

Title	複層化する社会における伝統工芸のメディア的機能のリデザインに関する研究： 琉球紅型における地域文化コンテキストの伝搬
Sub Title	Research on the redesign of media functions of traditional crafts in a multi-layered society : regional cultural context in Ryukyu bingata
Author	首藤, 圭介 (Shutō, Keisuke) 岸, 博幸 (Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2020
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2020年度メディアデザイン学 第842号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002020-0842">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002020-0842</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2020 年度

複層化する社会における伝統工芸の  
メディア的機能のリデザインに関する研究

— 琉球紅型における地域文化コンテキストの伝搬 —



慶應義塾大学  
大学院メディアデザイン研究科

首藤 圭介

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に  
修士(メディアデザイン学)授与の要件として提出した修士論文である。

首藤 圭介

研究指導委員会：

岸 博幸 教授 (主指導教員)

稲蔭 正彦 教授 (副指導教員)

論文審査委員会：

岸 博幸 教授 (主査)

稲蔭 正彦 教授 (副査)

加藤 朗 教授 (副査)

修士論文 2020 年度

# 複層化する社会における伝統工芸の メディア的機能のリデザインに関する研究

— 琉球紅型における地域文化コンテクストの伝搬 —

カテゴリ：デザイン

## 論文要旨

ユネスコの文化多様性に関する宣言では、文化的多様性は創造性の源泉として社会に必要であり、必要な措置を取るものであると謳われている。本論文では、文化的多様性を社会に実装するメディア的機能を持つものとして伝統工芸を定義し、今日の消費環境において伝統工芸というコンテンツやそれを取り巻くコンテクスト自体をどうデザインしていけば良いのかについて考察を行っていく。具体的には、元々地域文化の多様なコンテクストを宿すコンテンツ＝メディアとして社会内に存在していた伝統工芸を、その消費環境のデザインという観点から、新たなメディアとして再定義することを意図するものである。そのために、伝統工芸の史的または社会学的な観点からの分析と、今日の消費環境のリアリズムについての分析を行い、実際に琉球紅型という伝統工芸を通じて、そのメディア的機能の実証を行っていく。

キーワード：

地域文化, 伝統工芸, 琉球紅型, トレーサビリティ, デザイン

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

首藤 圭介

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2020

Research on the Redesign of Media Functions of Traditional  
Crafts in a Multi-Layered Society

— Regional Cultural Context in Ryukyu Bingata —

Category: Design

Summary

The UNESCO Declaration on Cultural Diversity states that cultural diversity is a source of creativity that society needs and takes the necessary steps. In this paper, we define traditional crafts as having a media function to implement cultural diversity in society, and how to design the contents of traditional crafts and the context itself surrounding them in today's consumer environment. I will consider whether it is. Specifically, it is intended to redefine traditional crafts that originally existed in society as content = media that harbors diverse contexts of local culture as new media from the perspective of designing the consumption environment. Is. To that end, we will analyze traditional crafts from a historical or sociological point of view and analyze the realism of today's consumption environment, and actually demonstrate their media functions through the traditional craft called Ryukyu Bingata.

Keywords:

local culture, traditional crafts, Ryukyu Bingata, traceability, design

Keio University Graduate School of Media Design

Keisuke Shuto

# 目 次

<b>第1章 序論</b>	<b>1</b>
1.1. 伝統工芸とは何か	1
1.1.1 伝統工芸の成立	1
1.1.2 伝統工芸の衰退と現在	3
1.2. 伝統工芸の持つ社会的な可能性／私たちの社会と多様性について	6
<b>第2章 関連研究・先行事例</b>	<b>8</b>
2.1. 関連研究 -伝統工芸の持つ社会的な機能について-	8
2.1.1 現代の消費のリアリズムについての考察	8
2.1.2 工芸と日常の歴史	12
2.2. 先行事例	16
2.2.1 伝統工芸とテクノロジー	16
2.2.2 伝統工芸と文化的コンテキスト	19
2.3. 伝統工芸及び周辺へのヒアリング	19
2.3.1 立岩和紙 -長野県小県郡長和町-	20
2.3.2 鯉節 -宮城県気仙沼市-	23
2.3.3 江戸彫刻 -東京都葛飾区-	28
2.3.4 琉球紅型 -沖縄県-	32
<b>第3章 仮説・プロタイプ</b>	<b>35</b>
3.1. 仮説	35
3.1.1 地域文化コンテキストの更新	35
3.1.2 デジタルテクノロジー -トレーサビリティ-	36
3.2. プロトタイプ	37

---

3.2.1	伝統工芸の検討 . . . . .	37
3.2.2	琉球紅型 . . . . .	39
3.2.3	かりゆしウェア . . . . .	40
3.2.4	デザインコンセプト . . . . .	41
3.2.5	プロトタイプデザイン -消費体験の整理と課題- . . . . .	42
3.2.6	プロトタイプデザイン -コンテクスト的体験の設計デザイン-	45
3.2.7	Bagasse UPCYCLE について . . . . .	47
3.2.8	プロトタイプデザイン . . . . .	50
<b>第4章</b>	<b>調査・考察</b>	<b>53</b>
4.1.	調査 . . . . .	53
4.1.1	調査目的 . . . . .	53
4.1.2	調査方法 . . . . .	53
4.1.3	実施状況 . . . . .	54
4.2.	調査の結果と考察 . . . . .	55
4.3.	考察 . . . . .	60
<b>第5章</b>	<b>結論・提言</b>	<b>62</b>
5.1.	結論 . . . . .	62
5.1.1	伝統工芸のメディア的機能 . . . . .	62
5.1.2	伝統工芸において . . . . .	63
5.2.	提言 . . . . .	64
5.2.1	複層的消費社会の中で . . . . .	64
5.3.	今後の展望 . . . . .	65
	<b>謝辞</b>	<b>66</b>
	<b>参考文献</b>	<b>67</b>

# 目 次

1.1	(出典:(財)伝統的工芸品産業振興協会調べ)(出所)経産省『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』2011年	4
1.2	(出所)JTB総合研究所『地域の特産品(地場産業・伝統産品)への意識についての調査』2018年	5
2.1	対応いただいた佐藤氏(筆者撮影)	22
2.2	紙漉体験風景(筆写撮影)	23
2.3	カツオを燻製する窯(筆者撮影)	26
2.4	焙乾で水分や油分が抜けた荒節の断面(筆者撮影)	27
2.5	制作中の寺社彫刻に使用する梁(筆者撮影)	30
2.6	使い込まれたノミ(筆者撮影)	31
2.7	紅型の伝統柄(筆者撮影)	34
3.1	トレーサビリティ時間軸	42
3.2	かりゆしウエアにおけるトレースバック関連図	46
3.3	Bagasse UPCYCLE ロゴ	48
3.4	Bagasse UPCYCLE フライヤー裏のサービス図	49
3.5	トップ画面とトレーサビリティ画面	51
3.6	トレーサビリティ画面と紐付けされた体験施設	52
4.1	年代別回答者	54
4.2	業種別別回答者	54
4.3	期待する効果	55
4.4	沖縄のコンテンツについての理解への期待	57



4.5	トレーサビリティを通しての伝統工芸への意識の変化 . . . . .	59
-----	------------------------------------	----

# 表 目 次

# 第 1 章

## 序 論

### 1.1. 伝統工芸とは何か

#### 1.1.1 伝統工芸の成立

伝統工芸と呼ばれるものについて広く社会的通念として認識されているものは、経済産業省が定める「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（昭和 49 年法律第 57 号、以下「伝産法」）」<sup>1</sup>に基づく「伝統的工芸品」がある。認定されている伝統的工芸品は 236 品目（2021 年 1 月 15 日現在）となっており、この「伝統的工芸品」については下記の 5 つの項目を満たしたもののみが経済産業大臣の指定を受けることができる。

- ・ 主として日常生活の用に供されるものであること。
- ・ その製造過程の主要部分が手工業的であること。
- ・ 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。
- ・ 伝統的に使用されてきた原材料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。
- ・ 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

---

1 経済産業省 伝統的工芸品に関する法律について <https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=349AC1000000057>

しているものであること。

ただ、本研究でいう「伝統工芸」とはこの伝産法が定める「伝統的工芸品」以外にも日本各地の地域内で長い時間をかけ形成され、伝承されてきた素材や技術、意匠を用いて制作された日用品等を指す。

このような地域に根ざした素材や技術、意匠を用いて制作された日用品等である伝統工芸は自然条件や社会情勢、環境など様々な要因が重層的に絡み合った結果、地域文化や歴史をコンテキストとしたメディアとして捉えることが可能であると考え本研究を展開していく。

日本は地理的に四方を海に囲まれ、国土の75%が山地であり、また東西に長細い地形であるが故に亜熱帯から亜寒帯まで幅広い気候を持っている。このような地理的な条件によって様々な農産、海産を可能とし、15世紀以降の中世と呼ばれ能動化した社会によって人的交流が活発になったことで様々な技術が各地に伝搬することとなり、さらに江戸時代の各地域による独立採算制である幕藩体制は、地域内経済の活性化などにより各地域に固有の文化を形成した。その結果、日本各地には数多くの商品や技術、芸能などが存在し、それらはその地域の地理的、文化的特性を色濃く反映したものとなった。網野 [1] によれば「15世紀以降の社会のあり方は、私たちの常識で、ある程度理解が可能」である述べ、日本各地の古い街の大多数が室町時代に起源を持っていることを明らかにしている。我々が考えている日本の原型は15世紀以降の文化が雛形となり、本研究でいう伝統工芸についても15世紀以降に起源をもち、江戸期に成熟した地域文化によって形成され、以後成立した素材や技術であると言える。漆を例に紐解くと、漆は縄文時代の遺跡から出土するなど日本の生活史に深く根ざした加工技術であり、現代でも皿や茶碗などに使われ、広く流通しているのが漆風のイミテーションだとしても、身近な伝統工芸の一つである。その漆を塗布し作られる茶碗は用途・機能は器という機器に規定されるが、表層に現れる姿かたちは全国各地でそれぞれに異なる特徴を持っている。四柳 [2] は「近年の江戸、京都、大阪、名古屋、会津若松、金沢、北陸での考古学と文化財科学的な近世漆器の調査が進展するに及んで、地域的な動向や特色がかなり浮かび上がってきている」として、例えば長野県塩尻の木曾平沢で発展した木曾漆器は産地である檜を使用し、シンプルで堅牢な作りと

当時は高級品であった漆器が庶民でも手に入りやすい価格であったことで中山道の土産品として人気を博し発展してきた。逆に沖縄県の琉球漆器は鮮やかな赤と艶のある黒のコントラストが特徴で、琉球王朝の庇護の元で朝貢貿易の貢物として贅を尽くした装飾を施され、王朝内でも王族や士族が儀礼の場で使用する特別な漆器として発展した。このように漆を例にとってみても加工技術が各地に伝搬し、その地域にある自然条件や文化、歴史などに基づくコンテキストと結びつくことで独自発展する事例は伝統工芸において最も一般的な成立の方法であると言える。そして、伝統工芸が成立する過程においてそれら地域文化コンテキストは、伝統工芸と呼ばれるものに内包され、時代や地域を超え、現代へと伝搬するメディア的な機能を持つこととなる。以上のように本研究は伝統工芸は地域文化が長い時間をかけ、その地域の地理・自然条件、その時代の施政、人的・物的交流の結果として表層に現れる”もの”であり、かつ、伝統工芸は地域文化コンテキストを内包し伝搬するメディアであると定義し、その定義をもとに考察を進めていく。

### 1.1.2 伝統工芸の衰退と現在

先述のように伝統工芸は日本各地でそれぞれに発展し、地域経済を支える重要な産業の一つとして長く地域文化を伝えるメディアとして機能していた。しかし社会の近代化により大量生産される利便性や合理性に優れた商品が伝統工芸に取って代わり、徐々に数を減らしていく事になる。ただ、戦前では民藝運動が、高度経済成長期では民芸ブームが近代化する社会の中で忘れられた民衆美術的なコンテキストによって伝統工芸を支えながら存続してきた。国の実質的な保護政策である伝産法も高度経済成長期に現れた自然破壊や公害問題など工業化、都市化の負の遺産に対して、民藝運動や民芸ブームと同様に失われつつある日本の原風景を希求する都市化された消費者に答える形で策定されたと言える。統計的な観点では統計が始まった1974年（昭和49年）から伝統工芸の生産額は1983年の5,410億円をピークに、従事者についても1979年の28.8万人をピークに現在は1/5まで落ち込みを見せている。バブル景気崩壊以降、景気低迷によりそれまでの消費環境が著しく変化し、「一定の品質かつ安価」であるファスト嗜好が消費者に根付き、効率的かつ低賃金で生産可能な海外での生産が主流となった。伝統工芸は手

作業による各職人の分業性により非常に高い技術力を有しているが、その反面、長い間の商習慣である問屋を介した流通に頼っていたため、消費の動向への対応が滞っている間に、伝統工芸と同じような姿かたちを模した大量生産品が市場に広く流通することとなった。

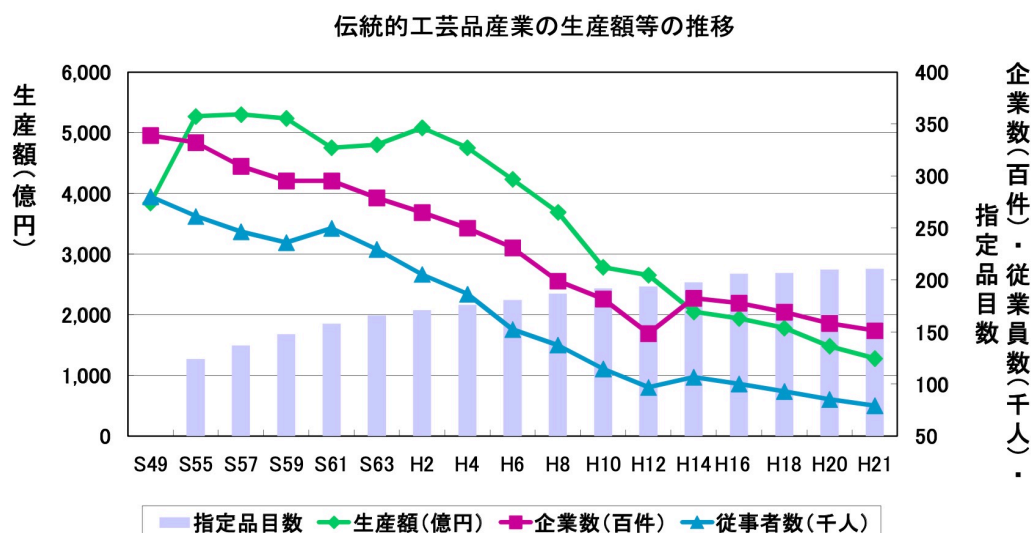


図 1.1 (出典：(財) 伝統的工芸品産業振興協会調べ) (出所) 経産省『伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について』2011 年

