

伝統的工芸と生活デザインを結ぶデザイン教育について-2

-伝統的工芸の今日的な展開-

(美術教育講座) 千代田 憲子

Educative Methods for designing to connect Living Design & Traditional Crafts-2

-Contemporary world of Traditional Crafts -

Noriko CHIYODA

(令和元年9月2日受理)

1. はじめに

本研究は、美術教育のデザイン分野に造形要素を活用して伝統的工芸と生活デザインをつなぐ試みを通し、美術教育における鑑賞と表現の往還に寄与する、デザイン教育のコンセプト形成に必須の問題発見力と造形的解決力の深化をはかることを目的とする^{*1*2}。

本稿では、伝統的工芸品を用いた今日的な取り組みやデザイン活動を、フィールド調査を通して素材や技法による分野別の事例から検討する。また、伝統的工芸に関する従事者へのアンケート結果とヒアリングの分析を併せて問題点を整理し、考察する。

今日的な展開の方向性と可能性として、モデル事例やデザイン活動から、新たな組み合わせ・街並み形成と賑わいづくり・体験型プログラムの充実の3点を導いた。また、アンケートやヒアリング結果から、伝統的工芸への関心が次の世代に伝わるために、後継者の育成と教育について、展示

施設と社会教育・学校教育とデザイン教育プログラムの2点を導き、地域と共に特色を複合的に活かして継続することとデザイン教育のプロジェクト課題としての導入方法を提案する。

2. 研究の方法

まず、伝統的工芸品と伝統的工芸が関わる生活デザイン分野に関する文献にあたりながら、素材や技法による分野別にフィールド調査を行い、伝統的工芸の今日的な展開におけるモデル事例やデザイン活動を抽出する。

次に、伝統的工芸に関する従事者の意識をアンケートヒアリングにより分析する。

これらの結果から問題点を整理して、コンセプト形成力の育成や伝統的工芸をテーマとしたデザイン提案の学習モデルを考察する。

なお、調査にあたり関係者への承諾は直接得ており、掲載写真は調査時に筆者が撮影したものである。

2.1. 素材や技法による分野別のフィールド調査

伝統的工芸は元来、地域に根ざすものなので、日本の伝統的工芸の分野^{*3}の中から、鋳物／漆／染色／金箔／木工(そろばん)の5つを取り上げて、指定を受けている産地でフィールド調査を行う。

2.2. アンケート調査

アンケートをとおして伝統的工芸従事者の意識に関する6項目(伝統工芸の影響／継承の意識／美術系の出身か／同業に美術系の出身は多いか／その影響や効果は／扱うものの魅力はあるか)について問う。加えて、自由記述により2項目(どんなところが魅力か／現在の問題や今後の課題)について問う。

結果の集計と自由記述から分析する。

2.2.1. アンケートの実施時期

2018年7-8月に国内の調査を郵送により行い、海外との比較も行うために、フィールド調査地のチェンマイ(タイ)で2017年8月と2018年8月に実施し、バリ(インドネシア)で2019年1月に実施した。

2.2.2. 回答者について

回答者は、国内30名、チェンマイ25名、バリ13名の計68名で、国内の回収率は約3割であった。

回答者の性別は女性が男性の約2倍である。所属については重複回答があり、販売・営業と製作が多数を占める。事業形態は個人や小規模が多く、従事年数は10年以上が多いが、日本とチェンマイでは次いで2-5年が約3割である(表1)。

3. 結果について

3.1. 素材や技法による分野別の事例

3.1.1. 鋳物

2017年9月に富山県高岡市で調査を行った。「金屋町楽市inさまのこ」と「高岡クラフト市場街」の期間で、「高岡鋳物発祥の地千本格子(さまのこ)の家並み金屋町」と「土蔵造りの町並み山町筋(重要伝統的建造物群保存地区)」を散策しながら工芸に触れる取り組みである。

