

# 伝統工芸産地における意識・実態調査の経年的分析とその構造化に向けて<sup>1)</sup>

A Consideration for Chronological Analysis of Attitudes and Fact-Finding Surveys in Traditional Craft Production Areas

大淵和憲

九州産業大学伝統みらい研究センター

Obuchi Kazunori

MIRAI Research Center for Traditional Crafts, Kyushu Sangyo University

Key words : traditional craft, questionnaire survey, year-on-year comparison analysis

## 要旨

九州産業大学伝統みらい研究センターでは2018年度以降、九州に所在する工芸品生産や販売に従事している産地事業者や産地組合を対象とした意識・実態調査を実施してきた。本稿では、2019年度以降の4年間にわたる質問紙調査を概観し、経年比較分析の方向性の確認とその意義について検討を行う。

各年度で回答事業者数が異なるのみならず、回答事業者の内訳も異なるため、単純比較はできないものの、およその傾向を窺うことが可能であると考えた。

九州7県においては、生産地が多く存在する陶磁器の生産者の声が調査結果により反映される傾向にあるため、今後はその地域特性を踏まえた分析の視点を掲げる必要がある。

これまでの4ヶ年にわたる調査結果を基に、品目毎にデータを細分化した上での分析を行うことは、統計分析を行う上で限界が存在していた。しかし、産地の継続的調査は経年比較分析に不可欠な営為であることが確認された。

## Summary

Since 2018, MIRAI Research Center for Traditional Crafts of Kyushu Sangyo University has been conducting awareness and fact-finding surveys targeting production area producers and production area associations engaged in the production and

sale of handicrafts located in Kyushu. This paper reviews the questionnaire surveys over the four years since 2019, confirms the direction of comparative analysis over time, and considers its significance.

Not only did the number of responding producers differ in each fiscal year, but the breakdown of responding producers also differed, so although simple comparisons cannot be made, it is possible to see general trends.

In the seven prefectures of Kyushu, there is a tendency for the survey results to reflect the voices of ceramic producers, who have many production areas.

Based on the survey results over the past four years, there was a limit to the statistical analysis of analyzing the data after subdividing the data for each item. However, the author confirmed that continuous research is an essential task for comparative analysis over time.

## 1. はじめに

わが国の伝統工芸産業においては、コロナ禍以前から長期的な売上高及び生産量がそれぞれ減少傾向にあったことが、経済産業省ほか(2017)等の調査で示されてきた。この調査の対象として、伝統工芸産地に所在する産地組合や産地事業者がある。経済

表 1. 産地組合対象の質問紙調査の概要一覧

|              | 2019年度   | 2020年度   | 2021年度   | 2022年度   |
|--------------|--|--|--|--|
| 調査手法         | 質問紙への直接記入方式<br>郵送による配布・回収                                | 質問紙への直接記入方式<br>郵送による配布・回収                                | 質問紙への直接記入方式<br>郵送による配布・回収                                | 質問紙への直接記入方式<br>(ウェブ質問フォームへの<br>直接入力方式も併用)<br>郵送による配布/郵送回収<br>又は質問フォームの返信<br>(紙記入回答とウェブ回答の併用) |
| 調査地域         | 九州7県   | 九州7県   | 九州7県   | 九州7県   |
| 調査対象         | 35産地組合<br>(福岡県8、佐賀県10、長崎県4、<br>熊本県4、大分県1、宮崎県2、<br>鹿児島県6) | 33産地組合<br>(福岡県8、佐賀県10、長崎県4、<br>熊本県4、大分県1、宮崎県2、<br>鹿児島県4) | 34産地組合<br>(福岡県9、佐賀県10、長崎県4、<br>熊本県4、大分県1、宮崎県2、<br>鹿児島県4) | 40産地組合<br>(福岡県10、佐賀県11、長崎県6、<br>熊本県4、大分県2、宮崎県2、<br>鹿児島県5)                                    |
| 調査期間         | 2019年6月6日～7月17日  | 2020年6月10日～7月31日   | 2021年6月15日～7月31日   | 2022年6月29日～7月29日   |
| 回収数<br>(回収率) | 18件<br>(51.43%)  | 18件<br>(54.55%)  | 18件<br>(52.94%)  | 20件<br>(50.00%)  |

