

令和元年度
生活文化調査研究事業

報告書

令和2年3月

文化庁地域文化創生本部事務局

目次

序章 本事業の概要	1
第1章 調査の概要	3
1-1 調査の目的	5
1-2 調査の方法及び対象・回収数・調査期間	5
1-3 調査内容	6
1-4 調査票	7
第2章 調査結果の概要	13
2-1 煎茶道団体	15
2-1-1 調査の概要と結果	
2-1-2 団体の特性と課題	
2-2 香道団体	23
2-2-1 調査の概要と結果	
2-2-2 団体の特性と課題	
2-3 和装団体	28
2-3-1 調査の概要と結果	
2-3-2 団体の特性と課題	
2-4 盆栽団体	35
2-4-1 調査の概要と結果	
2-4-2 団体の特性と課題	
2-5 川柳団体	38
2-5-1 調査の概要と結果	
2-5-2 団体の特性と課題	
2-6 俳句団体	41
2-6-1 調査の概要と結果	
2-6-2 団体の特性と課題	
2-7 礼法団体	48
2-7-1 調査の概要と結果	
2-7-2 団体の特性と課題	
2-8 錦鯉団体	50
2-8-1 調査の概要と結果	
2-8-2 団体の特性と課題	
第3章 生活文化に関わる団体調査のまとめ	53
3-1 生活文化団体の現状及び課題について	55
3-1-1 調査結果のまとめ	
3-1-2 生活文化団体の現状と課題	
3-2 調査結果のまとめと今後の方向性について	70

序章 本事業の概要

事業の目的

平成 29 年度では、3つの異なる手法（インターネット調査、団体アンケート調査、フォーラム）を用いて、生活文化及び国民娯楽（以下「生活文化等」という）の分野・実態について広域的に把握することを目的とした調査事業を実施した。平成 30 年度は、食文化を中心とした生活文化等の団体アンケート等の調査事業を行ってきた。

今年度は、昨年度までに団体調査を実施した生活文化等の分野以外（煎茶道、香道、和装、盆栽、川柳、俳句、礼法、錦鯉の 8 分野）を対象に、団体への調査を実施し、これらの振興施策の検討に資する資料の作成を目的とした。

事業の実施内容

本事業では、生活文化に関わる団体（煎茶道団体、香道団体、和装団体、盆栽団体、川柳団体、俳句団体、礼法団体、錦鯉団体）に対しアンケート調査等を実施し、当該分野及び団体の実態についての把握を行った。

事業スケジュール

	1 月			2 月			3 月		
	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
プレサーヴェイ 学術論文・取材記事検索 外部有識者の聴取 対象団体の連絡先把握 個別団体作業カルテ作成 調査票送付予告協力要請			_____	_____					
サーヴェイ 調査票の作成・送付 回収のための作業 回収済調査票の入力 未記入項目対策の相談			_____	_____	_____				
集計分析 入力情報の集計 集計結果の分析 傾向記述・比較記述 昨年度 2 分野との比較					_____	_____	_____	_____	
報告書 文章・図表原稿完成 編集レイアウト 印刷製本 納品								_____	_____

3/31●

報告書の見方

調査報告書の回答は、それぞれの質問の回答者数を母数とした百分率(%)で示している。％は小数点以下第 2 位を四捨五入し、小数点以下第 1 位までを表記している。したがって、回答の合計が必ずしも 100%にならない場合がある。

回答者が 2 つ以上回答することのできる質問（複数回答）については、％の合計は 100%を超えることがある。

第 1 章 調査の概要

第1章 調査の概要

1-1. 調査の目的

生活文化に関わる団体（煎茶道団体、香道団体、和装団体、盆栽団体、川柳団体、俳句団体、礼法団体、錦鯉団体）に対しアンケート調査等を実施し、団体の実態と課題を明らかにし、生活文化等の振興施策の検討に資する資料の作成を目的として調査を実施した。

1-2. 調査方法及び対象・回収数・調査期間

1) 調査方法

郵送により配布し、郵送またはメールによる回収。

必要に応じて、電話でのヒアリング調査を実施。

2) 調査対象

全国の煎茶道団体、香道団体、和装団体、盆栽団体、川柳団体、俳句団体、礼法団体、錦鯉団体

3) アンケート回収数

分野名	配布数	回収数	回収率
煎茶道	67	32	47.8%
香道	9	7	77.8%
和装	26	19	73.1%
盆栽	5	5	100.0%
川柳	1	1	100.0%
俳句	9	8	88.9%
礼法	4	3	75.0%
錦鯉	2	2	100.0%

4) 調査期間

アンケート調査：2020年2月4日（火）～2020年3月9日（月）

ヒアリング調査：2020年2月28日（金）～2020年3月23日（月）

1-3 . 調査内容

団体の属性	団体名称 / 団体代表者・役職 / 団体本部所在地 / 団体ウェブサイト URL / 調査対応者氏名・連絡先 / 団体の主な目的・定款等 / 沿革 / 主な事業・活動 / 共同で事業を行ったことのある団体 / 実施時の後援名義について / 講演や活動に関する依頼について / 広報誌及び広報活動について / 主な活動地域及び場所について / 支部等の有無と数
設問	会員数（男女別・年代別）
	会員の種別と数
	年間の事業予算額
	一般会員の一年間のおおよその活動費
	会員確保のための取組と課題
	後継者育成のための取組と課題
	免許・資格制度の有無
	団体内顕彰制度・コンテスト
	関連する産業分野や取引先
	分野の振興に向けた取組
	文化庁事業への参加の有無
	現状における問題点
	分野のこういった部分が特に大事であると考えて行動しているか

1-4. 調査票

依頼状、調査票については、「 分野」の箇所を分野ごとに書き換えて使用した。



令和元年度 生活文化調査研究事業 生活文化に係る団体調査へのご協力をお願い

謹啓

貴団体におかれましては益々ご隆盛のこととお慶び申し上げます。

文化庁の京都移転に先立ちまして、平成29年4月に文化庁地域文化創生本部が京都に設置されました。当本部の役割のひとつとして、生活文化等の振興と普及のための施策検討があり、そのための基礎資料として一昨年度、生活文化・国民娯楽に係る団体の皆様の実態を把握すべく悉皆的なアンケート調査を実施いたしました。

今年度は、一昨年度の悉皆調査を踏まえ、業界及び個別の団体の実態と課題をより詳細に調査をすることとなりました。

つきましては、本調査の趣旨をご理解いただき、貴団体のご活動についてのアンケート調査ならびにその後の補足調査にご協力いただけますよう、お願い申し上げます。

謹白
令和2年2月

アンケート調査実施要領

- 本調査は（株）シー・ディー・アイに委託して実施しています。
- 本調査は、全国●●団体から抽出した約00団体が対象です。
- 本調査で得られた情報は、当事者の事前の許可なく第三者に開示することはありません。
- 本調査の調査票には、回答の手間を省くため、予め貴団体についてウェブサイトなどで確認させていただいた情報が一部記載されています。記載済みの項目については、ご確認の上、訂正があった場合のみご訂正ください。
- 自由記入欄に記入しきれない場合は、任意の用紙に別途記入し回答票にご同封下さい。
- アンケート回収後、追加の補足調査をさせていただきたく思っております。それにつきましては、（株）シー・ディー・アイよりご連絡差し上げますのでよろしくお願いいたします。

問い合わせ先：	（株）シー・ディー・アイ	担当
	TEL	/ FAX / E-mail
調査主体	：文化庁地域文化創生本部	
	TEL	/ FAX

ご記入いただいたアンケート用紙は、お手数ですが、同封のレターパックに入れ、

令和2年2月20日（木）まで

にご投函ください（切手は不要です）。また、貴団体の活動の詳細がわかる資料（パンフレットや事業報告書など）があれば、あわせて同梱していただきたく宜しく願いいたします。

共同で事業を行ったことのある団体	(例：〇〇市や〇〇文化協会と催事を共同開催など)
実施時の後援名義について	(例：イベント主催時に「〇〇市町村後援」や「〇〇団体後援」など後援名義を取得)
講演や活動に関する依頼について	(例：〇〇市町村の主催催事に団体として参加、〇〇小学校の授業に講師を派遣)
広報誌及び広報活動について	(例：年報「〇〇」を発行・配布、非会員には300円で頒布。広報活動はブログとSNSで活動報告などを行う)
主な活動地域及び場所について	(例：本部所在地の〇〇周辺、その他全国支部を拠点に活動)
支部等の有無と数	1. あり (支部数) 2. なし

下記の項目について、答えられる範囲でご回答をお願いします。

会員数		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上	合計
	男性会員数		人	人	人	人	人	人	人
女性会員数		人	人	人	人	人	人	人	人
合計		人	人	人	人	人	人	人	人

会員の種別 と数	会員種別 (例：正会員、準会員、賛助会員など)	団体会員数	個人会員数
		団体	人
年間の事業 予算額 (あてはまる もの1つに ○)	1. 500万円未満 3. 2500～5000万円未満 5. 1～5億円未満 7. 10億円以上	2. 500～2500万円未満 4. 5000万円～1億円未満 6. 5～10億円未満	
一般会員の一年間のおおよその活動費 (会費・月謝・免状代・消耗品代等含む)		おおよそ	円程度/年
会員確保の ための取組 と課題	現状	今後	
	(例：ホームページとSNSで情報発信)	(例：社会人のための特別体験講座を実施予定)	
後継者育成 のための取 組と課題	現状	今後	
	(例：若手指導者の育成)	(例：指導者向け勉強会を実施したいが余力がないなど)	

免許・資格制度の有無	1. あり 2. なし
	<p>〈1に○の場合のみ〉具体的にお書きください。</p> <p>(例：既定の試験に合格すると○級を取得)</p> <p>※制度概要があれば、ご提供ください。</p>
団体内顕彰制度・コンテスト	(例：年1回、功労者表彰を実施。半年に1回コンテストを実施。)
関連する産業分野や取引先	(例：○○業、○○○○株式会社など)
○○分野振興に向けた取組	(例：文化団体との共同イベントの開催、学校教育や生涯学習の取り組みの充実)
文化庁事業への参加の有無	1. あり 2. なし
	<p>〈1に○の場合のみ〉具体的にお書きください。</p> <p>(例：伝統文化親子教室事業への参加(平成○○年より))</p>

<p>現状における問題点について (あてはまるものすべてに○)</p>	<p>1. 会員数の減少 2. 会員の高齢化 3. 財政状況の悪化 4. 情報発信不足 5. その他 () 6. 特になし</p>
<p>○○のどの部分が特に大切であると考えて活動しているか</p>	<p>【1~5に○の場合のみ】具体的な問題点の内容をお書きください。 (記入しきれない場合は、任意の用紙に記入し、添付してください)。</p> <p>(例：指導者の減少が課題。5年以内に指導者数を1.3倍にする)</p>

ご協力ありがとうございました。

第 2 章 調査結果の概要

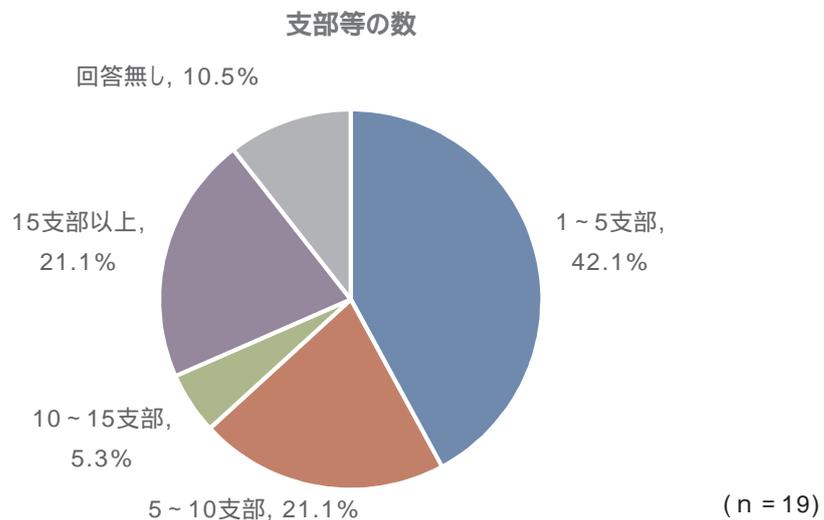
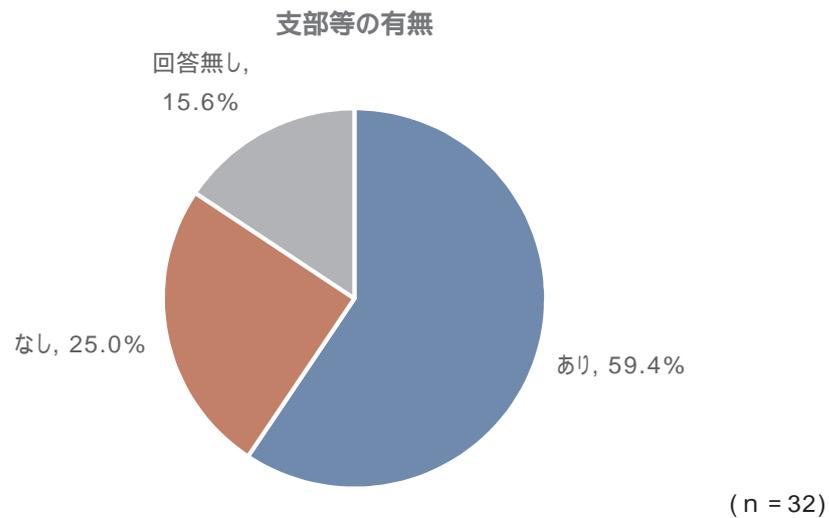
第2章 調査結果の概要

2-1. 煎茶道団体

煎茶道分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 67 団体のうち 32 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

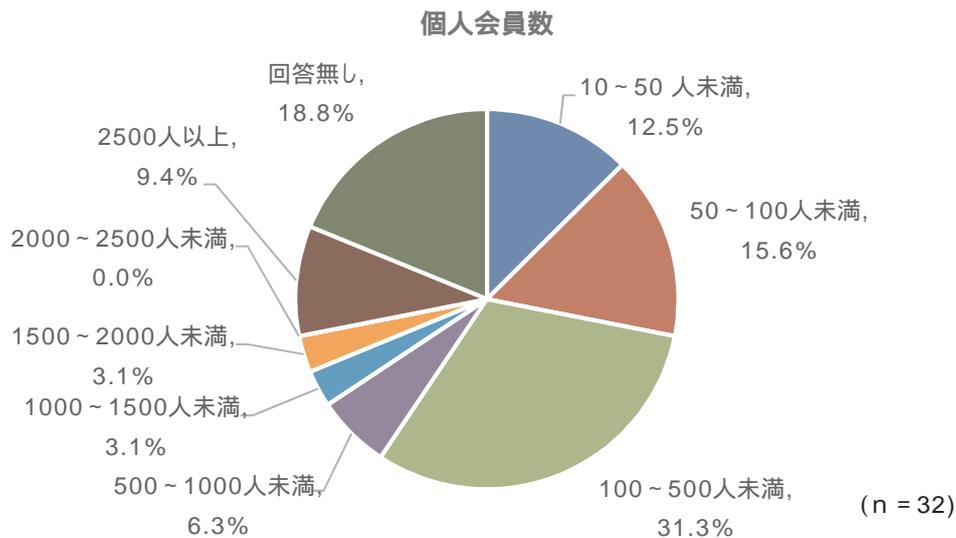
2-1-1. 調査の概要と結果

支部等の有無と数



回答があった 32 団体のうち、支部等の有無は、「あり」が 59.4%、「なし」が 25.0%との結果となった。支部等がある 19 団体のうち、支部等の数の割合は「1～5 支部」との回答が 42.1%と高く、最も支部数が多い団体では国内と海外併せて 27 支部であった。

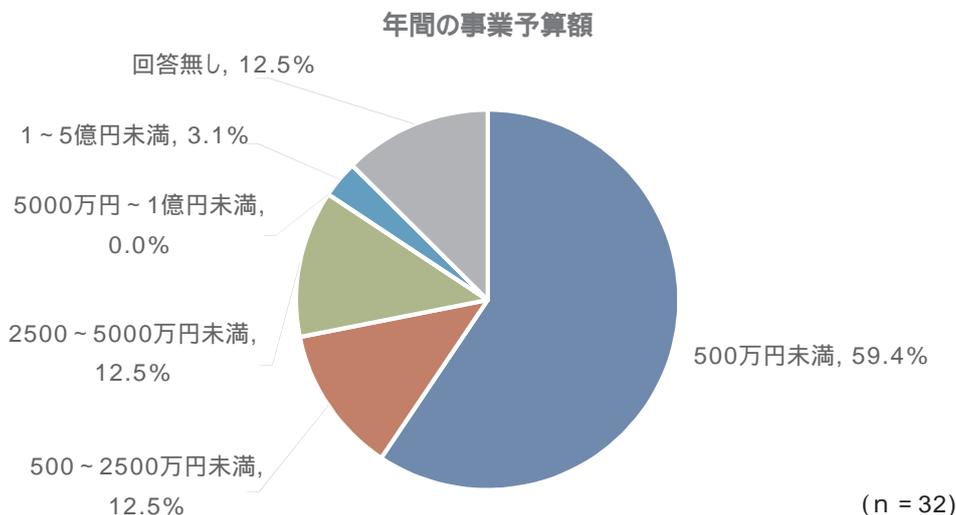
会員の種別と数



会員の種別については、煎茶道流派が会員となっている統括的な役割を持つ1団体を除き、個人会員（呼称は正会員、普通会員など）が主である。また、正会員と賛助会員、参事会員と普通会員、教授者と一般社中といった区別をしている団体もある。

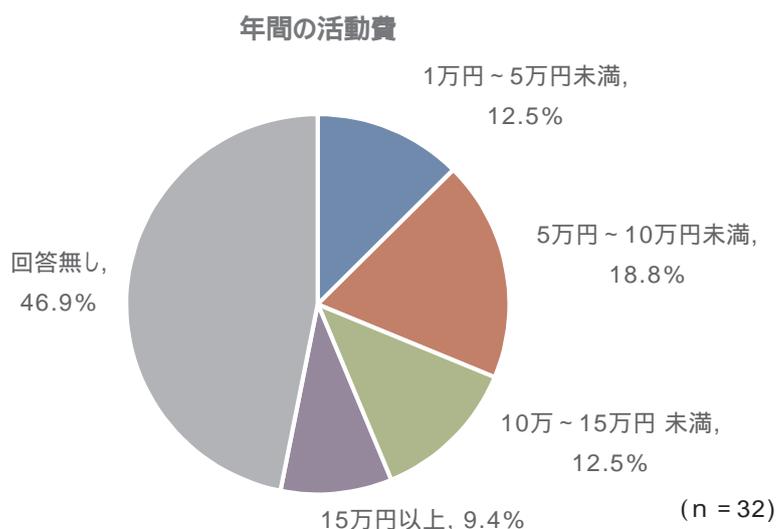
次に、個人会員数については、回答があった32団体のうち、「100人～500人未満」との回答が31.3%、次いで「50人～100人未満」が15.6%となっている。最も会員数が多い団体で、約7,900人が会員である。