表1 回答者について

		日本	チェンマイ	バリ	平均
性別	男性	46.7	20.0	30.0	32.2
	女性	53.3	80.0	69.2	67.5
所属	企画	20.0	28.0	0.0	16.0
	製作	36.7	52.0	38.5	42.4
	販売・営業	50.0	48.0	61.5	53.2
	他	26.7	16.0	0.0	14.2
事業形態	個人	26.7	28.0	46.2	33.6
	小規模	40.0	44.0	23.1	35.7
	中規模	20.0	8.0	23.1	17.0
	大規模	0.0	0.0	7.7	2.6
	その他	3.3	20.0	0.0	7.8
従事年数	20年以上	43.3	16.0	84.6	48.0
	11-20年	3.3	44.0	15.4	20.9
	6-10年	13.3	12.0	0.0	8.4
	2-5年	30.3	28.0	0.0	19.4
	1年未満	10.0	0.0	0.0	3.3
数値は%,所属は重複回答あり					
グレイ背景は多数傾向					

富山大学芸術文化学部が核となり連携したファッションショーなどは、大学生らが運営に携わり単位化もされている^{*4}。この体験は新しい伝統となり、学生らの将来に強烈な印象を残しており、若い世代の目を地元と伝統的工芸に向ける仕組みが成功している。金屋町のお寺から長唄が聴こえてくるという粋な演出もあり、空襲を免れた本物の街並みがあってこそこの企画である(図1)。

また、「工芸都市高岡2017クラフト展」は31回を迎え、全国規模のコンペとして定着し盛況である^{*5}。さらに、会場の大和高岡店では、同時期に高岡市教育委員会学校教育課による「ものづくり・デザイン科」の展示も行われていた。平成18年4月より、高岡市内の小・中・特別支援学校全40校で教科の学習としてスタートしたそうだ。平成21年度からは、学校や地域の特色を生かした特別の教育課程を編成して実施する「教育課程特例校」として、文部科学省大臣の承認を受けている。授業時間数は年間35時間で、小学校5・6年生と中学1年生が学習している。会場の説明パネルには、「400年の鋳物・漆器の歴史にふれて感じる



図1 高岡の企画

(上左 ファッションショー 右 街並での展示
下左右 鋳物の工場見学)

／今も続く伝統の技を見て感じる／次世代を担う、ぼくもわたしもつくって感じる」とあった。通常の体験学習とは異なる深い取り組みである。

「銅器団地オープンファクトリー」には無料の会場巡回バスが回遊し、日頃は立ち入ることのできないエリアが社会的な関心や興味に対する受け皿となっている。また運営には高校生も参画しており、街をあげてという心意気が伝わってくる。

「株式会社能作」*⁶は、高岡市郊外のオフィスパークに記念館やショップ、カフェを併設したオープンファクトリーを新設しており、鋳型が埋め尽くされた入り口正面の壁面は圧巻である。産業観光として世界に向けて発信する体勢で、見学者が増加している。

このような連携と継続による地域全体の意識改革の成果は、2018ジャパンプランド育成支援事業*⁷におけるオール高岡としての展開にも現れている。なお、「株式会社高田製作所」*⁸は、仏具メーカーであるが、近年の展開である車止めのデザインでGマークの選定を受けている。

3.1.2. 漆

2018年6月に石川県輪島市で調査を行った。漆塗りは修復ができるという特徴も強調した、「輪

島工房長屋」などの新しい施設は観光バスで来訪する短時間の滞在に対応している。

「石川県輪島漆芸美術館」では、全国の漆専攻の卒業制作展が開催されており、概況が一覧できた。それらの作品のほとんどが、漆の手法による現代アートであった。

街路にも、ケースに入った漆の工芸品がストリートファニチャーのモニュメントとして一定の間隔で展示されており、景観に特徴を与えるフィールドミュージアムの一種ともいえよう。

有名な朝市も平日のためか出店は少なかったが、買い求めた際には、ほとんどの店で箸の木地を菜箸や防虫剤にと提供しており、産地ならではの特徴がよく出ていた。

3.1.3. 染色

2018年6月に京都府京都市で調査を行った。染め物による小物の展開は、手軽で利便性も高いため、手拭いや手拭いを用いた小物が数多く見られる。

特に染物屋の多い京都らしい多様な取り組み*⁹⁻¹¹があり、捺染や絞り、注染とそれぞれの特徴を活かしたものである。展開の方法は異なり、ファクトリーブランドとしてネット販売から出発して実店舗をはじめた例や、過去の図案集や見本帳を活用した取り組み、また多数のイラストレーターと提携してシーズンごとの新作を継続するメーカーやインバウンドを対象に外からの日本のイメージにシフトしたものなど、まさに百花繚乱の状況である。

