

日本における伝統工芸産業の文化的振興に関する研究

千葉大学大学院融合理工学府
創成工学専攻 デザインコース

呉 竹雅

(千葉大学審査学位論文)

日本における伝統工芸産業の文化的振興に関する研究

千葉大学大学院融合理工学府
創成工学専攻 デザインコース

呉 竹雅

目次

要旨	1
序章	3
1. 研究背景	5
2. 研究目的	5
3. 伝統工芸産業の概況	6
3.1. 伝統工芸産業の現状および課題	6
3.2. 伝統工芸産業の振興に関する国・地方公共団体の施策	6
4. 研究の視座	9
5. 先行研究の概観	10
5.1. 公的施策の観点からの研究	10
5.2. 地場産業の観点からの研究	10
5.3. デザイン学の観点からの研究	11
5.4. 地域活性化の観点からの研究	11
6. 研究方法と論文構成	12
7. 用語の定義	12
7.1. 「伝統工芸品」「伝統的工芸品」という表記について	12
7.2. 「生活文化」について	13
注および参考文献	14
図・表の出典	15
第二章 明治時代から現在に至る日本における伝統工芸産業の歴史的変遷	17
1. はじめに	19
2. 「工芸」に関する先行研究	19
3. 伝統工芸産業の歴史的変遷	19
3.1. 家内制手工業の近代的改革(1860年代～1900年代の第一期)	20
3.2. 美術工芸との分離(1910年代～1930年代の第二期)	21
3.3. 産業デザインとの分離(1940年代～1950年代の第三期)	23
3.4. 地域資源としての再登場(1960年代～1970年代の第四期)	24
3.5. 日本文化としてのグローバル進出(1980年代以降の第五期)	26
3.6. まとめ	27
4. 本章の結論	29
注および参考文献	31
図・表の出典	32
第三章 新聞記事の分析による工芸に対する社会的認識の形成と変容	33
1. はじめに	35
2. 明治期の日本における社会通念としての「美術」の受容過程	35
2.1. 研究背景と目的	35
2.2. 先行研究	36
2.3. 研究方法	37
2.4. 計量テキスト分析の結果	38
2.5. 本節の考察	50
3. 20世紀における工芸観の形成と変容について	52
3.1. 研究背景と目的	52
3.2. 先行研究	52

3.3. 新聞記事における見出しの重要性	53
3.4. 研究方法	53
3.5. 計量テキスト分析の結果	56
3.6. 本節の考察	63
4. 本章の結論	64
注および参考文献	66
図・表の出典	67
第四章 実地調査に基づく伝統工芸産業の文化的特質（1）	69
1. 研究背景と目的	71
2. 調査方法	71
2.1. 調査対象と調査時期	71
2.2. 研究方法	71
3. 調査対象について	72
3.1. 江戸小紋とは	72
3.2. 調査対象工場の歴史	73
4. 調査結果	73
4.1. 製造	73
4.2. 経営体制・流通構造	84
4.3. 使用	86
5. 考察	89
注および参考文献	92
図・表の出典	93
第五章 実地調査に基づく伝統工芸産業の文化的特質（2）	95
1. はじめに	97
2. 調査方法	97
2.1. 調査対象と調査時期	97
2.2. 研究方法	97
3. 調査対象について	98
3.1. 江戸木目込人形の歴史	98
3.2. 調査対象工房の歴史	99
4. 調査結果	99
4.1. 製造	99
4.2. 経営体制・流通	108
4.3. 使用	111
5. 考察	113
6. 第四章と第五章の総合的考察	116
6.1. 共通点	116
6.2. 伝統工芸産業の文化的特質	118
7. 結論	119
注および参考文献	120
図・表の出典	121
終章 伝統工芸産業の再定義と文化的振興	123
1. はじめに	125
2. 各章のまとめ	125

2.1. 第2章	125
2.2. 第3章	125
2.3. 第4章と第5章	126
3. 伝統工芸の再認識・再定義	126
3.1. 「伝統工芸」から「伝統的ものづくり」へ	127
3.2. 伝統的ものづくりの基本的な価値と定義	127
4. 伝統的ものづくり産業の文化的振興策	128
5. 具体的なデザイン提案	129
5.1. N氏の工場	129
5.2. T氏の工房	131
6. 今後の課題について	132
7. おわりに	133
注および参考文献	134
図・表の出典	134
付録	135

要旨

本研究は、今日の大量生産・大量消費型社会において急速に衰退しつつある伝統工芸産業に着目し、定性的・定量的研究手法を用いて、日本における伝統工芸が具備する基本的な価値を再発見・再認識したうえで、「つくる」行為から「つかう」行為までが一体化した循環型の生活文化の構築を目指し、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導出することを目的としたものである。

序章では、伝統工芸産業の現状と抱える課題を示しつつ、これまでの国・地方公共団体の施策とともに、伝統工芸産業に関する先行研究を概観した。そして、本研究の課題と視座を明記し、各章の内容及び研究方法を紹介した。

第二章では、本研究の端緒として、文献調査に基づき、これまでの伝統工芸産業の発展に関する歴史的展開を概観し、それを取り巻く政治的・社会的環境の変遷を整理することで、伝統工芸産業の発展における各段階の性格を明確化した。

第三章では、新聞記事を対象とした定量的分析を行い、テキストマイニング法を用いて、明治維新以降の日本における工芸に対する社会的認識の形成と変容を明確化した。この章は2つの部分から構成されており、前半では、明治期の新聞記事を広範囲に収録した『新聞集成明治編年史』を史料として、近代の工芸概念の原点である「美術」が一般通念として近代の日本社会に定着していく過程を解明した。後半では、日本国内において最大の発行部数を誇る『読売新聞』から1900年から2000年までの「工芸」という文字を含む新聞の見出しを取り上げ、20世紀における今日的な工芸観の形成と変容を考察した。

第四章と第五章では、東京都墨田区の伝統工芸「江戸小紋」と「江戸木目込人形」を事例として取り上げ、文献調査ならびに現地における聞き取り調査に基づき、伝統工芸の生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、伝統工芸産業が備える文化的特質について明らかにした。

終章では、上記の第二章から第五章の4章を踏まえて得られた知見から、伝統工芸が具備する基本的な価値を再発見・再認識し、伝統工芸を再定義した。また、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導き出し、それに基づく具体的なデザイン提案を行った。

序章
Introduction

1. 研究背景

日本において、長年に渡り受け継がれてきた技術や技法を活かしてつくられる工芸は、近代化などの時代の変遷に応じて種々の展開を遂げ、今日では、美術工芸、生活工芸、民芸、伝統工芸など多様な種類が存在する。なかでも、古くから日常生活で使用され、主として手作業により生産される伝統工芸は、長い時間をかけて培われ継承されてきた代表的な地域資源の一つとして、地域の原材料を用いる「地域性」、人びとの生活を支える「民衆性」、地域の歴史風習を反映する「文化性」、地域産業基盤を維持する「経済性」など、他の工芸と異なる特徴を有する。伝統工芸には、陶磁器、染物・織物、漆器、竹工品・木工品、金工品、和紙、人形・こけしなどさまざまな種類があり、日本には約1,400にも上る伝統工芸が現存しているといわれる[注1]。こうした伝統工芸を生産する業界は伝統工芸産業と称され、地域の雇用を支えるがゆえに重要な「地場産業」である場合が少なくない。

水尾比呂志は工芸の使命を「一民族の、一国の文化を明白に映し出す鏡」と比喻し、「個人的あるいは特殊な芸術にではなく、その民族その地域の一般的な人びとの生活に結びついた文化において、工芸の本質的な性格が醸成される」と論じた[注2]。水尾が示したように、地域の人びとの生活を土台とし、その上にしっかり立脚しながら自然と共生する伝統工芸産業は、地域文化を鮮明に体現し、地域社会において極めて重要な存在である。しかしながら、高度情報化社会の到来や大量生産の工業製品の流入に加え、地域における高齢化と人口減少などの社会問題により、地域産業は漸次空洞化し始めており、伝統工芸が人びとの生活において登場する機会が激減し、伝統工芸産業自体が存続の危機に立たされている。こうした伝統工芸産業の衰退による地域社会の崩壊や地域文化の途絶が懸念される。

一方、グローバリゼーションの進展に伴い、文化の多様性に関する認識が広がっている。ユネスコは、2001（平成13）年に「文化的多様性に関する世界宣言」を採択し、生物的多様性が自然にとって必要であるのと同様に、文化的多様性は、「交流、革新、創造の源として、人類に必要なもの」であり人類共通の遺産として位置付け、「発展に資する基本要素のひとつとして再認識されるべきである」と主張している[注3]。また、同宣言は、「文化的多様性がすべての人に開かれている選択肢の幅を広げるものであり、経済成長という観点からだけで理解すべきではなく、より充実した知的・感情的・道徳的・精神的生活を実現するための手段として、発展のための基本要素のひとつとして理解すべきである」と提唱している。したがって、文化的多様性全体を構成する重要な要素として、さまざまな集団や地域社会の固有文化やアイデンティティーを保護し醸成することが極めて大切である。

以上の背景から、健全な地域社会の構築と、地域文化の伝承と創新、ひいては文化的多様性の保全と育成に寄与する伝統工芸産業の自立的な再生は、地域資源を活用した地域活性化における喫緊の課題であり、日本のみならず全世界の将来のためにも深慮すべき問題であると考えられる。

2. 研究目的

上述の背景を踏まえ、本研究は、今日の大量生産・大量消費型社会において急速に衰退しつつある伝統工芸産業に着目し、定性的・定量的研究手法を用いて、日本における伝統工芸が具備する基本的な価値を再発見・再認識したうえで、「つくる」行為から「つかう」行為までが一体化した循環型の生活文化の構築を目指し、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導出することを目的としたものである。

3. 伝統工芸産業の概況

3.1. 伝統工芸産業の現状および課題

経済のグローバル化や安価な工業製品の普及、情報革新がもたらす生活様式の変化などにより、伝統工芸産業の産業としての低迷が深刻化していることは、これまで多くの先行研究により明らかにされている。経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室が2022(令和3)年7月に公布したデータによると、伝統的工芸品(国によって指定される伝統工芸、詳細は後述)の生産額は2016(平成28)年度に1,000億円を下回ってから漸減傾向にあり、従業員数も2020(令和2)年度に約5.4万人と緩やかな減少傾向にある[注4]。また、一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が伝統的工芸品を生産する個々産地組合に対して実施したアンケート調査の結果によると、新型コロナウイルスの影響で、約8割の伝統的工芸品がコロナ前と比較して売上額が減少し、約9割の産地組合が今後の見通しについては「現状より悪化」「現状から横ばい」と将来を悲観視している[注5]。産業の衰退に伴い経営難や後継者不足が生じるなど、今日の伝統工芸産業はさまざまな問題を抱えている。経済産業省製造産業局伝統的工芸品産業室が2008(平成20)年に発表した「伝統的工芸品産業をめぐる今後の振興施策について」によれば、伝統的工芸品産業が直面している課題は大きく分けて、需要の低迷、量産化の困難、後継者不足、生産基盤(原材料・生産用具など)の深刻な減衰と産地の知名度低下などが挙げられていた[注6]、これらの問題を受け、この十数年間、日本国内ならびに海外の大消費地の需要開拓、伝統工芸品の原材料の確保、若手後継者の創出・育成などさまざまな対策が取られたが、伝統工芸産業の衰退に歯止めをかけることができたとはいえない。

3.2. 伝統工芸産業の振興に関する国・地方公共団体の施策

3.2.1. 『伝統的工芸品産業の振興に関する法律』[注7]

「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(以下、伝産法)は、1974(昭和49)年に通商産業省(現在の経済産業省)が主導して制定・実施された公的支援策である。

伝産法は、1974(昭和49)年の第71回国会において、自由民主党、日本社会党、日本共産党・革新共同、公明党および民社党の共同で提案され、同年の4月26日に採決、5月25日に公布・施行された。この法案が提出された背景には、京都市や奄美大島などの伝統工芸産業が後継者不足、あるいは材料難などの危殆に瀕していたことが挙げられる。当時、伝統工芸産業は、ごく一部が文化財保護施策の対象となっていたものの、それら以外は特別の施策が皆無に等しい状態であった。一方、戦後復興を遂げた日本においては、1950年代後半から1970年代にかけて「民芸ブーム」が起こ

った。激増した中産階級の多くが大量生産の工業製品を倦厭し、地方の風土と文化に心惹かれたためである。また、当時、中産階級の消費観がモノ消費からコト消費へと変換し、すなわち体験に価値を見出す消費傾向となった。経済回復によるインフラの整備も急速に進んだため、地方観光が一時的流行となり、「手作り」と「地方性」によって価値づけられた伝統的工芸が地方文化の象徴として人気を博した。伝統工芸品に対する国民の関心と急激な需要の高まりは伝統工芸産地に大きな影響を与えた。伝産法は、こうした産業の衰退と需要の急増という背景から誕生したのである。同法律は、①通商産業大臣が指定要件を満たす工芸品を伝統的工芸品として指定すること、②当該産業に関する振興計画の作成・認定、③伝統的工芸品産業審議会の設置、④伝統的工芸品産業振興協会（以下、伝産協会）の設立などを定めた。特に①については、これまで定義が曖昧で有形文化財に当該しない伝統工芸品に、表 1-1 のような明確な指定条件を与え、それを生産する産地の形成を促すことを目指した。

表 1-1. 伝産法第 2 条に基づいた『伝統的工芸品』の指定の要件

1. 主として日常生活の用に供されるものであること。
2. その製造過程の主要部分が手工業的であること。
3. 伝統的な技術又は技法^(注)により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^(注)が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること。
5. 一定の地域において少なくない数の者がその製造を行い、又はその製造に従事しているものであること。

(注) 具体的には 100 年以上の歴史を有していること。

伝産法は 1992（平成 4）年に初の改定が行われた。そのきっかけは、バブル経済の崩壊を経て、日本経済が高成長時代から低成長時代に変化し、製造業の空洞化傾向が顕著になったことと無関係ではない。1980 年代に急速な円高によって、日本製品の国際競争力が低下し、それまで輸出主導型で成長してきた日本経済は内需主導型経済へ転換し始めた。伝統工芸産業も同様の課題に直面し、従事者の減少・高齢化、需要の停滞による産業活力の低下などの事態を招いた。また、その一方で、当時、環境問題が深刻化するなか、いわば「ものの使い捨て」の見直しが叫ばれ、耐久性のある製品を供給し、ものを大切に生活が提唱された。このような背景の下で、内閣が伝統的工芸品産業を単に保護するのみならず、伝統的な技術・技法を活かしながら、より産業として発展させていくことを目指して改定案を提出し、その後、1992（平成 4）年 4 月 24 日に採択・施行された。この改定においては、①伝産協会の業務の追加、②通商産業大臣による伝統的工芸品産業の振興の基本指針の策定、③共同振興計画の新設、④活用計画ならびに支援計画の新設、また、⑤指定産地に対する経費の補助・税制上の措置について必要な事項が定められた。こうして、伝産法を大幅に拡充したことにより、伝統的工芸品産業としての経済的側面がより盤石なものとなったが、伝統

的工芸品の存立基盤である文化としての意義が見失われていたことは否定できない。

21 世紀に入った日本においては、個人消費の低迷により内需が減少し、経済不況が長引いた。それに伴い、日本政府は戦後から実施してきた経済外交政策を日本文化の海外発信を目的とする文化外交政策に転換するなど、国家戦略においてソフトパワーの重要性に目を向けた。また、インターネットの普及とポップカルチャーの定着により若者の伝統文化離れが進行した。これらの要因によって伝統的工芸品産業は、大きな転換期を迎えたといえる。同産業は経営難や後継者不足などの諸問題がさらに深刻化し、2000（平成 12）年に通商産業大臣から審議会に対し、「21 世紀の伝統的工芸品産業施策のあり方」に関する諮詢が行われた。同審議会からの提言に基づき、内閣は伝統的工芸品産業の振興における全国的な環境条件の変化を認め、指定の条件を緩和し、より支援の範囲を拡大する方向で法改定を提案した。その後、改定法が 2001（平成 13）年 4 月 11 日に採択・施行された。この改定においては、主に、①振興計画・共同振興計画の作成・実施対象範囲の拡大、②活性化計画・連携活性化計画の新設、③支援計画に産地プロデューサーの追加などが定められた。

伝産法に基づき経済産業大臣により指定を受けた伝統的工芸品は全国に 237 品目ある（2022 年 10 月 16 日時点）[注 8]。

3.2.2. 各地方自治体による伝統工芸の指定

国指定の伝統的工芸とは別に、各地方自治体が定める伝統工芸も存在している。例えば、東京都には表 1-2 のような独自の伝統工芸品指定制度が整備されており、現在東京都知事が指定した伝統工芸品が 41 品目あり、そのうち 17 品目が国の伝統的工芸品の指定を受けている。また、千葉県では、県内の伝統的工芸品を地場産業として育成するため、1984（昭和 59）年に県指定制度が導入され、千葉県内に息づく伝統的工芸品産業の振興に取り組んでいる。千葉県の指定基準は、基本的に東京都と同様であるが、東京都では「都内において一定の数の者がその製造を行っていること」が一つの指定条件となっているのに対し、千葉県では「一定の期間、おおむね 10 年以上、県内で製造されているものであること」が指定基準となっている。

表 1-2. 東京都伝統工芸品の指定の要件[注 9]

- | |
|-----------------------------------|
| 1. 製造工程の主要部分が手工業であること。 |
| 2. 伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。 |
| 3. 伝統的に使用されてきた原材料により製造されるものであること。 |
| 4. 都内において一定の数の者がその製造を行っていること。 |

3.2.3. 各地方自治体による産地 PR の施策

国や各地方自治体による伝統工芸品の指定制度に加え、産地の知名度向上や地域ブランドの確立のために、さまざまなプロモーションや普及の施策が講じられている。その一例として、東京都墨田区の「すみだ 3M 運動」が挙げられる。墨田区は、区内の産業 PR とイメージアップ、地域活性化を図る事業として、1985（昭和 60）年に「すみ

だ3M 運動」を発足した。墨田区の産業や文化に関する製品や文献などの資料を展示する「小さな博物館」(Museum)、工房と店舗の機能を併せ持ち、製造と販売を一体化した「工房であるショップ」(Manufacturing Shop)、またはすみだを代表する製品を創る技術者「マスター」(Master) の三つの頭文字をとって「3M 運動」と名付けられた(図 1-1)。「3M 運動」の指定対象の大半は伝統工芸の製造業者で、こうした三つの運動を連動させることで、すみだの優れた産業と伝統工芸品が高い評価を受けることを目指すとともに、伝統工芸の素晴らしさや大切さを人びとに理解してもらうことを目指している。



図 1-1. すみだ3M 運動のロゴマーク

3. 2. 4. 中小企業・小規模事業者向けの支援策

伝統工芸品の製造業者の大半は中小企業や自営業事業者であるため、製造業者が需要開拓を目的として行う販路拡大や商品開発の支援制度として、中小企業庁は 2004 (平成 16) 年に「JAPAN ブランド育成支援等事業」を創設した。この事業は、サービスの開発・改良、ブランディングや新規販路開拓などの取り組みを行う伝統工芸品の製造業者に対して、一部の経費を補助することにより、地場産業の海外販路の開拓を図るとともに、地域経済の活性化および地域における伝統工芸産業の振興に使用することを目的としている。

以上のように、伝統工芸産業の発展を促進するための支援策は、これまで新製品の開発、販路の拡大や産地知名度向上など経済的な側面が中心的に講じられ、伝統工芸産業の文化的な継承という観点からの支援策が比較的弱かったのである。そこで本研究では、伝統工芸にまつわる生活文化に着目し、伝統工芸の中核的価値を再発見・再認識することを通して、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導出することを目的とする。

4. 研究の視座

日本において「デザイン」という言葉が一般的に使用されるようになったのは 20 世紀初頭である。国内における産業革命以降の近代工業技術の発展に伴い、最初の建築や器具に付与する装飾模様の下絵という意味から、約 120 年にわたって「デザイン」という言葉の意味も少しずつ変化している。20 世紀の工業の発展に伴い、生活上の基本的なニーズをほぼ量的に満たすことがデザインの目標であったのに対して、21 世紀の「知識社会」[注 10]の到来により、デザインの追求すべきことは、量的な充足かつ単なる利便性から質的な満足および持続可能性に徐々にシフトしている。したがって、デザインに携わる職業がますます細分化する今日、デザインは単にモノを美しくみせるにとどまらず、大量採取・大量廃棄による環境の破壊や大量生産・大量消費による文化の喪失などの社会課題を解決し、人びとの生活を潤すために重要な役割を果たす

ことが期待されている。それについては、伝統工芸産業の振興も例外ではない。しかしながら、明治以降、政府が取り組む振興策においても民間団体が展開するデザイン運動においても、商品開発、需要開拓などのような意匠や技術に注目した施策が大半を占めており、それらはいずれも造形的な工夫の範囲を超えておらず、いわば「モノ」の領域にデザインを取り入れたに過ぎない。ところが、伝統工芸は、植田憲が指摘したように、「『モノ』としての存在のみならず、人びとが『モノ』を介して構築してきた、人と人、人と自然、人と社会とのかかわりを知ることができる重用な存在」である[注11]。つまり、「モノ」は「コトをなす」手段であり、「モノ」を使うことを通して創出されるさまざまな「コト」、また、それらを通じて創出されるさまざまな「関係」こそが重要なのである。

以上を踏まえて、伝統工芸産業の振興に寄与するデザインは、単なるモノが製品として経済的利益を追求せず、原材料の栽培・採取からモノの使用・修理まで一連のプロセスを総括的なデザイン対象として捉え、歴史的、政治的、社会的、文化的などあらゆる観点から包括的に考案することが重要であると考えられる。

5. 先行研究の概観

伝統工芸産業の振興をテーマとした研究は、これまでも、経済学をはじめ、社会学、林業学、デザイン学などのさまざまな分野において論じられてきた。その中から本研究に関連する「公的施策」「地場産業」「デザイン学」と「地域活性化」の各観点から先行研究を以下にて概観する。

5.1. 公的施策の観点からの研究

伝統工芸産業の振興策に関する既往研究は、個別の伝統工芸産地に特化したものが散見されるが、公的施策の在り方について論じたものとして、前川らによる一連の研究がある。前川・宮林・関岡は、伝産法を取り上げ、伝統的工芸品産業の振興における当該法律の機能について検討した。その結果、伝産法による伝統的工芸品産業の衰退を抑制する効果は不十分であることを指摘し、それを有効たらしめるには、「伝統的工芸品産業としての指定要件の見直し」「文化財保護法との視点や理念の歩み寄り」と「生産段階のみならず流通・消費段階をも視野に入れた法改正」などの課題を挙げた[注12]。これに加えて、前川は博士論文『伝統工芸品産業に対する社会的支援に関する研究』[注13]において、国のほか、都道府県市区町村が自ら整備している公的支援制度も俯瞰し、生産現場が抱える問題点と現行の公的支援制度の設計状況と相互比較を行ったことで、伝統工芸産業に対する公的支援の課題を明らかにし、伝統工芸産業に対する社会的支援の在り方についても論じた。

さらに、北出は、伝統工芸産業に関する従来の公的な支援策の行き詰まりが感じられる現状を鑑み、今後の振興施策のあり方を検討する目的で、各都道府県の伝統工芸産業振興の取り組みの現状についてアンケート調査を行い、複数の産地関係者へのヒアリング結果に基づき、より具体的な支援策の展開状況とその効果を明らかにするとともに、地方自治体を中心にこれからの施策の方向性を提示した[注14]。

5.2. 地場産業の観点からの研究

経済学における伝統工芸産業に関する研究の多くは、産地の形成と発展、生産・流通構造のメカニズムを解明し、それらに基づき産地や関連企業の挑戦と振興策が検討されてきた。例えば、日本経済研究所は、伝統工芸産業を地域固有の資源として位置づけ、工芸品を始めとする伝統的なものづくりに立脚した産業の成長可能性や潜在力に注目し、2017(平成 29)年度から日本全国において伝統ものづくり産業に関する調査を行ってきた。特に 2021(令和 3)年度においては、愛媛県の伝統的工芸品「砥部焼」に焦点を当て、その現状・課題、及び今後の方向性を模索するための調査・研究を実施した。また、全国の産地組合を総合的に調査した研究として、山本は 2015(平成 27)年と 2020(令和 2)年に、日本の伝統的工芸品産業の動向を把握するために全国の産地組合を対象としてアンケート調査票による調査を行い、「産地自体が縮小傾向にある」「新型コロナ感染拡大により生産額が減少しつつある」などの現状を明らかにした上で、「小規模な産地を重点的に支援する」「オンラインによる情報発信で海外の需要を喚起する」などの振興課題を抽出した[注 15]。

伝統工芸産業の現状に対する広範な調査に加え、近年、伝統工芸産業における製造・流通面の問題を示し、伝統工芸産業の振興に関する参考事例を提示して、マーケティングの観点から今後の伝統工芸産業の発展の方向性を示唆する先行研究も増えてきている。例えば、佐藤は、伝統工芸産業における製造・流通の現状と課題を検討し、伝統工芸産業の再興に成功した 4 つの事例を紹介するとともに、伝統工芸産業における新たなビジネスとしての可能性を示唆した[注 16]。一方、井上は、伝統工芸産業の中から、産業が低迷する中で成長を遂げた伝統的工芸品の製造業者の 2 社を取り上げ、その企業成長の軌跡を分析し、それぞれが採用した商品戦略、流通戦略を明らかにして、伝統工芸産業の市場が抱える課題に取り組むための新しい考え方を提供した[注 17]。

5.3. デザイン学の観点からの研究

上述した研究領域と比較すると、デザイン学における伝統工芸品産業の振興に関する先行研究は量的に少なく、伝統工芸技術の活用や伝統工芸品のデザイン開発、いわばクラフトデザインという観点から行われた研究がほとんどである。伝統工芸産業の振興に関する数少ない研究のなかでも、その代表としては町田の『地域の文化に根ざした伝統的技術・技法のデザイン活用・展開に関する調査研究』が挙げられる。町田は、「地域の生活に必要なもの、生活を豊かにするための用具をつくる生活用品産業として成立している」伝統的工芸品産業にとって最も必要なことは、「モノに内在されている意味や価値がよりの確に表現され、活用されるためのデザイン」[注 18]であると指摘し、伝統的工芸品産業へのデザイン活用の基本的条件として、「産地におけるデザイン教育期間の確保」「産地の特性に適したカリキュラムを有する教育の場の確保」などを提言した[注 19]。比較的最近の研究では、九州産業大学の産学官連携プロジェクトの一環として、青木・井上らが福岡市の伝統的工芸品「博多人形」を対象として取り上げ、デザイン支援活動を中心に商品開発およびプロモーション活動を行い、当該伝統的工芸品産業の活性化ための方策を導出した[注 20]。

5.4. 地域活性化の観点からの研究

地域資源としての伝統工芸産業に関する先行研究では、観光資源としての再利用による地域づくりや[注 21]、産学研究連携による地域活性化などが論じられている[注 22]。また、総務省では、伝統工芸の地域資源としての活用状況や、伝統工芸産地における課題解決に向けた取り組み状況、国や地方公共団体などによる支援施策の実施状況・活用状況などについて調査を行い、さまざまな主体による伝統工芸産業の振興を後押しするとともに、関係行政の改善に資する情報を提供することを目的とした『伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査』を実施した[注 23]。

以上のように、伝統工芸産業の振興に関する研究はさまざまな角度から蓄積されてきたが、生活文化の継承を目的とした文化的側面を重んじた研究はなされていない。

6. 研究方法と論文構成

本論文は序章の緒論から終章の結論までの全6章で構成される。以下に各章の内容および使用した研究方法について簡潔に説明する。

序章では、伝統工芸産業の現状と抱える課題を示しつつ、これまで国・地方公共団体の施策とともに、伝統工芸産業に関する先行研究を概観する。そして、本研究の課題と視座を明記し、各章の内容及び研究方法を紹介した。

第二章では、本研究の端緒として、文献調査に基づき、これまで伝統工芸産業の発展に関する歴史的展開を概観し、それを取り巻く政治的・社会的環境の変遷を整理することで、伝統工芸産業の発展における各段階の性格を明確化した。

第三章では、新聞記事を対象とした定量的分析を行い、テキストマイニング法を用いて、明治維新以降の日本における工芸に対する社会的認識の形成と変容を明確化した。この章は2つの部分から構成されており、前半では、明治期の新聞記事を広範囲に収録した『新聞集成明治編年史』を史料として、近代の工芸概念の原点、すなわち新来の西洋概念である「美術」が一般通念として近代の日本社会に定着していく過程を解明した。後半では、日本国内における最大の発行部数を誇る『読売新聞』から1900年から2000年までの「工芸」の文字を含む新聞見出しを取り上げ、20世紀における今日的な工芸観の形成と変容を考察した。

第四章と第五章では、東京都墨田区の伝統工芸「江戸小紋」と「江戸木目込人形」を研究事例として取り上げ、文献調査ならびに現地における聞き取り調査に基づき、伝統工芸の生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、伝統工芸産業が備える文化的特質について明らかにした。

終章では、上記の第二章から第五章の4章を踏まえて得られた知見から、伝統工芸が具備する基本的な価値を再発見・再認識するとともに、伝統工芸を再定義する。また、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導き出し、それに基づく具体的なデザイン提案を行った。

7. 用語の定義

7.1. 「伝統工芸品」「伝統的工芸品」という表記について

伝統工芸という呼称には明確な定義はなく、一般的に長年受け継がれてきた手作り

の技法で作られた工芸的実用品の総称が伝統工芸品である。そこで、本論文においては、伝産法に基づき国から指定を受けた工芸を「伝統的工芸品」、またそれらの産地を指す場合は「伝統的工芸品産業」という名称を用いた。「伝統的工芸品」を含む一般的な定義に適する工芸品や産業全体を言い表わす場合は「伝統工芸」「伝統工芸品」または「伝統工芸産業」という名称を使用した。

7.2. 「生活文化」について

近年、「生活文化」という言葉が頻繁に使われるようになり、この言葉が示す実体は明確には定義されていない。国語辞典『大辞林』によると、「文化」という言葉にはさまざまに解釈されており、その中のひとつに、文化とは「社会を構成する人びとによって習得、共有、伝達される行動様式ないし生活様式の総体」[注 24]と解説されている。文字通り、生活そのものが文化に内包されており、文化とは本来、人びとの暮らし方のことを指し示す。しかし、現在では文化の本質が徐々に見落とされ、「世の中が開け進み、生活が快適で便利になること」[注 25]という、高次の解釈として理解される傾向にある。したがって、本研究では、他の意味を持つ表現と区別するために、本来は二重表現である「生活文化」という用語を、「日常生活における行動様式ないし生活様式の総体」を指す表現として使用する。

注および参考文献

- 1) 総務省：伝統工芸の地域資源としての活用に関する実態調査 結果報告書，総務省行政評価局，2022
- 2) 水尾比呂志，木村重信（編）：民族芸術学—その方法序説，日本放送出版協会，68-82，1986
- 3) 文部科学省：文化的多様性に関する世界宣言（仮訳），
<https://www.mext.go.jp/unesco/009/1386517.htm>（参照日 2021年5月3日）
- 4) 伝統的工芸品産業室：経済産業省説明資料，経済産業省製造産業局生活製品課，2022
- 5) 前掲資料4)
- 6) 伝統的工芸品産業室：伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について，経済産業省製造産業局，2011
- 7) 本節は、拙作『伝統的工芸品産業の振興に関する法律の制定と変遷』から一部引用し、補足したものである。
呉竹雅・青木宏展・植田憲：伝統的工芸品産業の振興に関する法律の制定と変遷，アジアデザイン文化学会研究発表概要論文集，258-261，2020
- 8) 237品目の伝統的工芸品については、織物38品目、染色品13品目、その他繊維製品5品目、陶磁器32品目、漆器23品目、木工品・竹工品33品目、金工品16品目、仏壇・仏具17品目、和紙9品目、文具10品目、石工品4品目、貴石細工2品目、人形・こけし10品目、そのほかの工芸品22品目（江戸規木版画や房州うちわなど）、または工芸材料・工芸用具3品目がある。
- 9) 東京の伝統工芸品。“東京の伝統工芸品とは”。東京産業労働省。
https://www.dento-tokyo.metro.tokyo.lg.jp/items.html#summary_01，（参照2022-10-16）。
- 10) 石田亨（編）：デザイン学概論，共立出版，4-5，2016
- 11) 植田憲：生活づくりに寄与するデザイナー—伝統工芸がつくり、伝え、残すこと，デザイン学研究特集号，20（2），52，2013
- 12) 前川洋平・宮林茂幸・関岡東生：『伝統的工芸品産業の振興に関する法律』の効果と課題，東京農大農学集報，58（2），85-91，2013
- 13) 前川洋平：伝統工芸品産業に対する社会的支援に関する研究，東京農業大学地域環境科学部森林総合科学科博士論文，2015
- 14) 北出芳久：地方自治体における伝統工芸品産業振興施策の方向性，産開研論集，30，47-53，2018
- 15) 山本篤民：伝統的工芸品産業の現状と振興課題，中小企業季報，198，1-13，2021
- 16) 佐藤典司：伝統工芸産業の現状と課題，および今後のビジネス発展の可能性，立命館経営学，57（4），59-74，2018
- 17) 井上一郎：伝統工芸産業市場の課題解決に向けた一考察—市場の約80%が失われた平成の30年間にあっても成長した企業事例研究をもとに—，江戸川大学紀要，30，1-16，2020

- 18) 町田俊一：伝統的工芸品産業におけるデザインの役割，デザイン学研究特集号，8(2)，1，2001
- 19) 町田俊一：伝統的工芸品産業へのデザイン活用の基本的条件：地域の文化に根ざした伝統的技術・技法のデザイン活用・展開に関する調査研究(5)，デザイン学研究，50(4)，79-84，2003
- 20) 青木幹太・井上友子・佐藤佳代・星野浩司・佐藤慈・荒巻大樹：伝統工芸品産業の振興を目的としたデザイン支援活動：博多人形の商品開発とプロモーション活動，九州産業大学芸術学会研究報告，51，57-68，2020
- 21) 平野真・中尾誠二・神谷達夫：福知山市伝統工芸の観光資源化(1)-地域の無形資産活用の試み-，福知山公立大学研究紀要，2(1)，107-137，2018
- 22) 岡本信司：伝統工芸産業からの産学官連携による地域イノベーション創出に関する課題と提言：京都地域及び石川地域における事例研究，研究 技術 計画，23(4)，367-382，2009
- 23) 前掲資料1)
- 24) 松村明(編)：大辞林 第4版，三省堂，2443，2019
- 25) 前掲辞典24)，1332

図・表の出典

- 1) 図 1-1 墨田区「3M」運動の推進のページより引用
https://www.city.sumida.lg.jp/sangyo_jigyosya/sangyo/pr_brand_hyousyo/sumida3m/index.html
- 2) 表 1-1～1-2 公表された資料に基づき筆者作成

第二章 明治時代から現在に至る日本における
伝統工芸産業の歴史的変遷

Chapter 2. Historical Trajectories of Japanese Traditional craft
industries from Meiji Era until Today

1. はじめに

本論文は、伝統工芸に付加価値をつけようとする従来の振興策と異なり、伝統工芸が内包される生活文化の諸相を総合的なデザインの視点から考察し、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興策を論じるものである。伝統工芸産業の発展の社会的背景として、まず、日本では明治維新以降、どのような国策が推進されてきたかを明らかにすることが重要である。そこで本章では、本研究の端緒として、文献調査に基づき、これまでの伝統工芸産業を取り巻く政治的・社会的環境の変遷を整理し、伝統工芸産業の発展における各段階の性格を明らかにすることを目的とする。

2. 「工芸」に関する先行研究

これまで、伝統工芸の歴史的発展については、美術学、デザイン学、経済学などさまざまな分野から多くの先行研究がなされている。その中、明治時代の伝統工芸産業について、初めて詳細に記述したのは、明治時代の歴史家の横井時冬が1898(明治31)年に発表した『日本工業史』である。そのなかでは、横井が維新後の織物、陶磁器、漆器、金属などのものづくり産業の発展を概説し、明治政府の工業に関する奨励・保護政策を詳細に分析した[注1]。

また、近代日本における「工芸」概念の成り立ち経緯に関しては、前田は「工芸」という言葉の起源と用法を文献にまで遡って歴史的に検討しており[注2]、鈴木は工芸概念とジャンルの成立を論じた[注3]。北澤は明治期における美術との関係から工芸概念の成立を探り[注4]、その続きとして佐藤は、明治の美術行政制度と工芸の発展について解析した[注5]。さらに森は、近代日本の美術とデザインのを含んだ造形文化の基幹として工芸を捉え、その歴史的展開を辿り、工芸概念の受容過程について解析した[注6]。木田は工芸の存立を支えてきた制度や価値体系を対象として分析し、近代ナショナリズムという視点から工芸の歴史的変遷を考察した[注7]。そのほか、出原は近代日本のインダストリアルデザイン史のなかに、産業運動を背景にして、明治期の工芸産業的発展を論述した[注8]。

このように、これまでの多くの先行研究は、工芸をめぐるその概念やジャンルの成立について美術史、デザイン史、工業史などの視点から推進されてきた。しかし、ほとんどの先行研究は包括的な概念である工芸または美術工芸を対象として取り上げ、その歴史的変遷を解明してきたが、ものづくりの産業的側面が等閑視され、その発展の過程については明確化されていない。それゆえ、本章では、伝統工芸産業の歴史的発展を解明するため、文献調査に基づき、それを取り巻く政治的、社会的環境の変遷を整理していく。

3. 伝統工芸産業の歴史的変遷

本研究においては、明治から今日まで、約150の年間の伝統工芸産業の発展の歴史を、基本的には次の五つの時期、すなわち幕末から明治末期までの第一期、大正初期から昭和戦前期までの第二期、太平洋戦争から戦後の復興期までの第三期、高度経済成長期の第四期およびバブル崩壊以降の第五期に分けて分析したい。

なお、その歴史的変遷を俯瞰する前に、伝統工芸という語の意味に触れ、伝統工芸産業が指す範囲を明記しておきたい。「伝統工芸」という言葉は現在一般的に用いられ、「伝統的な技法によって美的価値を備えた実用品を製作すること」という概念としてすっかり普及している。しかし、歴史的に振り返ってみれば、「工芸」という概念自体は、明治期における「美術」概念の導入・定着により指し示される実態が変容しており、特に手仕事を意味する「伝統工芸」とは昭和戦後の日本において成立した比較的新しいジャンルであり[注9]、それ以前にはこの呼称が存在していなかった。したがって、明治・大正期の「工芸」とは「手工芸によるや機械工芸によるものを含んだ日本の物産品全般」を指している。そこで本章では、昭和戦前期までの論述においては「産業工芸」あるいは「工芸産業」という言葉を使い、伝統工芸産業とは陶磁器、漆器、絹織物、木工・金工、和紙などの工芸品を製造する産業を指し示す。

3.1. 家内制手工業の近代的改革(1860年代～1900年代の第一期)

明治期において工芸産業の発展と振興は、輸出拡大と近代的産業の育成に主眼を置いて、主に行政主導により推進された。当時、西洋の科学的知識や工業技術を急速に取り入れようとした明治政府は、「未開の」日本社会に文明を教化するため、社会制度や生活様式の洋風化を急速に推進した。その結果として、地域固有の生活慣習や伝統行事が改廃され、一時的に伝統文化を軽視する風潮を生んでしまった[注10]。したがって、従来の生活様式に依拠した生活道具である工芸品の需要が激減し、それに加え、江戸時代には各大名が自藩の経済的基盤として育成してきた地方工芸産業も、明治維新以降その保護を一気に失ってしまうため、衰退の一途を辿ってしまっていたのである。一方、ウィーン万国博覧会には地方の工芸品を出品することによって、大きな成功を受けた明治政府は工芸品の輸出の有望性を認識し、殖産興業政策下における輸出工芸振興策を策定した。それについては、古来の伝統技法にさまざまな機械化や近代的な技法・材料を導入することによる技術の革新と、絵画的図様による欧米人の嗜好に適合した工芸品の意匠改良の大きく二つに分けられる。前者は、工芸の近代的産業化と工芸品の量産化を目指し、工芸生産技術の変革に合わせて、全面的に近代的な工場制機械工業化の促進を図ることが目的であった。後者は、輸出拡大と日本国イメージの創出のため、輸出工芸品を対象として積極的に日本画的意匠を採用し、工芸の意匠改良を図った[注11]。そのなかで取られた方策として「温知図録」があった。輸出工芸振興策のほか、内国勸業博覧会や府県聯合共進会の頻繁な開催を通じて、地方産業としての工芸産業における製品の品質の全体的向上や生産技術の改善を実現し、同業組合の中で生産情報の拡散と共有化を促進した。

以上のように、明治初期の工芸産業は衰退した一方で、殖産興業の重要な担い手として、技術と意匠の改良による局面の打開をしようと政府が主導的に推進した。しかし、日清・日露戦争の勝利、国内では工業の成長、また「日本美術」の成立など一連の政治的・社会的変化に伴い、明治中期から後期には工芸産業をめぐる状況大きく変わった。工芸品の改良によって輸出拡大が一時的に実現したが、そのうち量産化による模倣や粗製乱造などの問題を招き、名工気質の喪失および意匠の形骸化によって、海外において日本工芸品の評価が下がった。さらには、伝統美術の保護と育成を目的と

して東京美術学校の開校によって、日本美術を確立させようという動きが進んでいた。明治前期の博覧会では近代産業としての工芸には、日本固有の美術のなかに位置づけられる手作りによる「美術工業」、後に「美術工芸」とされるものと、手工業と機械工業による普及品という二つがある。1890(明治 23)年に宮内省が主導した帝室技芸員制度が創設されたことと、1893(明治 26)年にシカゴ万国博覧会の美術館に日本の工芸品が展示されたことによって、工芸が担った役割は明治前期の貿易振興から中・後期の国威発揚に大転換を遂げ、固有の手わざが重視されるようになった。このような美術工芸の勃興と対照になったのが、地方の特産品としての工芸品の凋落である。実はこれまで西欧から賞賛された日本の工芸品は、一品制作による「装飾品美術品」がほとんどであった。これに依存しているばかりでは利益に結びつかないことを痛感した納富介次郎は、国益に貢献することができるのが「日常必需ノ雑貨」[注 12]、つまり量産を必要とする地方の工芸品とのことを認識した。実は納富も明治初期において工芸図案の改良と規範の確立を推進した功労者の一人で、前述した「温知図録」は納富の建言によって始まったと言われている[注 13]。図案改良以外、地方工芸品の量産を目指した納富の方策として、工芸産地における技術の改革と近代的生産体制づくりが挙げられる。それらを実現するために、納富は 1887(明治 20)年から地方における中等教育機関として工業・工芸教育学校を次々と創設し、実業教育を通して地方工芸産業への指導者供給を目的とした人材育成に力を注いだ。納富以外にも、地方工芸産業の振興に関心を抱いた人物がもう一人いる。それは殖産興業運動の実践者と呼ばれ、「在来産業優先型」の地域振興路線を主張した前田正名である[注 14]。明治期前・中期において外来文明導入によって消失しつつあった日本固有の工芸である指物、織物、漆器などに関して、前田は「興業意見」[注 15]のなかで、工芸品を展示する列品所の建設や、工業巡回教師の設置や、諸工芸の技術改良などの具体的施策を提示した。また、より合理的な生産を図るために、同業者の団結が必要であるという認識を納富と前田は共有していた。