表 2. 産地事業者対象の質問紙調査の概要一覧

|              | 2019年度                          | 2020年度   | 2021年度  | 2022年度  |
|--------------|---------------------------------|--|---|---|
| 調査手法         | 質問紙への直接記入方式<br>配布:クロネコDM便/回収:郵送 | 質問紙への直接記入方式<br>配布:クロネコDM便/回収:郵送                                    | 質問紙への直接記入方式<br>配布:クロネコDM便/回収:郵送                                     | 質問紙への直接記入方式<br>(ウェブ質問フォームへの<br>直接入力方式も併用)<br>クロネコDM便による配布/<br>郵送回収又は質問フォームの返信<br>(紙記入回答とウェブ回答の併用) |
| 調査地域         | 福岡県・佐賀県                         | 九州7県   | 九州7県  | 九州7県  |
| 調査対象         | 370産地事業者<br>(福岡県198、佐賀県172)     | 600産地事業者<br>(福岡県192、佐賀県170、<br>長崎県54、熊本県32、大分県17、<br>宮崎県5、鹿児島県130) | 808産地事業者<br>(福岡県208、佐賀県237、<br>長崎県111、熊本県49、大分県21、<br>宮崎県5、鹿児島県177) | 888産地事業者<br>(福岡県229、佐賀県282、<br>長崎県123、熊本県52、大分県22、<br>宮崎県5、鹿児島県175)                               |
| 調査期間         | 2019年8月8日～9月19日                 | 2020年9月2日～10月12日   | 2021年9月1日～10月7日   | 2022年8月3日～9月21日   |
| 回収数<br>(回収率) | 57件<br>(15.41%)                 | 94件<br>(15.67%)  | 128件<br>(15.84%)  | 137件<br>(15.43%)  |

産業大臣指定伝統的工芸品の製造事業者は、産地組合に所属しており、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（略称：伝産法）」に則った公的補助金はこの産地組合を通じて産地事業者に交付される流れとなっている。

このような状況の中、九州産業大学伝統みらい研究センター地域産業研究部門では2018年度以降、九州に所在する工芸品生産や販売に従事している産地事業者や産地組合を対象とした意識・実態調査を実施してきた。

この調査は、経営実態や事業者の意識等を把握し、基本属性等との関連性等を分析することを通じて、産地存続という課題の解決に有効な要因を探索することを目指したものである。本稿では、2019年度以降の4年間にわたる質問紙調査を概観し、経年比較分析の方向性の確認とその意義について検討を行う。

## 2. 質問紙調査の実施状況

以下、2019年度以降に実施した産地組合を対象とした調査（以下「組合調査」という。）と産地事業者を対象とした調査（以下「事業者調査」という。）の概要について述べる。

組合調査の概要一覧が表1、事業者調査の概要一覧が表2、組合調査の質問項目の一覧が表3、及び事業者調査の質問項目の一覧が表4である。

### 2.1. 2019年度産地組合・事業者対象調査

2019年度は、九州7県における35産地組合と、福岡・佐賀における370事業者（福岡198、佐賀172）を対象とした。主な質問項目は、「産地組合の事業活動の実施状況と今後の方針」のほか、「伝統的工芸品への支援策」や「産地組合の運営方針や体制の現況」及び「キャッシュレス決済やふるさと納税の対応状況」等であった。

