

第5期
秋田県伝統的工芸品等
産業振興プラン

令和8年3月
秋 田 県

第1章 策定の趣旨

P 1～3

- 1 プラン策定の目的
- 2 第5期プランの位置付け
- 3 第5期プランの推進期間
- 4 第5期プランの進行管理

第2章 現状と課題

P 4～6

- 1 これまでの取組
- 2 現状
- 3 課題
 - (1) 原材料・製造用具の調達難
 - (2) 人材、後継者難と技術継承の不安
 - (3) 時代に即した販売経路や PR 体制の未整備
 - (4) 需要の低迷

第3章 基本方針

P 7～10

「安定的な生産体制の維持と国内外への販路拡大」

- 1 原材料・製造用具の安定確保
 - (1) 原材料確保に関する調査・研究
 - (2) 情報共有体制構築に向けた取組
- 2 産地の将来を担う人材の育成・確保
 - (1) 若い世代への積極的な情報発信
 - (2) 職場環境の整備
 - (3) 若手就労者への技術支援等
 - (4) 技術・技能の伝承・保存
- 3 魅力発信のための PR 体制整備
 - (1) 時代に対応した情報発信ツールを用いた PR 体制の強化
 - (2) 専門家等外部人材の活用
- 4 商品の魅力向上
 - (1) マーケット志向の商品開発
 - (2) 各社の強みを生かした戦略的な販売
 - (3) 用途開発等の支援

第4章 振興のための事業・支援施策

P 11～13

- 1 伝統的工芸品等産業振興の基本的考え方
 - (1) 産地等の役割

(2) 市町村の役割

(3) 県の役割

2 事業・支援施策

(1) 原材料・製造用具の安定確保

(2) 産地の将来を担う人材の育成・確保

(3) 魅力発信のための PR 体制の整備

(4) 商品の魅力向上

資料編

P 14～21

資料 1 あきたの伝統的工芸品等の概要

資料 2 あきたの伝統的工芸品等に関する事例

参考

P 22

第 5 期あきた伝統的工芸品等産業振興プラン策定委員会委員名簿及び策定までの経過

第1章 策定の趣旨

1 プラン策定の目的

本県の伝統的工芸品は、国の伝統的工芸品としては、昭和51年以降に指定された「樺細工」・「川連漆器」・「大館曲げわっぱ」・「秋田杉桶樽」の4品目があります。

また、県の伝統的工芸品の指定を受けた「川連こけし」・「イタヤ細工」・「秋田銀線細工」・「大曲の花火」・「中山人形」・「本荘こけし」の6品目に加え、「本荘ごてんまり」・「秋田八丈」など、長年の伝統を有する著名な工芸品が多数あり、これらを含めて「あきたの伝統的工芸品等」といいます。

【国指定伝統的工芸品】

これらは、秋田県特有の風土に生まれ、長い歴史の中で伝えられてきたものであり、地域に根ざした地場産業であるとともに、生活にゆとりと豊かさをもたらすものとして高い評価を得ています。



樺細工



川連漆器



大館曲げわっぱ



秋田杉桶樽

しかしながら、近年、全国的に伝統的工芸品等の産地・事業者（以下「産地等」という。）は、消費者のライフスタイルの変化や多様化、安価な代替品の流入、販売形態の変化等により売上が大きく減少しており、加えて、技術・技能の継承、後継者不足、原材料の調達難など、様々な問題に直面しています。

このため、県民が誇るべき貴重な財産である「あきたの伝統的工芸品等」の産業の育成・

強化に取り組み、これらを次世代に引き継いでいくため、「第5期あきた伝統的工芸品等産業振興プラン」（推進期間：令和8～11年度、以下「第5期プラン」という。）を策定し、産地等・市町村・県が一体となって伝統的工芸品等産業の振興を図り、地域経済の活性化を進めます。

【県指定伝統的工芸品】



川連こけし



イタヤ細工



秋田銀線細工



大曲の花火



中山人形



本荘こけし

2 第5期プランの位置付け

第5期プランは、以下の県の上位計画や条例の趣旨に沿って、伝統的工芸品等産業の振興を推進するための基本方針計画として位置付けられます。

(1) 「秋田県総合計画～秋田再興への第一歩～」における位置付け

県では、令和8年度からの新たな県政運営指針として「秋田県総合計画～秋田再興への第一歩～」を策定し、「新時代に咲き誇る秋田～県民の夢を育み、県民の希望をかなえる～」を目指す姿とし、その実現に向けた「政策4 産業」では、『「人への投資」と経営革新により中小企業の経営基盤を強化する』施策として、「国内外への県産品の販路拡大と商品価値の向上」に取り組むとしています。

(「秋田県総合計画～秋田再興への第一歩～」第3章政策4 産業より抜粋)

方向性④ 国内外への県産品の販路拡大と商品価値の向上

【主な取組】

海外地方政府等との経済交流の推進

- ① 秋田港の利用拡大に向けた荷主企業等への支援
- ② 新規航路の開設と既存航路の維持・拡充に向けたポートセールスの推進
- ③ 海外展開の段階に応じた県内企業への支援
- ④ 伝統的工芸品等産業の将来を担う人材の確保・育成への支援
- ⑤ 伝統的工芸品等の魅力を訴求する情報発信や付加価値の高い新商品の開発等への支援
- ⑥ アジア市場を中心とした県産食品の輸出拡大支援

