

# CLAIR REPORT No. 429

## ドイツにおける伝統工芸品産業の概要と振興施策

Clair Report No.429 (March 11, 2016)

(一財)自治体国際化協会 ロンドン事務所



一般財団法人

**自治体国際化協会**

## 「CLAIR REPORT」の発刊について

当協会では、調査事業の一環として、海外各地域の地方行財政事情、開発事例等、様々な領域にわたる海外の情報を分野別にまとめた調査誌「CLAIR REPORT」シリーズを刊行しております。

このシリーズは、地方自治行政の参考に資するため、関係の方々に地方行財政に係わる様々な海外の情報を紹介することを目的としております。

内容につきましては、今後とも一層の改善を重ねてまいりたいと存じますので、御叱責を賜れば幸いに存じます。

本誌からの無断転載はご遠慮ください。

問い合わせ先

〒102-0083 東京都千代田区麴町 1-7 相互半蔵門ビル

(一財)自治体国際化協会 総務部 企画調査課

TEL: 03-5213-1722

FAX: 03-5213-1741

E-Mail: [webmaster@clair.or.jp](mailto:webmaster@clair.or.jp)

# ドイツにおける伝統工芸品産業の概要と振興施策

はじめに

日本の伝統工芸品産業は、生活様式の大きな変化や、海外からの安価な輸入品の増大等により、需要が低迷し、生産額は減少傾向である。そうした状況の中で、地方自治体では、自らの地域の工芸品の需要拡大を目的に、多種多様な取組みが実施されている。

本レポートで紹介するドイツにおいても、日本と同様、伝統工芸品の現状に対して危機感を抱いており、行政は様々な形で支援を行っている。本レポートでは、伝統的に陶器産業が盛んな地方自治体の取組みのほか、伝統工芸に限定せず、より大きな枠組みで支援を行っている州の事例も紹介している。

歴史的背景や制度が異なるため、これまで日本において、ドイツの伝統工芸品政策が紹介されることは稀であった。ドイツの取組みをそのまま日本に導入することは困難であるが、その概念や手法など、本レポートが、今後、伝統工芸品振興政策を担う地方自治体関係者にとって少しでもお役に立てば幸いである。

一般財団法人自治体国際化協会 ロンドン事務所長

## 目 次

概要	1
第1章 ドイツにおける伝統工芸品産業の概要	2
第1節 ドイツにおける伝統工芸品	2
1 ドイツ語の「伝統工芸品」	2
2 ドイツにおける伝統工芸品の定義	2
3 伝統工芸品の指定作業	3
第2節 ドイツの手工業及び職業教育制度	4
1 手工業の歴史	4
2 ドイツ手工業秩序法	5
3 ドイツの職業教育制度とマイスター制度	5
第3節 ドイツの手工業、工芸産業の現状	8
1 手工業に関する統計調査の変遷	8
2 手工業に関するデータ	8
3 手工業が抱える問題	10
第2章 行政による支援	11
第1節 見本市に対する支援	11
1 ドイツにおける見本市産業の歴史的背景	11
2 現在のドイツにおける見本市産業	11
3 伝統工芸に関連するドイツにおける見本市	12
4 見本市に対する行政の支援	13
第2節 ノルトライン・ヴェストファーレン州	16
1 ノルトライン・ヴェストファーレン州の概要	16
2 ノルトライン・ヴェストファーレン州における手工業支援	16

第3節	ヘール・グレンツハウゼン市	19
1	ヘール・グレンツハウゼン市の概要および同市の陶器製造の歴史	19
2	ヘール・グレンツハウゼン市における陶器産業の支援策	20
(1)	陶器（セラミック）に関する教育機関の集積化	20
(2)	欧州の陶器都市とのネットワーク構築、連携強化	21
(3)	欧州陶器市の開催	24
(4)	陶器資源を紹介する観光パンフレットの作成	24
(5)	セラミック分野のイノベーション促進	25
(6)	その他	25
	おわりに	26
	参考文献・ウェブサイト	27

## 概要

### 第1章 ドイツにおける伝統工芸品産業の概要

第1節では、ドイツにおける伝統工芸品の定義や指定作業などについて紹介する。

第2節では、ドイツの手工業の歴史、手工業秩序法、職業教育制度に関する概要および手工業に関するデータ、現在の課題について紹介する。

### 第2章 行政による支援

第1節では、ドイツにおける見本市の概要および見本市に対する行政の支援を紹介する。

第2節では、ノルトライン・ヴェストファーレン州における手工業支援政策を紹介する。

第3節では、ヘール・グレンツハウゼン市における陶器産業の振興政策およびセラミック分野のイノベーション創出政策を紹介する。

## 第1章 ドイツにおける伝統工芸品産業の概要

### 第1節 ドイツにおける伝統工芸品

ドイツで有名な伝統工芸品といえば、マイセンの陶磁器や、ゾーリングェンの刃物、エルツ山地の木工芸品（くるみ割り人形など）、シュバルツバルト地方の鳩時計などが挙げられる。しかし、ドイツには日本のような伝統工芸品の正確な定義が存在せず、伝統工芸品の指定作業も取り組みを始めたところである。

#### 1 ドイツ語の「伝統工芸品」

ドイツ語で日本の伝統工芸品に近い単語として、「クンストハントヴェルク」（Kunsth Handwerk）や「クンストゲヴェルベ」（Kunstgewerbe）などが挙げられる。両者とも、芸術性の高い工芸品を指すが、前者が手工によって生産されるものを指す一方で、後者は手工に限らず、機械を使用したものも含まれるという違いがあり、「クンストハントヴェルク」が日本の「伝統工芸品」に最も近い単語であると言える。

#### 2 ドイツにおける伝統工芸品の定義

日本では、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（伝産法）<sup>1</sup>」に基づき、以下の5条件を満たす工芸品を「伝統工芸品」に指定しているが、ドイツには、日本の伝産法にあたる法律がなく、伝統工芸品の正確な定義も存在しない。手工業に関する法律である「手工業秩序法」（詳細後述）の分類の一つとして、陶器、金銀細工、木製家具などが含まれているのみである。そのため、州または地方自治体によっては、個別の伝統工芸への支援ではなく、手工業全体への支援を実施しているケースもある（第2節 ノルトライン・ヴェストファーレン州参照）。

○日本における「伝統工芸品」の5条件（伝産法）

- ①日常生活で使用する工芸品であること
- ②製造工程の主要部分は手工業的（高度な主作品）であること
- ③伝統的な技術・技法によって製造されるものであること
- ④伝統的に使用されてきた原材料であること
- ⑤一定の地域で産地形成がなされていること

---

<sup>1</sup> <http://law.e-gov.go.jp/htmlldata/S49/S49HO057.html>



### 3 伝統工芸品の指定作業

前述のとおり、日本では、伝産法に基づき、条件を満たした工芸品を「伝統工芸品」に指定している。（2015年6月時点、日本全国で222品目<sup>2</sup>）一方、ドイツには、伝統工芸品に関する法律、定義がないため、これまで伝統工芸品の指定は行われていなかった。しかし、2013年7月の「無形文化遺産の保護に関する条約」批准<sup>3</sup>により、無形文化遺産の一つとして、「伝統工芸技術」の指定作業を開始したところである。

