

日本の美・伝統工芸を活用し世界に広める取り組み

増田 友弥

(君塚 洋一ゼミ)

目次

はじめに

第一章 伝統工芸に対する世界の評価

1-1 海外旅行者からみた日本の伝統に対する関心の比較

1-2 既存調査に対する考察と課題

第二章 伝統工芸職人から見る伝統工芸の印象と今後

2-1 仮説

2-2 調査結果

2-3 結果を受けての考察

第三章 全体のまとめと提案

3-1 伝統工芸をいかに世界に広めるか

3-2 伝統工芸をいかに続かせられるか

3-3 総じて

第四章 おわりに

はじめに

私たちの住まう日本という国は、古来より「和」を中心とした独自の文化を発展し続けた国である。その背景には他国と隔離された島国であること、気候のバランスが良く四季折々の景色を楽しめることのほかに、天然の資源が豊富かつ質のよいものに恵まれており、水や土、木材や竹といった工芸品を製作するための上質な素材があふれていることにある。それらの天然資源は現在もおお尽くることなく、代々受け継がれてきた工芸職人の手によって常に新たな美術品が生まれている。

しかし、現代において日本の伝統工芸に興味を示している者は、世界はおろか日本国内でも少なくなっている。それは海外で生まれた多くのメーカーが若者向けやおしゃれのためのアイテムとしてのブランディングに成功し世界中に広がっているため世界に大々的に広められていない工芸品が

淘汰されつつあるという外的要因と、工芸品をつくる職人が高齢化および跡取り不足により減少傾向にあるという内的要因に分けられる。

この事態がこのまま続くといつか日本の伝統工芸そのものが失われてしまうことを深刻に感じ、私は伝統工芸を世に広め、遺していきたいと考えた。

前提としてまず、日本の伝統工芸が世界に広がるブランド商品と比べおしゃれさや気品が欠けているのかというと、それは全くもって誤りである。

黒く艶やかで強さと美しさを同時に醸し出している漆、職人の手によってひとつひとつ大切に作られることで人間でしか出せないクセや手触りがあり全てが唯一無二の作品となっている焼き物など、ロゴが印字されていなくとも一目でその高級感がわかるほどに素材そのものがその魅力を語れる力を持っている。

ではなぜそれらの力がある伝統工芸は人々の生活に浸透していないかという、伝統工芸に対する人々のイメージが悪い、のではなくむしろ「良すぎる」点にある。伝統工芸品は主に茶道といった礼儀作法を重んじる伝統芸能に使われていること、ひとつひとつがかなり高級であり、なおかつ破損しやすいため丁寧に扱わなければならないということ、そういったことから人々からは自分の手では届かないものといった印象を持たれている。確かにそれらは事実であり、良い点でありながらも弱点であるといえる。

そのため、伝統工芸を広めるためには、ただその魅力と重厚感をアピールしむやみにそれを所持することへのプレッシャーを与えるのではなく、伝統工芸側が現代に順応し、若者が手にしやすい全く新しい姿に変化させないといけなと考えた。

本調査では伝統工芸に携わる職人をターゲットに、伝統工芸をいかに世界に広めるか、伝統工芸をいかに続かせられるかという観点で調査を行い、それによってもたらされた結論と課題、および提

案を述べる。

筆者は大学の茶道部員として4年間活動を行い、焼き物や茶道具に触れる機会を数多く得てきた。そうした経験の中で、実際に今後日本の伝統工芸の振興を図っていく施策の試行を行っており、これらをふまえた具体的な提案を行う。

