

# 茨城の伝統工芸品に関する現状と課題

## ～構造的課題への対応と伝統工芸品の持続可能性について～

株式会社常陽産業研究所 地域研究センター 研究員 中橋 彩乃

日本の伝統工芸品産業は、市場規模の縮小や後継者不足といった課題を抱える一方、海外展開やSDGs対応などの新たな動きも見られる。同様に、茨城県を代表する笠間焼や結城紬などの工芸品業界も課題に直面しているが、新市場への参入や地域・行政と連携した後継者育成など、独自の打開策を模索する動きが活発化している。

本調査では、全国的な動向を踏まえ、県内主要工芸品の現状と課題について整理する。さらに、事例調査やヒアリングを通じて、今後の伝統工芸品の維持方策と、地域資源としてのさらなる価値向上に向けた方向性を検討していく。

### 1. 日本国内の伝統工芸品について

#### (1) 伝統工芸品とは

日本の伝統工芸品は、一般に100年以上の歴史を持つ技術や自然素材を用い、職人の手作業によって作られる生活用品とされ、日常生活で使われることを前提とした「用の美」を備えているのが特徴となっている。近年は環境に優しい持続可能な製品としても評価され、

現代の生活様式に合わせた伝統工芸品も次々と生み出されている。

国が指定する「伝統的工芸品」は現在244品目ある。代表例として、最高級の絹織物「西陣織」、美しい磁器「伊万里焼」、堅牢な漆器「輪島塗」、実用的な鉄鋳物「南部鉄器」などが挙げられる（図表1）。

図表1 日本の代表的な伝統工芸品



伝統的工芸品産業振興協会HPを参考に当社で作成

## 全国の伝統工芸品の市場規模は長期的に縮小傾向

全国の伝統的工芸品産業の市場規模（生産額）は、ライフスタイルの洋風化や、安価な大量生産品・輸入品の普及などを背景に、長期的に縮小傾向となっている。

経済産業省の調査によると、伝統的工芸品の生産額は1983年度に約5,400億円を記録してピークを迎えたものの、その後は減少を続け、2016年度には1,000億円を割り込んだ。20年度の生産額は約870億円程度で推移しており、最盛期の6分の1以下の水準にまで落ち込んだ。なお、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会による最新のデータによると、2022年度は1,050億円と、依然低水準ながら、既往の最低水準は脱している。

## 2. 茨城県の伝統工芸品

茨城県の伝統的工芸品の全体像や、産業としての現状、観光資源・文化資源としての展開状況を確認する。

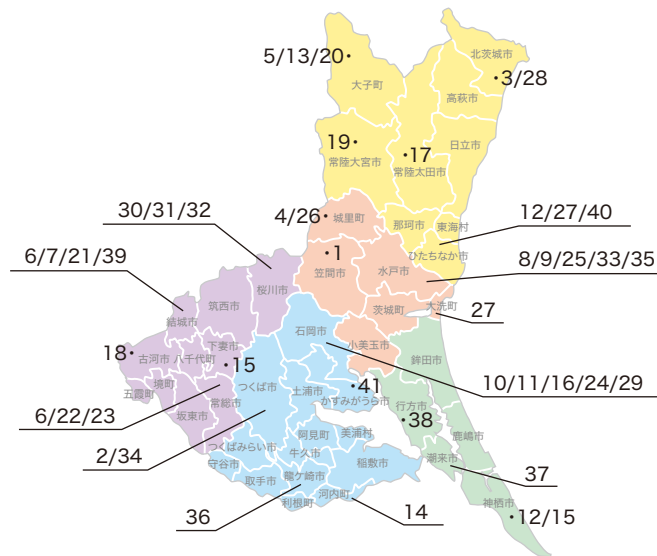
### (1) 茨城県の伝統工芸品

茨城県は、広大な平野や豊かな水系、山林など多様な自然環境に恵まれており、それぞれの地域の気候風土や歴史的背景に根ざした多種多様なものづくりが行われている。また、現在、県内には国が指定する「伝統的工芸品」と、県が独自に登録をしている「茨城県伝統工芸品」が存在し、県の文化や産業を支える重要な地域資源となっている。