2015年3月には、伝統工芸技術についての「協同組合における価値の共有に関する理想と実践（Idee und Praxis der Organisation von gemeinsamen Interessen in Genossenschaften）」をドイツとして初めて、ユネスコ無形文化遺産リストに提案した（2016年11月掲載可否が決定予定）<sup>4</sup>。2015年12月現在、連邦レベルの無形文化遺産リスト全34種のうち、11種が「伝統工芸技術」となっており、そのうち、工芸品にあたるものとしては、フォクトランド楽器製造（ドイツ東部ザクセン州フォクトランド地方）、オルガン製造（ドイツ全土）、手製ガラス製造の3種のみとなっている<sup>5</sup>。

なお、日本は1950年に制定された文化財保護法により、有形・無形文化遺産を保護しているが、日本のように文化遺産を保護する制度を持つ国は少なく、日本の取り組みは他国に先駆けたものであるといえる<sup>6</sup>。

本レポートでは、第1章でドイツの伝統工芸品と密接に関連する「手工業」に関して、歴史的背景、手工業秩序法、職業教育制度、手工業の現状などについて紹介する。加えて、第2章では、行政による支援に関して、見本市に対する支援を紹介するほか、ケーススタディとして、手工業支援策を行っているノルトライン・ヴェストファーレン州および陶器製造で有名なヘル・グレンツハウゼン市における取り組みを紹介する。

---

<sup>2</sup> [http://www.tohoku.meti.go.jp/s\\_cyusyo/densan-ver3/html/pdf/150618.pdf](http://www.tohoku.meti.go.jp/s_cyusyo/densan-ver3/html/pdf/150618.pdf)

<sup>3</sup> 2003年同条約は採択され、2006年に発効。2014年7月現在、締結国は161か国。

<sup>4</sup> <http://www.unesco.de/en/kultur/immaterielles-kulturerbe/international-activities.html>

文中の協同組合は、ドイツ語 Genossenschaft の日本語訳。後述のギルドなども含まれる。

<sup>5</sup> <https://www.unesco.de/en/home.html>

<sup>6</sup> 外務省 HP を参照(<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/kyoryoku/unesco/isan/mukei/>)

## 第2節 ドイツの手工業及び職業教育制度

### 1 手工業の歴史

ドイツでは、13世紀ごろから、同業者の共存共栄、相互扶助、市場の独占を目的として、各地で商人・手工業者の同業、同職種組合であるギルドが組織されるようになった。その中でも、手工業者のギルドは「ツンフト (Zunft)」と呼ばれ、ツンフト内では、マイスター、職人、徒弟の間に、以下の厳格な身分関係が保たれていた。

- ・徒弟は7年間無給でマイスターの家に住み込み、家事の手伝いや仕事場の掃除といった雑用をしながら奉公する。この間一切技術を教えてもらうことはできない。
- ・職人になると、給料をもらいながら、技術の習得に打ち込むことができる。その後、ツンフトが実施する試験に合格するとマイスターになることができた。
- ・人数に制限があるため、マイスターになることは大変困難なことであったが、マイスターになることで、ツンフトへの加入や製品の販売を認められていた。

19世紀にドイツで産業革命による機械制大量生産が広まり、従来の小規模な手工業から、大規模な機械制工業に転換していくにつれ、営業の自由の妨げとなっていたツンフト制度は解体されていき、1869年の「ドイツ営業法」制定により、伝統的なツンフト制度は完全に廃止されることとなった。しかし、その後の手工業者による同業者組合運動などの影響もあり、19世紀末から20世紀前半にかけて、手工業に関する法律は以下のような変遷をたどった。

表1 手工業関連法律の変遷（19世紀末～20世紀前半）<sup>7</sup>

法律名	主な内容
1897年 手工業修正法	公法上の団体としての「手工業会議所」創設、徒弟制度の法制度化、マイスター称号の法的保護、マイスター試験実施の認可
1908年 営業秩序修正法	小資格証明制の導入（マイスター試験合格者のみに対する徒弟指導権とマイスターの称号使用権付与）
1933～1935年 手工業法と政令	大資格証明制の導入（手工業名簿への登録をマイスター試験合格者のみに限定、名簿登録者のみが手工業の独立経営を認可され、かつ徒弟指導権限を有する）

<sup>7</sup> <http://ci.nii.ac.jp/naid/110001178124/en>

## 2 ドイツ手工業秩序法

手工業に関する法律は第二次世界大戦を経て紆余曲折するが、現在の手工業制度の法的基盤となっているのは、1953年に制定された「ドイツ手工業秩序法（Gesetz zur Ordnung des Handwerks）」である。同法では、マイスター制度の明文化、対象業種の指定（93業種）、各事業所の手工業会議所への参加義務などが規定された。

その後、数回の改正を経て、2004年施行改正法では、マイスター資格取得を義務付ける業種を93業種から41業種に大幅に減らし、以下表2のとおり職種を3種類に大別した。なお、ガラス・陶器絵付、陶芸士、染物師などの伝統工芸品に関する業種の多くは、第三者の健康や生命に危険を及ぼす恐れがないとみなされ、「職種A」ではなく、「職種B1」や「職種B2」に含まれている。

表2 2004年改正手工業法における職種の分類

職種名 (職種数)	概要	マイスター 資格	職種具体例
職種 A(41)	技術習得が困難、第三者の健康や生命に危険を及ぼす恐れがある職種	必要	自動車技師、電気技術者、左官・コンクリート職人、製菓・ケーキ職人
職種 B1(53)	技術取得が比較的容易、第三者の健康や生命に危険を及ぼす恐れがない職種	不要 (※)	ガラス・陶器絵付、陶芸士、オルガン・ハーモニウム製造、木銀細工
職種 B2(57)	手工業ではないが、手工業に類似する業種	不要	プラスチック加工、カーペットクリーニング、打楽器職人、染物師

※自由意思でマイスター資格を取得することは可能

## 3 ドイツの職業教育制度とマイスター制度

次に、ドイツ手工業の人材育成において大きな意味を持つ、職業教育制度、マイスター制度について紹介する。ドイツの職業教育は、職業学校で理論的な教育を受けるとともに、実際の民間企業または公共団体で実務的な教育を受ける「二元制度（デュアル・システム）教育」であり、手工業の伝統を生かす制度となっている。以下に詳細を説明する。

