

全技連マイスター会専門委員会答申

10年後を見据えた10の提言

“NEXT 10”

平成27年2月25日

全技連マイスター会専門委員会

目次

「答申にあたって」	P1
1. 調査検討の概要	p 2
(1) 「若年者への技能継承の重要性の周知・方策について」	P2
(2) 「全技連マイスター会のブランド化について」	P4
2. 10年後を見据えた10の提言 —NEXT 10—	P8
(1) 「若年者への技能継承の重要性の周知・方策について」	P8
【提言1 全技連マイスター会会員の「ものづくり教育」の指導書作成への参画】	
【提言2 マイスター講師名鑑の作成・提供とベテランマイスター出前講座隊の結成】	
【提言3 全技連マイスター技能の映像化及び教育(類似)施設での活用】	
【提言4 外部資源活用のための財源の確保】	
(2) 「全技連マイスター会のブランド化について」	P11
【提言5 会員の公募方式による統一標語の作成とその活用】	
【提言6 公的施設との連携による「全技連マイスター会」ブランドの周知】	
【提言7 公的機関との連携によるCSRの実行】	
【提言8 全技連ホームページを活用した会員及びその作品の紹介・頒布】	
【提言9 オリンピックを契機とした“COOL JAPAN”の紹介】	
【提言10 今後の10年に向けた「匠の技」フェアの再構築】	
3. むすび	P17
附属資料	P19
I 専門委員会名簿	
II 全技連マイスター会定款(抜粋)	
III 「全技連マイスターとしての活動・事業等に関するアンケート」	
(平成26年2月調査) 結果報告書(抜粋)	

答申にあたって

全技連マイスター会専門委員会は、平成26年8月27日、全技連マイスター会 大関会長より、下記の通り諮問を受けました。

本委員会は、(一社)日本内装仕上げ技能士会連合会 飯島 勇会長を委員長に互選したうえ、平成26年8月27日、同年10月29日、同年12月3日、平成27年1月28日及び本日と、5回にわたり調査検討を続けてまいりました。

本日、本委員会としての結論を得ましたので、ここにその結果を答申いたします。

本委員会といたしましては、この答申が、社会貢献団体である全技連マイスター会及びそこに集う会員諸子の技能承継活動の更なる充実・発展に寄与することを願ってやみません。

平成27年2月25日

全技連マイスター会
会長 大関 東支夫 様

全技連マイスター会専門委員会
会長 飯島 勇

【諮問内容】

発足以来10年を迎える全技連マイスター会が、次の10年を見据え、更なる充実発展を期すため、平成26年2月に当会企画委員会が会員等を対象に実施した「全技連マイスターとしての活動・事業等に関するアンケート」の結果も踏まえ、次の事項につき調査検討をされたい。

- 若年者への技能継承の重要性の周知・方策について
- 全技連マイスター会のブランド化について

1. 調査検討の概要

(1) 「若年者への技能継承の重要性の周知・方策について」

● 「若年者」の対象

本委員会は諮問対象の「若年者」を小中学校児童生徒等とした。すなわち、10年後を見据えた後継者育成を念頭に置いた時、既に自らの進路を決め、それに向かい努力している「若年者」ではなく、さらに若い年齢層を対象とすることが望ましいためである。

● 小中学校における「ものづくり教育」の現状と課題

学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方を把握するため、平成23年1月31日付中央教育審議会答申を参考に、キャリア教育・職業教育の課題と基本的方向性を概観した。

同時に、公立小中学校におけるものづくり教育の現状と課題を探るため、都内公立小中学校(元)校長20名から聞き取り調査を行った。

学校現場において「ものづくり教育」は各教科、道徳・特別活動、クラブ活動で行われてはいるものの、総じてその時間数は少なく、なおかつ減少傾向にある。児童・生徒の中には、学童保育クラブ・児童館・図書館・博物館等で独自に行われている「ものづくり体験講座」等に参加する者もあり、また老人クラブでの世代間交流活動において、シルバー層からものづくりの楽しさを伝えられる者もいる。しかし、多くの児童・生徒にとって、継続的なものづくり体験・教育の機会は十分とは言えない現状が窺えた。

これらの現状を受けて、聴き取り調査を行った小中学校では、おおよそ【表1】に示すとおり課題のあることが明らかとなった。これらの小中学校は特定地域の公立学校という限定された対象ではあったが、程度の差はあれ、全国の国公私立の小中学校等が「ものづくり教育」に対して抱えている課題と捉えても、大きな違いはないものと考ええる。

本委員会は、これらの課題に対し、全技連マイスター会及びその会員が出来る事項・為すべき事項について検討・論議した。

その結果を、「2. 10年後を見据えた10の提言」において、4項目の提言としてまとめた。

【表1 指摘された課題】

- ◆ 学校教育を取り巻く資源の活用・連携が十分ではない
児童館・図書館等の教育機関でも、独自に「ものづくり体験」等を実施している。だが、これらと学校の連携は、必ずしも十分とは言えない。