(2) 中小企業振興条例における位置付け

平成26年度から施行された「秋田県中小企業振興条例」において、基本理念の中の「本県の地域資源の積極的な活用」として伝統的工芸品等産業の振興が掲げられています。

条例に基づく令和8年度からの「中小企業・小規模企業者の元気をつくる秋田県の指針」では、新たな価値の創造や伝統的技術継承の支援、魅力の訴求を進めることとしています。

3 第5期プランの推進期間

第5期プランの推進期間は、令和8年度から11年度までの4年間とします。これは、「秋田県総合計画～秋田再興への第一歩」の推進期間に合わせたものです。

この期間で、産地等は主体的に振興事業を展開し、市町村や県は必要に応じて各種支援施策を講じることにより、伝統的工芸品等産業を活性化させることを目指します。

4 第5期プランの進行管理

第5期プラン策定後は、進捗状況について適宜検証を行い、産地関係者や有識者等から意見・助言等をいただきながら、進行管理と実施事業の確認、見直し等を行います。

第2章 現状と課題

1 これまでの取組

県は、平成7年に「秋田県伝統的工芸品産地産業振興対策要綱」を定め、産地等に対して県単独の補助事業を10年間実施しましたが、平成17年以降総合的な支援策は講じていませんでした。

また、伝統的工芸品のデザイン・技術等の支援についても、以前は県工業技術センターが相談等に対応していましたが、平成10年度に担当部門が廃止されました。

そのような状況の中、県独自の伝統的工芸品の総合的な振興計画として、平成22年度に第1期プランを策定し、同プランに基づく取組を推進してきました。県においては、第1期プラン推進期間中に「秋田県伝統的工芸品等振興補助事業」の創設や、「あきた産業デザイン支援センター」の設置により、産地等及び市町村の支援を行いました。また、補助事業においては、伝統的工芸品の普及啓発を行うための「ものづくり体験枠」を設ける等、課題に応じた支援を行い、産地の事業者も自ら積極的な取組をしてきました。

平成25年度には第2期プランを策定し、同プランに基づき、引き続き産地等・市町村・県が各々の役割によって事業を実施してきました。県においては、補助事業に産地連携枠を設ける等、産地等及び市町村の支援を行い、様々な取組を支援してきました。

平成30年からは第3期プランに基づく取組の推進に向け、第1期プランから続く産地の自主的な取組を支援する補助事業の継続に加え、技能や職歴に応じて「秋田県認定工芸士」及び「秋田県みらいの工芸士」の称号を授与し、工芸士の地位や意欲の向上、人材の育成等を後押しする「秋田県伝統工芸士認定事業」を創設しました。

令和3年度中には第4期プランを策定し、第3期プラン以前の成果と課題を踏まえて産地等・市町村・県が各々の役割によって事業を実施してきましたが、令和元年からこの第4期プランの策定期間にかけて、新型コロナウイルス感染症の拡大という例のない出来事に見舞われたため、既存制度の継続と緊急措置的な事業の実施など、従来とは異なる支援が行われました。

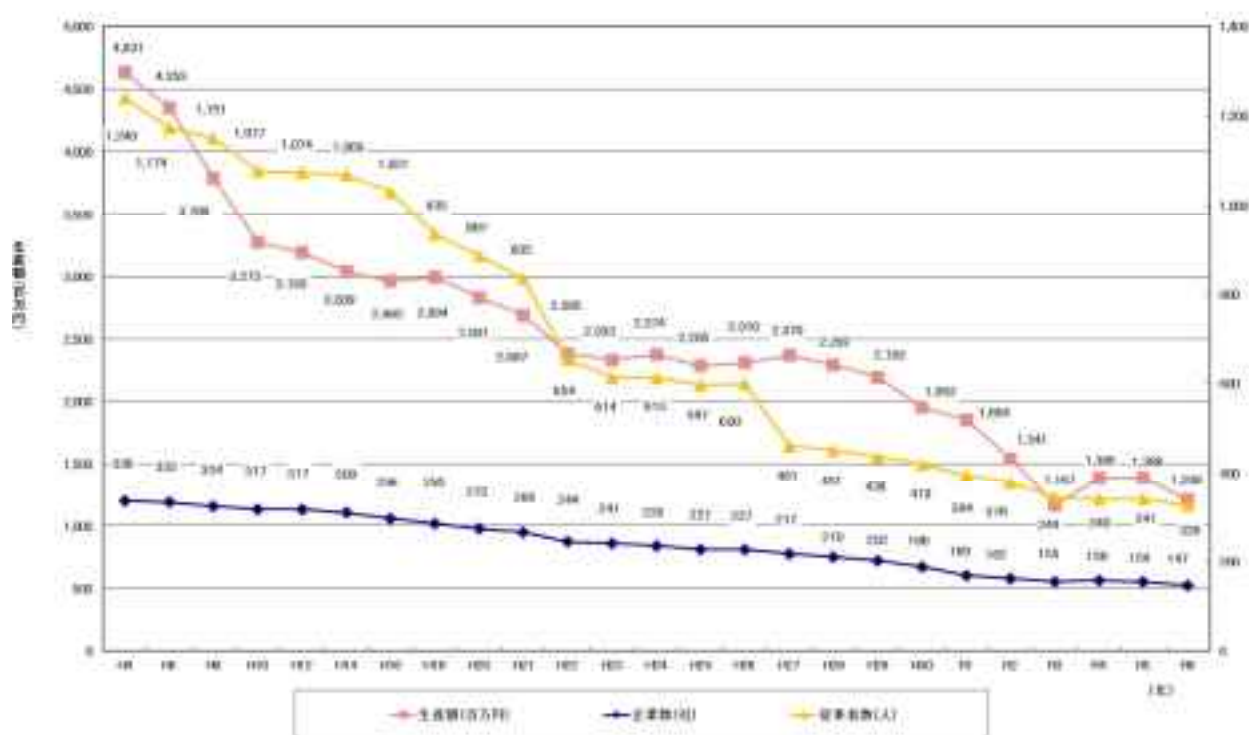
そのような中でしたが、第4期プラン期間中には、県内伝統的工芸品等産業の発展の契機となることが期待されていた第39回伝統的工芸品月間国民会議全国大会^{※2}が開催され、大きな盛り上がりを見せました。

