

## 5. 工芸品の現状と評価

### 5.1 概要

ベトナム工芸品は元来、近隣で原材料入手が可能なもの、伝統的に生活のなかで用いているもの、文化や宗教の一部、芸術として製作されたものが発展の土壌にある。しかし最近では、安い労働力やきめの細かい技術力などに海外市場が反応し、輸出用に大量に製作されるようになった工芸品も増えている。

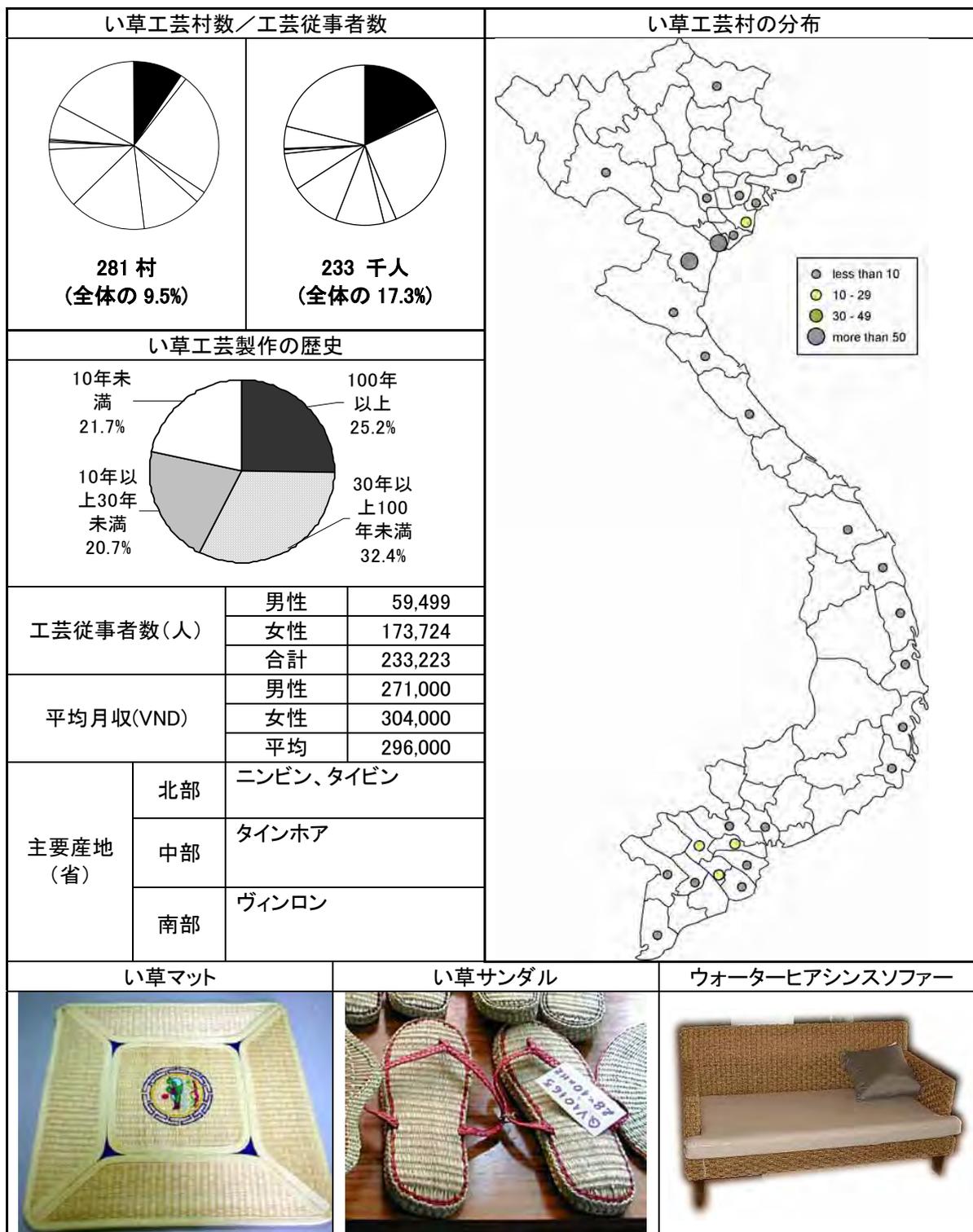
20 世紀には様々な要因によって、ベトナム工芸品の生産技術だけでなくその意匠も大きく変化を遂げるようになった。最大の要因は中央集権から市場経済化を迎えた経済構造の変化である。これにより多くの工芸品が輸出されるようになり、工芸品の国内消費も大きく増大した。工業開発と技術改良により、工芸品の製造技術も大きく向上するようになった。新しい原材料、機械、設備、工具が手に入るようになり、それとともに新しい生産構造が生まれるようになった。消費者と生産者が迎えた新たな社会生活様式は、工芸品の変化にも影響を与え、文化的、伝統的価値のある工芸品に対する需要も増えるようになった。工芸職人は伝統的な生産活動に固執せずに、これらの社会的変化に対応するようになり、新たな雇用機会が増えるようになった。このような社会的、伝統的な変化は工芸生産にも多くの影響を与え、工芸品にも様々な変化が見られるようになっている。

ここでは、対象 11 品目ごとに、主に原材料、製作、市場、開発の可能性の視点から分析を行った。本章の最後に、ベトナム工芸品の振興の方向性を検討するために、各品目の優先課題の重み付けと、その方向性について提案を行った。

## 5.2 い草

### 1) 概況

図 5.2.1 い草製品及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

い草製品製作は10世紀の李王朝の時代から、タイビン省を中心に栄え、15世紀頃には中国から新しい織機を取り入れて、より美しいい草織りが可能になった。い草村は全国各地に存在し、その数も多く、ニンビン省やタインホア省に多くの集積が見られる。1960年代から80年代にかけてからコーポラティブが作られるようになり、地方の労働者が加入するようになったが、市場やデザインの不足からあまり効果はみられなかった。90年代に入り市場化が進み、再びい草製品が成長するようになり、現在では輸出货量も増え、世界各地に市場を持つようになった。競争力の拡大には、商品開発と原材料の安定確保が課題である。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: い草は河口付近や海辺のアルミニウムと塩分を含む土のある湿地に生育する。北部、中部、南部それぞれの地域に主要産地があり、北部ではニンビン省(Ninh Binh)、ハイフォン(Hai Phong)、中部ではタインホア省(Thanh Hoa)、南部ではニントゥアン省(Ninh Thuan)、ドンタップ省(Dong Thap)に多く生育している。市場の需要によって生産すべき量も変動するため、い草生育地域の指定を予め計画立てて行なうことが困難である。また、長さや色合い、耐久性などにより原材料の種類は異なるため、製品によって適した原材料を選定する必要があり、量産だけでなく計画的な生産が必要である。い草の多くは仲介業者を通じて販売されるか、もしくは生産者が直接地元の市場から仕入れることが多い。
- (ロ) **製造工程**: 昔は全て手作業で行われていた。複雑なデザインの場合には手足や全身を使って編むため体への負担が大きく、また針を用いるため怪我をすることも多かった。最近になって製造工程の一部に機械を導入するようになり、労働負担が減り、生産性も向上した。現在では機械織りと手織りを製品によって使い分けており、機械織りは主にマット、敷物、カーペットなどサイズの大きいものが中心で、箱やバック、バスケットといった小物類はほとんど手織りによる。いずれも編みと織りの作業が中心のため女性に適しており、それ故に女性の従業者も多くなっている。
- (ハ) **技術・品質**: い草製作は高度な技術を要しないため、短期間の訓練か、家庭内で受け継ぐだけで十分に習得できる。また、ほとんどが手作業のため、織りのための道具や原材料の裂断・圧延のための機械は補助的に用いられる。製品の乾燥のための機材も製造場所の近くに設置されることが多い。製品からのカビの発生を防ぐために硫黄処理が行われる場合もある。また、生産が主に下請け作業でまかなわれているため、企業内の品質管理は可能であるが、家内工業を対象とした技術・品質管理は難しく、徹底されていない。
- (ニ) **労働力**: い草村の平均人口2,118人に対し、平均従事者数は38.5%にあたる約815人である。い草生産は農閑期の副業として行われることが多く、男性に比べて女性の従事者数は3倍以上と、農閑期に村の女性が副収入を得るためにい草製作に従事している工芸村が多い。い草製作による月平均収入は男性 271,000VND(約 18.1 米ドル)、女性 304,000VND(約 20.2 米ドル)であり、農業よりも収入は高く、女性の収入も安定している。労働者の年齢層は10代から60代までと幅広く、年齢や性別を問わず、多くの労働者が存

在している。基本的に家庭内で伝わる平易な技術が多いため、人材育成として確立された仕組みはない。しかし優れた製品や芸術品を作るためには、熟練技術者やマスターアルティザンからその技術を習得する必要がある。現在でも様々な機関が訓練コースを開催し、編みの技術や機械の使用方法などを教えているが、あまり効果は得られていない。

(ホ) **生産体制**: 海外の輸出入業者が工芸村内の民間企業に発注し、これらの企業が家内工業に下請け作業を発注している。原材料加工や最終加工など機械を必要とする加工は企業で行なう。大企業の場合は多くの労働者を雇用したり、家内工業に発注している。家内工業又は生産グループはい草産業を支える母体であり、最も数が多い。農閑期に下請け企業として一部工程作業をまかなう。民間企業との間に小規模な生産グループが存在し、これらが家内工業を雇う場合もある。民間企業は工芸村内に存在し、工場に従業員を雇って生産するほか、家内工業又は生産グループに下請け作業を発注する。輸出入企業の多くは都市部の国営又は民間企業で、農村部の特定の民間企業に発注し、一定量の在庫を確保しながら販売とマーケティングを行なう。

(ヘ) **製品**: い草製品のアイテムの幅は広く、主に日常生活用品である。い草をねじってから織るカーペットやマット類と、平坦ない草を編む箱やバッグ、帽子、履物などの小物類に分けられる。カーペットやマット類は常時生産しているが、小物類は市場の注文に応じて作る場合が多い。

(ト) **労働環境**: 家内工業が主で、居住空間と労働空間が一体となっているが、機械類を用いない手作業が多いため、労働環境は良好である。ただ、一部の製造工程、特に釜での乾燥、色染め、カビ防止のための硫黄処理なども居住空間の近くで行われるため、健康被害が大きい。

### 3) 市場・流通

(イ) **海外市場**: 工芸村内に大規模な民間企業が存在する場合は、台湾や韓国などに直接輸出することが可能である。しかし輸出ビジネスの経験や知識を持つ人材は限られており、小規模な生産グループや工芸村レベルでは、仲介業者やこれら民間企業を通してしか市場にアクセスすることが出来ない状況といえる。

(ロ) **国内市場**: 工芸村は村内や省内の民間企業を直接の市場とするが、製品はそれらの企業を通じて、ハノイや HCMC などの大都市にある輸出入業者に販売され、その多くが輸出されている。

(ハ) **流通システム**: 下請け業者としての家内工業からはじまり、小規模生産グループ、村内の民間企業、省都の民間企業を経て、都市部の輸出業者に製品がわたり、最終的には輸出される製品が多い。このシステム内に仲介業者が多く介在している。そのため製品の最終価格や、業者や企業が得る利益に比べると、生産者の利益は非常に少ない。特に家内工業レベル生産者の平均月収は非常に低く、100,000VND 前後(約 6.6 米ドル)という

ことも多い。

(チ) **デザイン**: 多くの工芸村が、消費者をひきつけるだけの魅力あるい草製品をつくるまでに至らず、原材料のまま輸出されることも多い。製作技術が単純であるため、付加価値をつけるにはデザイン力が必要だが、発注者はカタログや雑誌などでデザインを持ち込み、同じ商品を大量に注文するケースが多く、生産者は自らデザインや商品開発をする機会や余裕がないのが現状である。

(ニ) **市場での評価**: い草は天然素材で健康にも良いといわれ、生活に馴染みやすい素材であるため、海外市場の人気の高い。カーペットやマットなどはヨーロッパを中心に、安定した人気を得ている。また、最近ではい草マットやバスケット、草履などは日本の雑貨店にぎわっている。しかしい草は季節的な変動が大きいこと、また価格が安いため量販店で安価な製品として扱われやすいことなど、その人気は安定しているとは言い難い。また、価格競争になると中国にかなわず、品質では日本製に劣る。特にベトナム製品は色付けしたり、マットに絵柄を施したりする商品が多いが、海外市場ではシンプルなデザインの人気が高いため、不要な装飾はかえって商品価値を落とす場合もある。安定性と競争力をつけるには、このような市場ニーズをとらえた上で、ベトナム製い草製品の付加価値をつけることが必要である。

(ホ) **競争国**: い草に似た性質を持つ素材は多く、シーグラスと呼ばれる水草、アバカと呼ばれる麻などを用いてい草製品と同じ商品開発が各国で進んでいる。いずれも土地固有の天然素材を活かしたものづくりを強みとしている。

#### ボックス 5.2.1 シーグラス製品

シーグラスは塩分の多い湿地に生息し、ベトナムには原材料が豊富である。しかしその原材料の品質は不安定なため、最終製品の品質にも影響を与えている。また生産者は3-10倍程度の値段でカンボジアからもより質の良い原材料を仕入れている。最近プラスチック製品が増えているものの、シーグラスマットの国内需要は非常に大きく、国内市場は安定している。また国際市場、特に日本ではその性質が日本の畳に似ていることから人気が高くなっている。UZUと呼ばれるシーグラスはカンボジアからの輸出原材料である。非常に高価格ではあるものの、南部地域の多くの流通業者や生産者が輸入しており、マットやクッション、バッグなどを製作して観光客に販売している。シーグラスの競争力を高めるにはそのデザインと原材料加工に充分配慮することが課題である。



出典: 原材料調査

#### ボックス 5.2.2 ウォーターヒアシンス製品

ウォーターヒアシンス(ホテイアオイ)は淡水に生息する水生植物である。最近になって原材料としての活用を見出され、需要が急速に高まっている。アンザン省、カインホア省、ビンディン省、フーイエン省、ドンタップ省などで人気が高く、椅子や机などの家具やバッグ、箱などの小物類として生産されている。ハタイ省(ニンソー、トゥーンティン郡)などでも生産が始められたが、南部に比べて短いため、商品の多様性に乏しい。



出典: 原材料調査

#### 4) 開発・振興の方向性

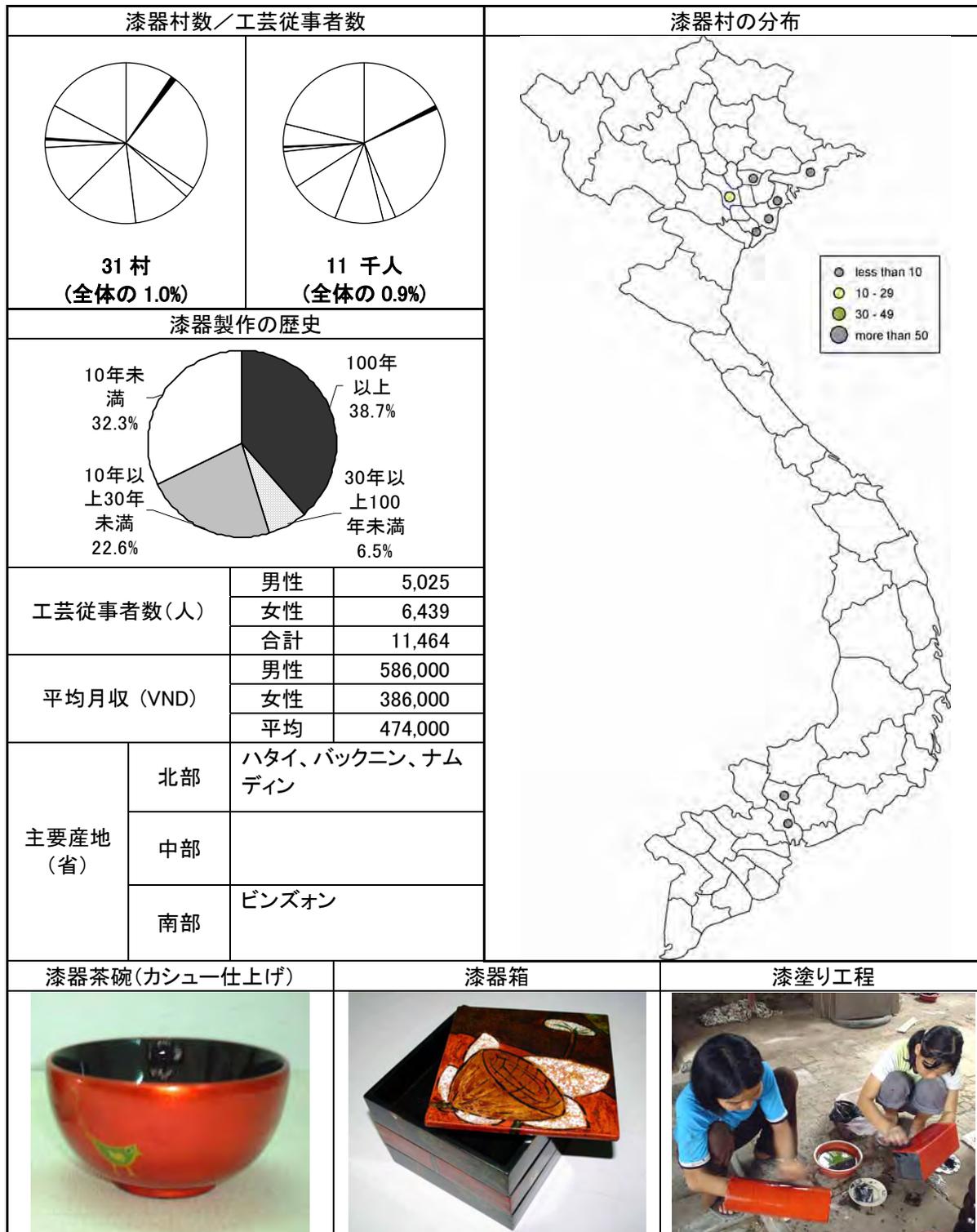
い草製品は、地場の原材料と平易な技術により生産可能で、農閑期に多くの農民を雇用して男女を問わず副収入を得られるため、ベトナム農村部に非常に適した工芸品といえる。国民の生活水準の向上により国内需要も増え、またヨーロッパとアジア諸国を中心に海外市場での人気も高い。農村部の地場産業として今後も振興を図り、雇用促進と収入向上に貢献するためには、市場に適した商品開発という短期戦略と、原材料の育成という長期戦略を組み合わせる必要がある。

- (a) **原材料の確保**: 様々な商品にあうように多様な原材料の種類を確保できるような、い草の栽培計画を立てる。原材料の品質を向上させるためには、い草の品種や栽培手法に関する調査研究も行なう。
- (b) **生産技術の向上**: い草の割き、乾燥、撚りに必要な設備の改善及び、かび防止のための処理技術の改良を進める。また、様々ない草製品の特性にあったい草の等級分け、原材料加工、割き、撚り、乾燥、編みなど各生産工程での品質管理を行なう。
- (c) **労働の質の向上**: 芸術的価値の高い、優れた編みの技術を広く教育していく。さらには他の国々にその工芸品の使い方を伝え、デザイン能力を持って新たな商品開発に取り組めるような生産者を育成する。
- (d) **伝統的価値の保全**: い草製品の伝統的価値は、日常生活のなかに自然に馴染むその素材の柔らかさにある。それ故に、い草の素材感を活かした、優れた編みの技術とシンプルな形状が求められる。
- (e) **製品の品質向上**: マット、クッション、籠、バッグ、小箱など、い草の特性にあった商品開発を推進していく。繊維や木の実、布など他の素材との組み合わせによって、その機能と美しさを高めていくことが出来る。
- (f) **市場開拓**: ベトナム人は昔からい草マットや籠を用いており、そのため高品質で新しいデザインの商品開発は、国内市場を一層開拓出来るポテンシャルが高い。このような日用品に新たな装飾や工夫を施すことで、手軽な観光土産品として、観光市場を拡大することも出来る。海外市場を開拓する際には、十分なマーケティングと品質改良によって、市場ニーズにあった商品を開発するようつとめる。
- (g) **労働環境の改善**: 多くのい草生産者は貧しいため、室内は暗く整理されていない。そのため健康に悪影響を及ぼすだけでなく、品質管理の意識を持つことも困難である。そのためコーポラティブや零細企業などで、製造場所の管理と整頓を推進する。

5.3 漆器

1) 概況

図 5.3.1 漆器及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

ベトナム人は2千年以上の昔から、船舶や木造・竹製の水槽を頑丈に、かつ防水加工するための塗装として、漆の使い方を学んできた。その後朱色の漆による塗装が出来るようになり、宗教や伝統行事用具の仕上げや寺院建築に用いられるようになった。伝統的に人気の高い色は黒色、赤色、金属系の黄色である。また、裕福な家庭では盆や箱、棚などに漆塗りを施して日常生活に用いていた。20世紀初頭から、芸術家やマスターアルティザン達は漆の調合技術の改良により、漆器の新たなデザインの創出を可能にする新しい原材料を開発できるようになった。これらの新たな漆器は改良を重ねながら、国内外の市場によって人気を集めている。現在の漆器産業をみると、工芸村数は非常に少なく、都市近郊部に限られている。また輸出向け製品の多くは価格競争のため、日本から輸入されている化学塗料をカシュー樹脂塗料と混合して用いており、伝統的な塗料に取って代わりつつある。また伝統的な重ね塗りの技法ではなく、一度塗りやスプレー塗りなどによる製品も増えているのが現状である。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: 本漆の木は乾燥した涼しい気候で生育する。ベトナムでは年間約 400 トンの漆が生産されている。うち 50 トン程度がビンズオン省(Binh Duong)、ハタイ省、HCMC、ナムディン省(Nam Dinh)などの国内で消費され、残りは中国に輸出されている。ベトナムの漆の主成分は日本や中国の本漆と性質が異なり、水分とゴム質が多く含まれている。価格も安く、高級漆器には適していないといわれる。ベトナム国内で本漆の木があるのは北部のフートー省(Phu Tho)、イエンバイ省(Yen Bai)のみであり、北部の工芸村や企業は最も品質が良いとされるフートー省(Phu Tho)産の漆(VND50,000/kg 程度)を用いるか、もしくはカシュー(VND15,000/kg 程度)又は中国産を輸入している。南部では一部でカンボジアからの輸入品が用いられているが、北部に比べて本漆が入手しにくく、また価格を下げるために、南部の企業が中心となって新材料や新技法が発展した。化学塗料の開発により本漆の需要が減っているため、最近では他の樹種への植え替えが進み、本漆の国内での入手は困難になっていきている。漆は専門業者が採取後貯蔵され、仲介業者を通じて企業に販売される。個人の漆職人は企業またはハノイの漆通り(Hang Hom Street)で漆を購入することが出来る。胴体には木材、焼き粘土、竹、布、圧縮パルプ、石、金属など様々であるが、主に竹や木が用いられている。また、加飾用材料として地場の土や石、卵殻、貝殻、色素粉末などを用いると、漆製品をより華やかな装飾で仕上げる事が出来る。
- (ロ) **製造工程**: 製品には樹脂の調合方法によって、磨かなくても光沢の出るオイル塗り(漆と"trau"と呼ばれる油の調合)と、磨きが必要な漆塗り(漆と松脂の調合)に分けられる。後者は伝統的技法を必要とし、幾度も重ね塗りし磨き、乾燥を繰り返す。11~13 回程度の重ね塗りに対し、一回の乾燥に3日間を要するため、全ての工程を経るのに 45 日間かかる。最近では時間短縮のために漆の電動攪拌機を用いることがあるが、その品質は手作業で時間をかけたものに比べると劣る。
- (ハ) **技術・品質**: 漆器は非常に専門性の高い技術と美的センスが問われる工芸品といえる。安定した塗り技術と、丹念な磨き、十分な乾燥を繰り返すことにより、美しい漆器が仕上が

る。漆器製品は主に胴体(陶器、木、竹)、漆、装飾の3つの要素がその品質を決めるといってよい。竹の胴体は低価格で人気があるが、接ぎ木され巻いて作られた竹の心材はもろく、気候の変動によって変形し、また壊れやすい。心材の品質は主に接着とその処理技術による。最近ではバイヤーからのクレームが多いため、MDF 合板に取って代わりつつある。胴体の原材料だけでなく、製作者の不注意によって、胴体の加工技術の精巧さに欠けているものも多い。ベトナム産の漆は光沢があり、柔らかくてゴム質が多いため、高級漆器には適していないが、竹などの複雑な形状をした胴体にも塗りやすいという特徴がある。品質管理は積み重ねの作業が多いため、漆の性質検査、温湿度管理、乾燥時間管理など全ての工程で重要であるが、目視や触感によって確認をする場合が多く、機械による一定の品質管理は大企業のみで行われている場合がほとんどである。

### ボックス 5.3.1 漆の成分の違い

ベトナムの漆は、含まれる漆成分（ウルシオール）が中国産や日本産の漆に比べて低い。漆はウルシオールの含有率が高いほどその品質が高いため、ベトナム漆の漆成分を 55-70%程度に高められれば日本にも市場を開くことが出来る。しかし加工処理技術不足のため、中国に低価格（30 元/kg、約 3.6 米ドル/kg）で輸出されている。これらは中国で再処理され、日本に約 3 倍程度（8-10 米ドル/kg）の価格で輸出されている。

地域	水分	漆成分	ゴム質	窒素物	合計
ベトナム（フートー省）	36.9	44.1	13.5	2.0	96.5
中国	28.1	59.9	5.8	2.2	97.1
日本（輪島 <sup>1)</sup> ）	20.5	65.8	5.4	1.8	94.5

近年、国内にある漆の木の多くが、その経済効果が低いために伐採されている。もしベトナムが漆の加工技術の向上に努め、改良を図ることが出来れば大きな経済効果を生むことが考えられる。また、これまでも日本企業がベトナム漆の改良や活用を試みてきたが、成分の違いと低品質のために断念せざるを得なかった。現在ではほとんどの日本企業が中国から輸入している。

出典：原材料調査結果、日本企業インタビュー

1) 日本の輪島塗は 600 年以上の歴史を持つ、伝統的な漆器であり、世界で最も有名で美しいといわれている。英語で「Japan」とは国名だけでなく、漆や漆器を指すことも多い。

(二) **労働力**: マッピング調査結果によると、漆器村の平均人口 1,991 人に対し、1村あたりの平均従事者数は 18.6%にあたる約 370 人である。ただし伝統的な漆器村は、大半の村民が漆器産業に携わっていることがほとんどであり、専業従事者も多い。また最近では工芸村を離れ、都市近郊部の漆器製造企業に出稼ぎに出る若者も増えている。また、村内に企業が存在する場合、数百人体制で作業を行っており、また胴体製作やスプレー塗り作業、磨き作業などを村内の小規模企業や家内工業に下請けに出す場合も多い。漆器製作による月平均収入は男性 586,000VND(約 39.0 米ドル)、女性 386,000VND(約 25.7 米ドル)であり、他の工芸品目に比べて非常に高い収入を得ている。優れた技術者は月に 1 百万 VND(約 66.7 米ドル)以上稼ぐこともまれではない。労働者の年齢層は 10 代から 80 代までと幅広く、男性が大半を占める。

(ホ) **生産体制**: 伝統的な漆器と、主に輸出向けに生産される漆器では生産体制が異なる。優

れた技術者が美術品として製作する場合は工房として独立して全工程をまかなっている。輸出向けに生産される漆器にも大きく分けて二種類ある。カシュー塗料を用いた安価な製品は、工芸村の小規模企業と家内工業によって生産されている。小規模企業は工芸村内に存在し、30～400人程度の従業員を雇い入れ、分業生産を行なう。家内工業は胴体製作、塗り、磨きなど一部工程を企業から下請けしている。発注元は都市近郊部の輸出入業者が多い。もう一方で、デザイン改良されて高品質のインテリア製品として生産される漆器は、都市近郊部にある企業で生産されることが多く、機械の導入により品質の平準化を図ることにより安定した質と量を生産している。

- (ハ) **労働環境**: 多くの作業場が閉鎖的で暗く、衛生状態も悪い。化学塗料の吹き付けを行なう場合は、粉塵が目や皮膚に飛び散りやすい。吹き付けは特別な技術がなくても簡単に作業できることから、若い女性も従事するケースが多いが、口にマスクや布を当てる程度で特別な防護はしておらず、健康への影響が懸念される。さらにトルエンを含んだオイルの使用やカシュー塗りも、化学物質を含むため環境被害は大きい。また、伝統的技法による場合でも、磨き処理の際の廃水や胴体製作時に出る粉塵などが周辺環境に悪影響を及ぼす。
- (ト) **製品**: 製品の幅は多様であり、食器類、調度類、家具類、漆画などに大別される。北部ではハノイを中心に食器関係や漆画、南部では HCMC 周辺の企業を中心に家具や調度品など大きな製品を製造している。最近では様々な技法を取り入れ、海外向けの食器や装飾品、家具など新しいデザインも多く見られる。伝統的な材料と技法で作られた漆器は、磨き出しによって何層もの色が重なり合い、落ち着いた仕上がりとなるが、新しい材料や技法によって時間を短縮して作られた漆器は光沢があり、派手な色合いをしている。最近では柔らかく光沢のあるベトナム漆を活かして、木工製品との組み合わせなどによる新しい商品開発の取り組みも進んでいる。また、柔らかい特性を活かしたベトナム独自の漆絵は観光客にも人気があり、ハノイや HCMC、中部の観光地ホイアンには漆絵を扱うアートギャラリーが多く、有名な画家の作品には高値がついている。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: 日常生活用具として盆、小箱、皿、花瓶、壁掛け、文字額、屏風、仏具等が製造されており、ハノイや HCMC だけでなくダナン (Da Nang) にも市場を持つ工芸村が多い。これは世界遺産のフエ (Hue) やホイアン (Hoi An) を中心に、歴史的建造物で用いられる伝統的な漆芸品や観光客向けの土産品の需要があると考えられる。
- (ロ) **海外市場**: 都市近郊部に立地していることから、マッピング調査結果によると、海外に直接市場を持つ工芸村が 31 村中 9 村と、3 割を占めている。主な市場は韓国や台湾、ヨーロッパ諸国であるが、その多くは伝統的な漆器ではなく、光沢がありカラフルな漆器であり、主にインテリア用品が中心である。
- (チ) **デザイン**: 伝統的技法によるものは、古くから日常生活や伝統行事で用いられている盆や箱などが中心であり、貝殻や卵殻を用いた伝統的な装飾方法は多様であるが、商品と

してのデザインは限られている。一方、新技法を導入した製品は、主に輸出向けとして低労力・低コストでの生産を目的につくられていることから、デザインの幅も広く、また市場ニーズに対応したものが多い。インテリア用品としての開発や、他の材料との組み合わせによる新たな商品開発も進んでおり、外国人デザイナーを雇い入れている企業も増えている。特に吹き付け塗装による場合は、胴体が複雑な形状をしていても簡単に塗装が可能であるため、商品開発の可能性は高い。

(ハ) **市場での評価**: 伝統的なベトナム漆器は市場で販売されることが少なく、国内の土産品店で見かける漆器の多くは化学塗料やカシューによる製品である。光沢があり派手な色あいが多いため、高級漆器が普及している日本ではなく、主にイタリアなどヨーロッパに市場を持つ。またベトナム漆塗料は海外にも輸出されているが、日本産や中国産に比べて品質が悪く、低価格である。しかし段階的に漆器の品質が向上すれば、ベトナム漆器のポテンシャルも拡大すると考えられる。伝統的な手法による漆器は日本の市場、装飾の多い漆器は EU 諸国やアメリカの市場、といったように、セグメント化した海外市場にあわせたターゲットを絞ることが重要である。

(ニ) **競争国**: 漆はアジア特有の原材料であり、日本、韓国、台湾、中国、ミャンマー、タイ、カンボジア、そしてベトナムと、それぞれに性質の異なる漆が産出され、これが風土や民族性、地場の素材と結びついて固有の漆芸品が生まれた。なかでも最高級は日本の漆器であり、技術・品質ともに世界最高水準であるが、そのために価格も高く、最近では成分を同じくする中国の漆器の需要が増えている。また、化学塗料を用いた商品開発は各国で進められているため、差別化を図るには価格とデザインがポイントとなる。

#### 4) 開発・振興の方向性

漆器はアジアを代表する伝統工芸品であり、ベトナム漆器も宗教や文化と深い結びつきを持ちながら繁栄してきた。専門技術を必要とし、工芸村や優れた職人はそれほど多くないため、全国的な普及は難しいが、ベトナム伝統工芸品としての漆器産業の保全と復興には、歴史、科学、芸術等、多面的な分野からの研究開発が必要である。また、輸出振興を図るためには、ベトナム漆の性質を活かした商品開発をさらにすすめていく必要がある。

(a) **原材料の確保**: 高品質の天然漆がとれるフートー省での本漆植樹・復興計画を立てる。他品種の漆の木についても適切な土地での植樹を促進する。添加物や色素粉末などの混合材料を開発し、金や銀による装飾技術の保全を図る。漆器成形のためのその他の原材料についても開発を推進する。

(b) **生産技術の向上**: 漆器生産者の漆に対する知識は不十分で、経験に基づいて生産を続けており、適切な技術を施すことが出来ない。そのため、漆の無駄を防ぎ、漆の品質を標準化するため、漆加工技術を向上させる。伝統的な漆器製品の復興と改良とは別に、最近開発された技術を明らかにし、評価することが重要である。漆処理と胴体生産については機械化導入の検討を進める。幾層もの漆の重ね塗りを施す伝統的な技術を復興させる。

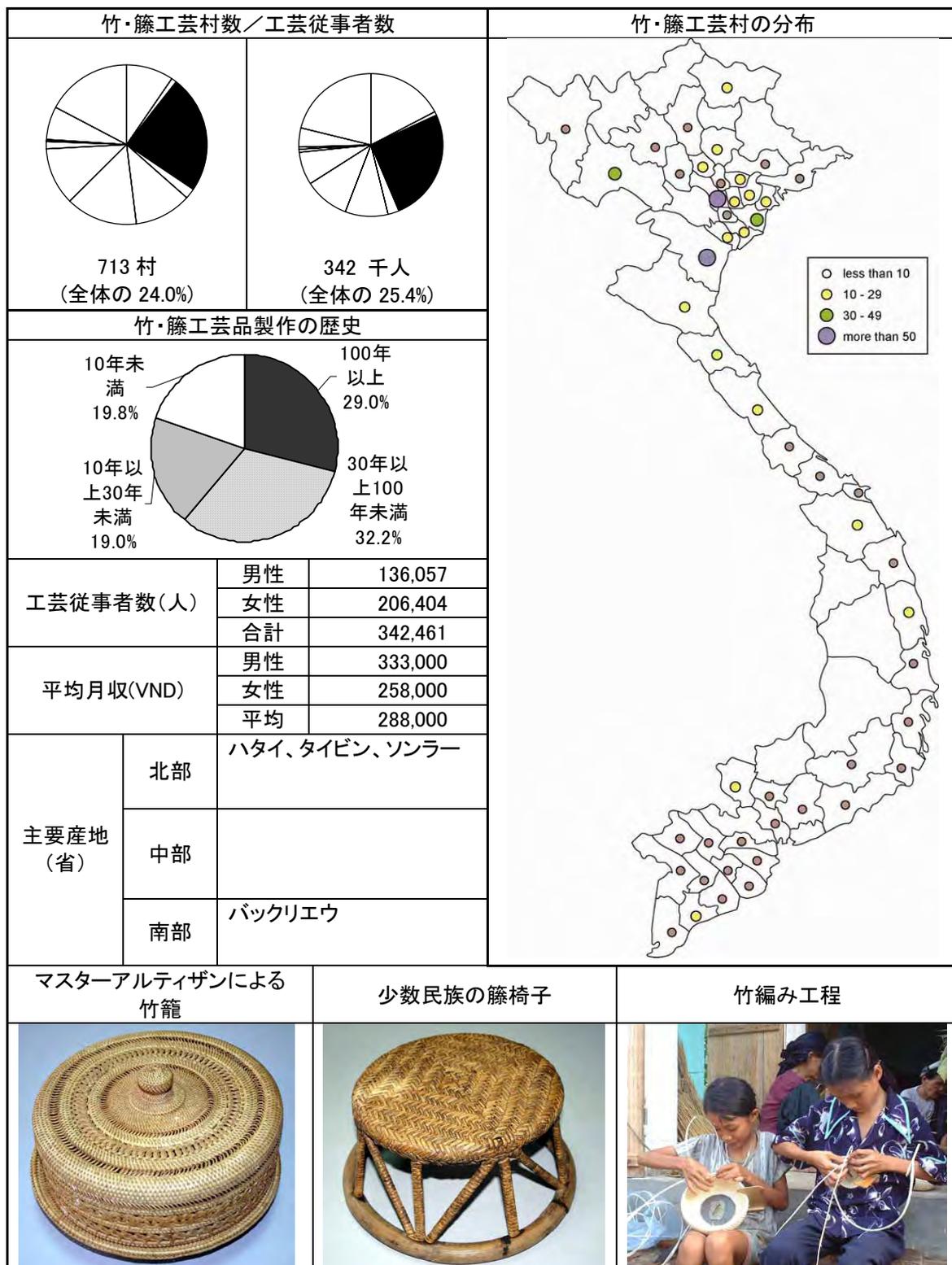
伝統技術の復興だけでなく、生活用品の需要にあった大量生産技術を開発する。

- (c) **労働の質の向上**: 自己流かつ不安定な生産を行っている工芸従事者に対して、漆器工芸品や伝統的価値の教育を行ない、技術改善による効率化を図ることが重要である。漆器製作は簡単な訓練手法だけでは得られない、高度な技術と美的創造力を必要とするため、技術や意匠に関する正式なトレーニングを行なう。デザイナーの訓練に加えて、特に中塗り製作、胴体製作と仕上げに関するトレーニングが重要である。
- (d) **伝統的価値の保全**: ベトナム漆器の伝統的価値を保全するため、天然漆に用いられる技術を復興させ、新しい漆の利用を慎重に進める。本体製作の技術は、11-13層からなる中塗りを、大きな微粒子(パルプと土の混合)ではなく小さな微粒子(よく混ざった漆)を用いて行なう。装飾仕上げでは、銀による絵付け技術や塗り重ねの技術を復興させる。
- (e) **製品の品質向上**: 美術的価値の高い伝統的な漆器と、現代の生活様式にあった漆器の2つの開発方向性に沿って、漆器生産を促進する。芸術品とは別に、ボウル、皿、テーブル、椅子、箱、棚、トレーなど生活用品の開発を進める。これらの日用品生産には新しい生産技術を取り入れる。竹、金属、陶器、木工など、異素材との組み合わせによる製品開発を進める。漆器の品質向上のために、胴体製作、塗り、絵付けなどに関して生産技術の平準化を図る。例えば漆の油分測定などに用いる道具や、漆原料の精製室の温湿度管理設備など、漆生産工程の全てにおいて、品質管理のための設備や装置が必要である。
- (f) **市場開拓**: 国内の生活水準が向上し、ベトナム人が装飾品だけでなく日用品として漆器を用いるようになるなかで、国内市場の開拓にも目を向ける必要がある。日用漆器は装飾品以上に市場開拓の可能性が高い。新たな市場開拓を進めるのではなく、まずは既存の市場に対して、新たな商品開発や輸出側品を図るために、その需要調査を進める。
- (g) **労働環境の改善**: 漆器製作は専門職による分業体制が求められるため、工房での製作が適している。胴体製作の工程には大きな空間と、塵やごみのない環境が必要であるため、家庭内での作業には適していない。そのため工芸村や企業に対して工房設立のための土地を確保したり、適切な土地に工場を設立することで、漆や塵、ゴミから出される環境汚染を避けることが必要である。装飾の過程は家庭内、工房内のどちらでも行なうことが出来るが、どちらも適切な照明が必要である。仕上げ作業は特に埃っぽい環境を嫌うため、本体製作からは離れた場所で行なう。

5.4 竹・籐製品

1) 概況

図 5.4.1 竹・籐製品及び工芸村の概況



出典：工芸マッピング調査,2002

竹・籐製品は織物等と同様ベトナムで最も古い歴史を持つ品目の一つであり、ベトナムを代表する工芸品のひとつといえる。マッピング調査によると 713 の工芸村があり、品目別では24%を占め、工芸従事者も約 34 万人と最も多い。全国的に幅広く分布しているものの、紅河デルタに半数近くが集積している。山岳地域の少数民族を含め、ざるや籠など生活用品の多くを地場産の竹・籐でつくってきた。簡単な手作業による工程が多いため、平均の月収は約 29 万 VND(約 19.3 米ドル)と賃金はそれほど高くないものの、家内工業を中心として雇用吸収力があり、初期投資が少なくて済むため、都市近郊部から山岳地帯まで幅広く分布している。市場をみると、国内需要が大半を占めているが、最近では海外でのアジア工芸品ブームと、価格と品質競争力の向上によって輸出量も増えている。今後は他のアジア諸国の製品との差別化と共存が課題である。

## 2) 生産システム

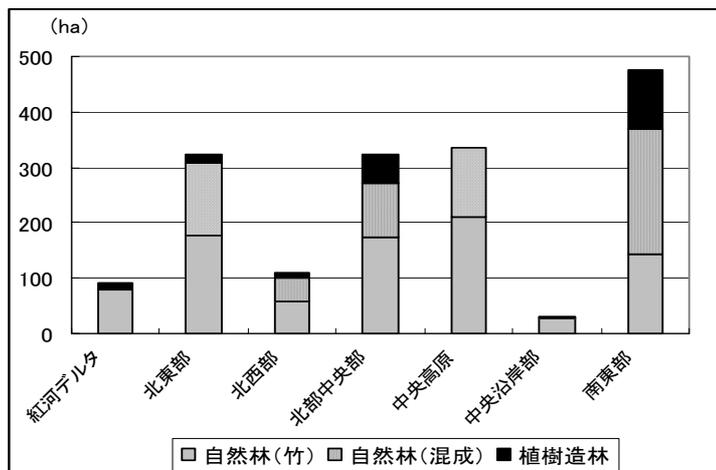
(イ) 原材料: ベトナムは生産に適した自然環境のため、竹・籐は全国で生育する。しかしながら搾取及び無計画な伐採により、特に籐の枯渇が深刻な問題である。遠くの地域から原材料を得なければいけなくなり、原材料価格の上昇、それが最終的には製品の価格向上に繋がる。又伐採者に知識がない事が多く、原材料の質を見極める判断に欠け、伐採後の管理状態が悪い事も多く、製品の品質が安定しない要因となっている。現時点では、ベトナム内の籐の分布量、伐採量、栽培量といったデータはない。持続的な開発には原材料の安定供給は必須であり、政府は計画的に原材料植林地帯と伐採計画を定め、工業セクターは補助的な代替原材料の生産についても支援をすすめる必要がある。緊急に対処されなければならない。接着剤やつや出し油などの副材料は輸入材料に頼っており、口コミで伝わる情報を頼りに都市部で購入しているために品質や価格が適正でない場合が多い。一方竹は、全国的に分布しているが、地域によってその量は異なる(表 5.4.1、図 5.4.1 参照)。工芸村で年間を通じて伐採されている。竹が生長するには4、5年かかる。竹の子栽培に最適な期間は3月から8月であるが、この期間に竹を伐採すると竹が傷つき、新たな竹が育たない。竹の品質が最も良いのは8月から3月まで伐採される竹であるが、伐採した竹を保管しておくなど資金的な余裕はない。農家は、竹の植林の方法も知らないため自然の再生にまかせている状況であることから、近隣からの持続的な竹の供給が困難な状況である。高級家具生産については、特別の竹を用いるが、このような特殊な高級な竹の入手が年々困難になっている。

表 5.4.1 竹林面積・量の変化

年	自然林			植樹造林	
	面積(千 ha)		量 (百万本)	面積(千 ha)	量 (百万本)
	竹木混成林	竹林			
1983	395.7	1,050.0	4,084.7	46,300	97,1
1990	498.6	1,048.6	6,022.3	43,700	47,1
1999	626.3	789.2	8,304.7	73,516	96,1

出典: ベトナム森林科学研究所 (VFSI)

図 5.4.2 地域別竹林分布



出典:ベトナム森林科学研究所(VFSI)

ボックス 5.4.1 竹細工原料の需要・供給予測

竹細工の工芸村が集積するハタイ省での現地調査から得られたデータを基にベトナム全体での竹細工用原料の需要を以下のように推定した。

		2000	2001	2002	2010(予測)
竹・籐細工製品輸出額(百万ドル)		55	73	91	150
需要量	地域別	ハタイ省(177村、実績)			
	(トン)	1,500	1,900	2,500	4,000
		全国(713村、推定)			
	(トン)	6,000	7,600	9,900	16,000
	種別	Nua種(40%)			
(トン)	2,400	3,040	3,960	6,400	
	Giang種(40%)				
(トン)	2,400	3,040	3,960	6,400	
	他品種(20%)				
(トン)	1,200	1,520	1,980	3,200	

工芸品製作の原料としての竹は一本が約4kgであるから、2002年では約2.5百万本が消費されたことになる。竹は工芸品製作の原料としてだけでなく、建設業、製紙業など他業種にも用いられている。それらを含めた竹の総伐採量はベトナム森林科学研究所(VFSI)によると年間約220百万本である。現在ベトナム全土の竹の生育本数は、26億本とされている。年間220百万本が伐採されているとすると、竹の植林を促進しないで放置した場合には今後の12年間で全ての竹を採り尽くすことになる。しかし、竹の植林が適切に進めば、工芸用に伐採される竹の量は2002年では全体の1.14%であり、2010年の推定量でも1.8%にしか過ぎず、工芸生産が飛躍的に伸びたとしても大勢に影響はないと考えられる。

出典:ハタイ省原材料調査結果、ベトナム森林科学研究所(VFSI)

ボックス 5.4.2 竹の植林政策

1990年以前には各村々は最低10haの竹林を持ち、地元での利用に供されなければならないとされていた。しかし現在では市場でもっと価値のあるアカシア(Acacias)やユーカリ(eucalyptas)を植林するために伐採してしまった村が多い。1992年、327号プログラムが法制化され、全ての行政機関は植林と、丘陵、山林、未利用地の整備に努めることが決定された。1993年3月の森林省(現MARD)は竹林の伐採を2~4年ごととすることが定められた。1998年の661号法令では、5百万ヘクタールの新規森林を実現すべく政策、組織が整えられた。この指令でベトナムの景観は大きく変わったと言える。この決定では、植林された森林から採れる全ての竹や副産物は、省DARD内の森林開発局の承認を得られれば、市場でどのように流通しても良いとされている。

出典:原材料調査

### ボックス 5.4.3 枯渇しつつある籐原材料

ベトナムのラタンは全森林の70%に自然に生育している。1980年代にはソ連や旧東欧諸国に輸出されていたが、1985年頃から台湾と中国への輸出が主体になってきた。1991年の輸出量は約5万トンに達したが、中国国境で不法に輸出されたものも多いとされている。1992年に輸出は禁止されたが、1995年頃まで継続されていた。無秩序から過剰にラタンの伐採が続いたため森林は損傷を受け、消滅しかかっている。充分生育したラタンだけを伐採するのではなく、同時に若い未成熟なラタンをも伐採してしまうことが原因となっている。ラタンの主要産地であるハティン省(Ha Tinh)のCam Xuyen Districtでは、1980年代には年間約2,000トン産出していたが、1990年代に入って、年間産出量は300トンに激減している。過去には90%近いラタンは自然林から産出していたが、現在ではほとんどが庭先からとれるものとなっている。タイグエン省(Thai Nguyen)では、Phu Binh, Phu Yen, Dong Hy 区の植林地から100%産出しているが、2002年までに再植林の計画は立てられておらず、現在は消滅してしまっている。

急激な生産量低下の原因としては以下の3つの要素を挙げることが出来る。

- 1) 過去の野生ラタンの過剰伐採
- 2) 熱帯森林の土地利用目的の変化による生育地の減少
- 3) 不適切な知識によるラタン開発研究の遅れ

ラタンは生育に時間がかかるため(Son 種の場合は20年、野生のMay 種は10年、植林で4~5年)、農民がラタン植林をやりたがらないことも消滅の原因といえる。

ラタンに関する正確なデータは存在しないが、安定的にラタンの消費が続くハタイ省(年間1,500トン)、クアンナム省(年間450トン)、ダナン省(年間500トン)から得たデータに基づくと、ベトナム全体でのラタン消費量は年間約8万トンと推定される。VFSIの研究によると、工芸品製作用として年間20,000トンのSongと60,000トンのMayを供給するために必要な栽培面積はそれぞれ4,000haと12,000haと見積もられている。これらの植林事業にかかる費用は約11百万米ドル(1,400米ドル/ha)と推計されている。

出典:原材料調査結果、ベトナム森林科学研究所(VFSI)