### 2.2. 2020年度産地組合・事業者対象調査

2020年度は、九州7県における33産地組合と、

表 3. 産地組合対象の質問紙調査における質問内容一覧

| 質問内容                | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| 取り扱う伝統的工芸品の分野       | 問1     |        | 問1     | 問1     |
| 利益状況                | 問5     | 問4     | 問5     | 問2     |
| 事業活動の取組状況           | 問7     |        |        |        |
| 今後の事業活動への受け止め       | 問8     |        |        |        |
| 産地支援策への受け止め         | 問9     | 問11    | 問10    | 問10    |
| 運営方針・体制の現況          | 問10    | 問10    | 問9     | 問9     |
| キャッシュレス決済に関する受け止め   | 問11    |        |        | 問14    |
| ふるさと納税制度に関する受け止め    | 問12    |        |        |        |
| 産地組合の加盟社(者)数        |        | 問1     | 問2     | 問15    |
| 加盟社(者)全体の従事者数       |        | 問2     | 問3     | 問16    |
| 産地組合事務局の構成員数        |        | 問3     | 問4     |        |
| 売上高の変化              |        | 問5     | 問6     | 問3     |
| 経常利益の変化             |        | 問6     | 問7     | 問3     |
| 人材育成投資の変化           |        | 問7     |        |        |
| 収入構成(事業収入・補助金収入等)   |        | 問8     | 問8     |        |
| 取得している特許、商標等の数      |        | 問9     |        |        |
| 新型コロナウイルス対応状況や受け止め  |        | 問12    | 問11    | 問7     |
| コロナ禍拡大による業績影響の状況    |        |        |        | 問4     |
| コロナ禍拡大による事業環境の変化    |        |        |        | 問5     |
| コロナ禍による事業環境変化の捉え方   |        |        |        | 問6     |
| ウェブサイト維持・構築担当人材の有無  |        | 問13    | 問12    | 問11    |
| ウェブサイト運営・ネット販売の現状   |        | 問13    | 問12    |        |
| 社会課題解決に向けた取組み       |        | 問14    |        | 問8     |
| 社会課題解決の立場           |        | 問15    |        |        |
| 社会課題解決に対しての印象       |        | 問16    |        |        |
| SDGsの認知度・対応状況       |        | 問17    |        |        |
| SDGsの印象             |        | 問18    |        |        |
| 今後検討しているSDGsに対する取組み |        | 問19    |        |        |
| SDGsを巡る取引先の動向変化     |        | 問20    |        |        |
| SDGsに取組む際の課題        |        | 問21    |        |        |
| 明文化された「経営理念」の有無、内容  |        |        | 問13    |        |
| 10年前よりも重要性が高まっているもの |        |        | 問14    |        |
| クラウドファンディングの認知・利用状況 |        |        | 問15    |        |
| クラウドファンディング利用の理由    |        |        | 問16    |        |
| 利用したクラウドファンディングの内容  |        |        | 問17    |        |
| クラウドファンディング利用上の課題   |        |        | 問18    |        |
| ECサイト・SNSアカウントの作成運用 |        |        |        | 問12    |
| 電子商取引(EC)への取組み・受け止め |        |        |        | 問13    |
| 産地全体の今後の見通し         |        |        |        | 問17    |

九州7県における600事業者を対象とした。主な質問項目は、「コロナ禍の影響」のほか、「ウェブサイト運営の現状・問題点」や「社会課題解決に向けた取組み状況」等であった。

### 2.3. 2021年度産地組合・事業者対象調査

2021年度は、九州7県における34産地組合と、九州7県における808事業者を対象とした。主な質問項目は、主な質問項目は、「コロナ禍による経営への影響」のほか、「ウェブサイト運営の現状・問題点」や「経営理念の内容や事業活動への反映状況」及び「クラウドファンディングの利用状況」等であった。

### 2.4. 2022年度産地組合・事業者対象調査

2022年度は、九州7県における40産地組合と、九州7県における888事業者を対象とした。主な質問項目は、「コロナ禍による経営への影響」のほか、「社会課題に向けた取組み状況」「伝統的工芸品への支援策」や「産地組合の運営方針や体制の現況」、「ECサイトやSNSアカウントの運用状況」及び「事業継承のあり方や課題」等であった。

