

序 章

わが国の伝統工芸品（繊維製品、陶磁器、漆器、木・木工品、金工品、仏壇・仏具、和紙）それぞれの入手可能であった生産額（実額）は、4章にみるように、1990（平成2）年から2002（平成14）年の期間減少傾向を呈している。また、福岡県伝統産業生産額（実額：大川家具、博多織、久留米餅、八女提灯、八女福島仏壇、博多人形、小石原焼、上野焼）も、4章にみるように、1983（昭和58）年から2014（平成26）年の期間それぞれ減少傾向を呈している。これらの減少傾向は全国および福岡県にとどまらず、九州地方の他県の伝統工芸品生産額についても同様の傾向である。このように生産額の減少傾向は、伝統工芸品に対する需要の減少傾向にその一因があるものと思われる。

本研究における3人の研究者は、2004（平成16）年度採択の21世紀COEプログラムに引き続き、柿右衛門様式陶芸研究センター[2005（平成17）年度から2017（平成29）年度]と伝統みらい研究センター[2018（平成30）年度から現在]において、全国や九州地方の伝統工芸品需要構造に関する研究および伝統工芸品の衰退の原因と活性化についての研究をおこなっている。本研究はこれまでおこなってきた研究をベースに科研費（研究課題番号：19K00265：九州地域における伝統産業需要の計量分析—公統計・アンケート調査をベースに—）のテーマについて研究を続けてきた。本研究はこの科研費研究成果を中心に伝統産業の現状と展望を明らかにする。

そこで、柿右衛門様式陶芸研究センターで公刊した10章の「福岡県の伝統産業とその関連産業の構造分析—福岡県の産業連関表による計量分析—」では、伝統産業関連が発展するかは、これまでのシミュレーションが国内外の観光客の増加があり、観光客の増加によって伝統産業の繊維、陶磁器、木製品およびホテル・旅館等の対個人サービスの生産額が増加することに繋がっていることを明らかにしている。そのために、観光客の受け入れ環境をいかに整備するかが課題となる。福岡県の観光客の受け入れは、国内ではイベント関連の観光客が多く、また外国からの観光客は航空機やクルーズ船からの入国が増加傾向を示している。よって、シミュレーションをおこなった部門の将来の増加はこの環境を整備するかが更なる観光客の増加の可能性を秘めている。とくに、ホテルなどの宿泊先の増加、観光バス等の駐車場の拡大、観光資源の掘り起こしなどをどのように整備していくかが重要である。そのためには、将来的には国内外の観光客の減少も考えられるので、他地域との連携によって観光客の需要に対応する施策が必要であることを分析した。11章の「唐津焼窯元の作陶に対する共通意識の計量分析」では、窯元の平均的意識として、唐津焼発祥の地である北波多村・双水・相知町・巖木町のグループに属する窯元が古唐津焼や朝鮮唐津をとくに目標として作陶しているわけではない。唐津市のグループの窯元は親子・兄弟・夫婦等で古唐津焼・朝鮮唐津や新しい唐津焼を目標として作陶している傾向がある。浜玉町・七山村・鏡グループに属する窯元は若い年齢層が多く、唐津地域以外（記載の通り、京都、福岡、北九州、静岡、伊万里、富山等）の出身者の窯元も多い、古唐津焼・朝鮮唐

津や、消費者のニーズにあった唐津焼を目標として作陶している傾向があることを分析した。12章の「佐賀県における諸富家具生産者の意識調査分析」では、諸富家具共同振興組合の企業は各社それぞれのポリシーに基づいた製品生産がなされているが、「諸富家具」というブランドイメージ戦略が確立されていないように思われる。今後、諸富家具共同振興組合の企業が発展していくためには、諸富家具のブランドイメージ戦略の確立を早急におこない、これまで各社が製品化してきたものと相互に連動させる工夫が必要であろう。とくに、これらの3つの章を通じて、科研費研究テーマを定め申請をおこない採択にいたった。