また日本政策投資銀行と日本経済研究所が共同で行った「伝統ものづくり活性化調査」<sup>2</sup>では、「根本的な問題は消費・商業環境の変化に対応できていない、つまり消費者に価値を提供し続ける体制を構築できていないことであり、これが産地の危機の本質である。この問題を解決することができなければ、産地が崩壊してしまう可能性もある。」と述べ、大量生産される伝統工芸を模した商品に対して価格面で争うだけでなく、現代の消費のリアリズムに対して姿かたちの変化も含めフレキシブルに変容するための伝統工芸のコンテクストの更新が追いついていないことを指摘している。

2 伝統ものづくり活性化調査<概要版>日本政策投資銀行、日本経済研究所 [https://www.dbj.jp/topics/region/industry/files/0000030626\\_file2.pdf](https://www.dbj.jp/topics/region/industry/files/0000030626_file2.pdf)

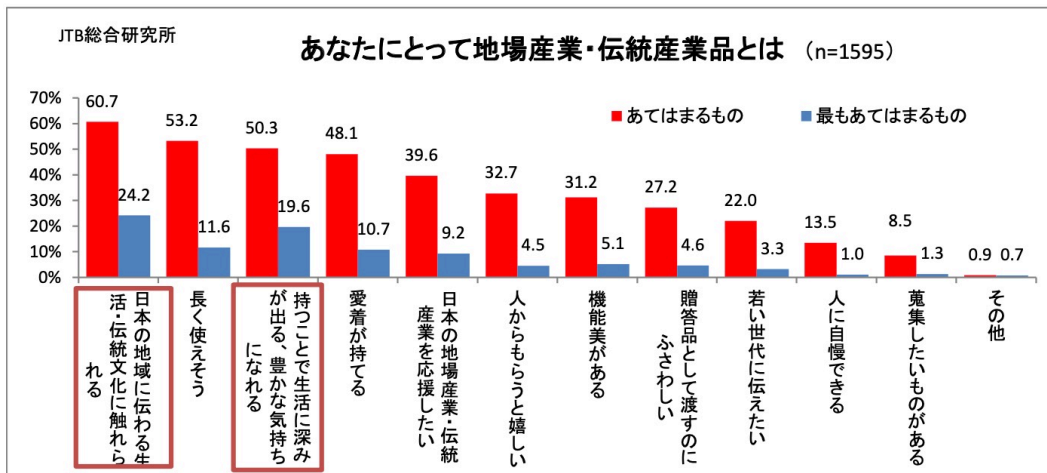


図 1.2 (出所) JTB 総合研究所『地域の特産品(地場産業・伝統産業品)への意識についての調査』2018年

また、JTB 総合研究所が2018年3月に発表した「地域の特産品(地場産業・伝統産業品)への意識についての調査」<sup>3</sup>では地場産業・伝統産業品へ持つイメージとして「日本の地域に伝わる生活・伝統文化に触れられる」という項目が最も指示を集めており、現代の消費のリアリズムの中で消費者の地域文化コンテキストへの興味は複層化した社会において地場産業・伝統産業品を意識した限定的な場合においては有効であると言えるが、一方で同調査の関心がある世代として20代～30代が最多なのに対して、購入経験では年代が上がるほど購入経験があるという結果は80年代初めまでの民芸ブームの影響が見られ、縮小傾向にある生産額に影響を与えるものではない。

このように衰退傾向にある伝統工芸の現在において、消費者の興味は伝統工芸の持つ地域文化コンテキストであるにも関わらず、消費自体がモノ的な記号消費になっていることでコンテキスト的価値を提供できていないと言え、次章でより詳細に考察する。

3 地域の特産品(地場産業・伝統産業品)への意識についての調査、JTB 総合研究所 <https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2018/03/local-specialty-goods.pdf>

## 1.2. 伝統工芸の持つ社会的な可能性／私たちの社会と多様性について

伝統工芸は地域の文化や歴史を背景に発展しており、私たちが見る姿かたちはそのような地域文化のコンテクストの表層部分であり、伝統工芸が衰退し伝承が途絶えることは日本国内の文化的多様性を失う事でもある。ユネスコは2001年の文化的多様性に関する世界宣言<sup>4</sup>の中で「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る。」と述べ、効率性や合理性で判断されにくい文化的多様性の厚みがイノベーションを生む源泉となる可能性を示唆しており、文化的多様性の一端である伝統工芸についても同様であると言える。しかしながら現代社会において価値観は多様化しているにも関わらず、地域文化については社会が近代化して以降、均一化の一途を辿っており、伝統工芸の衰退の推移はその証左であり、また均一化について端的に、顕著に現れているものとして地域文化と密接なつながりのある言語／方言がある。

現在、世界ではおよそ「6,000 から 7,000 ある世界の言語のうち、半数がこの100年のうちに確実に消滅し、最悪の場合、10分の1、20分の1にまで減る」<sup>5</sup>とされている。その原因として16世紀以降の植民地化による文化的断絶や抑圧、また産業革命以降の急速な都市化が挙げられているが、近代になりラジオやテレビなどのマスメディア、近年ではインターネットなどの情報化の普及によって地球規模での文化の拡散と消失が急速に進んでいる。同じように日本でも多くの方言が若年層の話者の減少により消滅の危機にある。言語／方言は自然環境や地域文化との密接な相関関係にあり、その地域の特性、その場にしかない事象を表す言葉＝コードとしてコンテクストに組み込み、書き換え、発展する構造を持っている。動植物の語彙は地域の生態系や自然条件と、技術的な語彙は生活や職能と密

---

4 文化的多様性に関する世界宣言、文部科学省 <https://www.mext.go.jp/unesco/009/1386517.htm>

5 日本の消滅危機言語・方言の記録とドキュメンテーションの作成、国立国語研究所 <https://www.ninjal.ac.jp/research/project-3/institute/endangered-languages/>



接な関係を持っており、それらコードをコンテキストに組み込むことで地域文化は形成されている。また逆に新しい言葉はその背景にある別地域のコンテキストを内包しているため、文化に影響を与える場合もあり、その影響する／されるの相関関係により地域文化は発展してきた。ネトル、ロイメン [3] は「動植物の語彙のように、言語において文化的に特徴的なものの多くが、言語変更の生じるときに失われる」と述べ、その地域の生態系や文化に対応した言語／方言が消失することは自然環境や文化、またその地域にある知識の消失と同義である。そして同様に伝統工芸の伝承の消失は、そこに内包される地域文化コンテキストを失うことである。

伝統工芸の成立には深層にある地域文化のコンテキストの存在が重要であり、その表層として時代に合わせ姿かたちを変化させてきた。またそのような時代に合わせた変化がコンテキストを更新し、さらに姿かたちを変化するというサイクルを生み現在まで伝搬されてきた。伝統工芸は地域文化のコンテキストを伝搬する機能があるからこそ、変化を可能とするのならば、伝統工芸のコンテキストを伝搬するメディア的機能は、その機能こそが伝統工芸の本質である。現在の社会が求める伝統工芸像は、ある時期の伝統的な技術を、伝統的な素材で、伝統的な形で再現されることが求められ、ある種の記号化された表層的なものになってしまっている。

本研究はそのような記号化され、テキスト的価値にある伝統工芸について地域文化のコンテキストを伝搬するメディア的機能が本質であると捉え、デジタルテクノロジーを用いることでコンテキストの更新を可能とし、メディア的機能の実証を試みる。

## 第 2 章

# 関連研究・先行事例

### 2.1. 関連研究 -伝統工芸の持つ社会的な機能について-

序章で述べたように、伝統工芸が置かれている現状は価格やデザインだけの問題ではなく、社会構造や消費主体の変容が大きく影響しており、結果として複層化した社会において伝統工芸の持つ地域文化コンテキストが消費主体に届きにくくなっていることが原因と考えられる。本章では関連研究として伝統工芸を取り巻く現状について社会学的、史学的観点で考察していく。

#### 2.1.1 現代の消費のリアリズムについての考察

ベンヤミン [4] は第一次大戦後に発展した科学技術、とりわけ複製技術の芸術に対する影響について礼拝的価値から展示的価値へとその価値を変えていく過程において作品の真正性、「その事物において根元から伝えられうるものの総体であって、それが物質的に存続していること、それが歴史の証人となっていることなどを含む。」であるアウラの喪失を述べ、さらに「複製技術は複製されたものを、伝統の領域から切り離してしまう」と以後、拡大していく大量生産、大量消費時代においてそれまでの地域文化である伝統的コンテキストから切り離されたテキスト的価値への変化を予見している。また多木 [5] はベンヤミンが「むしろミメシスを分解し、それを歴史化し、その結果、アウラを喪失したときに、芸術は史上初めて巨大な遊戯空間に生きる場を見出す過程を展開してみせた」と、アウラなき世界ではアウラ的なコードを模倣し、シミュレートしてみせることで消費する現代社会のあり様を述べている。

戦後の高度経済成長期には工業化、都市化が一気に推し進められ、農村部から都市部への人口流入により社会構造自体の変化として数世代が一つの敷地に住む大家族から単一の世代で暮らす核家族へと変わっていった。厚生白書では社会の工業化、都市化以外にも「産業化の進展という社会経済条件の変化のほか、衛生状態や栄養状態が改善され、多産多死から多産少死への転換により兄弟・姉妹数が増える中で、多くの人々は家の外に働く場を求めなければならなくなったという人口構造上の要因があった」と言い、地方での働き手と働き口のアンバランスさによって、地方から都市への人口流入の要因を述べている。さらには高度経済成長期下の1960年に池田内閣によって策定された国民所得倍増計画により新三種の神器（3C＝カラーテレビ、カー、クーラー）と呼ばれたカラーテレビの普及が進んだことで、マスメディアの影響力が増し、情報、イメージの拡散するスピードが増すことで急速に価値観の均一化が進むこととなった。それ以前の数世代が暮らす大家族制では世代間の生活／年中行事などの地域文化コンテキストの伝承が、同じ屋根や敷地、地域内で暮らすことにより、主に年長者から直接見聞する口承で行われていたが、社会の工業化、都市化によって都市での核家族化／単一世帯での暮らしが主流となり、口承での伝承が困難となった。結果、世代間で行われていた口承の代替としてマスメディアによる料理や習慣、年中行事などの生活の伝承のマニュアル化が進むこととなった。地域文化コンテキストから切り出されたテキスト＝マニュアルがマスメディアに乗ることで価値自体も、ある一定の地域文化でしか通用しないコンテキスト的価値は意味を失い、姿かたちや色など誰もが理解することのできる記号としての表層的なテキスト的価値へと変化していった。そのような「高度経済成長を背景として高まった農村部へのノスタルジアを受けて生じた、地方文化消費の動きの一つとして捉えることができる」と濱田 [6] が述べるように1950年代から70年代にかけて起こった民芸ブームは本来の地域文化コンテキストから切り離され、素朴でシンプルな色と形の日用品である伝統工芸は「民芸品」という新たな消費の対象として「再コンテキスト化」される<sup>1</sup>ことで、意味の書き換えによって70年代中期まで消費されることとなっ

---

1 濱田琢司. (2000). 民芸ブームの一側面: 都市で消費された地方文化. 人文論究, 50(2/3), 111-124.

た。そのように切り離されたテキストの再コンテキスト化によって記号化された価値は80年代になると急速にその価値を失うこととなる。それはバブル景気を背景に絶えず入れ替わる消費主体である2,30代消費者には「素朴」で「シンプル」な民芸品＝農村部というコンテキストが彼らのノスタルジアの拠り所として機能しなくなり、以後、表層の記号としてのみ機能し消費されていく事となる。その代表的な例として1983年に青山に路面店をオープンした無印良品<sup>2</sup>がある。設立にはグラフィックデザイナーの田中一光(1930-2002)らが関わり、装飾性を排除し用途に徹した記号的なミニマルなデザインは農村部へのノスタルジアがコンテキストとして機能しなくなった消費者にとって民芸品／伝統工芸を補完する記号として機能した。大澤 [7]はこの80年代の動きを70年代までのイデオロギーや共同体のアンデンティティなどに代表される大きな物語が機能した「理想の時代」を経て、大きな物語が終焉した「虚構の時代」の「消費社会的シニシズム」であり、それは「自己自身の虚偽性を自覚した虚偽意識なんです。啓蒙された虚偽意識だと言ってもよい。それは「そんなこと嘘だとわかっているけれども、わざとそうしているんだよ」という態度」と述べ、そのようなポストモダン以降の消費のリアリズムとしてコンテキストから切り出されたテキストの記号化についてボードリヤール [8]は「それはもはや実在でもない。それはハイパーリアルだ。大気もないハイパーな空間で四方に広がりつつある組み合わせ自在なモデルが合わさってできた産物だ。」と明らかにし、本来は民藝／伝統工芸から出た色やかたちが既にノスタルジックな風景として機能していないにも関わらず、それを仮想の故郷＝農村部の風景としてシミュレーションする事で記号のみが上滑りして機能し、その記号的差異の追求が消費社会の消費行動となった。

90年代後半に広く一般化したインターネットは社会をより多面的、複層的なものに変容させ、人々は同時に複数の世界を生きることとなった。同時に消費のリアリズムも多義的ものとなり、東 [9]は大澤のイデオロギーや共同体のアイデンティティなどの大きな物語が機能し、さらにその大きな物語が変革可能だと信じられていた「理想の時代」があり、それら大きな物語が凋落した後に仮想の物語を捏造する「虚構の時代」から、大きな物語自体を必要としないポストモダンの

---

2 無印良品 株式会社良品計画 <https://www.muji.com/jp/ja/store>

世界像を「動物の時代」と規定した。そこにはデータベースとしての非連続的な世界とそのデータベースから引用されコードを再コンテキスト化し作り出す小さな世界が無数にあり、消費は「他者を必要としない、つまり他者とのコミュニケーションを必要としない（アメリカ型）消費社会の出現を哲学の伝統に沿って「動物化」という言葉でとらえ」<sup>3</sup>、他者の介入なしに、ダイレクトに、自己の欲求を満たす行動が消費の主体であると述べている。この様な消費行動は一般に「価値観の多様化」と解釈され、ファッションセレクトショップである BEAMS<sup>4</sup>は90年代後半より BEAMS MODERN LIVING を開始し、当初は北欧や欧米などの輸入雑貨家具の展開をしていたが00年代に入り、伝統工芸である益子焼きの陶器なども取り入れ、地域や時代など関係なくブランドイメージに合うセレクトをし独自のミックスカルチャーとして発展した。バイヤーである北村とエリスは伝統工芸品のセレクトに際し「自分たちの心に響いたりしないと、自分たちで使いたい買いたいとならない」<sup>5</sup>と述べ、コード化したコンテキストを動物化した主体として取捨選択している。さらに2000年代に登場したSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）は消費者自身が自らをコード化することで動物化した消費の対象を拡大することとなった。そのことについて宇野 [10] は「自己像の多重化」と指摘し、様々なSNSのプラットフォームを通じて日常的に、無意識的に情報の発信者となることで、そのコミュニケーション自体が自己のキャラクター化を通じた多重化であると述べ、記号化した自己のイメージを拡散させ、多重化したコードで再コンテキスト化することで消費されるようになっている。例えばInstagramは自己の非連続的な世界観のイメージ（写真）をタグ付けというコードがコンテキスト化し世界観を作り出す。そこには無数に増殖する世界があり、そこにアクセスする事で個人のコンテキストの集合体として島宇宙化する。このようにそれぞれの島宇宙に属することで多重化する自己像は、島宇宙がそれぞれに明確な連続性を持たないため複層化していく社会のなかで、結果として消費者自身は受け取ったコードを自ら再コンテキスト化し、伝統工芸が持つ地域文化コンテ

3 松戸武彦. ポストモダンの社会と社会意識. アカデミア. 社会科学編, (10), 51-63.