・ドイツの教育制度（学校教育から初期職業教育）

ドイツにおける教育制度は基本的に州が権限を有しているため、州ごとに若干の違いがあるが、概ね6歳時に基礎学校（修学年数は多くの州で4年間）に入学する。基礎学校卒業後の中等教育では、基幹学校（ハウプトシューレ）、実科学学校（リアルシューレ）、ギムナジウムという主に三つの進路から、各生徒が選択することになるが、近年は、10歳の児童が将来の大まかな進路を中等教育進学時に決定するのは早すぎるという批判もあり、これら三つの進路を統合した総合制学校（ゲザムトシューレ）も数を増やしている。なお、2012年時点で、各進路への進路割合は、基幹学校10%、実科学学校19%、ギムナジウム40%、総合制学校12%、その他819%となっている<sup>9</sup>。

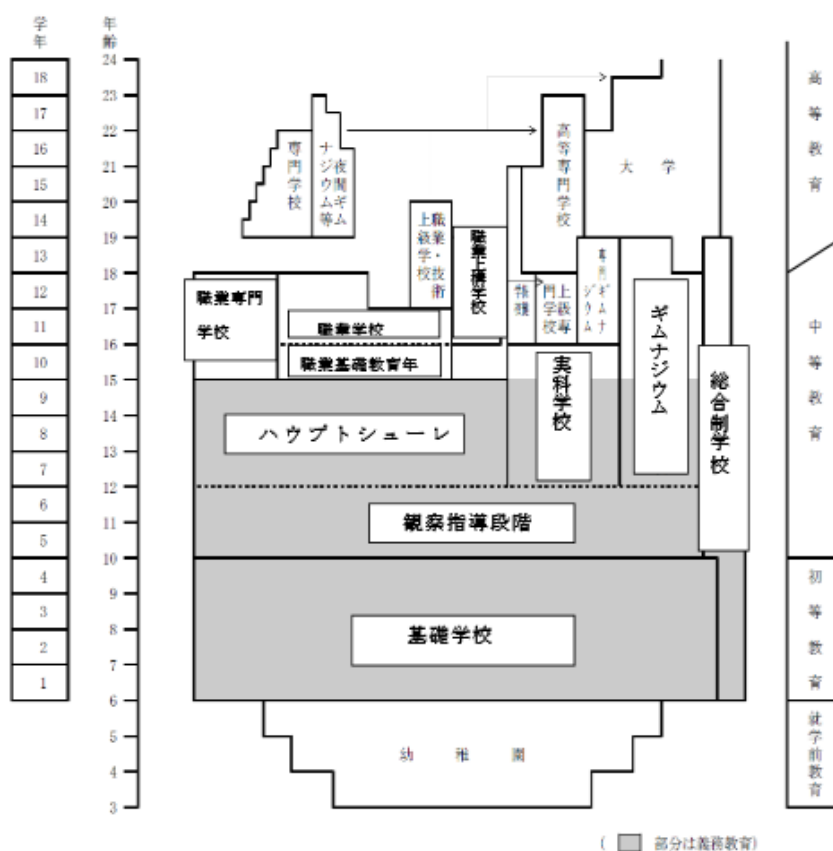


図1 ドイツの学校系統図<sup>10</sup>

<sup>8</sup> 基幹学校と実科学学校の両方の課程を有する学校（中間学校、通常学校等）などがあてはまる。

<sup>9</sup>

[https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Schulen/BroschuereSchulenBlick0110018149004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Schulen/BroschuereSchulenBlick0110018149004.pdf?__blob=publicationFile)

<sup>10</sup> 文部科学省 HP より引用

[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi/chousa/shougai/015/siryo/08102203/001/016/004.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shougai/015/siryo/08102203/001/016/004.htm)

・職業教育制度とマイスター資格

図1のとおり、主に基幹学校（ハウプトシューレ）修了者などが、9年間の義務教育終了後に職業学校に進学し、学校に通いながら、徒弟（レアリング）として、企業等で職業訓練を受けることになる。徒弟は試験合格により職人（ゲゼレ）となり、さらに、経営者となることを希望する職人はマイスターを目指すこととなる。以下に、徒弟、職人、マイスターの詳細を説明する。

表3 徒弟、職人、マイスターについて

徒弟（レアリング）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・デュアルシステムによる職業訓練生、通常3年間。</li> <li>・公認訓練職種は約350種。自分の学びたい職業を選び、その職業で訓練生を募集している企業に応募。</li> <li>・採用後は、18歳まで週1～2回職業学校での理論教育、残り3～4日は見習いとして、企業での職業訓練に費やす。</li> </ul>
職人（ゲゼレ）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職業訓練終了後、職人試験(国家資格)に合格した者。</li> <li>・試験には、論理、実技、ゲゼレシュトゥック(卒業制作)が課せられる。</li> </ul>
マイスター	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マイスター試験(国家資格)に合格した者。</li> <li>・試験への受験有資格者は、①専門学校（Fachshule）修了資格取得者<sup>11</sup>、②職人証書(Gesellenbrief)取得者<sup>12</sup>、③数年にわたる当該職種の職業経験者のいずれか。</li> <li>・試験は、各地の手工業会議所に設置されたマイスター試験委員会によって実施。</li> <li>・試験は一次から四次で構成。順に、専門実技試験(自作の課題作品を提出)、専門理論試験、経営学・商学・法学、職業教育学・教育学・労働教育学となっている。</li> <li>・マイスター資格取得により、営業権と職業訓練生を採用し教育する権利を得ることができる。</li> </ul>

なお、日独交換エキスパートサービス（NGES）が実施している「ドイツ日本人職人プログラム」<sup>13</sup>を通して、これまでに100人以上の日本人が上述の職人（ゲゼレ）試験に合格している。同プログラムで申込可能な職種は、製パン、製菓、食肉加工、フラワーデザイン、整形靴製造など。半年間のドイツ語研修の後、研修所にて職業訓練を開始する。職業訓練開始から職人試験までの期間は職種により異なるが、製パン・製菓で30～36か月、整形靴製造で42か月、その他で30～40か月程度となっている。

<sup>11</sup> 5年間実務を学んだあと会社を退職し、1年間専門学校に通う。

（期間中は、国や州から最終給与の60%が支給）

<sup>12</sup> 6年以上の経験、うち最低4年は指導的な地位で働いていることが条件。

<sup>13</sup> <http://nges.de/programs/2017/>

### 第3節 ドイツの手工業、工芸産業の現状

#### 1 手工業に関する統計調査の変遷

次に、ドイツ手工業に関する統計調査について紹介する。ドイツでは、1949年、1956年、1963年、1968年、1977年、1995年の計6回、手工業に関する全国的な調査が実施されたが、企業や所管省庁に大きな負担が生じることが問題視され、1995年以降は、手工業に関する調査は実施されていない。

その後、2008年からは、ドイツ連邦統計局（Statistisches Bundesamt）が保有する企業登録データから抽出する形で、手工業に該当する各業種の事業者数、従業員数、売上高といったデータが発表されるようになった。

ただし、2008年は概要となる数値のみ発表されており、詳細なデータは2009年以降発表されている。また、2016年2月時点では、2012年のデータ（2015年3月発表）が最新であるため、本レポートでは、限定的ではあるが、2009年、2012年の数値を紹介することとする。

