拓く糧となってきました。当資料では伝産の、ものづくりを「魅せる」「売る」「学ぶ」、３種類のチカラに焦点を当てて活動を紹介させていただきます。

高岡伝統産業青年会 組織体制

毎年、会長の方針により変更しておりますが
代表的な一例を紹介いたします。

会長

副会長

専務理事

直前会長

監　事

総務委員会

通常総会、臨時総会の運営、交流会、
HP保守、新入会員歓迎会などを担当。

クラフツーリズモ委員会

工場見学ツアー「クラフツーリズモ」の開催や
クラフトコンペへの参画などを担当。

かほり展委員会

販路開拓や技術提案力向上につながる
事業の企画・運営などを担当。

第4の委員会

その他、年ごとの会長方針に合わせた事業を担当。
（オンライン配信委員会、PR・広報委員会など）

高岡のものづくりの変遷

①高岡銅器・漆器の始まり

1609年(慶長14年)に前田利長公によって高岡城が築城され、高岡の街が開かれた。そしてその2年後、7人の鋳物師が招かれ今の金屋町に鋳物場を開いたのが高岡銅器の始まりである。また、同時期に高岡漆器の歴史も始まっている。なお、江戸時代において鋳物は鍋、釜、農機具などの鉄製の日用品の生産がメインだった。

②明治時代、美術工芸品生産へシフト

幕末の開国によって各地の工芸品が輸出品として注目されることになった。その流れに乗り、鋳物においては銅器による美術工芸品製造が盛んになり、パリの万国博覧会に展示されるほどとなった。また、現在の高岡漆器の特徴である「彫刻塗」「勇助塗」「青貝塗」の３技法が確立されたのもこの頃だった。

③高岡の銅器・漆器の全盛期

発展と拡大を続けた高岡銅器は1930年に生産額日本一を達成する。また、同時期に高岡において鋳物産業から発展したアルミ産業が勃興している。高岡のシンボルとなっている高岡大仏が完成したのもこの頃である。この後の戦乱の時代においても高岡は戦災に見舞われることもなく、さらなる発展を遂げていく。

④高岡伝統産業青年会、発足

1974年、高岡商工会議所の青年部から若手メンバーが集まり、業界や業種を超えた総勢500名余りが結集して「高岡伝統産業青年会」が発足した。発足当初より今に至るまで様々な活動を活発に行い、業界の力の源といえる存在になっている。

⑤伝統的工芸品指定

高岡にて伝統的な技術や技法が現存していることが認められ、技術の保全、後継者確保、伝統工芸の振興を目的として、1975年、高岡銅器と高岡漆器が同じ年に国の伝統的工芸品として指定を受ける。

⑥バブル崩壊、そして・・・

日本中がバブルに沸く1990年前後に高岡銅器・漆器共に販売額がピークを迎えるも、バブル崩壊と共に衰退の一途となる。生活様式の変化などから従来の神仏具や和の贈呈品などが売れなくなり、後継者不足なども相まって廃業する会社が相次いだ。
そして2020年にはコロナ禍も加わって銅器・漆器共に過去最悪の販売額となった。

課　題　**高岡のものづくりを、どう広め、どう売るか？**

伝統産業振興に向けた取り組み

話題をつくり、ファンをつくる
伝産の「魅せるチカラ」。

伝産では、ツアー型の工場見学「高岡クラフツーリズモ」や県内外での鋳物体験などを通じ、高岡のものづくりの魅力を発信し、新たな人脈やファンをつくることで、長期的な産業の発展を目指しています。

ツアー型の工場見学「高岡クラフツーリズモ」

2008年から始まる、伝産メンバーがツアーコンダクターとして同行・解説する工場・工房見学ツアー。参加者は全国から集まり、普段は見られない臨場感あるものづくりの現場を肌で感じ、高い技術を目の当たりにすることができ、毎回好評をいただいています。また近年では参加者が実際に技術を体験できるコースや、「B to B」に向けたコースなど、より参加企業のPRに繋がる内容を企画しています。

伝産会員の声

2022年度におこなったクラフツーリズモでは、「技術の体験」として参加者がものづくりを体験しながら複数の工場を巡りました。参加者にとって満足度の高い企画となるだけでなく、自分たちの商品開発のヒントにもなりました。

佐野 秀充（佐野政製作所）

ものづくりを生で体験！鋳物体験ワークショップ

職人の技術や人柄を一番身近に感じてもらえる機会の1つとして15年以上前から東京や海外でも実施している鋳物体験。新宿のBEAMSで実施した際には多くの来場者が訪れ大きな反響がありました。楽しい企画にすることで、小さなお子さんから大人の方まで、高岡の伝統産業に興味を持つきっかけになっています。