国の指定を受けている伝統的工芸品は、「結城紬」「笠間焼」「真壁石燈籠」の3品目である。結城紬は国の重要無形文化財およびユネスコの無形文化遺産にも登録されている最高峰の絹織物であり、笠間焼は関東屈指の陶磁器産地として多様な作風と高い生活親和性を誇る。また、真壁石燈籠は地元で産出される良質な花崗岩（真壁石）を用いた精巧な石材工芸として高い評価を得ている。

茨城県指定の伝統工芸品としては、水戸藩の産業奨励により発展した「水府提灯」や、豊かな森林資源を背景

図表2 茨城県の伝統工芸品 一覧



| 陶器  |          |
|-----|----------|
| 1   | 笠間焼      |
| 2   | つくばね焼    |
| 3   | 五浦天心焼    |
| 木工品 |          |
| 4   | 粟野春慶塗    |
| 5   | 八溝塗      |
| 6   | 結城地方の桐下駄 |
| 7   | 結城桐箆笥    |
| 8   | 水戸やなかの桶  |
| 9   | 澗沼竿      |
| 10  | 石岡府中杉細工  |
| 11  | 石岡の桐箱    |
| 12  | いばらき組子   |
| 13  | 大子漆の指物家具 |
| 14  | 杉折箱      |

| 藤工芸   |            |
|-------|------------|
| 15    | 茨城藤工芸      |
| 竹工品   |            |
| 16    | 竹矢         |
| 17    | 雪村うちわ      |
| 18    | 古河竹工画      |
| 和紙・文具 |            |
| 19    | 西ノ内和紙      |
| 20    | 国寿石大子硯     |
| 織物・染物 |            |
| 21    | 本場結城紬      |
| 22    | いしげ結城紬     |
| 23    | 水海道染色村きぬの染 |

| 祭礼・用具 |        |
|-------|--------|
| 24    | 常陸獅子   |
| 25    | 水府提灯   |
| 26    | 桂雛     |
| 27    | 万祝・大漁旗 |

茨城県知事の認定に加え  
経済産業大臣の指定を受けた  
国指定の伝統的工芸品

茨城県知事の認定を受けた  
茨城県伝統的工芸品

| 諸工芸品 |           |
|------|-----------|
| 28   | 手描き鯉のぼり   |
| 29   | 線香        |
| 30   | 真壁石燈籠     |
| 31   | べっ甲細工     |
| 32   | 梵鐘        |
| 33   | 米粒人形      |
| 34   | 大穂のほうき    |
| 35   | 武道具       |
| 36   | カガミクリスタル  |
| 37   | あやめ笠      |
| 38   | 繁昌笠       |
| 39   | 結城まゆ工芸    |
| 40   | 那珂湊だるま    |
| 41   | 霞ヶ関帆引き船模型 |

※複数の市町村にまたがる場合がある

茨城県「いばらき手しごと地図」を参考に当社作成

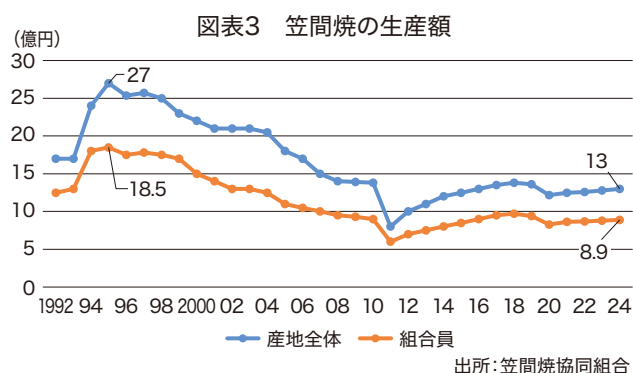
とした木工品、和紙、節句人形などが、国指定の伝統的工芸品の3品目に追加（38品目）され、2025年2月末時点で41品目が指定されている（図表2）。茨城県は工芸を担う製造者等を「茨城県伝統工芸士」として認定しており、2025年2月末時点で109名が認定されている。