4 BEAMS <https://www.beams.co.jp/>

5 柳宗悦と民芸運動 熊倉功夫 思文閣出版, 2005

クストは現代の消費行動にとって必要とされず、コード化した記号的、動物的消費によって地域文化のコンテクストが届かずにいる。つまり現代の消費のリアリズムにとって伝統工芸の持つ地域文化コンテクストは、テキスト的に引用されたコードが作り出す表層としての記号のみが消費されていると言える。

### 2.1.2 工芸と日常の歴史

古くは、現在の伝統工芸と呼ばれるものは日常の道具であり、生活そのものであった。その生活そのものであった物が伝統工芸と呼ばれ、カテゴライズされるのは明治維新後であり、世界的な状況で言えば産業革命以後である。18世紀中頃にイギリスで起こった産業革命以前は、人々の生活は都市よりも農村に人口の比重が大きく、長く固定された社会構造によってあらゆる物が現代でいう伝統工芸によって制作され使用されてきた。多くの職人が一つの物に関わりながら手間と時間をかけ制作し、職能によって代々受け継がれた技術により世界は形作られていた。しかし産業革命／明治維新は、社会そのものの構造を変え、人々の生活と価値観を根底から作り替え、伝統工芸はそれまでの物自体の使用価値から貨幣経済による資本主義的な市場へと変貌し、貨幣との交換価値へと変化していった。

そのような社会変革が進行した時代背景の中で、1880年頃よりイギリスで起こったアーツアンドクラフツ運動は社会思想家でありデザイナーであったウィリアム・モリス、美術批評家であったジョン・ラスキンらが主導した社会運動である。当時のイギリスでは産業革命以降いち早く近代化、工業化された社会を背景に資本家と労働者という新しい階級が生まれ、そこには富の集中と工場労働者に対する搾取による社会的環境の悪化に加え、粗悪で醜い大量生産された日用品が溢れる事態となっていた。「人間の生活はどうあるべきか」といったことの追及の結果として生まれたモリスのアーツ・アンド・クラフツ運動は、商業主義に支えられた機械性大量生産に対するアンチ・テーゼとして<sup>6</sup>社会主義的な理想として中世の職業別組合、組織であるギルドに注目し、「労働と使用の喜びとしての民衆芸

---

6 山田眞實. (1992). イギリスにおける産業デザインの発達: モリスのアーツ・アンド・クラフツ運動とそれ以後. 同志社商学, 43(4), 102-136.

術」の復興を目指したものであった。美しく品質の高い工芸品を通して社会を変革しようとする試みは、結果として、そこから生み出される工芸品の高価格化と、モリスがその運動で恩恵を受けるであろうと思っていた民衆が求めるものは低価格で良質な工芸であり、「個人的なつくり手と使い手」のあいだに成り立つ因習的なアーツ・アンド・クラフツ（あるいは、より世俗的な意味でのアーティー／クラフティー）ではなく、明らかに「社会的な製造と消費」にかかわって要求されることとなる新たな次元でのデザイン」<sup>7</sup>であったため、理想とは離れたものになってしまったが、その後続く様々な伝統工芸運動に大きな影響を及ぼした。

日本ではモリスらのアーツ・アンド・クラフツ運動に遅れる形で1926年（大正15年）頃から始まった民藝運動がある。民藝とは民衆的工藝の略であり、その運動を牽引したのは宗教学でもあった柳宗悦である。イギリスで起こったアーツ・アンド・クラフツとの違いは、アーツ・アンド・クラフツが社会主義的な世界を理想とした政治的側面があったのに対して、民藝運動はその美的視感である。モリスが中世的な職人の技巧的装飾にその美を見出したのとは違い、柳は「民藝の美はそのものの用」として名もなき職人による作為のない造形美に注目し、安易な個性や作家性を超えた「作意が消え、陶器の絵付けにみられるような省略の美」や「仕上げが入念でなかったり、省略があったり、すこしのゆがみがあったり」<sup>8</sup>部分にこそ、用途を持って作られた日用的工芸品に宿る美しさに価値を見出した。モリスが布や壁紙など意匠を伝統工芸からテキスト的に引用し展開したのに対して、柳自身の宗教学者としての知見から地域の歴史や文化コンテクストとして表出される美として展開をしている。その後、民藝運動は柳を中心に、そのコンセプトを援用する形で陶芸では河井寛次郎（1890-1966）、染織では芹沢けい介（金偏に圭）（1895-1984）、版画では棟方志功（1903-1975）などをはじめ。国内の美術工芸に大きな影響を与えることとなる。以後、1936年に日本民藝館を開館し、国内にある伝統工芸を保存収集し、現在まで続いている。そのような戦前の民藝運動が美術工芸の分野で盛んに行われている間も社会は近代化、工業化を進め、

7 中山修一。(2000). アーツ・アンド・クラフツから近代運動へ. 神戸大学発達科学部研究紀要, 7(2), 173-187.

8 熊倉功夫 2005 柳宗悦と民藝運動

近代化によってもたらされた労働環境や日用品の変化は、人々の生活様式も変化をもたらした。そのことで利便性と引き換えに伝統的な日用品との整合性が難しくなり、同時代に生きた作家の谷崎潤一郎(1886-1965) [11]はその著書「陰影礼賛」の中で、小料理屋の照明が電灯に変わったことを嘆き、漆芸である蒔絵が蝋燭、燈明の元では「畳の上に幾すじもの小川が流れ、池水が湛えられている如く、一つの灯影を此処彼処に捉え、細く、かそけく、ちらちらと伝えながら、夜そのものに蒔絵をしたような綾を織り出す」と物そのものよりも周辺環境に依存しつつ紡ぎ出す美しさを讃えながらも、生活環境の変化によって伝統工芸そのものの存在が日常では困難になりつつあることを述べた。

第二次世界大戦へと徐々に国内のナショナリズムが高鳴るになる中で工芸は「日本的なもの」を求められるようになる。木田 [12]はそれは明治維新から続いていた西洋と東洋との相克という命題と更に文化的な母体である中国との関係悪化によって、「中国とも異質な「日本的なもの」の創出」があると述べている。

戦中の戦禍、戦後の動乱を経て、高度経済成長期の大量生産、大量消費時代を迎え、社会環境が激変する中で伝統工芸は大きく変化する。1950年代から70年代にかけて起こった民芸ブームの背景として消費経済史の視点から武藤 [13]は1964年に東京ー大阪間で新幹線が開通し、1969年には同じく東京ー大阪間で東名、名神高速道路が開通したことで移動の時間が大幅に短縮され、高度経済成長の好景気により所得が増大した消費者は新幹線や自家用車に乗って地方へ容易に旅行することが可能となったことを明らかにしている。そのように都市で暮らす消費者が地方に旅行に出かけることで出会う工芸は、素朴で、手作り風な、非工業製品の商品が都市化した社会の農村部へのノスタルジックな情景として消費者の欲求を満たすコンテキストとして機能した。民芸ブームを背景に生産額の堅調な伸びを見せていた一方で、社会の都市化による地方の人口流出による後継者不足、原材料確保の困難など生産基盤の存続危機など「公害問題、都市の過密化など高度成長に伴うひずみが表面化する中で、大量消費、使い捨ての機械文明に埋没した生活に対する反省の結果」<sup>9</sup>として1974年に「伝統的工芸品産業の振興に関する

---

9 一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会

- 「伝産法」制定の背景- <https://kyokai.kougeihin.jp/law/>



法律（以下、伝産法）」が施行された。また同時に振興、普及、教育を目的とした一般財団法人伝統的工芸品振興協会を設立し、生産者に対しては原材料や治具などの周辺情報の提供及び展示会の機会提供などを行い、「伝統工芸 青山スクエア」<sup>10</sup>では実際に実物の伝統的工芸品に触れられ、購入することができ、消費者に対して伝統的工芸品の普及に努めている。前川、宮林、関岡 [14] はこの伝産法について産地支援の補助金交付の根拠法として機能しつつも、一方で伝統的工芸品の指定要件により、例えば伝統的という言葉に含意されている年月が100年以上となっており、多くの伝統工芸が要件からこぼれ落ちている現状を指摘しており、消費者が各地へ旅行へと出かけ出会う民芸品のイメージ、巷にあふれる民芸＝伝統工芸という図式に対して伝統的工芸とそうでないものの線引きをする根拠ともなっている。このように伝産法は比較的規模の大きい産地を保護するという観点では非常に有効であったが、地域文化コンテキストとしての観点から見たとき、伝統工芸の形式化＝記号化、そして濱田が指摘するようにそれまでの地域文化コンテキストをコード化し再コンテキスト化を加速させてしまうこととなった。

90年代前半より現代美術の分野で活躍していた村上隆は、90年代後半より自身の作家としての背景である伝統的な日本画の技法、平面性などのコンテキストが現代のアニメ、オタク文化に繋がっており、それらを同列に扱う日本文化のコンテキストを「スーパーフラット」として提唱した。美術批評家である清水 [15] は「伝統的日本絵画とアニメの突然変異」と言い、実際に村上の代表的な作品「727」はアニメキャラクターのようなDOB君と右から左に流れる伝統的日本画の水流に乗って構成されており、主に欧米のコンテキストで行われているアートビジネスにおいて、異種であるオリエンタリズムのスーパーフラットは新しいコンテキストととして受け入れられ、ニューヨーク近代美術館の収蔵品となった。また村上が提唱したスーパーフラットは、日本のアニメや漫画が海外市場への流通が活発化した時期でもあり、ポケモンやパワーレンジャーが欧米の子供たちを魅了していく過程であり、「単にアニメ的・平面的な描画手法を説明するのみではなく、それらの背後の文化的・社会的背景を表現するキーワード」 [16] として、それまでの地域文化コンテキストを記号・コード化し、世界に対してポップカルチャー

---

10 伝統工芸 青山スクエア <https://kougeihin.jp/>

の新たな意味づけの再コンテキスト化をすることで、新しい消費の対象となった。

伝統工芸は地域文化を色濃く反映した物質的な工芸であるがイギリスでのアーツ・アンド・クラフツ運動や、それに続く日本の民藝運動においても、都市化、工業化する社会において物質である工芸に内包されるコンテキストに運動の意味を見出している。また戦後の高度経済成長期を背景にした民芸ブームと伝産法の成立も実際に見える形としては工芸であるが、その本質としては民芸ブームは都市化された消費者のノスタルジックな心の拠り所として機能し、伝産法はそれらが大量生産される安価な商品に駆逐されることで地域文化コンテキストの断絶を危惧した保護政策であったと言える。このように伝統工芸は常にその内包される地域コンテキストから切り出されたテキストをコード化し、そのコードを消費者が読み込み、理解し、記号的に消費することで成立している。村上の「スーパーフラット」はこの構造を最大化し、意味の書き換えによって再コンテキスト化し、グローバルなコンテキストとして更新し、新しい消費を生み出すことを実証した。これらのことから伝統工芸は本来の地域文化コンテキストから切り離され、コード化された状態で消費されることが明らかになった。

## 2.2. 先行事例

### 2.2.1 伝統工芸とテクノロジー

長い時間の中で形成された伝統工芸は基本的にアナログ的な技術の集合体であり、近代化されたとしても一部の機械化に止まっており、2000年代に急速に発達したデジタルテクノロジーと伝統工芸は温故知新の言葉通り、非常に相性が良く、その多岐に渡る。伝統工芸側は新しい技術であるデジタルテクノロジーを取り入れることで、それまで旧態然としていた製造環境やイメージを急速にアップデートし、現代的なイメージを手に入れることが出来る。デジタルテクノロジー側としても文化的コンテキストがグローバル化しており、地域的なアイデンティティを持つことが難しい中で伝統工芸の持つ地域文化コンテキストと結合することにより、グローバル／ローカルなハイコンテキストを持つことで、具体的な社会的アイデンティティを形成することができる。そもそも伝統工芸とデジタルテク

ロジーの接点は美術工芸品のデジタルアーカイブにその原点を見ることができる。その後、アーカイブした美術工芸品をデジタル技術により再現する試みが多く行われ、特に映像分野ではハイビジョンの誕生から高精細な再現性を NHK 放送技術研究所が中心となり、また大日本印刷や凸版印刷などが印刷の再現性、つまりいかに本物と同じクオリティのものを作り出す、ボードリヤールのシミュラクルを作り出す技術に研究でもあった。それ以後も伝統工芸とテクノロジーとの関係は VR であれ AR であれ、シミュラクルをテキスト的価値のもとに作り出す動きであったと言える。

その様な動きの中で「ReKOGUEI」<sup>11</sup>は、それまでの伝統工芸とテクノロジーとの関わり方に一線を画しており、自らを「現代のテクノロジーの視点を通じて、伝統工芸の歴史・美学・技術を再解釈 (reinterpretation)、再構成 (reconstruction) するためのプロジェクト／コミュニティ」<sup>12</sup>と定義づけ、3DCG やシミュレーション、AI、3D プリンターなどデジタルテクノロジーを使い、伝統工芸の持つマテリアル的な表層をデジタル的な解釈によって再構成することで、地域文化コンテキストである伝統工芸をテキスト的に引用し記号化する。実際に ReKOGUEI の「between 4 Black Aura」<sup>13</sup>は第 23 回メディア芸術祭アート部門において優秀賞を受賞し、選考委員である秋庭史典は受賞理由として、3D モデルを使ったシミュレーション実験で四角い紙に高速で造形物を衝突させたモデリングを漆芸で再現した写真作品を「画像が彫刻へ、さらにまた画像へと変換され併置されるときに生じる虚実という考え方そのものの揺らぎは、今私たちが生きる世界のありようにしっかりと接続されている」<sup>14</sup>と述べ、シミュラクル的であった伝統工芸とデジタルテクノロジーとの再現性のあり様に新しい解釈を生み出す動きと言える。

また表層的な再現性を巡る関係性と並行して、伝統工芸を情報として扱いデジ

---

11 ReKOGUEI ホームページ <https://www.rekogei.org/>

12 ReKOGUEI about <https://www.rekogei.org/black-aura>

13 ReKOGUEI / between 4 Black Aura 作品概要 <https://www.rekogei.org/4>

14 第 23 回 メディア芸術祭アート部門 優秀賞 <https://j-mediaarts.jp/award/single/between-4-black-aura/>