上述のように、殖産興業下の工芸産業に関する振興策の中核が、明治初期の博覧会政策から明治中・後期の実業教育政策に転換し、技術改革や意匠改善による工芸品の品質向上と量産化を図ることに変化した。その結果として、工芸の製造システムが徒弟制から工場制に変わり、古来の伝統技法にさまざまな機械化や近代的技法や素材が導入されたことによって、中世から受け継がれてきた家内制手工業が近代的改革の最初の一手を打つことになった。

3.2. 美術工芸との分離(1910年代～1930年代の第二期)

この時期には、1900(明治 33)年に開催されたパリ万国博覧会による純粋美術と応用美術の分離、国民から個人的生活スタイルへの関心、または海外から近代的デザイン理念の導入などの影響を受け、工芸そのもののあり方を問われ始めた。このような背景から、工芸産業は、第一期の装飾意匠の改善という美術振興策から漸次に離れ、近代的産業デザインに追従しようとする方向での体制整備が推進された。

1913(大正 2)年から、輸出用工芸品の「意匠圖案」奨励を目的として、「農商務省主催圖案及応用作品展覧会」(農展)が開催された。農展は一方で伝統技法の近代化を引

き継ぎつつ、他方で図案による工芸品の革新を目指そうという二刀流の方針であり[注 16]、こうした工芸奨励政策が明治期の輸出振興策の延長線にあるものと考えられる。しかも資本主義の発展や大規模工業技術の定着という社会的な状況変化の下で、工芸の産業化に伴い、工芸製造者は図に描かれたアイデアではなく、製造に適合したデザインを求めていたため、展覧会によって図案の「お手本」を示すという奨励方法そのものが、状況変化に対応しきれなくなっていた[注 17]。また、1927(昭和2)年に帝国美術院展覧会に「第四部美術工芸」が新設されたことをきっかけとして、それまでの「工芸」というもののなかから「美術工芸」が正式に分離して、美術に合流した。このように、明治期から受け継がれた工芸振興策の中核としての図案改良の風潮が漸次に衰退していった。この現象は工芸教育の場にも現れた。1914(大正3)年に東京高等工業学校の工業図案科が廃止されてしまい、工業図案科に在籍していた学生たちは東京美術学校の図案科に移籍させるという措置が取られた。この行政決定に対する工業図案科の元科長松岡壽と助教授の安田禄造が反対し、この学科の復興に奔走した。安田は「時事日報」新聞に連載した長大な論文の「本邦工芸の現在及将来」のなかに、当時「工芸」と「工業」に対する認識が曖昧している状況を鑑み、「工芸」が「工業により生産せられたる材料を用ひ、之に美術的の技巧を加味し機械的あるいは手工的に実用品あるいは装飾品をつくること」とはっきり定義し、さらに従来分類法による美術工芸と工業との中間にこの「工芸=経済的工芸」[注 18]という新しいジャンルを加えるべきと主張した。同論のなかにも、安田はドイツの先例を参考し、工芸富国論を打ち出した。工芸不振に関して、工芸図案以外に工芸生産性にも問題があると認識した安田は、工芸技術家の養成や、一般の工芸観の向上などさまざまな輸出工芸振興策を提唱した。安田の経済的工芸という定義は、当時の工芸産業を美術工芸にするか工業にするかというジレンマから救い[注 19]、工芸生産者に新たな工芸の方向性を示した。このように、輸出工芸の対象は明治期から高級工芸品である美術工芸を廉価の実用的な工芸品としての産業工芸に入れ替えられ、振興策が安価多売の方針に転換した。

日本国内の自用品を製造する工芸産業については、生活改善運動や海外のデザイン事情の影響を受けたことによってしだいに大きな変革がもたらされた。第一次世界大戦中の日本の商品輸出が急増した好況下、西洋の生活様式が国民全体へ浸透してきた。都市新中間層拡大や女子中等教育の進学率上昇などに伴う、衣食住の消費生活や、社会習慣全般の合理的改善を目指した生活改善運動が、官民のさまざまな団体によって展開された。特に1919(大正8)年に生活改善展覧会の開催や、その翌年に生活改善同盟の結成、さらに1923(大正12)年の関東大震災という不幸な偶然も重なって、1920年代の日本においてはますます個人的生活スタイルへの関心が高まり、生活の合理化や日用品特に家具の規格化が求められていた。また、ドイツ工作連盟やバウハウスの設立に刺激され、日本国内においては機能主義的・合理主義的な産業デザイン研究・制作団体が次々に結成され、大正時代になってもなお手工業による日常生活品を製造する工芸産業に機械生産の導入を推進し、実用的な工芸品の規格化による大量生産の基盤をつくることを目指した。こうした工芸産業における近代的デザインの取り入れは、1928(昭和3)年に創立された日本最初の国立工芸指導所によって、国の政策下で

本格的に体制整備が推進された。工芸指導所は設立当初は木工品及び金属工品の改善発達を目的としていたが[注 20]、1937(昭和 12)年に業務が「工芸品」全般の改善発達へと拡大した。工芸の科学化、規格化、合理化を企てたこの工芸指導所は、産業工芸の調査研究、見本試作、技術者育成などの業務を遂行する以外、1932(昭和 7)年より月刊誌「工芸ニュース」の発行により全国の工芸産業への誌上指導にも力を入れていた。

以上のように、第二期の工芸産業振興は、美術工芸の分離に伴い、美術振興策から脱皮し、合理化・標準化・規格化による機械制大量生産の基盤づくりが目指された。一方、同時期には民衆の生活のなかで培われた手作りの味わいを重視する「民芸運動」や、美術工芸の分野から出発した「用即美」の「実在工芸運動」などの勃興によって、工芸の定義が拡充され、現代の工芸の多様性を形成することに貢献した。特に、昭和初期に宗教哲学者の柳宗悦が創始した民芸運動は、観賞用の美術工芸品ではなく、江戸の道具や雑器に注目し、身近な日用品に「美」を見出すことを通して、無名の職人の手によってつくられた民衆のための日用雑器の価値が再評価されるようになった。こうした生活文化運動の推進は、日本において手作りの工芸品を日用品として使用しようという社会的認識の形成に寄与し、以降 1970 年代に相關法律の制定に基礎を作り上げたと考えられる。

3.3. 産業デザインとの分離(1940年代～1950年代の第三期)

第二次世界大戦への日本の参戦は、産業デザインと産業工芸を乖離させてしまった大きな境目である。この戦争を通して、デザインと工芸はそれぞれの特質に基づき、異なる職域で延命することによって、前者はモダンデザイン、後者は伝統工芸という別々の道を歩みだした。

仙台に工芸指導所が設立されてから 12 年後の 1940(昭和 15)年には工芸指導所本所は東京に移され、工芸の全国指導の準備が整うこととなった。しかし、1930 年代の後半から戦時色が強まるにつれ、国全体が戦時体制となり、さまざまな緊急措置が講じられた。1938(昭和 13)年には「国家総動員法」の公布による統制経済が強まり、消費節約、廃品の回収活用、代用品の使用普及などの協力が国民に求められ、さらに 1940(昭和 15)年に実施された「奢侈品等製造販売制限規則」により宝石製品・銀製品などの装身具や高級織物の製造が制限された。こうして軍需工業を優先させるため、輸出振興は実質的に不可能になり、それに加えて資源節減のため日本国内の生活用品の製造が単純・規格化されることによって、工芸指導所の使命は最初の産業工芸の振興から国民家具の模範的なデザインに変更された。一方、東亜の盟主を自認した日本は、国家総力戦を遂行する共に明治以来の日本文化に対する過剰な自信が頂点に到達したため、「皇国文化の精華」である伝統技法の保存とそのための支援が日本の国威を保つために喫緊の課題と認識された[注 21]。それを受けて、技術保存を要する工芸品の総合指導を行いまたは一般工芸の健全な発展を図るため、商工省の指示により 1943(昭和 18)年 1 月に大日本工芸会が創設された。同年 5 月に、美術及び工芸の総合的指導統制を企図するため、大日本工芸会に日本画資材統制協会、美術家連盟、全日本彫塑家連盟及び工芸美術作家協会を統合し、美術と工芸が一つの組織となった日本

美術及工芸統制協会が創立された。このなかの第四部会の工芸美術と第五部会の産業工芸に再編されたことによって、先んじて成立した美術工芸と産業工芸は、手わざの伝統技法という共通点を介して再び「工芸」というジャンルに統合した。こうした背景を踏まえて、伝統技法を生かし手仕事による「工芸」と標準規格化に基づき機械製による「デザイン」との分離がはじまる兆候がみられた。

終戦後、敗戦した日本において工業生産の指向は、日露戦争後から発展してきた重工業から精工品を製造する軽工業へと、大工業から中小工業への転換を目指して進められた。そのなかの工芸は、国内における国民の物心両面にわたる生活文化の向上、海外における平和的・文化的国家のイメージの宣揚と輸出貿易拡大に資する役割として期待された。当時戦後復興の第一要件として、衣食住、全面的な国民生活の急速な回復が求められ、新生活様式の確立とそれに基づく生活用具の生産が優先された。それ以外、工芸産業の振興は、進駐軍人及来訪外人向けの土産用商品の供給に加えて、賠償物資及び輸出品の生産を念頭に置いた戦後復興事業の重要な一環であった。これを受け、各工芸産地は従前の手仕事に復興し、芸術性と技術性を備える優良品の経済的生産に向け振興を推進した[注 22]。また、日本伝統工芸展の本格的な始動、重要無形文化財保持者の認定開始、日本現代工芸美術展の旗揚げといった大きな動きの中で、戦後の工芸における国民国家の文化遺産とその継承という意味で伝統という概念が形成され[注 23]、手仕事に回帰した産業工芸も新たに成立した「伝統工芸」の下に入り、機械工業と決別した。

このように、工芸産業は第二次世界大戦の勃発直前から戦後復興期にかけて、国家政策による発展の方向が大きく変わり、明治期から受け継がれた機械化による量産を目指した振興策から、伝統技術の再評価によって手仕事への回帰に一転し、伝統工芸産業として確立された。また、戦後にアメリカの影響を受け、産業デザインが急速に発展したことによって、標準規格化に基づき家電や洋式生活道具・用具の機械生産がインダストリアルデザインへ、技巧性と審美性を備えた伝統生活道具・用具の手作りが伝統工芸へ、と別々の道を進んだ。

3.4. 地域資源としての再登場(1960年代～1970年代の代第四期)

戦後復興期を経て、高度経済成長を遂げつつあった日本は、産業構造が戦後の軽工業から先進国なみの重工業に移行し、国民の生活もついに戦前の水準を越えた[注 24]。一方、1960年代に地域間の均衡ある発展を目指す地域開発政策の実施と1970年代半ばからの「地域主義」の提唱[注 25]によって、伝統工芸産業は地域アイデンティティの確立や、地域経済の発展に寄与する地域資源として見直された。「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」の制定・実施に伴い、衰退しつつあった伝統工芸産業が再び脚光を浴び、自律的・持続可能な発展に向けた体制構築が図られた。

1950(昭和25)年、文化財保護法が制定されたことによって、有名な作家による希少性の高い美術工芸品が有形文化財、または高度な工芸技術が無形文化財として指定されている。同法の指定対象は、芸術的価値という側面に注目することによって、実用性が低下した鑑賞用工芸品がほとんどであり、一般民衆の生活道具・用具との間に隙間が生じた。「文化財保護法」の制定と同時に、工芸の新しい方向として、伝統工芸に

近代的なデザイン感覚を取り入れたクラフト運動が始まった。その発端は、1952(昭和27)年の創作工芸協会の発足である[注26]。さらに、1960年には地方の手工芸品の制作およびそのデザインの改善向上を図り、産地の経済振興を行うことを目的として、クラフト・センター・ジャパンが設立された。当初は工芸産業の輸出振興を狙ったこの団体は、後に日本国民の暮らしの質の向上を目指し、クラフトの流通を通じて、工芸産業と暮らし文化の育成に貢献した。

1970年代に公害問題や石油資源問題の発生により高度経済成長期に対する反省の声が高まるなか、京都市や奄美大島などで伝統工芸産業が後継者難あるいは原材料確保難などの問題を抱えているため存続の危機に瀕していた[注27]。序章で述べた通り、当時、伝統工芸産業は、ごく一部が文化財保護施策の対象となっていたものの、それら以外は特別の施策が皆無に等しい状態であった。一方、1920年代に起きた民芸運動において取り上げられた地方の日用雑器を美の対象とする「民芸」という工芸ジャンルは1945年頃に一定の認知を得て、1950年代後半から1970年にかけて民芸ブームという社会現象が起こった[注28]。激増した中産階級の多くが大量生産の工業製品を倦厭し、地方の風土と文化に心惹かれたためである。また、当時、中産階級の消費観がモノ消費からコト消費へと変換し、すなわち体験に価値を見出す消費傾向となった。経済回復によるインフラの整備も急速に進んだため、地方観光が一時的流行となり、「手作り」と「地方性」によって価値づけられた伝統工芸が地方文化の象徴として人気を博した。伝統工芸品に対する国民の関心と急激な需要の高まりは伝統工芸品産地に大きな影響を与えた。こうした産業の衰退と需要の高騰という背景から「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(下記、伝産法)が誕生した。国が定めた厳しい基準を満たした日本の伝統工芸品には、図2-1のような「伝統マーク」が貼られ、「経済産業大臣指定伝統的工芸品」として公表される。1974(昭和49)年に制定されたこの法律は、通商産業省(現経済産業省)の所管によって、産地形成の促進を通じて地方の工芸品の保護・継承と地域経済の発展を目的とした。工芸品の芸術的かつ文化的な側面を重んじる「文化財保護法」と対照的に、個々の制作ではなく、分業体制によって産地の形成が求められる伝産法は、時代に応えた変化にも対応し、工芸品の製造における一部の非核心的技術の機械化を認めている。伝産法は、同法律に基づき設立された伝統的工芸品産業振興協会(下記、伝産協会)を通じて、同じ産地における同業者の結束に寄与し、産地への指導を行うことによって、伝統工芸品の品質向上など伝統工芸産業の総合的な発展の促進に寄与したと考えられる。

このように、地場産業の振興という視点から国家の振興策の実施によって、元来手作りによる地方の特産品として成立してきた伝統工芸品がその原点に戻り、伝統工芸産業は地域資源として再び表舞台に立つことになった。



図 2-1. 伝統マーク



図 2-2. 2017(平成 29)年に国の伝統的工芸品に指定された千葉工匠具の一つ、株式会社五香刃物製作所が製作した牛刀(洋包丁)

3.5. 日本文化としてのグローバル進出(1980 年代以降の第五期)

1980 年代後半のバブル崩壊を境にして、日本社会が大きな転換期を迎えた。長期的な経済不況を背景として、日本政府は外交戦略における戦後の経済外交政策から文化外交政策にシフトし[注 29]、海外に向け日本のソフトパワーを強化する戦略を推進している。こうした方向に従って、経営難や後継者不足など諸問題が深刻化している伝統工芸産業は、地場産業としてのさらなる経済的振興の強化とともに、日本ブーム創出のためにグローバル展開に視線を向けている。

伝産法は 1992(平成 4)年、2001(平成 13)年と二度にわたり法律改正が行われた。初回の法改定のきっかけは、バブル経済の崩壊を経て、日本経済が高成長時代から低成長時代に変化し、しだいに伝統工芸産業の空洞化傾向が顕著になったことにある。従事者の減少・高齢化、需要の停滞による産業活力の低下などの問題を抱える伝統工芸産業を単に保護するのみならず、伝統的技術・技法を活かしながら、より産業として発展させていくことを図り、政府が具体的な振興策を強化した。伝産法が大幅に拡充されるとともに、伝統工芸産業の基盤ともいえる中小の零細企業の自律の促進を目的とする「特定中小企業集積の活性化に関する臨時措置法案」が同時期に制定された。両法案の施行により、地場産業としての伝統工芸産業の経済的側面に主眼を置いた振興が図られた。そして、21 世紀に入り、個人消費の低迷により内需の減少、ポップカルチャーの定着により若者の伝統文化離れが進行したなどの状況を鑑み、日本政府は伝統工芸産業の振興における地域や全国な環境条件の変化を認めたくえて、より支援の範囲を拡大する方向で二回目の法改定を実施した。指定条件の緩和や、連携活性化計画の新設と産地にプロデューサーの導入など、新しい伝産法は、伝統工芸を社会の共有資産と位置づけ、製造側の産地のみならず、社会全体を巻き込みつつ包括的振興を目的とした。法改定の翌年、2001(平成 13)年に公表された「伝統的工芸品産業の振興に関する基本的な指針」[注 30]のなかに、伝統的工芸品に関する国際化の推進が重要事項の一つとして挙げられ、生活の知恵の結晶である伝統的工芸品の海外への紹介を通じて、海外の日本産業文化に対する理解を深めることが提唱された。これを受け、伝産協会は海外展示会への出展や、海外販路拠点の活用などの活動を通して、海外マ

マーケットの開拓に向けて積極的に取り組んでいる。また、各産地が自立的に海外展示会への出展ができるよう、伝産協会は産地に向け、必要となる海外での販売方法などに関する基礎地域を習得するセミナーを不定期的に開催した。

伝産法以外に、このような伝統工芸における海外展開事業を国の主導により推進する政策に、内閣府知的財産戦略推進事務局の主導による 2010(平成 22)年から始まった「クールジャパン戦略」がある。この政策は日本の文化・伝統の強みを産業化し、その国際展開を目指して推進され[注 31]、アニメや漫画など現代的日本文化や伝統工芸、茶道などの伝統文化の海外発信とともに、海外における日本語の普及、地域の魅力の発掘・発信、さらにインバウンドにおける各地域の外国人旅行者の受入環境整備など、さまざまな取組が行われている。このように日本の文化や伝統を積極的に海外発信することによって、日本伝統文化の受容性のある外国人を育成し、その文化において使われる「モノ」としての伝統工芸品が海外で受け入れられることにつながる。

新しい世紀を迎えて、伝統工芸産業を取り巻く状況が大きく変化しつつあり、それに関する振興策が単なる経済的視点からのみならず、伝統文化の象徴として伝統工芸産業の文化的側面からの具体的な支援策も求められている。上述したとおり、政府による海外展開事業の推進によって、日本文化が海外で受容されつつあり、しだいに伝統工芸品のグローバル展開が始めされていると言えよう。

3.6. まとめ

本章においては、文献調査に基づき、これまで伝統工芸産業の発展に関する歴史的展開を概観し、それを取り巻く政治的要因及び社会環境を略述した。その結果として、第一期における工芸産業の振興策は、主に国家主導の博覧会政策と実業教育政策を通じて、海外における外貨獲得及び日本の国威宣揚と、国内における産業の近代化を志向し、技術改革や意匠改善による工芸品の品質向上と量産化を目的とした。また、「日本美術」という概念の確立と定着に伴い、従来の家内制手工業の域のなかから、固有の手わざを重視する装飾美術品としての「美術工芸」が形成された。美術工芸の分離と意匠改良を目指した美術振興策の終了に伴い、第二期の工芸産業の発展は、時代の要請に応えた合理化・標準化・規格化による機械制大量生産の基盤づくりを目指した。第二次世界大戦後、工芸産業の発展の方向性は大きく変化した。太平洋戦争を経て戦後の復興を遂げたこの第三期は、明治期から受け継がれた機械化による量産を目指した振興策から、伝統技術の再評価によって手仕事に回帰し、工芸産業が「伝統」を扱う代表的な分野の一つとして確立された。高度経済成長の第四期は、伝産法の制定・実施によって、伝統工芸産業が地域社会に貢献する地場産業として捉え、産業の自律・持続可能な発展に向け振興を図った。第五期の伝統工芸産業は、産業の空洞化を防ぐためにより経済的振興策を強化しながら、日本の産業文化と伝統文化の顔として積極的に海外展開事業を推進していた。

表 2-1. 関連した出来事の年表

時期	年時	関連した出来事 (国の政策や社会運動など)	目的
第一期	1868	明治維新	日本社会における近代化・西洋化
	1877-1885	温知図録の刊行	工芸品に施す図案の標準化
	1877-1903	第1回内国勸業博覧会(1877) 第2回内国勸業博覧会(1881) 第3回内国勸業博覧会(1890) 第4回内国勸業博覧会(1895) 第5回内国勸業博覧会(1903)	欧米から先端技術の導入と国内産業の振興
	1887	東京美術学校の創立	伝統の日本美術の保護と育成
	1887	金沢区工業学校の創立	地方のデザイン教育と地場産業の振興
	1890	帝室技芸員制度の設立	皇室による日本美術, 工芸の保護奨励
	1897	古社寺保存法の公布	古社寺の建造物および宝物類の保存
	1907	文部省第1回美術展覧会(文展)	日本における美術の振興(工芸が排除)
第二期	1913	第一回農商務省主催図案及応用作品展覧会(農展)	輸出工芸品の意匠改良
	1919	生活改善展覧会の開催	日本における社交儀礼から服装, 食事, 住宅まで生活全般に関わる改善と合理化
	1920	生活改善同盟会の設立	
	1926	帝国工芸会の結成	産業工芸の育成と輸出振興
	1927	第8回帝国美術院展覧会(帝展)	第4部「美術工芸」の開設
	1928	国立工芸指導所の設立	日本固有の金工、木工、漆工、その他各種工芸産業の改善発達と指導育成
	1929	国宝保存法の公布	古社寺の建造物および宝物類と、それ以外の文化財の保護
	1933	重要美術品等ノ保存ニ関スル法律の制定	日本の古美術品などの海外流出の防止
	1935	実在工芸美術会の結成	美術工芸と対抗する新しい美的評価の創出
	1936	日本民藝館の開設	「民藝」という新しい美の概念の普及と「美の生活化」を目指す民藝運動の推進
第三期	1938	国家総動員法	国家総力戦の遂行のために、全ての人的・物的資源の国的統制運用
	1940	奢侈品等製造販売制限規則の施行	軍需生産の拡大には直接貢献しない不急不用品・奢侈贅沢品・規格外品などの製造・加工・販売の禁止

	1943	1月に大日本工芸会の設立 その後の5月に日本美術及工芸 統制協会の創立	戦時下の美術及び工芸に関する総合 的指導統制
	1948	日本輸出工芸展覧会の開催	輸出工芸の振興と拡大
	1950	文化財保護法の公布	文化財の保存・活用と、国民の文化的 的向上
	1952	創作工芸協会の創立	伝統工芸に近代的なデザインの導入
	1954	日本伝統工芸展の開催	伝統の手わざを重視した新しい工芸 品のカテゴリーの創設
第四期	1962	全国総合開発計画（一全総）の策 定	日本における地域間の均衡ある発展
	1974	伝統的工芸品産業の振興に関す る法律の公布（伝産法）	産地形成の促進を通じて地方の工芸 品の保護・継承と地域経済の発展
第五期	1992	伝産法の一回目の法改定	経済的支援策の強化
	2001	伝産法の二回目の法改定	伝統的工芸品産地のブランド力の 向上
	2001	「伝統的工芸品産業の振興に関す る基本的な指針」の公布	21世紀に向けた振興指針の提示
	2010-	クールジャパン戦略の策定	海外に向け日本のソフトパワーの強 化

4. 本章の結論

図 2-3 が示したように、約 150 年にわたり、日本の伝統工芸産業は手工業から出発し、機械の導入を経て再び手工業に戻ったという長い旅をしてきた。また、輸出の目的が 19 世紀後半から 20 世紀初頭までの外貨獲得や貿易拡大から、戦後の新日本のイメージ創出に移行したことによって、国家戦略における伝統工芸品に対する量産の追求が漸次に引き下げられた。それゆえ、現在日本において限り無く「美術」に近い「伝統工芸」は産業的性格から脱皮し、人びとの生活から切り離れ、単なる伝統的造形として認識される傾向が見られる。しかし、日常生活用品に位置づけられる限り、伝統工芸はより多くの人びとにとって手に入れやすく日常生活の中で活用されるものでなければならない。一方、同じ母胎から派生した伝統工芸と機械工業の関係は、それぞれの歴史的展開を経て、それぞれの生活文化を育んでいるため、二律背反的な関係のみならず、むしろ並行発展的な関係であるべきと指摘したい。したがって、伝統工芸の核心的価値について、大量生産される工業製品への対極として、その唯一性と手作業だけを強調するのは適切でないと考えられる。伝統工芸と機械工業では、それぞれ異なる特徴とものづくり文化を有するため、それぞれに応じた発展方策が必要とされる。しかし、現行の伝統工芸産業に関する発展・振興策のほとんどは、インダストリアルデザインの観点を取り込まれており、伝統工芸が内包される独自の生活文化を等閑に付すことは言うまでもなく、経済的な成果を振興の指標として一途に追求している。そこで、伝統工芸が具備する基本的な価値を再発見・再認識し、「つくる」行為か

ら「つかう」行為までを一体化した循環型生活文化を形成し、人びとの暮らしの中に伝統工芸を定着させることに寄与する新たな文化的振興策が求められるのである。したがって、手仕事に対する価値が高騰している今日、工芸概念に対する社会的認識の形成を解明すること、または伝統工芸といわれるものを製造する現場の実態を把握するなど、人びとの伝統工芸に関する習得・共有・伝達の過程を多角的に考察することが必要であると考えられる。

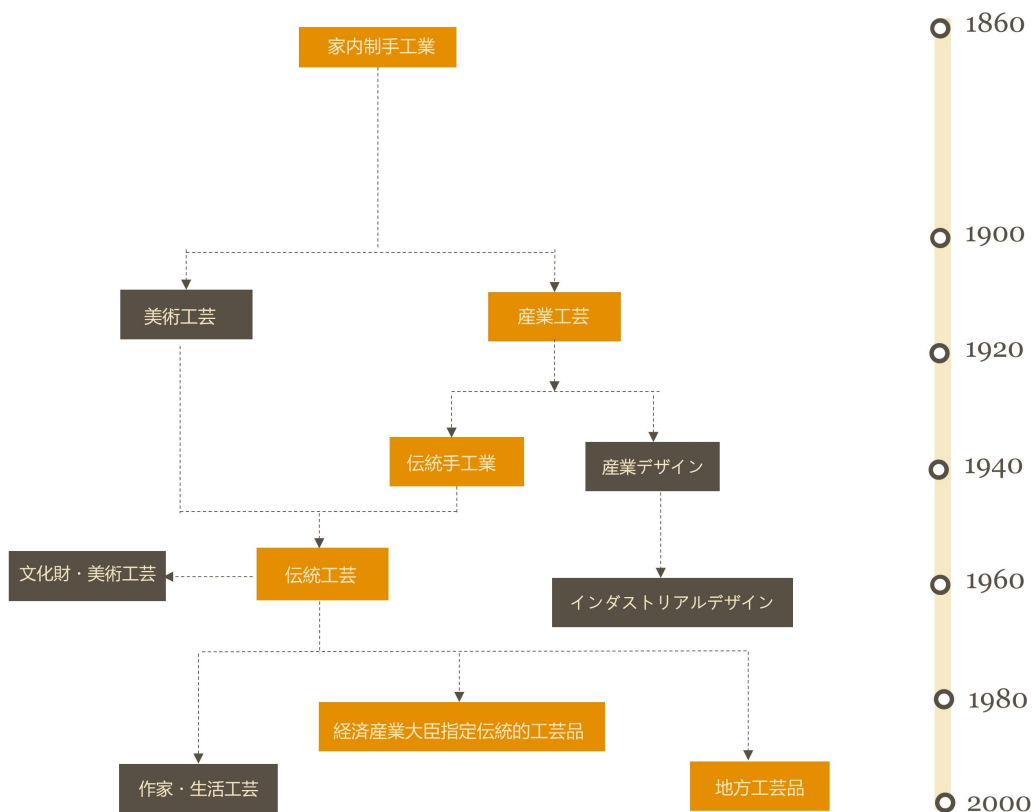


図 2-3. 伝統工芸産業の発展段階図

注および参考文献

- 1) 横井時冬：日本工業史(昭和2年刊の複製)，原書房，1982
- 2) 前田泰次：現代の工芸—生活との結びつきを求めて，岩波新書，1975
- 3) 鈴木健二：原色現代日本の美術(14)工芸，小学館，1980
- 4) 北澤憲昭：眼の神殿—「美術」受容史ノート，美術出版社，1989
- 5) 佐藤道信：明治国家と近代美術—美の政治学，吉川弘文館，1999
- 6) 森仁史：日本「工芸」の近代—美術とデザインの母胎として，吉川弘文館，2009
- 7) 木田拓也：工芸とナショナリズムの近代：「日本的なもの」の創出，吉川弘文館，2014
- 8) 出原栄一：日本のデザイン運動：インダストリアルデザインの系譜(増補版)，ペリカン社，1992
- 9) 前掲書7，152
- 10) 前掲書8，49-59
- 11) 畑智子：明治10年代の輸出工芸品にみる日本イメージの創出，デザイン理論，35，4-5，1996
- 12) 山崎達文：納富介次郎の目指したもの—工芸産業の育成振興にむけて，金沢学院大学紀要文学・美術編，1，145-156，2003
- 13) 前掲論文12
- 14) 宮崎清・三橋俊雄：前田正名にみる在来産業振興の理念と実践，デザイン学研究特集号，2(1)，2-5，1994
- 15) 明治17(1884年)に出版した文書、卷二十八。
- 16) 前掲書6，115
- 17) 比嘉明子：図案奨励策としての農展・商工展の様相とその意義，デザイン学研究，42(2)，73，1995
- 18) 安田祿造：「本邦工芸の現在及将来」(叢書・近代日本のデザイン14)，まゆに書房，38-41，2008
- 19) 岡昌代・坂本勝比古ら：日本における近代デザイン史研究(2)，デザイン学研究，52，52，1985
- 20) 工芸指導所官制，昭和3年3月31日勅令第47号。
- 21) 前掲書6，204-205
- 22) 斎藤信治：「工芸日本の顕示」(商工省工芸指導所編「戦後の日本工芸」)，商工省工芸指導所，46-50，1945
- 23) 辻成史：「戦後の工芸における伝統概念の形成」(第50回美学会全国大会発表要旨)，美学，50(3)，58，1999
- 24) 前掲書8，203
- 25) 宮崎清：地域資源活用に基づく地域づくり，デザイン学研究特集号，19-1(73)，14-21，2011
- 26) 田中みなみ：生活用具としての伝統的工芸品，デザイン学研究特集号，8(2)，

2-5, 2001

- 27) 第72回国会衆議院商工委員会第12号会議録, 1974年2月27日
- 28) 濱田琢司: 民芸ブームの一側面, 人文論究, 50(2/3), 111-124, 2000
- 29) Liliana MORAIS: Traditional Japanese Arts and Crafts: Historical and Political Trajectories from the Meiji Period until Today, Journal of International and Advanced Japanese Studies, 11, 139-146, 2019
- 30) 経済産業大臣 平沼 赳夫, 伝統的工芸品産業の振興に関する基本的な指針, 経済産業省告示第五百十九号
- 31) 内閣府知的財産戦略推進事務局(2000). “クールジャパン戦略”. 内閣府.
https://www.cao.go.jp/cool_japan/ (参照 2021-06-10).

図・表の出典

- 1) 図 2-1～2-2 筆者撮影
- 2) 表 2-1 筆者作成
- 3) 図 2-3 筆者作成

第三章 新聞記事の分析による工芸に対する
社会的認識の形成と変容

Chapter 3. Formation and Transition of Social Perceptions of
Craft through Analysis of Newspaper Articles

1. はじめに

今日、日常生活において工芸という言葉がよく使われているが、実は人によってその捉え方はさまざまである。たくさんの模様で飾られたものを工芸品と認識する人もいる一方で、一般に使うには高価な生活用具を工芸品と考える人もいる。このように、工芸に対して多様な理解の存在は、「工芸」概念の社会的な共有過程に関係している。そのため、本章では、人びとが「工芸」という概念をどのように共有しているか、その認識の形成過程を検討することに重点を置きたい。さらに、生活文化の構築は個人の行為ではなく、人びとの認識の共有によって構築されることから、本章では、情報を共有するために存在している新聞を研究対象として取り上げ、生活者の視点から分析を行う。

一方、日本社会における「工芸」概念は、美術概念の成立に対応して展開してきたことは、多くの先行研究によって明らかにされている。したがって、工芸に関する社会的認識の形成過程を明確化するためには、まずその原点、すなわち新来の西洋文明としての「美術」という概念がいかにかに日本社会に定着したかを明確化する必要がある。そこで、本章では、明治維新以降の日本における工芸に対する社会的認識の形成と変容を明確化するため、二つの部分から構成されている。前半では、明治期の新聞記事を広範囲に収録した『新聞集成明治編年史』[注1]を史料として、新来の西洋概念である「美術」が一般通念として近代の日本社会に定着していく過程を解明し、後半では、日本国内における最大の発行部数を誇る『読売新聞』から1900年から2000年までに「工芸」という用語を含む新聞見出しを抽出し、20世紀における今日的な工芸観の形成と変容を考察していく。

2. 明治期の日本における社会通念としての「美術」の受容過程

2.1. 研究背景と目的

日本において「美術」という言葉は、1873(明治6)年のウィーン万国博覧会の出品分類区分名としてはじめて登場した[注2]。以来、「美術」の概念の日本社会への導入・定着については、社会環境の変化や世界情勢の観点から数多くの研究がなされてきた。しかしながら、それらのほとんどは、行政文書などの史料に基づくいわば上部からの美術概念の導入・定着過程を分析したものであり、社会通念としての受容過程が明らかにされてきたとはいえない。

このことは、明治・大正時期における「美術」や「美」に関する辞書的な解釈からもうかがえる。表3-1に示したように、明治10年代に編纂された日本初とされる国語辞典の『言海』[注3]の解釈と、それと長らく国語辞典の双璧とされた大正時代に編纂の『大日本国語辞典』[注4]の解釈を比較してみると、美術に関する内容の範囲が大きく変わらなかったのとは対照的に、目的意識が大きく変化したことは明らかである。明治初期には、美術が人の慰みのため、いわば、人の心を楽しませる手段として認識されていたが、大正初期には、西洋美術の基準による美的表現の対象に取って変わることが分かる。さらに、「美」の定義として、従来の「醜い」の対義語や「内容が立派なもの」に加え、「賞賛すべきもの」や、「多様なものの調和統一に対する純粋な感情

を起こすもの」といった哲学的な解釈が加えられた。つまり、明治初期の美術は「受け手」に奉仕したのに対し、大正期の美術は自分の内面を表現する「モノ」を中心に据えた。

そこで本研究は、新聞記事を取り上げ報道の内容と傾向の変遷を分析し、これまで把握されてこなかった明治期の日本における社会通念としての「美術」の受容過程を明確化することを目的としたものである。

表 3-1. 明治・大正期における「美術」や「美」に関する辞書的記述

単語	辞書	解釈
美術	言海	工夫思考ヲ費シテ、人ノ慰ミノ為ニスル術ノ稱、詩、歌、音楽、畫、彫刻、等コレニ屬ス。
	大日本国語辞典	一. 色彩・形體・音律・言文等によりて美を表はすを目的とする技術。又、その製作。即ち、繪畫、建築、彫刻、音楽、文学などの類。藝術。 二. 特に、繪畫、彫刻等の稱。
美	言海	(1)ウツクシキ (2)味の旨キ
	大日本国語辞典	一. うつくしきこと。うるはしきこと。(醜の對) 二. 味のよきこと。うまきこと。美味。 三. 褒むべきこと。よみすべきこと。ただしきこと。 四. 「哲」総て、意欲を刺戟せずして内的快感を惹き起こすものにて、多様の純一、部分の調和によりて成立し、自己目的物的ものの稱。

そのためには、当時、美術に関してどのような情報が国民に伝えられ、社会に反映され、また、社会的関心事がどのように変化したのかを検討する必要がある。さらに、そのためには、西洋由来の概念を移植するために造語された「美術」が明治初期に登場してからの経時的なデータの収集に基づく調査・分析が必要である。一方、新聞記事には、通常、社会的出来事に関する報道、解説、論評といった機能が含まれている[注5]。それゆえ、本研究においては、社会において世論を形成すると共にそれを反映する新聞記事を調査対象とした。新聞記事に基づく社会意識探索の有効性については、樋口が「新聞報道と社会意識との因果関係を特定することが難しいが、新聞紙面に多く表れる主題や用語ほど人びとの念頭にも浮かびやすく、社会意識の高い顕出性を示し、両者の類似性や相関関係を確認できる」と述べている[注6]。本研究においても、調査対象である新聞報道を、美術に関する社会意識を導くツールとしてではなく、明治時代において広く共有されていた情報を国民が把握するための主要な手段として取り扱った。本研究は、その時代の新聞記事を分析することによって明治期の人びとが新来の「美術」概念をどのように共有したか、そのプロセスを確認しようとするものである。

2.2. 先行研究

明治期の日本における「美術」の概念の導入・定着過程に言及した先行研究は、主に作者や作品を対象とした日本近代美術工芸史と明治美術の制度化・政治化の二つの観点からなされてきた。

特に、後者の研究成果としては、美術評論家の北澤憲昭の著書『眼の神殿「美術」受容史ノート』[注7]と日本美術史学者の佐藤道信の『明治国家と近代美術—美の政治学』[注8]が挙げられる。北澤は「美術」という概念が明治時代に西洋から移植されたことを明らかにし、制度史的な観点からその形成過程を考察した。佐藤は、北澤の成果を踏まえ、美術に関連する用語の誕生を手がかりとして、その登場の理由、言葉の導入初期の意味とその変遷、その原因となる社会制度の実態と影響を、国民国家という観点から論じて、近代において構築された「美術」の意味を説明した。

さらに、坪井りんは、博士論文『明治期における日本近代「美術」概念の成立とその受容』[注9]において、美術概念の定着における受け手の重要性を初めて意識し、作り手と受け手の動的な関係から美術の受容とその価値意識の形成の歴史を明確化し、日本近代美術の成立にみられる相互作用による構造を解明した。特に同論文は、白馬会展覧会を報じた新聞記事を分析し、展覧会場における作品に対する観客の鑑賞志向や鑑賞意識を明確化しており、極めて興味深い。

しかしながら、西洋から概念として移植された「美術」が、いかにして日本の一般社会に受け入れられたかに着目した研究は、管見の限り存在しない。したがって、本研究においては、社会状況を反映すると考えられる新聞記事の分析に基づき、明治時代における「美術」に対する社会通念の形成過程を浮き彫りにしたい。

2.3. 研究方法

2.3.1. 分析方法

明治期の日本社会における美術をめぐる議論は、古今東西の「美」の理解に対する論争に加え、概念や範囲の確立や美術行政制度の実施などの複雑な相互作用を背景としており、分析がかなり複雑になることが先行研究を踏まえて予測された。また、新聞記事の質的分析を行う場合には、分析対象となる記事の選定に恣意性が入り込むことが問題となる[注10]。それゆえ、本研究においては、先入観の影響を排除し、質的データとしての新聞記事の全体像を客観的に捉えるため、樋口耕一が提案した「計量的分析の接合アプローチ」を採用した。その分析手順は次の二段階からなる[注11]。

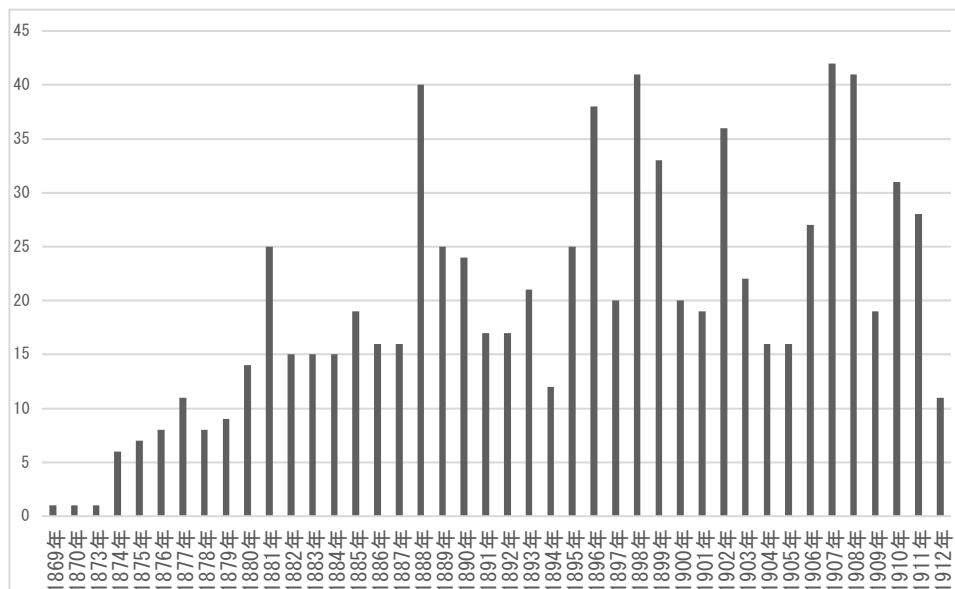
- ・ 第一段階：多変量解析を用いることで、分析者のもつ理論や問題意識の影響を極力受けない形で、データを要約・提示する。
- ・ 第二段階：コーディングルールを作成することで、明示的に理論仮説の検証や問題意識の追究を行う。

したがって、本研究では、第一段階として、階層クラスター分析や共起ネットワーク分析などの多変量解析を用いて、明治時代における「美術」を含む新聞記事の全体像を概観した。そして、第二段階として、コーディング作業を行うことによって、「美術」に関連した社会的出来事が、明治期という特定の歴史のかつ社会的文脈でいかに定義づけられたか、あるいは意味づけられたかという過程に着目し、社会通念としての美術概念の形成過程を検討した。

2.3.2. データの収集

本研究では、美術の社会通念の形成過程をいわば社会全体のボトムアップ的な観点から解明することを目的としたため、分析データとしてできるだけ多種類の新聞紙を収集することが必要である。しかしながら、小規模であったりその後統廃合がなされた新聞紙の記事の多くはアーカイブが存在しない。そこで、本稿では、明治時代の269種類の新聞紙の記事を収録した『新聞集成明治編年史』[注12]を研究史料として取り上げた。同書から1868(明治元)年から1912(明治45)年にかけて掲載された「美術」を含む記事を抽出し、設定した条件を満たす25種類の新聞紙の365件が得られた。表3-2は「美術」をキーワードとした記事のトレンドを示す。表3-2を見ていくと、1888(明治20)年の東京美術学校の開校以降、「美術」に関する記事が急激に増加していることがわかる。こうした傾向が新聞紙上に見られることから、明治時代の美術の共通概念を把握することが可能であると推測される。