## (2) 各産地の取り組み

茨城県の産地においても、全国と同様に現代化による需要の低迷、担い手不足などの問題を抱えている。このような問題に各産地はどのように対応しているのだろうか。そこで、茨城県を代表する伝統工芸品のなかから、「笠間焼」と「結城紬」の状況と産地の取り組みに注目してみたい。

### 生産額について

笠間焼協同組合が集計を開始した1992年度以降の笠間焼の生産額をみると、最も生産額が多かった1995年度には産地全体で27億円、組合員で18.5億円であったが、2024年度には13億円と95年と比較して△51.9%、組合員は8.9億円と同△51.9%となり、最盛期から大幅に減少している（図表3）。



また、本場結城紬の生産反数のピークは1980年度（昭和55年）で30,000点を超えていたが、その後大幅に減少し、2009年度には2,381点、その後も減少が続き、直近2024年度では、479点と500点を切っている（図表4）。

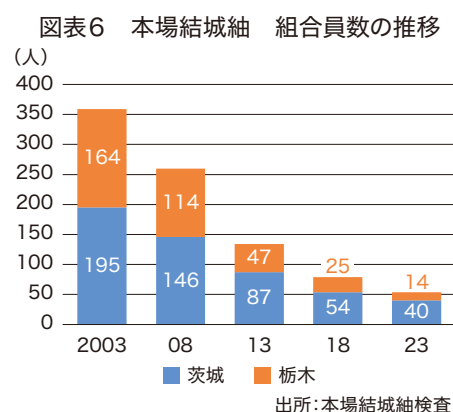
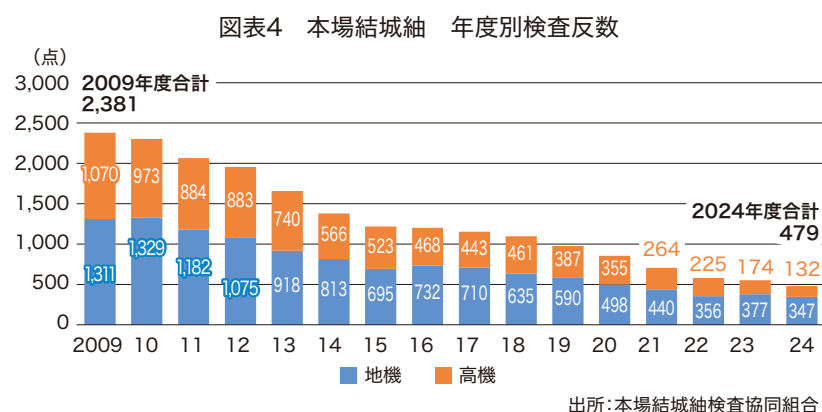
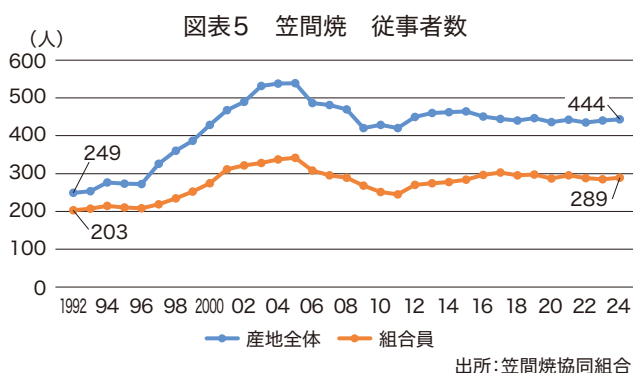
### 担い手の状況について

笠間焼の生産額が減少傾向にあるのに対し、従事者数は堅調に推移している。2024年の従事者数は1992年と比較すると、産地全体で+78.3%、組合員で+42.4%となっている。笠間焼は他の伝統的工芸品と比較し、笠間陶芸大学校の存在もあり、担い手が現在でも多く存在している（図表5）。