伝産会員の声

毎年イオンモール高岡で行っている鋳物体験では、家族連れや若い人たちの参加も多く、地元の方々に高岡の技術を知ってもらえる良い機会だと感じています。

棚田 健太（高田製作所）

MORE！ まだまだあります！伝産と社会の関わり

100名以上の応募アリ！「高岡クラフト婚パ」

2016年に実施した職人と県内外の一般女性の婚活マッチングイベント。移住・定住や、関係人口づくりを目的に実施した本イベントは、他県の女性からの人気も高く、結果100名以上の応募がある活気あるイベントに。カップル誕生のみならず高岡の職人ファンを生みました。

SDGsでも注目される高岡の伝統産業

2022年3月、プロレスラースーパー・ササダンゴ・マシン氏とTBSラジオプロデューサー橋本吉史氏と共に考案した凶器ならぬ、興器(きょうき)がお披露目され、伝統産業の魅力を広く知ってもらう取り組みとして、県内外の多くのカルチャーメディアで報道されました。

伝統産業振興に向けた取り組み

伝統技術をWEBで配信！「冥土のおみやげチャンネル」

コロナ禍に直面した高岡伝産は、従来の集客型イベントから離れ、オンライン配信への挑戦も始めました。国内の仏具製造トップシェアの高岡市にちなみ、仏具のまちだけに“冥土のおみやげチャンネル”と題し、「あの世まで持って行きたくなるほどのイイ話」が聞こえてくるYouTube番組を多数配信しました。ゲストも「職人」、司会も「職人」、企画から撮影スタッフまで全て職人によるモノづくりに関する配信企画をスタートさせました。

ここから派生した企画に「定点観“職”」があります。職人の手元を定点カメラでひたすら生配信する動画です。実際に配信した技術を見た視聴者からの反響もあり、デザイナー、バイヤー、学生、社会人などなど、視聴者それぞれの立場ごとで楽しみ方を受け取れる方法を提供しました。これまで「配信」「オンライン」等と縁遠い職人たちではありましたが、伝産での勉強会を通じ、実際自分たちが自分事で配信することでスキルと経験も積んできました。

伝産会員の声

東京から新規のお客様がYouTubeを見て連絡をくださいました。実際の技術を見て具体的に想像膨らんだというお言葉をいただきました。新商品開発に関連して、漆の知識を踏まえて一緒にデザイン検討を現在進行形でしています。

吉川 和行（漆芸吉川）

伝産会員の声

配信が自分たちの技術を見つめなおすきっかけにもなり今後のPRにつなげられる企画になったと思います。知っているようで知らない他社の技術も見ることができ、自分たちの技術を配信する技術を身につけるいい機会となりました。

磯岩 篤（能作）

フィレンツェから台湾まで！高岡から世界へ！

伝産40周年の事業の一環として制作した「すず」の映画祭出展のためイタリアはフィレンツェへ。錫の鋳物実演や映画を通した高岡職人のPRなど言葉や文化の壁を越えて高岡の伝統産業をアピールしました。また台湾へは鋳物、螺鈿、金箔と多数の体験を武器に海を渡り、台湾文博会2017にて新潟の燕三条、当地の鶯歌丹青焼との合同出展で台北のヤングたちのハートを魅了しました。産地交流の派生系といえる企画です。

伝産会員の声

海外の方々の反応を現地で直接受け止めることで高岡の伝統産業の普遍性について手応えを感じ、かつ改めて考えさせてくれるきっかけになりました。今後も国内外へ勢力的に発信していける会となればと思います。

尾崎 迅（迅福堂）

MORE！ 年間100本以上のメディア掲載・報道

地元メディアであるNHK富山をはじめ、北日本放送、チューリップテレビなどのTVメディアや、北日本新聞、富山新聞などの地元紙での掲載など伝産の活動を通して波及した報道・掲載は年間100本以上。Yahoo!ニュースなどへの転載をきっかけに発生した企業コラボ話も多々あります。

＜掲載メディアー部＞　北日本新聞、北國新聞、富山新聞、日本経済新聞、NHK富山、北日本放送、チューリップテレビ、富山テレビ　ほか

工芸製品の販路拡大に向けた取り組み

新商品を開発し、発信する伝産の「売るチカラ」。

伝産では、外部のプロダクトデザイナーなどと会員企業のマッチングによる新商品の開発や、県外への展示販売会への参加などを通して、高岡のものづくりの新たな販路の開拓を行っています。

伝産×デザイナーのマッチングによる商品開発

「伝統工芸の次なる定番を目指す高岡伝産デザインマッチング」として、2021年より伝産会員企業の技術を活用した新たなプロダクトのアイデアを全国公募し、これまでに接点のなかった外部のデザイナーと共に新商品を開発しています。2021年には成果展として高岡市内で展示会やデザイナーとの開発にまつわるトークショーも行い、新しい高岡のものづくりに直結する取り組みとなっています。