また、暖簾に関する展開について、2018年11月に再調査を行った。京都市には、京都にふさわしい屋外広告物の普及のために、暖簾を使用した場合の補助金交付制度*¹²があり、街中に暖簾が増加している(図2)。

暖簾には本来、決まり事が多くあるが、家紋を用いていたことから、マークやロゴを入れるのは自然な流れであり*^{13*14}、印象を和らげる布の特徴に加えて、揺らぐ要素はサインとしても特筆すべき効果がある。



図2 京都三条通り界隈の暖簾の事例
(上段 伝統的なもの 中段 アレンジしたもの
下段 今日的なもの)

3.1.4. 金箔

2018年6月に石川県金沢市で調査を行った。工芸都市金沢では、金沢美術工芸大学卒業後の制作環境としても、卯辰山研修所の存在が重要な役割を担っている。工芸に対する意識の高さは他の都市と比べると抜きん出ていると言える。

金箔の体験プログラムを筆者も行ったが、プログラムの充実とスムーズな体験手順は、試行錯誤して到達したものと推測された。インストラクターを取り囲むように配置されたテーブルで、金箔を多種類のステンシルから選び到着順に作業が進むため、待ち時間も少ない。観光名所や花鳥風月をモチーフとしたアイコン的なイラストのステンシルが人気であった。(図3)は筆者が初めて体験した約30分コースの例である。

観光スポットでは金箔を1枚貼り付けたソフトクリームが評判で、まさに金箔は人を惹きつけて止まない魅力があるようだが、目出度さや非日常の演出に欠かせないものなので、会席料理など



図3 金箔の体験例

に金箔を散らし、日本酒にも添えられ、金箔パックをはじめとする化粧品など、衣食住にわたって展開の巾が広い。

3.1.5. 木工(播州そろばん)

2018年11月に兵庫県小野市の「小野市伝統産業会館」と「そろばんビレッジ」で調査を行った。経済産業大臣指定伝統的工芸品「播州そろばん」の産地である。

「そろばんビレッジ」を運営する「株式会社ダイイチ」では、アジア諸国に国内では使用しなくなったそろばんを寄付し、そろばんのワークショップを精力的に行なった結果、そろばん教室が展開されており、現在では国内の学習塾も受験世代前の年齢をターゲットに取り入れ始めているという。

一方、どのようにしても売れない時代に100玉そろばんなどの知育玩具的な展開をした延長として、お守りなどの小物にも取り組んでいる。また、いわゆるマイそろばんを作るワークショップも継続しており、カラフルでポップなそろばんを手にする幼い子供の姿は、そろばんの未来を力強く印象付けている(図4)。そろばんを天井に配した内装やサインと広報などのプロデュースは、地元出身のデザイナーによるものである*15。

3.2. アンケート結果

3.2.1. 6項目の比較

伝統的工芸従事者の意識に関する6項目(伝統工芸の影響/継承の意識/美術系出身か/同業に美術系出身は多いか/その影響や効果は/扱うものの魅力はあるか)の結果に関して比較を行った(表2)(図5)。



図4 そろばんのワークショップ
(上左 2018を記す公共サイン 右 そろばんビレッジ外観 下左右 ワークショップを行うそろばんビレッジ店内)

表2 6項目の比較

		日本	チェンマイ	バリ	平均
伝統工芸の影響は？	YES	86.7	88.0	84.6	86.4
	NO	0.0	12.0	15.4	9.1
伝統工芸の継承の意識は？	YES	83.3	80.0	100.0	87.8
	NO	6.7	20.0	0.0	8.9
あなたは美術系出身？	YES	30.0	80.0	15.4	41.8
	NO	63.3	20.0	84.6	56.0
同業に美術系出身者は多い？	YES	36.7	68.0	61.5	55.4
	NO	50.0	32.0	38.5	40.2
美術系出身者の影響や効果は大きい？	YES	56.7	88.0	69.2	71.3
	NO	33.3	12.0	23.1	22.8
伝統工芸的な雑貨の魅力はある？	YES	80.0	96.0	100.0	92.0
	NO	13.3	4.0	0.0	5.8

数値は%, 無回答あり
グレイ背景は特徴的なもの

伝統的工芸の影響や継承の意識や扱うものの魅力に関しては共にきわめて高い。一方、美術系出身や同業の美術系出身者とその影響や効果に関しては、チェンマイが高く、日本の低さがあらわれている。バリは、美術系出身は日本より少なかったものの、同業の美術系出身者とその影響や効果に対する意識は高い結果となっている。