(ロ) **製造工程**: 製造工程は手作業で行われており、籐を割く機械があるものの、原材料の大きさが不統一のため効率化は図れていないのが現状である。湿度の変化で、ゆがみなどの変形、虫、カビの発生の問題が起こっている。製品乾燥時に用いる薬剤に、健康に有害な硫黄分が含まれる。原材料処理の際に粒塵が舞うため、大半の労働者は布を口で覆いながら作業している。騒音発生は作業工程によって異なり、特に原材料処理で機械を用いる際に生じる。比較的規模の大きな工場では分業化されており、作業工程によって作業場が異なる場合は適切な指導によって環境改善は比較的容易に行われるであろう。しかし家内工業レベルで自宅を作業場としている場合、その対策は困難であり、さらに健康管理に関する意識改善の機会もない。

(ハ) **技術・品質**: 幼い頃から家庭内で従事する姿を見様見真似で覚える場合が大半である。手作業が中心で、複雑な技術はそれほど必要ないため、訓練によって品質改善やデザイン力を身につけることが比較的容易な品目といえる。原材料加工や薫蒸処理など、一部の過程を除いて、製作は主に手作業で行われている。ナイフやハサミ、針や彫刻刀などの製作に必要な道具は農村部で入手できる。また、竹・籐を割くために機械が用いられることがあるが、原材料の大きさが不統一のため効率化はあまりはかられてはいない。手作業の多い工芸品ではあるが、特に高度な技術を要しないため、品質は比較的安定している。ただ、輸出した際に、気候の違いのため、ゆがみなどの変形や虫の発生などが問

題になっている。パイヤーからは虫食いやかびの処理技術が早急に求められており、最も深刻な問題の一つであるが、同時に生産者にとっては理解されにくい問題でもある。

- (ニ) **労働力**:竹・籐村の平均人口 3,323 人に対し、平均従事者数は 14.8%にあたる 493 人である。村内出身の工芸従事者が9割以上の村が大半であり、村内で多くの労働者を雇用することが出来る。いくつかの工芸村では、村人口の数倍の従業者が日々他の地域から集まってくることもある。竹・籐製品製作による月平均収入は男性 333,000VND(約 22.2 米ドル)、女性 258,000VND(約 17.2 米ドル)であり、農業よりは良い収入が得られる。労働者の年齢層は幅広く、6歳頃から従事している村もあり、家庭内で簡単な作業を手伝っている子供が多いことが分かる。
- (ホ) **生産体制**:工芸村の一定の集積がみられるのはハタイ省の 223 村、タインホア省の 58 村など、北部地域である。中部や南部地域には広く浅く分布している状況がみられる。省政府の政策では、原材料や農産加工品としての竹・籐生産を一定地域で促進しようとする動きがみられるが、工芸村の集積を活かした、製造業者や家内工業の共同化や組織化を促すための具体的な支援や活動はみられない。生産形態には 1)コーポラティブ又は民間企業による発注で、家内工業がサテライト工場になっている場合、2)民間企業が工場に授業者を雇い、従業者が家庭に持ち帰り副収入を得る場合、3)家内工業が仲介業からの注文に応じて生産する場合、4)生産者が生産者グループをつくり、共同で取引を行なう場合がある(表 5.4.2 参照)。大半の工芸村がケース1又は2の体制で従事しており、家内工業で従事する人々は出来高制で収入を得ることもあるが、他の品目に比べると、労働量に対して低賃金であるといえる。

表 5.4.2 竹・籐工芸村の従事形態

	従事形態	長所	短所
ケース1	家内工業が企業の下請けとして従事	仕事量の調節が可能	家内工業の発展性がない
ケース2	従業者が工場及び家庭で従事	仕事量が安定する	労働量に比べて低収入である
ケース3	仲介業者からの注文に応じて家庭で従事	まとまった注文量が得られる	注文が不安定で、適正価格の取引かどうか分からない
ケース4	生産者グループを形成	孤立している家内工業が集結することで、生産者の総意と情報が一同に集められる	共同化、組織化の意義と方法が充分理解されていない

出典:JICA 調査団作成

- (ヘ) **製品**:多様な用途とデザインがある。日常の用途に基づいた籠やバッグ、のれんなどの製品が中心であり、最近では海外からの注文に応じた商品開発も進んでいるが、これらも日常生活用品を現代風にアレンジした商品が中心となっている。
- (ト) **労働環境**:製品乾燥時に用いる薬剤に、健康に有害な硫黄分が含まれている。また、原材料処理の際に粉塵が舞うため、大半の労働者は布を口で覆いながら作業している。騒音発生は作業工程によって異なり、特に原材料処理で機械を用いる際に生じる。比較的規模の大きな工場では分業化されており、工程によって作業場が異なるため、適切な指

導によって環境改善は比較的容易と言えるが、家内工業レベルで自宅を作業場としている場合、その対策は難しく、健康管理への意識改善等の指導も必要である。

- (チ) **金融・資金**: 必要な機材は原材料加工や製品の最終処理に用いる機械のみで、これらは主に工場や企業が所有しているため、手作業が中心となる家内工業レベルでは、初期投資は少なく済む。しかし竹・籐製品は単価が安く利益も少ないため、原材料購入や人件費にかかる資金がコストの大半を占め、原材料の貯蔵や設備投資に資金をまわす余裕はほとんどなく、豊富な労働力に負っているのが実態である。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: 国内で消費される竹製品は、米や野菜などの農産物を運ぶための竹籠、竹マットや竹家具が大半を占めている。多くの工芸村は HCMC 及びハノイの二大都市に直販されず、仲介業者や企業を通じて販売を行っている。一方 HCMC 近郊地域では、HCMC という巨大市場を背景に、工芸村が安定した市場へのアクセスを確保しており、HCMC から海外に向けて販売されている工芸品も多いと考えられる。また、北東部の山岳地帯は自己消費用であり、その市場も都市部には存在していない。
- (ロ) **海外市場**: 竹・籐製品の主要輸出相手国は日本、台湾、香港などのアジア各国、フランス、ドイツ、最近ではスペイン、さらにはアメリカ合衆国などである。1996年の輸出額は約29.1百万米ドル、1998年は38.9百万米ドル、2000年は52.5百万米ドルである。2000年の輸出先は日本(13.3百万米ドル)、台湾(11.9百万米ドル)、韓国(5.9百万米ドル)、フランス(5.3百万米ドル)、ドイツ(4.7百万米ドル)の順に高くなっている<sup>1)</sup>。さらには、東欧諸国(チェコ、ブルガリア、ハンガリー等)が再びベトナム工芸市場に目を向けつつある。
- (ハ) **流通システム**: 原材料入手(地場で入手、他地域から購入、仲介業者から購入等)→原材料処理(浸水→節の処理→機械による裁断→手作業による切削)→織り(平坦部・本体の織り→装飾部の織りと加工)→最終処理(磨き→羽毛の処理→洗浄→硫黄による乾燥→つや出し加工)→配送(仲介業者、国内輸出入業者、海外流通業者等)→つや出し加工)→配送(仲介業者、国内輸出入業者、海外流通業者等)→店舗、都市部、観光地と、多くの仲介業者が存在し、市場での価格高騰と、生産者に十分な利益が還元されないシステムになっている。
- (ニ) **デザイン**: 竹・籐製品は他の工芸品に比べて最もデザインが豊富な工芸品といえる。つる、枝、葉、樹皮など使用する部分の違い、編み方の違いによって、様々な工芸品が生まれている(ボックス 5.4.4 参照)。また他の原材料との組み合わせ(漆、木、陶器、ガラスなど)による新商品開発も可能な、応用自在な工芸品である。しかしデザインの不足から、複雑な技術を用いた製品を開発しても、マーケットニーズに適しておらず、近隣諸国との競争が激しいために、海外の市場開拓には至っていない。その結果、コピーデザイン

---

<sup>1)</sup> ITC (UNCTAD/WTO), 2001

が出回っており、どの村やどの地域、どの店舗に行っても同じ製品が並んでいる場合が大半である。

- (ホ) **市場での評価**: バンブー材の家具、特にテーブル類や盆などは人気があり、最近ではレストランなどでの需要も大きい。しかしその理由は他国の製品に比べて低価格であることが大きく、ベトナム製という付加価値がある竹・籐製品は見られない。また竹製品は虫の発生や変形の問題が大きく、食卓盆などは特にたわんでしまうことが多く、輸入先からの苦情も増えている。ただし、ベトナムの工芸職人は高品質の製品を作ることが出来、すぐに互いから学びあう能力を持っていることから、異なる市場ニーズに対応することは可能であり、それ故に市場のポテンシャルは非常に高いといえる。また、産地によってその製品形態が異なることから、政府の支援等によって各地域での生産活動がより活性化すれば、海外消費者が一層ベトナムの竹・籐製品に着目し、理解を深めることが出来る。
- (ヘ) **競争国**: 竹・籐はアジアのどの国にも豊富に存在するだけに、市場での競争は激しくなっている。竹製品では中国が、籐製品ではフィリピンやインドネシアが目下の競争相手国である。インドネシアは世界最大の籐製品生産国であり、カリマンタン島やチレボン地区ではラタン産業クラスター開発が進められており、また先進国が現地に自社家具工場を持って生産している事例も多い。価格の点ではベトナム製の方が安くなっており、ベトナムからインドネシアへ輸出している製品も多い。

#### ボックス 5.4.4 多様性に富んだアジア各国の籠

アジアには豊富な自然材料を活かした籠が数多く生産されている。その材料は様々で、竹や籐の他にも、アバカ(マニラ麻、フィリピン産)、アタ(シダ科、バリ島・インドネシア産)、ロンボク(シダ科、ロンボク島・インドネシア産)などがある。またその編み方も多様であり、また巻き上げ編み(coiling)、織り編み(wickerwork)、組編み(plaiting)、もじり編み(twining)などがある。豊富なデザインと機能をもったかご類が生活用品として国際市場で多く普及している。しかし高級品のなかには数十から数百ドルの価格がつくものもある。例えばリーパオと呼ばれる細い竹を使って製作されるリーパオバッグは、タイ王室御用達にもなっている。いずれの製品も、風土を活かした商品づくりによってその付加価値を高めているのが特徴である。



出典: JICA 調査団作成

#### 4) 開発・振興の方向性

竹・籐工芸品は、原材料開発に適した豊かな自然条件、豊富な労働力と安定した市場を持つ、ベトナムで最も盛んな工芸品である。比較的少ない資金でも早く利益を得ることが出来るため、農村部には非常に適した雇用創出源となっている。しかし一方で、品質改良の遅れや乏しいデザイン力のために、ベトナムの竹・籐工芸品の価値は低く、工芸従事者の生活向上の改善には未だ至っていない。そのため技術トレーニング、品質改良、商品開発に重点を置

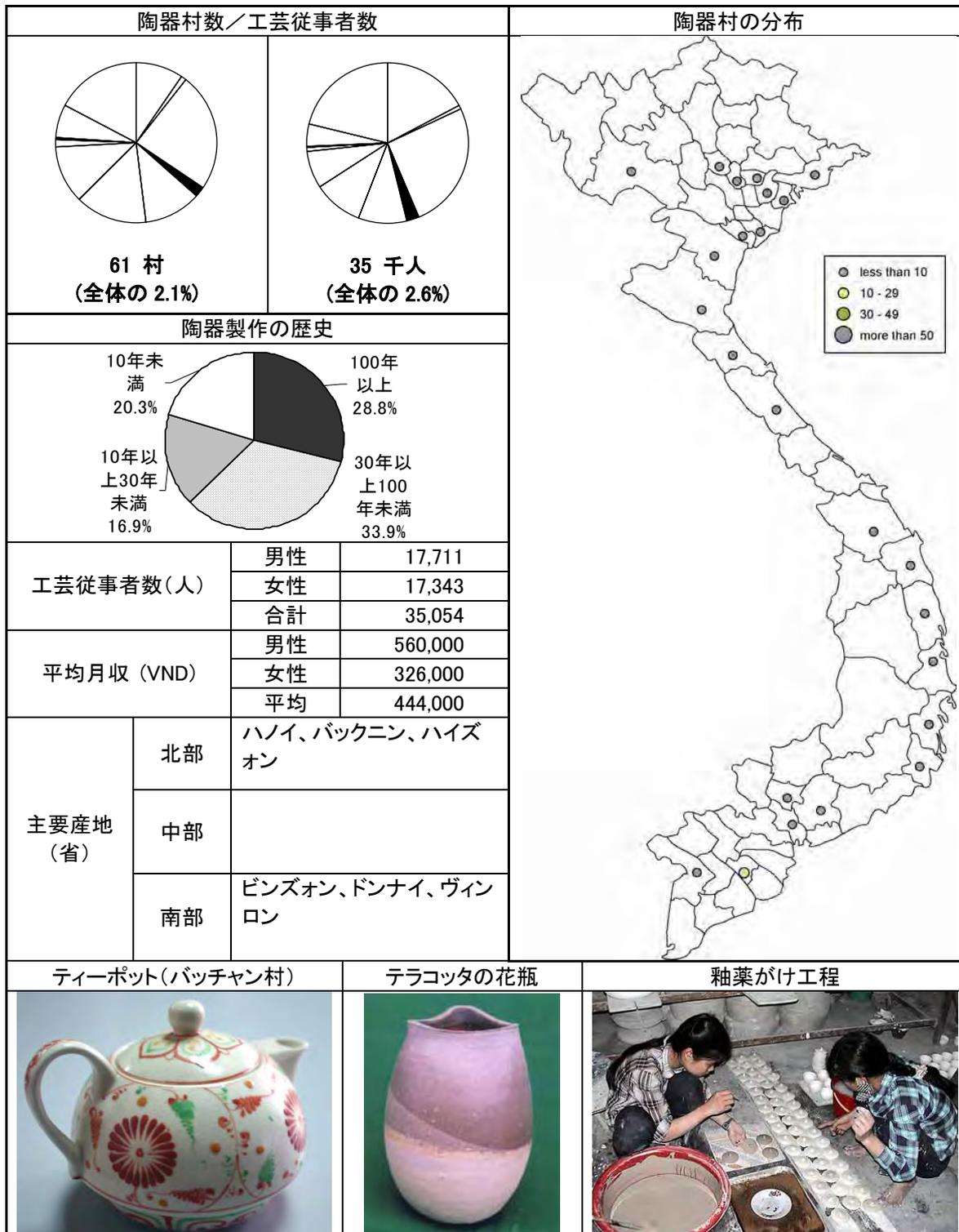
いた工芸品開発が必要である。

- (a) **原材料の確保**: 長く続いた森林伐採と原材料搾取が、竹・籐資源の枯渇を招いている。原材料の安定供給と農村環境の改善、自然な再生のために、竹・籐の繁殖計画が早急に必要である。高品質の原料を輸入するだけでなく、既存の竹・籐の品種改良の研究、及び原材料の効果的な生育のための繁殖及び伐採方法の改良の研究が重要である。さらに、竹・籐製品の多様化を図るために、草や干し草、バナナの葉など、その他の植物の活用に関する研究を進める。化学繊維糸も編みに活用可能である。
- (b) **生産技術の向上**: 原材料の天然の美しさを増すだけでなく、より頑丈な製品をつくるために、カビや虫食いを防止するための加工技術が必要である。原材料の無駄遣いの減少と高品質の繊維生産のために、竹や籐の割材機を改良する。ベトナムの編み技術は多様で高度な技術を要しているが、精練技術が適切でないために、製品の価値が低くとどまっている。精練技術の向上が必要である。
- (c) **労働の質の向上**: ベトナムの竹・籐の編み技術は高いものの、工芸従事者は美的センスを持ち合わせていない。トレーニングの実施によって職人の意匠やデザインに対する能力向上を図る。生産者に対して、最終製品の精練と、欠陥を無くすことの重要性を教え込む。商品とデザインの多様化と高品質化を図るため、木や陶器、漆器など異素材と竹・籐の組み合わせ商品の方法を伝授する。
- (d) **伝統的価値の保全**: 様々な工芸産業のなかで、竹・籐製品は単純な形状のなかに高度な編み技術を活かすなど、伝統的価値を保った工芸品であるといえる。市場に適した商品開発のためには、複雑なデザインは避け、シンプルな手工芸技術の美しさを活かしていく。
- (e) **製品の品質向上**: ベトナムの竹・籐製品は、カビや虫食いに弱く、また構造的な安定性に欠ける。このような弱点を克服するには、カビや虫食いの防止技術に関する研究の促進と、製品のパーツを組み合わせる際の適切な編み技術の向上が必要である。さらに、より高い機能性を持った商品開発を目指す。陶器、木、漆器、ガラスなど、他素材の組み合わせ商品の開発による多様化を進める。
- (f) **市場開拓**: ベトナム人の日常生活のなかで、竹・籐製品の利用が一層進んでいるが、その多くは土産品や装飾品である。そのため家具などの利用価値の高い製品の普及を目指す。輸出市場のためには多様な商品開発を促進する。
- (g) **労働環境の改善**: 竹・籐製品製作は家内工業に適しており、また他の工芸品に比べて環境への影響が比較的少ない産業である。カビや虫食いの防止のためには、生産者でなく消費者の健康の安全を保証するためにも、有害な硫黄を用いずに、他の方法を見出す必要がある。竹・籐家具の生産地は騒音や埃、廃棄物が多いため、居住地とは離して設置すべきである。

5.5 陶磁器

1) 概況

図 5.1 陶磁器及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

陶磁器は中国を起源とし、ベトナムで最も古い歴史を持つ工芸品の一つである。モチーフの描かれた施釉器は3, 4千年前からつくられていた。11世紀頃の青磁器から施釉器が盛んにつくられるようになり、その後、13世紀頃の黒陶、14～15世紀頃の青白磁器、18世紀頃の彫刻入りの青磁器など、王朝の繁栄にあわせて様々な陶磁器がつくられるようになった。16～17世紀には北部ベトナムを中心に最も繁栄し、東南アジア各国、日本、中東地域など多くの国に輸出された。陶磁器は良い土がとれる地域に根付くため、山岳地帯を含め全国に分布しているが、過度の土の搾取により生産をやめてしまった地域も増えている。さらに土器は日常生活で用いられなくなり、衰退しつつある。人気があるのは白陶と磁器であり、機械化などの技術革新も進んでおり、その多くは輸出されている。

## 2) 生産システム

陶磁器は分業生産が難しく、企業だけでなく、家内工業も独立して生産に従事している。特に優れた技術者や芸術家は工房として独立し、直接販売や都市部の小売店などに市場を持つことが出来る。しかし多くの生産形態は、家内工業による小規模企業体を中心であり、土地や資金面の問題から、家内工業レベルで機材や設備を共有する。ただし生産や販売は個別に行われる。また、陶磁器はその大半が輸出用であるため、多くの大・中小企業が存在する。民間企業では必要な機材を揃え、村内または他の地域から労働者を雇い入れて都市部の輸出入業者からの発注に応じ、生産と販売を行なう。また近年増えているのが都市部の大規模製造企業であり、下請け企業を持たずに全て自社生産する。ほとんどが機械生産により、デザイン、商品開発能力がある。多くの労働者を抱え、海外に市場を持ち、輸出向け製品を生産、販売している。

表 5.5.1 陶磁器の種類と特徴、主な産地

種類	焼成温度	特徴	主な産地(省)
土器(テラコッタ)	800度	表面が粗く、重い。主原料は土。手びねりによる。釉薬を用いない。	ビントゥアン、ハナム、クアンナム、ゲアン、ハティン
茶釉器	1050度	繊細で重い。手びねり又は鋳型による成形。	クアンビン、ヴィンフック、ハイズオン、タインホア
多孔質陶器	1050度	表面が粗く、多孔質でもろい。鋳型による成形。多色の釉薬が表面を覆う。	ビンズオン、ドンナイ、ヴィンロン
白陶	1150度	白くて繊細。主原料は白土とカオリン(陶土)。鋳型による成形。釉薬を使用。様々な絵柄を描く。	ハノイ、ビンズオン、ドンナイ、クアンニン
磁器	1250度	繊細で軽く、白い。鋳型による成形。白い釉薬を使用。様々な絵柄を描く。	ハイズン、ビンズオン、ハノイ

出典:JICA 調査団作成

- (イ) **原材料:** 陶磁器の品質と価値はその原材料である土の性質で決まる。その土の特徴を活かした陶磁器が各地域で生産されている。しかしかつては大量の土があった地域も、無作為かつ無計画な搾取が続き、急激にその量が減っている。そのために近隣省から土を買い入れ、交通費のために価格が高騰したり、伝統ある村がその生産を続けることが出来なくなったりという問題が起きている。さらには工業や建設セクターの開発が進み、

陶磁器生産に必要な土まで搾取していることもある。一方、土や釉薬に混ぜる石灰石は比較的容易に近隣で入手可能である。原材料の入手は通常、生産者と長期契約をした企業が、定期的に石や粘土を村まで搬入してくる。少量を必要とする家内工業は一次加工した原材料を地元の生産者から購入したり、自分でとってくる場合が多い。また釉薬は、白土、石灰、石炭殻、灰などを混ぜてつくられる。色づけのためにはコバルト酸化物やマンガン酸化物が加えるが、より簡単な金属酸化物などの化学薬品を加えることも増えている。釉薬は地元の市場で購入できる。また、焼き釜はガス釜を導入する村が増えているものの、未だ薪や炭を用いている村が大半であり、大量の薪を必要とするため、中間業者がまとめて村に搬入する場合が多い。

- (ロ) **製造工程**: ①土の処理加工、②成形、③絵付け、④施釉、⑤焼成、の五段階に分けられる。土の処理は陶磁器の質を決める大事な工程である。はじめに土のなかにあるカスを取り除いた後、3~4ヶ月間水に浸しておく。その後ろ過し、3~4日間乾燥させ、発酵させるとほとんどの不純物を取り除くことが出来る。その後必要に応じてカオリンなどと混ぜ合わせ、原材料として用いる。土の処理加工後、成形に入る。伝統的な手法はろくろを用いて手で成形する方法であるが、最近では漆喰や木製の鋳型を用いることも増えている。成形したものを乾燥させ、絵付けを行なう。絵付けは職人の技術とセンスによるものであり、手描きがほとんどである。絵付けの後、製品を釉薬の入った桶に浸すが、何種類かの釉薬につけることにより、様々な色合いを出す製品もある。再び乾燥させ、焼成に入る。釜の内部の温度は位置によって異なるため、製品の配置や温度管理が重要である。炭窯や薪釜では2~3日、ガス釜では8時間かけて焼き、1日かけてきました後、取り出す。最後に製品の品質確認を行なうが、炭窯や薪釜では不良品が20~30%出てしまうのに比べ、ガス釜では5%以内にとどまる。
- (ハ) **技術・品質**: 製品の品質を決めるのは土の性質であるが、きちんとした品質検査を受けていない。粘土に含まれる三酸化第二鉄( $\text{Fe}_2\text{O}_3$ )の含有量が陶磁器の白色の濃さを決めるが、これらを検査する手段はなく、職人の経験に頼っている。昔は蹴ろくろの使用など、ほとんどの作業を人間の手に頼っていた。しかし近年の現代技術により、土の粉碎機、電動ろくろ、釉薬スプレーなど、多くの工程で機械化が進んでいる。大企業などでは、碎石や鉄分の除去などに機械を導入することにより、従業員の余分な労働を減らし、より手の込んだ作業に専念できるようにしている。成形も手びねりのかわりに、鋳型による成形が増えている。焼き釜も大きく進化しており、昔は登り窯が主流であったが、家内工業レベルでは、その面積を小さくするために高さ5mほどの正方形の釜がつくられるようになった。またより良い焼成温度を確保し、環境への影響を減らすため、ガス釜の導入も進んでいる。一方、製品の品質は、その多くが大型で重く、品質が均一でないことが多い。
- (ニ) **労働力**: 陶磁器村の平均人口2,286人に対し、平均従事者数は25.1%にあたる575人である。全ての従業者が村内出身である村が半数近くを占めており、地場に強く根付い

た産業といえる。また、ハタイ中心部から15kmにある、バッチャン焼で観光地としても有名なバッチャン村(Bat Trang, Hanoi)は、村人口約2,500人に対して、従業者数は6,000人にも及び、他の地域からも毎日の労働者が集まってくる。また、HCMC近郊の大規模な陶磁器生産企業では、工場に地方から集まる多くの労働者を抱えている。陶磁器製作による月平均収入は男性560,000VND(約37.3米ドル)、女性326,000VND(約21.7米ドル)であり、比較的高い収入が得られる。特に優れた陶芸家や芸術家になると、月に1百万VND(約66.7米ドル)の収入がある者も多い。一方で出稼ぎ労働者は日当30,000~50,000VND(約2~3.3米ドル)程度にとどまっており、収入はその技術に応じて格差がある。労働者の年齢層は30~40代の中年層が中心である。

- (ホ) **人材**: 伝統的な村では、土の入手先や調合方法、釉薬の配合方法などは秘伝とされることが多く、成形、絵付け、釜入れなども専門技術者が行なうことが多い。外部の労働者は主に土仕事や、鋳型や燃料の準備などの副業作業が中心となる。伝統的技法は親から子へ代々伝えられるため、技術の伝承も家庭内で行われることが多い。最近の取り組みとして、ハタイ省バッチャン村(Bat Trang, Hanoi)とバックニン省フーラン村(Phu Lang, Bac Ninh)の陶芸家がハノイ工業デザイン大学(Industrial Art University of Hanoi)の講義に出席し、新しいデザインや芸術品製作を学んだり、地元の芸術大学に陶芸画家のためのコースを設置して地域の陶磁器生産の向上に貢献するなど、教育機関との連携を図る工芸村も増えている。またバッチャン村では最近アソシエーションがつくられ、民間の訓練学校の設立に取り組んでいる。
- (ヘ) **製品**: 食器類などの生活用品から調度品、装飾品(動物、人物像、壺)など、小型のものから大型のものまで多様である。陶磁器は地場原材料に根付いた工芸品であるにもかかわらず、その土地固有の雰囲気や特徴がない商品がほとんどで、西洋風のデザインやコピー商品も多く出回っている。また、海外向けに生産される陶磁器は、ヨーロッパ向けには大皿やティーセット、日本向けには茶碗や箸置き、香炉など、相手国の文化や市場ニーズにあわせて開発されており、これらの商品開発は外国人のデザインのコピーを用いて行われることが多い。
- (ト) **労働環境**: 生産量の急速な伸びにより、工芸村の多くは土地が狭く、限られている。バッチャン村では2,500の人口の村に1,000もの釜があり、さらに外部からの労働者、原材料供給者、バイヤー、観光客などが一堂に集まってくる。土地の狭小化に加えて、土や炭からの粉塵、釜からの熱と二酸化炭素ガスが大量に排出され、工芸村の環境は悪化し、村民への健康被害も深刻な状況になっている。また、絵付けに用いられるマンガン酸化物は人体に有害であり、また釉薬の下に描かれるべきである。このような健康被害に対する生産者への教育が必要である。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: 一部の高品質な陶磁器の村を除いては、国内消費向けに生産されている。

国内市場で消費される陶磁器製品は、ポット類(鍋、水差し、花瓶等)、ボウルや皿などである。多くのホテルやレストランはバッチャンなどの陶磁器村に、広告を兼ねて名称入りの商品を注文している。さらに、装飾品としての需要も増えている。ベトナム製の陶器の多くは伝統的なデザインである。最近では国内市場では中国製製品も多く普及している。

(ロ) **海外市場**:陶磁器を輸出している地域は、ハノイ(Bat Trang, Hanoi)、ビンズオン省 (Lai Thieu, Binh Duong)、ドンナイ省(Bien Hoa, Dong Nai)、バックニン省(Phu Lang, Bac Ninh)、ハナム省(Kim Bang, Ha Nam)、ニンビン省(Ninh Binh)、ヴィンロン省(Co Chien, Vinh Long)、ハイズオン省(Nam Sach, Hai Duong)、クアンニン省(Dong Trieu, Quang Ninh)など一部の地域に限られている。しかし輸出額は急速に伸びている。1996年の輸出額は約13.5百万米ドル、1998年は35.1百万米ドル、2000年は57.8百万米ドルであり4年間の間に著しく増加している(約4.3倍)。2000年の輸出先はオランダ(13.8百万米ドル)、英国(12.7百万米ドル)、フランス(9.8百万米ドル)、香港(5.4百万米ドル)、日本(5.4百万米ドル)の順に高くなっている。海外市場の中心はヨーロッパ諸国である。欧米諸国には大型製品が中心であり、生活用品などの小型製品はアジアを主な市場としている。

(ハ) **流通システム**:工芸村で生産された陶磁器は仲介業者を通じて、トラックや自転車で地元の市場や発注した企業に搬送される。自転車で大量に積み込んだ陶磁器は、過積載と道路事情の悪さにより、搬送途中で欠けたり割れたりすることが多い。大規模企業は既に安定した流通ルートを確保しており、市場に直販することが出来る。

(ニ) **デザイン**:陶磁器は装飾品、芸術品であるという意識がまだ高く、伝統的なデザインが中心である。そのため生活用品やインテリアなどの小型製品のデザインは発注者から持ち込まれることがほとんどである。調度品や芸術品は家庭内の装飾用として日常にも用いられるが、一般家庭では食器に安いプラスチック製品を用いており、陶磁器の食器類に触れられるのは都市部のホテルやレストランなどに限られる。また、都市部の大企業ではヨーロッパのデザイナーを抱え、CADを用いてヨーロッパ風のデザインや、ベトナムのモチーフを取り入れたデザインを開発し、海外市場の人気を得ている。独自のデザインを開発できるのは一部の大企業と芸術家に限られるが、芸術家の開発する製品は市場ニーズにあわないことが多い。

(ホ) **市場での評価**:バッチャン焼き(Bat Trang Ceramics)は特に日本で人気が高く、その理由はベトナム風のモチーフと色合い、素朴さにあるといえる。日本市場では現地の10倍程度の価格で売られているのが通常だが、今でも安定した人気を誇っている。海外市場向けに大量生産される高級陶磁器は、デザインを欧米対応にした商品開発が行われているため、安定した輸出ビジネスとして成り立っているが、先進国並みの技術で行われていることから、海外でベトナム製品としての評価を受けることは少ないと考えられる。置物やガーデニング用の大型製品等も欧米を中心に人気があるが、これもそのモチー

フは全て外国から持ち込まれたものであり、低価格であることが人気の主な理由である。その他の陶磁器製品は海外市場に出回することは少なく、また国内でも日常にあまり普及していないため、装飾品の芸術的価値としての評価はあっても、日用品として評価を受ける機会は少ない。また、陶磁器は食器として輸出されることが多いが、輸出相手国での法律や基準によってその安全基準を満たさないこともある<sup>1)</sup>。陶磁器の図柄から鉛の溶出がみられることがあり、食品が直接接触する内面が検査の対象となる。このような安全基準に関する情報や技術が産地には不足しているため、海外市場を開拓する際には、生産者に対してこれらの国際安全基準に関する情報と技術が必要となる。

(ハ) **競争国**: 中国は陶磁器発祥の地であり、日本や韓国、台湾、タイなどアジア各国で、その土地特有の陶磁器が発達している。陶磁器生産による産地形成と地場産業育成の影響は大きく、日本では陶磁器の名称にその土地の名前が付けられている。その土地に代々伝わる材料と技法を用いるため、芸術品から日用品まで、その商品構成は似ていても、地場の材料や風土の特色を活かした技法とデザインにより付加価値を高めている。競争相手となるのは価格帯が均衡している中国やタイの陶磁器であり、インテリア店などでベトナムのバッチャン焼き、タイのセラドン焼き(Celadon Ceramic)、中国の白磁器などが並べて置かれていることが多い。単に価格競争だけでは人気は安定しないが、伝統や文化の要素を加えた商品開発によって付加価値をつければ、競争国との差別化を図ることが出来る。

#### 4) 開発・振興の方向性

陶磁器はアジアを代表する工芸品であり、地場の気候風土や伝統文化と密接に関わりあいながら進化してきた工芸品である。伝統的技法が長く受け継がれてきた反面、世襲制度や機械化の導入により、その伝統が失われつつある。古い陶磁器は歴史的・文化的な価値も高く、その研究と保全が望まれる。一方で、手作りの風合いを活かしつつ一部機械化をすすめるなど、手工芸品と工業製品のメリットを相互に活かした工芸品として振興を図る必要がある。

(a) **原材料の確保**: 陶器生産には再生が不可能な粘土を含む、多量の原材料を必要とする。無計画な採取は原材料の枯渇を招き、それはすなわち陶器産業の衰退を意味する。このような事態を避けるためにも、適切な原材料利用計画が必要である。工芸従事者は低品質又は欠陥商品や原材料の無駄遣いを避けることに留意する必要がある。扱いの難しい商品を少なくする。適切な原材料供給計画のためにも、陶器村と原材料供給地の連携と協力の強化を促進する。

(b) **生産技術の向上**: 粘土やエナメル加工を含む生産工程において機械を導入する。零細企業においても機械化は可能である。研磨やエナメル生産技術の研究の促進によ

---

1) 日本では食器の輸入時に、食品衛生法による規格基準に適合しない場合は輸入禁止となる。輸入前に相手国から見本を取り寄せて分析し、安全確認が必要となる。またアメリカ合衆国では米国食品医薬品局(U.S. Food and Drug Administration, FDA)が国際基準を設定し、食器の濾過テストを行っている。

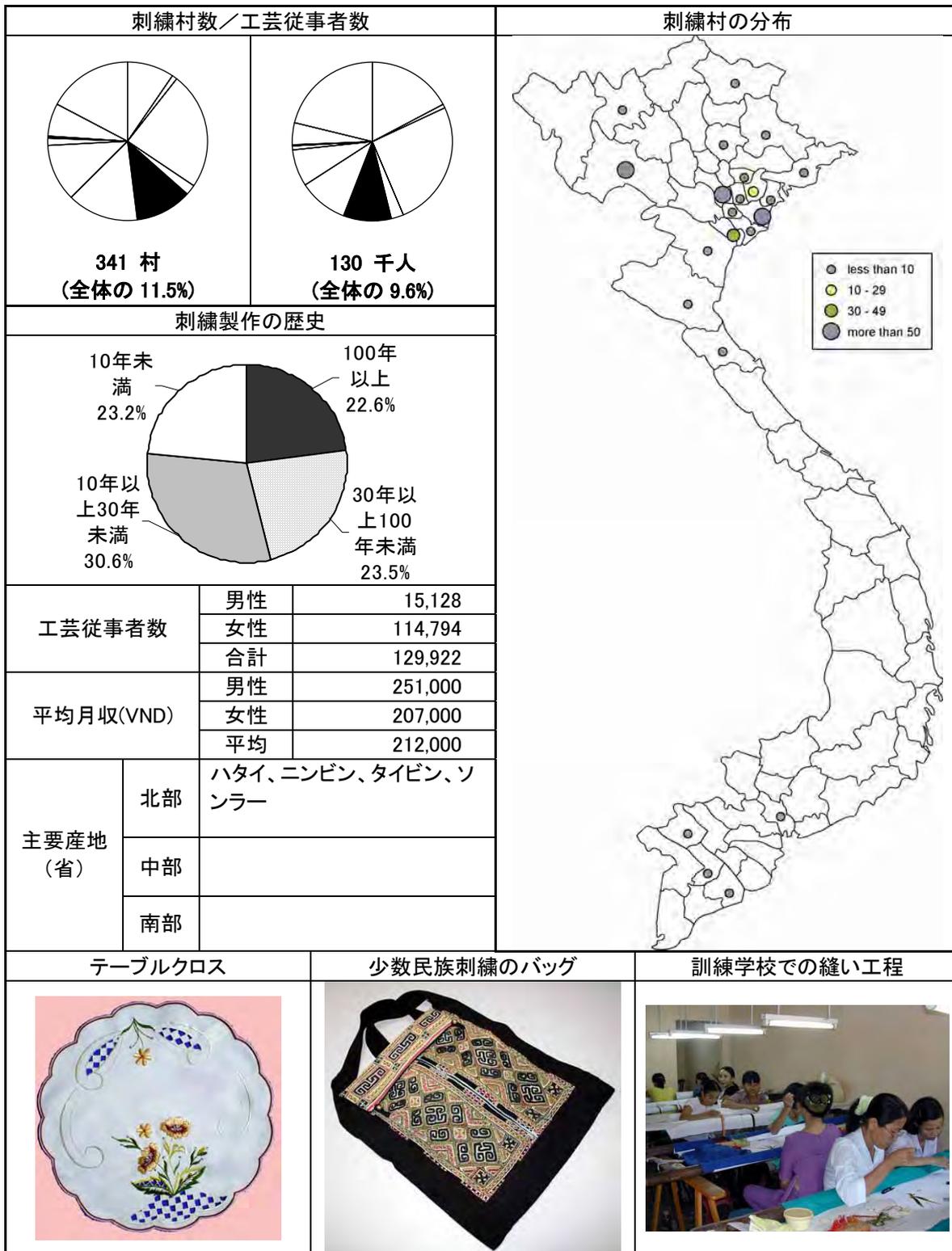
て、各生産段階における技術の平準化を図るだけでなく、原材料の保全や製品の品質向上、さらには環境汚染防止を図ることが出来る。胴体製作やエナメル処理工程の技術を向上させる。練炭や電気、ガスの釜それぞれに改良を図る。適切な温度計や設備の導入によって窯焼きの適切な温度調整を行なう。

- (c) **労働の質の向上**: 各生産工程における専門的なトレーニングの実施が必要である。人身事故や様々な危険を回避するために、機械の使用方法、新しい設備の効率的な活用方法に関するトレーニングを行なう。胴体製作と仕上げ技術は美的センスと高度な技術が求められる。特に胴体製作と釉薬加工に対してデザイントレーニングを行なう。
- (d) **伝統的価値の保全**: ベトナムの陶器は軽微かつ流線型の外観が特徴である。木工品に似た浮き彫りの製品は、単純な手法ではあるものの、人気が高くなっている。絵付けは自由な発想で行われ、多くの場合その伝統的な意味を持っている。手ろくろによる成型技術、伝統的な絵付け方法、灰色のエナメル、伝統的モチーフなどは貴重で保全すべきである。
- (e) **製品の品質向上**: 陶器製品は多様であり、日常生活の様々な場で用いられている。しかしベトナム陶器は軽微な外観に比べて、実際には厚みがあり、重い。粘土処理の改良により、より薄く軽微な製品の開発に努める。最も深刻な問題は乏しいデザインである。生産者にデザイントレーニングを実施し、美しく高度な技術を活かして、より多様なデザインの製品開発を目指す。
- (f) **市場開拓**: 農村部の生活水準の向上によって、ベトナム人はプラスチック製品ではなく、日常に陶器を用いるようになってきている。需要の拡大にあわせて、インテリア製品や建築素材としての活用を促進する。輸出市場の拡大のために、新しいデザインの導入を図る。
- (g) **労働環境の改善**: 現在、多くの陶器は大量生産されており、塵や有害ガス、熱などの影響による地域環境の悪化によって、狭い居住地域や空間では生産できなくなっている。製造地域計画の見直し求められる。生産過程において最も有害物質を出す粘土粉碎処理の改良と、釜の改良が重要である。事故の危険を回避するために異なる機械の操作方法を学ぶ必要がある。

5.6 刺繍

1) 概況

図 5.6.1 刺繍及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

ベトナムにおける刺繍は約 700 年の歴史がある。古くから寺、パゴダで用いられる宗教用具、統治者の衣服に取り入れられており、ベトナム文化の象徴といえる。刺繍は家庭内で行われ、社会的、文化的発展と共に発展し、17世紀には既に刺繍工芸村の存在が確認されている。19世紀のフランス植民地時代には洋服やテーブルクロスといった日常生活用品にも刺繍が取り入れられるようになった。マッピング調査によると、刺繍の工芸村は 341 村あり、その3分の2が紅河デルタに集中している。また2割強が北西部に位置しており、少数民族の刺繍村が存在している。ベトナムの優れた縫製技術と安いコストを強みにした海外輸出が盛んであるが、その輸出先は日本が大半を占めている。女性や社会的弱者が従事するなど、女性や若年層の雇用促進や技術向上などに貢献できる、社会的なインパクトの大きい産業といえる。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: 刺繍の主な原材料は絹、亜麻、綿、麻などである。綿布や絹布は国内で生産されるが、亜麻布は中国から輸入されている。綿糸は綿布や亜麻布に用いられるが、絹糸は絹布の刺繍に用いられる。ベトナム産の原材料の品質は中級クラスのものが多い。高品質の亜麻や綿の刺繍は日本やイタリア、フランスに輸出されているが、これらの綿糸の多くは輸入品(多くはフランス製)を用いている。絹刺繍のための絹糸は国内で生産されるが、一部は中国から輸入している。
- (ロ) **製造工程**: 刺繍は機械が入ることのない完全な手作業で、必要な用具は刺繍枠、針だけであるため場所を選ばずに作業が出来る。キン族による刺繍の多くは下絵をもとに刺繍が施されているが、少数民族の刺繍は伝統的モチーフの組み合わせによるもので、下絵は存在しない。NGO によって伝統パターンの保存と指導が行われている地域もみられる。少数民族は1枚の布を数ヶ月かけて縫うものの、言い値による不安定な価格で観光客に販売している事が多い。
- (ハ) **技術・品質**: タイビン省のミンラン村(Minh Lang Village, Thai Binh)のように日本の着物の刺繍など技術的に高いレベルの従業者も存在するが、一般的な従事者のトレーニングは家庭内で限られた時間のもとに行われる事が多く、向上の余地がある。技術的なレベル、色の選択、デザインなど家庭外の正式なトレーニングを通して全体的な技術を向上させる必要がある。また、標準化された品質基準はないが、クライアントが独自の品質基準をもっており、縫製作業、縫製者からの納品確認、アイロンがけ後、梱包前など、各段階において流通業者による品質管理が行われている事が多い。特に海外輸出用製品の品質規格は高く設定されている。
- (ニ) **労働力**: 刺繍村では 13 万人の従事者のうち、9割近くが農村地区の女性により副業として行われており、その他の工芸作業に比べると平均的な収入は少なく、専門技術者として従事している人は少ない。マッピング調査によると月平均収入は男性 251,000VND(約 16.7 米ドル)、女性 201,000VND(約 13.4 米ドル)であり、その他の工芸品に比べて低くなっている。

- (ホ) **生産体制**:グループ単位での生産形態も増えてはいるが、まだ主流とはいえず、家内工業が基本的な生産ユニットである。流通業者や輸出業者は洗浄、プレス、梱包などの最終工程のみに携わることがほとんどである。職業訓練や弱者(障害者、貧困女性、孤児等)のトレーニングとして、省政府や企業が訓練コースを組織化しているところも多い。
- (ヘ) **製品**:テーブルクロス、衣服、スカート、バックといったリネン類や日常生活品の他、風景画や肖像画など、刺繍絵が多く、技術も高い。子供が刺繍した手作り風の刺繍から、精巧に作られた絵画刺繍まで、価格やアイテムの幅は広い。
- (ト) **環境**:洗浄、脱色の作業における汚水の扱いの他には周辺環境への大きな影響はない。糸の染めに化学染料を用いたり、薄暗い工房で細かい作業に従事することが多いため、健康被害や労働負担など、労働者の従事環境に留意する必要がある。また、暗室での作業による視力低下、腰痛などの健康被害も問題点として挙げられる。
- (チ) **資金**:生産のためのまとまった資金は必要ないが、輸出向け刺繍製品の企業では、布や絹を事前に蓄えておくための資金が必要となる。また少数民族は特に原材料を仕入れる資金力がなく、自己消費のために生産を行なう場合が大半である。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**:マッピング調査によると国内市場はハノイ(41%)、HCMC(18%)である。海外市場向けの洗練されたデザインの刺繍と異なり、稚拙なデザインや仕上げなど、改良の余地は多い。
- (ロ) **海外市場**:輸出は東欧に向けて1960年代から開始されている。現在の主要マーケットの半数は海外である。家内産業、中小企業にとって、海外市場のアクセスや取引は困難である。貿易会社がコミッションを取り、従事者と外国のクライアントの仲介に入るケースもある。1996年の輸出額は約3.9百万米ドル、1998年は24.1百万米ドル、2000年は40.7百万米ドルであり、4年間の間に著しく増加している。特に日本への輸出が他国とは桁違いに増加しており、2000年には全輸出量の約8割が日本向けとなっている。2000年の輸出先は日本(33.3百万米ドル)、ドイツ(3.1百万米ドル)、韓国(1.6百万米ドル)、フランス(1.5百万米ドル)、米国(0.7百万米ドル)の順に高くなっている。
- (ハ) **デザイン**:フランス刺繍の影響を受け、中国では見られない刺繍のテクニックはあるが、デザインとして洗練された物は外国から持ち寄られたアイテムである。独自性のモチーフを追求する必要がある。
- (ニ) **競争国**:中国やインド、バングラデシュの刺繍も海外市場で多く販売されている。マーケット専門家によると、ベトナムの手刺繍の技術は他の国に比べて高く、デザインや商品改良によって、より競争力のある工芸品になる可能性が高い。

### ボックス 5.6.1 ベトナム刺繍のマーケット評価



出典: JICA マーケット専門家コメント

#### 4) 開発・振興の方向性

リネン類や日常生活品として世界共通のアイテムであり、海外市場はヨーロッパや日本を中心に幅広く、人気も高い。そのためマーケットニーズも把握しやすい工芸品といえる。ヨーロッパ風のデザイン開発とベトナムの技術力、低コストによって競争力を強化することが可能である。又、少数民族による伝統刺繍は、現代的にも市場価値を持つデザインがあり、衣料雑貨の装飾部品としての可能性が高い。

- (a) **原材料の確保:** ベトナム産の原材料の質が良くないために、多くの刺繍原材料は輸入され、刺繍従事者は原材料加工を施すのみとなっている。家内工業への下請け体制によって雇用創出を図ると共に、これらの生産ユニットがより積極的に生産に関われるよう、地場原材料の質の向上を図る。

### ボックス 5.6.2 刺繍原材料の輸入に必要な戦略

大半の亜麻糸は中国から輸入されているが、輸入税が40%も課せられている(HS No.:5309)。通常、生産者は5千~1万mと最低限の量しか必要としないため、中国から直接購入することは出来ない。そのためいくつかの輸出業者が輸入に関与しながら生産者に販売を行なうことになり、この40%の輸入税が製品のコスト高を招く結果となっている。このような問題はニンビン省、ハナム省、タイビン省などの亜麻糸刺繍村で多く起きている。政府はこれらの問題を認識し、刺繍生産者及び輸出業者を支援できるような適切な政策支援を行なう必要がある。

出典: 原材料調査

- (b) **生産技術の向上:** 生産技術は比較的安定しており、それぞれの製品の種類に応じて改良を重ねていくことが可能である。しかし生産量の拡大のためには、手縫いと機械縫いの差別化の道を探ることが必要である。機械による刺繍は世界中で急速に進歩しており、手縫いに比べて非常に低価格で販売されている。素人目の消費者には機械縫いと手

縫いの区別がつかないほどであり、手縫いによる刺繍製品の消費を大きく減少させつつある。そのため、手縫いの刺繍工芸村では、商品の多様化と新たなデザインの導入などにより、工業製品に対抗できる競争力のある商品開発を進める必要がある。

- (c) **労働の質の向上**: 労働者の知識が製品の質を決定する要因である。刺繍従事者には基本的な技術を用いて、高品質な製品を生み出せるような創造力が求められる。そのため、基礎的技術だけでなく、その技術を柔軟に使いこなすためのトレーニングを行なう。同時に、従事者自身が自信のある製品作りを行なえるよう、美的感覚を磨くとともに、パターンを適切に縫えるような基礎技術を身につける。
- (d) **伝統的価値の保全**: 伝統的な刺繍技術は、宗教具の布類や少数民族の衣服などにみられる、金糸による浮き出し模様の刺繍である。これらの技術は最近ではほとんどみられなくなっている。刺繍商品に用いられる技術のほとんどは新しいものである。伝統的価値は芸術品のモチーフや多色糸を用いた刺繍のみにみられ、これらの技術の保全が必要である。
- (e) **製品の品質向上**: 刺繍製品はショール、クッション、枕、バッグ、カーテンやマットレスなど、小型から大型の製品まで多様化している。刺繍製品は刺繍絵、着物などに用いられる精巧な刺繍製品、そして日用品の3つに大別される。刺繍絵と精巧な刺繍製品については、その技術と品質は非常に高い。しかし日用品となると、その品質は未だに低くとどまっている。パターンは美しくなく、雑な色遣い、粗く不器用な縫い目など、縫製者の美的感覚の不足が原因となっている。高度な手縫い技術を単純なデザインに活かすことで、日用品についても、その品質向上を図る。
- (f) **市場開拓**: 多くの刺繍製品は輸出されており、その大半は日本向けである。市場は安定しており、デザインや品質の改良によって、市場の開拓はより一層進むであろう。国内市場についても、ショールや布、ハンドバッグなど、以前に比べて刺繍製品は広く用いられるようになってきた。生活水準の向上によって、刺繍の美術品についてもその市場拡大が予想される。

#### ボックス 5.6.3 ベトナム刺繍の高い技術力を求める海外市場の進出

近年、ベトナム刺繍の高い技術力と安い労賃をターゲットに海外市場が進出しており、ベトナムのオリジナルでない商品開発に取り組んでいるケースが増えている。日本の着物は、その刺繍や縫製をベトナムで、染めや絵付けを他のアジア諸国(バリ島など)で行ない、日本で最終仕上げをして販売するなど、アジアの手工芸技術が日本の伝統工芸品産業に大きな変化をもたらしており、産地や職人だけでなく、政府の伝統工芸品保全政策上も問題となっている。ベトナム独自の商品開発を目指して海外市場を開拓するか、その技術力を磨き、海外の労働市場として発展するか、将来のベトナム刺繍の方向性を見定め、適切な戦略や政策を構築する必要がある。



