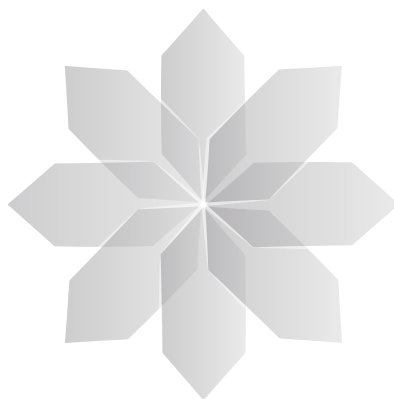


高岡 特産産業のうごき

令和 **4** 年度版

● 銅器・鉄器 ● 漆器 ● アルミニウム ● 仏壇 ● 菅笠



高岡の特産産業

高岡の特産産業の起こりは今から約 400 年前、加賀前田家二代目当主、前田利長公が、高岡城入城の際に鑄物師いもじの招聘や綿取引所しょうへいめんの許可など、新しいまちづくりのために産業の保護・育成等の振興策を図ったことに始まる。

古くから育まれた高岡の産業は、その後、全国に誇る地場産業として目覚ましい成長を遂げ、伝統的技法やそこから発展した新技術は、商工都市高岡の原動力となっている。

調査要領等

この調査は、地場産業振興の基礎資料とするため、高岡の特産産業の販売状況等に関するアンケートを、市内事業所を対象に実施した。掲載されている数値等は、回答のあった事業所の数値等を累計したものである。

調査方法は、アンケート調査により隔年で実施している。今回のアンケートの回答率は、77.6%であった（前回(令和2年度)は76.2%）。

調査対象期間は、各事業所における令和4年度決算期間である。

目 次

高岡の銅器・鉄器	1
高岡の漆器	9
高岡のアルミニウム	14
高岡の仏壇	18
越中福岡の菅笠	21

高岡の銅器・鉄器

【産地の特色】

高岡銅器は、慶長 16（1611）年に加賀前田家二代目当主、前田利長公が産業振興策のひとつとして現在の高岡市金屋町かなやまち いもじに鋳物師を呼び寄せ、集住させたことに始まる。当初は鍋・釜・農機具などの鉄鋳物が主体であったが、幕末から銅製の美術工芸品製造へと発展し、明治時代にはパリ万国博覧会において展示されるなど、世界的に知られることとなった。

戦時中、軍事使用のために金属が供出され壊滅的な打撃を受けたものの、戦後、先人たちの努力により急速に復興し、さらに新製法の導入によって大量生産体制が確立された。昭和 50 年 2 月に伝統的工芸品として国の第一次産地指定を受けている。

高岡鉄器は、当初の鍋・釜・農機具等を引き継いだ日用品の製造を中心として発展し、戦後、高岡銅器の技術を活かして美術鉄器が作られるようになった。平成 25 年に富山県伝統的工芸品の指定を受けている。

産地の特徴として、製造・加工部門において工程別の分業体制が確立されているほか、事業所規模が小さく、集積度が全国の他産地に比べて高いことなどが挙げられる。

長年、製造・加工業者は自らの工程に専念し、新商品の企画や販売機能を産地問屋が担う分業体制が採られてきたが、近年、産地問屋からの発注が減少したこともあり、独自に商品を企画し、国内外に販路開拓を行う製造・加工業者が増加している。

【動向】

令和 4 年度の販売額は、銅器が約 99 億 3 千万円であり、対令和 2 年度比 3.5%増加している。また、鉄器は約 2 億 3 千万円であり、対令和 2 年度比 11.4%増加している。銅器・鉄器の合計販売額は約 101 億 3 千万円で、対令和 2 年度比 3.7%増加している。

新型コロナウイルス感染症により行動制限が最も厳しかった令和 2 年度に対して、令和 4 年度は、行動制限が緩和され、経済活動も徐々に再開されたことが主な要因と推察される。

品種別の販売額の割合については、高岡銅器の伝統的な主力製品である「神仏具」が最も大きな割合を占めた一方、年々その割合は減少傾向にあり、「テーブルウェア」や「文具・日用品」の割合が今後も増えていくことが予想される。

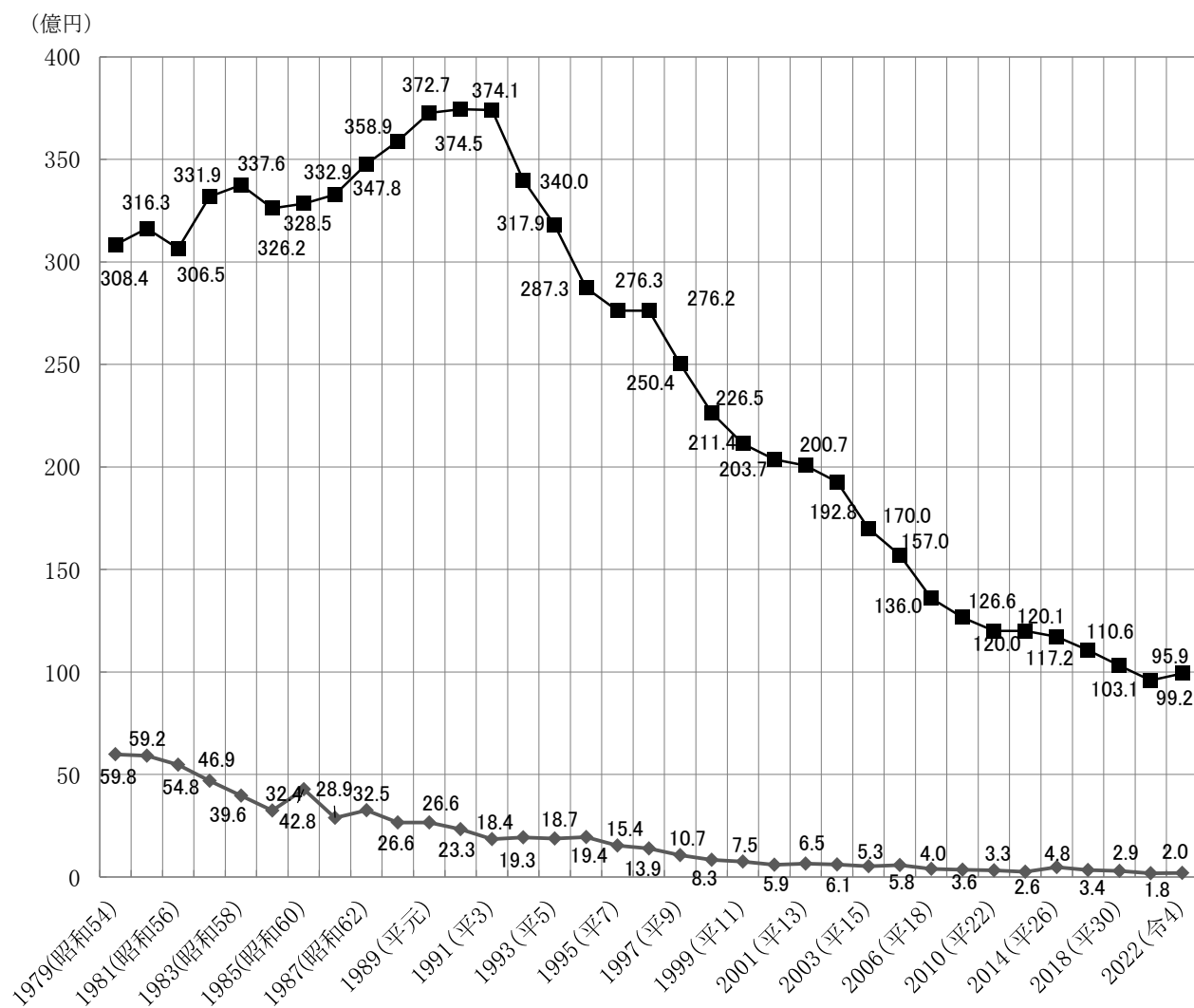
事業者数について、精密な造形が特長である「蠟型」が、前回調査に引続きゼロであった。現在は、伝統技法である蠟型鋳造法に代わり、近代的なロストワックス鋳造法が当産地における産業面の精密鋳造を担っている状況である。

高岡の銅器・鉄器

【販売額の推移】

(単位:千円、%)

年	銅器(非鉄合金等含む)		鉄器	
	販売額	前回比	販売額	前回比
2014(平26)	11,724,517	-	478,193	-
2016(平28)	11,069,684	94.4	341,982	71.5
2018(平30)	10,313,755	93.2	294,563	86.1
2020(令2)	9,586,009	92.9	182,234	61.9
2022(令4)	9,925,147	103.5	202,928	111.4



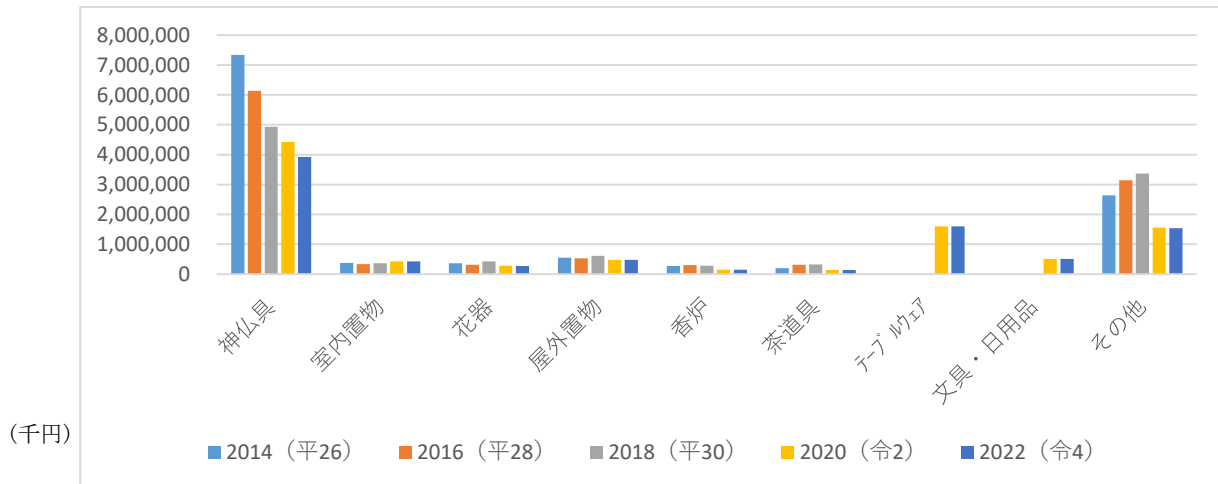
高岡の銅器・鉄器

【銅器品種別販売額】

(単位:千円、%)

品 種	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
神 仏 具	4,124,523	41.6	4,430,882	46.2	4,936,102	47.9	6,132,706	55.4	7,341,376	62.6
香 炉	207,363	2.1	153,271	1.6	283,846	2.8	308,649	2.8	268,333	2.3
室内置物	373,305	3.8	432,174	4.5	362,968	3.5	334,982	3.0	371,719	3.2
花 器	408,805	4.1	281,615	2.9	425,418	4.1	311,387	2.8	363,139	3.1
屋外置物	415,644	4.2	481,787	5.0	607,593	5.9	530,004	4.8	546,919	4.7
茶 道 具	104,358	1.1	141,717	1.5	327,159	3.2	312,994	2.8	197,982	1.7
テーブルウェア	1,492,424	15.0	1,594,592	16.6	-	-	-	-	-	-
文具・日用品	451,304	4.5	508,140	5.3	-	-	-	-	-	-
そ の 他	2,347,421	23.6	1,561,831	16.4	3,370,668	32.6	3,138,962	28.4	2,635,049	22.4
計	9,925,147	100.0	9,586,009	100.0	10,313,755	100.0	11,069,684	100.0	11,724,517	100.0