3.2.2. 自由記述

2項目(どんなところが魅力か/現在の問題や

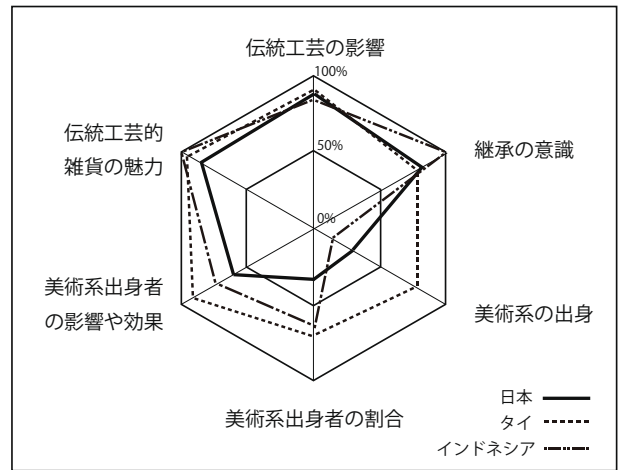


図5 6項目の比較

今後の課題) についての自由記述は、1名につき複数の記述もあった。どんなところが魅力かについては、芸術性や独自性とぬくもりを感じるなどが多く、現在の問題や今後の課題については、後継者問題と時代とのずれが多数であった。

(1) 国内

[伝統工芸的な雑貨のどんなところが魅力ですか?]

30名のうち20名の66.7%に記述があり、オリジナリティと多様性や、歴史や背景と伝統を感じることが7件上がっている。また、技術の継承と職人技の集大成や手仕事の良さと丁寧さや繊細さなど技術面の記述も9件と多く、そのほかに以下の11件があった。

- ・和の文化にマッチング
- ・時代経ても変わらない美しさ
- ・付加価値より本質価値
- ・工業製品と比べてハクがつく
- ・和雑貨の魅力を感じる
- ・和雑貨は身近に使える
- ・幅広い世代に見てもらえる
- ・口触り手触りの良さ温もり
- ・気持ちも豊かになる
- ・「読み書きそろばん」400年以上前からの言葉と関係ある伝統的工芸品
- ・同じ物でも違ったあじが出せる

[現在の問題や今後の課題はなんですか?]

30名のうち22名の73.3%に記述があり、後継者

不足や育成に関する記述が14件と圧倒的に多い。デザインや企画に関するものも以下14件あった。

- ・洗練されたデザイン性のあるものが少ない
- ・現代の暮らしで使える物の開発
- ・新しい形態やデザインが必要
- ・付加価値の創造
- ・現在のセンスに寄せていないところ
- ・昔からのパターンが若い方には古く感じる
- ・ださい感じ
- ・オシャレでない
- ・時代性を考えて付加価値や利便性やデザインによる美しさが重要
- ・魅力の発信
- ・海外進出
- ・海外展開の難しさ
- ・紙屋が雑貨を作ることは難しい（センス／時間／価格
- ・地方の拠点はマーケティングが課題

そのほか以下の13件からは、受け手側の課題も含めて現状の厳しさが伝わってくる。

- ・伝統工芸品を必要としない傾向で衰退を懸念
- ・SNS映えなどが欲しい感情の一步で、伝統工芸だから欲しいは2-3step目
- ・PC技術の発展で安価で似たものが大量生産できる
- ・売り上げ上昇と粗利率の改善
- ・価格面
- ・歴史や工程の認知度の上昇
- ・原材料の高騰
- ・紙素材の需要の減少（価格、機械和紙）
- ・手の細かさ、良い意味での手作り感が求められない
- ・機械のような安定した仕上がりを求めてかたちだけ手作りという違和感
- ・給与や仕事内容や会社に合わないなど、若者が定着せず後継できない
- ・手仕事と機械化を理解した人材の確保（人工知能導入までを繋ぐネオ職人）
- ・出口のある仕事でないと続かない

(2) チェンマイ(タイ)

[伝統工芸的な雑貨のどんなところが魅力ですか?]

