

# 令和7年度に向けた 重点的検討課題について

## ②プロデューサー型人材の育成について

---

令和6年8月1日  
新産業戦略PT事務局

## 昨年度の議論に関する振り返り

テーマ「クリエイティブ人材の育成・集積・活用」に関連して

### R5.10カンファレンスでのご意見

- ・新しい道をつくる**プロデューサー型人材を育成する必要性**
- ・クリエイティブ人材の輩出・育成に資する、CSV(※)領域の掘下げと、**基盤づくり、社会実験段階での行政支援**

(※) Creating Shared Value。共有価値〈利益獲得と社会課題解決の両立〉の創造を軸とした経営。

新産業戦略PTにおいて議論し、以下のとおり整理。

- ・プロデューサー型人材の重要性は、**普遍性のある政策課題**であり、
- ・プロデューサー型人材の**定義、育成支援策のあり方**について、PTで具体的かつ議論・検討を進める。

## 1. 重点的検討課題②

# プロデューサー型人材の育成について

クリエイターの発想を持ちつつ、事業のプロデュース・ディレクションができる“クリエイティブの素養を有するプロデューサー型人材”をどのように増やしていくか検討する。

検討にあたっては、伝統工芸の分野（※）で活躍する人材を予定。

（※）昨年度から設置した伝統工芸産業支援PT（庁内）の議論を踏まえて、今年度、伝統工芸産業全般を所管する「伝統産業支援課」を新たに設置し、支援を強化。今後、商工労働部として力を入れていく分野。