出典: JICA 調査団作成

- (g) **労働環境の改善**: 刺繍製作に必要な環境は適切な照明と換気のみである。農村部でもこの問題は徐々に解決されつつある。しかしインフラの整備されていない僻地の少数民族の村ではこのような労働環境の問題に充分留意する必要がある。

#### ボックス 5.6.4 刺繍のフェアトレード商品

刺繍は女性や子供、少数民族が従事している割合が高い工芸品であり、訓練学校や NGO による支援プログラムのなかに、職業訓練として刺繍製作が組み込まれていることが多い。訓練内容の幅を広げ、単に縫製技術だけでなく、デザイン、商品開発、市場開拓など、生産から流通、マーケティングまでを一通り学ぶことにより、起業家としての自立できる可能性が生まれる。また、他国ではその自立支援プログラムとあわせて、刺繍をフェアトレード商品として扱っている NGO やショップが多く見られる。ベトナム刺繍は洗練された手工芸技術を活かした、農村女性の自立支援のツールとして、フェアトレードシステムを通じて市場や購買者層を広げることが可能である。

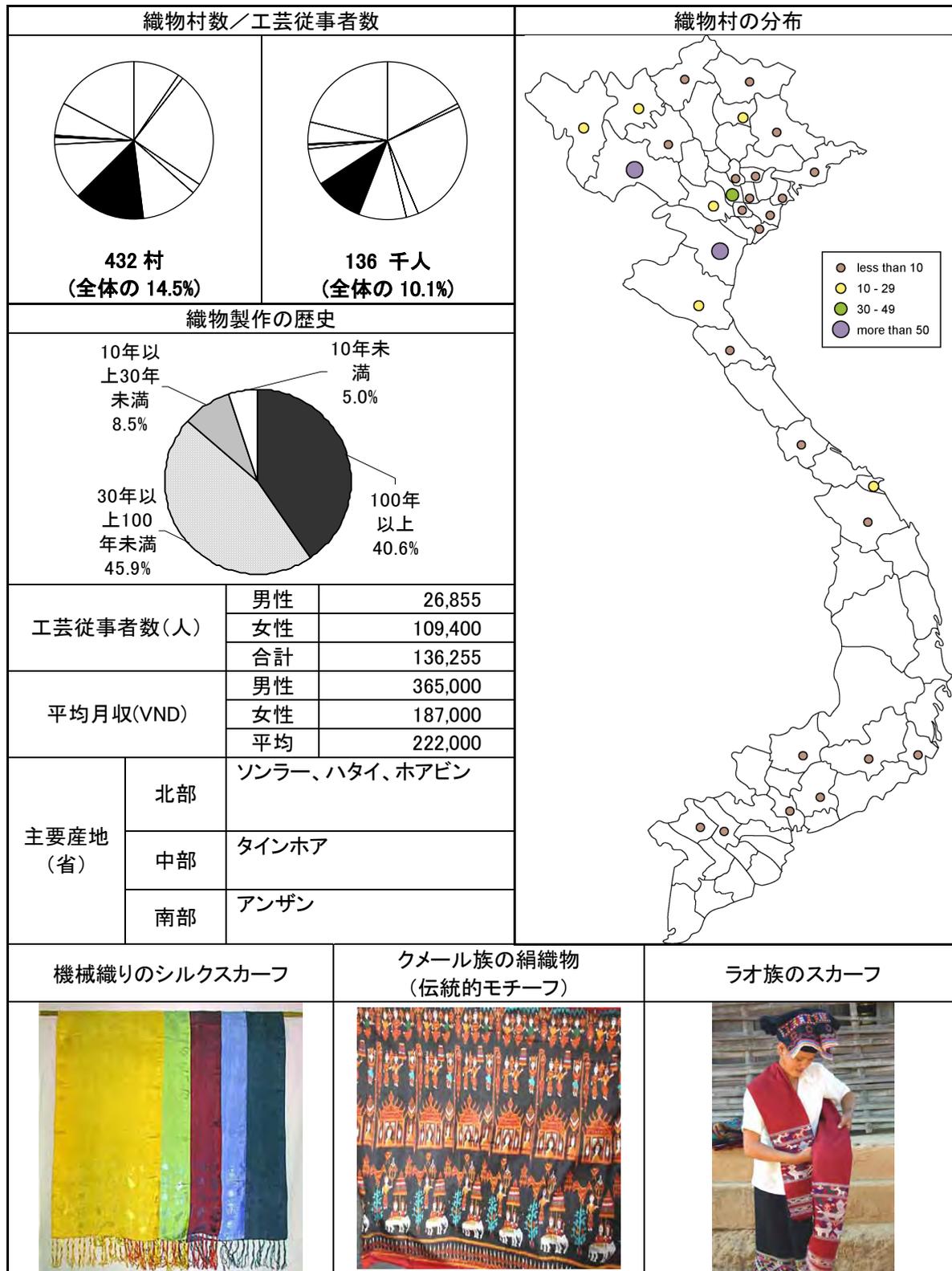


出典: JICA 調査団作成

5.7 織物

1) 概況

図 5.7.1 織物及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

ベトナム国が誕生した4千年前頃の古代の墓から麻が見つかるなど、織物は非常に長い歴史を持つ。約千年前には現在のハタイ省の織物村から中国の王朝、官吏らに献上されている。20世紀初期になり新しい技術が導入され、織物が産業として発展した。技術革新が進むにつれ、伝統的な技法の手織機による生産は急速に衰退している。マッピング調査によると織物村は432村存在し、竹・藤製品に次いで多い。その9割が北部に分布し、主に紅河デルタ地帯を中心とした織物産業(主に絹、綿、麻)と、山岳地帯を中心とした少数民族の織物村に大別される。市場販売向けの織物は半機械化された織機で生産された製品が多く、手織物は衰退しつつある。一方少数民族による織物は今でも伝統的技法やモチーフが用いられ、今でも手織機や手作業が中心である。特に少数民族の織物は地場での原材料確保が困難になっていることから、安い輸入原材料を用いた品質の悪化、化学染料の使用など、伝統的技法に変化が生じている。輸出産業としての織物と、伝統的な工芸品としての織物それぞれに、原材料の安定供給や品質改良、市場開拓など共通の課題を抱えている。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: ベトナムの織物に用いられる主な原材料は絹(天然、化繊)、綿、毛、麻である。綿の糸は数種類国内生産されているが輸入もされている。絹糸はハタイ省(Ha Tay)、ヴィンフック省(Vinh Phuc)、タイビン省(Thai Binh)、クアンニン省(Quang Ninh)、アンザン省(An Giang)、ラムドン省(Lam Dong)など、養蚕業が盛んな省で生産されている。最近では化学繊維からも中国などから多く輸入されている。亜麻(flax)に関してはモン族(Hmong)だけが今でも伝統的な技法で原材料を糸にしており、品質は悪いが、新技術を導入すれば容易に改善が可能な材料である。織物の品質は原材料の品質で決まる場合が多いため、より高品質な原材料生産が必要である。
- (ロ) **製造工程**: 並べられた縦糸に一定の方式に従って横糸を交錯させたものが織物である。縦糸を平行に何百も並べ織機に平行に取り付け、縦糸の間にシャトルを使って横糸を入れる。シルクの生産方法は穴あき紙を使ったデザイン技法の使用が一般的である。織物の製造工程は染色をどの段階で行なうかにより二通りに分けられ、織物を織って反物としてから染色をする後染織物、糸を染めてから織る先染織物がある。特に少数民族の織物には、南部のクメール族などが用いるアジア各国に伝わるイカット(ikat)という技法があるが、これは縦糸を先に柄にあわせて染めて、模様あわせをしながら織る、アジア地域に伝わる伝統的な技法である<sup>1)</sup>。
- (ハ) **技術・品質**: かつて織物は織機を手や足を用いて生産されていたが、少数民族を除くと殆どが半機械化された織機を用いており、生産性は2~3倍に向上した。現代の織機には、穴が開けられた細長いカードによってパターンが織られていくシステムが導入されるようになり、織物のデザイン技術は以前より簡素化された。技術や原材料の向上により、

<sup>1)</sup> ダブルイカットは縦糸、横糸をそれぞれ先に柄にあわせて染め、その柄をあわせながら織る、非常に高い技術を要する伝統的な技法である。インドネシアのバリ島にはダブルイカットの技法が残る世界で唯一の村(テンガナン村, Tenganan village)がある。

高級なシルクも作られ始めている。しかし撚糸技術不足、染色技術不足、検品検査が制度化されていないため、一定の品質確保とその向上にはつながっていない。

- (ニ) **労働力**: 市場の変化により、都市近郊部では織物生産地の集積が進み、兼業ではなく専業とする従事者が増えてきた。現在全国で約 13 万人の従事者が存在するが、その8割は女性である。一般に男性は織機の組み立て、デザイン、染色、脱色、輸送、取引作業を行なう。ほとんどのデザインは男性によって行われている。専業従業者の場合、月収平均は 45 万～50 万 VND(約 30 米ドル)であるが、兼業従業者の場合わずか 20～25 万 VND(約 15 米ドル)である。高い技術を持った生産者は 100 万 VND(約 66.6 米ドル)の収入があるなど、技術や従事形態によって収入差が大きい。少数民族は自分たちの衣服や生活用品のために織物に従事しているため、織物製作は職業として認識されていない。しかし最近では観光地を中心に、織物が商品(観光土産品)となるという認識が高まり、観光客向けに織物を生産するケースも増えている。織物製作により収入を得る少数民族が増えていこうとするなかで、労働やコストに対する理解と伝統への認識が不足した状態にある。
- (ホ) **人材**: 一般的に家庭内で技術が伝授され、15 歳前後からで習い始める。平均従業者の年齢は 24 歳と比較的若い。ほとんどが企業内での実施訓練(OJT)により、正式な訓練を受ける割合は低い。少数民族の場合は労働賃金という概念が存在しないため、販売価格がそのまま収入となる。数ヶ月かけて織った織物が例えば 100 米ドル程度と観光客に高く売れた場合、それは彼らにとって数ヶ月の収入に値する。織物販売を通じた現金の安定収入を確保するためには、労働コストや市場に対する理解、そのための教育訓練が必要である。
- (ハ) **生産体制**: 多くの織り手は自分たちでシルクや綿などの原材料を生産してきた。原材料生産、織り作業らが分業され、一部の工程だけを扱う村が存在し、今日でもその形態は残っている。主要民族のキン族(Kinh)の村では、伝統的に織物生産は職業として行われてきた。織物生産は主に4つの生産形態が存在するが、多くは下請けの家内産業もしくはは零細企業である。経済力がある中小・零細企業では 10-30 名ほどの従業員を雇い、数十の織機を使った分業体制により、共同生産をしている。かつてはコーポラティブを通じて契約などを行っていたが、最近では生産者が独自に原材料を得て販売をする場合が多く、コーポラティブの役割が失われつつある。また、大企業は工場を持ち、数百人単位で織物を生産しているが、手工芸品としての価値は無く、工業製品として国内外に販売している。一方、少数民族は自家消費が大半であるため、全て個人や家族内で織りや染めを行なうが、最近では地元市場で販売されている布(主に中国製)を購入し、刺繍だけを行なうなど、織物としての価値が失われつつある。
- (ト) **製品**: ベトナムにはアオザイ(Ao Dai)という伝統的衣装をはじめとして、ハンドバッグやシャツ類など、シルク製品は多様に存在しており、手織の技術も残っている。綿製品は手織物ではなく、主にシャツ類などの工業製品生産に用いられることが多い。一般家庭では布地を購入して仕立屋で加工する場合が多く、布地を国内販売や輸出する場合も多い。

しかし原材料の不安定な品質が原因で、特にシルクは絹糸の状態ですぐに市場に安い値段で流れていることがある。

- (チ) **環境**: 特に輸出を対象とした織物村はその需要の高まりにあわせて、その規模を拡大し続けており、工芸村内で機械織機の数が増えている<sup>2)</sup>。産業の急成長に伴って、労働環境や労働者の健康にも様々な弊害が生じている。しかし織物村では産業としての効率性や生産性を重視するため、生産活動で生じる埃や騒音に対する配慮がなされていない。染色や脱色過程で生じる汚水の処理が適切ではなく、村内の湖だけではなく河川や下水を通して周辺地域にまで悪影響を及ぼしている。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: 国内でもシルクの消費は伸びており、絹織物は発展している。生産者は卸売業者もしくは大都市の小売人に販売する。ハタイ省 Van Phuc 村はハノイ近辺という立地好条件により観光客が訪れるため、自宅に店を開き生産だけではなく販売も行っている。また、少数民族の織物は、観光客や外国人によって商品としての価値を見出され、今では少数民族は観光客に直接販売するようになった。
- (ロ) **海外市場**: 1960年代にはじめてベトナムの織物が東欧に輸出された。近年輸出は伸びているものの、中国は圧倒的なシェアを持っている。同じく隣国のタイ、ラオスも競争国である。価格競争だけでなく、品質やデザインの競争力の強化が無い限り、織物産業の持続的な発展は困難といえる。
- (ハ) **デザイン**: かつては伝統的なデザインで生産されていたが、今日マスターアーティザンは新しいデザインもしくは顧客の要望のデザインをする。穴が開けられた細長いカードによって柄が織られていくシステムカードの開発により、紙上でデザインが出来るようになった。ハタイ省ヴァンフック村 (Van Phuc, Ha Tay) ではコンピューター化されたデザインシステムも導入されている。又デザインが専門職として扱われるようになってきており、従業者が織機に付けるデザインカードを購入すれば生産できるシステムが出来つつある。一般的に後染織物である。一方で少数民族はそれぞれ特徴ある伝統的なデザインを持ち、独特の色の組み合わせや原材料を用いる。織り方には民族間の違いが見られるが、先染織物が少数民族の主流の技法である。そのデザインは自然や伝統、宗教的なモチーフなど、民族によって異なる。

<sup>2)</sup> ハタイ省ヴァンフック村 (Van Phuc, Ha Tay) で使用されている織機の本数は過去10年に300台から1000台に増加したが、そのほとんどが家庭に設置されており、狭い居住空間に押し込んでいる状態である。

### ボックス 5.7.1 原材料別・織物製品の主な海外市場

絹織物: 絹織物の輸出市場は拡大している。主な市場はカンボジアやラオス(ハタイ省やアンザン省の模様入り絹製品)、EU 諸国(ハタイ省やタイビン省の平絹や絹紡糸)である。これらはバッグやスカーフ、クッションなどの商品として輸出されている。国内消費の増加につれ、絹製品生産量も増加している。例えばハタイ省ヴァンフック村では2002年に1.9百万メートルだったのが2003年には2.6百万メートルに増加している。

綿織物: 北部の綿織物産地はハタイ省とタイビン省である。8割の製品は国内消費され、2割は韓国に輸出されている。タイビン省では3割の綿タオルが日本や韓国に輸出されている。

毛織物: 毛織物生産は非常に盛んであり、成長を続けている。例えばハタイ省ラフ村(La Phu, Ha Tay)の年間収益は約2500億ドン(16.4百万米ドル)であり、うち65-70%は東欧、フランス、イタリア、台湾、日本などへ輸出されている。

麻織物: 麻織物は特にハザン省、ラオカイ省のモン族(Hmong)による伝統的な工芸品である。麻織物は健康と環境にやさしい製品として人気があり、世界各国での人気は高まっている。しかしベトナム産麻織物は未だに輸出が限られている。国際 NGO がスカーフやクッション、バッグ類を生産して日本やイギリス、アメリカなどに輸出をしている程度であり、国内市場は自己消費が中心となっている。

出典: 原材料・流通調査

#### 4) 開発・振興の方向性

衰退しつつある伝統的な織物意匠とその技術の保全と復興が課題である。これは都市近郊部の織物産業、少数民族の織物に共通の課題である。織物産業としての発展を図るため、絹製品については、市場からの品質の信頼を得るために、糸の規格化、絹織物の検反による格付けが必要である。また、作業環境と生活環境が分離されていない生産地が多いため、煮沸時の事故、機械織機による事故、化学染料による汚染水の廃棄による水質汚染など、作業環境や周辺環境に対する配慮と対策が求められている。

- (a) **原材料の確保:** 織物の主要原材料は綿糸、絹糸、亜麻糸の3種類である。綿糸の多くは国産ではなく、輸入品である。絹糸は地元の桑畑や蚕飼育地から十分に供給される。亜麻糸の生産量は限られており、また少数民族の地域に分散しており、主に自家消費用である。原材料の安定確保のためには、地域内での綿花生産地域計画の立案と、亜麻糸生産を促進するための少数民族に対する支援が必要である。
- (b) **生産技術の向上:** 織物製品の品質を決定するのは主に原材料の品質である。そのため、絹の紡ぎ及び縫製技術を安定、向上させ、織物産業に高品質の絹糸を供給する。少数民族の織物については、手紡ぎや縫製の技術を復興し、その織物の伝統的価値の保全に努める。機械は布や絹織りに導入されている。生産性と品質向上のために電動織機を改良していく。特に皺のない絹製品を生産するためには、撚糸と織り技術の研究が重要である。

- (c) **労働の質の向上**: 労働の安全確保と製品の品質向上のため、生産技術の改善とともに、職人に対して織機の使い方を十分に訓練する必要がある。工芸村や生産者グループの従事者のなかには、高度な織りの技術を持ち、市場に適した布や絹の新しいパターンづくりなどのデザイン能力についても熟練している。少数民族の織物については、伝統的なモチーフやパターンの使い方と織り方について、トレーニングを推進していく。
- (d) **伝統的価値の保全**: 絹織物と錦織は貴重な伝統の歴史の中で進歩を続けてきた。過去には、市場での需要の高まりにより、絹織りのモチーフが海外に真似されることがあった。ベトナムの伝統的モチーフ復興のために研究を進める必要がある。少数民族の伝統的な生活習慣は変化しており、それ故に織物のモチーフも単純化したものになりつつある。また企業は、単純なモチーフを基本とした少数民族の織物を安く注文するようになっている。そのため多くの独自のモチーフが消えつつある。伝統的なモチーフの収集と少数民族による生産の継続が必要である。伝統的な草木染めなどの染め技術の復興も求められる。少数民族の地域では、伝統的な織物づくりの促進とともに、彼ら自身が伝統的価値を認識することによって、徐々に振興が進むよう支援を行なう。

#### ボックス 5.7.2 少数民族のモチーフを活かした商品開発

少数民族を支援している NGO の多くは、販売だけでなく、伝統的に使われてきた色やモチーフを活かした市場に対応できる製品を作るよう技術指導している。また、数ヶ月かけて織られた伝統的な織物を適正な値段で取引できるよう、ビジネス能力を高める必要がある。少数民族の織物はそのモチーフに特徴があるため、企業や他の少数民族が、それらのモチーフをコピーして商品化し、都市部で土産品として安く販売している例が増えているが、これらのモチーフには商標(コピーライト)が存在せず、その保全と保護政策が求められている。



出典:パイロットプロジェクト7「少数民族のビジネスマネジメント向上」活動記録より

- (e) **製品の品質向上**: まずは絹糸生産の技術的な改良による、糸の品質向上が不可欠である。モチーフの開発だけでなく、色の染め方、皺のない織り技術についても研究を進める。バッグやショール、クッション、照明、スクリーン、壁掛けなど、絹製品を用いた多様な商品開発を進める。

### ボックス 5.7.3 品質安定化による国際市場での競争力向上

織物産業はアジア各国で盛んであり、国際競争の激しい産業である。原材料や製糸の品質が安定しない限り、ベトナム織物製品の市場開拓や競争力の向上は望めない。品質の問題として、糸のデニール数が統一されていないために、織物の厚みが均等ではない。この問題は国内市場ではあまり問題にはなっていないが、より厳しい品質基準を求める海外市場では受理されず、不良品として扱われ支払いが行われない場合もある。材質表示と製品の実態が違う場合があり、材質管理、品質向上、安定は需要拡大には必要である。

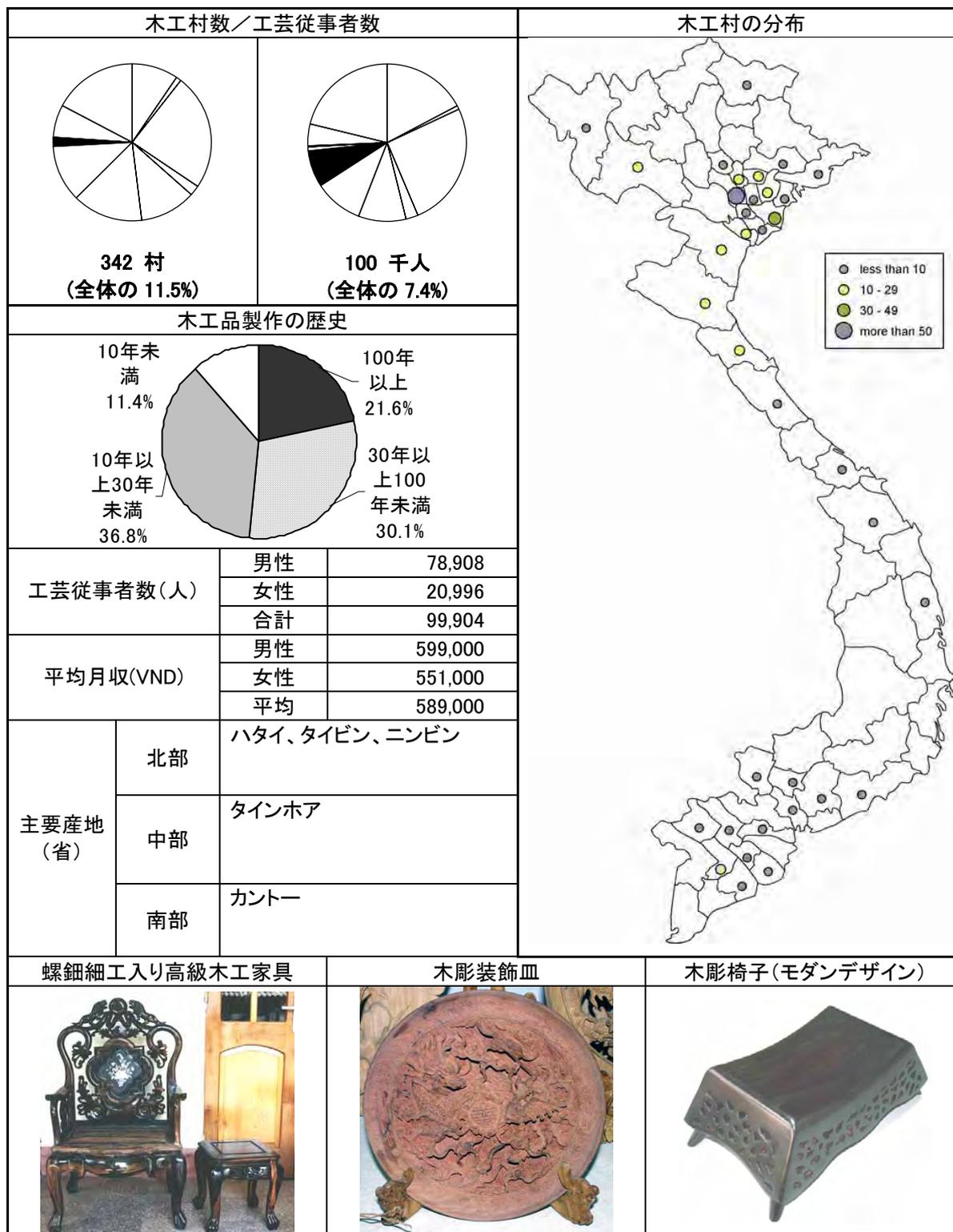
出典:JICA 調査団

- (f) **市場開拓**: 輸出市場の開拓だけでなく、国内需要や習慣の見直しを進める。絹製品は国内でも以前に比べて盛んに用いられるようになってきている。国産の織物の品質が向上すれば、絹製品や布類の輸入品は減り、国内の刺繍産業にも用いられるようになる。ベトナムの絹製品の商標を確立し、製品の品質の平準化を進めるための研究を推進する。
- (g) **労働環境の改善**: 現在、工芸村では居住空間のなかで織物生産を行っている。それ故に生産環境は狭く、薄暗くなっている。生活環境は埃と騒音によって悪化している。化学染料は処理されずに排水され、工芸村や周辺環境の水流に悪影響を及ぼしている。生産地域を居住地域と分離し、廃水処理施設を建設することが緊急の課題である。政府は環境影響を減らすために、有害な染料の使用を禁止するための政策を提言する必要がある。最近では、EU 諸国は化学染料を用いた織物の輸入を禁止するようになってきている。この問題は環境保全だけでなく、市場開拓にも重要な影響を与える内容である。また、労働環境の安全を確保するために、従事者は機械類の使用技術を十分に学ぶ必要がある。

5.8 木工製品

1) 概況

図 5.8.1 木工製品及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

木工品製作は4世紀頃の木造船建設を発祥として、10～14世紀の王朝繁栄の時代には寺院の建設や修復の需要にあわせて、寺院建築の装飾、彫刻、祭壇や生活家具など多種に及ぶ木工の工芸村が誕生した。特に都があったフエ(Hue)やハノイなど、歴史や文化のある地域を中心に発展してきた。木工村は紅河デルタ地域に多く集積し、メコンデルタ地域に点在する程度で、全国的な分布はみられない。木工村は生産する木工品によって、国内販売や海外輸出向けの高級家具、宗教彫刻や仏具、棚や小箱などの日用品や土産品など、それぞれの製品に特化して生産を行っている場合が多い。ベトナム木工品は家具を中心として輸出産業としても発展しているが、国際競争が激しい産業である。価格競争だけでなく、ベトナム製品としての付加価値や商品の多様化が求められている。

## 2) 生産システム

- (1) **原材料**: 政府の森林保護政策により、木工産業の原材料供給は限定されてきている。国内供給をみると、中部沿岸部のクアンナム省(Quang Nam)、タインホア省(Thanh Hoa)、中央高地のザーライ省(Gia Lai)、コンツム省(Kon Tum)、北西部のホアビン省(Hoa Binh)、ソンラー省(Son La)、北東部のイエンバイ省(Yen Bai)、クアンニン省(Quang Ninh)では保護指定されている樹木でも伐採が認められている。ジャックウッド(Jack wood)が国内で最も入手しやすく、幅広い木工品製作に使われている。いくつかの木工村では山岳地域から購入したり、植林地域から搾取している。また最近ではMDFボード(Medium-density fiber board)などの合板も一般家庭用家具などに用いられるようになってきている。また、高級木材の多くは主にラオスやミャンマーなどから輸入されている。原材料供給は村内で入手できる場合を除き、仲介者による場合が大半であり、多くの木工村にこれら原材料を加工・生産地まで運ぶ専門業者が存在する。

### ボックス 5.8.1 森林と木材供給

ベトナムには数千種類に及ぶ植物が広がる、約8百万 ha の森林があり、自然林と人工林に分けられる。2010年までの年間の最大伐採量は30万立方mと取り決められている。自然林からの伐採量は急激に減っており、人工林の伐採量が増えている。この政策により、ベトナムの木材加工産業はベニヤ合板や人工木材産業のための輸入原料に頼ることとなった。そのため木材輸入量は年々増加している。木材輸入量は1999年の70百万米ドルから、2002年には243百万米ドルに達している。加工木材産業の生産量は2010年までに1万立方mに達成することを目標としている。この生産計画に基づき、ベニヤ合板工場が次々に建設されている。最大の木材輸入国はラオス、マレーシア、インドネシアの順となっている。

出典:原材料調査

### ボックス 5.8.2 森林伐採の状況

ベトナムの森林面積は 1943 年の 44%から、2000 年には 22%にあたる 10.9 百 ha にまで減少している。このうち 9.4 百 ha は自然林、残りの 1.5 百 ha は人工樹林である。1993 年に木材輸出は禁止された。しかし森林業に依存する森林地域の人口は 2400 万人に及んでおり、人口増による薪の需要増加、貧困、農業地域の不足、行政能力の欠如、不明確な土地利用と土地所有者などによって、森林地域の減少は続いている。

森林面積の減少は年間 20-40 万 ha に及んでいる。MARD は年間の森林伐採量を最大 30 万立方mと取り決めたものの、違法の伐採は続いている。このような状況から、生産地が不明な木材が工芸村にも普及している。このような木材は浮動木材 (floating wood) と呼ばれ、そのシェアはハタイ省では 70%、クアンナム省では 50%にも及んでいる。

出典: 原材料調査

- (ロ) **製造工程**: 製作過程は分業化されており、専門技術を要する作業が多い。木材切断などの原材料加工、本体の組み立て、装飾・仕上げの工程については専門技術者がいるが、その他の工程については一時雇用する従事者に負うことも多い。
- (ハ) **技術・品質**: 木工製作、特に木彫技術は習得するのに最低でも3年はかかると言われる。ベトナムは特に木彫技術や螺鈿細工に優れている。一方で、高級家具は非常に重く、また色合いも暗いことから、海外市場は限られている。また、湿度の違いから木材のひび割れなどの問題が生じやすい。
- (ニ) **労働力**: 木工村の平均人口 2,094 人に対し、平均従事者数は 13.9%にあたる約 291 人である。従事者の大半は村民であり、村人口の 90%以上が工芸従事者で占められる村が3分の2を占めている。木工職人のなかには、村での市場不足のために HCMC などの都市部・近郊部に出稼ぎに出て、仕送りをしている者も多い。木工製作による月平均収入は男性 943,000VND (約 62.8 米ドル)、女性 736,000VND (約 49.0 米ドル)であり、農業や他の工芸品目に比べて非常に高い収入を得ている。職人としての技術が高く、それにみあった収入が得やすい工芸品である。労働者の年齢層は比較的若く、20-30 代の男性が中心である。
- (ホ) **人材**: 木工技術の多くが師弟関係のなかで受け継がれている。一つの工房に数人の優れた技術者と数十名の若い見習い工がおり、見習い工は仕事をしながら技術を学び、2, 3年で一通りの技術を習得する。その後は工房の下請けとして仕事をしながら独立していく。ベトナムの輸出製品として、都市部での展示会や見本市の開催も多く、工芸村のなかにも市場価値を理解している経営能力のある人材が存在しており、市場へのアクセスは比較的容易といえる。一方でマスターアルティザンと呼ばれる技術者は高齢を迎えており、非常に繊細で丁寧な彫刻技術と美的感覚を持ち合わせながらも、美術工芸品が多いため、市場ニーズに適応しているとは言い難い。
- (ヘ) **生産体制**: 優れた技術者を雇い入れ、全工程をまかない、独自の流通ルートや安定した市場を確保している工房を中心に、木工村として成功している地域もみられるが、一般的なの

は零細企業と家内工業の分業・下請け体制によって生産する形態である。コーポラティブは組合員を募り、一つの企業体として共同仕入れ、生産と共同販売を行なうが、最近ではその運営管理の不備などから衰退しつつある。また、都市部の中小企業では、生産だけでなく経営やマーケットアクセスなどを一同に担い、下請け工場(生産グループや家内工業)のネットワークを工芸村に持つ場合が多い。

- (ト) **製品**:主に家庭用建材(扉、窓枠、階段、欄間等)、一般家庭用家具(テーブル、椅子、棚、ベッド等)、高級家具(彫刻入り・螺鈿家具等)、一般木工工芸品(置物、彫刻、トレイ、箱等)、仏具類(仏壇、仏像等)、その他(木造船舶等)に分けられる<sup>1)</sup>。
- (チ) **労働環境**:原材料や製品の大きさに比べて、生産現場の面積は狭い。特に製造工程では分業化が図られているが、全て同一の室内で無秩序に行われていることも多く、生産効率の悪化につながっている。機材を用いる工程と手作業の空間の分離や、原材料加工、組み立て、仕上げまでの流れ作業を可能にする配置計画が必要である。また、健康への影響は他の品目に比べると少ないが、鉋屑や埃などによる空気汚染、機材による加工時の騒音などは常に生じている。いくつかの工房では磨き仕上げの際に有害な PU(ポリウレタンペイント)を用いているが、安全対策が施されていることはまれである。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**:マッピング調査結果によると、自己消費又は村内での販売を行なう工芸村は37.8%と多く、輸出だけでなく国内需要も非常に大きな割合を占める。実際に木工品の国内市場は非常に大きく、木製の食卓、椅子、ソファ、ベッド、棚、彫刻などは高級品として、ハノイや HCMC、ハイフォンなどの大都市部でも人気が高い。木製家具の有無が経済状況を測る物差しになっているといっても過言ではない。多くの彫刻モチーフは中国から受け継いでいる。ベトナム人はより多くの彫刻や装飾を好む傾向がある。最も人気があるのはハタイ省ヴァンディエム郡(Van Diem, Ha Tay)、チュンミー郡(Chuyen My, Ha Tay)、バックニン省ドンキ一村(Dong Ky, Bac Ninh)等で螺鈿細工の施された食卓、椅子、棚などの高級木彫家具である。一般世帯だけでなく、政府機関は常に木彫村の最大の顧客である。
- (ロ) **海外市場**:1990 年代以前は主に旧ソビエト連邦や東欧諸国への輸出が大半を占めていた。日本、台湾、西欧諸国やアメリカ合衆国が主要な輸出国となったのは 1996 年頃からであり、輸出額も増加傾向にある。1996 年の輸出額は約 7.5 百万米ドル、1998 年は 22.5 百万米ドル、2000 年は 38.8 百万米ドルであり、4年間の間に著しく増加している。2000 年の輸出先は日本(10.9 百万米ドル)、米国(8.4 百万米ドル)、台湾(6.8 百万米ドル)、香港(5.7 百万米ドル)、中国(4.3 百万米ドル)の順に高くなっている。商業法<sup>1)</sup>によると、政府は高度に加工をされた木材の輸出を支援しており、税制面の優遇を与えている。

<sup>1)</sup> 特に欄間や仏具などは、ベトナムの安い労賃と高い技術力を目当てに、部品または完成品の生産を発注している日本企業が増えており、日本の伝統工芸品産業を圧迫する原因の一つと言われている。

<sup>1)</sup> Decision No. 46/2001/QĐ-TTg of April 4, 2001 on the Management of Goods Export and Import in the 2001–2005 Period(商業法に基づく輸出入管理に関する決定)

- (ハ) **デザイン**: 寺院建築、宗教に関する彫刻や装飾品は古くからベトナムに伝わるモチーフが受け継がれている。また、高級家具には伝統的な中国風のデザインが多い。一方、特に欧米向けの木工家具やインテリア製品には、西洋風にアレンジされたデザインが多く用いられるが、これはバイヤーから持ち込まれるか、もしくはカタログなどから入手したものがほとんどである。つまり伝統的モチーフは宗教用の装飾品に使われる場合がほとんどで、マーケットに対応したベトナム独自のデザイン製品はほとんど開発されていない。
- (ニ) **市場での評価**: ベトナムには安定した地場原材料が不足しており、そのためベトナム木工品として特徴のある商品は未だ市場に定着していない。しかしベトナムは労働コストの安さに加え、繊細かつ丁寧な技術、契約上、生産上の信頼性が高いことが強みとなり、特に台湾や日本への輸出は成長の一途にある。ベトナム人と海外消費者の好みは異なることから、木工品の市場はセグメント化すべきである。
- (ホ) **競争国**: 家具類の輸出額は、特に低コストを武器とする中国やアセアン諸国の家具は国際市場で急成長している。中国からは紫檀、黒檀、チーク材などを活用した唐木、インドネシアやフィリピンからはラタン家具、マレーシアやタイがゴム材家具など、その国独自の原材料を活用した伝統的味わいのあるデザイン家具の人气が高い。ベトナムが今後国際競争力をつけるためには、ベトナム家具としての特徴を活かした商品開発を進める必要がある。また、ベトナムの器用さと繊細さを活かした生活用品づくりの開発ポテンシャルも高い。

#### 4) 開発・振興の方向性

ベトナム木工品の発展は文化や宗教と深く関わっており、長い歴史を持つ工芸品であり、伝統的価値も高い。ベトナムの優れた手工芸技術と丁寧なものづくりは、伝統的な師弟制度のなかで受け継がれている。国内需要も、生活水準の向上とともに伸びており、高級木工家具を使用する家庭が増えている。また、観光化がすすむなかで、土産品としての生産の伸びや、文化財や歴史的建造物の修復による労働者の雇用機会も増えている。海外市場での人気も高く、国際競争力のある商品開発のポテンシャルも高い工芸品といえる。そのためには美術装飾品や宗教美術品、伝統的建造物など、伝統的な製品や技術として保全すべき工芸品と、家具や生活用品などベトナムの高品質と低価格を武器に国際市場のなかで競争力を伸ばすために開発すべき工芸品、を区別して振興を図っていく必要がある。

- (a) **原材料の確保**: 長く続いた伐採により、木材資源は枯渇してきている。木工品生産はベニヤ合板生産にその人気がとってかわられつつある。木彫品の製作に必要な高品質の木材は海外からの輸入品に頼らざるを得なくなっている。原材料を確保し、木工品・木彫品製作を持続するためには、輸入木材計画及び大規模森林育成計画を早急に検討する。木材の品質を向上するための技術的な加工方法の研究、ベニヤ合板の開発を薦める。限られた高級木材に関する政策を公布する。現在、ベトナム国内の森林の管理と調整はMARDが、木材の輸出入の管理は商業省(MoTrade)が管轄している。全ての国立公園はMARDの管理下にあり、省政府は全く関与していない。しかし自然保護につ

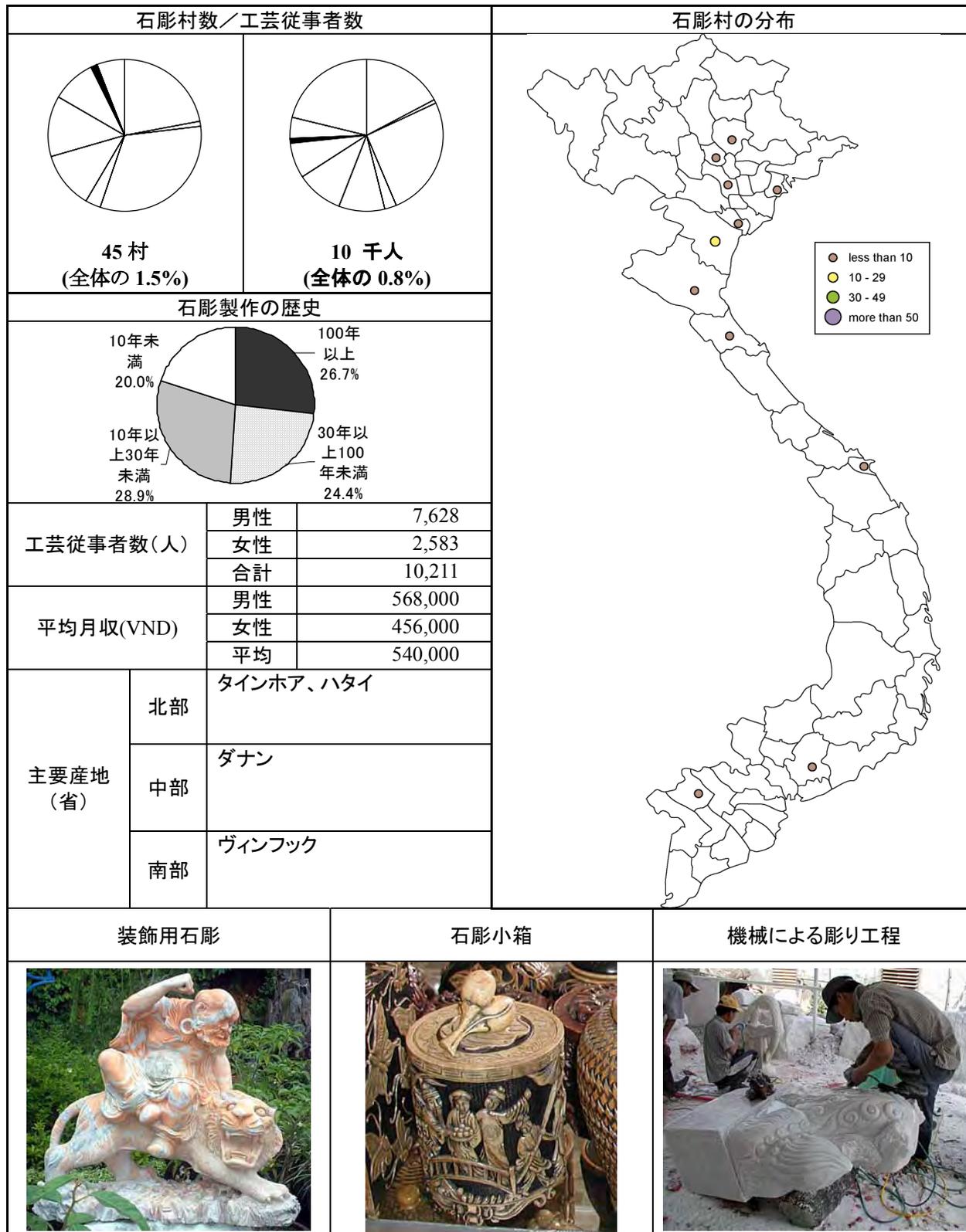
いては人民委員会が調整し、DARD が管理を行っている。

- (b) **生産技術の向上**: 高級木材を活用するには、耐久性を向上し、木材をより美しくするための加工処理技術が必要である。合板製作及び合板を用いた加工品製作の技術を推進する。仕上げ段階では、有害な化学薬品の混ざった艶出し油の利用を限定し、最終的には禁止する。木材の自然な色を保つための、天然材料を用いた伝統的な艶出しの方法を推進する。
- (c) **労働の質の向上**: 木工や木彫の作業には機械が用いられている。生産性を向上させるため、機械の操作技術を訓練する。木彫の職人には意匠、伝統的価値やデザインの創造力に関する知識を訓練する。
- (d) **伝統的価値の保全**: ベトナムの木彫は独自性があり、豊かな特徴を有している。しかし現在の木工品の多くは海外製品の模倣が多くなっている。伝統的なモチーフやデザインを用いた木彫を指導するための教材が必要である。複雑なデザインを避けた、ベトナムの伝統技術を活かした製品づくりを振興する。
- (e) **製品の品質向上**: 耐久性と木材の美しさを増すために、木工原材料の処理技術を改善していく。製品の構造や組み立て技術の向上により、製品の安定性を増す。廃材を多く生み出し、美しさを損なうような複雑さと重量のある木彫デザインやモチーフを改善していく。日用品としての木工品の開発を推進する。
- (f) **市場開拓**: 木工家具はベトナムの重要な輸出製品であり、一層振興を進めていく。市場の需要にあい、現代の生活スタイルにあったデザイン開発を進める。限りある自然資源に配慮し、低価格で大きな製品製作から、付加価値のある中小の製品開発にシフトさせる。EU 諸国を中心とした輸出市場のポテンシャルを拡大するには、海外消費者が好まない過度の彫刻は避け、シンプルなデザインとする。また木材と表面加工の改良、さらにはチーク材やパイン材など、海外消費者が好む木材原料の多様化を進める。
- (g) **労働環境の改善**: 生産ユニットはその製作場所を拡大する。生産工程をきれいに秩序あるものにするだけで、充分作業環境は改善できる。機械は事故を避けるために十分に広い空間で扱う。労働者は埃や騒音から守るための防護用具を身につける。有害な化学薬品の入った磨き塗料の使用を禁止する。木屑や木片などのゴミ処理や廃水処理をその製作・加工地域内で行なう。

5.9 石彫

1) 概況

図 5.9.1 石彫製品及び工芸村の概況



出典：工芸マッピング調査,2002

石彫は石碑、パゴダ内の様々な装飾品、寺、墓、像、美術品など人々の生活の目に見える場で活用されている。3世紀に中国の王朝で、北部のタインホア省ノイ村(Nhoi, Thanh Hoa)で採取された石が使われている記録があり、ベトナム産の石への賞賛の歴史は古い。マッピング調査によると石彫の工芸村はベトナム全土に45村存在し、分布は北部88.9%、中部2.2%、南部8.9%で、北部を中心に発展しているが、国内外に知られている石彫はダナン省(Da Nang)など中部に存在する。半数以上の市場は国内であるが、台湾、香港を中心としたアジアへ輸出されている。石や岩は天然資源であり、再生不可能な資源であるため、安定的で経済的な原材料の利用が課題である。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: ベトナム各地に岩山が存在するが、石彫工芸に利用出来る石を産出する岩山は北部や中部の一部の産地に限られている(表5.9.1参照)。最も知られている石彫と大理石加工の村はダナン省ノヌオック村(Nuoc Village, Da Nang)であり、同村の岩山からは特に美しい石材が産出される。しかし同村は観光開発の視点から景観を損なわないよう、また自然資源保護計画で、省によって岩山の石を切り出すことは禁止されているため<sup>1)</sup>、他地域から原材料を購入している。輸送量の増加、原材料の価格があがるにつれ、製品の価格も上昇せざるを得ない。堅い材質の石(Blue Stone)は像など伝統的な製品やパゴダ内の柱や階段などの建築物に用いられ発展した<sup>2)</sup>。柔らかい材質の石の歴史は20年と浅いが、ノコギリで簡単に切れるほど柔らかく、繊細な彫刻が出来るため、小さな美術工芸品に用いられる。様々な模様や色の石が天然資源として存在するが、白い石に色づけをする場合もある。
- (ロ) **技術・品質**: 石彫は手作業でシンプルな用具のみで作業が出来るが、籐や竹らの工芸品よりもかなり高い技術が必要とされる。短時間の訓練ではなく、確かな技術を身につけるまでには時間がかかる。彫刻の技術だけではなく、石の品質を見分ける技能も、生産中に破損などの事故を未然に防ぐために重要である。タインホア省ドンソン(Dong Son, Thanh Hoa)で産出される青灰色の石は、堅い材質の石では最も美しいとされる。
- (ハ) **製造工程**: 彫刻家は用具(木槌、くさび、ノミ、バット、定規、金槌、ドリル、研磨用砥石もしくはサンドペーパー)を用いて生産し、工具は国内で供給できる。

---

<sup>1)</sup> 石灰石(タインホア省、ゲアン省、バックカン省)青灰色の砂岩(クアンナム省)、砕石(クアンナム省)、砂岩(ドンナイ省)などの産地から購入している。また Non Nuoc (Da Nang), Nui Sap (An Giang), Buu Long (Dong Nai)でも同様の政策を省がとっている。

<sup>2)</sup> ニンビン省ホアルー村(Hoa Lu, Ninh Binh)、タインホア省ヌイノイ村(Nui Nhoi, Thanh Hoa)、ダナン省ヌハンソン村(Ngu Hanh Son, Da Nang)で発展した。

表 5.9.1 石彫の原材料と供給地の変化

工芸村	伝統的な石と供給地		現在用いられている石と供給地	
	石の種類	供給地		石の種類
Dong Tro village, Vinh Phuc	Grey stone	Hai Luu Commune, Vinh Phuc	Grey stone	Hai Luu Commune, Vinh Phuc
Xuan Vu village, Ninh Binh	Blue stone fine veins, durable	Khe mountain, Dong Son com, Thanh Hoa	Blue stone	Khe mountain, Dong Son, Thanh Hoa
			Limestone	Ninh Van, Ninh Binh
	Limestone	Ninh Van Com., Hoa Lu, Ninh Binh	White stone	Vinh City, Nghe An
Nhoi village, Thanh Hoa	Blue stone	Khe mountain, Dong Son, Thanh Hoa	Granite	Quy Nhon City, Binh Dinh
			Blue stone	Khe mountain, Dong Son, Thanh Hoa
Buu Long village, Dong Nai	Blue stone	Buu Long mountain, Bien Hoa city, Dong Nai	Blue stone	Binh Duong
			Red stone	Phu Yen, Khanh Hoa
			Blanch stone	Hue City
Non Nuoc village Ngu Hanh Son, Da nang City	White stone, Rose stone, Marble	Marble mountain area, Ngu Hanh Son, Da Nang	Limestone	Bac Kan, Vinh, Nghe An, Thanh Hoa
			White stone	Quang Ninh
			Sand stone	Dong Nai
			Others	Lang Son, Ha Tien