※その他…パネル、エクステリア製品、アクセサリ等。(平成30年以前はテーブルウェア、文具・日用品も含む)

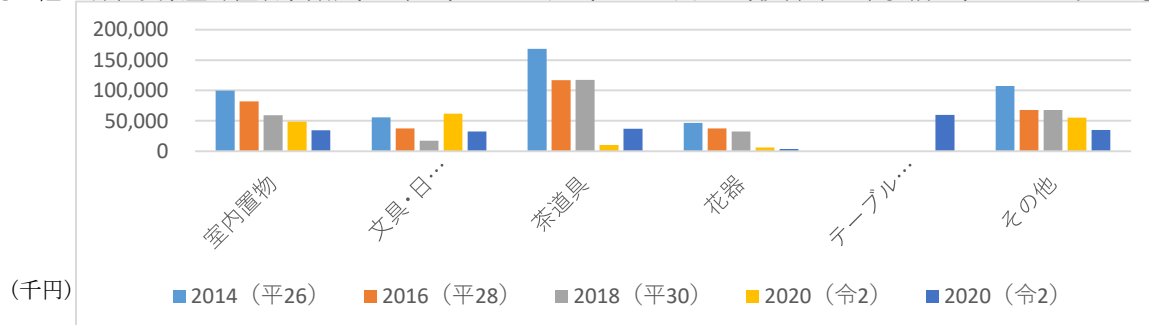


【鉄器品種別販売額】

(単位:千円、%)

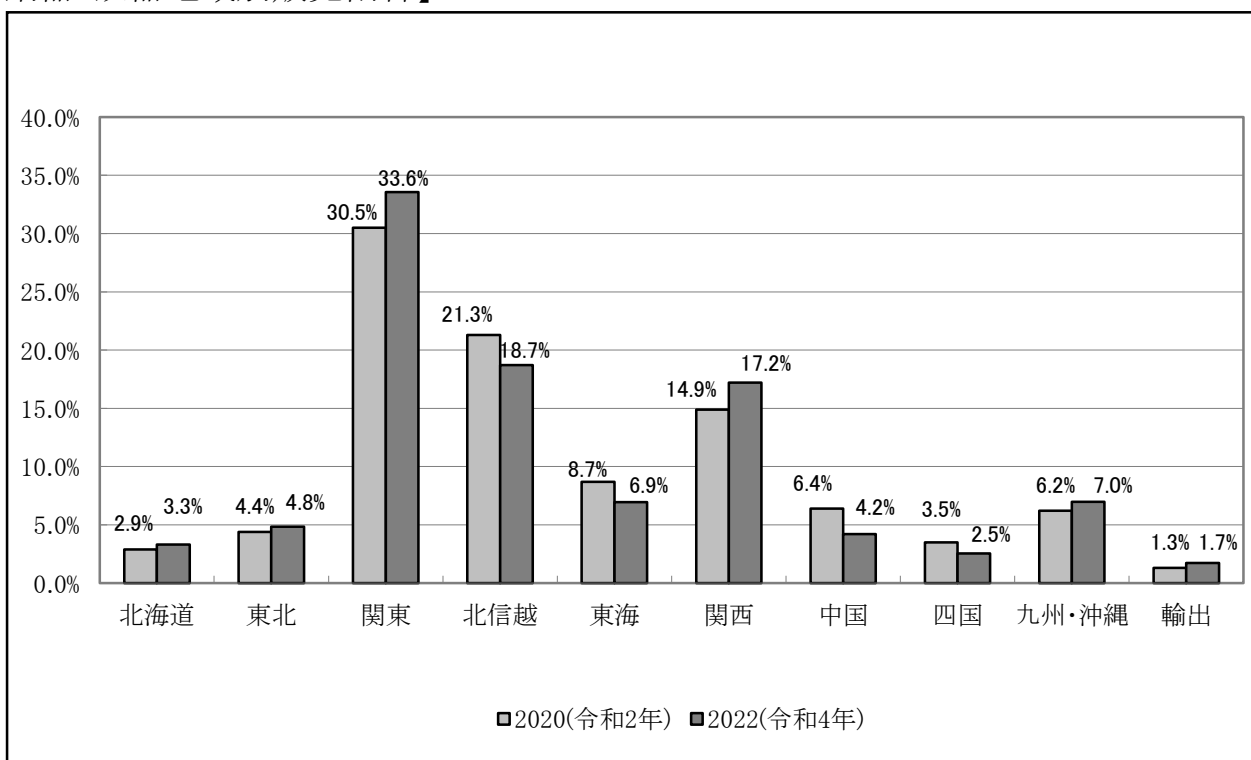
品 種	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
室内置物	34,659	17.1	48,861	26.8	59,278	20.1	81,872	23.9	99,764	20.9
文具・日用品	32,624	16.1	61,693	33.9	17,352	5.9	37,597	11.0	55,710	11.7
茶 道 具	36,970	18.2	10,384	5.7	117,193	39.8	116,886	34.2	168,709	35.3
花 器	3,500	1.7	6,250	3.4	32,735	11.1	37,748	11.0	46,464	9.7
テーブルウェア	60,000	29.6	-	-	-	-	-	-	-	-
そ の 他	35,176	17.3	55,046	30.2	68,004	23.1	67,879	19.8	107,545	22.5
計	202,928	100.0	182,234	100.0	294,563	100.0	341,982	100.0	478,192	100.0

※その他…神仏具、屋外置物、香炉、パネル、エクステリア、アクセサリ等。(令和2年以前は、テーブルウェアも含む)

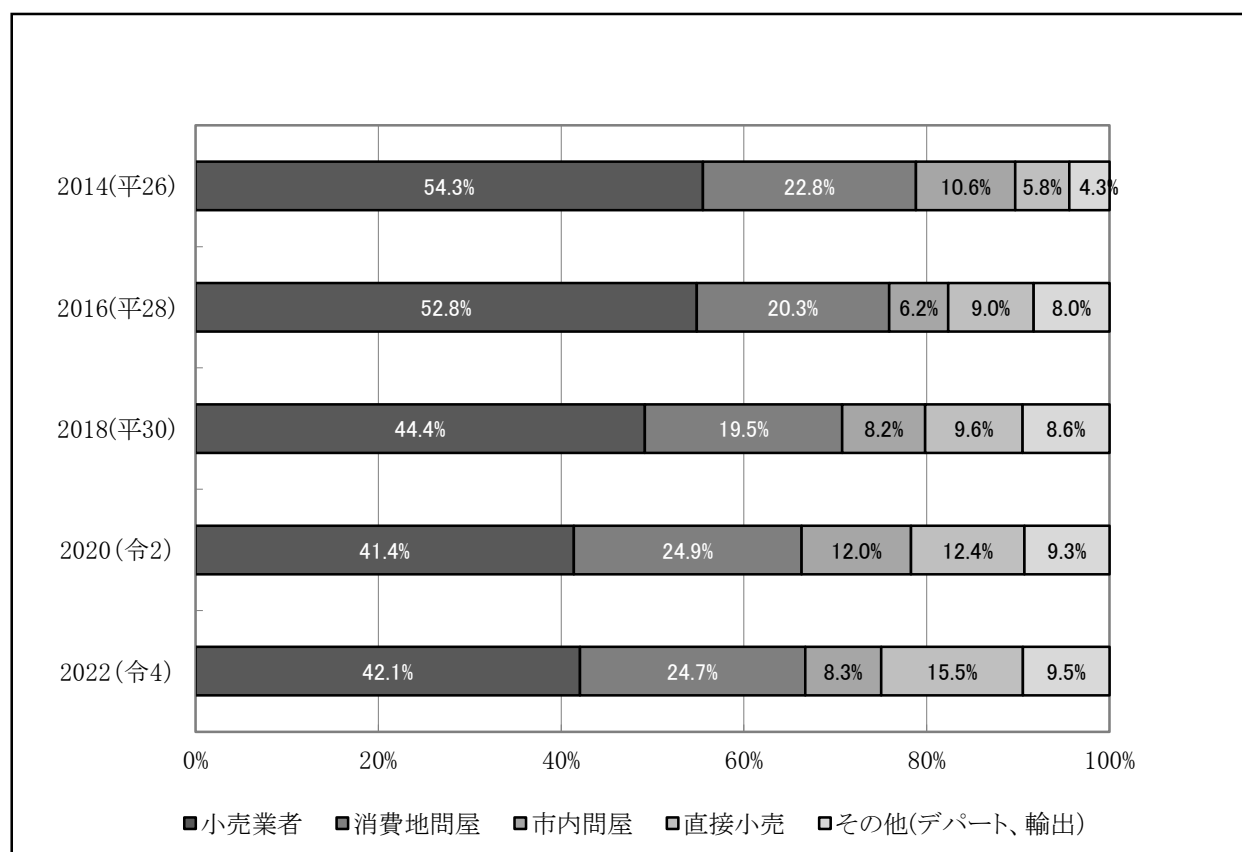


高岡の銅器・鉄器

【銅器・鉄器地域別販売割合】



【銅器・鉄器販売先の業種別割合の推移】



高岡の銅器・鉄器

【鑄造法別事業所数】

○銅器

(単位:千円、%)

製法	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比
生 型	18	36.7%	21	41.2%	19	33.3%	27	37.5%
焼 型	3	6.1%	5	9.8%	4	7.0%	5	6.9%
双 型	5	10.2%	2	3.9%	4	7.0%	6	8.3%
ガ ス 型	7	14.3%	5	9.8%	6	10.5%	14	19.4%
蝋 型	0	0.0%	0	0.0%	2	3.5%	1	1.4%
ロストワックス	6	12.2%	8	15.7%	7	12.3%	7	9.7%
金 型	2	4.1%	2	3.9%	3	5.3%	1	1.4%
そ の 他	8	16.3%	8	15.7%	12	21.1%	11	15.3%
計	49	100.0%	51	100.0%	57	100.0%	72	100.0%

※同一事業所で複数の製法を行っている場合は、事業所数を重複して計上している。

○鉄器

(単位:千円、%)

製法	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比
生 型	2	28.6%	2	40.0%	2	33.3%	2	28.6%
双 型	2	28.6%	2	40.0%	2	33.3%	2	28.6%
そ の 他	3	42.9%	1	20.0%	2	33.3%	3	42.9%
計	7	100.0%	5	100.0%	6	100.0%	7	100.0%

【加工工程別事業所数】

(単位:千円、%)

工程	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)	
	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比	事業所数	構成比
溶 接	4	5.5%	4	4.9%	4	5.3%	3	3.9%
研 磨	11	15.1%	14	17.1%	13	17.3%	15	19.7%
彫 金	12	16.4%	16	19.5%	16	21.3%	14	18.4%
着 色	33	45.2%	36	43.9%	31	41.3%	31	40.8%
仕 上	13	17.8%	12	14.6%	11	14.7%	13	17.1%
計	73	100.0%	82	100.0%	75	100.0%	76	100.0%

高岡の銅器・鉄器

【事業所数と従事者数】

○問屋

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	44	47	56	59	61	93.6
従事者数(人)	327	335	517	564	555	97.6