伝統工芸  
分野



プロデュー  
サー型人材



新商品開発  
販路開拓  
など

<参考となる本県のケース>

ケースA：能作+デザイナー

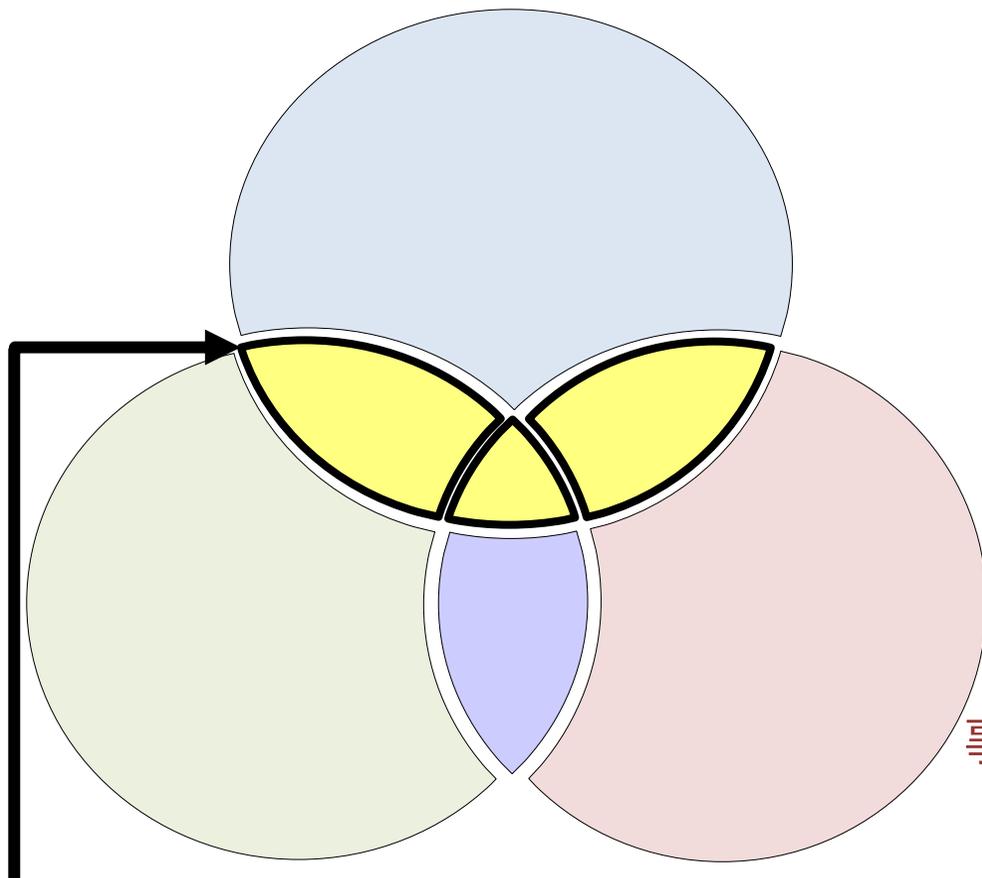
⇒ 新商品誕生（錫製の曲がるカゴ）

ケースB：モメンタムファクトリー・orii+ 建築、アパレルなど異業種

⇒ 新分野進出による販路拡大（建材、服飾など）

# プロデューサー型人材のイメージ

**クリエイター・デザイナー型**  
事業のベースをもとに表現する、形を作る人



**ディレクター型**  
事業を成長させる人  
(1→10、1→100)

**プロデューサー型**  
事業を興こす人(0→1)

※本PTで議論いただきたい人材(クリエイティブ×プロデューサー・ディレクター)イメージ  
(要素) 素材の目利き、価値創造、社会設計、販路開拓、プロモーションなど