出典: JICA 調査団作成

- (ニ) **労働力**: マッピング調査によると従事者は 10,211 人で男性が 75%を占め、危険な作業が伴うため最も男女比に差がある工芸品である。平均の月収入は男性 568,000VND(約 37.8 米ドル)で女性は 456,000VND(約 30.4 米ドル)と、他の品目に比べて高い。
- (ホ) **人材**: 高度な技術が必要とされるにもかかわらず、正式な訓練を受けている従事者は7%のみであり、殆どが家庭内での実習過程で学んでいくか、マスターアルティザンとの師弟関係より学ぶ。長年の経験が重要であるが、技術習得に少なくとも2, 3年はかかる。ダナン省やヴィンフック省など一部地域では技術訓練や技術交流が充実しており、省政府による積極的な対応が見られるようになった<sup>1)</sup>。
- (ハ) **生産体制**: 石彫の生産形態は、各地域の経済開発状況や原材料供給の方法、生産する石彫の種類によって違うが、大きくは家内工業、コーポラティブ、SOE、民間企業に分かれる。
- (ト) **製品**: 仏像、著名人の像、獅子、竜、亀、石碑、美術品など、実用品や生活用品よりも、美術工芸品が大半を占めている。
- (チ) **労働環境**: 大きな石を扱うには十分な空間が必要であるが、多くの工芸村ではノギリやドリルなど危険を伴う用具を狭い場所で使用し、マスクやゴーグルをつけずに作業をしている。無計画に生産場所が設置されているため、労働空間と居住空間が密接しており、騒音や粉塵、石に着色をする事によって生じる水質汚染らが従事者だけではなく他の村民に悪影響を及ぼしている。

<sup>1)</sup> ダナン省ノンノック村(Nong Nuoc, Da Nang)には大規模の訓練所があり、多くのマスターアーティストがスピーチやトレーニングコースで教鞭をとることもある。またダナン省工業部の支援により、ダナン市のマスターアーティストがヴィンフック省(Vinh Phuc)の石彫従事者にトレーニングコースを行なうなど、地域間の技術交流が図られている。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: ハノイとHCMCが国内市場の 56%を占め、大都市での需要が多い。生活水準の向上によって、装飾品として石彫製品を求める家庭が都市部を中心に増えてきている。
- (ロ) **海外市場**: 中国、香港、韓国、台湾など輸出先はアジア地域が 65%を占める。残りは欧州が 25%、米国 10%である。海外市場のアクセスを得たことにより、大きく収益を伸ばしている工芸村も多い<sup>2)</sup>。
- (ハ) **デザイン**: 一般的に、石彫製品のデザインは神仏、人間、動物、家庭用品に大別され、いずれもアジア風のデザインである。堅い材質の石は、仏像、獅子や竜などの伝統的なデザインや柱など建築材料の彫刻がされる。柔らかい材質の石には繊細な彫刻を施すことが出来るためデザインを多様化させることが出来、象牙、動物の角、木の彫刻家らが石を用いて生産する事が近年見られるようになった。ハタイ省ニャンヒエン村(Nhan Hien, Ha Tay)は木彫が主であったが、石彫に転換した典型的な村である。また白色の石に色を付けることが出来るため、好みのデザインにより適応しやすい。ヨーロッパやアメリカ合衆国などの海外市場向けには彫刻やガーデニングアイテムなどの大型製品、日本向けには箱などの小物類の人气が高い。木工品と同様、海外市場は過度の装飾や彫刻よりもシンプルなデザインを好む。
- (ニ) **流通システム**: 生産者は製品を国内、海外の顧客に直接販売、もしくは貿易会社を通して海外に輸出されている。国営、民間とも大規模の企業は利益を上げているが、適切な恩恵は工芸村の従業者には渡っていない。

### 4) 開発・振興の方向性

石彫製品は海外輸出、国内販売ともに成長しており、現在はアジアやヨーロッパを中心に装飾品の輸出が大半を占めるが、生活用品などの商品の多様化によって、米国や日本など、さらに市場を拡大する可能性を持っている。石彫は天然資源を原材料としているため、国全体で計画的な振興と発展を進める必要がある。原材料の安定供給や環境問題への対応のためには、地域間や国際間の連携体制についても検討すべきである。

- (a) **原材料の確保**: 石は再生不能な原料であるため、適切な採掘が必要である。自然資源保護と景観保全の政策により、岩石の採掘はいくつかの地域で既に禁じられている。生産者に石を供給するための岩石採掘計画が必要である。地下に豊富にある柔らかい岩石の利用に移行することが望ましい。岩や堅い石、珍しい石の無駄な利用を禁じる。
- (b) **生産技術の向上**: 伝統的な石彫技術の質は非常に高い。しかし生産性を向上するためには、手作業だけではなく、割材や磨きなど多くの工程において機械化を進める必要がある。

---

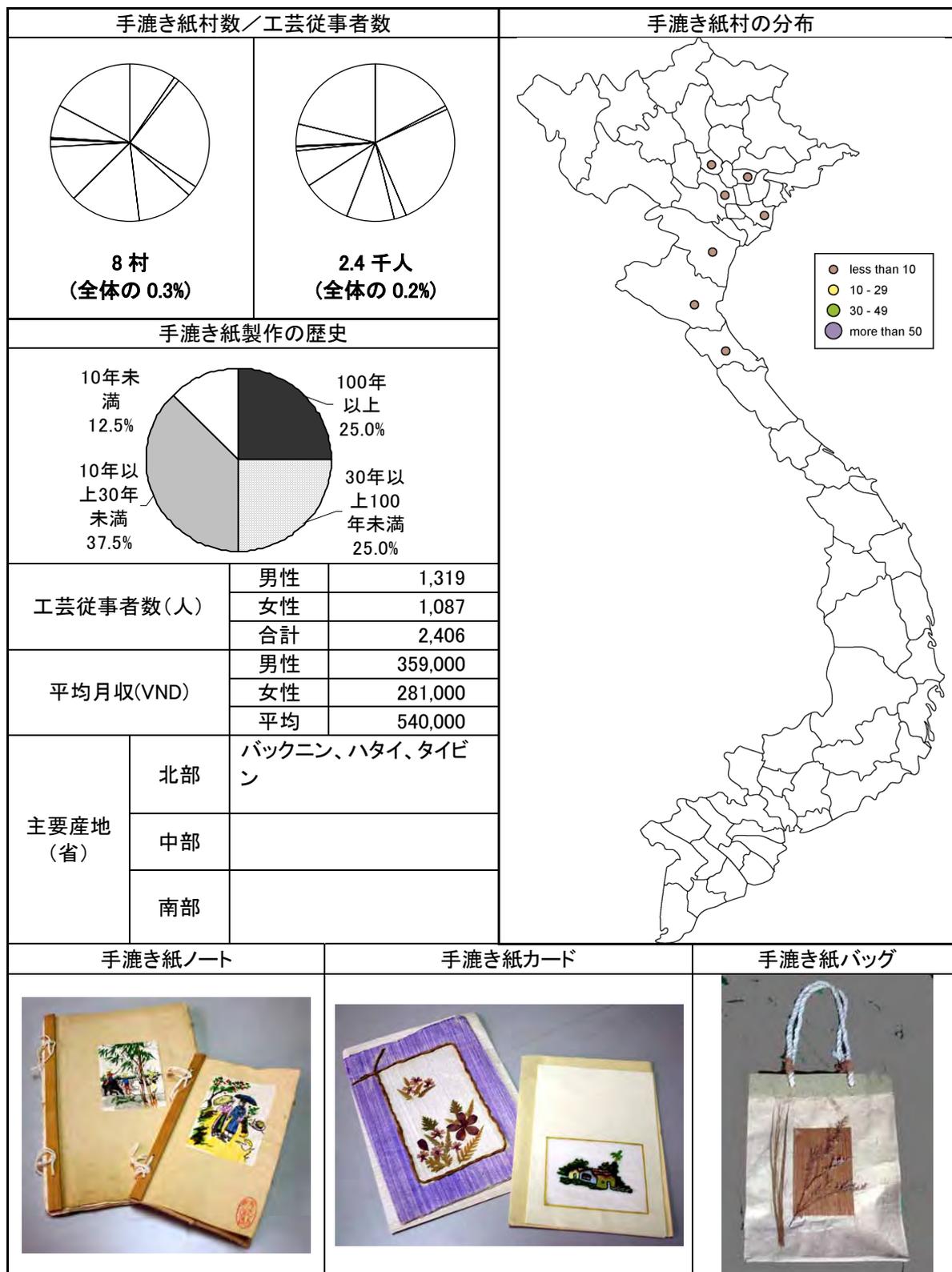
<sup>2)</sup> ノンヌック村(Non Nuoc)では、2001年には440億 VNDの生産高(1997年の約5倍)で、うち輸出額は220億 VNDと、その半分が海外輸出向けであった。

- (c) **労働の質の向上**: 製品を多様化し、石材の無駄を省くために、職人の美的センスを磨く。機械を効率的に操作し、事故を防ぐために機械の使用方法を十分に指導する。美しく、新しいデザインを導入した商品開発を進めるため、デザイン能力のあるマスターアルティザンを育成する。
- (d) **伝統的価値の保全**: ベトナムの石彫品には豊かな伝統が根付いている。しかし市場には海外デザインの模倣製品が普及している。伝統的価値を理解し、それを製品づくりに活かすための、技術指導教材やトレーニングコースの実施が必要である。
- (e) **製品の質の向上**: 人間や動物の置物にみられるように、商品の美的価値が低くとどまっている。家具や建材、庭の照明など、石の性質や彫刻技術にあった製品により焦点をあてる必要がある。柔らかい石で掘られ、骨董のようにみえる土産用の小物類の開発もじゅうようである。
- (f) **市場開拓**: 御影石で出来た重くて大きな製品は、柔らかい石の小物類に較べて輸出が難しい。最近では石彫家具や装飾品などが建築物に利用されている。しかし柔らかい石の小物類が最も市場に普及している。
- (g) **労働環境の改善**: 重くて堅い石の採取、輸送、彫刻は力を要し、また危険である。重大事故を避けるための安全対策が必要である。石から出る塵や廃水、騒音など、生産現場には労働者や地域環境にとって有害な要因が多い。眼鏡やマスクなど、生産者に必要な装備を提供する。

5.10 紙

1) 概況

図 5.10.1 紙及び工芸村の概況



出典：工芸マッピング調査,2002

ゾーの紙(“Do” paper)は11世紀の李王朝(Ly Dynasty)から作られ、20世紀中頃まで人々の間で用いられていた。近代的な紙が普及するにつれ、工芸村数も減少した。かつては日常的用途のバンの紙(“ban” paper, Yen Hoa Village)、書き物や本の印刷用のモイの紙(“moi” paper, Ho Khau Village)、金や銀の薄板用のクィの紙(“quy” paper, Dong Xa Village)、指令書用に使われたゾーの紙(Thai Village)、宮廷御用達の紙(Nghia Do Village)など繁栄期には各工芸村によって様々な種類のゾーの紙が生産していた。しかし工業紙の台頭と、手漉き紙の需要の減少につれ、紙の多様性だけでなく、その伝統的技術も消失している。マッピング調査によると手漉き紙の工芸村は全国で8村と非常に数が少ない。ベトナムの手漉き紙は製造生産地が限られ、工業製品に取って代わられつつあるため、その伝統的価値の見直しと保全が課題である。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**:ゾーの紙(Do paper)と言われるように、ゾーという名前前の天然樹木の樹皮が使用される。樹幹が4センチから8センチタイプは版画用の紙や通常の紙用であり、樹幹が1センチから3センチのタイプは金や銀の薄板用である。ヴィンフック省(Vinh Phuc)、フートー省(Phu Tho)、タイグエン省(Thai Nguyen)、クアンビン省(Quang Binh)では需要が少ないため狭い領域で植林されている。抄紙粘剤としてモー(“mo”)の木が使われる。モーの木の樹皮を除いた木質部分を薄く削り使用しているところに特徴がある。
- (ロ) **製造工程**:ゾーを蒸し、樹皮をそぐ。樹皮を水につけ繊維を柔らかくし、堅い節を取り除き、繊維が綿のようになるまで叩きほぐす。叩きほぐされた繊維に水を加えて攪拌し、それを竹で作られた用具で紙を手漉きする(セオ作業)。漉いた紙を30~40cmほどに束ね圧力を加えて水を切る。それを一枚一枚はがし乾燥させる。厚い紙が必要なときには、2枚もしくは3枚重ねた物を乾燥させる。
- (ハ) **技術・品質**:工業製品の紙に比べ見栄えは荒いが、耐久性に優れており、100年以上経過しても腐食しないものの、品質としては高くない。かつて存在した特別な装飾花柄のゾーの紙を作れる職人は存在しない。現在の製造工程で職人は一日に1000~1500枚程度製作する。
- (ニ) **生産体制**:ゾーの紙(Do paper)の生産は完全に家内産業である。製造工程は伝統的な技術が使われているものの、生産用具は大きく変化した。樹皮を砕く作業は機械化され、乾燥作業も自然乾燥から機械化されているが、パルプを型に流すセオ(“xeo”)と呼ばれる作業は今日でも手作業である。限られた需要のため、通常の紙としての用途、金や銀の薄板用の2種類のみ現在生産されている。
- (ホ) **労働力**:農業の副業として生産が行われており、家庭内で分業されている。老人、子供がゾーの樹皮をそぎ、男性が叩きほぐし、攪拌作業をする。女性が紙漉、乾燥、分類作業を行なう。マッピング調査によると紙村は北部に位置する8村のみで版画について少なく、従事者は約2,400人で漆器や陶器と同様、男女比にそれほど差はない。平均年齢は38歳と高く、優れた技術者の大半が高齢を迎えている。平均月収入は324,000VND(約21.6米ドル)と特別高くなく、大量生産が可能で安定した市場を持つことの出来る工業紙にその生産を移す従事者

が増えている。

- (ハ) **製品**: 木版画用の紙、一般的な紙、包装紙として使われているが、その需要は少なく、また生産量も限られている。外国人向けに、素朴な味わいのある手漉き紙として一部商品開発が進められているが、普及はしていない。
- (ロ) **労働環境**: 製造工程で多量の水が使われ、それが汚水となり排出される。汚水処理が適切でないために下水はかなり汚染している。又ゾーを蒸す作業にはかなりの悪臭が発生するため、十分な通気をしなくてはならないが、住宅条件が悪いために問題となっている。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**: バックニン省ドンホー村(Dong Ho, Bac Ninh)では木版画用に、キウキ村(Kieu Ki)では金の薄板用に生産されている。他の用途は芸術家による使用や写経を行なうパゴダなどで用いられる。需要が下がるにつれ、多くの工芸村はティッシュや段ボール箱用の厚紙の生産に転換しており、それらの原材料は主に再生紙である。また、公文書としての価値は高く、国家文書局による需要は安定している。
- (ロ) **海外市場**: マッピング調査によると海外市場は全体の1割に過ぎず、輸出国は韓国、台湾のみである。量産は難しいものの、オリジナリティのある手漉き紙を求める海外市場は多く、土産品や輸出品としての開発可能性は高い。
- (ハ) **デザイン**: デザインが含まれたものはなく、極めてシンプルな生産のみである。ハノイやHCMCのショップなどでは、手漉き紙のカード類が販売されているが、これは素朴な味わいを好む外国人向けの商品である。ベトナムの手漉き紙は日本の和紙と似た原材料と製造方法を用いていることから、技術とデザインの改良によって、高い需要を見込むことが出来る。箱、ノート、封筒、カード、バッグ、ランプ、スクリーンなど、手漉き紙を用いた商品の多様化が必要である。
- (ニ) **流通システム**: ゴー生産者は良い材質を選択するために、原材料を供給者に直接販売するため仲介業者は存在しない。

### 4) 開発・振興の方向性

北部のバックニン省ズンオー村(Duong O village, Bac Ninh)はズオン(Duong paper)と呼ばれる手漉き紙に従事する家庭が数百件集まる伝統的な産地であったが、近年は工業紙工場が激増し、現在では手漉き紙に従事する家庭は数件しか残っていない。また龍騰紙と呼ばれる、優れた技術を誇る伝統紙は、400年以上にわたり王室の公文書用としてハノイ近郊の紙漉き工芸職人一族だけが製造してきたが、戦後は中止され、古文書は戦乱により失われてしまい、現在ではその伝統技術保持者はただ一人であり、高齢を迎えている<sup>1)</sup>。工業化が進むなかで

---

<sup>1)</sup> 吉備国際大学社会学部文化財修復国際協力学科坂本勇研究室では、「伝統文書を調査記録し助ける会」を設立し、学生を中心に龍騰紙保全のための技術研究や保全のための自主活動を行っている。

の手漉き紙の伝統保全は、学術研究だけでなく新たな市場開発への取り組みによって一層促進することが望ましい。

- (a) **原材料の確保**: ゴーの紙の生産量減少によって、多くの地域でゴーの木も他の作物栽培のために伐採されつつある。ゴーの木は、需要が増えた際に再び植樹することはそれほど困難ではないが、最適な品質の樹種の選定が課題である。
- (b) **生産技術の向上**: 研磨機や圧縮機、乾燥機などの機械の導入によって、ゴー紙製作の伝統技術は改善しつつある。しかし木の皮剥ぎや不要部分の除去、紙漉きなどは手作業で行われている。紙パルプをより高品質にするために研磨機の性能を向上する。
- (c) **労働の質の向上**: 現在、職人は通常のゴー紙しか作ることが出来ないが、過去に用いられた特別な製品を作るための新たな技術を未だに持っている。マスターアルティザンが失われつつある技術を復興し、次世代に伝えていけるよう支援する。製品の質を上げるために、近隣諸国の生産技術の経験を活用する。
- (d) **伝統的価値の保全**: かつては他品種の特別なゴー紙がつくられていたが、その多くは忘れ去られてしまっている。現在では最も一般的なゴー紙、又は金箔や銀箔の施されたゴー紙が中心となっている。調査や研究を通じて失われた特別なゴー紙の復興を進める。
- (e) **製品の品質向上**: 紙の厚さや素材感、押し葉や押し花、新たな原材料の利用など、ゴー紙の多様化により、ポストカードやノート、レター、包装紙などの多様な商品づくりを進める。
- (f) **市場開拓**: 乏しいデザインや低品質により、ベトナムのゴー紙の市場競争力は他国に比べて低い。この状況を改善するために、輸出が出来るよう製品のデザインと品質を向上させる。記録文書や絵画、美術本、ポストカード、高品質紙など地元市場での活用や、信仰に用いる紙や紙の玩具など、他の工芸品としての活用を進める。

#### ボックス 5.10.1 手漉き紙による商品開発の可能性

ベトナム NGO の支援によって、Duong O 村の手漉き紙を海外の消費者に紹介するため、商品開発を行ない、工芸品バザーで販売したことがある。その結果、36 点出品した手漉き紙のノートがたった2時間で完売したという。このことは、海外消費者は常にオリジナリティがあり、使用価値の高い商品を求めていることを示している。

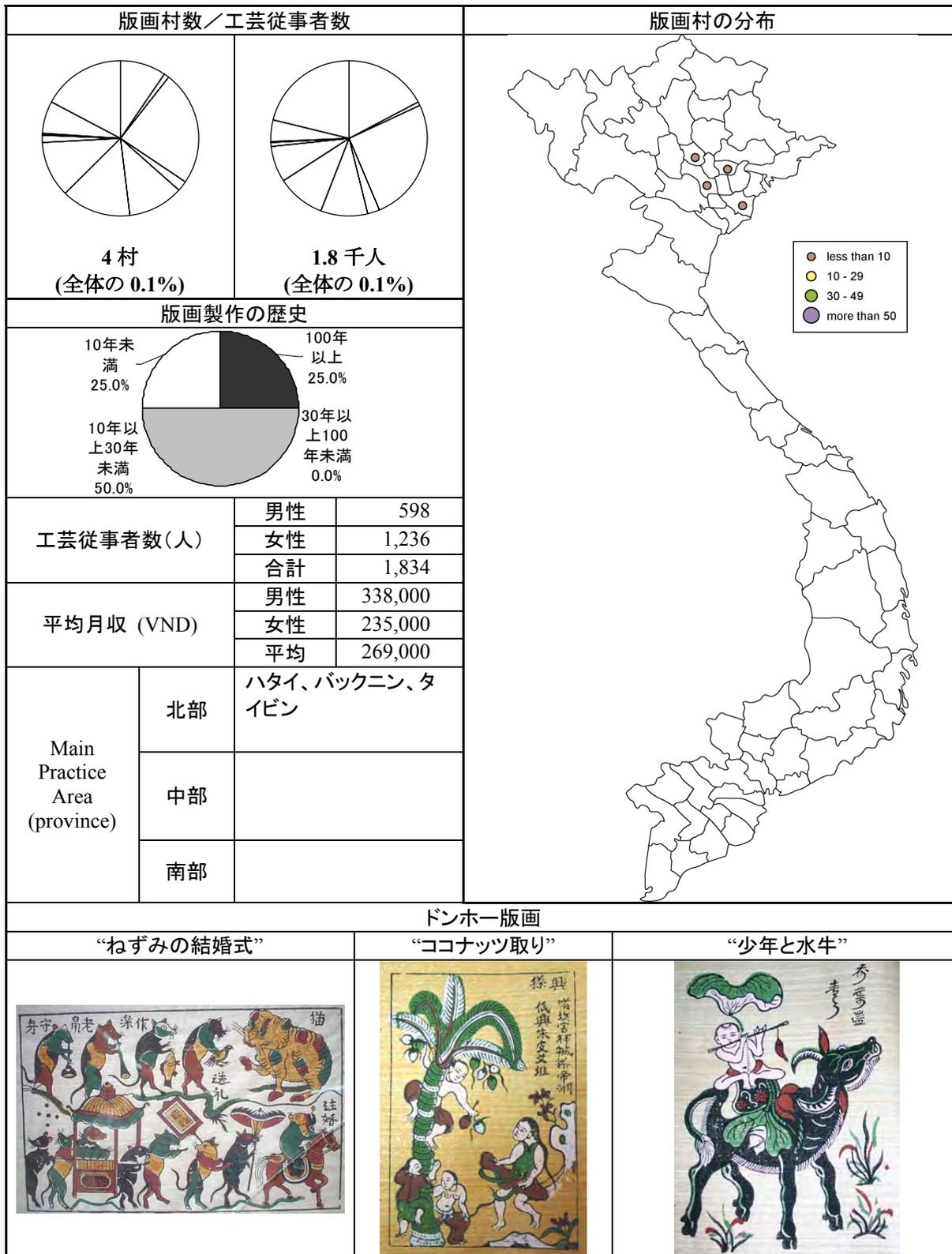
出典:原材料調査

- (g) **労働環境の改善**: ゴー紙の生産のためには、ゴーの木を液体に長時間浸して醸成する必要があるため、悪臭や環境汚染を招く有害な排水を排出する。生産地は広いスペースを確保し、換気を十分に行ない、廃水処理システムを導入する。ゴー紙の醸成とパルプの液体化に用いる液体に直接触れるのを避けるために、ゴム手袋や長靴の着用を義務づける。

5.11 版画

1) 概況

図 5.11.1 版画及び工芸村の概況



出典: 工芸マッピング調査, 2002

ベトナム版画は11世紀以来中国から教典や仏教に関連する版画を作成するために発展した。19世紀に入ると仏教崇拜目的だけではなく、日常生活を題材にする版画が作成されるようになり、特に旧正月(“*Tet*” *Holiday*)の装飾に用いられた。民族版画の俗称として旧正月版画(“*Tranh Tet*”, *Lunar New Year Printings*)と呼ばれるようになった由来で、階級や貧富の差に関係なく、全国民に親しまれた。18～19世紀がベトナム版画の繁栄期で、20世紀になるとヨーロッパからの近代技術が入り、写真や絵画の人気の高まり、版画及び工芸村も衰退した。ハノイのドンホー村(Dong Ho, Hanoi)の版画は土産品として観光客の人気の高いが、製作している家庭は3件しか残っていない。マッピング調査によると、版画の工芸村は4村のみである。手漉き紙と同様、その伝統保全が主要課題である。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: 全ての原材料は国内で供給され、版木は“*mit*”, もしくは “*long mac*” と呼ばれる木が用いられる。色は植物、木の根、花などの自然材料から作られ、光り輝くイメージの色は“*diep*” と呼ばれる蝶の鱗粉が用いられている。糊は米から作られている。柔らかく色の吸収が良いとされるゾーの紙(*Do paper*)が用いられ、一般的にサイズは小さく 25cm×35cm ほどである。小さなノミのような彫刻刀、松の葉やヘチマを馬連として使用している。
- (ロ) **製造工程**: かつて版画村では、マスターアーティストはデザインと彫刻作業を中心に行ない、印刷やその他の作業は分業されていた。又村民同士が版木を交換し合っていたため、数多くの版画を保有していた。
- (ハ) **技術・品質**: 高い技術を持った従事者は少なく 1970 年頃までは存在した新しいパターンを作れるマスターアーティストはもう存在していない。
- (ニ) **労働力**: マッピング調査結果によると従業者は全国で1,834名と、最も従事者が少ない工芸品目である。優れた技術者には高齢者が多く、その数は減りつつある。月平均収入は 269,000VND(約 17.9 米ドル)と低く、市場需要が限られているため収入に結びつかず、その従事人口が減る要因ともなっている。
- (ホ) **生産体制**: 版画の工芸村はバックニン省ドンホー村(Dong Ho, Bac Ninh)に3世帯、ハノイのハンチョン通り(Hang Trong Street)に数件の木版画の店が存在しており、いずれも完全な家内産業である。
- (ヘ) **製品**: 伝統的なデザイン及び新しいデザインの装飾用版画が多く、ドンホー版画はベトナムに伝わる伝統的な行事や動植物の絵柄であり、海外からの観光客に人気の高い。また、ハノイ旧市街の店舗で売られている観光客向けの木版画は一つが数～十数米ドルと価格は高いものの、その手づくりの良さやベトナムらしいモチーフを取り入れたデザインに、観光客の人気の高い。

## 3) 市場・流通

- (イ) **市場**: 優れた技術の商品は昔の作品に多く、これらは主に収集家を相手に販売されてい

る。ドンホー版画の購入者は外国人が多いものの、主な消費者は美術館、骨董収集家、公共施設、学校などである。土産品として販売される場合や、パゴダなど宗教施設には需要がある。

(b) **デザイン**: 伝統的なデザインとしては仏教崇拝に関連するデザイン、日常生活を題材にするデザインがあり、モチーフが伝えようとしているメッセージにはユーモアや機知に富んだ多くの意味合いを含む。版画は2種類のスタイルに大別される。

i) ドンホー版画(Dong Ho printings): 日常生活がモチーフ。強く、カラフルなラインで表現される。数種類の版木が用いられ、版木によって彩色もする。

ii) ハンチョン版画(Hang Trong): 崇拝目的もしくは少女がモチーフ。やわらかく細い線で表現される。大きなサイズや2つ、4つのセットで構成されるものもある。ラインのみ版木が用いられ、彩色は手で行われる。

#### 4) 開発・振興の方向性

歴史的に何百ものプリントパターンが存在したといわれるが、版画の衰退期に版木も販売されてしまったためかなりの量が損失している。伝統的な原材料、デザインパターン、技術を保全することが緊急課題である。市場の安定した需要がないため、政府による支援や保護政策と、国内外の研究機関による伝統復興への取り組みが必要である。

(a) **原材料の確保**: 版画の主要原材料はゾー紙である。その他の原材料はディエップの木の皮、数種類の花や葉、色つけを行なうための有色石などである。これらの原料は全て地場で入手可能であるため、地場原料を活かした工芸品として振興を図る。

(b) **生産技術の向上**: ベトナムの版画技術は既にベトナム独自のものとして確立している。ただし色褪せしない色つけの技術開発や、着色材料貯蔵のための技術開発を進める。

(c) **労働の質の向上**: 版画の品質は木版の質による。そのため美的感覚や木彫技術が問われる。版画職人に色の組み合わせなど美的感覚を磨くためのトレーニングを行なう。

(d) **伝統的価値の保全**: 版画の中で語られる物語や名言、木彫技術や配色など、全てがベトナムの伝統を表現した内容となっている。職人が版画の伝統的価値を理解できるよう、調査を行なう必要がある。版画で表現される昔話は、色の組み合わせや原材料など伝統的な手法のなかで伝承していく。

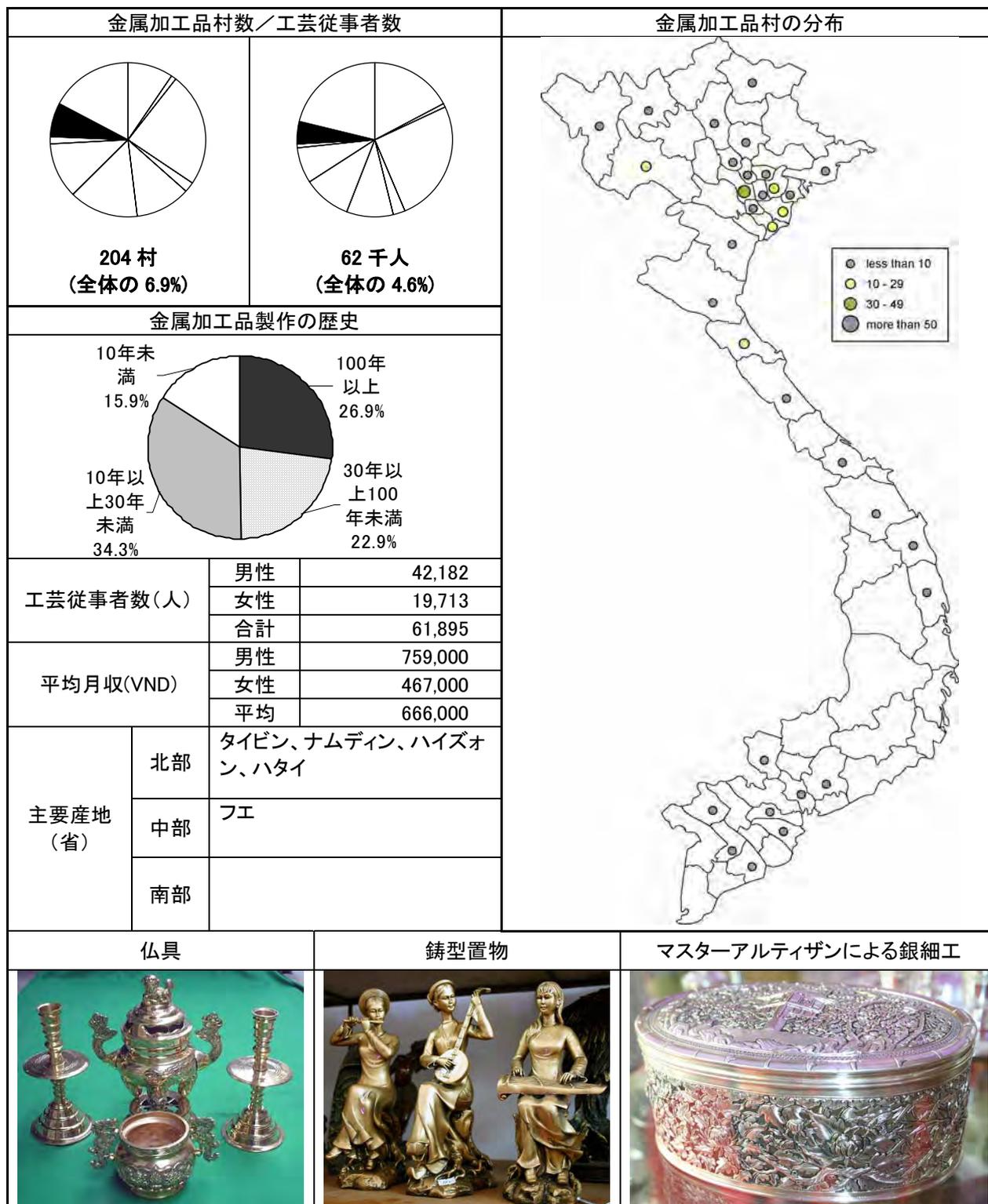
(e) **製品の品質向上**: 現代の製品にも伝統的な品質が残されているが、版画の価値にあうような包装紙や木枠などの改良を進める。異なる大きさや形状に描く技術を持ったマスターアルティザンを育成する。カレンダーやブックカバー、ポストカードなど多様な製品開発を進める。

(f) **労働環境の改善**: 版画の生産にあたっては環境に悪影響を及ぼすような工程はない。生産地はなるべく広く明るく、換気を行なうよう配慮する。

5.12 金属加工品

1) 概況

図 5.12.1 金属加工品及び工芸村の概況



出典：工芸マッピング調査,2002

金属加工品は2千年以上前につくられた銅製ドラムなど、古代から高い技術が受け継がれてきた。10世紀頃になって銅の鍛造技術が確立されると、青銅铸件より薄くて軽く、頑丈な銅鍛造品は人気を博し、食器類や小物類として普及するようになった。鉄の鍛造品は刃物類以外に家庭用品としての馴染みは薄かったが、農耕具づくりは鍛冶工の大事な仕事であった。1980年頃から、東欧諸国の需要にあわせて銀細工が輸出されるようになり、多くの生活用品がつくられるようになった。現代は工業開発が進み、新たな素材の生活用品が売られるようになり、金属加工品は衰退しつつある。金属加工職人は貴金属や輸出用の製品をつくるようになり、鉄鍛造は建設用ロール鋼板として普及するようになった。時代の変化によって用途やデザインは変化しつつも、精巧なつくりの金属加工品は高い人気を誇っている。

## 2) 生産システム

- (イ) **原材料**: 製品の種類によって原材料の種類と入手方法は異なる。鉄や銅は廃材からも入手でき、廃材業者が材料を回収して販売しているのに対し、銀はその多くを輸入品に頼っており、銀の延べ棒を輸出入業者から購入している。原材料によってその加工方法や製品が異なる(表 5.12.1 参照)。

表 5.12.1 金属加工品の種類と特徴

種類	技術	主な製品	主な産地(省)
青銅铸件 (Bronze casting)	熱された銅を鑄型に流し込む	像、芸術品、信仰道具、鐘	ハノイ、HCMC、ナムディン、バックニン、タインホア、クアンナム、フエ
銅鍛造品 (Copper beating)	金槌で薄い銅板を叩き、形状を整えていく	盆、鍋、かめ	バックニン、タイビン
銅・銀細工 (Copper and silver carving)	銅や銀の表面を装飾模様にする	箱、盆、皿、茶碗、絵画、装飾品	タイビン、バックニン、ハノイ、ハイズオン
金属装飾品 (Metal encrusting)	青銅铸件や銅鍛造品の上に色つきの金属で装飾模様を施す	芸術品、像、箱、信仰道具	
鉄鍛造品 (Iron forging)	金槌で鉄を叩き、形状を整えていく	刃物、鋏、農耕具、建設用具	ハタイ、バックニン、ナムディン
貴金属品 (Decorations)	洗練された手工技術で装飾品をつくる	宝石、小型の芸術品	ハノイ、HCMC

出典: JICA 調査団作成

- (ロ) **製造工程**: 青銅铸件の製作の主な工程は①銅の溶融、②鑄造、③冷却、④色付け、である。はじめに銅を加熱炉で溶かす。加熱炉を用いない場合は、銅を入れた鍋を何層もの土で覆い、その上に炭を載せて燃やすことで加熱する。溶けた銅を、土と灰を混ぜて作られた鑄型に流し込んで成型する。その後、鑄型を壊し、取り出して冷却する。最後に研ぎ機を用いて削り、色を付けて仕上げる。銅の鍛造は多種にわたる金槌と台を用いて、製品の形状や大きさにあわせて道具を選ぶ。銅・銀細工は、材料をシート上に延ばすためのローラーが用いられるが、彫りの工程は数種類の彫刻刀を使い分けて、全て手作業で

行なわれる。金属加工品に用いる用具の多くは、一部工程に用いる機械を除いては、伝統的なものである。

- (ハ) **技術・品質**: 金属加工品の共通の特徴は洗練された技術にある。青銅鑄物は伝統的技法に現代の技術を加えて進化してきた。鑄型の製作は職人の経験に基づいており、デザイン、鑄型づくり、鑄造、最終仕上げまで一連の工程を熟練技術者が担っている。また、手作業による鍛造は、工業製品に比べてデザインには劣るものの、徹底的に鍛錬することができる。銀板細工は生産者の不注意によって、短時間で白色に変化しやすい。銀メッキを3層ではなく1層で済ませることも多い。
- (ニ) **労働力**: マッピング調査によると金属加工村は 204 村あり、その半数が紅河デルタ地区に位置する。金属加工村の平均人口 2,071 人に対し、平均従事者数は 12.4%にあたる約 256 人である。専業従業者数は少なく、また高度な技術者は限られている。専業技術者以外の労働者の大半は農業との兼業で、補助的な仕事を中心である。最近の仕事量が減っていることから、従業者は村民が中心であり、他の地域から労働者を呼び入れることは少なくなっている。従業者は、肉体労働や危険が伴う作業が多いことから、圧倒的に男性が多く、20～30 代が中心である。金属加工品製作による月平均収入は男性 759,000VND (約 50.6 米ドル)、女性 467,000VND (約 31.3 米ドル) であり、他の工芸品目に比べて非常に高い収入を得ている。しかし収入はその従業者が持つ技術によって格差があり、専門職人は月に1百万 VND (約 66.7 米ドル) を稼いでも、その助手は日当 10,000～30,000VND (約 1～2 米ドル) 程度に過ぎない。
- (ホ) **人材**: 伝統的な技術やデザインは家族内のみ伝授されることが多いが、最近になりドンサム村(Dong Xam Village)の数社は銀彫刻の技術を外部の人間に教えるようになった。しかし指導方法が確立していないため、大きな技術向上には繋がっていない。
- (ヘ) **生産体制**: 家内工業では家族全員が従事している場合が多く、家庭内で技術伝授される。製品は直接市場で販売されるか契約した企業に納品される。また、親類や知人による共同体で生産者グループを形成することもある。コーポラティブや協会<sup>1)</sup>では家内工業の生産者がメンバーとなり、原材料供給や共同販売の他、技術指導にもあたっている。民間企業は少ない投資で多くの生産量を得られるよう、多くの家内工業に発注を行っている。
- (ト) **製品**: 青銅鑄物(像、芸術品、信仰、道具、鐘)、銅鑄造品(盆、鍋、かめ)、銅・銀細工(箱、盆、皿、茶碗、絵画、装飾品)、金属装飾品(芸術品、像、箱、信仰用具)、鉄鑄造品(刃物、鋏、農耕具、建設用具)、貴金属品(宝石、小型の芸術品)など、伝統的な生活の中で用いられてきた製品がほとんどである。
- (チ) **労働環境**: 工芸品のなかでも、環境に与える影響が最も大きい品目の一つである。鑄物

<sup>1)</sup> 1990年にベトナム貴金属協会(Vietnamese Jewelry Craft Association)、1997年にハノイ貴金属協会(Hanoi Jewelry Craft Association)が設立された。

や鑄造生産現場は廃棄物、石炭が散乱しており、屋外もしくは溶鉱炉のすぐそばで生産をしている。生産過程で使われる化学薬品が有毒ガスを発生したり、金属片の吸入や毒性の強い薬品の使用により肌を傷めたりするなど、健康にも悪影響を及ぼしている。有毒薬品による水質汚染や機械による騒音など、周辺環境にも大きな影響を及ぼしている。

### 3) 市場・流通

- (イ) **国内市場**:市場は工芸村ごとで異なるものの、鑄物、鑄造製品、農業用具、日用品、信仰で用いられる銅製品、芸術品は主に国内市場である。これらの製品は民間流通業者を通して店で販売されるか、注文した顧客に渡される。
- (ロ) **海外市場**:銀板細工と鑄鉄製品は輸出に対応した金属製品である。銀板製品の輸出国はラオス、タイ、カンボジア、ギリシャなど、鑄鉄はカナダ、オーストラリア、イギリスなどである。例えばタイビン省ドンサムコーポラティブ(Dong Xam Cooperative)での銀細工の主要輸出先はラオス、カンボジア、タイである。主に輸出先の民間貿易業者の介入により、数年前に比べると10倍の伸びを示している。直接的な輸出が出来ないため、収益の3分の2は仲介者に入っている。
- (ハ) **デザイン**:青銅鑄造のデザインは殆どが歴史的なものもしくは中国のデザインを多少変化させた物で、新しいデザインは殆ど見あたらない。銅・銀細工に関しては伝統的なデザインだけではなく、現代的なデザインをコピーして作られた物まで幅広くあり、40年以上輸出されている。銀メッキされたものは、はがれるのも早く、錆くさくなり、食用の容器などの水に触れる用途には適さない。輸出用の銀製品のデザインは発注者から注文を受ける受注生産がほとんどである。最近では、鑄鉄製品が市場での人気を高めている。蝋燭立てや棚、又はジュートや籐、シーグラスなど他の素材との組み合わせによる商品などである。特に他素材との組み合わせによる金属製品の人気が高まっている。
- (ニ) **競争国**:ベトナム銀製品の多くはタイの銀製品との競争下にある。タイでは非常に高い加工技術により、美しく手頃な価格の宝石類を生産している。

### 4) 開発・振興の方向性

ベトナムの生活文化に古くから根付いた代表的な伝統工芸品であり、産業として発展や経済的効果だけでなく、伝統価値や環境の変化など、社会や環境へのインパクトにも考慮した振興策が必要である。

- (a) **原材料の確保**:主要な原材料は銅、鉄、銀である。銅と鉄は廃材を集める小売人から購入することが出来るが、銀は主に輸入品に頼っている。長期的には、金属廃材は常に入手可能とは限らないため、生産者のための銅や鉄の供給計画を立てる必要がある。
- (b) **生産技術の向上**:鍛造に従事している職人は減りつつある。鉄鍛造の多くの生産グループは建材の需要の高まりにつれて、機械を用いた鉄板加工に従事するようになった。そ

の他の生産者も、鍛造技術は未だに手工業による一方で、換気扇や碎石機などを製作するために機械化を進めるようになってきている。ブロンズキャスティングの技術も手工技術によるものが多く、製品の精錬のために小型機械が用いられる程度である。工芸品の独自性を決定づける伝統技術の保全に努める。また製品の耐久性を向上するための表面加工処理技術の研究を進める。

(c) **労働の質の向上**: 金属加工品の製作については、生産者の多くはその手工技術の向上よりも、機械に頼りがちである。そのため、工芸品の美しさを決定づける手工技術を基礎から応用まで学べるようなトレーニングを行なう。職人にとっては、金属構成を理解し、彼らの経験を十分に活用するために、科学的知識の理解が必要である。美的感覚とデザイン能力は生産工程のなかで創造力を活かすようなトレーニングを行なうことで向上させていく。

(d) **伝統的価値の保全**: 金属加工品の美しさは優れた手工技術にあり、それを保全、振興していく。一塊の金属からつくられる金属加工品、例えば溶接のない鉄製品、鋳型に流し込んで作られる巨大なブロンズキャスティング製品、一枚の銅板からつくられる銅製品、などが典型的な金属加工品である。鉄製品が細かくたたかかれて成型されるのと異なり、ブロンズキャスティング製品は簡単な装飾のみである。銀細工には浮き彫りによる表面装飾が行われる。どの製品も単純な形状のなかに多くの彫刻が施されている。このような伝統技術を保全し、生産者と消費者の双方に理解を広めていく。

#### ボックス 5.12.1 ダイバイ村の伝統の変化

ダイバイ村(Dai Bai village)はバックニン省ザービン郡ダイバイコミューン(Dai Bai Commune, Gia Binh District, Bac Ninh Province)に位置する、金属加工品の工芸村である。伝説では11世紀の李王朝の頃に、Nguyen Cong Truyen が中国派遣中に銅鑄造技術を学び、その技術を村人へ伝授し、グエン(Nguyen)王朝時代にそれらの技術を発展させたのが始まりだと言われている。かつて、ダイバイ村が4村落で構成されていた頃には、各々の村落は特有の品目を作成していた。西側の村はシンバルや鐘、外側の村は調理器具、中央の村は湯沸し器、内側の村は鉢を作っていた。このような生産形態は既に様変わりしており、新たなる品目を作っているものの、ダイバイ村は現在でも、調理器具、湯沸し器、盆、鉢、鐘、シンバルら家庭用具を多く生産している。しかし銅に代わりアルミニウム製品が主要になっており、それらが生産量の6割から7割を占めている。独特の美しい外観にも関わらず、高額なために地元の農民には購入する余裕はなく、金属鑄造製品の需要は限られている。そのためこれら工芸製作に従事する世帯はわずかとなっている。

機械の導入により、ダイバイ村の生産形態は多様化し、より多くの品目がより高質で作られるようになった。しかしながら貧富の差は広がっている。又、融解工場及び村のその他の生産活動は、村人の健康と環境に悪影響を与えている。工芸従事者は粉塵や煙を防御するマスクを着用する習慣がない。同様の状況が他の工芸村でも見受けられる。生産拡大は社会的、文化的な利害と相反している。



出典: JICA 調査団作成

- (e) **製品の品質向上**: 現代的な製造方法及び工業用機械の開発により、鑄造製品の様式が徐々に変わりつつある。しかし、鍛造による小刀、鋏、農具、建設用具は工業製品よりも優れている。市場を拡大するために、燭台、家具、門扉、柵などの生産を進める。銅鑄造製品に関しては、宗教用具、美術品、ランプ台、インテリア装飾品、銀彫刻に関しては宝石類、美術品や木材、骨、象牙、漆、陶磁器、ガラスなどの異素材を組み合わせた高級品を生産する。
- (f) **市場開拓**: 銅や銀製品は多く輸出されているものの、これまで鍛造、鑄造、打ち延ばして製作された金属製品の殆どは国内で消費されている。これらの金属製品は、輸出市場により適した製品にするために、形状を縮小するべきである。又、ベトナム人は最近良質の金属家具を用いるようになっており、国内市場の可能性も存在する。小さな銅鑄造製品、銅及び銀彫刻は観光客用の土産品として開発していく。
- (g) **労働環境の向上**: 金属生産に関わる労働環境には問題が多い。生産現場は狭く、乱雑であり、粉塵、騒音、熱、化学薬品の悪臭、溶解された金属、型を作る際の土廃物、金属屑などで充満している。銅溶解釜や塗工槽らの設備を隔離するために、生産現場を整頓するとともに、環境保護対策に着手する必要がある。又、工芸従事者は排水処置設備の設置方法を学ぶ必要がある。工芸従事者に対しては、適切な保護用具や装備の着用を義務づけるべきである。

### 5.13 工芸品振興の方向性

対象 11 品目を、生産システム(原材料や生産体制等)、市場・流通(市場と商品性、競争国等)の視点から現状を分析し、振興及び開発の方向性について示した。

工芸品は品目によってその歴史や文化的背景、産業振興の可能性等が大きく異なるが、マスタープランを作成するにあたって、その現状と工芸品の特性に基づき、課題の重み付けを行なった。

表 5.13.1 工芸品振興に向けた優先課題<sup>1)</sup>

優先課題		い草	漆器	竹・籐	陶器	刺繍	織物	木工	石彫	紙	版画	金属
原材料	地場原材料の保全	○	○	◎	○		○	○	○			
	他地域からの安定供給		○	○		○	○	◎	◎			
	原材料の品質向上		◎	○	○	○	◎	○				
生産体制	下請け体制の改善	○		○								
	雇用の促進	◎		◎	○							
技術・品質	手工芸技術の向上	○		○		○	○	○	○			○
	設備・機械の導入		○		◎							○
	品質管理の徹底						○					
製造工程	生産管理の徹底			○				○				
	経営能力の向上			○	○			○				
デザイン	伝統的デザインの導入						○			◎	◎	
	市場に対応したデザイン	○	◎	○	○	◎		◎	◎			◎
労働力・人材	従事者の収入向上	◎		○		○	○					
	女性労働者への配慮	○		○		◎	○					
	児童労働への配慮	○		○		○						
	少数民族への配慮					○	○					
労働環境	危険作業への対応							○	○			
	健康被害への対応								○			◎
	地域環境への影響改善				○							◎
海外市場	海外市場の開拓	○	○	○	◎	○	○					
	他国製品との差別化	○		◎	○	○		◎				
国内市場	装飾品としての普及					○		○	◎			○
	日用品としての普及	○	○	○	○			○				○
	土産品としての開発	○		○	○	○	○					
流通システム	流通システムの改善	○		○		○	○					
	フェアトレードの導入	◎				◎	◎			○	○	
伝統保全	保全に向けた早期対応						◎			◎	◎	
	調査・研究の充実		○				○			◎	◎	
その他	アジア諸国との連携		◎				○					
	先進国からの技術支援		○		◎		○	○				

出典: JICA 調査団作成

1) 課題や開発方向性の類型化のために、最優先課題3つを各品目から選び、◎で示した。

さらに、工芸品の特性や優先課題から、振興の方向性を以下のように大別した。

1)開発の方向性

- イ) 一定の機械化や設備投資を進め、産業製品として開発すべき工芸品  
…陶磁器、(絹)織物
- ロ) 優れた手工芸技術を活かしてベトナム独自の商品開発と差別化を図るべき工芸品  
…刺繍、木工、石彫
- ハ) 収入向上と雇用促進のために手作業による生産体制と安定市場を確保すべき工芸品  
…い草、竹・籐、織物

2)保全の方向性

- ニ) 早急に伝統保全のための対策を講じる必要の高い工芸品  
…織物(少数民族)、手漉き紙、版画
- ホ) 早急に環境保全のための対策を講じる必要の高い工芸品  
…金属加工品、織物
- ヘ) 早急に原材料供給の安定化のための対策を講じる必要の高い工芸品  
…籐、木工、織物

工芸品振興は単に市場での評価や経済的な指標で図れるものではなく、それを裏打ちするための伝統的価値や、商品の信頼性につながる原材料や製品の品質、環境へのインパクト、労働環境など、様々な視点から検討する必要がある。