表3-2. 明治期において新聞記事内に「美術」が含まれた年間本数の推移



2.3.3. データ範囲の再設定

本稿において取得した記事データは、大規模なテキストデータとなるが、それらのなかには、単なる場所を指す「美術館」、人の職業を表す「美術家」、また組織名などの固有名詞が大量に含まれている。そこで、試行的な解析を行い、テキストマイニングと言説分析にあたって無関係な内容と判断し、以下の基準で対象記事データの分類処理を行い、データ範囲を再設定した。

- ① 「美術」という単語を含む記事を抽出
- ② 「美術」の複合語と固有名詞のみを含む記事を除外

その結果、取得した対象記事データの37.5%の137件を、本稿における分析の対象データとして抽出した。

2.4. 計量テキスト分析の結果

2.4.1. 前処理

137 件の対象データを分析するため、フリーの計量テキスト分析ソフト KH Coder 3 を使用した。なお、図 3-1 に示すように、ソフトで自動処理によって検出する際、分析に必要と考えられる語を強制抽出するように指定した。例えば、「博覧会」という言葉が「博覧」と「会」のように分割され自動抽出で一つの語として認識できない場合、「博覧会」を一つの語として強制抽出させた。また、本研究において、記事に使用される全ての旧字体を新字体に変更した[注 13]。

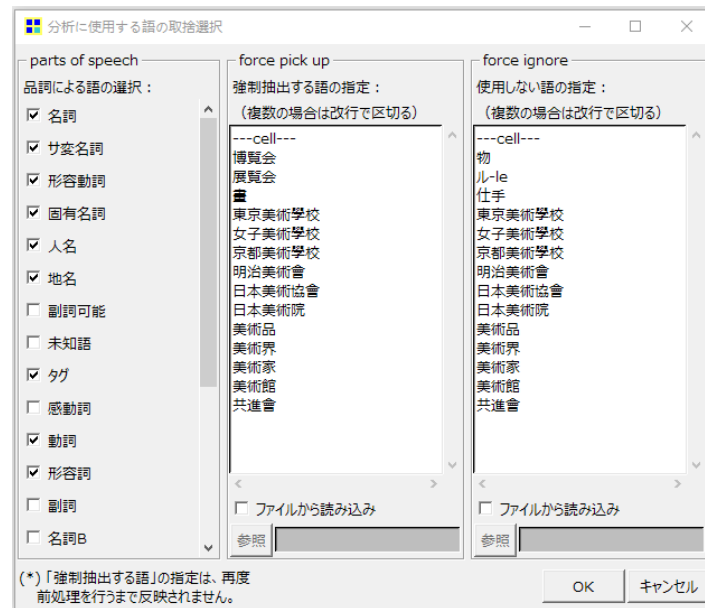


図 3-1. KH Coder3 の前処理において分析に使用する語の取捨選択の設定

2.4.2. 頻出語の分析

まず、対象記事データ内の抽出語の出現回数を確認し、頻出語を把握した。表 3-3 は総抽出語数の中で最も多く出現する単語上位の 50 語をまとめたリストである。

表 3-3 で示されたように、「美術」という単語が使われた記事のなかでは、コンテンツとして「画」「文学」「工芸」「彫刻」「建築」がよく言及されていることがわかる。現在のように絵画・彫刻である視覚芸術に限定的に使用される状況とは異なり、明治時代における美術は、広い分野にまたがる総合芸術を意味していたことがうかがえる。また、「博覧会」「展覧会」「学校」という言葉が頻繁に使われていることから、「博覧会」や「展覧会」が美術を社会へ普及するための具体的な場として美術概念の導入の役割を担い、後に設立された官立美術学校が美術教育の役割を果たしたことがわかる。このことは、「美術館」や「美術家」などの頻出した複合語の出現時期からも同様の傾向が確認される。「美術館」という単語が初めて登場したのは、1877(明治 10)年の第一回内国勸業博覧会の開催に関する記事においてである。一方、美術品の制作・研究にあたる人の職業としての「美術家」という単語の出現は、明治 20 年代中期のことであり、後に登場した「美術界」とともに、明治中期から頻繁に記事に現れるようになった。

表 3-3. 頻出語 50 語[注 14]

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
美術	331	雑誌	32	設立	22
画	312	裸体	30	仏国	22
日本	167	文芸	28	教授	21
博覧会	64	文部	28	事務	21
出品	60	オカクラ	27	女子	21
学校	57	建築	26	盛ん	21
展覧会	46	博士	26	西洋	21
奨励	44	歴史	26	陳列	21
研究	41	社会	25	ウエノ	20
明治	41	キョウト	24	欧米	20
文学	39	委員	23	青年	20
著作	36	諸氏	23	風俗	20
トウキョウ	35	新聞	23	保存	20
工芸	34	発達	23	一般	19
彫刻	34	保護	23	政府	19
博物	34	時代	22	非常	19
本邦	33	世界	22		

さらに、「美術」という単語の直前や直後にどのような語が多く現れるかを探るためにコロケーション統計を行った。その結果、直前に最も多く出現する「日本」(32回)や「本邦」(5回)が慣用的な連語として成立しており、新聞記事においては、西洋の「美術」より、日本の「美術」、つまり「ナショナル美術」について多く語られていることがわかった。また、「美術工芸」(14回)という新しい造語が頻出しており、それは、後に造形美術の構成ジャンルのひとつとなる「工芸美術」の萌芽と考えられる。

2.4.3. 階層的クラスタ分析による記事主題の抽出

続いて、抽出語を並べて示すだけでなく、対象記事に多く現れたテーマないしトピックを読み取るために、出現パターンの似通った語の組み合わせを探し、階層クラスタ分析を行った。類似性の指標として Jaccard 係数を用い、Ward 法により分析した。その結果、図 3-2 に示すデンドログラムが得られ、出現パターンの似通った語は A から F の 6 グループに分類された。

グループ A には「裸体」「風俗」の語が含まれており、日本社会の道徳や風俗問題とされた裸体の絵画・彫刻をめぐる一連の論争に関する記事が多かったことが読み取れた。

次に、グループ B は「建築」「博士」「時代」「歴史」「研究」「本邦」「世界」などの単語から形成されている。たとえば「数回欧米をも歴遊して時代的研究を重ね」や、「是を以て日本の言語、文學、歴史、稗史、美術、工藝及古今の風俗等、其他研究學修を奨励するの目的を以て」(「東京日日新聞」1892 年 9 月 9 日)といった形式で用語は用いられ、博士に代表される知識人が日本歴史や国際情勢の研究に活躍する記事が多いことがわかった。

また、グループ C には「西洋」「彫刻」「美術」「画」「工芸」といったジャンルに関わる用語、「奨励」「出品」「陳列」「青年」など「展覧会」に関わる語が集まっている。このグルー

プは、文部省美術展覧会(文展)をはじめ、さまざまな美術展覧会の開催事情に関連する記事が多いことが読み取れた。

グループDを見ると「学校」「教授」「設立」「発達」といった美術教育に関わる語が集まっている。「女子」についての記事を確認すると、「閨秀畫家の養成及び一般女子に美術趣味の普及のため」(「讀賣新聞」1906年6月21日)といったものが話題となっており、美術教育に関する記事のなかでも特に女子の美術教育に言及した内容が多い。

グループEは「文芸」「社会」「雑誌」「新聞」など、出版に関連する美術の情報発信についての用語が集まっている。実際の記事としては「その他の新聞雑誌によれる青年の徒の論議も、屢々開かれざるに非ざりしも、或はポスト・アンプレッショニストといひ、或は立方體派といひ、海外美術の新音を言譯的に傳ふるもの」(「萬朝報」1912年1月1日)といったものがあつた。

グループFは「文学」「著作」「保護」「保存」「欧米」など、主に著作権保護に関する語が見られ、文学または美術における著作物の全ての権利に関する法的条文が多く報道されていることがわかった。

以上のように、階層クラスタ分析によって、美術に関連する明治期の新聞記事にどのようなテーマないしトピックが多く含まれていたのかを分析した結果、それらは「裸体画論争」「歴史研究」「美術展覧会」「美術教育」「出版・情報発信」「著作保護」の6つの類型に分類されることがわかった。

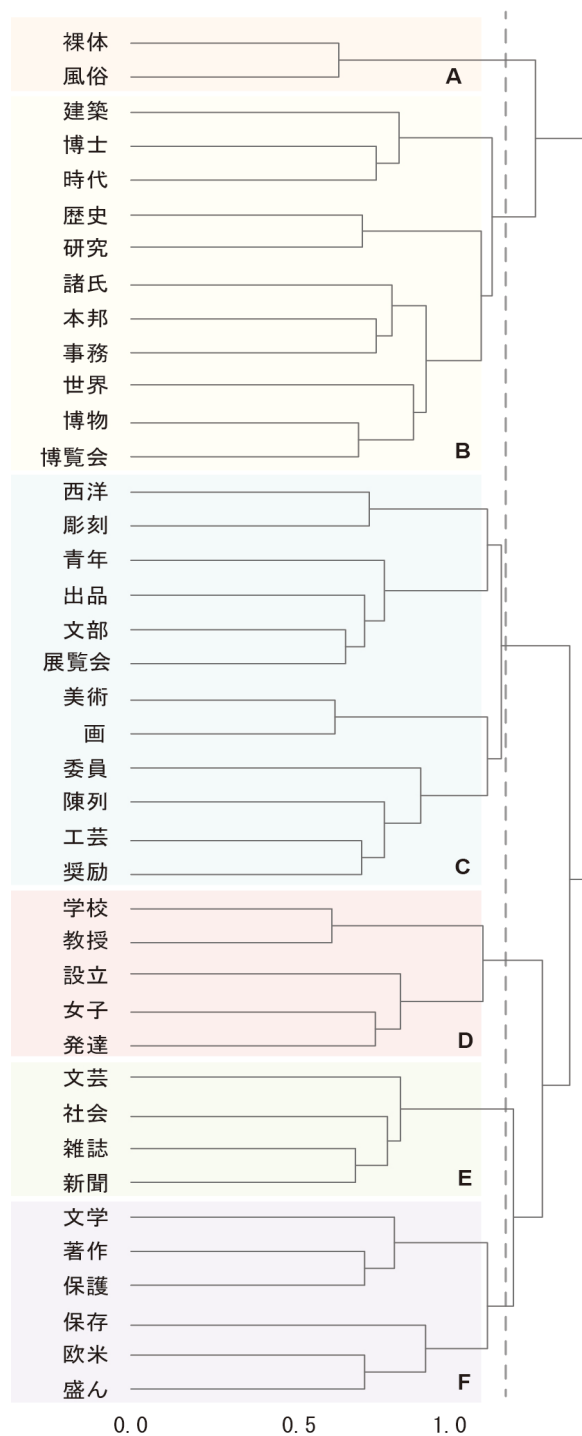


図 3-2. 階層的クラスタ分析の結果

2.4.4. 共起語ネットワーク分析による記事主題の抽出

前節では、階層クラスター分析に基づき、「美術」をめぐって掲載された新聞記事の類型を見出した。しかし、グループBならびにグループCは、他のグループに比べて大量の抽出語が含まれているため、それらの記事内容の特徴をより明瞭にする必要がある。そこで、より詳細なトピックを探るために、グループBならびにグループCに分類された単語が他のどのような語と親和性があるのか、特定の語と強く関連している場合はないかなど、他の語との関係を明らかにする必要がある。そのため、抽出された記事内における語同士の共通性の強さを示す共起ネットワーク図によって可視化した。その結果を図3-3に示した[注15]。

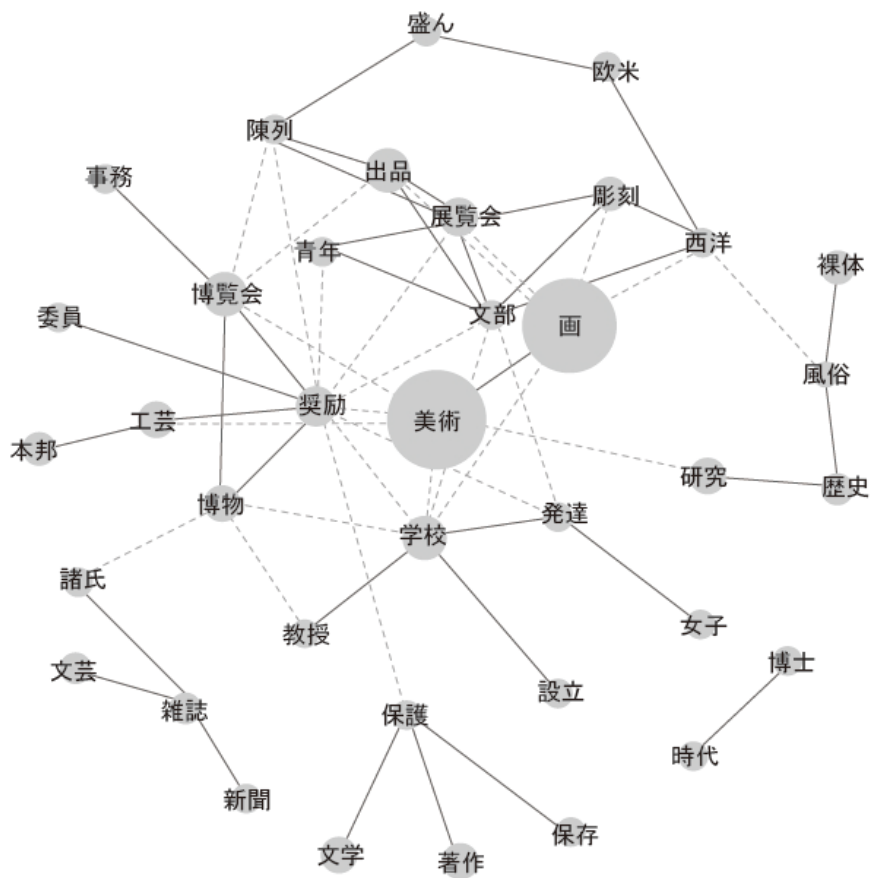


図3-3. 共起語ネットワークの結果

共起ネットワークの中心は、「美術」や「画」という単語であり、「西洋」「展覧会」「出品」「奨励」「学校」などの多くの単語とのネットワークを有している。また、「美術」と「画」の間が実線で結ばれており、これら二つの単語の間には最も強い関連性と共起性があり、かつ一つのグループに分類されることを示している。これは、美術に関しては、特に絵画に関する社会的な議論がかなり頻繁に行われていたことを意味している。また、グループA、E、Fは、階層クラスター分析の結果とほぼ一致しており、各グループ内で強い共起関係があり、テーマが明白であることを示している。

続いて、グループBの語をみると、「建築」や「世界」は出現しておらず、「博覧会」は「奨励」「博物」「事務」と強く結び付いているのに対して、「博士」と「時代」は単独のグル

ープに分類され、他の単語との共起関係が見られない。また、「歴史」や「研究」も、グループBから離れ「風俗」や「美術」と結び付いている。「博覧会」をはじめ最も多い11の語と共起している「奨励」は、「工芸」と強い共起関係にあることから、日本工芸の奨励振興を目的とした博覧会の開催に関する報道が明治期に活発になっていたことが読み取れる。

それに対して、グループCは「展覧会」という単語がネットワークの中心になっており、「出品」「彫刻」「文部」「青年」など多くの単語と結び付いている。それは、絵画・彫刻に特化した美術展覧会の開催や出品に関する多くの記事が数多く掲載されていたことを示している。

このように、対象新聞記事における共起ネットワーク分析によって、グループBならびにグループCの中心的な単語を特定し、記事のテーマないしトピックを確認することができた。その結果、上記二つのグループから、「絵画関連」「絵画・彫刻に特化した美術展覧会」「工芸奨励ための博覧会」という3つの主題を見出した。

2.4.5. コーディングルールによる対応分析

以上のように、接合アプローチの第一段階として、対象記事の中から自動的に単語を抽出して統計解析を行うことで、先入観によるバイアスを極力排除し、明治時代における美術に関して新聞記事の全体像を把握することができた。次に、分析の第二段階として、特定のテーマやトピクスに触れた記事とそうではない記事を分類するためにコーディング作業を行った。第一段階の分析結果を参考にしつつコーディングルールを作成し、そのルールに沿ってそれぞれの新聞記事にコードを付与していく作業である。この作業によって、各主題に言及した記事の数や割合などを用いて比較を行い、美術概念に対する社会的通念が形成された過程を検討することができる。

2.4.5.1. コーディングルールの作成

これまで、多変量解析を用いて記事の中のテーマを探索することはできたが、それによってデータ中のあらゆるトピクスを網羅的に把握できたとはいえない。そこで、多変量解析によって見出されなかったテーマないしトピックがあるかどうかを確認するために、グラウンデッド・セオリー・アプローチの初期段階におけるオープンコーディングの方法を参考に、新聞記事データ全体を見通して手作業で主題を分類した。その結果、表3-4に示すように10のカテゴリーを得た。

表 3-4. 手作業により分類した主題のカテゴリー

記事例	単語コード	主題
(前略)鬚髯男子にして婀娜たる婦女の態を學び、然も其眞に迫ると云ふは我日本特有の美術なり、(後略) - 「東京日日新聞」、1898年7月11日	俳優、日本特有、保存、技芸、熟練、上進、優美高尚	総合芸術
能樂は日本固有の美術にして之を保存し且つ斯道の盛ならんことを圖るもの、(後略) - 「時事新報」、1894年2月16日	能樂、日本固有、保存、盛、貴婦人、皇太后、下賜	
我國の美術と稱するものうち、繪畫は歐米諸國に優る所あるを以て、近来外國に於て我が古畫類を貴重する(後略) - 「郵便新知」、1882年5月31日	繪畫、優れる、妙技、衰頹、古畫、貴重する、奨励、共進会	日本の繪畫
(前略)スクモ繪畫ヲ保護シ奨勵シ需用シタルノ間ニ於テモ、上ニ丹青ヲ愛重スルノ人ナキ時ハ、(後略) - 「東京日日新聞」、1884年4月11日	繪畫、丹青、妙手、我國、画工、堪能、保護、奨励、技倆、退歩、文明	
(前略)其畫法も理學上美術の神髓を極め、着色、遠近、高低及光線の合等宜しきを得、(後略) - 「東京日日新聞」、1891年4月8日	開館、パノラマ、大發明、真景、着色、遠近、高低、描写、画法	西洋の繪畫
(前略)申す迄もなく西洋畫若しくは彫刻に於ては、裸體畫若しくは像は、美の眞髓として、極力之を摸し(後略) - 「国民新聞」、1900年10月22日	展覽会、裸體画、彫刻、西洋画、真髓、風俗、取締り、泰西の美術	
(前略)又繪畫雜誌といふを毎月一回宛發分し會員に分つ等、本邦特有の繪事を開誘して東洋の美術を發揚するの目的なりと。 - 「郵便新知」、1884年7月18日	繪畫、有志者、募る、講習会、雜誌、本邦、東洋の美術、發揚	出版・情報発信
(前略)此程アジアチック・ジャパンと題する美術及び工藝品に関する毎月一回發分の繪入雜誌を發行する旨を廣告したる由、(後略) - 「毎日新聞」、1888年6月21日	倫敦、工藝品、繪入雜誌、發行、日本美術、図画、美術品、手本	
(前略)文學的及美術的著作物に關し、著作者の權利を有効に且つ及ぶ限り均等の方法を以て保護せむ(後略) - 「日本」、1899年7月15日	ベルヌ、加入、文學的美術的、著作物、保護、同盟、調印、条約、權利	著作保護
(前略)第一條 文書、演述、圖畫、彫刻模型、寫眞、其ノ他文藝學術若ハ美術ノ範圍ニ屬スル著作物ノ著作者ハ、(後略) - 「官報」、1899年3月4日	著作權法、公布、著作者、權利、文芸、學術、美術、範圍、讓渡、規定	
(前略)此は兎も角も政府が美術奨勵の第一着手として計畫し、殊に優等品の買上げ等を実行せしを以て所謂正派同志會の反抗ありしにもせよ、一般美術家殊に青年美術家が奮發して熱心に製作を競ひし事は(後略) - 「読売新聞」、1908年1月2日	美術界、博覽会、展覽会、美術奨励、研究、進歩、發達、青年美術家、出品	美術展(博)覽会
(前略)本會に出品せる各國美術品の意匠を十分に理解せんには、各國民の文學を熟知し、彫刻、繪畫の表面に發動せる彼等が内部の感情に通曉せざるべからず。(後略) - 「時事新報」、1897年7月4日	万国美術博覽会、出陳、好評、日本美術品、彫刻、繪畫、妙味、意匠	
(前略)販路月に擴り、輸出歲に増す、唯斯業の面目を一新するのみならず、本邦美術の光輝を赫揚すること尠しとせず、洵に實業に精勵し衆民の模範とす、(後略) - 「東京朝日新聞」、1895年4月23日	七宝、緑綬褒章、工藝、製法、研鑽、發明、清賞、販路、輸出	輸出振興
(前略)協議も調ひたれば幹山傳七は多く同地の陶器地を取よせ、海外輸出をも盛大にせんとの見積りなりとぞ。 - 「東京日日新聞」、1881年2月28日	京都、陶器、名譽、發明、一法、活発、盛大、得意、海外、輸出、	
(前略)今回こそ、いよいよ日本美術の淵源を探り、其世界に冠たるの實證を確めんと熱中し、岡倉氏は又歸京後の參觀に供へんとて、見るがままに之を寫し取りたりと(後略) - 「時事新報」、1888年8月16日	取調、日本美術、淵源、繪畫、彫刻、古器物、歴史上、古物、變遷沿革	古器物調査・保護
(前略)神社佛閣の寶物類を蒐集し、又共有私有の物品たりとも、自ら保存し難きものは總て同館にて保護する事にせられ、一は往古傳來の寶物類を永遠に保全し、一は美術の進歩を擴張するの旨趣なるよし、(後略) - 「東京日日新聞」、1888年10月30日	美術館、御物、神社佛閣、寶物類、収集、往古傳來、保全、進歩、擴張	
(前略)今美術振興の時に當るを悟り今回自家に繪畫傳習所を開き、普く子弟を教育し美術學校等に入るの階梯となさんと企てあるよし。 - 「国民新聞」、1891年3月5日	繪畫、画才、美術振興、伝習所、開く、子弟、教育、學校	美術教育・普及
(前略)以て女子の手藝を奨勵し隆興せしむるに足るべき力なし。方今女子教育の進歩普及すると共に、其手藝の教育も次第に歩武を進め、既に職業學校美術學校等の設立(後略) - 「東京日日新聞」、1901年11月28日	女子、學校、協會、美術工藝、手芸、進歩、教育、設立、趣味、發揮	
(前略)維新後本邦美術再興の先驅者となりたるフェノロサ氏は、倫敦旅行中病死の電報ありたるに付、(後略) - 「東京朝日新聞」、1908年10月19日	日本美術、妙所、本邦、先驅者、フェノロサ、病死	有識者の訃告
神田區仲猿樂町の東洋女藝學校に、造花並に摘細工の教鞭を執り、傍ら同區田代町に造花摘細工教授所を開き居たる吉岡男成氏は病氣にて昨年五月より郷里秋田縣本庄町に轉地療養中なりしが(後略) - 「東京日日新聞」、1908年11月20日	東洋女芸學校、造花摘細工、教授所、客死、美術工藝	

そこで、手作業による分類から得られた主題のカテゴリーと前節における多変量解析の結果が一致しなかった部分についてその理由の考察を試みた。

表 3-5 を見ると、多変量解析からは読み取れなかったものの、手作業による分類によって得られたカテゴリーの中に確認されたテーマないしトピックとしては次のようなものがある。まず、「婦女服制」「装飾」「能楽」「演劇」「建築」などに言及した記事群を「総合芸術」というカテゴリーに分類した。これについては、明治時代の「美術」が現在の芸術の意味に近い、音楽、絵画、文学、演芸などを包括する官製用語であったため、非常に多義的な表現であり、対応するグループがなかったことも自然な結果であろう。また、「古器物調査・保護」に言及した記事群については、「総合芸術」と同様の理由で、「古器物」「社寺」「宝物」「御物」など複数の主題が存在するため、一つのクラスターに分類できなかったが、グループ B の「歴史研究」の一部がそれに対応するものと見なせる。一方、「有識者の訃告」に言及する記事群が存在するが、これらの記事で使われている単語が他の記事と比較して出現頻度が低いため、これらの表現を含む記事が多変量解析から漏れた可能性がある。

以上のように、10 のコードを作成した。作成したコード一覧と、コーディングのために使用した主たる単語、そして実際のコーディングを行った結果を表 3-6 に示した [注 16]。

表 3-5. 多変量解析の結果と手作業による主題分類の一覧

多変量解析	手作業
裸体画論争 (グループ A)	1. 総合芸術
工芸奨励ための博覧会 (グループ B)	2. 日本の絵画
歴史研究 (グループ B)	3. 西洋の絵画
絵画関連 (グループ C)	4. 出版・情報発信
絵画や彫刻に特化した美術展覧会 (グループ C)	5. 著作保護
美術教育 (グループ D)	6. 美術展 (博) 覧会
出版・情報発信 (グループ E)	7. 輸出振興
著作保護 (グループ F)	8. 古器物調査・保護
	9. 美術教育・普及
	10. 有識者の訃告

2.4.5.2. コーディングの単純統計

表 3-6 を見ると、対象記事のなかで「美術教育・普及」に言及した記事が最も多く登場し、全体の 36.5% を占めている。日本では 1872 (明治 5) 年の学制発布により、美術は教養教育の一教科として普通教育に位置づけられ、それまでの美術教育のあり方を根本的に変えた。つまり、かつて美術教育は画塾や工房のような限られた場で行われていたのに対して、明治維新以降は中等高等の普通教育でも美術が教えられるようになったことで、美術教育の基盤が大きく広がった。また、公的教育のほか、美術の振興や保護を目的とする美術団体の結成とそれらの活動も、社会における美術の普及に寄与したといえよう。

表 3-6. コーディング結果

コード名	コーディングに用いた主な単語	記事数	割合
1. 総合芸術	賞牌、服制、装飾、技芸、能楽、演劇、演芸、織り	26	18.98%
2. 日本の美術	絵画、絵事、丹青、名工、巨匠、古法、我邦、東洋、画技	25	18.25%
3. 西洋の美術	西洋、裸体、風俗、遠近、油画、彫刻、洋風画、泰西	10	7.30%
4. 出版・情報発信	印刷、雑誌、新聞、発行、講演、印行、掲載、刊行、発刊	20	14.60%
5. 著作保護	著作、複製、権利、保護、文学	3	2.19%
6. 美術展(博)覧会	展覧会、出品、陳列、意匠、妙味、計画、青年、出陳	47	34.31%
7. 博覧会・輸出振興	海外、輸出、物産、裨益、実業、販路、精励、買取、貿易	24	17.52%
8. 古器物調査・保護	古器物、保管、記録、取調、社寺、宝物、蒐集、伝来	12	8.76%
9. 美術教育・普及	思想、教化、育成、設立、教育、発達、普及、入学、審美	50	36.50%
10. 有識者の訃告	死、死去、逝去、遠逝、溘然、病死、客死	11	8.03%

「美術教育・普及」に続いて、絵画や彫刻に特化した美術展覧会や博覧会に関する新聞記事が多く掲載されたことがわかった。文部省美術展覧会をはじめ、美術展示会に関する記事が頻繁に新聞に登場したことは、社会的関心を集めたのみならず、何よりも新来の美術という概念に対する一般認識を深め、特に絵画や彫刻を美術の一ジャンルとして印象付け、絵画が美術の最上位であることを社会的に周知することに繋がったと考えられる。一方、日本の美術に言及した記事群は全体の18.3%を占めるのに対して、西洋風の絵画や彫刻に関する記事は1割に満たず、特にそのほとんどが裸体画論争に関する記事であったことが特筆される。このことは、新たに移植された西洋の概念としての美術に関する理念やジャンルの定義よりも、日本固有の美術はいかにあるべきかという議論に社会的関心が寄せられていたことを示している。

換言すると、明治期の美術をめぐる報道の多くは、美術教育もしくは絵画や彫刻に特化した美術展示会に言及する記事であり、前者は明治期の美術教育制度の確立と緊密に関連し、後者は新来の美術概念を社会へ導入する役割を果たしたと考えられる。また、日本の美術に関する記事18.3%が、西洋の7.3%の二倍以上多く掲載されていることは、西洋からもたらされた新来の概念より日本固有のものに対する社会的関心が高まっており、当時の社会において「日本の美術」とは何かが問われ始めていたことがうかがえる。

2.4.5.3. 時系列分析

続いて、明治期における美術をめぐる記事内容の把握のみならず、記事内容の傾向や報道件数が時間の経過に伴いいかに変化したかを検討するために、各コードの時系

列分析を行った。その結果を図 3-4 に示す[注 17]。

対象記事の主題別の年次推移をみると、「総合芸術」「日本の美術」「西洋の美術」や「出版・情報普及」は大きな変化がないのに対して、明治 20 年以降「博覧会・輸出振興」に言及する記事が漸次減少し、また「美術教育・普及」が急増する傾向がみられる。こうした報道傾向の変化からも、明治初期～中期における美術行政の重心が、明治 10 年代の殖産興業から明治 20 年代以降は美術教育制度の整備に移行していたことがうかがえる。また、明治前半期の殖産興業政策の一翼を担ってきた美術工芸品の輸出は、20 世紀に入ると欧米におけるジャポニズムの終焉とともに需要が激減したため、明治末期において再び通商貿易の発達を目指す美術工芸品の輸出促進に関する記事が多く掲載されることになったと考えられる。

一方、明治初期における「古器物保護・歴史研究」に言及した新聞記事は、維新による旧体制の崩壊などによって、毀損や海外流出の危機にさらされた古美術品を守ろうとした内容に加えて、「一は往古傳來の寶物類を永遠に保全し、一は美術の進歩を擴張するの旨趣なるよし」(「東京日日新聞」、1888 年 10 月 30 日)のような“考古利今”の理念[注 18]も掲げられた。しかし、明治 20 年以降の報道には、近代国民国家の成立による、日本帝国の文明を象徴する歴史遺産として保護しようとする傾向が強まり、特に明治末期における日本美術史編纂の勃興に伴い史的体系の研究といった方向に導かれた。美術展覧会に関する記事は、明治初期には内国絵画共進会や日本美術協会の展覧会が中心となり、明治中期には明治美術会や白馬会の美術展覧会に関する内容が著しく増え、また明治後期には文部省美術展覧会の報道が主軸となったことから、紙面内容が大きく変わったことがわかった。つまり、美術展覧会をめぐる記事内容は、日本固有の絵画から西洋風の絵画へ、そして最終的に絵画や彫刻に特化した美術へと変化していったのである。

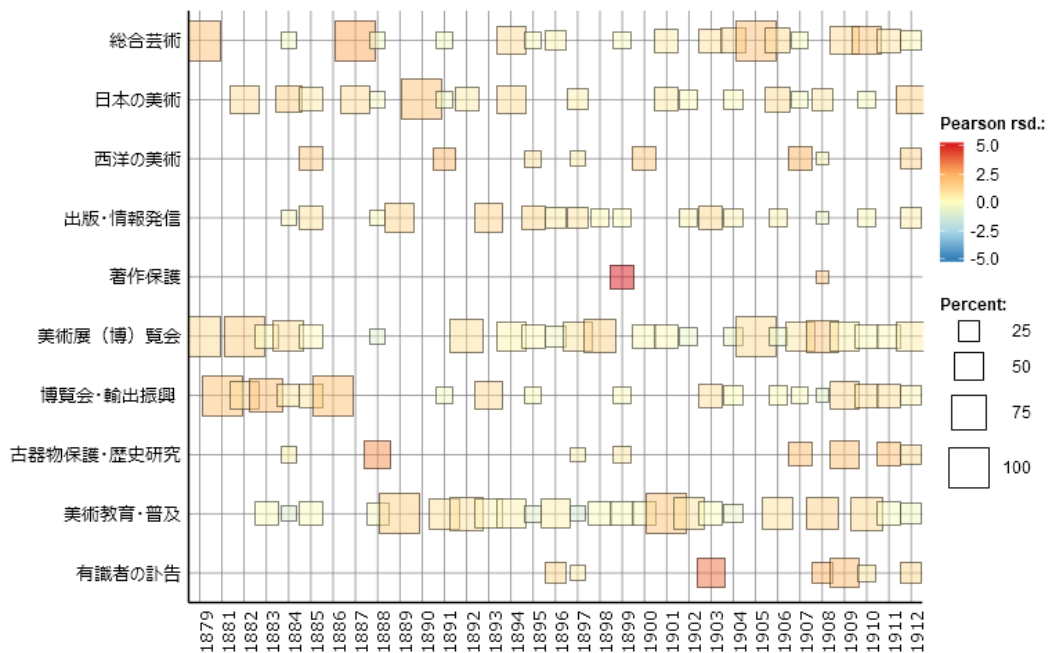


図 3-4. 各コードの時系列分析の結果

また、著作物の保護に関する記事が一時期に集中しているが、これは、明治 32(1899)年に日本が「文学的及び美術的著作物の保護に関するベルヌ条約」に加盟したことと、同時期に国内において著作権法が公布・施行されたことに深く関連していると思われる。

2.4.5.4. 「日本の美術」に関する時系列分析

最後に、日本の美術に関連した報道内容の傾向の変化を探るために、「日本の美術」に関するコードを、さらに主に使われる単語に基づき「本邦美術の振興」と「国威発揚」の二つに分類し（表 3-7）、時系列分析を行った(図 3-5)。その結果、図 3-5 に示したように、「日本の美術」に言及した記事数は明治期の 50 年間には大きな変化がなかった。しかし、明治前期における報道の多くは、日本の美術、特に日本固有の画技の後進性を訴えるとともに世界の先進国に伍していくために美術振興の必要性を説いるが、これに対して、明治中期以降は、日本美術の優位性を主張する論調に変わり、国威発揚のための美術奨励に重点を置いた記事が増加する傾向がみられた。

表 3-7. 「日本の美術」に関するコード

コード名	主に使われる単語
本邦振興	衰頹、振興、保護、振起、衰運
国威発揚	宣揚、発揚、賛称、高尚、冠絶、長所、誇る、国威、赫揚

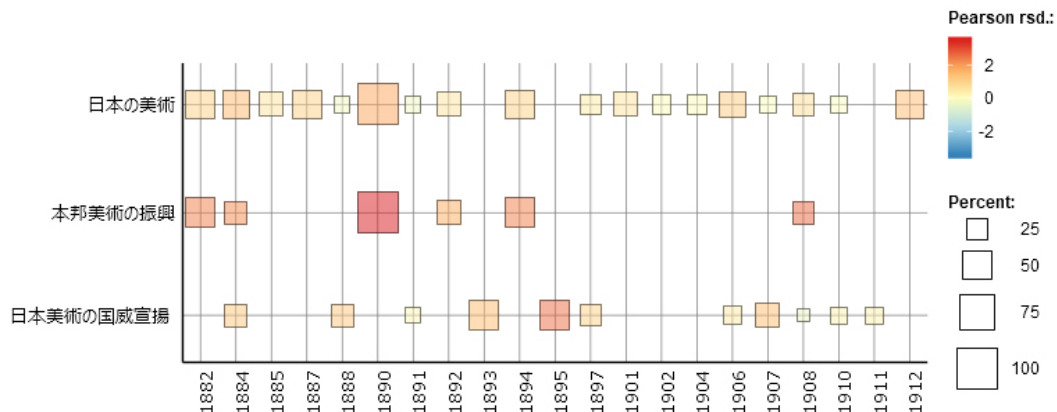


図 3-5. 「日本の美術」に関する時系列分析の結果

以上のように、時系列分析を用いて、明治期における美術に関する記事の傾向や件数が時間の経過とともにどのように変化したかを考察した。その結果、明治前期における記事の多くは、開国後の日本を西洋並みにするための「本邦の美術の振興」「絵事において衰頹の挽回」「美術工芸品の輸出拡大」や「古美術の保護」などの内容が中心であった。その後、近代天皇制による日本の「国民国家」形成の下で、美術に関する記事の重点は次第に「日本固有の美術の保存」「邦人固有の美術思想の発達」「本邦美術の光輝の赫揚」などに移行し、記事内容からは「日本」意識の高揚がうかがえる。また、明治 20 年以降、明治美術会に代表される西洋美術団体が積極的に洋風画の展覧会を開催したため、裸体画をめぐるって交わされた一連の社会的論争が新聞を舞台として展開

され、当時の日本社会に衝撃を与えたといえよう。また、明治 20 年以降、明治美術会に代表される西洋美術団体が積極的に洋風画の展覧会を開催したため、裸体画をめぐって交わされた一連の社会的論争が新聞を舞台として展開され、当時の日本社会に衝撃を与えたといえよう。

2.4.5.5. 新聞読者層の対応分析

次いで、送り手のみならず、受け手である新聞読者層といった視点から分析してみたい。表 3-8 に示すように、137 件の対象記事の中で美術に多く言及した「東京日日新聞」「郵便報知・報知」「時事新報」「国民新聞」「日本」「東京朝日新聞」「読売新聞」「万朝報」の 8 新聞紙を取り上げ、歴史学者の山本武利が提示した明治 30 年代前半の東京主要六新聞の読者層の実態[注 19]を参照しながら、表 3-8 に各紙の読者層の特徴によって分類した。

表 3-8. 新聞紙の読者層の特徴による分類

新聞紙	主な読者層	分類
東京日日新聞	教育水準の高い人、官吏	知識人層
読売新聞	学生、教員、文学愛好者	
日本	教育水準が高く、政治に関心が高い人	
国民新聞	官吏、政治に関心が高い人	
東京朝日新聞	中小商人	商工者層
郵便報知 報知	商人、主婦など中小商人の 家庭	
時事新報	産業資本家、商業資本家、 官吏	資本家層
万朝報	商人、職工、学生、農民、 車夫	労働者層

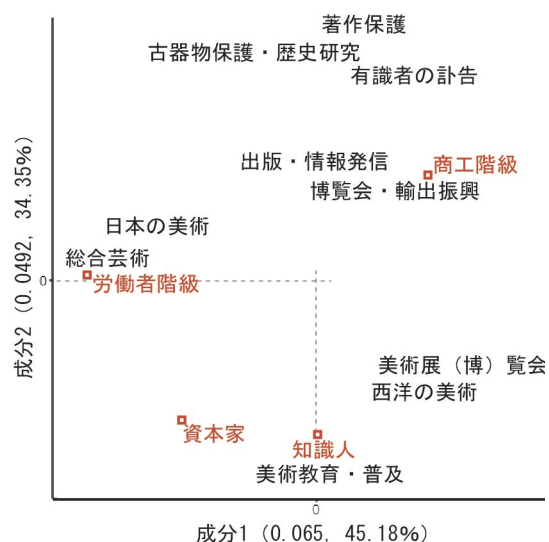


図 3-6. 読者層の対応分析結果

その結果、図 3-6 に示すように、学生、教員、官吏を中心とした教育水準の高い知識人層の読者や経済力のある資本家層の読者は日本の伝統美術の再編よりも新来の西洋概念の移植、とくに美術に関する政治的な報道記事に関心が強かったようである。これは新聞のなかでも、政府擁護の論陣を張る御用新聞である「東京日日新聞」、政府系新聞の代表的存在の「国民新聞」と当時唯一の「大新聞」であった「日本」は、仮名のない比較的難解な文章や政治問題を取り上げた社説が多く掲載されており、労働者層を排除し、もっぱら政治意識の高い層の読者に限定されていたためである。

一方、当時東京一の発行部数を誇った「万朝報」は低定価と編集方針から、職工や車夫、配達人などの労働者層に人気を博していた。労働者層の読者が明治三十年代前半に日本新聞史上最初に登場したことは山本が次のように示している。「産業革命に伴う工場産業の発展により、特に大都市を中心に労働者が増加したが、教育制度の普及によって彼らのリテラシーは向上し、新聞を読み得る最低限のリテラシーを持つようになった」[注 20]。また、常に知識人層や資本家層を支配層と位置付け挑戦すること

を編集方針とした「万朝報」は、被支配者を保護し支配者を攻撃する一貫した報道姿勢を貫いており、新来の西洋概念に対抗し在来の伝統美術を擁護するという当時の商工者層や労働者層の人びとの姿勢をうかがうことができる。

他にも、「郵便報知・報知新聞」や「東京朝日新聞」は、「政治情報よりも経済情報の報道に努力し、国内外の商況を迅速かつ豊富に報道する」[注 21]という理由で、商工者層を中心に支持を得ていた。特に、明治中期の「報知新聞」は、従来の政論紙から編集方針を一転し「家庭新聞」を謳い、婦人や女子に向け家庭記事を多く掲載したことで、当時主として中小商人の家庭においてよく読まれていた[注 22]。商人や実業者、会社銀行員の商工者層はビジネス情報に敏感で、美術出版や輸出貿易関連、いわば美術の経済的側面に高い関心を持っていた。

このように、政治意識の高い知識人層が美術の政治面に関心を抱いていたことに対して、中産階級の商工者層は美術の経済面に注目しており、それに対して、労働者層の人びとは、新来の西洋概念よりも日本固有の美術にこそ関心を寄せていたといえよう。

2.5. 本節の考察

2.5.1. 「美術」に対する社会的通念の形成過程

明治期の日本における美術をめぐる情報発信の内容や傾向を把握するために、新聞記事 50 年分をテキストマイニング手法により分析した。その結果、明治時代における「美術」に対する社会的認識の形成過程は、次の三段階に分けることができる。

(1) 第一段階—明治 10 年代まで

「美術」という言葉が初めて紙媒体に登場したのは、1872 年 1 月発行の「太政官日誌」に収録された「ウィーン万博の出品心得」である。しかし、仮名のない難解な政令文章や発行部数の制限は知識人層以外を排除したため、当初、新たな造語であった「美術」は一般民衆から遠い存在であった。その後、美術局や美術館など、美術に関わる施設が続々と現れ、「美術」という言葉は徐々に人びとの生活に浸透していったが、それに対応する概念や内容は広まらず、ただ単に西洋から移植された一造語にとどまった。特に、内国絵画共進会から西洋絵画を排斥したことは、西洋美術という概念のさらなる社会的な普及を妨げたといえよう。一方、急速な西洋化を求める明治政府が推進した殖産興業の下、輸出拡大に伴う絵画技術の需要から、日本では古くから受け継がれてきた絵画や工芸の振興が、美術関連の記事で多く取り上げられるようになった。つまり、この段階における、美術に対する社会的認識は、西洋から移植された概念としての視覚芸術よりも、産業的な意味あいの強い“実用品”に近いものであったと考えられる。

(2) 第二段階—明治 20 年代～日露戦争の終戦

大日本帝国憲法が公布された明治 20 年代の日本では、美術教育制度の確立とともに、明治初期の鹿鳴館に象徴される極端な欧化政策の反省から、ナショナリスティックな「日本」意識が徐々に形成されはじめた。したがって、美術に関する新聞記事は、それまでの殖産興業論と一線を画し、美術が日本固有のものとして、すなわち美術の伝統性を強調する傾向がみられる。