一方で、2023年の本場結城紬検査協同組合の組合員数は、茨城県で40人、栃木県で14人、合計54人となっている。2003年は合計で359人であり、20年間で85.0%減少している（図表6）。

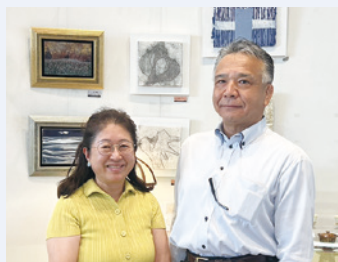
## (3) 笠間焼・結城紬の現状

上記を踏まえ、実際に産地がどのようなになっているのか、事業者へヒアリングを実施した。



## 笠間焼

笠間工芸の丘 株式会社



笠間焼について、販売や展示、陶芸体験などを行う笠間工芸の丘株式会社の代表取締役・梅原尚美氏、ミュージアムショップ

特任担当・袖山豪史氏におうかがいしました。

### 笠間焼の特徴

笠間は、江戸時代中期には、壺・甕・すり鉢など日用品の産地として重宝されていました。その後、1950年の窯業指導所設立（県）をきっかけに、1966年に芸術村の開村（市）、1972年に窯業団地が造成（県）され、全国から陶芸を学びたい若者が集まり、食器などの日用品から、アート作品まで、自由な作風の産地へ変貌していききました。その、自由な作風が特徴であることから、各作家が個性を出すことが笠間焼の命題となっています。

### 笠間焼の原料

笠間焼は土を使用して作成されています。笠間焼協同組合で販売されている「笠間」を冠する粘土は、100%笠間産の原土を使用する「笠間単味」と、「笠間単味」に岐阜産の「赤ふく」という原料をブレンドし使いやすい「笠間土」の2種あります。この2種の年間生産量は60トンといわれています。また、原料（原土）は、流通の発達により、国内外から取り寄せたり、磁土（石）を使用したりするなど多様化しています。

その他、笠間焼には作品により様々な原料が用いられます。その中には希少金属であるコバルトや金なども含まれており、作家は近年の著しい価格高騰を受け販売価格への転嫁に悩んでいる状況です。

### 作家の特徴

現在の笠間焼の作家は、大きく3つの特徴によって分けられます。

一つ目は多数派である「日常使いの器」を手掛ける作家です。若手の台頭とSNSでの直販により産地や作家自身は活気づいています。

二つ目は伝統工芸展などの公募展に応募する「伝統的な作品」を手掛ける作家です。若手の公募展離れにより高齢化が進む一方で、確かな技術と評価に基づく根強いファンが多くいます。

三つ目は「自由造形・現代陶芸」に取り組む作家です。笠間陶芸大学校の開校を機に有望な若手が多数輩出されています。大型作品も多く国内一般層には売りにくい側面があるものの、富裕層やインバウンド向けとして非常に高いポテンシャルを秘めています。

### 笠間焼の販路・流通について

笠間焼の販路は個人作家による個展、ギャラリー販売などが主流となっていますが、近年ではSNSを通じ、作家と個人的に連絡を取り、購入をする消費者も増えている印象です。

一方で、業務用の販売は難しさを感じています。個人作家が多いため、数百個単位の揃い物を必要とするホテル等の大口注文への対応は、機械化・分業体制を取り入れた美濃焼などの産地が50%以上のシェアを占める現状があります。



▲笠間工芸の丘

### 人材育成や新技術を牽引する陶芸大学校

陶芸大学校は、2016年に窯業指導所から改組し、「現代陶芸をリードする陶芸家を輩出する産地」と「手作りを中心に日用陶磁器を生産する産地」を担う人材育成をコンセプトとし若手陶芸家を育成する学校です。

