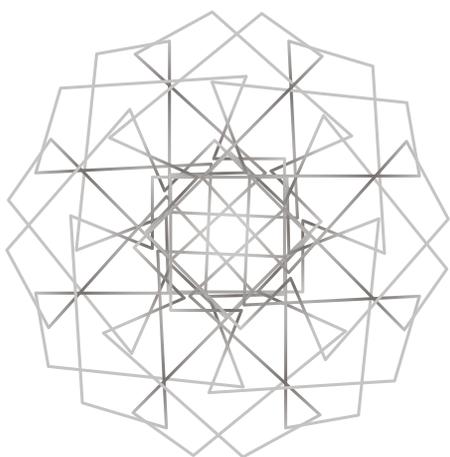
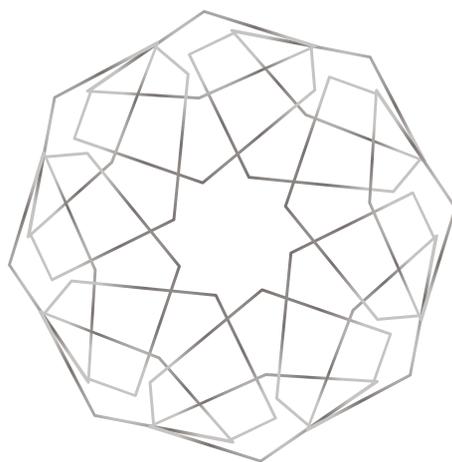
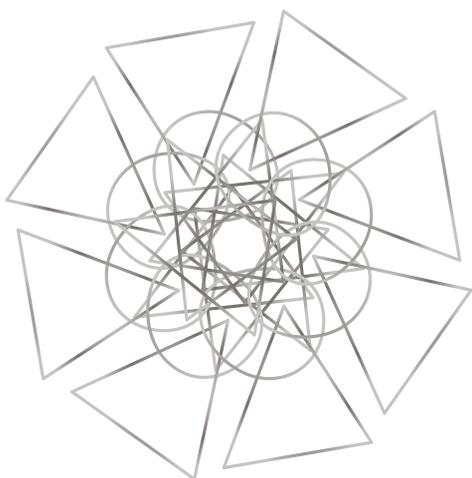


高岡 特産産業のうごき

令和 **2** 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の招聘や綿取引所の許可など、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、高岡の特産産業の生産、出荷、販売に関する動向等を、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、76.2%であった（前回(平成 30 年度)は 71.6%)。

調査対象期間は、各事業所における令和 2 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^{としなが}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 2 年度の販売額は、銅器が約 95 億 8 千万円であり、対平成 30 年度比 7.1%減少している。また、鉄器は約 1 億 8 千万円であり、対平成 30 年度比 38.1%減少している。

銅器・鉄器の合計販売額は約 97 億 8 千万円で、対平成 30 年度比 7.9%減少している。売上減少の要因として、令和 2 年初頭からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響もあると推測される。

品種別の販売額の割合について、これまで「その他」に分類していた「テーブルウェア」と「文具・日用品」の項目を新たに設けたところ、テーブルウェアの割合は 16.6%、文具・日用品の割合は 5.3%であった。特にテーブルウェアは高岡銅器の主力商品である神仏具に次ぐ割合を占めており、今後も販売割合を伸ばしていくことが見込まれる。

事業者数について、精密な造形が特長である「蠟型」が、今回調査においてゼロとなった。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。

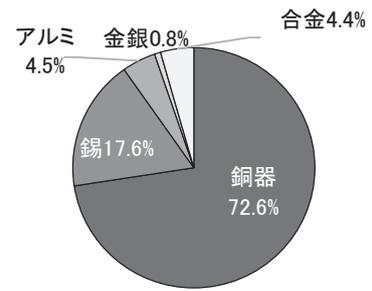
高岡の銅器・鉄器

【銅器・鉄器販売額の推移】

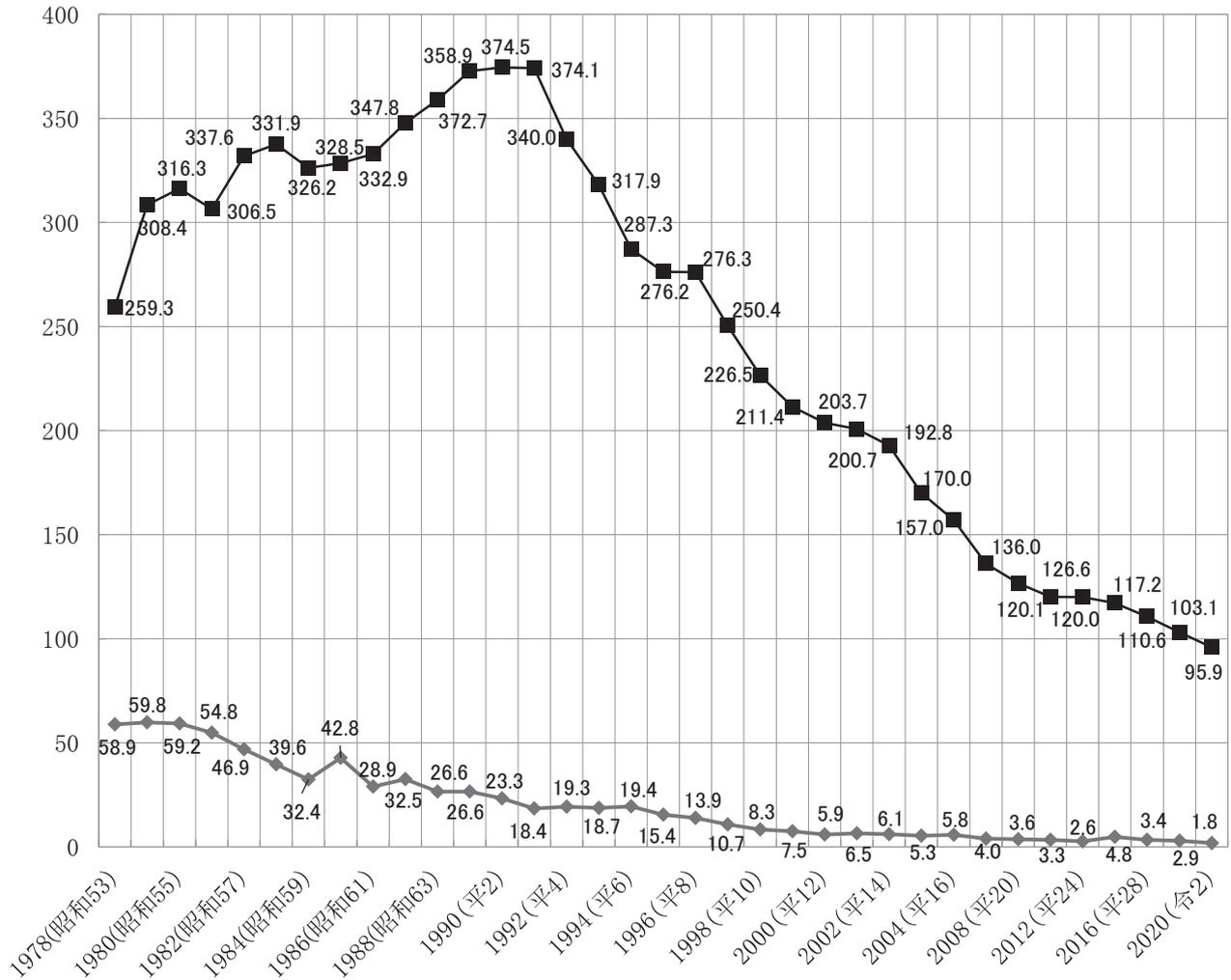
(単位:千円、%)

年	銅器(非鉄合金等含む)		鉄器	
	販売額	前年比	販売額	前年比
2012(平24)	12,000,720	-	261,688	-
2014(平26)	11,724,517	97.7	478,193	182.7
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

【銅器素材別内訳】



(億円)



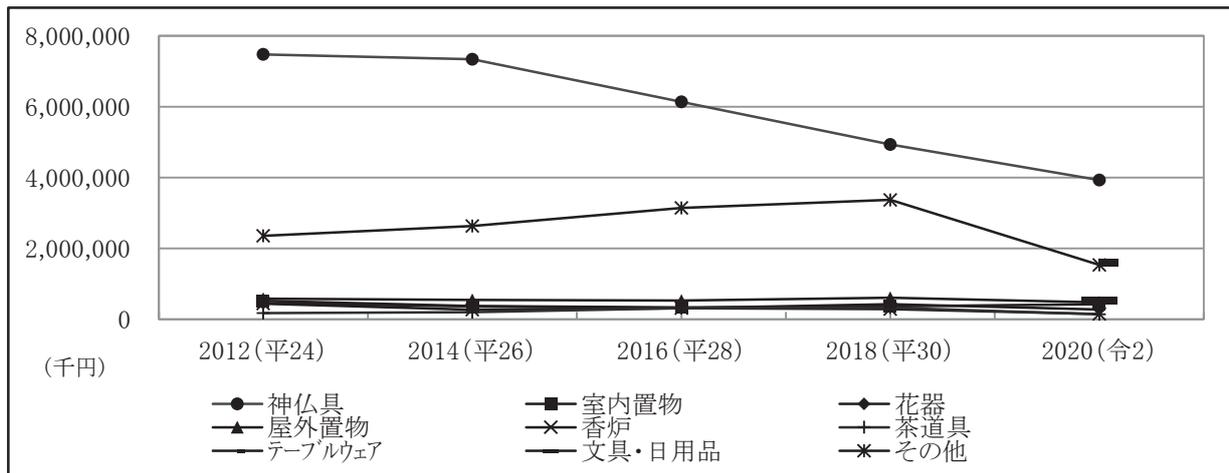
高岡の銅器・鉄器

【銅器品種別販売額】

(単位:千円、%)

品種	2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)		2012(平成24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	4,430,882	46.2	4,936,102	47.9	6,132,706	55.4	7,341,376	62.6	7,474,367	62.3
室内置物	432,174	4.5	362,968	3.5	334,982	3.0	371,719	3.2	520,669	4.3
花 器	281,615	2.9	425,418	4.1	311,387	2.8	363,139	3.1	453,658	3.8
屋外置物	481,787	5.0	607,593	5.9	530,004	4.8	546,919	4.7	579,812	4.8
香 炉	153,271	1.6	283,846	2.8	308,649	2.8	268,333	2.3	439,440	3.7
茶 道 具	141,717	1.5	327,159	3.2	312,994	2.8	197,982	1.6	175,618	1.5
テーブルウェア	1,594,592	16.6	-	-	-	-	-	-	-	-
文具・日用品	508,140	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-
そ の 他	1,561,831	16.4	3,370,668	32.6	3,138,962	28.4	2,635,049	22.5	2,357,156	19.6
計	9,586,009	100.0	10,313,755	100.0	11,069,684	100.0	11,724,517	100.0	12,000,720	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)