#### 2 手工業に関するデータ（2009年、2012年の比較）

手工業全体（業種A及びB1）及び伝統工芸に関連するいくつかの業種における、2009年および2012年の事業所数、従業員数、売上高を表4に示す。

表4 手工業に関するデータ（2009年、2012年比較）

項目	事業所数（箇所）			従業員数（人）			売上高（千ユーロ）		
	2009	2012	増減率	2009	2012	増減率	2009	2012	増減率
手工業全体(A、B1合計)	573,311	583,668	101.8%	4,907,448	5,079,129	103.5%	464,050,829	510,077,685	109.9%
A08石工・石彫刻師	4,810	4,752	98.8%	21,373	21,167	99.0%	1,685,093	1,799,986	106.8%
A27木製家具	33,388	32,932	98.6%	200,510	206,359	102.9%	18,463,246	21,366,408	115.7%
B1 36 ガラス、陶器絵付	76	71	93.4%	324	323	99.7%	16,552	18,961	114.6%
B1 43 陶芸士	452	424	93.8%	1,568	1,398	89.2%	54,078	52,584	97.2%
B1 44 オルガン・ハーモニウム製造	296	292	98.6%	1,554	1,453	93.5%	81,065	75,602	93.3%

出典：Produzierendes Gewerbe 2009,2012 (Statistisches Bundesamt)<sup>14</sup>

14

[https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/UnternehmenHandwerk/Handwerkszaehlung/UnternehmenPersonenUmsatz2040720097004.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/UnternehmenHandwerk/Handwerkszaehlung/UnternehmenPersonenUmsatz2040720097004.pdf?__blob=publicationFile)

2012年のデータを見てみると、ドイツ全体で約58万4千か所の手工業事業所があり、手工業に従事する従業員数は約508万人、売上高は約5,100億ユーロとなっている。個別の業種で見ると、石工・石彫刻師や木製家具は数値が大きくなっているが、これらは日本の伝統工芸品とは異なり、大量生産品などを扱う事業所も多く含んでいるためである。一方で、ガラス・陶器絵付、陶芸士、オルガン・ハーモニウム製造などは多くが手工によって作られたものであり、日本の工芸品と比較することができる。ただし、データの従業員数は、職人だけでなく、事務員や営業なども含んだものであることに注意が必要である。

なお、手工業全体では、従業員数が多い業種は、自動車技師（49万6千人）、電気技術者（41万4千人）、左官・コンクリート職人（34万2千人）、製菓・ケーキ職人（34万1千人）、設備工・暖房設置製造業者（30万8千人）となっており、上位5業種で職種A、B1合計の約37%を占めている。

次に、2009年と2012年のデータを比較してみると、手工業全体（業種A及びB1）で、事業所数（1.8%増）、従業員数（3.5%増）、売上高（9.9%増）と、いずれも増加していることがわかる。特に、売上高については、職種Aの全41業種のうち39業種で増加しており、ドイツ手工業全体において増加傾向があったことがわかる。なお、減少した2業種は、「A20自動車技師」（1.7%減）、「A41タイヤ技術者」（3.5%減）と、どちらも自動車産業関連の業種であった。（※職種B1については、一部業種の定義が変わったものがあるため、単純比較できない。）全体として売上高が伸びた大きな要因としては、2009年のリーマンショック後の世界同時不況によるドイツ経済の景気停滞<sup>15</sup>及びその後のドイツ経済の持ち直し<sup>16</sup>が挙げられる。

一方で、伝統工芸に関連する業種は苦戦しており、特に個人向けの工芸品が大半を占める「B1 43陶芸士」、「B1 44オルガン・ハーモニウム製造」は数字を落としている。日本と同様、ドイツでも近年、伝統工芸に関連する業種が低迷していることがわかる。なお、ドイツ連邦工芸連合（Bundesverband Kunsthandwerk）によれば、ここ数年だけでなく、近年の傾向として、「ドイツの伝統工芸分野は、日本と同様、全体的に売り上げが落ちており、企業・営業所の数も減少傾向にある」とのことである。

---

<sup>15</sup> 2009年、ドイツ経済は戦後最悪となる経済成長率マイナス5.6%を記録した。

<sup>16</sup> ドイツ経済成長率 2010年：+4.0%、2011年：+3.7%、2012年：+0.6%

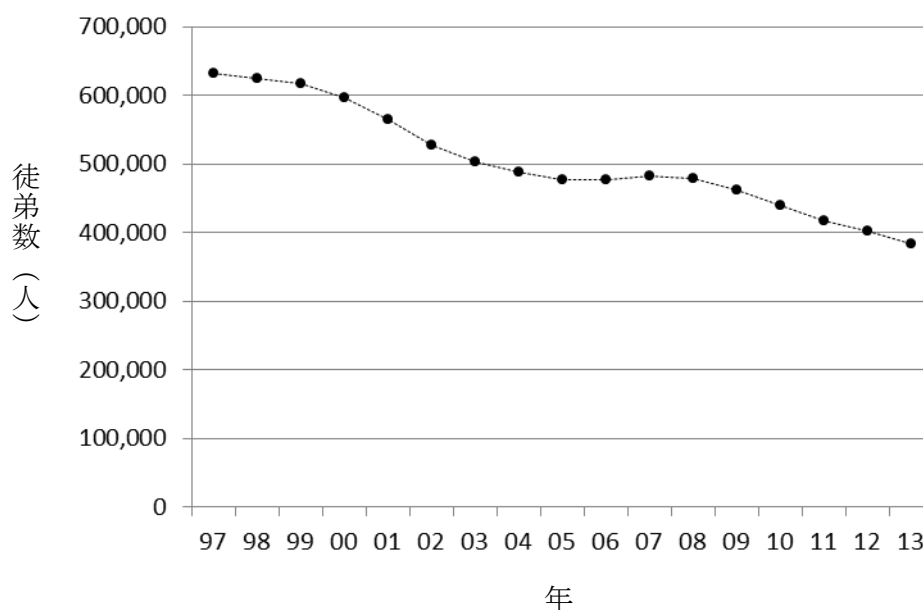
[http://ecodb.net/country/DE/imf\\_growth.html](http://ecodb.net/country/DE/imf_growth.html)



### 3 手工業が抱える問題

ドイツの手工業は、職業教育を受ける徒弟数の減少、訓練生の基本的な能力・スキルの低さ、職業教育の質の低下など、様々な問題を抱えているとされる。特に、職業教育を受ける徒弟数は、図2のとおり年々減少していることがわかる。その原因としては、少子化<sup>17</sup>や大学進学率の高まり<sup>18</sup>、製造業を中心としたモノづくり経済から、情報経済への移行といった社会構造の変化などが挙げられる。

図2 職業教育を受ける徒弟数の推移



<sup>17</sup> ドイツの合計特殊出生率 1.38(2013年)は先進国 34 か国中 27 位 (日本は 25 位)