○鋳造

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	43	46	50	60	67	93.5
従事者数(人)	484	447	445	483	617	108.3

	うち鉄器を扱う事業所	左のうち鉄器のみ
事業所数(社)	5	2
従事者数(人)	18	3

○溶接

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	4	4	4	3	4	100.0
従事者数(人)	5	4	4	3	4	125.0

○研磨

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	11	14	13	15	17	78.6
従事者数(人)	25	26	27	35	33	96.2

○彫金

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	12	16	16	14	18	75.0
従事者数(人)	15	22	26	20	23	68.2

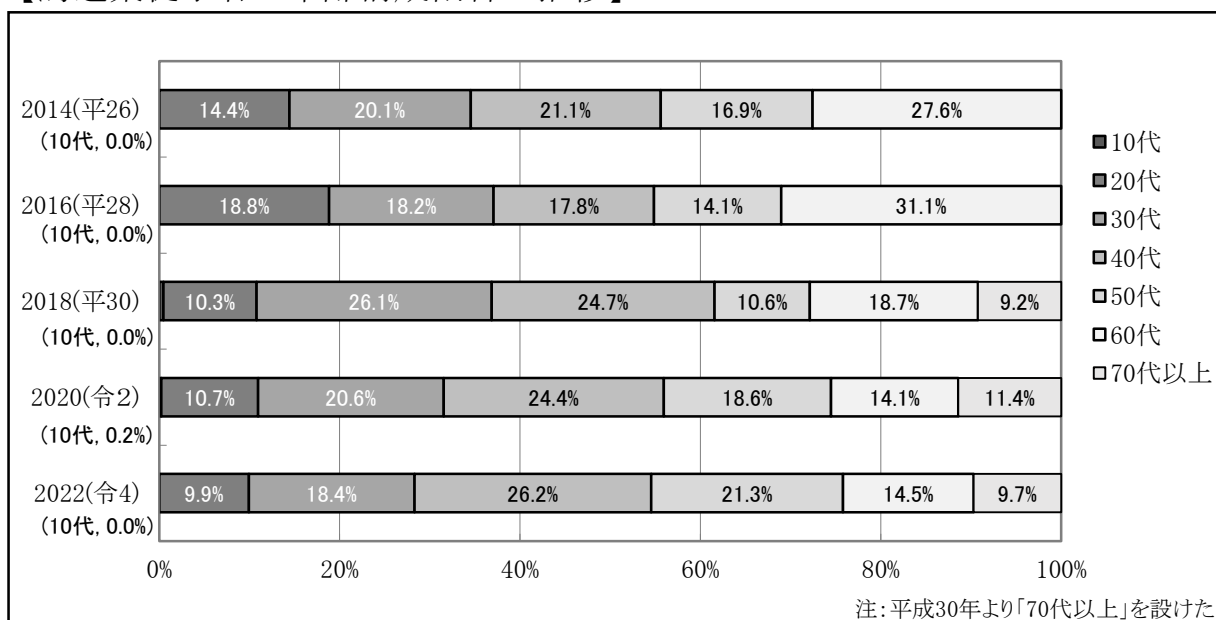
○着色

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	33	36	31	31	36	91.7
従事者数(人)	108	119	108	105	107	90.8

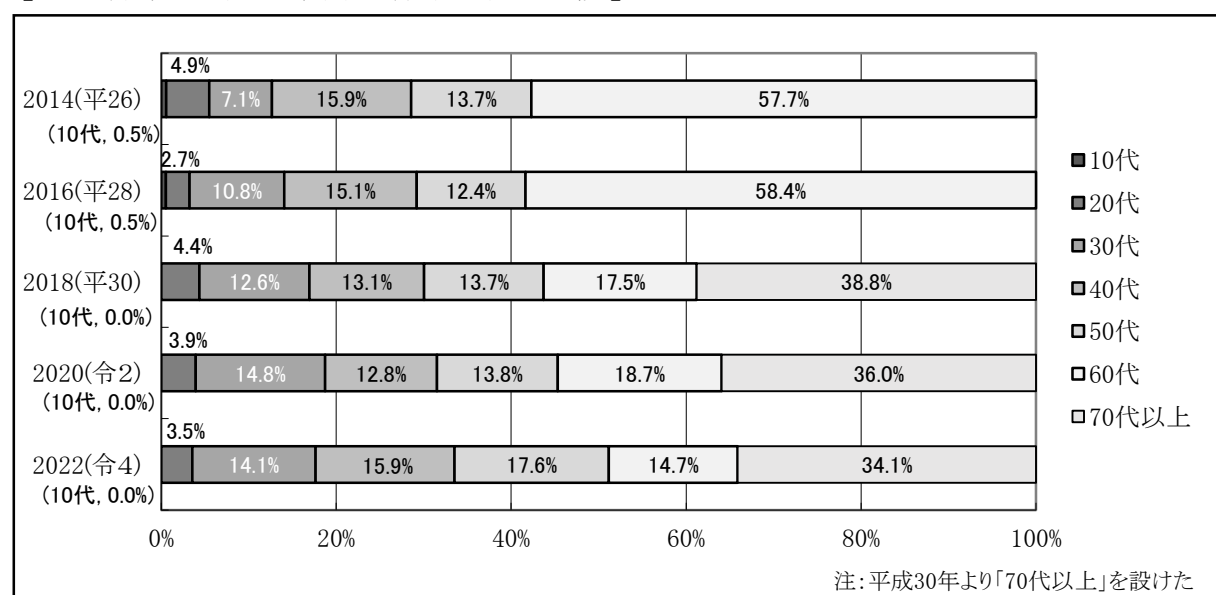
○仕上

	2022(令4)	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	前回比(%)
事業所数(社)	13	12	11	13	9	108.3
従事者数(人)	25	32	18	22	15	78.1

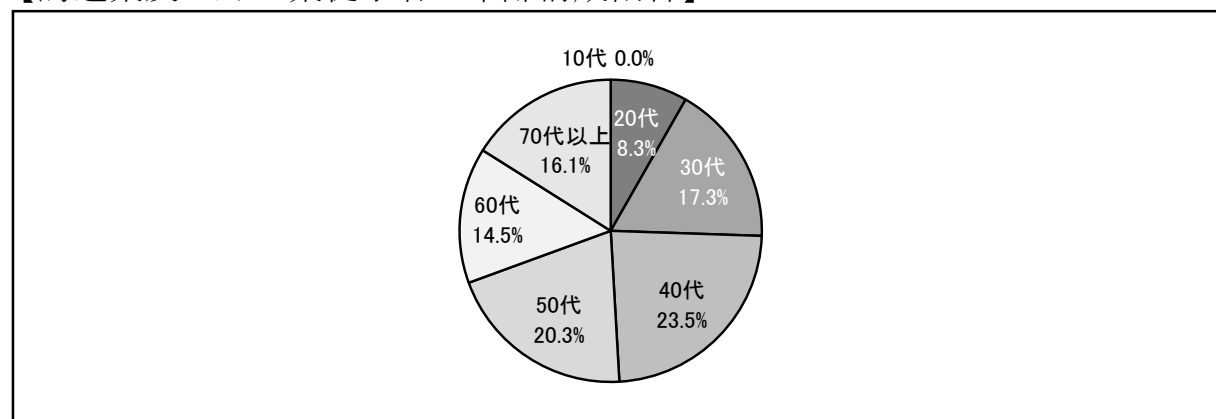
【鑄造業従事者の年齢構成割合の推移】



【加工業従事者の年齢構成割合の推移】

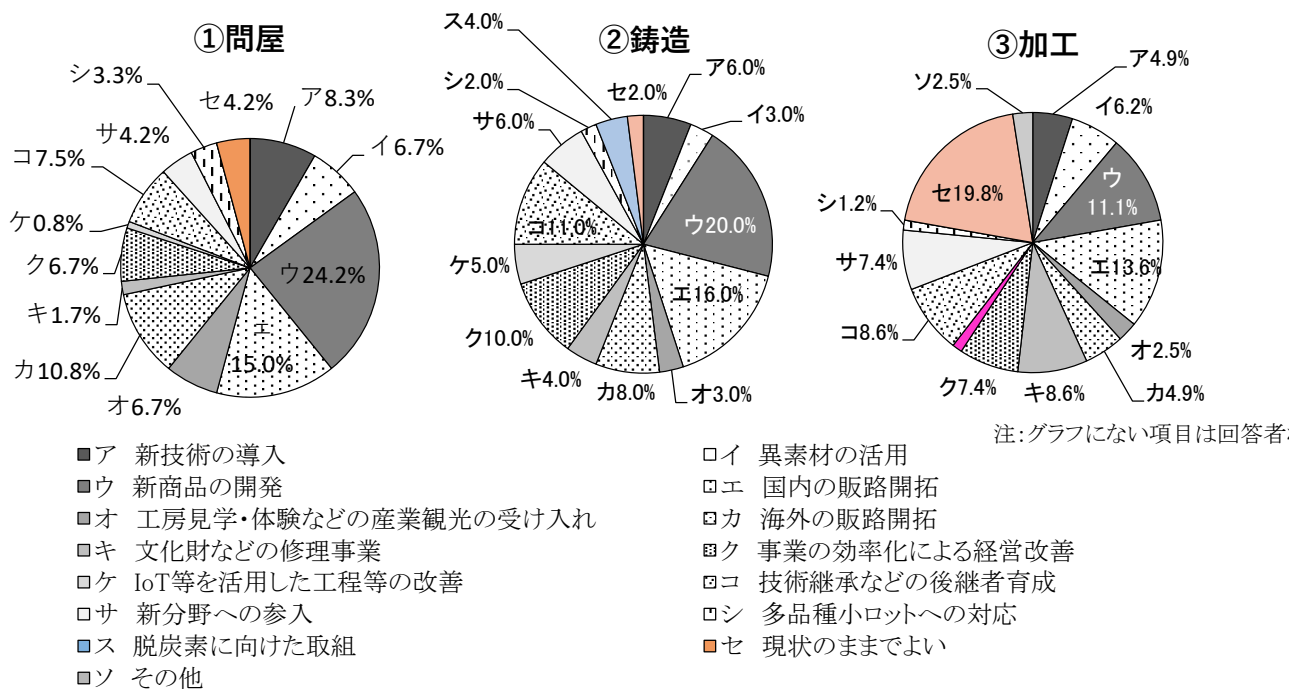


【鑄造業及び加工業従事者の年齢構成割合】



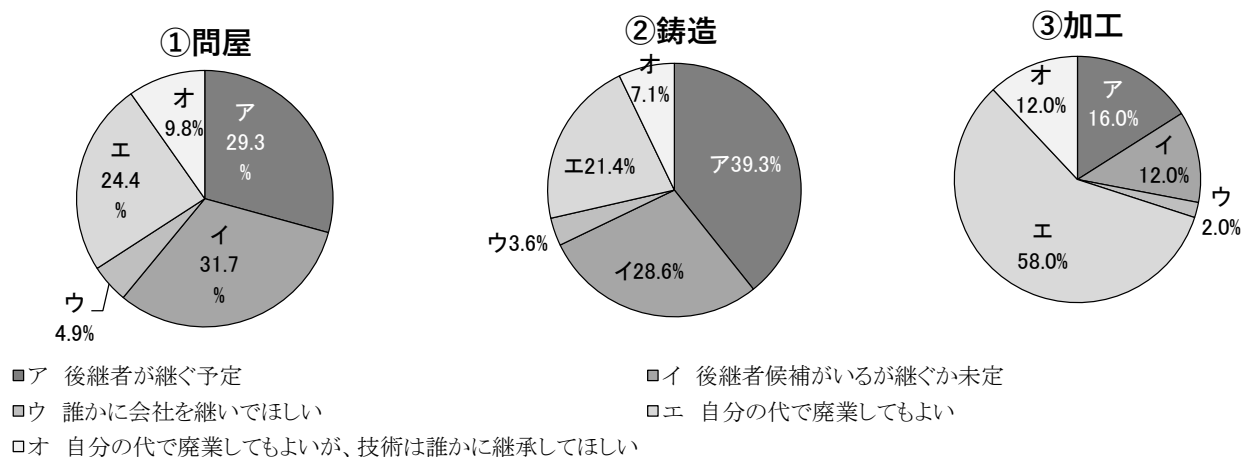
【意識調査について】

1 今後の方向性



問屋、鋳造共に、「新商品の開発(24.2%、20.0%)」、「国内の販路開拓(15.0%、16.0%)」が大きな割合を占めており、現在の生活スタイルに適応した商品の開発や新たな販売先の確保に関心が高まっていると推察される。加工は、「既存のままでよい(19.8%)」との回答が最も高いが、年々その割合は減少し、「国内の販路開拓」が増加するなど傾向に変化がみられる。