一方、日本の絵画の復興を強く推進し、西洋絵画を抑圧する国からの動きに不満を抱えて結成された明治美術協会の積極的な活動により、それまで一部の者に専有されてきた西洋美術が頻繁に新聞に取り上げられるようになり、大衆が西洋美術を知るきっかけを作ったといえよう。特に、黒田清輝をめぐる裸体表現の是非が論じられた「裸体画論争」が新聞を舞台として展開されたこと、また、それは、表面的には西洋の「美」の表現と日本の伝統的な道德観との衝突であったが、実際には当時の日本における西洋美術の価値観に関する社会的共同の模索であり、以降の美術に関する西洋を規範とした美的価値体系の確立・受容に寄与した。

このように、明治 20～30 年代において、美術に対する社会的認識は、「旧来の絵画・工芸＝日本美術」「それ以外の絵画・彫刻＝西洋美術」といった相対的な概念構造として形成されたと考えられる。一方、この段階の日本社会は、「日本美術」や「西洋美術」の定義が行われぬまま、西欧美術の価値観や価値体系をいち早く受け入れたことも注目すべきであろう。

（3）第三段階－明治 30 年代末～大正初期

日露戦争後、欧米の国々と対等な地位になるという明治維新の目標を達成し、アジアで唯一の列強国になった日本は世界に対して優位性を自覚した。この頃の日本には、一般大衆の教育水準の向上と社会経済の発展により、人びとの一般政治や社会問題への参加意欲が高まっていた。1907(明治 40)年、黒田清輝・正木直彦らの建議により、明治政府がはじめて開設した公的美術展覧会である文部省美術展覧会は、それまで対峙していた日本美術と西洋美術の各派総合の美術展となり、あらゆる職業の人びとに公開されることとなった。当時の人びとが目にするのができた西洋絵画は、量的には油絵のタブローより版画や挿絵の方が多かったこと[注 23]に対し、文展の一般公開は、これまで遠ざかっていた西洋絵画の中心であった油絵を間近で鑑賞する機会を創出した。そのため、一般の人びとは初めて素材や技法で「日本画」と区別される「西洋画」というジャンルを認識し、「旧来の絵画・工芸以外の美術」といった第二段階に形成された認識から徐々に「西洋美術」という概念を受け入れていったと考えられる。また、この時期に新聞や雑誌の美術批評が盛んになり、青年作家や青年画家の作品や名前が一般社会に知られるようになっていった。そうした社会的議論の広がりも、結果的に美術概念の定着を促したのである。

換言すると、官製用語として誕生した「美術」に対する社会的認識の形成は、第一段階における実態、つまりものから、第二段階における価値観ないし価値体系に、また第三段階における概念、いわばジャンルへと展開していったと考えられる。北澤は、「翻訳によって西洋から移植された『美術』が実態として制度化されていったのは、国粹主義の時代、すなわち明治 10 年代後半から 20 年代にかけて」であったと指摘したが[注 24]、それはエリート層を中心とする上流社会に限られていたと考えられる。それ以外の一般の人びとの間では、明治末期に文展の開催により美術概念が初めて定着したといえよう。つまり、エリート層を中心とする上流社会の人びとが概念やジャンルから実態に、さらに価値観ないし価値体系という順番で「美術」を受け入れたことに対して、一般民衆はほぼ逆のプロセスで美術を理解してきたのである。

2.5.2. 「美術」概念の定着による絵画の機能性の低下

江戸期には「日本画」といったジャンルが存在せず、障屏画や掛軸など、用途に応じてさまざまな呼び名があった。明治初期以降、欧米との格差を解消するために、明治政府が「美術」という概念を導入したことで、既存の絵画は一旦素材・技法名に分解され、その後「西洋画」の相対概念として、一括して「日本画」に統合された。こうした動きによって、絵画は日常生活における従来の機能性・意味性が失われ、次第に単なる鑑賞対象になっていった。明治期の人びとにとって、それまで日常生活において身近な存在として親しまれていた絵画は、「日本画」というジャンルの形成とともに、博覧会や展覧会に出品される孤高の美術作品となったのである。このように「日本画」が美術となってゆく過程は、「日本画」が西洋を規範とした美的対象となる過程であり、西洋から翻訳によってもたらされた「美術」概念が、実用的な技術と袂を分かち、芸術として成立する過程でもあったのである。こうした実用性との乖離は、ものづくりにも表れている。今日、日本において限り無く「美術」に近い領域と受け止められている「工芸」は、実用的性格から脱皮し、人びとの日常生活から切り離され、伝統的造形として認識される傾向が見られるのも、その結果の一つの事例であると考えられる。

3. 20世紀における工芸観の形成と変容について

3.1. 研究背景と目的

本節では、「美術」という概念が日本社会に定着したことにより、意味上も境界領域上も曖昧になっていった「工芸」に対して、明治後期以降、いかに今日的な社会的認識に形成・共有してきたかを検討することを目的とする。そこで、日本国内における最大の発行部数を誇る『読売新聞』から、1900年から2000年までの「工芸」という用語を含む新聞の見出しを抽出し、テキストマイニング法を用いて、100年にわたる工芸にまつわる用語の変化を解析し、20世紀における工芸観の形成・共用過程を概観していく。

3.2. 先行研究

伝統工芸に対する認識調査の多くは、年代や年収、ライフスタイルなど特定の回答者を対象に質問紙調査形式で行われている。例えば、高橋智子は、造形・美術教育における伝統や文化の学習の在り方を探るために、2018年9月から2019年3月にかけて九州各県と静岡県の大學生 882名を対象に、使い手の視点から大學生の「伝統的工芸品」に対する知識や興味関心の意識調査を実施した[注25]。その結果、18歳から22歳の大學生において、食文化および衣文化に関連する伝統的工芸品の認知度が高いものの、約4割の対象者は使用経験がなく、5割以上が出身地の伝統的工芸品を知らないことが明らかになった。また、CCCマーケティング総合研究所が2022年3月に全国の20～60代の男女 8,739名を対象に実施した、日本の主要な伝統工芸品の認知・購入意向についての調査では、全41品目中、70%以上の認知度があるのはわずか6品目で、30%未満のものは15品目と、認知度向上に課題を抱える伝統工芸品が多数あることが確認された[注26]。

しかし、比較的容易に実施できる質問紙調査は、客観的かつ一般的に現状を把握で

きる反面、あらかじめ決められた質問に対して回答を選択するため、回答者の潜在的な心理を深堀することが難しく、また多くのサンプルを集めてもそれは世間全体の意見と完全に一致するとは限らないという難点がある。そこで本調査では、世相をより反映する新聞記事の見出しを研究対象として、「工芸」に言及した関連用語の分析を通じて、100年にわたる「工芸」に対する社会的認識の形成と変容を捉えようとするものである。

3.3. 新聞記事における見出しの重要性

一般的に、新聞記事は「見出し」と「本文」で構成されている。前述したように、新聞記事は、社会的事象を忠実に報道し、人間生活の動きを如実に物語るため、時代の雰囲気に触れて世相を研究する上有力な史的資料となる。見出しは、記事の最も重要な部分を抽出し、内容の要点を一目でわかるように要約して、読者を本文に誘い込むという重要な役割を担っている。新聞読者からすると、見出しを見ただけで記事のおおよその内容を想定し、かなりの読者が実際の記事本文を確認せずに見出しだけから情報を得ている。そのため、「工芸」を含む新聞の見出しに注目し、それを分析することは、20世紀における社会的な工芸観の形成と変容を理解する上で重要であると考えられる。

3.4. 研究方法

3.4.1. データ収集

本調査では、日本の代表的な新聞社『読売新聞』のオンラインデータベースである『ヨミダス歴史館』[注27]を利用して、『読売新聞』の全国版と地域版を含め、1900年1月1日から2000年12月31日まで100年間の紙面に掲載された主見出しから、「工芸」という文字を含む見出しを抽出した。その結果、設定した条件を満たす3441件を抽出し、20世紀における『読売新聞』に掲載された見出しに「工芸」が使用された回数を表3-9に示した。

表 3-9. 新聞の見出し内に「工芸」が含まれた年間本数の推移

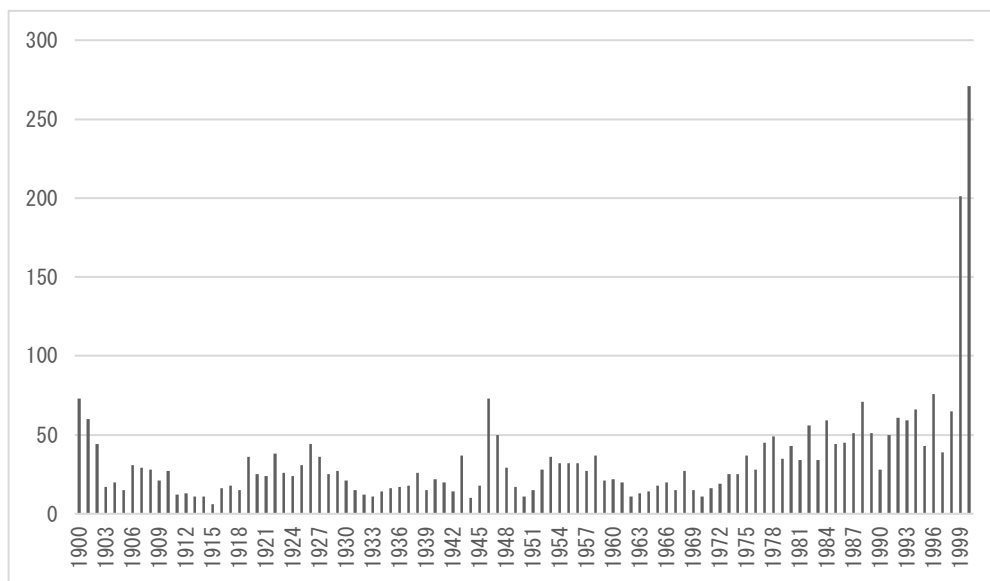


表 3-9 を見ると、20 世紀前半から高度経済成長期の 1960 年代までは「工芸」を含む見出しが、年間 20 件前後で推移していたものが、1970 年代半ばから少し増え始め、1999 年 (201 件) と 2000 年 (271 件) で一気に増加しているのがわかった。特に、1946 年 (73 件) と 1947 年 (50 件) の見出しが前後の年に比べて突出して増加したことは第二次世界大戦の終結と関連し、1975 年以降の増加は『伝統的工芸品産業の振興に関する』の公布・施行がきっかけになったと考えられる。また、当該法律の法改正が行われた前年の 1991 年と 2000 年には、見出しが大きく増加する傾向が見られる。

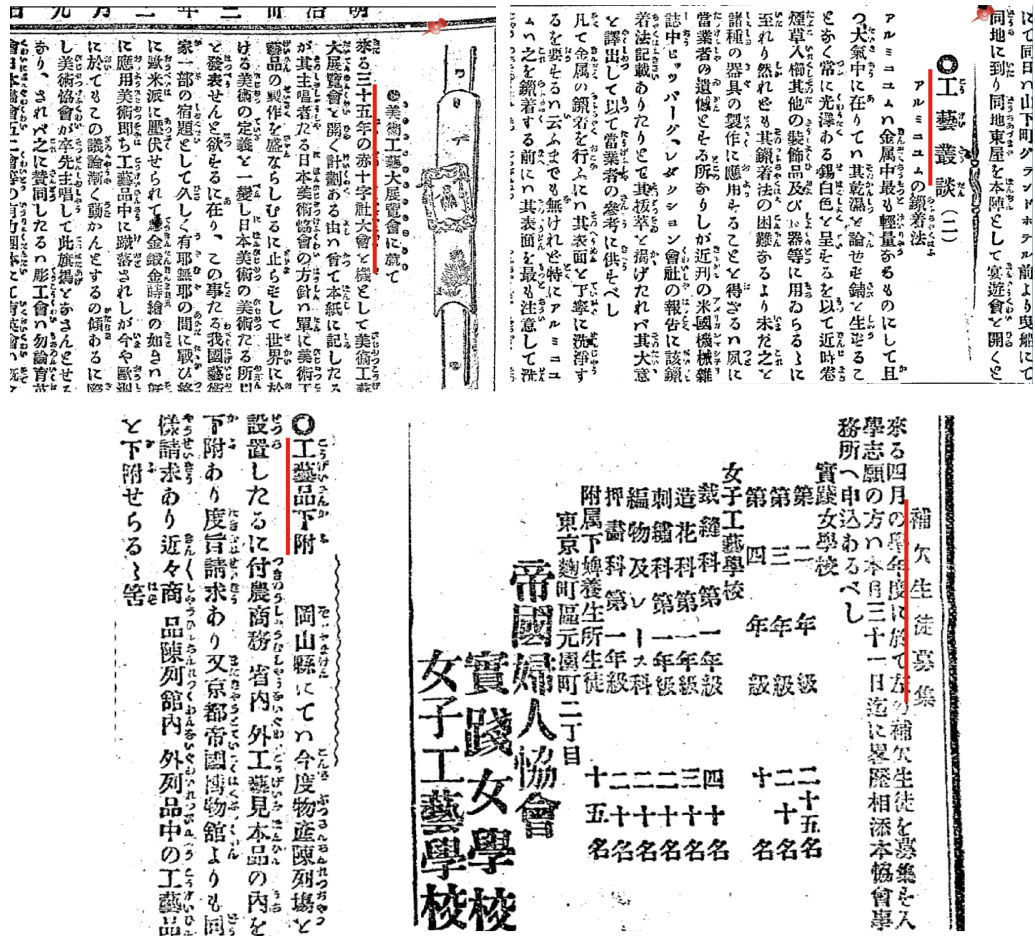


図 3-7. オリジナル紙面のキャプチャ

表 3-10. 元のタイトルと登録された見出しの例

元のタイトル例	登録された見出し例
美術工芸大展覧会に就て	1902 年美術工芸大展覧会で日本美術の巻き返し狙う／日本美術協会
工芸叢談(二) アルミニウムの鑑着法	[工芸叢談]=2 アルミニウムの鑑着法(連載)
工芸品下付	岡山県に物産陳列場設置 内務省から工芸品を下付
補欠生徒募集	[広告]補欠生徒募集／帝国婦人協会 実践女学校 女子工芸学校

一方、読売新聞社は、活字時代に検索できるテキストデータがなかったことと、明治時代において記事に見出しがついていなかったことを鑑み、明治時代から昭和終戦直後ごろの記事のタイトルを現代の言葉に置き換えて、見出しとして『ヨミダス歴史館』に登録している(図3-7、表3-10)。そこで本研究では、「工芸」に言及した関連コンテンツを分析するため、より情報量が多く、現代の用語に即した見出しのほうがテキストマイニング分析に適していると考え、『ヨミダス歴史館』に登録された見出しに準拠してデータ分析を行った。

3.4.2. データ分類

本研究において収集した見出しデータは、大量のテキストデータでありながら、内容が豊富で大きな差異があることがデータ収集段階で判明した。そこで、対象データをより適切に分析するために、『ヨミダス歴史館』から提示されている情報をもとに、3,441件のデータを表3-11のような8つのジャンルに分類した。また、文字列を単語単位で分解して有益な情報を抽出するテキストマイニング法の特徴を踏まえ、本研究では「記事」「広告」と「連載・特集」[注28]という3つのカテゴリーに着目して分析した。

表3-11. 対象データの見出しの内容による分類

見出し例	掲載日	ジャンル	掲載件数
戦時貿易策の尖兵 輸出工芸振興 へ 商工省内に委員会設置	1939年07月20日	記事	1749
伝統工芸の活性化策、通産省の研究会が提言	1928年06月06日		
[広告]伝統工芸品 桐たんす／相徳	1989年05月02日	広告	1055
[広告]補欠生徒募集 電気科 機械科／本郷弥生町日本工芸学校	1907年09月15日		
[工芸叢談]=2 アルミニウムの 鑑着法 (連載)	1900年04月13日	連載	497
[顔]=459 芹沢ケイ介=染色 工芸家 民芸人気、飾らず精進 (連載)	1977年07月12日		
[「現代日本の工芸美術」に就て]= 上／広川松五郎	1928年08月30日	特集	41
第15回日本新工芸展 造形美競 う若い世代=特集	1993年06月28日		
婦人手工芸品展覧会売店募集 婦 人手芸講習／日本産業協会 読売 新聞社 (社告)	1925年11月11日	社告	94
[社説]わが美術工芸の革新期	1901年08月28日	社説	3
[短評]「ガラス工芸」	1975年07月15日	短評	1
[公告]移転並求人公告／商工省工 芸指導所	1945年12月17日	公告	1

3.4.3. 分析方法

前項と同様に、本研究では、フリーの計量テキスト分析ソフト KH Coder 3 を用いて、3つのカテゴリー合計 3,342 件の対象データを分析した。対象見出しに頻繁に出現する単語を抽出し、共起ネットワーク分析による頻出語間の関係を可視化し、各頻出語の出現パターンから「工芸」に関わる内容を読み取れた。また、クロス分析による、内容の経時的変化を把握し、20 世紀における工芸観の形成と変容を明らかにした。

3.5. 計量テキスト分析の結果

3.5.1. 抽出語の頻度分析

まず、テキストデータの全体像を把握するために、対象見出し内の抽出語の出現回数を確認し、各カテゴリーの頻出語を分析した。表 3-12 は、「工芸」を除く 3つのカテゴリーで、それぞれの総抽出語数の中で最も多く出現する単語上位の 20 語をまとめたリストである。

表 3-12 で示されたように、「工芸」に言及する場合、「記事」「広告」「連載・特集」のいずれものカテゴリーでも、「美術」「日本」「伝統」が最も多く出現し、20 世紀の日本では工芸における芸術性や伝統性という属性が顕著であり、工芸が美術において伝統を扱う主要な領域として認識されていることがうかがえる。また、「記事」や「連載・特集」のカテゴリーで、「手」という言葉が頻繁に使われていることが工芸の「手作り」性が明確に示しており、「作品」「作家」がよく登場したことから、工芸品は作家による

表 3-12. 各カテゴリーで頻出した 20 単語

記事		広告		連載・特集	
抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
美術	298	美術	299	美術	80
伝統	286	日本	165	日本	62
日本	238	募集	122	伝統	55
東京	225	伝統	116	東京	32
死去	175	学校	93	ガラス	29
作品	128	東京	93	アジア	28
手	103	生徒	78	学校	27
展示	92	展覧会	76	京都	22
現代	87	京都	69	展覧会	22
教授	86	時計	64	現代	20
京都	85	日本橋	55	手	20
学校	78	協会	50	製造	16
作家	76	凶案	47	教授	15
展覧会	76	家具	46	工学	13
福岡	71	中国	46	守る	13
ガラス	63	現代	45	造形	12
名誉	52	全国	43	法	12
美術館	50	センター	37	作家	11
入選	47	書画	36	作品	11

一点物の芸術作品として扱われることが多いといえよう。一方、場所を表す「学校」「展覧会」という言葉が3つのカテゴリーで多く現れていることは、20世紀においても明治時代と同様に、工芸教育には学校が大きな役割を果たし、展覧会や美術館が主に工芸品を展示する特定の場として利用されていることを示唆している。

なお、「広告」のカテゴリーでは、「生徒」の「募集」のほか、「時計」「図案」「家具」「書画」などが広告のコンテンツとしてよく取り上げられており、今日の工芸が認識されている範疇に少し越えていることも留意すべきである。

工芸に関する活動内容を示すサ行変格名詞の場合、「記事」においては、人の訃報のほか、「展示」する(92回)、「入選」する(47回)、「陳列」する(37回)、「開幕」する(36回)、「出品」する(36回)、「入賞」する(34回)の順で多く、工芸と最も関係のある活動がさまざまな展示会やコンクールであることがわかった。一方、「連載・特集」においては、「製造」する(16回)、「研究」する(6回)、「応用」する(3回)、「実用」する(3回)などの順で、「記事」のカテゴリーに比べて、工芸品の製造と使用に関する生活に密着した実用的な内容が比較的多く見られる。

また、「工芸」の直前や直後にどのような語が多く現れるかを探るためにコロケーション統計も行い、その結果を表3-13から表3-15に示した。「記事」のカテゴリーでは、「工芸」の1つ前(左1)に最も多く使われている単語は「伝統」(246回)で、次いで「美術」(166回)である一方、「広告」のカテゴリーでは「工芸」の直前に「美術」が「伝統」よりも圧倒的に多く出現している。もう一つのカテゴリーである「連載・特集」では、「工芸」の直前に「美術」と「伝統」がほぼ同じ頻度で登場している。

表 3-13. 「記事」における「工芸」のコロケーション統計の結果

	左2	左1	右1	右2
美術	10	166	85	2
伝統	22	246	0	2
日本	102	44	2	5
東京	29	4	1	2
手	0	99	0	0
死去	0	0	0	5
現代	2	65	0	1
学校	0	0	55	3
作家	1	0	47	4
作品	0	0	19	2

表 3-14. 「広告」における「工芸」のコロケーション統計の結果

	左2	左1	右1	右2
美術	21	197	45	2
日本	68	37	0	1
伝統	50	63	0	0
学校	0	1	81	0
生徒	0	0	0	1
展覧会	0	0	23	34
京都	47	5	1	0
募集	2	0	0	0
現代	4	23	3	0
東京	18	9	0	0

表 3-15. 「連載・特集」における「工芸」のコロケーション統計の結果

	左2	左1	右1	右2
美術	3	35	26	0
日本	36	8	0	1
伝統	6	38	0	2
アジア	0	23	0	0
ガラス	0	24	1	0
学校	0	0	22	0
京都	17	1	0	0
手	0	19	0	0
展覧会	2	0	10	6
東京	9	3	0	0

上記のことから、20 世紀には、「美術工芸」と「伝統工芸」の両方が慣用なコロケーションとして成立しており、人びとに受け入れられていることがわかった。また、「記事」「連載・特集」のいずれにおいても、「工芸」の1つ前に「手」という言葉が用いられていることが多く、大量機械生産と区別するための対照語として「手工芸」という言葉が確立していることがうかがえる。一方、「記事」と「広告」のカテゴリーには、古くから受け継がれてきた「伝統工芸」とは異なり、これまでにはなかった「現代工芸」という新たな工芸のジャンルが現れている。

3.5.2. 共起ネットワーク分析

前節では、質的データの全体像を把握するために、大規模のテキストデータを定量化し、頻出する単語を分析した。しかしながら、本研究の主な課題である 20 世紀における今日の工芸観の共有過程を考察するためには、出現パターンが似ている単語を探索し、それぞれの単語の出現パターンから構成内容を読み取り、それらの経時的変化を明らかにする必要である。そのために、まずは前項で抽出した頻出語とほかの語との関係を共起ネットワーク分析で可視化し、「工芸」に関連する内容パターンを検討することとする。その結果を図 3-8 から図 3-10 に示す[注 29]。

図 3-8 で示したように、「記事」においては、「工芸」は出現頻度の最も高い「美術」「日本」「伝統」と近接し、加えて頻出した、「死去」を中心とした「教授」「作家」および「理事」という工芸関係者の訃報、「美術館」を中心とした「開幕」活動の告知、全国各「県」を中心とした伝統工芸品の「指定」の発表と「伝統」を中心とした工芸品の「展示」や「即売」の報道という内容パターンを読み取れた。またネットワークからはズレ

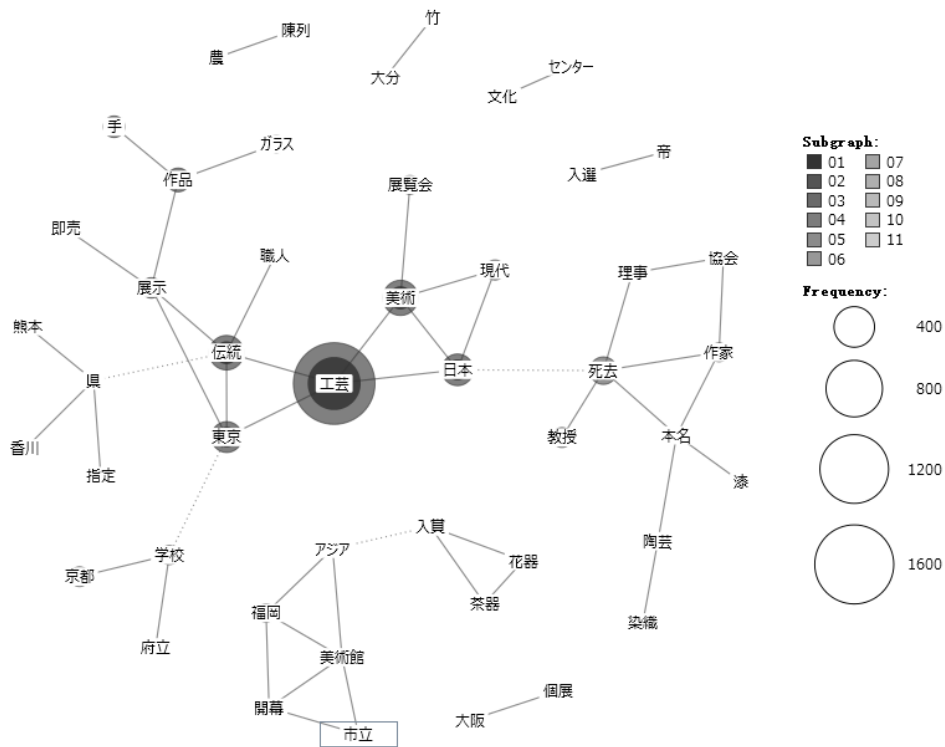


図 3-8. 「記事」における共起ネットワーク分析の結果

ているが「文化」の存在を確認した。

一方、「広告」のカテゴリー内では、個々のグループが比較的遠く離れ、各グループ内の単語が均等に関連しているため、それぞれのパターンが明確で、かつ広告の内容が多岐にわたっていることが推測される。共起ネットワーク分析の結果から、「京都」の「学校」における「生徒」の「募集」、「和洋」家具や「書画」を取り扱う「商店」の宣伝、「薬学」など「実用」「職業」のための「講習」会の参加募集、または「東洋」「美術館」における「新古」の「宝石」や「貴金属」の売買といったような内容を読み取れた。

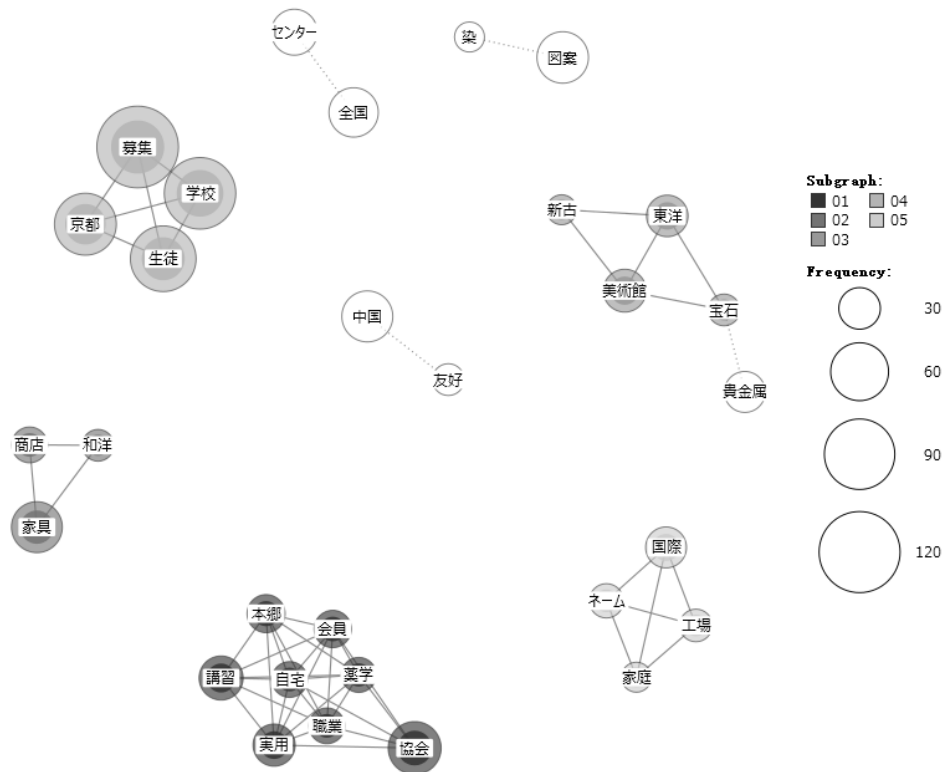


図 3-9. 「広告」における共起ネットワーク分析の結果

また、新聞記事のように客観的な事実を述べるだけでなく、特定のテーマや時事問題をより深く論じる「連載・特集」のカテゴリーには、「広告」と同様に、各グループが遠く離れ、それぞれの内容パターンが明確であることがわかった。「連載・特集」における「工芸」は、「日本」および「美術」との関係も強いことが理解でき、日本の美術工芸について頻繁に論じられていると解釈できる。また「伝統」は、動詞の「継ぐ」や「守る」、「職人」、「香川」と強く結びついて、香川の職人たちが伝統を守り継ぐ努力が多く取り上げられていることがうかがえる。また、「東京」の「文化財」についての「研究」や、「京都」の「京染」方法に関する普及など、工芸に関する学術的な内容も読み取れた。一方、「工学」「装置」および「電気」といった工業にかかわる語と一緒にプロットされていることは、20 世紀において「工芸」に対して異なった捉え方が存在していたことと解釈できる。

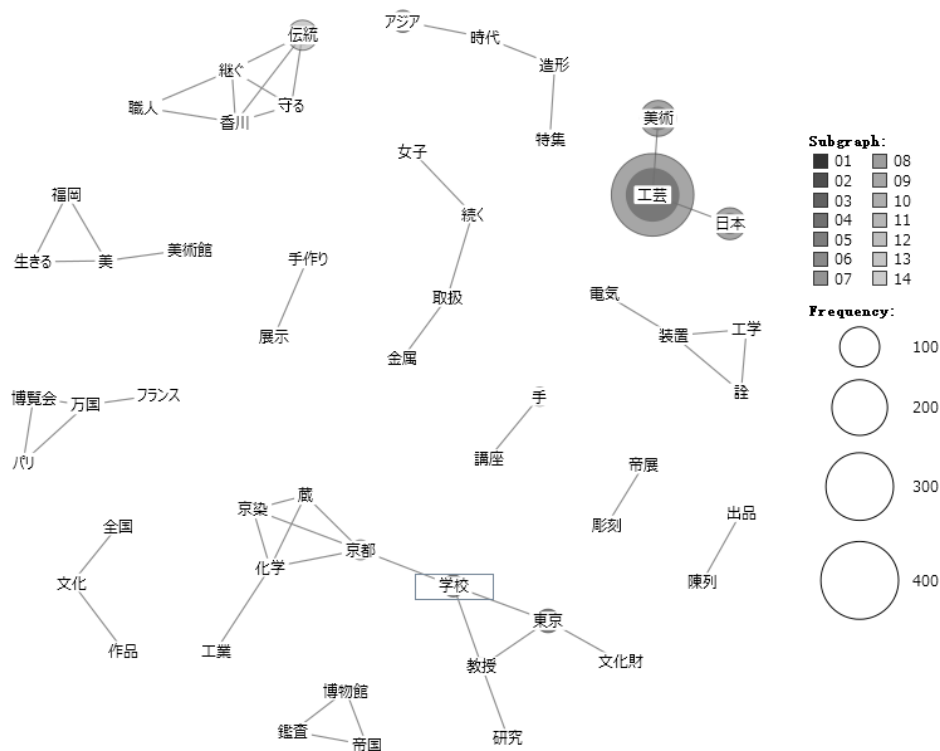


図 3-10. 「連載・特集」における共起ネットワーク分析の結果

以上のように、3つのカテゴリにおける共起ネットワーク分析によって、表 3-16 のように「工芸」に関わる内容が明らかとされた。

3.5.3. 時系列分析

今回の研究テーマの 20 世紀において「工芸」に対する今日の社会的認識に至る過程を考察するため、前節で読み取れた主要な内容をもとに、各カテゴリごとにいくつかのコードを作成し、そのコードで使われる主たる単語も表 3-16 に示した。その後、KH Coder のクロス分析による各コードの時系列分析を行い、見出し内容の傾向が時間の経過に伴ういかに変化したかを検討してみる。その結果を図 3-11 から図 3-13 に示す。

「記事」カテゴリで内容別の年次推移をみると、美術との関係において成立してきた「美術工芸」は 100 年を通じて途切れることなく言及されており、工芸の分野で最初に形成・定着したジャンルであることが推察できる。一方、「現代工芸」という表現は 1960 から 1970 年代に集中していたのに対して、「伝統工芸」という呼称が 1974 年の伝産法の公布・実施以降に一般化したことがわかった。また、明治時代の工芸の産業

表 3-16. カテゴリー別の内容一覧

カテゴリー	見出しの内容・コード名	コーディングに用いた主な単語
記事	美術工芸および美術工芸品関連	美術工芸、図案、芸術、彫刻、文化財
	日本における現代の工芸美術関連	現代、新しい、前衛的、異色、デザイン
	伝統工芸および伝統的工芸品関連	保存、伝統、技術、古い、古典、歴史
	手工芸関連	手芸、手、手作り
	工芸関係者の訃報	死去、葬儀、焼死、告別式
	美術館での活動	開会、開催、開館、会議、通知
	工芸教育関連	学校、教育、研究、講座、大学、校長
	工芸品の輸出・販売	物産、貿易、産業、輸出、売却、注文
	工業製造	電車、製作、電気、化学、水産、機械
広告	生徒募集	京都、生徒、募集、学校
	家具の広告	商店、和洋、家具、買入
	日本薬学協会の自宅講習会の募集	薬学、職業、実用、会員
	中国の工芸品	中国、書画
	古美術買入	新古、美術品
	カメラ、時計などの雑貨販売	カメラ、時計、雑貨、工場
	意匠図案関連	図案、意匠
	全国の伝統的工芸品関連	全国、伝統、センター、展示会
連載・特集	伝統工芸関連	伝統、古美術、技法、妙味、素朴
	手作り工芸	手、民俗、手芸
	工業の製造法	化学、人造、法、製造、電気
	文化・日常使用	生活、文化、民芸、日常
	現代の工芸	現代、新、機能、前衛的、デザイン
	日本の美術工芸	美術、図案、意匠、国粋、我、造形
	工芸作家の紹介	作家、工芸家、工芸士
	文化財・国宝	文化財、国宝

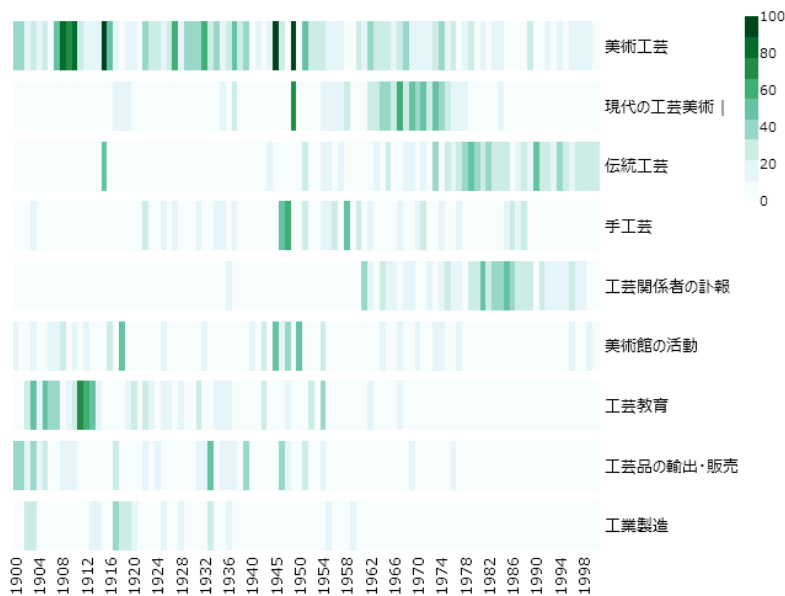


図 3-11. 「記事」において各コードの時系列分析の結果

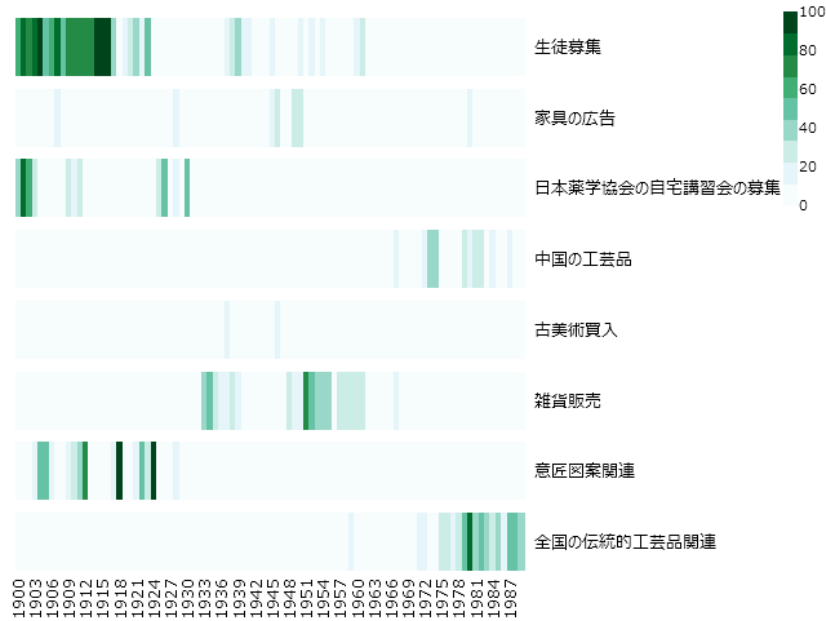


図 3-12. 「広告」において各コードの時系列分析の結果

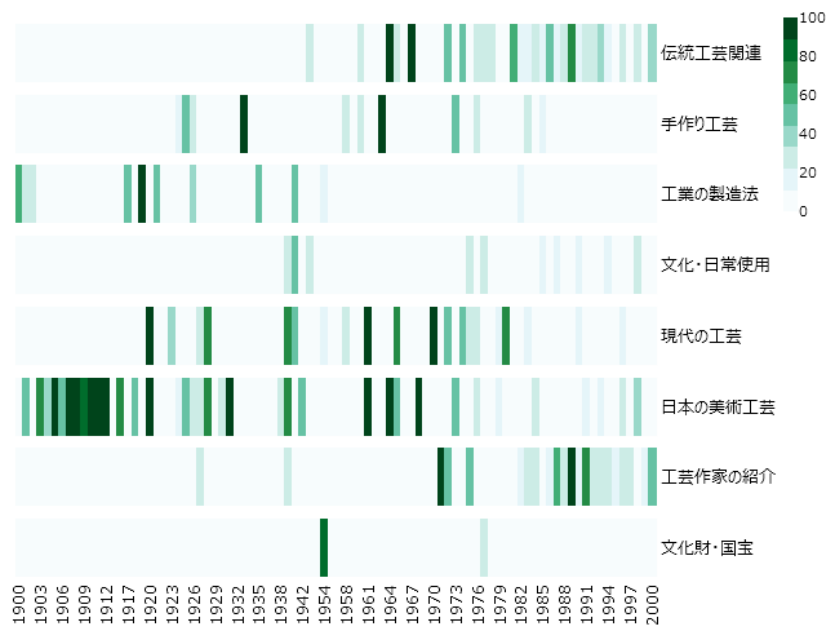


図 3-13. 「連載・特集」において各コードの時系列分析の結果

的性格を受け継ぎ、昭和初期にはまだ[工芸]を含む新聞見出しは工業的な製造や工芸品の輸出・販売と結びついているが、昭和 20 年代から、工芸の「手仕事」的性格がより強調されていた。ところが、1950 年代半ばから工芸関係者の訃告が頻繁に報道されるようになり、高度経済成長期の終わり頃から、工芸に関する新聞記事は、「美術工芸」「伝統工芸」「工芸関係者の訃報」が中心的に掲載されるようになっている。

一方、「広告」の категорияでは、大正期までは工芸に言及した内容は「工芸学校の生徒募集」「職業に関する講習会」「意匠図案録の販売」など実用的な工芸（工業）教育に関わる内容が多く、昭和 20 年代以降は、「カメラ・時計などの生活雑貨」「中国の工

芸品・書画」「伝統的工芸品」など有形商品の販売に集中しているようになり、1990年以降は工芸に関する広告は出ていない。

図3-13に示すように、「連載・特集」カテゴリーも「記事」と類似した経時的変化が見られる。「日本の美術工芸」が明治末期から大正期に集中して100年にわたって再々取り上げられているに対して、「伝統工芸」は1940年代から登場し、1954年の「日本伝統工芸展」の創設や1974年の「伝産法」の実施などを経て、1960年代以降の掲載が増える傾向を示している。また、1920年代に入り、工芸の「手作り」性に言及される内容が突然登場したのは、日常的な暮らしの中で使われてきた手仕事の日用品の中に「用の美」を見出そうとした民芸運動の高まりと直結していると考えられる。その影響は、「文化・日常使用」に言及する内容の出現にも表れている。一方、工芸の現代性に言及する「現代の工芸」は、「記事」よりも早く、主に1920年代から1970年代にかけて登場した。

このように、3つのカテゴリーの内容の時間的変化を比較すると、時事的な出来事を伝える「記事」と社会問題などを深く論じる「連載・特集」が、20世紀前半の20年間、工芸の産業としての実用性を訴えながら「美術工芸」、いわば工芸の芸術性に重点を置いていたことがわかる。その後、昭和に入ると、工芸の産業的性格が徐々に薄れ、特に第二次世界大戦後、工芸の「手作り」性が強調されるようになり、1960年代以降、工芸の伝統性を謳う記事が多く見られるようになる。

3.6. 本節の考察

20世紀の日本における工芸観の形成と変容を明らかにするため、新聞見出し100年間の分をテキストマイニング法により分析した。その結果、20世紀における「工芸」に対する社会的認識の形成・共有過程は、次の三段階に分けることができる。

3.6.1. 明治末期・大正時期

「工芸」は、「美術」との関係において受動的に成立した比較的新しいジャンルである。明治時代の曖昧な概念や定義を引き継ぎ、20世紀前半の20年余り、「工芸」は「美術」と「近代工業」の中間領域として、芸術性と産業性の二元的な性格を自然に帯びるようになったのである。近代化がもたらした産業構造の変化に伴い、次第に存在意義を失いつつあった工芸は、生き残りをかけて芸術的な方向へ積極的に展開するようになり、華麗な装飾を施した作品が工芸の主流となる「美術工芸」というジャンルが誕生したのである。当時の人びとは、表面的な特徴から工芸を区別し、装飾が凝ったものは美術工芸品、日常生活で使うものは工業製品として認識していたといえよう。だが、1926(大正15)年に柳宗悦・河井寛次郎・浜田庄司らによって提唱された民芸運動の勃興とともに、工芸に対する社会的な捉え方が変化し始めていた。