※2 経済産業省が伝統的工芸品に対する国民の理解とその一層の普及を目指し、昭和59年から11月と定めている伝統的工芸品月間の中心イベントとして、毎年開催地を変えて全国各地で実施している大会。

2 現状

本県の国指定伝統的工芸品である「樺細工」「川連漆器」「大館曲げわっぱ」「秋田杉桶樽」の生産額、企業数、従事者数は、減少が続いています。第1期プラン策定時（平成23年）から第3期プラン策定時（平成30年）の間の減少ペースは緩やかになったものの、第4期プラン策定期間を含む直近5年は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響等もあり、生産額の減少幅が特に大きくなっています。

国指定伝統的工芸品産業の推移（秋田県）



一企業当たりの従事者数は、平成4年の3.7人から平成23年には2.5人となり、近年は2.2人前後で推移しており、経営の小規模化が進行する中、現状を維持していることが見受けられます。

県内の伝統的工芸品等産業は概して厳しい状況にあります。第1期プラン策定時の平成23年頃には生産額が下げ止まり、持ち直しの動きも見られました。これは、震災で落ち込んだ需要の回復という側面や、ふるさと納税制度の影響もありますが、ゆとりと豊かさをもたらす質の高い製品を求めるニーズの高まり、地域独自の文化を見直そうとする風潮の高まり、「和」の暮らしや「手しごと」に対する再評価などによるものと考えられます。

また、コロナ禍をきっかけに消費者のサステナビリティやエシカル消費^{*1}への関心が一層高まったことに加え、コロナ収束後、大幅に増加している訪日観光客の日本文化等へ

の消費・体験行動の拡大など伝統的工芸品等の持つ意味や背景を評価した需要の増加が期待できます。

※1 地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動。

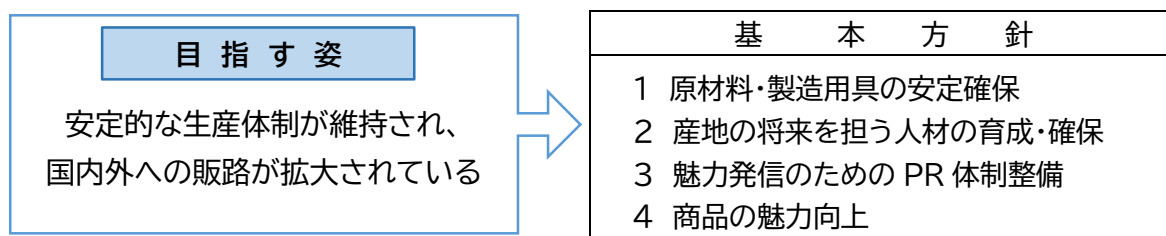
2 課題

伝統的工芸品等産業全般について次のような課題があると思われます。

- (1) 原材料・製造用具の調達難
 - ①原料となる資源の減少
 - ②材料の不足
 - ③原材料価格の上昇
 - ④製造用具の入手困難
- (2) 人材、後継者難と技術継承の不安
 - ①熟練技能者の高齢化
 - ②企業数・従事者数の減少
 - ③新規就労者の確保難
 - ④厳しい労働環境
- (3) 時代に即した販売経路や PR 体制の未整備
 - ①販売形態の変化（E C市場規模の拡大）
 - ②百貨店での取扱いの減少と催事販売の不振
 - ③産地や事業者のブランド力不足
 - ④観光業等異業種との連携不足
- (4) 需要の低迷
 - ①少子化による人口の減少
 - ②国民の生活様式の変化
 - ③大量生産方式による安価な生活用品の普及

第3章 基本方針

第2章で取り上げた伝統的工芸品等産業の課題を踏まえ、「安定的な生産体制の維持と国内外への販路拡大」を目指し、以下の4つの基本方針を定め、産地等・市町村・県が一体となった取組を推進します。