25名のうち18名の72.0%に記述があり、ヒアリングで得た内容(注1)を裏付けるような記述が多く見られた。

創造性に関するものが13件あったが、少数民族の立場を反映するものが特徴的であった。

- ・芸術的な独特の美しさ
- ・繊細で美しく創造によって生まれてきたもの
- ・独特
- ・独特でわかりやすい
- ・地域の文化
- ・作品が傑出していること
- ・奮い立たせてくれる作品で、地方の独自性を表す芸術
- ・地方的特殊性がある
- ・自国のアイデンティティ
- ・人々を幸せにする素晴らしいもの
- ・自由
- ・素敵な芸術を世界に見せたい
- ・優しくて素敵

また、技術に関する記述が5件あった。

- ・手縫いによる刺繍と返し縫い。
- ・刺繍の技術と伝統的なさまざまな模様
- ・手仕事の温かみ
- ・独特の手仕事
- ・一つずつ手で作られる

[現在の問題や今後の課題はなんですか?]

25名のうち16名の64.0%に記述があり、作り手側に関する課題に関して以下の9件があり、メーカーの要望などに対する齟齬もうかがえる。

- ・ミシンで簡単に作り、古いものを大切にしない
- ・講習会の開催や知識の共有が必要
- ・異なる文化を取り入れすぎて本来のオリジナル性から遠ざかる
- ・ニーズがあっても腕のある職人さんと作り手不足で今後は更に問題
- ・新しい模様との調和や古来の刺繍との調和
- ・伝統を受け継ぐ人の減少
- ・メーカーが何を作ろうとしているのかを理解す

るのが難しい

- ・異なる文化を取り入れて変わること芸術出身ではないので上手くできる事もあるが難しい
- ・熟練が必要
また、受け手側に関するものとして12件あった。
- ・工芸品を大切にせず軽視しがち
- ・この方面の仕事があまり認められない。
- ・お客さんは必要とせず売れ行きがよくない
- ・工芸に興味を持つ人が少なくなっている
- ・多くの人はITの仕事に興味がある
- ・芸術に対する重要性や守っていく認識が薄れ、狭い分野のみに限定されている。
- ・芸術を生業とすることがあまり認められなくなってきた
- ・収入が少ない。
- ・人と同じ考えで行動し、自身の考えで行動しないこと
- ・人々は芸術的な仕事の意味を理解しない
- ・世界的な市場がない
- ・若い人々がもっと関心を持つこと

(3) パリ(インドネシア)

13名全員の100.0%に記述があり、伝統や芸術への誇りや仕事への確信が伝わるが、従事年数の長さも影響していると思われる。

[伝統工芸的な雑貨のどんなところが魅力ですか?]

- ・形がユニーク
- ・デザイン
- ・特性と独自性がある
- ・バティック芸術は、観光客に強いインパクトがある
- ・より魅力的に見える
- ・形と素材がユニーク
- ・伝統工芸品は、とてもユニークで芸術的。生産がマニュアル式で、形が全く同じにならないところ。
- ・先祖代々続く伝統文化を継承している
- ・工芸品の種類では、ソンケット(浮き織)がユニークで魅力的だから。ソンケットは、パリの宗教行事のためのものであり、現在では文化になっ

ている

- ・ソンケットは、ユニークで魅力的だから。しかも、各行事に使用されている
- ・伝統工芸品の魅力は、手工芸による生産方法である
- ・国が、芸術に溢れていることをアピールしている
- ・値段が手ごろ

[現在の問題や今後の課題はなんですか?]

13名全員100.0%の記述があるが、マーケティングや今後への不安も大きい。

- ・デザインがよく変わる
- ・値段の変動
- ・販売は難しいが、グローバル化や模倣品の生産で、将来的にはもっと厳しくなるだろう
- ・問題はない
- ・マーケティング低迷しているので改善する
- ・宣伝が足りない、宣伝をもっと向上させる
- ・商品の値段が、直接的でない
- ・早く商品を完成させたいが、伝統工芸の職人を探すのが難しい。実用性に欠けるので、消費者が離れていく
- ・伝統文化を保全する必要がある
- ・商品のテナント(店舗)側と衝突し、職人が抑圧され続けているので、マーケティングと資本化が難しい
- ・資本化とマーケティングが困難
- ・手工芸を模倣し、機械で生産するようになること
- ・競争が、益々厳しくなっている