伝産会員の声

弊社では自社商品の開発を長年の課題としていましたが、今回のプロジェクトを通し自社商品を開発することができ、今後新たなジャンルの展覧会などへの参入、新規顧客の獲得に繋げていければと思います。

藤田 和耕（平和合金）

高岡クラフトコンペの創設

1986年(昭和61年)、金属・漆・ジュエリー・家具など様々な分野の作品を公募し「工芸都市 高岡」の魅力発信のために創設され高岡銅器・高岡漆器・アルミなど地場産業界と商工会議所、行政が一体となりスタートしました。有名な審査員作家さんとのコネクトができ、単に作品の審査だけでなく、それ以外の部分で“繋がり”が多岐に渡り形成されています。

新宿BEAMSでの出店

2017年にはビームスジャパン（東京・新宿）にて伝統産業の魅力を発信する「暮らしにいきる伝統のかほり展」を開催しました。会期中はポップアップストア「スーベニ屋」として、高岡の伝統技術を活用した工芸品の販売。また、職人たちによる実演や鋳物体験等のワークショップも開催。これ以降ギフトショーへの出展にもつながるなど、県内外国内外へのPRをこれまで継続しています。

伝産会員の声

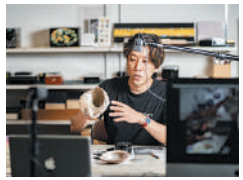
伝産の活動の中で、県内外の作家や作品と触れる機会があることは自分や自社の社員にとっても大きな刺激となっています。2022年には自分の制作活動を県内のインフルエンサーに注目していただき取り上げられました。

野阪 和史（色政）

MORE！ まだまだあります！伝産の儲け話

インテリアプロダクトブランド「hajimeyo」

一級建築士として海外での活動も行う会員が、プロダクトデザイナーとして地元高岡の技術を活かすことに挑戦したいと始めたブランド「hajimeyo」。入会してからは「作りたい」と思ったデザインを伝産のネットワークを通して実現し、国内外へ高岡の新しい可能性を届けています。



ライブ配信を活用して商品を販促「伝産セミオーダー」

コロナ禍でも、自宅にいながら工場見学ができたり、実際と同じようにものづくりの工程を見ながらお客さんがオーダーできる手段として編み出された企画。この経験が日常業務にも活かされ、海外など遠方にいる方にもオンラインで感動いただける手法を確立しました。

技術向上に向けた取り組み

触発しあい、仕事に活かす伝産の「学ぶチカラ」。

伝産では、次のものづくりの糧として、国内の他産地や県内の工房などを見学する事業を行っています。また、富山大学芸術文化学部をはじめとする学生と年間を通して連携し、若いアイデアからも刺激を得ています。

他産地交流によるものづくりの潮流を掴む

伝産では2016年におこなった新潟・燕三条との産地交流展示会をはじめ、隣県の石川県伝統産業青年会議との交流など、他産地から学びを得る機会を多く設けております。近年では福井・鯖江のRENEWや燕三条工場の祭典などの産業観光イベントも視察し、いま全国の産地でどのような動きがあるか、高岡でできることは何かなど、常にアンテナを張りながら他産地から刺激を受け、アイデアに繋げています。

伝産会員の声

2022年には福井や新潟などの近県他産地イベントに伝産の有志で視察をしました。伝産のメンバーで視察をすることによって今後取り入れたい仕組みを学べただけでなく、逆に高岡の伝統産業の良さや強みを知ることができました。

間宮 史佳（ハシモト清）

富山大生「クリエイ党」との共同制作

クリエイ党は富山大学芸術文化学部の学生と高岡伝産の職人や問屋に従事する商売人達による産学官連携のモノづくりプロジェクトです。学生の柔軟な発想や感度を職人たちの技術で表現をしてきました。時には意見をぶつけ合い、時にはお互いに学び、研鑽してきました。そうやって出来上がったクリエイ党の製品は高岡クラフトコンペも評価を受け、賞を受賞しました。伝産の企画にも参入していただき、伝産の活動に欠かせない存在です。

伝産会員の声

高岡のものづくりを魅力に感じた「鼻息の荒い」学生と出会うことで、若者視点のアイデアに触れることが出来るだけでなく、日頃なかなかできない、新たなものづくりの挑戦へ背中を押される機会となっていると感じます。

久保田 光明（デザイナー）

MORE！ まだまだあります！伝産の学びの場

会員同士の工場見学

会員同士がお互いが普段どのような仕事をしているのかを知る機会として企業見学会を行っています。【普段見れない場所が見れる】【普段聞けない裏話が聞ける】【工場・倉庫で実際に触れる】ため、現在は現地開催形式で月に一度のペースで行っています。