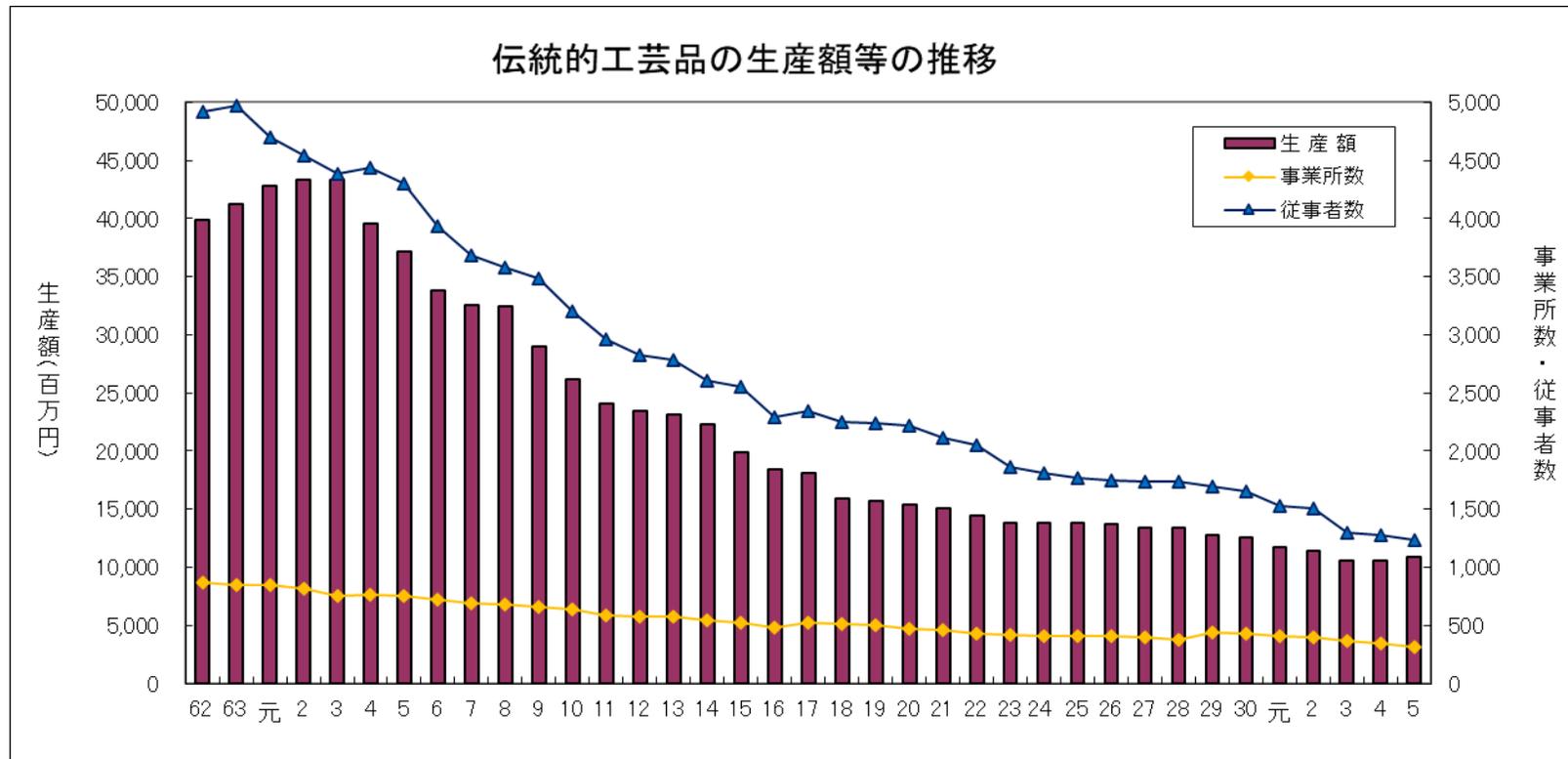
## 2. 現状と主な取組み状況 —富山県の伝統工芸—

### ○国指定『伝統的工芸品』6品目

高岡銅器、井波彫刻、高岡漆器、庄川挽物木地、越中和紙、越中福岡の菅笠

### ○県指定『富山県伝統工芸品』5品目

越中瀬戸焼、高岡鉄器、高岡仏壇、とやま土人形、富山木象嵌



## 2. 現状と主な取組み状況 —富山県の伝統工芸—

---

### <産地の現状>

- ・ 伝統産業においては、これまで問屋がプロデューサー的役割（企画・営業）を果たしてきたが、時代の変化に対応できず、産地のプロデュース機能が低下している。
- ・ この機能を補完するため、県内では問屋に頼らず商品の企画から製造販売まで自社で手掛ける「能作」や「折井」が活躍している。
- ・ また、従来の組合の枠を超えて、高岡銅器や高岡漆器の若手職人等が集まり、産業観光の促進やものづくり関係人口創出を目指す「ツギノテ実行委員会※」が奮闘するなど、新たな動きが見られる。

※実行委員会 委員長 羽田純（ROLE代表）

副委員長 能作千春（能作社長）、吉川和行（漆芸器吉川）

## 2. 現状と主な取組み状況 —伝統工芸ミライ創造事業—

R4

R5

R6

産地を束ねるブランド開発を伴走支援

10事業者・グループ

- 新商品・新サービス等の開発の企画立案  
コンサルによる伴走支援
- メンターによるアドバイス  
県総合デザインセンター等による助言
- 商品企画の報告会
- 異業種との連携、販路先調査

商品企画・プロデュース力の  
実践的研修型支援

5事業者・グループ

- 企画案に基づく商品開発、営業力強化  
<1グループにつき1名のプロ人材によるコンサル型支援>
  - ・新商品・新サービスの開発
  - ・販路開拓
  - ・提携先企業の発掘・連携

商品開発、販路先開拓等の  
外部人材による伴走支援

2～3事業者・グループ

- プロモーション支援  
広報(CM、SNS)、  
展示会、百貨店、EC、  
越境EC、セレクトショップ、  
メーカーカタログ

外部人材の伴走支援を受け  
ながら、プロモーション支援

# 新しいかたちのオープンファクトリーの企画

主体: 高岡伝統産業青年会



## ツギノテ×トーク

参加費無料

会場: 産業博覧会エリア

11月3日(金・祝)

SESSION 001

14:30-15:15 | 伝統産業青年会のツギノテ

高岡伝産と石川伝産について深掘り「産地の職人組合の意義は?」



吉川和行  
高岡伝統産業青年会  
現会長/陶師



折橋祐紀  
高岡伝統産業青年会  
36代 会長/折橋漆器店



山田晃輔  
石川伝統産業青年会  
会長/山田仏具店



進藤仁美  
D&DEPARTMENT  
TOYAMA 店長

SESSION 002

15:30-16:15 | ものづくり産地、高岡のツギノテ

高岡クラフトコンペとツギノテを目指す「ものづくり関係人口の作り方」



大治将典  
高岡クラフトコンペ  
手工業デザイナー



田中良和  
高岡クラフトコンペ23  
グランプリ受賞/陶芸作家



NEW TRADITIONAL  
藤井克英  
高岡クラフトコンペ23  
準グランプリ受賞



羽田 純  
高岡伝統産業青年会  
ツギノテディレクター

## 概要

・オープンファクトリーを単なるイベントで終わらせるのではなく、作り手・売り手・使い手が会える場とすることで、“ものづくり関係人口”や新たな産業の種の創出を目指すプロジェクト

- ①51社が一堂に技術・商品展示を実施する「高岡産業工芸博覧会」
- ②青年会アテンドの産業技術展示エリアのツアー
- ③産地の“ツギノテ”を考えるトークセッション
- ④12社の技術の解説がセットになったプレミアム商品券