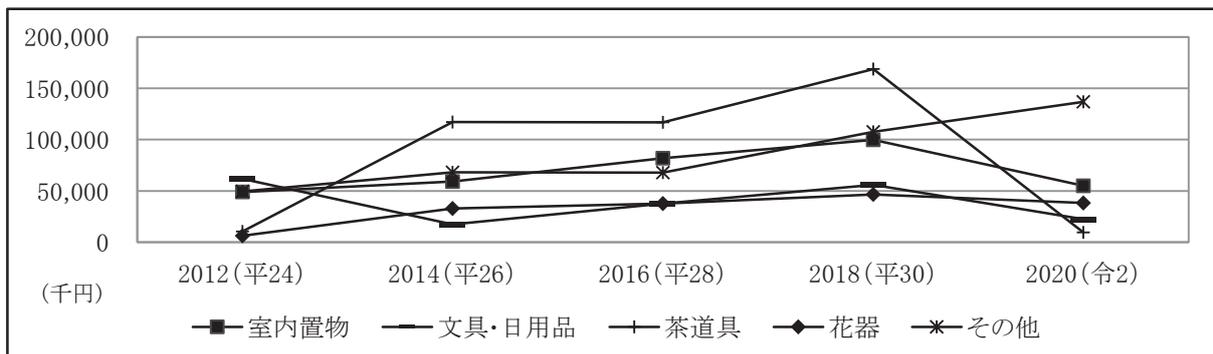


【鉄器品種別販売額】

(単位:千円、%)

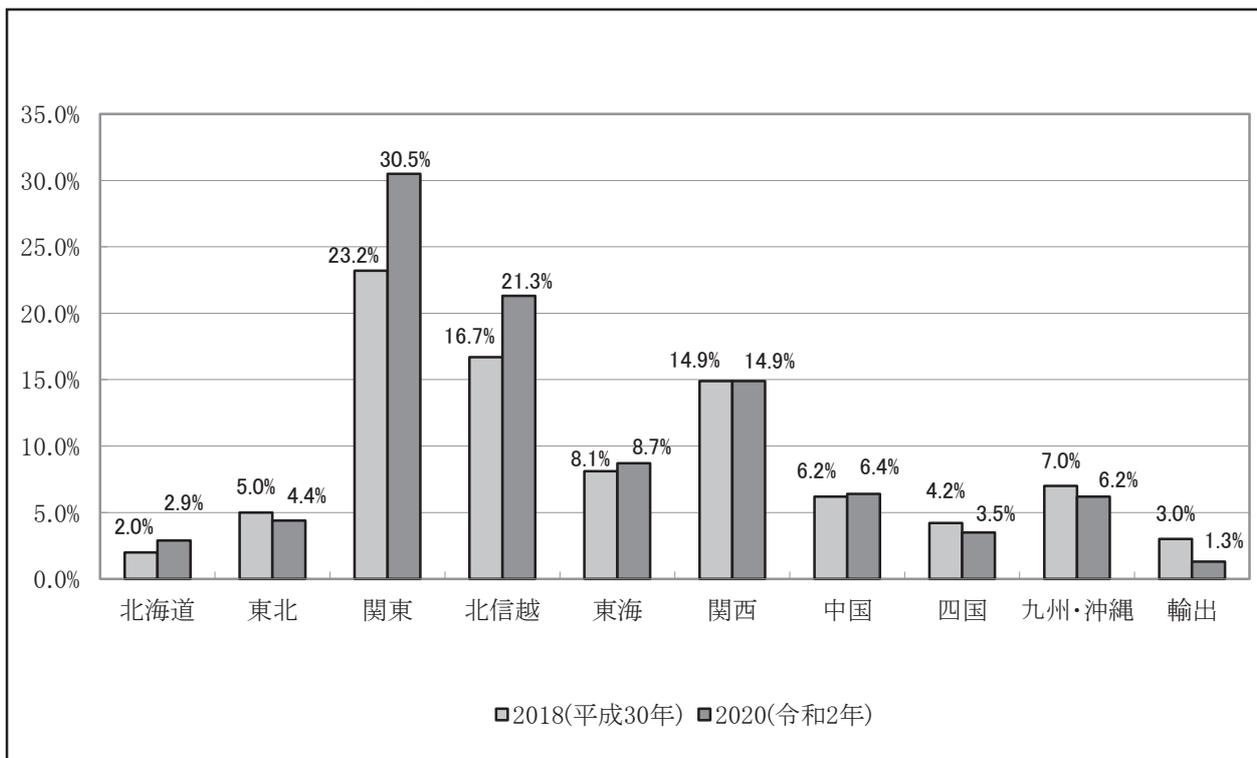
品種	2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)		2012(平成24年)	
	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比	販売額	構成比
室内置物	48,861	26.8	59,278	20.1	81,872	23.9	99,764	20.9	54,850	21.0
文具・日用品	61,693	33.9	17,352	5.9	37,597	11.0	55,710	11.7	22,467	8.6
茶 道 具	10,384	5.7	117,193	39.8	116,886	34.2	168,709	35.3	9,408	3.6
花 器	6,250	3.4	32,735	11.1	37,748	11.0	46,464	9.7	38,147	14.6
そ の 他	55,046	30.2	68,004	23.1	67,879	19.8	107,545	22.5	136,816	52.3
計	182,234	100.0	294,563	100.0	341,982	100.0	478,192	100.0	261,688	100.0

※その他…神仏具、屋外置物、香炉、パネル、エクステリア、テーブルウェア、アクセサリ等。

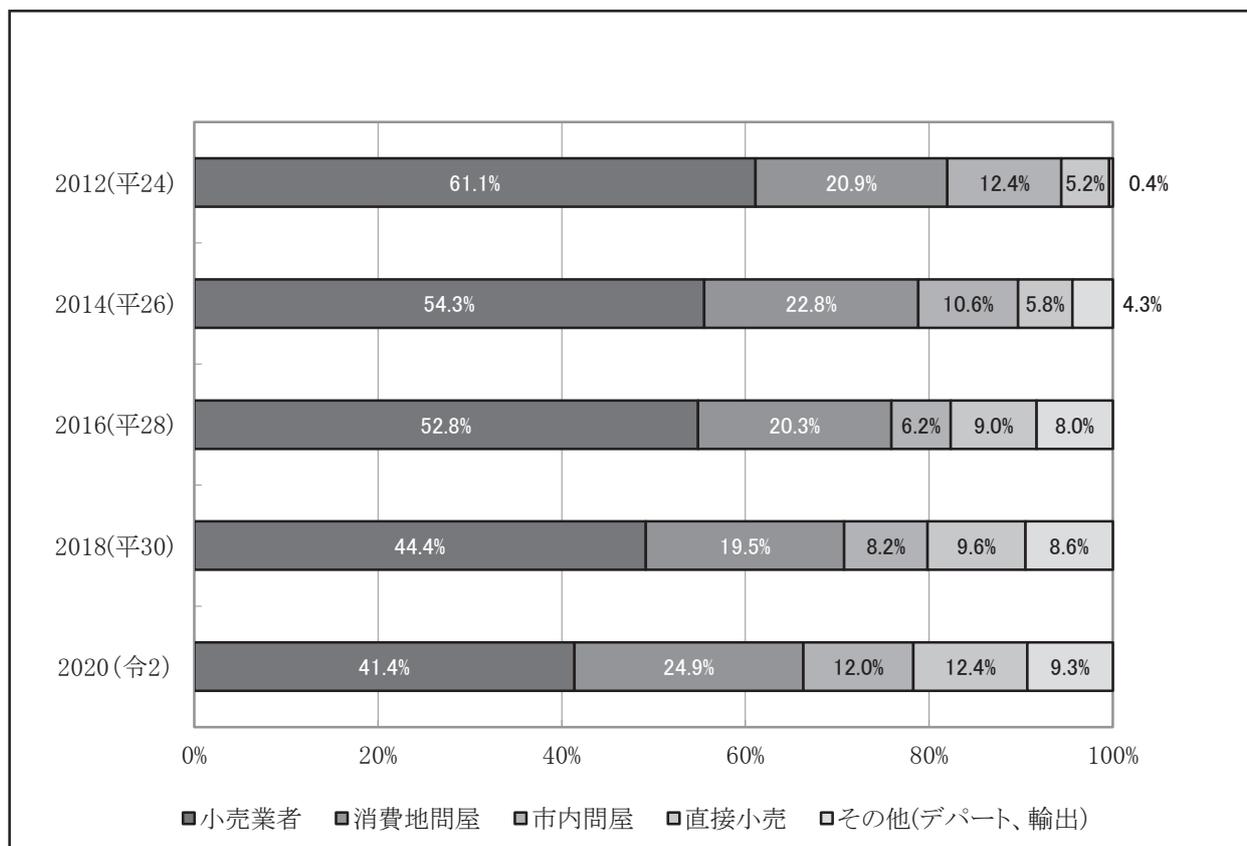


高岡の銅器・鉄器

【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

【鑄造法別事業所数と生産額】

○銅器

(単位:千円、%)

製法	2020(令和2年)			2018(平成30年)			前回は	
	事業所数	年間生産額	構成比(%)	事業所数	年間生産額	構成比(%)	事業所数	生産額
生 型	21	1,864,777	45.8	19	1,309,815	37.4	110.5	142.4
焼 型	5	18,318	0.5	4	13,803	0.4	125.0	132.7
双 型	2	18,506	0.5	4	65,342	1.9	50.0	28.3
ガ ス 型	5	268,563	6.6	6	405,892	11.6	83.3	66.2
蠟 型	0	0	0.0	2	4,104	0.1	0.0	0.0
ロストワックス	8	446,274	11.0	7	306,480	8.8	114.3	145.6
金 型	2	280,000	6.9	3	33,164	0.9	66.7	844.3
そ の 他	8	1,172,408	28.8	12	1,360,613	38.9	66.7	86.2
計	51	4,068,846	100.0	57	3,922,338	100.0	89.5	103.7

※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、%)