ベトナム工芸品の発展は目覚ましく、その社会経済的なインパクトは、国全体、そして特に農村部や少数民族にまで大きな影響を与えることが予想される。市場経済化のなかで海外市場の動向に振り回されることなく、安定した市場の確保と、国際的に「ベトナム工芸品」として認知され評価されるためには、品目毎の詳細な調査と分析により、適切な振興の方向性を定めた戦略を策定する必要がある。

## 6. ベトナムの工芸セクターの現状と課題、対策の方針

### 6.1 概要

ベトナムの工芸セクターは、激しい変革期のなかにある。アジア工芸品のなかでも、ベトナム工芸品はその価格の安さと繊細なデザインに対する評価は高く、海外市場でも急速に成長を遂げている。民間企業や若手起業家などを中心に、市場経済のインパクトを乗り越え、競争力のある工芸品として輸出を伸ばしている製品もある。しかし実際に工芸製作に従事している農村部の工芸村では、従事者はその人気や競争力の高まりを知ることなく、農閑期の副業や民間企業の下請けとして工芸製作に従事しており、その収入は十分とはいえない。また、工芸生産の増加につれて技術の変化や環境へのインパクトも大きく、伝統の衰退や労働環境・地域環境の悪化も深刻である。古くから続いた伝統工芸品は今なお生活の中で使われている反面、市場経済下の進展と共に、安価な工業製品にとってかわられ、競争のなかで伝統的価値を減じつつ変質していつている製品も多い。

農村工業化、貧困削減という国家目標に対する工芸セクターの役割は大きく、そのためにベトナム政府の工芸振興に対する関心も高い。工芸セクターの開発方針を検討するにあたっては、こうしたベトナム工芸セクターの成長と、それに伴う社会環境の変化を包括的に捉える必要がある。そのため本調査では、以下の諸点について現状と課題を分析した。

- (イ) 原材料の確保
- (ロ) 技術改良
- (ハ) 品質改善
- (ニ) 生産工程改善
- (ホ) デザイン
- (ヘ) 情報
- (ト) クラスタ開発
- (フ) 人材育成
- (リ) ビジネス・経営管理能力
- (ス) 労働環境
- (ル) 金融・資金調達
- (エ) 流通
- (ワ) マーケティング
- (カ) 観光とのリンクージ
- (コ) 環境への影響
- (ク) 少数民族の支援
- (ケ) 伝統的価値の保全

## 6.2 原材料の確保

### 1) 概況

ベトナムの工芸村は、そのほとんどが原材料の主要な産地と近接した場所に発展してきている。歴史的にみても、工芸製作に必要な原材料の産地であったり、その地で取れる農作物を活用したものであったり、或いは廃棄物を利用したものであったりと、いずれも原材料が近隣で入手できる場所に工芸村が形成されてきた。陶磁器、竹・籐製品、絹、真鍮・銀器などの伝統工芸品は、その地で取れる原材料を利用して豊かな文化性や美しいデザインなど、その独自性により全国的に知られていた。

近年になって、海外に輸出される工芸品の量は、工芸村の発展に伴って増加してきた。工芸村で利用する原材料は、依然地元で産出するものであるが、工芸生産単位の中には原材料供給の問題に直面するところも出現している。工芸村の安定的な発展を考えるにあたって、原材料の持続的な供給は重要な課題である。

### 2) 工芸品原材料の種類

ベトナムは鉱物、植物、生物など多様な地場自然資源を有している。特に山岳地域やそして沿岸部には 12,000 種類にも上る樹木が生育しており、工芸製作の原材料を提供している。ベトナム工芸の主な原材料は、木、土、石、草、樹木、又は植物の葉、動物の角や骨、貝殻、金属である。こうした原材料は、ほとんどが工芸の産地に程近い地域、或いは簡単に輸送できる地域に産出している。最近ではこれら地場原材料の不足や、新素材の開発により、様々な人工物も工芸生産に用いられるようになった。工芸製作の原材料供給源は以下のように分類でき、鉱物、生物・植物、人工物に大別でき、対象 11 品目にこれらに属する様々な原材料が用いられる(表 6.2.1 参照)。

(イ) 鉱物(石、金属、土など):消費される一方であり、再生が不可能

(ロ) 生物・植物(草、木の幹、葉、実、角・骨、貝殻、繭、糸など):工作、飼育により再生可能

(ハ) 人工物(化学ゴム、化学接着剤、染め粉、化学染料、塗装材など):人工的に生産可能

表 6.2.1 工芸品の原材料<sup>1)</sup>

工芸品目	原材料供給源		
	鉱物	生物・植物	人工物・加工物
い草	硫黄	い草、ジュート、綿布	ナイロン繊維、化学染料
漆器		漆、木、貝殻	合板、化学塗料
竹・籐製品	硫黄	竹、籐	接着剤
陶磁器	粘土、陶土、エナメル	薪	塗料
刺繍		綿糸、絹糸	
織物		綿糸、絹繭、絹糸、亜麻繊維、羊毛、実	化学薬品(染色、漂白用)
木工	エナメル、貝殻	木、漆	接着剤
石彫	石、石塵、染め粉		接着剤
紙	製紙用の粉、石灰	ゾー(Do) <sup>12)</sup> の木皮	
木版画		ゾーの木	塗料
金属加工品	青銅、アルミニウム、銀、鉄、鋼鉄		化学薬品

出典: JICA 調査団作成

1) 太字は各品目の主要原材料。

### 3) 原材料の入手

マッピング調査結果によれば、工芸村の3割以上が原材料確保について「問題あり」または「深刻な問題」と捉えている。品目別にみると、①織物(53.3%)、②木工(48.8%)、③い草(42.7%)、④石彫(38.9%)、⑤刺繍(38.5%)、⑥竹・籐製品(28.2%)の順である。この結果は、国産の原材料が豊富であるが、国産の資源は無限ではなく、原材料保護について何らかの措置がなされなければ、近い将来には工芸村がその国産資源の恩恵を受けられなくなることを示唆している。原材料入手に関する主な特徴は下記である。

全体で見るとほとんどがコミュニン内または省内で入手可能であり、輸入量は少ない。しかし品目別にみると、特に刺繍は輸入材料を使用することが多く、またい草、漆器、陶磁器、木工、紙、金属加工品の原材料は地場ではなく、他地域からの材料に頼っている(表 6.2.2 参照)。

- (イ) 陶磁器は本来地場の土を使うことによってその特徴が決まる工芸品であり、このように他地域から購入している工芸村が半数近くを占めているという現状は、地場の原材料が枯渇していることを示している。
- (ロ) 竹・籐や木工の地場原材料はその無計画な採取と、規制措置の未整備から、これら自然資源の管理・保護は長年に渡って実施されておらず、原材料の不足が、近い将来に重要な課題になることは必至である。特に、建設や工芸産業を含む産業振興を目的とした熱帯性林の破壊は、過去何年にも渡って行われてきており、その状況は深刻であることから、工芸製作のための貴重な森林資源の枯渇を引き起こしている。近年では、これら原材料の価格が次第に上昇してきている。

<sup>12)</sup> ゾー(Do)とは沈丁花科の植物で、谷間や山の斜面に生育し、手漉き紙の原料として用いる。風土と紙漉き方法に適した特徴を持っているため長年使い続けられてきたが、近年は需要も減り、伝統的製紙技術も衰退の一途をたどっている。主に版画や公文書などに用いられている。

伝統的な工芸品は技術・技法だけでなく、地場に伝わる原材料を用いることによってその価値が高まる。い草や竹・籐、木工品は地場の自然素材を、陶磁器は地場の特徴ある土を用いることで発展してきた工芸品である。伝統的な工芸品を持続的に生産するためには、まず地場の原材料を確保できるよう、国レベルでの政策対応が必要である。

表 6.2.2 原材料の入手先

品目	コミュニン内	同じ省内	国内	輸入
い草	10.7	39.7	<b>44.8</b>	4.8
漆器	10.7	39.7	<b>44.8</b>	4.8
竹・籐製品	<b>38.9</b>	39.3	21.5	0.4
陶磁器	10.7	39.7	<b>44.8</b>	4.8
刺繍	14.8	28.6	35.8	<b>20.7</b>
織物	<b>38.8</b>	32.4	24.1	4.7
木工	10.7	39.7	<b>44.8</b>	4.8
石彫	<b>41.9</b>	39.5	18.6	0.0
紙	14.3	0.0	<b>71.4</b>	14.3
版画	0.0	66.7	33.3	0.0
金属加工品	10.7	39.7	<b>44.8</b>	4.8
合計	25.4	36.0	33.3	5.3

出典：工芸マッピング調査, 2002

#### 4) 原材料の入手方法

原材料は主に地元の供給業者から購入している。工芸村内の中小・零細企業が供給業者から購入し、企業が工場内で加工したり、下請けの家内工業に支給して生産を行っている。主な特徴は下記である。

- (イ) 竹・籐、い草：その原材料の一次加工が必要であるが、輸送のための道路インフラが整っていないなかったり、原材料加工技術が不足している場合は、業者から一時加工品を購入している。一時加工品は品質が安定している一方で、価格は高く、生産コストの高騰を引き起こしている。工芸村では、業者を仲介せずに原材料を入手し、村内で加工することでコストダウンと品質向上を図りたいと考えている。
- (ロ) 木工：地場の原材料が不足しているため、工芸職人はその採取のために村から非常に離れた他省或いは森の中まで入っていかなければならない。これら工芸品の製作に利用される原材料の量は、かなりの量に上っており、有名な木工村では、数百トンの貴重な木が木工品製作に利用されている。また、最近では工業化により、建設材料や薪など、工芸品以外の用途に用いる木材の量が増えており、工芸品に用いるための木材の入手が困難になっている。最近では入手のしやすい植林の木材や合板を利用している工芸村も増え、原材料の変化が工芸品の技法や価値の変化に影響を及ぼしている。
- (ハ) 絹糸（織物や刺繍などの主要材料）：省政府の政策によって、計画的に桑生産と養蚕による原材料生産を行っている地域がある。しかし家内工業で生産される絹糸の品質が低いことから、絹織物の品質も低く留まっており、絹織物を外国に輸出できないでいる。また、

養蚕に必要な桑の葉が不足していることから、繭が安定的に市場に供給されていない。特にヨーロッパや日本向けの輸出製品の多い刺繍の場合は、外国産の品質の良い原材料を発注者から供給されて生産していることが多い。ベトナム刺繍の魅力は原材料の品質ではなく、安い労働力と繊細で高い技術にあると評価されている。

## 5) 原材料処理と品質

原材料の一次加工には特殊な処理機械を必要とするため、設備の揃っている工場内で行われることが多い。企業における最終製品の不良原因は、製造過程の不良だけでなく、材料不良である場合が多い。これは原材料供給が不安定なため、多少品質が悪くとも「買える時に買って置く」意識が強いこと、原材料の品質を評価する意識と仕組みが購入者、供給者ともにないことが理由と考えられる。このことから、品質がよく、廉価な国内材料の調達が製品競争力と企業収益に与える影響は大きいことがわかる。納入検品は経験的なカンに頼っており、原材料の歩留まりについての定量的な管理を行なっている企業は少ない。また、原材料の品質上、問題とされるのは輸送中や納品段階で発生するカビによる汚染と虫食いなどの被害である。

## 6) 原材料不足による工芸製作への影響

原材料不足により他地域から購入する工芸村が増えているが、この傾向は工芸生産に対して以下のような弊害をもたらしている。

- (イ) 地場の原材料がないために工芸品生産が続けられない
- (ロ) 他地域から購入するために原材料コストが増える
- (ハ) 業者から購入する原材料には輸送費や加工費、手数料が含まれているため高価である
- (ニ) 外部から購入するため原材料の適正価格を自ら調整できない
- (ホ) 粗悪な原材料が最終製品の品質に影響を及ぼし、商品価値を下げる
- (ヘ) 生産技術や市場開拓に多くの関心が向いており、非合法的な原材料輸入や枯渇問題といった国家レベルの問題に対して無関心である
- (ト) 地場の原材料の特徴を活かした工芸品を生産できない

## 7) 原材料の安定供給への対応策

工芸村での持続可能な工芸生産を維持するためにも、原材料不足の課題は政府から工芸村まで、各レベルが早急に対処すべき重要課題である。原材料の安定供給に必要な共通の対応策は下記であり、また品目別の具体策を表 6.2.3 に示す。

- (イ) 地場原材料に関する調査研究
- (ロ) 原材料供給業者・企業の情報収集と開示
- (ハ) 原材料の品質・品種改良
- (ニ) 原材料の検品制度と品質標準の設定
- (ホ) 原材料加工技術の開発

- (へ) 供給地域の指定と政府支援
- (ト) 原材料採取規制地区の指定
- (チ) 輸入原材料に関する適切な計画と国際的な連携の確立
- (リ) 国レベル、省レベルでの原材料供給及び原材料育成ゾーン計画
- (ス) 地域間連携による原材料の生産、採取、供給計画

表 6.2.3 品目別原材料供給の対応策

工芸品目	対応策
絹織物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 地域の自然条件に合わせて飼育ができるよう、蚕の種類を改良し、可能ならば種類の標準化を行なう。</li> <li>・ 改良済みの桑の種類、適切な土壌と天候、集中的な耕作状況に基づいて、桑の生育地区計画を実施する。①絹糸の開発、②桑の生産及び③蚕の種類、の3要素間のバランスを取る。</li> <li>・ 織物開発は、複数のセクターによる活動に基づいて成り立っていることから、省レベルでは DARD や DOI、その他関連団体など、また中央レベルでは MARD 内の関連部署間で意見の統一を図り、一致した運営管理活動を行なう。</li> </ul>
木工、竹・籐	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 政府は、全国レベル及び各地方レベルにおいて原材料生育地区を設定・開発するための計画を策定する。</li> <li>・ 植林事業を進め、実施企業に対して政府が財政支援や優遇税制を行なう。</li> <li>・ 利用可能な原材料について、原材料生育地区で現在利用可能な分及びこれら資源の再生力とのバランスを考慮した上で、適切な計画及び規制を設定する。こうした試みは、すでにクアンナム省において、工芸村のための工業作物の生育地区が設置されており、実例がある。</li> <li>・ 原材料生育地区を森林地帯に設置するとともに、平地やデルタ地域における植林など、原材料の育成活動も促進する役割を担う機関を設立する。</li> <li>・ 地力の向上と質の向上のため、耕作の種類を改良する。</li> <li>・ 管理の行き届いた伐採と、より高度な技術による原材料の一時加工を実施する。可能ならば、重要な資源については、基準に則って実施する。原材料の加工企業を、原材料生育地区内に設立する。</li> <li>・ 原材料の保存について、適切な方法を応用する。</li> <li>・ 現在の木工、竹・籐製品の生産レベルを落とさずに済むよう、必要な木材資源を輸入する。</li> </ul>
陶磁器	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ カオリンその他の石材について、対象候補地を選定し、同地域における資源賦存量について評価、計画を行なう。</li> <li>・ 国は、これらの地域が他地域への原材料供給基地として発展できるよう支援を行なう。</li> <li>・ 原材料の検査や研磨等を通じて、原材料の質を向上するため投資を強化する。</li> <li>・ 工芸村のニーズに応じた多種多様な原材料の採取と加工を行なう工場を設立する案についても、更に検討を進める。</li> </ul>

出典: JICA 調査団作成

## 6.3 技術改良

### 1) 工芸品製作における技術

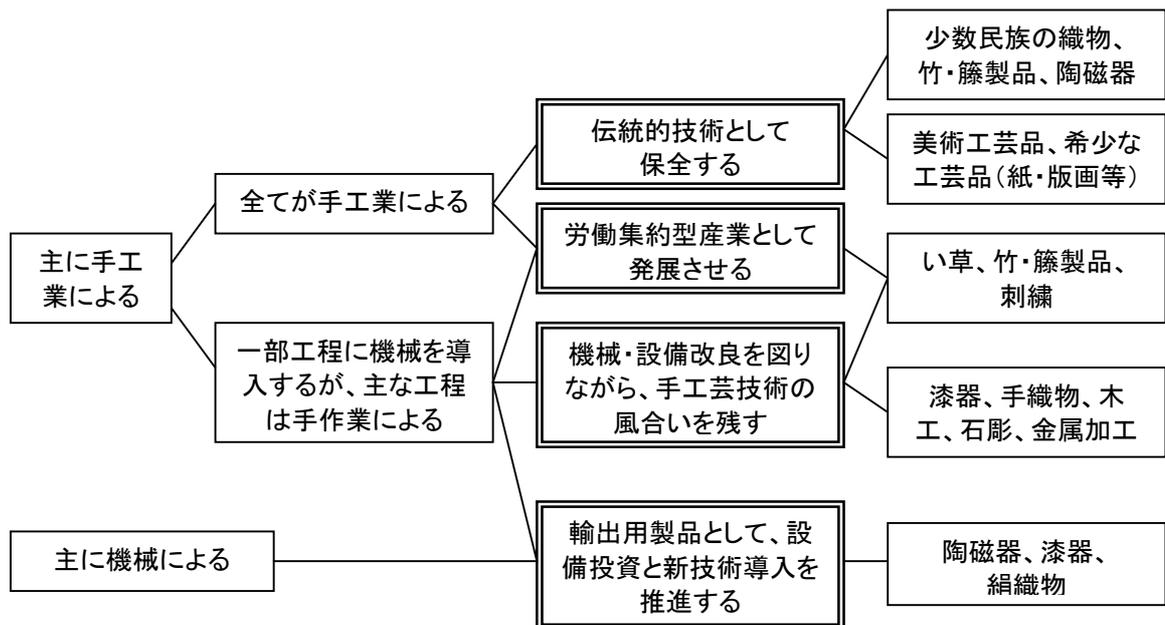
工芸品は伝統的にほとんどの工程が手工業によって行われ、手織機、縫い針、彫刻刀、金槌などの道具は地元で入手可能であり、人力によるものが大半であった。しかし工業化の進展と市場の変化につれ、一部の工芸品製作のプロセスに機械が導入され、労働負担を減らし、品質向上に貢献する一方で、伝統的に受け継がれてきた技術が変化したり、衰退していることも

事実である。

マッピング調査結果によると、工芸村の7割以上が技術不足を問題としており、他の課題に比べて、生産者や地元政府の技術不足に関する意識は高い。また、国や省の政策にも技術改良や技術研究に支援は施策の一つとして掲げられているが、工芸品目毎の開発方針が定まっておらず、実際に生産者や企業にとって必要な技術と、そのための支援が具体化されていないのが現状である。

工芸品の種類や生産工程によって、技術の内容や性質は大きく異なる。また、保全すべき伝統工芸品には伝統的技術が用いられ、一方で輸出振興を目指す工芸品の生産工程の多くに機械が導入されている。このように、技術改良は工芸品の定義や工芸品の開発の方向性に対しても影響を与える課題である。技術改良の視点は、手工業または半工業製品としての振興、生産技術の保存または改良など、工芸品の特徴や市場ニーズにあわせて様々である。これらの特性を踏まえて、必要な技術改良を行なう必要がある(図 6.3.1 参照)。

図 6.3.1 工芸品製作の技術改良の分類



出典: JICA 調査団作成

## 2) 手工業の分業体制における技術改良

い草、竹・籐製品、刺繍などは、その生産工程が単純で、簡単な訓練と技術で生産が可能な品目であるため、女性の従事者も多い。また、多くの労働者を雇用し、人海戦術によって、主に手作業によって生産される。労働集約による雇用創出、手工芸の発展というベトナムの工芸振興の目的に適っており、また手作りの風合いと適度な市場価格のため、海外での人気も高い品目である。これらの品目に共通する技術とは、材料の加工処理技術と、織りや縫いなどの手作業による技術である。これらの技術改良については、その生産工程が分業体制にな

っていることに留意する必要がある。すなわち生産工程上の分業として、機械等が必要となる工程は事業所内で行ない、手作業工程や細かい作業が必要となる工程を外注加工にまわしている。

また、材料の加工処理には機械を用いる。特に木工製造では切断機、切削機、研磨機等、籐・竹では竹・籐材の繊維割り裂き機械を用いるが、老朽化していることが多く、技術改良だけでなく、設備の更新も企業にとっては重要課題である。一方、織りや縫いなどの手作業工程は女性が従事するケースが多く、ベトナムではその繊細かつ丁寧な手作業技術に対する海外の評価は高く、市場では手工芸技術でなく、むしろその商品の多様性やデザインの不足が問われることが多い。

労働集約型の工芸品は分業体制をとるケースが多く、外注加工の良否が製品の品質に決定的な要因として作用しているといえる。技術改良面における課題は下記である。

- (イ) ベトナムの優れた手工芸技術を活かし、機械に頼らない手作りの良さで差別化を図る
- (ロ) 材料の処理加工に対して適切な設備投資を行ない、製品の品質向上を図る
- (ハ) 企業が中心となり、分業体制を支えるための技術管理のシステムを工芸村で確立する

### 3) 機械化や新技術の導入による功罪

最近の傾向として、特に輸出向けの多い陶磁器や漆器、絹織物については、工芸村ではなく、都市近郊の企業や生産工場を中心に大量生産が行われている。このような企業は外資系または合弁会社の場合が多く、外国人デザイナーや技術者なども投入して、原材料の開発からデザイン開発、技術改良まで全てのプロセスを企業内で行なっている。労働力や設備コストの安さを主な理由に開発が進んでいる分野といえるが、漆器や絹織物など、ベトナムの伝統技術や材料を活かした製品も多く、工業化や輸出振興を図る上で重要な役割を果たしている。

また、ベトナムに工場を構えるだけでなく、海外からのバイヤーが工芸村を訪れ、必要な機材や技術を投入して生産させた半製品を買い取り、最終仕上げを自国で行ない、商品を海外で販売するといった取引の形態も増えてきている。

このように海外から導入された新技術やデザインのコピーの普及が問題となっているのは技術改良による弊害であり、企業に対する知的所有権の保護を政府が進める必要がある。しかし一方で、このように、技術改良の牽引役となる企業が増えることで、開発された技術の平準化が進み、中小企業や工芸村へ普及していくことも、民間ベースの動きとして注目される。

### 4) 技術改良への対応策

技術開発および改良の進歩は、市場で人気を博している商品サンプルを模倣することがほとんどで、独特な技術や製品の創造という例は少ないのが現状である。ベトナムの独自性のある技術を保全・改良するか、それとも平準化された技術で商品開発を進めるかを、その工芸品の特徴によって見極める必要がある。また、機械作業を伴わない工程の存在が農村の雇用

促進に貢献している側面を重視し、「手づくり」が市場での差別化と競争力につながることを配慮した上で、以下のような技術改良の対応策を進めていく必要がある。

- (イ) 生産者や下請け業者に対する製造技術教育
- (ロ) 生産者や下請け業者の能力向上を支えるインセンティブ制度の導入
- (ハ) 企業内での設備管理のルールづくりと徹底
- (ニ) 企業内訓練に関わる費用補助(工具購入費、試作材料費等)
- (ホ) 国内企業が普遍的に裨益する、ベトナム独自の製品や技術を開発する試験研究機能の設置
- (ヘ) 手工芸品(all handmade)に対する品質・技術基準の設定と普及

## 6.4 品質改善

### 1) 工芸品の品質

工芸品の品質は、最終的には市場で評価されるが、それを決める要因は、原材料の品質と生産技術の品質、それらの管理と改善努力にかかっている。良い原材料を仕入れ、生産工程を管理することによって、品質は改善される。しかし工芸村では、以下のような理由によって、品質に対する意識が不足し、また品質を十分に管理できずにいる。

- (イ) 品質を改善するだけの十分な生産技術と設備がない
- (ロ) 生産者のビジネスに対する意識や経験が乏しい
- (ハ) 品質の善し悪しを判断するための基準が存在しない、また、その基準に関する情報が共有化されていない
- (ニ) 地場に市場が無い場合、品質を比較できる競争商品がない
- (ホ) 市場の情報、顧客ニーズに関する情報を収集、分析し、その情報を品質改善につなげていこうという意識が希薄なため、顧客のクレームが品質改善に結びつかない
- (ヘ) 特に下請けの家内工業に発注する場合、その生産工程や品質を管理する人材がいない
- (ト) 企業では品質基準がないため、忙しい経営者幹部が感覚的に検査を行なうことが多く、十分な管理が行き届かない場合が多い
- (チ) 「品質は検査でチェックし、問題があれば検査後修正する」という考え方を持つ企業も多い。特に外注者からの納品については多少不良があっても、不良の度合いに合わせた値引き価格で受け入れがされるため、作業員自身が「良品をつくらなければならない」という意識、すなわち「作り込む品質」という意識をもっていない。

すなわち品質改善のためには、①品質向上が図れる設備・技術の改善、②品質基準の設定と品質検査の実施、④品質管理のための人材開発とノウハウの蓄積、を実施する必要がある。

## 2) 品質基準の設定と品質検査の実施

地場での消費が少ない工芸品の工芸村や零細企業では、国内外の市場の情報が入らないため、目指すべき品質基準を持っていない。また、村内ではどこでも同じような製品をつくっているため、品質や付加価値を比較できるような競争環境が存在しない。

また、ベトナムには品質検査を行なう公的機関が存在しない。そのため、市場に直接販売を行なう大企業や中小企業が独自に品質基準を設定している場合が大半で、一部の製作や下請けが中心となる零細企業や家内工業においては、品質に対する問題意識がない。

市場からのクレームを処理するのは、市場に直接アクセス出来る流通業者や輸出入業者の役目であり、クレーム商品の生産先を追いかけて産地で改善を行なうことはほとんど無い。この場合、輸入業者は不良品を仕方なく買い取るが、その後再び同じ業者に注文することは避ける。品質の善し悪しは、流通業者や企業の信用に関わるだけでなく、産地である工芸村や零細企業はその理由を知ることなく、その後の発注が来なくなる、という悪循環になりかねない。

しかし産地共通の品質基準を設けることで、品質の平準化を図るとともに、「産地ブランド」として市場関係者や消費者に信頼感を与えることができる<sup>1)</sup>。品質基準の設定は、その品目によって異なるため、専門家や研究者、企業が一体となってその基準項目と検査方法を確立する必要がある(手織り絹製品の基準例を表 6.4.1 に示す)。またその検査は、専門の検査機関を設置するか、若しくは省政府内に検査部門を設け、省政府による品質認可証を発行するなど、行政の指導や支援が必要となろう。

表 6.4.1 生産工程別手織り絹製品の品質管理

生産工程	生産や品質に関わる課題	品質管理のポイント
繭の処理	<ul style="list-style-type: none"> <li>養蚕技術が不足している</li> <li>不安定な繭収穫量と流通経路により、養蚕農家が減少している</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産地での繭の格付けと製糸工場での抜き取り検査</li> <li>繭の選択(不純物の除去)</li> <li>繭の煮沸(二鍋低温製糸の導入と煮沸温度管理)</li> </ul>
製糸・糸紡ぎ・染色	<ul style="list-style-type: none"> <li>水に起因した染色ムラが多い</li> <li>製糸技術の不足により生糸の品質が悪い</li> <li>撚糸技術の不足により、織物が生地割れしやすい</li> <li>染色技術不足が市場開発の妨げとなっている(市場からのクレームが多い)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>水の管理(染色ムラの防止)</li> <li>漂白と精練(不純物の除去、染料の成分)</li> <li>デニールカウンターや糸偏差値チェックなどによる製糸の等級設定(糸の太さ等)</li> <li>撚糸加工技術</li> </ul>
織り	<ul style="list-style-type: none"> <li>検品制度がない</li> <li>低品質な織物の評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>織機等の設備管理</li> <li>検反機による等級設定(検反制度の導入)</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

<sup>1)</sup> ベトナムシルクの競争力は東南アジアで一番の供給量と価格の安さにあり、他国への原料供給基地になっている。現在は安い値段でラオスやタイへ輸出され、品質を選別、用途別に使い分けられ、付加価値をつけて販売されている。また、機械加工による画一的な品質の中国シルクにはない、温かみのある手作り品質のベトナムシルクに欧州や日本の市場関係者は注目したが、量産された織物は再現性がなく、サンプルと同じ品質にはならず、全て失敗手を引いてしまっている。

### 3) 品質管理のための人材開発とノウハウの蓄積

製造指示に関しては、その仕様に関する情報が口頭で伝えられることが多い。例えば、竹・籐製造について下請けの家内工業を活用する場合、発注者→サテライト外注農家(いくつかの外注農家を束ねるリーダー的農家)→下請け家内工業という形で製造・品質に関する情報が流されることが多いため、口頭ベースの情報伝達では下請け家内工業まで、製品の仕様が徹底されにくい状況である。

また、製造工程における良品・不良品の情報については、多くの企業で十分に蓄積・分析されていないため、あるいは分析され、対応策が検討されていても、それが「品質標準」として各作業員や下請け家内工業にわかりやすく伝えられていないため、製造段階で不良発生を避ける対策がとられていない。その結果、現在の品質保証は、検査と検査後の修正、作り直しに依存する対処法が中心であり、製造の段階で不良低減を行なう「つくり込む品質」の仕組みとなっていない。その結果として、作り直しによる人件費コストの増加、納期の長期化等の問題も起こっている。

このような状況に対応するには、生産工程に見合った品質改善の手段を施す必要がある。例えば製造企業のなかには、新製品の製造開始時において、下請けの家内工業を一箇所に集め、高品質の製品サンプルをつくらせるような教育を行なう工夫をしているところも見られる。同一の製品をつくる生産ラインが一企業ではなく外部の業者や家庭に広がっている場合には、品質に関する共通意識を持たせるため、情報交換や教育を行なうことが品質の平準化につながる。

また、一つの省や地域で遅れている技術や研究でも、近隣地域では既に進んでいる場合がある。このような技術や品質の平準化をベトナム全体で図るために、原材料供給地と工芸品生産地との交流、また産地間の技術交流などを推進すべきである。このような交流事業や共同研究に対して、行政の支援や振興策は必要不可欠である。

### 5) 品質改善への対応策

品質改善にかかる最大の阻害要因は、品質管理すべき生産工程に関わるステークホルダーが、原材料供給(加工)業者、生産工場(零細企業)、下請け業者(家内工業)と分かれており、企業努力だけでは製品全体の品質改善が望めないことにある。

そのため、工芸品の品質改善を図るためには、①品質改善のための技術改良と管理、②技術交流や移転による品質の平準化、③産地、政府機関、研究機関の連携によるベトナム工芸品としての品質保証の確立、が必要である。具体的には下記である。

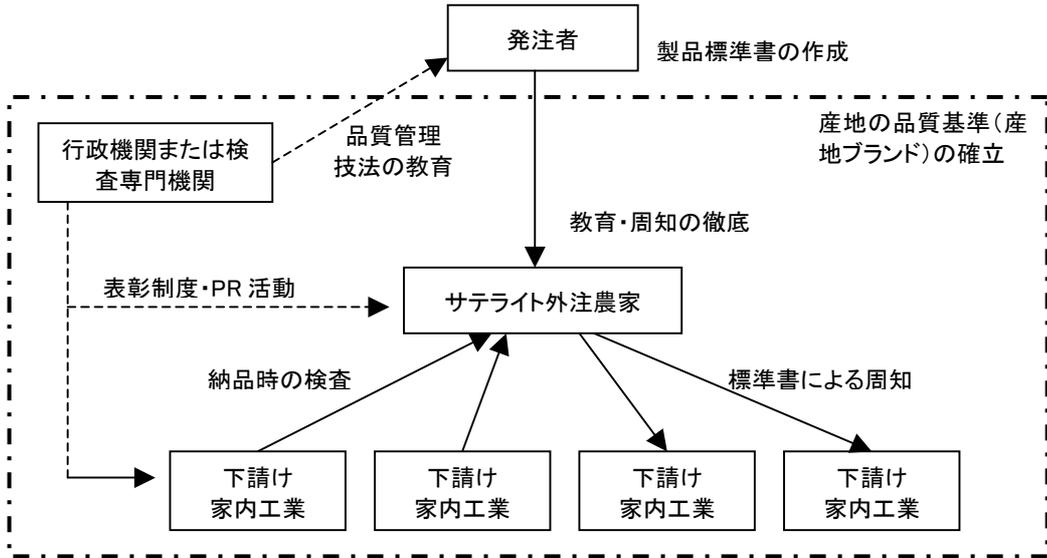
(イ) **技術改良と管理**: 具体的な対応策として、下記が挙げられる(図 6.4.1 参照)。

- ・ 「不良品は受け入れない」という経営方針の明確化とその徹底
- ・ 外注作業員、社内各部門(原材料受入部門、外注品受入部門、各加工部門等)が担

うべき品質責任の明確化

- ・ 製品サンプル生産時におけるサテライト外注農家への教育の徹底
- ・ 簡単な製品標準書<sup>1)</sup>の作成と下請け家内工業への周知徹底
- ・ 下請け家内工業からサテライト外注農家への納品時の検査の拡充
- ・ 一定の良品率を達成した外注者への表彰制度の実施等、外注者へのインセンティブシステム<sup>2)</sup>構築

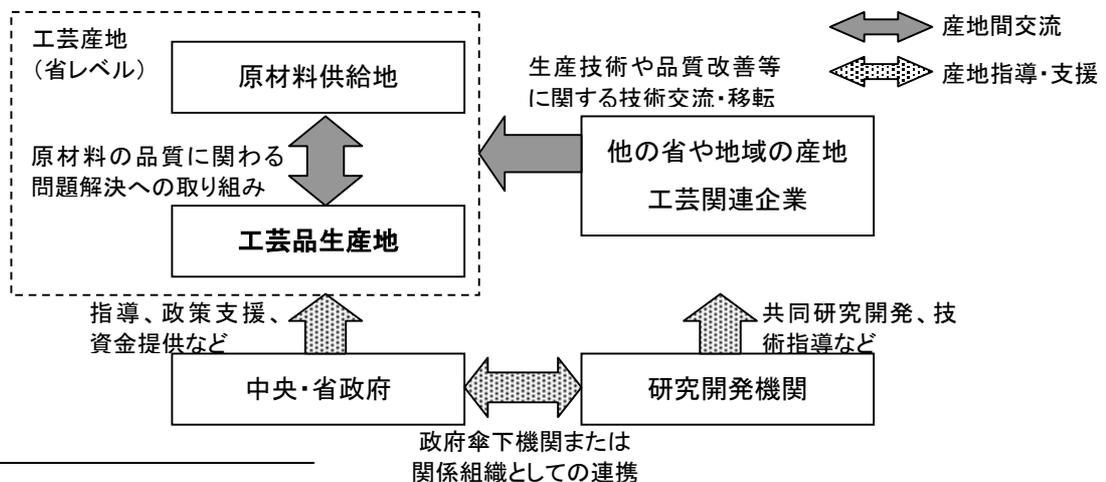
図 6.4.1 産地における品質改善への対応策



出典: JICA 調査団作成

(ロ) 技術交流・移転による品質の平準化: 産地間交流のほか、産業レベルや行政による公的サービスとして、イ)品質管理技法に関する教育、ロ)品質の高い工芸品を表彰するコンクールの実施とそのPR活動実施、等の支援が品質の底上げに効果的と考えられる。

図 6.4.2 品質改善のための技術交流・支援ネットワークの提案



<sup>1)</sup> 女性や若年層が多い品目ほど、製品の仕様、品質上の留意点、避けるべき不良の内容など、なるべく絵やマークを活用した、分かりやすい表現と内容とする。  
<sup>2)</sup> 具体的には良品率が高い農家、納期達成率が高い農家への表彰制度の実施、成果に応じた報酬制度の実施等が挙げられる。

出典: JICA 調査団作成

(ハ) **組織間の連携による品質保証**: 特に産業界と政府、研究機関の連携が必要である。特に検品制度については、輸出品の検品証と産地検品証の整合性の保証など、税関との関わりも重要である。また、品質改善には原材料及び製造工程の改善と、輸出振興のための品質管理、技術研究開発、輸出にかかる税関確認が必要なことから、中央政府では MARD、MOI、MOST、MOT、MOF の5省が中心となって、品質改善のための検品制度や保証制度等について、国や省レベルでの取り組み、そして一本化された実施可能な施策が求められる(絹製品をケースとした中央政府の権限については表 6.4.2 参照)。また品質改善については、個別企業ではなく、産地レベルで取り組むべき課題であることから、原材料供給者、原材料加工業、製造業者(零細企業や家内工業)が連携し、産地組合(Locally-based Association)の設立により、産地形成を最終目標として、品質基準設定などを共同で行なう活動組織の形成が望まれる。

表 6.4.2 絹製品産業に関わる中央政府の権限(提案)

中央政府	権限の内容
農業農村開発省(MARD)及び傘下のCSRO(中央養蚕研究所)	養蚕技術開発及び加工技術開発
工業省(MOI)	検品制度に関する支援
科学技術省(MOST)	輸出検査制度に関する支援
商業省(MOT)	輸出検査制度の貿易への運用
財務省(MOF)	輸出製品の検品と税関確認

出典: JICA 調査団作成

## 6.5 生産工程改善

### 1) 工芸品の生産形態

工芸関連企業のほとんどが、バイヤーの希望する仕様、納期に対応した受注生産形態をとっている。ロットの大きな注文や短納期依頼には、日雇い労働者や下請け家内工業を数多く動員することで対応している。各企業は受注窓口として、発注者への生産納品保証を担保するものとして機能している。

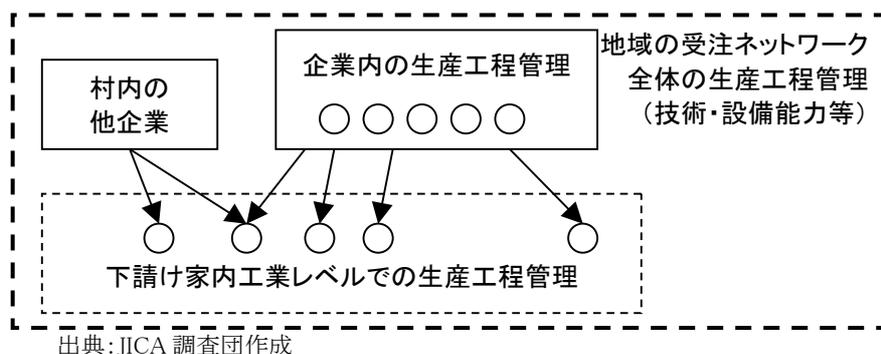
### 2) 工芸村での生産工程管理

生産能力のキャパシティは、個々の企業の常用雇用者や設備機械でなく、村ないし地域や受注ネットワーク全体の技能者と設備能力が決定要因となる。また、作業員や下請け業者の技術的未成熟、作業員や家内工業で発生する不良品の修正・つくり直しの発生、材料・原材料保管場所の未整理によるムダの発生、等が長い納期の原因となっている(図 6.5.1 参照)。また、農家が外注作業員である場合、収穫の繁忙期には生産能力が減少する。

また、下請け家内工業は一企業だけでなく、複数の企業から注文を受けている場合が多い。そのため下請けを雇う企業は、家内工業の作業量や労働負担を把握することが出来ず、また

家内工業も注文が多い時期には、家族や親戚などを集めてその注文に応じようとするため、品質の安定化が図ることが難しい。このような村内の下請け体制と、家内工業従事中心の生産体制の実状を踏まえると、単に企業内での生産工程の改善だけでなく、村全体の生産ネットワークの把握と改善方法が必要である。

図 6.5.1 工芸村での生産工程・受注ネットワーク管理



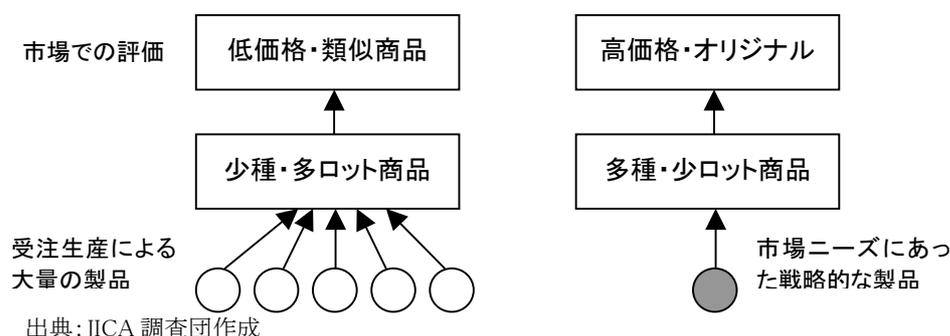
### 3) 受け身の生産体制

近年の海外市場ニーズは、「少種・多ロット」ではなく、「他種・少ロット」である。すなわちベトナムの輸出入企業からは、同じ製品を大量に安く売り込もうという姿勢がみられる一方で、発注者(主にセレクトショップと呼ばれる小売店)は、オリジナリティがあり、付加価値の高い商品を厳選して販売したい、という要望が強い。つまり近年海外市場で、比較的高価格でオリジナル商品として販売されている商品の多くは、受注生産形態をとっている農村部の工芸村や企業からの商品ではなく、このような市場ニーズを把握している都市近郊部の企業や、外国人デザイナーを雇い入れているショップの商品であることが多い。農村部で生産される製品の多くは、ベトナムの安い人件費と高い技術を強みに、デザインに流行のない定番商品や他のアジア諸国(特に中国)と同様の商品を、大量に生産しているに過ぎない。そのため下請け家内工業は出来高制が多く、一製品あたりの利益は非常に低くとどまっている(図 6.5.2 参照)。

農村部での受注生産体制による商品の市場競争力を高めるには、オリジナルの商品を独力で開発できることが最も望ましい。ある家族経営の藤製品製造企業では、センスのある若い女性社員にデザインを任せ、男性社長は営業活動に専念するという形でユニークな商品を行ない、実際に自社デザインの製品で日本企業から受注したというケースがあった。しかし現状多くの企業では、産地の特性や強みを経営者が把握していないため、自らが積極的に市場に売り込む能力に欠けている。

地場の特性を企業だけでなく、発注者や地元の下請け家内工業とともに研究し、産地独自の商品開発(地場原材料、伝統的技術やデザイン等)に取り組むことで、産地の強みを持った産地生産体制を構築する必要がある。海外や都市部の市場も、このような独自性を持った、信頼のおける生産体制(納期遵守、安定品質等)を持った産地を求めている。

図 6.5.2 受注生産による市場評価と競争力の低下



#### 4) 生産工程改善の対応策

生産工程の改善のためには、企業内だけでなく、産地及び地元行政の取り組みの双方が必要である。

企業の取り組みとしては下記が挙げられる。

- イ) 発注者の依頼期間の長短に係わらず、資金繰りや生産能力向上のための納期短縮努力の実施
- ロ) 基本的な生産の記録、原材料や製品在庫量、工程日数の把握等の定量データによる工程能力の把握
- ハ) 作業員・外注農家等の作業生産性向上、ムダの排除のための指導の実施
- ニ) 品質改善の徹底による不良品の修正、つくり直し時間の低減、等

産地と地元行政の取り組みとしては下記が挙げられる。

- イ) 地域や生産ネットワーク体を単位とした、技能者や機械設備能力の把握とその向上施策の検討
- ロ) 大型引き合い案件の誘致や異なる親族・暖簾企業間での受注同盟の結成促進のための施策検討
- ハ) 市場に信頼性のある独自の産地ネットワーク体制の確立とPR

## 6.6 デザイン

### 1) 工芸品の意匠の現状

工芸品の色・柄・形のことを指して「デザイン」と呼ばれることが多いが、後述するように「デザイン」とは近代産業における大量生産を前提とした製品開発の手法であり、単にモノの外観のみを指して用いる言葉ではない。したがってここでは、「意匠」という言葉で工芸品の外観(色・柄・形)のことを意味するものとする。

工芸品の意匠の現状を述べるにあたっては、表現された意匠そのものと表現のための技術の

問題がある。意匠そのものは、伝統に培われた地域性、文化性を反映するものであり、それ自体は貴重な文化資源として保存し活用すべきものである。工芸品は、元来限られた地域内で使用され、地域生活において意味を持っていたものであり、それ自体がオリジナルな価値をもつ。しかし、今日のように情報やマーケットがグローバル化し、人々のライフスタイルも急速に変化している状況では、伝統的な意匠の価値が従来と同様に好まれるという訳にはいかなくなる。ある地域の人々の生活の中から、昔から使われてきた工芸品の意匠が姿を消していくこともあれば、従来ベトナム工芸品とは縁のなかった地域の生活の中にベトナム工芸品がその居場所を見出すこともある。いずれの場合も、工芸品が使用される地域や生活の文脈を十分に踏まえて意匠の変更を行なうことが必要である。

意匠表現の技術については、昔から世代間伝承の形で伝えられてきたものが多く、今でも多くの工芸村では、そうした伝承形態が残っている。しかし、近年では技術水準の低下を指摘する声も多く、技術伝承が危機にさらされている状況にある。意匠表現の上で技術水準の確保は必須であり、また新たな意匠表現の開発にあたっては表現の可能性が技術水準に左右されることになるため、色・柄・形を云々する以前の基礎技術の向上が求められる。

## 2) デザインへの期待と理解の現状

工芸品産業の発展とは工芸品がマーケット競争力をもつことであり、そのためのカギはデザインの改良であるという声がしばしば聞かれる。多くの場合、デザインとはモノの色・柄・形のことであると捉えられていて、デザインの改良という名のもとに形や色を様々に変更している。結果として出てくるものをみると、そこには変化し拡大していくマーケットとの接点を見出すための計画性がみられない。多くの場合、どうしたら競争力のある色・柄・形が生み出せるかという建設的な問題意識が形成されていないのが実情である。そして、こうした問題意識の不在を埋め合わせるように、デザインへの期待が叫ばれている。デザインの改良の必要性は強く認識されている一方で、ではどのように取り組んだらいいかという方法が不在であるというのが現状であろう。

## 3) デザイン振興体制の現状

大学や職業訓練学校におけるデザイン指導という形では、学生や職人に対してデザインのサポートが実施されているが、デザイン振興体制という社会システムとなると、今のベトナムには体制としての取り組みは存在していない。しかしながらデザイン振興体制を構築しようという個別の取り組みはいくつかみられる。HCMC では、人民委員会に属する ITPC (投資貿易促進センター: Investment & Trade Promotion Center) がデザインセンターの設立を計画し、具体化に向けての取り組みを開始している。一方中央政府レベルでは、商業省 (MoT) がデザインセンターの設立に取り組んでおり、また工業省 (MOI) では、新設された地方工業局が省レベルでデザイン振興担当のセンターを設立していくことを予定している。MOI では省レベルでのセンターを設立した後に中央レベルでの指導組織を立ち上げるという計画である。

このようにいくつかの組織では、デザイン振興体制を具体化させることに足を踏み出している

が、こうした組織に特徴的なのは、マーケットや貿易といったデザインの効用を直接的に実感できる組織であるということである。それゆえにデザイン振興上の課題も整理されており、実現性も高い。将来的には、こうしたマーケットに開かれた組織がデザイン振興を主導していくものと思われる。しかしながら現状から展望できる範囲では、以上のように個別組織ごとに独立し取り組みがなされている状況であり、中央レベルでの包括的政策としての取り組みの可能性はみられない。

#### 4) デザイン振興のための対応策

デザイン開発や商品開発そのものは民間セクターやデザイナーなどが牽引し、海外市場での競争を経ながらその能力が高まっていくと予想される。デザイン振興活動はそのための基盤づくりであり、社会基盤整備や政府支援を得つつ、長い期間をかけて達成すべき課題である。そのためにはまず、デザイン振興の各段階でとるべき手順を工芸セクター及びデザイン業界関係者で共有し、役割分担しながらその振興を段階的に図っていく必要がある(表 6.6.1 参照)。また、具体的なデザイン振興活動は、工芸セクターに係わる業界ごとに、実践的な側面にウェイトを置いて進める必要がある(表 6.6.2 参照)。

表 6.6.1 デザイン振興活動の段階的手段(提案)

段階	内容	活動例	対象者
第1段階: 認識・啓蒙段階	ものづくりの全体に関わる方法としてのデザインの意味と可能性を認識させる段階	啓蒙書の作成と配布、セミナーの開催など	生産者、経営者、政府関係者、消費者など大衆一般
第2段階: 方策形成段階	デザインの認識について普及・啓蒙を前提とした、具体的な方法論を提示する段階	商品開発のプロセスや、プロセスの構成要素ごとの手法提案、デザイン振興方策や振興機関の設立	デザイン業務や振興策の策定・実施に関わる関係者
第3段階: 実践指導段階	具体的な商品開発の実践指導の段階	開発アイテムやターゲットを設定し、調査・企画の実行、アイデア形成からのプロトタイプ作成、広報・販促の戦略策定、2次元、3次元の造形技術といったデザインのテクニカルな実践指導	専門家(デザイン・工芸・マーケティング)

出典: JICA 調査団作成

表 6.6.2 工芸品デザイン振興活動(提案)