## 来年度 ※R6年度の取組み方針

- ・ものづくりを起点に地域・社会課題(ex.移住、観光)を解決するプラットフォームに発展させる
- ・高岡市以外の産地や外部のクリエイターを巻き込んだ持続可能な運営体制を構築し、通年での産地アテンドツアーによる“ものづくり関係人口”の創出に取り組むほか、イベントが産業振興(販路拡大など)や社会課題の解決につながる仕掛けを企画・実施する

### 01 金継ぎ



ツギノテ2023 全編販売品券  
ツギペイチケツ

¥500

※引換しは複数となります。お会計の際  
ペイチケツを提示して換金をお願いします。

販売店様向け



※期間:  
2023年11月20日(金)〜4日(土)  
期間内限定で全編販売品券ツギペイチケツ  
ペイチケツの引換しは複数となります。お会計の際  
ペイチケツを提示して換金をお願いします。

### 01 金継ぎ | 漆、本金粉、石膏

石膏で仕上げられた器に漆を塗り重ねる塗り重ね  
漆の乾き具合を調整しながら、その上に金粉を  
撒きデザインを完成させた金継ぎ作品です。



吉川和行  
陶師

漆に用いる漆液を塗る工程、  
特に「塗り重ねる」という  
工程が、金継ぎの醍醐味として  
多く、漆液、本金として作り  
出す工程は、非常に繊細な作業  
です。

# 伝統工芸ミライ創造事業の外部支援が必要な領域

	取組内容	今後、外部支援が必要な領域
ツギノテ実行委員会 (代表:(株)ROLE 羽田純)	新しいかたちの オープンファクトリー 「ツギノテ」の企画	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BtoB マッチングのための企業集客に伴う有力企業先のリストアップ【情報】</li> <li>・イベントの協力者、参画者を増やすことを目的に、地域課題と紐付けた施策の立案【情報】</li> </ul>
高岡鉄瓶グループ (代表：大越工芸品製造株式会社)	「高岡鉄瓶」の中国・北米市場でのブランディング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット先への販路やネットワークを保有する企業によるコンサルティング【情報・カネ】</li> <li>・県や市が取り組むインバウンド施策と連動したマーケティング施策の立案【情報】</li> </ul>
TOYAMA CRAFT MIX (代表:前川大地【井波彫刻】)	伝統工芸の技を 掛け合わせた新たな 装飾ブランドの立ち上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲット先への販路やネットワークを保有する企業によるコンサルティング【情報・カネ】</li> <li>・プロジェクトプロデューサー【ヒト】</li> <li>・営業人材(営業先のリストアップおよびアプローチ)【ヒト】</li> <li>・営業ツール/PR ツールを製作する人材【ヒト】</li> </ul>

## 2. 現状と主な取組み状況 —伝統工芸文化継承・産業振興プログラム—

未来像		伝統工芸技術が活用された商品やサービスが、多くの関係者で生産・提供され、県内はもとより国内外に広がっている。			
区分	現状・課題	支援策			未来像
		R4	R5	R6	
I 人材育成・技術継承 人材確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業所数 S62:868 ⇒ R2:399</li> <li>・従業者数 S63:4,971人 ⇒ R2:1,505人</li> <li>・企画力・販売力向上の人材育成がない。</li> <li>・弟子入り前のショートプログラムがない。</li> <li>・技術が高度で習得まで時間がかかる。</li> <li>・職場環境が今の時代に対応していない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 産地事業者等の企画・提案力の向上</li> <li>・新ブランドの企画立案</li> <li>・異業種ニーズ調査</li> <li>・企画案のコンペ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試作品の開発</li> <li>・連携企業等の確保</li> <li>・専門家による助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プロモーションの支援 広報(CM, SNS)、 展示会、越境EC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職人希望者や後継者が増加</li> <li>・企画・提案力、プロモーション力が高い</li> <li>・伝統工芸事業者や異業種・異分野の事業者が連携</li> </ul>
II 新商品開発(新分野) 参入、異業種連携等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売額 H2:433億円 ⇒ R2:114億円</li> <li>・消費者ニーズに合った商品開発が不十分</li> <li>・異業種・異分野への進出の動きあり</li> <li>・専門分野の人材とのネットワーク不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 企業・産地組合等が連携した新ブランドの創出</li> <li>・新ブランドの企画立案</li> <li>・異業種ニーズ調査</li> <li>・企画案のコンペ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・試作品の開発</li> <li>・連携企業等の確保</li> <li>・専門家による助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プロモーションの支援 広報(CM, SNS)、 展示会、越境EC</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者ニーズに合った商品やブランドを開発し、売上が向上</li> <li>・異業種との連携や異分野への進出が進んでいる</li> </ul>
III 販路開拓・魅力発信(見本市) 出展、海外展開・輸出促進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・記念品・贈答品需要の低迷</li> <li>・新たな販売チャネルの獲得が必要</li> <li>・ECサイトの需要が伸びている。</li> <li>・EC市場参入へのノウハウが不足</li> <li>・海外展開へのノウハウが不足</li> <li>・伝統工芸の魅力発信が不十分</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 大都市でのマッチング支援や、首都圏バイヤーとのネットワークの構築</li> <li>◆ EC市場参入のためのセミナー開催、オンラインコンテンツの制作支援</li> <li>◆ 海外市場(中国等)での販路展開</li> <li>・MUJIホテルでの展示(食品や酒も追加)</li> <li>・中国バイヤーとの商談会</li> <li>・越境EC(新規参入向け、日本商品特化) 「とやま館」特設サイトでの販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現地での展示販売</li> <li>・現地バイヤー商談会</li> <li>・海外大手ECサイトへの引き上げや 直接出店</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 伝統工芸品や職人の動画配信、海外インフルエンサーによる配信</li> <li>◆ 国内外での見本市への出展支援や、伝統工芸品展の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実店舗、ECサイト、海外市場など多様な販路先を獲得</li> <li>・特に市場規模が大きい店舗・サイトで販売</li> <li>・国内外の消費者が認知し愛用</li> </ul>