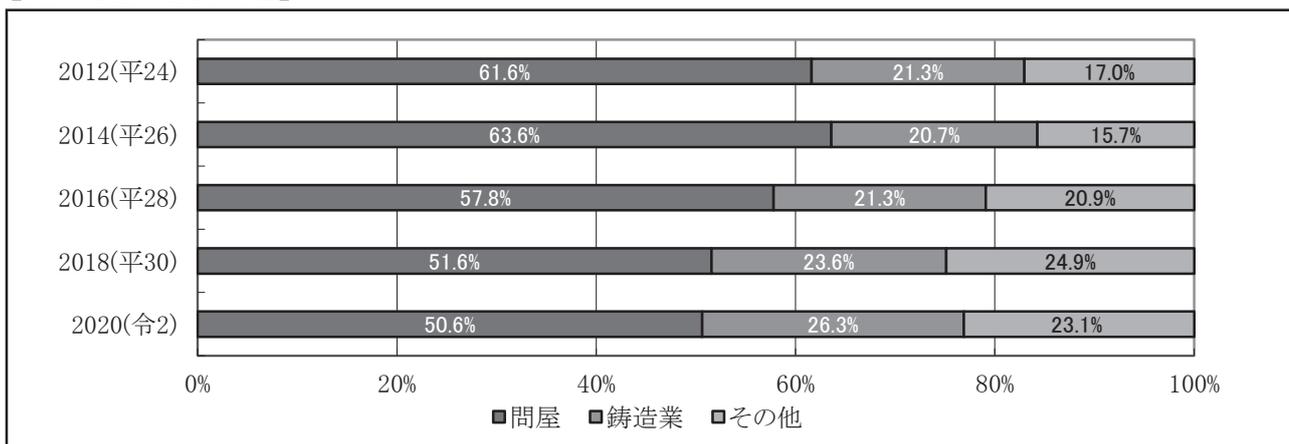
製法	2020(令和2年)			2018(平成30年)			前回は(%)	
	事業所数	年間生産額	構成比	事業所数	年間生産額	構成比	事業所数	生産額
生 型	2	47,532	61.2	2	54,400	47.8	100.0	87.4
双 型	2	27,661	35.6	2	49,813	43.8	100.0	55.5
そ の 他	1	2,532	3.3	2	9,600	8.4	50.0	26.4
計	5	77,726	100.0	6	113,813	100.0	83.3	68.3

【加工工程別事業所数と加工額】

(単位:千円、%)

工程	2020(令和2年)			2018(平成30年)			前回は	
	事業所数	加工額	構成比	事業所数	加工額	構成比	事業所数	加工額
溶 接	4	4,909	0.7	4	6,546	1.1	100.0	75.0
研 磨	14	74,934	11.0	13	92,380	15.2	107.7	81.1
彫 金	16	61,822	9.1	16	60,908	10.0	100.0	101.5
着 色	36	368,994	54.3	31	344,869	56.8	116.1	107.0
仕 上	12	169,138	24.9	11	102,049	16.8	109.1	165.7
計	82	679,797	100.0	75	606,752	100.0	109.3	112.0

【加工業の受注先】



高岡の銅器・鉄器

【事業所数と従事者数】

○問屋

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	47	56	59	61	68	83.9
従事者数(人)	335	517	564	555	595	64.8

※回答者数 (52) (49) (45) (46) (47)

○鑄造

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	46	50	60	67	71	92.0
従事者数(人)	447	445	483	617	615	100.4

※回答者数 (34) (37) (38) (40) (49)

	うち鉄器を扱う事業所	左のうち鉄器のみ
事業所数(社)	3	2
従事者数(人)	18	12

○溶接

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	4	4	3	4	4	100.0
従事者数(人)	4	4	3	4	7	100.0

○研磨

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	14	13	15	17	21	107.7
従事者数(人)	26	27	35	33	39	96.3

○彫金

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	16	16	14	18	18	100.0
従事者数(人)	22	26	20	23	22	84.6

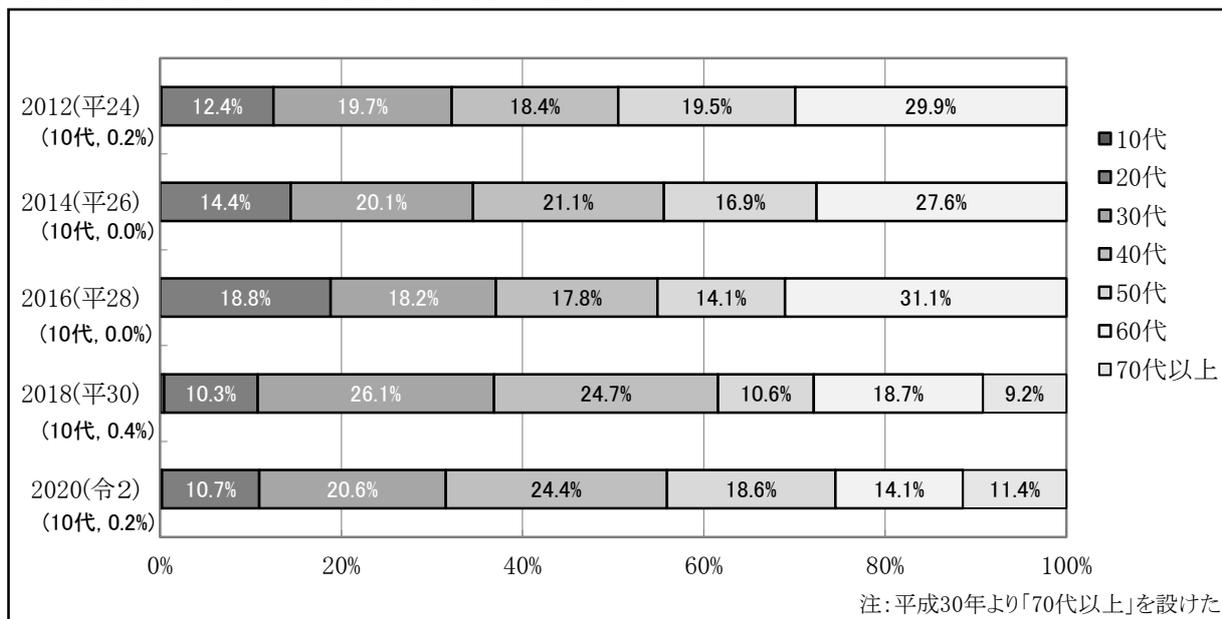
○着色

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	36	31	31	36	44	116.1
従事者数(人)	119	108	105	107	115	110.2

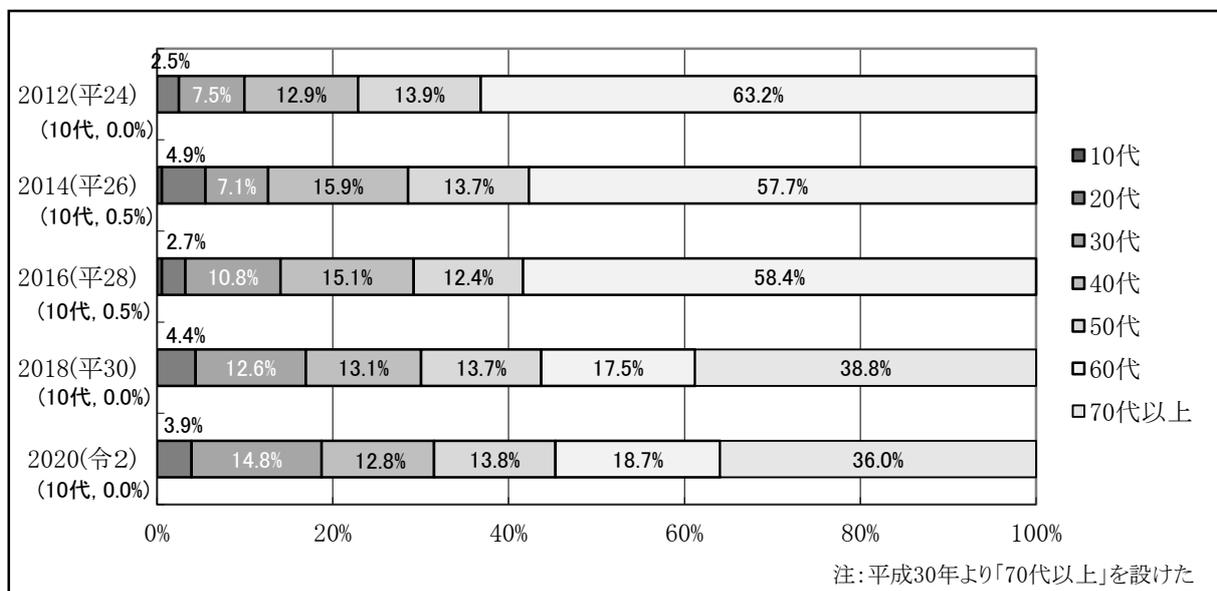
○仕上

	2020(令2)	2018(平30)	2016(平28)	2014(平26)	2012(平24)	前回比(%)
事業所数(社)	12	11	13	9	11	109.1
従事者数(人)	32	18	22	15	19	177.8

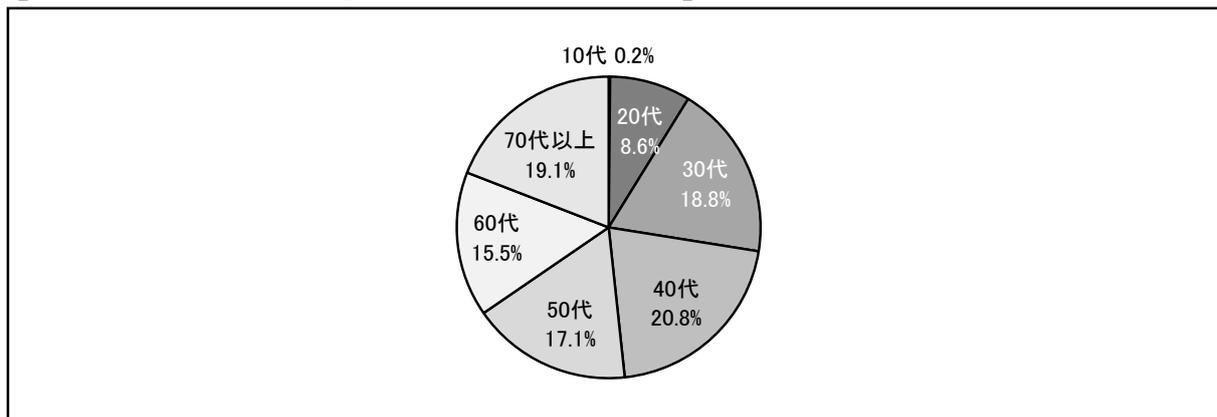
【鑄造業従事者の年齢構成割合の推移】



【加工業従事者の年齢構成割合の推移】



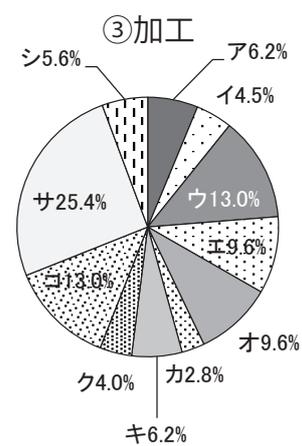
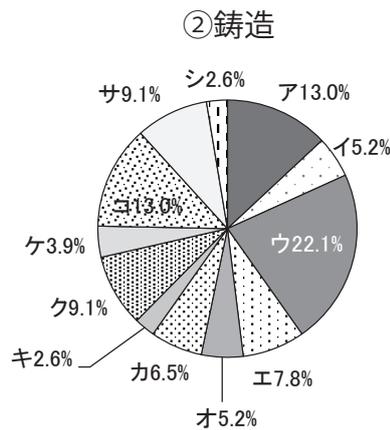
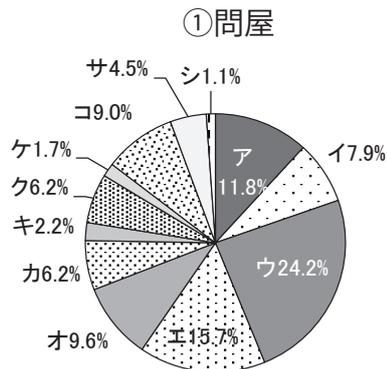
【鑄造業及び加工業従事者の年齢構成割合】