3.6.2. 昭和前期～高度経済成長の終焉

工芸が次第に芸術化され、単なる鑑賞の対象となり、実用性を喪失していくことを痛感した柳宗悦らは、1926年に「日本民芸美術館設立趣意書」を発表し、「用即美」という新しい美の見方を提唱し、日常的な暮らしの中で使われてきた手作りの生活道具を「民芸」と名付け、工芸が美術の限界を超克しようとすることを示唆し、工芸に関する新しい捉え方を提示した。民芸運動の隆盛は、美術という概念が日本社会に定着する

につれて機能性を失ってしまった工芸を、大衆のために生産される実用品として再定義しただけでなく、大量機械生産方式との対比として工芸の手作りの性格を強調したのである。また、戦後、特に 1950 年代以降、アメリカ文化の影響を受けてインダストリアルデザイン思想が日本に急速に浸透したことを契機に、日本の「工芸」の思想面や技術面の多くが著しく変化し、「手作り」という製造手法に加え、モダンな感覚を取り入れ、工芸素材を駆使して造形美を表現する新しい工芸のジャンル「現代工芸」が登場し始めたのである。この段階では、「工芸」は、機械生産と区別することで「手作り」的性格が重視されるようになり、民芸運動により本来の実用性・機能性が再認識され、インダストリアルデザインの影響で現代的表現が取り入れられることで、人びとは工芸に対する認識を表面的な特徴で識別することから製造方法に移行していったのである。

3.6.3. 『伝産法』の実施以降

1954 年に「日本伝統工芸展」の創設や 1974 に「伝産法」の実施に伴い、「伝統工芸」は人びとの生活に頻繁に登場し、慣用的な連語として定着するようになった。「伝産法」に基づく「伝統的工芸品」の指定により、それまで比較的概念が曖昧だった工芸が初めて明確に定義され、工芸に対する人びとの認識が初めて統合されたといえよう。また、「美術工芸」を中心に論じられていた 20 世紀前半に比べ、20 世紀後半は「伝統的工芸品」の指定や紹介が頻繁に行われているため、多くの人びとの工芸に対する認識は、美術分野に属する「美術工芸」よりも「伝統工芸」のほうが連想しやすいと推察できる。

木田は、「伝統工芸」が戦後の日本人の精神的な統合を図るために創出された「伝統工芸」への取り組みが、「単に技術を継承するだけでなく、日本の戦後社会で見失われつつあった日本的な美意識を探究し、それを現代に再生させることで、日本社会の共同体としての連続性を回復させるという役割を引き受けることになった」と指摘した [注 30]。このように、1970 年代以降、一民族の国民文化を系統的に継承する媒体として重視されている伝統工芸は、日本社会における内部集団の自己同一性と連続性の維持強化に重点を置いているのである。このように、伝統工芸が強調する伝統性とは、「100 年以上の歴史が有する技法や原材料」の使用に関する「伝産法」の規定や、戦前の「手作り」強調の流れを引き続くことと相まって、技法などを系統的な継承の固守として、狭義に理解される可能性が高いと考えられる。したがって、今日における伝統工芸の範疇に対する社会的認識も、明治初期の「在来の実用品」よりもはるかに狭められてしまうといえよう。

4. 本章の結論

本章では、明治維新以降の日本における工芸に対する社会的認識の形成・共有過程を検討するために、計量テキスト分析を用い、前半では新聞にみられる「美術」に関連した社会的出来事が、明治期という特定の歴史かつ社会的文脈でいかに当時の人びとに共有されたかというプロセスを解明し、後半では、1900 年から 2000 年までの 100 年間に新聞見出しにみられる「工芸」に関連する内容の変化を解析して、20 世紀にお

ける今日的な工芸観に共有過程を考察した。その結果は、図 3-14 に示す。

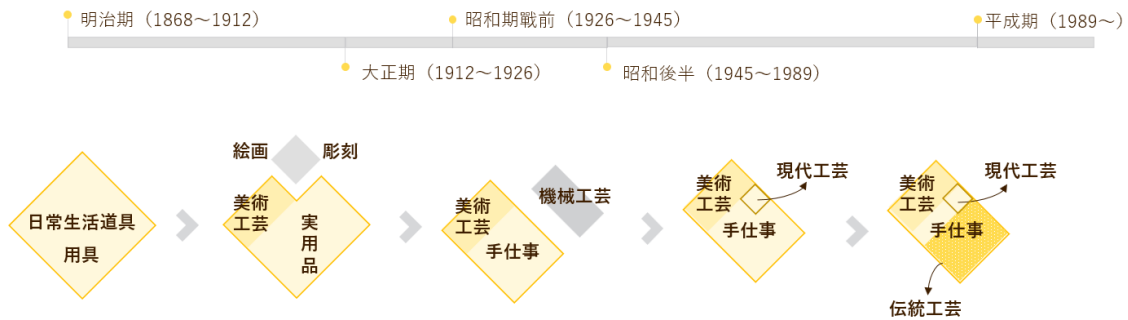


図 3-14. 20 世紀における日本の社会的工芸観の共有過程

官製用語として誕生した「美術」に対する社会的認識の形成については、第一段階の明治 10 年代までは実態、つまりものから、第二段階の明治 20～30 年代において価値観ないし価値体系に、また第三段階の明治 30 年代以降が概念、いわばジャンルへと展開していったプロセスで定着したことがわかった。それは、エリート層を中心とする上流社会の人びとが概念からジャンルである実態に、また価値観ないし価値体系という順番で「美術」を受け入れたことに対して、一般民衆はほぼ相反するプロセスに基づき美術を理解してきたといえよう。また、明治初期以降、欧米との格差を解消するために、明治政府が「美術」という概念を導入したことで、既存の絵画が、「西洋画」の相対概念として「日本画」に統合された。このような動きは、日常生活における絵画が持つ従来の機能性・意味性を低下させ、絵画は次第に鑑賞対象になり、後来の工芸に対する認識にも大きく影響を与えた。

20 世紀初頭、「美術」と「工業」の中間領域としての「工芸」は、近代化に伴う産業構造の変化により、生き残りをかけて「美術化」か「工業化」かの選択を迫られ、産業性を捨て去って美術に積極的に取り組んだため、当時の人びとは工芸に対する認識はものの表面的な特徴に基づくことになった。1920 年代後半に始まった民芸運動は、「用即美」という今までと異なる美学理念を掲げ、機械生産とは一線を画す工芸の「手作り」性を強調しながら、工芸の機能性・実用性を再認識させる役割を果たした。さらに、第二次世界大戦後、インダストリアルデザイン思想が広がり、工芸に現代的表現を取り入れられることがトレンドになり、この頃の工芸に対する社会的認識は、20 世紀初頭の表面的な特徴に捉えることから製造手法に移行したのである。また、第二次世界大戦後の日本では、日本社会における集団の自己同一性や連続性を維持・強化するために「工芸」に伝統性が付与され、戦前の「手づくり」重視や「伝産法」の規定と相まって、今日では工芸が「伝統工芸」を連想しやすく、技法などの系統的継承に固執するという狭い意味で理解されるようになってきている。したがって、このような狭義の工芸の捉え方は、社会的認識の範囲を圧縮するだけでなく、明治以降衰退しつつある、生活文化の中での使用から生じる意味性も無視していることに留意する必要がある。

注および参考文献

- 1) 新聞集成明治編年史編纂会：新聞集成明治編年史，林泉社，全15巻、1936-1940
- 2) 北澤憲昭：眼の神殿—「美術」受容史ノート，ちくま学芸文庫，163-166、2020
- 3) 大槻文彦編纂：日本辞書言海（明治期国語辞書大系），大空社，847-857、1998
- 4) 上田萬年，松井簡治共著：大日本國語辭典，東京富山房，410-459，1915-1928
- 5) 大石裕：ニュース分析の視点：内容分析と言説分析，法学研究：法律・政治・社会，77（1），103-125，2004
- 6) 樋口耕一：社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して 第2版，ナカニシヤ出版，65-77、2020
- 7) 前掲書2
- 8) 佐藤道信：明治国家と近代美術—美の政治学—，吉川弘文館，1999
- 9) 坪井りん：明治期における日本近代「美術」概念の成立とその受容，東京大学学際情報学府学際情報学専攻博士論文，2009
- 10) 前掲書6，5-7
- 11) 樋口耕一：テキスト型データの計量的分析—2つのアプローチの峻別と統合，理論と方法，19（1），101-115，2004
- 12) 前掲書1）。同書には統合・改題されたものを含め計269種類の新聞紙が収録された。一方、1995年に発行された『明治世相編年辞典』によると、1897(明治30)年の主要新聞の発行部数は、『大阪朝日新聞』が36,212,091部、『万朝報』が26,415,868部、『大阪毎日新聞』が21,428,407部、『東京朝日新聞』が20,049,374部、『時事新報』が11,873,663部、『国民新聞』が9,428,963部、『郵便報知』が6,589,569部、『読売新聞』が5,815,892部、『東京日日新聞』が5,726,646部である。
- 13) 分析対象記事から総抽出語数は49,307で、7,388種類の語が含まれていた。このうち、助詞など単独で文節を構成できない語を除き、分析の対象語として総抽出語数は14,770語で、5,473種類の語が抽出された。
- 14) 抽出した品詞分類：名詞、サ変名詞、形容動詞、固有名詞、人名、地名、タグ（強制抽出する語）
- 15) 共起ネットワークでは「距離」を「edge」と呼び、線で表現される。抽出語は「node」と呼ばれ円の大きさに出現回数が表現される。また、同じグループに含まれる抽出語は実線で結んでいるのに対して、異なるグループに含まれる抽出語は破線で結んでいる。本研究では、nodeを登場数20以上の単語、リンクを上位60件の共起関係とし、分析を行った。
- 16) 複数のコーディングルールが一つの記事にあてはまった場合は、本研究では一つの文に複数のコードを与える。またコード無しの記事数は16個があり、実際の記事を確認すると、「（前略）品川海晏寺の紅葉は、先年敢なく伐倒して、紅於の色も一掃し盡されしが、其後美術と國粹論の芽を出して、遽に若木を植附たるに、（後略）」（「東京日日新聞」1888年11月15日）といった形で「美術」は用いられていた。

- 17) 集計結果をバブルプロットで表した。コードが多く出現していた年代を正方形の大きさで表示する。また、色の濃さはコードと年代の間に相関関係の度合いを示す表記であり、色が濃いほど、両者の相関関係が高いと見られる。
- 18) 佐藤道信：＜日本美術＞の誕生-近代日本の「ことば」と戦略, ちくま学芸文庫, 197, 2021
- 19) 山本武利：明治三十年代前半の新聞読者層, 新聞学評論, 16, 98-123, 1967
明治三十年代の東京主要六新聞：万朝報、郵便報知・報知新聞、読売新聞、東京朝日新聞（東朝）、時事新報、日本。
- 20) 前掲論文 19)
- 21) 前掲論文 19)
- 22) 前掲論文 19)
- 23) 前掲書 18), 100
- 24) 前掲書 2, 111
- 25) 高橋智子：「伝統的工芸品」を対象とした大学生の意識調査－造形・美術教育における伝統や文化に関する学習の在り方の検討に向けて－, 美術教育学研究, 53, 137-44, 2021
- 26) CCCMK ホールディングス(2022). “インバウンドショックで再び逆風の伝統工芸品”. CCCMK ホールディングス. <https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-51/>, (参照 2022-10-10)
- 27) <https://database.yomiuri.co.jp/about/rekishikan/>、ヨミダス歴史館：データベース - 読売新聞オンライン。読売新聞が 2009 年に始めたオンラインデータベースであり、1874(明治 7)年の創刊から検索前日の紙面まで、140 年あまりの記事をほぼすべて収録している。
- 28) 「特集」と「連載」項目の内容の類似性を考慮し、この 2 つのカテゴリーを合わせて検討することにした。
- 29) 本調査の共起ネットワークでは、名詞、サ変名詞、固有名詞、地名、タグ、動詞、副詞という六種類の品語分類を設定し、抽出回数 20 以上の単語、リンクを上位 50 件の共起関係とし、分析を行った。
- 30) 木田拓也：「伝統工芸」と倣作：草創期の日本伝統工芸展の模索, 研究紀要, 15, 23-86, 2011

図・表の出典

- 図 3-1～3-2, 3-5, 3-8～3-13 KH Coder により作成
- 図 3-2～3-3, 3-6 KH Coder の結果に基づき筆者作成
- 図 3-7 データベースヨミダス歴史館により作成
- 図 3-14 筆者作成
- 表 3-1～3-16 筆者作成

第四章 実地調査に基づく伝統工芸産業の文化的特質(1)
-墨田区における江戸小紋を例として-

Chapter 4. Cultural characteristics of traditional craft industries based on field survey (1)-Case Study of Edo komon in Sumida Ward Tokyo-

1. 研究背景と目的

ものづくりは本来、人間固有の営みであることは言うまでもない。人間は、ものづくりの技術とそれらに関連する営みを習得しながら日常生活を構築し、その積み重ねによって豊かな生活文化を育んでいる。しかし今日、伝統工芸に代表されるものづくりは、伝統的要素を強調するために製作技術の継承に偏重しており、その結果、伝統工芸が漸次に形骸化され、本来の文化的アイデンティティが失われている。したがって、伝統工芸の文化的な継承を図るためには、第三章の工芸概念の社会的認識の形成に関する分析に加えて、現実に伝統工芸といわれるものが製造されている現場の実態を明らかにすることが必要である。

上述した背景を踏まえ、第四章と第五章では、東京都墨田区の伝統工芸を取り上げ、文献調査ならびに現地における聞き取り調査に基づき、伝統工芸の生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、伝統工芸産業の文化的特質を明確化していく。

2. 調査方法

2.1. 調査対象と調査時期

本章の調査対象は墨田区の伝統工芸「江戸小紋」であり、その聞き取り調査対象者の情報を表4-1に示す。墨田区は古くからものづくりが盛んな町で、1978(昭和53)年に伝統職人技術の保存・発展・認識向上を目的に「墨田区伝統工芸保存会」が設立された。現在、墨田区伝統工芸保存会には、異業種の27名の職人と、22社の工房・工場が所属している。本章の調査対象者の工場は、墨田区伝統工芸保存会に所属し、三代にわたって墨田区において70年以上続く染色業者である。

表4-1. 調査対象者の情報

調査対象者	性別	従事年数	職業
N氏	男	63	染色職人
K氏	女	16	工場経理
M氏	女	-	悉皆屋 着物の総合プロデューサー

江戸小紋に関する調査は2022年5月9日、5月17日、6月8日、7月20日、8月8日の計5回を行い、1回あたりのインタビューは2-3時間程度となった。

2.2. 研究方法

調査対象者には事前に調査内容の説明を行った。すべての対象者の同意を得た上でインタビューを行い、インタビュー内容を録音した。聞き取り調査にあたり、【製造工程】【材料・用具の調達】【産業の変遷】【日常生活での使用】【手入れ】の五つの質問項目に従い、インタビューを行った。録音した内容はすべて文字おこしを行い、その結果、江戸小紋に関する約10万文字のテキスト資料を収集した。また、現地調査により得られた膨大な情報を整理するために、川喜田二郎氏が考案したKJ法[注1]を用いて、テキスト資料を単位化・統合化し、調査内容を分析した。その結果、江戸

小紋に関する計 506 枚のカードを作成した(表 4-2)。

また、KJ 法の分析結果に基づき、伝統工芸産業を取り巻く人びとや組織とその関係性を明らかにし、ステークホルダーマップによる図式化した。調査の補足として、工場のホームページや関連文献から情報収集を行い、得られたテキスト資料と合わせて分析に用いた。以下、調査対象者の発言を〈 〉内に示す。

表 4-2. KJ 法による「江戸小紋」の情報カードの分類

	項目	カード枚数
江戸小紋	製作工程・商品	190
	経営体制・流通	89
	使用・手入れ	142
	歴史・その他	85

3. 調査対象について

3.1. 江戸小紋とは

江戸小紋の起源は、足利時代にはじまった小紋型染である[注 2]。小紋は本来、「大紋、中形に対して対称的な呼び方として与えられた文様の名称」[注 3]であり、糊置きをして地染めし、細かい紋様を白抜きにした一色のものを指す。小紋が広く普及するのは江戸時代の初期、大名が参勤交代のときに江戸城に上がる際に着ていた袴に背紋だけではなく、藩のシンボルとして特定の柄「お留柄」を入れることで出自を表した。こうした武士の公服に「お留柄」が使われるようになり、各藩が他所の藩と差別化を図るためにより繊細な文様を要求したため、優秀な職人が集まる江戸城での小紋製作の技術を向上させたのは当然であろう。そのような競争は、町人文化にも波及した。江戸時代の中期になると、男女の区別なく、庶民の中にも小紋に染めた着物や羽織を着る人が増え、野菜柄やトンボのような虫柄など楽しい柄を生み出し、さらに七福神や宝づくしなどのユニークな柄も登場するなどバリエーションが豊富になるにつれて小紋は盛んに作られるようになった[注 4]。このような庶民の間に広まって使われる小紋は「謂われ柄」と呼ばれる。江戸(東京)で小紋染が盛んになった原因は、参勤交代の制度があったからのみならず、水資源が発達していたことも大きい。当時の江戸が世界有数の大都市であり、おしゃれに敏感な江戸っ子の中で小紋染の需要が高まるにつれ、京都の染め屋に注文して江戸で販売するという従来の生産体制では、流行の変化に追いつかなくなった。染色には水が不可欠で、そこで神田川沿いの商業施設に隣接する好立地の神田紺屋町界限には、流行に対応できる多くの染め職人が集まった[注 5]。明治の中期になり、染料が植物染料から化学染料へ移行したことで、小紋染の技術も大きな変化を起こした。新しい染色技法が発明されてからは、江戸時期の単彩から多様な色で染められるようになった。大正、昭和と時代が進むにつれ、その傾向はいつそう強まり、小紋染が多彩で派手になっている。

江戸小紋の名称は、江戸小紋の基礎を確立した小宮康助氏を重要無形文化財保持者(人間国宝)に認定した前年の 1954(昭和 29)年に、京小紋や他の小紋などと区別する

ために、新たに作られた [注6]。また、従来の技法名である「小紋」につけられた「江戸」が産地としての「江戸」を指すか、あるいは「江戸」時代から継承されてきた技術の年代を表すかという命名問題について、菊池理予氏は史料や記録を参照した上で、「江戸小紋の“江戸”は地域としての“江戸”（東京）という意が強いものの、“江戸”時代の意も含まれている」と指摘した[注7]。

一方、1976(昭和51)年に、伝統柄を単色に染める「江戸小紋」と創作が比較的自由な「東京しゃれ小紋」の2つを総称する「東京染小紋」が、通商大臣(現経済産業大臣)により伝統的工芸品に指定された。指定条件は、以下の通りである[注8]。

- (1) 原材料は伝統的に使用されてきた絹織物を使う。
- (2) 伝統的技術・技法については、
 - ① 色彩及び図柄は、小紋調とする。
 - ② 型紙は、柿渋を用いて手漉和紙をはり合わせた地紙又はこれと同等の地紙に彫刻したものとする。
 - ③ 型付けは、手作業により柄合わせする。
 - ④ 地染めは、引き染め又はしごきとする。
 - ⑤ 捺染糊は、もち米粉に米ぬか及び食塩などを混ぜ合わせたものとする。

3.2. 調査対象工場の歴史

1936(昭和10)年に、N氏の父親が墨田区の寺島で絹布型染業を創業した。その後、現在地の八広(墨田区)に移転し、1952(昭和27)年に現在の工場を開業した。工場は鉄骨造4階建てで、敷地面積は230坪。1階と2階は作業場、3階と4階はかつて従業員の寮として使われていたが、従業員数がだんだん減ってきたため、現在は賃貸している。一方、2006(平成18)年、工場は現地から150m弱のところに江戸小紋と江戸更紗に関する博物館を開設し、その2階に商談販売スペースを併設した。

1966(昭和41)年、N氏の父親が亡くなり、N氏が二代目に就任した。現在、現代の名工と黄綬褒章を受賞したN氏と、三代目であるN氏の息子を中心に、8名の職人が各染色工程を担当している。現在、伝統的江戸小紋・江戸更紗のほか、工場では木綿、麻、ナイロン、ポリエステル、牛革などへの伝統の染色技法を活かして製品をつくらしている。〈水と空気以外、全て染める〉とN氏は誇らしげに述べた。

4. 調査結果

4.1. 製造

江戸小紋の製造工程をこれまでに最も詳細に記録されているのは、工芸技術の保護・活用するために1952(昭和27)年に文化庁が作成した『江戸小紋技術記録』である[注9]。この記録は小紋の歴史や変遷を整理した上で、重要無形文化財「江戸小紋」の保持者の小宮康助を調査対象に、製造工程の説明に加えて、小宮氏の作業場や用具を写真や原寸大の図で記録している。特に、この記録では過去の小紋技術と小宮氏の技術を比較したことで、江戸時代から昭和20年代にかけて江戸小紋に関する技術の変化を明らかにしたのである。そこで、本研究では、この記録を参考にしながら、調査対象者から得られた情報をもとに、戦後から現在まで江戸小紋の製造技術・設備の

変遷に重点を置くことにした。

江戸小紋の反物には、一越縮緬という生地を標準的に使われている。この生地は、表面の凹凸が少ない、シボが細かいのが特徴である。また、シボが小さいので糊が付きやすいため、縮緬は繊細な江戸小紋に適した高級感をもつ生地である。現在、江戸小紋の生地には、縮緬のほか、耐久性に優れたポリエステルや、絹に似た肌触りと光沢感のあるアセテートなどの化学繊維も広く使われている。N氏によれば、自身の20代頃(1960年代)にはすでにポリエステル製やアセテート製の着物が登場した。そこで本研究では、一越縮緬を原料とする伝統的な江戸小紋の製造工程に着目し、記録を行った。

一反の江戸小紋が白生地から原反になるまでは、主に「型の選定」「地張り」「色合わせ」「型付け」「地色染め」「蒸し」「水元・乾燥」「地直し」の8つの製造工程からなる。

4.1.1. 型の選定

まずは、〈江戸小紋の製造にあたり最も重要となる原型〉の型紙を選定する。和紙で作られたこの型紙は伸縮性があり、乾いた状態で使うと柄の継ぎ目が合わなくなるため、半日ぐらい水に浸して、完全に伸ばしてから取り出し、新聞紙とタオルで軽く水気を取ってから型付けに使用するのが一般的である(図4-1)。また、使用後の型紙を平らにして、そのままシンクで少し水をかけ流しにしつつ、刷毛で優しく撫で洗い、新聞紙に挟んで陰干する。



図4-1. 型紙の水気をタオルで取っている

型紙はほとんど三重県鈴鹿市でつくられている1000年以上の歴史がある伊勢型紙を用いる。伊勢型紙の地紙として使われる渋紙は、手漉き和紙3~4枚を柿渋で貼り合わせ加工した後に燻煙と乾燥を繰り返してつくるもので、型染めに適した特徴を持つ特殊な紙である。伊勢型紙においては、突彫り、縞彫り、錐彫りと道具彫りの4種類の彫刻技法と、補強技法として糸入れと大正時代に考案された紗張りが発達し、それぞれに異なる技術と専用の用具を駆使してつくられる。また、縞彫り以外の技法を用いて型紙を彫る際、一つの柄で10枚の渋紙を重ねて彫ることが基本である。〈10枚の型紙を一気に彫ると一人前の型彫師になれる〉とN氏が語った。それに対して縞彫りの場合は、2、3枚の渋紙を重ねて彫ることが多い。型紙を補強する「糸入れ」は、型付けのときに型紙が動くことを防ぐ目的で、彫り上げたところで、地紙を上下二枚にして、間に糸をわたして、ずれないように再び柿渋で貼り合わせ固定する。江戸時

代につくられた糸は非常に細く、馬の尾などの獣毛や女性の髪が使われることが多かった。大正時代に入ると、「糸入れ」の代わりにより目の細かい網状の「紗」を張り、型紙をさらに補強する「紗張り」という技法が登場した。大正末期に考案された当時では、絹製の「紗」を型紙の上に置き、本漆を刷毛で塗布して型紙を固定していたが、戦後はポリエステル製の「紗」が主流となったため、接着剤も〈カシュー〉(化学合成漆)に変更された。

工場では現在、江戸小紋と江戸更紗を合わせた約 11,000 枚の型紙を保管しており、2012(平成 24)年ごろからすべての型紙を写真撮影し、デジタルアーカイブ化した。図 4-2 に示すように、11,000 枚の型紙にはひとつひとつに番号が振られ、ビニール袋に収納されている。浴衣をつくる注染の場合はほぼ全ての型紙を問屋が所有することに対して、江戸小紋と江戸更紗を専門するN氏の工場は創業以来、型紙を購入して社内で保管している。また、非常に希少ではあるが、現在、工場には特定の間屋専用の「留型」[注 10]も保管されている。



図 4-2. 型紙の番号は 170
上にデジタル化された日付が書かれている



図 4-3. 自社で修理された型紙

しかし、コスト削減などの原因により、現在新しい型紙(柄)の購入は極まれとなり、多くの場合は昔の型紙を少しアレンジしつつ新しい色柄を提案する。江戸小紋には春物の柄と秋物の柄があり、季節によって着分けるため、かつては年 2、3 回ぐらい近所の型紙屋が新しい型紙を売りに来ていたが、現在は需要の減少と職人の高齢化により、東京都内には型紙屋がほとんど残っていない。また、型紙の修理については、柿渋の塗り直しは社内に対応できるが(図 4-3)、紗張りの漆を用いた修復は難しいため、伊勢の型紙屋に依頼する必要がある。とはいえ、伊勢の型紙屋にも型彫師の高齢化に伴い、型彫り職人の数が年々減少し、脈々と受け継がれてきた彫刻技法が消失の危機に瀕している。〈日本の場合は、型紙を彫る人が専門だったから、どんどん技術が発展してきた〉とN氏が嘆いたように、型彫師の減少は、即、型紙彫り技術の低下をも招いている。

4.1.2. 地張り

次に、型付けの下準備となる「地張り」を行う。縦横ともに歪まず密着するように白生地を長板に張ることが大事である。着物の一着分の反物は幅約 0.38m、長さ約 13m で、その半分約 6.5m の白生地を一枚長板の表裏にぐるりと糊で貼り付けて、左右の端約 5mm の部分をテープで固定する。糊は米を原料にして作られ、刷毛で長板に塗布される。



図 4-4. 長板
天井から吊り下げた棚に収納している。

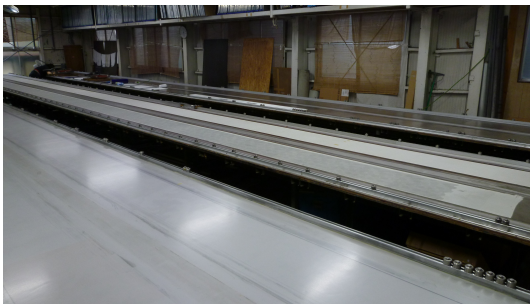


図 4-6. 三台の作業台
六反の反物を同時に染めることができる。



図 4-5. 「ウマ」。『江戸小紋技術記録』によると、一枚の長板を置くには3台の「ウマ」を必要とする。奥にも一台が見える。

作業用の長板は長さ約 6.5m で、カツラやモミ材で作られている。使用する際は、天井から吊り下げた棚に収納した長板一枚を降ろして(図 4-4)、「ウマ」[注 11]の上に置いた(図 4-5)。工場は 1971(昭和 46)年まで長板を使っていたが、その後、工場の生産効率の向上を図るために長板をやめ、作業台 3 台を導入した(図 4-6)。長さ 13m の作業台には、2 反の生地を裏返さずに置くことができ、3 台の作業台で 6 反を同時に染められるようになった。また、作業台の導入に伴い、作業場の床も従来の踏みかためた土間からコンクリートに変わった。かつては長板で型付けをしていたため、型紙が乾かないように保湿性・保水性が優れる土間を採用したが、作業台に変えてからその必要性が薄れ、耐震性・耐久性のあるコンクリートに変更された。

白生地を張る直前に、とろ刷毛を使って長板の両面に、あるいは作業台の上に糊を引延ばす。とろ刷毛は使い古した丸刷毛を解いて脱色した毛を再利用して作られてい

る。摺り染めや江戸更紗のぼかし染に用いる丸刷毛は主に鹿毛でつくられ、一度使用すると染料が刷毛の内部まで染み込むため、色ごとに刷毛を交換する必要がある。そのため、染め屋では非常に多くの刷毛を必要とし、その管理も大切である。

しかし、染織品の注文の激減に伴い、用具としての刷毛の重要性が低下し、刷毛をつくる場所が相次いで廃業してしまい、現在刷毛の入手がきわめて困難な状況となっている。特に丸刷毛は、普通の刷毛屋ではつくれず、かつては五反田を中心に製造されていたが、現在は東京都内に丸刷毛屋が一軒しか残っていない。この丸刷毛屋は、昼間はサラリーマンとして働き、夜に丸刷毛をつくる職人が一人で経営しており、後継者がいないため厳しい状況が続いている。

4.1.3. 色合わせ

縦横の糸の交錯からなる生地に、にじみを生まず絵際も鮮やかに染めるためには、色糊の扱いに長けていることが肝要とされている。色糊は、米ぬか、もち粉、塩を混ぜ熱湯を入れて練ったあと、蒸して作った〈友禅糊〉(図 4-7)に染料を調合してつくる(図 4-8)。紋様の部分以外の生地を染めるのに使う色糊は「地糊」と呼ばれ、これは「地色」を配合した色糊のことを指す。一方、地色に対して紋様の色を「目色」と呼び、目色を混ぜた色糊は「目糊」と称する。一色染[注 12]の場合は、一色の地色に白抜きの紋様を染めるため、目糊に活性炭を入れ、地糊だけに染料を配合する。目糊に活性炭を入れるのは、糊の防染の力を強くするためである。目糊に対する活性炭の分量は、地色の濃さ、紋様柄の大小や粗密によって加減が大切となる。



図 4-7. 友禅糊



図 4-8. 染料を入れた色糊

型紙通りの紋様が鮮明に現れ、希望通りの地染めがむらなく染める、また目色と地色の相方がすっきりと染め上がるためには、防染用の糊が大切である。N氏の工場では、戦後の1950年までは糊を自社でつくっていたが、1951年以降は好景気のために糊屋の既製糊[注 13]を使うようになって現在に至る。生地の種類によって、使える糊の粘度が異なるため、工場では仕入れした既製糊にもち粉や米ぬかを加えて、粘りの微調整を行っている。N氏の記憶によると、もち粉はかつて戦争の影響で経済統制品となり[注 14]、購入には政府機関の特別な許可が必要で、なかなか手に入れない時期もあったようである。

昭和30年代に東京都内には3軒の糊屋が存在したが、さまざまな事情により廃業し、15年前の2007(平成19)年に東京で最後の糊屋『安立糊料』が倒産した。その結果、工場は伝統工芸産業が盛んな京都から糊を調達することになった。しかし、残念

ながら、これまでに取引してきた京都の糊屋も 2022 年 6 月に製糊の事業を廃止したため、工場は京都の最後の糊屋に頼らざるを得なくなる。「最後の糊屋が潰れたらどう対応するか」という質問に、N氏は、〈それは自分でつくるしかない、僕はまだ糊の作り方が覚えている〉と答えた。

江戸小紋の染色工程で糊と同じく重要なのは、染め屋にとって命にもなる染料である。江戸小紋は、明治中期に、従来の植物染からアニリン染料染め[注 15]となって、現在天然染料の使用が絶えた状態にある。また、日本の染色加工業は、高度経済成長に伴い産業公害を経て環境対応を強化し、染料の生産規模を徐々に縮小していった。現在、日本で使われている化学染料のうち、ごく一部が国産で、その他はほとんど中国やインドからの輸入品である。染色業では、染め屋が中間色を指定し、染料屋がその色を配合するのが基本的な生産体制である。それゆえ、古くから染め屋と染料屋との付き合いが強い。



図 4-9. 配色作業場



図 4-10. 色見本

工場は現在、中間色を中心に、分散染料、反応染料、直接染料と酸性染料など[注 16]の約 2 万色を常時に取り揃えて、絹系統、ポリエステル系統、木綿系統、化繊系統、牛革の染色を行うことができる。染料の 8 割は工場の指定により染料屋で調合された独特の配合染料で、残り 2 割の約 4,100 色は工場独自で配合している。この独自の中間色の開発はすでに先代の一代目から始めた。従来には染料の調合が、すべて職人の勘に頼って、染色見本の色に近づけるためには、何度も試し染めを繰り返す必要がある。二代目のN氏は色の配合をより精密にし、一度調色した色を何度も再現できるため、染料を目方ではかる方法を採用した(図 4-9)。染料の配合を記録した膨大な量の色見本(図 4-10)が、〈うちの財産〉であり、〈僕の前に、字を見ると誰がやったのがわかる。うちの染工の歴代の配色をやっている人が、字を見れば顔が浮かぶ〉とN氏は嘆いた。

4.1.4. 型付け

型紙の柄も決まり、地張りもでき、色糊の準備もできると、これからが江戸小紋の製造工程のなかで最も難しく、最も熟練を要する「型付け」を行う。これは、型紙を白生地の上に置き、防染のために目糊をヘラで塗り込み、塗り終わったら型紙をあげて、続きの部分に置き、同じ作業を繰り返すのである。型紙をずらした際の境目をいかに自然につなげていくかが一番難しく、職人の腕の見せどころになる。一番型紙を生地の上に置く前に、型紙の左側に長い留め針を数本刺す(図 4-11, 4-12)。これにより、型紙の左側と生地の上に少し隙間ができ、型紙が固定されるとともに、生地に汚れがつくのを防ぐことができる。型紙が正確に置かれたら、型紙一面の糊が、目分量でヘラですくい取られて、横あるいは縦に引き伸ばすように置かれる。スツ、スツとヘラを動かす度に、糊がしっかりと彫りあけられた紋様の部分に浸透してゆく。型紙の大きさは横約 38 cm で、縦約 30 cm のため、一反の反物に型付けするには約 45 回に繰り返す必要がある。また、型付けする際、前に染め付けられた柄とズレないように、柄の継ぎ目を小さいな「星」を目印にして合わせていく(図 4-13, 4-14)。江戸小紋の型付けは四方送りのため、多くの場合、型紙の四隅にそれぞれの「星」があり、または柄によって一箇所に 2 つの「星」が配置され、一枚の型紙に合計 4 つまたは 8 つの「星」が隠彫りされている。型付け作業では、均等さ、迅速さが求められるため、細心の注意と、熟練の技術が必要である。〈型付けはもう一生勉強〉と、N 氏は感慨深げに語った。また、かつては、高さ 70 cm ほどの「ウマ」に置かれた長板の上で型付けし、長時間腰をかがめて作業に集中していたため、腰痛や狭窄症に悩む職人が多かったようである。



図 4-11. 留め針

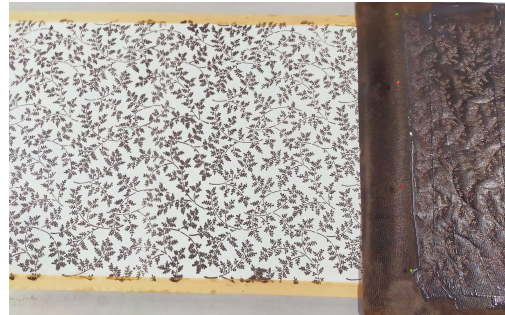


図 4-12. 型紙の左側に刺した留め針

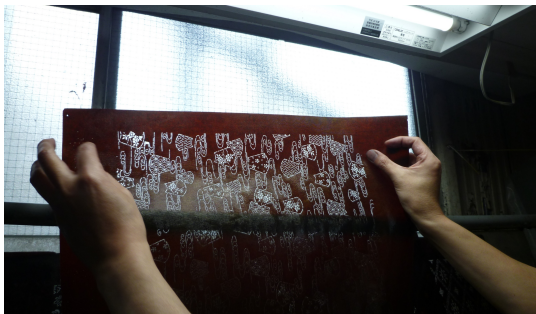


図 4-13. 両側に配置された「星」



図 4-14. 「星」

工場では、1955(昭和30)年頃まで伊勢型紙を用いて型付けしたが、その後、需要の増加と職人の流出により、1965(昭和40)年に、生産効率を上げるために枠を付けた枠型(図4-15)を導入した[注17]。伊勢型紙から枠型に移行する際、当初は枠型が高価であったため、木枠に伊勢型紙を貼り付けて画鋏で固定することにしたが、その後枠型が安価になってから使用されるようになったのである。そして、型紙屋の提案により、工場は8年後の1973(昭和48)年に<写真版>(写真製版した型)(図4-16)を導入することになった。現在、工場では、製品のほとんどに<写真版>を用いて型付けを行う。そして、星のかわりに作業台のレールに付けた丸いポイントで型合わせをする。実際、枠型と<写真版>の使用には、伊勢型紙以上に型付けの技術が求められる。特に<写真版>の場合、金属板が非常に薄いため、同じ場所に2、3回繰り返し捺染する必要があり、わずかなズレが生じると<不上がり>(染物ににじみやムラなどが出たり、濃淡や色相差を生じたりする不良)になる。<写真版>の製造は、京都の業者に依頼し、工場が所蔵する型紙を原型として送り、そこで製版してもらう。

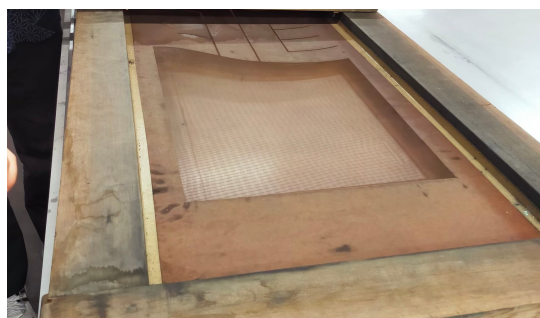


図4-15. 木枠の型紙



図4-16. 江戸更紗の写真製版

型付けには、染め柄の彫り具合によってへらを使い分けている。縞彫りの型紙は縦に彫られているため、型紙の左から右にへらを動かして糊をつける場合(縦がき、図4-17)と、それ以外の彫り方の型紙を用いる際、作業台に向かって、型紙の上から下にへらつけを行う(横がき、図4-18)場合がある。工場では、1963(昭和38年)までは竹べら[注18]を使って型付けしていたが、色糊が漏れるという技術的な問題があったため、技術を改良して駒べらを使うようになり、現在に至っている。通常、型付けしている時に、へらを立て掛ける場所がないため、職人は歯でへらを喰えるしかない。職人は自分専用のへらを持つことが多くて、N氏も苗字の仮名の頭文字「N」を入れた独自のへらを持っていた(図4-19)。へらは職人にとって大切なもので、自分でへらを削ったり、磨いたりして、作業をしやすいうようにそれぞれの工夫を凝らしている。

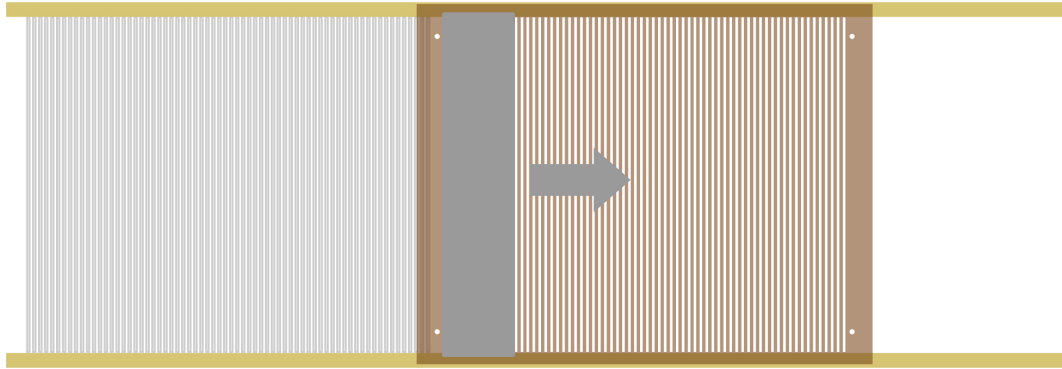


図 4-17. 縦がき

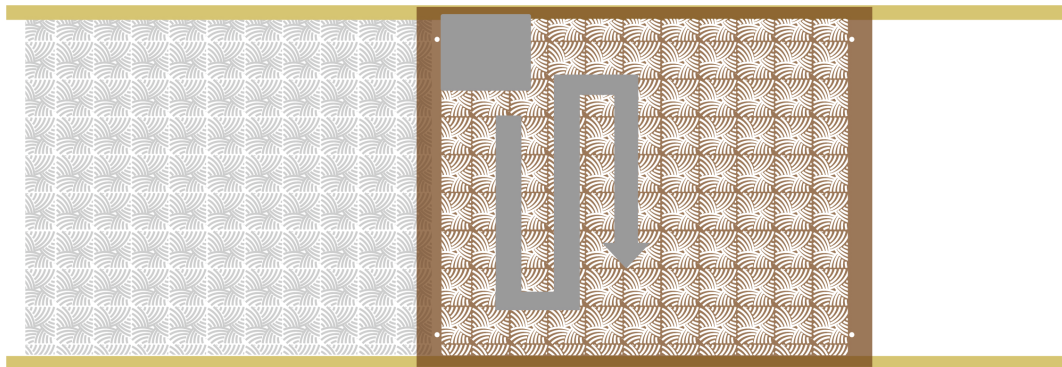


図 4-18. 横がき



図 4-19. 職歴の長いN氏は出刃へらを使っている。ケースの中が駒ペラ。

4.1.5. 地色染め(しごき)

型付けした目糊が乾いたところで、染料が入った地糊を生地へへらで均等に染めていく、この工程がしごきと呼ばれる。明治40年頃から化学染料の普及によって考案されたこの技法は、関西方面において一早く実用化された[注19]。地色染めには、手前に糊置きする職人1名、後ろに〈スケージ〉(生地の広い面積の捺染に使用する大型の駒ペラ)で糊を均等に引き延ばす職人2名、合計3名の職人の共同作業で行う。遅すぎたり速すぎたりすると、地糊が生地十分に浸透できないため、3人の職人は阿吽の呼吸で相互に協力しなければならない。

地色を染めた後には、糊同士がくっついたり、色移りしないように、おがくず(図4-20)を生地全体に均等に撒く。そのほか、おがくずは蒸し工程で熱や蒸気を均一に吸収する重要な役割も果たしている。さまざまな木を混合したこのおがくずは、くや

ニ>を取り除き[注 20]、十分に乾燥させた後に使用する。蒸し工程に入る前に、地糊を寝かせるために、おがくずを撒いた生地を木枠に引っ掛けて乾燥させる。木枠の両端には鉾のようなものがあり、生地を引っ掛けて、蛇腹状に並べていく(図 4-21)。