4つの基本方針ごとの具体的な内容については、以下のとおりです。

1 原材料・製造用具の安定確保

伝統的工芸品等産業は、地域に根付いた地場産業であり、ものづくり産業のひとつです。その生産を継続していくためには、各産地固有の技術・技能の伝承や、生産性の向上に努めることに加え、生産に必要な原材料を安定的に確保していかなくてはなりません。

(1) 原材料確保に関する調査・研究

伝統的工芸品等は、天然素材の特徴が最大限に活かされており、高い品質を保つうえでも良質な原材料の確保は重要です。もともとは地域に豊富に存在した原材料を主に使用してきましたが、時代とともに広域的に、さらには海外に原材料を求めているものもあります。特に近年、原料となる資源の減少、材料の不足、道具の入手困難、輸入原材料の価格高騰などの問題が顕在化してきています。

地元市町村等と協力し地域資源を維持していくほか、関係機関から情報を収集し、新たな原材料調達先や調達方法の開拓等、代替原材料を使用するための技術的課題の解決も必要です。

(2) 情報共有体制構築に向けた取組

産地では、独自に地元の山林等管理機関と情報交換を行うなどし、原材料の確保に務めています。確保できる資源は十分とは言えません。全県的な伐採計画など広域的な情報を共有しながら原材料確保に取り組める仕組みや機会を設けることで、限られた森林資源のうち、一定量を伝統的工芸品の生産に活用できる体制などを模索していくことも必要です。

2 産地の将来を担う人材の育成・確保

産地等の将来を担う人材を確保するためには、伝統的工芸品への理解を深める機会を創出するとともに、ものづくりを志す若い世代が産地等の仕事に触れる機会を増やす取組を推進する必要があります。

また、就労の継続には「ここで働きたい」「ここで働けば成長できる」と感じられる職場環境の整備も重要です。従事者が安心して働き続けられる環境を整備することが人材の育成・確保には必要となります。

(1) 若い世代への積極的な情報発信

新たな就労者を確保するためには、就労先としての周知の努力が求められます。

インターンシップ事業を活用することで、伝統的工芸品等の製造に携わりたいと考えている人が就職前に産地を知る機会を創出するほか、SNS 等を活用し、日々、情報発信することで産地の存在をPRすることが重要となります。

仕事選びに際し「自身のやりたいこと」を重要視する若い世代に対しては、「手しごと」を担う者としての価値が評価されうる産業であることをPRすることも有効です。

特に、SNS の活用は幅広い世代に情報を発信できるメリットがあります。伝統的工芸の担い手に関心のある A ターン世帯や副業としての選択を考える人の目に止まることも可能性を広げるきっかけになります。

(2) 職場環境の整備

少子化による人口減少によって人材の確保が難しくなる中、伝統的工芸品等産業が安心して働き続けられるような環境作りは重要です。労働条件の明示やハラスメントへの配慮など、社会情勢の変化に合わせた取組が必要です。

(3) 若手就労者への技術支援等

向上心を持ち技能習得に励んでいる従事者が職場に定着し、産地を支える存在になるためには、安心して働き続けられるような環境づくりは重要です。

産地が協力して技術支援を行うほか、県内他産地の若手就労者同士の交流機会を創出するなどし、高い就労意欲を維持できるよう努める必要があります。

(4) 技術・技能の伝承・保存

産地においては熟練技能者を中心に、継続的に産地の技術・技能を次の世代へ継承するための取組が必要です。

近年では地域おこし協力隊の活用等により若手職人を確保しようとする動きがありますが、任期終了後の収入面の不安等から定着しないケースが多く見受けられます。これからは、副業・兼業なども視野に入れた後継者の育成等も考慮する必要があるものと考えます。

しかし、深刻な後継者不足等の理由により、伝統的な技術・技能の伝承が困難と判断される場合には、製作の様子を動画で記録保存する等の予防的な取組により、将来の技術継承時に備えることも必要です。

3 魅力発信のためのPR体制の整備

日本の総人口、生産年齢人口の減少は今後も続くことが見込まれ、国内市場の縮小は必至です。その中で、安定的な販売を継続していくためには、伝統的工芸品等を評価する国内外の消費者層へのPRを効果的に行うことが求められます。

また、生活様式の変化に伴い、主たる販売先であった百貨店での取扱いが減少している今、新たな販路の開拓も必要です。取扱い店舗等の新規開拓や対面販売以外の販売形態への取組強化、新たな顧客獲得に向けた取組が一層重要となります。

(1) 時代に対応した情報発信ツールを用いたPR体制強化

消費者の購買行動のプロセスは、「注意（Attention）・・・知る」「興味（Interest）・・・興味・関心を持つ」「欲求（Desire）・・・欲しくなる」「行動（Action）・・・買う」の4つの段階で構成されていると言われていています。

かつては、店頭でパンフレットを手にとってもらい購入につなげる、対面により商品の魅力を伝え販売することが中心でしたが、多くの人がSNS等で購入前の情報収集を行っています。今後、消費者に選ばれるためには、積極的な情報発信がさらに重要になるでしょう。