高岡の銅器・鉄器

【意識調査について】

1 今後の方向性

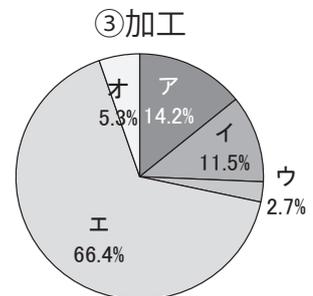
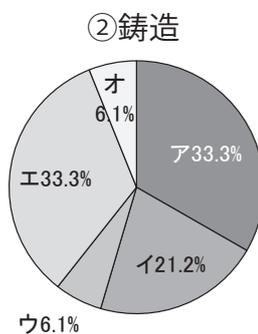
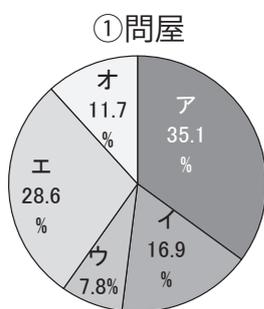


注: グラフにない項目は回答者なし

- ア 伝統技術と融合させる新技術の導入
- ウ 新商品の開発
- オ 海外の販路開拓
- キ 文化財などの修理事業
- ケ IoTなどを活用した工程等の改善
- サ 現状のままでよい
- イ 異素材の活用
- エ 国内の販路開拓
- カ 工房見学・体験などの産業観光の受け入れ
- 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 その他

問屋は、「新商品の開発(24.2%)」「国内の販路開拓(15.7%)」「新技術の導入(11.8%)」となり、コロナ禍において新たな顧客層に受け入れられる商品の開発に関心が高まっていると推察される。鋳造は、「新商品の開発(22.1%)」「新技術の導入(13.0%)」「後継者育成(13.0%)」となり、新商品開発に加えて、技術の継承に関心がある傾向がみられる。加工は、「既存のままでよい(25.4%)」との回答が高いが、前回(42.3%)と比較すると大幅に減少しており、傾向に変化がみられる。

2 後継者について



- ア 後継者が継ぐ予定
- ウ 誰かに会社を継いでほしい
- オ 自分の代で廃業してもよいが、技術は誰かに継承してほしい
- イ 後継者候補がいるが継ぐか未定
- エ 自分の代で廃業してもよい

問屋と鋳造は、「後継者が継ぐ予定(35.1%、33.3%)」との回答が前回(問屋40.4%、鋳造37.8%)から低下しており、残りの約6割が後継者未定または不在の状態であった。加工は「自分の代で廃業してもよい(66.4%)」の回答割合が前回(65.4%)より上昇しており、事業の継続が危ぶまれる事業者が増加していると考えられる。

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、箆筥、長持、針箱、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「彫刻塗」「勇助塗」「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2年度の高岡漆器の販売額は、約2億3千万円であり、対平成30年度比44.1%減少している。売上減少の要因として、令和2年初頭からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響もあると推測される。

品種別の販売額の割合について、これまで「その他」に分類していた盛器、食器、酒器を対象として「盛器、食器等」の項目を新たに設けたところ、その割合は9.1%であった。

業種別の販売先割合は、直接小売の割合が35.5%であり、前回調査の28.9%から6.6ポイント上昇している。これはEC（電子商取引）等を通じた販売の増加といった理由が考えられる。

問屋業、加工業とも事業所数、従事者数は前回調査と比較して減少している。

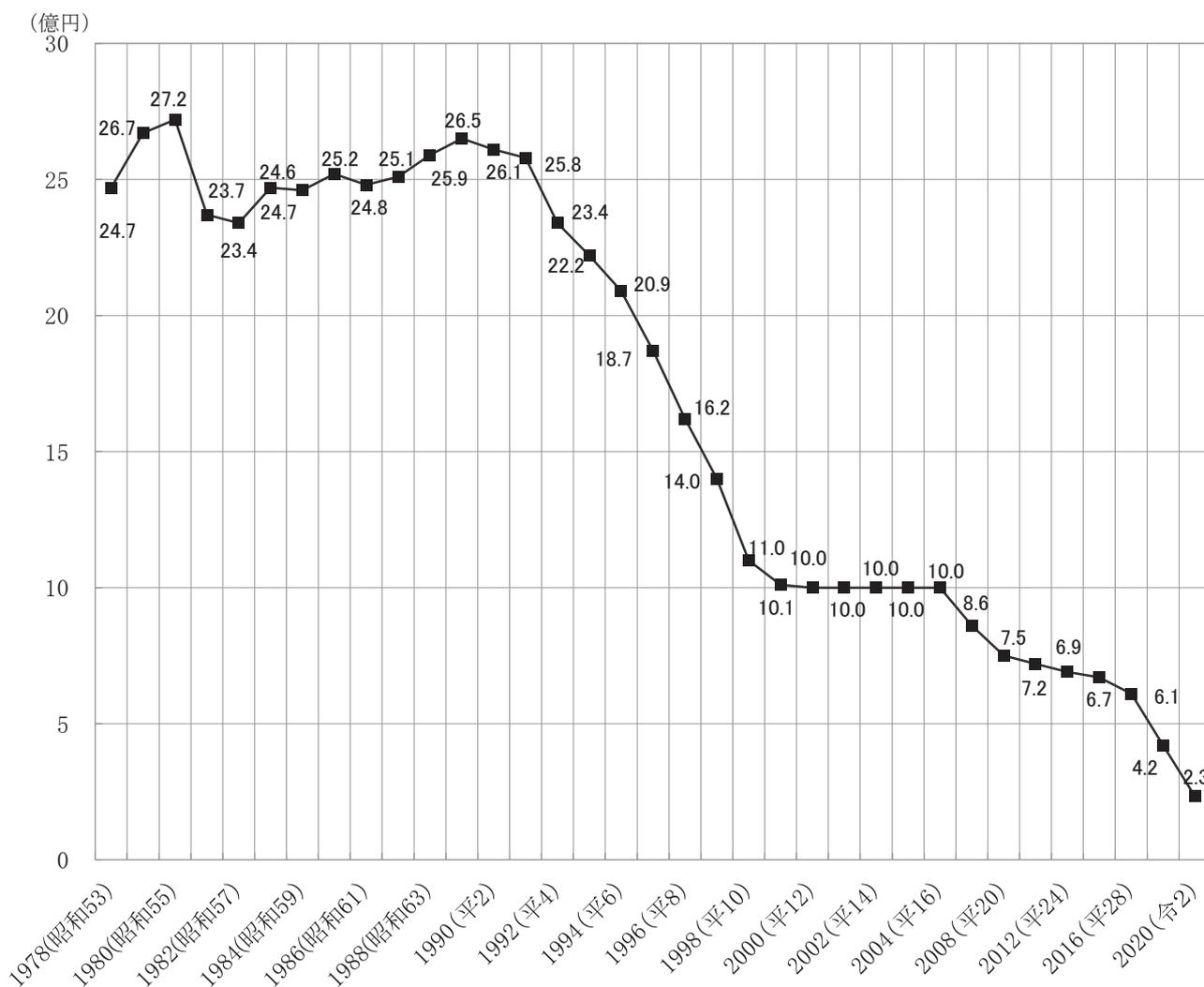
特に加工業従事者数を年齢構成別に見ると、60歳以上の割合が61.9%と前回調査時の74.2%から12.3ポイント低下している。これは70歳以上の技術者の引退等によって構成割合が変化したものと考えられる。

このように、技術者の高齢化による担い手不足と技術継承が大きな課題となっており、中でも「彫刻」を専門とする事業者は前回調査に続きゼロであった。このような中、高岡市デザイン・工芸センターや富山県が実施する技術継承事業の実施により、「塗り」など他の工程を専門とする技術者への技術継承がなされた。

高岡の漆器

【漆器販売額の推移】(単位:千円、%)

年	販売額	前回比
2012(平24)	690,238	-
2014(平26)	670,871	97.2
2016(平28)	618,313	92.2
2018(平30)	416,116	67.3
2020(令2)	232,553	55.9



高岡の漆器

【品種別販売額及び割合の推移】

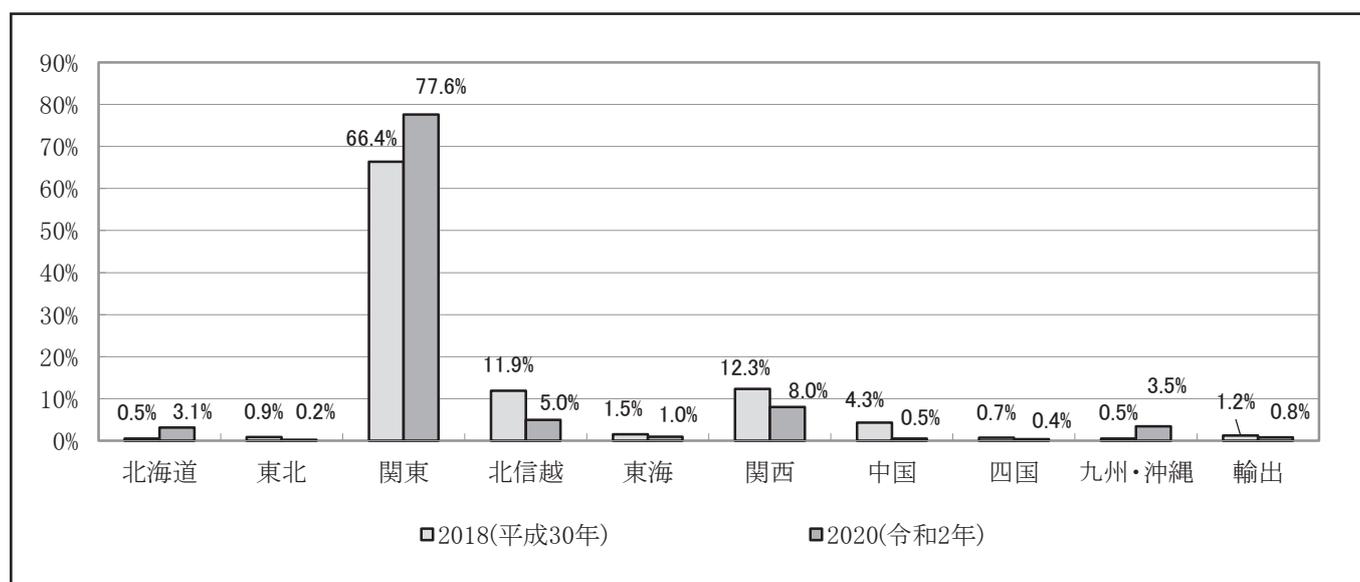
(単位:千円)