- ◆ 体系化(具体的教育方法・内容)が未整備、授業の完成度・充実度が極端に異なる
より実践的なものづくり教育のテキスト作りが難しく、また、教員の経験の違いにより授業の完成度が大きく異なってしまう。

- ◆ 教員自身の「ものづくり」に対する知識・経験を深める機会が少ない
ものづくりの実践体験を研修する機会が少なく、身近に相応しい指導者を得ることも困難だ。
⇒ ものづくりの魅力を伝える TV 番組が盛んだが、これらは、ものづくりの重要性を児童生徒に伝える有効な手段になっている。

- ◆ 外部人材を活用するための情報を得ることが難しい
外部に人材を求めても、学校現場では、どこに存在するのか、その情報を得ることが難しい。

- ◆ 外部講師活用のための予算が不十分
予算的に、材料費の確保も困難であり、外部講師の継続的確保は難しい。善意のボランティアに頼ることは限界が有る。

(2) 「全技連マイスター会のブランド化について」

本委員会は、各組織のC I運動等の先行事例を調査・検討し、ブランド化の狙い・方向・その具体的方向を【表2】に示すとおりとすることとした。

【表2 ブランド化の狙い・方向・具体例】

- ◆ ブランド化は「全技連マイスター会の存在価値を高め、その活動内容を広く一般に周知すると共に、会員相互間の連帯感を醸成する」ために行う
- ◆ ブランド化は「全技連マイスター会の特性を、①統一されたイメージで表現し、②分かりやすいメッセージで広く一般国民・世界各国に発信し、③一般国民・世界各国と会員相互間で、マイスター会の価値を共有する」方向で行う
- ◆ ブランド化は「ロゴマーク・カラー・マーク・キャラクター・標語（キャプション）の統一」により、具体化する

● 会員自身が作成する「統一ブランド」

ブランド化の狙いの一つは、会員相互間の連帯感の醸成に有る。統一ブランドの作成・決定を会員自身で行うことこそ、会員相互間の連帯感醸成の有効な手立てとなる。幸いにも、全技連マイスター会会員には、図案・工芸の卓越した技量を世に送り出している会員も多い。

全技連マイスター会のブランド価値を高めるための「統一ロゴマーク・標語」等こそ、会員の手によって作成することが望ましい。

● 統一ブランドの活用場所・方法等の具体例

ロゴマーク・シンボルカラー、あるいはシンボルマーク・キャラクターやキャッチフレーズは、広く一般の認知度を高め、より好感度を高めるための有効な手段である。

各ブロック会・各県支部で主催する「匠の技」フェアにおいても、統一カラーにロゴマークをしるした法被等を着用し、来場者に対応する姿は目に馴染んでいる。また、匠の会キャラクターグッズを手し、嬉しそうに「ものづくり教室」に参加する親子の姿を数多く見かける。

本専門委員会は、各地域での活用実態を踏まえ、統一ブランドの活用方法を【表3】のとおり、整理した。

【表 3 活用場所・方法と周知製品の具体例】

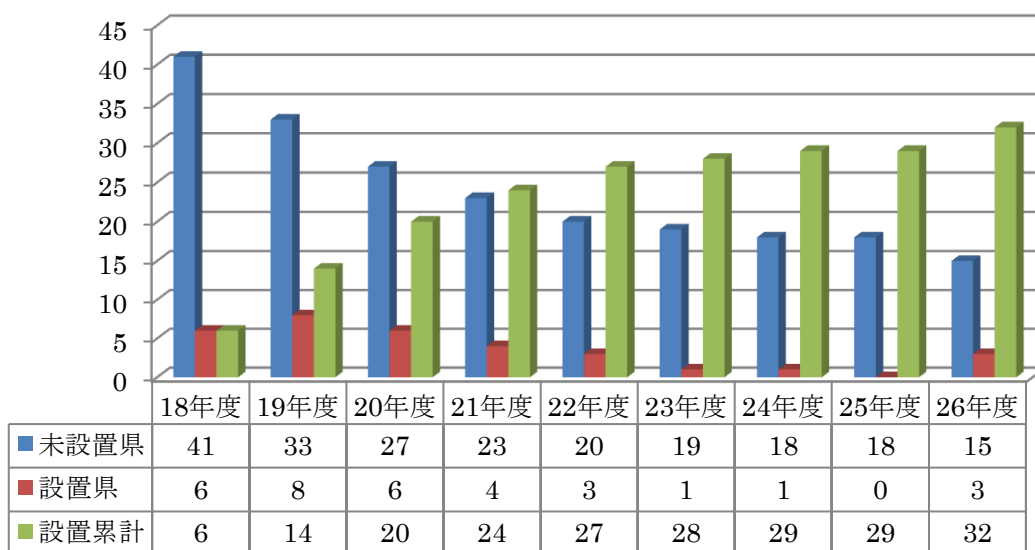
場 所	フェア・総会等の 集会	フェア・会員企業の 独自集客事業	会員個々の事業・営業 活動
方 法	会員自身が着用	参加・見学者に配 布・頒布	顧客対応・宣伝販促活 動
製 品	腕章、徽章、ワッ ペン、バッジ、帽 子、ブレザー、ネ クタイ	バッジ、アプリケ、 マスコット、携帯ス トラップ、Tシャツ、 ファイル等の宣伝グ ッズ	営業名刺・封筒、贈答・ 販促品（タオル・カレ ンダー・扇子等）、 包装紙・包装シール グッズ
備 考	マイスター会会員 （企業）が作成・ 頒布⇒事務局が取 纏め	マイスター会会員が 作成・頒布	会員（企業）個々が作 成