第一章 伝統工芸に対する世界の評価

この章では伝統工芸をいかに世界に広めるかの観点で、先行研究において調査された海外旅行者から見た日本の伝統に対する関心と評価についてまとめ、課題を挙げる。

1-1 海外旅行者から見た日本の伝統に対する関心の比較

海外から日本に旅行に来た者たちは、日本の何に興味を持っているかについての調査によると、アニメ・マンガ・ゲームが秀でて高いものの、欧州の回答者を中心に伝統文化についても高く評価されており、20%以上の旅行者が伝統文化に興味があると挙げた。しかし、その伝統文化をさらに細かく分け、「茶道・歌舞伎・日本画等」の文化そのもの、「禅・武士道・わびさび等」の精神文化、そしてそれらを行い、引き立てるための道具である「陶磁器・漆器・織物等」の伝統工芸品の3つに区分したところ、伝統文化、精神文化、伝統工芸品の順となっており、伝統文化と工芸品そのものでは伝統文化が約24%であるのに対し、工芸品は約8%と3倍以上の差がついていることが明らかになっている⁽¹⁾。

一方で、同一調査内において日本滞在中に感じる魅力は何か、という質問に対しては、「伝統と現代が上手く融合されている」という点に多く票が入っており、40%近い滞在者がそう感じているという結果も出ている⁽²⁾。

1-2 既存調査に対する考察と課題

これらの調査から、あくまで伝統工芸品は茶道や芸能を形作るための要素の一部として認識されており、工芸品単体としての魅力や芸術性はあまり理解されていないということがうかがえる。また、「伝統と現代が上手く融合されている」という

点が支持されていることを踏まえても、伝統として存在する道具はなにか別の要素に含まれていることでそのなにかをより引き立たせることができるものとして認識されていると考えられる。

言い換えれば、一部の美術工芸品愛好家などを除けば、異なった文化圏の伝統工芸品そのものに対する評価や関心は高いといえず、個として認識されることはあまりないといえるだろう。その点は伝統工芸品を世界に広める取り組みを行うにあたって大きな壁である。全体の一部として評価されているものを、単体として評価されるようその存在をアピールする必要があるが、茶器であれば茶道といったようにそのアプローチ方法もやはり伝統文化に頼ることとなってしまいうため、どうしても単体で売り出すことは困難だろう。

第二章 伝統工芸職人から見る伝統工芸の印象と今後

この章では、伝統工芸をいかに続けさせられるかの観点で、京都および西日本在住の伝統工芸職人にインタビューを行った結果と考察についてまとめる。

インタビューの概要

本稿で協力することに賛同いただいた職人一人ひとり個別に、対面またはリモート通話を通して、複数の質問項目に基づき調査を行った。質問項目は以下の通り。

- ①日本の伝統工芸の現状をどうみているか
- ②跡取り問題は生じているか
- ③②に問題が生じていると答えた場合、打開策や今後の方針はあるか
- ④伝統工芸の魅力を発信したいか

これらの項目を基準に反構造面接を用いた。

②跡取り問題は生じているかについては、跡取りがいない場合を問題視しようとしたが、跡取りを自分の意志で用意しない職人がいたため、自身が今後どうしたいかとそれにあたって問題が生じているかという質問に変更した。

対象者は茶道において普段からお世話になって

いる伝統工芸職人のうち、インタビューおよび時間の確保に賛同していただいた以下の5名を対象に調査を行った。

- 1) 京都市在住 漆職人 A さん：京都市内の工房にて茶道に使われる棗（なつめ）を中心に制作および絵付を行っている。
- 2) 京都市在住 樂焼職人 B さん：築窯 100 年を超える工房で樂茶碗を制作している方。
- 3) 京都市在住 清水焼職人 C さん：清水寺の付近で清水焼の制作および販売を営んでいる方。
- 4) 京田辺市在住 竹材店 D さん：茶道において使われる道具を中心に、自身の所有する竹藪から得た竹材を扱った工芸品を制作されている方。
- 5) 広島県在住 備長炭焼師 E さん：船でしか行けない離島にて一代で山を切り開き炭焼を始めた方。