4. まとめと考察

4.1. 展開の方向性と可能性

地場産業として比較的大規模な集積地の取り組みや、小規模なものまで多様な展開のモデル事例とデザイン活動を整理して、方向性と可能性を3つにまとめた。

4.1.1. 新たな組み合わせ

パリで開催される見本市のメゾンオブジェでカラフルな鉄瓶が人気を得たように、一歩踏み出

してタブーを破るような組み合わせもある。素材や技術に限らず、技術の転用や新たな用途の開拓が肝要であり、洗練させることが海外展開やインバウンドを対象とした観光の観点からも重要である。

例えば、和装と切り離せない工芸であった日本刺繍は、バッグやファッションの部分的な装飾などで目にすることはあっても、現代の生活では馴染みのないものになってしまったが、その技術や意匠の魅力を残し継承する術としてアクセサリへの転用は、手に取りやすく突破口といえる。同様に、九谷焼をビンの蓋に採用することで、魅力は感じて皿や器を購入しない層にアピール出来る。

4.1.2. 街並み形成と賑わいづくり

ストリートファニチャー類に鋳物や陶磁器などの伝統的工芸が使用されることはよくあるが、景観を整えて特徴とするには、安易な具象化によるイメージの乱れを招かないことやメンテナンスに関する留意点も多い。

染色による暖簾が景観や街並み形成に与える影響の検証として、2018年11月に岡山県真庭市勝山で調査を行った。勝山は旧出雲街道の宿場町で、出身の染織作家「ひのき草木染織工房」加納容子氏が酒屋である自身の店舗に暖簾を出したことから始まっており、織物作家と暖簾デザイナーとしての活動を継続している(図6)。

このような「のれんによるまちづくり」はサインとして評価され、平成20年第42回SDA賞特別賞を受賞し、勝山町並み保存地区は平成21年度都市景観大賞「美しいまちなみ大賞」を受賞している。

以後も暖簾は少しずつ増えて行き、現在では行政の補助金交付が、新規に加えて10年経過したもの取り替えにも可能となり、その際の方法は色彩のみ変更、一部デザイン変更、全面変更の3通りが準備されている。毎日暖簾の出し入れをする当事者の心を受けとめて、愛着のある図柄や色彩を重視し、染め以外にも要望があれば織物やそのほかの手法も取り入れるという。

街並み散策マップも配布されており、一覧しな



図6 勝山の暖簾と街並みの事例

(上左 ひのき工房 右 織の暖簾 中左 揺らぐ暖簾 右 造り酒屋 下左 郵便局 右 勝山文化往来館ひしお)

がら街歩きができる。また、暖簾を掛ける活動の効果や影響は広がっており、地域の人々がもてなす気持ちで観光客に声をかけるきっかけや自信にもなっているようだ。風に揺れる暖簾は手招きをしているようでもあり、街並みに優しい風情を加えている。

そして、この地域でのバイオマス事業への取り組みも、このような活動をとおして得た地震と連携が原動力になっているようだ^{*16}。

特別の広報活動は行っていないが、お雛様の人出は年々増加する傾向であり、リピーターがまた人を呼ぶという結果らしい。これは満足度の高さを示すもので、山間の小規模なまとまりと稀有な人材の融合の成果であるが、蓄積の力の大きさを示している。いずれ地元に戻りたいという若い世代が増えているというのは、まちづくりの真髄を

を示すものである。

長野県小布施町は、栗材の小口を敷き詰めた「栗の小径」の街並みとオープンガーデンなど、景観に対する意識が醸成された事例として有名だが、勝山の活動においても、初期に小布施町を見学している(図7)。



図7 栗の小径(長野県小布施町)

京都と勝山の特徴を比較すると、伝統を重んじながらスタイリッシュなデザインが効果的な京都に対して、勝山の場合は、身の丈の穏やかな生活と言えるのではないだろうか。

また、暖簾の制作費は他のものよりも比較的安価な点も普及しやすい要因である。さらに、日本橋のホテルや老舗でも、新たな魅力を出そうと、音や光や動きを含めたサインとして、最新技術も用いた暖簾への取り組みを実施している^{*17}。