### 3. 調査結果の経年比較の試行

以上示した調査において、複数年度にわたって同じ質問項目を提示し、回答を求めたものが存在する。

表 4. 産地事業者対象の質問紙調査における質問内容一覧

| 質問内容   | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 |
|--|--------|--------|--------|--------|
| 取り扱う伝統的工芸品の品目名   | 問1     | 問1     | 問1     |        |
| 取り扱う伝統的工芸品の分野  |        |        |        | 問1     |
| 事業所の概要(創業年・代目・経営者年齢・性別・資本金又は元入金・企業形態)                        | 問2     | 問2     | 問2     | 問18    |
| 事業所の業務形態   | 問5     | 問2     | 問2     | 問18    |
| 年間総売上額の傾向  | 問6     | 問6     | 問6     | 問3     |
| 年間生産量・経常利益の状況  | 問7     | 問6     | 問6     | 問3     |
| 産地組合の加入状況  | 問8     | 問2     | 問2     | 問18    |
| 経営上の問題点に関する受け止め  | 問9     |        |        |        |
| 産地全体の売上減少の原因   | 問10    |        |        |        |
| 事業活動の取組状況  | 問7     |        |        |        |
| 今後の事業活動への受け止め  | 問8     |        |        |        |
| 産地支援策への受け止め  | 問11    | 問12    | 問10    | 問9     |
| 産地組合活動に対する印象   | 問16    | 問13    | 問11    | 問10    |
| 産地全体が今後注力すべき取組み  | 問12    |        |        |        |
| 雇用就業環境に関する課題   | 問13    |        |        |        |
| 高齢従業員の雇用状況と受け止め  | 問14    |        |        |        |
| 若年者の採用状況と課題  | 問15    |        |        |        |
| キャッシュレス決済導入状況と受け止め   | 問17    |        |        | 問14    |
| ふるさと納税返礼品参加状況と受け止め   | 問18    |        |        |        |
| 産地全体の今後の見通し  | 問19    | 問23    | 問19    | 問19    |
| 事業所の構成員数   |        | 問3     | 問3     |        |
| 利益状況   |        | 問5     | 問5     | 問2     |
| コロナ禍拡大による経営への影響  |        | 問7     | 問7     |        |
| 新型コロナウイルス対応状況や受け止め   |        | 問8     | 問8     | 問7     |
| 製品を海外で納入・販売している割合  |        | 問9     |        |        |
| コロナ禍拡大による業績影響の状況   |        |        |        | 問4     |
| コロナ禍拡大による事業環境の変化   |        |        |        | 問5     |
| コロナ禍による事業環境変化の捉え方  |        |        |        | 問6     |
| ウェブサイト維持・構築担当人材の有無   |        | 問10    | 問9     | 問11    |
| ウェブサイト運営・ネット販売の現状  |        | 問11    | 問9     |        |
| 社会課題解決に向けた取組み  |        | 問14    |        | 問8     |
| 社会課題解決の立場  |        | 問15    |        |        |
| 社会課題解決に対しての印象  |        | 問16    |        |        |
| SDGsの認知度・対応状況  |        | 問17    |        |        |
| SDGsの印象  |        | 問18    |        |        |
| 今後検討しているSDGsに対する取組み  |        | 問19    |        |        |
| SDGsを巡る取引先の動向変化  |        | 問20    |        |        |
| SDGsに取組む際の課題   |        | 問21    |        |        |
| 明文化された「経営理念」の有無、内容   |        |        | 問12    |        |
| 10年前よりも重要性が高まっているもの  |        |        | 問13    |        |
| クラウドファンディングの認知・利用状況  |        |        | 問14    |        |
| クラウドファンディング利用の理由   |        |        | 問15    |        |
| 利用したクラウドファンディングの内容   |        |        | 問16    |        |
| クラウドファンディング利用上の課題  |        |        | 問17    |        |
| ECサイト・SNSアカウントの作成運用  |        |        |        | 問12    |
| 電子商取引(EC)への取組み・受け止め  |        |        |        | 問13    |
| 現経営者が経営者になった経緯・就任迄の期間・事業承継前に実施した取組み・事業承継時の経営方針・事業承継後に実施した取組み |        |        |        | 問15    |
| 2015年以降の事業承継の実施有無・事業承継に対する意向・後継者選定の優先順位                      |        |        |        | 問16    |
| 事業承継実施の際の課題  |        |        |        | 問17    |

本稿では、事業者対象調査の幾つかの設問に着目し、各選択肢の割合を百分率で表し、経年比較を試みる。

各年度で回答事業者数が異なるのみならず、回答事業者の内訳も異なるため、単純比較はできないものの、おおよその傾向を窺うことが可能であると考える。

なお、設問内の選択肢は「全くあてはまらない」から「とてもあてはまる」までの5件リッカート尺度を設定して回答を求めたが、2019年度のみ、「全くそう思わない」から「とてもそう思う」までの5つの文言を使用していた部分があった。これらの設問については「全くあてはまらない」から「と