年間の事業予算額



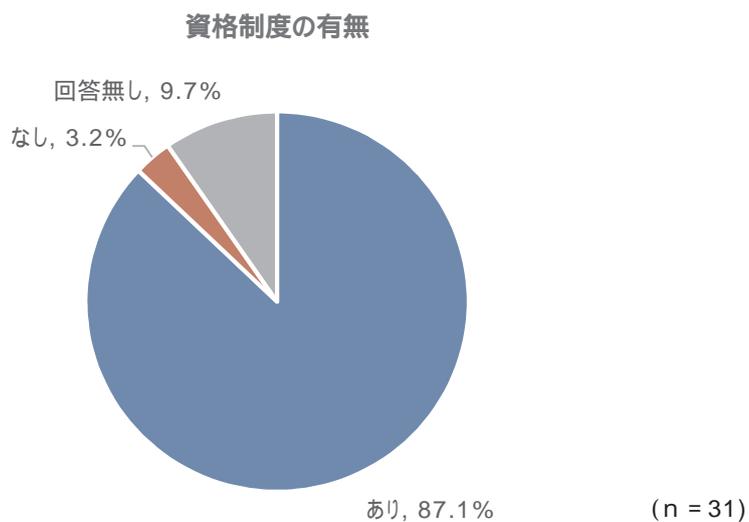
年間の事業予算額については、32団体のうち、「500万円未満」との回答が59.4%を占めている。約85%の団体が1億円未満の予算規模で運営されている。

一般会員の年間の活動費



一般会員の1年間の活動費については、回答のあった団体のうち、「5万～10万円未満」との回答が最も多かった。次いで「10万～15万円未満」「1万～5万円未満」と続く。

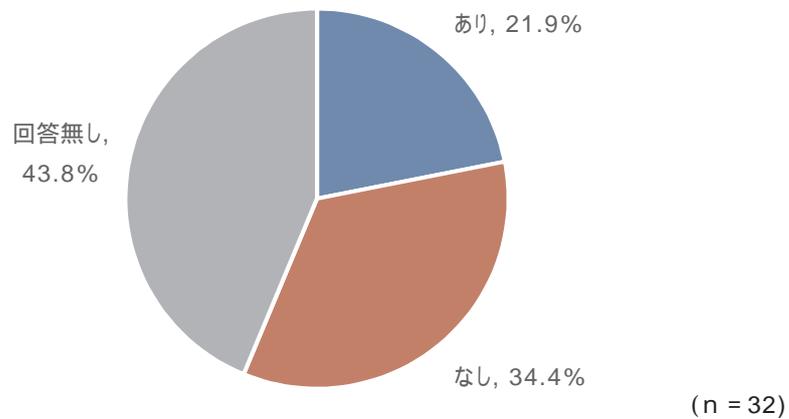
免許・資格制度の有無



統括的団体1団体を除く、31団体からの回答によれば、免許・資格制度については、「あり」が87.1%、「なし」が3.2%となっている。制度については、所定の作法などを習得していくことで、最終的には師範・教授者のような形で免状・許状が発行される制度を有している。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

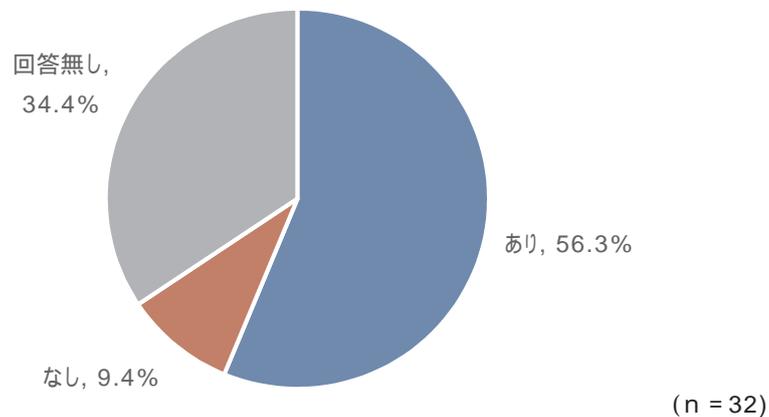
顕彰制度・コンテスト



団体内顕彰制度やコンテストの有無については、32 団体のうち、「あり」が 21.9%、「なし」が 34.4%となっている。「あり」と答えた団体が実施している顕彰制度やコンテストについては、功労者表彰がほとんどであり、流派の教授者資格獲得を祝したお披露目会や茶会を実施している団体もある。

煎茶道分野の振興に向けた取組

振興に向けた取組

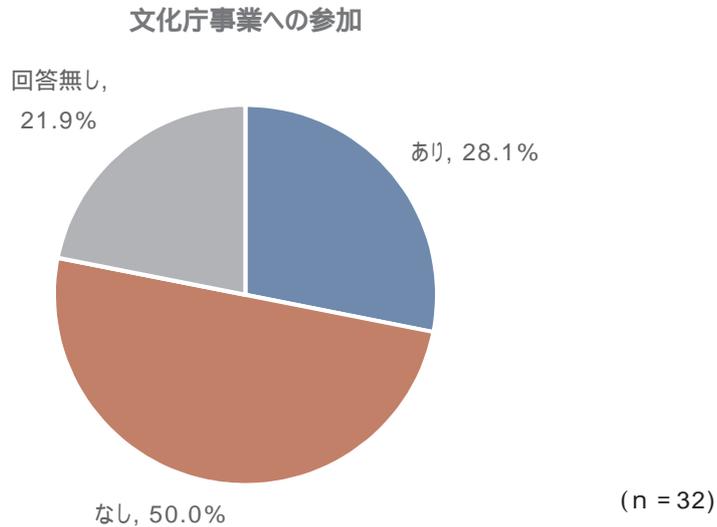


主な取組内容

- ・ 博物館、美術館の企画展示と連携した茶会や講座の開催
- ・ 加盟する統括団体や、文化団体と共同した茶会や講座の開催
- ・ 地方公共団体との連携した茶会や講座の開催
- ・ 学校での茶道体験の実施

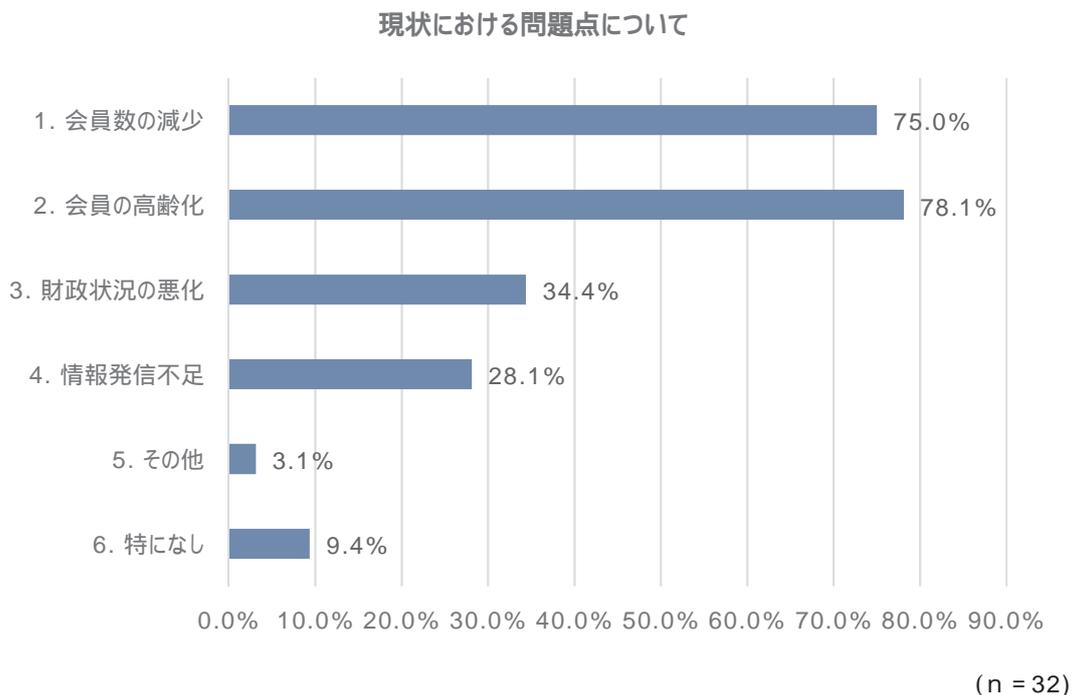
団体が取り組んでいる、煎茶道分野の振興に向けた取組については、32 団体の内、「あり」が 56.3%、「なし」が 9.4%となっている。「あり」と回答した団体のうち、具体的な取組内容について回答があった例としては、博物館や美術館、文化団体、地方公共団体と連携した取組を実施していることが分かる。

文化庁事業への参加の有無



文化庁事業への参加については、「あり」が 28.1 %、「なし」が 50.0%となっている。「あり」と回答した団体で具体的な参加事業について回答があった例としては、「国民文化祭への参加」「伝統文化親子教室事業への参加」が多い。また、「文化庁後援の事業に参加」という回答もあったことから、文化庁が後援する事業も「文化庁事業」と捉えられていることが伺える。

現状における問題点



具体的な問題点

- ・退会者が入会者を上回っている。高齢の指導者が多いため、各地での継承者育成が滞っている。
- ・会員数の減少によって財政状況も悪化している。
- ・茶会や講座の参加者数の減少はないが会員数は少なくなっている。
- ・ホームページを作成する知識を持つ人材が不足している。

社会環境の変化に関する言及

- ・急須が無い家庭が増え、お茶を茶葉から飲むという習慣が無くなりつつある。
- ・若い方の入会減少は女性の社会進出や趣味・生活スタイルの多様化による影響が大きい
- ・入門されても仕事、結婚、育児で途中になってしまう方がほとんど。
- ・若い人たちの、習い事に関して、時間が取れなくなったこと。
- ・子供さん達は勉強が忙しく続かない。

現状における問題点として、最も回答が多かったのは「会員の高齢化」、次に「会員数の減少」であった。また、複数回答可能な本設問では、「会員の高齢化」と「会員数の減少」の両方にマークをした割合は全体の68.8%であった。

具体的な問題点としては、上記のような回答が見られ、高齢化による指導者層の減少とこれに伴う会員減少、会員数の減少による財政難や、インターネットを利用した情報発信など意識しているものの人材がいないなどの課題が見られる。

なお、問題点としての記述からは、団体が生活環境の様々な変化が会員数の減少に繋がる要因と考えていることが分かる。

2-1-2 . 団体の特性と課題

団体の性格

今回調査した団体については、下記のように2つに分けることができる。

・煎茶道文化の普及啓発団体

煎茶道文化に関する普及啓発活動を行う団体。煎茶道流派が会員になっている統括的な役割を持っている1団体が該当する。団体は、流派の流儀などを越えて煎茶道文化の普及を目的として全国規模で活動を行っている。

・煎茶道の流派団体

家元が中心となって組織された団体で、流派に伝承されている流儀を次世代に継承することを主目的とし、広く煎茶道文化の振興に関する活動も行っている。

事業などでの連携状況、業界との関わり

他団体と共同で事業を行ったことがあると回答した 24 団体のうち、地方公共団体との連携（13 団体）が最も多く、文化団体との連携（11 団体）、博物館や美術館との連携（4 団体）も行われている。

事業実施時の後援名義については、地方公共団体との連携時に後援を受けている例が多い。このほか、文化庁や外国の地方公共団体や航空会社から後援を受けている例もある。

関連する産業分野としては製茶業、和菓子業、陶芸家や古美術商、社寺やホテルと言った回答が得られた。

講演などの活動

回答が得られた 17 団体は、地方公共団体や文化団体、カルチャーセンターからの依頼を受けて講師の派遣を行っている。なお国内だけではなく、海外の学校機関に講師を派遣している例もある。

なお、講師派遣を依頼される催事については、地方公共団体が主催する文化関連の催事、教育機関での煎茶に関する体験授業、寺院での仏事への参加などが具体例として挙げられている。

広報誌及び広報活動について

回答が得られた 20 団体のうち、広報誌として月報や年報を発行して会員や一般に配布を行っているのが 12 団体、ホームページを開設しているのが 8 団体、ツイッターやフェイスブックで広報活動をしているのが 7 団体となっている。

なお、7 団体は広報誌の発刊とともにホームページや SNS を運用している 7 団体では、ホームページなどを一般向けの広報活動として活用しているとの回答であった。

会員の状況

流派団体に所属する会員の男女構成比について、回答があった 10 団体の比率を見ると、女性比率が 95.4%と高い。また、年齢構成について回答のあった 11 団体、合計 2,500 人の年齢構成は、70 代以上が 47.6%、60 代が 14.3%、50 代が 13.2%、40 代が 5.6%と、60 代以上の会員が中心で構成されており、特に 70 代以上が多いことが分かる。

会員確保・後継者育成

会員確保のための取組として、茶会等の開催やホームページや SNS を活用した情報発信が行われている。今後の課題として、現在の取組を継続しながら、子供をはじめ多くの人が体験しやすいような茶会や講座の開設、小中学校や大学での体験講座の試みが検討されており、体験機会への参加を通じて煎茶道を知ってもらい、そこから会員になってもらうような流れを作っていきたいことが伺える。

後継者育成のための取組として、10 団体は若手を含めた指導者の育成を進めている。例えば、団体から支部に講師を派遣し講習会を開催している団体や、指導者のための研修会などを定期的に行っている団体もある。今後の課題として、現在実施している指導者育成の充実を図ることを検討しているが、指導者が高齢化しているほか、団体の運営費が減少しているため、難しいという回答が見られる。また、趣味の領域で終わってしまうた

め指導者にはならない人が多いといった回答や、仕事や育児で忙しい会員でも参加がしやすいような稽古・勉強会の開催を実施が今後の課題と回答している団体もある。

運営上の課題

「現状における問題点」でも言及したように、団体の7割が会員の高齢化、会員数の減少を問題点として挙げている。また、会員の高齢化に伴って、指導者の引退、活動規模の縮小が発生しており、これが新しい会員の入会減少にも繋がっていることが伺える。その結果、会費収入の減少による財政状況の悪化が団体の活動に影響を及ぼしている。

これらの課題の解決として、SNSなどを活用した情報発信を実施するほか、親子向けや子供向けの教室の充実を図る、平易な体験茶会の開催を展開するといった回答があり、多くの団体が幅広い世代に煎茶道を周知すると同時に体験する機会を保つような取組を実施している。

煎茶道分野において重視している点

煎茶道が日本の伝統的な生活文化の1つであるという認識のもとに、次世代への継承発展につなげて行くという点を重視している。その上で、団体によって様々な考え方をもって、普及・振興に関する活動を行っている。

回答では、煎茶の楽しみ方や効用を知ってもらうために、現在の社会環境に応じたやりを心掛けている団体が見られる。例えば、和室がなくても煎茶道が楽しめる方法や、高齢者でも簡便に煎茶道を体験できる施設の新設、若い人への煎茶の入れ方講座といった柔軟な対応も必要ではないか、という意見を持つ団体もある。

一方で、煎茶道のルーツである江戸期以来の「文人文化」の芸術活動としての煎茶文化の普及が大切であると考え活動を行っている団体もある。このような点を重視する団体の中には、文人文化の普及を目的とするため、煎茶道に対して意欲的に取り組みたい人に丁寧に指導したいという回答もあった。

2-2 . 香道団体

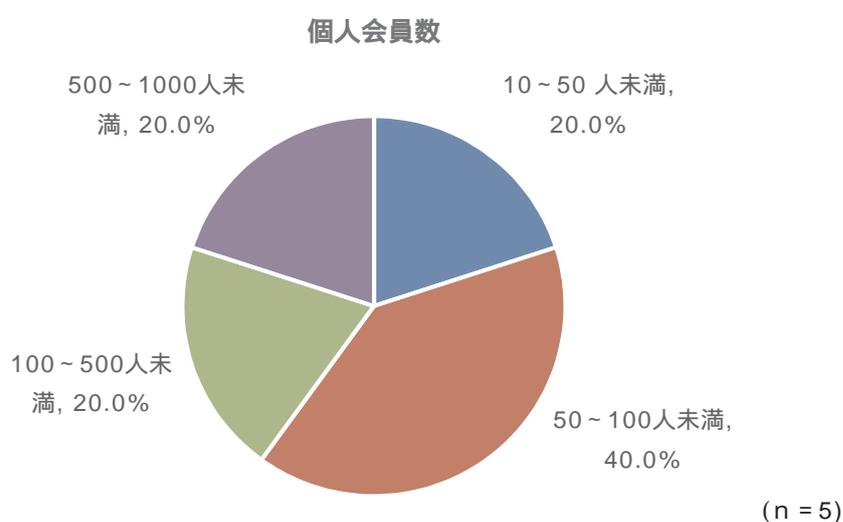
香道分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 9 団体のうち 7 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

2-2-1 . 調査結果の概要

支部等の有無と数

7 団体の支部等の有無については、「なし」との回答が全体の 57.1%と、多くの団体は支部を有していない。

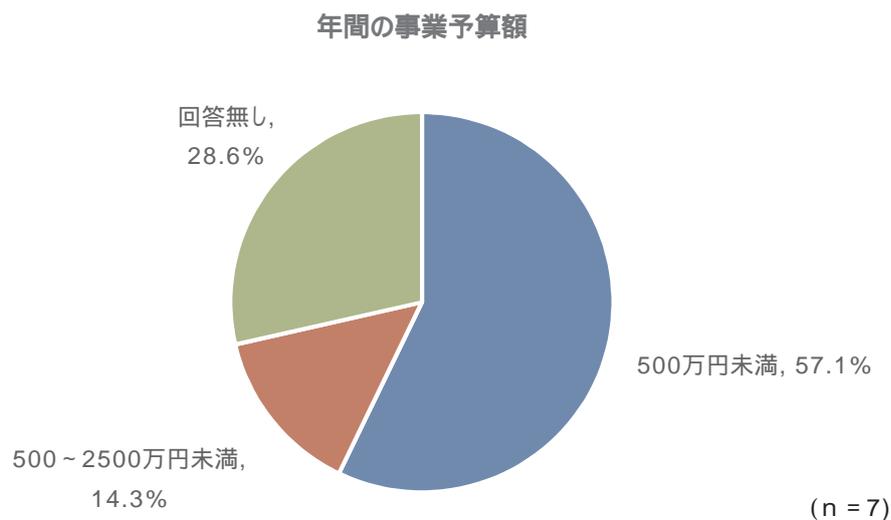
会員の種別と数



7 団体のうち、5 団体に会員制度があり、正会員のほかに賛助的な立場の会員を設けている団体もある。正会員は主に個人会員であり、流派を横断して組織された統括的な役割を持つ団体は個人・団体の別なく、全て正会員として登録をしているとの回答であった。

