

日本の手仕事の現状分析と〈現場の見える化〉および

今後のデザインの関わり方の可能性についての考察 Vol.2

大阪芸術大学 デザイン学科 教授 永田麻美

1. 取り組みの目的

日本の伝統工芸や手仕事は、この半世紀で、その立ち位置を大きく変える事となった。

1970年代の高度経済成長に始まり、バブル期の到来と崩壊、その後の〈失われた20年〉と呼ばれる期間を経て、ようやく経済が立ち直るように見えた矢先のリーマンショック、そして、この数年のコロナ禍による日常生活の激変。

かつて日常生活品として日本人の生活に深く根付いていた伝統工芸品および手仕事品は、その後の経済の変遷に揉まれ、安い価格で海外生産された品々に脅かされていく。その結果、伝承されていた技術は製作者の高齢化に伴い失われつつあり、また、従事者の生活の安定に対する将来の不安から、若い継承者が減少傾向にある。そこから派生した、日本の伝統工芸の技術を未来に残していけるのかという大きな問題を抱えているという現状。そのような現状の中、今まさに日本の伝統工芸および手仕事に対してデザインが出来る役割は何なのか、という、自身の問題意識が発端となり、今回の調査研究を実施するに至った。今回は昨年に引き続き、第2回目の調査研究となる。

2. 研究対象

今回、研究対象として調査をさせていただいたのは、下記の3つの工芸品の制作現場である。

- ① 久留米絣（福岡県）：下川織物
- ② 南部鉄器（岩手県）：鈴木盛久工房
- ③ 大島紬（鹿児島県）：元商事

それぞれの取材対象についてのまとめは下記である。

（各社のHPより抜粋・参照）。

<久留米絣：下川織物>

1948年創業。伝統工芸の技術の継承、革新に挑戦し続ける事でモノ作りの楽しさ、素晴らしさを久留米絣で表現することを企業理念としている。それを通じて〈100年企業〉を目指し、円満・調和の吉祥文とされる七宝柄を会社のロゴマークとして採用。

<南部鉄器：鈴木盛久工房>

鈴木家は1625年より鈴木越前守縫殿家綱が南部家の本国甲州より御用鋳物師として召し抱えられ、仏具、梵鐘などを鋳造して代々藩の御用鋳物師を勤め、世襲により当主を引き継ぎ、現在は16代目鈴木盛久氏が受け継がれた伝統技法により茶釜や鉄瓶、その他の鉄器の製作を続けている。

<大島紬：元商事>

奄美大島の有屋集落で8代続く大島紬の織元。2018年に現・社長の元允謙氏が代表を引き継ぎ、奄美を全国に紹介するべく、新しい取り組みにチャレンジ。2015年に新築した工房では大島紬や他の開発製品を展示販売する他、製造現場の見学や染色、機織り体験なども実施。

3. 研究方法

- ① それぞれの現地に赴き、制作の現場である各工房を取材。各社の代表にインタビューを実施し、現状を把握。
- ② 産業の生まれた背景や歴史を、現地の視察ならびに現地の資料館等を訪れる事で学ぶ。
- ③ それぞれの伝統工芸を、その歴史から作成方法、現状の分析の観点まで含め、講義資料として作成。

4. 研究結果

<それぞれの挑戦>

<常に現状に満足せず、新しいアプローチを試行錯誤し実行する>：この姿勢は、昨年訪問した3社と同じく、本年度に訪問した各工房いずれも同様であった。そして、この姿勢こそが日本の伝統工芸や手仕事の今後の継承に必要であると感じた。また、いずれも様々な異業種との人脈を持つことで広い視野を持ち、歴史の力のみに留まらない柔軟な考え方を有しておられたことも、昨年の各社と同様であった。

<3社における共通点>

1) 様々な新しい取り組みを模索

各社は伝統工芸や手仕事の古い慣習や意識に捉われることなく、常に新しい試みにチャレンジされている。

●久留米絣<下川織物>

①<チャレンジ><相互理解><来客歓迎><情報発信>という4つの行動規範を設定し様々な独自の活動を実施。

②現場である工場を<スタジオ>と呼び、国内外の訪問者を受け入れる事で久留米絣の魅力を発信。

③海外とのプロジェクトや国内企業とのコラボレーションに積極的に取り組み、久留米絣の可能性を模索。

●南部鉄器<鈴木盛久工房>

①代表の鈴木盛久氏は2014年、LEXUS NEW TAKUMI PROJECTにおいて岩手のTAKUMIとして選出された。その際、全国から選出された多くの伝統工芸師と繋がりを作られた。

②2023年、十六代目・鈴木盛久を襲名し、2024年、日本橋三越本店にて16代鈴木盛久襲名記念展を開催し、その活動を広く認知される。

●大島紬<元商事>

①産地と消費者の双方向発進の模索：着なくなった着物を大島紬の機で裂織して奄美布として再生。

②ワークショップを実施し、広く大島紬を伝承。自社内の設備、材料を工夫し、泥染の匂いを軽減させる方法で取り組みやすいワークショップを実践。

2) 異業種や若者との接点の模索

依頼があれば、国内に留まらず海外に向けても代表自らが広く講演活動やワークショップ等を実施し、新たな世代や異業種との繋がりを広げている。

3) 海外との繋がり

日本だけではなく海外とのつながりを積極的に模索し、コミュニケーションを取ることで、日本の手仕事や伝統工芸の魅力を世界に情報発信している。

4) 新たな出会いの場の開拓

古い慣習や過去の歴史的概念に固執せず、各社の伝統工芸品や手仕事の世界と一般社会の出会いの場を、各工房がそれぞれ積極的に開発および展開している。

4. デザインにおける、今後のアプローチ

本年度の取材でも3社それぞれが下記の取り組みを実施しておられることがわかった。

②古い慣習に囚われる事なく歴史に根付いた伝統を継承しつつ、新しい発進方法やアプローチを模索。

③海外の繋がりや国内の異業種との交流を積極的に深める活動の実施。

これらの日本の手仕事や伝統工芸品を今後も次世代に継承していくために出来る、デザインのアプローチは以下のような方法が考えられる。

1) 学生を中心とした若者に、日本の手仕事や伝統的工芸品に触れる機会を設ける。方法としては<セミナーやワークショップ等を企画する>、<現場を体験させる>、<作り手達の話を開く>など様々な接点の場を提供する。

2) 若い人ならでの目線での、デザイン的な視点における、外に向けてのアピール方法を提案する。

※SNS等、広く国内外への発信方法の検討と模索 ※HPの多言語への展開 ※デザインをベースにした異業種との交流の機会を模索、など。

昨年度ならびに今年度の取材で、まずは若い世代が手仕事の現場を知る機会が必要だと痛感した。

これらを検討することで、日本の手仕事、伝統工芸を次世代に継承するきっかけを作り、若者の関心へと導いていきたい。