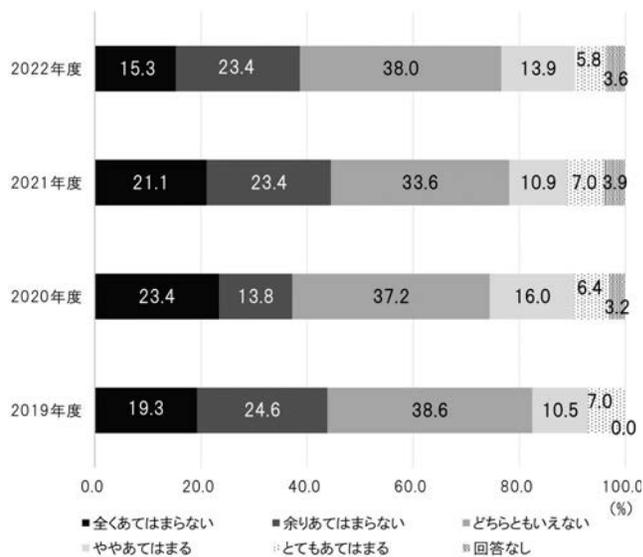


図1. 「国の伝統的工芸品に指定されて以来、産地の状況は総合的に見て良くなったと感じる」回答の推移（事業者調査）

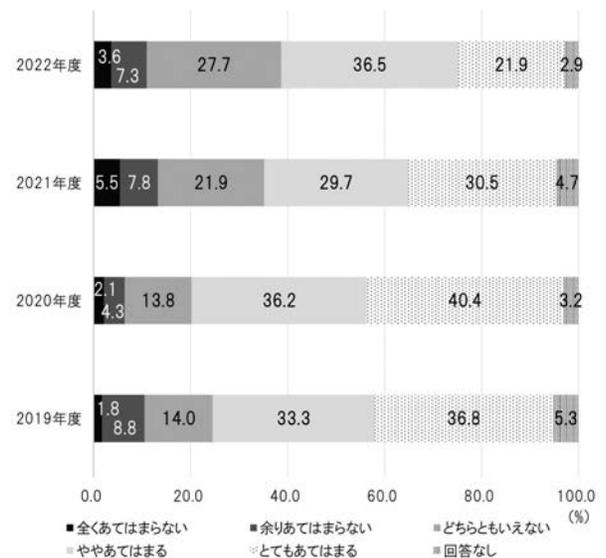


図2. 「伝産法に基づく支援策は必要不可欠だと感じる」回答の推移（事業者調査）

とてもあてはまる」の文言を準用する形で集計・作図を行った。

### 3.1. 「国の伝統的工芸品に指定されて以来、産地の状況は総合的に見て良くなったと感じる」の推移

まず、事業者調査において、産地支援に対する印象や意向を尋ねた質問の一つとして「国の伝統的工芸品に指定されて以来、産地の状況は総合的に見て良くなったと感じる」か否かを尋ねた質問があった。この質問の4ヶ年の回答内容の推移を図1に示した。

2019年度の「あてはまる」（とてもあてはまる＋ややあてはまる）の割合は17.5%であったのが、2020年度には22.4%と増加している。一方で、「あてはまらない」（全くあてはまらない＋余りあてはまらない）は、2019年度が43.9%であったのが、2020年度には37.2%に減少した。2020年度のコロナ禍発生が契機となっているか否かは明確でないが、国の伝統的工芸品指定による産地支援が、産地事業者にとって実感を伴う支援になっているか否かを知る上で、今後も尋ねるべき設問である。

### 3.2. 「伝産法に基づく支援策は必要不可欠だと感じる」の推移

つぎに、事業者調査において、産地支援に対する

印象や意向を尋ねた質問の一つとして「伝産法に基づく支援策は必要不可欠だと感じる」か否かを尋ねた質問があった。この質問の4ヶ年の回答内容の推移を図2に示した。

2019年度の「あてはまる」の割合は70.1%であったのが、2022年度には58.4%まで減少している。一方で、「あてはまらない」は、2019年度の10.6%から、2022年度の10.9%まで、大きな変動は見られない。この設問においても2020年度のコロナ禍以降は「あてはまる」が減少傾向にあり、補助金によらない生産・販売の取組みが進んでいる可能性がある。

### 3.3. 「国・自治体の事業補助金を増額してほしい」の推移

上記3.2. と関連する質問に、「国・自治体の事業補助金を増額してほしい」か否かを尋ねた質問がある。この質問の4ヶ年の回答内容の推移を図3に示した。

2019年度の「あてはまらない」の割合は24.6%であったのが、2022年度には10.2%に留まっている。一方で、「あてはまる」は、2019年度に54.4%であったものが、2020年度に68.1%に増加し、2022年度でも58.4%と2019年度を上回る割