品種	2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)		2012(平成24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 類	35,478	15.3%	81,049	19.5%	138,820	22.5%	233,463	34.8%	277,364	40.2%
箱 類	32,064	13.8%	56,107	13.5%	75,300	12.2%	53,212	7.9%	66,592	9.6%
室内調度品	16,557	7.1%	45,377	10.9%	68,247	11.0%	61,523	9.2%	49,049	7.1%
茶 道 具	15,274	6.6%	10,332	2.5%	14,362	2.3%	21,822	3.3%	33,100	4.8%
膳 類	5,404	2.3%	1,512	0.4%	609	0.1%	1,775	0.3%	4,316	0.6%
盛器・食器等	21,185	9.1%	-	-	-	-	-	-	-	-
そ の 他	106,591	45.8%	221,738	53.3%	320,976	51.9%	299,077	44.6%	259,817	37.6%
計	232,553	100.0%	416,115	100.0%	618,314	100.0%	670,872	100.0%	690,238	100.0%

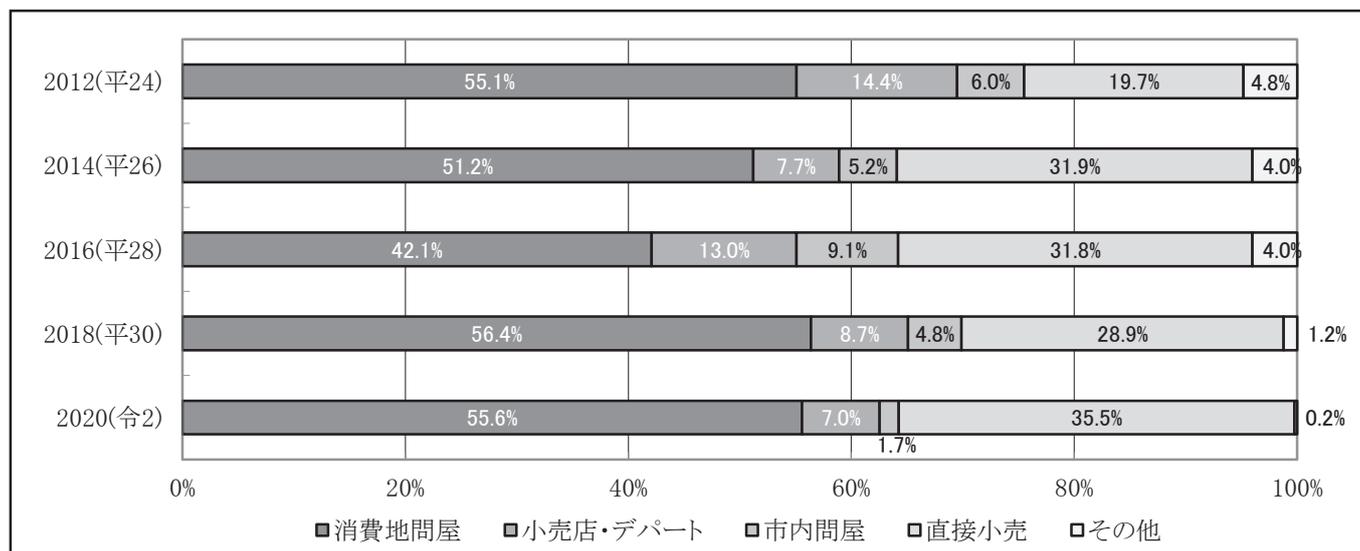
※盛器・食器等・・・盛器、食器、酒器(平成30年以前はその他に含む)

※その他・・・アクセサリ、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

【製法別事業所数と生産額】

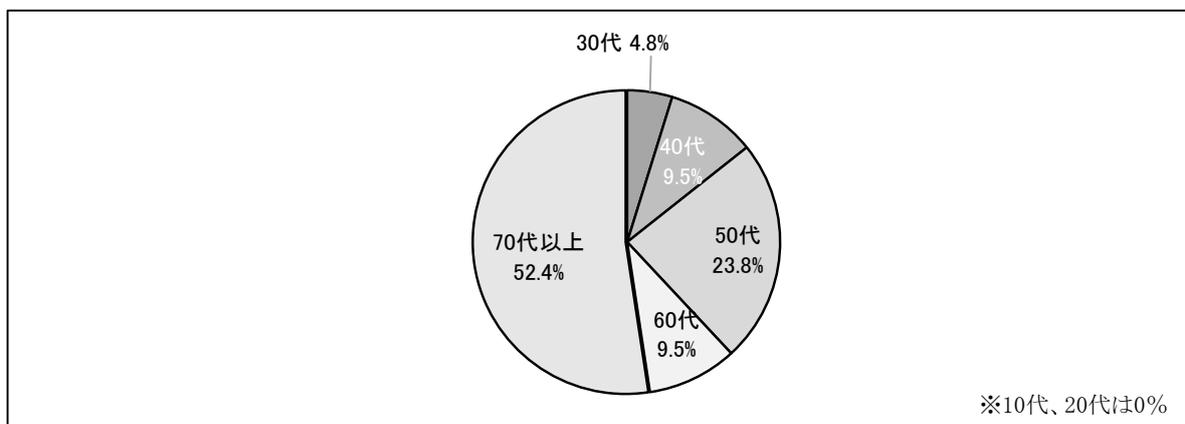
(単位:千円、%)

製法	2020(令和2年)			2018(平成30年)			前回比	
	事業所数	年間生産額	構成比	事業所数	年間生産額	構成比	事業所数	年間生産額
木地	2	4,915	11.8	2	8,724	12.7	100.0	56.3
彫刻	0	0	0.0	0	0	0.0	-	-
青貝等	2	17,697	42.3	4	32,985	47.8	50.0	53.7
塗り	8	19,214	45.9	12	27,245	39.5	66.7	70.5
計	12	41,826	100.0	18	68,954	100.0	66.7	60.7

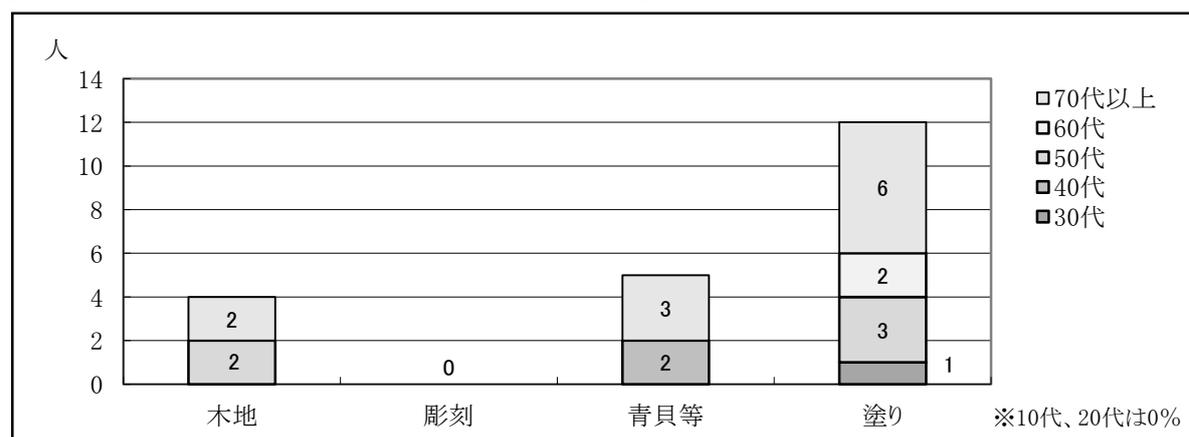
【事業所数と従事者数】

業種	2020(令和2年)		2018(平成30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	10	74	80.0	54.1	
加工	木地	2	4	2	4	100.0	100.0
	彫刻	0	0	0	0	-	-
	青貝等	2	5	4	8	50.0	62.5
	塗り	8	12	12	19	66.7	63.2
計	20	61	28	105	71.4	58.1	