2 後継者について



問屋と鋳造は、「後継者が継ぐ予定(29.3%、39.3%)」、「後継者候補がいるが継ぐか未定(31.7%、28.6%)」が過半数を占めるのに対し、加工は「自分の代で廃業してもよい(58.0%)」が過半数を占めた。高岡銅器の製造工程を支える加工事業者の後継者確保と育成が求められる。

高岡の漆器

【産地の特色】

高岡漆器は、加賀前田家二代目当主、前田利長公の産業振興策のひとつとして始まった。当初は、^{たんす}箆笥、^{ながもち}長持、^{はりばこ}針箱、^{ぜん}膳などの生活用品や家具が主であったが、その後明和年間（1764～1772）に中国風の様式が取り入れられ、明治初期までに現在の高岡漆器の特徴である「^{ちようこくぬり}彫刻塗」「^{ゆうすけぬり}勇助塗」「^{あおがいぬり}青貝塗」の3技法が確立され、産地の名声を内外に高めることとなった。

これらの技は歴代の名工によって伝えられ、多くの名作が作られるとともに、国の重要有形・無形民俗文化財に指定されている高岡御車山^{みくるまやま}に凝縮されており、高岡の文化として今日に継承されている。昭和50年9月に伝統的工芸品として国の産地指定を受けている。

産地の特徴としては、高岡銅器と同様に工程別の分業体制が確立されており、事業所規模が小さいことが挙げられる。

【動向】

令和4年度の販売額は、約2億6千万円であり、対令和2年度比12.5%増加した。新型コロナウイルス感染症により行動制限が最も厳しかった令和2年度に対して、令和4年度は、行動制限が緩和され、経済活動も徐々に再開されたことが主な増加要因と推察される。

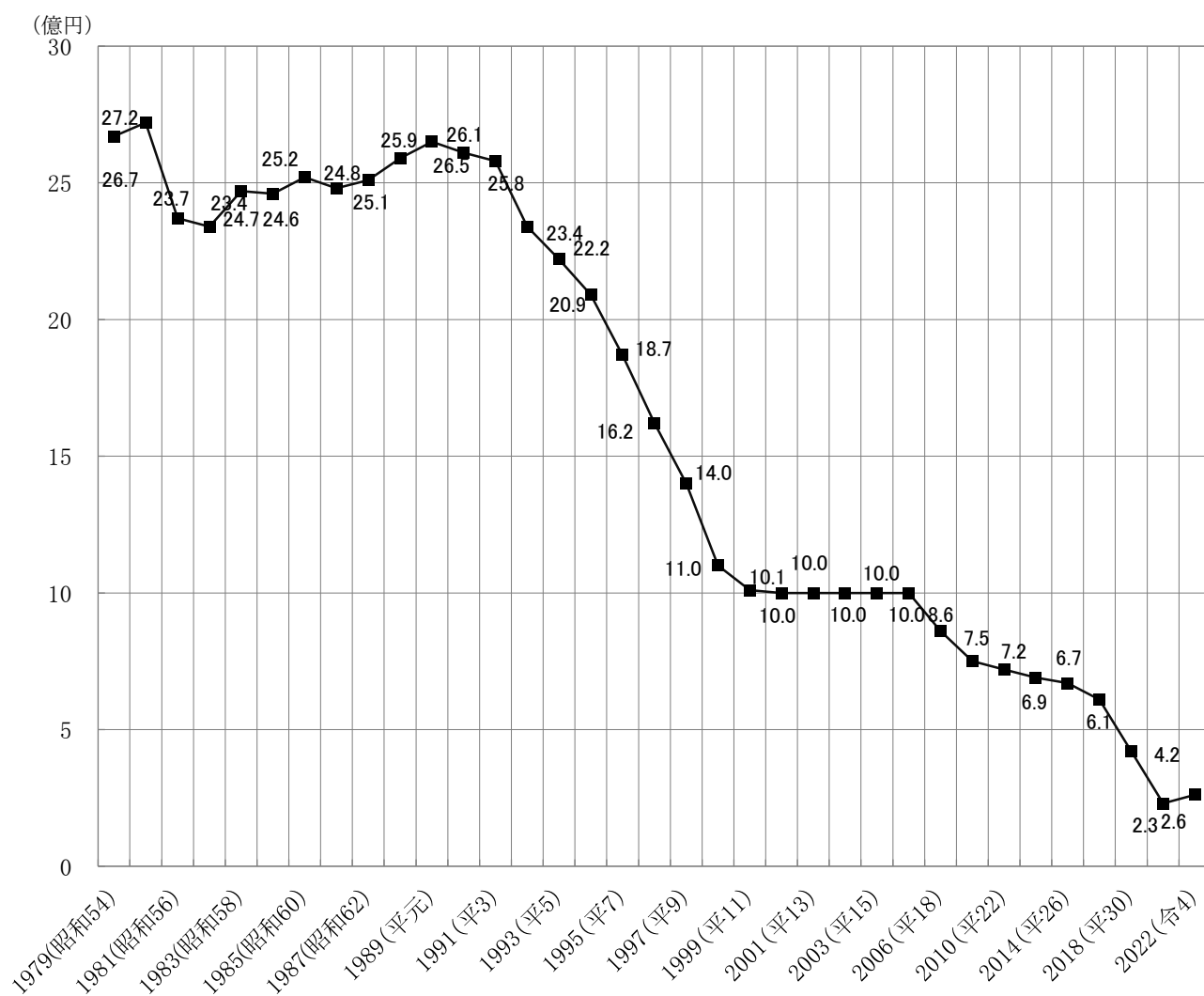
品種別の販売額の割合については、高岡漆器の伝統的製品である「盆類」や「箱類」の割合が減少傾向にある一方、「盛器、食器等」の割合が増加傾向にある。業種別の販売先割合については、小売店・デパート向けが31.2%と前回調査から24.2%増加しており、このことから経済活動が徐々に再開していることが推察できる。加工業従事者数を年齢構成別に見ると、60歳以上の割合が全体の60%以上を占めている。また後継者候補がいない事業者の割合も7割を超えており、後継者の確保と技術継承が大きな課題となっている。

このような状況のもと、行政や伝統工芸高岡漆器協同組合等関係機関が連携し、次世代へ高岡漆器の伝統の技と魅力を伝えるための各種事業を進めている。

高岡の漆器

【販売額の推移】(単位:千円、%)

年	販売額	前回比
2014(平26)	670,871	-
2016(平28)	618,313	92.2
2018(平30)	416,116	67.3
2020(令2)	232,553	55.9
2022(令4)	261,593	112.5



高岡の漆器

【品種別販売額及び割合の推移】

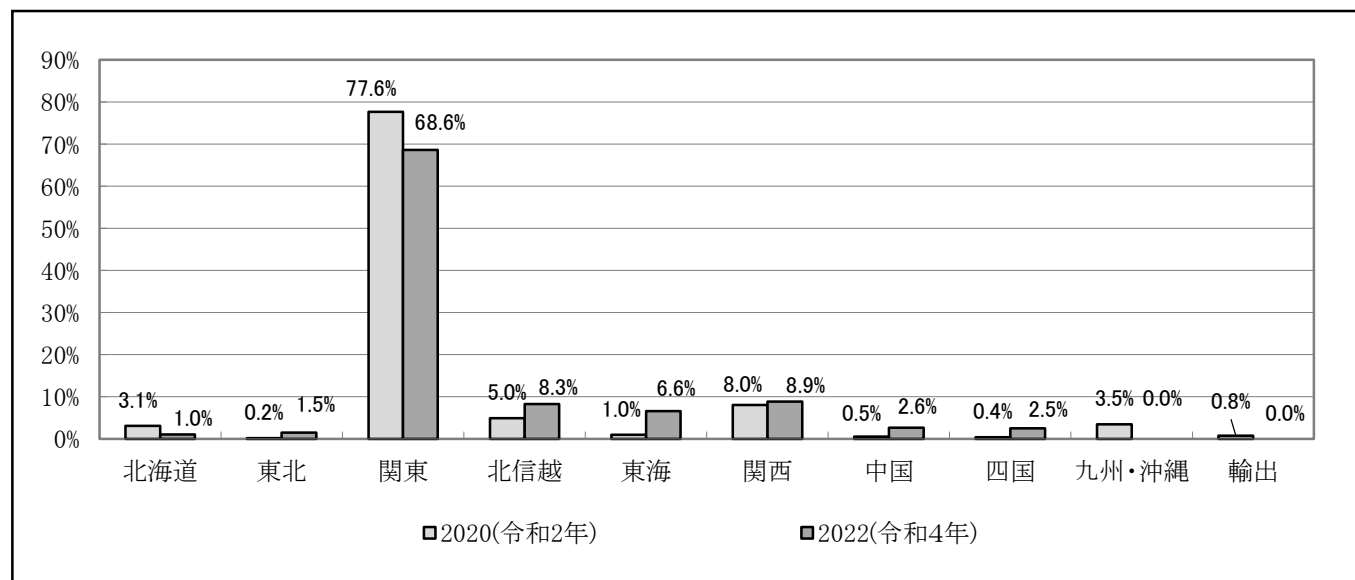
(単位:千円)

品種	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
盆・膳類	32,586	12.5%	40,882	17.6%	82,561	19.8%	139,429	22.5%	235,238	35.1%
箱 類	28,679	11.0%	32,064	13.8%	56,107	13.5%	75,300	12.2%	53,212	7.9%
室内調度品	9,371	3.6%	16,557	7.1%	45,377	10.9%	68,247	11.0%	61,523	9.2%
茶 道 具	9,371	3.6%	15,273	6.6%	10,332	2.5%	14,362	2.3%	21,822	3.3%
盛器・食器等	37,146	14.2%	21,185	9.1%	-	-	-	-	-	-
そ の 他	144,440	55.2%	106,591	45.8%	221,738	53.3%	320,975	51.9%	299,076	44.6%
計	261,593	100.0%	232,553	100.0%	416,116	100.0%	618,313	100.0%	670,871	100.0%