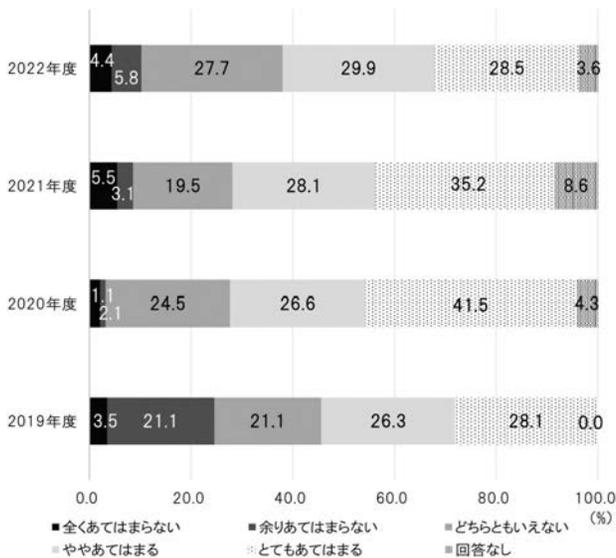


図3 「国・自治体の事業補助金を増額してほしい」  
回答の推移（事業者調査）

合になっている。この設問でもやはり2020年度のコロナ禍で「あてはまる」の割合が急増している。「あてはまらない」の割合は、2020年度以降で見ると漸増しており、今後も増えていく兆しが見られれば、「補助金によらない生産・販売の取組み」が進んでいる可能性がある。

### 3.4 「各種公的補助金の申請・獲得に力を入れている」の推移

つづいて上記3.3.と関連する質問に、「各種公的補助金の申請・獲得に力を入れている」か否かを尋ねた質問がある。この質問の3ヶ年の回答内容の推移を図4に示した。

2020年度の「あてはまらない」の割合は17.0%であったのが、2022年度には24.0%まで増えている。一方で、「あてはまる」は、2020年度に40.4%であったものが、2022年度には35.8%と若干減少している。この設問でも、「あてはまらない」の割合が今後も増えていく兆しが見られれば、「公的補助金によらない生産・販売の取組み」が進んでいる可能性がある。

ここまで、事業者調査での産地支援に関するいくつかの質問から、公的支援・補助金への依存度が薄まっているか否かについて探索的検討を行った。

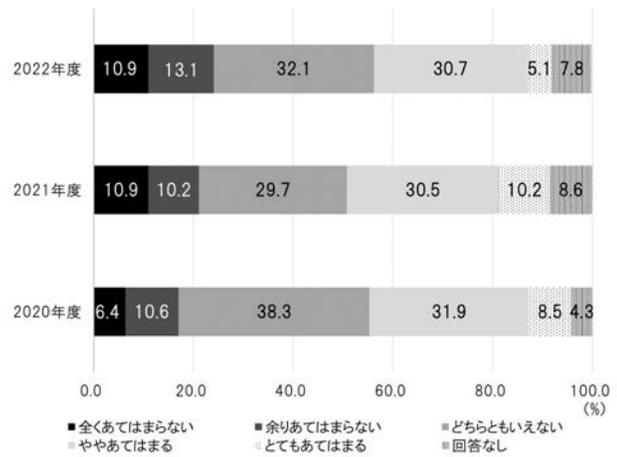


図4 「各種公的補助金の申請・獲得に力を入れている」  
回答の推移（事業者調査）

### 3.5 「組合員・団体メンバー間の団結は強い」の推移

ここからは産地組合活動に対する印象について尋ねた質問に対する回答状況をいくつか概観する。まず、「組合員・団体メンバー間の団結は強い」か否かを尋ねた質問について、4ヶ年の回答内容の推移を図5に示した。

2019年度の「あてはまる」の割合が31.6%であったのが、2020年度に44.7%まで急増し、2022年度には35.8%まで戻った格好になっている。一方で、「あてはまらない」は、2019年度に22.8%であったものが、2022年度に29.2%にまで増加している。