消費者の購買意欲を刺激し、行動に繋げるためにはこれまで以上に情報発信ツールの活用が欠かせないものになっていくと思われれます。

(2) 専門家等外部人材の活用

伝統工芸品メーカー支援・販売サイト運営会社が2024年に行ったアンケートによると、伝統的工芸品を購入している、又は購入したいと考える消費者がこだわったポイントは「デザイン」「質の良さ」「素材」「使いやすさ」の順となっており、「使ってみて良さを感じたこと」や「自分の感性に合った」ことが購入のきっかけになっていたようですが、これらのユーザー情報を得ることは容易ではありません。

デザインや感性、流行など時々の流れによって変わる情報の収集は、外部人材を活用することで産地の負担軽減を図り、よりターゲットを絞った商品を提供・発信していくことができます。

情報発信に長けた外部人材を活用することで、より自社に合った情報発信を見い出すこともできるでしょう。

個々の事業者だけでなく、輸出を含めた専門知識を必要とする取引や海外へのPR等を進める際などには、産地が一体となり専門家を活用することも効果的です。

4 商品の魅力向上

少子高齢化の進展により、国民の消費・購買行動や生活様式は大きく変化しています。また、近年はインバウンドの大幅な増加により、国内市場に大きな影響を与えています。これらの変化に対応し、「求められる商品」となるべく、商品の魅力向上に取り組むことが必要です。

(1) マーケット志向の商品開発

新商品の開発は、誰に、どのような生活場面の中で使ってもらうのかについて情報収集・市場分析等を行い、用途に応じて使いやすさや機能性を高めながら進めていく必要があります。人々が求める商品は常に変化していますので、専門家等外部人材等を活用し、スピード感を持った商品開発やPRが必要です。生活様式の変化に対応した商品開発や伝統回帰、和文化回帰などの新たな動きを捉えた提案などに取り組む必要があります。

(2) 各社の強みを生かした戦略的な販売

生産者がそれぞれ得意とする技術や分野を生かしながら戦略的な商品開発や販売を行うことで産地内での競争を避け、産地全体の販売力の底上げを図ります。産地一丸となって多様な商品を展開することで他産地に対抗する体力を蓄えます。

(3) 用途開発等の支援

産地の培ってきた技術を生かし、従来の商品群とは異なる新たな用途を開発することも重要です。国や県の指定を受けた伝統的工芸品は、その規格にも取り決めがありますが、職人の技術の維持や収入確保の面からも、技術を生かした多様な製品の開発や新たな素材の利用に取り組むことで新たな価値を生み出し、伝統的工芸品を受け継いでいく土台を強くすることに繋がります。

第4章 振興のための事業・支援施策

1 伝統的工芸品等産業振興の基本的考え方

伝統的工芸品等産業の課題を解決し、第3章の4つの基本方針に沿った産業振興策を展開するためには、産地等・市町村・県の三者が次のようなそれぞれの役割を全うしながら、一体となって取組を進める必要があります。

(1) 産地等の役割

産地等は、伝統的工芸品等産業の担い手であり、自ら課題解決に向けた取組を主体的に企画・実施します。

技術・技能の継承や、人材の確保・育成に取り組むことをはじめとして、販路拡大、原材料の確保、マーケティングを活用した商品開発、生産性の向上など、様々な課題解決に積極的に取り組む必要があります。

事業実施にあたっては、行政機関の支援制度を活用するほか、外部専門家の活用や地域内の企業、他の産地、異業種等と様々な連携を図る必要があります。

(2) 市町村の役割

市町村は、地場産業振興の立場から、産地等と一体となって産業振興事業を企画・実施します。

産地等とともに、人材育成、後継者不足などの個別の課題解決に取り組むほか、地域内において、伝統的工芸品等と観光や他の地域資源等との連携を促進し、「地域ブランド」の育成に努めるほか、伝統的工芸品等の普及・啓発を図る必要があります。

(3) 県の役割

県は、産地等が主体的に行う様々な課題解決の取組に対し、総合的に支援します。

産地等の取組を直接支援するほか、マーケティングやデザイン等の専門的なスキルに関する相談等への支援、産地間連携、関係機関との調整など、産地ごとに異なる課題にも対応できる環境の整備を進めます。

2 事業・支援施策

産地等・市町村・県は、4つの基本方針に対応した事業や支援施策を次のとおり展開し、伝統的工芸品等の産業振興を目指します。

(1) 原材料・製造用具の安定確保

産地等が行う事業	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上に向けた取組の実施 ・関係機関を通じた原材料の所在や流通に関する情報収集
市町村の支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の実情を踏まえ、産地等と一体となった産業振興事業を企画実施
県の支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・熟練技能者の育成と技能継承、若手技能者の技術習得への支援 ・原材料確保等、生産基盤の安定に向けた取組への支援 ・林業関係機関等との連携会議の開催

(2) 産地の将来を担う人材の育成・確保

産地等が行う事業	<ul style="list-style-type: none"> ・若手技能者の研鑽・交流等、技術・技能の継承への取組 ・学生等のインターンシップ受入体制の強化 ・新規就労者の確保に向けた体験入門等の実施 ・産地間交流、相互研修機会等の創出
市町村の支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の実情を踏まえ、産地等と一体となった産業振興事業を企画実施
県の支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・産地における技能継承、若手技能者の技術習得への支援 ・インターンシップ実施に向けた取組への支援 ・産地または産地間連携による人材育成に向けた取組への支援