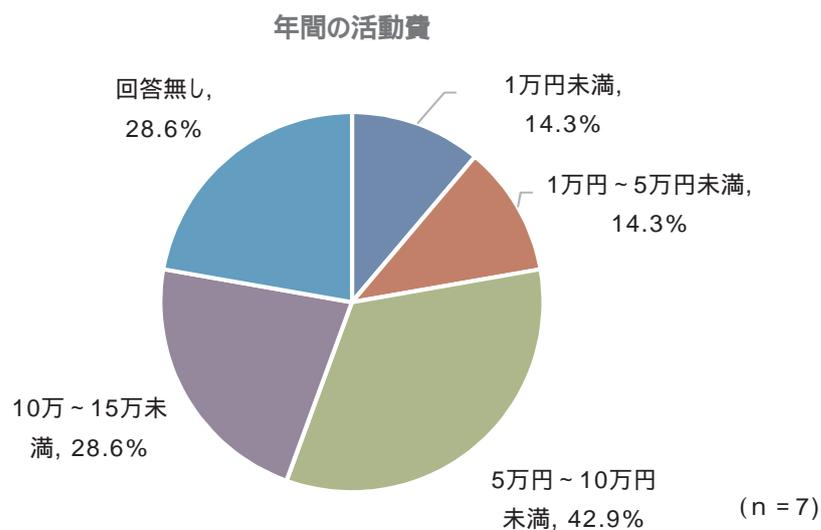
個人会員の数に関する回答は、「50 ~ 100 人未満」という回答が 40.0%である。なお最も多い団体で 500 人以上が会員として所属している。

年間の事業予算額



回答があった5団体のうち、57.1%は「500万円未満」との回答であった。

一般会員の年間の活動費



回答があった5団体のうち、「5万円～10万円未満」との回答が最も多い。また、統括的な役割を持つ団体は年会費を回答している。

免許・資格制度の有無

7団体中4団体が「あり」と回答しており、いわゆる許状・免状の制度を設けている。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

7団体中1団体が、団体内における功労者表彰の制度を設けていると回答している。

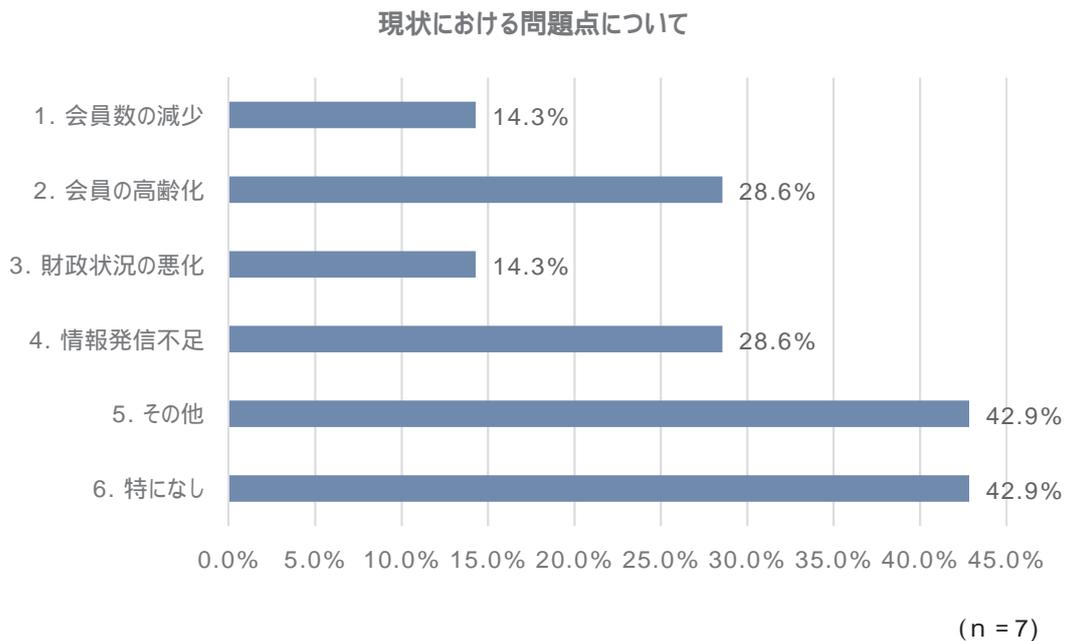
香道分野の振興に向けた取組

5 団体が、地域の文化協会や文化団体の主催する催事や、大学での講義において香道に関する催事や講座を実施している。また、統括的な役割を持つ団体の場合、活動費用の制約はあるものの、「香席」を設けて全国での普及に取り組んでいる。

文化庁事業への参加の有無

伝統文化親子教室の申請と実施を回答した団体が 2 団体あった。また、全国的な団体については各都道府県で実施される国民文化祭に毎年参加しているとの回答があった。

現状における問題点



「特になし」「その他」と回答している比率が高い。「その他」とした団体は、生活様式の変化に伴う伝統文化への関心の低さ、指導者の不足、香木自体の不足を問題点として指摘している。特に、香木の不足については、「特になし」と回答した団体でも、「具体的な問題」として言及しており、香道分野特有の問題であることが伺える。

2-2-2. 団体の特性と課題

団体の性格

調査した団体について、その目的から性格を大きく 2 つに分けることができる。

・香道文化の普及啓発団体

香道の全国的な普及啓発を目的とした団体。香道流派を横断する形で組織された 1 団体と、1 つの香道流派を中核として組織された 1 団体がある。

・香道の流派団体

伝統的な香道を継承する流派団体。家元を中心とする流派が3団体、流派に関連する団体2団体があり、いずれも流派で伝承された香道の継承を主目的とし、香道文化の普及・振興に関する活動を行っている。

事業などでの連携状況、業界との関わり

共同で事業を行った例として、地域の文化協会や地方公共団体が主催する催事に流派団体が参加している。中には茶道団体と共同で事業実施をしているとの回答も見られる。後援名義などを取得している団体はないが、地方都市で大会を実施する場合は地区の行政関係者を招待し、香道に関する見聞を広めてもらうような形を取っている。

関連する産業分野や取引先については、香木や香料などを扱う薫香業をはじめ、和装産業や陶芸業、表具店などの産業と関連があるとの回答が得られた。

講演などの活動

香道に関する講師の派遣や、香道体験のイベントを依頼に応じて実施しているとの回答が4団体から得られた。流派団体の1つは、国内外を問わず団体の活動趣旨に沿うものであれば講師派遣を積極的に行っており、普及啓発団体の1つも、公民館や文化団体、教育機関などからの依頼に応じて香道の体験を実施している。

広報誌及び広報活動について

7団体のうち、機関誌若しくは広報誌を発行して会員や一般に配布しているとの回答が3団体から得られた。また、地域の文化協会に所属する1団体は、地方公共団体が発行する会報誌に活動報告を掲載している。

ホームページを開設し、広報活動や団体の活動報告を行っている団体は4団体あり、このうち1団体はSNSも活用して広報発信を行っている。このほか、イベントでチラシを配布し、団体の活動内容を広く広報する取組を実施している例もある。

会員の状況

回答が得られた4団体の男女比と年齢比についてその構成比を見ると、女性が94.9%、男性が5.1%と、女性の比率が極めて高い。年齢比を見ると、70代以上が23.4%、60代が43.7%、50代が17.5%と、60代以上の会員が多くを占めていることが分かる。

会員確保・後継者育成

会員確保のための取組として、4団体はホームページやSNSといったインターネットを活用して会員募集の取組を行っており、このうち2団体は会員の口コミや紹介といった手法も合わせて周知を図っている。また、1団体は公共放送での番組作成やチャリティーイベントへの参加で、周知を行っている。

今後の課題としては、情報発信のみでは不十分なので、香道体験を行う教室や講座を開設していきたいという回答が2団体、現状の情報発信を継続していきたいという回答が1団体あった。また、香道が馴染みの薄い文化だと思われている、香道の場合は免状を取得しても茶道のように教室を開けないので、自分の楽しみとして楽しみ方を覚えると辞めてしまう人が多く、新しい会員がなかなか定着しないと言った、課題を抱えていることが分

かる。

後継者育成のための取組としては、3 団体が香道に関する稽古や講習会等の実施を挙げており 1 団体は将来的に大学などの教育機関で香道教育をしていくことを検討している。また、旧来的な指導者育成方法を見直しながら、若者に伝統文化に触れる機会を作ること課題として挙げている団体もある。今後の展開として、香りを楽しむ文化であることを大事にして今後の取組を進めたいという団体もあれば、香道を学び体験するだけでなく、日本の伝統文化を複合的に学べる機会を作っていくことを検討している団体もある。

運営上の課題

「現状における問題点」で言及したように、香木の不足が特に問題視されており、この問題解決のため香木の将来的な確保を見据えた植樹活動を進めている流派団体もある。また、普段の生活において、日本の伝統文化に触れる機会が少ないゆえに、香道を含め茶道や華道・書道などの伝統文化を学校教育の中に取り入れた方が良く、という提案も見られる。

香道分野において重視している点

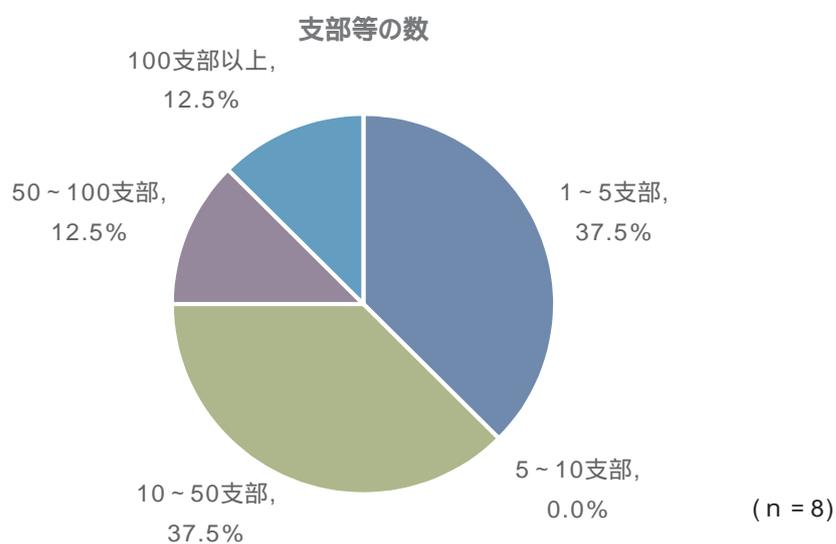
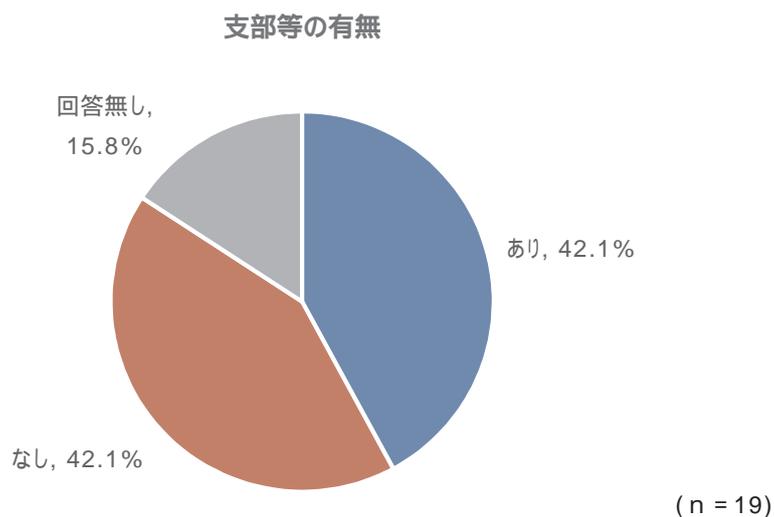
全ての団体で、香りを扱う日本の伝統的「芸道」としての香道を大事にし、次世代へ継承していくことを重視している。その認識に基づき、次世代への継承に向けて真摯に研究と稽古に取り組むことを重視する団体や、『源氏物語』のような古典に因んだ組香だけではなく、地域の民話や伝説に因んだ香を組んで地域社会に密着した活動を行い、広く香道を親しんでもらうことを大切にしている団体もある。

2-3 . 和装団体

和装分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 26 団体のうち 19 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

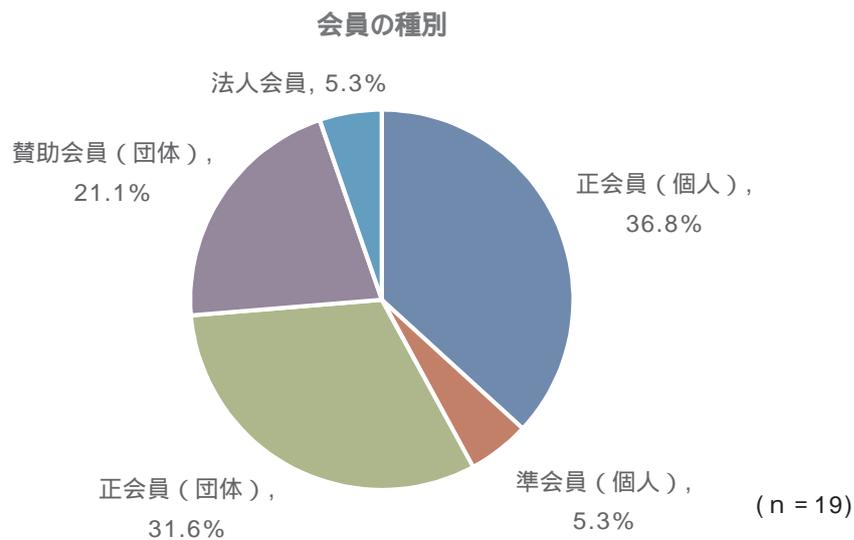
2-3-1 . 調査結果の概要

支部等の有無と数



19 団体のうち、支部等の有無は、「あり」が 42.1%、「なし」が 42.1%、支部等がある団体のうち、支部等の数の割合は「1～5 支部」「10～15 支部以上」との回答が 37.5%となっている。なお、最も支部数が多い団体は 124 支部であった。

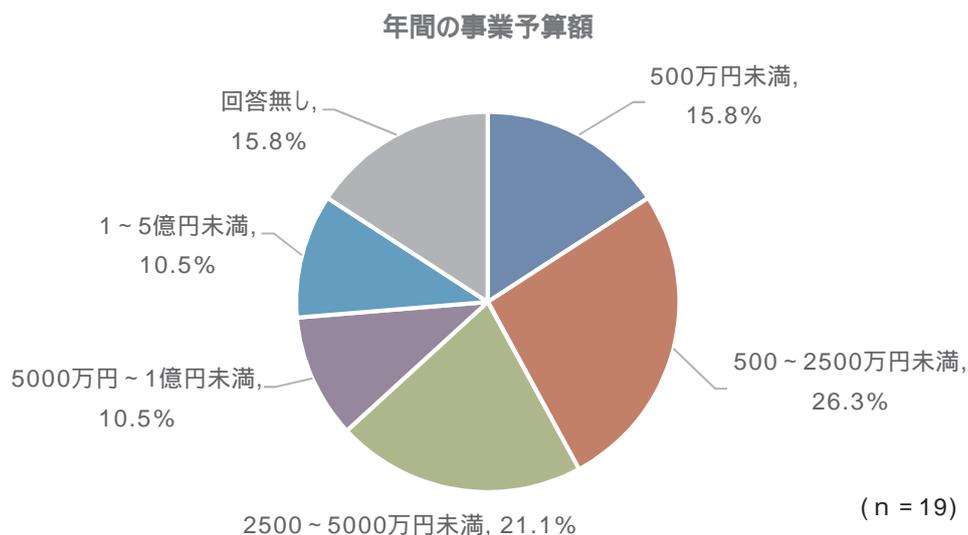
会員の種別と数



会員の種別については、個人を正会員または賛助会員とする場合と、団体や法人を正会員とする場合に分けられる。

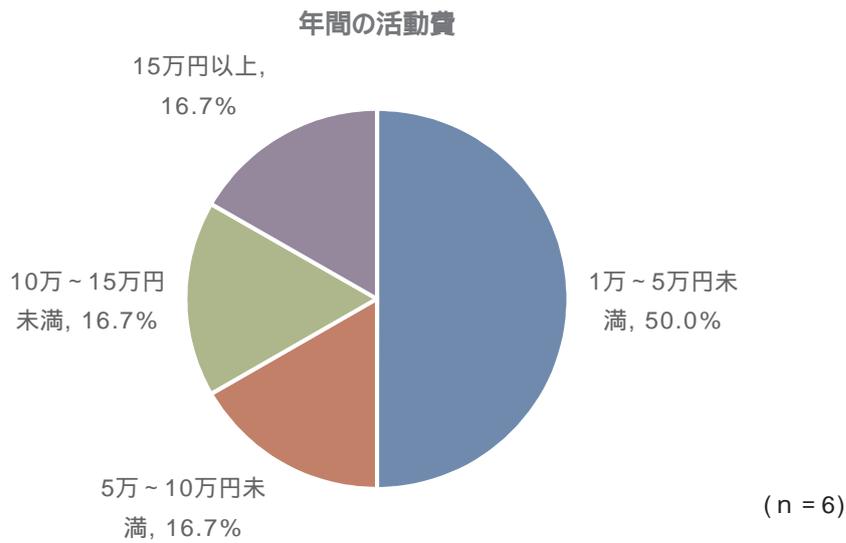
団体会員の制度がある7団体では、最も多い会員数で103団体が所属している。また、個人会員の制度がある8団体のうち50人未満の団体が2団体、100～500人未満の団体が2団体、500～1000人未満が1団体、1000～1500人未満が2団体、1500人以上が1団体となっており、最も会員数が多い団体で約5,000人が会員として所属している。