1章および2章は、公統計である『家計調査』を用いて伝統工芸品に対応する需要項目の全国および九州地方それぞれの需要構造分析である。

1章の「伝統工芸品の需要構造分析—「家計調査」データの計測に基づく金額弾力性と数量弾力性からのアプローチ—」では、わが国における伝統工芸品（繊維製品、陶磁器、漆器）、および福岡県伝統産業（大川家具、博多織、久留米緋、小石原焼および上野焼）と、これらの伝統工芸品に対応する『家計調査年報』における茶碗、皿、茶碗・皿・鉢、たんす、食器戸棚、婦人絹着物、婦人着物および婦人帯の耐久消費財需要とは減少傾向にありながらも高品質の財を購入している。このことからして、一般的に、伝統工芸品に携わる生産者は消費者需要がどのような構造であるかを理解し、それに基づいて、①他分野のデザインのコラボレーションを図る、②環境を意識した製品の開発、③消費者の選択肢が多く可能、④外国人へのIT（Information Technology）を利用した販売など、高付加価値の財を生産していくことが重要であるとの結論等を得た。

2章の『家計調査』にみる伝統工芸品需要の時系列分析」では、全国、九州地方および北九州・福岡大都市圏から、主につぎのことが結論づけられる。すなわち、①所得弾力性について：‘たんす’、‘食器戸棚’、‘婦人用着物’および‘婦人用帯’は大きく、所得増加が当該財需要にもたらす影響が大きい。全国および九州地方は‘茶わん・皿・鉢’については、所得弾力性が小さく、所得の増加があってもこれらの需要は増加しない。とくに北九州・福岡大都市圏についてその影響が大きい。②価格弾力性について：全国の婦人用着物を除けば、小さな負の値であるか小さな正の値であり、価格効果がほとんどない。③ストック効果について：全国の‘茶わん・皿・鉢’、‘婦人用着物’および‘婦人用帯’は0.6～0.7であり、あまり働いていない。これら以外は、負の値かあるいは正の小さな値であるので、ストック効果があるか、過去の需要がほとんど現在の需要に影響しないことを意味する。④モデルの説明変数について：前年度の価格が今年度の需要に影響することを明示的に取り入れることによって、価格弾力性の値が負の値を得、理論的整合性が保たれるケースが多くなった。

3章から6章はアンケート調査データを数量化I類に属する多重分類分析に基づいて計測している。

3章の「日用品としての陶磁器の品質と価格に関する消費者意識の一考察— 多重分類

分析を用いたアンケート調査データの解析から「一」では、以下の章の分析で用いた多重分類分析法（MCA）を用いて「陶磁器の購買意識に関する調査」のアンケート調査データを解析し、地方別及び先行研究と比較検討し、日用品としての陶磁器の品質と価格についての消費者意識の整理を行った。①「価格が高くても品質が良ければ購入すると思う」との回答は、「男性」、「60歳以上」、「既婚」、「子どもなし」、「デパートで購入」、「購入価格は1000円以上」に反応した。②また、「そうは思わない」との回答は、「男性」、「未婚」、「子どもあり」、「世帯年収400万円未満」、「スーパーマーケット等で購入」、「購入価格は500円未満」に反応した。③「価格が高くても品質が良ければ購入する」と思うとの回答は、2009年の調査と今回の調査との比較で、「性別」の部分に異なる傾向の結果を得ている。

4章の「アンケート調査に基づく専業主婦の陶磁器需要分析—購入頻度からのアプローチ—」では、専業主婦が購入する日用品としての陶磁器購入意識について、「半年・1年1回購入」の専業主婦の購入行動は世帯収入800万円以下、購入価格500～1000円以下、地方は関東・中部・その他（北海道・東北・中国・四国）に反応している。“数年1回・それ以下で購入”の専業主婦の購入行動は、とくに子供有、年齢区分40～60歳未満、世帯収入800万円以上、購入場所スーパーマーケット等、1個当たりの購入価格1000円以上、地方は近畿・その他（北海道・東北・中国・四国）に反応している。“割れたとき・消耗したときに購入”の専業主婦の購入行動は、とくに子供有、年齢区分は40以上、世帯収入が400万円未満と800万円以上、購入場所については窯元・インターネット・陶器市・その他、1個当たりの購入価格は500円未満と500～1000円以上、地方は中部、近畿、九州に反応している。“陶磁器は購入しない”の専業主婦の購入行動は、年齢区分20～40歳未満、購入場所については質問項目すべてに関係しその中でもデパート、陶磁器以外の日用品を購入する場合1個当たりの購入価格は500円未満、地方は関東に反応している。このようなことから、陶磁器生産者は、標準専業主婦世帯（夫婦と子ども世帯）の購入行動が割れたとき・消耗したときに購入するということと、1個の購入する陶磁器金額が500～100円で関東地方以外ということ、関東地方は日用品としての陶磁器を購入することが少ないということに留意すべきであろう。