毎年の新入生枠は陶芸学科12名、研究科3名ですが、応募が多く狭き門となっています。茨城県内のみならず、県外や海外（中国、台湾等）からの入学者もいます。

加えて、陶芸大学校は笠間焼の高付加価値化に対し

でも地域の拠点となっています。陶芸大学校と協同組合の連携により、笠間長石や栗の剪定枝の灰を用いた地元資源由来の新たな釉薬（ゆうやく）の素材を開発しました。多くの作家が使用することにより笠間地域の新たな観光資源となっています。

### 観光資源と笠間焼

笠間焼は笠間市の観光事業にも深く関わっており、近年の観光需要に対応しながら観光体験を提供しています。

毎年ゴールデンウィークに開催され、県内外から多くの観光客を集める「笠間の陶芸祭（ひまつり）」はコロナ禍以降、有料化を実施しました。これにより「焼き物を目的とする購買意欲の高い層」の来場が増加しました。来場者は購買意欲のある層のみに絞られるため、産地にとっては作品のファンにアクセスしやすくなりました。

また、陶芸体験のやり方にも近年多様性が見られています。例えば、日帰りの陶芸体験に加え、民泊での滞在や農業体験などを合わせて行う体験型観光がみられています。日本の都市に住む観光客や日本の文化を体験したい外国人観光客から、日本の原風景を味わうことができると好評のようです。



▲栗灰釉を使用した笠間焼



▲2026年 笠間陶芸祭

### これからの笠間焼産地、笠間工芸の丘の役割について

これからの笠間焼は、首都圏から最も近い焼物産地である利便性を活かし、陶芸の魅力あるコンテンツやサービスの提供をすることで、国内外の観光需要を取り組める可能性を持っています。一方で、陶器産業として成長していくには、笠間焼ならではの手作りの良さを生かしつつ、美濃焼などのように大量生産できる体制を確立していく必要があります。

笠間焼の販路拡大については、作家自身でも多くがインスタグラムなどSNSを活用した作品の紹介や個展の案内をしています。笠間工芸の丘でも、広報や展示の仕方、作家と作品の特徴などがわかるようにしていくことが大事と考えています。また、実際に作品を使って魅力を体験する取り組みも始まっています。2024年に笠間工芸の丘に「クラフトカフェ」が開設され、販売コーナーに並ぶ笠間焼の器を実際に使いながら地元食材を味わえる場が誕生しました。今後は、作家の多種多様な作品の品揃えを充実させる努力とともに、陶芸体験を通じて、産地としての総合的な魅力を発信していきます。



▲クラフトカフェの様子



### 笠間工芸の丘

眺める陶芸から楽しむ陶芸へ。  
世界にひとつしかない器をもとめて。  
笠間焼、現代アート、陶芸体験、様々なアートに触れ合いながら、家族みんなで楽しむことができる体験型複合施設です。

開館時間 AM10:00～PM5:00

休館日 月曜日（祝日及び連休の場合は翌日）  
年末年始 12/25～1/1

住 所 〒309-1611  
茨城県笠間市笠間2388-1

電話番号 0296-70-1313

メール info@kasama-crafthills.co.jp



▲公式HP



▲Instagram

## 結 城 紬

奥順 株式会社



明治40年の創業以来、産地製造問屋として流通を担うほか、総合ミュージアム「つむぎの館」の運営をはじめ資料館や体験工房、アンテナショップを展開し、結城紬を広く伝えるための事業を行っている奥順株式会社の代表取締役社長・奥澤順之氏におうかがいしました。

### 結城紬の特徴

主に茨城県結城市や栃木県小山市周辺で生産される結城紬は、その技術が国の「重要無形文化財」に指定されていることに加え、日本の絹織物の中でも唯一「ユネスコ無形文化遺産」に登録されている高級絹織物です。実際に着物として何度も着用、丁寧にメンテナンスを繰り返すと、風合いが増すなど、時間が育む美しさが布の表情として表れます。

結城紬は、職人が個性を競うものではありません。それぞれの職人が自らの役割を全うし、先人から受け継いだ技術を次の工程へ丁寧につないでいくことで、一枚の布を織り上げます。すべての工程が人の手によって生み出される一方で、その仕上がりは機械のような均一性や正確性を目指し、人の手仕事を感じさせないことが美德とされています。