[http://ecodb.net/ranking/group/XK/wb\\_tfrtin.html](http://ecodb.net/ranking/group/XK/wb_tfrtin.html)

<sup>18</sup> ドイツ国内の大学生数 2001年:190万人、2011年:240万人 (27%増)

[https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2012/12/PD12\\_423\\_213.html](https://www.destatis.de/DE/PresseService/Presse/Pressemitteilungen/2012/12/PD12_423_213.html)



## 第2章 行政による支援

### 第1節 見本市に対する支援

#### 1 ドイツにおける見本市産業の歴史的背景

ドイツでは、1165年にライプツィヒで、その後フランクフルト、ケルン、ハンブルク等の都市で見本市を保護する制度が整備されていった。特に、ライプツィヒは欧州の東西交易の要所に立地していたこともあり、ライプツィヒで開催される見本市は国際的な見本市へと大きく発展した。

第二次世界大戦後、多くの見本市会場は破壊されたが、東ドイツにあったライプツィヒの見本市を、占領国であるソヴィエト連邦が強力に支援して再興した。また、西ドイツでは、やはり占領国の支援のもと、復興のための輸出支援策の一つとして、ハノーファーで「輸出見本市」が開催された。その後、ドイツで最も重要な見本市都市であったライプツィヒが東ドイツであったことから、西ドイツではそれに競う形で、各都市で見本市が開催されるようになり、各地で見本市が発展した。こうした経緯を経て、ドイツの見本市産業は地域分散型の立地構造となっている。

#### 2 現在のドイツにおける見本市産業

ドイツは「見本市の国」を自認しており、実際に、世界の面積の大きい見本市、展示会場第5位までのうち3つをドイツが占めている（詳細表4）。また、国別に見た見本市会場総面積ランキングにおいても、米国、中国について第3位となっている（詳細表5）。

表4 「世界の見本市市場」会場規模ランキング

順位	会場名	国名	会場面積 (㎡)
1	ハノーファー国際見本市会場	ドイツ	463,275
2	フランクフルト見本市会場	ドイツ	366,637
3	フィエラ・ミラノ国際見本市会場	イタリア	345,000
4	中国出口商品交易会琶洲展示館	中国	340,000
5	ケルン・メッセ国際見本市会場	ドイツ	284,000
6	デュッセルドルフ見本市会場	ドイツ	262,218
7	パリ・ノール・ヴィルパント見本市会場	フランス	242,582
8	マコーミックプレイス	米国	241,549
9	フィラ・デ・バルセロナ	スペイン	240,000
10	バレンシア見本市会場	スペイン	230,837

※会場面積は2015年時点の数値

出典：海外見本市ビジネストレンド ―展示会先進国ドイツの事例― (JETRO)

表5 見本市会場総面積ランキング

順位	国名	総会場面積 (㎡)
1	米国	6,712,342
2	中国	4,755,102
3	ドイツ	3,377,821
4	イタリア	2,227,304
5	フランス	2,094,554
6	スペイン	1,548,057
7	オランダ	960,530
8	ブラジル	701,882
9	英国	701,857
10	カナダ	684,175

※総会場面積は2011年12月時点の数値

出典：海外見本市ビジネストレンド ―展示会先進国ドイツの事例― (JETRO)

2014年には、ドイツ国内で計176件の国際見本市が開催され、972万人が来場した。また、全体の出展者数179,645社のうち、約6割弱となる102,665社が国外からの出展者となっている。ドイツ展示・見本市産業委員会(AUMA)によると、2012年のドイツにおける見本市産業の経済波及効果は、ドイツ全体で235億ユーロ、新規雇用効果が22.6万人と試算されている。

### 3 伝統工芸に関連するドイツにおける見本市

日本貿易振興機構(JETRO)ホームページ「世界の見本市・展示会情報」<sup>19</sup>によると、2016年にドイツで開催される伝統工芸関連の見本市は、世界最大の国際消費財見本市「Ambiente2016」(フランクフルト)や、国際手工業専門見本市「Internationale Handwerksmesse2016」(ミュンヘン)など、計9回<sup>20</sup>開催される予定である。

<sup>19</sup> <https://www.jetro.go.jp/j-messe>

<sup>20</sup> 取扱品目に手工芸品(または工芸品)、陶磁器、彫刻、木製玩具を含む見本市を対象とした。

表6 2016年にドイツで開催される主な伝統工芸関連の見本市

開催日時	見本市名	開催都市	取扱品目	2015年実績		
				来場者数(人)	出展社数(社)	展示面積(m <sup>2</sup> )
1/27-2/1	Spielwarenmesse 2016	ニュルンブルク	模型、模型玩具、鉄道模型、模型部品、趣味用品、工作材料、玩具(機械式・非機械式)、木製玩具、積み木、人形、ぬいぐるみ、学習用玩具、関連書籍、ゲーム、クリスマスツリー・デコレーション、カーニバル/パーティー用品等	70,084	2,857	170,000
1/30-2/2	Creativeworld	フランクフルト	装飾的工芸品、グラフィック、手工芸品、テキスタイルデザイン、趣味・工芸品	8,353	290	-
2/12-2/16	Ambiente 2016	フランクフルト	テーブル、キッチン/家庭用品、食卓装飾品/アクセサリー、芸術品、手工芸品、インテリアデザイン、クラシックデザイン、ホームアクセサリー、室内照明、装飾画、ジュエリー/各種時計、その他	135,000	4,811	-
2/24-3/1	Internationale Handwerksmesse 2016	ミュンヘン	デザイン、家具/機器、キッチン/手工芸品、建設/改築、ガーデニング、ツール、テクノロジー	131,100	1,000	-
2/27-29	CADEAUX Leipzig	ライプツィヒ	ギフトアイデア、ライフスタイルトレンド、フラワーデザイン、テーブル・セッティング、クックショップ、グルメ、ゲーム、出版、手工芸品、土産品、美容、健康、化粧品、アクセサリー、ジュエリー、時計、その他	-	-	-
4/14-17	ART COLOGNE 2016	ケルン	近現代美術、絵画、写真、映像、彫刻、オブジェクト、グラフィック	60,000	241	34,000
9/3-5	CADEAUX Leipzig	ライプツィヒ	ギフトアイデア、ライフスタイルトレンド、フラワーデザイン、テーブル・セッティング、クックショップ、グルメ、ゲーム、出版、手工芸品、土産品、美容、健康、化粧品、アクセサリー、ジュエリー、時計、その他	-	-	-
11/16-20	Bazaar Berlin	ベルリン	アパレル、ホームテキスタイル、皮革製品、アクセサリー、旅行用品、小家具、絨毯、箆類、陶器、ガラス、陶磁器、装飾品、ファッションアクセサリー、化粧品、木製玩具	-	-	-
11/16-20	Cologne Fine Art	ケルン	アンティーク、19世紀のアート、20世紀のアート、アジア美術、カーペット/タペストリー、デザイン、家具、工芸品、アイコン、ジュエリー、ヨーロッパ以外の美術、巨匠、磁器、プリント/書籍、彫刻、シルバニア、時計、ペーパーワーク	-	-	-