【加工従事者の年齢構成割合】



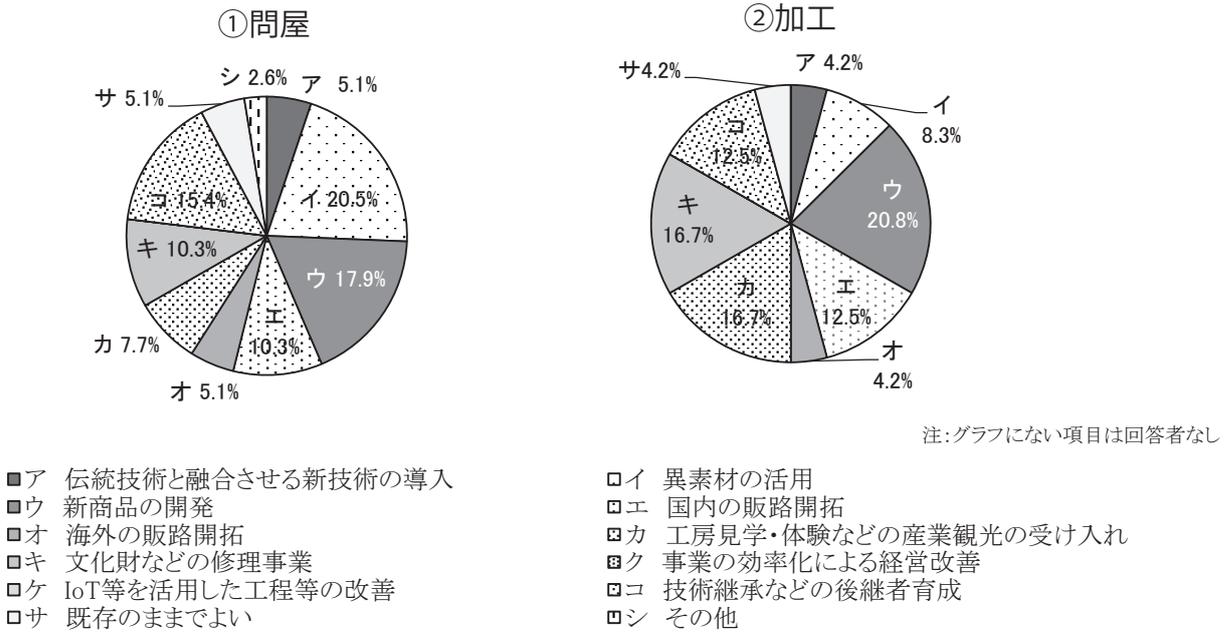
【加工従事者の年齢構成(製法別の内訳)】



高岡の漆器

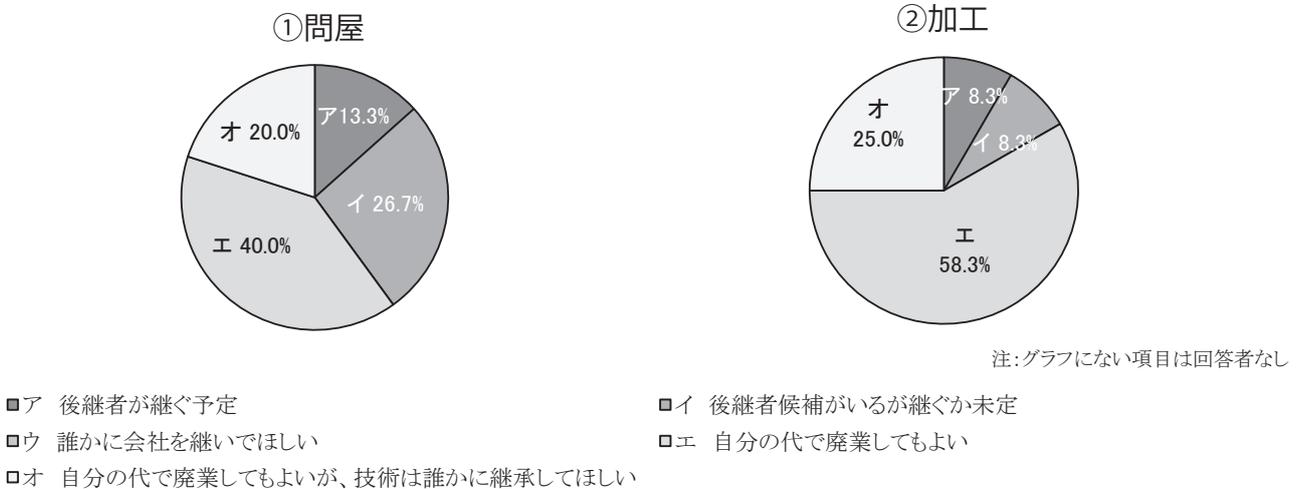
【意識調査について】

1 今後の方向性



問屋は「異素材の活用(20.5%)」が最も高い。販路開拓については、「国内(17.9%)」が「海外(10.3%)」を上回っており、コロナ禍による国内市場回帰の傾向がみられる。また、加工では「新商品の開発(20.8%)」が最も高く、「工房見学・体験などの産業観光の受け入れ(16.7%)」「文化財などの修理事業(16.7%)」の二つが続いている。問屋、加工いずれにおいても、時代に適応した新商品の開発や、新分野への参入等への意識が高まっていることがわかる。

2 後継者について



「後継者が継ぐ予定(問屋13.3%、加工8.3%)」「後継者候補はいるが継ぐか未定(問屋26.7%、加工8.3%)」であった。それ以外の回答「誰かに会社を継いでほしい」「自分の代で廃業してもよい」「自分の代で廃業してもよいが、技術は誰かに伝えたい」は後継者候補も不在の状況であり、その中でも「自分の代で廃業してもよい」が問屋で40.0%、加工で58.3%と高い状況になっている。

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、機械車両部品などを生産している。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。

富山県では、平成 30 年にアルミ産業の成長力強化を図るため「とやまアルミコンソーシアム推進協議会」が発足した。また、令和 2 年 4 月、富山大学に「先進アルミニウム国際研究センター」が設置され、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 2 年度のアルミニウム製品の出荷額は、約 3,190 億 6 千万円で対平成 30 年度比 10%の増加となった。内訳は「ビル用建材」が約 607 億 3 千万円で対平成 30 年度比 8.3%減少、「住宅用建材」が約 671 億 5 千万円で対平成 30 年度比 1.2%増加、「エクステリア」は約 540 億円で対平成 30 年度比 9.9%減少、「日用・厨房品」は約 25 億円で、対平成 30 年度比 45.5%減少した。

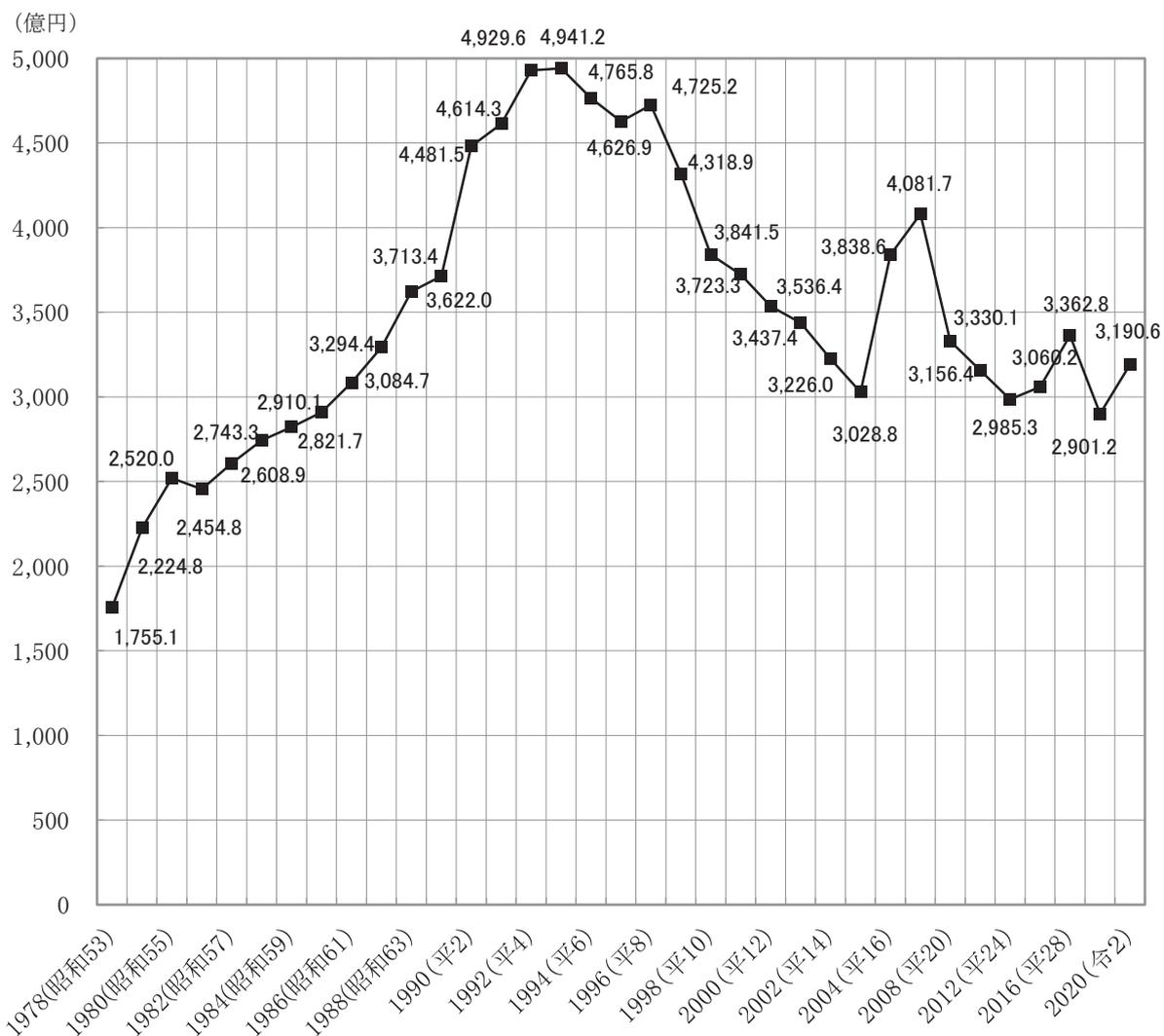
一方で、産業用形材や機械部品等が含まれる「その他」が 1,345 億 9 千万円で対平成 30 年度比 44.9%の増加となっている。

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。

高岡のアルミニウム

【アルミニウム製品出荷額の推移】(単位:億円、%)

年	出荷額	前回比
2012(平24)	2,985.3	-
2014(平26)	3,060.2	102.5
2016(平28)	3,362.8	109.9
2018(平30)	2,901.2	86.3
2020(令2)	3,190.6	110.0



高岡のアルミニウム

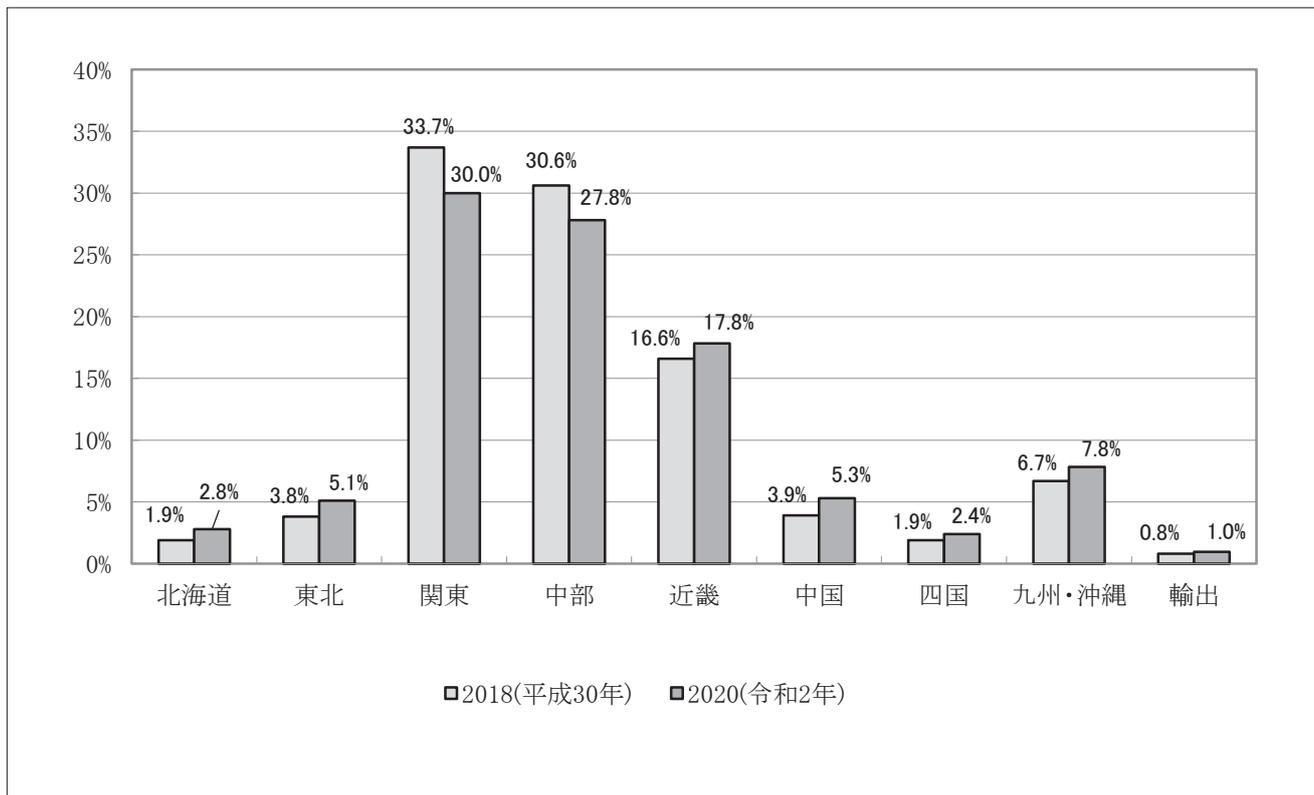
【品種別出荷額及び割合の推移】

(単位:千円)