4.1.6. 蒸し



図 4-20. おがくず



図 4-21. 木枠に引っ掛けられた生地

次に、地糊が剥れないうちに、蒸箱に木枠に引っ掛けた生地を入れ、90℃～100℃の高温で20分から30分間蒸していく。蒸すことによって糊の中に含まれる染料を生地に定着し、色を染める。この工程では、糊の発酵する微妙な匂いの変化を嗅ぎ分け、厳密な温度管理を行う必要がある。そして、天候や湿度に応じて蒸し温度を調節したりして、適切な蒸し加減にするには、臨機応変と熟練さを要す。

1971(昭和 46)年に、工場では重油やボイラーを使った従来の蒸箱を廃止し、高温釜を導入して設備更新を行った(図 4-22)。この高温釜は、蒸し温度や時間を比較的簡単かつ正確に設定でき、釜のなかに蒸気が平均して流通することで蒸しムラが少ないのが特徴である。<現在でも、東京の染色工場で、高温釜を使っている染め屋はうちだけだと思うよ>と、N氏は胸を張った。

4.1.7. 水元・乾燥

蒸し終わったら、糊や定着していない余分な染料を洗い流していく。かつて、染色工程の洗いには川が欠かせなかった。昭和 30 年代までは、東京の染め屋は神田川に生地を流し川水で洗っていたが、1970(昭和 45)年に公布された水質汚濁防止法により現在では井戸水を汲み上げて水洗いをしている[注 21]。

1952(昭和 27 年)に開業当時、工場は深さ 90mの井戸を掘り、モーターで地下から汲み上げた井戸水で水洗いをしていた。その後、工場の近くに公衆浴場ができたため、井戸水が出なくなり、別の場所に深さ 120mの井戸を掘り直さなければならなかった(図 4-23)。洗い場で蒸し上がった生地の表面に特殊な洗剤を塗り、酸素を加えた井戸水で丁寧に洗い、糊や余分な染料を落とす。工場では、一日平均 10 トンの排水を出している。

かつては、水洗いが済んだ生地を屋外で伸ばして天日干しを行っていたが、これに広い敷地が必要であったため、工場では 1970(昭和 45)年頃から暖房を入れて室内で生地を乾燥させるようになった(図 4-24)。それ以降、最も<不上がり>が出やすい梅雨の時期でも、生地を安定的に乾燥させることができるようになった。唯一の欠点は、暖房



図 4-22. 高温釜



図 4-23. 120mの井戸。
地下からモーターで水を汲み上げる



図 4-24. 室内の干し場

が常時入っているため、真夏の工場内が非常に暑く、息苦しくなることである。

4.1.8. 地直し・仕上がり

水洗いも終わって、乾燥させた生地は、蒸気でシワを伸ばして、巾を揃える「湯のし」を行う。筆や小刷毛を使って、型の継ぎ目やわずかの染めムラを補正した後、染色が完了する。

図 4-25 が示すように、昭和 30 年代から 40 年代にかけて、社会環境の変化に対応して、江戸小紋の製造にも大きな変革が起きた。ところが、現在より便利な写真製版が使われているようになって、N氏は、工場の職人全員が最も伝統的な技法である伊勢型紙の型付けを習得することを要求している。これは、江戸小紋の製造に関しては、職人たちが常に「いいもの」を目指し、従来の作り方を受け継ぎつつ技術の革新を続けてきたことが示されている。

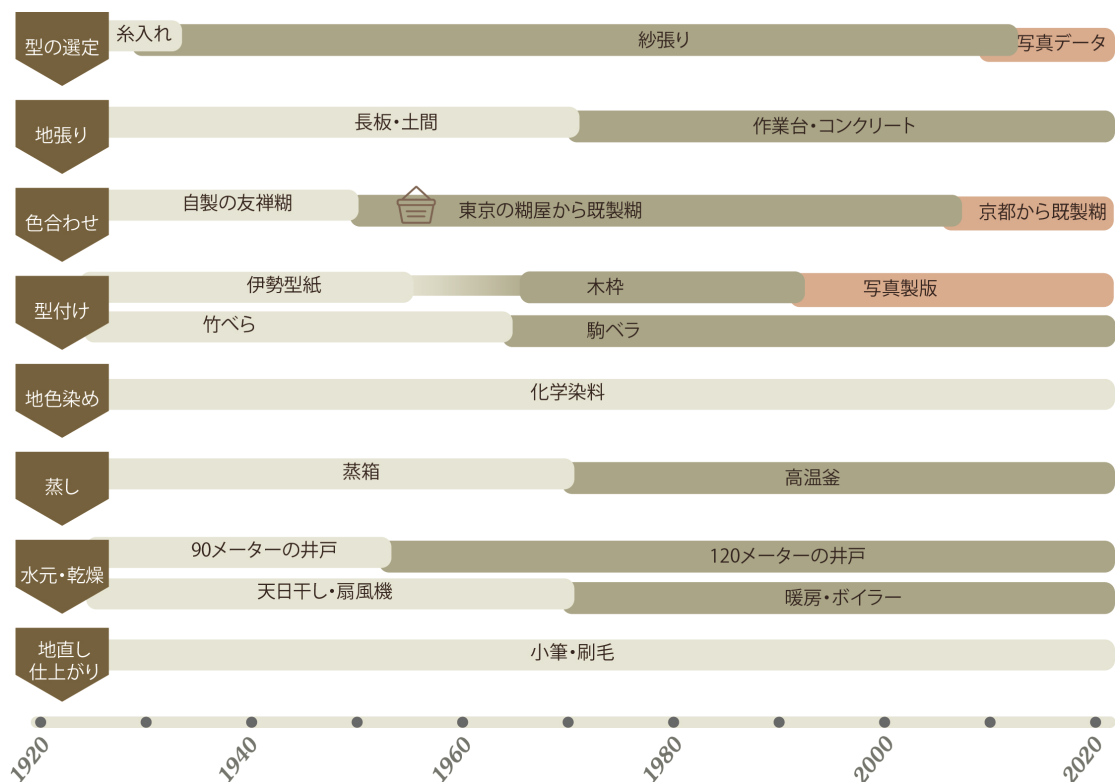


図 4-25. 江戸小紋の製造プロセス

4.2. 経営体制・流通構造

近年、きもの業界全体の規模が縮小している現状を受け、きもの産地における生産体制や流通経路、または人びとのきものに対する意識について、経済的な観点から多くの研究が行われている。そこで、本節では、文化的側面に焦点を当て、文献調査ならびに聞き取り調査によって得られた情報に基づき、調査対象工場を例に昭和から平成にかけて染色業者の経営体制や業界における流通構造の変遷を整理する。

昭和 20 年代、戦後の日本は、極端な物質不足に陥り、東京の染工場は手持ちのきものや生地を染め直すことを余儀なくされた。第二次世界大戦の東京大空襲で大量の衣類や織機が焼失したため、卸業問屋は白生地以外に古着も扱い、店頭で生活者に染め見本を見せて古着染替の注文を受けて、それを一枚単位で染め屋に染めさせるという注文生産方式が徐々に主流となった。この注文生産方式は〈誂染め〉といい、この個人の注文を受ける卸業問屋は誂悉皆と呼ばれる[注 22]。1960(昭和 35)年頃、日本では戦後の混乱からようやく経済復興が軌道に乗り、紡績業の好調により白生地の生産量が飛躍的に増加すると同時に、産地から白生地を預かって染め屋に染めさせる専門の製造卸問屋が現れた。この製造卸問屋は〈つぶし問屋〉と呼ばれ(〈前問屋〉ともいわれる)、小売業と引取せず、二次問屋である〈産地問屋〉に納品する。こうした新しい白生地を預かって染め屋に染めさせるという注文生産方式は〈仕入れ染め〉と呼ばれる。戦後 30 年が経った昭和 50 年を境に、〈誂染め〉は、〈仕入れ染め〉の既製きもの的大量生産と日常着の洋装化により需要が減少し、次第にきもの業界の表舞台から退場した。

昭和 30 年代から 40 年代にかけて、高度経済成長期と東京オリンピック景気により生活者の購買力が向上し、N氏の工場の生産量は好調であった。当時の工場は一柄少量の〈誂染め〉の生産が中心であったが、その後、生産効率の向上のため、徐々に大量生産の〈仕入染め〉に移行していった。1967(昭和 42)年頃に、工場は設備の更新により不採算となった〈誂染め〉を停止し、より収益性の高い〈仕入染め〉を専業にした。また、第一世界大戦後、〈誂染め〉が盛んになった時、ハイドロやアルカリの石鹼で古着を脱色する専門業者の〈ぬき屋〉が存在したが、〈仕入染め〉が主流となったことからこれらの専門業者が相次いで廃業し、古着脱色の作業は工場が引き受けることになり、それも間接的に〈誂染め〉事業の停止につながった。そのほか、問屋の要望に応じ、生産量の拡大を図るために、工場は〈仕入染め〉に専業した 11 年後の 1978(昭和 53)年に、紅型など多様な型染めをやめて、江戸小紋、さらに江戸更紗の製造に特化した。

生産方式や製品内容のほか、生産拠点にも変化が起きた。昭和 40 年代、日本ではきものの国内需要が大幅に増加したが、同時にきもの業界は人手不足に陥り、N氏の工場など東京の多くの染色工場が生産拠点を韓国に移した。この生産体制は〈逆委託貿易〉と呼ばれ、N氏の回想では、自分がもう一名の染色職人とチームと組んで、15 日間の観光ビザで必要な材料と白生地を韓国に持ち込み、そこで染色加工を終えて再び出来上がった生地を日本に持ち帰るということであった。特に高級なきものに関しては、大量に作らないため、染めた生地を韓国で刺繍を施すなど再加工し、手荷物として直接日本に持ち帰ることもあった。その後、韓国経済が好調になり、こうした〈逆委託貿易〉は徐々に中国やベトナム、東南アジアに移行した。

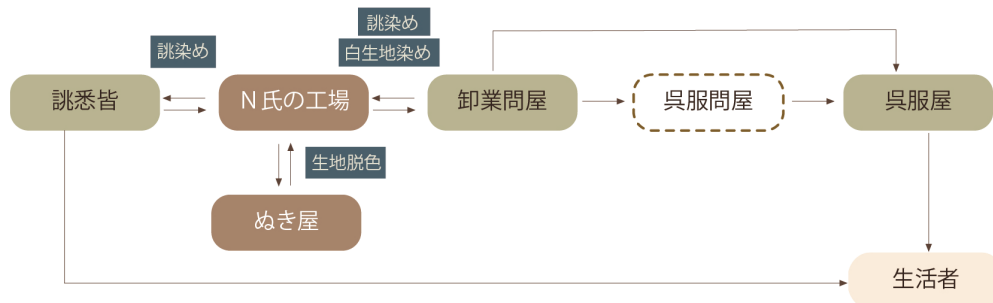
近年、きもの業界の衰退に伴い、卸売業者数が大幅に減少している。特にコロナ禍以降、小さな問屋が次々と廃業し、〈チカラ〉のある(多くの人脈と販路を確保している意味)問屋だけが残っている。現在、N氏の工場は生産量の 7 割を問屋に納め、残りの 3 割を自社で販売を行っている。問屋からの注文は、昭和 50 年代には 1 柄 8 反付けであったが、現在は 1 柄 1～2 反付けになっており、工場にとっては〈能率が悪い〉状態である。かつては、染め屋が多く存在し、たくさんの〈つぶし問屋〉に品物を納めると不正競争になるため、染め屋が各自専用の〈つぶし問屋〉のみに出したが、現在は染め屋も問屋も数少なくなっているため、染め屋がかつてより多くの〈つぶし問屋〉に納品している。N氏の工場は、現在、東京での 1 軒と、京都での 1 軒とやり取りしており、〈染め元が知られても仕方がない、バッティングになっても仕方がないね〉とN氏が嘆いた。また、春や秋に催事が多く行われる時期に問屋からの注文が増えてくる。問屋に納める生地は、指定した柄と色でつくられ、残り 3 割の自社販売の分は在庫を参考に、人気のある柄と色でつくられている。

かつて、きもの業界には、〈飛び越えていけないルール〉があり、製造元から生活者に直接販売することや、製造元から問屋を介さず直接呉服屋や小売屋に納品することが厳禁とされた。しかし、江戸小紋をはじめ、きものの需要が減少するにつれ、近年では多くの染色工場が自社の売上を伸ばすために小売業へ参入している。現在、N氏の工場では、工場直販、EC サイト販売、職人展や百貨店での販売という 4 つの販売ルートを持している。EC サイトでの販売は、自社ホームページのほか、東京都が運営する伝

統工芸品を販売するオンラインショップにも出店している。しかし、江戸小紋の反物は比較的高価なため、EC サイトでの販売はストールや手ぬぐいなどの小物類が中心である。江戸小紋の反物は、工場直販や百貨店での販売がほとんどであるが、単価が高いため、販売量がかなり少ないのが現状である。〈我々にとって、販売量が多い問屋経由の方がやりやすい〉と、N氏が語った。

上述の通り、昭和40年代以降、東京における江戸小紋の経営体制や流通構造は、図4-26のように社会環境の変化に応じて大きく変容していることがわかった。

昭和40年代まで



昭和50年代から

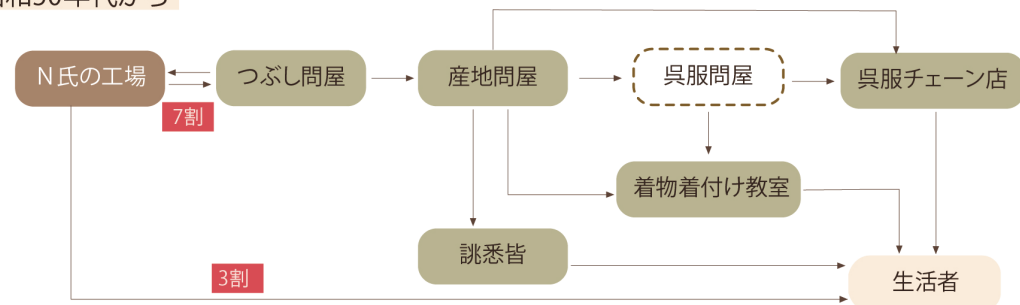


図4-26. 江戸小紋の経営体制・流通構造の変遷

4.3. 使用

江戸小紋の使い型や手入れなどについては、墨田区押上にある悉皆屋の店主・M氏を中心に聞き取り調査を行った。悉皆屋は、作り手と使い手との間を仲介し、個人対応できものの染色、染替、洗い張り、再利用などの相談を受け、使い手の要望に合わせて最適な下請業者に仕事を回すというくきもの総合プロデュース業である。前述した「誂悉皆」もその一種である。本節では、得られた情報をもとに、江戸小紋の日常的な使用、手入れ、リサイクルの変遷を記録する。

前述の通り、江戸小紋は、本来、武士の礼装である袴から発展したものである。袴の柄に取り入れられたこれらの小紋は、將軍家をはじめ、各藩ことに特定の柄として定められ、誰が見てもどこの藩の者かがわかるという制服的な機能を果たしていた。特に、現在江戸小紋を代表する「江戸小紋三役」の一つである「鯨小紋」は、かつて8代將軍の徳川吉宗の生家である紀州徳川家の「お留め柄」で、鯨の肌が鎧のように固いことから「厄除け・魔除け」といった意味が込められていたようである。しかし、当時の

江戸小紋のきものは絹製品であったため、支配階級の武士や大店主の奥方しか着ることができなかった。一方、庶民が着る江戸小紋のきものは、木綿の緋や麻などの比較的安価な生地で作られていた。明治維新後、断髪令の発布や西洋化などの影響を受けて男性の小紋着用は急速に減少したが、その代わりに女性の間では小紋を着る人が増加した。現在、紋付けの江戸小紋は格の高い装いであり、準礼装にランクづけされる。また、無地のきものと同じようにフォーマルな場で着用される江戸小紋は、シチュエーションによってスタイリッシュにも着こなすことができる。特に、紋付色無地を基本とするお茶席などのお稽古では、遠目に無地に見えるような細かい柄が入っているため、江戸小紋は色無地に準じるものとして着用できる。一方、一見無地に見えるがゆえに、江戸小紋は舞台公演には適していないといわれる。

1959(昭和 34)年の皇室の婚礼の染め物ブームをきっかけに、戦前には富裕層のみが入手できるフォーマルなきものが、一般女性の必需品とみなされるようになったとともに、結婚式、葬式など、人生の通過儀礼の時にきものを着用する習慣が社会に定着していった[注 23]。M氏の回想によると、昭和 40~50 年代、女性は結婚する際に、慶事用の無地と弔事用の無地の2着のきものをつくって、衣装小箆筒とともにお嫁入り道具にすることが一般的であった。さらに、名古屋では、衣装小箆筒を開けて、新製のきものをはじめ、お嫁入り道具を近所の人に見せる習慣もあったようである。一方、今日、喪服といえば黒色・洋服が主流であるが、実は、明治時代まで家族が白色の喪服を着ることが基本であった。また、大正時期以降、黒が喪服の色となり、正式喪服として、男性は紋付羽織袴、女性は黒紋付に黒帯を着用するようになった。通夜や葬式の場合は、家族以外の参列者は正式喪服ではなく、喪にふさわしい色無地や江戸小紋を略式喪服として着用するのが通例となる。この略式喪服を色喪服という。江戸小紋を色喪服として使用する場合は、茶、灰、藍など地味な寂しい地色に鮫小紋や霰などの紋様が施されるきものと、黒色あるいは地味な色の生地に「梵」字や蓮の花などを配す帯と合わせて着用できる。M氏は葬式に参列するとき、黒に近い江戸小紋を着て、帯、帯上げ、帯締め、草履をすべて黒で統一し、半衿だけを白にすることがあった。弔事用のみならず、お祝いの場合にも江戸小紋を着ることができる。20~30 年ほど前までは、女の子が 18 歳になった年に鱗文様の長襦袢を着る習慣があった。鱗文様は、正三角形または二等辺三角形を上下左右に連続して配した紋様で、古くから魔よけや厄よけの意味で使われ、身を守るという非常に縁起が良い。

近年、渋くてきれいな地色に、定め柄や長寿福などの伝統的な紋様を用いる江戸小紋は人気を集めている。N氏によれば、江戸小紋の初心者は、約色が7割、紋様が3割程度で反物を選んでいる。初心者は「江戸小紋三役」から紋様を選ぶことが一般的であることに対して、江戸小紋に親しんでいる人はそれ以外の紋様を選ぶことが多いようである。

きものの洗浄には、解かずにクリーニングする方法と洗い張りがあり、前者は、その名の通り、きものを解かずに仕立て上がっている状態が洗剤で洗う手入れの方法である。例えば、ドラム式洗濯機と石油系溶剤を使用する丸洗い、ブラシとベンジンで手洗いする生洗、またシミの汚れを落とすシミ抜きと、高圧蒸気を使う汗抜き。後者

は、きものの仕立てを解いて反物の状態に戻して、板の上に洗剤やブラシを使って水洗いすることである。また、水洗いして汚れと糊を落とし、新たに布のりを引き、湯のしや伸子張りで反物の幅を整えることもある。一度きものを解いてから洗うため、再度仕立てする必要がある、解かずにクリーニングする場合に比べて、洗い張りのほうに費用が高いのも当然のことであろう。戦前、きものは基本的に家庭で洗われ、各家が洗い張り用の張り板を持っていた。この張り板は、きものの洗濯だけでなく、反物の乾燥や幅を整えるためにも使えた。洗い張りの専門業者が登場したのは、1923(大正12)年の関東大震災以降のことである。当時は、大震災によって、利便性の面から洋装化が進み、きものを日常レベルで着ることは少なくなっていた。また、第二次世界大戦後、日本では洋装が日常生活に即して、普段着として定着したため、きものを着る機会が大幅に減り、次第に家庭で洗濯せず、洗い張り屋に依頼することとなったためである。かつては、きものはシーズンオフで年1回丸洗いして、毎日着用する場合は3年に1回に洗い張りすることが普通であったが。近年、クリーニング代を節約するために、洗い張りをせず、丸洗いやシミ抜きだけで済ませる人が増えている。その結果、洗い張り職人の仕事が少なくなり、廃業するところが相次いでいる。

呉服屋より染色に詳しい悉皆屋は、着古したきものの再利用やリサイクルにも対応できる。前述した古着染替は型染め以外にも、無地染や手描き染めの場合もある。染替の場合は、小紋の模様見本を貼り付けした型見本帳や色見本帳を悉皆屋が生活者に対して示し、生活者の中から好みの色を選び、そして悉皆屋が生活者から受けた注文を染色業者に伝える。きものの生地は繊細で壊れやすく、何度も色抜きをすると生地に大きく負担がかかるため、悉皆屋はきもの本来の地色に濃い色をかぶせることを提案するのが通例である。悉皆屋は生活者から古着を預かり、それを洗い張り屋に送り、きものを解いてきれいな反物の状態に戻してから染色業者に渡す。染め上がった反物は再び悉皆屋に送られ、その後必要に応じてさまざまな職人によって加工され、最後に仕立て屋に送られて縫製される。特に、紋付江戸小紋の場合は、紋を入れる専門業者の「紋屋」がある。近年、墨で紋を入れる手描き紋屋が激減しているため、代わりに縫紋が多く使われるようになってきている。かつては墨田区近辺だけでも七、八軒の仕立て屋があったが、最近では縫製職人が大幅に減り、きものの仕立てだけでなく、小物の縫製ができる職人を見つけるのが難しくなっている。

くたびれたきものは染め替えができなくなった時には、長襦袢として使われることが多い。また、長襦袢の袖にしたり、半襟にしたり、帯上げに変身させることなど、着古したきものはさまざまな変化することができる。一方、着なくなったきものを他の人に譲る場合は、リメイクすることができる。例えば、母親が40年前につくった留袖の幅を少々広げて娘に着せたり、父親が自分のものの身丈を調節して娘に着せたりすることがあった。M氏の実家では、祖父のきものを孫のお宮参りの衣装に変えたこともあり、孫3人が順番に着ていた。こうした着古したきものをリメイクする習慣があるからこそ、きものを仕立てる時に内揚げをするなど、より工夫を凝らしているのである。きものをリメイクする以外にも、洋服にリフォームすることもある。解いた生地を洋服のコートに使ったり、袋物に変身したりすることができる。きものリサイク

ルの最後はハギレになる。くたびれた木綿のハギレは家庭で赤ちゃんのおしめとして使用したり、絹製のハギレは古着屋で回収してほかのものづくり(押絵羽子板、江戸木目込人形など)に使えたりするなど、リサイクル方法がさまざまである。

図 4-27 のように、一反の江戸小紋は使用、手入れ、再利用を通して、多くの人の手によって、余すことなく十分に活用されてきたのである。

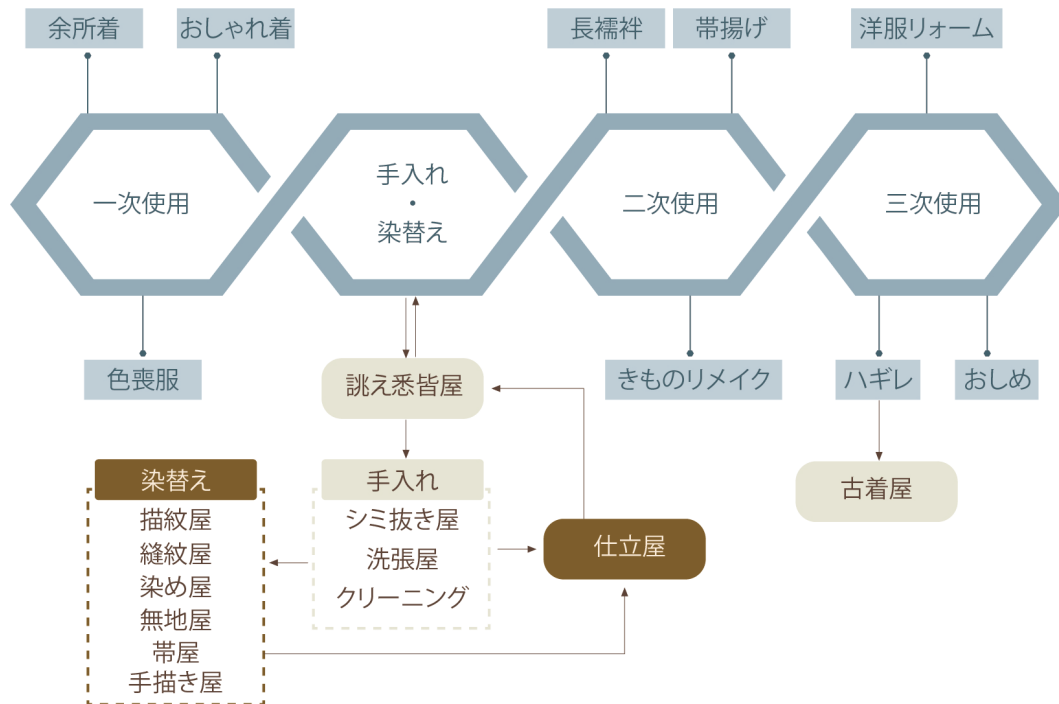


図 4-27. 江戸小紋の使用

5. 考察

江戸小紋は、江戸時代初期の武士の袴から発展したもので、奢侈品禁止令に対抗して、染色業者が技術を競い合い、染色技術や微細な型紙の技術が発達させたものである。さらに戦後、染色業者は、当時急増したきものの需要に応えるため、より高品質の量産化を目指し、伝統の製法にこだわらず、技術の改良を断行した。伝統とは、単に旧来のものを模倣したり、従来技法に固執したりすることではない。常に社会環境の変化に応えようとする姿勢と、それを基にして技術を切磋琢磨しながら時代に則したものを製作することは、伝統工芸産業の本質になると考えられる。N氏が言ったように、〈伝統とは革新の連続であり、その原動力は職人のものづくりに対する考えにある〉。

しかし、近年は経営の不振による協力会社が減少しており、一定程度の技術の低下を招くとともに、長年にわたって築き上げてきた分業体制が次第に崩壊し、染色業者も一貫生産体制への移行を余儀なくされ、間接的に生産負荷を高めているのが現状である。また、関係事業者の廃業により、染色業者は、これまで一定の地域内で安定的に供給されていた原材料や用具を地域外から調達せざるを得ず、それに伴う運搬費や

運搬にかかるエネルギーの消費が生産コストに直結し、染色業者の経営は一層厳しくなっている。さらに、ベトナムなど労働力の安い海外に一部の生産拠点を移すことで、地域の雇用を減少しながら産業の空洞化を招き、染色業者は「専門業者の減少による生産コストの増加、コスト削減のための生産拠点の移転による地域内の雇用環境の悪化」という悪循環に陥っている。そこで、このよう状況を打開するためには、地域における明確かつ健全な分業体制を構築し、地域に根ざした産業の強みを生かして地域の性格を表すものづくりを行うことが大切である。今日、もう一度「江戸小紋」という名前がつけられた原点に戻る必要があると考えられる。

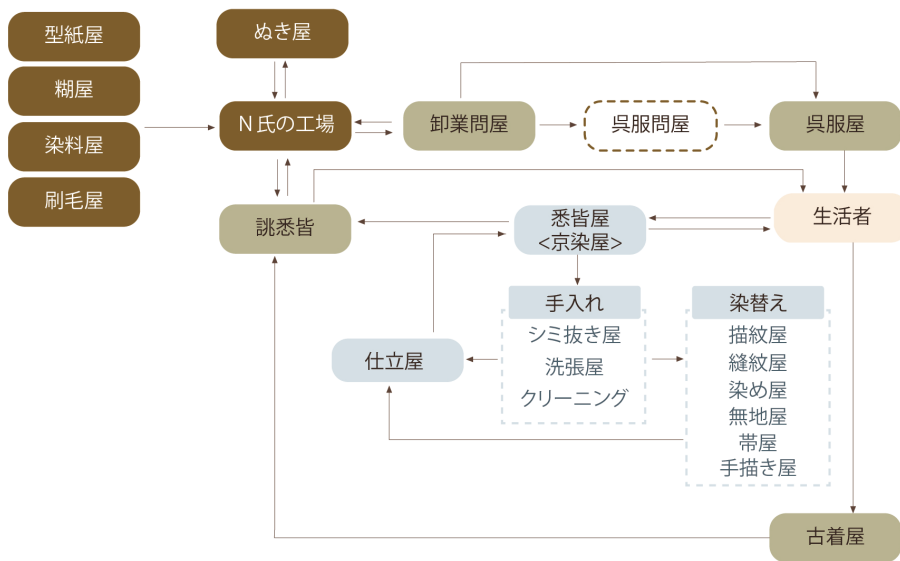
きもの業界における流通構造については、図 4-28 に示したように、高度経済成長期以降の需要の減少に伴い、きもの産業の規模が縮小し、製造業者や手入れ関連業者が減少している一方、生活者につながる販売経路が著しく増加する傾向にある。昭和 30 年代後半まで、一枚の江戸小紋は、製造業者から卸売業者や小売業者を通じて生活者の手元に届けられるのが一般的であったが、昭和 40 年代以降、特に通信販売が主流になってからは、製造業者から生活者への直売が増えている。荒木由希は、きもの産業の縮小原因は、①生活スタイルの変化、②高付加価値化戦略が消費者ニーズと乖離したこと、③産業組織構造の硬直化の三点に整理し、特にきもの業界において流通に関して何層にもわたる複雑な多重層システムをつくり上げたことが最終価格の高額化につながり、消費者から「きもの離れ」現象を惹起している現状の改善策として、流通短縮化させて直接販売システムの確立を挙げた [注 24]。しかし、問屋などの卸売業者が中間に入るとその分だけコストが発生するといった欠点がある一方、卸売業者が存在するからこそより幅広く流通しやすいという大きな利点も見逃すことはできない。また、卸売業者は市場に関する十分な情報を有するため、製造業者にさまざまなアイデアを提供することができる。N氏の工場では、写真製版の導入や革物への小紋染めの応用など、生産技術の革新や新製品の開拓はすべて卸売業者からの提案によって行われていた。卸売業者を介さず製造業者が直接販売することで、卸売業者が大幅に減少し、製造業者は市場動向の把握や生産に役立つ情報の共有といった企画的な役割を担わざるを得なくなり、かえって負担が増えることに留意すべきである。表面的には、複雑な多層の流通構造が最終価格の高騰を招き、生活者の「きもの離れ」を引き起こしているが、本質的には、販売経路の過度な開拓が価格競争をもたらし、次第に生活者の不信を招いたことが、「きもの離れ」現象のより大きな原因になると考えられる。

「きもの離れ」現象のもう一つの原因は、きもの使用に関する生活者の知識不足が挙げられる。かつて人生の通過礼儀のなかで大切な役割を担っていたきものを着用する機会が少なくなるにつれ、生活者はきものの柄や色が持つ意味への理解を徐々に失い、単に衣服として見るようになり、次第にきものへの関心が薄れていったのである。また、前述したように、かつては古びれたきものをリメイクして二次使用、または三次使用することができ、一枚のきもの寿命が非常に長くなるため、生活者はきもの高値に一定の耐性があったが、現在は、自分の生活の中に生かし最後まで使い切る循環的な使用習慣が消失しつつあるため、生活者はきものを特別な日にしか着用しな

い「晴れ着」として捉え、その高値により敬遠しているのである。特に江戸小紋の場合は、〈きもの上級者向け〉という印象が強く定着しているため、生活者から遠ざかるのも仕方がないことである。そこで、これまで培ってきた循環的な使用習慣をいかに取り戻し、人びとの日常生活に定着させるのかは、伝統工芸産業だけでなく、地域社会全体の課題でもある。

昔・昭和30年代後半まで

製造 流通・販売 手入れ



昭和40年代以降・今

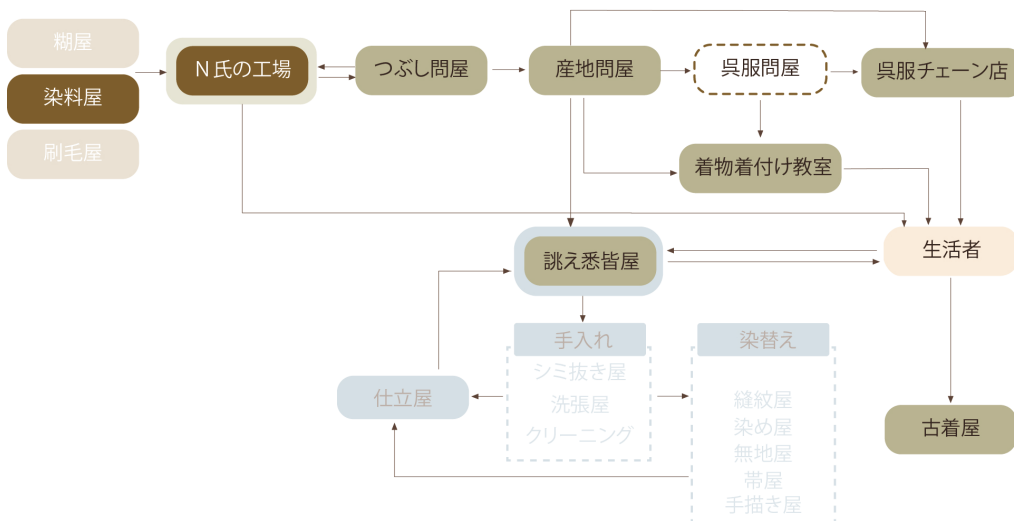


図 4-28. 昔と今のステークホルダーマップ

注および参考文献

- 1) 川喜田二郎：発想法，中央公論社，123-147，1967
- 2) 中江克己(編)：江戸小紋：華麗な江戸の伝統美(日本の染織6)，東京：泰流社，41-42，1975
- 3) 服装文化協会(編)：増補版 服装大百科事典，文化出版局，347，1976
- 4) 富田篤：江戸小紋概史，繊維製品消費科学，61(9)，659-662，2020
- 5) 前掲論文4
- 6) 前掲書2、p29
- 7) 菊池理予：工芸技術記録に関する研究-『江戸小紋技術記録』を通して-，無形文化遺産部プロジェクト報告書『無形文化財の伝承に関する資料集』，60-69，2011
- 8) 東京都産業労働省商工部経済支援課(2017)．“東京染小紋－東京の伝統工芸品”．東京都産業労働省．<https://www.dento-tokyo.metro.tokyo.lg.jp/items/02.html>，(参照 2022-08-22)．
- 9) 『江戸小紋技術記録』は、文化財保護法に基づく行政措置の一つとして、野口真造、本吉春三朗の連名で昭和 27(1952)年に作成されたものである。この記録は、平成 13 年 8 月 1 日に文化庁より東京国立博物館に移管され、現在は同館に「列品」として登録・保管されている。この記録は、着物一領、反物一反、染見本二十六種、篋一つ、染色美術協会による文書記録一冊、メモ書き一枚、文部省への送付状からなる。
- 10) 留型は問屋や小売店は自身が意匠を考案し型を彫らした型紙、自社専用、他店で使用を禁じた型紙のことを指す。振型に対する語。
- 11) 長板の置き台に関する呼び方は『江戸小紋技術記録』に参照した。
野口真造、本吉春三朗：江戸小紋技術記録，無形文化遺産部プロジェクト報告書『無形文化財の伝承に関する資料集』，70-93，2011
- 12) 一色染は、染料を一色だけにして、他の色彩を用いないで染めること、また、その染物のことである。江戸小紋のほか、長板中形の藍一色染もある。
- 13) 太平洋戦争の開始に伴って 1942 年(昭和 17)に制定され、1994 年(平成 6)まで続いた食糧管理法(食管法)に基づく、主要食糧の国による管理・統制という制度があった。その制度は米と麦を対象とした。
- 14) 江戸小紋のしごき技法によって、既製糊を使うことができるが、同じ型染めの長板中形では、江戸小紋とはまったく異なる糊や染め方(浸染)を用いるため、湿度や天候に応じて職人が自分で防染糊をつくらなければならないのである。中形屋にとって、糊づくりは一子相伝、門外不出の技術である。
- 15) 前掲論文7
- 16) 反応染料で染めるのはほとんど植物系天然繊維でつくられる生地である、例えば、木綿、麻。酸性染料はナイロンや、絹、また動物系天然繊維に染色相性がいい。分散染料はほとんどポリエステル系統に用いる。
- 17) N氏によると、日本で最初に粹型を使用したのは、横浜のハンカチーフメーカーである。

- 18) 明治中期以前の江戸小紋の製造には、竹ベラはよく使われていたが、日清戦後、化学染料の使用などのため、出刃ベラ(小紋専用の駒ベラ)の出現で徐々に廃れた。
- 19) 前掲論文 11
- 20) <ヤニ>とは、木材からしみ出す樹脂様物質、樹液ともいわれる。ヤニがあると、乾燥の遅れや染めムラの原因となるため取り除く必要があります。
- 21) 前掲論文 4
- 22) 岩城 万里子, 高寺 政行: 悉皆の成り立ちとその変遷, 日本感性工学会論文誌, 11(1), 39-45, 2012
- 23) 荒木由希: きもの産業における伝統の価値の変遷と組織の関係, 文化経済学, 17(2), 5-17, 2020
- 24) 荒木由希: きもの産業の縮小原因把握に関する先行研究整理, 人間社会環境研究, 36, 45-61, 2018

図・表の出典

- 1) 図 4-1~7, 4-11, 4-13~14, 4-16, 4-19, 4-21, 4-23~24, 筆者撮影
- 2) 図 4-8 SARANKORN POVORASIN 氏が提供
- 3) 図 4-9, 4-10, 4-12, 4-15, 4-20, 4-22 TIPSUPA KULISARA1 氏が提供
- 4) 図 4-17~18, 4-25~26 筆者作成
- 5) 表 4-1~2 筆者作成

第五章 実地調査に基づく伝統工芸産業の文化的特質(2)
-墨田区における木目込人形を例として-

Chapter 5. Cultural characteristics of traditional craftindustries based on field survey (2)-Case Study of Edo Kimekomi Dolls in Sumida Ward Tokyo-

1. はじめに

前章では、N氏の染色工場を例に、墨田区における江戸小紋の生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、社会の変遷に伴う江戸小紋産業のさまざまな変化を確認した。本章では、同じく墨田区の伝統工芸である「江戸木目込人形」に着目し、同じ社会的背景の中で異なる職種の伝統工芸がいかに変化してきたかを把握し、それによって伝統工芸産業の文化的特質を明らかにしていく。

2. 調査方法

2.1. 調査対象と調査時期

本章の調査対象者の情報を表 5-1 に示す。「江戸木目込人形」の調査対象者の工房も、同じく墨田区伝統工芸保存会に所属し、墨田区において 40 年以上続く人形製造業者である。

江戸木目込人形に関する調査は 2022 年 5 月 13 日、6 月 3 日、7 月 1 日、8 月 1 日の計 4 回を行った。1 回あたりのインタビューは 2 時間程度となった。

2.2. 研究方法

表 5-1. 調査対象者の情報

調査対象者	性別	従事年数	職業
T 氏	男	49	木目込み職人
H 氏	男	19	木目込み職人
O 氏	男	-	屏風職人

前章と同様、調査対象者には事前に調査内容の説明を行った。すべての対象者の同意を得た上でインタビューを行い、インタビュー内容を録音した。聞き取り調査にあたり、【製造工程】【材料・用具の調達】【産業の変遷】【日常生活での使用】【手入れ】の五つの質問項目に従い、インタビューを行った。録音した内容はすべて文字おこしを行い、その結果、江戸木目込人形に関する約 7 万文字のテキスト資料を収集した。また、現地調査により得られた膨大な情報を整理するために、川喜田二郎氏が考案した KJ 法[注 1]を用いて、テキスト資料を単位化・統合化し、調査内容を分析した。その結果、江戸木目込人形に関する計 334 枚のカードを作成した(表 5-2)。

表 5-2. KJ 法による「木目込人形」の情報カードの分類

	項目	カード枚数
木目込人形	製作工程	124
	経営体制・流通	99
	使用・修理	72
	歴史・その他	39

また、KJ 法の分析結果に基づき、伝統工芸産業を取り巻く人びとや組織とその関係性を明らかにし、ステークホルダーマップによる図式化した。調査の補足として、T

氏の工房のホームページや関連文献から情報収集を行い、得られたテキスト資料と合わせて分析に用いた。以下、調査対象者の発言を〈 〉内に示す。

3. 調査対象について

3.1. 江戸木目込人形の歴史

江戸木目込人形は代表的なひな人形の一つである。ひな人形の起源は、古く縄文時代の土偶、弥生時代から古墳時代にかけての埴輪に遡ることができる。奈良時代以降、ひな人形は人間の身代わりとして、さまざまなお祓いに使う形代や呪いの対象物として用いられた。平安時代に入ると、宗教的、神事的な目的のほか、純粋に遊びのための人形が出現した。それは「ひいな遊び」という子どもたち、特に女の子の遊びに使われる人形で、『源氏物語』にも頻繁に登場している。江戸時代に入って、ひな祭は急速に発展して人形の飾り付けも次第に派手になり、人間の祓という意味も薄れ、女の子が美しく飾って楽しむ風習となり[注2]、そのまま伝えられ、現在に至るのである。

木目込みとは、木彫や桐の粉を固めた胴体に溝を掘り、そこに金襴や縮緬などの布地をへらで押し込んで着せ付ける技法で、古くから生まれていた。聖徳太子によって創建された大阪の四天王寺が所蔵する国宝「懸守」は、木目込みの技法を用い、桜の花びらをかたどった桐材に錦などの織物で一面に木目込みしていたもので、平安時代末期につくられたと言われる[注3]。木目込み人形の創始については、元文年間(1736～1741年)、京都賀茂神社の雑掌・高橋忠重が、祭典に使う柳箆をつくった余材に木彫を施し、そこに溝を掘り、神官の衣裳の端切れを貼ったことが始まりであると伝えられている。この言い伝えによって、木目込み人形は加茂人形、加茂川人形、柳人形とも称される。この人形は次第に世間に知られるようになり、やがて京都から江戸への上等な土産品として求められるようになった。しかし、当時としてはかなり高価なものであり、ごく一部の上流階級の人しか所有することができなかった。20世紀に入り、1904(明治37)年に東京の人形師である吉野栄吉が京都へ木目込みの技術を学びに行き、技術を改良して東京に持ち帰って、京都の木目込人形とは趣の異なる江戸の木目込人形を生み出した[注4]。従来の方法では柳の木を使い、一体ずつ彫ったのに対して、吉野は桐材の粉と特製の糊を練り合わせて、人形の原型をつくった。この技術改革により、従来の特長性の高い木彫りの木目込人形に比べ、同じ原型を量産することが比較的容易になり、その結果、この木目込人形は徐々に一般庶民の間に普及するようになった。昭和に入り、太平洋戦争の勃発に伴い、日本において「奢侈品等製造販売制限規則」が施行され[注5]、ひな人形の製造も一時的に停止されることになった。また、東京大空襲の影響で、東京の人形師の一部は埼玉県岩槻に転住して人形づくりを続けたため、次第に現在のような「人形のまち」が形成された。戦後、木目込人形は住宅事情に合わせて、江戸時代から流行した15人飾りのものから、姫と殿の2人のものへと小型化され、現在に至っている。