タルテクノロジーを介して展開する動きがあり、本研究に近接した研究としては立命館大学映像学部細井浩一教授研究室<sup>15</sup>による「ICTによる京友禅ブランディングプロジェクト」がある。独自に開発した「ハイブリッド・バーチャルタグ(HVT)」というARデジタルタグをスマートフォンの専用アプリケーションで読み込むことで、商品の制作過程の動画や、オフィシャルサイト、Facebookなどの情報が閲覧でき、山本 [17]によれば「製品の素材・技法や制作者の情報を可視化すると同時にその内容を保証」するシステムである。また越前和紙では福井県和紙工業協同組合による「和紙トレーサビリティ」<sup>16</sup>がある。このトレーサビリティのシステムでは原材料メーカーから納品された原材料に個別番号を付与し、その後の生産過程において産地番号、組合員（職人）番号、生産手法番号を元にトレーサビリティ番号を生成、データベース化しており、商品に貼付されたシールからトレーサビリティ番号を専用のサイトで入力する事で原材料から生産者、技法までを確認することができる。このように制作過程や職人による技法を可視化し、コンテクスト的な価値を保証することでブランディングを可能にする手法は近年、アパレル産業ではラルフ ローレン (RALPH LAUREN)<sup>17</sup>が「デジタル・プロダクト・アイデンティティ (Digital Product Identities)」と呼ばれる二次元バーコードによるトレーサビリティを導入すると発表している。従来のトレーサビリティ的な原材料や生産工程、製品の真贋に加え、生産工場の労働条件などフェアトレードを意識し、消費者へのエシカル（倫理的、道徳的）であるという消費の動機付けを促すマーケティングな側面もある。

以上のように伝統工芸やその周辺でのトレーサビリティを用いた品質保証や真贋などのブランディング的な手法について興味深い研究や事例はいくつか見ることができるが、本研究の目的とする地域文化コンテクストを伝搬するメディアとして伝統工芸を捉えた研究については実際の運用を含めた研究や事例も少なく、本研究での伝統工芸を地域文化コンテクストを伝搬するメディア的機能として捉

---

15 立命館大学細井研究室 進行中のプロジェクト（産学公地連携）<http://www.hosoik.net/project.html>

16 越前和紙トレーサビリティサイト <https://washi.jp/trace/index.html>

17 RALPH LAUREN 公式サイト <https://www.ralphlauren.com/>

え、アップデートを試みることは新規性があると判断した。

### 2.2.2 伝統工芸と文化的コンテクスト

伝統工芸と地域文化についての研究はこれまでも多くされており、史学的な観点から地域文化によって形成された伝統工芸の歴史や発展等、また伝統工芸の衰退や発展に関する研究においてハードの面では産業の近代化という技術的側面で論じられ、ソフトの面ではマーケティング的な観点で海外も含め新規市場への参入やブランディングが語られることが大半である。その中で丸谷ら [18] による大館曲げわっぱについての研究は産地の変容が伝統工芸にもたらす影響と、その逆に伝統工芸が求める材料によって産地の景観の変化を明らかにし、伝統工芸のコンテクストと景観の相関関係を抽出した。濱田 [19] は、産地ではそもそも伝統工芸という自覚はなく地元の産業としての認識が、外部からの刺激により自覚されるというコードの変容がコンテクストを刺激し変化をもたらすことを示唆しており、本論文の地域文化コンテクストの更新の可能性を証左すると言える。また藤本 [20] は交通手段が発達し移動の選択肢が増えた社会では情報化（複層化）により地理的な近接性より情報的機能が重要視されるとされ、人間の行動を促す、すなわち伝統工芸などの産地での商品購入や観光客などの来訪を促すには「地域が何らかの情報的価値を提供し、行動を行う人の意思決定に影響させることが重要」<sup>18</sup>と述べ、地域文化コンテクストを伝搬するメディアを複層化した社会に届けるツールの重要性を説いている。

## 2.3. 伝統工芸及び周辺へのヒアリング

これまでの関連研究、そして先行事例を通して伝統工芸の取り巻く環境について述べたが、では地域文化コンテクストを伝搬するメディアとしての伝統工芸が実際の現場ではどのような商環境のなかで活動し、自らの伝統について自覚し、

---

18 藤本理弘. (2014). 地域の情報的価値と地域の持続可能性. 長野大学紀要, 36(1), 49-55.

同時に次世代への伝承について考えているのか、現場の声を聞く必要があると考えヒアリングを実施した。

### 2.3.1 立岩和紙 -長野県小県郡長和町-

長野県の中東部に位置する長和町は街中を通る中山道があることから古くから江戸へ向かう最後の難所である和田峠と大名などが宿泊する本陣のある和田宿の名で知られてきた。地勢としては和田峠という言葉通り、周囲を標高の高い山地が占めており町のホームページ<sup>19</sup>の解説でも「降霜期間は7ヶ月におよび、積雪量は比較的少ないが、積雪期間は冬の寒さが厳しいため4ヶ月余りと長い。また、冷害、凍霜害等自然災害を受けやすい条件にある。気温は、最高で30℃以上、最低でマイナス10℃以下となり、年間を通して気温差が大きく、特に1月～2月の寒さは厳しい」と厳しい自然条件である。そのような地理的条件の元で立岩和紙は、豊かな水源と周囲の山にふんだんにある楮や桑という素材をもとに、稲作だけでは生活ができない農家の農閑期の副業として約300年前に成立したと考えられている。幸い中山道が通っており流通経路が確保されていたこと、近隣に上田という消費地域があったことで最盛期には60戸以上の農家が紙漉を行っていた。しかし明治以降、産業の近代化によりパルプを原料とした洋紙が徐々に和紙の市場を奪い、また農閑期の副業としての紙漉が生糸需要の増加によって養蚕に変わったり、近隣で近代的な産業工場などへの働き手の増加に伴い、徐々に戸数を減らしていった。結果として昭和52年（1977年）に一度途絶えてしまうが、その後の動きは早くも人々の記憶があるうちに伝統を伝承するために昭和59年（1984年）に「信州・立岩和紙の里」を設立し、現在に至る。「信州・立岩和紙の里」は長和町、長門町商工会出資の株式会社長和町振興公社が管理し、紙漉体験施設と郷土料理、お土産店舗が併設されており、お土産店で立岩和紙を購入することができる。2019年9月4日に同地を訪問し、責任者である佐藤氏にヒアリングを実施し、下記のように現状を聞くことが出来た。

19 長和町ホームページ 地勢 <https://town.nagawa.nagano.jp/about/2016031000030/>

## 【生産について】

- ・和紙の生産は当時に倣い、農閑期である気温が下がる時期に行う。
- ・完全な手仕事のため、水温が下がらないと紙が締まらず良質なものはできない。
- ・立岩和紙は丈夫なため、現在は壁紙としての需要がある。
- ・新規の商品開発・開拓は生産量が限られているため、なかなか難しい

## 【伝承について】

- ・現在、佐藤氏の他、1名の2名体制で行っている。
- ・紙漉体験施設を併設しており、地域の小学生が体験できるようになっている。
- ・立岩和紙の紙漉についての解説パネルがあり、ビジュアルでも判るように工夫している。

以上のように、立岩和紙は近代化による洋紙の需要増加の波に耐え、農閑期の副業として大規模な産地でないにも関わらず70年代まで生産を続け、高度経済成長期の民芸ブームが後押しする形で奇跡的に途絶えた伝承を残すことができ、また民芸ブームでの伝統工芸のテキスト化、記号的消費の影響をあまり受けることなく地域文化のコンテクストを継承することについても体験施設を併設し地域の小学生が体験できるプログラムが組み立てられていることで伝承への自覚は大きい。ただ、現状維持で手一杯で商品開発等にさける時間が少ないこともあり、今後のあり方について本論文の研究が寄与できる部分は大きいと考えられる。さらに指摘するならば多くの小規模地方自治体が直面する課題として長和町人口ビジョン<sup>20</sup>が明らかにするように高齢化率（総人口に占める65歳以上の割合）の上昇に歯止めがかかっておらず、根本的な部分で今後長期的な観点から見た場合、超高齢化社会

---

20 [http://town.nagawa.nagano.jp/docs/2019111900015/file\\_contents/2019111903.pdf](http://town.nagawa.nagano.jp/docs/2019111900015/file_contents/2019111903.pdf)

にむけた伝統工芸や地域文化コンテクストの伝承への考察も今後必要になってくると思われる。



図 2.1 対応いただいた佐藤氏（筆者撮影）





図 2.2 紙漉体験風景（筆写撮影）

### 2.3.2 鯉節 -宮城県気仙沼市-

宮城県の北東端、岩手県と隣接する気仙沼市は沖合に世界三大漁場に数えられる魚影豊かな三陸沖を擁し、縄文時代の貝塚からは多くの魚に骨が見つかっており、古くから漁業が盛んな地域であった。沿岸航路が開発された江戸時代になると長崎貿易の対清貿易の産物である俵物として三陸地方は鱧鰯、干し鮑、干しなまこの産地として栄えた。豊かかな漁場を背景に三陸地方では様々な魚種が漁獲され流通したが、腐敗の早い、一般的に足が早いと称されるマグロやカツオ、サ

バは節にして流通するのが一般的であり、近隣の岩手県陸前高田市の藤井幸右衛門編の郷土資料にも昭和7年の取引でも定置網にかかるそれらの魚種を焙乾し節にしたものの出荷が相当数見受けられ、当時の様子が窺える。また同時にそのような乾物は流通事情が悪かった戦後のある時期までは足の早いもののほとんどが乾物にされており、他にもワカメは浜に並べて乾日干しし、イワシは大窯で煮て油を取った後、 $\times$ 粕にし肥料として流通した。そのように腐敗の進行が早い漁獲物は漁獲された地で製品として加工され出荷されていたが、明治以降漁船が動力船に変わり、機動力が増し、戦後には冷凍施設を持つに至って、そのような現地加工の様相は一変することとなった。特に冷凍施設が船内にできたことで三陸沖で漁獲されたマグロやカツオ、サバは網からあげられ即座に冷凍され、交通の便の良い大規模な冷凍施設のある港へと運ばれ、同様に規模の大きい工場で加工され消費地である大都市圏へと流通するようになった。当地には2020年2月13日に訪れ、かねたけ畠山商店の社長である畠山氏にヒアリングを実施し、下記のような現状を聞くことができた。

#### 【生産について】

- ・ 鰹節の加工は手間暇がかかり、小規模でやるとなかなか採算が合わない。
- ・ 戦後すぐは気仙沼を初め、三陸での鰹節加工業者は沢山いた。
- ・ 東日本大震災で残っていた僅かな業者もほとんど廃業し、今は大船渡に一軒とここくらいじゃないか。
- ・ ここら辺の船もカツオは価格が高く、大規模な冷凍設備がある焼津港に持っていく。
- ・ 目の前の海で獲れているのに、焼津から仕入れることもある。

#### 【伝承について】

- ・ 後継者はいない

## ・おそらく気仙沼での鰹節加工業者は途絶える

以上のように、市場規模が他の伝統工芸に比べて大きく、比較的早い時期に産業化された鰹節などの伝統的な地域文化コンテクストを内包している産業は市場原理の影響を受けやすく、近代化以降の大量生産、効率化によって既に高度経済成長期の80年代までに淘汰されていることが多い。今回の気仙沼では、他の商材も扱うことで辛うじて伝統的技法での鰹節が残っているが、それでもやはり東日本大震災での影響は沿岸部に津波が襲来したことにより、海産関係への被害は甚大であり、震災前より市場の縮小や高齢化に悩まされていたことで再建をきらめ廃業するところが多々あり、結果として地域文化コンテクストが伝承できない事態になっている。今回の気仙沼での鰹節についてのヒアリングは伝統の伝承が途切れる寸前の状況を目の当たりにし、そのような状況での本論文での研究では何ら寄与する事はできないが、気仙沼での鰹節にまつわる新しい商品開発について本研究での地域文化コンテクストの更新という仮説は有効ではないかと考える。

ただ、前向きな方向としては、震災後の被災地産業の空洞化が問題視され、尚且つ文化資源的な喪失が甚大であったことから失われつつある地域文化への聞き取り、収集は地元博物館関係者をはじめ、全国から研究者が訪れて行われアーカイブになる構想もあると聞く。仮に伝統的な技法による加工商品を復活させる試みが出てくれば、そのようなアーカイブが活用され、途絶えた地域文化コンテクストの更新が始まるかもしれない。



図 2.3 カツオを燻製する窯（筆者撮影）



図 2.4 焙乾で水分や油分が抜けた荒節の断面（筆者撮影）

### 2.3.3 江戸彫刻 -東京都葛飾区-

江戸彫刻は徳川家康が江戸に幕府を開き、事実上の首都として発展する過程で諸大名の屋敷や寺社、豪商など新たに作られる建築需要を満たすために発展した。また当時の国内では西日本に大きな都市が集中しており関東以北に大きな都市がなかったこともあり東北にルーツを持つ職人も多く、宮大工と共に江戸期における建築文化を支える大きな存在であった。その後、多くの伝統工芸と同じように明治維新での諸大名などの支配階級の消失により、それまでの豪華絢爛な需要が減ると共に、それに続く市民生活の西洋化によって純粋な日本建築の需要そのものが大きく減ってしまい徐々に従事者を減らすこととなった。また関東大震災、第二次世界大戦での東京空襲という惨禍は、その都度、東京を近代都市へと変容させ、その過程で木造から鉄筋コンクリートへと建築自体も近代化を押し進め、結果として伝統的な日本建築の一つである江戸彫刻は寺社建築や一部の数寄者の建築などの需要に止まることとなってしまった。さらに戦後、一貫して右肩上がりだった東京の地価は80年代半ばからのバブル景気によって驚異的な価格上昇をみせ、それまで都内に工房を抱えていた事業者も、資産価値上昇での固定資産税の増額などにより都内での工房の維持が困難となり、多くが廃業、もしくは郊外へと移り、現在では都内で工房を抱える事業者は数えるほどとなった。

今回、東京都台東区と足立区に工房を構える有限会社宗舟の横谷氏にヒアリングを実施し、現状の調査を行った。

#### 【生産について】

- ・宮大工から仕事を受けることが多い
- ・全国各地のデパートなどでの展示即売会に呼ばれ、小物彫刻など実演しながら販売を行うことが多い
- ・仕事として独立しており、文化保護的な助成などは一切受けていない
- ・お金にならなければ趣味と同じ

- ・国内でも CNC 旋盤彫刻機などの機械での制作する企業が増えている

【伝承について】

- ・江戸時代から技法的には変わっていない
- ・所在地が浅草であるため、周囲の他の伝統工芸との繋がりがある
- ・伝承という形では徒弟制度があり、常に弟子がいる状態となっており、弟子が独立し、開業する形式となっている。
- ・江戸の伝統工芸と謳いながら、海外産の物を売る業者もいる