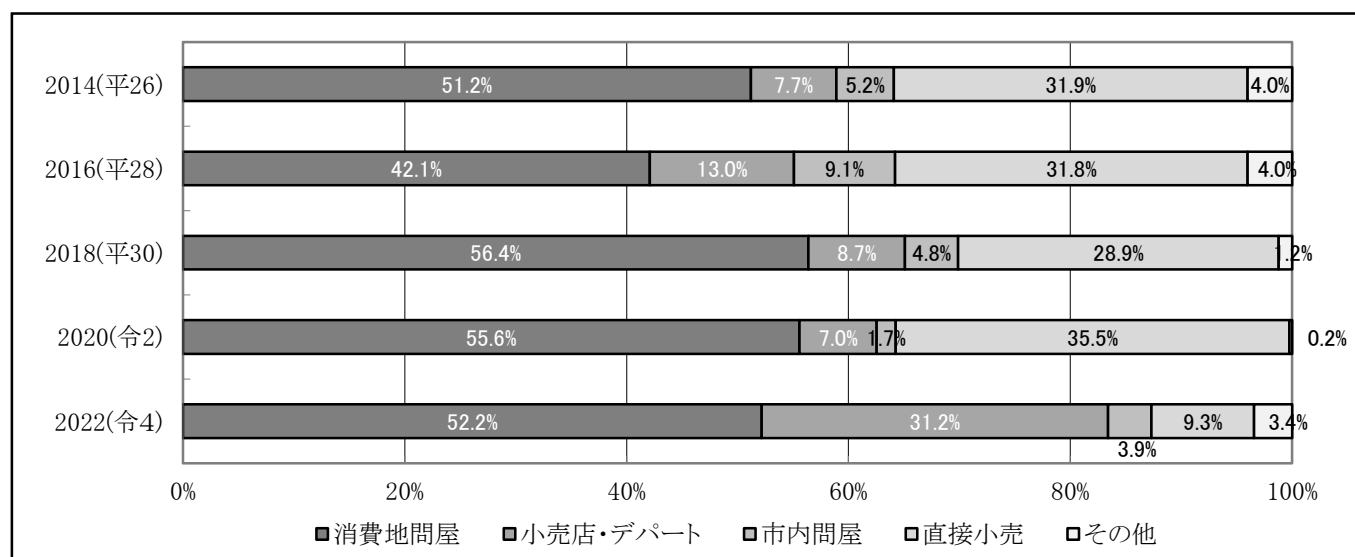
※盛器・食器等…盛器、食器、酒器(平成30年以前はその他に含む)

※その他…アクセサリ、産業観光、修理修復、日用品等

【地域別販売割合】



【販売先の業種別割合の推移】

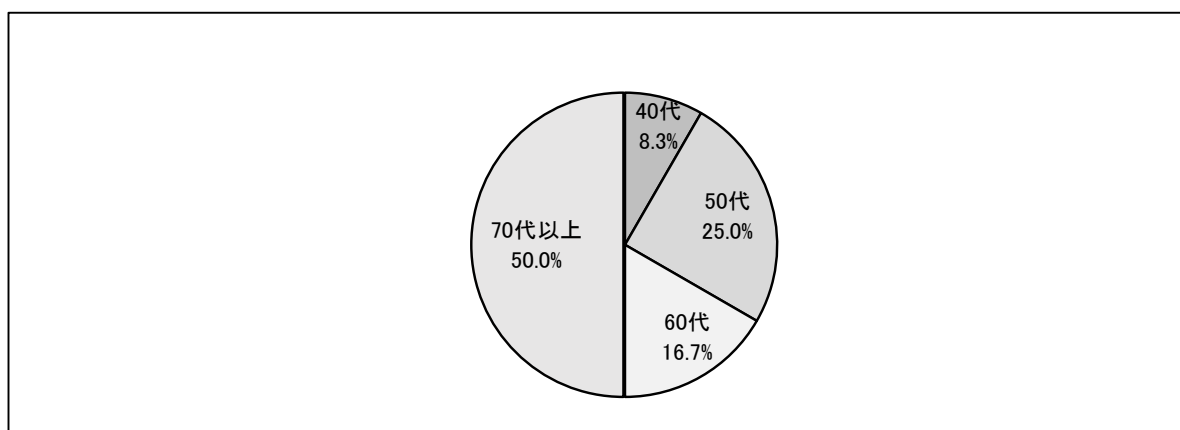


高岡の漆器

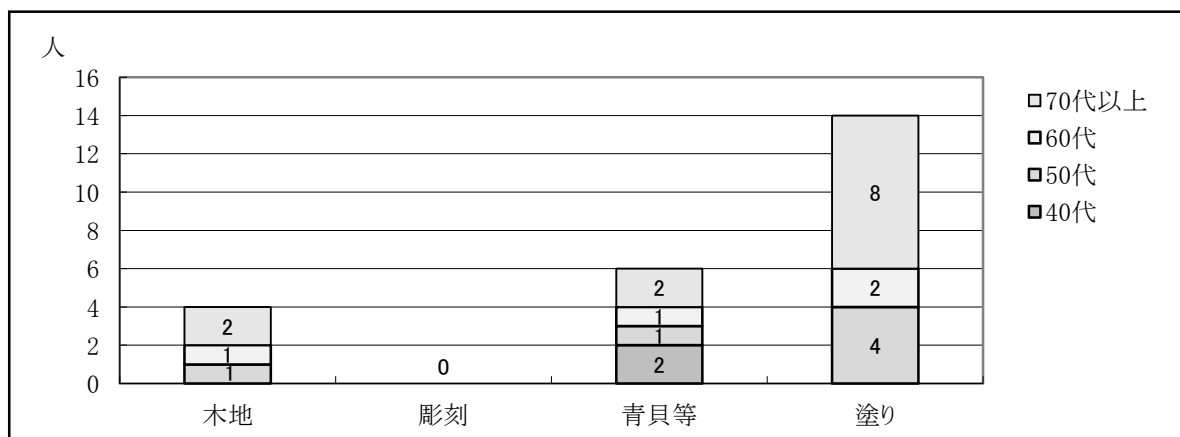
【事業所数と従事者数】

業種		2022(令和4年)		2020(令和2年)		前回比(%)	
		事業所数	従事者数	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数
問屋		8	40	8	40	100.0	100.0
加工	木 地	2	4	2	4	100.0	100.0
	彫 刻	0	0	0	0	-	-
	青 貝 等	2	6	2	5	100.0	120.0
	塗 り	9	14	8	12	112.5	116.7
計		21	64	20	61	105.0	104.9

【加工従事者の年齢構成割合】



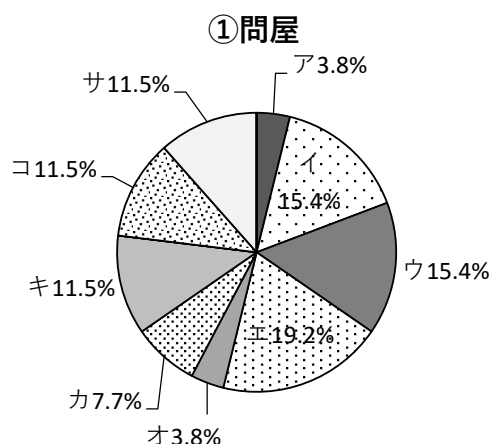
【加工従事者の年齢構成(製法別の内訳)】



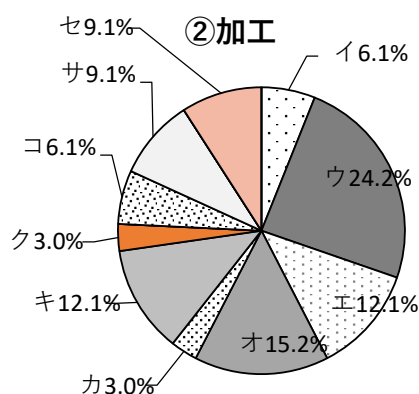
高岡の漆器

【意識調査について】

1 今後の方向性



- ア 新技術の導入
- ウ 新商品の開発
- オ 工房見学・体験などの産業観光の受け入れ
- キ 文化財などの修理事業
- ケ IoT等を活用した工程等の改善
- サ 新分野への参入
- ス 脱炭素に向けた取組
- ソ その他

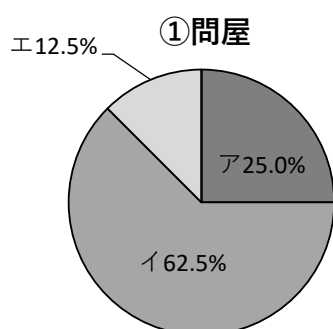


- イ 異素材の活用
- エ 国内の販路開拓
- カ 海外の販路開拓
- ク 事業の効率化による経営改善
- コ 技術継承などの後継者育成
- シ 多品種小ロットへの対応
- セ 現状のままでよい

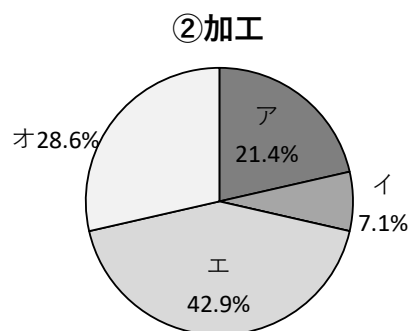
注：グラフにない項目は回答者なし

問屋は「国内の販路開拓(19.2%)」が最も高く、次に「異素材の活用(15.4%)」、「新商品の開発(15.4%)」と続いている。加工では「新商品の開発(24.2%)」が最も高く、「工房見学・体験などの産業観光の受け入れ(15.2%)」が続いている。問屋、加工それぞれの事業内容によって求める方向性に若干の違いはあるが、これまでの伝統的な技術を活かしつつ、新たな挑戦への意識が高まっている。

2 後継者について



- ア 後継者または後継者候補がいて、このまま仕事を継ぐ予定
- イ 後継者候補はいるが、このまま仕事を継ぐか未定
- ウ 後継者候補はいないが、誰かに会社を継いでほしい
- エ 後継者候補はいないので、自分の代で廃業してもよい
- オ 後継者候補はいないので、自分の代で廃業してもよいが、事業、技術は誰かに継承してほしい



注：グラフにない項目は回答者なし

問屋は、「後継者が継ぐ予定(25.0%)」、「後継者候補がいるが継ぐか未定(62.5%)」が大部分を占めるのに対し、加工は「自分の代で廃業してもよい(42.9%)」が大部分を占めている。高岡漆器の製作工程を支える職人の後継者確保と育成が求められる。

高岡のアルミニウム

【産地の特色】

高岡のアルミニウム産業は、本市の伝統産業である銅器・鉄器の鋳物技術をもとに、昭和初期に鍋・釜などの日用品を製造し、近県及び中京方面に出荷したのが始まりである。戦後の経済復興と日本経済の成長からアルミ需要が拡大し、本市では豊富で低廉な電力と水を背景に、アルミ業界は急成長を遂げた。

現在は、住宅用・ビル用建材を中心に、エクステリア製品、家庭用厨房品、機械車両部品などの生産に加え、スクラップ材の回収・分別や2次合金メーカーなどの循環型アルミ産業に関わる企業が集積している。中でもアルミ建材分野においては、本市の中核的産業を成すとともに、全国的な生産規模を誇り、富山県におけるリーディング産業の地位を確立している。