2020年度のコロナ禍を境に「あてはまる」が増加し、この時期に産地組合での連帯意識等が生かされた何らかの状況（例えば相互支援や協働事業等）が存在した可能性がある。一方で、「あてはまらない」の割合は、漸増傾向であることから、産地組合の「団結力」に懐疑的な立場の事業者の割合が今後も増えていく可能性もある。

### 3.6 「後継者育成の仕組みを維持できていると感じる」の推移

次に、産地組合活動において「後継者育成の仕組みを維持できていると感じる」か否かを尋ねた質問

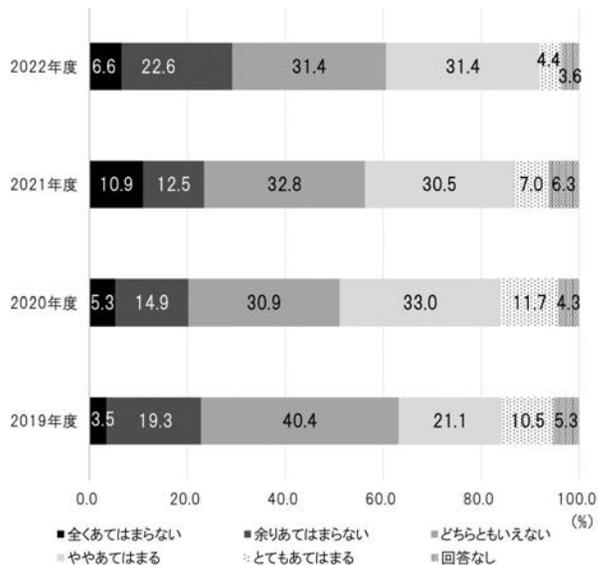


図5. 「組合員・団体メンバー間の団結は強い」  
回答の推移（事業者調査）

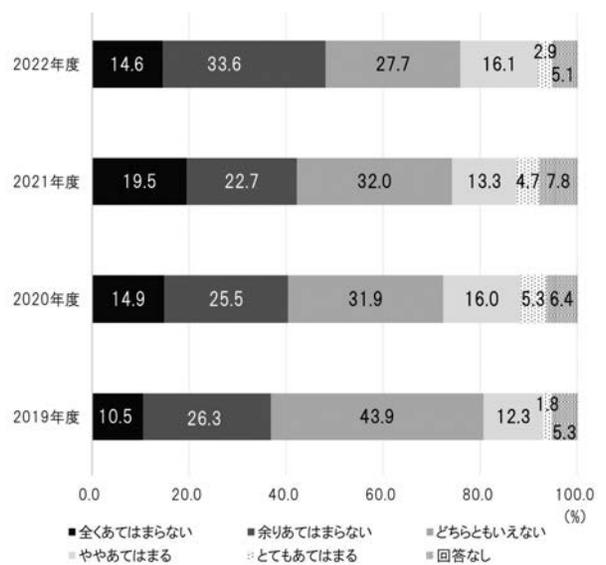


図6. 「後継者育成の仕組みを維持できていると感じる」  
回答の推移（事業者調査）

について、4ヶ年の回答内容の推移を図6に示した。

2019年度の「あてはまる」の割合が14.1%であったのが、2022年度は19.0%となっている。一方で、「あてはまらない」は、2019年度に36.8%であったものが、2022年度に48.2%にまで増加した。産地事業者の目線からは、産地組合の活動が、後継者育成の取組みとして有効なものに映っていない可能性がある。

### 3.7. 「産地組合に加入する意義・利点を実感できない」の推移

上記の3.6.に関連する質問として、「産地組合に加入する意義・利点を実感できない」か否かを尋ねた質問がある。この質問の3ヶ年の回答内容の推移を図7に示した。

2020年度の「あてはまる」の割合が26.6%であったのが、2022年度には24.0%と微減になっている。一方で、「あてはまらない」は、2020年度に25.5%であったものが、2022年度に32.2%にまで増加している。コロナ禍以降に「あてはまらない」が増加傾向であることは、同業者組織である産地組合での取組みに対して何らかの加入意義・利点を感じた事業者が増加している可能性がある。今後、コロナ禍において、産地組合のどのような取組みが産