以上のように東京という地の利もあり、他の伝統工芸と共に江戸というブランドと浅草とい所在地で一定の産地を形成しており、ブランド力は非常に高いと言える。また地方都市へも展示即売会という形で出ているため、一般への訴求力も高く、今回ヒアリングした伝統工芸の中では突出して良い状態と言える。このことは江戸という文化的背景がテレビや書籍などを通じて誰もがイメージしやすく、また文化的コンテクストを理解しているため、消費者の商品に対する価値観としてコンテクスト的価値にあるため、持続的な価値形成が可能であるからであると考えられる。



図 2.5 制作中の寺社彫刻に使用する梁（筆者撮影）





図 2.6 使い込まれたノミ（筆者撮影）

### 2.3.4 琉球紅型 -沖縄県-

琉球紅型は15世紀ごろに発生し、遅くとも18世紀ごろには現在の形が確立されたと言われており、地理的特性を生かした中継貿易で発展した琉球王朝の庇護の元に発展してきた。明治維新の廃藩置県以後の衰退もあったが前項で述べた柳宗悦の民藝運動によって再評価され、第二次世界大戦の沖縄戦での壊滅的な被害から見事に蘇り、1984年には伝産法による伝統的民芸品の指定を受けた。東南アジアや中国から伝わった技法と色鮮やかな色彩、友禅染めの影響を受けた文様は南国の強い日差しと交易国家であった琉球王朝の姿が今でも受け継がれ、国内でも名のある伝統工芸である。また昭和28年に「びんがた保存会」が結成され、後に「紅型振興会」へと発展し、現在の「琉球びんがた事業協同組合」へと至り、伝統工芸としての伝承を行っている。また琉球びんがた普及伝承コンソーシアムでは組合と協調しながら普及伝承事業を行っている。しかし、その一方で近年、デジタル捺染などの簡易的に生産できる偽物が横行し、お土産品などへの圧迫が問題となっている。

今回、琉球びんがた普及伝承コンソーシアム事務局長の小渡氏にヒアリングを実施し、現状を調査した。

#### 【生産について】

- ・着物は問屋からの受注生産で受けている
- ・職人の工賃は安い
- ・問屋以外の販売チャンネルが少ない

#### 【伝承について】

- ・経産省の伝統的工芸品としての作品の縛りは殆どない
- ・「琉球びんがた事業協同組合」を作り、認証制度など行っているが加入数は横ばい

・後継者としては沖縄県立芸術大学で紅型を扱っていることから、若い人材が入っている

以上のように紅型を巡る動きとしては沖縄の成り立ちである琉球王朝の流れを組むことから地域のアイデンティティの役割を担っており、地域文化コンテクストを色濃く残していると言える。さらに沖縄県立芸術大学の存在は大きく、伝統工芸としての紅型以外にも常に新しい表現として紅型を用いた作品が制作されており、地域文化の活性化の一つとして重要な役割を持っている。そのように充実した支援体制があるにも関わらず、一方で着物人口の減少によって従来の着物としての紅型の生産数は減少傾向にあり、また南国リゾートとして国内でも屈指の観光地である沖縄であるがために沖縄的記号である紅型はお土産品として最適であることで偽物の横行が目立つようになっている。特に近年、デジタル捺染技術による生産が安価に行えるようになったことで、各工房が意匠した図案を盗用したテキスタイル商品が氾濫している。これに対して琉球びんがた普及伝承コンソーシアムでは図案のライセンス事業をはじめ、染の工賃で生計を立てるしか手立てがなかった職人に対して知財としての紅型など新しい取り組みをおこない、普及のみならず伝承という形での支援を行っている。このように紅型を巡る動きとしては紅型そのものから、その周辺の枠組みを産官学で取り組むことにより普及と伝承を確立させる動きがある。



図 2.7 紅型の伝統柄（筆者撮影）

## 第 3 章

# 仮説・プロタイプ

### 3.1. 仮説

本研究では、伝統工芸が本来持っている地域文化コンテキストのメディア的機能が、現代の複層化した消費環境の中で記号化しテキスト的価値にあることで機能できていないと捉え、それら分解され記号化した地域文化コンテキストがデジタルテクノロジーにより再コンテキスト化され、更新されることによって伝統工芸の地域文化コンテキストを伝搬するメディア的機能がアップデートされ、文化的多様性を確保できると仮説を立て、以後の実証実験を進めていく。

#### 3.1.1 地域文化コンテキストの更新

前章で考察したように伝統文化のコンテキストは今日の消費のリアリズムの中でうまく機能しているとは言えない。伝統工芸や地域文化のコンテキストは自然現象や時代などのコードを取り込みコンテキストを変化させることで発展してきた。伝統工芸と一般的に呼ばれる商品は、伝統工芸とカテゴライズされた瞬間から時間の経過が止まり、もしくは遡行し、ある時代の文化の時間軸にあるものと期待されている。しかし当たり前だが時間は経過し、時代は進む。そして時間と共に社会は変容し、消費も変化する。コードは常に変化しているにも関わらず、社会が求めるこうあるべきという伝統工芸像の記号が固定化されているために、伝統工芸のコンテキストは変化せず、結果として消費が自己の欲求をダイレクトに希求する動物化した今日の消費のリアリズムの中で伝統工芸は、そこに内包される地域文化のコンテキストではなく色や形など記号化された表層でのみ消費され、地域文化のコンテキストの伝搬というメディアとしての機能を失っている。現代

の消費のリアリズムが、動物化した消費行動によりコンテキストを必要とせず、コード化した記号で消費されており、消費者が選択している表層の姿かたちであるならば、その記号として選択された伝統工芸を記号から、コードへと繋げ、コンテキストに遡行するシステムを導入することで、伝統工芸が内包している地域文化コンテキストを動物化した消費主体にも伝搬可能な状態となる。また逆説的に表層の記号的消費を動物的に選択しつつ、そこには常に変化するコードがある事実は地域文化コンテキストのアップデートを可能とする。それまで時間軸が”ある時代”に固定されていた伝統工芸は、記号的な変化は伝統を変えてしまう悪いこととみなされていたが、この地域文化コンテキストがアップデート可能であれば、それまで伝統工芸とは認識されていなかったものについても地域文化コンテキストと接続する事で、伝統工芸のコンテキスト的多様性は拡大し、メディア的機能として伝搬可能である。

### 3.1.2 デジタルテクノロジー -トレーサビリティ-

トレーサビリティの特徴は追跡性であり、この追跡性を伝統工芸のコンテキストに当てはめると、記号で選択された伝統工芸のコンテキストにあるコード化された事象をトレースバックすることにより、再コンテキスト化することが可能ではないかと考えた。また従来は伝統工芸と一般的に認識されていない商品についてもトレースバックすることにより、伝統工芸、地域文化のコンテキストへ接続可能になる。またトレースバックは情報的な意味だけでなく、そこに紐づいた地域情報と観光や体験が一体となり消費者自らが移動し、体験する事で完成する。通常のトレーサビリティが画面上で展開されるのに対して本研究は実際の伝統工芸が形成されたフィールドに出る事で実体験的トレーサビリティを実現することが可能である。

## 3.2. プロトタイプ

### 3.2.1 伝統工芸の検討

プロトタイプを制作し、実証実験で取り上げる伝統工芸として、ヒアリングを行った伝統工芸について実験が可能かどうか検討を行った。検討するうえで下記の点を留意し、実証実験について実際に共同で行う実現性について検討をおこなった。

- ・ 既存商品との相乗効果

既に色々な方法で広報などをおこなっている伝統工芸については、本論文での実証実験での効果が見えづらいため、現時点での広報体制などについて留意点とした。

- ・ 事業規模

実証実験については、ある程度の負担が生産者側に発生し、事業規模の大きさや事業者自体の積極性などに左右されるため、検討の際の留意点とした。

- ・ 生産工程

生産工程が固定され、かつ新規の技術などの導入が困難な場合、今回の実証実験は不可能であると想定されるため、検討の際の留意点とした。

- ・ 過去の新規事業の有無

今回の実証実験が文字通り、実験的な要素が大きいため、伝統工芸として積極的に過去に新規事業を起こした経験を検討する際の留意点とした。

#### 【長野県長和町 立岩和紙】

立岩和紙は体験施設と生産を2名の従事者によって運営されており、主力の商品である和紙は壁紙などの需要が大きく、現在以上の生産能力の余力が少なく、ヒアリングの際も新規事業について人員不足や生産能力について言及があった。また生産時期も農閑期の生活の糧として発展した背景の通り、伝統的に気温が下がる11月から春前までと限られているため、新たな技術を導入するタイミングとし

では最適と言えない。さらに今回の実証実験を行うには事業規模として小さく、流通経路が住環境、商店建築といった企業間取引に止まっている事で本論文の仮説が目指す消費者への訴求という部分で実証実験の効果測定は難しいと判断した。ただ技術的、サービスの確立した段階で企業間取引での本論文の仮説の有効性について実証実験を行うことは今後、検討する必要があると考えている。

#### 【宮城県気仙沼市 鰹節】

三陸地方における鰹節産業は戦後の漁業の近代化と、それに追い討ちをかけるような2011年の東日本大震災での津波被害によって壊滅的打撃を受け、ヒアリングをした時点で2事業所程度しか残っていないと聞き及んでいた。また、そのうちの一軒であるヒアリング先では従事者は1名のみで、後継者もない状況であったが、その反面、新商品の開発などは積極的におこなっていたが既存設備、技術で従事者自身がおこなえる範囲での開発の留まっている。その理由として鰹節の生産工程が多く、手間がかかるため、少ない従事者で新規商品の開発を行おうとすると必然的にその工程を利用した商品開発に留まってしまうためである。そのように事業規模と新規事業の余地が少なく、本論文の仮説の実証実験をする余裕がないのが現状であると判断し、断念した。

#### 【東京都台東区 江戸木彫、寺社彫刻】

ヒアリングした有限会社宗秀は伝統的な技法による寺社建築の彫刻をおこなっており、都内の地価が高騰し、多くの事業者が郊外へと事業所を移転していった中で創業当時と変わらない場所で事業を継続している点でも地域文化コンテキストを受け継いでいる。また事業所が浅草寺近隣にあることから、周囲には様々な伝統工芸が点在しており、場所性が強く出ていると言える。一方で、その場所性ゆえに既に地域文化コンテキストの伝搬については意識され、また事業としても先行きが見通せており、本論文の仮説での有効性の実証が困難であると判断した。ただ本論文の仮説の有効性が実証され、サービスとして完成した際には場所性のある地域だけに、他の伝統工芸との連携を含めて地域全体での実証実験をおこないたいと考えている。



**【沖縄県 琉球紅型】**

今回ピアリングを実施した琉球紅型は沖縄という地域性や歴史性が反映され特徴となっており、伝統工芸という点では広く一般化したものであると言える。一方でその国内での特殊性ゆえに南国リゾートとして観光地化した結果、お土産ものでの偽物の横行など問題を抱え、主な消費者である観光客も真贋を気にする事なく、紅型の持つ鮮やかな南国的な色彩や文様に惹かれ購入しており、本論文の伝統工芸が抱える記号的消費が顕著となっている。またピアリングを実施した「琉球びんがた普及伝承コンソーシアム」事務局長の小渡氏がかりゆしウエアのシェアリングサービスを構想しており、地域文化コンテクストの更新という本研究の仮説についてかりゆしウエアは最適ではないかと考え、琉球紅型をテーマに実証実験を行うこととした。

**3.2.2 琉球紅型**

紅型は15世紀ごろに発生し、少なくとも18世紀ごろに確立されたと言われている。当時の沖縄は琉球王朝と呼ばれた交易国家であり、特に15世紀初頭から16世紀中頃にかけて広く中継貿易を展開し、その範囲は中国・朝鮮・日本、シャム・マラッカ・バレンパンなどの東南アジア各地にまで及び大交易時代を迎える。その交易の中で紅型の原型である各地の技術が伝わり、「インド更紗やジャワ更紗の技法、中国の型染めの技法、そして一七、八世紀には友禅染めの影響を受けて」[21] 成立したと考えられている。また紅型（びんがた）という名称についても当時の文献では「型付」「紅型付」「色染」などと呼ばれ、明確な呼称については定まっていなかったが昭和初期の言語学者である伊波普猷が「紅型」としたことで、それが一般化し現在へと至っている。1879年（明治12年）の廃藩置県以前の紅型は王族・士族が着用するものとして発展してきたが、廃藩置県での王国解体以後は近代化を押し進める産業構造の中で存在の基盤を失い、また紅型が伝統的産業であるという社会通念自体が薄く、衰退の一途となった。その一方で美術的・工芸的価値を高く評価していた鎌倉芳太郎は調査とともに型紙の多くを収集し、柳宗悦などの日本民藝協会により沖縄地方の染織・工芸が調査され広く紹介されたことで、紅型の再評価と伝統文化の意識が生まれ、生産数が増大していった。しか

し、そのような再評価と伝統文化としての紅型が認知されるようになった頃、日本は第二次世界大戦に突入、最終的には沖縄戦によって産地及び資料は壊滅的な被害を受けることとなる。

戦後の荒廃した環境の中で紅型は、戦災によって多くの型や道具を失っていたが前出の鎌倉氏が調査とともに収集していた型紙などを譲り渡し、また足りない道具などは身近なもので代用することで、早くも1950年（昭和25年）には紅型保存会を結成し、徐々に生産力を上げ1973年（昭和48年）には沖縄県無形文化財の指定を受け、1984年（昭和59年）には国の伝統的工芸品となることで沖縄を代表する伝統工芸品となっている。

そのような沖縄を代表する琉球紅型の現代における諸問題は日野・大津 [22] や上野・石田 [23] の研究が明らかにしたように、生産を原材料から最終工程までを一つの事業所が完結して行う生産スタイルであり、各事業所は基本的に一人のところが多く参入や撤退が容易であり、それらは沖縄特有の「沖縄の歴史がもたらした経済・社会・地域の構造と大きく関係」<sup>1</sup>しており、容易な介入や是正が難しい問題であると言える。また近年はデジタル捺染技術の浸透により紅型のデザインを盗用した紅型風の安価なお土産物の流通による経済的損失も見逃すことはできない。

### 3.2.3 かりゆしウェア

今回、沖縄の「かりゆしウェア」のシェアリングサービスを題材として取り上げ、そこで使用される琉球紅型との接続を試みる。琉球紅型は先に述べた様に琉球王朝から続く経済産業省の定める伝産法の伝統的工芸品であり、一方でかりゆしウェアは平成に入り沖縄のリゾートイメージを体現するアイテムとしてアロハシャツを参考に考案された半袖開襟シャツである。現在では沖縄官公庁で広くクールビズとしても使用され、夏の沖縄のイメージとして定着している。年間10万着生産されるほど地域に根付いたファッションである一方、岡崎ら [24] が明らかにした様に、新聞など報道での普及は判明しつつも、かりゆしウェア自体を体系的