● ブランド価値を高めるための次のステップ

全技連マイスター会は、諮問でも示されているとおり、平成 27 年度で設立 10 年を迎える。爾来、【図 1】に示すとおり、年々ブロック会・県支部の設立も進み、現在までに 4 ブロック会・32 支部を有するに至っている。

また、平成 26 年度をみると、2 ブロック会・11 県支部に於いて全技連マイスター会助成事業としての「匠の技」フェアが実施されている。各地域で実施されているこのフェアは、それぞれのマイスター会と地域住民を結び付ける大きなイベントとして、その存在感を示している。しかし、「匠の技」フェアを実施するブロック会・県支部の固定化傾向がみられると共に、いずれの地域の「匠の技」フェアの実施内容も、ほぼ同様であり、地域特性を生かした独自性に乏しい。また、全技連マイスターの多くが得意とするのは、高品質・多品種・少数生産の製品であろうが、イベントに対する期待・展示製品に関する興味・来場目的が多種多様な不特定多数を相手とする現行方式だけでは、真に全技連マイスターのブランド価値を高めるには十分ではない。

今後の発展のためには、運営方法・運営組織・運営資金・出展者の一層の検討・改善が望まれるところであり、また、会場・来客者等の安全確保に十分な配慮がより求められている。



【図1 マイスター会支部設置県経年度累計】

さらに、全技連マイスター会のブランド価値を高め、所属会員の持てる技能力を全国・全世界に知らしめるためには、「匠の技」フェアに留まらず、常に多くの人々に全技連マイスター会会員の活動状況を見てもらい、会員の製作物を常に手にし、使用できる環境を作る必要がある。

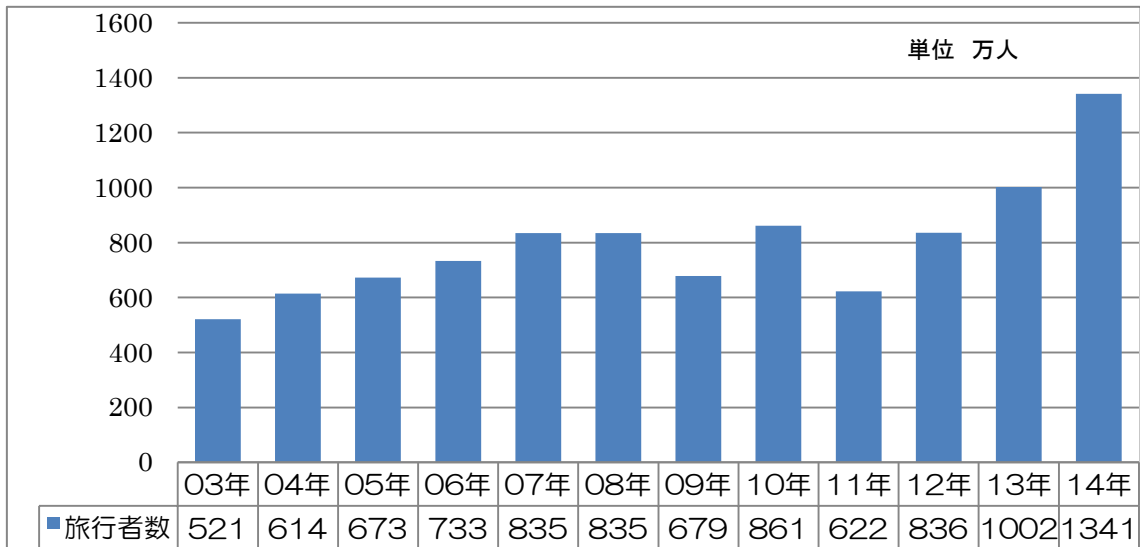
これらの活動の継続が、全技連マイスター会の存在をさらに多くの人々に認知してもらう基礎となり、全技連マイスター会会員の日常的なものづくり活動や後継者育成活動を通じた社会貢献を果たすという全技連マイスター会の設立目的の遂行力となる。