(3) 魅力発信のためのPR体制の整備

産地等が行う事業	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット、SNS等を通じた魅力発信による新たな顧客獲得 ・現在の市場にマッチしたECサイトへの改修 ・海外の顧客獲得のため、オンライン商談や海外向け販売サイトの活用 ・他の地域資源や観光業と連携した新たな事業展開 ・伝統的工芸品等の製作体験等による普及・啓発
市町村の支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の実情を踏まえ、産地等と一体となった産業振興事業を企画実施

県の 支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・海外等も見据えた産地等の販路拡大の取組支援 ・商品の魅力を発信する機会への積極的な関与と販売促進につながる場の提供（他部局事業への提案など） ・県HP「手しごと秋田」のPR効果向上を目指した改修 ・伝統的工芸品等の魅力を地域に伝える活動への支援
------------	--

（４）商品の魅力向上

産地等が 行う事業	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな消費スタイルや商品の背景など、顧客が重要視するポイントを意識した商品開発 ・伝統工芸の技術を生かした用途開発 ・地域の特性を生かし、観光事業等と連携
市町村の 支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の実情を踏まえ、産地等と一体となった産業振興事業を企画実施
県の 支援施策	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者ごとの強みを生かした販路開拓等の支援 ・あきた企業活性化センター、商工会議所、商工会等の支援機関と連携した産地等のデザイン・商品開発力の向上、及びマーケティング戦略の策定や競争力強化支援 ・技術を生かした用途開発の支援

【資料1】あきたの伝統的工芸品等の概要

1 国指定伝統的工芸品

秋田県では、伝統的工芸品産業の振興に関する法律（昭和49年法律第57号）に基づき、経済産業大臣指定伝統的工芸品として以下の4品目が指定されています。概要は以下のとおりです。

樺細工（昭和51年2月26日指定）

仙北市角館で生産されている。

約230年前の安永～天明年間に、角館を治めていた佐竹北家によって、阿仁地方から角館に技法を伝えられたのが始まりとされ、武士の内職として育まれた。印籠や胴乱などの製作から始まったといわれ、現在は茶筒や箱物をはじめ、現代のライフスタイルを反映した生活用品や小物などを幅広く生産している。

山桜の樹皮を使用しており、樹皮の模様と深く渋い独特の光沢が外見上の大きな特徴となっている。

湿気を避け乾燥を防ぐ特性を持っており、茶筒などにはこの性質が他の製品と差別化される大きな特長として活かされている。



川連漆器（昭和51年12月15日指定）

湯沢市の川連地区を中心に生産されている。

鎌倉時代にこの地を治めていた小野寺重道公の弟：道矩公が農民の内職として武具に漆を塗らせたことがはじまりといわれている。豊富な森林資源と皆瀬川の水運など、恵まれた環境のもと、漆器の産地として発展してきた。

お椀や重箱など、古くから暮らしの必需品として生活に溶け込んでおり、堅牢な下地処理による丈夫さと、抑えた価格により、普段使いの漆器として人気がある。

川連漆器の特長である堅牢さは、柿渋と炭粉を

混ぜたものを塗り、乾燥させ研ぐ「地炭つけ」の後、柿渋を塗り更に研ぐ「柿研ぎ」を行い、その後生漆を塗る「地塗り」の下地工程の丹念さによる。仕上げ塗りは、乾燥後の研磨をせず、刷毛で塗り上げたそのままを乾燥させる「花塗り」と呼ばれる高度な技法であり、製品に柔らかかで穏やかな風合いをもたらしている。



大館曲げわっぱ（昭和 55 年 10 月 16 日指定）

大館市で生産されている。

平安時代の遺跡からも発見されるなど、非常に長い歴史があり、藩政時代に大館を治めていた佐竹西家が地域の豊富な森林資源を活かした武士の内職として奨励し、近代まで技術が受け継がれてきた。

秋田杉の板を曲げて成形する技法が大きな特徴であり、木の弾力性が活かされながら、軽量性を備えている。杉の木目がそのまま活かされており、木材の持つ「ぬくもり」が感じられる。

木材の香りや吸湿性、断熱性、軽量性といった

特長を活かした弁当箱やお盆などの代表的な製品のほか、コーヒーカップなど現代のライフスタイルに合わせたデザインの製品も各種開発されている。



秋田杉桶樽（昭和 59 年 5 月 31 日指定）

大館市、能代市及び北秋田市で生産されている。

秋田城遺跡から戦国時代のものとみられる桶の一部が発見されるなど、杉桶樽には長い歴史がある。江戸時代には、佐竹藩の保護のもとで産地が形成された。秋田杉を使用した桶や樽は、古くから暮らしの必需品として親しまれている。

桶と樽の最も大きな違いは、固定した蓋の有無であり、固定した蓋のないものが桶、固定した蓋のあるものが樽である。また、材料としては、桶には柎目、樽には板目の材料を使用する。

素材としての秋田杉がもたらす木目の美しさと木の香りのほか、吸湿性や断熱性もあり、これらは大きな特長となっている。伝統的な各種の桶・樽のほか、杉桶樽の技術と特長を活かしたお櫃、ジョッキやカップなどの現代のライフスタイルに合わせた商品も製作されている。