---

1 沖縄の工芸産業に関する研究動向 上野和彦 石田典行

にまとめた文献等はなく、伝統工芸や地域文化としてのかりゆしウエアの立ち位置は曖昧である。このように地域文化コンテキストが曖昧なまま、沖縄のイメージの記号として消費されているかりゆしウエアについて本研究で企図するトレーサビリティの概念であるトレースバックを援用し、伝統工芸としての接続を試みる。記号的な「かりゆし」から沖縄に関するコードへと遡行することで、平成になり生まれた「かりゆしウエア」がどのようなコードを持ち、沖縄の地域文化コンテキストへと接続されているのかをトレースバックすることで再コンテキスト化し、新たな伝統工芸へとアップデート可能であると考えた。

### 3.2.4 デザインコンセプト

本研究の仮説に対して、実際の実証実験で使用するプロトタイプのコンセプトとして、

「消費者が商品としての価値を色や形である記号ではなく、コンテキストにこそ価値があると感じることで、今後の意識的な選択に寄与し、伝統工芸の持つ地域文化コンテキストのメディア的機能を確保する」

と設定し、従来のトレーサビリティである原材料、加工や技法、事業者、流通経路などに加え、地理や歴史、文化などを同一線状に配置し、トレースバックすることで、かりゆしウエアが構成されている要素が物質的な素材などだけでなく、かりゆしウエアを構成する背景にある歴史や文化などもトレースバックすることができるように設計をおこなった。

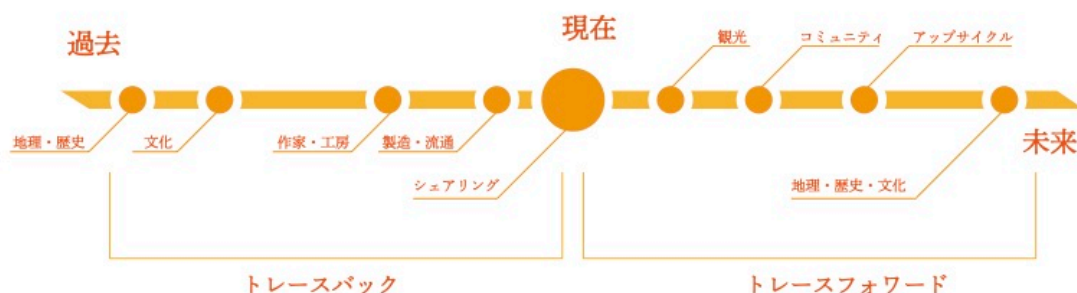


図 3.1 トレーサビリティ時間軸

また今回の研究では後述するかりゆしウエアシェアリングサービス「Bagass UPCYCLE」プロジェクトが想定しているシェアリングサービスの拠点はホテルやレンタカー店舗など観光客を対象としており、記号的消費者である観光客に対してサービスをデザインする上でそれらの消費動向を加味する必要があると考えられる。鮫島 [25] は近年の旅行者の動向として旅のデジタル化によって「創造的消費者」の出現で、記号化した消費を自らのコンテキストに再コンテキスト化する SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）によって、同じ様な趣味嗜好の消費者への影響力を述べている。本研究においても伝統工芸が「地域文化を伝搬するメディア」と捉えており、トレースバックする階層ごとに、その舞台となった場所や技法を実際に現地に赴き体験するツーリズム、そしてそれらが SNS へ繋がるポイントを設定し、消費者自らが情報を発信することで地域文化コンテキストがコード化することを前提として、最終的には消費者が地域文化コンテキストに内包される全体のデザインコンセプトを設定した。

### 3.2.5 プロトタイプデザイン -消費体験の整理と課題-

デザインコンセプトを踏まえ、実際にトレーサビリティのデザインとして、プロジェクトの運営母体である OKICOM と協同し、消費者の消費体験の設計デザイン

ンを行うにあたり、観光の現状について整理した。今回のかりゆしウエアのシェアリングについては主な消費者が観光客であり、社会環境の変化によって影響を受けやすい観光について現代の消費リアリズムの中での観光についての考察を行った。須藤 [26] はポストモダン以降の観光について「観光客にとっても観光地住民にとっても、観光は「社会的アイデンティティ」の生産装置」と呼び、前章でも述べた「大きな物語」が機能しなくなり、国家や労働市場が個人を規定しなくなり個人化した社会を「液状化する社会」とし、それらの大きな物語が機能しない社会において自己を承認する方法の一つとして観光が機能していると述べている。このような社会において観光は自己のアイデンティティを承認する手段として地域にとっても観光客にとっても有効に機能し、それまでの「大きな物語」が機能していた社会では観光自体も個人ではなく所属する社会に対しての有効性によって成立していた。これは団体旅行やツアーと呼ばれる集団での移動から、個人での移動への変化の実相と重なり、また沖縄県が調査した「戦略的リピーター創造事業報告書」<sup>2</sup>が明らかにしたように沖縄への来訪が増えるごとに個人旅行が増える傾向にあるが、最も団体旅行の多い初回の来訪においても、団体旅行は4割を切っており、沖縄を年間に訪れる観光客全体の比率としては各個人で現地での観光や体験を計画する傾向が強まっている。このような現代の消費リアリズムの中での観光においてツアー旅行より、個人での旅行に比率が多いと判断でき、個人旅行での行動をメインとして計画することとした。さらにJTB総合研究所が2018年に発表した「新しい技術やサービスの広がりとライフスタイル・旅行に関する調査」<sup>3</sup>が明らかにした様に、旅行者としての消費者のタッチポイントはインターネットが主流であり、下記の3段階にわけ、それぞれのタッチポイントを整理した。

#### 【旅前】

2 沖縄県「戦略的リピーター創造事業報告書」<https://www.pref.okinawa.lg.jp/site/bunka-sports/kankoseisaku/kikaku/report/houkokusixyo/documents/03dainisiyou.pdf>

3 JTB総合研究所「新しい技術やサービスの広がりとライフスタイル・旅行に関する調査」[https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2018/06/technology-lifestyle\\_v2.pdf](https://www.tourism.jp/wp/wp-content/uploads/2018/06/technology-lifestyle_v2.pdf)

-調査・比較・計画-

- ・ SNS (Instagram、Twitter、Facebook 等)
- ・ アプリ、Web サイト (食べログ、Trip Advisor 等)

-予約・手配-

- ・ 宿泊手配サービスサイト (Hotels.com、楽天トラベル、各航空会社等)

旅前ではまず目的地の情報収集の手段として SNS などタグづけされた大まかな地域や「南国」、「ビーチ」、「リゾート」など自己が実現したいイメージの検索から始まり、それらイメージとしての記号がコード化することで具体的な旅行の目的が現れる傾向が見られ、その後、より具体的な情報収集として食べログなどで食事の口コミから判断し、それら現地での自己の体験のイメージが具体化したことで、交通宿泊というプロセスを経ることが明らかとなった。

【旅中】

-移動-

- ・ アプリ (路線検索、GoogleMap、配車アプリ等)

-観光-

- ・ SNS (Instagram、Twitter、Facebook 等)
- ・ アプリ、Web サイト (食べログ、現地ツアーサイト等)

実際に旅行を開始する旅中では、バスやタクシーなど消費者自身が手配し、地図アプリを活用し、地理的位置関係を把握しながら移動を行い、現地ツアーなど SNS で情報収集する中で、自らも情報の発信者となり、次々と新しい情報を手に入れ、同時に情報を生産していく。

【旅後】

-情報の共有-

- ・ SNS (Instagram、Twitter、Facebook 等)

旅後は旅中での発信していた情報を更に詳細に、そして匿名化され、旅前の情報収集の手段の一つとして次の旅行者へと繋がっていく。

このように旅行するという行為の中でのタッチポイントが旅前、旅中、旅後の三段階に分けられ、旅前はSNSなどの体験談を収集する調査・比較・計画と、宿泊サイトなどで移動手段や宿泊などを予約する予約・手配、旅中ではタクシーやバス、レンタカーなどの移動、アクティビティや体験などの観光、旅後はSNSでの体験の共有というそれぞれのポイントが判明した。そのような複雑な動きを見せるタッチポイントの中にプロジェクトの延長線上に本研究であるトレーサビリティを具体的にどう組み込めば、地域文化コンテキストが消費者に届くのかという課題が出た。団体ツアーなどで決まったコースが設定されている場合にはガイド的な要素を組み込むことで有効であるかもしれないが、ただ単純に情報的なトレースバックを行うだけでは、既に主体的に計画し行動する消費者への興味を引くことは難しく、現代の消費のリアリズムに沿った設計デザインが必要であると考えた。

### 3.2.6 プロトタイプデザイン -コンテキスト的体験の設計デザイン-

現代の消費者が記号的価値の元、消費行動を行っていると考えた場合、前項で述べたようにSNSなど記号的なイメージが先行し、コンテキスト的価値にまでたどり着くことができない。また実際に消費者がトレーサビリティに入るのはかりゆしウェアのシェアリングを利用する旅中、そして返却後の旅後であるがSNSを通じて潜在的な消費者が旅前の情報収集の中で、既に利用した消費者の体験から旅前のタッチポイントに接続することも踏まえ、SNSの記号的価値から実際にシェアリングサービスを通してトレーサビリティのトレースバックを利用することでコンテキスト的価値へと変化する必要があった。このように明らかになったタッチポイントを整理し、地域文化コンテキストとの相関関係によって記号的消費である本サービスを地域文化コンテキストを構成しているコードと紐づけることによってトレーサビリティのトレースバック階層が深くなるごとに総体としてコンテキスト化できるようプロトタイプの要素をマップ化した。

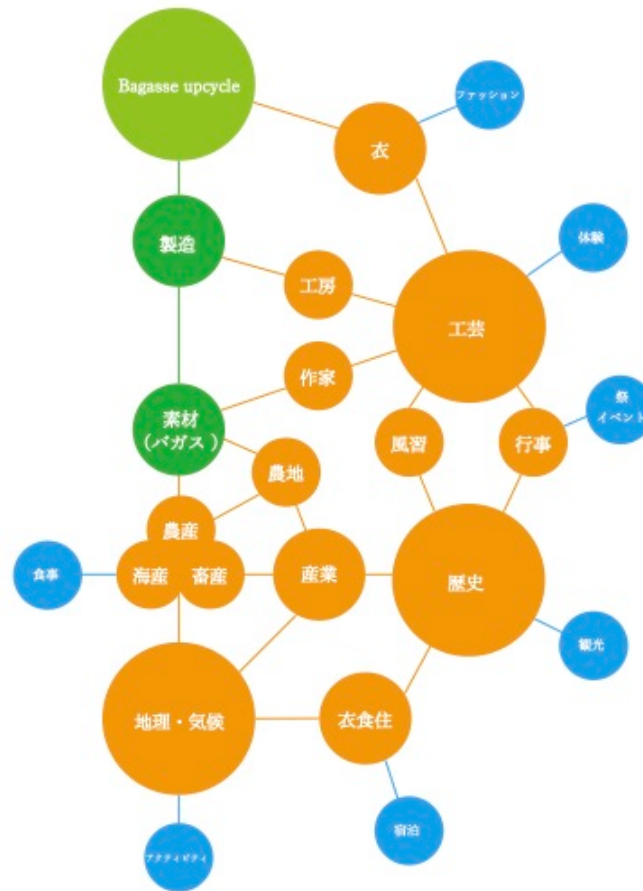


図 3.2 かりゆしウエアにおけるトレースバック相関図

「図 3.2 かりゆしウエアにおけるトレースバック相関図」ではかりゆしウエアのシェアリングサービスである Bagasse UPCYCLE から派生する要素をマップ化し、関連付けた図である。従来のトレーサビリティと呼ばれる産地や原材料などの緑色の項目から、それら項目に関わる要素であるオレンジ色の項目へ関連付けられ、そこに紐づけられた地域情報と観光や体験により消費者が文字情報だけでなく、自らが観光や体験をすることで完成するよう設計を行った。従来のトレーサビリティと呼ばれる技術では、主に製品の安全性や真贋が重要であるため、製品の履歴を遡行するトレースバックは文字情報によって画面上で展開されるのに対して、本研究では地域文化コンテキストが伝統工芸の形成要素として重要であ



ると考え、また観光という消費者が楽しむ要素を取り除くことなくコンテクスト的体験として実際のフィールドに出ることで実体験的トレーサビリティが可能であると考えた。

### 3.2.7 Bagasse UPCYCLE について

本論文で協力して頂いた Bagasse UPCYCLE はかりゆしのシェアリングサービスを通して持続可能な社会と経済の実現を目指すプロジェクトである。本サービス以前は観光客は沖縄滞在の際にかりゆしを購入、着用して本土とは違う気候や植生、自然環境の中で沖縄の南国的なイメージを演出するアイテムとして観光などアクティビティを行っていたが旅行が終わって自宅に帰るとタンスにしまったままになっているのが現状であった。そのような一方通行的な消費ではなく、消費者自身もエシカルな消費行動をとり、主体的な消費を促すことが可能となっている。実際に素材をサトウキビの搾かすであるバガス にすることにより沖縄由来の素材の強みと、かりゆしウエアが損傷したり、傷んだりして廃棄されたとしても、さとうきび畑の肥料となるよう設計され、トレーサビリティの機能の一つとしてト्रेसフォワードでは利用後に消費者自身が着用したかりゆしウエアが何度使用され、また最終的に肥料となり次の素材につながるよう判るようになっている。このように伝統工芸としての琉球紅型が地域コンテクストの中で生活様式の変化という新しいコードを組み込み、コンテクストを更新することにより、それまでの伝統工芸の姿かたち（記号）を変え、かりゆしウエアが誕生したように今回は素材としてバガス を使用することでサーキュラーエコノミーという概念をコードとして取り込むことで、さらにコンテクストの更新が可能となっている。



図 3.3 Bagasse UPCYCLE ロゴ

## Bagasse UPCYCLE

Circular Kariyushi Service

**What's Bagasse?**



さとうきびの搾りかす「バガス」。年間20万トン近く発生する副産物は、有効的な活用法が確立していません。私たちはバガスを活用し、沖縄らしいエシカルなかりゆしウェアを作りました。このかりゆしは活用後、炭にして、再びサトウキビ畑に戻り、土壌改良のために活用されます。

---

**- Service -**

返す



ビジネス・観光など様々なシーンでご着用いただけます

フロントで受け付け




1DAY利用 ¥1000(税込)

シェアリング



かりゆしウェアの受け取り  
スマートフォンで製品をスキャン

着る・楽しむ



利用者限定のお得な特典をゲット

サイトをチェック



着る・楽しむ



かりゆしウェアのストーリーを知る。  
ちょっとだけ環境について考える。  
農家さん、職人さんと繋がることで、気軽に沖縄をもっと深く楽しむ

※本サービスは、NFC対応のスマートフォンのみ提供対象となります  
※利用料金はクリーニング代を含んだ金額です。  
※チェックアウト後の返却は、レターパックプラスをご利用ください。