#### 4 見本市に対する行政の支援

##### (1) 国際見本市会社の運営資金出資(州、市)

ドイツでは、多くの場合、大規模見本市会場を所有する会社が、同時に見本市の主催者である見本市会社(Messegesellschaft)を兼ねている。また、それらの見本市会社の運営資金は、ほとんどが行政(州、市)から出資されており、ドイツにおける国際見本市開催は行政が大きく関わっているといえることができる。以下に、ドイツの主要見本市会場における出資者とその割合を掲載する(表7)。

表7 ドイツにおける国際見本市会社の出資者とその割合

見本市会社名（都市）	会場所有	出資者とその割合（％）			
		州	市	商工 会議所	その他
Augsburger Schwabenhallen Messe- und Veranstaltungs GmbHs (アウグスブルク)	○	64.09	-	3.54	32.37
Messe Berlin GmbH(ベルリン)	×	-	99.7	0.17	0.13
Westfalenhallen GmbH, Dortmund (ドルトムント)	○	100	-	-	-
Messe Düsseldorf GmbH (デュッセルドルフ)	○	56.5	20	1.75	21.75
Messe Essen GmbH(エッセン)	○	79.97	-	-	20.12
Messe Frankfurt GmbH (フランクフルト)	○	60	40	-	-
FWTM GmbH&Co. KG, Freiburg (フライブルク)	×	98.98	-	-	1.02
Messe Friedrichshafen GmbH (フリードリヒスハーフェン)	×	50	-	2	48
Hamburg Messe + Congress GmbH(ハンブルク)	○	-	100	-	-
Hamburg Messe + Congress GmbH(ブレーメン)	○	6.95	92.27	-	0.78
Deutsche Messe- AG(ハノーバー)	○	49.87	50	-	0.13
Karlsruher Messe- und Kongress GmbH(カールスルーエ)	×	100	-	-	-
KölnMesse GmbH(ケルン)	○	79.075	20	0.725	0.2
Leipziger Messe GmbH (ライプツィヒ)	○	50	50	-	-
Messe München GmbH(ミュンヘン)	○	49.9	49.9	0.1	0.1
Nürnberg Messe GmbH (ニュルンブルク)	○	49.969	49.969	0.031	0.031
Messe Offenbach GmbH (オッフエンバッハ)	○	1	-	-	99
Messe Offenburg-Ortenau GmbH (オッフエンブルク)	×	100	-	-	-
Saarmesse GmbH (ザールブリュッケン)	○	100	-	-	-
Landesmesse Stuttgart GmbH (シュトゥットガルト)	×	50	50	-	-

出典：ドイツの見本市・展示会とその支援政策（国立国会図書館）

## (2) 「国外見本市プログラム」による輸出促進

また、ドイツ連邦政府（経済エネルギー省）では、中小企業を対象とした輸出支援策の一環として、「国外見本市プログラム」（AMP<sup>21</sup>）を実施している。同プログラムでは、毎年秋から冬にかけて、ドイツ展示・見本市産業委員会（AUMA）が各業界団体に対して、支援を希望する見本市を募集する。その後、翌年4月ごろに、支援対象となる見本市が最終決定される。支援対象となった見本市では、連邦政府が「ジャーマン・パビリオン」という共同ブースを出展し、ブース代の半額を政府が助成する。

なお、2013年に同プログラムの助成対象イベントに選定されたイベントは計262件となっている。このプログラムは、特に中小企業では単独での進出が困難と思われる国・地域を主に対象としており、最も共同出展が多かった国はロシアで50件、次いで中国49件、アラブ首長国連邦23件、米国22件、インド20件となっている（日本は8件）。<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> 正式名称 Auslandmesseprogramm des Bundes

<sup>22</sup> ドイツ展示会動向調査報告書(JETRO)

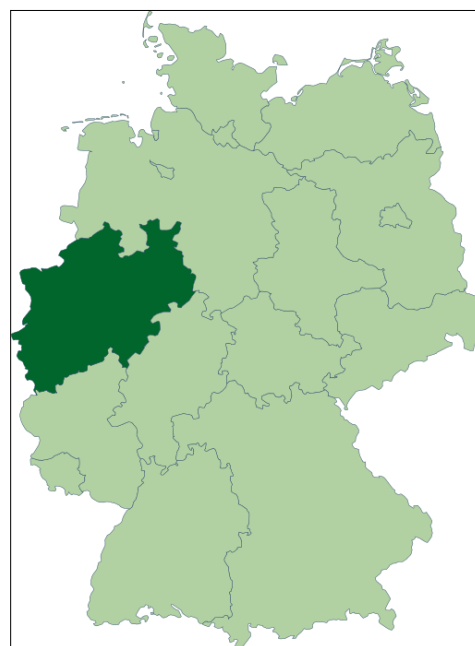
[https://www.jetro.go.jp/ext\\_images/j-messe/business/pdf/report\\_germany\\_201504.pdf](https://www.jetro.go.jp/ext_images/j-messe/business/pdf/report_germany_201504.pdf)

## 第2節 ノルトライン・ヴェストファーレン州

### 1 ノルトライン・ヴェストファーレン州の概要

ノルトライン・ヴェストファーレン州（以下、NRW州）はドイツ西部に位置しており、ドイツの16ある連邦州のひとつ。州都はデュッセルドルフ。州別人口数は国内第1位となっている（人口1,806万人(2005年)、面積34,083 km<sup>2</sup>）。

また、NRW州にはヨーロッパを代表するルール工業地帯があり、経済的にも重要な州となっている。2014年のNRW州経済総生産（GDP）は、6,247億ユーロ<sup>23</sup>で、ドイツ全体の約21.5%を占めている。



ノルトライン・ヴェストファーレン州の位置

### 2 ノルトライン・ヴェストファーレン州における手工業支援

NRW州には、2012年時点で約11万4千か所の事業所があり、これはドイツ全体の19.5%を占める。また、売上高合計（計1,096億ユーロ）は国全体の21.5%を占めており、ドイツ手工業においてNRW州は大きな意味合いを持つことがわかる<sup>24</sup>。

ドイツでは、手工業支援は概ね経済省にて実施されているが、NRW州はドイツ連邦内16州で唯一、省名に「手工業」が含まれている「経済・エネルギー・産業・中小企業・手工業省」（MWEIMH）<sup>25</sup>において、手工業支援を実施している。このことから、NRW州が手工業支援を重視していることがわかる。

NRW州では、伝統工芸など、一部の業種に限定した支援は実施しておらず、手工業全体に対する支援として、①デザインコンペティションの開催、②教育機関の運営、③販売促進を行っている。以下にこれらの概要を紹介する。

<sup>23</sup> [http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/en/en\\_jb27\\_jahrtab65.asp](http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/en/en_jb27_jahrtab65.asp)