品種	2020(令和2年)		2018(平成30年)		2016(平成28年)		2014(平成26年)		2012(平成24年)	
	出荷額	構成比								
ビル用建材	60,725,076	19.0%	66,249,725	22.8%	69,959,943	20.8%	74,530,792	24.4%	76,357,633	25.6%
住宅用建材	67,156,842	21.0%	66,346,360	22.9%	81,086,889	24.1%	81,468,039	26.6%	92,591,446	31.0%
エクステリア	54,009,057	16.9%	59,983,637	20.7%	54,490,326	16.2%	54,847,097	17.9%	55,423,941	18.6%
日用・厨房品	2,566,115	0.8%	4,715,253	1.6%	4,717,258	1.4%	3,924,916	1.3%	4,376,885	1.5%
その他	134,599,682	42.2%	92,828,023	32.0%	126,028,328	37.5%	91,252,049	29.8%	69,781,596	23.4%
計	319,056,773	100.0%	290,122,998	100.0%	336,282,744	100.0%	306,022,893	100.0%	298,531,501	100.0%

※その他・・・産業用型材や機械部品等

【地域別出荷割合】



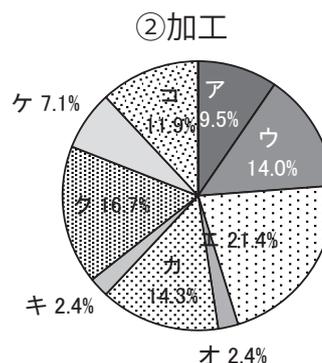
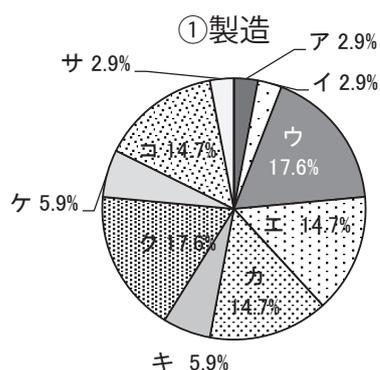
【事業所数と従事者数】

業種	2020(令和2年)		2018(平成30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
製造業	10	6,845	11	7,073	90.9	96.8
加工業	14	1,658	17	1,498	82.4	110.7
計	24	8,503	28	8,571	85.7	99.2

高岡のアルミニウム

【意識調査について】

1 今後の方向性



注: グラフにない項目は回答者なし

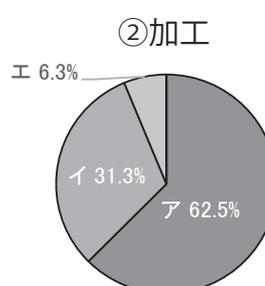
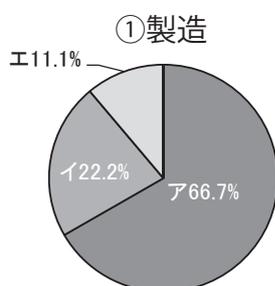
- ア 新技術の導入
- ウ 新商品の開発(デザイン性の向上、ブランド化など)
- オ 多品種小ロットへの対応
- キ 海外の販路開拓
- ケ 技術継承などの後継者育成
- サ 既存のままでよい
- イ 新素材の開発・導入
- エ 新分野への参入(他品種の製造加工)
- カ 国内の販路開拓
- ク 事業の効率化による経営改善
- コ 技術継承などの後継者育成
- シ その他

製造は、「(国内・海外併せて)販路開拓(20.6%)」が最多となり、「新商品の開発(17.6%)」「事業の効率化による経営改善(17.6%)」が続いた。

加工は、「新分野への参入(21.4%)」が最多であり「事業の効率化による経営改善(16.7%)」が続いた。

製造・加工ともに「事業の効率化による経営改善」に対する関心が高く、経営努力がなされているものと考えられる。また、新分野参入など新たな製品づくりや需要の開拓に対する取組みについても関心が高いことが窺える。

2 後継者について



注: グラフにない項目は回答者なし

- ア 後継者が継ぐ予定
- ウ 誰かに会社を継いでほしい
- オ 自分の代で廃業してもよいが、技術は誰かに継承してほしい
- イ 後継者候補がいるが継ぐか未定
- エ 自分の代で廃業してもよい

「後継者が継ぐ予定」が製造で66.7%、加工で62.5%であった。前回は製造では後継者または後継者候補がいる割合が100.0%であったが、今回は「自分の代で廃業してもよい」という回答が11.1%であった。このことから、後継者の確保、育成の必要性が高まっていると考えられる。

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、板にイチョウ材を使用する。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、蒔絵まきえや組子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 2 年度の仏壇販売額は、約 7 億 8 千万円であり、対平成 30 年度比 4.3%増加している。しかしながら、1 社あたり販売額で見ると令和 2 年度は約 60,250 千円と平成 30 年度の 93,837 千円から減少している。

地域別の販売先割合は、高岡市内が 23.2%であり、高岡市内を含め富山県内が 95.7%であった。

今回調査より、昨今の生活様式の変化等に伴う販売動向の変化を把握するため、仏壇の様式に関する項目を調査した結果、「高岡仏壇」の販売割合は 21.1%、「その他の金仏壇」の販売割合は 17.9%、「唐木仏壇からき」の販売割合は 4.7%、「家具調仏壇」の販売割合は 28.9%であった。このことから、相対的に安価な現代仏壇の販売割合が高い傾向にあるとわかった。

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

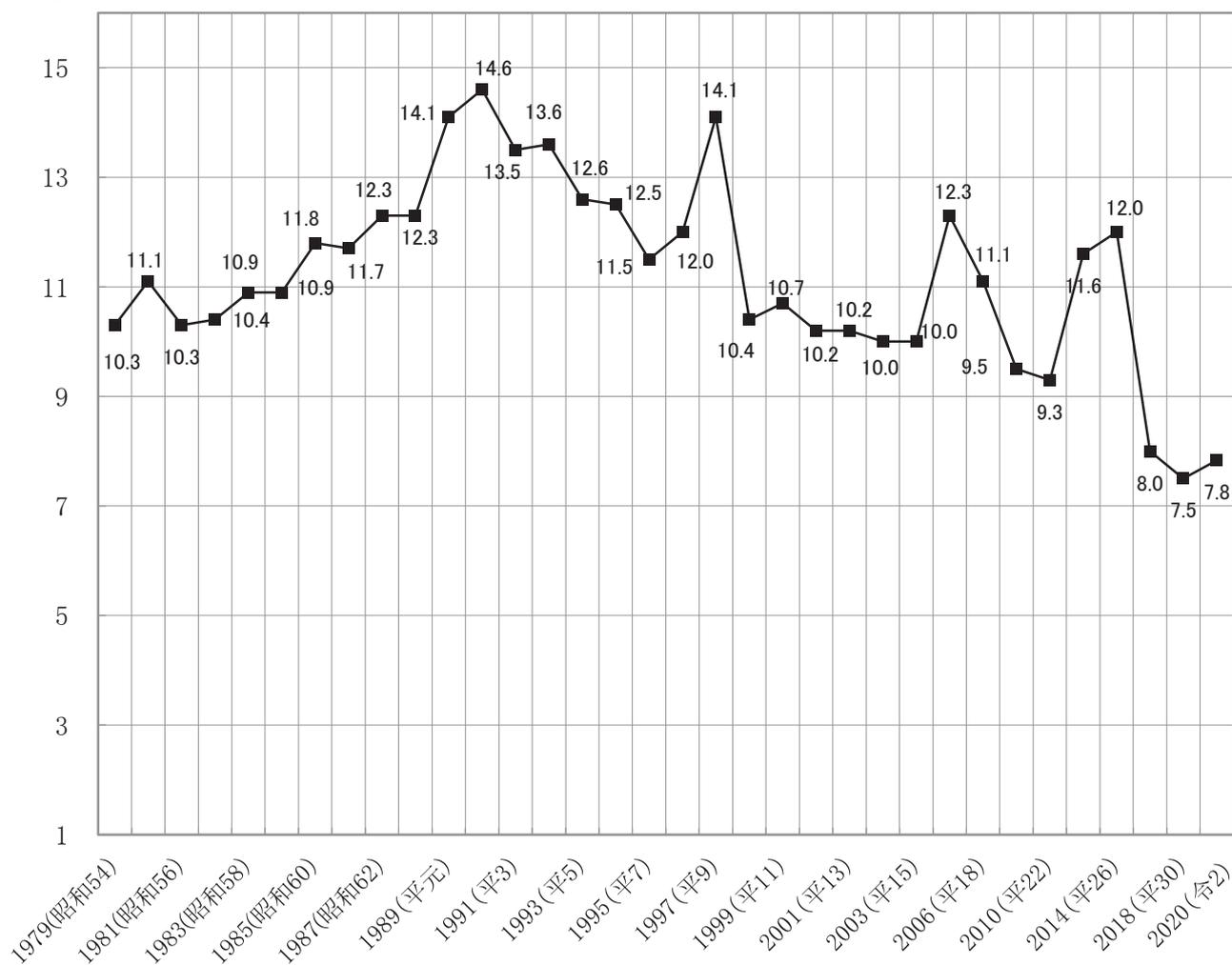
【仏壇販売額の推移】(単位:千円、%)