業界	デザイン振興に向けた活動例
生産現場(企業、デザイナー、産地等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 生産地や開発アイテムを特定した商品開発指導(デザイン開発モデル事業指定産地の指定と専門家派遣による、生産者との共同作業を通じた開発指導)</li> <li>・ 海外の専門家を含めた産地でのデザイン指導體制の整備 →産地振興を目標とした産地デザイン振興活動の推進</li> </ul>
教育現場(大学、専門学校、職業訓練学校等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 実践的な方法論の習得を目的とした教育カリキュラムの構成</li> <li>・ 大学や高等専門学校における、教育の場と生産の場をつなぐようなプログラムの構築</li> <li>・ 企業における実践研修(OJT) →戦力として役立つデザイナーの育成</li> </ul>
政策現場(中央政府、非政府関連組織等)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 工業省(MOI)の工業振興プログラムの中にデザイン振興を位置づけ</li> <li>・ 工業省内にデザイン振興担当部署を設置</li> <li>・ 商業省、法務省(MOJ)などの関係省庁、専門デザイナー、産業界代表などから形成されるデザイン審議会の組織と具体的政策の議論</li> <li>・ 政策実施機関としてのデザイン振興センターの設立と、センターを活動拠点とした振興活動の展開</li> <li>・ 産業セクターを所管する MOI と、流通セクターを所管する MOC との連携による、デザイン振興に係わる一本化された施策の形成 →中央政府レベルでのデザイン振興に係わる施策とシステムの構築</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

具体的な対応先を下記に示す。

(イ) 認識の転換

デザインはモノの色・柄・形である、作家の個性の表現であるといった狭い認識を改める必要がある。デザインは工業生産の手法であるという認識を様々な立場の人が共有し、その方法が具体的開発の場面に取り入れられていくことによって、デザインは効果を現す。そのためには、デザイナーにとどまらず、経営者、政府関係者、消費者といった様々な立場の人々に向けた啓蒙的ツールを用意して啓蒙活動を継続することが望ましい。この啓蒙的ツールは幅広い人々に共有されるためにも本の形でまとめられるのが望ましい。内容としては、工業性生産の方法としてのデザインの理解、および具体的実践の方法が提示されている必要がある。

(ロ) 方法の学習と実践

デザインの理解と方法について啓蒙的ツールを用いて学習するとともに、実践的な訓練によって方法を習得することが必要である。デザインは商品開発のプロセスであり、プロセス実践のための方法がある。具体的にいうと、デザインは「調査・企画、造形・カラーリング、広報・販売促進」といった商品開発のプロセス全体に関わる方法をもつ。こうした方法を身につけて自ら実践できるようになることがデザインの専門能力である。まずはこうした方法論について教育する機会をもつことが必要である。大学や専門学校といった学生対象の教育機関や、職業訓練学校などの生産者対象の教育機関でこうした方法について教育するプログラムを設定することが望まれる。方法論は、理論だけ教えても使えるものにはならないので、実際の商品開発プログラムを実践することが必要になる。一般論と具体的実践を両輪として回していくよう

な仕組みが、中央と地方の両レベルで求められる。

#### (ハ) 支援体制の構築

デザインの意味と方法について、認識と実践の両レベルでの活動が重要であるが、現状ではそうした活動を実行できる体制が整っているとはいえない。デザインがある程度自立した活動として軌道に乗るまでは、社会経済発展的視野のもとで公的な支援活動を続けていく必要がある。こうした支援体制はシステムティックに構築されることが望ましい。具体的には、デザイン政策担当部署を中央省庁に設置し、さらに政策審議を行なう専門家の審議会を設置することで、中央レベルのデザイン振興策を策定する。こうした策定組織に対する政策実行組織としてデザイン振興センターを設置することで、中央レベルの振興策のシステム化は図れるであろう。さらにこうしたシステムが実際に稼働していくためには、地方レベルでの活動とのリンクが必要である。地方レベルでのデザイン振興組織を短期に整備することは困難であろうから、デザインの導入の必要性が高く、効果が見込まれるような省をいくつかモデル省として選び、振興組織の具体化と中央レベルとの連携を構築していくことが望ましい。こうした仕組みの中で先に述べた方法の学習と実践が、具体的な商品開発プロジェクトとして実践されていくことが望まれる。

## 6.7 情報

### 1) 工芸セクターに必要な情報

マッピング調査結果によると、8割以上の工芸村がマーケット情報不足を問題としており、うち2割は深刻と捉えている。これは現地調査やワークショップでの議論でも多く聞かれた意見であり、市場のニーズが分からないために、伝統的に作られてきた工芸品を作り続けたり、外部（流通業者等）の注文にあわせて商品を改良したりすることがほとんどで、工芸村自らがマーケット情報にアクセスする手段をほとんど持ち合わせていない。このような情報インフラの不足は下記に述べるように様々な局面でみられる。

- (イ) 工芸振興政策を一元的に管轄する中央政府機関がなく、MARD、MPI、MOT、MOIなどがそれぞれの役割のなかで政策を実施しているが、共通の工芸情報ベースを持たず、政府間の連携も少ない。
- (ロ) 地方政府では、省によって工芸振興の所管が DARD と DOI に分かれており、中央政府が省レベルでの工芸振興の全体像を把握しにくい状況にある。
- (ハ) VCA、VCCIなどの関係機関は、それぞれに工芸振興に関わる活動や支援を実施しているが、政府との連携はあまりなく、独自にプログラムを実施している。
- (ニ) マーケット情報収集やアクセスが可能な都市部の民間企業などは競争力があり、成長しつつあるが、農村部では中間業者や観光客の注文を待つことがほとんどである。
- (ホ) 行政の最小単位であるコミューン以下の工芸村では、家内工業を中心に、世代間や師弟間での伝承により、流通から市場販売までの工芸品の流れを知らずに、小規模な工芸製作を続けている。

ここでは、工芸関連情報を必要としているステークホルダーである、①工芸村、②企業、③政府関係者、④消費者・バイヤー、の視点に立って、それぞれに必要な情報と、その収集方法についてまとめた。

## 2) 工芸村に必要な情報

工芸村では、一企業を中心に、村内の家内工業が下請け工場として従事するという生産体制が中心であり、また、その生産の中心に立つ中小企業では、経営者ただ一人が全ての情報管理や経営をまかなっている。そのため都市部や市場からの情報が生産の末端部にいる工芸従事者に流れてくることはなく、注文生産に従うだけである。

工芸従事者は、「何が売れているか」「何をどこに売ればよいか」という商品情報を主に必要としているが、実際にはそのような情報を得られても、その情報を咀嚼し、自らの商品開発につなげる能力も社会的な環境も不足している。市場や情報から孤立している工芸従事者に対しては、単に情報を提供するだけでなく、その情報を使えるように教育や参加の機会を与えることが必要である。また、工芸村内で情報収集の核となるグループや個人(起業家)などを見つけ、彼らを中心にこれらの活動を進め、広く普及させていくことが望まれる(表 6.7.1 参照)。

表 6.7.1 工芸村に対する情報支援

情報	情報入手の手段	外部からの支援
生産している工芸品の市場評価(市場、価格、人気)	・産地組合(Locally-based Association)の形成による共同の情報収集	・産地組合活動に対する省政府の財政支援
	・消費者と産地をつなぐ直接販売(フェアトレード等)	・NGO や政府による生産者グループに対する技術・資金支援
	・市場調査や展示会への参加	・省政府による市場調査の実施、展示会の開催
	・インターネット上での工芸品関連の情報収集	・情報通信設備の整備 ・IT研修会の開催
	・工芸村の観光客による消費者評価	・省政府による観光ルート設定
	・省中心部でのアンテナショップ設立	・アンテナショップの場の提供 ・観光業との連携
近郊部の同業種・異業種の工芸品・工芸村	・産地ブランドの形成と、産地直売会の開催	・産地組合活動に対する省政府の財政支援
	・産地間や企業間の技術交流	・技術交流会の場の提供と財政支援

出典: JICA 調査団作成

## 3) 企業に必要な情報

下請け業者を多く抱える企業経営者は、製品に要求される仕様等が消費国によって異なることや、海外市場のニーズが変動しやすいこと、市場競争のなかで自助努力をする必要があることを理解している。しかし一方で、地理的条件や資金などの制約から、自らが市場開拓する機会に恵まれず、工芸セクターのなかで最も情報を必要としている。

企業に対するインタビューやアンケートのなかでも、今後望まれる支援策として、「市場情報の獲得支援」に関する記述が多かった。しかしこれは、農村部で農家の家内工業の延長に発展した幼稚な企業組織が、国際市場競争で戦っている構図に他ならない。単に国際的な展示会の機会の提供や市場情報の開示といった施策でなく、国が能動的にベトナムの国際優位製品を開発していくという、戦略実施が望まれる。

この課題は企業に対する支援のなかでも最も重要であり、官民一体となって、情報事業としてではなく、国の開発戦略事項として検討・実施されることが望ましい。企業に対する情報提供に対しては、産地振興と、中小企業支援の二つの視点を持ち、活用できる市場情報やノウハウを持っている民間企業と、地場産業振興を目的とした省政府が協力する必要がある。民間企業経営者や起業家が中小・零細企業に対する情報提供や教育を行ない、そのような情報提供の場を省政府が支援する、といった体制が望ましい(表 6.7.2 参照)。

表 6.7.2 企業に対する情報支援

情報	情報入手の手段	外部からの支援
市場競争相手の情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>他国の競合製品との比較研究・先進国市場特性の研究</li> <li>海外市場調査研究生派遣制度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営者を対象とした経営・市場開拓セミナーの開催</li> <li>中央・省政府による派遣制度の構築と支援</li> </ul>
地場の産地情報	<ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナム製品独自のユニークな製品特性の強化、開発、販売促進する総合的取り組み</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>民間企業と省政府の協力による商品開発事業の実施</li> <li>異業種間での共同商品開発実施(異種原材料の組み合わせによる新商品開発等)</li> </ul>

出典: JICA 調査団作成

#### 4) 政府関係者に必要な情報

情報支援に対する政府の役割は、基礎的情報を収集し、調査研究を行なうこと、また広く平等に情報を提供することである。例えば下記に示すように、幅広い視点から工芸関連の情報を収集する必要がある。

- (イ) 工芸生産の視点: 新技術に関する情報、工芸品関連文献・雑誌(海外デザイン・インテリア等)、原材料供給源(供給業者、供給地)
- (ロ) 農村振興の視点: 全国の工芸品・工芸村の産地分布情報、農村部でのドナーや NGO の活動情報
- (ハ) 文化保全の視点: 保全の必要のある伝統工芸品・工芸村の情報、観光資源としての工芸品情報
- (ニ) 産業振興の視点: 商品価格情報、各種統計データ(海外市場、輸出額等)、工芸企業リスト、海外バイヤーリスト、国内外の展示会・見本市の開催情報、輸出に関わる法制度

#### 5) 工芸情報システムの対応策

情報不足といわれるなかでも順調に輸出量は伸び、ベトナム工芸は発展している。これは民

間企業や海外バイヤーが市場開拓のために自ら情報収集を試み、その限られた情報の中で新たな産地を発掘しているためと言える。つまり工芸情報に関して、民間企業は能動的にアクセスや収集を試みている一方で、工芸村は受動的であり、また政府関係者は分散した各種情報を収集・処理する能力に不足しているといえよう。

現状では、これらのデータ・情報が一元的に集積され、関係者・利用者が自由にアクセスできるような施設もシステムも存在しない。特に現在のベトナム工芸セクターは情報が分散しており、例えば博物館における工芸品の保全に関する情報、職業訓練学校での工芸技術に関する指導の状況、優れた技術者(マスターアルティザン等)や伝統技術に関する情報等は、所管する組織が一元化されておらず、全体像や実態を把握できていない。

諸外国の事例をみると、工芸振興の発展の過程には、専門の振興組織が存在する。すなわち、政府、企業、生産者の中立の立場から、必要な情報を収集・分析し、平等に提供する機関である<sup>1)</sup>。

工芸情報は各課題に横断的に関わる重要課題である。政府間での問題意識の共有と役割分担が明らかになった上で、各政府が担当すべき課題に関する情報、民間セクターが必要とする情報、産地としての工芸村が必要とする情報を収集し、一元化する。さらにその情報を使い新たな活動を生み出すための機会を定期的に提供するなど、情報蓄積→情報提供→情報活用の三段階で工芸情報システムを構築する必要がある。

- (イ) 情報から孤立した農村部の工芸村に対する、各種支援(技術・経営指導等)と一体となった情報提供と、様々な活動への参加の場の提供
- (ロ) 参加意欲のある中小企業を対象にしたセミナーやイベントを通じた情報提供と、交流の場の提供
- (ハ) 省政府での地場産業振興を目的とした産地情報の収集と調査
- (ニ) 各課題(技術指導、デザイン、伝統保全等)に対する民間の専門組織の設立と活動支援
- (ホ) 政府傘下機関として、工芸関連情報を一元化する工芸振興組織の設立

## 6.8 クラスタ開発

### 1) クラスタ開発の考え方

クラスタに関する理論は、社会学、経営学、経済地理学等、多くの学問分野により研究が重ねられてきたため、必ずしも理論構成、用語等が統一されているわけではない。しかし、最も広く用いられているのは、ハーバード大学ビジネススクールのマイケル・ポーター教授(Michael E. Porter)により展開された理論である。ポーターは、クラスタとは相互に関連した企業や、特化したプロバイダー、関連組織が相互のリンクージュを通じて競争力の優位性を拡

---

1) 例えば日本では、伝統的工芸品産業振興協会で伝統工芸品の情報を、デザイン振興関連組織(産業デザイン振興協会、地方自治体のデザインセンター等)でデザインや商品開発に関する情報を、貿易振興関連組織(JETRO、日本アセアンセンター等)でアジア各国の工芸輸出品の情報を収集提供している。また、工芸の盛んな地方自治体では、商工業振興の視点から工芸関連企業リストを所有し、企業調査や支援を行なっている。

大することを目的とした、全国的または地域的な集積を指すとしている。先進国における産業の調査結果に基づいて、特定の産業の競争優位性は、次の4つの要因が相互に関連しあつて形成される「ダイヤモンド・モデル」と論じている(図 6.8.1 参照)。

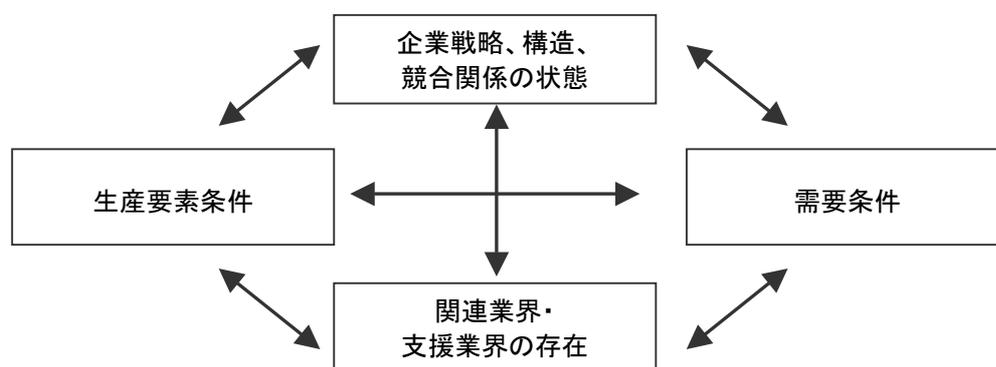
- (i) 「生産要素条件」: 熟練労働者、インフラストラクチャーなどの生産要素
- (ii) 「需要条件」: 国内市場の需要の質
- (iii) 「関連産業・支援産業」: トレーニング・技術・資金やビジネス環境等に対するサービスプロバイダーや関連産業、社会基盤システム
- (iv) 「企業戦略・構造・競合関係」: 企業の設立、組織、経営など国内での競合関係の性質を左右する条件

これらのクラスターに参加する生産者や起業家は、より良い業績や高い利益幅を得られるような、健全なビジネス環境を享受出来る。また、より良いインフラ環境下で、より優れた知識や技術、特化された資源を低コストで得られるため、生産性向上や生産量の増加が可能となる。

今日、ビジネスクラスターはアメリカ合衆国のシリコンバレーやオースチンなどのIT産業クラスターの事例をはじめ、世界中にみられるようになり、クラスター経済開発戦略も徐々に受け入れられるようになった。織物・衣服産業や皮革・靴産業の生産クラスターもイタリアで成功例が多い。

クラスター経済開発支援モデルや体系は、経済開発協力機構(OECD)や世界銀行、国際労働機関(ILO)などの国際開発支援機関によって紹介され、開発されてきた。そしてこれらのモデルはアメリカ合衆国、イタリア、ドイツ、デンマークやインドなど数多くの国々で適用されている<sup>1)</sup>。

図 6.8.1 クラスター開発の考え方



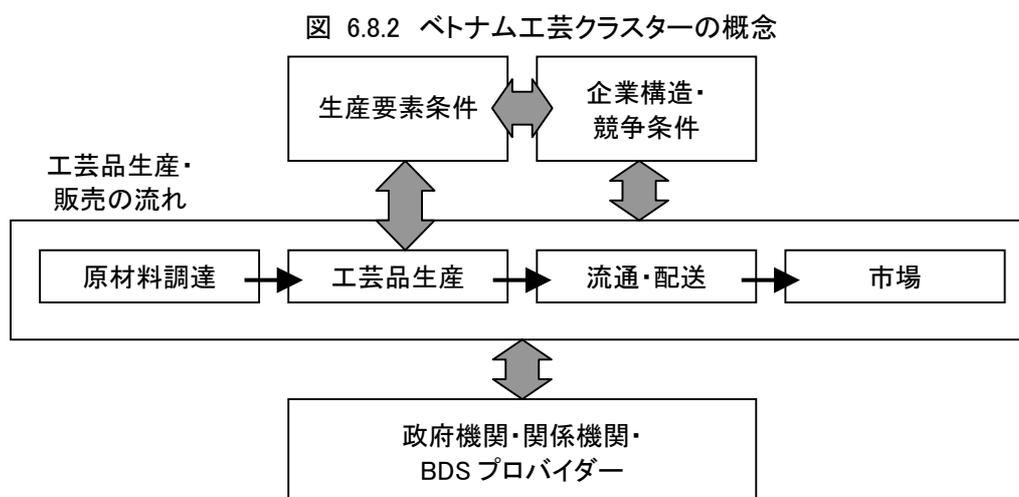
出典: ハーバード大学 Michael. E. Porter によるクラスター開発理論

工芸クラスターは共通のバイヤー、原材料供給者又はサービスプロバイダーを持った工芸生

<sup>1)</sup> クラスター開発については [www.meyer-stamer.de/cluster.html](http://www.meyer-stamer.de/cluster.html) 及び [www.worldbank.org/urban/led](http://www.worldbank.org/urban/led) の HP を参照

産者と企業の集合体である。従って彼らは競争力の優位性を享受し、ビジネス環境を拡大することが出来る。さらにはこれらの企業や生産者は同一の地域に集積しているために、地理的優位性も持っているといえる。

ベトナムにおける工芸セクター開発の視点からみると、ニンビン省キムソンディストリクト(Kim Son district, Ninh Binh province)のい草産業、ハタイ省の籐製品産業などは、既に経済クラスターのモデルとして開発が始まっているといえる。すなわちクラスター開発のダイヤモンド・モデルに基づく要素が、「原材料調達→工芸品生産→流通・配送→市場」といった工芸産業活動の流れとして確立されつつあるといえる。(図 6.8.2 参照)。



出典: JICA 調査団作成

## 2) ベトナム工芸クラスター開発の現状

クラスターが成立しているかどうかで 第一に問題になるのは、地域内工芸産業を構成している企業、協同組合、生産グループ、末端で生産活動に従事する家内工業が、「工芸クラスターが形成されており、自社/自分はその一端に連なっている」という認識を持っているかどうかである。

パイロットプロジェクトを実施したハタイ省、クアンナム省(Quang Nam)の事例では、将来のクラスター構成メンバーとなる竹・籐製品、木工品の製作に携わる企業経営者、工芸品製作者が、まだ、クラスターを形成するために連携しようという内発的な意向を、それぞれが明確に意識する段階には至っていないことを示している。従って、両省の竹・籐製品、木工品の製作に携わる企業経営者、工芸品製作者は、クラスターを形成するには至っていない。

しかしながら、特にベトナム全省の中で最も工芸村の数が多いハタイ省においては、クラスターの初期段階ないしはクラスター形成の萌芽は随所に見ることが出来る。例えば、竹・籐製品を製作しているいくつかの工芸村では、製作者の中のリーダーを中心に、竹・籐製品を編んでいる各家族がメンバーとなって、「生産者グループ」(production group)が編成されている。このようなグループは、村の中に共同の製品展示施設を有し、バイヤーの発注に対して共同

製作を前提に受注している。これらのグループは、以下の特徴を有している。

- (イ) グループ内構成メンバーの間で同種の製品を製作しており、構成メンバー間の差別化はない。
- (ロ) 正式の企業登録をするには至っていない。
- (ハ) グループ内構成メンバーの間に事業推進のリーダーはいるが、事業規模、工芸技術の面ではリーダーとはいえない。
- (ニ) 工芸技術の面では、在来のデザインに基づく製品政策が中心で、多様な製品、新しいデザインに基づく新製品、工芸技術革新、を生み出すに至っていない。
- (ホ) 工芸品製作者の間での原材料の共同購入、共同製作、製品の共同展示を行い、さらにバイヤーに対し受け身ではあるが共同受注・販売活動を行っている。
- (ヘ) 外部の関連機関・支援機関、BDS プロバイダーのサービスを活用しようとする意識・動きは、まだ出て来ていない。

このような共同調達、共同製作、共同販売促進活動、共同受注・販売による製作者のグループ化の動きは、クラスターを「地理的に集積した関連企業群」と定義するならば、極めて本来の意味でのクラスターに近い。すなわち外部への働きかけがなされ、関連産業が集積することによって外部機関・団体との連携活動を通じて得られる競争優位性を獲得するに至る、すなわちクラスターの優位性が発揮されるに至る直前の段階にあると考えられる。

クラスターとして出発しているか、まだその前段階にあるかを分けるのは、グループの構成メンバーがクラスターを構成しているという意識をもって、内発的に意志をもって積極的に外部に働きかけようとしているかどうかにかかっていると考えられる。

一方、工芸品産業に力を入れ始めたばかりの段階にあるクアンナム省では、比較的大規模の工芸企業とその下請け関係にある個別製作者(家族単位)とのグループというハブ・アンド・スポーク型、ないしは比較的大規模の工芸企業とその下請け関係にある複数の製作グループ(この製作グループのもとにハブ・アンド・スポーク型の形態で、家族単位の個別製作者が系列化されている)を持つといったサテライト型の形態で、工芸品の製作・受注・販売が行われている。このようなハブ・アンド・スポーク型ないしはサテライト型の事業実施形態は、ハタイ省においても一般的である。

### 3) 工芸クラスター開発における問題点

工芸クラスター開発上の問題点としては、以下を指摘することが出来る。

- (イ) クラスターの共通認識不足:ベトナムでは、「クラスター」がまだ一般化していないため、クラスターは様々な意味に用いられている。例えば、一般的な工業団地開発が、工業クラスター開発と呼ばれるようなケースも散見される。
- (ロ) 生産クラスターに対する意識不足:既に工芸開発によって十分な競争力をつけていても、省政府や支援機関は生産クラスターの設立と開発に対するインセンティブを持たず、先

んじて能動的な支援の手段を講じていない。さらに、工芸クラスター設立と開発の先駆者となりうる人材がまだ存在していない。

- (ハ) クラスター開発の経験と人材不足: 工芸クラスターとして既に十分な発展を遂げている事例はほとんど無く、あるとしてもクラスターとしての発展の初期段階又は萌芽段階にある。今後、それらの初期段階又は萌芽段階にある工芸クラスターを順調に発展させていく必要があるが、行政側にも、業界側にも、その経験が不足している。とくに、初期段階又は萌芽段階にある工芸クラスターの発展を軌道に乗せるうえで重要なコンサルタントが不足している。
- (ニ) 支援事例不足: ドナーからのクラスター開発に対する支援の事例もまだ少なく、行政側、業界側に不足しているクラスター推進の経験不足を補うに至っていない。
- (ホ) 専門のコンサルタント不足: 行政側、業界側に、工芸クラスター開発の経験が不足し、それをリードするコンサルタントも育ておらず、ドナーからの支援も限られているところから、事業の現状を診断し、適切な方向へのクラスターの発展、事業展開の指針となる計画作成がなされていない。このため、工芸クラスター設立を考える地方行政体や地域の要請に応えることが出来ていない。
- (ヘ) 経営・マーケティングの人材不足: 工芸クラスターは主として農村地域に設立されることから、一部の大都市に近い例を除いて、クラスター設立を担う工芸品製作者の多くはこれまで近代的な経営管理のあり方とは無縁な形で事業展開を行ってきた。また、工芸技術者についても、伝統的な在来の技術に基づく製作を行ってきた。製品についても、製作者の側が積極的に市場にアクセスして、有利な取引条件で顧客を獲得するというよりは、中間に入る外部のバイヤーに対し受け身で対応しているのが実態である。このように、クラスター運営の中心になるべき経営管理者、工芸技術者、マーケティング担当者等の人材が育っていない。
- (ト) 施設、設備、資金の不足: 工芸クラスターの設立に当たって、共同で作業を行なう作業場の建設、製品の展示施設の建設、新しい機材の購入、海外での展示会に出展するための費用等、資金調達、債務保証などの金融システムが、一部の省における補助制度を除いて、未整備であり、在来の工芸品製作者は従来の事業範囲や事業実施方法を越えることが出来ない。
- (チ) インフラの未整備: クラスター設立とその円滑な事業推進を支援する、ソフト、ハードのインフラが十分に整備されていない。地域の道路等の交通インフラが未整備のために、原材料や製品の輸送に問題がある事例、環境破壊に繋がりがねない汚水処理、有毒排気ガス処理が遅れる事例等、問題は多岐にわたっている。

#### 4) ドナーによるクラスター開発支援・BDS プロバイダー育成

ドナーによる既存の支援事例はまだ限られているが、中小企業を対象にした人材育成などが増えてきている。

- (イ) UNIDO が 2003-2005 年計画の中で、農村開発の一環として、農村クラスターの開発

(Development of rural clusters)及び伝統工芸開発センターの設立(Establishment of national traditional craft development center)を取り上げている

- (ロ) GTZ 支援による中小企業支援ワークショップ(“Workshop on Strategies, approaches and institutional experiences of local economic development and cluster promotion, May 2003”)を、VCCI 協力のもと2003年5月に開催している。このワークショップは参加した中小企業代表者や BDS プロバイダーから高く評価された。このワークショップの成功とともに、GTZは、ベトナムの各地域の経済ポテンシャルを活性化させるための新たなアプローチを紹介するために、3日間の地域経済開発トレーニングコースを開催した。このプロジェクトを通じて、生産クラスター開発を代表的な手段とした、地域経済開発へのアプローチに関する包括的知識を、支援機関や BDS プロバイダーに提供した。次のステップとして、このプロジェクトではいくつかのモデル省を選定し、BDS プロバイダーやコンサルタントの協力による経済開発アプローチを実践することとしている。

## 5) 工芸クラスター開発の方向性

工芸産業がクラスター開発として振興するまでには、先に述べたような様々な問題を解決していく必要があり、そのための社会基盤整備やクラスター開発に対する共通理解を図りながら進める必要がある。工芸クラスター開発を円滑に進めていくうえでの方向性を以下に述べる。

- (イ) 地域工芸産業の診断:クラスターとしての発展の初期段階又は萌芽段階にある工芸品製作グループ等を順調に発展させていくために、地域工芸産業の診断、工芸クラスター推進計画の作成を進める。この場合、行政側、業界側ともに不足しているクラスター推進の経験不足を補う上で、当分の期間、ドナーの支援は欠かせない。
- (ロ) 人材育成:クラスター運営の中心になるべき経営管理者、工芸技術者、マーケティング担当者等の人材が育っていないことから、この面での人材育成を早急に進める。さらに、工芸クラスター開発をリードするコンサルタントの育成も早急に進める必要がある。
- (ハ) 金融制度の整備:工芸クラスターの設立・事業規模の拡大に必要な資金の調達、債務の保証、海外市場開拓支援資金の融資制度等、金融制度の整備を図る。
- (ニ) ソフト・ハードのインフラ整備:工芸クラスターが設立されても、その円滑な事業実施にとって、道路等インフラ整備、環境保全整備等のビジネス環境改善、工芸クラスターを支える法制度整備、意匠登録制度等の知的財産権整備等の、ソフト、ハードのインフラ整備を促進する。

## 6) 工芸クラスター開発への対応策

工芸産業振興は、貧困層が集中する農村地域での貧困削減、雇用促進、地域活性化、輸出促進の意義を有しており、ベトナムの今後の社会経済発展全般にとって期待の大きい、欠くことの出来ない分野である。また、ベトナム政府が優先的に振興を図っている分野でもある。

特に工芸クラスター開発は、工芸製作者・企業がグループを形成し、関連地方政府の政策支

援、関連業界・BDS プロバイダーのサービスを受けて開発を進めるだけに、地域活性化の効果は特に大きいものがある。各地域では、工芸開発がより経済的な競争力をつけてきている。生産者は共通の原材料供給先を持ち、ターゲットとする市場に向けて開発を進めている。そのため彼らは集積を高め、共同化による活力向上と地域経済の活性化、競争力の優位性を高めるための共通の活動戦略を確立すべきである。このことは、工芸生産による経済クラスター開発を促進するだけでなく、より良い経済環境を作り上げるための主要要素として検討される必要がある。また、クラスターの育成には時間も要するところから、中長期的な支援が望まれる(表 6.8.1 参照)。

表 6.8.1 工芸クラスター開発のための支援策

工芸セクター開発における生産クラスターの役割の共通理解と意識向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>工芸クラスター開発における知識、情報、経験の普及</li> <li>クラスターによる経済開発の仕組みの移転</li> <li>標準モデルの確立と得られた教訓や技術の移転</li> </ul>
BDS プロバイダー及び工芸クラスター関連組織のキャパシティ向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>国営組織と民間 BDS プロバイダー間での平等な競争条件の提供</li> <li>BDS プロバイダーの専門技術向上のためのトレーニングの実施</li> <li>BDS プロバイダーへの支援</li> <li>BDS サービスの市場開拓</li> </ul>
計画策定に対する支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>工芸クラスターの事業診断</li> <li>地域産業としての工芸クラスター推進計画の作成</li> <li>観光等、関連産業との連携に関する計画作成</li> <li>クラスターを構成する事業者の連携支援と組織力強化</li> </ul>
クラスター運営の中心を担う経営管理者、工芸技術者、マーケティング担当者等の訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>経営管理者育成のための研修プログラム</li> <li>工芸技術者のための技術研修プログラム</li> <li>製品のマーケティング担当者向け技術研修プログラム</li> <li>製品の品質管理推進に対する支援</li> <li>工芸クラスターの組織化を行なうコンサルタント育成</li> </ul>
資金供与にかかる支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>工芸クラスターの設立・事業拡張に伴う所要資金の融資、信用保証等、クラスター形成支援にかかる中小企業金融整備</li> <li>海外市場開拓支援資金の融資(海外展示会への参加等)、輸出支援金融等を含む、輸出振興支援</li> </ul>
関連インフラ整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>ビジネス環境改善(道路・通信インフラ整備、環境保全整備等)</li> <li>工芸クラスターを支える工業制度支援(法制度整備、意匠登録制度等の知的財産権整備)</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

## 6.9 人材育成

### 1) ベトナム工芸セクターに関わる人材

マッピング調査結果によると、工芸セクターについて様々な課題を抱えている中で、唯一「労働力不足」についてはほとんどの地域で問題となっておらず、非農業分野としての工芸振興が地元の雇用創出に大きな貢献をしていることがデータからも明らかになった。しかし一方で、

「技術不足」については深刻な地域が多く、豊富な労働力には恵まれているものの、その技術力が不足しているために競争力に欠けている工芸村の状況が伺える。

そのため人材育成に関する政府の関心は高く、様々なトレーニング機会や人材育成プログラムなどの支援を行っているが、これらはむしろ他の工業セクターを対象にしていることが多く、手工業である工芸品に関する人材育成のメカニズムは未だ確立されていない。

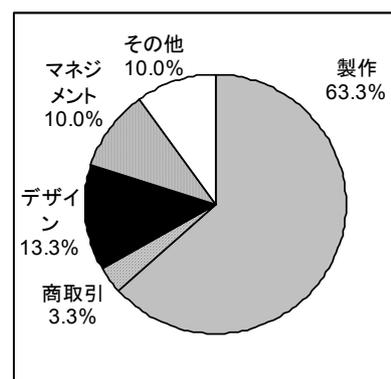
特に工芸村で課題となっている「技術不足」「市場情報の不足」に対応できる人材として、技術者に対する人材育成、商品開発に関わる人材育成について述べる。

## 2) 技術者に対する人材育成

ベトナムで職業訓練学校を管轄している政府機関は MOLISA であるが、実態は省人民委員会や DOLISA などまちまちであり、特に工芸コースの有無については明らかになっていない。省政府への調査によると、工芸課程を持つ学校が存在する省は非常に少なく、専門家の所見によると、特に著名なのはハタイ省美術学校に限られているという(表 6.9.1 参照)。

また、職業訓練校の公式課程での指導内容は主に製作技術である(図 6.9.1 参照)。しかし工芸品の技術・技能訓練が適していないことがパイロットプロジェクト(PP2)の実施を通じて明らかとなった。その理由として、講師、研修生とも製造現場や農業に従事しており、町の訓練校まで時間を費やして訓練に参加することは困難であることが挙げられる。また、高度な技術力は家の資産であり、その訓練は、家族の身内だけにとどめたいという工芸家の意志がある。また、市場取引・交渉・経営能力強化のためのカリキュラムは、中小企業経営者向けに BDS プロバイダーが行なうセミナー・プログラムがほとんどであり、有料のコースも多い。工芸村の零細企業では、工芸技術者が経営者を兼ねている場合も多いため、工芸村での後継者育成を目的とした人材育成プログラムとして、製作技術だけでなく、経営ノウハウの指導も併せて行なうことが望ましいと考えられる。

図 6.9.1  
工芸課程での指導内容



出典：2003 年省政府フォローアップ調査

表 6.9.1 工芸課程のある職業訓練学校のある省と工芸品目

省	所轄政府機関	い草	漆器	竹・藤製品	陶磁器	刺繍	織物	木工	石彫	紙	版画	金属	その他
Ha Tay			X	X				X					X
Cao Bang	PPC					X						X	X
Lai Chau	DOLISA			X			X						
Son La	DOET					X							X
Son La	DOLISA			X			X						X
Thanh Hoa		X	X			X			X			X	
Nghe An	DOLISA			X			X		X				
Quang Nam	PPC							X					
Khanh Hoa								X					
Khanh Hoa						X		X					
Dak Lak	DOLISA					X	X						
Dak Lak	DOLISA											X	
HCMC						X	X	X					
HCMC			X					X	X				
An Giang						X						X	
An Giang	DOLISA					X						X	
合計		1	3	4	0	8	5	6	3	0	0	5	9

出典:2003年省政府フォローアップ調査

いくつかの企業では、生産キャパシティ増大のため、農家への技能訓練や見習実習生を受入等の企業内訓練を自主的に実施している。このような民間レベルでの人材育成について政府が支援を行なうことも重要である。

特に、地元の工芸産業や地域産業に貢献する意志のある企業や優れた技術者に、インセンティブを与えることで、積極的に技術訓練を実施してもらい、単なる製作技術の移転だけでなく、訓練に関わる双方にメリットのある、継続性のある人材育成のシステムを構築する必要がある(表 6.9.2 参照)。

表 6.9.2 技術者に対する人材育成の方法(提案)

技術レベル	対象範囲	人材育成の方法
一般レベルの技術	企業レベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業が自主的により多くの農家に企業内訓練を施すことを活発化する</li> <li>一般向け企業内訓練を年間計画化し、より多くの農家が参加機会を得るように便宜をはかる</li> </ul>
	地域または政府レベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>年間訓練計画を登録した企業の自主的訓練に対して、原材料・工具を支給または支払い負担を行なう</li> <li>製作した工芸品を省政府が買い取り、「地域ブランド」商品として市場に安く販売することで、訓練プログラムの原資とする</li> <li>工芸品の売上代を訓練生の報酬として、訓練の継続や自立資金などに活用してもらう</li> </ul>
高度な技術	産業レベルまたは政府事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>複数の優れた工芸家を外部講師招聘して同じ技術でも複数の方法が学べる技術高度化の公式訓練を実施する</li> <li>卒業生は高収入が期待できる高度な内容として受講料を徴収する</li> <li>講師工芸家には謝金を支給せず、受講生または派遣企業からの受講料と公的扶助を原資として、先進国の海外市場調査渡航機会を提供する</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

### 3) 商品開発に関わる人材の育成

商品開発のために必要なのはマーケティング方法と実践である。マーケットと商品開発を連絡させることのできるコーディネーターが必要であり、それができる実践的人材を育成することが急務である。従来のデザイン教育機関は、造形能力重視のデザイナーを育成することに重点をおいてきた。しかしデザイン領域の拡大に伴う新しいデザインの役割が生まれ、これに対応する新しいカリキュラム、もしくは新たな教育機関を拡充する必要が出てきている。

商品開発分野については、産業界が中心となって積極的に人材を育成するとともに、教育機関と連携して若手の人材を育てる。これらの人材育成に関する活動に対して政府が制度づくりや資金提供などの支援を行なうことが重要である。商品開発や市場開拓に関わる人材に必要な能力は下記であり、人材育成の努力と支援は、教育機関、産業界、政府レベル何れにおいても必要である(表 6.9.3 参照)。

- (イ) どの層のユーザーが何に満足しているかを客観的に把握できる
- (ロ) 良いもの、売れるものの価値判断ができ、誰にでも分かる言葉で説明できる
- (ハ) 時代のトレンド、暮らし方の動向、その中でどのようなものを人々は求めているかを探る能力がある
- (ニ) デザイン仕様の設定や、生産条件の調整の解決策など、価格競争に対応できる能力がある
- (ホ) 適切な販売先を知っており、販売促進の方法と戦略を構築できる

表 6.9.3 商品開発に関わる人材の育成方法(提案)

対象範囲	商品開発に関わる人材の育成方法
教育機関	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大学でのデザイン科カリキュラムの改善や、デザイン系以外の学科でデザインのカリキュラムを組む</li> <li>・ 産業界と教育機関の共同セミナー開催、共同商品開発</li> <li>・ 学生による農村工芸村でのフィールドワーク(原材料・技術・デザイン等の調査、共同商品開発等)</li> </ul>
産業界レベル	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企業におけるOJT(商品開発プロセスのトレーニング実施)</li> <li>・ 外部のセミナー、研究会に参加する</li> <li>・ バイヤーによる企業(生産現場)見学会の開催</li> </ul>
政府事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 海外市場、商品情報の蓄積(デザイン・工芸品・インテリア関係の海外文献収集と一般公開)</li> <li>・ 海外研修、セミナー・展示会等開催に関する支援</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

### 4) 生産者と市場をつなぐコーディネーターの役割

(1)コーディネーターの重要性:コーディネーターは消費者から支持され、マーケット性のあるクオリティーの高い評価を得る商品を育てるために、マーケットの情報を読み、商品企画を立て、コンセプトを立案する。そして開発の段階でデザイナーや製作者を適材適所選出し、開発の全工程でコーディネーションをするプロフェッショナルのことである。そのためにはマーケティングの能力、商品開発の企画立案、デザインの知識、制作サイドの知識など幅広い知識

を要する。企業活動全体を把握し、商品企画とデザインの重要性を全体的に浸透させることである。また技術・技能を発揮するスタッフと営業スタッフの間に入り、コミュニケーションをスムーズにする。コーディネーターの備えるべき能力と役割として、以下が挙げられる。

- (イ) 様々な工芸作家、デザイナーの持ち味を知り尽くし、素晴らしい素材や技術を持っている企業と彼らを組み合わせ、商品を企画する能力を持つ
- (ロ) 企業活動全体を把握し、商品開発の重要性を全体的に浸透させる
- (ハ) 地域もしくは企業内で商品の開発プロセスおよび、システムを構築する
- (ニ) クライアントの要望を客観的に把握した上で商品開発のプロセスのシステム化をそれぞれのクライアントの特性に合わせて提示できる
- (ホ) 高級品、中級品、ローコストなセカンドブランドなど、戦略的に商品を開発し、商品の体系、ブランドの体系を構築する能力を持つ
- (ヘ) 一歩先のビジョンを常に提案でき戦略的な発想の元に商品開発を実行する能力を持つ
- (ト) 流通との幅広いコネクションを開拓し、地域及び企業の経営目標を達成する能力を持つ

(2)コーディネーター育成と資格制度:このようにコーディネーターは非常に高度な知識と経験を要するプロフェッションである。そのためコーディネーター育成の方法は、デザイン教育を終えた人々か、ビジネスマネジメントの教育を終えた人々を再教育する方策が適切と考える。このようなコーディネーターには資格制度の適用が重要である。それは、産業振興的な観点から、デザイン、生産、販売までの全行程をトータルにトラブルなくコーディネートする人材を特定、育成する必要があるからである。資格・認定制度はコーディネーターが必要最低限の知識、能力を有することを明確化することにより、デザイナー及び工芸家と企業の間において、相方の権利を守り、トラブルを未然に防ぎ商品開発を促進し、産業の活性化が図れるということにある。資格制度を持たせることにより、クライアント、デザイナー及び工芸作家、職人での様々な契約的条項や知的財産権を公平な立場で処理することができる。ビジネスマネジメントのプロとデザイナーがコーディネーターの職能を併せ持てば、それぞれのレベルアップにつながり産業の発展に大きく寄与するものと考えられる。

## 5) 人材育成への対応策

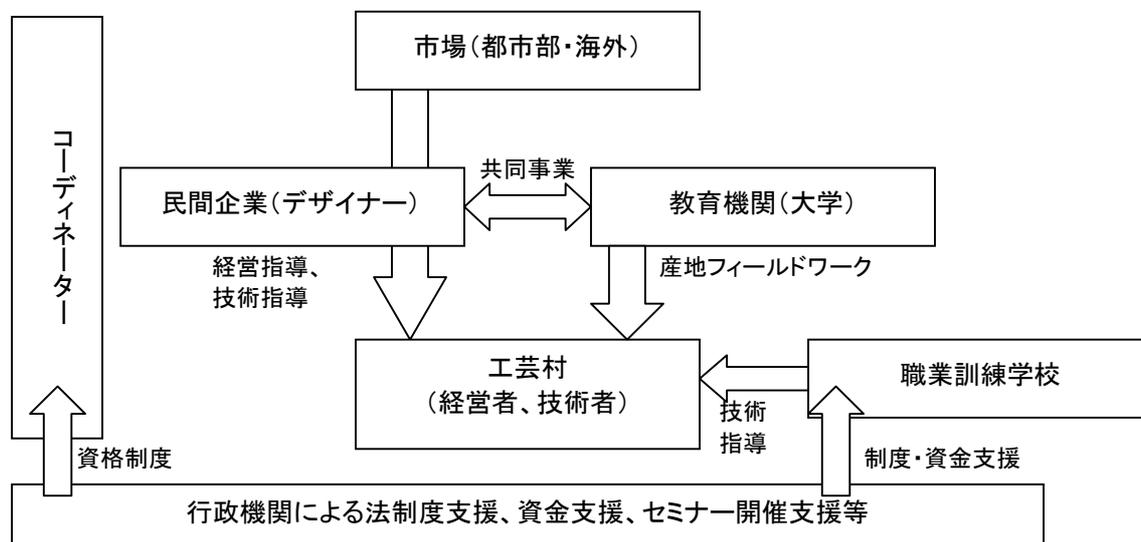
政府が積極的に支援をしている人材育成プログラムは主に生産技術や経営者など、専門的な分野に特化しており、工芸セクター振興に必要な人材とはなにか、という視点に欠けている。工芸振興に必要な人材とは、大別して下記の4分野にある。

- ① 優れた技術で製品をつくれる技術者
- ② 生産工程や品質を管理できる、優れた企業経営者
- ③ その製品を市場で売れるようにデザインや商品開発ができるデザイナー
- ④ 産地での生産から市場での販売までをマネジメントし、産地の工芸品と優れた人材をつなぐコーディネーター

これらの人材を育成するためには、都市部や民間企業、海外から優れた人材を招き、農村部

にそのノウハウを還元できるようなシステムや支援制度を政府が構築し、民間セクターや教育機関が産地振興の視点からその人材育成プログラムに積極的に参加できるような基盤整備を進める必要がある(図 6.9.2 参照)。

図 6.9.2 人材育成への対応策



出典: JICA 調査団作成

## 6.10 ビジネス・経営管理能力

### 1) 工芸関連企業における経営の実態

多くの企業はいまだ創業者が経営者の世代である。創業者経営者は開発、マーケティング、品質管理、資金管理といったすべての機能を直接管理しており、組織的機能分担がない。管理方法は経営者個人の経験に基づく直観的判断指示である。マネジメント機能の評価によると、マーケティングと財務会計が最も未成熟であった。財務会計管理はバスケット方式の現金出納を中心する資金管理が多く、財務諸表や諸活動の記帳は少ない。

つまり企業は、経営者が不在になると企業活動自体が機能停止する脆弱な構造にある。また会計を中心した記録や帳簿が存在せず、事実情報に基づく分析的な戦略意思決定がなされない。経営者がビジネスの多様な側面に追われる一方で、権限委譲に基づく機能分化と専門管理者が育たない。有効な経営改善の手法は、経営者から下位者への権限委譲である。これによりマネジメント機能が向上し、特に製品開発と下請け管理に最も貢献することが出来る。

### 2) ビジネス・経営管理能力への対応策

まず、企業レベルでは、経営者自らが積極的に部下に権限委譲を行ない、自身は企業として火急に充実が必要な機能の整備に集中すること。これにより、経営者個人への依存体質の改善、管理者の育成、戦略的事項の優先実施が可能になる。

産業レベル、公的サービスとしては、二世の後継ぎ経営者層への近代的経営管理方法の教育を行なうこと、その内容では、マーケティングと財務会計、製品開発と外注下請け管理を重点とすることが必要である。反対に、輸出業者の育成等は短期的な販売増進には貢献するが、長期的には販売機能を外部依存している現体質を増長するだけで、マイナス効果となる。

## 6.11 労働環境

### 1) 一般的な工芸村の環境問題

工芸産業はベトナムで何世紀に渡って存在し、農家の人々の生活費の補助としての役割を努めてきた。村全体が類似品の生産活動に携わり、その製品が有名になる過程で、自然界が吸収、消化できないほどの排出が一カ所でされるために環境汚染がおこる。これら活動は既に個人レベルの労働環境、その周辺全体の環境の限界を既に超えているかもしれない。

従業者に与える環境問題は、主に大気汚染、騒音、有害な化学物質の扱いである。周辺環境に及ぼす公害は水質汚染、固形廃棄処理である(表 6.11.1 参照)。

表 6.11.1 家内工業によるリスクと環境への悪影響

品目	家内工業における健康や環境への影響
漆器	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 廃棄物処理</li> <li>・ 有毒煙吸入</li> </ul>
竹と籐	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 硫黄煙吸入</li> <li>・ 竹の生産工程中に生じる化学薬品汚水廃棄処理</li> </ul>
陶器	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 灰燼の吸入</li> <li>・ 石炭ガス</li> </ul>
刺繍	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 不十分な照明</li> </ul>
織物	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 蚕から糸を巻く作業に発生する悪臭</li> <li>・ 蚕を熱湯につける作業中に起因する事故</li> <li>・ 電動織機に起因する事故</li> <li>・ 機械から生じる騒音</li> <li>・ 脱色、染色作業で生じる化学薬品による汚水</li> </ul>
木工	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 木材から生じる埃の吸入</li> </ul>
石彫	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 石粉の吸入</li> <li>・ 機械から生じる騒音</li> </ul>
紙	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 脱色、染色作業で生じる化学薬品による汚水</li> </ul>
金属加工品	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 有毒ガスの吸入</li> <li>・ 有毒化学物資の皮膚からの吸収</li> <li>・ 金属粉の吸入</li> <li>・ 機械から生じる騒音</li> </ul>

出典: JICA 調査団作成

## 2) 工芸従事者への影響

一般的に工芸村の労働環境は悪く、特に狭小で無秩序な空間構成、居住空間と労働空間の混在、室内での機材や薬品等の使用により、工芸従事者の健康に与える影響も大きい。特に空気汚染と騒音の被害は深刻である。

- (イ) 空気汚染:家具及びその他の木材を使用する工業は、やすりで磨きや塗装作業の工程で大量の粉塵を発生する。漆、竹・籐、陶器、石彫、金属加工は粒子状物質及び化学煙を含んでおり、従業者が吸入することにより健康被害を及ぼす。スプレー塗装は大量のペンキや溶剤を消費し、廃棄物として処理される。技手はマスクを着用している様子が見られるが、埃の吸入を防ぐためのマスクで、溶剤の吸引を防ぐことが出来ない。材木産業でも大量の木くずを出すのにも関わらず、オペレーションの後に削りくずなどを定期的に掃く事は見受けられない。このような問題を対処するには、毎日の清掃作業と作業場の整理整頓により十分に改善が可能である。
- (ロ) 騒音:織物生産場や織機は周囲に悪影響を及ぼすほどの騒音を出す。織機の音を出さないようにする事は通常難しく、耳栓で保護する方法が最も一般的である。全従業者ではないものの、一部の従業者は耳栓をして作業している。