年間の事業予算額



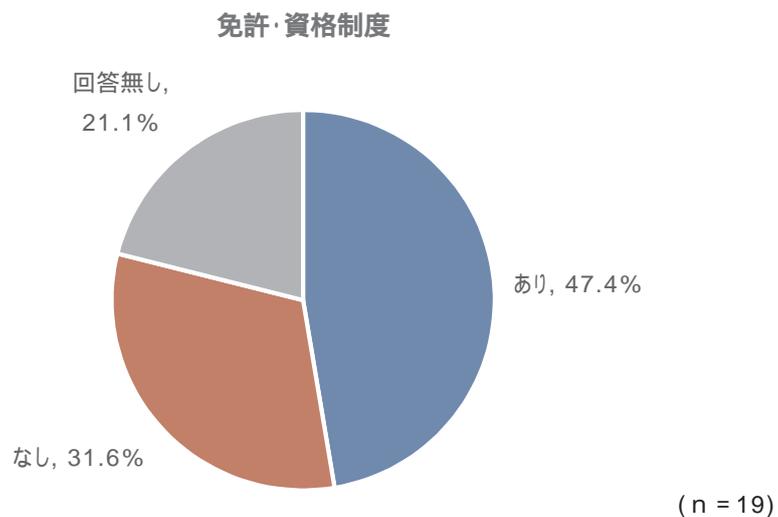
年間の事業予算額については、19団体のうち、「500～2500万円未満」との回答が26.3%、次いで「2500～5000万円未満」が21.1%である。

一般会員の年間の活動費



一般会員の1年間の活動費について、回答があった6団体のうち、「1万～5万円未満」との回答が半数であった。なお、会員1人当たりの年間活動費は最大17万円、最小値1万円であったが、最小値は団体の年会費が回答されていると考えられる。

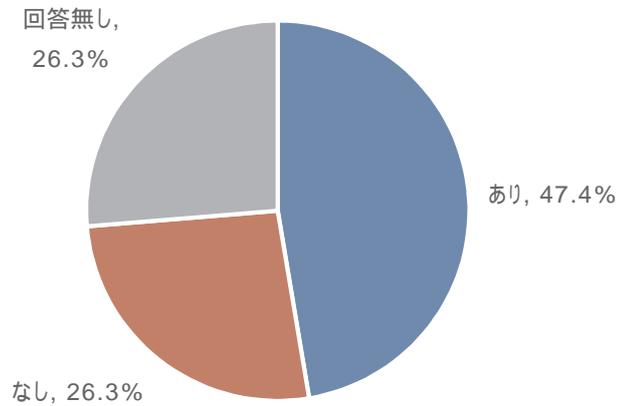
免許・資格制度の有無



19団体からの回答によれば、免許・資格制度については、「あり」が47.4%、「なし」が31.6%となっている。制度を有する団体は、着付けや和裁などの専門的技術を扱う団体で、指導者資格の認定を行っている。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

顕彰制度・コンテスト

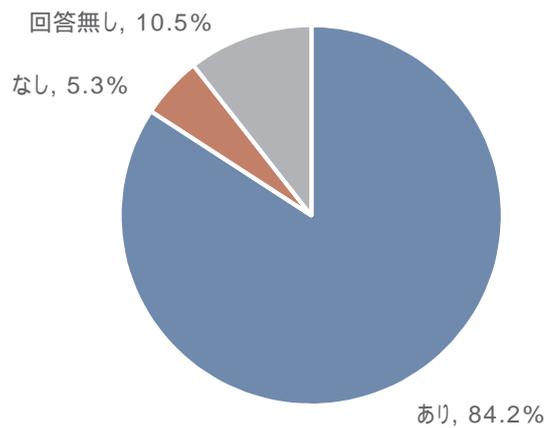


(n = 19)

団体内顕彰制度やコンテストの有無については、19 団体のうち、「あり」が 47.4%、「なし」が 26.3%となっている。「あり」と答えた団体のうち、着付けの技能などを競うコンテストを実施している団体が 7 団体、功労者に対する表彰を実施する団体が 3 団体、コンテストと顕彰制度を両方実施している団体が 2 団体ある。

和装分野の振興に向けた取組

振興に向けた取組



(n = 19)

主な取組内容

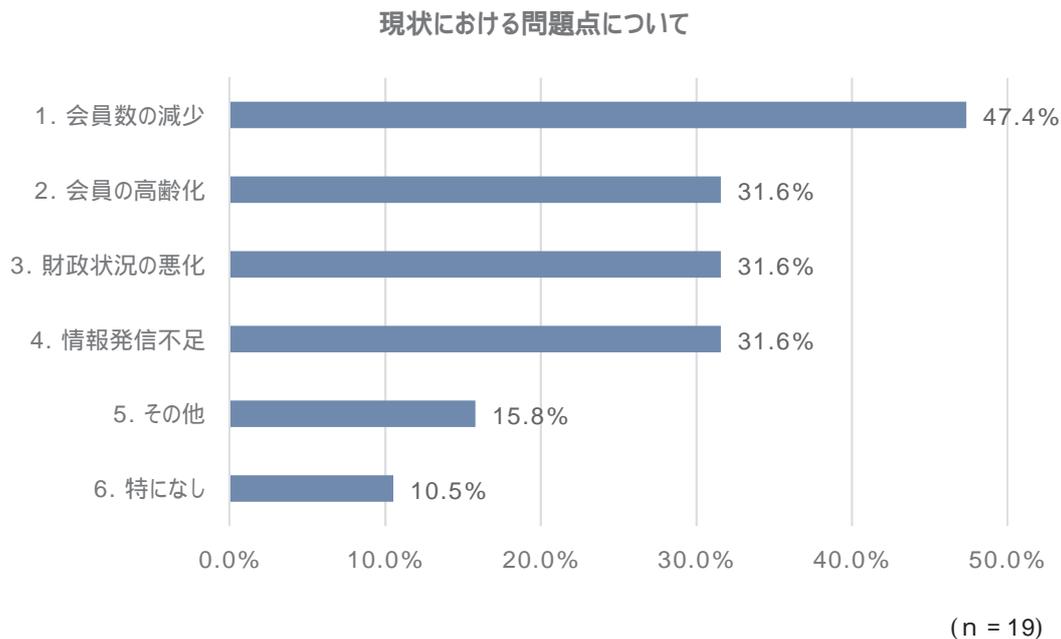
- ・ 学校教育での和装教育の実施
- ・ 一般向けの和装（着物や浴衣）着付け講座の開催
- ・ 着付け指導者育成のための認定制度や技術指導の実施

19 団体のうち、「あり」84.2%、「なし」が 5.3%となっている。「あり」と回答した団体のうち、具体的な取組内容としては、小学校などの教育機関での和装教育を実施しているほか、一般向けに着物や浴衣の着付け講座の開催をしている。また、資格制度を有する団体においては、着付けや和裁の指導者育成や技術指導を行っている。

文化庁事業への参加の有無

回答のあった 8 団体のうち、6 団体が文化庁事業への協力を挙げていた。そのうち 5 団体が伝統文化親子教室事業であり、1 団体が国民文化祭への参加であった。

現状における問題点



具体的な問題点

- ・指導者の高齢化が会員の減少に繋がっている。
- ・会員の高齢化、会員数の減少は財政状況の悪化と連動。
- ・会員がいても、団体の業務をする余裕が無いため、情報発信が不足してしまう。

社会環境の変化に関する言及

- ・若い世代を含めた「きもの離れ」。
- ・着付けや和裁の指導者を目指す人が少ない。

現状における問題点として、最も回答が多かったのは「会員数の減少」(8 団体)、次に「会員の高齢化」(6 団体)、「財政状況の悪化」(5 団体)と続いている。

具体的な問題点として、指導者層の高齢化や若者の世代の「きもの離れ」等が連動し、会員数の減少と財政状況の悪化に繋がっていると述べている団体もある。

2-3-2. 団体の特性と課題

団体の性格

調査した団体について、その目的から性格を大きく2つに分けることができる。

- ・和装文化の普及啓発団体

和装文化の普及啓発を目的とした団体。全国規模で活動を展開している団体が3団体あり、各団体には団体会員として着物や絹糸、染色、織物の製造業や販売業、着付け等の指導者育成を行う団体が所属している。このほかに、和装等の文化に関する調査研究やイベントなどを通じて普及啓発を行う団体が4団体ある。

- ・着付けに関する技術者団体

着物の着付けに関する技術や技能を持った者を育成することを目的としている団体。着付け技能に関する国家検定の認定機関として活動している1団体をはじめ、計12団体がある。

事業などでの連携状況、業界との関わり

共同で事業を行った例として、他の和装団体との連携（6団体）や、地方公共団体との連携（5団体）と回答している。事業実施時の後援名義などについては、経済産業省や文部科学省、地方公共団体から後援を受けている。

関連する産業分野としては和装や和装小物を製造する業者をはじめ、呉服販売業者などの小売店、着付けの講座を開催する場所としての公民館や市民会館、貸衣装の着付けを行うことがある美容室や写真館を挙げている団体もある。

講演などの活動

和装団体が実施する講演などの活動については、特に教育機関での着付けや縫製などの講座に際して講師派遣を実施している団体が多い。また、地方公共団体が主催する文化関連のイベントにも、着付け体験や和装展示等の依頼を受けて講師や関係者を派遣している。

教育機関への派遣では、小中学校での家庭科の授業において、浴衣の着付けやマナー、裁縫の指導を中心に行っているとの回答があった。地方公共団体が主催する催事への派遣については、着付け体験や講座のほか、きものショーへの出演なども行っている。

広報誌及び広報活動について

月報や年報として広報誌を発行し、会員や一般向けに配布をしている団体が10団体、ツイッターやフェイスブックで広報活動をしている団体が8団体、ホームページを開設している団体が7団体となっている。なお、広報誌の発刊とともにホームページやSNSを運用している4団体では、SNSを特に広報活動に活用していると回答している。

会員の状況

和装団体に所属する会員について5団体の男女比率を見ると、女性比率が99.1%と、ほとんど男性会員が見られないことが分かる。また、年齢構成について5団体、合計1,483人の年齢構成は70代以上が23.1%、60代が21.2%、50代が25.5%と続いて

おり、60代以上の会員の比率が高いことが分かる。以上の点からも、「現状における問題点」で述べたとおり、会員の高齢化の実情が伺える。

会員確保・後継者育成

会員確保のための取組の現状については、ホームページや SNS、会報誌の配布や雑誌への広告掲載などを通じて、会員の確保を実施しているという回答が多い。課題については、現在行っている情報発信の強化を検討しているほか、着物や和裁などを広く周知するための講座やイベント、発表会を検討している団体が多い。

後継者育成のための取組の現状については、着物や浴衣の着付けを行う若手や中堅の指導者育成を実施している団体が5団体、指導者研修や技術講習会を開催している団体が3団体、和装に関する検定や講座を開設している団体がある。課題については、現状で行っている取組を継続、一般に向けた講座開設を検討している。特に、指導者層の育成に焦点を当てた取組が中心であることが回答から伺える。

運営上の課題

「現状における問題点」でも言及したように、団体の7割は会員の減少を問題として挙げている。また、この問題の原因についても、指導者層の高齢化に加え、若者世代が和装から離れてしまっていることも要因となり、後継者育成が難しい状況になっていることを指摘する団体もいる。

これらの課題の解決として、SNSなどを活用した情報発信を実施と合わせて、和装や和裁に関する教育活動を、特に教育機関において実施している。

和装分野において重視している点

全ての団体が、日本の伝統的な民族衣装、生活と密着した文化としての「きもの」「和装」という認識で一致しており、この文化を次世代へ継承していくことを特に重視している。

2-4 盆栽団体

盆栽分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 5 団体全てから回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

2-4-1. 調査結果の概要

支部等の有無と数

5 団体全てが支部等を有している。194 支部を有している団体の場合、国内だけではなく海外にも支部組織を有している。

会員の種別と数

会員の種別について、1 団体は個人会員、支部会員及び海外会員という種別を設けている。4 団体は回答が無かったが、目的や主な活動内容を見る限り、所属する会員は盆栽の愛好者や盆栽の専門家（盆栽作家）が会員となっていることが伺える。

年間の事業予算額

回答得られなかった 1 団体を除き、「500～2500 万円未満」が 1 団体、「2500 万円～5000 万円未満」が 1 団体、「5000 万円～1 億円未満」が 2 団体、という回答があった。

一般会員の年間の活動費

回答が得られた 2 団体では、年間「1 万 2 千円程度」「2 万円程度」と回答があり、これらは団体の年会費であると推察される。これに、盆栽の購入費や展示会への出品、道具類購入など経費を加えた額が、実際にかかる活動費であることが考えられる。

免許・資格制度の有無

5 団体のうち、4 団体で認定講師やインストラクターの制度を設け、講習会などを開催し、盆栽の剪定や培養、手入れなどの技術に関する指導を実施している。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

4 団体で展示会を開催し、この中で優秀な盆栽を出展した者に対して表彰を行っている。また、3 団体は団体への功労者や展示会への貢献した者への表彰制度を設けている。

盆栽分野の振興に向けた取組

盆栽に関する各種イベントや展示会に盆栽作家の派遣を行っているほか、文化センターなどで認定講師による盆栽講座の開催を行っている。

文化庁事業への参加の有無

1 団体から、国民文化祭に参加していると回答があった。

現状における問題点

全ての団体が「会員の高齢化」と回答し、「会員数の減少」が 4 団体、「財政状況の悪

化」「情報発信不足」を3団体が問題点として挙げている。

盆栽に関する有識者へのヒアリングによれば、現在、盆栽は外国人と若い女性の間でブームになっており、各団体の海外における盆栽文化の普及や振興の取組が実を結んだ形になっている。また、女性盆栽作家の活躍もあり、国内外において盆栽への興味関心の高まりが見られる一方で、団体の会員（国内会員）の高齢化と会員数の減少が同時に進んでいることが、回答から伺える。

2-4-2. 団体の特性と課題

団体の性格

調査した団体について、その目的から性格を大きく2つに分けることができる。

・普及啓発団体

盆栽文化を社会に対して、広く振興普及することを目的とした団体。全国的な規模の団体が3団体あり、盆栽の愛好者と盆栽作家が会員として所属している。

・業界団体

盆栽業に係る者が相互扶助の精神に基づき、共同事業等の遂行を目的とした結成された団体。展示会や即売会などの事業のほか、認定講師の育成も実施している。

事業などでの連携状況、業界との関わり

連携状況に関する回答では、他の盆栽団体との連携を挙げている団体が多く、地方公共団体や新聞社との盆栽の共同開催を実施しているとの回答も得られた。

業界との関わりについては、盆栽業や出版社が挙げられている。このほか想定される業界としては、盆栽の剪定道具などを製造する業者や、植物の肥料などを取り扱う業者が関連していると考えられる。

講演などの活動

小学校において盆栽教室を行っているほか、カルチャーセンター等への講師派遣が行われている。また、前述のとおり、海外での盆栽ブームもあり、団体に所属する会員が個人的に依頼を受けて盆栽に関する指導を海外で実施しているとの回答もあった。

広報誌及び広報活動について

月刊誌や広報誌、事務局だよりのような形で広報誌を作成している団体が4団体、展示会の記念誌を発刊している団体が1団体ある。また、広報活動については、全ての団体がホームページを開設しており、このうちSNSを活用した情報発信も実施している団体が2団体ある。

会員の状況

1団体から得られた回答では、男女構成比は男性98%、女性2%という比率であった。また、年齢構成比は、70代以上が32.26%、60代が25.4%、50代が19.76%となっ

しており、60代以上が約60%を占めている。

会員確保・後継者育成

会員確保の取組について、現状としては、ホームページや SNS による情報発信のほか、展示会でのポスター・チラシの配布、また、会員などの個人的な勧誘によって会員の確保に努めているとの回答が得られた。課題の把握に努めているという回答や、より盆栽の魅力を発信することや、会員に対してより利益を還元できるように事業を充実したいとの回答もあった。

後継者育成のための取組については、盆栽の専門業としての研修制度の運用のほか、個々の盆栽作家による徒弟制度により後継者の育成を行っていることが現状であり、今後の課題として、国内の研修生をどのように確保していくのかという点とともに、海外での盆栽ブームを受けて増加している、海外からの研修希望者の受け入れ体制の整備の必要性を回答している。

運営上の課題

「現状における問題点」でも言及したとおり、団体会員の高齢化や会員数の減少が問題となっている。盆栽作家の後継者問題も課題としており、盆栽愛好者の動向が業界の動向を大きく左右していることが推察される。

これらの問題点解決のために、全ての盆栽団体において、盆栽文化の振興・普及活動に資する様々な取組を通じて、盆栽の愛好者を増やす取組を実施している。

盆栽分野において重視している点

盆栽文化においては、自然な美しさを盆上において如何様に表現するか、人が時間と手を掛けていくことで初めて成り立つ美しさを重視されていることが伺える。また、盆栽そのものが多くの手の人に受け継がれて、人が手を掛けていくことで、長く後世に伝えられることも重要である、という回答もある。

このことから、盆栽文化が多くの人に支えられ、手を掛けていくことで成立するがゆえに、各団体はより多くの人に盆栽を知ってもらうための活動を展開し、合わせて盆栽の生育や剪定など盆栽を楽しむために必要となる技術の提供にも取り組んでいる。

2-5 . 川柳団体

川柳分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 1 団体のうち 1 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

2-5-1 . 調査結果の概要

支部等の有無と数

川柳分野に関しては、統括的団体が 1 団体であり、支部は無いとの回答である。

会員の種別と数

会員に関して 300 の社中組織が会員となっているほか、個人会員として約 70 人がいると回答している。川柳に関する有識者によると、会員となっている 300 の社中組織は全国にある「柳社」（川柳の結社組織）である。また、約 70 人の個人会員は「柳社」の代表と同格の者が登録をしているとのことである。

年間の事業予算額

「500 万～2500 万円未満」と回答している。

一般会員の年間の活動費

団体では把握していないとの回答を得た。

免許・資格制度の有無

団体では免許・資格制度等は特に設定しないとの回答を得た。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