若者に工場体験の場を！「伝産の学校」

高岡の伝統産業である、高岡銅器や高岡漆器に関する勉強会・直接職人の工房への見学と共に職業体験を行い、美術や工芸に関わる学生を対象に実施しました。参加者と職人が、身近で交流できる場としてモノづくりに興味のある方に人気を博しています。

多様な分野で輝く、伝産の活動。

これまで紹介した事業の他にも、伝産ではユニークな活動をたくさん行い、多方面に伝統産業の魅力を広めています。その一部をご紹介します。

印象に残る名刺交換を

伝産会員の名刺は、高岡開町400年前に実際に職人をしていたであろう姿に本人の似顔絵をトレースして印刷している。裏には「ガラは悪いが、腕はいい」という高岡に住む職人の人柄を表す一文を。黙って腕を磨き続けてきた高岡の職人たちが名刺を持ち、ユニークな集団として発信する立場となり、もらった人を笑顔にする産地の魅力を伝えるきっかけの1つにもなっています。

伝産会員の声

初めてニュースで伝産のデザインをみた時、衝撃が走りました。自分の出身地にこんなにも面白い人たちがいるのか、というのが第一印象。地元を代表する新たなブランドとして、さらに多くの人に高岡を知ってもらいたいと思っています。

高岡出身 TBSラジオプロデューサー 橋本吉史 氏

オタク×職人の底力「高オタ」

サブカルチャー好きたちの同好会として結成された高オタクラフト実行委員会(通称：高オタ)。第1回アニものづくりアワード・クラフトデザイン部門銀賞を受賞した「天元突破グレンラガン五月人形兜」を始め、アメリカ最大級のアニメイベントである「OTAKON」にも展示された「クロムクロ胸像」などリビドーの赴くままに様々な創作活動を繰り広げています。

伝産会員の声

2022年には南砺市のアニメ会社「(株)P.A.WORKS」とガッチリと手を組み、オンラインサロン内の図工部の顧問を担当しました。アニメファンのみなさまとの活動がWEBコミックスになるなど、活動の幅を広げています。

和田 瞬佑(和田彫金工房)

イオン「ゆめみらいモニュメント」

2019年のイオンモール高岡西館が新設された際に伝産はイオン側と協力し、高岡の児童240名が「夢」を描いた「ゆめみらいモニュメント」を制作しました。また、鋳物に使う金属も地域の皆様から回収した金属製品のリサイクル材を使用しました。このモニュメントは今も西館「きときと広場」に設置され、人々に愛されています。

高岡大兜の制作

開町400年の記念事業として、高岡市商工会議所管内の多くの事業者の協賛により実現した高岡の伝統産業を象徴するモニュメントの製作プロジェクト。お殿様の庇護のもとで発展した産業技術をふんだんに用いた兜は開町400年にちなんで高さ400cm、重量400kg！モチーフは前田利長の銀鯰尾形兜で、鋳物のスケール感や螺鈿(制作当時)の華やかさを体現した作品です。

短編映画「すず」

2013年に伝産40周年の事業の一環として、映像 クリエイターの菱川勢一さんとともに制作しました。高岡の伝統産業をPRする映像制作を依頼から、まさかの短編映画制作プロジェクトに発展。伝産女優の誕生、短期間ながらも鋳物工場や当時の会員が出演するなど、監督ならではの視点で描かれる世界観は見逃せません。

伝産をきっかけに移住者も

伝産のメンバーになり、高岡へ移住した20代のメンバーもいます。高岡でのイベントや東京の展示会などで接点が生まれ、コミュニケーションを重ねた結果、伝産ファンとなり移住へ。伝産ではSNSやYoutubeの配信を担い、”旅の人“でありながら、今では高岡の町や職人の取り組みを広げてくれる仲間です。

高岡伝産のこれからの課題と、思い描くビジョン。

私たち高岡伝産は1974年発足以降、数多くの先輩達やファンの方たちに支えられ、多くの事業を行い、業界の発展の一端をになってきました。しかし、現在この業界は大きな節目を迎えていると思っています。現代社会を取り巻く環境の目まぐるしい変化によって、多くの事業所や工場が閉鎖に追い込まれ、その波が当会には会員数の減少という形で迫ってきています。
伝統産業従事者の減少、事業継承問題、需要の低迷など様々な要因が重なり大きな危機を抱えている業界ではありますが、先人たちの想いや技術を受け継ぎ新たなジャンルに果敢に挑戦していかなければいけません。
私たち高岡伝産はこれからも仲間やファンの人たちと一緒に楽しく活動していきます！「高岡じゃないと作れない」「これは高岡ならでは！」そんな技術をどんどんPRして今後の高岡伝統産業がより長く継続していけるようチャレンジしていきます！

高岡の次代のものづくりを拓く仲間を大募集！