一方、1978(昭和53)年に桐の粉で原型(胴体)をつくりそれに布地をぴったり貼り付けて作る人形は「江戸木目込人形」と正式に名付け、通商大臣(現経済産業大臣)により伝統的工芸品に指定された。指定条件は、以下の通りである[注6]。

- (1)使用する原材料については、
- ① 桐塑に使用する用材は、キリとする。
 - ② 素焼き頭に使用する粘土は、白雲土又はこれと同等の材質を有するものとする。
 - ③ 着付けに使用する生地は、絹織物又はこれと同等の材質を有するものとする。
 - ④ 髪に使用する糸は、絹糸とする。
- (2)伝統的技術・技法については、
- ① 素地は、桐塑とし、地塗り、切り出しなどを行った後、5回以上の上塗りをする。
 - ② 着付けは、筋みぞにのりづけした後、木目込みをする。
 - ③ 面相描きは、面相筆を用いて、目入れ、まゆ、毛描き及び口紅入れをする。
 - ④ 毛吹きは、スガ整えの後スガ吹きをする。

3.2. 調査対象工房の歴史

親子二代で江戸木目込人形の製作に携わるT氏の工房は、現在、六代目T氏が1973(昭和43)年に墨田区の向島で創業した。工房は、通りの角にある戸建ての1階に構え、そこには江戸木目込人形のさまざまな姿を見ることができ小さな博物館も併設されている。工房の上はT氏の自宅になる。T氏の母方の実家は、1841(天保12)年から続く人形師の名家と知られる名川家である。初代目の名川岩次郎は、28歳のときに浅草須賀町の人形師瀬山金蔵より独立して本所両国に創業し、その木目込みの技術・技法が弟子達に受け継がれてきた。18歳で高校を卒業したT氏は、叔父である五代目の元へ内弟子として入門し、5年修行の後、実家のある墨田区向島に戻り、職人として独立して工房を創業した。現在では、七代目である息子のM氏はT氏とともに木目込人形の製作を担当し、T氏の妻は経理を担当している。工房では、木目込人形の製作のほか、木目込み教室や体験コースも設けられている。

4. 調査結果

4.1. 製造

江戸木目込人形の製作は、胴体づくりと頭づくりに大別される。このほか、台や屏風などの小道具の製作を加え、最後に全体を組み立てて完成させる。一般的には、一つの工房で全工程を手掛けるのではなく、複数の工房が分担して製作を行うことが多い。今回の調査対象であるT氏の工房は、明治時代から伝わる伝統的な木目込人形の技法を多く踏襲しているため、本節では、ひな人形をはじめ、江戸木目込人形に関する各製作工程を記録する上で、使用される材料の変化に注目する。

4.1.1. 原型づくり

江戸木目込人形の製作は原型づくりから始まる。原型は、予め製作したい人形のイメージをスケッチした後、粘土で作成するのが一般的である。スケッチをもとに粘土を練りながら、<手でちょっとずつつけて、気に入らないところを竹ベラで削っていく>、定規でサイズを確認し、完成時頃の縮み具合も考慮して高さを計算する。現在、原型づくりはすべてT氏の工房で行っている。この二次元の平面スケッチを三次元の

立体物にするこの作業は、最終的な人形の姿を決めることになり、〈大変なんだけど、一番面白い〉とT氏が語った。一人でつくる他の人形工房と異なり、T氏の工房は二人の職人がいる強みを活かし、同じ干支のモチーフでも〈オーソドックス〉と〈変化級〉で異なる原型をつくるなど、商品のバリエーションを広げ、原型のデザインがかぶらないように工夫をしている。現在、T氏の工房では干支をはじめ、毎年10点ほどの新しい原型をつくっている。

原型はT氏の工房でつくられるが、その後の型づくり、いわば型の量産は専門業者の〈ぬき屋〉に委託されることになる。

4.1.2. 型づくり

型づくりは、〈カマ〉づくり、型詰め、型抜きの三つの製作工程に分かれる。まず、粘土でつくった原型を木枠の中に入れ、硫黄、アルミニウム、松ヤニなどを流し込んで人形の型を取っていく。以前では硫黄が多く使われたが、最近では合成樹脂を使用するところが増えている。取れた型を〈カマ〉といい、原型の前半分と後半分の2つに分けて作成される(図5-1)。その後、桐のおがくずに生麩糊を混ぜて、糊と粉のかたまりが残らないように手でよく練り合わせる。こうしてできた粘土状のものが型づくりの原材料になり、「桐塑」と呼ばれる(図5-2)。桐塑という名称は一般には馴染みが



図5-1. 〈カマ〉。

2つに合わせるため「ダボ」がついている。



図5-2. 桐塑

なく、〈人形屋しか使わない言葉〉である。次に、桐塑を少しずつ丁寧に〈カマ〉の中に詰めていく作業を行う。型の乾燥を速め、または乾燥中に型が緩まないようにするためには、内部を中空にしながら、桐塑の厚み(約1~1.5cm)が均一になるように〈カマ〉に押し込むのが必要である。2つの〈カマ〉に桐塑を詰め終わったら、前後を合わせて一体にして、型抜きを行う。ここでは、きちんと合わせた〈カマ〉の上半分をしっかりと押さえつけ、優しく数回叩くと、上半分の〈カマ〉をきれいに取り外すことができる。

そして、はみ出した部分を手や竹ベラできれいに取り除き、〈カマ〉の下半分を横にして型を取り出す。抜け出した型を乾燥室に入れ、十分に乾燥させることで型づくりが完了となる。T氏の工房はおおよそ25年前から、埼玉県岩槻市にある〈ぬき屋〉に型づくりを委託している。型の注文個数は原型の大きさにもよるが、〈ぬき屋のお気持ちも考えて、普通のサイズであれば最低100個、たまに200個〉にすることが一般的である。

従来の桐塑に加え、近年はウレタン樹脂を用いてつくった型も増えている(図5-3)。この化学材料を用いた型は、虫食いで型が崩れることや生地乾燥による変形との心配がないため、人形業界では徐々に採用されているようになっている。T氏によると、現在東京都内で木目込人形をつくっている5つの会社のなかで、ウレタン樹脂を使わず、昔ながらの桐塑にこだわっているのは、一番大きい会社と一番小さい工房(T氏の工房)のみである。一方、残りの3社のうち2社は、桐塑とウレタン樹脂の両方を採用しており、ウレタン樹脂の使用比率は年々高まっているが、最後に残った1社は全製品にウレタン樹脂を使用している。上述した特徴のほか、桐塑と比べて、ウレタン樹脂のほうは少々柔らかいため、木目込みの難易度がやや低く、裂を比較的簡単に着せられる[注7]。型の表面に布地で覆われているため、一般の人がこの2つの素材の違いを見分けるのは難しいが、人形師にとっては型の形状や彫りの角度で識別できるとT氏は言って、〈桐塑はちょっと丸く、甘い感じの仕上がりに対して、ウレタン樹脂は角がすごくきっちり出るため、シャープでながらやや冷たい感じ〉とのことである。



図5-3. ウレタンでつくられた型

一方、頭部や足手に桐塑のほか、素焼きも伝統的な原材料として認められている。桐塑を使う場合は、頭の前後に分けた〈カマ〉に、胴体に使ったものよりくもつと細かい(粒子の小さい)桐の粉でつくられた桐塑を詰め、内部は胴体のように空洞にし、型をつくっていく。素焼きの場合には白雲土が使われ、焼成温度は通常の陶器よりやや低く、700℃~750℃程度である。焼成温度が高すぎると陶器になってしまい、その後の胡粉塗りや色付けが難しくなるため、温度管理は非常に高度な技術と経験が必要な作業である。また、近年は簡便性と量産性を考慮し、石膏で頭部や足手をつくることが増えている。

桐塑は型づくりのほか、型の修正や人形の修理にもよく使われるため、人形屋でも

少量の桐の粉と生麩糊を備蓄しておく必要がある。桐の粉は、つくるものによって、〈荒い、もっと荒い、細かい、もっと細かい〉とさまざまな種類があり[注8]、T氏の工房では主に2種類の桐の粉を仕入って使っている。しかし、工房に長らく桐の粉を供給していた粉屋(本社は東京墨田区、工場は埼玉県越谷市)が、昨年社長が急死し、息子が跡を継いで工場を整理し、生産を停止してしまっただのである。人形業界ではこの粉屋が唯一、〈一番荒い〉桐の粉を製造していたため、T氏の工房では現在、限られた在庫に依存している。〈桐の粉をやっているところは、業界全体だって、二、三軒しかなかった程度、專業だから、一軒やめると大変〉と、T氏は材料の供給について懸念を示した。

桐塑に使用している生麩糊は、小麦粉から抽出したデンプン質を乾燥・粉砕した粉末(生麩という、図5-4)を水で煮て得られるものである。襖紙などの紙に使われる〈ヤマト糊〉[注9]に比べこの生麩糊は手にベタつかず、適度な粘りがあることが特徴である。T氏の工房では、くず餅の元祖として有名な東京江東区亀戸の老舗和菓子店「船橋屋」の生麩糊を長年使用している。



図5-4. 白い粉末が生麩糊、茶色は桐粉



図5-5. 自転車の上で自然乾燥させるアマビエの型

4.1.3. 木地ごしらえ

生麩糊の水分で濡れた型が乾くと、全体が縮むだけでなく、微妙に変形したり、ヒビが入ったりする可能性があるため、乾燥後に型の表面に生じるでこぼこやヒビ割れは竹ベラを使って桐塑で補足したり、細目のやすりでなめらかに補修したりして、きれいな型に仕上げる必要がある。この作業を通称「木地ごしらえ」と呼んでいる。仕上げた型が再び乾燥が必要である。T氏の工房では、天気の良い日は店舗の外に置いて自然乾燥させ(図5-5)、雨や湿度が高いときは食品乾燥機に入れて乾燥させることが多いという。

4.1.4. 胡粉塗り

次に、型をコーティングする作業、胡粉塗りを行う。貝殻からつくった白色の顔料である「胡粉」と溶かした三千本ニカワをつぼに入れ、水を少量ずつ加えながら、すりこぎ棒で合わせ練って、地塗りの塗料をつくる。胡粉とニカワの配合は気温や湿度によって微妙に変化するため、この技術は木目込人形の製作では最も難しいといわれ、各人形屋が独自の配合を持ち、門外不出とされている。次に、刷毛を使い、つくった白い塗料を型の表面にすり込むように塗って、胡粉を浸透させる。塗料がある程度乾

いてきたらもう一度地塗りをして、型の表面をよりなめらかにする。また、こうして型にニカワを染み込ませることで、型の生地を引き締め、型崩れしにくくなり、その後の工程で筋を掘りやすくなる。さらに、胡粉塗りは、木目込みに薄い布地を貼ったとき、型の色が透けて見えるのも防ぐことができる。

頭づくりの場合は、地塗りを乾燥させた後、地塗りの塗料を細筆の先につけ、鼻や耳などに置いて最初の形をつくる。自然乾燥ののち、胡粉を地塗りの時よりやや薄い目にニカワに溶かし、刷毛で頭全体にもう一度塗布する。型が乾燥したら、小刀で生き生きとした表情を彫り出し、水拭きや紙やすりで胡粉のムラを取り除きながら、頭の形を整える。この作業は中塗りという。続いて、地塗りよりもきめ細かい胡粉とニカワを用いてつくった上塗りの塗料を3～5回ほど型にかけて、頭づくりの胡粉塗りを完成させる(図5-6)。現在、胡粉塗りは基本的に人形屋の仕事であるが、埼玉県岩槻には頭だけに胡粉塗りをする専門業者の〈塗り屋〉が存在している。



図5-6. 頭づくりの胡粉塗り

胡粉は、牡蠣やホタテなどの貝殻からつくられたもので、古くから色付けや日本絵画の白色の顔料として広く使われている。胡粉の製造は、牡蠣などの貝殻を10年以上風雨にさらして表面の不純物を取り除き、その後長年風化によって徐々に脆くなってきた貝殻を粉碎し水簸[注10]により沈殿させ、最後に天日で乾燥させるというものである。この一連の作業には、十数年の時間がかかるだけでなく、広い作業場も必要である。かつてT氏の工房では、海岸に近い船橋駅に隣接した胡粉屋の手作り胡粉を使用していたが、船橋駅を中心とした商業開発に伴い、この胡粉屋は手間がかかり採算の合わない胡粉製造を停止し、作業場を駐車場に改造してしまった。そのため、T氏の工房では現在、岩槻にある人形製作の材料を扱う専門塗料屋から既製胡粉を購入している。なお、同店ではすりこぎ棒とニカワもセットで販売している。ただ、〈近年、胡粉の材質が悪くなっている〉と、T氏は原材料に関して質の低下を心配している。

4.1.5. 筋彫り

胡粉が乾いたら、布を木目込んでいくための溝作り、筋彫りを行う。この筋彫りは胴体づくりの最後段階で、人形の仕上りのよしあしに影響するため、幅1～1.5mm、深さ2～3mm程度の溝に沿って彫刻刀を入れて丁寧に掘るものである。溝は、ただ単に垂直に掘るのではなく、上着がかぶっているように表現するために斜めに掘る部分

もある。木目込人形では、掘った溝に2枚程度の裂を入れることができる。頭や手足の取り付け部分にも、小型の丸刀で目印の取り付け穴を開ける。これで木目込みの素材となる型の製作が完了である。

4.1.6. 木目込み

木目込む前に、人形の種類や様式、姿態などによって、着せる衣裳地の種類、柄と配色を選定する。そして、事前に小分けしておいた布地の裏側に型紙を当てながら、布目などを合わせて線を描いて、一枚ずつ少し大きめに切りそろえる。木目込む部分に当て、糊を目打ちの先につけ、筋彫りの溝に目打ちを指先で回しながら平均に押し込むように糊を入れる。そして、糊付けをしたところに、準備した布地をあて、木目込みベラ(モデラーともいう)で溝に軽く布地を押し込んでから、いったんはがす。その後、布についている溝の外側の余分な布を、多少余裕をもってハサミで切り取る[注11]。余分な布を切り落としたり、今度はシワやズレが生じないように片手で布地の表面を押さえながら、布地の切り口を木目込みベラでしっかりと溝に入り込んで、布が溝からはみでないようにしていねいに木目込む。木目込みのときは、布地の切り口を上に向けて、手前のほうに押し込むように力を加えることが重要である。指先を傷つける恐れがあるため、布地の切り口を下に向けて押し込むはいけない(図5-7)。

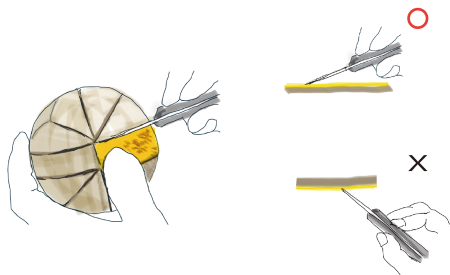


図5-7. 木目込み時のコツ



図5-8. 木目込体験セット。

右から二番目はモデラー

かつて、寒梅粉は木目込みの糊として使われていた。寒中に寒梅の花が咲く寒い時期にモチ米の新米を粉にしたところから寒梅粉と名付けられていたようである。搗いたもちを焦がさないように白く焼き上げたものを砕いて得られた寒梅粉に水を少しずつ入れて、ダマにならないようにしながら耳たぶくらいの硬さになるまで練り合わせる。この糊は伸びがよいため溝に入れやすく、また水をつけると容易にはがすことができるため、木目込みするには最適といわれるが、モチ米を原材料としているため、長年放置すると生麩糊と同じように虫食いの心配があるのである。T氏の工房では、木目込人形の耐久性を改善するため、20年ほど前にすべての製品に使われていた寒梅粉をボンドに変更した。一方、木目込み用具として広く使用されている木目込みベラは、弓形になっているへら部分は木目込みに使え、剣のような鋭いへら部分は型の溝の修正などに使える(図5-8)。かつては、鉄の棒を使って木目込みしていたが、細すぎて折れやすいため廃棄した。現在、T氏の工房で使われている木目込みベラは、体験用の用具も含め、浅草橋の金物屋から仕入れている。

木目込人形をつくる大きな楽しみのひとつは、布地を選択することである。反物や古着から裁断された布地は「裂」と呼ばれる。裂の柄合わせは最も肝要な作業で、この一枚の裂を使うか使わないかでつくり方全く異り、ものの出来栄が大きく変わり、完成品の売れ行きにも影響する(図5-9)。木目込人形は小型の縁起物が中心であるため、小柄で柔らかい裂を使うことがほとんどである。裂の生地は、ひととき艶やかな金襴、風合も豊かなちりめん、親しみやすい多彩の友禅と時代の流れにより独特の趣がある古布が中心である。近年、木目込人形の低価格化のために、比較的安価なコットンの裂の使用が増え始めている。T氏の工房は、京都の裂屋から西陣織や桐生織(群馬県桐生市でつくられる)を購入して、ひな人形以外の木目込人形の製作に使用している。一反の織物は約10mの長さで、裂地を無駄なく使い切るためには、柄合わせの段階で試作しながら、一反で作れる人形の数を計算しておく必要がある。一方、ひな人形に明治大正時のきものを解いて裁断した小裂の「古代裂」(図5-10)を使用し、他に同じものがない衣裳一点物をつくるのがT氏の工房の特徴である。ほかの布地と違い、古代裂は着古したきものの生地を用いているため、大量生産ができず、扱うところが限られている。現在、工房は全国の古着屋から古代裂を調達しているが、T氏によれば、東京都内には2軒しかないほど少ないとのことである。また、古代裂だけでなく、T氏の工房では生活者の要望に応じて、思い出のある布地を裂として人形の一部に着せることも可能である。



図5-9. 洋室と和室に合わせたフクロウ



図5-10. 明治末期・大正初期の裂

4.1.7. 面相書き・毛吹き

胴体づくりが完成したら、あとは人形の顔形を書き入れる作業、面相書きを行う。江戸木目込人形の顔は、京人形の「ぽっちゃりとしてふくよかな顔立ち」と異なり、「やや痩せ形で、小味の利いた、こまかい目鼻立ち」が特徴である[注12]。面相用小筆の先に墨や顔料をつけ、目、まゆ、唇などをていねいに描き込む。面相書きは、人形の雰囲気表現する重要な工程であり、仕上がりに大きな影響を与える。

江戸木目込み人形の髪には、書き毛(図 5-11, 4-12)と毛吹き(図 5-13, 4-14)の二種類がある。書き毛の場合は、髪の部分に顔料を塗り、姫の前髪と後髪の生え際に小筆を使い薄めの墨で線を書き、優しさを添える。一方、毛吹きの場合は、まず髪のを植え込む部分に溝を掘る。そして、黒く染めた絹糸を櫛で梳いて整え、薄い糊を塗布する。掘った溝には、毛先を目打ちで植え込み、生え際に長さの違う線を書き、毛流感を表現する。



図 5-11. 書き毛・正面



図 5-12. 書き毛・背面



図 5-13 毛吹き・正面



図 5-14. 毛吹き・背面

面相書きや毛吹き作業は、ほとんどT氏の工房で行い、忙しい時期だけ面相書きの製作を量産できる専門業者の〈面相屋〉に委託する。その際は、顔の見本も一緒に渡しておく。〈面相屋〉は、桐塑または素焼きの頭の型に胡粉塗りをして、見本通りに顔形を描いてもらう。面相書きを終えた頭部は、毛吹き専門業者の〈結髪屋〉に送られ髪のをつけてもらい、再びT氏の工房に送られ胴体に装着される。〈結髪屋〉は毛吹き製作のほか、黒く染めた絹糸(髪のを)も供給し、T氏の工房は、長年埼玉県岩槻にある〈結髪屋〉に髪のを製作を委託している。

4.1.8. 仕上げ

胴体と頭が完成したら、最後に手と足、頭の取り付けを行う。特に、手は針金を芯にして胡粉で固めたため非常に折れやすいのである。手の向きによって人形の雰囲気ぐたいぶ変わるため、理想の固定角度を見つけるには何度か試しが必要である。頭を胴体の首穴に一度合わせ、寒梅粉の糊(現在はボンド)をつけ、糊が首穴からはみ出さないように頭を挿し込む。その後、髪のをきれいに梳かして、ふっくらとした感じにしてから糸で後ろの長い髪を結う。最後に、冠(図 5-15)や烏帽子[注 13]、持ち物



図 5-15. 立纓冠・天子の冠



図 5-16. 「小梅雛」セット

などを取り付け、屏風などの小道具をつけて完成させる。

冠、烏帽子、屏風、飾り台(人形をディスプレイする漆塗りの台)などは、それぞれ専門の職人が分業でつくり、T氏の工房が東京だけでなく全国から小道具を調達して、人形につけてセットとして組み立てている(図 5-16)。特に、人形の横に置かれる木札は、看板のような役割を果たし、なくてはならない存在である。木札は寸法を決めてから木工屋につくってもらうが、T氏は<最近、木がなかなか良いものがなくて>と現状を憂いている。人形屋の常識では、木札は縦書きであるが、最近横書きの木札も出始めている。

木目込人形は、装飾的な人形として伝統を受け継いでいる。かつてから現在にかけて、基本的な技法は同じであっても、安価でより効率的に生産するために、素材は徐々に変化してきた。図 5-17 が示した通り、木目込人形の製作は、かつて専門の職人が分業で行っており、後継者不足や競争力の低下により一部の原材料の品質が低下したものの、この分業体制がある程度維持されていることがわかった。

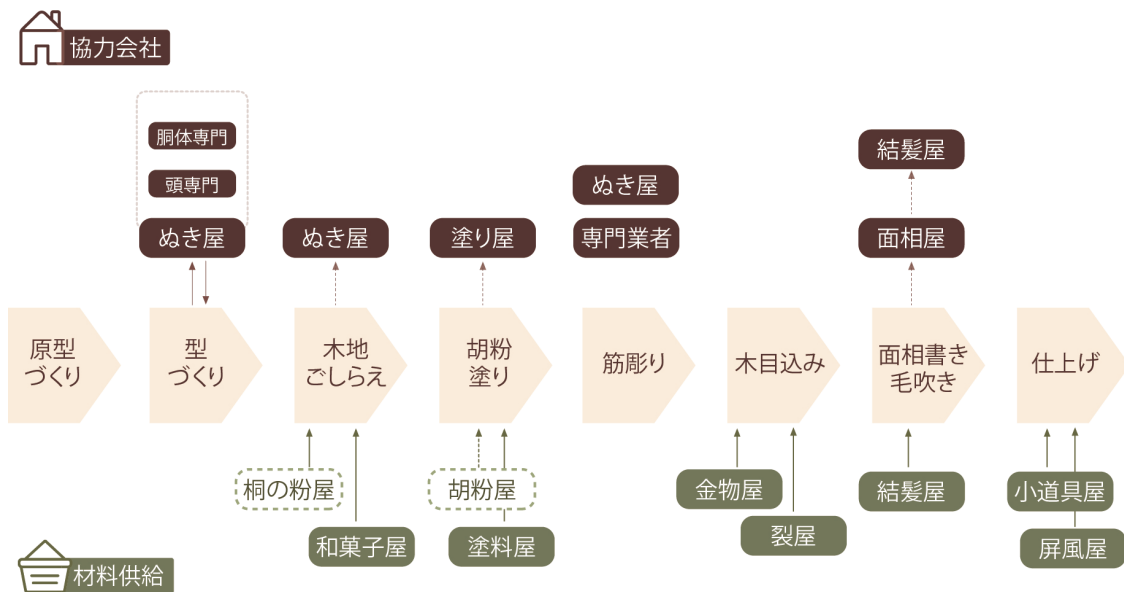


図 5-17. 江戸木目込人形製造プロセス及び生産体制

4.2. 経営体制・流通

雛人形業界全体の規模は、住宅事情や価値観の多様化及び少子化によって、生産のピークとされた 1970～80 年代から大幅に縮小する傾向にある。特に新型コロナウイルスの世界的な大流行により、ひな人形業界を取り巻く環境は一層厳しくなり、業界全体が苦境に立たされている。そこで、本節では、コロナ禍後のひな人形業界の変化に注目し、T氏の工房を例に、木目込人形製造業者の経営現状や流通構造の変化を、聞き取り調査から得た情報に基づき記録していく。



図 5-18. 2022 年の干支「寅」

近年、ひな人形の需要が減少している中、木目込人形製造業者はひな人形の生産だけでなく、木目込み技術を生かした新製品の考案にも力を注いでいる。T氏の工房も例外ではなく、伝統的なひな人形に加え、干支(図 5-18)や根付、マグネットなど、幅広い江戸木目込製品を開発していた。一番初めにつくられた江戸木目込製品は干支であり、今から約 36 年前のことであった。当時、前年度に他の製造業者で生産していた酉の干支は売りゆきがよく人気を集めたため、問屋からT氏に木目込干支の製作が提案され、T氏が当年度の干支である戌の原型をデザインして製作を始め、現在に至っているのである。現在、T氏の工房では、毎年2月頃に翌年の干支の原型を考案し始めている。前述したように、T氏と息子のM氏は、工房に2名の職人がいる利点を存分に生かし、雰囲気異なる試作品をつくり、一人が先に〈オーソドックス〉の考案ができれば、もう一方が比較的今風な造形を考えていく。原型づくりには作り手の好みも反映され、〈癖みたいなもの〉であるため、なるべく多くのバリエーションをつくるのがよいとM氏が考慮した。試作品の原型(通常は2つ)にそれぞれ異なる柄の裂を着せ、3月末までに5～6種類の干支の見本を完成させ、4月上旬に各問屋に見せて相談する。問屋は持ち込まれた見本の中から、自分の趣向に合った見本の2～5点(最低2点)を選び、5月中旬にT氏の工房に翌年分の干支を注文する。工房では、注文を受け次第、5月下旬から生産を開始し、12月頃に出荷して、一年間の干支の生産を完了させる(表 5-3)。現在、T氏の工房では、地方の問屋を含め、年間10軒前後の問屋に干支の見本を送り、長年引取している問屋からの注文を積極的に取るなど、問屋ごとの好みや親しさによって、見本のデザインを微調整している。一軒の問屋には、約6～7軒の製造業者から干支の見本を送られてきて、その中から来年の干支商品を選択する。T氏は、〈予選みたい〉と冗談めかして言うが、〈予選が通れば、あとは注

文来るのを待っているだけだ」とのことである。

表 5-3. 干支の製作に関する年間スケジュール

時期	干支の生産プロセス
2 - 3月	原型の試作、見本の製作
4月上旬	問屋回り
5月中旬	問屋から受注、製作開始
12月	完成品の出荷

干支の他にも、T氏の工房のフクロウ人形やアマビエも最近人気を集めている。前者は「不苦勞」という響きを当て字に取り上げ、福が来るようにと象徴する縁起物で、後者はコロナという特殊な時代背景の中で、疫病退散祈願をモチーフでつくられた。フクロウ人形は、20年ほど前に工房で木目込体験コースを設けるために考案されたモチーフであるが、その後、人気が出るにつれ、T氏はフクロウ人形づくりに注力することになり、「福来朗」と名付けて大きさや柄の異なる品種を数多く製作した(図 5-19)。アマビエの場合は、T氏がテレビで偶然見て、その後、墨田区のほかの人形職人との会話からヒントを得て、M氏と一緒に考案した。T氏の工房のアマビエは、テレビや雑誌の取材で広く知られるようになり、パンデミックの時期には多くの生活者が贈答品として購入している。〈コロナで木目込体験が全部なくなっちゃったが、アマビエが成功したから、結構助けてくれた〉とM氏が言った。



図 5-19. KMD 展示会にて T 氏の工房が出品したフクロウ

近年はひな人形の需要が減少し、ひな人形の生産だけでは工房や工場を維持することができなくなっているため、職人が頭を働かせて新しいアイテムを企画することも増えてきた。しかし、人形業界には他社が開発・生産したモチーフを手が付きにくいという〈半分専売特許みたい〉な不文律があり、これまで製作に専念してきた職人にとって題材の検討は非常に困難な仕事になっている。そこで、30~40代の比較的若い生活者に興味を持ってもらうために、M氏は自分の強みを生かして木目込人形のデザインにモダンな要素を取り入れてみたが、実際には、人形を購入に来る生活者の多くは、人形への愛情から古典的なニュアンスをそのまま維持することを希望している。人形製造業界は、生活様式に合わせてモダンなデザイン要素の導入でターゲット層を拡大しようとする一方で、人形を購入する生活者は伝統的な要素を好むというジレンマに

陥っているのである。T氏の工房では、独自でモチーフを企画するほか、東京都など第三者から提案されたプロジェクトに参加し、プロのデザイナーに原型を考案してもらうこともある。しかし、多くのデザイナーが木目込人形の技術を十分に理解していないため、強度や量産性で実現不可能なデザインを提案してしまうのが現状である。

木目込人形の企画の難しさに加え、業界環境の変化により、流通・販売にも新たな問題が生じている。ほかの伝統的工芸品産業と同様、人形業界においてかつては製造元の直販は御法度であった。かつては、問屋などの卸売業者がそれぞれの製造元から大量に部品を卸値段で買い、自社で組み立てて全国の人形小売屋に出荷していたが、現在では、売りゆきが落ち込んだため、〈少量多品種〉戦略を打ち出した問屋は人形製造業者から完成品の人形セットを買い取るようになってきている。その結果、部品調達や組み立ての仕事が人形製造業者に移行し、そして問屋のようにまとめて大量に仕入れることができない人形製造業者は小道具などの製造元に〈マージン〉を支払わなければならない、最終的に人形セットの価格が高くなってしまふ。これに加えて、かつては人形製造業者が年中製作し、毎月必要に応じて問屋に納品し、問屋が在庫保管を担当していたが、現在では問屋が完成品セットのみ買い付けるため、在庫保管の一部が製造元に移り、各製造業者が作業場とは別に倉庫を保有せざるを得ず、間接的に生産コストを上昇させている。

T氏の工房では現在、ひな人形の完成品はほとんど問屋を経由せず、自社や小売屋で販売するのが一般的である。最近では、伝統工芸を扱う他社のECサイトからひな人形の自社サイトでの販売の提案が多く寄せられているが、衣裳一点物という製品の特殊性から、工房には大量生産する能力がないため、ひな人形のオンライン販売は現在自社ホームページのみとなっている(図 5-20)。ホームページは数年前に知人が立ち上げ、写真の更新などの日常運営をM氏が担当しているが、オンライン注文がかなり少ないため、工房としてはEC販売にはあまり力を入れていないのが現状である。〈一応オンラインで問い合わせが来れば、ホームページに出していないものの案内もするが、写真撮って、送り返してとか、個別対応が面倒だから、あんまりやっていない〉とM氏が実情を語った。テレビ番組や雑誌の取材、展示会などで工房の存在を知り、ホームページを調べ、最後に工房を訪れ木目込人形を購入する、という流れが一般的である。ところが、コロナの影響で、工房に見学に来る人は激減してしまったのである。

図 5-20 が示すように、年々減少する需要を背景に、人形の生産体制・流通構造は大きく変化しており、特にコロナ禍以降は、木目込人形製造業者にとってより一層厳しい現実となっている。

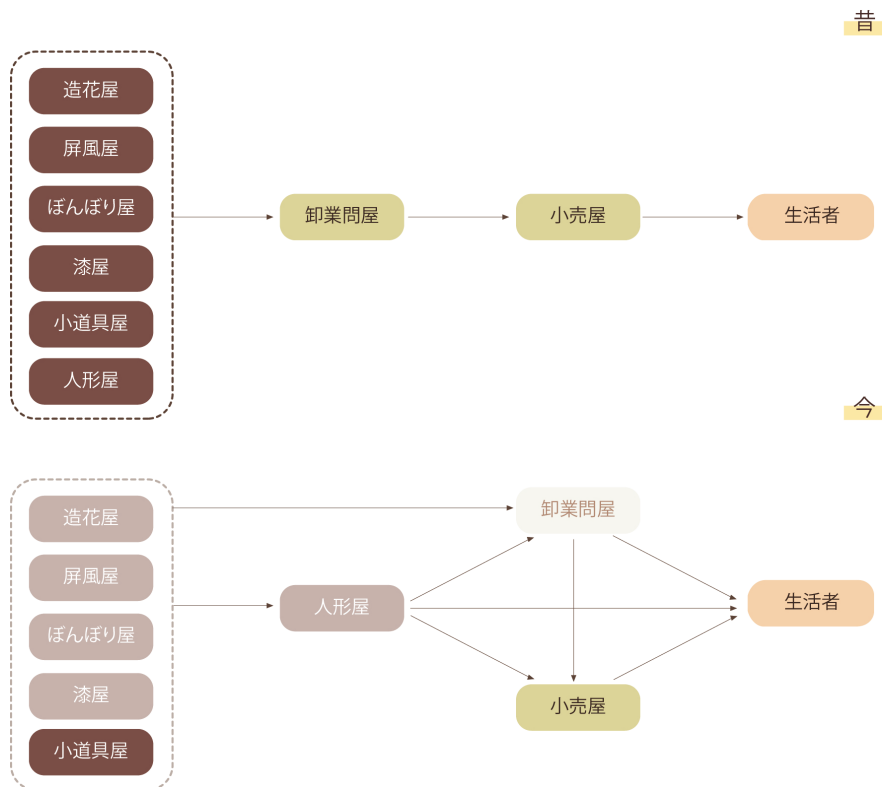


図 5-20. 江戸木目込人形の経営体制・流通構造の変遷

4.3. 使用

木目込人形は、旧暦の3月3日に行われる女の子の健やかな成長や健康を祈る伝統行事「ひな祭り」によく登場している。ひな祭りについては、民俗学、歴史学、美術工芸、児童学など、さまざまな専門領域で多くの研究が蓄積され、その内容は時代によって異なり、政治的、社会的、文化的な影響や地域の差異を色濃く反映している。そこで本節では、ひな人形の飾り方やお祝いの贈り方の変遷に着目し、聞き取り調査から得た情報をまとめる。

ひな祭りについて、江戸時代までは旧暦の3月3日(現在の4月頃)に行われていたが、明治の改暦以降は西暦の3月3日に行われるのが一般的である。ひな祭りは本来、桃の花が咲く時期に行われることから「桃の節句」と呼ばれているが、実際にひな人形を準備して飾るのは、春の訪れを告げる梅の花が咲きほころぶ2月になるため、人形業界では、〈おひな様のシーズンは梅シーズン〉とよく言われる。かつては、15人揃い七段飾りが基本形となり、大きな屋敷では、床の間の広さ江戸間1.5畳ほどのスペースに、きらびやかなひな人形が飾られることが家の自慢であった。昭和に入ると、住宅様式の変化、特に都市部では和室ないマンション住まいが増えたため、ひな段飾りも住宅事情に合わせてコンパクト化され、5人揃い三段飾りや男雛・女雛のペアのみが主流となっている。段飾りは減少しているが、奇数が吉とされるため、五段、三段など奇数段を設定することが一般である。ひな壇は、かつて広い床の間に置かれ、その後にはブラウン管テレビや箆筒の上に移動され、近年はリビングなど家族の目の届く

場所に飾られることが多くなっている。

図 5-21 のように、標準的な 15 人揃い五段飾りは、最上段には内裏びなと呼ばれる男雛と女雛の一对の人形、二段目には宮仕え三人の官女、三段目に演奏担当の五人囃子、四段目には隨身、五段目には雑務担当の仕丁から構成されている。七段飾りの場合は、箏箏やかごなどの道具類を下二段に、五段や三段飾りの場合は、食器やお嫁入り道具を三段目に、かごや御所車を一番下の段に置くように、全体のバランスを取りながらひな壇を飾る。また、内裏びなの並び方に関して、日本において「左を上位、右を下位」という伝統礼法があるため[注 14]、かつては男雛が向かって右、女雛が左であったが、大正時代以降、西洋のマナーに準じて「右が上位」が取り入れられたため、現在には男雛を向かって左に飾るようになっている。なお、京都でつくられる京人形の一部は、かつてのように男雛が向かって右に飾られることがある。



図 5-21. KMD 展示会に陳列した 15 人揃五段飾り

従来、女の子が生まれて初めて迎える初節句には、母方の実家から木目込人形などのひな人形が贈られるのが習わしである。T氏によると、コロナ前には、娘とその両親と赤ちゃん、三世代と一緒に工房に来て人形を選んでしたが、コロナ禍以降は、両親だけが工房に来て、娘に写真を送りながらひな人形を選ぶことが多くなり、〈選んで決めるのは基本的に女性〉とのことである。また、かつては、ひな人形は母方の実家から、ひな壇の横に飾る藤娘や汐汲など縁起担ぎの人形[注 15]は、友人や親戚から節句のお祝いとして贈られるのが通例であった。そのお祝いの返しには菱餅とはまぐりを贈るのも一般的であった。しかし、近年は飾られる空間の狭小化や〈贈答品の合理化〉により、こうした家族間での贈答の風習はなくなりつつある。

3月3日のひな祭りが終わると、翌年に美しく飾れるよう、ひな人形の手入れや管理が必要である。着せた裂が薄く汚れて破けたり、顔の部分にシミができたりする場合は、通常は購入元に送られ、その後製作元に修理に出されることになる。製造元は状況に応じて適切な修理を行い、新しい手や足が必要な場合はスペアを使用して取り替える。なお、ひな人形を保存する際に湿気や直射日光が大敵になるため、すっかりホコリを落としてから柔らかい白い紙で顔を包み、ひな人形の一体ずつをポリ袋に入れて密封し、新聞紙などで隙間をうめて箱に納めるのがよいという。

日本において長い歴史の中で育て上げたひな人形には、生まれた子どもがすこやかで優しい女性に育つようにとの親の祈願が込められて、家族の絆を守るための大切な支えである。しかし、前述のように、住宅事情や生活様式の変化に伴い、現在ひな人形は徐々に人びとの生活から姿を消し、ひな祭りも形骸化されつつある。

5. 考察

江戸小紋と比べると、江戸木目込人形は明治末期からの製作技法がほとんど変わらず維持されているが、一方で使用する材料は簡素化される傾向にある。ウレタンも石膏も、従来の桐塑に比べ、比較的取り扱いが容易で大量生産が可能のため、ここ数年、その使用率が増加する傾向にある。需要の減少により江戸木目込人形産業規模が大幅に縮小しているなかで、こうした材料の変化は、元来労働集約的で時間のかかる伝統の原材料を製造する業者の経営環境をさらに悪化させ、経営不振による廃業が相次いでいるのである。しかしながら、衣食住の場面に密着する工芸品とは異なり、江戸木目込人形の使用は歴史文化に大きく依存するため、対象物には高度な伝統性が求められている。この点は、国の伝統的工芸品に指定された際に、原材料や伝統的技法に厳しい要件が課されることにも表れている。その意味で、江戸木目込人形が伝統的工芸品として生き残るには、伝統の原材料の安定的な供給が大きく関わってくる。ところが、東京で木目込人形をつくっている5社のうち3社が、桐塑の代わりに多かれ少なかれ合成化学原料を使用するため、原材料供給面での危機感が薄く、前述の現在業界唯一〈一番荒い〉桐の粉を製造する粉屋が廃業してから初めて、木目込人形業界において存続の危機感を共有したとのが今回の聞き取り調査でわかった。そのほか、一部の原材料は、原材料供給者の高齢化や需要減退を背景とした廃業により品質が低下する傾向にあり、従来の技法に依拠する製造業者が使用するレベルを満たすことができない恐れがある。このような状況のなか、木目込人形業界の規模が小さくなりつつあり、以前より活気がなく、従事者は業界の将来を悲観しているのは紛れもない事実である。T氏によると、東京都雛人形工業協同組合は全盛期に120社あったが、現在では40社を切り、当初の三分の一しか残っていない。そこで、化学材料の代替品が普及しているなかで、いかに木目込人形業界の共通認識をつくり、伝統の原材料の需要量を確保するかが緊喫の課題となっている。

原材料供給難に加え、問屋の機能が低下していることに伴い、ノウハウを持たない木目込人形製造業者が市場動向の収集や新製品の開発を苦慮することも留意すべきである。本来、生活者のニーズを把握し、市場情勢を分析して製造元に有益な情報を提供することが卸売業者の一つの役目であるが、現在ではその情報提供の機能が低下し、一部の卸売業者が単なるブローカーとしての存在になっている。そのほか、かつては卸売業者がひな人形セットの組み立てを担当していたが、需要の減退により、卸売業者は完成品を〈多品種少量〉に仕入する方針をとり、木目込人形製造業者が組み立て作業を担当することになっているのである。その結果、これまで製造に専念していた木目込人形製造業者は、卸売業者のように広範な供給ルートを持たせず経済的余力がないため、ひな人形セットのバリエーションを減らさざるを得なくなったのである。

また、図 5-22 に示したとおり、木目込人形の販売経路の増加、特にオンライン通販の参入により、木目込人形に関して安売り競争が起こり、オリジナリティがさらに損なわれている。このように、一方では生産・組立体制の変化による木目込人形のバリエーションの減少、他方では販売経路の増加に伴う安売り競争によるオリジナリティの欠如などを要因として、現在の生活者にとって木目込人形の魅力が徐々に薄れつつあるのが現状である。

木目込人形に代表されるひな人形は、元来乳幼児の死亡率が高く、医学が未発達であった時代に、子どもの身代わりとしてつくられたものである。しかし、時代が進み、生まれた子供が無事に成人することが一般的になり、住宅事情や少子化と相まって、木目込人形の需要が大きく落ち込むことはやむを得ないことである。そこで、現在の社会環境のなかで、いかに需要を拡大し、木目込人形を人びとの生活に取り戻すのが重要な課題となっている。コロナ禍の背景でアマビエ製品の成功が示すように、木目込人形本来備える縁起かつぎの側面を再認識し、新しい使用文化を醸成することが一つの方向性として考えられる。ただ、こうした需要づくりは、個々の業者レベルの自助努力ではできない、業界関係者が一体となって取り組むが必要とされている。