調査時期は 2022 年 7 月から 2023 年 1 月。

2-1 仮説

①について、伝統工芸職人は昨今の海外ブランドの流行や時代の波に乗れていないこと、敷居や価格の高さから伝統工芸が廃れていくことを危惧していると考えた。

実際に事前調査として茶道を嗜んでいない学生 10 名ほどにアンケートを行った際、日本の伝統工芸に関しての関心は非常に薄く、興味があると答えた場合も価格の問題で手が出せないものだという印象を抱えていたため、日本の若者は海外旅行者以上に伝統工芸に関心がない可能性があり、海外よりも先に流行に敏感な日本のほうが「海外かぶれ」に染まってしまうことを予想している。

②については①の仮説を踏まえたうえで、消極的に跡取りを考えていない職人が多いのではないかと考えた。また、それによって③として常に打開策や逃避に近い感情を抱いているのではないかと考察した。

一方④の仮説はそれまでのネガティブなものとの違い、ほとんどの伝統工芸職人が世界規模で自分たちの制作したものが評価され広まることを夢見

ているのではないか、そのために努力をしているのではないかと考えた。これに関しては、調査以前に職人らと交流をしているうちに抱いた職人ひとりひとりの印象からもたらされたものである。

2-2 調査結果

意見 1) 京都市在住 漆職人 A さん：京都市内の工房にて茶道に使われる棗を中心に制作および絵付を行っている方。

日本、とくに京都における伝統工芸は既にある程度のブランディングには成功している。日本の様々な飲食業界などにおいては京都に赴いてまでこのものを選んでくださることも多く、急に買い付けがなくなり文化が廃れるという心配はない。

しかし、あくまでそれはこの商品の魅力に自身で気づき購入を検討した方ばかりで、こちらから魅力を発信することは極めて少ない。それにはもちろん金銭的な事情がある。ひとつひとつにかかる労力とコストからどうしても値段が高くなってしまいますので、ある程度裕福な人間でないと魅力に気づいても手が届かない。それに加え敷居の高さも影響しており、若者は自ら手に取ることを拒んでいるだろう。

跡取り問題については問題ない。代替わりは予定していない。伝統工芸の魅力がより多くのひとに伝わるのならもちろんうれしい。しかし先ほど答えたとおり、魅力を理解してもらえても手に取れない問題があることから、結局現状と買い付けてくれる客層に変化はないだろう。

意見 2) 京都市在住 樂焼職人 B さん：築窯 100 年を超える工房で樂茶碗を制作している方。

自分たちはただ自分の作りたいものを作るというよりは、受注されたり需要があったりする形のもの焼き上げるだけなので、伝統工芸としての側面を意識することはない。現代のものも一部の家系がつくったものが美術館などに展示される一方で、ほかの家系では展示などもされることなく、自己満足の範疇となっている。

跡取り問題はうやむや。

伝統工芸が世界に広まることはとても良いことだと思うが、樂焼は運ぶことにもかなりの慎重さが求められるうえとても弱い素材。なにより京都

のような限られた土地の土でしか作れないものなので樂が世界に広まることはむずかしいと思う。

意見3) 京都市在住 清水焼職人Cさん：清水寺の付近で清水焼の制作および販売を営んでいる方。

自分をつくりたいものをつくって満足できる。大型デパートでの個展経験もあり、評価していた方がいることもわかる。自分の作品に魅力を感じてくれる人は必ずどこかにはいるから、その人に伝わればいい。

跡取りは息子がいる。

伝統工芸が広まることはとてもうれしいし、なにより自分の作品をみんなに見てもらえることがありがたい。そのためにInstagramのアカウントを作成し自分の作った作品を頻繁に投稿しており、最近では海外の方からのコメントももらえてうれしい。

意見4) 京田辺市在住 竹材店Dさん：茶道において使われる道具を中心に、自身の所有する竹藪から得た竹材を扱った工芸品を制作されている方。

伝統工芸とは名前の通り昔から続いた伝統によってもたらされるものであり、自分のつくる一作が伝統そのものであるとはいいがたい。例えば今ここにある一本の竹が伝統工芸であるかといわれればそうではないし、何かしらの意味を持たせていって加えたものが伝統工芸になるということ。その境目を理解しなければ、ただ日本の素材を使っただけの、伝統工芸ではないものができあがるだけ。