年 1 回の功労者表彰、全国大会におけるコンテスト及び「誌上大会」と呼ばれるコンテストを実施している。

川柳分野の振興に向けた取組

当該団体の回答では、ジュニア川柳を全国の学校に推奨しているという。この取組は全国の学校に、3 つの「題」にそって作品を投稿してもらい、名前を隠して厳正に審査を行うものである。参加無料ということもあって、多数の応募があるとのことである。

文化庁事業への参加の有無

毎年各都道府県で開催されている国民文化祭に参加している。

現状における問題点

現状における問題点として、「会員数の減少」、「会員の高齢化」、「財政状況の悪化」が挙げられている。会員数の減少の原因は会員の高齢化（死亡退会など）によるものと、若い世代が団体に加入しないという 2 つの要素が関係していると推察される。この会員減少という結果が、団体の財政状況の悪化に繋がっている。

2-5-2 . 団体の特性と課題

団体の性格

調査対象とした団体は、川柳を愛好する者が結成した「柳社」が連合して結成された団体であり、川柳文化の普及や振興を目的としている。

事業などでの連携状況、業界との関わり

国民文化祭参加の際に、地方公共団体や放送局との連携、地方で行われる川柳大会への後援を実施している。

広報誌等の発刊などを行っており、出版業界などとの関連が推察される。

講演などの活動

全国的な川柳イベントに講演者の招聘を行っている。また、川柳に関する講演会のイベントも実施している。

広報誌及び広報活動について

年 2～3 回の広報誌の発刊と、年 1 回行われる川柳の誌上大会の内容をまとめた書籍を発刊している。また、広報や活動状況の報告を掲載したホームページを運営している。

会員の状況

当該団体の男女比を見ると、男性約 60.0%、女性が 40.0%の比率となっている。また、年齢比率は 70 代以上が 45%、60 代が 50%、50 代が 5%と、60 代以上が会員の多くを占めていることが分かる。

会員確保・後継者育成

会員確保のために、インターネットを活用して、各地域の柳社の活動状況や、団体の動きに関する情報を発信するほか、川柳の専門誌に活動などの PR を掲載している。また、子供向けの川柳イベントで学校訪問を実施するなど、幅広い世代に対して活動を行っている。更に、川柳が盛んではない地域に焦点を当てて、盛り上げるような取組を検討している。

これらの活動により、将来的に川柳を愛好する者を増やすことに繋がっていくと考えられる。

運営上の課題

「現状における問題点」で前述したように、会員の高齢化（死亡退会など）や若い世代が会員とならないことが会員の減少へと繋がり、加えて財政状況の悪化を導いていることが推察される。「会員確保のための取組」「川柳分野振興に向けた取組」を通じて、広く川柳に関する活動を実施しており、これらの活動状況について動向を注視していく必要がある。

川柳分野において重視している点

川柳においては、「誰でも楽しめる大衆文芸であるところ」を重視している。また、各

地で開催される川柳の会で、同好の士と出会い、「佳句（良い川柳のこと）」を聞くことが、川柳を嗜む者としての楽しみである。

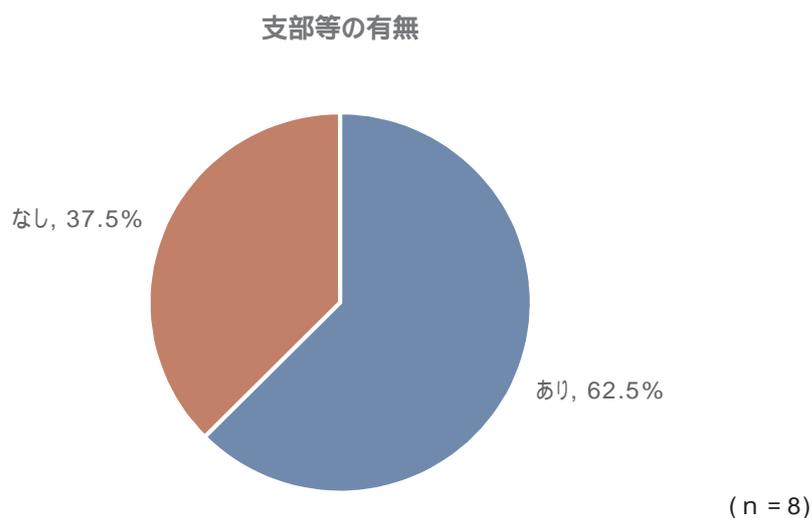
当該団体では、これらのことを重視し、子供や若者に川柳を知ってもらうための取組も実施しており、次世代の育成や川柳そのものの普及を行っている。

2-6. 俳句団体

俳句分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 9 団体のうち 8 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

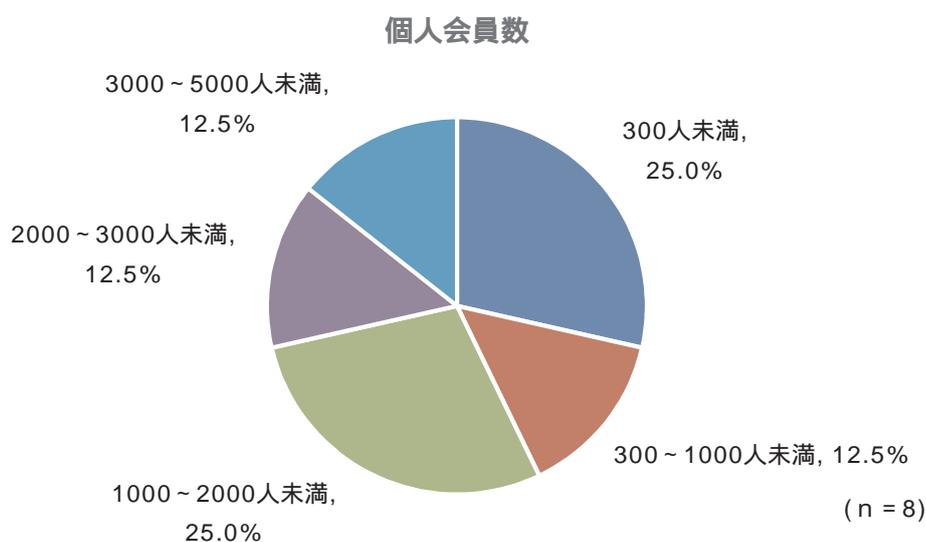
2-6-1. 調査結果の概要

支部等の有無と数

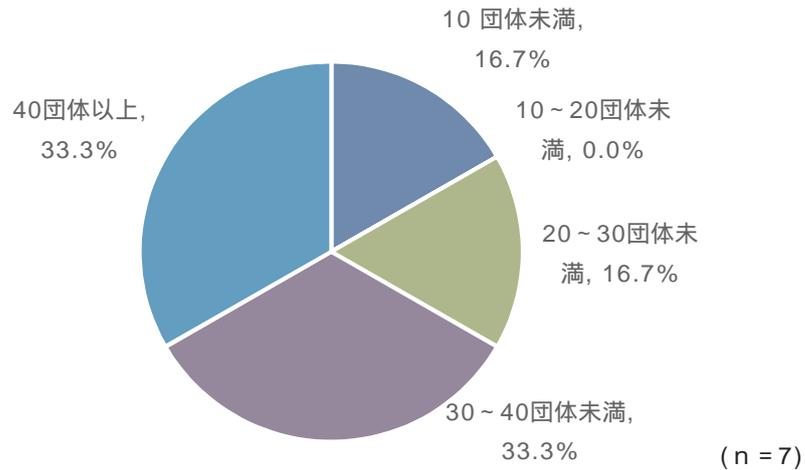


支部等の有無は、「あり」が 62.5%、「なし」が 37.5%、支部等が最も多い団体では、全国に 42 支部を都道府県単位に近い形で有している。また、海外の姉妹協会 20 か所を「支部」と回答している団体もあり、これは加盟団体、連携団体に近い形であると推察される。

会員の種別と数



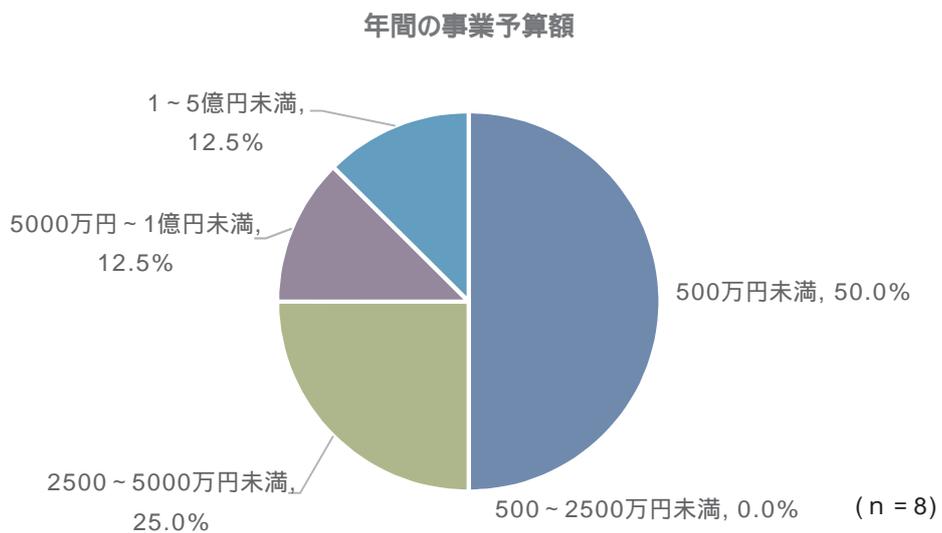
団体会員数



8 団体、このうち 7 団体は会員制度を設けている。名称は異なるが、「個人会員」「正会員」「普通会员」があり、これに加えて「団体会員」「賛助会員」の別がある。なお、「団体会員」「賛助会員」には、俳句結社や企業が登録している。なお正会員のみの団体、特に種別を設けていない団体が各 1 団体あった。

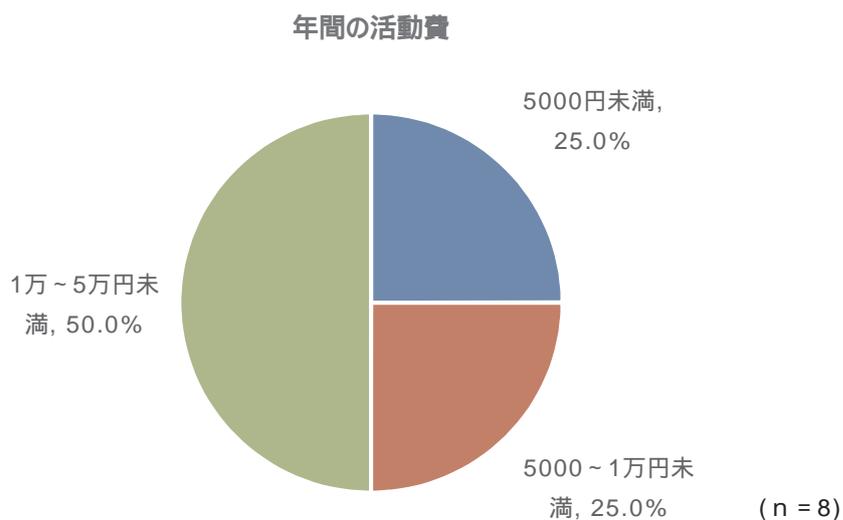
次に個人会員数について回答のあった 8 団体については、「1,000～2,000 人未満」「300 人未満」が、各 25.0%となっている。なお、回答のあった団体の中で、最も会員数が多い団体では 1 万人を越える会員が活動している。また、俳句結社や企業が会員として登録していると回答があった 6 団体のうち、団体会員の数については、「30～40 団体未満」「40 団体以上」が、各 33.3%を占めている。

年間の事業予算額



年鑑の事業予算が「500 万円未満」と回答した団体が 50.0%を占めている。

一般会員の年間の活動費

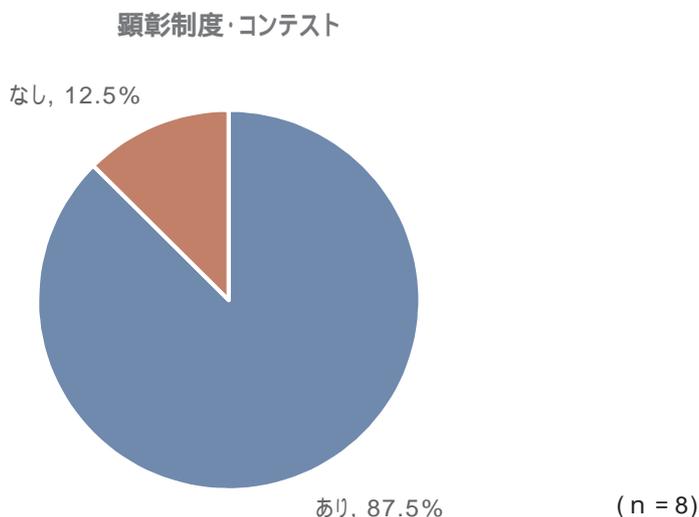


一般会員の年間の活動費については、「1万円～5万円未満」が50.0%と最も多い。これらの活動費は、団体会員の年会費が記入されており、句会や吟行への参加などの費用は含まれていないことから、実際の活動にはこの費用より多くかかることが推察される。

免許・資格制度の有無

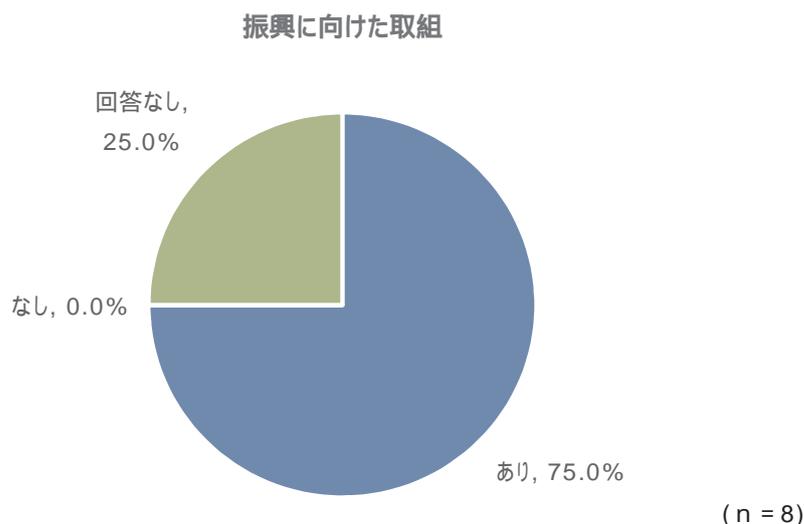
8団体全て、免許や資格制度はない。

団体内顕彰制度やコンテストの有無



団体内顕彰制度やコンテストの有無は、「あり」が87.5%、「なし」が12.5%となっている。「あり」と答えた団体のうち、俳句や俳句集に関するコンテストを実施している団体が7団体、年間の功労者に対する表彰を実施する団体が2団体、コンテストと顕彰制度を両方実施している団体が2団体ある。

俳句分野の振興に向けた取組



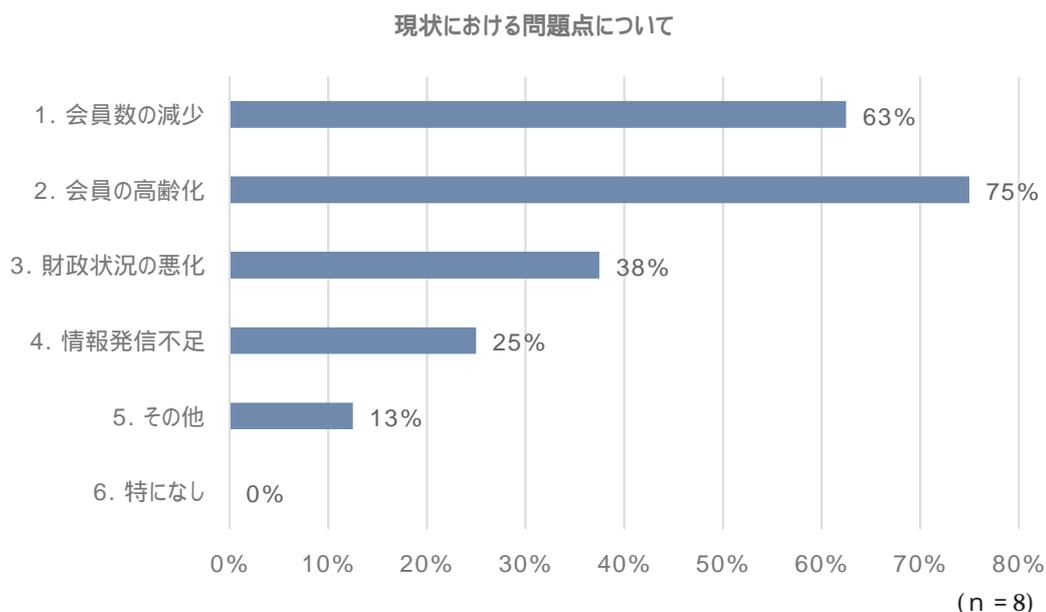
俳句分野の振興に向けた取組の具体例として、国民文化祭、ねんりんピックといった省庁が主催する催事への参画や、地方公共団体主催の俳句関連イベントへの協力（選者の派遣、後援など）、図書館等での俳句教室・講座への講師派遣など、公的イベントへの参画や公的機関への協力を通じての普及・振興を図っている。

一方、民間企業が行っている俳句コンテストへの講師派遣等の協力を行っている団体もある。また、地元高校への啓蒙活動や子供の俳句イベントの充実等により、若年層へのアプローチを通じて俳句人口の裾野を広げるといった目的意識を持って活動を行っている。

文化庁事業への参加の有無

文化庁事業への参加については、「あり」、「なし」が各 50%ずつとなっており、「あり」と回答した団体全て「国民文化祭への参加」を挙げている。これは、国民文化祭の開催県で各団体の支部が俳句大会などを実施する形で参加していることが伺える。

現状における問題点



具体的な問題点

- ・ 会員の高齢化（死亡退会）による会員数自体の減少。
- ・ 企業からの助成が減っているので経費削減に努めている。
- ・ 若い会員の確保が困難。

現状における問題点として、最も回答が多かったのは「会員の高齢化」、次に「会員数の減少」であった。また、具体的な問題点は、会員の高齢及び若い世代で新しく会員になる人が少ないことであり、会員数の減少にしていることが回答から伺える。

2-6-2. 団体の特性と課題

団体の性格

調査対象とした9団体は、俳句文化の発展・向上を基本的な目的とする団体である。

このうち、3団体は、俳人及び俳句愛好者により結成された団体である。この3団体と密接な関係にある2団体は、一つは俳句を通じた国際交流や国際親善を目的とし、もう一つは俳句の国際的な位置づけを高めることで、国内におけるさらなる俳句の振興と普及を図ることを目的としている。