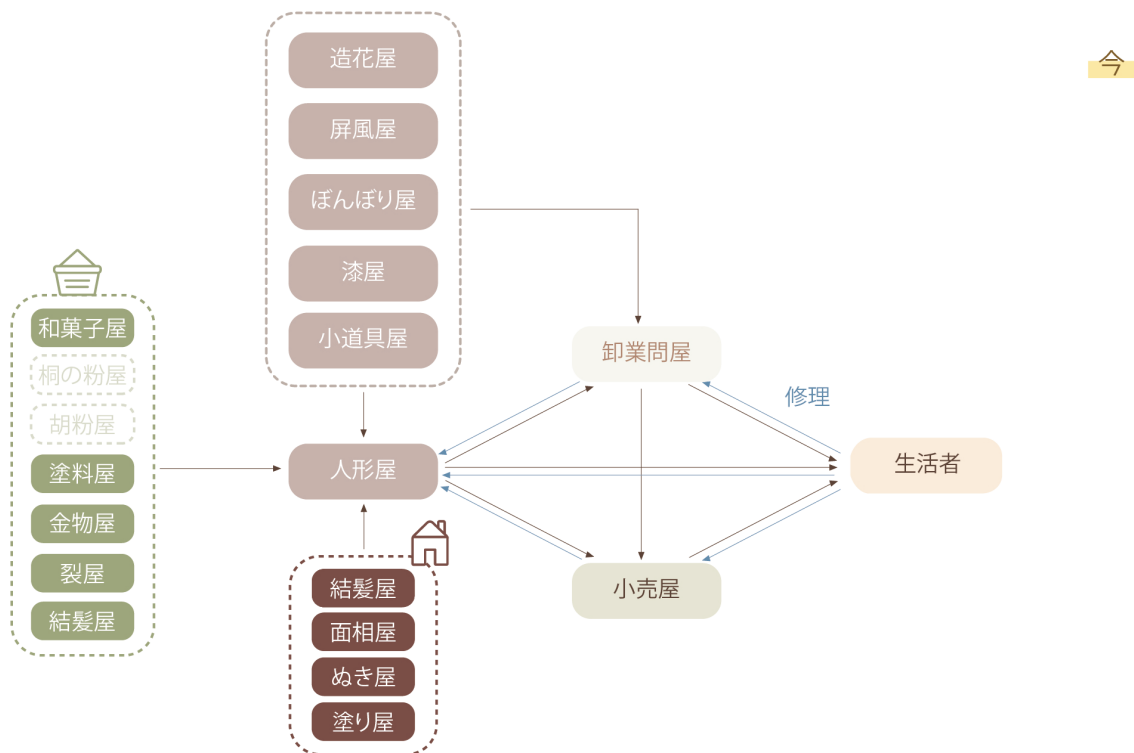
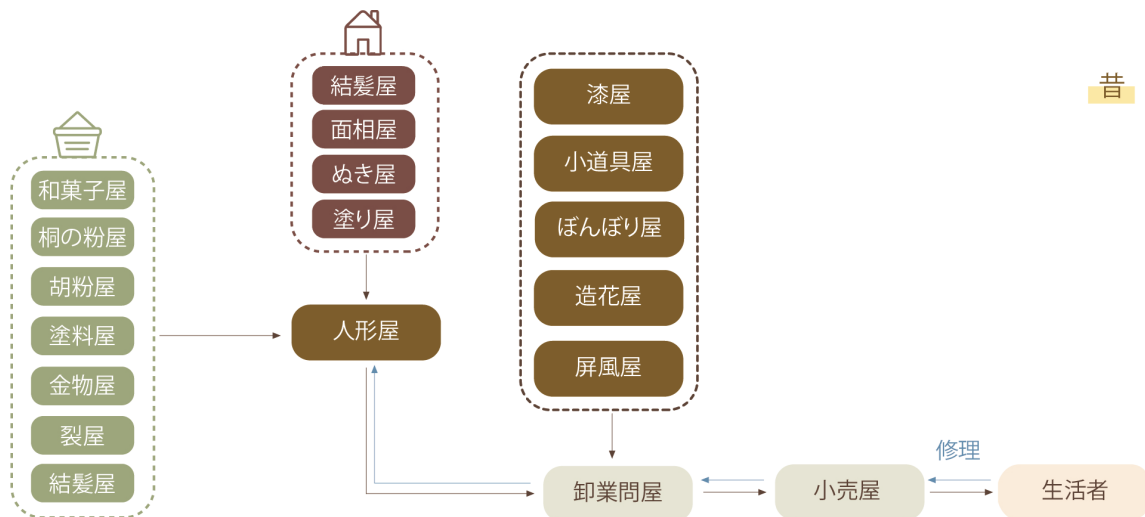


図 5-22. 昔と今のステークホルダーマップ

6. 第四章と第五章の総合的考察

6.1. 共通点

現地調査の結果、社会環境の変化や需要の低迷を背景に、著しい技術的改革を遂げた江戸小紋の製造業者と、伝統技術を概ね踏襲している江戸木目込人形の製造業者には、生産体制や経営状態、流通構造などに以下のような共通点があることが明らかにした。

① 中間プロセス業者の減少による一貫生産体制への受動的な移行

江戸小紋のきものでも、木目込人形のセットでも、それらは複数の工程を経た複雑な生産分業システムによって完成されていたのである。この垂直分業は、各職種の技術の高度な専門性を促進するだけでなく、協働作業による生産効率の向上にも貢献してきた[注 16]。しかし、近年は需要の低迷が続き、かつてでは大量受注に支えられた垂直分業体制が崩壊しつつあり、中間プロセスを担う業者が相次いで廃業した。その結果、最終生産工程を担当する製造業者は、生産を完遂するためにこれらの加工作業を自ら引き受けざるを得なくなり、経済的な問題は言うまでもなく、伝統の技術の継承にも支障を生じる可能性もある。また、最終生産工程の製造業者には生産能力は限られており、中間プロセス業者の廃業は彼らの生産意欲を低下させ、産業全体の活力を徐々に失わせ、結果として後継者不足の問題を深刻化させることにもつながっている。墨田区の例では、墨田区伝統工芸保存会の会員の三分の一ほどが後継者いないのが現状である。したがって、中間プロセス業者の存在の必要性を認識し、垂直分業生産体制を維持することは、伝統工芸産業の発展にとって重要であり、その対策には組織的な取り組みが必要であると考えられる。

② 用具・原材料の調達の高隔化・一元化

伝統の技術に用いられる用具や原材料の入手が困難であることは、すでに伝統工芸産業が共通して抱える慢性的な問題として指摘された[注 17]。今回の現地調査の結果、江戸小紋および江戸木目込人形の製造業者は、用具や原材料を一定の地域内で確保することができなくなったため、従来よりも遠方から調達することが多くなったことがわかった。また、江戸小紋の原材料はきもの産業の基盤である京都への依存度が高く、江戸木目込人形の多くが人形の町として知られる岩槻から材料を購入しているように、用具や材料の調達も一元化する傾向がみられるのである。かつて地域に根ざしていた伝統工芸は、地域内での用具や原材料の供給が途絶えたことで、地域のアイデンティティを失い、それ自体が地域資源としての優位性が失われる恐れがある。

③ 伝統工芸を身近に感じてもらうための取り組み

今回の調査対象者の2社は、需要の低迷を背景に、経営不振を解決するためのさまざまな取組を行っていることがわかった。まずは、需要の拡大に向けて製品のバリエーションを積極的に増やすことである。工場の場合は、従来の反物の生産に加え、小紋染めのシャツやストールなど、現在の生活様式に合った洋服類製品への展開や、デザイナーと共同で江戸小紋ワイングラスメーカーのような、江

江戸小紋従来の用途を超えた新しい製品の開発にも取り組んでいる。一方、T氏の工房の場合は、両国国技館の大相撲の力士を模したペーパーウェイトや葛飾北斎の名作「神奈川沖浪裏」と「凱風快晴」をモチーフにしたマグネットなど、高度な木目込み技術で墨田区の文化特性を存分に生かしたものづくりを行っている。製品バリエーションの拡大のほか、両社は体験コースの設置など、伝統工芸の体験学習に積極的に取り組んでいる。製作の全工程を体験することができないが、両社ともそれぞれの製造工程のなかで最も代表的な一環を選んで(江戸小紋は型付け、江戸木目込人形は木目込み)、体験コースを企画している。こうした体験コースの設置は、伝統工芸製造業者に安定した収入をもたらす、経営上の重圧を軽減するのみならず、体験を通じて伝統技術の難しさを実感してもらうことで、生活者に伝統工芸の魅力をより伝えることにも寄与する。両社の体験コースは、コロナ以前には小中学生の修学旅行の一環として、また地域外、特に海外からの観光客が墨田区の文化を体験する場として活用されていたが、最近はコロナの影響で体験者数が激減している。さらに、両社は、墨田区行政からの提案に応え、敷地内に小さな博物館を開設し、それぞれの伝統工芸に関する歴史や製造工程を紹介し、実際に使用された用具や原材料などを展示している。製品バリエーションの拡大、体験コースや小さな博物館の開設などは、伝統工芸製造業者が伝統工芸を生活者に身近に感じてもらうために、自らから実施する情報発信・普及の取り組みであると考えられる。

④ 卸売業者機能の低下に伴う製造業者への負担増加

流通とは、モノやサービスを生産者から生活者(消費者)へ円滑に移転することであり、橋渡しの役割を担っている。その流通機能の主たる担い手は問屋といった卸売業者である。鈴木安昭は、流通における卸売業者の機能として、「所要権移転機能」「危険負担機能」「情報伝達機能」「物流機能」と「生産・流通加工機能」を挙げた[注18]。

一方、江戸小紋の製造業者でも江戸木目込人形の製造業者でも、市場規模の縮小による卸売業者の減少がもたらす問題、特に情報伝達機能と物流機能の不全に悩まされていることが、現地調査により明らかになった。今回の聞き取り調査では、〈何が売れているのかわからない〉という声が多く聞かれ、製造業者が市場動向の把握を苦労している様子がうかがえた。こうした本来卸売業者が担うべきこれらの機能を製造業者に移すことは、ただでさえ需要減少で経営が苦しい製造業者に負担を強いるだけでなく、間接的に生活者の需要との乖離を招くことにもなる。現在、デザイナーは生活者ニーズの把握や生産に役立つ情報の共有など、多くの企画機能を担っており、デザイナーが考えたアイデアは直接・間接的に製造業者に伝えられ、商品開発が行われている。しかし、デザイナーの関与はあくまで一時的な解決策であり、本来の機能を十分に果たせない卸売業者が激減しているなかで、伝統的工芸産業の持続可能な発展のためには、情報ネットワークの構築など、新たな仕組みの整備が不可欠であることを認識すべきであろう。

⑤ 製造業者の多種多様な形態で小売市場への参入

卸売業者の衰退に加えて、もう一つの大きな共通点は販売経路の大幅な増加である。従来の「製造業者⇒卸売業者⇒小売業者」の形態から、「製造業者⇒小売業者」という現象が始まって、さらに近年では「製造業者⇒小売業者」、いわば DtoC[注19]モデルが IT 化の発展により徐々に増えているのである。需要が低迷しているなかで、売上を伸ばして生き残るためには、中間マーチン・経費の節減として、製造業者の直販になることは、容易に想像できる。しかし、前述したように、販売経路の増加、特に EC サイトによる入手の利便性をもたらす一方で、し烈な価格競争を引き起こし、伝統工芸本来の価値をある程度損ない、安売り競争の悪循環に陥っていることである。また、製造業者にとっては、生活者と直接コミュニケーションを取り、ニーズを把握しやく反面、小売業を通さず直販では、相応の集客力と顧客管理のスキルが必要とされる。T氏の工房のような従来の家内制手工業を維持する小規模の製造業者はもちろん、中小企業が中心とした伝統工芸産業にとって、こうした要求が大きな負担になっていることは明らかである。さらに、工場もT氏の工房も、オンラインでの注文は圧倒的に少なく、生活者が工場や工房に出向いて説明を受け、購入することを好む実態があることが聞き取り調査でわかった。このことは、高価な伝統工芸が依然として対面販売という従来のビジネスモデルが好まれ、それは、オンライン販売よりも生活者が製造業者を知るきっかけを作るために EC サイトが存在すると考えられる。

6.2. 伝統工芸産業の文化的特質

以上、現地調査を通して、伝統工芸産業の文化的特質を以下のように抽出した。

① 分散協働型メカニズムにより構築されること

伝統工芸産業は、電気機械などの現代的な工業産業とは著しく異なるネットワーク構造を持っていることが明らかである。合理化を追求する機械工業とは対照的に、伝統工芸産業では、生産・流通・販売・修理という各段階において明確な分業が行われており、卸売業者がそのなかに中心的な役割を果たしている。そして、このプロフェッショナルによる技術やスキルの相乗効果は、伝統工芸産業の発展を長く支えてきた中核的な駆動力であると考えられる。

② 時代とともに挑戦・革新・前進すること

伝統工芸産業は、その伝統的な性格から、従来の技法に墨守しており、革新に消極的な姿勢と誤解されてきた。しかし、今回の調査を通じて、業界内、特に製造業者は既存の技術で対応できない場合でも、新しい提案を即座に拒否するのではなく、学習するスタンスで最善を尽くそうというチャレンジ精神を持っていることがしばしば感じられた。そのため、常に社会環境の変化に応えようとする姿勢と、それを基にして技術を切磋琢磨しながら時代に則したものを製作することは、伝統工芸産業の重要な文化的特質であると考えられる。

③ 義理人情に厚いこと

伝統工芸が対面でのコミュニケーションに適しているように、伝統工芸産業では、生活者や協力業者、あるいは同業者など、常に相手に配慮することを念頭に置いているのである。不正競争を招かないようルールを尊重し、損得を優先せず温か

みのある対応や、関係づくりを大事にすることが、この伝統工芸産業のもう一つの文化的特質であるといえよう。

7. 結論

第四章と第五章では、東京都墨田区の伝統工芸である「江戸小紋」と「江戸木目込人形」を取り上げ、文献調査ならびに現地における聞き取り調査に基づき、それらの生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、伝統工芸産業の文化的特質を明らかにした。その結果、伝統工芸産業には、「分散協働型メカニズムによる構築されること」「時代とともに挑戦・革新・前進すること」と「義理人情に厚いこと」が文化的特質として抽出した。また、共通的な課題として、一定地域内での生産・供給体制の確立や、既存状況での卸売業者の機能不全を補う新たな仕組みの構築などが挙げられる。さらに、需要拡大のために、現代社会におけるより多くの使用場面の創出や、社会変化に応えた新たな使用文化の醸成も今後の課題となるのである。

注および参考文献

- 1) 川喜田二郎：発想法，中央公論社，123-147，1967
- 2) 鎌倉国宝館：ひな人形，鎌倉国宝館，1985
- 3) 山田徳兵衛：人形の世界：フレーベル新書 16，東京：フレーベル館，45，1976
- 4) 金林真多呂：きめこみ人形，東京：毎日新聞社，111，1972
- 5) 奢侈品等製造販売制限規則とは、1940年7月7日施行された、通称「七・七禁令」といわれる勅令。この制限規則により、戦争遂行や軍需生産の拡大には直接貢献しない奢侈品(高級織物・貴金属・装飾品など)の製造や販売をすべて禁じた。
- 6) 東京都産業労働省商工部経済支援課(2017)。“江戸木目込人形ー東京の伝統工芸品”。東京産業労働省。
<https://www.dento-tokyo.metro.tokyo.lg.jp/items/04.html>,
(参照 2022-09-17)。
- 7) 桐塑の場合は、乾燥後に硬くなるため、型紙の通りにちゃんと裂を切らないときれいに押し込めることができないのに対して、ウレタン樹脂は少々柔らかいため、裂をやや大きめに切っても、少し力を入れて押し込められる。
- 8) 主につくる人形の大きさによって、桐の粉を使い分けている。特に、小型なものをつくるとき、または細かいところを手直すときにはなるべく細かい桐の粉を使用する。
- 9) 姫糊のことを指す。姫糊は、同じデンプン質からつくられ、飯を柔らかく煮てつくった糊である。紙を張るほか、洗い張りのときなどにも用いる。
- 10) 水簸とは、粒径による水中の沈殿速度の時間差を利用して微粒子と粗粒子を分離する方法である。
- 11) 通常、ハサミを用いて余分の布を切り取るが、T氏の場合は、修行時代からナイフを使っていたため、そのままナイフで布を切り取っている。七代目のM氏もナイフを使用する。
- 12) 塚田工房。“木目込み概要/江戸木目込人形”。塚田工房。
<http://www.edokimekomi.com/overview.html>, (参照 2022-09-21)
- 13) 冠とは、衣冠束帯装束のとき、頭にかぶるものである。推古天皇 11 年に冠位の制度を始め、位階によって六色の冠をかぶるようになり、平安中期になると頭巾が冠の名で広く着用されるようになった。烏帽子とは、中国唐代の烏紗帽に由来し、烏帽と言っていた。正装の際にかぶる冠より格式が落ち、平安から室町にかけては普段着にあわせて着装した。
- 14) 干支づくりも同じ考え方である。好景気になるように、すべての干支は必ず左上を向くようにデザインされており、右下を向くようにデザインすると不景気になるという風習がある。
- 15) 藤娘は、笠をつけ、藤の花を持った踊り娘。この人形を飾ると良縁が得られると言われている。汐汲は、桶を持って汐を汲んでいる美しい海女。「幸せを汲む」と言われる。

- 16) 黒松巖：京都染織工業の構造的特質と最近の諸問題，経済学论丛，16(9)，92-106，1967
- 17) 山本篤民：伝統的工芸品産業の現状と振興課題，中小企業季報，2，1-13，2021
- 18) 鈴木安昭：新・流通と商業，有斐閣，189-198，1993
- 19) DtoCは、Direct to Consumerの略で、製造業者が卸売業者や小売業者を通さず、自社のECサイトなどから直接生活者に販売するビジネスモデルを指す。

図・表の出典

- 1) 図 5-1～6，5-11，5-8～16，5-18，5-19，5-21 筆者撮影
- 2) 図 5-7，5-17，5-22 筆者作成
- 3) 表 5-1～3 筆者作成

終章 伝統工芸産業の再定義と文化的振興

Final Chapter. Redefinition and Cultural Promotion of Traditional
Craft Industries

1. はじめに

今日、経済のグローバル化や安価な工業製品の普及、情報革新がもたらす生活様式の変化などにより、伝統工芸産業の衰退が深刻化している。本論文では、伝統工芸の中核的価値の再発見・再認識のため、定性的・定量的研究手法を用いて、伝統工芸に内包される生活文化を多角的に考察してきた。

本章では、これまでの各章にて得られた知見を整理しつつ、伝統工芸産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興の方策を導出したい。

2. 各章のまとめ

2.1. 第2章 明治時代から現在に至る日本における伝統工芸産業の歴史的変遷

第2章では、文献調査をもとに、これまでの伝統工芸産業の発展に関する歴史的展開を概観し、それを取り巻く政治的要因及び社会環境を整理した。その結果、150年間にわたる伝統工芸産業の発展は、①1860年代から1900年代までの第一期が家内制手工業の近代的改革、②1910年代から1930年代までの第二期が美術工芸との分離、③1940年代から1950年代までの第三期が産業デザインとの分離、④1960年代から1970年代までの第四期が地域資源としての再登場、⑤1980年代以降の第五期が日本文化としてのグローバル進出、という5つの段階から構成されることを明らかにした。また、上述した結果から、伝統工芸と機械工業は異なる生活文化に立脚しているため、それぞれに適する振興策が必要であるにもかかわらず、現行の伝統工芸産業の振興策のほとんどはインダストリアルデザインの観点から取り込まれており、伝統工芸が内包される固有の生活文化を等閑に付していることを示唆し、本研究の課題を明確化した。

2.2. 第3章 新聞記事の分析による工芸に対する社会的認識の形成と変容

第3章では、明治維新以降の日本における工芸に対する社会的認識の共有過程を明確化するために、計量テキスト分析を用い、前半では新聞にみられる「美術」に関する社会的出来事が、明治期の特定の歴史的かつ社会的文脈のなかでいかに当時の人びとに共有されたかというプロセスを確認し、後半では1900年から2000年までの100年間における「工芸」を含む新聞の見出しの用語の変化を分析し、20世紀における今日の工芸観を築き上げた過程を考察した。その結果、官製用語として誕生した「美術」に対する社会的認識の形成について、エリート層を中心とする上流社会の人びととはほぼ相反するプロセスで、一般民衆は第一段階の明治10年代までは実態、つまりものから、第二段階の明治20～30年代においては価値観ないし価値体系に、また第三段階の明治30年代以降が概念、いわばジャンルへと「美術」概念を認識したことが明らかにした。また、西洋文明を代表する「美術」が日本社会に導入されるにつれ、生活道具・用具が持つ従来の機能性・意味性が次第に希薄化され、一部は鑑賞対象となり、以降の工芸に対する社会的認識にも大きく影響を与えることがわかった。一方、大正末期までは、工芸が美術のなかに積極的に取り込まれていたため、工芸の表面的な特徴に社会的認識があったが、民芸運動の隆盛と戦後におけるインダストリアルデザイン思想の普及により、工芸の「手作り」性や「実用性・機能性」が強調され、1960年代ま

では工芸への認識が外形から製造手法へ移行していた。その後、「伝産法」の実施により、「伝統工芸」が最も認知される工芸のジャンルとなっているが、この「伝統」は技法などの系統的継承に固執するという狭い意味で理解されていると考えられる。したがって、このような狭義の工芸の捉え方は、社会的認識の範囲を圧縮するだけでなく、明治以降衰退しつつある、生活文化の中での使用から生じる意味性も無視していることに留意する必要がある。

2.3. 第4章と第5章 実地調査に基づく伝統工芸産業の文化的特質

第4章と第5章では、東京都墨田区の伝統工芸「江戸小紋」と「江戸木目込人形」を事例対象として取り上げ、文献調査ならびに現地における聞き取り調査に基づき、両工芸の生産・流通・使用をめぐる「これまで」と「いま」の実態を把握し、伝統工芸産業の文化的特質を抽出した。その結果、①中間プロセス業者の減少による一貫生産体制への受動的な移行、②用具・原材料の調達の高隔化・一元化、③伝統工芸を身近に感じてもらおうための取り組み、④卸売業者機能の低下に伴う製造業者への負担増加、⑤製造業者の多種多様な形態で小売市場への参入、という両工芸の5つの共通点から、下記3点を伝統工芸産業の文化的特質として抽出した。

- 1) 分散協働型メカニズムによる構築されること
- 2) 時代とともに挑戦・革新・前進すること
- 3) 義理人情に厚いこと

さらに、一定地域内での生産・供給体制の確立、既存状況での卸売業者の機能不全を補う新たな仕組みの構築、または需要拡大のために現代社会におけるより多くの使用場面の創出、社会変化に応えた新たな使用文化の醸成などが、両工芸に対して共通的な課題になることを明確にした。

3. 伝統工芸の再認識・再定義

本論文で論じてきたように、明治維新から今日に至るまで、伝統工芸産業は国内外の社会環境の変化に応じて根本的に変化し、工芸に対して共有している社会的認識は当初よりも具体的かつ明確なものになっている。しかし、史料調査や現地調査に基づき考察した結果、生活者の工芸、特に伝統工芸に対する認識は、従来の技術や素材を用いて手づくりの製品に限られているのに対して、製造現場ではより高い品質を目指し、常に新しい技術や素材が開発されていることが判明した。したがって、人びとが共有している伝統工芸の概念とそれを製造する現場の実態に齟齬が生じていること、つまり、つくり手と使い手が求める「伝統工芸」の姿が異なることが明らかになった。また、現在施行されている伝統工芸に関する二つの法律、「文化財保護法」と「伝産法」が、概念的な認識と製造の実態との間の溝をさらに深めていることにも留意する必要がある。特に「伝産法」による定義をとる場合は、100年歴史のある伝統的な技術と原材料により製造されるものだけを伝統工芸とみなす傾向が強いようである。同じような状況は、本研究の現地調査にも反映されている。N氏の工場で作られた江戸小紋は、指定条件に当たる伊勢型紙の代わりに、写真製版を使用しているため、「経済産業大臣指定伝統的工芸品」として認められていない。また、T氏の工房では、伝統的工芸

品に指定される「江戸木目込人形」はごくわずかで、毎年1～2セットしか販売されていないのが実情である。ところが、現存する約1,400種類の工芸のうち、指定を受けた伝統的工芸品は237品目に過ぎないため、実際には伝統工芸としての特質を備えた工芸が経済産業大臣から指定されていない例も多く存在している。一方、外山が指摘したように、伝統の技法による製品とそうではない製品の見分けが、より高度な技術が使われている今日においては、素人目にはなかなか区別のつくものではない[注1]。したがって、民芸運動の時代には機械でつくられたものイコール粗悪品という認識で、製造手法から工芸品を識別することが可能であったが、工業製品の精度が格段に上がった今日においては、単に伝統の技法や原材料の採用という点で工業製品を凌駕しようという方策は効果が弱く、「伝統」に対する社会的認識が経済的な利益に結びついていないのは当然のことである。そこで、生活文化という観点から、「伝統工芸」に違う定義を与える必要があると考えられる。

3.1. 「伝統工芸」から「伝統的ものづくり」へ

佐藤道信は、「工」「芸」の字義について、『「工」は人が天地の気を受けて規矩ある意となり、巧飾を本義とした』のに対して、『「芸」はわざ、才能、才智、学問、技術など、つまりいわゆる人文系の学問一般のほかにも、また弓術や馬術などの武芸も含んでいた』、『「工」に「芸」とくっついて「工芸」となると、製作にかかわる技術、工作にかかわる“芸術”を意味した』と解釈した[注2]。したがって、「伝統工芸」が「生産に関わる伝統の技術」を意味すると理解されても、当然のことであろう。しかしながら、生産現場での実地調査を通じて、ものづくりに用いられる技法は社会環境とともに常に変化しており、「伝統工芸」という表現なら、固有の技術に墨守する意味を想起させる傾向があるため、明らかにそぐわないものであることがわかった。また、「伝統工芸品」は人びとのためにつくられる、人びとが使ってはじめて意味をなすなど、「伝統工芸」に関わるあらゆる営みが人を軸に展開されていることが、本研究を通じて再認識された。一方、「工芸」という言葉に対して、「ものづくり」は本来、行為を表す言葉であり、その言葉を聞くと自然とそれらの行為の主体である「人」を意識するようになる。さらに、第4章と第5章での調査・分析により、ものは生産・流通・使用という循環的な暮らしのなかに最初に位置づけられたため、「ものづくり」には生産行為のみならず、その後の流通や使用という行為自体も当然「ものづくり」に内包されていることが推察できる。それゆえ、人びとの生活に密着し、人間の営みによって構築される分野を指す場合には、モノ本位の「伝統工芸」という言葉ではなく、ヒト本位の「伝統的なものづくり」に置き換える必要があると考えられる。そして、「伝統的ものづくり」にまつわるすべての産業は「伝統的ものづくり産業」と称するべきであるといえよう。

3.2. 伝統的ものづくりの基本的な価値と定義

伝統とは、社会や集団の中で代々受け継がれてきた思想、生活様式、習慣、技術などの規範的な事柄、すなわち時間が経っても変わらない物事の本質のことである。したがって、生活文化の観点からは、伝達されてきたのは技術そのものではなく、行動様式または生活様式にあるべきである。そのため、本研究では、以下の3点の行動様式はものづくりの変わらない本質、つまり「伝統」の所在にあると考えられる。

1) 共栄共存

弱肉強食という思想を鼓吹し、競争によって産業の発展を促進する現代工業とは対照に、伝統的ものづくり産業は敵対することなく助け合って生存し、ともに栄えるという相互扶助を大切にしている。伝統的ものづくりに携わる人びとの多くは、自主独立の経営体であり、自主的な努力によって収益を上げて生計を立てているが、何らかの不正競争を招く可能性のある選択を迫られた場合、個人の損得よりも業界の調和ある発展を優先させるのである。例えば、「江戸小紋」の製造業者である「工場」は、生産能力を上げるために大規模な設備更新を行ったが、社長に務める二代目のN氏は、生産量競争の悪循環に陥ることを懸念するがゆえに、より高速で効率的な輪転機ではなく、手で型付け・染色することにこだわっている。「江戸木目込人形」の場合、すでに他社が開発したモチーフに手を出さないというルールに則っていることからこの点がうかがえる。

2) 義理人情

第5章の最後に述べたように、伝統的ものづくりが対面でのコミュニケーションに適しており、伝統的ものづくりに携わる人びとは関係づくりを大事にし、生活者や協力業者、あるいは同業者など、常に相手への配慮を怠らない。伝統的ものづくりの世界では、一度限りの仕事よりも、長い時間をかけて築かれた信頼関係が好まれている。悉皆屋を営むM氏もその一例である。M氏は、長年付き合ってきた生活者がすでに持っているきものを思い出しながら、それぞれの要望に応じた新たなきものを提案している。

3) 切磋琢磨

伝統的ものづくりに携わる人びとはチャレンジ精神が旺盛で、既存の技術で対応できない場合でも、新しい提案を即座に拒否するのではなく、学習するスタンスで最善を尽くそうする姿勢がある。特に伝統的ものづくりのつくり手は、職種の技術の技法だけでなく、他の分野のものづくりにも関心を持ち、研鑽を積んで技術を磨こうと努める。N氏が言ったように、伝統的物作りは「一生の勉強」になるのである。

したがって、伝統的ものづくりとは、「共存共栄」「義理人情」「切磋琢磨」という3つの基本的価値観に基づき、一定の地域内に構築される「つくる」行為から「つかう」行為までの循環型の生活様式の総体と定義したい。

4. 伝統的ものづくり産業の文化的振興策

上述した考察を踏まえ、生活文化の視点に基づき、伝統的ものづくり産業の持続可能な発展に寄与する以下の3つの文化的振興策を提示したい。

① 地域内における分業協働型社会の構築

合理化を追求する現代の機械産業とは対照的に、伝統的ものづくり産業は卸売業者を中心に生産、流通、販売、修理の各段階で明確な役割分担がなされている。このような分業協働による専門知識と技術の相乗効果が、時代を超えて伝統的ものづくり産業を発展させる中心的な原動力になると考えられる。したがって、地

域における明確で堅実な分業協働型社会を構築することは、地場産業を活かして地域アイデンティティーのあるものづくりを行うだけでなく、地域における生活文化の継承、または安定した雇用の創出による地域社会の健全かつ持続可能な発展をもたらすことができる。また、産業規模の縮小により卸売業者の機能が低下しつつある今日、地域の教育・研究機関と連携することで、卸売業者の一部の役割を分担するのみならず、教育・研究機関に当該地域の生活文化に関する学び場を提供することもできる。そうすることで、地域における伝統的のものづくりに関する生活文化の習得と共有が実現でき、より多くの人びとが伝統的なものづくりに参画させ、伝統的のものづくりに携わる人びとに活気をもたらすとともに、伝統的のものづくり産業を活性化させることが期待できる。

② 伝統的のものづくりに対する共通理解の促進

今日の生活者は、伝統的のものづくりを伝統文化から生まれ、伝統的な技術や原材料でつくられるという表面的に捉え、「伝統的のものづくり」が内包する生活文化への理解に欠けているのである。この生活文化は、地域文化と密接な関係があると同時に、人びとが地域集団に帰属する心理を育む媒体としての役割を担っている。したがって、伝統的のものづくりの基本的な価値や、その土台となる生活文化への共通理解を促進することは、伝統的のものづくりを生活者に寄り添わせるとともに、現実的なレベルで一定の経済効果に結びつけることが期待できる。こうした共通理解の醸成と共有は、個別の努力だけでは達成できず、社会全体のさまざまな組織が連携して取り組む必要があると考えられる。

③ 生活者とともに、今日の生活に適した使用方法の創出と習得

伝統的のものづくりは、古来より日常生活の道具や用具として存在していたことは言うまでもないが、生活様式の変化に伴い、昔ながらの用途が失われつつあるものが少なくない。そこで、伝統的のものづくりに内包される生活文化を伝達するためには、現代の暮らしに適合する伝統的のものづくりの用途を開発し、生活の主体である人びととともに今日的な生活における使用場面をつくり出し、より多くの生活者にその使用方法や含まれる歴史・文化を習得してもらうことが大切であると考えられる。そうすることによって、日常生活における伝統的のものづくりの需要を喚起するだけにとどまらず、伝統的のものづくりを生活の普及品としての本来の姿に回帰させることにもつながる。特に、こうした生活者とともに新しい使用場面の創出には、伝統的のものづくり産業業界全体の共通認識と長期的な計画、そして地域社会の共同作業と努力が必要である。

5. 具体的なデザイン提案

上述した伝統的のものづくり産業の持続可能な発展に寄与する文化的振興策に基づき、本研究で研究対象として取り上げたN氏の工場とT氏の工房に対して、以下の具体的なデザイン活動を提案した。

5.1. N氏の工場

(1) 配色見本帳のテンプレートデザイン



図 6-1. 従来の配色見本帳

COLOR SCHEME FROM ORDER

Popular Color Tone

No. 2050

1K

CODE MIX...
49 - 35
122 - 2
46 - 4

1 Time

2 Time

The colors that can be dyed when reproduction

<p>No. 2025</p> <p>1K</p> <p>CODE MIX... 49 - 35 122 - 2 46 - 4</p>	<p>No. 1803</p> <p>2K</p> <p>CODE MIX... 49 - 35 122 - 2 46 - 4</p>	<p>No. 907</p> <p>2K</p> <p>CODE MIX... 49 - 35 122 - 2 46 - 4</p>
--	--	---

CODE TONE

G

Good combinations of color

	No. 532 MIX COLOR ...
	No. 1460 MIX COLOR ...
	No. 899 MIX COLOR ...

POPULAR COLOR SCHEME TREND

Popular Color Tone

No. 1540

1K

CODE MIX...
19 - 1
84 - 2
62 - 4

1 Time

2 Time

The colors that can be dyed when reproduction

<p>No. 2023</p> <p>1K</p> <p>CODE MIX... 34 - 95 198 - 7 54 - 3</p>	<p>No. 1601</p> <p>2K</p> <p>CODE MIX... 83 - 8 54 - 8 27 - 1</p>	<p>No. 1971</p> <p>2K</p> <p>CODE MIX... 75 - 13 43 - 5 67 - 4</p>
--	--	---

CODE TONE

A

Good combinations of color

	No. 2021 MIX COLOR ...
	No. 678 MIX COLOR ...
	No. 1880 MIX COLOR ...

図 6-2. 配色見本帳のテンプレートデザイン

地域内における分業協働型社会の構築の一環として、伝統的ものづくりのつくり手の支援を図るために、色見本帳のテンプレートデザインを提案した。図 6-1 に示すように、従来の配色見本帳は歴代の職人の手に渡り、紙に記録されていたため、非常に傷みやすい状況になっている。一方、染色業者にとって配色は命と同じくらい大切なものであり、N氏もこの配色見本帳を工場の宝物と呼んでいる。上述したことを踏まえ、実地調査で得られた情報をもとに、配色見本帳のテンプレートをデザインした図 6-2。こうしたデジタル式配色見本帳ができれば、工場内においてはいつでも新しい配色案を追加することが可能であり、生活者や問屋との商談の際にも活用できる。

(2) 総合的で情報満載のパンフレット

現在、江戸小紋が上級者向けであることを受け、江戸小紋への共通理解を促進することで江戸小紋を着用する生活者の範囲を広げようと、江戸小紋の歴史、製造、使用、リサイクルに関する情報を、初心者やそれに興味関心がある人にわかりやすく紹介するパンフレットをデザインした(図 6-3)。展示会場や駅などでオフラインの配布や、インターネットでのデジタル掲載も可能である。江戸小紋の魅力は、オフラインとオンラインの両方で全面的に共有していく。



図 6-3. 総合的で情報満載のパンフレット

5.2. T氏の工房

(1) ロゴデザイン

衣食住のカテゴリーに属する「江戸小紋」とは異なり、「江戸木目込人形」はつくり手の創造性と製造元のアイデンティティをより強く認識する必要があると考えられる。そのため、T氏の工房のアイデンティティ強化の取り組みとして、これまでT氏の工房と接することが少なかった生活者にも、T氏の工房が人形屋であることがわかりやすいために工房専用のロゴデザインを提案した。ひな人形とT氏の工房の歴史にゆかりのある梅の花をモチーフとして用い、T氏の苗字の頭文字「つ」を取り入れた次のようなロゴ案を作成した(図 6-4)。T氏自身が③のデザイン案を好んでおり、今後は職人の正装である半纏や製品の包装用紙など、さまざまなメディアで活用することを計画している。物理的な接点のみならず、情報的な接点も増やして行くことが、今後の関係づくりにつながると考えられる。

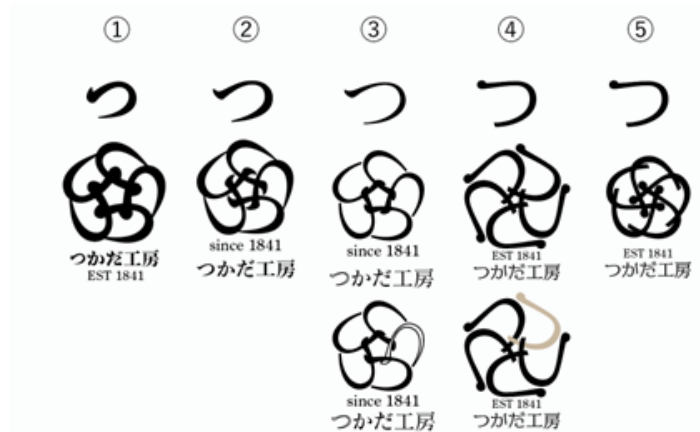


図 6-4. ロゴデザイン案

6. 今後の課題について

伝統的ものづくり産業を始め、伝統的ものづくりの継承には多くの支援策が打ち出されている。しかし、本論文に示されたように、伝統的ものづくりに対する社会的認識とその産業現場の実態との間に齟齬が依然として存在している。このような齟齬を解消し、伝統工芸に対する概念と実態の溝を埋めるために、図 6-5 に示したように、伝統的ものづくりに対する中・長期振興計画が必要である。

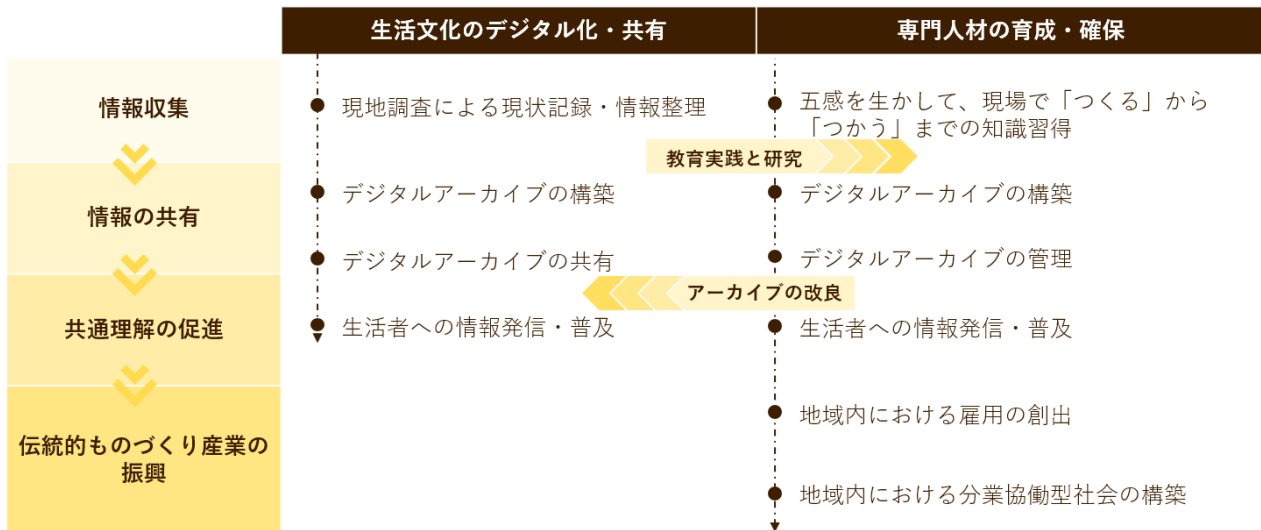


図 6-5. 伝統的ものづくりの文化的振興に資する中・長期計画

まず中期的な計画として、伝統的ものづくりの生活文化のデジタル化と普及・共有が挙げられる。生活文化に関する資料のアーカイブ構築は、これからの数年間、極めて重要な課題となる。このアーカイブは、現状の記録に留まらず、伝統的ものづくりに隠されている情報、つまりその中身をデジタル化によって見出し、生活者と情報を共有するための「場」として機能するものであるべきと考えられる。この生活文化は、国や地域の歴史、風土の影響を受けながら構築されてきた「人の生活のありよう」であ

り、日常生活の中でさまざまな「約束ごと」[注3]を通じて受け継がれてきたものである。そのため、生活文化に関する情報収集は、インタビュー調査などの現地調査を中心に行われ、人びとの記憶の中に残っている「ありのままの自然」を抽出し、記録することが肝要である。川喜田二郎が指摘するように、この「ありのままの自然」は「人間を含んでも少しも差し支えのない自然」[注4]であり、「ほとんど数え切れないぐらいの複雑な自然の諸要素がからみあっている」[注5]ため、非常に複合な性格を持っているのである。それゆえ、生活文化に関する現地調査では、先入観や固有の概念を棄て、調査対象の地域に対する好奇心を持ちながら、聴取したすべてのことを詳細に記録し、分析することが求められる。こうした生活文化に関するアーカイブの構築は、伝統的ものづくり産業に代表される地場産業の振興を支援する重要なツールとなるのみならず、地域のアイデンティティを継承する文化的資源となり得るであろう。

一方、長期的な振興計画では、中期的な計画を通じて生活者に情報を共有・普及することで、伝統的ものづくりの人材育成につなげることが可能である。これまで、人材育成のほとんどは製造側に集中しており、それは技術面での継承に過ぎないと言わざるを得ない。上述した通り、伝統的ものづくりは現代ビジネスの相違点は、中間業者が伝統的ものづくりの中心的な役割が果たしているため、「流通経路の短縮化、つまりつくり手と使い手が直接つながる」との現代の経済モデルは伝統的ものづくり産業には不向きとされていることである。したがって、伝統的ものづくりの振興には、つくり手と使い手のかけ橋として、製造と使用の両方を理解する中間人材が必要不可欠である。こうした中・長期振興計画の実施により、伝統的ものづくりの文化的振興を通じた地域社会への貢献が期待される。

7. おわりに

本論文では、健全な地域社会の構築にきわめて重要な役割を担う伝統的ものづくり産業に着目し、伝統的ものづくりに内包する生活文化を多面的な検討を通して、伝統的ものづくり産業の文化的振興について論じてきた。本章にて導き出した文化的振興の方策は、現在衰退している伝統的ものづくり産業に対して、必ずしも即効性のあるものではないだろう。また、社会的背景の変化に応じて、これらの方策は中・長期的な計画の実施と、継続的な実践を踏まえて改善や追加が必要であり、今後もその在り方について継続的に議論していくべきであろう。このように、より多くの人びとを巻き込むことで、伝統的ものづくり産業を人びとの日常生活に密着した産業として活性化させることが期待できる。

注および参考文献

- 1) 外山徹：生きた文化財・伝統的工芸品の継承に関する現状と課題，明治大学博物館研究報告，9，21-37，2004
- 2) 佐藤道信：〈日本美術〉誕生－近代日本の「ことば」と戦略－，ちくま学芸文庫，44-45，64-65，2021
- 3) 植田憲：生活づくりに寄与するデザイン：伝統工芸がつくり、伝え、残すこと，デザイン学研究特集号，20（2），48-53，2013
- 4) 川喜田二郎：発想法，中央公論社，15，1967
- 5) 前掲書4)，12

図・表の出典

- 1) 図6-1 筆者撮影
- 2) 図6-2，6-3 SARANKORN POVORASIN 氏と TIPSUPA KULISARA1 氏が作成
- 3) 図6-4 Zzyafra Iomaski Zihana 氏、松本彩香氏と遠藤紅音氏が作成
- 4) 図6-5 筆者作成

付録
Appendix