このためには、全技連マイスターがその日常活動を通して安定的・継続的な社会貢献活動（CSR）を行える仕組みづくりが不可欠である。

また、昨今は“COOL JAPAN”に対する世界の熱い目を感じる。

法務省の在留外国人統計によれば、1993年の在留外国人は132万余人であったが、20年後の2013年には207万人と75万人の増加を見ている。

更に、訪日外国人観光客は【図2】のとおり増加傾向にあり、2013年には目標であった1千万人を超え、翌14年に1,341万人と大幅に増えた。これは、円安・LCCの増加等もその一因であるが、その根底には観光ビザ発給要件の緩和・入国管理手続きの改善等、日本政府の積極的な外国人観光客誘致施策が功奏していると言える。政府は、オリンピック開催年の2020年までには2,000万人超の外国人観光客の来訪を目標にしており、その達成の可能性は高い。



【図2 訪日外国人旅行者推移 出典：日本政府観光局】

当然ながら、在留・訪日外国人の日本を見る目は新鮮であり、我々が見過ごしている日常に「日本の魅力」“COOL JAPAN”を発見している。まさに、日本の伝統文化に培われた新しいものづくりの魅力を評価してくれるのも彼らである。

東京オリンピックは、「日本の魅力」“COOL JAPAN”を全世界に発信する絶好の機会であり、全技連マイスター会の魅力・会員の技能力を国際的に知らしめる良き機会でもある。

幸いにも、全技連マイスター会はオリンピック開催地である東京において、全国技能士会連合会等と共催、国・東京都・中央職業能力開発協会等の後援を得て、「匠の技」フェアを実施している。

全技連マイスター会のブロック会・県支部が実施する活動をさらに発展させるために、このフェアを“10年後を見据えたフェア”と位置づけ、先行的に実施する価値はあろう。そして、従来の例にとらわれず、運営組織の複合、予算の統合、参加者の全国・国際的拡大、開催時期・会場の検討を行うことにより、新たな一歩を踏み出すことが期待されよう。

2. 10年後を見据えた10の提言—NEXT 10—

本委員会は、次の10年の全技連マイスター会を見据えつつ、2つの諮問事項に沿って調査検討を行い、各委員間で議論を交わした。その結果を、諮問第1「若年者への技能継承の重要性の周知・方策について」においては4項目、諮問第2「全技連マイスター会のブランド化について」においては6項目に整理し、「10年後を見据えた10の提言—NEXT 10—」として、纏めた。

(1) 若年者への技能継承の重要性の周知・方策について

【提言1】 全技連マイスター会会員の 「ものづくり教育」指導書作成への参画

各小中学校・図書館・博物館・児童館等の教育(類似)施設においては、必ずしも「ものづくり」の専門的知識・経験を活かした指導書・教材作りが十分ではない実情がある。



- 各教育(類似)施設で行う「ものづくり教育・活動」に必要な指導書・教材作成に、ものづくりの専門家である全技連マイスター会会員の専門家としての知識・経験を反映させる。
- そのため、小中学校・博物館・図書館・児童館及びそれら教育(類似)施設運営委員会並びに教育委員会・市町村等の教育(類似)施設を取り巻く関係機関との間で、「ものづくり教育」支援のためのネットワークを構築する。
- ネットワーク構成機関・構成者と連携・協働し、全技連マイスター会会員の知識・経験・技能を活かした指導書・教材作りに参画する。
- また、状況に応じ、上記関係者等の協力を得て、各県マイスター会支部等が主体的に指導書・教材作りを行うことも考慮すべきである。

【提言2】 マイスター講師名鑑の作成・提供と

ベテランマイスター出前講座隊の結成

各小中学校等の教育(類似)施設においては、実践経験豊かな「ものづくり教室」の講師情報・人材確保に苦労している実情がある。



- 全技連マイスター会県支部等が中心となり、教育(類似)施設において、「ものづくり教室」の講師を希望する全技連マイスターの名鑑(マイスター講師名鑑)を作成し、教育(類似)施設へその情報(*注1)を提供する。

*注1 「マイスター講師名鑑に盛り込むべき情報」

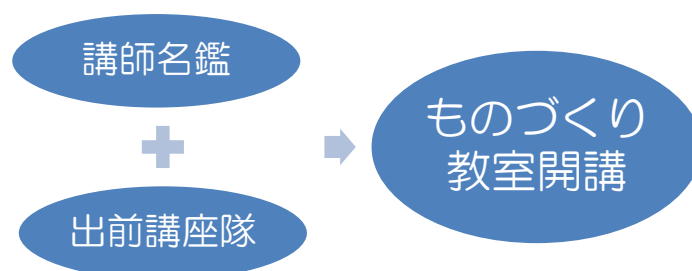
講師希望者の氏名、住所、連絡先、年齢、専門分野、資格等級、

活動可能曜日・時間、講義料・材料費等の有無及び有償の場合の金額

- 小中学校等の「ものづくり教室」においては、継続的に同一人物・同一指導方法による指導が望ましいとの声が聞かれる。また、核家族の進展の影響を受け、年配者との交流機会が乏しい児童生徒にとって、ベテランマイスターとの交流は貴重な経験となる。