<sup>24</sup> [https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/UnternehmenHandwerk/Handwerkszaehlung/UnternehmenPersonenUmsatz2040720127004.pdf?\\_blob=publicationFile](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/UnternehmenHandwerk/Handwerkszaehlung/UnternehmenPersonenUmsatz2040720127004.pdf?_blob=publicationFile)

<sup>25</sup> 正式名称：Ministerium für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk des Landes Nordrhein-Westfalen

## ①デザインコンペティションの開催

NRW州では、若手職人のスキルアップやイノベーション促進などを目的に、以下2種類のデザインコンペティションを隔年で開催している。

表8 NRW州におけるデザインコンペティション概要

コンペティション名	Manufacton	Design Talent Handwerk NRW
カテゴリー	家具、彫刻、宝石・衣服、映像作品、インテリアの5つ	色・写真、機械、ガラス、木材、陶器、金属、宝石、石、繊維の9つ
賞金	10,000ユーロ (カテゴリーごとに1名受賞)	2,500ユーロ (カテゴリーごとに1名受賞)
その他	受賞作品は州内博物館にて展示されるほか、ウェブサイト <sup>26</sup> にも掲載。	若手のみ出品可能。受賞作品は州内博物館にて展示されるほか、ウェブサイトにも掲載。

## ②教育機関の運営

また、NRW州では、商工会議所とともに、以下の教育機関の運営を行っている。

表9 NRW州における手工業関連教育機関

カテゴリー	教育機関名	運営主体
デザインアカデミー (マイスター有資格者がさらにデザインを学ぶための学校)	Akademie für Gestaltung der Handwerkskammer Münster	州、ミュンスター商工会議所
	Akademie für Handwerksdesign der Handwerkskammer Aachen (Gut Rosenberg)	州、アーヘン商工会議所
修復に関する学校	Akademie Schloss Raesfeld	州、州内商工会議所
州立ガラス専門学校 (窓や吹きガラスの製造を学ぶ学校)	Staatliches Berufskolleg Glas Keramik Gestaltung des Landes NRW in Rheinbach	州

<sup>26</sup> ホームページ「Design Handwerk」(URL:<http://www.designtalente-handwerk-nrw.de/>)

### ③販売促進

加えて、NRW州では、各事業者の販売支援として、各商工会議所が開催する工芸市に対する開催支援、国外見本市への出展支援を行っている。ただし、NRW州内の伝統工芸品は一品物が多いため、国外への販路開拓に比べ、ドイツ国内、特に地元で販売することが優先されている。

以上のように、NRW州では、伝統工芸のみを対象とする政策は存在せず、また手工業全体で見ても、限定的な支援となっている。この傾向はドイツ国内の他州においても同様であり、例えば、ニーダーザクセン州ではコンペティションの開催と新製品、新製造方法の開発に対する支援、バイエルン州では教育機関の運営など、教育分野への支援に限定されている。



### 第3節 ヘール・グレンツハウゼン市

#### 1 ヘール・グレンツハウゼン市の概要および陶器製造の歴史

ヘール・グレンツハウゼン（Höhr-Grenzhausen）市は、ドイツ南西部に位置するラインラント・プファルツ州の地方自治体（人口 9,290 名(2013 年)、面積 15.87 km<sup>2</sup>）であり、ヴェスターヴァルト郡に属している。

ヴェスターヴァルト郡を含む、ライン川流域のラインラント地方では、中世末期から近世初頭にかけて、良質な粘土層と燃料となる豊富な森林資源により、陶器生産が盛んに行われていた。13 世紀後半から 14 世紀になると、高温で石のように焼き締めた「炉器」が出現する。この炉器は、耐水性に優れており、ライン川の水運によって広くヨーロッパ各地に輸出されるようになる。17 世紀には、独特のグレーとブルーの上塗りの器である「ヴェスターヴァルト陶器」が出来上がる。特に、細頸の手付水差しが有名で、ヴェスターヴァルト陶器の水差しは、フェルメールの作品などにも多く描かれている。



ヘール・グレンツハウゼン市の位置

同市は、ドイツ国内で「陶器の町」として知られ、近代的な作品を制作する個人または小規模の営業者がこの地域に集まっている。1982 年には、郡立ヴェスターヴァルト陶器博物館（Keramikmuseum Westerwald）が市内に設立され、伝統的な陶器や陶器製造の技術に関する展示のほか、近代陶器の特別展などが定期的で開催されている。

現在は、市内に 31 の営業所、グループで 69 名の陶芸家が活躍している。また、伝統的な陶器を大量生産する工場は市内で 2 社のみで、これらはアメリカやオーストラリアなどへの輸出が主なビジネスとなっている。

## 2 ヘール・グレンツハウゼン市における陶器産業の支援策

### (1) 陶器（セラミック）に関する教育機関の集積化

ヘール・グレンツハウゼン市は、1999年に「陶器教育・研究機構」を設立した。同機構は、市内の陶器（セラミック）に関連する教育機関の協力体制を強化し、陶器（セラミック）関係の仕事に関心のある学生、陶芸家にとって魅力的な街を形成し、「ドイツで一番の陶器都市」というブランドイメージを構築することを目的としている。

同機構の構成団体は以下のとおりである。

- ①モンタバウア職業教育学校（陶器部門）<sup>27</sup>
- ②ラインラント州立陶器学校（Staatliche Fachschule für Keramik）
- ③無機材料ガラス・セラミック研究所
- ④ヴェスターヴァルト群立陶器博物館（Keramikmuseum Westerwald）
- ⑤Cera Tech Center（セラミック材料のイノベーションセンター）※詳細後述
- ⑥European Center for Refractories（耐火物質・セラミック欧州研究センター）
- ⑦コブレンツ応用科学大学マテリアル・エンジニアリング、ガラス、セラミック学部
- ⑧コブレンツ応用科学大学陶器、ガラスアート学部

②のラインラント州立陶器学校は、州外、国外からの入学も可能となっており、同市では、後述する陶器都市間のネットワークである UNIC を通じて、同校の情報提供を行い、州外、国外からの入学を促している。また、⑥の耐火物質・セラミック欧州研究センターは、陶器教育・研究機構を設立する際に、ボン市から誘致した経緯がある。

陶器教育・研究機構のピーター・キルムバッハ（Peter Quirnbach）理事長によると、同機構により、各教育機関の協力体制が強化されたことで、生徒が別の教育機関にスムーズに移行できるようになったほか、研究機関においても、機器の共有などのメリットがあるとのことである。なお、ドイツでは、歴史的に繊維産業が盛んなドレスデンやアーヘンに繊維関係の教育機関が集積しているなど、地場産業に合わせて教育機関が集積するといったケースが見られる。