跡取りはいる。長く続いている家系なので何百年先も続けていかなければならない。

茶杓などのように茶道において必須のものは何も考えていなくても需要があるから今後も大丈夫だと思う。しかし茶道外の人は竹に関しては無頓着なひとが多いだろうから、そういった人々にも竹の魅力が伝わってほしいなどは思う。

意見5) 広島県在住 備長炭焼師Eさん：船でしか行けない離島にて一代で山を切り開き炭焼を始めた方。

自分で山1つ切り開いて開業した。ここは作れば捌ける。「商品の需要を増やす」「知ってもらう」の観点はここには要らない。

B to CではなくB to Bでやっているからよそと事情が違うかもしれない。

跡取りはなりたい人を紹介してほしい。こっちでこき使うから。四角四面にシステムチックにされるのはなんか違う。言いたいことは分かる。けど、本気でなりたい奴は自分で調べる。マッチングさせたい、なら話は違う。「とりあえず経験」の甘い覚悟は困る。「やるんや」という覚悟が最初であれば逆立ちしてでもやる。みんな覚悟がもてない。

林業は死ぬ。漆塗りとは話が違う。

一番の問題は雇用の問題。研修制度を並べる窓口はありかもしれない。「修行」は本来「雇用」ではなく「大学（生きるためのスキル）」だった。

「都会の生活」「田舎の生活」それぞれにスキルがあり、「都会なりの進化」「田舎なりの進化」、本来共存できない。移住者はやっぱり続かない。選んで田舎に来た人には逃げ場がある。骨をうずめる気で本当に来ているのかが問題。都会は人の影に隠れてやり過ごせるが、田舎はやはりきつい。そこまでして来るほど職人業に魅力があるか。

跡継ぎ問題は簡単に解決できない。仮に用意できたとしても何よりも育成が大変。「人を一人育てる」ということがどれ程大変なことか。身銭を切り、時間を削り技術を伝えていることを分かって欲しい。

2-3 インタビュー結果の考察

これらの結果を受けて、まず仮説と比較して伝統工芸職人たちは特に危惧などは感じておらず、伝統工芸全体としてひとくくりにせず自分の作っている分野のものに誇りや情熱をもって制作していることがわかった。

また、跡取りに関して問題といえるものはほほなく、既に解決済み楽観的に受け止めている職人に偏った。

世界に広めていきたいか、という質問に対して

も願望として自分たちのつくったものが知れ渡ってほしいという気持ちがあり、前向きに考えていることが分かった。

一方で、伝統工芸職人としてひとくりにせず、漆、竹、樂など制作しているものに分けて考えた場合、樂には素材の入手困難さや繊細さ、竹は需要のある層とない層の関心の差などその素材ならではの問題に直面していることは事実であり、世界に広めるといふ活動を今後行っていくにあたって、個々の特色に関する問題は発生するだろう。

なにより深刻に感じたのは、意見5にある跡継ぎ問題に関するものだ。

跡継ぎがいれば解決だけではなく、その後の育成こそが最も重要かつ大変であるという知見を得た。この職人は、時間と労力を費やして人ひとりを育成したところで、職人の道を歩むことに対する大変さに気持ちが負け、去ってしまうことが職人にとって最も痛いことであると述べた。また田舎暮らしが必然的となるため、都会暮らしや便利な生活に憧れている者はまず続けられないだろう。もともと職人の道はサラリーマンといった職を持つ人と逆方向の道であると予想していたがそれは誤りであり、サラリーマンができなかった人は職人なんてより困難である、と語っていた。

その点のなにより困難なことは、我々が施策を行ったところで、職人の道を志望した誰かの感情によって左右されるためこちらではカバーのしようがない点にある。

そのうえ1人を育成するためにもかなりの労力と時間が必要になるため、数打ちゃ当たるといふ気持ちではいけないということだ。この問題点に関しては、解決の糸口を見出すことは現状できておらず、より真剣に向き合う必要がある。