一方で、既に第一線をリタイヤしたベテランマイスターの持つ経験・識見は次代に伝えなければならない価値の高いものである。また、多くの後継者育成に当たってきたベテランマイスターの指導力は、児童生徒の指導にも有効であろう。さらには、現職者に比較して、ベテランマイスターは、ある程度、時間的融通性が高い。

このことから、教育(類似)施設での「ものづくり教室」に興味・関心を持つベテランマイスターによる「ベテランマイスター出前講座隊」を結成し、これらの情報を前述の「マイスター講師名鑑」に搭載、活用を図る。



【図3】 講師名鑑と出前講座隊によるものづくり教室開講イメージ】

【提言3】 全技連マイスター技能の映像化

及び 教育(類似)施設での活用

ものづくりの魅力を取り上げたTV番組などは、実際のものづくり体験が少なくなっている小中学校児童・生徒等にとって、ものづくりの素晴らしさや感動・それを作る技能者への素直な尊敬の念を抱かせる優れた教材になっている。



- 地方公共団体等と連携・協力して「ものづくり」の映像・記録化を推進するとともに、その中で全技連マイスターの優れた技能を紹介し、後継者育成活動等の周知を図る。
- これらの映像資料を、教育(類似)施設でのものづくり教育の教材として、積極的な利用を促すとともに、全技連マイスター自身が「ものづくり教室」の講師を務める場合の教材として活用する。
- メディアと連携し、全技連マイスターの持つ卓越した技能をTV番組等により、全国に紹介する。

【提言4】 外部資源活用のための財源の確保

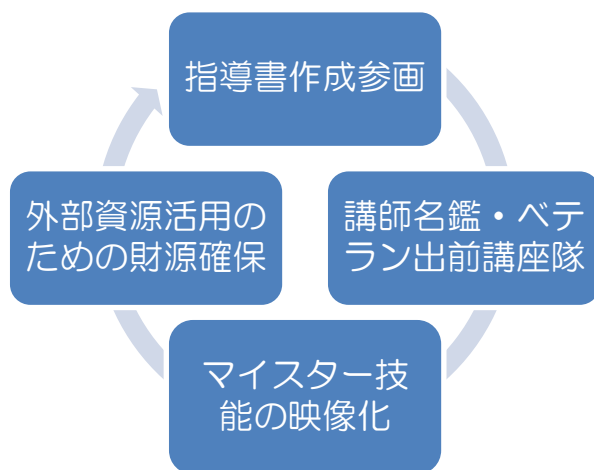
ものづくり教育を推進するに当たり、小中学校等の教育(類似)施設で利用できる人材・情報・設備その他の外部資源は、多く存在する。しかし、それらの外部資源を有効に活用するための財政的な手当てが十分ではない。

たとえば、優れた外部講師を継続的に確保したくとも、それに応えるだけの財政力の有る施設は、皆無に近い状況にある。



- 経済団体や傘下企業と連携し、その資金を活用し、全技連マイスターによる「ものづくり講座」を教育(類似)施設で実施する。
- 地方公共団体による「ものづくり事業」の拡充を求めるとともに、全技連マイスターが当該事業に積極的に参加する。
- 地方公共団体・国による「ものづくり」に関する啓発活動の更なる強化を求めるとともに、事業予算の拡大・充実を求める。

本委員会は「若年者への技能継承の重要性の周知・方策について」に関し、上述の通り、4項目の提言を行った。



【図4 提言Ⅰ～4の相互連環イメージ】

もとより、これらの提言は、それぞれが単独で存在するものではなく、【図4】の概念図に示すとおり、相互に連環することにより、その効果の発揮が期待できるものである。

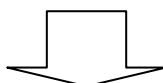
(2) 全技連マイスター会のブランド化について

【提言5】 会員の公募方式による

統一標語の作成とその活用

全技連マイスター会の活動を広く国内に定着させ、海外への展開を図るためには、人々が一目見て全技連マイスター会の活動を想起できる標語を設けることが、効果的である。

技能士会連合会の技能士や全技連マイスターには、彼らを表象する徽章・ロゴマーク等は備わっているが、全技連マイスター会活動を一言で表せる標語は設けられていない。



- 全技連マイスター会や全技連マイスターの活動を想起できる“統一標語”を制定し、【表3】に例示するとおり、「匠の技」フェアその他全技連マイスター会の催しや会員の日常活動において常用する。
標語使用に当たっては、現在のロゴマーク・徽章等と組み合わせる事が効果を高める。
また、標語の制定にあたっては、国際化の時代をも考慮し、各国の人々も理解しやすい表記・表現に留意する。
- 標語の作成・制定は、全技連マイスター会会員の一体感の醸成に寄与する事、会員こそが会の制定目的・活動内容を最も熟知している者である事、会員の多くは創造性に富む優れたセンスを持っている事などを考慮すれば、会員間に広く公募することが相応しい。