また、富山大学が高岡キャンパスに軽金属材料共同研究棟を整備・開所したほか、富山循環経済モデル創成にむけた産学官民共創拠点と銘打ち、リサイクルアルミの研究に取り組んでおり、高岡を中心に県内全域において産学官連携によるアルミニウム分野の研究開発の機運が高まりつつある。

【動向】

令和4年度のアルミニウム製品の出荷額は、約3,906億で対令和2年度比22.4%の増加となった。内訳としては「ビル用建材」が約793億で対令和2年度比30.7%上昇、「住宅用建材」が約785億で対令和2年度比16.9%増加、「エクステリア」は約755億円で対令和2年度比39.8%増加した。令和4年度は、行動制限が緩和され、経済活動も徐々に再開されたことや昨今の物価高の影響が売上高を押し上げたものと推察される。

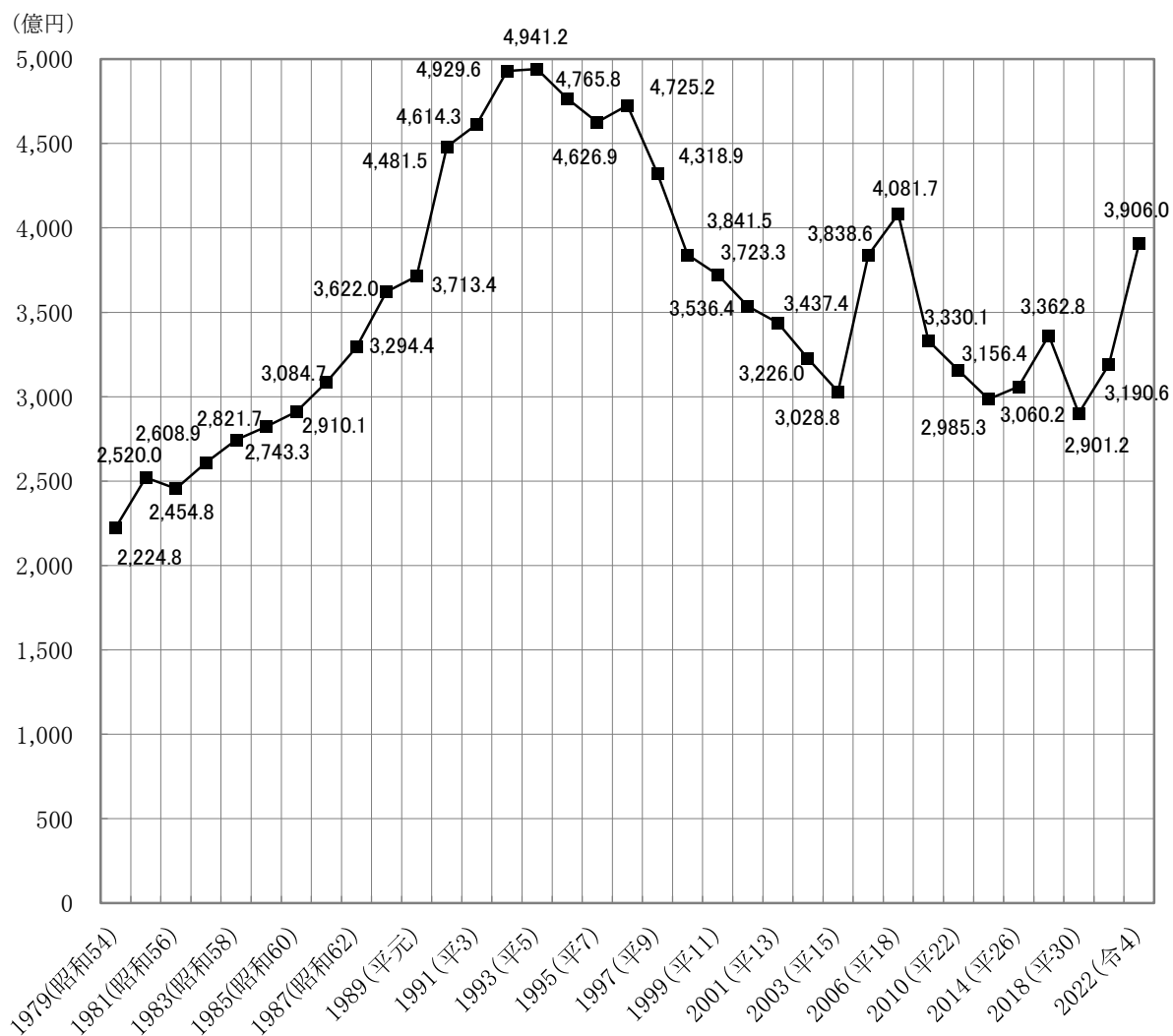
材料工学の進展によって様々なアルミニウム合金の材料開発やレーザ加工・接合などの新技術開発が進み、従来の建材中心のアルミ需要のみならず、自動車や産業機械・インフラ構造材・医療機器等の需要が創出され、非建材分野の構成割合が増加したものと考えられる。

また、これからはカーボンニュートラルの実現に向け、電気の缶詰とも称されるアルミニウムの脱炭素化が喫緊の課題となっており、より一層、アルミニウムのリサイクルが重要視されることが予想される。

高岡のアルミニウム

【出荷額の推移】(単位:億円、%)

年	出荷額	前回比
2014(平26)	3,060.2	—
2016(平28)	3,362.8	109.9
2018(平30)	2,901.2	86.3
2020(令2)	3,190.6	110.0
2022(令4)	3,906.0	122.4



高岡のアルミニウム

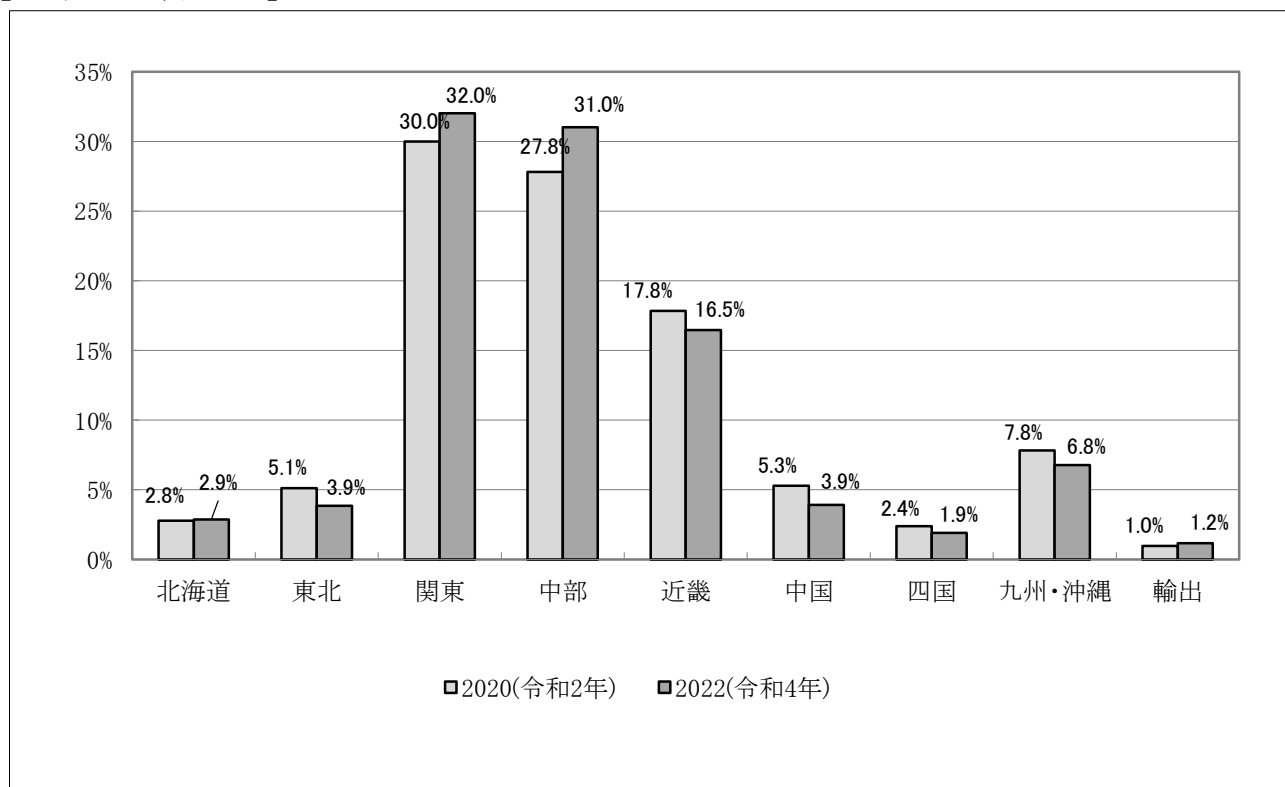
【品種別出荷額及び割合の推移】

(単位:千円)

品 種	2022(令和4年)		2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)	
	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比	出荷額	構成比
ビル用建材	79,374,416	20.3%	60,725,076	19.0%	66,249,725	22.8%	69,959,943	20.8%	74,530,792	24.4%
住宅用建材	78,509,671	20.1%	67,156,842	21.0%	66,346,360	22.9%	81,086,889	24.1%	81,468,039	26.6%
エクステリア	75,507,216	19.3%	54,009,057	16.9%	59,983,637	20.7%	54,490,326	16.2%	54,847,097	17.9%
日用・厨房品	2,563,519	0.7%	2,566,115	0.8%	4,715,253	1.6%	4,717,258	1.4%	3,924,916	1.3%
自動車・鉄道関連	57,549,188	14.7%	—	—	—	—	—	—	—	—
機械部品	534,971	0.1%	—	—	—	—	—	—	—	—
そ の 他	96,562,739	24.7%	134,599,682	42.2%	92,828,023	32.0%	126,028,328	37.5%	91,252,049	29.8%
計	390,601,720	100.0%	319,056,773	100.0%	290,122,998	100.0%	336,282,744	100.0%	306,022,893	100.0%

※令和4年調査から自動車・鉄道関連、機械部品を追加(令和2年以前はその他に含む。)

【地域別出荷割合】



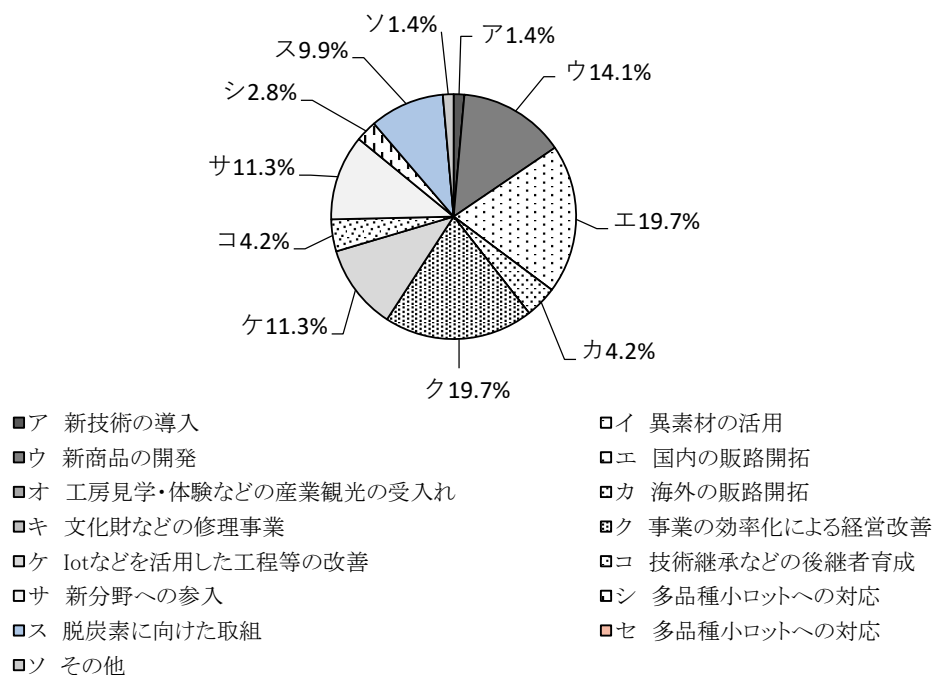
【事業所数と従事者数】

項目	2022(令和4)	前年対比	2020(令和2)	前年対比	2018(平成30)	前年対比	2016(平成28)	前年対比
事業所数	24	100%	24	86%	28	112.0%	25	—
従事者数	8,104	95%	8,503	99%	8,571	101.5%	8,444	—