5章の「博多織需要に関する成人女性意識の計量分析」では、伝統的地場産業である博多織業の市場は危機的な状況となっている。現在の博多織需要構造は、1050人のアンケート調査の中で127人の成人女性（男性で博多織を所有している人は数十人）であるということからも危機的である。帯・着物・反物の需要は、高価な製品であるという認識の北部3県の成人女性であり、これらの成人女性の興味をひく製品の開発が望まれる。ネクタイ等の小物の購入は自らが所有しているものの買い替えや、土産物としての贈答品として製品であり、1万円以下の新製品が望まれる。タペストリー・テーブルセンターの需要は成人女性の中でも専業主婦（主夫）の人々の需要が多く、家庭内の装飾品として利用されている。このような需要があるものの持続的に博多織製品の技法が産業として成立していくためには、需要は少ないかもしれないが献上博多織の高価な製品と、小物・インテリア

一の安価な製品の2極化した市場を推し進めるべきではないかと考える。

6章の「伝統工芸品久留米絣の需要構造分析」では、久留米絣の生産額の減少傾向の歯止めがきかない状況下にある。国内繊維製品にも言えることでは、グローバル化にともない安価な繊維製品が輸入され消費者の選択肢が増えたこと、伝統工芸製品が社会のスタイルに対応してないことに起因している。このことは久留米絣需要が低迷していることにも言えることである。現在の久留米絣は江戸時代からの現在までの時代背景を伴いながら、技術の伝承とともに生産がなされてきており、地域の伝統文化をも育んだ製品となっている。この産地を維持していくためには、①久留米絣の認知度の設問で“知っているが、久留米絣製品を持っていない”とする回答者は潜在的需要者であると考えられる。そこで、潜在的需要者は男性で、世帯年収600万円未満、職業は主婦（主夫）・アルバイト・無職を除いた回答者、学歴は高卒の回答者が多い。②久留米絣製品の“作務衣からもんぺ”を持っているとの回答者は、性別や年齢には関係なく、世帯収入は600万円以上で、職業は会社経営・自営業・自由業・専業主婦（主夫）・パートアルバイト・無職で、学歴は高校卒・専門学校卒・短大卒との回答者が多い。③久留米絣製品の“トートバッグからその他”を持っているとの回答者は、年齢階級は60歳以下で、職業は公務員・事務系会社員・専業主婦（主夫）・パートアルバイト・無職で、専門学校卒・短大卒・大学卒・大学院卒との回答者が多い。

7章から9章はコロナ禍前の伝統工芸品産業におけるインバウンド需要の可能性や、インバウンドをターゲットとした商品戦略等について研究をおこなっている。

7章の「伝統的工芸品産業におけるインバウンドをターゲットとした商品戦略」では、一部の伝統工芸品は、このままでは消滅する恐れがあり、その原因は売れないからである。それは日本の生活様式に合わなくなってきているからである。たとえば、身近な範囲ではあるが仏壇を所有する家は1割程度である。最近の子どもたちは和室自体がない環境となっている。心は別として供養の形は明らかに変わってきている。しかし、全てを残せとは言わないが地域の伝統、風俗を通して生まれてきた伝統工芸は、残さなくてはならないものが多いのも確かである。九州には年間500万人のインバウンド客が訪れている。その60%以上は購入金額の低い韓国が占めているが、残りの約30%の150万人程度のうち少なくとも20%が潜在市場としても30万人となる。今の商品をほとんど変化させることなく、新しい市場をインバウンドに求めることが可能であるため、この現状に対して、手遅れにならないようなアクションが必要な時であろう。