4.1.3. 体験型プログラムの充実

松本市のクラフトフェアなど、回数を重ねる中で規模が拡大したものもあるが、盛況なところは、快適な気候のもとで自然や食も同時に楽しむ企画が特徴である。「勝山町並み体験クラフト市」も2013年から勝山町並み保存地区や「勝山文化往来館ひしお」などを会場に開催されており、「01彫る 削る 磨く」「02作る 描く 組み立てる」「03編む 織る 紡ぐ 染める 縫う」「04食す 味わう 感じる 探す」の4コースにそれぞれ「お手軽」「ふつう」「しっかり」の星マークが示されており、予約制で遠方や海外へも対応している。主催には市や県も名を連ね、公益財団法人の助成や協力も得ている^{*18}。

また、短い滞在時間でも体験型の観光を望む声に応じて、各地に豊富なメニューが用意されてお

り、内容も検討を重ねている。「石川県立伝統産業工芸館」では、伝統工芸士による実演と体験の日程が週末に設定されている。

このように、垣根を外すことで広がる交流が、愛好者の裾野を広げ育てている。

4.2. 後継者の育成と教育

後継者問題に関しては、日本が経済成長の中で辿った課題が、タイとインドネシアには鏡の様に映し出されているが、信仰や宗教の存在が、当時の日本とは異なる点であろう。特にバリではお祭りが仕事より優先されると言われるが、信仰が生活の中心にあることで、まだ残り続ける可能性が高いと思われる。

家業としての継承を超えた伝統や文化の継承を考える時に、学校教育やデザイン教育で伝統的工芸に取り組むことの有用性は、アンケート項目の比較結果からも明らかである。

日本における美術系出身者の伝統的工芸への関心は高いとは言えず、独自性に高い誇りと情熱を持ち、こだわりを持って上質なものを届ける人々が仕事を継続できる環境の整備が重要である。そして、高い収入を求めてIT業界などへ流れる現状が、人手不足と継承への危惧に拍車をかけているので、公的な支援策が急務である。

4.2.1. 展示施設と社会教育

醤油蔵を再生した施設である「勝山文化往来館ひしお」では、美術展や建物空間を利用したコンサートなどが継続して開催されており、その活動は能登の「花嫁のれん」の活動にも影響を与えている。交流は、双方にとって更なる活動の原動力となる。

また、アーカイブを活用したビデオ鑑賞も社会教育として有効であるので、規模の大小は問わず、ビジターセンター的な機能を持つ良質な空間の充実が望まれる。

4.2.2. 学校教育とデザイン教育プログラム

高岡市の思い切った取り組みは、工芸都市を標榜する行政と、専門に工芸を学ぶ地元の富山大学芸術文化学部との取り組みであり、多くの示唆を与えるものである。しかし、専門に学ぶ人々に託

すばかりでなく、広く理解や共感を持つ人々を育てるためには、一般の学校教育における取り組みが必要であり、デザイン教育が重要な部分を担うと考える。

4.3. 今日の展開の提案

以上により、今日的な展開の方向性として、複合の関連性を図8にまとめた。

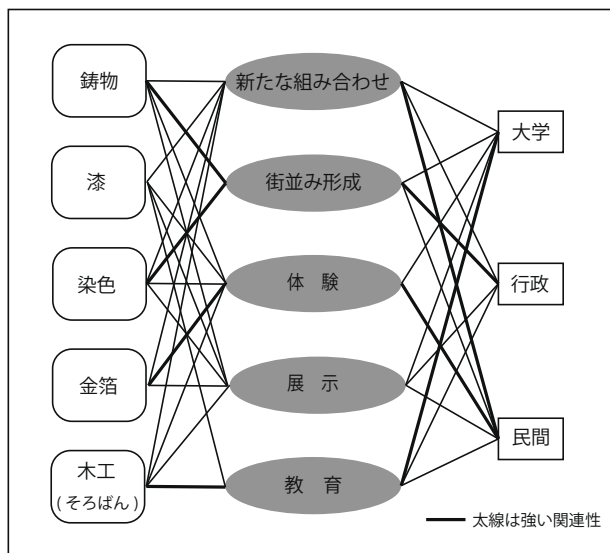


図8 複合の関連性

4.3.1. 地域と共に特色を複合的に継続する

後継者育成のためにも、伝統的工芸への関心を高めて裾野を広げることが重要なので、楽しさや楽しい記憶と結びついた企画の影響や効果は大きく期待できる。地域と共にそれらの取り組みや特色を複合的に継続することにより、やがてさらに大きな成果となり得る。