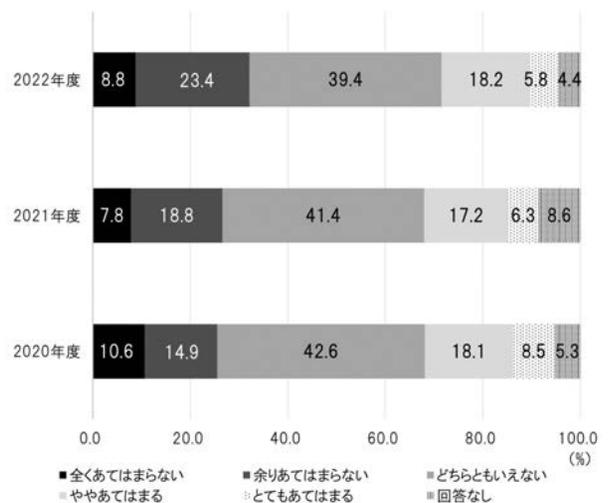


図7. 「産地組合に加入する意義・利点を実感できない」  
回答の推移（事業者調査）

地事業者にとって有効であったのか等を把握することで、今産地事業者が期待する“新しい産地組合像”が浮き彫りとなる可能性がある。

## 4. 考察

### 4.1. 社会情勢との照合の重要性

2019年度以降の大きな環境変化としてコロナ禍の発生があった。本稿では、この影響について、社会経済指標を見ながら捉えるには至らなかった。今後はコロナ禍前後に行われた他の関連調査等と照合を行うことが重要であると考えられる。

## 4.2. 今後の経年比較の構造化に向けて

経年比較分析におけるフォーカスポイントとして、①4ヶ年度全てに回答している事業者、②コロナ禍の前後での回答差、③工芸品の種類・品目間での回答差、④事業者の経営者・生産者の世代間差という4点がある。本稿ではこれら4点に関して細分化を経た分析には至らなかった。理由として、4ヶ年の調査結果を品目毎にデータを細分化する際にサンプル数の不足等が見られ、統計分析を試みる上の限界が存在していたこと等が挙げられる。

また、九州7県においては、生産地が多く存在する陶磁器の生産者の声が調査結果により反映される傾向にあるため、今後はその地域特性を踏まえた分析の視点を掲げる必要がある。

特に、産地組合と事業者の意識ギャップを生じさせる要因はまだ明確に絞られていないが、産地事業主の年齢や創業年の違い等で産地組合に対する何らかの意識や期待感の差が存在しているとみられる。そして、事業者に望まれる「産地組合像」は時勢に応じて変化している可能性もある。

今後の継続的な産地への調査が、経年比較分析を実施する上で不可欠な営為であることが確認できたと考える。

## 謝辞

アンケート調査の回答にご協力頂いた九州地区の伝統工芸産地の各組合・団体や事業者の皆様には大変お世話になりました。また、本稿作成に当たっては、匿名の査読者から貴重なコメントを頂きました。ここに記して感謝の意を表します。

## (注)

- 1) 本稿は大淵和憲「伝統工芸産地における継続的意識調査と経年分析の意義」(2022年度日本デザイン学会第5支部研究発表会、2022年10月29日、オンライン開催)の発表内容を加筆修正したものである。

## (引用・参考文献)

- [1] 大淵和憲 (2020) 「九州の伝統工芸産地組合・事業者を対象とした意識調査分析」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会、3号、43-66頁。
- [2] 大淵和憲 (2021) 「九州地方における伝統工芸産地組合・事業者の実態調査分析～社会課題解決・コロナ禍・ウェブサイト運営を中心に～」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会、4号、31-48頁。
- [3] 大淵和憲 (2022) 「伝統工芸産業における経営環境変化を巡る意識・実態調査分析～九州地方の伝統工芸産地組合・事業者を対象とした質問紙調査より～」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会、5号、1-42頁。
- [4] 大淵和憲 (2023) 「伝統工芸産業におけるコロナ禍や事業承継を巡る実態調査分析～九州地方の伝統工芸産地を対象とした質問紙調査より～」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会、6号(投稿中)。
- [5] 経済産業省・三菱UFJリサーチ & コンサルティング (2017) 「平成28年度伝統的工芸品産業支援事業(伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けた調査)報告書」[https://www.data.go.jp/data/dataset/meti\\_20171206\\_0034](https://www.data.go.jp/data/dataset/meti_20171206_0034)、2022年1月10日閲覧。