第三章 全体のまとめと提案

本稿では伝統工芸をいかに世界に広めるか、伝統工芸をいかに続かせられるかという2つの観点で調査を行った。それらによって得た考察と提案、また活動の報告を行う。

筆者は茶道部に所属し、2018年より裏千家茶道部に所属する関西中の大学が集い交流し、茶道の発展に務める「裏千家学生茶道研究会」という団

体にて活動を行っている。そこでの試行にもとづく4つのとりくみを取りあげ、本研究における具体的提案とする。

1. Instagramを活用したオンラインツアー
2. 滞日留学生を対象とした茶会
3. 移動可能な茶室（現在企画中）
4. 古き良き伝統とおしゃれな文化を両立させたカフェ

3-1 伝統工芸をいかに世界に広めるか

こちらは先行研究にもある通り、伝統文化や精神文化に魅力を感じている人が多く、伝統工芸品に単体で興味を持っている人は少ないというデータを得た。また竹材店職人からの意見として伺った「ただ日本の素材を使っただけの、伝統工芸ではないものができあがるだけ」ということを参考に、日本の伝統文化や日本の魅力が前提としてあってこそその伝統工芸品であることに気が付いた。

そこで私はInstagramにて「kyoto walking tour」（アカウントID:sakura_tea_lab）というアカウントを作成し、京都の観光地や魅力的なスポットを投稿し海外の日本に興味がある人々を集客し、リモート上でのオンラインツアーを企画した。

内容は京都の観光地において生配信中のカメラを持って歩き、お土産屋などの写真を別途で送ったのち、オンラインツアーに参加した方から購入依頼があれば代理購入をし、配送するというものである。この取り組みに関しては、オンラインツアーの参加者も少数ではあるが募ることができ、実際に金の蒔絵を施した器を購入していただき、成功であったといえる。またInstagramアカウントのフォロワーも現在1,000人を突破しており、伝統工芸品を伝えるための土台である京都の魅力を広める活動も満足のいく結果が得られた。

現代ではSNSが世界的に流行していること、コロナ禍により海外旅行に対する自粛が求められていることから得た着想であったが、それなりに知名度を獲得したこともあり現状最も達成感と実現性を手にすることができた。

現在は新たな試作に時間を費やしているため一旦こちらの活動は停止しているが、今後も持続的

日本の美・伝統工芸を活用し世界に広める取り組み



オンラインツアーなどのために実際に作成および運用を行った Instagram のアカウント。

にオンラインツアーおよび代理購入を行いたい。

また、世界に広めるもう一つの取り組みとして、現在日本に滞在している人に日本の魅力や日本での良い思い出として故郷に持ち帰ってもらえるよう、留学生を対象とした茶会を行った。こちらは SNS などを活用しておらずローカルな範囲内での募集となったが、8名（うち欧州2名、東アジア6名）の参加を募ることに成功し伝統文化と工芸品を知っていただくとてもよい機会になったといえる。

これらの活動によって気づいたことは、まだ紹介をしていない段階での伝統工芸品と実演を踏まえたうえで伝統工芸品であると紹介したあとでは、扱い方や興味関心の目が向けられる頻度に大きく変化が生じたことである。紹介前ではあくまで日本の器、黒い入れ物といったざっくりとした印象しか抱かれておらず、海外に向けてアピールする

にはやはり文化的側面とその貴重さを教えなければならぬと感じた。

では伝統工芸品のみで売り出していく場合はどのようなアプローチを取らなければならないのか。それを踏まえた上で次の提案に移行する。

3-2 伝統工芸をいかに続けられるか

こちらでは海外向けの諸活動より得たデータを参考に、日本を中心とした伝統工芸の社会への浸透と持続について考える。

まず最初に提案するのが、現在制作中の「移動可能な茶室」である。折りたたみ式のテントを参考にした木組みの四畳半茶室。こちらを持ち運ぶことで日本中のどこでも茶会が可能になるほか、依頼があればどこでもお茶を点てるというサービスを提供する。こちらは伝統工芸品を売るならまずは土台となる伝統文化を紹介するべきだということこれまでの考察から得られた情報によって練られたものである。