### 結城紬の製作工程の特徴

結城紬の生産は、真綿づくり、糸つむぎ、下ごしらえ・かすり 拵し ばた おくり（文様）、染織、地機織り、湯通しの各工程が専門化されています。

以上のように、最低でも6工程は別の人が担当することから、1反を織るのに少なくとも6人が必要です。もっと細かく言えば経（タテ）糸と緯（ヨコ）糸をつむぐ人も異なります。結城紬を作るには多くの職人の手が必要です。

各工程を専業とするのには「すべての工程を一人で行うと中途半端なものしかできない」という考え方によるものです。各工程で技術を高めることにより、より

良いものができるという方針をとっています。これは全国の織物産地に共通する高度な分業体制であり、生産効率だけでなく、それぞれの技術を極限まで高め、品質を追求するための仕組みでもあります。

### 結城紬の流通構造

結城紬の流通構造は時代とともに変化しています。かつて、生産者→卸商→問屋→呉服屋→消費者という流れでした。現在は時代の変化により、流通は多様化しています。卸売を専門とする当社も流通形態は多様化しており、「澤屋」というブランドでの小売も行っています。

### 結城紬の生産・需要について

結城紬は、完成までに多大な時間と労力を要します。例えば、一反分（山手線約1周分の長さ）の糸をつむぐだけでも、1日7時間作業をして約100日かかります。こうした途方もない手間に加え、職人の高齢化と後継者不足が深刻化しており、現在の生産反数はピーク時の1%程度にまで落ち込んでいます。

結城紬そのものへの評価や需要は今なお高いものの、作り手不足が生産のボトルネックとなっているのが現状です。担い手の中心は70代で、特に手間の多さに見合った賃金が大きな壁となっています。現在は「産地を助けたい」「伝統を守りたい」という職人の献身的な想いに支えられている側面がありますが、多様な働き方がある現代において、若い世代に同じ条件を求めることは困難です。



▲奥順株式会社



本場結城紬▶

## 結城紬の担い手の育成について

当社では月2回の社内講習会、月3回の外部講座を実施し、週1～2回の糸つむぎ講習会を結城や古河で開催しています。特に糸つむぎ手の高齢化は顕著となっており、当社だけでなく、他の組合も含めて糸つむぎ手を増やす活動を継続しています。その他、茨城県工業技術センター繊維工業指導所などでも育成を行っています。

「機屋が困っているから」、「結城紬を継続させたい」担い手の使命感や善意だけに支えられる産地では、持続的な発展は望めないと痛感しています。今後、結城紬の付加価値を上げることや、流通構造を変えることを検討し、生産者へより還元できる取り組みが必要であると考えています。



▲糸つむぎの様子

## 今後の結城紬

ライフスタイルの変化もあり、着物の着用人口を劇的に増やすことは容易ではありません。しかし、私は結城紬を「着物」という枠だけで



▲結城紬の地機織り



▲結城紬のショール

捉える必要はないと考えています。

結城紬の本質は、職人が個性を競うことではなく、それぞれが自らの役割を全うし、先人から受け継いだ技術のバトンを次の工程へと丁寧につないでいくことにあります。一人では成し得ない仕事を、高度な分業の中で多くの職人が心を一つにして積み重ね、最高の一枚を織り上げる。その精神性こそが、現代においても色あせることのない、日本が世界に誇る文化であると考えています。伝統を守るとは、過去の姿をそのまま残すことなく、本質を守りながら時代に合わせて進化し、新たな価値を創造し続けることだと考えています。

当社では海外展開や着物以外の用途開発を進め、結城紬を用いた最高級のカジュアルウェアなど、新たな市場への挑戦を続けています。また、生産者が誇りと希望を持って働ける環境づくりを進めるため、付加価値向上と適正な利益還元にも取り組んでいます。