## 3) 職場での健康と安全管理

工芸生産工程における健康へのインパクトの関する事実に基づく情報はほとんどない。健康に及ぼす影響は立証されたものではなく、推測されたものである。しかしながら、どの工業においても危険な慣行が見受けられる。多くの作業場で基本的な安全対策に欠ける。織物作業所では、回転している織機の歯や大車がオペレーターにむき出しになっており、防御されていない。木工作業では丸ノコやかんなが放置されているなど、安全対策はされていない。

多くの体制的な従業者はPPE (Personal Protective Equipment, 身体防御用具)を着用していない。少なくともゴーグル、マスク、耳の防御用具を着用すべきである。化学薬品は目を保護することなく、又手袋も着用していない。多くの酸や脱色剤は危険な薬品として扱われるべきである。

## 4) 労働環境改善への対応策

工場廃液、騒音等の周辺への環境問題は現存しているが、見過ごされていることが多い。同様に、粉塵、苛酷な作業、安全、衛生環境等の工場内の労働環境も重要課題という認識が低い。これは、事業主、従業員とも、所得の向上が最も関心のある動機であり、環境への配慮や、労働安全衛生の充実を行なうメンタリティが育っていない。

労働環境整備と安全管理、そして労働災害のリスクを作業者に理解させることは経営者としての責任である。また製造業では、働きやすい作業環境が生産性や品質向上の基礎となることから、「5S」(職場の整理・整頓・清掃活動)の指導が徹底している。この取り組みによって、職

場自体や材料、工具をよい状態で管理する意識を高めることが出来る。企業や政府による労働環境改善の方法として、以下を挙げる。

- (イ) 安全管理チェックリストに基づき、企業内の安全管理レベルを継続的にチェックする
- (ロ) 5S活動を定着させる
- (ハ) 必要な PPE の着用を徹底させる<sup>1)</sup>
- (ニ) 企業の安全管理実施に関するモニタリングを実施する
- (ホ) 近隣農家との関係で、廃材、廃液、粉塵をどのように処理するかルール、ガイドラインを作成する
- (ヘ) 工業団地の整備と企業移転を進める<sup>2)</sup>
- (ト) 適切な労働環境と安全管理の認められた企業や工芸村を認定し、そこで生産される工芸品について認定マークを発行し、消費者に対する工芸品の品質保証とする

工芸品産業は手作業を中心に発展してきたが、近年では機械の導入や生産量の増加などにより、製造業として発展している工芸産業も見られるようになってきた。製造業の労働環境管理の経験を活用しながら、工芸産業に関わる労働環境の改善への取り組みが必要である。海外市場では、環境や安全への配慮の行き届いた製品を選んで購入する傾向が強くなっている。特に女性や子供の従事者が多い工芸産業は、労働環境改善を徹底することで、生産性の向上だけでなく、製品の品質向上や、その取り組みそのものを製品の付加価値とすることが出来る。まずは政府や関係機関が労働環境に対する課題を工芸関係者(企業や工芸村)に呼びかけ、改善への取り組みに対する優遇政策を図りつつ、意識を浸透させる必要がある。

## 6.12 金融・資金調達

### 1) ベトナムの地方金融制度の変遷

1986 年“ドイモイ政策”が発布される以前は、中央銀行が商業銀行の機能を備え一つの銀行で国家経済の全ての金融機能を担う単一銀行体制であった。1988 年に入って、中央銀行の役割を担うベトナム国立銀行(State Bank of Vietnam, SBV)と、国営商業銀行であるベトナム外国貿易銀行(Vietcombank, VCB)、ベトナム投資開発銀行(Bank for Investment and Development, BIDV)、ベトナム工商銀行(Industrial and Commercial Bank of Vietnam, ICBV)と、ベトナム農業銀行(Vietnam Bank for Agriculture, VBA)とに分割された。このうち ICBV は主に都市部における商業・製造業者を対象に、VBA は農村部を対象とした金融を担うとされた。1996 年、市場経済に向けて経済体制の移行が進む中、VBA は名称もベトナム農

---

<sup>1)</sup> 木工製造業における木工切断・切削工程、塗装工程、竹・籐製造業におけるニス塗り工程においては、適切な作業服やマスクの着用

<sup>2)</sup> 市街地の拡大、各工芸企業の事業規模の拡大、といった状況をうけて進められているが、そのスピードが遅い。これを迅速に行ない、企業の営業規模拡大に呼応して、インフラの整った移転先を提供し、そこでの公害防止対策と労働安全意識の啓蒙を行なうことが望ましい。

業農村開発銀行(Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development, VBARD)と改め、地方部への貸出を増加した。しかしながら、融資の対象を地方部としているものの、貸付先の大半は地方部の国営企業となっている。

1986年以前の農村部における金融は、信用組合(Credit Cooperative)が担っていたが、1990年代の二桁台のインフレーションと、金融引締め策を起因として倒産した。このため政府は、1993年に、この信用組合に替わるものとして、人民信用基金(People's Credit Fund – PCF)を設立し全国にその業務を拡大した。1995年当時の貸出残高を見ると、VBAの残高が全体の90%を占め、PCFのそれは10%に過ぎなかった。更に、政府は貧困削減等政府の政策実現を図るためベトナム社会政策銀行(Vietnam Bank for Social Policies – VBSP)、及び貧困層への貸付を行なうため貧困者銀行(Vietnam Bank for Poor)を設立し業務を開始させた。

## 2) 金融システムの現況

現在は、①農業農村開発銀行(VBARD)、②ベトナム社会政策銀行(VBSP)、③人民信用基金(PCF)、④地方合資銀行(Rural Joint-Stock Bank)(現在19支店)、⑤外資系銀行の5つが、地方部経済を対象にした金融業務を担っている。また、農村部の貧困層を対象にしているのは農業農村開発銀行と貧困者銀行(VBP)、人民信用基金である(表 6.12.1 参照)。

表 6.12.1 貧困層を対象とした金融機関

	ベトナム農業農村 開発銀行(VBARD)	ベトナム貧困者銀行 (VBP)	人民信用基金(PCF)
設立年	1990年 <sup>1)</sup>	1995年	1993年
設立目的	農民への融資	貧困層への融資 (VBARDの補完的役割)	家庭の貯蓄の増加、農民の生活向上のための生産の増加
活動内容	農業生産関連への融資、農業協同組合・国有企業への融資、農作業の技術指導	貧困層への低金利融資	組合員へ短期の運転資金の貸し付け
資金調達	政府補助、預金	政府補助、預金	ベトナム国立銀行からの資金補助、組合員の会費、預金

出典：慶應大学高梨研究室資料及びJBIC「農業農村開発セクター」に係るセクター調査をもとに、JICA調査団作成

1)1990年に農業銀行を設立し、1996年に農業開発銀行に改められた。

1996年から2000年の6年間でVBARD、VBSP、PCFの3行の合計貸出残高は4.6倍伸び92兆VND(約61億米ドル)に達した。このうちの85%がVBARDの貸出となっている。又、貸出条件の約60%は中長期ローンとなっている。貸出先の内訳で見ると、地方部全世帯の約55%が何らかの借入れを行っている。地域と金融機関の浸透度で相当な差異はあると思われるが、1世帯が二つ以上の金融機関から借入していると考えられる。この様に地方部での貸出額、借入者数は急速に増加している。

また、信用機関法(Law of Credit Institution)に基づかない、地方信用機関又は組織につい

て見ると、全国のコミュニケーションレベルで組織されてきた女性連合 (Vietnam Women's Union – WU - 1935 年設立) とベトナム農民連合 (Vietnam Farmer's Union – FU) が特に農村部での貧困世帯への融資を行っている。大衆組織に対する金融については下記の2種類の方式が一般的である。

- 1) 公式金融機関の代理人として金融の仲介をおこなう方式
- 2) 上記組織の自己資金又は NGO からの拠出金に基づき貸出業務を行なうと同時に預金を監督する方式

特に、国内外の NGO は、貧困層を対象にマイクロファイナンスを実施している。NGO は貧困層住民を組織し、生産等の技術支援を行ないつつ、基金を拠出又は公的金融機関の貸出業務を仲介している。いずれの方式にせよ、金融活動には制限があるだけでなく、貸出額にも限度がある。

### 3) 農業協同組合の信用貸出状況<sup>1)</sup>

多くの農業共同組合のうちで信用貸出を行っている組合の数は全体の 8% に止まっており、地理的にも中央高原と南部地域の北東部に限られている。この低い割合に止まっている理由は以下の4点である。

- 1) 農業協同組合法 (Law on Cooperatives) に信用供与に関する法が定められていない
- 2) 資本金が少なく信用供与を行なうほど潤沢ではない
- 3) 現金や組合員からの加入金が少ない
- 4) 貸出業務を行なう職員の能力が低い

将来的には以下の方法により充実した貸出機能を持つことは可能と考えられる。

- 1) 協同組合の組合員だけに貸出す
- 2) 貸出を受けた組合員は同時に一定の預金を行なう
- 3) 公式金融機関より借入し、組織的に生産活動を行なう組合員に又貸しする

しかし、これらを可能にするには地方部の経済環境、借入人の大部を占める農家、農村を基盤とする企業 (工芸村を含む) の特殊な状況・条件を勘案した金融システムの整備、十分な資金更に貸付業務に精通した人材の育成が前提条件となる。当初の段階では上記実行案の 3) の実施計画を作り、纏まった資金を公式金融機関から借入れて、計画の対象となる組合員に仲介者として貸付けるという方式の実施をすることによって経験を積むことが重要である。

### 4) 開発支援基金 (Development Supporting Fund)

---

<sup>1)</sup> 協同組合は、生産手段を共有し多くは加入・脱退の自由が保証されない生産協同組合と、生産手段を個別に所有する流通協同組合に大別される。政府は、農業合作社 (ドイモイ以前の農業合作社が党・政府の計画に従う国営企業生産協同組合) の経験に鑑み、流通協同組合を選択した。法律の中で、農協事業は、農業合作社を受け継ぐ灌漑や農業生産資材共同購入から、農産物の協同組合や加工 (農村工業) さらには地域に関わる諸活動をカバーしている (JICA 農協専門家作成資料による)。

この基金は1999年6月に開設され、2000年に業務を開始した政府直属の機関であり、国営企業を含む重要工業や基礎インフラストラクチャ整備に対する中長期金融を行なう役割を担っている。他に、この基金は利息補助、信用保証及び短期輸出金融も行っている。同基金の地方部における金融の対象は、主に農産品、林産品、水産品の加工業に対する貸出しが主で、その貸出し残高は5兆ドン(約3億3千万ドル)に達している。短期輸出金融については延べ約1兆ドン(約6千6百万米ドル)が貸付けられている。

## 5) 貧困削減のための金融政策

ベトナム政府は貧困緩和を最重要課題として掲げており、貧困者を対象にした補助やクレジットスキーム、雇用創出のためのローン、緊急援助、職業技術訓練がベトナム政府による貧困削減プログラムとして行われている。農村金融の促進は、農村に住む女性達のエンパワーメントからも達成可能とされ、政府機関であるベトナム国立銀行は、貧困層に低金利かつ無担保で信用貸し付けを行なうマイクロファイナンスを実施するなど、農村への金融システムの導入は貧困緩和プログラムに盛り込まれることとなった。

農村部のコミュニンの内部構造は、伝統的な互助思想と社会主義的な平等主義が併存しており、ベトナム農村社会では「均質な共同体の平等主義や互助精神」が豊かであるといえる。そのため、社会的弱者を排除しない社会関係を最大限に活用しながら、農村経済を活性化させるための手段として、マイクロファイナンスという小口金融制度に注目があつたといえる。マイクロファイナンスプロジェクトは主に農村部の共同体(村単位)を対象としており、貧困を克服するための様々なプロジェクトを実施している(女性連合が実施している TYM プロジェクトの事例を表 6.12.2 に挙げる)。

表 6.12.2 女性連合によるマイクロファイナンス(TYM プロジェクト)

目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>家計の生活水準を上昇させるための貯蓄能力を身につけ、定期的に貯蓄するためのグループを結成する。</li> <li>女性達が生産活動に参加し、自らの収入を上昇させるための技術や知恵を習得する。</li> <li>これらの活動を通じて、農村家計における生産活動、経済活動、女性の地位や生活水準の向上を目指す。</li> </ul>
融資対象者	<ul style="list-style-type: none"> <li>50%以上の人口が貧困者と認定された地域(現在ハノイ、ビンフック、フンイェン、ナムディン、ゲアン省内の47地域に385のセンター)</li> <li>メンバーは平均月収が7万 VND 以下、家計の総資産価値が15百万 VND の条件を満たす貧困女性(2001年現在12,000人→2002年目標25,000人)</li> </ul>
活動組織と内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>各センターに30-40人のメンバーが所属し、5人組(最大8人組)の返済グループを結成</li> <li>20-200US\$の小口融資を、無担保で利子率2%/月で提供</li> <li>返済率は99.74%、返済金の延滞率は0.19%と低い</li> <li>ローンの種類は一般、季節、多目的、中期、特別と5種類あり(農業生産、緊急事態、家の修復等)、融資目的や参加年数によって決められる</li> </ul>

参考:慶應大学高梨研究室作成資料

マイクロファイナンスを巡る権利・義務関係が明確でなかったことからマイクロファイナンスの拡大が阻害されてきていたが、現在アジア開発銀行(ADB)の支援によりマイクロファイナンスに関する法律の整備が進行中であり、その完成は2004年半ば頃を予定されている。マイクロファイナンスは、名前のとおり一件当たりの融資額が極めて小額で、借入人は貧困層に属している。借入人の経済運営能力が極めて限りがあることから、その融資については全面的に献身的な技術支援者がつきそっていないと回収はおぼつかないし、借入人の利益にも結びつかない。

このことから公的金融機関では、管理に要するコスト倒れが想定されるためマイクロファイナンスは殆どの場合 NGO が行っている。合計181ある NGO のうち52がマイクロファイナンスに関係している。ベトナムは他のアジア諸国と比較して NGO の活動はあまり活発ではない。良好な実績を残して来た、一部の海外 NGO はベトナムから撤退を始めている。実際のところ、VBARD、PCF、VBSP はその役割のため地方部を対象に活発に活動しており、全世帯数の半分以上がこれらの金融システムにアクセスしている。これは他の開発国では見られない程の高い割合である。このことが NGO によるマイクロファイナンスが伸びていない原因であるかも知れない。但し、NGO の数は少ないとはいえ、その質は高いと言われている。NGO の直接的な技術支援なしにマイクロファイナンスの実施は困難で、本来の貧困層に対する直接の金融は NGO 抜きには考えられないほどに NGO に対する期待は大きい。

## 6.13 流通

### 1) 原料から製品市場までの流通フロー

工芸品の流通においては、多様な商人や企業が、ヴェトナム国内においては原料生産から始まって、原料供給、工芸品生産、製品流通、輸出等まで、最終購買者の国においては輸入業者から始まって卸売り業者、小売業者等として製品流通フローのそれぞれの取引段階で関わっている。原材料生産段階から伝統的工芸品が海外市場の個人購買者に届くまでの典型的な流通経路を、竹・藤細工を例に図6.13.1の上段部に見られる流通フローに示す<sup>1)</sup>。

原料から製品に至る流通経路を通じて存在する仲介者の代理人、仲介者、取引業者等は、それぞれの流通フローの各部において製品取引を円滑にするために必要なように見える。しかしながら、この典型的な流通経路の連携はヴェトナムの地方部で生産される製品の流通経路を複雑にしている。特に製造者と取引業者間で近代的な方法での通信に必要な基礎的インフラストラクチャーが貧弱であったり、存在しないか開発途上というような場合に、確固とし健全な流通フローを創出するには仲介者、取引業者の代理人は重要な存在である。製造者と商人や取引業者間での必要な通信・交流とは、情報の流れとしての電気通信システムに限定されず、資金の流れとしての金融や銀行システムをも含む。

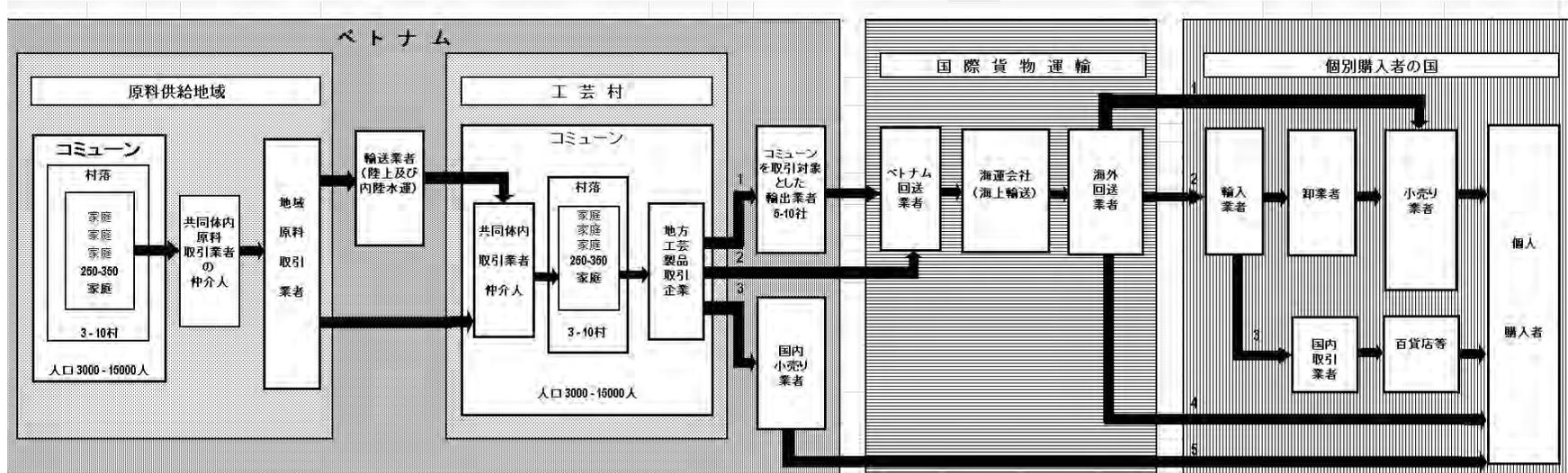
簡単な理論ではあるが、市場において製品の最終価格が上昇しなければ取引業者又はその

<sup>1)</sup> フロー図の下段はいくつかの仲介業者の介入を流通経路から除去した、簡素な流通フローを示している。

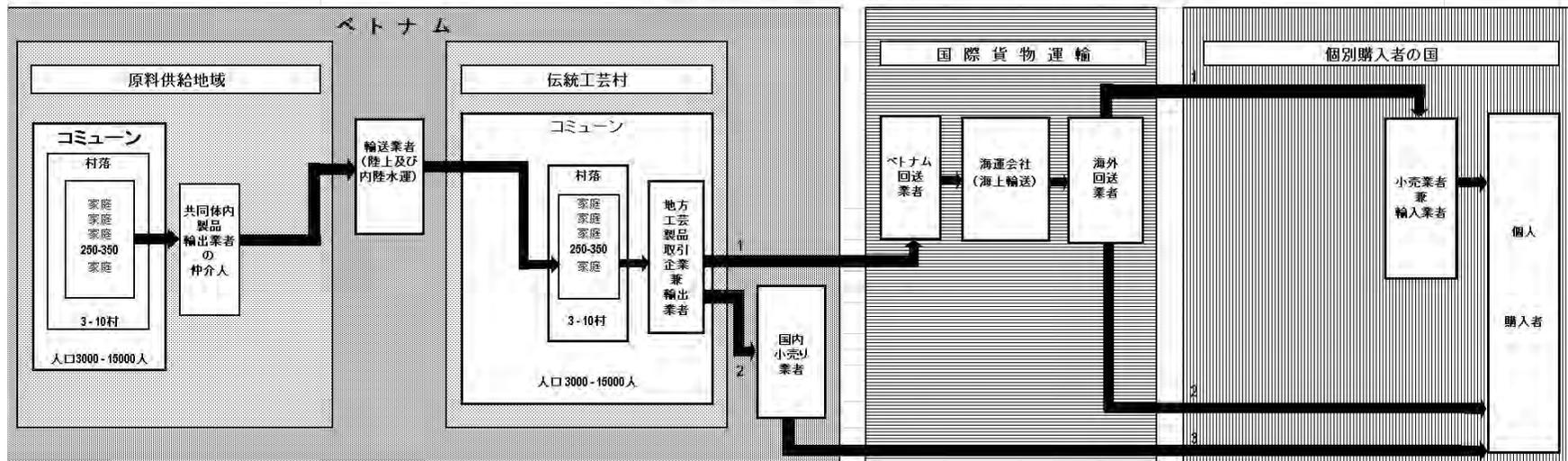
代理人の数が増えるに従い、原料生産者及び工芸品生産者の直接所得は減少する。もし原料生産者や工芸品生産者の直接所得を上昇させねばならないとするならば、仲介者、取引業者の代理人等の数を減らすか、又は市場での製品最終価格を上昇させねばならない。しかしながら、一つの製品の販売量が増加すると、時として仲介業者や仲介者の干渉する機会が増える。流通の全経路中の各段階での取引の連鎖に中間業者の介在する機会が減少すれば、製造段階での所得を増加させることが少しは可能となるかもしれない。しかし、仲介者や取引業者代理人の数の減少は、製造と製品販売から得る売上金の受領までの時間的な間隙を埋める適切な通信システムと金融システムの整備によって初めて可能となる。

以下工芸品の輸出(貿易)と、原料から国内市場までの国内流通について概観する。

図 6.13.1 原材料から市場供給までの工芸品の流通フロー(竹・籐製品を例として)



簡素化した概略流通経路



## 2) 貿易体制の現況

工芸品の輸出貿易の現況とその課題を理解するにはベトナムの貿易の歴史背景を把握する必要がある。ベトナムの貿易体制の大きな変化は、1986年のドイモイ政策発布を契機として起こったといえる。ベトナムの貿易の歴史は、大きく分けて3つの時代に分けることが出来る。

第一期 (南北統一以前):1945年の独立以来 1975年に南北ベトナムが統一されるまでの30年間である。この期間は独立と統一戦争の継続により戦乱が続き貿易の目的は旧ソ連、東欧諸国とのバーター決済と旧宗主国フランスを中心とするヨーロッパ諸国への輸出にあった。この期間に商品別の国営貿易会社が数社設立された。工芸品輸出の専門貿易会社として貿易省傘下に1956年 TOCON(被服、靴、工芸品主体)、1971年 BAROTEX(籐・竹細工等の工芸品専門)等が設立されている。

第二期 (ドイモイ政策発布まで):1975年の統一以降、1986年ドイモイ政策発布の年までの10年間は、旧ソ連のアジアにおける重要な衛星国家として旧ソ連、東欧諸国他とのバーター取引を中心とした、国営貿易会社が独占的・行政機関の使命としての貿易が行われていた。1986年ドイモイ政策の中心政策は経済の開放政策であり、積極的に国際市場を対象として外貨を決済手段とした国際的には通常の貿易の推進が政策的に進められたが、政策が現実化して実際に貿易の国際化が始まったのは1990年初頭と考えてよい。しかし1997年に貿易事業が全面的に私企業に開放されるまでは、殆どの貿易は国営貿易会社がその実務を担っていた。1986年、国営貿易会社は貿易省傘下だけでなく農業地方開発省傘下には SFOPRODEX(籐・竹製品専門)、やハノイ人民委員会傘下には HAPROXIMEX(工芸品他農産品輸出)が設立され、貿易は貿易省の専管事業では無くなってきた。

第三期(ドイモイ政策発布から現在まで):貿易が私企業に開放された1997年から第三期が始まり、現在に至っている。第三期の特徴的なことは、上述の国営貿易会社等公営企業からスピノフした貿易実務に経験を有する人材や、生産者と輸出者の仲立ちをしてきていた中間業者達、生産者そのものがいっせいに民間貿易会社を設立し、各々が専門とする商品の輸出業務を独自に開始した点にある。

このような歴史的な変遷をたどって来た貿易体制は、もともと資本が国営企業に集中していた経済体制にあって、新たに民間企業として設立された貿易会社の資本は限られている。現在では既に1,000社を超えたと推定されている殆どの民間貿易会社はスタッフ数が10 - 20人と小規模で、その年間売り上げもUS\$0.3からUS\$0.5百万ドルと小さく、いわゆる小企業の範疇に入る企業である。最近のデータでは主要なSOE貿易会社約10社の工芸品輸出額は総額約US\$40 - 50百万ドルで、工芸品輸出総額の約20%を占めるに過ぎず、正確なデータは存在しないが1,000社近い民間貿易会社が残りの80%を取り扱っていると推計する。過去5か年で突如として伸びた輸出額、それに並行して雨後の竹の子のように急激に増えた貿易会社は、既に不要な価格競争で契約を獲得した末に、納期が守れない、品質管理が行き届かない等

によって契約破棄等の問題を引き起こしつつある。

### 3) 貿易ビジネス実務

ベトナムが経験してきた国際貿易実務は基本的に旧ソビエト連邦の衛星諸国間のバーター貿易である。実質的に国際貿易又は海外の自由経済市場への輸出が始まったのはドイモイ政策の実施が開始された 1986 年からである。この時期まで伝統的工芸品を含むベトナム製品の輸出は旧ソ連とその衛星諸国に限られていたのである。殆どの国際貿易は90年代の中葉まで国営貿易公社によって取り扱われていた。このような大規模な国営貿易会社は主に原料や工業製品を扱っていた。多様な伝統工芸品の貿易量は小さいがこれらの貿易会社によってバーター貿易の一商品として扱われていた。

自由市場適応政策が実施されて以来、このような国営貿易会社は多様な工業繊維製品と共に本格的に伝統工芸品の取り扱いを始めた。しかしながら伝統工芸品の輸出は規模が小さく、比較的小さな利益しかない割には大型の貿易と同等の、又はそれ以上の洗練された交渉技術を必要とする。このことから、このような小規模ビジネスは小型の貿易会社が取り扱うように決定された。

国際貿易を取り扱う技術を修得するには日がかかる、このような小型でありながら繊細な商品の貿易においては、その特殊性(工業規格、標準仕様、国際等級等が存在しない)から特に時間がかかる。輸出ビジネス実務は実際の仕事を2～3年行ないながらの訓練を通じてしか得ることができない。ビジネス交渉、製造と船積みに必要な技術を学ぶ最善の方法は実際のビジネスを通じてでしかない。ビジネスの試行錯誤なしに国際貿易、ビジネスの真のセンスを学ぶことは困難であろう。

小型の民間貿易会社の育成と促進を通じた伝統工芸品輸出の持続的な拡大を図るためには、それらの輸出業者のビジネスを円滑にし、リスクを軽減するための制度金融、輸出保険システム構築等の適切な整備を要し、それらの制度整備が政府関連機関の主要な役割となるべきであろう。

### 4) 工芸品の国内流通システム

工芸品が生産地である工芸村から最終市場である国内外のマーケットで販売されるまでには、様々なプレイヤーが存在する。図 6.13.2～6.13.4 にハタイ省での竹、藤、絹の原料から製品にいたるまでの流通経路と流通関係者のフローの概念を示す。

図 6.13.2 ハタイ省における竹製品の流通フロー

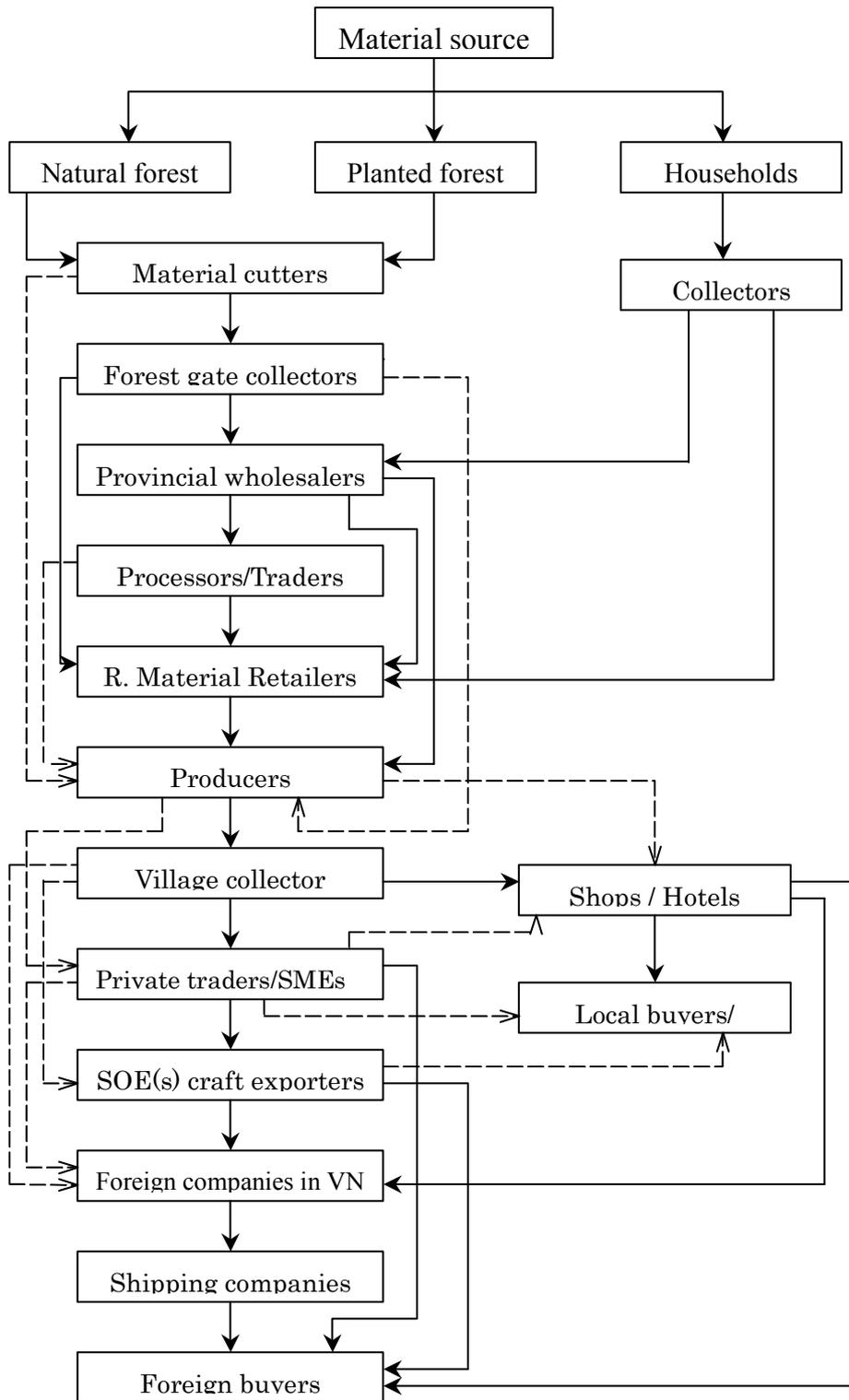


図 6.13.3 ハタイ省における藤製品の流通フロー

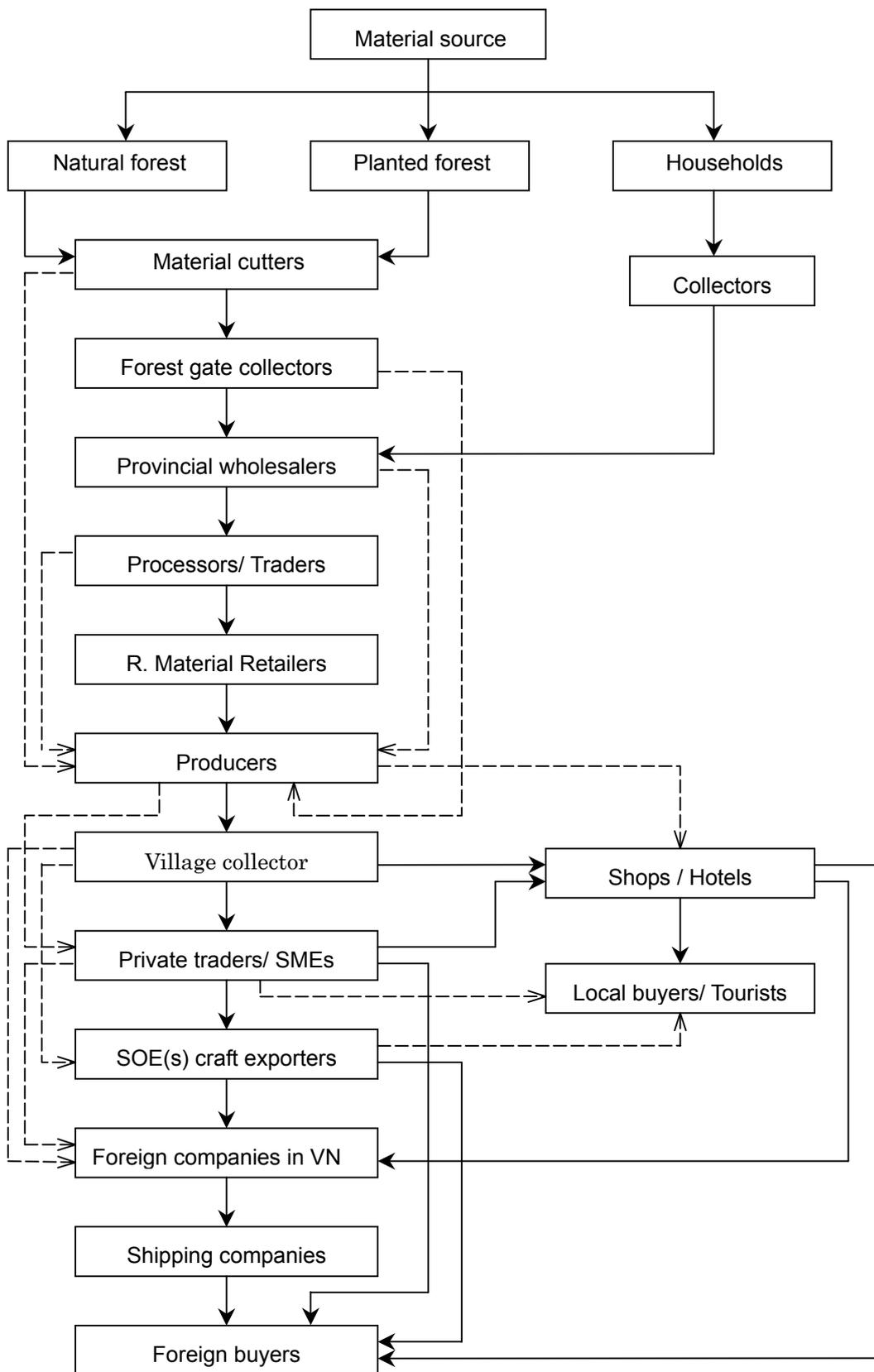
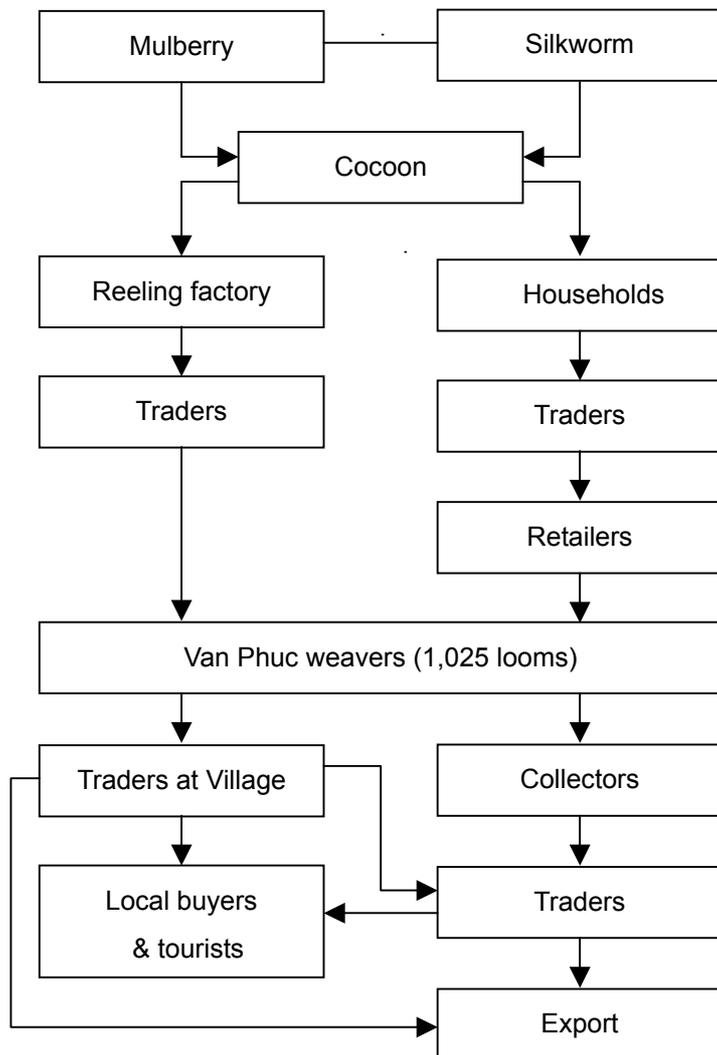


図 6.13.4 ハタイ省における絹製品の流通フロー



これらの関係者の役割と、各流通経路間でのコストの変化を表 6.13.1 に示す。

表 6.13.1 竹・籐製品の流通に関わる関係者と役割

関係者	役割
原材料採取業者	原材料供給地に住んでいる農民が、自らの手で原材料を採取している。法的には 10-40% の特別税納税義務があるが彼らは払わないことが大半である。販売価格は籐 VND3,000/kg、竹 VND2,000/pc 程度である。
森林原材料回収業者	森林の近隣に住み、採取業者が採取した原材料を回収する。販売価格は籐 VND4,000/kg、竹 VND3,000/pc 程度である。
省の原材料卸業者	多地域の回収業者とネットワークを持ち、地元政府との関係も良好で、豊富な資金を有する。流通業者や加工業者からの注文を受けてから購入する。マージンは約 20%、販売価格は籐 VND4,800/kg 程度である。
原材料加工業者/流通業者	工芸生産者に販売するために、原材料を加工する。ここでの加工技術が原材料の品質を決めるが、その加工技術は経験に基づくだけで、また生産者からのフィードバックもないために、改良されることはまれである。利幅は約 15%、販売価格は籐 VND7,500/kg 程度である。
原材料小売業者	加工業者から生産者に直接販売するだけでなく、間に小売業者が入ることがある。工芸村内で、原材料流通販売の仲介を行なう。最近では原材料は民間の工芸流通業者、生産業者や輸出業者によって生産者に直接供給されることが増えたため、このような小売業者は減ってきている。利幅は約 10%前後、販売価格は籐 VND8,200/kg 程度である。
生産者	工芸村内で企業の下請けとして工芸品を製作している家内工業世帯である。農業との兼業が多く、農繁期 <sup>1)</sup> には工芸生産の効率が悪い。最近の一部工程だけを担う分業体制が増えている。価格設定は流通業者や回収業者が行なうため、非常に低い賃金 (VND10,000/日) で従事している。そのため製品の品質についてほとんど管理がなされていない。
工芸品回収業者	流通業者と生産者の仲介役として、製品の最終化(仕上げ工程、品質確認、梱包、搬送)を行なう。生産者グループのネットワークを持ち、大量注文にも納期内の対応が出来る。流通業者に対してだけでなく、都市部のショップや国営企業、民間企業にも直接供給している。しかし商品や市場に関する知識は限られている。利幅は約 7-15%である。
民間流通業者	昔は協同組合や国営企業が中心であったが、近年は民間流通業者が増えている。消費者からの注文を受け、生産に関わる資金調整、施品の最終管理(品質検査、梱包等)、発送、支払いと、流通・生産関係者のなかで最もリスクを負いながら業務を行っている。民間流通業者の数は急激に増えており、競争が激しくなっている。利幅は 15-50%程度である。
国営流通企業	民間流通業者とその機能は同じであるが、民間に比べて資本と規模が大きく、経験も豊富である。また国際展示会参加を通じたバイヤーとのネットワークが広い。利幅は民間流通業者の価格に対して 5-10%程度、又は回収業者の価格に対して 10-15%程度である。
国内のショップ	ハノイや HCMC などの大都市に多く、ベトナム工芸品のマーケティングに欠かせない存在である。バイヤーの注文があるとすぐに工芸村の生産者や流通業者に注文生産して、納品後は店頭で並ぶことなく、直接納品を行なう。
ベトナム内の外国企業	民間流通業者や国営輸出業者を通じて工芸品を購入し、自国で販売している。ベトナムの流通業者に国際市場にあったデザインや品質を伝え、また国際市場への理解を深める存在として重要である。これらの企業の多くは流通業者で、販売によって利益を得ているが、ベトナム流通業者や国営輸出業者に生産への投資を図りたいとしている企業も多い。
船積み輸送業者	ベトナム輸出業者と海外バイヤーの仲介役として、税関申告や通関手続き、内陸輸送などを行なう。各業者がそれぞれに強い輸送ルートを確認している。
海外バイヤー	80年代はロシアや東欧諸国、95年以降は台湾や日本のバイヤーが中心となっている。販売予定の 3-6ヶ月前から流通業者にカタログや写真、デザインなどを渡して注文を行なう。

出典:北部ハタイ省での流通実態調査結果をもとに、JICA 調査団作成

1)北部は春(2月作付け、5月収穫)と夏(7月作付け、10月収穫)の二期作を行っている。

## 5) 市場での価格競争

ベトナム産伝統工芸品の生産量と販売量は過去5年間、前年比平均約 40%で劇的に増加したが、特に中国、タイ、インドネシア及びインドを含む他のアジア諸国の類似製品との国際市場に於ける価格競争が年々激しくなっている。国際市場におけるベトナム産伝統工芸品の競争力を高めるには、流通経路の合理化、デザインの改良及び開発、ビジネス実務の改善、伝統工芸品生産者の技術向上等様々な方策を必要とする。流通経路の合理化についてはベトナム産製品を競争力のある物とするため、又同時に原料生産段階から伝統工芸品生産までの生産者の適切な所得を確実にするためにも、原料から製品までの商品取引の簡素化、流通経路上での適切な市場価格決定メカニズムの構築が必要と考えられる。

## 6) 費用構造

原料生産から購買者によって支払われる最終価格の伝統工芸品製品の費用項目を図 6.13.1 に示す流通フローに従って明らかにした(表 6.13.2 参照)。確認された費用項目は概ねヴェトナム国内において原料生産から完成品の輸出までの範囲でかかる費用と、海外市場で輸入価格から購買者によって支払われる最終価格までの範囲でかかる費用とに区分されている。費用の観点から見た流通経路のそれぞれの区分に関連する現在のまたは予見される問題、同時に、これらの問題にたいするいくつかの解決策を示した。

ここで明確に示されているように、様々な費用削減又は費用の合理化策の提案は可能だが、個別に採用するのではなく、国レベルで全体として伝統工芸品の取引に関連したビジネス実務の改善を目的として計画されたプログラムなど、統合的な方策として採用されるべきである。

表 6.13.2 工芸品生産・物流費用の構造、問題と対応策

費用項目	問題	解決策(仮)
<b>A. 原料供給</b>		
1 工芸品生産に要する原料生産、生育及び集荷に関わる労賃	原料生産地域の労働者は遠隔地に居住し、低所得層に属している。	原料生産、生産、集荷、加工作業に関する所得の引き上げまたは適正収入の適応。
2 原料生産、生育及び集荷に要する諸器具等備品費	原料生産、生産、加工等の所要機材の不足	原料供給関連事業者の所得向上と金融支援の整備
3 初期処理に要する材料費(化学品等)	初期処理には時として高価な輸入物資又は危険な物資を要する。	当該経費の節減を図る初期処理に要する物資の現地生産及び環境対策の研究を要する。
4 原料の検品、品質検査に要する経費	初期処理又は原料の検品、等級化が行われていない。	原料の検品及び等級化を目的とした品質標準化を進める。
5 生産地から集荷地までの輸送費	多くの原料が工芸生産地から離れた地域で生産又は耕作されている。	農場-市場道路、地方道路等輸送インフラの改善
6 コミュニティ内の国内取引業者仲介人に対する口銭	コミュニティレベルの国内取引業者仲介者への口銭が不適。	原料耕作者、生産者と工芸品生産者の直接取引は同経費の削減につながるかもしれない。
7 地域を越える国内取引業者仲介人に対する口銭	地域レベルの国内取引業者仲介者への口銭が不適。	原料耕作者、生産者と工芸品生産者の直接取引は同経費の削減につながるかもしれない。
8 集荷地から仕向地(原料バイヤー)までの輸送費	多くの原料が工芸生産地から離れた地域で生産又は耕作されている。	農場-市場道路、地方道路等輸送インフラの改善
<b>B. 伝統工芸村</b>		
1 第二次処理に必要な材料費(化学品等)	初期処理には時として高価な輸入物資又は危険な物資を要する。	当該経費の節減を図る初期処理に要する物資の現地生産及び環境対策の研究を要する。
2 最終処理に必要な材料費(化学品等)	最終処理には時として高価な輸入物資又は危険な物資を要する。	当該経費の節減を図る最終処理に要する物資の現地生産及び環境対策の研究を要する。
3 工芸品生産に要する労賃	工芸品生産地域の労働者は遠隔地に居住し、低所得層に属している。	工芸品生産者に関する所得の引き上げまたは適正収入の適応。
4 電気代(電動駆動、光熱費等)	電力料金が低い。	工芸品生産者に対する適正電気料金の設定。
5 燃費(熱処理、熱加工、等)	燃料費が高い。	再生エネルギー又は低経費エネルギーシステムの利用による燃費節減を図る。
6 生産に要する工具、ジグ等の備品費	工芸品生産に要する機材工具等のコストが高い。	工芸品生産者に関する所得の引き上げまたは適正金融制度の整備。
7 梱包費	梱包材料の遠隔地からの輸送を要する。	現地供給可能な最終製品梱包材の開発研究。
8 蔵料	倉庫敷金	生産納入スケジュールを注意深く計画し倉庫敷金を管理する。
9 取引関連一般経費(書類作成費、会計等)	貿易実務経験者又は訓練を受けた専門職員の労賃が高い。	貿易実務の実習訓練を適切に計画し同経費の低減を図る。
10 生産地から船積み倉庫(船積地)までの輸送費	多くの工芸品は商港から離れた遠隔地で生産されている。	農場-市場道路、地方道路、等輸送インフラの改善を図る。
11 つなぎ金融経費(3ヶ月程度)	つなぎ融資の銀行金利が高い及び返済保証条件が厳しい。	工芸生産者の必要とする融資に対する特定低金利、長期融資条件を整備する。
<b>C. 輸出業者</b>		
1 一般経費	いくつかの貿易会社は一般管理担当人員を多く抱え過ぎている。	組織の改編、合理化による一般管理経費の低減を図ることが必要かもしれない。
2 蔵料	蔵料が高い。	生産及び納入スケジュールの注意深い計画による同蔵料の低減を図る。
3 陸上交通費	輸送コストが高い。	輸送コストの合理化が必要であるかも知れない。共同輸送は輸送コストを引き下げるかも知れない。
4 蔵料、回送費	回送経費が高い。	回送業者間での適正な競争が同コストの低減をもたらすかも知れない。
5 海上保険費	海上保険料が高い。	回送業者間での適正な競争が同コストの低減をもたらすかも知れない。
6 海上輸送費	海上輸送費が高い。	輸出港から最終仕向地までの直接輸送サービスを整備する。コンテナ化を促進する。
7 輸出関連書類作成費	輸出関連書類整備費が高い。	書類整備、通関等税関に於ける必要諸経費の低減。
8 銀行諸掛かり(信用状現金化、等)	銀行諸掛かりが高い。	少額貿易取引に関わる銀行手数料を引き下げる必要又は貿易量にみあった手数料にする合理化を進める。
9 つなぎ金融経費(3ヶ月程度)	つなぎ融資の銀行金利が高い及び返済保証条件が厳しい。	特定低金利、長期融資及び小規模輸出業者に対する金融支援が必要。
10 粗利益	輸出業者の粗利益が高すぎる。	適正市場の開発及び適切な利益獲得を行う。

出典: JICA 調査団作成

## 7) フェアトレード

フェアトレードの概念は近年広く知られるようになってきた。フェアトレードとは選択され個別化された生産集団と、個別化された小売業者集団又は個別の企業とが作り上げた直接的に貿易を行なうリンクを通じて製品の国際取引を行なう貿易形態という意味である。フェアトレードは複雑な間接貿易のチャンネルを利用しないために、取引規模は小規模ビジネスの範疇に入るが、個別化したバイヤーと契約された製品の製造者は、生産国内とバイヤーの国内で仲介者達にかかるコストの除去によって、比較的高い収入を得る機会を多く持つこととなる。

適正で公正な取引という基盤に立ち、生産者とバイヤーにだけによって構成される限定された数の企業が得るべき利益を分配することが出来るので、この貿易形式をフェアトレードと称している。このような直接貿易システムによる貿易量は未だ最小限であるが、この傾向は世界全体で急速に拡大しており、特に開発途上国と工業先進国間での国際貿易での傾向を作りつつある。この形式による貿易の可能性は、取引一件あたりの貿易量が小さく市場区分が限定していることから、ベトナムにおいて特に少数民族グループのために活発に活動している NGO によって開拓することが可能である。