上記のほか、国際交流を目的とした団体、俳誌の発行活動の主体とする団体、地域の俳句文化振興を中心としながらも地域から全国へ文化発信を行っている団体があり、いずれも全国的な取組を通じて、俳句の振興・普及を図っている。

事業などでの連携状況、業界との関わり

事業実施において、他の俳句団体との連携、地方公共団体との連携が多く見られた。また、駐日国際機関や大使館との共同事業や民間企業・団体との連携事業を実施しているという回答もあった。

事業を実施する際に、全国規模や国際的なイベントについては、文部科学省や外務省などの省庁、在外公館、領事館、地方公共団体、大手新聞社等が後援するものが多い。また、「俳句講座」、「俳句教室」等、中規模・小規模なイベントには、開催場所の地方公共団体や教育委員会、地方の新聞社等が後援する場合が多い。

関連する産業分野としては、会誌や俳句集を出版するために出版や印刷に関係する業者との関連があるほか、俳句コンテストを主催する企業等との関連があることが伺える。

講演などの活動

俳句団体が実施する講演などの活動については、全国各地で開催される俳句大会等のイベント主催者からの依頼に応じて、選者や講師、講演者等の派遣や紹介を行うことが多いことが伺える。

派遣先として回答があった例としては、前出の国民文化祭やねりんピック等の大きなイベントから、地方公共団体、地域の俳句団体、大学等が実施する俳句イベント、地元小・中学校の出前授業など、幅広い対応を行っている。

広報誌及び広報活動について

8団体全てが会員を対象として、会員誌、機関紙、会報、広報誌等を発行・配布している。発行サイクルは月刊、隔月刊、季刊、年刊と様々である。

また、回答では6団体がホームページを開設しており、団体の行事やトピックスをホームページで発信し広報活動を行っているとの回答があったほか、1団体はホームページのほかにtwitterを広報活動に活用している。

会員の状況

俳句団体に所属する会員について、男女会員の会員数に関する回答があった5団体合計の男女比率を見ると男性が31.8%、女性が68.2%という構成であった。

年齢構成について回答のあった5団体、合計23,022人の年齢構成は、70代以上が80.6%、60代が13.2%、50代が4%と続いており、70代以上の会員の比率が極めて高いことが分かる。

会員確保・後継者育成

会員確保のための取組として、俳句大会や講座などの開催とともに、俳句結社や団体と連携して勧誘を行っているホームページやSNSでの情報発信も行っているが、句会や講座、教室などへの参加者へ勧誘を行う形が取組として一般的であることが分かる。会員確保の課題としては、年会費や入会金の減免措置や、俳句講座を開催する場所や機会を増やすなど、新しい体験機会の創出とともに、入会した後に継続的な活動ができるような取組を検討している。

後継者育成のために、若い世代の活動が活発ではない点や、若い会員そのものが少ない点を踏まえ、団体内での若い世代の活動を後押しするような取組や、若手指導者の育成を進めているほか、初心者向けの俳句教室を実施している団体もある。課題解決のために、若い世代の活動を活発にできるような取組をより充実させるよう方向に検討を進めている。

運営上の課題とその解決方向

「現状における問題点」にて言及したとおり、団体の 7 割が会員の高齢化を挙げており、この高齢化と若い世代が新たに入会していないことも相まって、会員数が減少している傾向にある。

そのため多くの団体で、若い世代の指導者育成や会員の確保のために講座等の充実させている。

俳句分野において重視している点

俳句を詠むことを通じて、表現力や語彙力の向上が望めるのではないか、という意見をはじめ、「俳句を詠むこと」の意義、効用についての記述が主であった（6 団体）。

俳句が日本独特の定型詩であり、自然観や季節感、身近な生活において感じた事柄を表現できるという特徴は、団体にとって重要であることが伺える。

2-7. 礼法団体

礼法分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 4 団体のうち 3 団体（有効回答数）から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

2-7-1. 調査結果の概要

支部等の有無と数

3 団体のうち 2 団体から支部があるとの回答を得た。支部の数に関する回答は得られなかった。

会員の種別と数

3 団体のうち、1 団体は正会員として 20 団体が所属しているとの回答が得られた。

年間の事業予算額

1 団体が、年間の事業予算規模について「500～2,500 万円」と回答している。その他団体については不明である。

一般会員の年間の活動費

正会員が 20 団体所属している団体では、年会費 1 万円を活動費として回答している。

免許・資格制度の有無

1 団体では、免許・資格制度を設定しており、作法や技術を段階的に学び、最終的には教授者としての資格が得られる。茶道や華道のような許状・免状の制度と近似した制度であることが推察される。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

全ての団体で顕彰制度は無いとの回答であった。

礼法分野の振興に向けた取組

礼法分野の振興に向けた取組として、2 団体は小学校や、保育所、幼稚園などでの礼法教室の実施している。残りの 1 団体は、一般向けの礼法講座の開設と実施、動画配信サービスを利用した発信をしているとの回答があった。

文化庁事業への参加の有無

2 団体が、「伝統文化親子教室」を挙げているが、現在は参加を見合わせているとの回答があった。

現状における問題点

1 団体は「会員数の減少」を挙げ、門下の育成を進めるほか、指導者層の育成が課題として回答している。別の 1 団体は、諸外国からの問合せがあり、外国語への対応が求められていると回答している。

2-7-2 . 団体の特性と課題

団体の性格

いずれの団体も礼法の普及を目的とした団体であるが、資格制度を有する 1 団体については、茶道や華道のような流派的な要素を備えていることが推察される。他 2 団体は、流鏝馬など総合的な礼法を継承する団体であり、資格制度を有する団体とは少し異なる。

事業などでの連携状況、業界との関わり

1 団体から、和装関連やプライダル産業との連携があるとの回答があった。別の 1 団体は、異文化教育などを実施する団体との連携をしている。礼法は社会生活におけるマナーや作法に通じていることから、上記のような産業・団体と連携していることが推察される。

講演などの活動

1 団体については、関東・関西の学校へ礼法授業の講師を多数派遣しており、他 2 団体は礼法教室の開催や、団体としての催事への参加を行っている。

広報誌及び広報活動について

全ての団体で年報・機関誌の発行を行っている。2 団体は、ホームページやブログ、SNS を活用した広報活動を展開している。

会員の状況

1 団体は個人会員が 200 人在籍し、他 2 団体についての会員状況については、回答が得られなかった。

会員確保・後継者育成

2 団体はホームページや SNS を活用した広報活動の展開を実施しており、うち 1 団体は無料パンフレットの配布も実施している。現状の取組の継続と合わせて、一般向けにより礼法を知ってもらうための講座の開設が課題であると回答している。

後継者育成のための取組については、2 団体が指導者層の育成に取り組んでいる。他 1 団体は外国語への対応が課題として挙げられていることが特徴的である。

運営上の課題

「現状における問題点」で言及したとおり、資格制度を有する団体の場合、会員数の減少に伴う形で、許状や免状を必要とする人が減っており、指導者層の育成が課題であるとしている。また、外国語への対応を課題として挙げた団体もあることから、礼法を含み、日本の伝統的な文化に対して海外から関心が寄せられていることが伺える。

礼法分野において重視している点

1 団体は、礼法に対して堅苦しいといイメージを持っている人も多いため、一般に広報を行い、世間のイメージを払拭する必要があると考えている。また、思想に基づいた動きを重視している団体もあり、伝統的に継承されてきた身体作法も大事であるが、その作法の基盤となる思想性が大事であるとの回答を得た。

2-8．錦鯉団体

錦鯉分野の団体に対して実施した調査では、調査対象 2 団体から回答を得た。以下、調査結果の概要について述べる。

2-8-1．調査結果の概要

支部等の有無と数

2 団体とも国内に支部がある。1 団体については支部とは異なるが、「海外提携団体」があるとの回答が得られた。

会員の種別と数

両団体とも会員制度があり、1 団体は錦鯉の愛好者が正会員となっている団体、1 団体は養鯉業者が正会員となっており、それぞれ賛助会員や準会員といった制度を有している。

愛好者団体については国内外を含めて 1,000 人規模、養鯉業者の団体は 500 人規模という回答が得られた。

年間の事業予算額

両団体とも年間事業規模については、5000 万円～1 億円未満と回答している。

一般会員の年間の活動費

会員一人当たりの活動費は養鯉業者の団体が 50,000～55,000 円/年、愛好家団体が 20,000 円/年という回答が得られた。これは、団体における年会費に相当するものと推察され、愛好者についてはこの費用以外に、錦鯉の飼育などに関する経費が掛かると考えられる。

免許・資格制度の有無

2 団体とも資格制度を有しており、愛好者団体については品評会での審査員資格の制度があり、養鯉業者の団体では、錦鯉の「飼育士」に関する制度を設けている。

団体内顕彰制度やコンテストの有無

2 団体ともに、顕彰制度を有しており、養鯉業者の団体では団体への功労者と、優れた養鯉業者を顕彰し、愛好者団体は主催する品評会において愛好者を表彰する制度を設けている。

養鯉業者の団体における顕彰制度は、団体活動に対する功労者の表彰を適宜行うほか、年に 1 回、品評会において優れた錦鯉を出品した養鯉業者を表彰する制度となっている。一方、愛好者の団体では、団体が主催する各種品評会において、表彰を実施しているとの回答が得られた。

錦鯉分野の振興に向けた取組

養鯉業者の団体からは、品評会の実施と、教育機関や生涯学習を実施している団体からの要請による催事などを実施しているとの回答が得られた。

文化庁事業への参加の有無

2団体とも文化庁事業への参加は無いとの回答であったが、愛好者団体からは国民文化祭に参加した経験があるとの回答が得られた。また、養鯉業者の団体からは文化庁から要請があれば参加したい意向であるとの回答があった。

現状における問題点

2団体とも「会員数の減少」と「会員の高齢化」を問題点として挙げている。加えて、養鯉業者の団体は「財政状況の悪化」も問題視している。

養鯉業者の団体は、「会員数の減少」の要因について「国内の生活様式の変化による（マンション、アパート）等の生活拠点の増大」を1つの要因として挙げている。これは、1戸建て住宅の減少に伴って錦鯉を飼育する場所（庭や池）を確保しにくい状況にあることで錦鯉を愛好する者が減少しており、国内での錦鯉需要の低下とともに、養鯉業者の減少が導かれていると分析していることが分かる。

また、小規模事業者の場合、錦鯉を養殖するための施設整備と拡張を行うハードルが高いことや、将来的な見通しの難しさからくる後継者の不足が起き、「会員の高齢化」という課題に結びついている。このような、養鯉業者の減少は会員数の減少と団体の「財政状況の悪化」に繋がっているものと推察される。

2-8-2. 団体の特性と課題

団体の性格

錦鯉に関する全国団体は、主に錦鯉の愛好家で組織する団体と、錦鯉の生産者と流通業者によって組織されている団体がある。

愛好者団体については、錦鯉の美を追究することや飼育・鑑賞の指導を通じて、文化の向上を目的としている。養鯉業者の団体は美しい錦鯉を社会に広めることで、養鯉業の振興を目的としており、それぞれの立場において錦鯉の振興に努め、品評会をはじめとする各種事業を実施している。

事業などでの連携状況、業界との関わり

錦鯉を飼育するための各種設備を製造販売する業者や、生体を扱うことから病気対策を行うための薬品類を扱う業者などとの関連が想定される。

講演などの活動

養鯉業者の団体から回答があり、主に子供を対象とした事業への講師の派遣や錦鯉の出品などが行われている。例えば農林水産省のイベントや、観賞魚協会のイベント、小学校等への講師派遣などを行っているとの回答が得られた。

広報誌及び広報活動について

愛好家団体は、会員に月刊会誌（和英2バージョン）を配布している。養鯉業者の団体は、錦鯉の月刊誌の紙面で情報提供を行っている。両団体ともにホームページを開設しており、品評会の開催案内や研修会の活動報告などを行っている。

会員の状況

「現状における問題点」において両団体ともに「会員の高齢化」を選択していることから、比較的高齢の会員によって団体が構成されていることが推察される。

会員確保・後継者育成

会員確保のために、勧誘が行われているほか、ホームページを活用した情報発信を行っている。そのほか、更に充実した情報提供の必要性があると認識としている。

後継者育成のために、若手の指導者育成が急務と回答している。今後は、後継者の指導に関する研修会の実施を検討しているが、養鯉業者ごとに錦鯉育成のノウハウが異なるほか、研修会を開く余力が無い場合、実施が難しいという課題がある。

運営上の課題

「現状における問題点」でも言及したとおり、2団体とも「会員数の減少」「会員の高齢化」が団体運営における問題点であると推察される。錦鯉を愛好する者と、錦鯉を飼育する養鯉業者は、密接な関係にあると推察され、愛好者の減少は、養鯉業者に大きく影響を及ぼしていることが、調査から伺える。

錦鯉分野において重視している点

養鯉業者の団体から、錦鯉を飼育する立場から「魚病」について関係省庁と連携して予防対策を進めること、「錦鯉の生産・飼育基盤整備（野池の充実）」や「錦鯉のブランド化」など、錦鯉の飼育基盤の確立を重視している。

「団体の性格」でも触れたように、2団体は所属する会員の属性（愛好者が養鯉業者か）の違いはあるが、錦鯉の美しさやその観賞に独自の価値を見出し、普及・振興するような取組を実施していることが伺える。

第3章 生活文化に関わる団体調査のまとめ

第3章 生活文化に関わる団体調査のまとめ

本章では、「平成30年度生活文化調査研究事業」において対象とした、食文化と書道の2分野、そして今年度調査で対象とした8分野、計10分野を横断した分析を結果について述べる。

3-1. 生活文化団体の現状及び課題について

3-1-1. 調査結果のまとめ

本項目では10分野毎に、団体の現状について調査結果の分析を述べる。

1. 食文化分野

団体の性格や特徴について

食文化分野で調査対象とした団体は、料理人や菓子職人、食品等の製造販売に関わる企業が会員となって構成されている。これらの団体は、食文化の普及啓発を目的としている場合と、会員の相互扶助や技術の向上・発展、業界の発展を目的としている場合の2つに分けることが出来る。さらに団体に所属する会員の傾向を踏まえると、以下のよう分類となる。

- ・普及啓発団体 4団体

調理師や食品製造の企業などが会員となって、食文化の普及・啓発を目的として活動を行っている団体。

- ・調理師団体 8団体

全国各地の調理師や菓子職人などが会員となり、会員の相互扶助や技術研鑽を目的としている団体

- ・業界団体 7団体

食品や酒類の製造販売、外食産業や惣菜などの企業等が会員となり、会員の相互扶助や業界の振興を目的としている団体

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例がある。

普及啓発団体の場合、一般向けに食文化に関するシンポジウムや講習会、体験事業を開催することで、食文化の啓発活動を行っている。また、団体内において顕彰制度を設け、食文化の発展などに貢献した人々を表彰し、社会的な地位向上を図っている。

調理師団体の場合、会員である調理師や菓子職人を対象とした講習会やセミナー、研究会の開催を通じて調理等の技術面の向上を図り、食文化の継承を担う次世代の育成を行っている。

業界団体では食の展示会開催を通じて、広く一般に食文化の普及や啓発の活動を行っているほか、団体内部での技術講習会やセミナーを通じて文化や技術の継承を行っている。

以上のようにアンケートへの回答のあった19団体には日本料理や和菓子に関連する団体だけではなく、西洋料理や中国料理、洋菓子に関係する団体も含まれているが、いずれの団体においても食の文化面について意識した取組を行っている。加え、「食文化のど

ういった部分が大事であると考えて活動しているか」という設問には、食文化の継承・啓発が必要であるという回答が非常に多いことから、各団体が食文化の重要性を認識していることが伺える。

団体の現状における課題について

「会員数の減少」を問題点として挙げているのが 19 団体のうち 47.4%、「会員の高齢化」を問題点として挙げているのが 19 団体のうち 36.8%となっている。

「会員数の減少」や「会員の高齢化」を問題点として挙げている団体は、これらの要因として、少子高齢化に伴い食文化に関連する市場規模の縮小が進む中で、食文化に係る産業への従事者も減少しており、次世代を担う人材の不足という課題を生み出していると分析している。また、高齢化による団体からの退会も増えているため、総じて会員数の減少に繋がっている。

食文化団体の場合、食文化に関連する産業に従事する者や食文化に関連する企業等が会員となっているため、市場の動向や従事者の増減に影響を受けていることが分かる。これらの課題に関して、各団体ともに会員への勧誘を行っているほか、次世代の人材育成に向けた講習会・研修会の開催の充実を図ることで、食文化の継承を図っている。

2. 書道分野

団体の性格及び特徴

書道分野で調査対象とした団体は、主に書家や学校教員、書道教室の運営者などで構成されている。各団体は、目的と活動内容によって以下のような分類となる。

- ・書道文化の普及啓発団体 4 団体
書道文化の普及啓発を目的として、学校教育における書道の推進やユネスコ無形文化遺産の登録運動等の活動を行っている団体。
- ・公募展団体 9 団体
文化芸術の振興を目的として、書の公募展の開催実施を中心とした活動を行っている団体
- ・書道教育団体 5 団体
学校教育での書道教育とは異なり、習字教室や通信教育の活動を通じて、書写教育や書道教育を実施している団体。
- ・その他 1 団体
広告デザインなどを行う書道作家の相互扶助や業界の発展を主な目的としている団体

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例がある。

普及啓発団体の場合、学校での書道教育推進を目的とした全国コンクールの開催や、書道のユネスコ無形文化遺産登録の推進を進めている。

公募展団体の場合、書の公募展の開催を中心に、学生向けの公募展を開催するほか、未就学児向けの毛筆体験講座などを実施している。

書道教育団体では、全国の学生を対象とした書き初め展の開催を、成果発表の場を設けている。

その他の団体では、ワークショップやフォーラムの開催、コンテスト事業を実施している。

これらの団体は、「書」「書美術」「書芸術」といった書の芸術性の発展や向上に力点を置いている場合と、「書写」「習字」といった普遍的かつ模範的な書の普及に力点を置いている場合に分けられ、書道を広く社会に普及し振興する取組を実施していることが分かる。