---

<sup>27</sup> 同校の生徒は約 100 名、そのうち 80～90 名がセラミック分野、10～20 名が陶芸分野を専攻。

## (2) 欧州の陶器都市とのネットワーク構築、連携強化

ヘール・グレンツハウゼン市などの欧州の陶器に関する都市では、陶器都市間のネットワーク構築、連携強化を重視している。以下に、同市が関連する取組みを紹介する。

### ア 陶器イノベーションに関するネットワーク

陶器イノベーションに関するネットワーク（以下、UNIC<sup>28</sup>）は、欧州における陶器都市間ネットワークを形成し、地域レベル、EU レベルでの持続可能な観光プランのマネジメントを実施することを目的に、2011年に設立された<sup>29</sup>。本部はフランスのリモージュに置かれ、以下の計 11 団体が参画している。

#### (参画団体)

- ・自治体 リモージュ（フランス）、ヘール・グレンツハウゼン（ドイツ）、  
ストック・オン・トレント（イギリス）、デルフト（オランダ）、  
セビージャ、カステリョン（共にスペイン）、ファエンツァ（イタリア）、  
アヴェイロ（ポルトガル）、クルジュ・ナポカ（ルーマニア）、  
ペックス（ルーマニア）
- ・その他 ポルツェラニコン磁器博物館（ドイツ）

UNIC の主な取組として、後述する「VIACERAM」プロジェクトが挙げられる。なお、近年、東アジアを今後の重要な市場と位置付け、2011年には、瀬戸（日本）、景德鎮（中国）、唐津、利川（ともに韓国）をアジアパートナーとしてメンバーに追加したほか、2012年に「中国陶器産業協会」と共同合意を締結するなど、東アジアの陶器都市との連携強化を図っている。

---

<sup>28</sup> 正式名称「Urban Network for Innovation in Ceramics」

<sup>29</sup> 2008-11年に欧州委員会(European Commission)のURBECT IIプログラムによる3年間の支援を経て、2011年にUNIC事務局を設立。

## イ 「VIACERAM」<sup>30</sup>プロジェクト

同プロジェクトは、欧州の陶器都市が連携し、単独では困難な観光プロモーションを行うことを目的としている。プロジェクトの参画団体は、以下の7団体となっている。

### (参画団体)

- ・自治体 リモージュ（フランス）、ヘール・グレンツハウゼン（ドイツ）、  
ストーク・オン・トレント（イギリス）、デルフト（オランダ）、  
ファエンツァ（イタリア） ※いずれも UNIC 加盟団体
- ・その他 ポルツェラニコン磁器博物館（ドイツ）  
Anderen Ltd.（英国企業、中国人観光客のマーケティング会社）

同プロジェクトの主な取組みとして、以下の3点が挙げられる。

### ①市場分析結果を反映した観光商品の開発及びその情報発信

ヨーロッパ圏の旅行客動向を分析した結果、同一旅行中に複数の国を巡る旅行の需要が低かったため、目的地ごとにテーマ別のおすすめツアーを作成し、ホームページでの情報発信を行っている。

### ②アジア、特に中国からの誘客促進

中国人観光客の旅行客動向を踏まえ、複数の国を駆け足で巡るツアー<sup>31</sup>を作成し、中国の大手旅行会社にプロモーションしたほか、ホームページや SNS を通して、情報発信を行っている。

### ③持続可能な観光誘客に向けたマネジメントプランの策定

ヘール・グレンツハウゼン市の場合、国外の陶芸家に同市に住んでもらい、地元陶芸家や住民と交流する「Artisits in Residence プロジェクト」などを実施し、陶器を通じた国際的な文化交流の促進を目指すこととしている。

---

<sup>30</sup> 「VIACERAM」とは、フランス語で「陶器街道」を意味する。

<sup>31</sup> 「Creating ceramic history」（陶器の歴史を創る）、「Hidden gems of ceramic history」（陶器の歴史における秘宝）の2コースを作成。



VIACERM ホームページ (URL: <http://www.viaceram.eu/en/>)

※英語、ドイツ語、フランス語、中国語の4か国語対応

なお、同プロジェクトの成果について、ヘール・グレンツハウゼン市長のマイケル・チーゼン (Michael Thiesen) 氏は、欧州の陶器都市とのネットワーク化により、各地の陶器市へのアクセスが容易になったこと、単独では実施できなかった国際的なマーケティングを実施することができたこと、2012年に「New York Times」誌で紹介されるなど、各種メディアの露出があったことの3点を挙げている。

#### ウ ヨーロッパ陶器協会 (AEuCU) へのドイツ参加働きかけ

前述の UNIC に加え、ヨーロッパには、国単位で加盟するヨーロッパ陶器協会 (AEuCU<sup>32</sup>) という団体が存在している。当初、同協会には、イタリア、フランス、スペイン、ルーマニアの4か国が加盟しており、ドイツは加盟してなかった。

しかし、ヘール・グレンツハウゼン市は、陶器都市間ネットワークをさらに強化する上で、国からの支援も不可欠であると考え、ドイツ参加を目的とした「ドイツ陶器都市連合」の設立を働きかけ、2015年11月の同連合設立を経て、ドイツはヨーロッパ陶器協会に加盟することとなった。

---

<sup>32</sup> 正式名称「Agrupación Europea de Cooperación Territorial Ciudades de la Cerámica」  
(英語名: European Grouping of Territorial Cooperation Cities of Ceramics)

(ドイツ陶器都市連合加盟都市) ※2015年12月現在

ヘール・グレンツハウゼン、ゼルプ、カールスルーエ、メトラッハ、ランツフト、  
ゲリングフーゼン、レーシルト、ブラハトタール、オーフェンシェダット・ベルテン、  
ランスバッハ・バウムバッハ、ジールスハーゲン 計11都市

### (3) 欧州陶器市の開催

また、ヘール・グレンツハウゼン市では、毎年6月に一般消費者向けのイベントである「欧州陶器市」(Europäischen Keramikmarkt)を開催している。同イベントでは、前述のネットワークを活用して、国外の陶芸家にも参加を促しており、毎年150のストールのうち、10~20は国外の陶芸家のストールとなっている。

なお、国外の陶芸家の出展は、イベントの活性化につながるため、参加者はもちろん、地元陶芸家からも歓迎されており、批判の声は出ていない。また、ヘール・グレンツハウゼン市内の陶芸家が、国外の陶器都市で開催される陶器市に招待され、出展するというケースもある。

### (4) 陶器資源を紹介する観光パンフレットの作成

ヘール・グレンツハウゼン市では、先に述べた陶器都市とのネットワークを生かした情報発信のほか、周辺の地方自治体が共同<sup>33</sup>で設立した観光団体「Kannenbackerland Touristik Service」において、陶芸の体験施設などを紹介するパンフレットを作成している。

パンフレット写真

---

<sup>33</sup> ヘール・グレンツハウゼン市町村小連合(4市町村が加盟)とランスバッハ・バウムバッハ市町村小連合(11市町村が加盟)の共同。なお、市町村小連合とは郡より狭い区域内で構成されている市町村連合組織を指し、一般的に非都市部における行財政力が弱い市町村を補完する役割を担う。