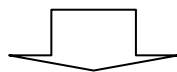
【提言6】 公的施設との連携による

「全技連マイスター会」ブランドの周知

「全技連マイスター会」ブランドを周知させるためには、会及び会員の周知努力だけでは十分な効果は得られない。

一方、各地方公共団体はその地域の特長を広く全国に伝え、地域の特産物の周知に努めている。

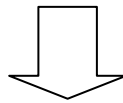
例えば、東京にはわずか2県を除き、全国の物産館が設けられており、連日の活況を呈している。その展示販売品の中には、全技連マイスターの作品も多く含まれているが、製作者を示す“トレーサビリティ”（産地・生産者証明）に全技連マイスターの名称を見かけることは無い。



- 各県商工会議所・物産館等と連携し、集客・展示・物販施設内で全技連マイスター会の統一標語・ロゴマーク等を掲示する。また、当該施設で取り扱う全技連マイスターの製品には、統一標語等の表示を行う。
- 将来的には、各県商工会議所・物産館等において、全技連マイスター作品を恒常的に展示・販売する事を目指す。

【提言7】 公的機関との連携によるCSRの実行

全技連マイスター会は、会員による技能伝承や後継者育成を通じて社会貢献活動を行うこと目的としている。そして、会員による不断の社会貢献活動こそが全技連マイスター及び全技連マイスター会のブランド価値を高める事になる。

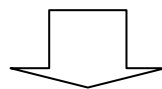


- 公的機関との連携により、ものづくりワークショップの開催・小中学生を対象とした「ものづくり教室」の開講等、広く技能伝承活動をとおして、CSR（社会貢献活動）を、継続的に行う。
- 将来的には、【提言6】に示す常設展示場等を利用し、これらのCSR活動を恒常的に行うことを期す。

【提言8】 全技連ホームページを活用した

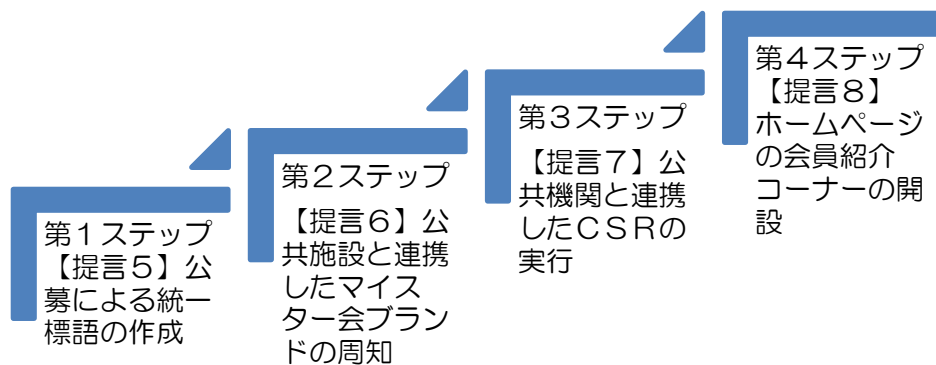
会員及びその作品の紹介・頒布

全技連マイスター会及び会員の活動を広く認知してもらうためには、従来の活動に加え、紹介のための多くの手段を持つことが望ましい。



- 全国技能士会連合会ホームページの中に、全技連マイスター会会員紹介コーナーを設け、順次、各会員のプロフィール・活動分野・作品紹介・頒布等の情報を、広く全国に発信する。
- 将来的には、全国・全世界の顧客に向け会員作品のインターネットショッピングを可能とさせる等、ホームページの更なる充実を図る。

提言5から提言8を実行するに当たっては、【図5】に示すように、一つ一つの提言をステップを踏みながら進めることが望ましい。

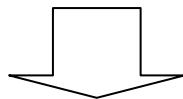


【図5 提言5から提言8へのステップ】

【提言9】オリンピックを契機とした “COOL JAPAN”の紹介

全技連マイスターの作り出す長い伝統に培われしかも現代生活に適合した製品は、日本に住む人々の生活に潤いと利便を提供している。それと共に、我が国を訪れる人々に新鮮な魅力を提供し、素晴らしき日本“COOL JAPAN”の思い出を提供するのではないか。

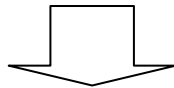
オリンピックは、我が国を訪れる人々が全技連マイスターの作製した傑作の数々に触れる絶好のチャンスである。



- オリンピック開催を、日本の優れた魅力ある技能“COOL JAPAN”を紹介する機会と捉え、全技連マイスター会とその会員の活動を国際的に周知させるよう努める。
- このため、日本政府観光局（JNTO）や日本貿易振興会（JETRO）の協力を受け、全技連マイスター会ブランドの海外紹介を行う。
将来的には、在外の日本公的機関・施設での全技連マイスター会会員作品の常設展示等を目指す。