高岡のアルミニウム

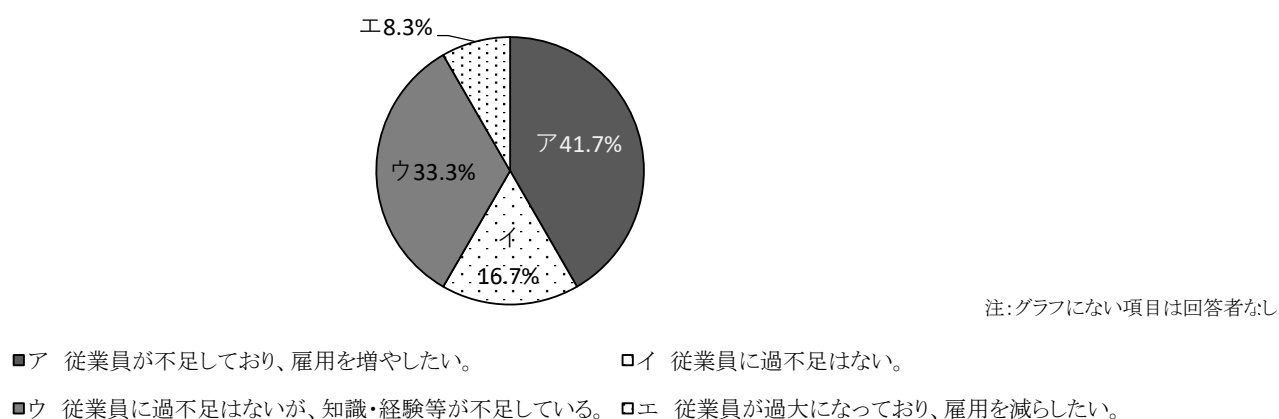
【意識調査について】

1 今後の方向性



結果としては、「国内の販路開拓(19.7%)」、「事業の効率化による経営改善(19.7%)」が最多となり、「新商品の開発(14.1%)」が続いた。アルミニウム産業は、事業所あたりの規模が比較的大きく、事業の効率化は常に優先順位の高い経営課題と思われる。また、今回の調査で「脱炭素に向けた取組」を設けたところ、10%弱の回答があった。事業者においても、今後脱炭素に向けた取組が加速していくことを期待したい。

2 従業員の雇用実態(過不足感)について



結果としては、従業員に過不足はない(「従業員に過不足はない(16.7%)と「従業員に過不足はないが、知識・経験等が不足している(33.3%)」の合計)と答えた企業が半数を占めたが、「従業員が不足しており、雇用を増やしたい(41.7%)」と答えた企業も4割以上あった。本市の基幹産業のアルミニウム産業でも、昨今の人手不足の状況が読み取れる。

高岡の仏壇

【産地の特色】

高岡の仏壇は、慶長年間に指物師・大場庄左衛門が高岡に移り住み、家具に漆塗装を行ったとする記録があることから、このころが高岡における仏壇製造の始まりとされている。その後、天保年間（1830～1844）に仏壇塗師・高森重次郎の活躍等により、現在の高岡仏壇の基礎が確立されたものと考えられている。

高岡は仏教への信仰心が篤い地域であり、当産地では江戸時代から現代まで、仏壇産業が持続的に発展してきた。

伝統的な高岡仏壇は、材料として柱にクサマキ（青森ヒバ）材を、板にイチヨウ材を使用する。また、高岡銅器の彫金ちようきんの技術を受け継ぎ、装飾性に優れた金具の使用箇所が多いことも特徴である。さらに、彫刻を多く用い、金箔が仏壇内部の全面に箔押しされた、荘厳かつ華やかな金仏壇が主流である。

また、伝統的な漆塗りの技術を継承し、蒔絵や組子まきえ くみこを手掛ける職人も製造に携わるなど、高岡の漆工、木工、金工の技術の粋を集めた総合芸術ともいえるものである。

平成 25 年に富山県伝統的工芸品の指定を受けている。

※本稿では高岡以外の産地で生産されたものであっても、伝統的な高岡仏壇の様式に則って製作された高岡型仏壇も含めて「高岡仏壇」と呼称している。

【動向】

令和 4 年度の販売額は、約 9 億 1 千万円であり、対令和 2 年度比 16.3%増加している。令和 4 年度は、新型コロナウイルス感染症による行動制限が緩和され、経済活動も徐々に再開されたことが主な増加要因と推察される。

地域別の販売先割合は、高岡市内が 25.7%であり、高岡市内を含め富山県内で 89%を占めた。

品種別販売割合を見ると、「高岡仏壇」が 5.7%、「その他の金仏壇」が 15.3%、「唐木仏壇」が 5.5%、「家具調仏壇」が 18.0%、修繕等その他で 55.6%を占めている。昨今の生活スタイルや住宅様式の変化により、新規の仏壇の販売数は減少傾向にあり、購入されても相対的に安価な「家具調仏壇」が選ばれる傾向にあると思われる。

伝統的な高岡仏壇は、修理を重ねながら世代を越えて受け継がれるものとされてきたが、今後は現代の住宅様式に適応したデザインの新商品開発や、寺院建築に係る修復等、新たな需要開拓も必要であると考えられる。

高岡の仏壇

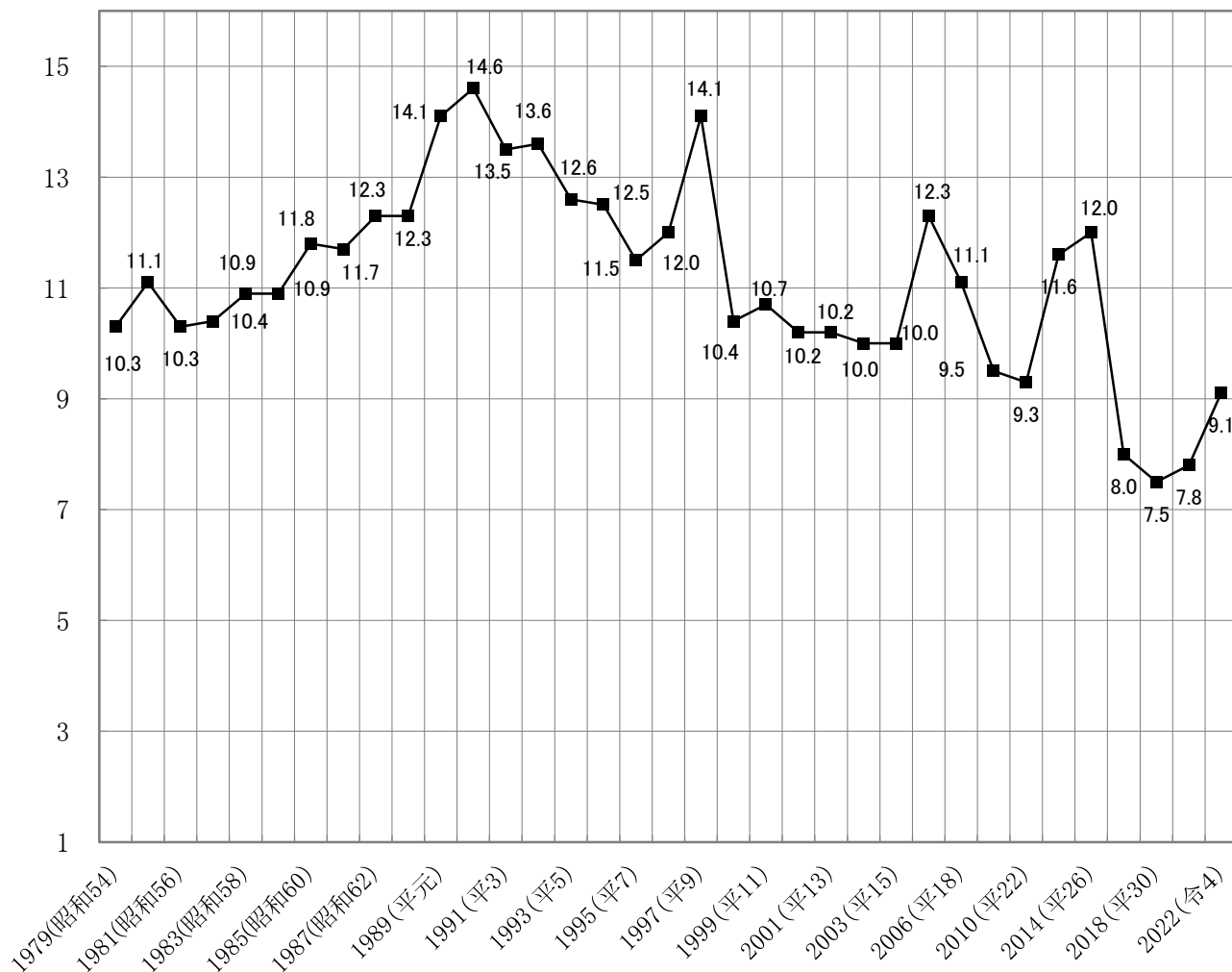
【販売額の推移】(単位:千円、%)

年	販売額	前回比
2014(平26)	1,203,995	—
2016(平28)	801,427	66.6
2018(平30)	750,699	93.7
2020(令2)	783,260	104.3
2022(令4)	911,075	116.3

【品種別販売額】(単位:千円、%)

品種	2022(令4)	構成比
高岡仏壇	51,500	5.7
その他金仏壇	139,143	15.3
唐木仏壇	50,438	5.5
家具調仏壇	163,809	18.0
修繕等	75,569	8.3
仏壇以外(神棚等)	430,616	47.3
計	911,075	100.0

(億円)