年	販売額	前回比
2012(平24)	1,168,969	—
2014(平26)	1,203,995	103.0
2016(平28)	801,427	66.6
2018(平30)	750,699	93.7
2020(令2)	783,260	104.3

【品種別販売額】(単位:千円、%)

品種	2020(令2)	構成比
高岡 仏壇	165,358	21.1
その他金仏壇	140,158	17.9
唐木 仏壇	36,933	4.7
家具調仏壇	226,523	28.9
修繕等	169,800	21.7
仏壇以外(神棚等)	44,487	5.7
計	783,260	100.0

(億円)

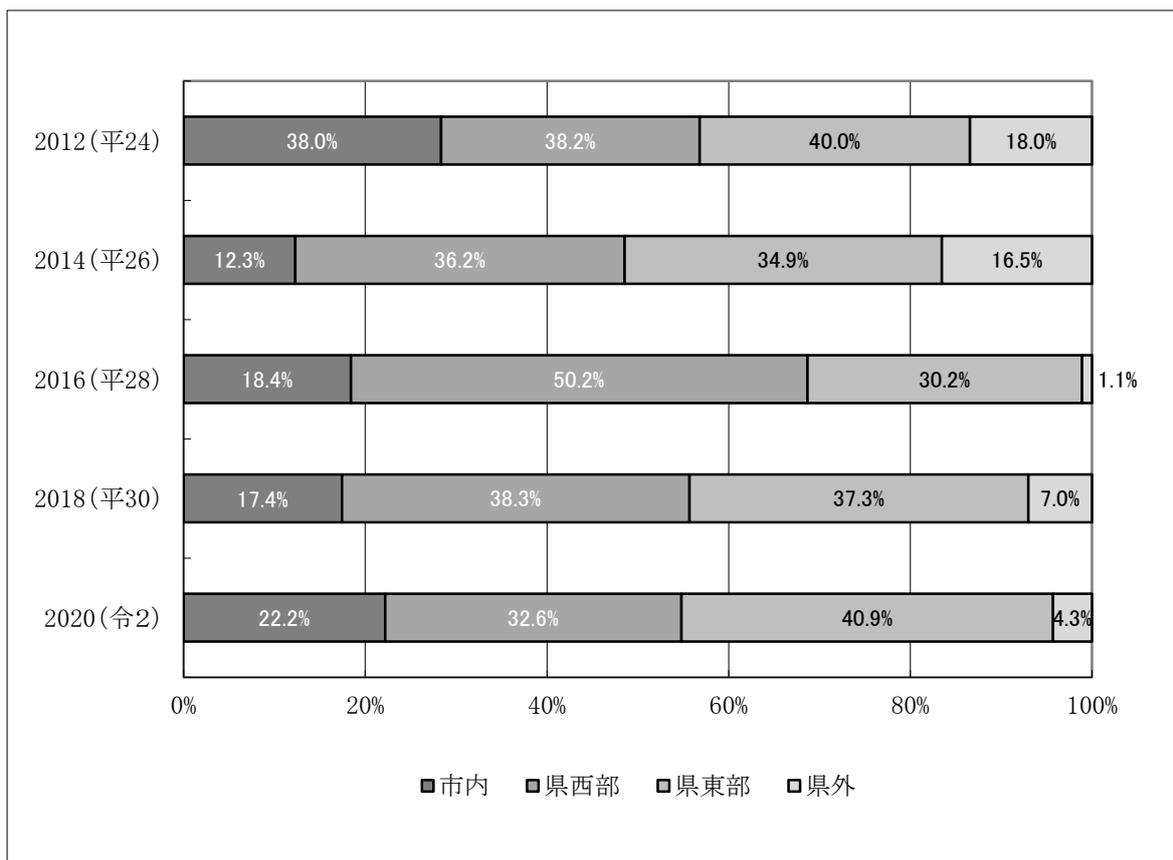


【事業所数と従事者数】

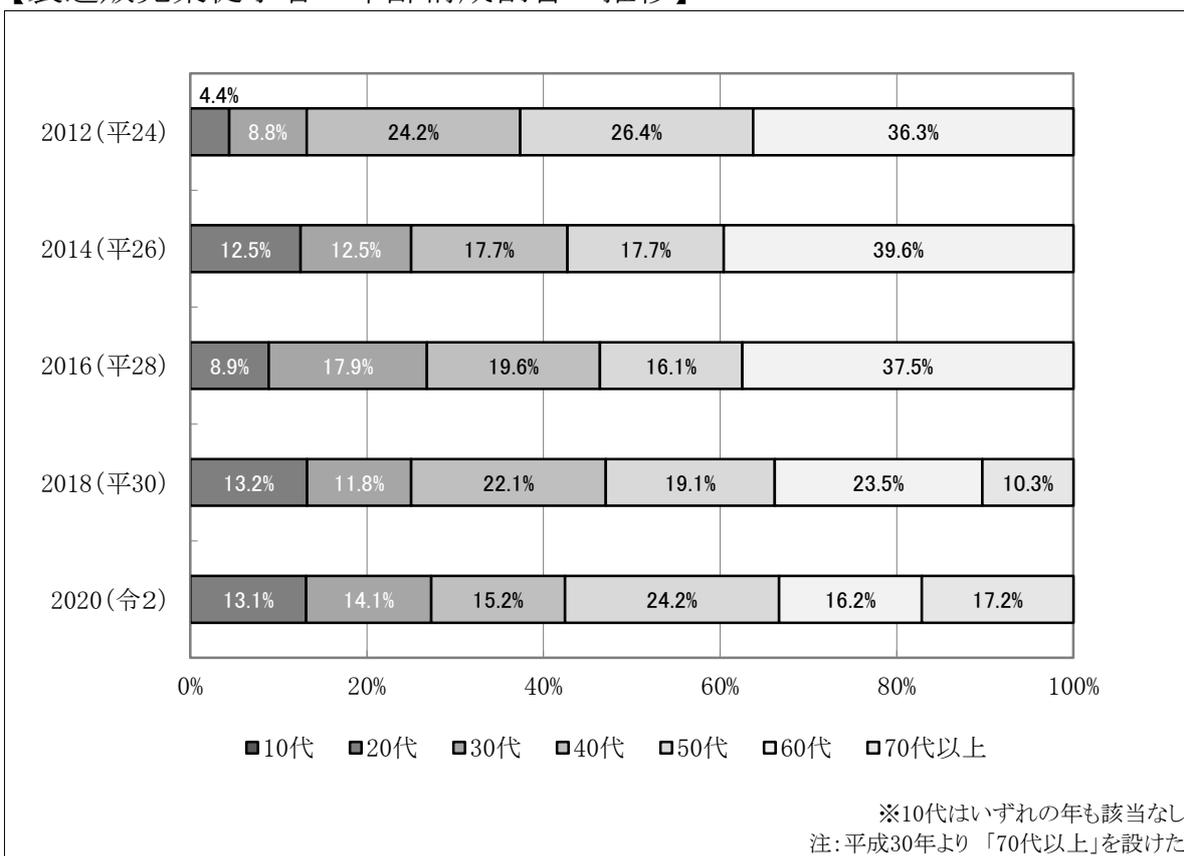
業種	2020(令和2年)		2018(平成30年)		前回比(%)	
	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数	事業所数	従事者数
製造販売業	13	99	8	68	162.5	145.6

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、男性が笠骨を、女性が笠縫を担当し、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学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・小物等の商品化が進められている。

【動向】

令和2年度の菅笠・菅製品販売額は約2千7百万円であり、平成30年度比45.9%減少している。令和2年初頭からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響もあり、売上が減少していることが推測される。

中でも、現在の菅笠需要の大きな割合を占めている祭事等の衣装の用途について、各地で祭事の中止が相次いだことが、売上減少の一因と考えられる。

地域別の販売先割合は関東地方が38.9%で最大割合を占めている。

また、菅笠以外の商品の比率は6.3%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

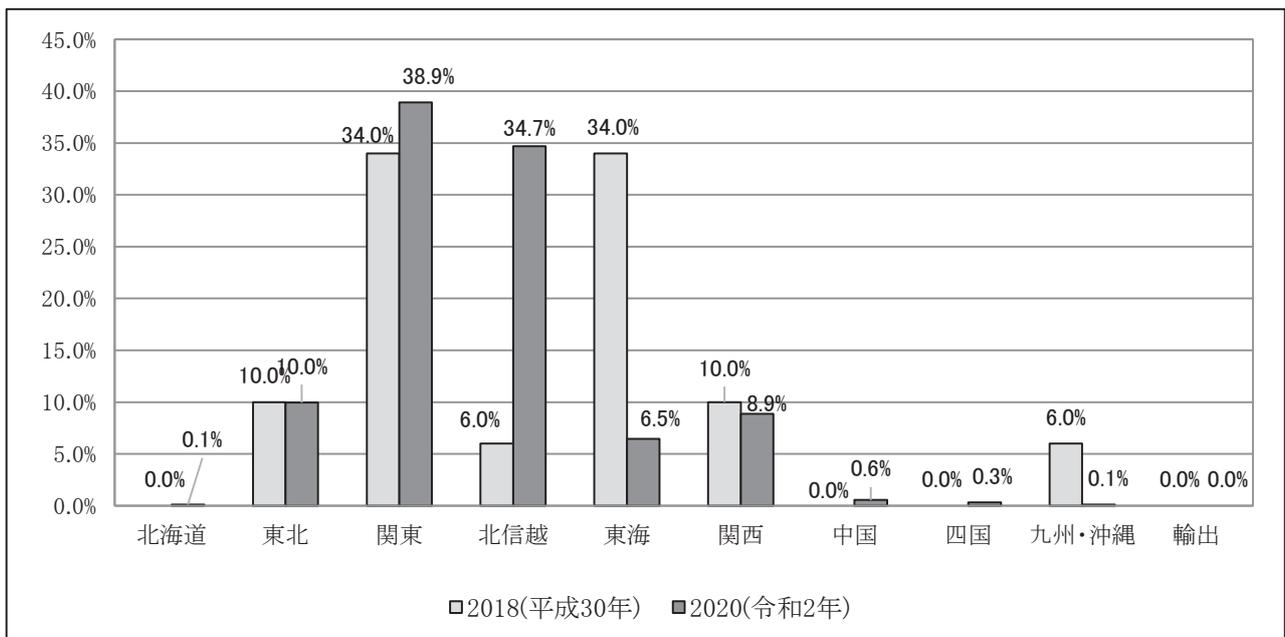
【菅笠販売額の推移】(単位:千円、%)

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

【年間販売額の品種別割合】(単位:%)

品種	2020(令2)
菅 笠	93.7
笠以外の菅製品	6.3
計	100.0

【地域別販売割合】



令和2年度版 高岡特産産業のうごき

令和4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 TEL0766-20-1285