さらに、松屋銀座でのものづくりのコンセプトを伝える長期展示会などを通じて結城紬の魅力を発信し、交流人口の増加や地域経済の活性化にもつながっていきたいと考えています。

結城紬は地域の誇りであり、日本が世界に誇る唯一無二の文化遺産です。私は、生産者・地域・使い手がともに豊かになる循環を築き、結城紬を「懐かしい文化」ではなく、「未来をつくる文化」として次の世代へ受け継いでいきたいと考えています。

## 奥順 株式会社

日本古来の手作りの良さを持つ国の重要無形文化財指定の「結城紬」を世界最高の絹織物として後世に伝承し、創る人々と着る人々の間に立ち、真の美を求め、そこに関わる全ての人の幸せを願い、誇りを持って歩んでいく企業です。

### つむぎの館 営業情報

**開館時間** 平日 10:00～16:00  
土日祝 10:00～15:30  
**休館日** 火曜日・水曜日  
**住 所** 茨城県結城市大字結城12-2  
**電話番号** 0296-33-5633



▲公式HP



▲糸つむぎ講習会



▲奥順 Instagram



▲つむぎの館 HP



▲つむぎの館 Instagram

## 4. 茨城県の伝統工芸品が抱える課題と今後の展望

### 伝統工芸品が抱える課題

茨城県を代表する「笠間焼」と「結城紬」の事例から、現代における伝統工芸品の課題と、未来へ継承するための方向性を整理した（図表7）。

両産地に共通するのは、需要の縮小や担い手不足という構造的課題を抱えながらも、それぞれの特性を活かした打開策を模索している姿である。笠間焼は若手作家の流入と陶芸大学校を核とした人材育成の仕組みを持ち、SNSや体験型観光との融合によって産地としての活力を維持しつつある。一方、結城紬は分業体制という精緻な生産構造に強みを持つ反面、一工程の担い手不足が産地全体の生産を左右するという脆弱性を内包している。

### 今後の展望

こうした状況を踏まえれば、伝統工芸品の維持・振

興にあたっては、補助金に依存した現状維持の発想から脱し、高付加価値化・海外展開・産地滞在型ツーリズムといった自律的な収益モデルへの転換が不可欠と思われる。とりわけ、作り手が持続的に生業として成立できる賃金・就労環境の整備を着実に行之、担い手の確保と技術の継承を果たすことの重要性を、本調査の結果は示唆している。

伝統工芸品は、地域固有の歴史・技術・精神性が凝縮された文化資源であると同時に、地域経済の裾野を支える産業資源でもある。笠間焼と結城紬は互いに対照的でありながら、ともに唯一無二の価値を持っている。その価値を次世代へ継承するためには、産地・行政・支援機関が一体となって環境整備を進めるとともに、時代の変化に応じた柔軟な革新を恐れない姿勢が求められる。

関係者の積極的な連携と挑戦によって、笠間焼と結城紬の魅力がさらに広く次世代へ受け継がれていくことを期待したい。

図表7 茨城県の伝統工芸品 まとめ

|         |                                                          |
|---------|----------------------------------------------------------|
| 主要な課題   | ①労働環境と担い手<br>→手間と賃金の不均衡や職人の高齢化、後継者不足による生産規模の縮小           |
|         | ②原材料の高騰・枯渇<br>→希少金属（コバルト・金など）など原材料価格の高騰による製造コストの圧迫       |
|         | ③流通構造の変化<br>→SNS直販の普及など流通構造の変化による、観光拠点の変化や新しい流通構造への適応    |
| 未来への方向性 | ①新商品開発と海外展開<br>→現代ニーズに合わせた新用途の開拓、富裕層やインバウンドへの戦略的アプローチ    |
|         | ②利益還元と環境改善<br>→適正価格への転嫁と賃金向上、育成拠点を核とした技術・経営支援            |
|         | ③産地滞在型ツーリズム<br>→購買意欲の高い層へのターゲットの絞り込みや、飲食や宿泊、制作体験を伴う観光資源化 |