8章の「伝統的工芸品産業におけるインバウンド需要の可能性」では、インバウンドを市場として考え、その可能性について述べている。その結果インバウンドを含めた海外市場は今後も増加傾向を示していること。また、訪日外国人の志向が商品の購入以外に文化の体験や、日本らしさを楽しみたいという層が増加していることもあり、インバウンドを含めた海外市場は伝統的工芸品産業にとって、対応すべき市場であるという結論に達した。

9章の「伝統的工芸品産業の数量化を用いた問題解決手法について」では、伝統的工芸品産業を含む地域産業は、それぞれの地域の技術や材料の集積から生まれ発展してきた経緯から、多くの企業形態は中小・零細企業である。そのため地域の産業を構成する各産業の大企業の割合は極めて低く、裏を返せば中小・零細企業が重要な構成要因となっており、地元直結型の産業を形成している。今後、伝統的工芸品産業が生き延びるためには製品開発や広報・販売が重要な要因であり、その支援を目的として伝統的工芸品産業が抱える問題を様々な観点から論述してきたが、現在デザインをはじめとする各種の計画や手法は時間的な制約、組織的な制約を持ちながら問題が多次元にまたがるような事項についてより総合的で完全性を追求するあまり、問題の焦点が曖昧になっている。さらに企業においても技術や市場（社会環境）の変化が急激であるために、当面する問題の対応に負われる現実が存在している。

本書の研究は計量的な実証分析をおこなっている章が多い。それらの章において、公統計である時系列データ分析は基本的に回帰分析モデルのものであり、アンケート調査データの分析は多重分類分析モデルのものである。

なお、各章のもととなった初出公表論文は、つぎのとおりである。

- 1章 内山敏典「伝統工芸品の需要構造分析－「家計調査」データの計測に基づく金額弾力性と数量弾力性からのアプローチ」、『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学）、第2号、2019年。1～10頁。
- 2章 内山敏典・黒木宏一「「家計調査」にみる伝統工芸品需要の時系列分析」、『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学）、第4号、2020年。1～17頁。
- 3章 黒木宏一・内山敏典「日用品としての陶磁器の品質と価格に関する消費者意識の一考察－多重分類分析を用いたアンケート調査データの解析から－」『JAPA九州』（日本計画行政学会九州支部機関誌）、43号、2019年。15～22頁。
- 4章 内山敏典「アンケート調査に基づく専業主婦の陶磁器需要分析－購入頻度からのアプローチ」『経済学論纂』（中央大学）、第60巻第5・6号、2020年。107～120頁。
- 5章 内山敏典「博多織需要に関する成人女性意識の計量分析」『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学）、第3号、2020年。1～28頁。
- 6章 内山敏典「伝統工芸品久留米緋の需要構造分析」『エコノミクス』（九州産業大学）、第24巻第3・4号、2020年。33～52頁。

- 7章 釜掘文孝「伝統的工芸品産業の数量化を用いた問題解決手法について」『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学），第1号，2018年. 11～24頁.
- 8章 釜掘文孝「伝統的工芸品産業におけるインバウンド需要の可能性」『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学），第2号，2019年. 11～24頁.
- 9章 釜掘文孝「伝統的工芸品産業におけるインバウンドをターゲットとした商品戦略」『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学），第3号，2020年. 29～41頁.
- 10章 内山敏典「福岡県の伝統産業とその関連産業の構造分析 - 福岡県の産業連関表による計量分析-」『柿右衛門様式陶芸研究センター論集』（九州産業大学），第12号，2016年. 1～28頁.
- 11章 内山敏典「唐津焼窯元の作陶に対する共通意識の計量分析」『伝統みらい研究センター論集』（九州産業大学），第1号，2018年. 1～10頁.
- 12章 内山敏典「佐賀県における諸富家具生産者の意識調査分析」『柿右衛門様式陶芸研究センター論集』（九州産業大学），第10号，2014年. 1～26頁.