## 8) 流通経路別の問題点

原料と製品の国内流通については竹・籐製品、木工品、絹製品の3品目について、北部ハタイ省、中部クアンナム省、北部山岳地帯ラオカイ省の3省で実施した流通システムの実態調査から得られた情報から類推し原料及び製品の流通上の問題点が明らかになった。

- (イ) 原料資源の貯蔵状況:原料不足を理由として原料価格は不断に上昇しており、製品コストを押し上げているが、原料資源量、栽培地、産地等の情報が乏しく、整理されていないことから、購買者は適切な情報に等しくアクセスできないため、資源の貯蔵状況がつかめず、原料の栽培、再生、生産管理が効率的でないだけでなく、原料供給者の唱える価格が原料市場を支配していても対応策が打てない。
- (ロ) 原材料の栽培、生産管理:多くの工芸品の原料は自然の産物であるか、栽培されている換金農産物である。自然資源から採取される原料については、需要の増加に伴い無計画な乱伐が行われ森林資源等の自然環境破壊が進む一方で価格の上昇が続いている。原料の適切な栽培方法、伐採方法等の技術的情報の不備が自然資源の破壊を促進している。
- (ハ) 原材料一次処理:工芸品の原料の殆どは、乾燥、害虫駆除等の一次処理が施される。この処理の段階で原料の等級付け等のシステムが存在すれば供給者と購買者との価格交渉他流通の効率はあがると考えられるが、現在はそのような等級システムが存在せず、売り手、買い手間の経験と勘に頼っているため、品質が常に不安定となっている。
- (ニ) 流通関連業者:原料の供給地と需要地である工芸村の距離が離れば離れるほど流通経路上に多くの流通関連業者が関連し、それぞれの業者の規模は小規模で整理されておらず、流通経路を複雑にするとともに、中間マージンを押し上げ、全体として原料価格

ひいては製品コストを押し上げ価格競争力を減じているほか、品質管理等に関する情報が乏しく原料段階ですでに品質が不揃い、不安定になっている。

## 9) 流通に関わる対応策

- (イ) 輸出金融: 輸出業者は工芸村への原料供給段階、原料処理段階、工芸品製品発注、集荷、船積み等一連の流通経路全般に関わるケースもある。輸出業者は商売、貿易実務能力だけでなく金融力、市場開拓能力を持ち合わせている。多くの流通経路のなかでは契約に基づいて前途金の支払い、材料の先行的な仕入れ等商業金融を必要とする場面も多い。大多数の小規模貿易企業の輸出関連金融需要を制度的に支援することが可能な金融制度の確立が急務である。輸出奨励を目的とする金融制度は存在するが、小規模で、回転の速い資金需要に即応できるシステムとするよう改善せねばならない。
- (ロ) 情報整理・分析・開示: 原料の貯存量、栽培地、価格、品質、取り扱い業者等原料供給に関わる情報、国際市場、国内市場、デザイン、競争力等工芸品生産と販売に関わる情報等を一堂に収集、整理し、関連企業、個人が自由にアクセスできる情報センターを戦略的に配置する。
- (ハ) 流通経路の簡素化: 流通に関わる業種別業種で合理化できる部分については可能な限り合理化し、仲介的な業務の必要性を可能な限り減らす。資金力の豊富な業種・業者が異なる業種・業者を統合することも考えられる。
- (ニ) 適正市場価格: 全ての商品は適正な市場が決定する価格であることが望ましい。市場メカニズムがある程度の規模で働くためには、卸売り制度、競り市、オークションプレースの設立が必要となろう。複数の原料、材料供給者と複数の需要家が相対で商品を目の前にして取引価格を決めるというプロセスを通じて適正市場価格が決定されれば、購買者と供給者間でのコストに関わる不信感、不信感による連携・共同・強力な阻害が解消されよう。
- (ホ) 情報交換・アクセス: 上述の商品取引所のような“場”、IT を利用した場、同業者組合の定期会合等々の機会を活用し、原料、生産、販売、市場開発等に関わる情報を共有し、相互にアクセスする場を数多く用意し情報の密度をたかめることによって、各業種に携わる意思決定者が円滑で有効な判断を下せるようなシステムを構築する。
- (ヘ) 品質規格の制定: 原料から始まって一次加工品、二次加工品の段階での品質等級がそれぞれの品目について認定されていない。材料の選別は、技能者の経験と勘にたよるところが多い。品質規格を制定することにより、情報交換、情報アクセス、商取引の円滑化が促進される。

## 6.14 マーケティング

### 1) マーケティングに対する認識

マーケティングの基本は、国内外の市場から評価され、売れるものづくりができるようになるためには、どのようなアプローチを取ればよいかを考えるプロセスである。しかしこのマーケティングの意義とプロセスが、ベトナムの工芸関係者には十分に理解されていない。この要因は、産地である工芸村と消費地である主に海外市場が非常に離れており、産地の人々は工芸品の販売先や使われ方を知らないこと、また中小・零細企業は、現在の市場人気だけを見て生産を行なうことが多く、その商品の将来性や、他地域との競争（価格や品質）に対する意識が未だに低い場合が多い。

マッピング調査結果からも、「マーケット情報不足」は8割以上のコミュニオンが問題意識を持っており、またデザイン・価格・品質に関する情報も、「独力による」または「民間流通業者」がそれぞれ3割を占める。

このように、マーケティングの重要な要素である市場に関する情報提供における民間流通業者の役割は大きいといえるが、彼らは商品取引の仲介役にとどまっており、BDS プロバイダーとしての認識は低く、またその能力にも欠けている。

### 2) マーケティングの要素

市場で売れる製品を作るためには、良い製品を作るための技術と品質はもちろんのこと、消費者に効果的に伝えるための宣伝広告（プロモーション）、流通対策、価格対策、環境対策など総合的なアプローチが必要になる。マーケティングに最も重要な要素としては以下が挙げられる。

- (イ) 製品の開発、技術:どのような製品を提供すべきか(製品戦略)
- (ロ) プロモーション:どのような宣伝、販売を実施すべきか(プロモーション戦略)
- (ハ) 流通チャンネル:どのルートにそのように製品を流すべきか(流通戦略)
- (ニ) 価格対策:どのような価格政策が適切か(価格戦略)
- (ホ) その他環境問題や社会的責任に関する問題
- (ヘ) 情報収集と市場ニーズの把握
- (ト) 生産プロセス全体のコーディネート

マーケティングに関わる人材にはこれらの要素を全体として把握し、コーディネートする必要があるため、外部からの情報に敏感であり、信頼性があり、かつ専門的な能力が求められる。

産地にとって将来望むべき姿は、地場産業としての工芸生産に関わる工芸村の経営者たちがマーケティング能力を身につけ、自分たちで市場開拓出来るようになることであろう。しかし現在の受注生産や下請けを中心とした生産体制では、生産者である工芸村の人々が自らマーケティングを行なえる環境はほとんど存在しない。

そのため現在のベトナム工芸セクターにおいて、マーケティングに関わることの出来る人材は都市部の民間企業やショップオーナー、または外国人デザイナーなどに限られているといえる。マーケティングは理論よりも実践が必要であり、まずは工芸産業をリードしている経験豊富な人材からそのノウハウを享受できるような人材育成と実践のシステムが必要である。そしてこのようなマーケティング能力を持った人材が産地に出向き、BDS プロバイダーとして、また産地の指導者として、そして仲介業者としてビジネスにも関わることによって初めて、先に述べた将来望むべき姿、すなわち工芸村自らが自らの工芸品を武器に市場開拓を始めることが出来る。

### 3) マーケティングの対応策

商品開発プロセスとしてのマーケティングは、都市部の民間企業など、市場に近く、適切な人材が多い地域で進められるべきである。それらの地域や人材が牽引役となり、地方部、農村の工芸村にそのノウハウを伝授するような仕組みづくりが必要であり、そのために行政機関は今からその環境整備に努める必要がある。また、工芸村においても、将来自分たちが市場に直接アクセスした際に、十分にそのニーズに対応できる能力を、今の段階から身につけておくことが望ましい。さらにこのプロセスには、行政(特に産地に近い省政府)、民間企業、教育機関、海外バイヤーなどが相互に関わり合い、市場に対応したもののづくりが将来的に農村部でも可能になるよう、協力体制を築いていく必要がある(表 6.14.1 参照)。

表 6.14.1 マーケティングの対応策

マーケティングの要素		活動内容	実施体制
製品戦略	市場ニーズの把握	・ 消費者ニーズ調査	行政または産業界による実施
	地域資源の活用による地場での商品開発	・ 専門家による産地での商品開発指導 ・ 伝統工芸の技法による提案性のある新しい商品の展示、販売	行政による専門家派遣、民間主導
プロモーション戦略	工芸品のプロモーションやマーケティングの場の提供	・ 工芸センター(アンテナショップ)の設置 ・ 見本市の開催や海外の見本市に参加する企業に対する財政支援	行政支援
	工芸の日常生活や一般層への普及	・ 産地での体験工房やデザインセミナー、都市部での産地交流会の開催 ・ 工芸の情報雑誌の刊行	行政支援と民間による実施
	優れた技術者やデザイナーの育成	・ 工芸デザインコンペティションの開催 ・ 海外との技術交換留学制度、産地交流 ・ マスターアルティザンの認定と市場開拓支援	行政支援と民間による実施 行政支援

出典:JICA 調査団作成

## 6.15 観光とのリンケージ

### 1) ベトナムの観光産業

ベトナムの2001年の外国人観光客は233万人で、国内観光客は1,170万人と、観光客の増

加が挙げられている<sup>1)</sup>。こうした観光客が消費する額はかなり高く、とりわけ外国人観光客は、かなり高い消費単価を示し、世界観光機関(WTO)の資料によれば、1998年に南アジアを訪れた外国人観光客の一人当たりの消費単価は844US\$となっており、単純にこれをベトナムにあてはめると、外国人観光客がベトナムで消費した額は、1,967百万US\$という額になる。このところの経済的発展はめざましく、今や東南アジアを代表する観光地となりつつある。

このような背景から、特に工芸振興の盛んな北部のハタイ省、また世界遺産が集積している中部のフエ省やホイアン(クアンナム省)では、工芸村を中心とした観光ルートの設定など、観光客をターゲットとした工芸村の開発が進んでいる。また、山岳地帯では、観光客相手の工芸品販売によって現金収入を得ている少数民族も多く、ベトナムにとって工芸は観光開発と非常に関連が深い産業である。

## 2) 土産品としての工芸製作

観光資源としての工芸品は、ターゲットとなる観光客の属性(国籍、年齢層など)とニーズの把握をした上で開発されることが望ましい。特に都市部の外国人観光客をターゲットにした場合、このような戦略の重要性は非常に高い。現状では、ハノイやHCMCを訪れた外国時に購買対象は特定のショップに偏っており、特に外国人デザイナーの経営による場合が多い。このようなショップは専用の工房と技術者を抱え、外国人の生活スタイルに適応した生活用品としての工芸品を中心に製作している。北部の工芸村で製作されている工芸品が、HCMCのショップでそのデザインと品質を変えて、高い値段で売られていることもしばしばである。

このように、土産品としての工芸品は販売される地域によってその姿や価値を変えることが常であり、これらの変化は工芸振興にプラスとマイナスの両方の影響を与えることに留意する必要がある(表 6.15.1 参照)。特に少数民族の地域では観光開発がもたらすマイナスの影響も大きいと考えられ、地域の意向を踏まえた注意深い計画の作成が求められる。

表 6.15.1 観光開発が工芸品製作に与える影響

	影響の内容
プラスの影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光地として注目を浴びることで地域の誇りが高まり、産地に伝統工芸品の復興や開発に取り組む意欲が生まれる。</li> <li>観光開発によって優れた技術を用いた伝統工芸品に、観光市場に向けた新しい可能性が生まれる。</li> <li>観光客相手の販売は生産者(特に収入の低い家内工業や少数民族)にとって直接の現金収入になりやすい。</li> <li>観光向けの工芸品開発の取り組みが、工芸製作の伝統と市場経済をつなぐ橋渡しになる。</li> </ul>
マイナスの影響	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場向けに開発されることにより、伝統の意義を失いやすい</li> <li>安い商品を求める観光客に向けて低品質の商品をつくるようになる</li> <li>生産者と観光地の中の仲介業者が利益を搾取していることがある</li> <li>観光用の需要が生産能力を上回ってしまうことがある</li> <li>価格競争に転じて、工芸品の品質が悪くなってしまう</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

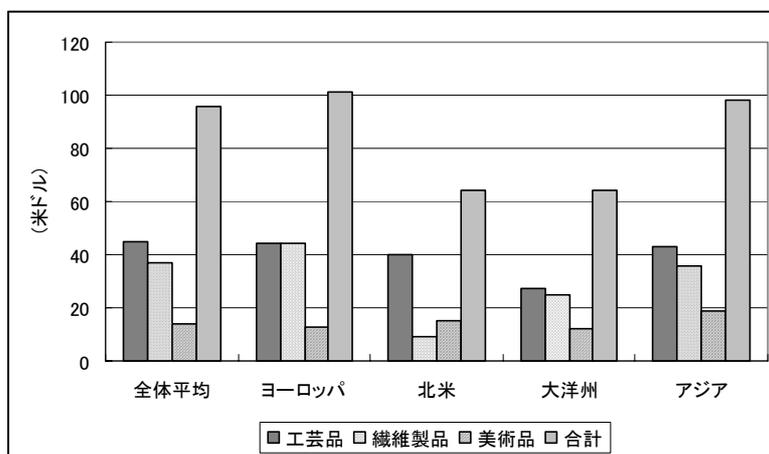
<sup>1)</sup> 「ベトナム ディスカバリー」Feb.2002 The Official Voice of The Vietnam Administration of Tourism

### 3) 外国人観光客の工芸品購買状況

観光客の工芸品購入及び工芸村訪問の動向を把握することを目的として、ハノイのノイバイ空港で外国人観光客へのインタビュー調査を実施した<sup>1)</sup>。調査結果の概要を以下に述べる。

- ・ベトナム国内で土産物を含む何らかの買い物をした調査訪問者数の全体調査訪問者数に占める割合は67%である。
- ・訪問客のベトナム国内で何らかの商品を購入したうち工芸品、繊維製品、美術工芸品の占める割合はそれぞれ23%、19%、17%である。また、訪問者1人当たりの平均商品購入金額は工芸品45米ドル、繊維製品37米ドル、美術品14米ドルであった。

図 6.15.1 地域別観光客の平均商品購入金額(米ドル/人)

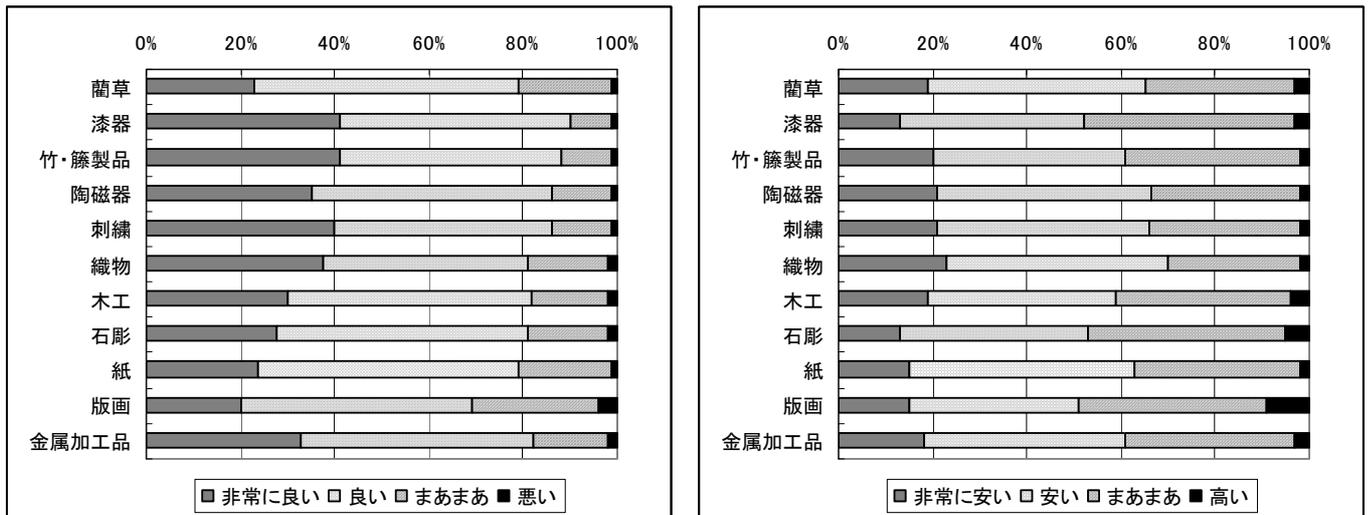


出典:観光客調査

- ・工芸村を訪問した観光客の割合は回答者の49%であった。地域別に見てみると同割合は、高い順から大洋州(55%)、ヨーロッパ(54%)、アジア(44%)、北米(25%)となっている。国別ではスペイン(86%)、オランダ(84%)、フランス(72%)、イタリア(69%)、オーストラリア(60%)となっており、ヨーロッパ地域からの観光客が工芸村に高い興味を持つことが明らかとなっている。逆に日本は28%と回答者の中で最も低いことが明らかになった。
- ・訪問した工芸村の内訳をみると、陶芸村を訪問するケースが最も多く(34%)、木彫村(29%)、刺繍村(25%)、石彫村(9%)、竹細工村(2%)の順になっている。代表的な場所を製品別にみると、陶芸村ではバッチャン60%、木彫ではホイアン65%、刺繍ではサパ44%、石彫ではダナン66%となっており、いずれも観光地として既に人気の高い地域である。
- ・工芸村を訪問した観光客による評価をみると、87%の訪問者が満足しているという結果が出ている。品質についてはかなり高い評価を受け、価格については適当で決して高くはないという評価を受けていると考えてよい(図 6.15.2 参照)。

<sup>1)</sup>国際観光客を対象にハノイ・ノイバイ空港出口にて、観光客の動向及び観光客の工芸品に対する意識調査を行ない、546票のサンプルを得た。

図 6.15.2 ベトナム工芸品の品質・価格に対する観光客の評価



出典:観光客調査

2002年の国際観光客入り込み数は約2.67百万人であった。一人当たりの工芸品、繊維製品、美術品購入額平均を本調査で分析した96米ドルであるとする、2002年では256百万米ドルと推定されるように、観光客に対する商品のマーケティングは極めて重要である。

訪問者数全体の約4割が工芸村を訪問しており、パッケージツアーに組み込まれているとしても極めてその占有率は高いことから、工芸村の持つ観光資源としての価値は極めて高いと言える。ただし、現在のところ特定の工芸村に訪問客は集中しているようであり、その多様化をさらに図る必要があると言える。

#### 4) 持続可能な観光開発への取り組み

ドイモイ政策以降、1990年では25万人であった観光客数は、2002年には260万人と飛躍的に伸びている。観光開発に対するベトナム政府の関心は非常に高く、特に僻地における貧しいコミュニティに対する社会環境開発を推進するために、ベトナム政府は観光の「社会化(socialization)」、すなわち観光による利益や収入をコミュニティに還元することを推進している。この概念を「地域密着型観光開発(Community-Based Tourism, CBT)」として、ネパール、インド、タイやインドネシアなどの近隣諸国で既に実践されてきた経験を活用し、貧困を解消し、持続可能な観光開発を推進しようとしている。

現在 CBT プロジェクトは、VNAT、SNV、IUCN と ITDR によって実施されている。ケーススタディ地域となったマイチャウ(Mai Chau, Hoa Binh)やサパ(Sapa, Lao Cai)は、少数民族の工芸村としても知名度が高い。また SNV はライチャウ省、ソンラー省での実施を予定しており、パイロットプロジェクトで対象としたナサン2村もその候補対象地域として検討されている。

特に僻地や少数民族のコミュニティにおいて、コミュニティ支援を通じた観光開発は必要不可欠であり、なかでも工芸開発は、収入向上や市場開拓のためのツールとして同時に進められ

ることが望ましい。

## 5) 工芸産地としての魅力

一般的に観光客は、イ)産地でより多くの地場産品を見つけられる、ロ)都市部より安く購入できる、ハ)工芸村の雰囲気を楽しみながら買い物ができる、ニ)製作現場の見学や工芸家との会話、製作体験が出来る、などの付加価値を求めて産地を訪問することが多い。しかしベトナムでは、工芸村を見学してもあまりこのような満足感を得られないことが多い。その要因はまだインフラの未整備など、観光地としての環境が整っていないこと、産地に行かなくても都市部の方が全国からより良い質の工芸品が集まっていることなど、産地を実際に訪問するメリットが存在していないからといえる。

産地としての魅力を高めるには、単に新しい商品を開発するだけでなく、工芸村の環境整備や、工芸に関わる人々の積極的な取り組み(例えば職人による製作現場案内)など、地域のエンパワーメントにつながるような包括的な開発手法が求められる。また、観光開発には地域特性を活かすことが不可欠であり、そのためには省政府が中心となり、省独自の文化や伝統を活かした工芸振興と観光開発に取り組む必要がある(表 6.15.2 参照)。

表 6.15.2 観光による工芸振興の対応策

振興策	具体的活動
工芸産地・企業のPR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ウェブサイトを通じた、ベトナム工芸の国内外へのアピール</li> <li>観光情報として、伝統的工芸村でのマスターアルティザンや工芸品の紹介、アクセス方法、疑似観光体験など</li> </ul>
工芸品店街の拡充	<ul style="list-style-type: none"> <li>古い町並みの中に工芸品店が集中しているエリアの“工芸店街”としての紹介(ハノイの旧市街地、ダナンの石彫店やフエの絵画・工芸店街など)</li> <li>骨董品店の集積エリアの「骨董街」としての紹介や骨董市の開催</li> </ul>
優秀工芸品展示館の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>優れた工芸品を一堂に集め、展示・販売する施設</li> <li>バイヤーとのマッチングセンターや技術研修センターの整備</li> <li>地元工芸品を使った郷土料理を提供する“生活提案型”のレストランの建設</li> <li>大都市、都市周辺部、空港のターミナル等、交通利便性の高い位置が望ましい</li> </ul>
工芸企業見学の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>大規模な工芸品工場を産業観光の対象とした、購買者層による工場見学ツアーの開催</li> </ul>
工芸産地見学ルートの整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホーチミン市やハノイなどの大都市や、Hue、Hoi An、My Son など世界文化遺産登録地の周遊に併せた、工芸産地や工芸品店街を巡るツアーのためのルート設定</li> <li>一大工芸集積地であるハタイ省における工芸ルートの設定(大都市近郊のメリットを活かした、ハノイでのハタイ省工芸品販売と、ハタイ省の製作現場訪問)</li> <li>工芸村での工芸職人の製作風景の見学、直売、製作体験(工芸村を歩いて周遊できることが基本となる)</li> </ul>
新規工芸村の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>一箇所に複数の本格的な工芸工房を集めた工芸村の整備(Hoi An の古い街の家の一部に工芸品を売る店や製作工房が入った“工芸村”の形成)</li> <li>山間部での伝統的な民家群の整備と併せ、1棟毎に異なる工芸品を生産する工房をおさめた工芸村の整備(アンテナショップ機能を持たせ、複合的な地域波及効果も期待できる)</li> </ul>
村の市場の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>地方の小さな集落における工芸業の振興策として、工芸品とその他の産品を両方扱う小さな店(市場)の整備(工芸品振興の研修施設等を付帯させ、観光客が訪れなくても機能する施設)</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

## 6.16 環境への影響

### 1) 工芸村での環境問題

工芸村は一般的に他の農村よりもインフラ整備が進んでいると言われている。しかし工芸産業が発展するにつれ、周辺環境に及ぼす影響は拡大し、今や工芸産業の環境問題は村内だけでなく、周辺地域との関係において検討されるべき重要課題となっている。特に水質汚染と固形物廃棄処理は優先すべき環境問題であるが、その現状は以下の通りである。

#### (イ)水質汚染

多くの工芸村は大量の汚水を出す。ベトナムでは大企業の工場のみが廃水処理設備を備えている。小さな村ではそのような施設はない。廃水は通常の排水溝に排出されている。村では雨水は地上排水によって処理される。工業廃水は地下パイプが使われ雨水とは分離される傾向が強い。しかしながら、これらパイプは小川に設置されている放水口につながっている。また、家庭から出される衛生汚水(トイレ)は各家庭に設置している浄化槽で処理されるか、もしくは直接川に放出されており、集積処理設備は存在しない。

主要な水質汚染の根元は竹、織物、印刷、紙の脱色や染色らの生産工程において排出される汚水である。多くの場合、毒々しい色の水で、排出された川では明らかに変色している。その汚水は酸素との溶解度が低く、BOD/COD 数値を高くする<sup>1)</sup>。塩分濃度は染色過程で使われる塩分と同じくらい高い事もある。高温で排出された汚水は、急速なプラントの増加につながり、多くの川がプラントによって覆われている。

#### (ロ)固形廃棄物処理

多くの工芸村では固形廃棄物の問題・ゴミの回収に関する問題を抱えている。食べ物、ビニール袋、紙、空き缶、がらくたなどの一般廃棄物は、排水口、水路、空き地に捨てられている。これらの廃棄物は多くの弊害をもたらす。詰まった排水口は雨が降ると水があふれる。淀んだ水は不衛生な状態になり、悪臭、ネズミやハエなどの病毒媒介動物、低い土地での水たまりの原因となる。又この汚水は帯水層に逆流し水供給の汚染を起こす可能性がある。不適切な廃水は多くの池で水草、プラントを発生させ、それらが腐ることで更なる水質問題をおこす。

固形廃棄物処理が行われ、組織化された回収が行われている場合でも、最終的な廃棄場所はない。ゴミ処理地は単に空き地でゴミが積まれている。これらは悪臭と病毒媒体動物を発生させる。

### 2) 廃棄物処理と処理施設設立の問題点

人口や産業規模が拡大している地域で、環境インフラが整備されていないことは大規模な公

<sup>1)</sup> BOD は Biochemical Oxygen Demand (生物化学的酸素要求量)、COD は Chemical Oxygen Demand (化学的酸素要求量)の略称である。

害問題をおこす。最も深刻な問題は廃棄物処理である。ベトナムは有効な廃棄物処理施設が存在せず、又埋め立て地も足りない。結果的に、生活及び工業廃棄物を含む固形及び廃水は処理されることなく排出されている。街の下水や衛生設備は整備されていない状態である。生活廃棄物の埋め立て地行きへの運搬が一般的な処理方法であるが、生活廃棄物の回収システムは、規則的ではなく有効に行われていない。また、都市部の埋め立て地は許容量の限界に急速に近づいている。下水や河への違法投棄は日常的に行われている。

主な問題は経済規模である。もし都市が大きな地方自治体の污水处理設備があり工業廃水がこれらシステムに適切な処理を事前にしてから通された場合、住居地で出される多様の廃水が工業用水を希釈することが出来る。もし地方自治体の污水处理設備がない場合、全ての責任(及び全ての財務費用)は工業である。家内工業にこれらのコストを全て負わせるのは現実的ではないものの、家内工業の集まり、集団で従事している場合であれば、共通施設を使用することにより、個々のコストをシェアできる。

多くの地域で、政府関係者は機械や生産工程を家庭外に出し、集中させようとしている。そうすれば特に家族が騒音や粉塵の吸入の問題を削減できる。しかしながら、従事者や污水处理など外部の問題は対処されない。新しい工業団地の計画は、污水处理施設を作る良い機会である。

固形廃棄物処理には、家庭での廃棄物回収と最終的な処理場である。いかなる回収システムも、道路アクセスが限られていれば機能しない。手押し車や適切な場所に設置されたゴミ置き場が効果的な対策であろう。特に廃棄部が出された段階で、分類することによってリサイクルしやすくなる。

最終的な処理場では、一般的に堆肥化、焼却もしくは埋め立ての対策のうち一つで対処できる。堆肥化は廃棄物を発生させた場所で分離作業が必要で時間がかかり、面倒な作業なため工芸産業には馴染みにくい。焼却は高額な設備、操作担当者の技術、燃料費がかかる。固形廃棄物処理は、埋め立てが最も費用効果が高い。しかし、単に廃棄しているだけでは不十分で、問題を一カ所に集積しているだけで、ハエ、病毒媒介動物、悪臭の問題を起こすだけではなく、水路へ汚染につながる可能性がある。埋め立て地は、自然沈下、もしくは掘られた場所に廃棄し毎日土をかぶせるべきである。

### 3) 持続可能な環境保護施設の管理

大規模工場の環境管理には政府の関心が高いが、中小または零細規模の工芸の家内工業には焦点があたっていない。例えば HCMC には 700 の大規模な工業が存在するが、2 万 5 千の工芸作業場があるとされている。また、工芸村の活動を強化することによって経済は拡大するが、廃棄処理計画なしでは長期的な環境問題も同時に進行する。持続可能な開発の原理にこれらの問題も含められなくてはならない。

持続可能な環境保護対策が取られない原因はコストである。廃棄処理場にはコストがかかり、

それを査定する必要がある。もしコストがその産業によって対応しきれない場合は、中央や省政府がその運営の一部を補助する必要がある。最小限にコストを抑えるには、適切な処理基準を設定し、適切な技術が選択されなくてはならない。高額な投資と高額な運営コスト、高い技術が必要とされる処理方法は適していない。廃水処理は天然の沼(ラグーン)、固形廃棄物には埋め立てを利用することが効果的である。

騒音については、その発生源である機械を調整するのは困難で高額な費用がかかり、機械を取り替える必要がある。耳栓のような保護用具の提供をするか、もし周辺に悪影響を与えていれば、作業場を住居地から離れたところに設置する方がより現実的な対応である。

#### 4) 環境評価基準設定の必要性

1994年にMOSTEとMOIにより、環境保護法が発行された。1999年にHCMC人民委員会は11項目からなる環境管理指針(Environment Management Guidelines)を発行した例を除いては、法によって批准された中央や省レベルの環境指針はない。

省レベルでは、DOSTEがその環境をモニターし、省政府と企業に対して提言をする必要がある。権限があるにも関わらず、実施できないのは、遵守させるとその企業の競争力低下につながるが見なされているからであるが、企業の信頼性や社会的貢献は企業にとって重要な経営戦略であり、環境保全に対する企業の取り組みが、将来的な競争力強化につながることを理解させる必要がある。

一般的に工芸産業は、生産工程において公害を引き起こしているという意識が非常に低い。現在MONEは、環境法を遵守しない場合には罰金を支払う仕組みを導入して、法律を遵守させようとしている。汚染物質の種類、課税額がその法案に取り込まれるだろう。またMONEは日々のゴミ回収も家庭に費用を負担させることを考慮している。また、NEA(National Environmental Agency)はMOSTEから分離した新しい機関である。まだプログラムを策定中で、紙のリサイクルによる水質汚染、銅屑からの空気汚染、竹・籐工業からの化学製品の扱いを優先的に対処することを考慮している。

多くの工業において、明確な汚染対策管理基準を設定する法律や規則がない事を認識しなくてはならない。数少ない基準は存在しても遵守されておらず、その基準が無視されていることがほとんどである。

中央政府は環境評価基準を設定し、省政府が地域産業にその基準を守らせる責任がある。しかし、これらの基準を施行するには、政府関係者や関係企業、工芸村の代表者などにより協議を重ね、費用も全ての関係者で合意の上で分担を行ない、一定の期間をかけて基準を満たしていくよう、段階的なアプローチをとる必要がある。

## 6.17 少数民族の支援

### 1) ベトナムの少数民族

少数民族は、ベトナム人口の14%を占めるに過ぎないが、貧困者に占める割合は29%に上るといわれている。少数民族の置かれている社会経済状況は、政府による貧困対策及び教育改善を目指した数々の政策にもかかわらず、依然として低く留まっている。少数民族の主な特徴は下記である。

- (イ) 教育水準が低く、多くが学校に行くことが出来ないため、文盲であったりベトナム語(多民族のキン族の言語)を理解できない
- (ロ) 地元コミュニティの外の世界を知らないため、市場の情報を得られない
- (ハ) 文化的・精神的な要素が経済活動に影響を及ぼす<sup>1)</sup>
- (ニ) 地元市場以外のバイヤーに接する機会がなく、経験もない
- (ホ) 原材料が枯渇したり、入手手段が限られてきている(草木染め用の植物、絹、い草など)
- (ヘ) 文化的価値の変化、市場経済化が進むにつれ、工芸製作が変化している

### 2) 少数民族の貧困と工芸振興

少数民族はその全てが貧困層であるわけではなく、最貧困層は中央高地などの僻地で、様々な要因によって土地を失いつつある少数民族である。このような最貧困層に、工芸開発による収入向上という目標を達成することは困難である。少数民族に対する工芸振興には、その生活水準や文化的背景に適した、明確な目標が必要である。

少数民族の工芸振興プロジェクトの主な目的は下記のようにまとめられる。

- (イ) 工芸品の伝統保全
- (ロ) 観光開発
- (ハ) 収入向上
- (ニ) コミュニティの自立支援(エンパワーメント、マネジメントスキル、ビジネスの理解等)
- (ホ) 市場経済に適応するための様々な技術訓練

### 3) 少数民族の伝統的モチーフ

少数民族にはその民族や地域コミュニティに代々伝わる、動植物や自然、精神世界などを描いた、伝統的なモチーフがある。これは少数民族にとって文化的な財産であり、地域固有の伝統的価値である。少数民族の伝統的なモチーフを商品開発に取り入れること、そして他の少数民族に使われないようにすることが重要である<sup>1)</sup>。

---

<sup>1)</sup> 例えばアンザン省(An Giang)のクメール族(Khmer)は僧侶(monk)の発言に従うことや宗教信仰が生活の中で最も重要な行為である。このような文化的な背景を理解することなくプロジェクトを円滑に進めることは困難である。

<sup>1)</sup> 少数民族固有のモチーフが、他の少数民族やキン族に使われたり、伝統的モチーフを取り入れた工業製品(機械織りの商品)を土産品や輸出向けに製作している企業などが見られるようになっている。

しかしこのような少数民族が持つ文化財について、これまで政府は特別な関心を示していない。政府はこのような民族のモチーフやパターンに対する特許権など、適切な保護政策を実施すべきである。これは国内だけの問題にとどまらず、世界貿易機構(WTO)の規則によると、最初にモチーフやパターンを登録した個人や企業が著作権を持つことが出来る。すなわち少数民族のモチーフに関する著作権を外国人が所有することも国際市場ではあり得る。

#### 4) フェアトレードの推進

フェアトレード(公正取引による貿易)は生産者が適切な労働環境の中で公正な収入を得られるよう生産者団体と直接取引を行ない、出版物や見本市、教育現場を通じて宣伝を行ないながら生産者の自立を支援するための商取引のシステムである。生産者団体に対しては通常、NGO やコミュニオン女性連合などが現地で製作や経営に関する技術指導を行なうなどの自立支援を図りながら市場との取引の仲介に入る。

このようなフェアトレードの理念やシステムはまだベトナムに浸透しておらず、消費者への認知、販売店や輸出業者によるフェアトレードへの支援などを推進する必要がある。フェアトレードは、少数民族が公正な収入を得られるだけでなく、技術や能力向上を図りながら自立性を高め、さらには伝統的価値が認められ、評価される市場を見つけて販売することが出来るシステムであり、少数民族の工芸振興や自立支援に適したシステムの一つと言える。

#### 5) ビジネスマネジメントスキルの向上

少数民族コミュニティは村内の自治に従い、地方自治に参加する機会は少ない。そのためビジネスをする機会にも恵まれず、交渉能力に欠けるため、仲介業者の言い値に従って販売を行っている。これは原材料や労働に対するコスト意識がないこと、また現金による取引に慣れていないことも原因である。

このため、原価計算や価格設定はトレーニングの最重要要素である。トレーニングの最終目的は、仲介業者に依存せずに自分たちでビジネスが出来るようになることであり、そのために政府は少数民族が自分たちで店舗を持てるような自立支援を図る必要がある。

#### 6) 少数民族村でのマーケティング

少数民族による工芸品の販売方法、観光客やバイヤーの購入方法は様々である。そのためにマーケティング戦略も幅広く検討すべきである(表6.17.1参照)。まずは少数民族に対して、その様々な販売手段を認識させ、その手段に沿ってトレーニングを行なう必要がある。特にトレーニングを通じて、高品質または多量、文化的価値または革新といった、市場セグメントの存在や、さらに他国の少数民族による手工芸品の市場での需要についても理解を促す必要がある。

表 6.17.1 少数民族による工芸品販売市場

市場	市場の特徴と必要なトレーニング
個人販売	少数民族にとっては現金収入を直接得るための最も容易な手段は個人販売であり、特に観光地では観光客相手に道端で直接販売したり、市場で直接販売することが多い。これは少数民族にとって伝統的な手段であり、このような販売方法の意義を政府も認識すべきである。また、どのようにバイヤーに直接販売できるかについてトレーニングを行なう。
自主運営による地元店舗	地元の店舗を通じて少数民族が工芸品販売を行なうことは、彼らにとって良い経験となる。政府からは販売技術、経理、陳列、販売促進等に関するトレーニング支援を行なう。
仲介業者	ビジネストレーニングでは仲介業者との交渉が必要になる。適正な利益が得られるよう、賃金基準を設定することが望ましい。どのようにして納期内に商品を納めるか、長距離からの注文に対してどのように応じるかについてもトレーニング課題の一つとなる。
展示会や見本市	少数民族に対して見本市や展示会参加の機会を提供する。これは単に商品を販売するだけでなく、他のグループの目に触れ、経験を交換することが出来るためである。これらのイベントは彼らの技術やモチーフ、文化的背景などについても人々に説明する機会として活用できる。

出典:JICA 調査団作成

## 7) 少数民族支援の対応策

少数民族の生活や文化的背景は多様であり、「少数民族の工芸振興支援プロジェクト」としての共通解や手法は存在しない。特に政府による少数民族の支援と工芸振興にあたっては、少数民族の抱える多様性や問題点を十分に理解したうえで、女性連合などの地元組織とともに、現地の少数民族のニーズにあった目標設定や支援方策の適性を判断した上で、時間をかけた計画を進める必要がある(表 6.17.2 参照)。

また、少数民族に対する直接支援のみならず、間接的な支援の方策として、下記がある。

- (イ) 少数民族の工芸に関する情報提供(ウェブサイト、出版物、観光用工芸マップの作成)
- (ロ) 博物館との連携(展示と保存、調査研究、ミュージアムショップでの販売)
- (ハ) 観光開発とのリンケージ

表 6.17.2 少数民族支援に求められる包括的な対応策

主要課題	対応策
関係機関の連絡調整と協力体制	政府関係者や NGO、女性連合など多くのステークホルダーが関わり、政府の理解と協力のもと、現地支援を行なう。特に少数民族の工芸品に関する支援、すなわち伝統保全と開発、トレーニング、原材料供給と改良、市場開拓などについては、その生活習慣や文化的背景とあわせた対応策を検討する。
文化	プロジェクトを通じてマスターアルティザンを公式に認定し、展示会での販売促進や、伝統技術の保全と復興を図る。
保健医療	工芸振興に関わるプロジェクトグループは、保健医療に関する情報伝達の媒体となる。
教育	識字教育によって知識を向上することが出来る。読み書きの出来るメンバーに対して奨学金を与え、大学などでの教育の場を与える。
目に触れる機会	他のディストリクトや省の工芸プロジェクトや見本市、展示会に参加する機会とその手段、費用を提供する。特にラオス、カンボジア、中国など隣国の少数民族工芸村への訪問は、少数民族の意識向上や交流の機会となる。
通信整備	電話やインターネットにアクセスできるようインフラを整備する。電話がない場合はその他の情報伝達手段を確保する。
農業との関わり	持続可能な原材料供給(特に竹・籐、蚕、綿花、天然染料等)のため、農作物に関する情報提供や支援プログラムを計画する。
社会	特に女性がプロジェクトに参加することに対して家族の理解を得られるよう配慮する。
技術	特に織り、縫い、染めなどの工芸製作技術の向上を支援する。専門家の判断により、適切な設備を提供する(織機の金櫛、新しい焼き釜など)
ビジネス・資金	貯蓄プログラムや、詳細なビジネスプランによる貸付の実施。教育を受けたメンバーを対象にしたビジネストレーニングの実施。経理(帳簿管理等)を推進する。
市場	自分たちで店舗を持てるよう支援する。ホテルなど地元観光市場との連携を図る。仲介業者やバイヤーから公正な利益を受けているか確認する。観光客や消費者が直接工芸家たちに会う機会を提供する。

出典: JICA 調査団作成

## 6.18 伝統的価値の保全

### 1) 伝統的価値とは何か

工芸における伝統は、原材料、製法、技術、デザイン等の技術的価値、工芸品を用いてきた歴史的経緯、人々の生活様式やコミュニティの在り方などの文化的価値の2つがある。どちらも数百年の長い歴史をかけてベトナムの風土に調和し、地域固有の文化として根付いてきたものである。これらの工芸品は宗教、祭事、装飾、日用品として人々の生活と一体化し、用と美の追究がなされてきた。伝統的価値を持ったベトナム工芸品は、主に以下のように整理される。

- イ) 美術工芸品として優れた技術と材料を用いて作られた工芸品(螺鈿漆器、刺繍画、木工彫刻など)
- ロ) 少数民族の生活用品のなかに固有の文化と技術が表現された工芸品(織物、刺繍、土器、銀細工など)
- ハ) 農村の生活で用いられる道具として長く人々に使われてきた工芸品(竹籠、い草敷、笠、刃物など)

これらはいずれも時代の変化、すなわち生活様式、市場、原材料や技術などの変化によって、その姿を変えており、多くの優れた工芸品が失われつつある。美術工芸品はその技術と材料の衰退によって、農村部の工芸品は人々の生活様式の変化と工業製品の台頭によって、また少数民族は、伝統工芸品としての価値を評価される場と機会がないことが主な要因と考えられる<sup>1)</sup>。

ベトナムでは市場経済化と工業化が進むにつれ、伝統を守り続けてきた人々の関心が、時間と手間をかけて自ら工芸品を作り続けるよりも、容易に外から工業製品を購入し、工芸以外で現金収入を得る方向に向きつつある。さらに、その原材料が枯渇して入手困難であったり、市場がないために作り続けることが困難になってきている。その他にも、下記に掲げたような様々な要因によって、伝統的価値の変化が起きている。

- (イ) 工業製品の方が容易に生産でき、市場が多く、丈夫で機能的である
- (ロ) 若者が古い様式でなく、新しい様式やものに魅力を感じるようになってきている
- (ハ) 原材料が枯渇し、価格が高く入手困難になっている
- (ニ) 時間をかけて伝統的な工芸品を作ることを望まなくなり、後継者がいなくなっている
- (ホ) 職人たちは伝統工芸品をどのように売ったらよいのか、また市場が存在するのかわからない
- (ヘ) 山岳地帯では移住などによって、伝統的コミュニティの崩壊や地域の文化的価値が失われてしまっている

政府や人々の工芸振興の関心は市場価値や経済発展に向いており、工芸品の伝統的価値を評価し保全するための土壌がベトナムでは未熟である。さらに伝統的価値を活用することでその工芸品の市場価値を上げるためのノウハウがない。ベトナム工芸品の伝統的価値を国内外で共通認識し、国のアイデンティティとして保全し、振興に向けて活用するための取り組みを早急に進める必要がある。

## 2) 伝統的価値の認識

伝統的価値の認識は、工業製品と比較するとよく理解できる。工業製品は不特定多数の人々の要求に応えようと大量生産され、大量消費で使い捨てを原則としている。一方伝統的な工芸品は、地場の材料と技術を用い、完成するまでにいくつもの工程で手作りされたもので、使われていくうちに新たな美しさを生み出すものである。

つまり、地域固有の伝統的価値を失わずに、人々の感性とニーズにあわせて変化をすることが、「保全」と言える。そのためにはコミュニティや地域で守るべき伝統的価値について共通認識を持ち、その技術や材料の復興や、市場に向けた商品開発に取り組んだり、記録を残していくなど、地域での積極的な活動が必要となる。

---

<sup>1)</sup> 特に山岳地帯では、少数民族の工芸品の市場が少なく、少数民族が市場の存在と価値を知らない。さらに地域経済へのインパクトがないため、政府の関心は工芸振興に向いていない。

### 3) 伝統的価値の記録

伝統工芸品は、長い時間をかけ、風土と生活に調和して、文化として定着してきた。その伝統的価値を保全するには、どのような歴史で発展してきたのか、技術や材料がどのように変化し、工芸品はどのように使われてきたのか、など、過去の歴史をひもときながら記録していくことが重要である。

伝統を掘り起こしながら記録をする作業には、その地域のことを最も知っている、地域のコミュニティが中心的な役割を担うことが重要である。その取り組みを支えるために、博物館や教育研究機関など調査と保全の専門家、NGO などコミュニティ開発を支える団体、そして政府機関がそれらの活動を制度や財政面から支援していくことが望ましい(表 6.18.1 参照)。

表 6.18.1 伝統的価値の記録の方法

伝統的価値記録の目的		具体的な方法
市民教育	工業製品と伝統工芸品の違いに関する共通認識	<ul style="list-style-type: none"> <li>博物館による展示・出版事業</li> </ul>
少数民族の文化保全	少数民族の文化、宗教、習慣などの持続性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>少数民族や文化的価値に関する学校教育</li> <li>少数民族に対する識字教育を通じた文化理解</li> </ul>
後継者の育成と教育	次世代へ受け継ぐための教育	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者による若者を対象とした技術指導プログラム</li> </ul>
伝統的技術の記録	製作技術や伝統的な原材料の調査と記録	<ul style="list-style-type: none"> <li>博物館による調査とアーカイブ作成</li> <li>学生による、工芸村や工芸品を対象としたフィールド調査・研究</li> </ul>
伝統的技術保持者に対する奨励	伝統的な生産技術を持ち、後継者育成に力を注ぐ職人に対する奨励	<ul style="list-style-type: none"> <li>マスターアルティザンの指定と国内外での認知、奨励制度</li> </ul>
海外との連携	諸外国の工芸関連組織の活動への参加	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外の研究機関との共同調査</li> <li>工芸品に関する国際会議の開催</li> <li>他国からの職人の招聘と技術交流</li> </ul>
伝統技術を学ぶためのシステム構築	伝統的な技術を習得するための教育・訓練	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業訓練学校での優れた職人を講師とした伝統技術習得カリキュラムの実施</li> <li>大学での伝統技術の理論やデザインに関する教育</li> </ul>
原材料の確保	より良い品質の原材料の使用と持続性の確保	<ul style="list-style-type: none"> <li>政府による、入手可能な原材料及び供給地に関するデータベースの構築</li> <li>安全な製造方法の適用(草木染め、排水管理など)</li> <li>植林や養蚕など、安定した原材料供給に対する取り組み</li> </ul>
伝統的な生活様式の見直し	伝統的な衣服や食生活の見直しと取り入れ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホテルやレストランでの伝統衣服の着用、装飾品や食器類の伝統工芸品の使用</li> <li>小学校での工芸品使用や工芸教育</li> </ul>

出典:JICA 調査団作成

#### 4) 伝統的価値の活用

伝統的な工芸品の弱点は、その限られた市場と、商品価値の低さである。伝統工芸品ではあるものの、その伝統的価値がそのまま市場で価値を持つような工芸品は限られている。またその価値を市場で的確に評価する人材は、国内外の一部の専門家や収集家等に限られる。

それゆえに産地では、伝統的価値を守ることよりも市場ニーズにあった新技術や新商品への関心が高く、伝統は活用されことなく消えつつある。しかし伝統的価値には十分にオリジナルの価値があり、しかもそのような工芸品を求めている消費者が世界中にいること、市場が存在することを知らしめる必要がある。そのためには伝統的価値を地場の特性として、産地振興につなげることも伝統の活用方法の一つといえる。

また消費者は、その伝統的価値だけでなく、商品としての品質やデザイン性を重視するケースが多い。伝統工芸品が市場に進出するためには、そのまま市場に持ち込むのではなく、商品価値を高めるための取り組みが必要となる(表 6.18.2 参照)。

表 6.18.2 伝統的価値の活用方法

伝統的価値記録の目的		具体的な方法
産地振興	省レベルでの伝統工芸品の保全と振興	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 省政府による、伝統工芸品の保全・振興計画の立案</li> <li>・ 省政府による、省内の伝統工芸品・工芸村のデータベースの構築</li> <li>・ 観光業との連携による、工芸村マップの作成</li> </ul>
商品開発・デザイン	伝統的モチーフを活かした、現代の生活に使える工芸品への改良	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ NGO やデザイナーによる商品開発の指導</li> </ul>
市場での評価	伝統工芸品の第三者(専門家、消費者)の目による評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 展示会や見本市への出展</li> <li>・ 海外の博物館での展示</li> <li>・ 都市部の市場やショップでの販売</li> <li>・ フェアトレードの実施</li> </ul>

出典: JICA 調査団作成