2 県指定伝統的工芸品

秋田県は、伝統的工芸品等産地産業振興対策要綱に基づき、県指定伝統的工芸品として9品目を指定しています。国指定の4品目も県指定伝統的工芸品として指定しており、それらを除く5品目の概要は以下のとおりです。

川連こけし（平成7年9月5日指定）

湯沢市の川連地区を中心に生産されている。

古くから子供用の玩具や湯治場のお土産品として親しまれてきた。

胴と頭の続いた「つくりつけ」の構造が特徴である「木地山系」に分類され、小さいものから大きいものまで様々な大きさのものが作られている。



イタヤ細工（平成7年9月5日指定）

仙北市角館町の雲然地区で生産されている。

イタヤカエデの若木を裂いて帯状に加工し、手作業で編み上げて製品にしていく。

箕(み)やカゴ類が代表的な製品で、古くから暮らしの必需品として生活に溶け込んできた。軽く、丈夫なことが特長で、使っていくほどに飴色になり味わいが深まっていく。



秋田銀線細工（平成8年2月26日指定）

秋田市などで生産されている。

細く線状にした純銀の「銀線」を、伝統の技法でさまざまな模様加工、製品化している。

銀が放つ貴金属の輝きが気品をもたらし、精緻な模様が美術品の風合いを醸し出している。



大曲の花火（平成8年2月26日指定）

大仙市で生産されている。

「菊」や「牡丹」などと呼ばれる割物花火が作られており、毎年8月の全国花火競技大会「大曲の花火」をはじめ、四季を通じて開催される様々な花火大会で見ることができ、国内外で高い評価を受けている。



中山人形（令和3年1月25日指定）

横手市で生産されている。

地元では縁起物や玩具として家庭に飾られてきたが、昭和54年に羊の土鈴が年賀切手の図案として採用されたことから、全国に知られるようになった。現在は、その丸い形や鮮やかな色合いが評判となっており、横手の代表的な人形として親しまれている。



本荘こけし（令和6年1月19日指定）


由利本荘市で生産されている。


明治期に鳴子からの本荘へ移り住んだ木地師が木地技術を伝え、技術を受け継いだ職人が明治30年頃鳴子で改めてこけし作りの技を習得。その技を本荘に持ち帰り、玩具や土産物の“本荘こけし”として販売したことから始まった。

現代でも本荘こけしの特徴である飾りすぎることのない素朴な慎ましさに魅入られ、多く愛好家が存在している。



【資料2】あきたの伝統的工芸品等に関する事例

事例1	県インターンシップ事業を活用した商品開発への取組
<p>・ 樺細工の製造販売元である株式会社八柳は、県伝統的工芸品商品開発インターンシップ事業に参加し、全国から集まった8名の学生とともに、若い世代の感性やアイデアを生かした新たな商品を開発・販売している。</p> <p>【ミニ茶筒マグネット（4種）】</p> <p>・ 手軽に伝統的工芸品を購入したいという学生の意見から生まれた茶筒型マグネット。3種の皮を生かした4つのデザインを制作し、カプセルトイでの販売に取り組んだ。</p> <p>・ 現在も秋田空港ターミナル等で販売され、子供から大人まで楽しめる商品となっている。</p> 	

事例2	ヤマザクラ樹皮の未利用材を活用したウォールパネルがウッドデザイン賞を受賞
<p>樺細工の製造販売元である有限会社富岡商店が、パリ在住のデザイナーと作った「センシティヴ・ウォール・カヴァーリング・パネル」が2024年ウッドデザイン賞※（ライフスタイルデザイン部門）を受賞。</p> <p>茶筒等主要プロダクトに適さない未利用材としてストックされたヤマザクラ樹皮を活用し、住宅や店舗、ホテルのロビー等の装飾に独自の空間を作り出す製品となっている。</p> <p>※ウッドデザイン賞は、木を使って様々な社会課題を解決するモノやコトを表彰し、国内外に発信するための顕彰制度。</p> 	

事例 3	第 26 回日本伝統工芸士会作品展*で伝統工芸士 佐藤秋男さんの秋田杉桶樽 日本酒&ワインクーラーが経済産業省中部経済産業局長賞を受賞
<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会と日本伝統工芸士会が優れた伝統的技術を保持する職人である伝統工芸士の技量を存分に発揮した作品のコンクール展示会として開催している作品展で、「桶樽工房あき」の佐藤秋男さんの「日本酒&ワインクーラー」が経済産業省中部経済産業局長賞を受賞した。 ・ 作品は令和6年11月8～10日に石川県の金沢21世紀美術館で展示され、多くの来場者に秋田杉桶樽製品の美しさや伝統工芸士の技術の高さを発信した。 	



事例 4	給食用川連漆器導入の取組
<ul style="list-style-type: none"> ・ 秋田県漆器工業協同組合は、湯沢市・木材高度加工研究所とともに地域産品に親しみを持ってもらうことを目的に、市内全13校(小学校6校、中学校6校、特別支援学校1校)での「給食用川連漆器の導入」に取り組んでおり、これまで、1,100個の川連漆器を納品した。 ・ 令和8年度中に残る7校に納品し、市内全ての小中学校及び特別支援学校での「給食用川連漆器」導入完了となる見込み。 ・ 酒粕を下地に塗ることで、給食センターの食洗機に対応する強度を得た独自の商品となっている。 	