一方で、伝統工芸品単体で売り出す活動も提案する。現代のおしゃれ文化と古き良き伝統が両立するカフェの制作である。

内容は主に、伝統工芸品の器や装飾だけを利用したお店で、お出しするメニューと同時にその料理が入っている器についての紹介文を葉ほどのサイズで付ける。そうすることでカフェを堪能しながら伝統工芸品にとても簡単に触れてもらうことができ、SNS で拡散されることによる知名度の向上にも期待できる。またこれは、先行研究にあった「伝統と現代が上手く融合されている」ことが評価されている点にも合っており、海外の人々が伝統工芸品に触れ改めて伝統工芸品単体として評価できる場としても機能するだろう。

これは現代との融合性を獲得しているだけあり最も有用なのではないかと感じているが、無論、その分デメリットも大きい。それは初期費用とランニングコストが相当必要であり、なおかつ本業として営む必要があるという点だ。伝統と現代の融合を活かすのに最も適した場所として京都市内に作るとして、カフェの経営を行う費用と足して客にお出しするための伝統工芸品を買い揃える必要がある。簡単に見積もって開業資金のみで800万円は必要となる。

また前述の通り本業がカフェ経営者として固定される点も大きいため、相当な覚悟が必要な策だといえる。

これらは国内外に伝統工芸品の魅力を広めるための取り組みであるが、インタビューでも②の項目にて質問した跡継ぎ問題、伝統工芸職人内部の問題の解決には至っていない。

そこで考案したのが、職人専用の求人・体験サイトである。

現状、伝統工芸職人とのコンタクトを取るにはインターネット上で調べた上で電話番号などから連絡を取るか、或いは炭焼きなど人里離れた場所で開かれている職人へは一度役所などへの仲介を依頼しなければならない。伝統工芸に興味がある人ですらかなり回りくどい方法を取らなければならない。職人との直接的な連絡や役所といった大きな機関を挟む必要があるとなると、いくら職人の道に興味がある若者といえど一歩引いてしまう可能性がある。そこで我々が求人サイトとして気軽に連絡可能、簡単に仲介可能なワンクッション的存在を作ることによって、若者の不安を和らげることができる。そうすれば、伝統工芸職人との距離感も近くなり、跡継ぎ問題を解決してくれる後継者が生まれる可能性も一気に増加すると考えた。

また、求人サイトとしてだけでなく体験学習やインターン研修などを企画することで職人の道を志望していない方も参加可能な場としてよりよく知ってもらうことができる。

このうち体験学習については実際に活動を行った。

対象は京都の和菓子屋と樂焼。和菓子屋は京都市国際会館にて催した茶会の一環として、自分で制作した和菓子をその後の茶会ですぐに食べられるというもの。裏千家の活動として行っただけあり、参加者は80名ほどであった。

樂焼は向日市にある窯元にて1日かけて土から茶碗の形に整形し、数ヶ月後に焼きあがったオリジナル茶碗が届くというもの。こちらの参加者は30名ほど。どちらも体験学習という楽しさを全面に押し出した企画であったため集客やその客に好印象を抱かせるという点においても成功であった。

インターン研修については、本稿執筆時点(2023

年1月9日)時点で現在進行形であり、1人が行っている。広島県南の離島にある人里離れた場所で備長炭の職人の元で5日間の研修プログラムを受けており、中間報告によると研修としての内容および職人との関係もとても良好であり、大々的に開催するのも夢ではないとのことであった。こちらの懸念点は伝統工芸品の確保やそれにあたる費用は必要ないが、なにより伝統工芸職人の許可および前向きな姿勢を得ることが重要となる点である。

各々の伝統工芸職人たちはみな誇りと情熱を注いで作品に向き合っている分、生半可な気持ちで手を出そうとする者に嫌悪を抱いている職人も少なくはない。突然慈善団体がやってきて、貴方の跡継ぎ問題や認知度の低さを解決する手助けをします、と言ってきてもかなりうさんくさく感じられるだろう。職人の理解と信頼を得るということは、人によってはこれらの提案の中で最も難関なものであるといえる。