・ 伝統工芸を牽引する新たなブランド創出を目指して、3か年プロジェクトを実施中。(R4~R6)

### 3. 検討の進め方

---

#### 【検討にあたっての課題認識】

プロジェクトを通じ、伝統工芸事業者が外部人材と協働し新商品・新サービス等の創出や販路開拓等に取り組んでいる。

ただし、職人が磨いた技術を“どう売るか”までを担うのは難しい。また、外部人材とのマッチング支援はあるが、“どう売るか”を教える人材育成プログラムはない。（昨年度カンファレンス・第4回PTご意見より）

➡ 今後も伝統工芸産業が持続的に新事業創出に取り組んでいくには、県内で長期的・継続的に活躍するプロデューサー型人材も必要ではないか。

### 3. 検討の進め方

---

- 検討にあたって、テーマに関わる論点をお示しします。
- 自由闊達にご議論いただければ幸いです。  
(トークセッションのようなイメージ)
- ご議論いただいた内容を踏まえて、令和7年度の重点的な取り組みの方向性を決定します。

## 論点①

# これからの伝統工芸産業に、新たな風を吹き込むプロデューサーに必要なスキルは？

<目的> 伝統工芸産業を念頭に、プロデューサー型人材の定義・スキルを改めて整理するもの。

● **必要なスキル（例）** ※ 令和5年度第4回PT委員ご発言等から

・ **社会設計、プランニング力、デザイン力、創造力**

社会設計をしてビジネスを打込こむ。仕組みインフラづくり。今は無いものを作る。プランニング力。問題を発見して想像する能力、技術、経験。視座が高い。

長期的に自己デザインと自社・社会のデザインができる。価値の創造。

素材の目利き、販路に乗せるディストリビューションやチャンネル設計。

クリエイティブの素材をビジネスに乗せる能力。

・ **行動力、ネットワーク**

フットワーク良さ、国際的なネットワーク力

・ **専門的知識（経営スキル、プロモーション手法等）**

正しい経営スキル。自立自走できる経営能力。プロモーション力。

### 論点②

県内の伝統工芸事業者とともに長期的・継続的に活躍するプロデューサー型人材を育てるには？

<目的> 論点①の必要なスキルを持つ人材を育成するために、どのような方法が考えられるか検討するもの。

● **育成方法 (例)** ※ 令和5年度第4回PT委員ご発言等から

(1) **学びの場の確保** (例)博多21の会、建築と経営のあいだ研究所、LIVE DESIGN School

- ・ 経営やプロモーション手法等必要なスキルを学べる場、能力を強化できる場
- ・ デザイナーの商品を伝える力を企業経営に融合させていく
- ・ 学校教育における人材育成
- ・ 人材交流による学びの場

(2) **プロデュースを实践する機会の提供**