---

**伝統工芸 | 琉球びんがたモデル**



**グラフィックアート | イチグサモードモデル**



**What's next?**

Bagasse UPCYCLEでは、もっと沖縄らしくかりゆしウェアを楽しむために、沖縄の伝統工芸やアーティストとの連携を進めています！

【お問い合わせ先】  
SHIMA DENIM WORKS | 担当富井 | ☎ | 098-988-3100

ご利用後、アンケートへのご協力をお願いします>>>>









図 3.4 Bagasse UPCYCLE フライヤー裏のサービス図

### 3.2.8 プロトタイプデザイン

トレーサビリティのデザインとして従来のトレーサビリティが商品の流通経路を遡るトレースバックによって商品自体の品質、真贋の保証のためであるのに対して本研究のトレーサビリティは、そのような商品の保証をするためトレースバックをしつつ、さらに階層を深化させかりゆしウエアを構成する地域文化の要素へと遡行し、各要素に紐づけられた地域情報と観光や体験など消費者が体験することで、実体験的トレーサビリティを可能とする。この実体験的トレーサビリティによって消費者は文字通り、かりゆしウエアという記号を構成する要素をトレースバックし、観光や体験など実体験を伴うコードを通して地域文化にあるコンテキストを体験し、コンテキスト化することで伝統工芸の地域文化コンテキストの伝搬機能を社会実装できるよう設計デザインを行った。

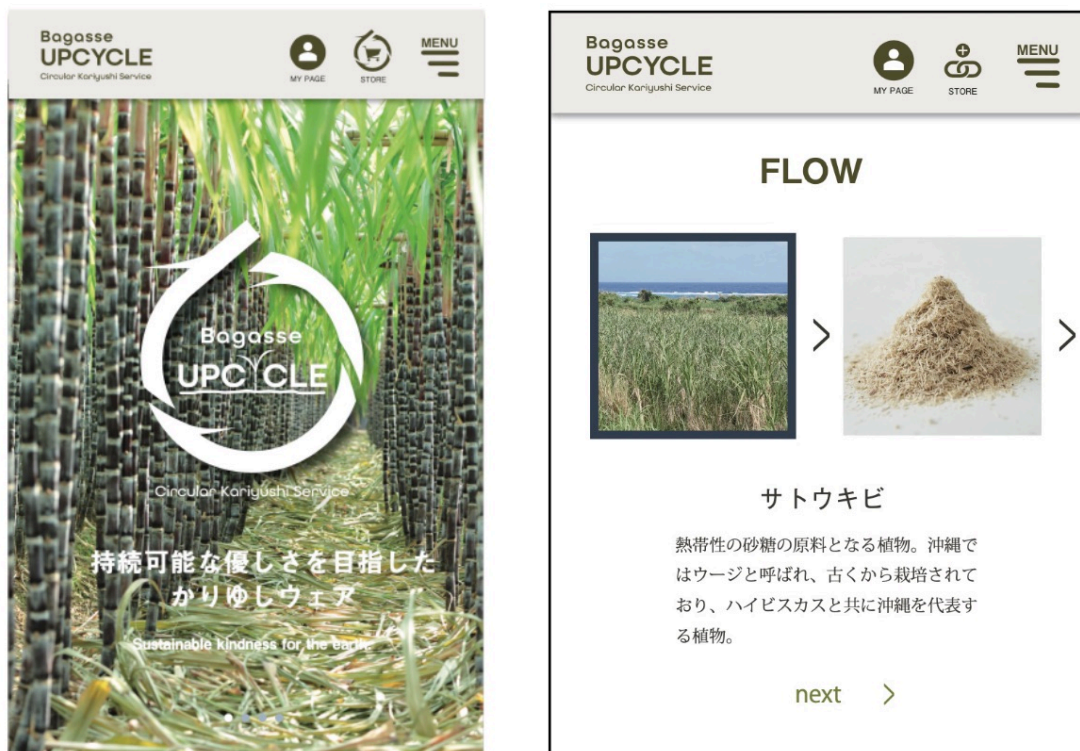


図 3.5 トップ画面とトレーサビリティ画面



図 3.6 トレーサビリティ画面と紐付けされた体験施設

## 第 4 章

# 調査・考察

### 4.1. 調査

#### 4.1.1 調査目的

関連研究、先行事例を踏まえた仮説を、シェアリングサービスのトレーサビリティ内で実装し、その効果と評価を調査する。また情報をトレースバックする機能によって期待される効果について使用者との差異を洗い出し、本論文仮説の有効性及び問題点の抽出することで、より実効性のあるサービスへのアップデートを可能とするためである。

#### 4.1.2 調査方法

今回、コロナ禍の中で沖縄の観光客が激減し、またサービスのローンチが10月後半ということもあり利用者へのアンケートではなく、関係者のアンケートとし、その後、別途オンラインでのヒアリング調査を実施した。関係者はこのサービスと内容について事前に知らされており、このサービスによりトレーサビリティによって琉球紅型及び伝統工芸における影響の評価を行った。回答は複数回答ができない単一回答で精度を高め、サービスの沖縄文化（コンテンツ）への貢献度をより詳細に測定するために設問2ではリッカート尺度を用いた。

### 4.1.3 実施状況

52人から回答があり、70%近くをコアターゲットとして想定していた30～40台を占めた。また男女別では男性75%、女性23.1%、回答しない1.9%であった。

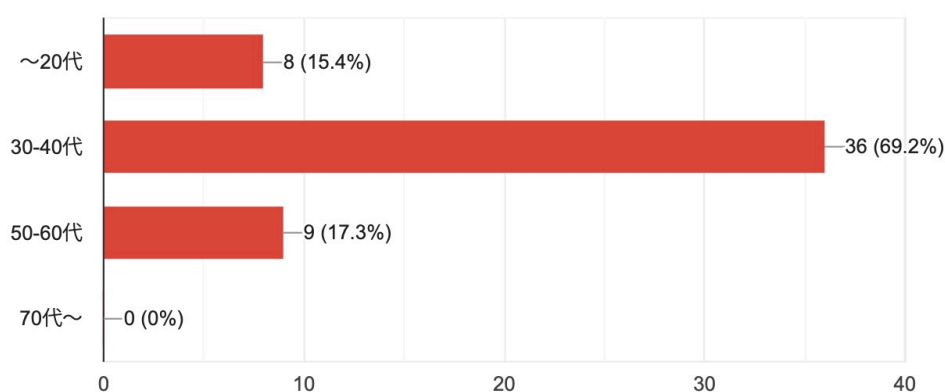


図 4.1 年代別回答者

職業別では図 4.2 では IT、IT コンサルタントなど情報通信産業とコンサルタントなど専門サービス業、その他ではデザインや製造など伝統工芸に関わる職業が回答を得た。関係者への期待度のアンケートのため、職種がある程度は狭まるのは想定内である。

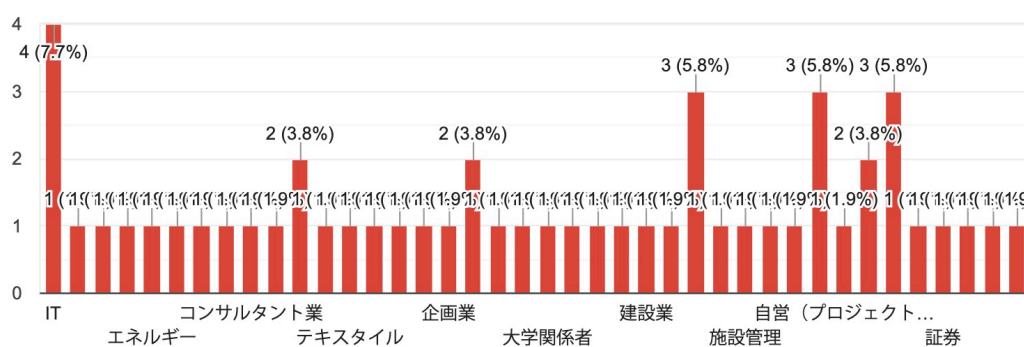


図 4.2 業種別別回答者



## 4.2. 調査の結果と考察

アンケートでは以下の集計のように設問を設定し、以下の回答を得た。

設問1.「かりゆしウェアのシェアリングサービスに期待する効果を教えてください」

設問1では Bagasse UPCYCLE のかりゆしウェアのシェアリングというサービスを通して、ガバスを素材としサーキュラーエコノミーによってもたらされる〈環境〉と、トレーサビリティを用いたかりゆしウェアの背後にある〈地域文化コンテキスト〉の2つの側面があり、関係者としてどちらに比重を置いて本サービスを期待しているか測定する必要があると考えた。

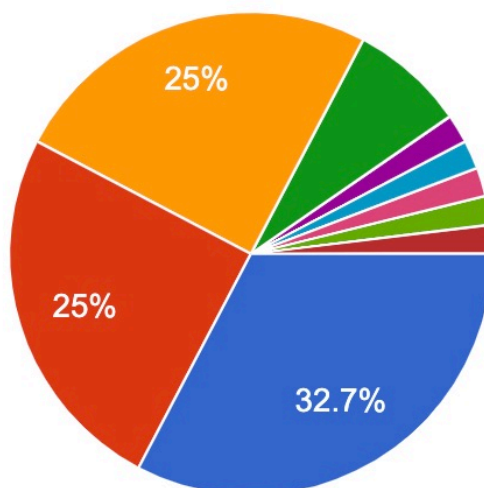


図 4.3 期待する効果

- ・手軽なかりゆしウェアの利用：32.7%
- ・サトウキビや工芸の話など、沖縄をもっと深く知るきっかけ：25%

- ・無駄になってしまう可能性のあるかりゆしウェアを買わずに、リゾートを楽しめる/ビジネスを行える：25%
- ・環境に優しい行動：7.7%

この設問で本サービスが期待されるものとして第一に〈環境〉と〈地域文化コンテキスト〉の両義を含む本サービスの目的である「手軽なかりゆしウェアの利用」が最多数であった。次点では〈環境〉寄りの「無駄になってしまう可能性のあるかりゆしウェアを買わずに、リゾートを楽しめる/ビジネスを行える」、〈地域文化コンテキスト〉寄りの「サトウキビや工芸の話など、沖縄をもっと深く知るきっかけ」が共に25%であり、〈環境〉寄りの「環境に優しい行動(7.7%)」と含めると環境に対する期待が上回る結果となった。またヒアリングにより下記のような意見も見られた。

- ・かりゆしウェアの立ち位置が曖昧なため、購入してまで着ることに抵抗がある
- ・かりゆしウェアが沖縄らしさを表しているが、それが何処になるのかは不明
- ・全体として〈環境〉に対する意識が高く、関係者としては大量消費されるプロダクトよりも、永く使用され、環境負荷の少ないプロダクトを希望している

サービスとして沖縄の地域文化について明文化して謳っていないにもかかわらず、その中で沖縄を深く知るきっかけとして期待する声が少なからずあることは本サービスの地域文化コンテキストを伝搬するメディア的機能として一定数の期待があると言え、また、関心自体も〈環境〉、〈地域文化コンテキスト〉は拮抗しており、サービスとしてファッションとしての環境意識、沖縄らしさとしてのかりゆしウェアが分離した状態になっていることが明らかになった。

設問2.「本サービスを利用することで、沖縄のコンテンツ(サトウキビ、伝統工芸、アート)に対する理解が深まると思えますか」

設問2はリッカート尺度を用いて、沖縄の地域文化に対して本サービスの貢献度を測定する。本サービスは環境的な配慮をしながらリゾートを楽しむためのサービスであるが、同時に地域文化コンテクストについて本サービスのトレーサビリティを通して伝承可能であることを実証するものであり、本質問の5段階の尺度によってトレースバックの効果を測定可能と考えた。

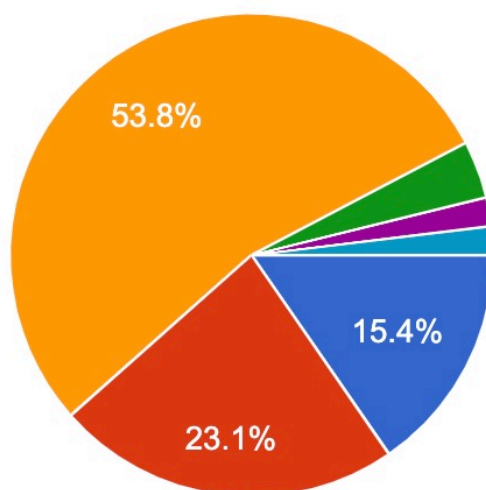


図 4.4 沖縄のコンテンツについての理解への期待

- ・それらコンテンツを知ろうと思うきっかけとなる：53.8.7%
- ・理解が深まる：23.1%
- ・とても理解が深まる：15.4%
- ・理解が深まらない：3.8%

- ・きっかけにはなるが理解が深まらない：1.9%

上記のようにトレーサビリティにおける地域文化コンテキストへの入り口として肯定的が大多数を占める結果となった。ただ入り口からより深く理解するための指針となる「とても理解が深まる（15.4%）」に対して肯定的だが積極的に理解するまでには至らない「それらコンテンツを知ろうと思うきっかけとなる（53.8.7%）」と半数以上にのぼっており、地域文化コンテキストを伝搬するメディア的機能が〈かりゆしウエア〉という記号から沖縄に関するコードへとトレースバックすることを確認しつつも、その効果が最大限に発揮できるまでには至っていない。また、肯定的な意見が大多数な一方で、

- ・意識高い層以外の層にリーチできるとよいなあと。意識高い層はそもそも調べるしこのサービスを使うはず。それ以外は調べないし、このサービスにすらリーチしないことがほとんど。

との指摘は、意識的な選択をしない動物化した消費者に対してのアプローチが本研究の課題であり、この設問からは「記号（かりゆしウエア）からコード（沖縄コンテンツ）へと移行することは確認できたが、コンテキストにまで再構築するには、意識的な誘導の検討が必要なのか？」という問題点が洗い出された。

また「理解が深まらない（3.8%）」も上記のような意識しながら消費を選択している消費者がサービス利用の大多数を占める中で、コンテキスト的価値が一定数は届かないと懸念することがあることも判明した。

設問3.「今回のサービス（トレーサビリティ）利用の経験を通して、伝統工芸に対する意識の変化はありますか？」

設問3は地域文化コンテキストを構成するコードをトレースバックすることによって伝統工芸の伝搬するメディア的機能が、消費者自身にどのような意識の変化をもたらすかを調査する必要があると考え、設問した。