4.3.2. デザイン教育のプロジェクト課題としての導入方法

伝統的工芸を身近に感じて理解するには、まず、使用感を伴う実物の鑑賞が欠かせない。観察による分析をとおした問題点の発見やアイデアの展開を行い、次にサイズや素材や形状といった造形要素に着目しながら、用途の変更や新たな組み合わせなどを検討して可能性を探る。このプロセスがコンセプト形成力を育む。

そして、その取り組みの基礎として、抽出したサンプルによるデータシートを活用する。伝統的

工芸と生活デザインを結ぶデザイン教育の実践により、美術教育における鑑賞と表現の往還をデザイン教育分野で具現化する。

次稿では、抽出した伝統的工芸の品目ごとのデータシートを作成し、視覚的な比較検討に有効な資料とする。例えば、配色・形態・素材・文様・用途・パッケージ・社会性やシンボル性などの要素と、組み合わせやバランスなどの項目を用いる。その集積により、デザインによる洗練の仕組みを検討すると共に、取り組みに関する問題点や課題を把握する。また、データシートを活用した取り組みによるコンセプト形成力の育成や伝統的工芸とデザイン提案の学習モデルを実践により考察する。

謝辞

調査にあたりまして、バリにおけるコーディネーターと助言をいただきました有限会社ウオールデコ代表 岩下陽子氏に心から御礼申し上げます。ヒアリングに協力していただきました株式会社ダイイチ会長(そろばんヴィレッジ) 宮永英孝氏、ひのき染織工房 加納容子氏、縫製工房IDA AYU WIDIASNI氏、ソンケット織IDA AYU SRIYASTUTI氏と、アンケートに協力いただいた方々に感謝の意を表します。また、通訳と運転などを担当いただきましたAGUS BUDIMAN氏にも厚く御礼申し上げます。

本研究はJSPS科研費JP17K04800の助成を受けたものです。

注および参考文献

- 1) 千代田憲子、伝統的工芸と生活デザインを結ぶデザイン教育について-1 -タイの山岳民族の染織を例に-、愛媛大学教育学部紀要、65巻、211-218、2018 (JSPS科研費JP17K04800)
- 2) 富山祥瑞、教育学部で「デザイン教育」をデザインする、日本デザイン学会誌デザイン学会誌デザイン学研究特集号、第20巻4号通巻80号、6-14、2013

- 3)財団法人伝統的工芸品産業振興協会編集、平成18年度版全国伝統的工芸品総覧-受け継がれる日本のものづくり-、株式会社同友館、1-2、2007
- 4)武山良三、地域連携型授業の課題と効果-『金屋町楽市inさまのこ』を事例に-、芸術工学会誌、No. 77、28-29、2018
- 5)監修者勝井三雄・田中一光・向井周太郎、最新・現代デザイン事典、株式会社平凡社、9(伊東順二)、2017
- 6)株式会社能作:<http://www.nousaku.co.jp/>
(参照日 2019年8月31日)
- 7)中小企業庁:JAPANブランド育成支援事業、
http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiki/japan_brand/(参照日 2019年8月31日)
- 8)株式会社高田製作所:<http://imono.com/>(参照日 2019年8月31日)
- 9)京美染色株式会社:亥之吉 ino-kichi、<http://www.kyobiijt.co.jp/>(参照日2019年8月31日)
- 10)若林株式会社:SOU・SOU、<http://www.sousou.co.jp>(参照日 2019年8月31日)
- 11)株式会社ナカニ:にじゆら、<http://www.nijiyura.com/>(参照日 2019年8月31日)
- 12)京都市:京都市広告景観づくり補助金交付制度、<http://www.city.kyoto.lg.jp/>(参照日 2019年8月31日)
- 13)高井潔、暖簾[暮らしにそよぐ結界の美]、ぎょうせい、4-5(吉田光邦)、1991
- 14)前掲 注13の146-153(谷峯藏)
- 15)注目クリエイターの仕事術第12回、日経デザイン、370号、日経BP社、8-9、2018.4
- 16)NPO勝山・町並み委員会 辻均一郎 加納容子 行藤公典、のれん越しに笑顔がのぞく 勝山-暮らしから始まるまちづくり、福武教育文化叢書③、吉備人出版、42、2010
- 17)NEWS&TREND 若手クリエイター×日本橋がコラボした"のれん"、日経デザイン、378号、日経BP社、16-17、2018.12
- 18)勝山町並み体験クラフト市2019 パンフレット、2019