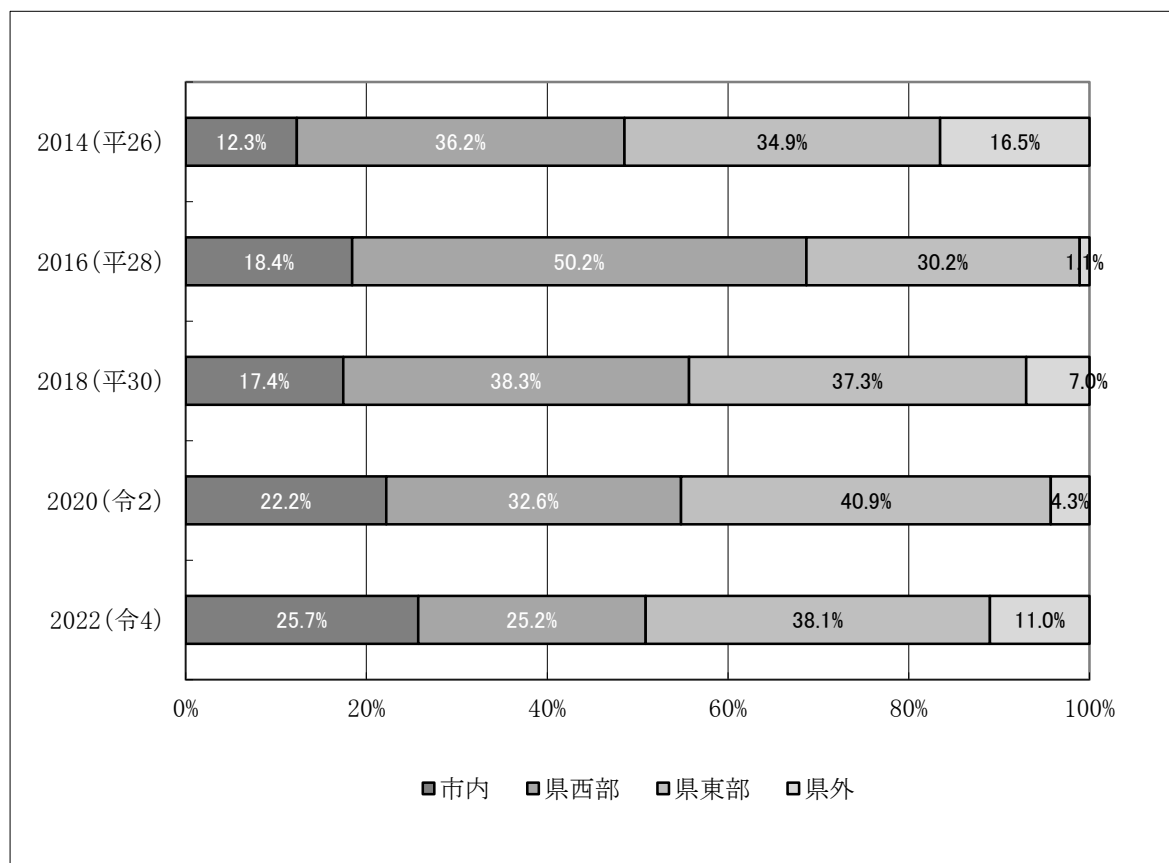


【事業所数と従事者数】

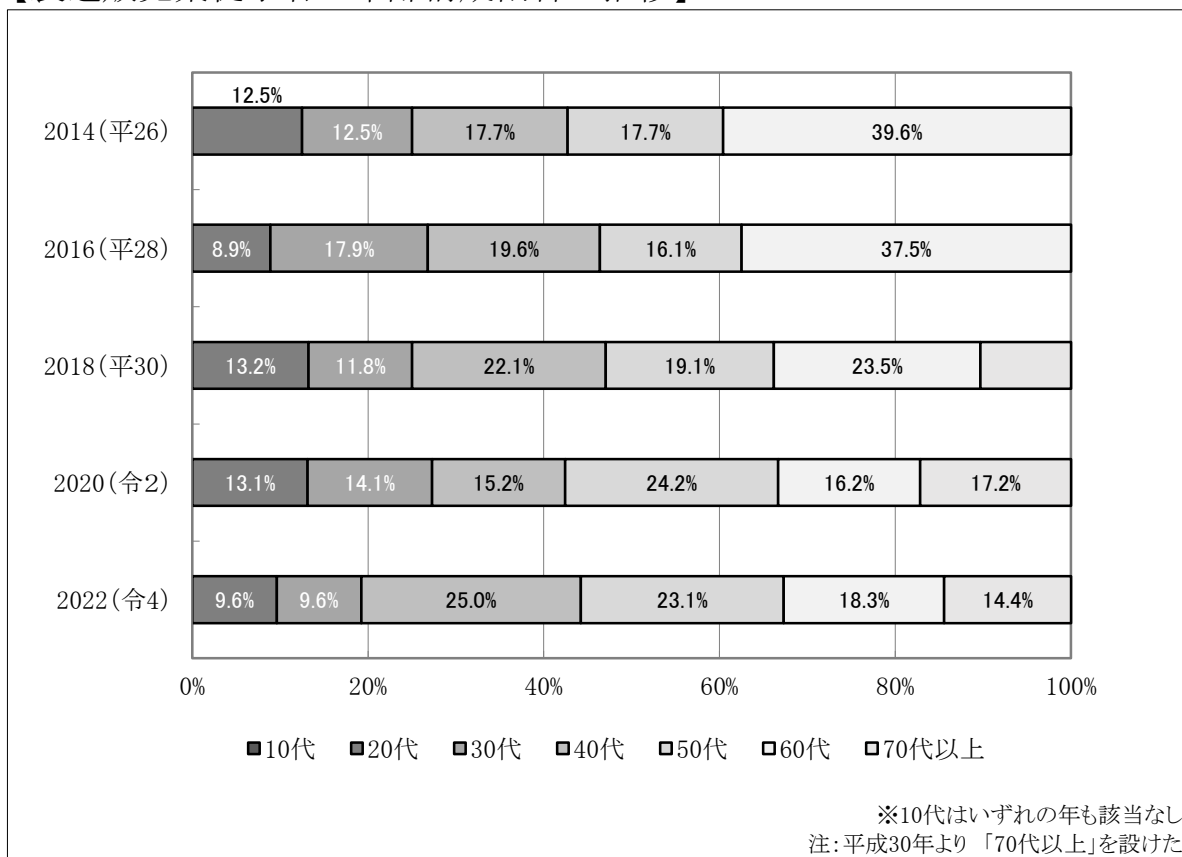
業種	2022(令和4年)		2020(令和2年)		前回比(%)	
	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数
製造販売業	11	104	13	99	84.6	105.1

高岡の仏壇

【地域別販売先割合の推移】



【製造販売業従事者の年齢構成割合の推移】



越 中 福 岡 の 菅 笠

【産地の特色】

越中福岡の菅笠は、江戸時代に加賀藩が生産を奨励し、仲介人・問屋の手で全国に流通した。

菅笠は、素材のスゲが天日干しによって脱色されることで撥水・防水・防虫・芳香などの特性を持ち、笠に仕立てれば軽いうえに両手で作業ができることから、農作業の日除け・雨除けの必需品として重宝されてきた。

江戸時代から主に農閑期の内職として生産されてきた菅笠は、男性が笠骨^{かさほね}を、女性が笠縫^{かさぬい}を担当し、工程を分担する生産体制が現在まで引き継がれている。

他の菅笠産地と比較しての特長は、原材料の栽培から製造、出荷までを一貫して行うことができる国内最大の産地であって、全国に向けて出荷している点である。

戦後の農業は、機械化により、従来の農作業様式から大きく変化した。多くの農業従事者が農業用機械を導入し、手作業が減少したこと、また安価な帽子や新素材の雨具の普及により、菅笠の需要が減少してきた。このことから、高岡市福岡地区では平成 20 年に「越中福岡の菅笠製作技術保存会」を結成し、技法を守る後継者育成活動等を行っている。また、減産が続くスゲ栽培の対策として「越中福岡スゲ生産組合」を設立して、栽培農家への支援策や新規参入者への技術指導・育成、営農組合による栽培を実施している。

平成 29 年 11 月に「越中福岡の菅笠」として、国の伝統的工芸品の産地指定を受け、関係団体の連携と産業振興のため「越中福岡の菅笠振興会」を設立。新商品開発、販路開拓、後継者育成等の活動に取り組んでいる。

近年は、富山県産業技術研究開発センター生活工學研究所との共同開発による「染めスゲ」を活用した菅笠・アクセサリー・小物等の商品化が進められている。

【動向】

令和 4 年度の販売額は約 2 千 2 百万円であり、令和 2 年度比 18.0%減少している。令和 2 年度と比較して新型コロナウイルスによる行動制限は緩和されているものの依然として販売額の回復には至っていない。

菅笠は、祭事等の衣装の用途としての需要が大きな割合を占めることから、今後各地における祭事の再開によって販売額が回復することを期待したい。

地域別の販売先割合は関東地方が 42.0%で最大割合を占めている。

また、菅笠以外の商品の比率は 6.5%であった。担い手の育成と合わせ、新商品開発や販路開拓等に、さらに取り組んでいく必要がある。

越中福岡の菅笠

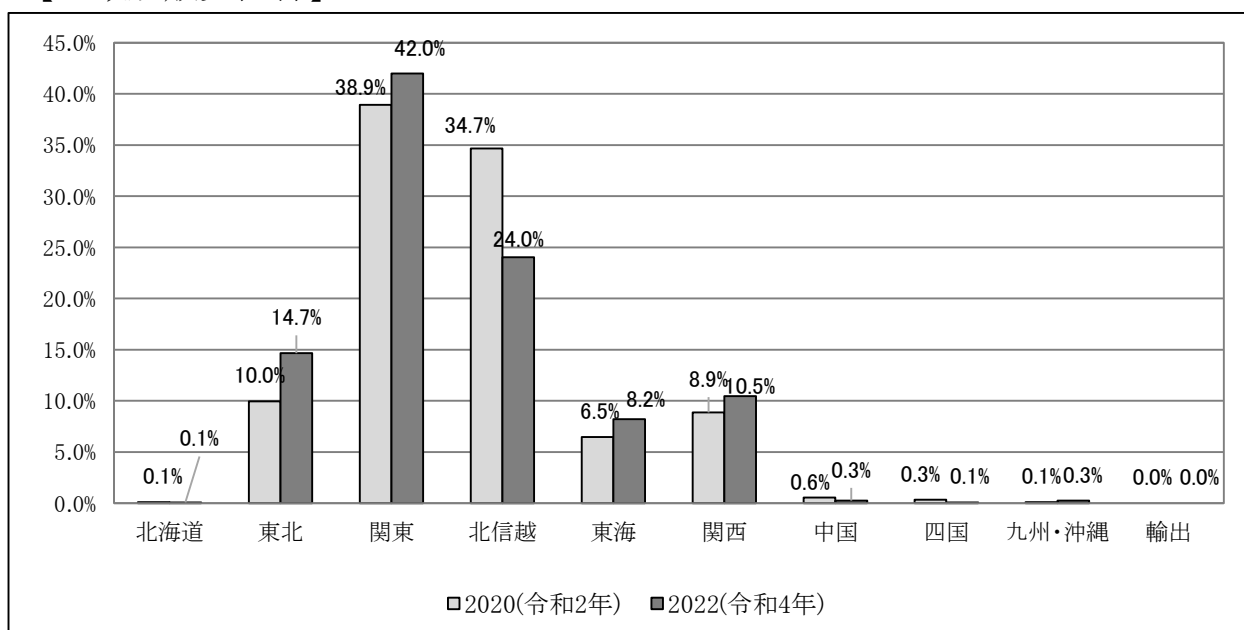
【販売額の推移】(単位:千円、%)

年	販売額	前回比
2018(平30)	50,000	-
2020(令2)	27,060	54.1
2022(令4)	22,202	82.0

【年間販売額の品種別割合】(単位:%)

品種	2022(令4)
菅 笠	93.5
笠以外の菅製品	6.5
計	100.0

【地域別販売割合】



令和 4 年度版 高岡特産産業のうごき

令和 6 年 3 月 発行

高岡市 産業振興部 産業企画課

高岡市広小路 7 番 50 号 TEL 0766-20-1285