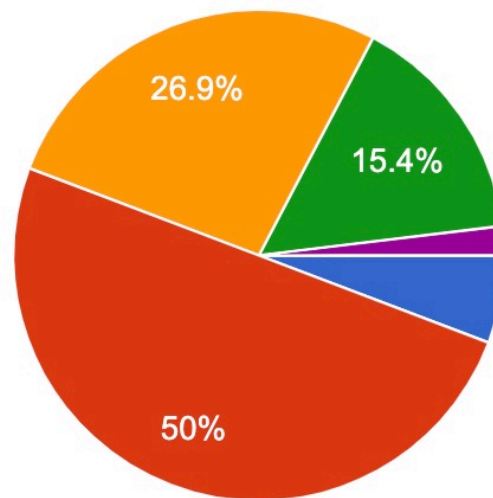


図 4.5 トレーサビリティを通しての伝統工芸への意識の変化

- ・琉球びんがたについて、もっと知りたくなる、別のアイテムも欲しくなる、体験がしたくなる：50%
- ・沖縄の異なる工芸（琉球絣、芭蕉布、壺屋焼など）にも興味が湧いてくる：26.9%
- ・沖縄県外の伝統工芸に対しても興味が湧く：15.4%
- ・利用前と変わらない：5.8%

トレーサビリティを通じて、地域文化コンテキストを構成するコード（地理、

歴史、自然)などを理解することで、使用されている伝統工芸である琉球紅型への関心度が高まることは確認することができた。また一方で

伝統工芸の表層である姿かたちではなく、そこに内包されている地域文化コンテキストが構成されている要素を理解することで、結果として他の伝統工芸への興味につながることを確認できた。ただ一方で否定的な回答も7.7%あり、これらは総体的なコンテキスト化というプロセスの難易度にもつながる問題であり、トレースバックによってコンテキストを構成している要素を知ること、伝統工芸への関心は高まるが、それが地域文化コンテキストを理解しているかどうか消費者自身が意識することは難しいことが明らかとなった。ただ、伝統工芸の要素を知ることによって無意識的なコンテキスト化は行われている可能性は捨てきれず、継続的な調査が必要である。

### 4.3. 考察

調査を通して本サービスのトレーサビリティについて期待される効果について各設問について考察をおこなった。Bagasse UPCYCLEという沖縄の伝統工芸のいわば亜種的なかりゆしウエアを扱うシェアリングサービス、かつ素材として廃棄される際には肥料になる循環型の商品であり、構成する要素が多岐にわたることから調査の設問を絞る必要があった。設問1ではまず最初に回答者のサービスの意識の方向性を確認したが、意識としては伝統工芸も環境とは不可分な関係にあることが明らかになり、本研究が仮説として3章の地域文化コンテキストの更新で述べたコンテキストを構成するコードへと繋がると考えられる。また各設問を通して調査結果としては肯定的ではあったが、そこには肯定の度合いに差が見られ、利用者の伝統工芸や歴史、文化などの個人の資質に委ねられる部分が多いことも判明した。否定的な意見としても、ポジティブな否定が多く、どちらかというとな本サービスを利用すること自体が既に選択的な消費者であることでスクリーニングが行われており、そのスクリーニングに洩れた消費者へのアプローチが必要ではないかという指摘であった。ただ世界的なトレンドとしてSDGsなどに代表される環境的にエシカルであることがあるため、そのような循環型消費す

らも、動物化した現代の消費のリアリズムとして、自らの忠実な欲求の一つとなる可能性もあり、今後の課題としておきたい。また地域文化の意識的なコンテキスト化と、無意識的なコンテキスト化については、共にその伝統工芸の背景にある地域文化の要素を知ること、結果としてその伝統工芸が所属する文化を知ることになるという部分では同じであることからコンテキスト化は可能であると判断できる。ただ一方で意識的、無意識的の差は以後の意識的な消費に関わる問題として継続的な研究の必要性がある。全体を通して本研究のトレーサビリティを用いた地域文化コンテキストのメディア的機能が、実際のサービスの中でコード化された環境などの地理的情報、工芸や習慣などの文化的情報として実装され、観光や体験といった実体験と結びつくことによって、トレーサビリティ総体として地域文化コンテキストを理解することを期待されていることを確認できた。

## 第 5 章

# 結 論 ・ 提 言

### 5.1. 結論

#### 5.1.1 伝統工芸のメディア的機能

本研究の仮説である「伝統工芸が持っている地域文化のコンテキストをデジタルテクノロジーを用い、複層化した現代の消費のリアリズムにおいて機能する地域文化コンテキストとしてアップデートし、伝承可能な状態にすることで本来のメディア的機能の社会実装が可能である」という主張について、常に時代によって左右され変化するコードに対して記号化された姿かたちが固定化されているため、地域文化コンテキストが消費者に届きにくいという現状を考察した。その結果、消費環境の変化によって複層化した社会では動物化した消費主体がコンテキスト自体を必要とせず、地域文化コンテキストから切り出されたテキストの記号的消費によって消費主体自身が再コンテキスト化する動きを明らかにし、実際のサービスでの実証を試みた。今回の琉球紅型をテーマとしたかりゆしウエアでのシェアリングサービスでの検証では、それら消費環境の変化をトレーサビリティを用いることで記号からコードへとコンテキスト構造を遡行することで、またそのような情報だけではなく、実際の現実世界へのアクセスを可能とするコードに紐づいた地域情報と観光や体験をリンクすることで実体験としてトレースバックすることで、地域文化コンテキストがアップデートされ、伝承され、伝搬するメディア的機能を社会実装する実験をおこなった。本研究の結論として地域文化コンテキストを自らの欲求に忠実であるコンテキストを必要としない動物化した今日の消費主体に対して、地域文化コンテキストをコードに分解し、そのコード化した実体験と紐づけることで、地域文化コンテキストがアップデートされ、伝搬



可能な状態となり機能することが明らかになった。

このことによって地域文化コンテキストがコードによって変化し、結果として姿かたちである記号が変化しても、そのコンテキストは担保され、地域文化コンテキストが機能することが可能であると明らかにし、今後、このトレーサビリティによって琉球紅型はかりゆしウエアと同様に発展的に地域文化コンテキストを更新し、新たな消費を生み出す可能性があると考え。最後にコロナ禍によって本来予定していた調査内容に大幅な制約が発生することになってしまったが、収束後に利用動向も含め、より詳細な調査を実施することで本研究の仮説実証の精度を高めたい。

### 5.1.2 伝統工芸において

現在、伝統工芸及び伝統産業では様々なデザインや手法で現代の消費動向に合わせて地域活性などともおこなわれている。その多くが伝統工芸、伝統産業をマテリアル的、技術的な視点で展開されており、地域文化コンテキストの伝搬という伝統工芸の機能に着目した研究はほとんど見受けられない。本研究は琉球紅型をテーマに研究仮説の実証を試みたが、琉球紅型も地域文化の一つであり、他の伝統工芸においても本論文の地域文化コンテキストの構造は同じであると考え。本論文でのトレーサビリティでの地域文化コンテキストの伝搬の社会実装の可能性について、現在の衰退傾向にある伝統工芸に寄与できる部分は大きいと考える。

## 5.2. 提言

### 5.2.1 複層的消費社会の中で

ポストモダン以降の消費社会である今日、私たちの主体は単一であることを許されない。それは意識しようがしまいが関係なく、それまでの会社、家庭、友人関係といった物理的空間での関係性からインターネットの登場により、ごく自然に地理的制約から抜け出し、ごく自然に自己が多重化し、そもそも主体の意識自体が希薄な社会に生きている。そのような自己が多重化し複層化した社会においても、私たちは遠く大洋を隔てた向こう側の個人的な失敗や悲劇に感情移入し涙することができるし、笑うこともできる。大きな災害が起きれば、世界中の人々がその悲劇を共有し、自分たちにできる事はないかと考え、そこで暮らす人々が必要であろうと衣類や毛布などを寄付したりする。地勢や国家、イデオロギー、宗教や言語などに制約され、規定されると考えていた理解や共感が、ネットワークによってリアルタイムに世界規模で繋がる情報化社会の出現が国家や宗教、言語の壁を越えて共に理解し、共感できることが判明したことは素晴らしいことであるのは間違いない。その一方でその理解や共感できる我々の素晴らしい能力はその理解力、共感ゆえに文化が均一化される状況を加速させてしまう。私という主体はインターネットやマスメディアによって情報を共有する大きなコミュニティに属していると同時に土着的な地域社会にも属しており、均一化されつつあるフラットな社会と、様々な言語や習慣が混在する文化的多様性のある凸凹な社会の間を行き来している。

本論文では地域文化コンテキストはコードによって変化し、結果として表象である記号の変化をもたらすこと、伝統工芸はそれら地域文化コンテキストを伝搬するメディア的機能であると述べた。そして我々を取り巻く地域文化は他の地域文化との混交を繰り返し、現在に至る。文化的多様性を確保することと伝統工芸を保存することがイコールになるのか、それとも伝統工芸の地域文化コンテキストを伝搬するメディアとしての機能が、他のコンテキストやコードを混交することによって変化することが文化的な均一化を招くのかはケースバイケースで現時点では判明しない。ただ、少なくとも時間が経過する限り、我々は新しい文化を

生み出す。そのような状況の中でできることは新しく生まれた文化のコンテキストを明らかにすることであり、そこに接続可能な地域文化コンテキストを社会実装することである。本論文の研究がそのように新たに生まれる文化と、それまで連綿と人の営みを繋いできた伝統工芸のコンテキストを繋ぐ手立てとなれば幸いである。

### 5.3. 今後の展望

本論文の今後の展望としては、まず新型コロナ COVID-19 による影響で実証実験に大幅な制約が発生し、本来予定していた調査内容の実施が行われておらず、収束後に利用動向も含め、より詳細な調査を実施することで本論文の仮説実証の精度を高めたい。特に今回は比較的肯定的な回答が多くあり、またサービスに興味を持つ人自体が既に伝統工芸に理解がある可能性は排除できない。今後も Bagasse UPCYCLE と協同し、トレーサビリティの地域文化コンテキストとサービスの関係の向上とアップデートで検証の精度を高め、今回の琉球紅型だけでなくトレーサビリティの対象規模を増やし、あまり伝統工芸自体に興味がない消費者がいる可能性があるものも含め、より実地的な観点での実証を試みる必要があると考える。

また既に現代の消費に合わせ変化した美濃和紙や飛騨木工などの伝統工芸について、本論文のトレーサビリティによる地域文化コンテキストの伝搬するメディアとしての機能が有効であるかどうか検証したいと考えており、また文化的多様性という観点から、一般的には地域文化コンテキストが介在していないと考えられている近代産業以降に新しく生まれた製品についても提言にあるように新しい地域文化コンテキストが設定可能なかどうか研究をおこないたいと考える。

# 謝 辞

本研究を進めるにあたり、様々な皆様よりご協力、叱咤激励ならびにご指導頂きましたこと、この場を借りて心より御礼を申し上げます。

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの的確な指導とご指摘、そして常に暖かく見守っていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の岸博幸教授に心から感謝いたします。

研究の方向性について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の稲蔭正彦教授に心から感謝いたします。

研究指導や論文執筆など数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の加藤朗教授に心から感謝いたします。

KMD 入学当初から研究や論文執筆にあたり、文字通り、手取り足取り様々な知見と助言を頂いた岸博幸研究室後期博士課程の堀井元就さんに心から感謝いたします。また岸研究室 Creative Industry や同期の皆と共に KMD を過ごすことが出来たのは幸運でした。

最後に辛抱強く暖かく背中を押してくれた和華子、凛に最大限に、心から感謝をいたします。

## 参 考 文 献

- [1] 網野善彦. 日本の歴史をよみなおす, 第1巻. 筑摩書房, 1991.
- [2] 四柳嘉章. 漆の文化史. 岩波書店, 2009.
- [3] ダニエル・ネトル, スザンヌ・ロメイン (島村宣男訳). 消えゆく言語たち: 失われることば失われる世界. 新曜社, 2001.
- [4] ヴァルター・ベンヤミン. 複製技術時代の芸術作品. 第2稿 (1936年) 浅井健二郎編訳, 久保哲司訳『ベンヤミン・コレクション, Vol. 1, , 1995.
- [5] 多木浩二, 野村修. ベンヤミン 「複製技術時代の芸術作品」 精読. 岩波書店, 2000.
- [6] 濱田琢司ほか. 民芸ブームの一側面: 都市で消費された地方文化. 人文論究, Vol. 50, No. 2/3, pp. 111-124, 2000.
- [7] 大澤真幸. 戦後の思想空間, 第166巻. 筑摩書房, 1998.
- [8] ジャンボードリヤール. シミュラクルとシミュレーション. 竹原あき子訳, 法政大学出版局, 1984.
- [9] 東浩紀. 動物化するポストモダン オタクから見た日本社会. 講談社, 2001.
- [10] 宇野常寛. リトル・ピープルの時代. 幻冬舎, 2015.
- [11] 谷崎潤一郎. 陰翳礼讃. 角川文庫. 角川書店, 1955.
- [12] 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.

- [13] 武藤博道ほか. 研究ノート 戦後消費経済史 1-時代区分および高度成長期. *Review of economics and information studies*, Vol. 12, 1・2, pp. 97–123, 2011.
- [14] 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. 2013.
- [15] 美術出版社.BT/美術手帖編集部. 村上隆完全読本美術手帖全記事 1992-2012:. BT books. 美術出版社, 2012.
- [16] 畑智章. オタク・アニメ・村上隆:「スーパーフラット」を巡って. 年報人間科学, Vol. 25, pp. 1–18, 2004.
- [17] 山本真紗子. 伝統産業における「分業制」の功罪: 立命館大学京友禅着物プロジェクトを通して. *デザイン理論*, Vol. 68, pp. 35–48, 2016.
- [18] 丸谷耕太, 土肥真人, 杉田早苗. 大館曲げわっぱにみる伝統工芸と文化的景観に関する研究. *ランドスケープ研究*, Vol. 75, No. 5, pp. 411–414, 2012.
- [19] 濱田琢司. 産地変容と「伝統」の自覚. *人文地理*, Vol. 50, No. 6, pp. 606–621, 1998.
- [20] 藤本理弘ほか. 地域の情報的価値と地域の持続可能性. *長野大学紀要*, Vol. 36, No. 1, pp. 49–55, 2014.
- [21] 日本の伝統染織事典. 東京堂出版, 2013.
- [22] 日野由希, 大津玉子ほか. 伝統工芸染織品産地の現状とその諸問題について: 琉球紅型の場合. *學苑*, Vol. 805, pp. A49–A58, 2007.
- [23] 上野和彦, 石田典行. 沖縄の工芸産業に関する研究動向. *都市地理学*, Vol. 13, pp. 104–114, 2018.
- [24] 岡崎仁, 宮里一夫. かりゆしウェアの普及経過と現状に関する研究. *職業能力開発報文誌*, Vol. 15, No. 1, pp. 15–20, 2003.

- [25] 鮫島卓ほか. 創造的消費者との共創による旅行商品開発に関する研究 his 「タビジョ」を事例に. 2019.
- [26] ツーリズムとポストモダン社会: 後期近代における観光の両義性. 明石書店, 2012.