【提言10】今後の10年に向けた「匠の技」フェアの再構築

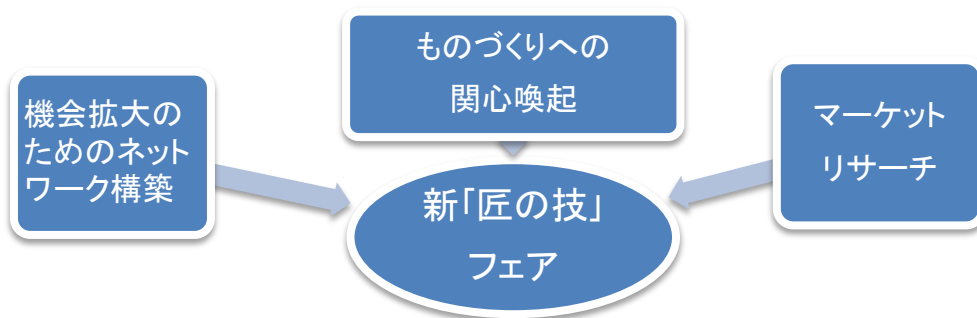
「匠の技」フェアは、全技連マイスターの日常の技術・技能の研鑽結果を広く知らせる、全技連マイスター会及び各ブロック会・各県支部の重要なイベントであり、多くの人々に“ものづくりの魅力”を体験してもらう貴重な機会である。しかし、マイスター会・各ブロック会・各県支部が、今後の10年を見据えて更に拡大・発展を期すためには、「匠の技」フェアが、ものづくりの興味・関心喚起のための行事に留まるのではなく、次代の要請をキャッチする機能をも加味する必要がある。



- 「匠の技」フェアをものづくりへの興味・関心を喚起する場に留めず、最終消費者・製品使用者が何に購買意欲をそそられるのか・どのような製品を望んでいるのかを把握するマーケットリサーチの要素を付加する。
- 一方で、全技連マイスター会会員のビジネスチャンスを拡大し、全技連マイスター製品を広く世界のマーケットに浸透させていく事が、全技連マイスター会のブランド価値を高め、各会員の製品の信頼度を高めるとの視点も欠かせない。

そのためには、フェアの場が新製品発見の場であり、新製品創造のヒントを与えてくれる場でもあって欲しいし、世界を駆けるバイヤーや異なる分野のクリエイターとの交流の場でもあって欲しい。

- これまでの10年の経験を活かし、今後の10年に向け、全技連マイスター会のブランド価値を高めるため、①基本目的としての“ものづくりへの興味関心の喚起” ②消費者動向を把握するための“マーケットリサーチ” ③ビジネスチャンス拡大のための“ネットワークの構築”の要素を盛り込んだ新「匠の技」フェア活動に取り組む。



【図 6 新「匠の技」フェアを構成する 3 要素】

- 新「匠の技」フェアを行うに当たっては【表 4】の諸点を考慮しなければならない。

【表 4 新「匠の技」フェアの実施フレーム】

項目	摘 要
事業の共同化 運営組織の統合(コンソーシアム化)	関係団体の類似事業の統合・共同実施 全技連・能力開発協会・県等の外、中小企業振興公社、商工会議所等の経済団体、メディア等との連携・共同開催 ⇒実行委員会方式から恒久的実行組織構築を目指す
展示・販売品	・マーケットリサーチに適した製品展示・(予約)販売 ・販路拡大ネットワーク構築に適した製品展示 ⇒「匠の技」商談会に発展できるか * 高度技術・高品質製品展示がブランド価値を高める
運営資金	事業主体の共同出資、賛同団体からの協賛金 ⇒運営資金の基金化を目指す
参加・出展者	全国の全技連マイスターの外、ものづくりに携わる国内外の技能者等
実施会場	・出展者・展示物品の増大に対応した会場規模の拡大 ・展示内容・来場者等の多様化への対応可能な施設機能の確保
実施時期	・次代を支える児童生徒への配慮→夏休み等 ・次年度の取引を考慮した商談活動に適切な時期

- 新「匠の技」フェアへの再構築には、多くの人々の理解・協力が必要である。また、実施フレームの全てを同時に実行することは、極めて困難である。このため、出来る地域から、出来る事項から先行的・試行的に実施することが望ましい。

東京都は、オリンピック開催の2020年へ向けて、全世界から注目を浴びる。この時期に、伝統に培われた新たな技能を東京から発信することは、極めて時宜に適った事と言える。

この時期を捉え、全国技能士会連合会・全技連マイスター会等が、国・東京都・地元区・中央職業能力開発協会・東京都職業能力開発協会等の後援を得て、東京都内で実施している「匠の技」フェアをモデルケースとして、ものづくりに携わる国内外の技能者の作品を集め、新「匠の技」フェアを先行的に実施してみる価値は十分ある。

そして、東京での実施結果を先行事例として、より次代に相応しい実施フレームを、順次各地で行われる「匠に技」フェアに適用していくべきである。

3. むすび

全技連マイスター会は、次世代への技術継承をとおして社会貢献を行うことを基本的使命の一つとしている。しかし、次の社会を担う小中学生等は、“ものづくり”の喜び・大切さを体験する機会が徐々に少なくなりつつある。