3-3 総じて

以上のように、伝統工芸をいかに世界に広めるか、伝統工芸をいかに続かせられるかの2つの観点から提案を行ったが、深く考えれば考えるほど新たな懸念点が生まれ、日本の伝統工芸と職人にあった様々な課題や問題と直面することとなった。もっともそれらも解決してこそその策ではあるが、簡単に解決できないものばかりでより深い考察力とアイデア、知識が求められる。

また、国内外同時に伝統工芸を広める策として、グッズ制作も視野に入れている。

漆と螺鈿を利用したスマートフォンカバー、竹を利用した化粧品など小物を保護するもの、織物を利用したポーチや装飾品などを制作し、BASEなどでECショップを開設し販売することである。これだと一度デザインを考案できれば持続的に開発、販売ができ通販という都合上経費も削減でき、簡単に取引が可能となる。受注生産であれば無駄なコストも無くすることができる。これらのことから、この策こそが最も手頃に伝統工芸を広めることができると考えている。

総じて問題なのが、仮にこれらの活動が成功したとして、私の次の世代もこれを持続させられる

かという点である。私の一生をかけて活動を行ったとしてもそれはほんの数十年にしかならず、何百年先も続いていける活動とは程遠いものである。そのために考えた案が「起業」である。職として、会社として続けることで新世代の雇用として世代交代と持続を行うことができ、なおかつ会社という体である以上職人や客を含む人々からの信頼を得やすい。もちろんそれには相当な覚悟であるが、伝統工芸をもっとたくさんの人々に広めて魅力を感じてほしいという気持ちとこれまでの成功体験を力に、この先も続けていきたい。

第四章 おわりに

本研究では、伝統工芸をいかに世界に広めるか、伝統工芸をいかに続かせるかという2つの観点から考察および提案を行った。その結果、伝統工芸が抱えている様々な問題と向き合い、ひとつひとつ細やかな解決が必要であることがわかった。特に職人からの理解と信頼を得るという点が最も大変であり、今後も続けていくとして大きな課題になると予想できる。しかし、それを乗り越えた先には伝統工芸がより現代に浸透し身近なものになっているかもしれないと考えると、十分なモチベーションとなる。

今に至るまで私は伝統工芸の魅力をもっと知ってもらいたい、伝統工芸職人の悩みを解決したいという個人の想いで動いているが、ただ伝統工芸に偶然触れる生活をしていただけからやってみよう、という簡単な想いで始めたわけではない。

茶道を嗜んでいるうちに様々な伝統工芸職人たちと出会い、何日もかけて共に活動をしたり、人

生の先輩として相談に乗ってくださったうえで自分の生き方のヒントをいただいたり、様々な恩を受け取った。だからこそ、これらの活動は全て恩返しをしたいという個人的な感情に基づくものである。もちろん、1人で活動しているわけではなくこれらの活動に理解を示した数人の協力者がいてようやくひとつまたひとつと形になっている。

伝統工芸を広めたいという活動が徐々に大きくなり、形づくりに成功した策の数々が生まれ、現在も少しずつ広がり続けている。

本稿執筆時点ではそれでもまだ小さいものであるが、これからもっと大きく広げていく。

注

- (1) 特定非営利活動法人 映像産業振興機構 (VIPO) (2018)『クールジャパンの再生産のための外国人意識調査 (概要)』p. 2
- (2) 同文献 p. 6

参考文献

- 山本篤民 (2019)「伝統的工芸品産業の現状と海外販路開拓の課題」、『商学集志』88 (4), 239-251、日本大学商学部
- 京都市 (2008)『京もの戦略的マーケティング調査結果』
- 一般社団法人 日本立地センター (2022)『伝統工芸品産業の再生手法に関する調査報告書』
- 京都市伝統産業活性化検討委員会 (2005)『～伝統産業の未来を切り拓くために～』