<p>事例 5</p>	<p>2025年度伝統的工芸品公募作品展*で伝統工芸士 仲澤恵梨さんの大館曲げわっぱが伝統的工芸品産業振興協会賞を受賞</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が主催する2025年度伝統的工芸品公募作品展（応募総数248作品）で、大館曲げわっぱを製作している曲げわっぱ工房E08の伝統工芸士 仲澤恵梨さんの「親子どんぶりセット」が、「伝統的工芸品産業振興協会賞」を受賞した。 ・ 受賞商品は国立新美術館での展示会を経て東京都内で開催される優秀作品展で展示販売される。 <p>※（一財）伝統的工芸品産業振興協会と日本伝統工芸士会が優れた伝統的技術を保持する職人である伝統工芸士の技量を発揮した作品のコンクール展示会として開催している作品展と、同協会が主催し、伝統的技術・技法に、現代生活の中で使われるための新しいアイデアや表現を取り入れた市場性のある伝統的工芸品を公募し、魅力あふれる製品の開拓を行う目的で開催していた公募展を統合し、2025年度から「伝統的工芸品公募作品展」として開催。優秀作品は、伝統工芸青山スクエアで開催される優秀作品展で展示販売される。</p>	



<p>事例 6</p>	<p>大館曲げわっぱ協同組合が、大館市等の協力のもと、ローマ日本文化会館で大館曲げわっぱ展覧会を開催</p>
<ul style="list-style-type: none"> ・ 令和7年9月8日～10月31日にイタリア ローマ日本文化会館で「大館曲げわっぱ展覧会」を開催。 ・ 大館市、秋田犬保存会ヨーロッパクラブ、ミラノ市映画館等の協力により、大館曲げわっぱを伝統工芸品とアートの双方の観点から展示するなどし、延べ9,717人が鑑賞した。 ・ ローマ大学准教授による大館曲げわっぱに関する講演や大館市長とのトークセッション、曲げわっぱ弁当箱を使用したイタリア人向け料理教室などを開催したほか、会場では秋田犬が来場者を迎えるなど現地テレビ局にも取り上げられ、大きな話題となった。 	



事例7	大曲の花火協同組合が、大阪・関西万博2025会場で、若手職人のための打上げ等の実地研修を開催
<ul style="list-style-type: none"> 大曲の花火協同組合が、令和7年6月28日に大阪市で開催された「大阪・関西万博」内のイベント「Japan Fireworks Expo 2025」での打上げを活用し、伝統工芸士による若手職人向け実地研修を実施した。 通常とは異なる環境下での事前準備や安全確認、撤収までをイベントスケジュールに合わせながら学んだ。後日、若手職人による研修成果発表会を実施。産地全体で学習効果を振り返り、今後の糧となる大きな成果を得られた。 なお、打ち上げ当日は、それまでの万博期間中の来場者を大きく上回る17万7千人となった。 	

事例8	「本荘こけし」を秋田県伝統的工芸品に指定
<p>令和6年1月18日（木）、由利本荘市の「本荘こけし」を秋田県伝統的工芸品として指定し、本荘こけし工人会の菅原修会長へ指定書を交付した。</p> <p>本荘こけしは明治期、宮城県鳴子の木地職人が本荘の地で技法を伝えたことが始まりといわれ、現在は4名の作り手がその技術を継承している。</p> <p>首を回すとキュッキュツとなる鳴子系こけしの製作方法を引き継いでおり、県内外に多くの愛好家がいる。</p> 	

参考

第5期あきた伝統的工芸品等産業振興プラン策定委員会 委員名簿

(委員長以下五十音順)

役 職	氏 名	現 役 職
委員長 (学識経験者)	熊 谷 晃	公立大学法人秋田公立美術大学教授
委員 (学識経験者)	足 立 幸 司	秋田県立大学木材高度加工研究所教授
委員 (産地関係者)	佐 藤 公	秋田県漆器工業協同組合理事長
委員 (マーケティング関係者)	澤 田 大 輔	株式会社秋田県物産振興会代表取締役
委員 (産地関係者)	柴 田 昌 正	大館曲げわっぱ協同組合理事長
副委員長 (産地関係者)	富 岡 浩 樹	角館工芸協同組合専務理事
委員 (マーケティング関係者)	宮 本 愛 子	一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会 企画部 課長
委員 (産地関係者)	柳 谷 浩 二	秋田杉桶樽協同組合専務理事

○第5期あきた伝統的工芸品等産業振興プラン策定までの経過

策定委員会の開催

第1回 令和7年10月 6日

第2回 令和7年11月11日

第3回 令和8年 3月25日

産地アンケートの実施

令和7年8月 国指定伝統的工芸品の産地組合を対象に実施

プラン案に対する意見照会

令和8年1月～3月 産地組合、関係市町村、商工団体等に照会

秋 田 県

秋田県産業労働部地域産業振興課

TEL 018-860-2225

FAX 018-860-3887

Eメール induprom@pref.akita.lg.jp

URL <https://common3.pref.akita.lg.jp/tesigoto/>