取組内容としては、公募展団体・書道教育団体ともに公募展や展覧会の開催が多く見られ、作品（成果物）を展示することで、書道を行う人々の発表の場を設けていると同時に、広く展覧を行うことで、書道の魅力を伝えようとしていることが伺える。また、子どもや学生といった次世代の書道を担う人々に対する各種アプローチも、書道振興の取組として実践されている。

団体の現状における課題について

「会員の高齢化」を問題点として挙げているのが 19 団体のうち 84.2%、「会員数の減少」を問題点として挙げているのが 19 団体のうち 78.9%となっている。

これらの問題点について、会員の高齢化に伴う退会と若手会員の減少が会員数の減少に拍車をかけているという指摘が多い。会員減少は財政状況の悪化を招いており、普及や振興の取組を考えていても、実施できないという回答も見られる。

また、「会員数の減少」の要因として、「書道だけでは生計が立てられないこともあり、若年層が書道を選んでもくれない」「書道塾という職業で食べていけなくなったため指導する立場に立つ人も減少せざるを得ない」という意見もあるほか、習い事が多様化する中で、子供や書道を習い事として選んでもくれないと言った意見もある。

これらの課題に対して、所属する会員が主催している書道教室での宣伝や勧誘を行ってもらい、団体はこれらの取組に対して宣伝媒体などの素材提供を行う方法をとっている。また、団体が開設するホームページや SNS を活用して展覧会や講座開催を告知するなど情報発信を進めることで、会員減少という課題の解決を図ろうとしている。

今後の展開としては、書道教室や社中とは異なる形で広く一般の人が書道を体験できる体験講座や研究会を団体主催で開催する取組や、書がアートとして海外で認められているということを国内で知ってもらって書道への興味・関心を高めてもらうように発信するといった回答が見られる。

以上のように、「会員の高齢化」「会員数の減少」という課題の解決に向けて、書道教室を通じた会員確保の取組や、ホームページや SNS を活用した情報発信、体験講座などを実施している。習い事が多様化している、という団体の回答があるように、どのように書道の良さを幅広い世代へと伝えていけるかという点を考え、書道教室での勧誘も強化をしながら、門戸を広げるような取組を実施している。

3. 煎茶道分野

団体の性格及び特徴

「煎茶道文化の普及啓発団体（1 団体）」と「煎茶道の流派団体（18 団体）」に分類される。前者の場合、煎茶道の流派団体が会員となっており、煎茶道を普及していくことを目的として活動している。後者の場合、家元が中心となって組織された団体であり、主

たる目的は伝承されてきた流儀を次世代へ継承することである。また、煎茶道文化の振興や普及に資する活動を実施している。

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例が実施されている。

普及啓発団体では、団体に加盟していない流派団体との合同茶会を実施することで、流派間の交流を進めている。

流派団体では、煎茶道に関連する展示を実施している博物館・美術館と連携して茶会を開催し、展示と体験を連動させる工夫をしている。なお流派団体の中でも、地域の文化連盟・文化協会に所属している場合、所属団体の主催イベントで茶会の開催や体験講座を実施する取組や、地域の小学校や専門学校で煎茶道体験を実施し学生など若い世代への体験機会の創出に努めている。

以上のように、茶会や体験講座を主体とした取組が展開されており、流派団体の中では若い世代に対して煎茶道への興味や関心を持ってもらう取組も実施されている。

団体の現状における課題について

「会員の高齢化」を問題点として挙げているのが 32 団体のうち 78.1%、「会員数の減少」を問題点として挙げているのが 32 団体のうち 75.0%となっている。

具体的な問題点として、「高齢の指導者が多いため、各地での継承者育成が滞っている」という回答からも伺えるように、指導者の高齢化が進み指導を出来なくなることで、会員が減少していることを問題視している。また、このことは中堅層の指導者が不足していることを表している。

流派団体は、指導者の高齢化と中堅指導者の不足によって、煎茶道を学べる教室（稽古場）の減少が会員減少に繋がっていると危惧している。また、「女性の社会進出」「趣味・生活スタイルの多様化」「最近の女性は働いている人が多く、煎茶道のような趣味を持つ余裕が無い」と、価値観や労働環境の変化も要因として回答されている。このほか、「子供さん達は勉強が忙しく続かない」「若い人たちは習い事に関して時間が取れなくなった」「おけいこ事をするだけのゆとりの時間を持っている人が少ない」と、生活時間の変化を要因と捉えている。

これらの課題の解決に向けた取組としては、特に会員の高齢化に関わる取組として、次の世代を担う中堅層の指導者育成を進めている団体が 32 団体中 10 団体あり、指導者育成のための研修会・講習会の定期的な開催を進め、支部を有する団体の場合は支部への講師派遣を行って講習会を開いている。

指導者育成と同時に、会員確保についての取組も進められており、団体のホームページや SNS を使って茶会の開催告知などを出来るだけ発信を行うようにしているほか、体験講座や教室を開催している。また、子供をはじめ幅広い人たちに煎茶道を知ってもらうために、カルチャーセンターでの公開講座や小中学校や大学での体験教室での開催を今後の展開として考えている団体もある。

以上のように、特に流派団体に関しては「会員の高齢化」「会員数の減少」という課題の解決に向けて、幅広い世代に煎茶道を知ってもらう、体験してもらうための取組を進

めている。特に、稽古場（教室）以外の場所で茶会や体験活動を行うことで、より多くの人に体験機会の創出を行い、煎茶道の普及や振興を進めている。

4. 香道分野

団体の性格及び特徴

「香道文化の普及啓発団体（1団体）」と「香道の流派団体（6団体）」に分類される。前者の場合、流派を横断する形で結成された団体で、香道文化の普及や振興を目的として活動している。後者の場合、家元が中心となって組織された団体と、各流派において免状を持った人物が中核となって結成された団体（社中）がある。後者の団体は、流儀の継承が主たる目的であり、香道文化の振興や普及に関する活動も行っている。

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例が実施されている。

普及啓発団体においては全国規模での「香席」体験を実施しているほか、依頼に応じて香道体験の講座も実施している。

流派団体では、文化協会や文化団体に所属している場合、その団体が主催する催事で香席を設けているほか、大学の公開講座で香道についての体験講座を行っている団体もある。

以上のように、普及啓発団体、流派団体ともに香席体験を通じて振興の取組を実施しており、その場所も文化団体等の主催イベントや大学の公開講座といった、一般の人が参加し体験がしやすい形で行われている。

団体の現状における課題について

7団体のうち42.9%が「特になし」「その他」と回答しており、次に「会員の高齢化」「情報発信不足」が28.6%と続いている。

「その他」と回答した団体が抱える課題については、普及啓発団体が「指導者不足」、流派団体は「香木の不足」を挙げている。「指導者の不足」について普及啓発団体は、流派団体が指導者を育成し免状交付を行っているため、指導者不足の解消は難しいと回答している。

「香木の不足」については、「香木の値が高騰」しているため、入手が難しい状況が続いていると回答している。東南アジアで産出される香木は自然由来の希少なものであり、容易に栽培などが出来ない上、産出国が香木の保護を行っているため、供給量が減少していることが、高騰の要因であると示唆している。この課題について、流派団体の1つは、天然資源である香木が絶えないように、産出国へ赴き植樹を行い、将来を見据えた香木の確保の取組を進めている。

次に「会員の高齢化」を挙げた団体の回答を見ると、その要因として、「（社会の）少子高齢化」、「和文化への若者離れ」の2点を考えており、この課題解決にあたっては学校教育での伝統文化の必修化が必要であると、意見が記載されている。団体が子供の頃からの香道をはじめとする伝統文化の体験や学習の機会が減少していると考えていることが伺える。

「情報発信不足」と回答している団体は、現在ホームページとSNSを使った情報発信

を行っているものの、これに加えて「実践を伴うミニ講座・体験講座」を企画し、さらに発信や体験を行いたいと考えている。

以上のように、香道分野の課題で注目されるのが、必需品である香木の不足や価格の高騰である。この課題解決のために植樹を行っている流派団体もあり、他の分野とは異なる課題が見えている。また、「会員の高齢化」については、前出の食文化などと同様の課題を抱えており、その要因を「(社会の)少子高齢化」、「和文化への若者離れ」に求めている点は、書道分野や煎茶道分野と近似している。

5. 和装分野

団体の性格及び特徴

「和装文化の普及啓発団体(7団体)」と「着付けに関する技術者団体(12団体)」に分類される。前者の場合、着物の製造や販売、着付け指導などの企業や団体を会員として普及啓発を目的とした活動をしている。後者は、和装の着付けに関する技術や技能を持った者を育成することを目的とした団体である。

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例が実施されている。

普及啓発団体では、団体同士で連携して大学での公開講座を開設し、和装文化に関する講義を行っている。また、一般向けに着付け体験が出来るイベントを展開しているほか、技術者団体が実施している学校教育での和装教育活動の支援を行っているという回答もある。

技術者団体では、小中学校、高等学校やカルチャーセンターでの着付けや和裁に関する講座を実施している団体が多く、また、着付けや和裁の指導者育成を実施している。

以上のように、普及啓発団体・技術者団体ともに着物の着付け体験などの実施が、振興の取組の中心となっている。特に、回答では小中学校、高等学校での着付けや和裁の講座が多かったことから、子供の頃から着物や和裁と言った和装文化の体験機会の醸成に力を入れていることが伺える。

団体の現状における課題について

現状における問題点として、「会員数の減少」と回答した団体は19団体のうち47.4%、次に「会員の高齢化」「財政状況の悪化」「情報発信不足」(いずれも19団体中31.6%)と続く。

「会員数の減少」、その具体的な問題点については、「きもの離れ」「きものに関する興味関心が薄れている」という回答が多くみられ、昨今着物が日常的に着られないことや、興味関心が薄れていることを「会員数の減少」の要因として指摘している。

これらの要因を踏まえると、着物を着る人自体が減少していることで市場規模の縮小となり、着付けや和裁の技術者や指導者を目指す人の減少にも繋がっているものと考えられる。こういった指導者や技術者の減少は、技術者団体の会員数の減少へと結びつき、次世代の指導者の不足や今後の和装に関する普及や振興活動の停滞にも繋がっていくため、技術者団体も大きな課題として捉えていることが伺える。

また、「きもの離れ」と重なって、指導者層として活躍している人々の高齢化や中堅の

指導者層の不足もあり、「情報発信不足」という課題も発生しているため、会員の確保も難しい状況に陥っている。技術者団体の回答では「ホームページもありますが、当協会にヒットする件数も少なく」と、発信を行っているものの上手く会員の確保や団体の広報に繋がっていない現状が見えてくる。

以上のような、「会員数の減少」という課題については、普及啓発団体・技術者団体もホームページや SNS による発信を行って活動の広報や会員の確保に努めており、今後も情報発信の強化を課題としつつ、「着装無料体験講座」、「ミニきものショー等イベント開催」といった体験イベントやショーの開催を検討している。

前述のとおり、中堅の指導者層の不足もあるため、会員でも特に若い世代への訴求を視野に入れた会員の確保を進めていると同時に、指導者育成に関する研修会や講習会の充実を図り、指導者層の育成に力を入れている。

以上のとおり、「会員数の減少」という課題解決に向けて、ホームページや SNS を活用した情報発信の実施と強化、着付けの無料体験といった催事を開くことで、和装への興味関心を高める取組を行っている。また、振興の取組では公開講座の開設や、学校での着付けや和裁の講座を積極的に展開していることから、和装文化の周知と体験機会の創出が重視されていることが分かる。このことは、「きもの離れ」という言葉が示すとおり、着物を日常的に着なくなった昨今において、和装分野の団体が継続的に和装文化の発信と普及啓発を行っていく必要があることを示している。

6. 盆栽分野

団体の性格及び特徴

「普及啓発団体（3団体）」と「業界団体（2団体）」に分類される。前者の場合、盆栽の愛好者と盆栽作家が会員として所属しており、盆栽文化を振興・普及することを目的とした活動をしている。後者の場合、盆栽作家が会員となり、相互扶助の精神に基づいて展覧会や後継者育成等の共同事業の遂行を目的として活動している。

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例が実施されている。

普及啓発団体では、団体の認定講師がカルチャーセンターで盆栽講座を開催している。

業界団体の行っている取組としては、普及啓発団体と連携図って、各種イベントへのデモンストレーターの派遣を行っている。

以上のように、両団体ともに盆栽に関する講座開設やイベントでのデモンストレーションを取組として実施している。また、「主な事業・活動」として、すべての団体で「盆栽展」「展示会」の開催を実施しており、これらの活動も振興に関する取組であると考えられる。

団体の現状における課題について

全ての団体が「会員の高齢化」を回答しているほか、「会員数の減少」が4団体、「財政状況の悪化」「情報発信不足」を3団体が問題点として回答している。

「会員の高齢化」について具体的な問題点として業界団体の回答では、「高度経済成長

とともに盆栽界も隆盛したが、その後の不況で業界は低迷している」とした上で、団体の会員である盆栽作家の高齢化や退会が進んでいる上、盆栽作家の後継者の不足が著しいことや、盆栽を愛好する人も同じく減少していることが指摘されている。盆栽を愛好する人が減少することで、盆栽に関連する市場規模の縮小が続き、盆栽作家の減少にも繋がっていることが推察される。

以上のように、「会員の高齢化」や「会員数の減少」といった課題解決に向けて、普及啓発団体と業界団体ともに、「盆栽の趣味者（愛好家）」を増やすことを重視し、ホームページやSNSによる情報発信を積極的に行って会員の確保に努めているほか、セミナーの開催などを今後の展開として想定している。また、盆栽作家の後継者が減少していることもあり、業界団体は盆栽作家の育成にも力を注いでいる。

7．川柳分野

団体の性格及び特徴

川柳を愛好する者が結成した「柳社」が連合することで結成された団体であり、全国にある約300の「柳社」が団体会員となって川柳文化の普及や振興を目的として活動している。

団体の活動について

ジュニア川柳を全国の小中学校に推奨しており、子供の頃から川柳を親しめるような取組を行っている。また、団体が実施している川柳大会でもジュニア部門を設け、投句料を無料とすることで子供たちの参加を促すような取組も行っている。

団体の現状における課題について

現状における問題点については、「会員数の減少」「会員の高齢化」「財政状況の悪化」と回答している。これらの要因について、団体としての意見や考え方についての回答は得られなかったが、団体会員の年代別構成を見る限り、10～40代の会員がいないことから、川柳を愛好する人が比較的高齢の方が多いことが分かる。また、振興に関する取組でも挙げたように、小中学校に通う学生の世代に対しての活動に力を入れていることから、次の世代の育成を見据えた課題解決の取組を行っている。

8．俳句分野

団体の性格及び特徴

いずれの団体も、俳句文化の発展・向上を目的とした団体である。

俳人及び俳句愛好者、俳句結社が連合して結成された3団体があり、この3団体は俳句の在り方(季語の有無や定型か自由律か)の違いに応じる形で結成された背景を持つ。ただ、それぞれの考え方の違いを踏まえた上で、俳句の振興や普及を共通の目的としていることから、共同で催事を行っている。

また、俳句を通じた国際交流や国際親善を目的とした1団体は、上記3団体の協力や支援をもって発足しており、団体活動においても連携を図っている。この4団体は、俳句の国際的な位置づけを高め、国内での俳句の振興と普及を図ることを目的とした団体を発足させている。

このほか国際交流を目的とした団体、俳誌結社の横断的交流を目的とした団体、地域の俳句文化振興を中心としながらも地域から全国へ文化発信を行っている団体もある。

団体の活動について

団体が行う活動、特に振興に向けた取組については、以下のような例が実施されている。

毎年都道府県で行われる国民文化祭への参加といった省庁が主催する催事への参画、地方公共団体や民間企業が主催の俳句イベントへの協力（選者の派遣、後援など）、俳句教室・講座への講師派遣がある。また、地域の俳句文化振興を目的する団体は、地元の高校生への啓蒙活動や、子供向けの俳句イベントの充実等を実施している。

これら各種イベントへの参画や講師派遣などを各団体が実施しており、幅広い世代へのアプローチを行い俳句の普及や振興を図っていることが伺える。

団体の現状における課題について

8団体のうち、「会員の高齢化」と回答した団体が75%と最も多く、次に「会員数の減少」が63%となっている。

「会員の状況」で触れたように、5団体の合計会員数23,022人のうち、70代以上が80.6%を占めており、高齢化が顕著であることが分かる。また、具体的な問題点として「会員の高齢化による会員数自体の減」「会員の高齢化による死亡退会が多い」と回答があり、「会員の高齢化」「会員数の減少」が連動していることが分かる。

これらの課題の解決に向けて、団体は会員の確保に向けた取組を進めており、俳句大会や俳句講座の開催を通じた俳句の普及を進めるほか、俳句団体と俳句結社が連携して会員の勧誘を行っている。また、団体が開設するホームページやSNSを活用した情報発信を行っている。今後の展開として、年会費や入会金の減免措置や、支部への助成金制度の検討を考えている団体もあり、会員となった後の継続的な活動に対する支援措置を視野に入れている例もある。

このような会員確保の取組と連動する形で、指導者層の育成にも各団体で取組を進めている。団体内に青年部がある場合は、青年部の活動を活発にする目的で、青年部独自の催事開催を実施する団体がある。また、青年部設立を準備している団体では、その準備と平行して初心者向けの講習会により力を入れていくことや、情報端末を扱いなれた若者をターゲットとしたインターネット俳句会の開催を検討している。

以上のように、「会員の高齢化」「会員数の減少」という課題解決に向けて、俳句団体と俳句結社が連携した会員勧誘の実施や、若い世代をターゲットとした取組、入会後の継続的な活動を支援する措置などを検討するなど、幅広い世代への俳句の普及を行っている。

9. 礼法分野

団体の性格及び特徴

いずれの団体も、礼法の継承と保存、普及を目的とした団体である。

2団体については、礼法、弓術、弓馬術の伝統的な技術の継承と保存を掲げ、弓術や弓馬術の技芸を神社への奉納するほか、元服式など伝統行事において礼法に則った作法や着

付けなどの活動を行っている。1団体は礼法に関する資格制度を有し、許状の発行を行っているほか、礼儀作法やしきたりなどのビジネススキルが求められるブライダル団体や和装団体との繋がりを持っている。

団体の活動について

全ての団体で学校教育や、保育所、幼稚園などで礼法教室を実施しており、子供向けに礼法の体験・経験の機会を設ける取組を実施している。また、1団体は、毎年礼法講座を開設しているほか、動画配信サービスを利用した発信も行っており、一般に広く礼法を伝える取組が行われている。