このような時代であるからこそ、全技連マイスター会に集う会員が率先して彼らに“ものづくり”の意義を伝えるべきではないか。

この答申においては、学校教育や教育類似施設に於いての、細々ながらも続けられている“ものづくり”教育へ、どのように全技連マイスター会会員がサポートできるかとの視点から、4つの提言を行った。もとより、これらの活動は、全技連マイスター会会員が単独で行うだけでは、その成果は限られている。そのため、提言4において、国・地方公共団体始め多方面からの財源確保の必要を述べている。“ものづくり”は“国づくり”と言われている。全国民を挙げて、次代の日本を支える若人の“ものづくり”教育に取り組まれることを、望むものである。

全技連マイスター会が発足して10年を数える。この間、徐々にその規模も拡大し、会員数も平成26年度には千人を超えるに至った。しかし、規模拡大だけでは、十分な社会的存在意義を果たすことが出来ない。社会貢献団体として、真にその存在意義を果たす為には、多くの人々に全技連マイスター会の存在を知ってもらわなければならない。全技連マイスター会に集う各会員の創り出す製品をお客様にご使用いただき、その良さを実感してもらわなければならない。

今後、全技連マイスター会とそこに集う各会員の活動を更に広く認知してもらうためには、全技連マイスター会のブランド価値を高めることが必要であり、全技連マイスター会の使命である技能に対する社会的評価を高めるためのCSR活動を継続していくことが必要である。

提言5から提言8において、全技連マイスター会のブランド価値を高めるための方策を提言した。その実現には、多大なエネルギーを要する。1段1段ブランド価値を高めるための階段を昇ることが期待される。

2020年には東京オリンピックが開催される。そこへ向けて、訪日外国人観光客も増加している。彼らは、我々の日常の風景の中に、日本の魅力“COOL JAPAN”を発見している。“COOL JAPAN”の多くを生み出しているのは日本の技能力ではないか。

勿論、COOL JAPANの魅力を広く国際社会に伝えることは、日本国の責務であり、日本の技術力をよりの確に伝えるための仕組み等の整理・構築は厚生労働省をはじめとする各省庁等の積極的取組が不可欠である。そして、国等の積極的取組を前提として、全技連マイスター会に集う各会員が、自ら創造した技能力の結晶を彼らに伝える事は、全技連マイスター会のブランド価値を高めるためだけではなく、技能士としての役割でもある。

助成事業としての「匠の技」フェアは全技連マイスター会、各ブロック会、各県支部会の重要な事業である。10年を過ぎたこの時期に、その在り方を見つめ直す事は、今後の事業発展のために欠かせない。

提言10においては、今後の10年に向けた「匠の技」フェアの再構築について、提言している。その提言内容を実現することの難しさは、承知している。しかし、「匠の技」フェアが次代の人々にも受け入れられる事業であり続けるためには、是非とも乗り越えるべきものである。

本委員会は、2項目の諮問を受け、10の提言を、ここに纏めた。これらの提言は、いずれも今後の10年を見据えたとき、その実現が必要であると考え。また、これらの提言を複合的に実施することにより、その効果はより高まるものと信ずる。

本委員会としては、これらの提言が、今後の全技連マイスター会の更なる充実・発展に寄与し、全技連マイスターの活動に些かなりとも役立つ事を期待する。

附属資料

I 専門委員会委員名簿(敬称 略)

職名	氏名	備考
委員長	飯島 勇	(一社)日本内装仕上技能士会連合会 会長
委員	大神 康代	東京都洋裁技能士会 理事長
〃	野原 久義	東京都寝具技能士会 副会長
〃	金澤 久雄	(一社)日本タイル煉瓦工事工業会理事
〃	金子 雅一	東京木工塗装技能士会 会長
〃	中田 眞理	(一社)日本洋装協会 理事長
〃	時田 琴美	東京都和裁技能士会 副会長

II 全技連マイスター会定款(抜粋)

第19条 この会の会議は、総会、理事会、専門委員会とする。

3 専門委員会は会長の諮問機関とする。

第20条

3 専門委員会は、会長が指名する委員を持って構成する。

第21条

3 専門委員会は、会長が諮問した内容について検討し、会長に答申する。

III 「全技連マイスターとしての活動・事業等に関するアンケート」

(平成26年2月調査)結果報告書(抜粋)

問4 今後マイスターとして何が出来るか。全技連マイスターや技能士の地位向上、マイスター会の発展にすべきこと

⇒(上位3位まで抜粋)

- ・若年者への技能継承(裾野拡大、工業高校等への技術指導 外)
- ・全技連マイスター会での積極的活動へ参加(異業種等交流会、職能協とのコラボイベント 外)
- ・全技連マイスターのPR・広報活動(全技連マイスターの知名度の向上、マスコミを通じたものづくりの重要性のアピール外)

問5 今後、マイスター会として、企画実施したほうがよいと思う事業

⇒(上位3位まで抜粋)

- ・後継者育成(専門セミナーの開催)
- ・児童生徒に対する「ものづくり」の啓発指導
- ・「匠の技」フェアに対する支部活動支援