団体の現状における課題について

1団体は、「会員数の減少」を挙げ、その具体的な内容については「免状離れ」が会員数の減少に繋がっていることを指摘している。また、今後を見据え指導者育成を課題として挙げている。この団体は、礼法が「堅苦しい」と捉えられがちであり、「若い方々に興味をもっていただくような外への発信ができていない」という課題もあると回答している。

他の1団体は、「その他」として、諸外国からの問い合わせがあり、外国語への対応が求められていると回答している。また、「後継者育成のための取組と課題」でも「外国人(外国語)対応が課題」と回答していることから、外国人が礼法に対して興味関心を抱いていることが伺える。

10. 錦鯉分野

団体の性格及び特徴

錦鯉の愛好者によって組織されている団体と、錦鯉の生産者及び流通業者によって組織されている団体の2つである。

愛好者の団体については、錦鯉の美の追究と飼育・鑑賞の指導を通じた文化の向上を目的としており、生産及び流通業者の団体では美しい錦鯉を社会に広めることを通じた錦鯉養殖業の振興を目的としている。なお、どちらの団体も「主な事業・活動」として錦鯉の品評会の実施を掲げており、品評会の開催にあたっては双方の団体が協賛などの形で協力し活動を実施している。

団体の活動について

生産及び流通業者の団体は、「錦鯉の品評会の開催」を挙げ、団体からの要請を受けて共同でイベントを実施しているほか、学校や生涯学習を実施する団体から要請を受けた場合も、要請内容に応じた取組を行っている。

団体の現状における課題について

両団体とも「会員数の減少」と「会員の高齢化」を問題点としてあげている。生産及び流通業者の団体は、「会員数の減少」が起きている要因として「一戸建て住宅(庭・池)等が年々減少」している点と、「愛好者の高齢化並びに飼育場所の減少」を指摘している。つまり、錦鯉の飼育場所の確保が困難となり、新たに錦鯉を愛好する人が増えていないことから、錦鯉の需要が減少することに伴って、会員である錦鯉の生産及び流通業者そのものが少なくなっていることが推察される。その一方で、外国人の錦鯉人気があり、錦鯉の輸

出による収入が現在の生産及び流通業者を支えていることで、運営が成り立っていることから、国内需要を高めることが、生産及び流通業者の団体にとって大きな課題であることが伺える。

3-1-2.生活文化団体の課題

以上、10分野の団体の性格や特徴や現状での活動や課題について、横断した分析を行う。まず、団体の性格及び団体に所属している会員の属性について整理する。

分野を構成する団体の特徴について

10分野の団体について、分野毎に団体の特徴に応じた分類を、本報告書2章にて提示したとおり、団体はその目的によって大きく2つに大別することが可能と考えられる。

1つ目が、文化の振興や普及啓発、文化の向上や発展を目的とした団体である。例えば、書道の場合、「書芸術」「書写」という書道に対する考え方の違いはあるが、同じく書道を普及・振興しようとする目的は同じである。

2つ目が、分野の産業等の発展・技術的な向上を目的とした団体である。食文化の場合、「普及啓発団体」を除く団体には、調理師や菓子職人が連合して会員の相互扶助、技術向上などを目的としたものや、食品産業の企業が連合し業界振興や発展を目的としたものがあり、いずれも食文化の普及や振興に資する取組を実施し、食文化の重要性を踏まえて活動を行っているが、根本的な目的は異なっている。

これらから、以下のような特色が見えてくる。

1. 書道や煎茶道、香道、川柳、俳句、礼法の分野は、文化振興や普及を目的とした団体で構成され、産業発展などを目的とした団体は見られない。
2. 食文化や和装、盆栽、錦鯉の分野では、文化振興を目的とする団体、産業発展などを目的とした団体が並立している。

団体を構成する会員について

次に、団体を構成する会員の特徴を分析する。

10分野の団体のうち会員制度を持つ団体の場合、会員の種別は個人会員と団体会員の大きく2つに分けることが出来る。

個人会員の主な属性は、

- ・分野の専門家(その分野を専門とし、職業、生業として生計を立てている者もいる)
- ・分野の趣味者や愛好者(その分野を趣味とし、または愛好する者)

の2つに分けることが出来る。煎茶道を例に挙げれば、師範資格を持って教室運営を行っている者が専門家で、その教室に通っている者が、趣味者や愛好者にあたる。

次に団体会員の主な属性は、

- ・「流派団体」
- ・「社中」「結社」などの趣味者や愛好者の集団

・分野の産業などに関わる企業や団体

に分けることが出来る。煎茶道や香道の場合、「普及啓発団体」には「流派団体」が所属しており、その「流派団体」には個人の他に「社中」が団体会員として所属している。このほか、書道や俳句、川柳も、「社中」が団体会員として所属している構造になっている。

これらから、分野の会員構成の特徴を以下のように分けることが可能である。

1. 分野の専門家、趣味者及び愛好者、又は「社中」「結社」が中心
書道、煎茶道、香道、川柳、俳句、礼法
2. 分野の専門家並びに産業に関わる企業及び団体が中心
食文化、和装
3. 分野の専門家、趣味者及び愛好者並びに産業に関わる企業及び団体が中心
盆栽、錦鯉

以上の、10分野を構成する会員及び団体の特徴を踏まえ、生活文化団体の現状と課題について分析を行う。

生活文化団体の現状

各分野各団体において「会員の高齢化」「会員数の減少」の2点を、特に問題点と考えている。香道分野のみ、「その他」「特になし」の回答が多く、分野特有の問題（香木の減少）を挙げている。ここでは、団体が特に課題として認識している「会員の高齢化」「会員数の減少」について分析を行う。

生活文化団体の主な課題

書道や煎茶道、盆栽、錦鯉のような分野では、趣味者や愛好者、そして指導者層の高齢化や減少が顕著であり、団体の財政状況の悪化や、文化の振興、普及に関する活動に影響を及ぼしている。

書道や煎茶道、香道や礼法の場合、愛好者が免許や免状のような指導者資格と立場を得て専門家として教え、また、文化の振興や普及を担う。また、俳句や川柳の場合は、指導者資格はないが、長年分野を嗜んできた趣味者や愛好者が指導者としての役割を果たしている。彼らが高齢化することで、文化の継承や後進の育成に支障を来している。この指導者の高齢化に伴う退会や、指導的立場からの引退などが、会員数の減少に繋がる問題点として認識されている。

盆栽や錦鯉の場合、産業振興を目的とする団体は、趣味者や愛好者の高齢化と減少が「市場規模の縮小」に繋がっていることを指摘している。また、「市場規模の縮小」は、盆栽作家や養鯉業者の後継者不足にも繋がっていると考えており、普及啓発団体や業界団体ともに「会員の高齢化」「会員数の減少」を問題点として挙げている。

専門家の高齢化と減少は食文化や和装の団体も強く意識しており、この2つの分野でも「市場規模の縮小」から来る専門家の減少と高齢化、後継者となる専門家の育成が難しいという循環を生み出していることを指摘している。食文化分野の場合は、「人口減少」「少子高齢化」に伴う「市場規模の縮小」が、食文化に関連する産業に従事する若い世代の減少、これに伴う将来的な専門家の減少に繋がっている点に危機感を抱いている。和装分野の場合は、「きもの離れ」に伴う「市場規模の縮小」によって、着付けや和裁の資格取得を

目指し専門家として活躍する人材が減少することを危惧している。前述のとおり、食文化分野と和装分野については産業振興を目的とした団体が多く存在しており、それぞれの分野に従事する専門家の高齢化と減少が、「会員の高齢化」「会員数の減少」として現れている。

このように、各分野を構成する団体や会員の特徴は異なるが、文化の普及や振興を支える団体の「会員の高齢化」「会員数の減少」は、団体の財政状況の悪化や、次世代の後継者となる専門家の育成などの問題を連鎖的に引き起こしていることが伺える。

食文化や和装のように団体に所属する個人会員が専門家、つまり、分野の産業に従事する場合、「市場規模の縮小」が若い世代の従事者の減少を招いている。

一方、書道や煎茶道、盆栽や錦鯉などの文化普及や振興を目的とする団体が分野を構成している場合、その分野の趣味者や愛好者の減少が、結果として「会員数の減少」に現れている。趣味者や愛好者が減少することで、書道や煎茶道のように専門家による教室運営自体が成り立たなくなるほか、各教室が分野の普及や発信の拠点としての役割も持っているため、多くの人々の体験や経験の機会が損なわれる。また、俳句や川柳の社中も類似した役割を持っている。

こういった教室や社中は、文化の普及や発信という役割だけではなく、地域に住む人々を、文化活動を媒介として繋げていく役割もあることから、文化振興の側面のみならず地域の振興にも影響を与えていると推察される。

以上の点から、生活文化団体においては、趣味者や愛好者といったその分野を愛好し嗜む人、分野の産業に従事する専門家自体の高齢化と減少が大きな課題として認識されており、これらの課題は、分野に関連する市場規模の縮小を招いているだけではなく、地域において次世代の文化を担っていく若い世代の育成にも負の影響を与えている。

課題解決に向けた取組について

上記の課題解決のために、各分野が会員確保のために実施している取組について分析する。

現在、分野共通で実施されている取組は、団体のホームページやブログ、SNSなどを活用した情報発信である。発信内容の例として、団体の活動報告や催事等の告知、会員の募集などを行っているとの回答が多い。また、インターネットを活用した情報発信を行っていない団体でも、「今後は情報発信を行いたい」と回答しているほか、更なる情報発信の強化が今後の課題として考えている団体も多い。

このほか、インターネットを活用した情報発信と並行して、会報や広報誌の発行と頒布も多くの団体で行われている。これらは主に、団体の会員向けに発行されるものであるが、非会員にも有料若しくは無料で提供している団体が多い。特に俳句分野は8団体全てで会報誌を発行しており、句会で詠んだ俳句や投稿された俳句をまとめた俳誌を表現の場としている。

このような情報発信とともに、展示会や体験会などの催事を開催しているほか、必要に応じて地方公共団体や文化団体、学校機関などからの依頼を受けて講師派遣を行っている。催事等への参加者に対しては、チラシの配布や「声がけ」を行い、会員への勧誘を行っている団体も多い。なお、催事の開催を通じて会員の募集や勧誘を行っている団体でも、一般向けの体験講座やカルチャーセンターでの講座開設、コマ数の増加を検討している団体

もあり、より一般の人々が体験・経験出来る機会の増加を試みていることが分かる。

いずれの団体でもインターネットを活用した情報発信、広報誌の頒布を行いつつ、展覧会や茶会など催事を幅広く実施し、会員勧誘や子供向けの体験活動を実施している。

上記のような団体主体の取組に加え、書道、煎茶道、香道、俳句や川柳や礼法といった分野では、個人会員が運営する教室や、団体会員の社中が会員の勧誘をしており、団体によっては必要な販促物（チラシなど）などの支援をしている。

また、和装、盆栽や錦鯉の分野は、団体会員が団体主催の展示会や支部での催事でチラシの配布や勧誘を行っている。

以上のような会員確保のための取組を見ると、大人だけでなく子供向けの体験講座などを開催しており、出来るだけ幅広い年代の人々に対して、自身の分野に関する発信と興味関心を持ってもらうための催事を実施していることが分かる。

次に会員（特に指導者）の高齢化という課題に対する、後継者育成の取組について分析する。分野共通で実施されているのは、団体の会員向けの研修会や講座など、次の世代を担う指導的立場の人材の育成を目的とした取組である。特に若手指導者の育成を目的とした研修や講習を進めている団体が多い。しかしながら、若手の会員の中には指導者としての資格（免状や免許）をとろうと考えていない人が多いこともあり、若い世代に対して如何に指導者的な立場に魅力を感じてもらおうか、という点を課題として挙げている団体もある。

書道や煎茶道、和装分野の場合、「免状」「免許」といった資格制度があり、指導者資格の獲得後は教室の開設と専門家としての独立という一つの道筋があるが、専門家としての道を追究するよりは、趣味や愛好という領域に留まっている傾向にある。

各分野において指導的立場になりうる専門家が減少することは、前述のとおり、文化振興や普及に関する活動が停滞する可能性をはらんでいる。また、団体の存続にも関わることであるため、各分野各団体が深刻な問題と捉え、後継の指導者育成に取り組んでいる現状である。

このように会員の確保、後継者や指導者の育成を進めていく中で、団体が特に困難と感じている点をまとめると3点に集約される。1つ目は、日常生活を営んでいく上で伝統的な生活文化に触れる機会が少なくなっている点、2つ目は若い世代が伝統的な生活文化に対して興味関心が薄くなっている点、3つ目は生活環境の変化である。

1つ目については、書や着物のように、かつて生活の営みの中で必要とされてきたものや、教養や嗜みとされてきたものが、生活様式の変化から必需とされなくなっていること等が挙げられる。書道で言えば、「スマホ」「パソコン」などの普及に伴って、手書きで文字を書いたり、読んだりする機会が減少してきていること、筆で文字を書く事は学校教育の中でほとんどの子供が「書写」として体験するが、活用する場所はごく限られた機会に留まっていることなども事例として考えられる。

また、和装では「きもの離れ」という言葉に象徴されるように、日常生活やハレの日に着物を着用しなくなったことを挙げており、着物を作ったり購入したりすること、着物を着つけることや着付けを依頼することが減少していることもその事例である。

2つ目については、私たちが生活を営むうえで必要とされてきた書や着物に接する機会

の減少等により、若い世代が生活文化に対して興味関心を示しにくくなったことが挙げられている。

3つ目については、例えば、煎茶道分野のアンケート調査に、「女性の社会進出」「趣味・生活スタイルの多様化」「習い事に関して、時間が取れなくなった」という意見が見られたように、教室や稽古場に通い、作法や知識について時間をかけて会得していくような、生活時間の余裕が個人会員になくなったことなどから伺える。このことは同時に、会員の定着率の悪化や指導者の減少にも繋がっていると考えられる。

以上のような3つの困難に対峙するため、団体は子供をはじめ、若い世代に対して、少しでも多くの経験・体験する機会を設け、分野そのものを知ってもらう機会を増やす取組を行っている。そのため、各分野において学校教育の中で体験講座を行うほか、伝統文化親子教室事業への参加と実施等により、子供の頃から伝統的な文化に触れてもらう機会を創出している。また、これとは別に若者や大人向けの体験講座等を実施する団体も増えており、できるだけ幅広い世代に対して、生活文化に対する興味関心の喚起に努めている。

3-2 . 調査結果のまとめと今後の方向性について

調査結果のまとめ

平成 27 年度に調査対象とした茶道や華道の分野をはじめ、平成 30 年、令和元年度の調査事業の対象とした 10 分野は、日本の生活の営みと共に生まれ今日まで継承されてきた文化芸術である。調査結果から、各分野各団体ともに文化芸術を担う団体であることを重視し、文化の振興と発展、次世代への継承のために活動を行っていることが伺えた。

一方で、日常生活を営んでいく上で伝統的な生活文化に触れる機会が少なくなっている点、生活様式の変化とともに、若い世代が生活文化に対して興味関心を示していない点が、分野の趣味者や愛好者の減少と団体の会員数の減少へと繋がっていることが分かった。

また、生活時間や生活環境の変化によって興味や関心をもって継続して活動出来ないことも会員数の減少に関わる要因の一つとして考えられるほか、趣味者や愛好者の減少が、分野に関連する市場規模の縮小にも繋がっており、これらの文化や産業に従事する若い世代の減少、免状や資格を獲得する会員の減少として現れ、結果として指導者の高齢化が進み後継の指導者の育成が難しくなっていることが明らかとなった。

このような状況の中、生活文化に関連する各団体は会員の確保や指導者育成等に取り組んでいる。

では、生活文化の振興と次世代への継承に向け、今後どのような取組が必要となるのか。

生活文化の振興と次世代への継承について

平成 29 年度に実施した悉皆的調査による団体の把握、そして平成 30 年、令和元年度に行った調査によって、生活文化の各分野を担う団体は、どの団体でもほぼ一様に会員数の減少と会員の高齢化が進んでいることが明確になった。また、各団体とも、出来る限り生活文化を若い世代に経験・体験してもらう取組を実施すると同時に、若い会員を次世代の指導者として養成する取組を行うことで、将来の生活文化の愛好者を増やす努力を行っていることが分かった。

団体によっては、文化庁が実施している伝統文化親子教室事業に申請、開催しているとの回答にも見られたとおり、若い世代、特に子供やその親の世代が、日常生活において生活文化に触れ難くなりつつあるため、生活文化の各分野を経験・体験する機会を増やすことで、興味関心を喚起することを 1 つの方法として模索していることが伺える。このような若い世代に体験の機会を与えることで、趣味者及び愛好者の層が保持され、生活文化を担う団体の活動を維持し、将来に向かって文化の振興・普及を継続していく結果に結びつくのであれば、伝統文化親子教室事業等の体験型事業が大変有効な手段となり得、今後の具体的な検証が期待される。

一方で、少子高齢化が進む今日の社会状況において、従来どおりの会員数を維持することは難しく、経費削減を心掛けて活動を行っているという回答した団体もあることから、子供をはじめ若い世代への生活文化の普及や学習機会の提供等の取組を行う団体に対しての支援策の検討は喫緊の課題であると考えられる。また、日本の生活文化を次世代へ継承するための中長期的な施策についても早急に検討を進める必要がある。

これまでの調査結果の分析から、生活文化は、生活の営みと共に育まれてきた文化芸術であり、生活様式や価値観の多様化など、急激な時代の変化が、団体の対応を困難なものとしていることが、明らかになった。しかしながら、生活文化は、生活や価値観の変化を受け入れつつ今日まで継承されてきたのも事実である。

そのため、今後としては、今日まで継承されてきた生活文化の各分野が、守り続けた、また、守り続けたい対象とは何か、また、どのような変化を伴って今日まで継承しつづけてきたのか、という点について、より綿密な調査を実施することで、生活文化の継承に向けた施策を検討していく必要がある。加えて、各分野各団体において今日取り組まれている文化の継承や後継者の育成が、どのように進められてきたのかも合わせて調べていく必要がある。それらを総合して、生活文化の次世代への継承に向けて、どのような施策を講じることが出来るのか検討を進めていくことが重要である。

令和元年度 生活文化調査研究事業 報告書

発行日 令和2年3月30日

発行 文化庁 地域文化創生本部事務局
〒605-8505

京都府京都市東山区東大路通松原上る三丁目毘沙門町 43-3

作成 株式会社シー・ディー・アイ
〒604-0863

京都市中京区夷川通室町東入巴町 83 番地

