

研究論文

OBAMA ガラスと日本のガラス工芸にみる 文化創造に関する一考察

A Study on Cultural Creation of "OBAMA GLASS" and Japanese Glass Craft

杉山 友城*

はじめに

- I. 文化創造地域への眼差し
 - II. OBAMA ガラスと日本のガラス産業・ガラス工芸
 - III. OBAMA ガラスにみる地域創生のダイナミズム
- おわりに

2020年に発生した新型コロナウイルス感染症は、地域創生の実現に、文化創造の視点を導入することが重要になったことを浮き彫りにした。たったひとりからスタートした活動（文化創造）が、どのようにして拡がっていき、地域の文化になっていくのだろうか。小さな活動が地域の文化になっていくことが、なぜ地域創生になるのだろうか。これが、本稿のリサーチクエスションである。

本稿では、このリサーチクエスションの解答を得るために、日本のガラス工芸史や琉球ガラスの文化史に関する先行的研究や蓄積の理解をはじめ、主として「OBAMA ガラス」（福井県小浜市）の事例の整理と考察によるアプローチを行った。これは、「タテ」の視点である。また、ガラス工芸やガラス工芸作家を対象を限定せず、コミュニティという「ヨコ」の視点から、地域内外の多種多様な人たちとの繋がりやコミュニケーションのなかで「文化創造」を捉え直した。

このタテ・ヨコの視点からのアプローチによって得られた成果は、①タテの継承関係で技能を深めた個性ある個人が独自の活動に没頭する中で活動の幅が自然に広がること。②幅の広がりが、他の個性ある個人との接触を招き、ヨコのつながりが誕生すること。このヨコの誕生が③タテの世界だけでは得られない創造性や革新性につながる。そして④この連続が、確実性を持って、より良い未来への展望を与え、つながりの更なる拡大によって、小さく産まれた活動が、地域の文化として定着していくこと。という4つである。

なお、「OBAMA ガラス」に関する研究や文献はいまだ存在せず、小浜市におけるガラス工芸の歴史を素描し、記録として残しておくことは、小浜市の工芸史や文化史、さらには産業史のより深い歴史認識にも貢献できると考えられる。

キーワード：OBAMA ガラス、ガラス工芸、文化創造、地域創生、福井県小浜市

* 福井県立大学 地域経済研究所

はじめに

拙著、杉山（2020）『地域創生と文化創造』では、人口減少時代の日本の各地域（行政区分であれば市町やそれよりも狭い範囲）は、「文化創造地域」を目指すべきではないかと論じている。近代化は、日本全国のいたる場所や場面を同質化させてしまった。であるならば、地域の固有性やアイデンティティを再び呼び覚まし、差異化、差別化を図ることは競争力になるし、付加価値と生産性を高めることができるのではないかと。この活動の主体は、国や企業ではなく「小さな民」であり、この活動は、小さな民の「小さな活動」を中心にして動き出す。ゆえに、多種多様な「小さな活動」が連続的に発生する地域を創造していくことが求められているのではないかと。いうものである。この小さな活動が「文化」であり、小さな活動が連続的に発生する姿を「創造」と捉えている。ちなみに「文化創造地域」とは、areaやregionといった枠組みではなく、中心からの広がりによって成り立つcommunityを想定しているため「Cultural creation community」と英訳できる。

杉山（2020）で「文化創造地域」として注目を寄せたのが福井県小浜市である。当市で発生した「若狭塗箸産業」と「食のまちづくり実践」の歴史的発展過程や、持続的な発展を実現するために採った、当事者たちの創意工夫。これらの活動がどのような広がりを見せたかなどを素描することで、「文化創造地域」の姿を示している。ただ、取り上げた事例の数が決定的に少ないこと。その後、当市において新たな「文化創造」が起こっているのか。起こっているのであれば、それがどの

ようなものであり、さらには、新たな「文化創造」を誘発しているのかなどが把握しきれないという課題が多く残る。そこで本稿では、これらの課題の解決ために、小浜市で新たに発生した「OBAMA ガラス」に注目してみたい。

というのも、2020年11月3日、小浜市のガラス工芸作家・竹田恵子氏が、小浜市文化奨励賞を受賞した。このトピックは、個人が始めたガラス工芸の創作活動（文化創造）が小浜市の文化史に加わり、ガラス工芸が地域の文化として認められたとみなすことができるからである。また、「OBAMA ガラス」に関する研究や文献はいまだ存在せず、小浜市におけるガラス工芸の歴史を素描し、記録として残しておくことは、小浜市の工芸史や文化史、さらには、産業史はもとより、日本のガラス工芸史のより深い歴史認識にも貢献できるのではないかと考えるからである。

なお本稿における基本視点は2つで、1つは、ガラス工芸という分野における伝統と創造のダイナミズムである。伝統のキーをなす調査として重視したのは、日本のガラス工芸史や竹田氏がガラス工芸の技能を習得した琉球ガラスの文化史に関する先行的研究や蓄積¹の理解である。他方、創造のキーをなす調査²として重視したのが、竹田氏への聞き取り調査である。技能や技法という伝統の継承者として、独自の領域を拓くために行う創造的活動とはなにか。すなわち、継承という「タテ」の視点といえよう。

もう1つは、「ヨコ」の視点で、ガラス工芸やガラス工芸作家を対象を限定せず、コミュニティの視点から、地域内外の多種多様な人たちとの繋がりやコミュニケーションの

なかで、「文化創造」を捉え直すことである。

I. 文化創造地域への眼差し

1. 注目が集まる「文化創造」の視点

2020年に発生したコロナウイルス感染症は、これからの生き方や暮らし方や働き方、そして地域のあり方がどうあるべきかを問い直す機会を私たちに与えた。また、このパンデミックは、私たちに備わった適応能力の可能性と高さ（ポテンシャル）や、困難な状況を乗り越えるために協力することの大切さを教えてくれた。

都市封鎖や渡航制限、外出制限を伴い、学校の閉鎖やリモートワークの浸透、スポーツクラブなどの健康サービスの中断、テーマパークや映画館といった娯楽・文化施設の閉鎖など、私たちの生活に前例のない変化をもたらした。コロナウイルスの蔓延を食い止め、生活の中で平常心を維持するため、人の“命を守る”産業や、日常生活からの逃避を提供する産業への依存度が高まった。

例えば、福井県では、飛沫感染リスクを軽減するフェイスシールドといった“命を守る”製品の製造、販売を新たに始める眼鏡関連企業などが増えている。他方、日常生活からの逃避を提供する産業とは、“文化創造”産業に他ならない。ステイホームの期間中は、動画配信サービスを利用し、突然、アクセスが可能になった文化イベントにオンラインで参加するようになった。他にも、オンライン検索を活用することで、今まで訪れたことがない場所やその地の文化との相互接続を可能にした。こうした潜在的な需要を予測し、多くの

テクノロジー企業や機関や政府は迅速に対応した。例えば「Google Arts and Culture」が、世界中の美術館のバーチャルツアーをアップロードしたことは好例である。

ユネスコによると、文化創造産業における年間収入は2兆2500億ドル、輸出額は2500億ドルに達するとされる。文化創造産業は世界中で3000万人近く雇用しており、遠くない将来には、世界のGDPへの貢献度が約10%になるとの予測もある³。

コロナウイルス感染症は、世界的な危機であることは否めない。ただ、これを好機ととらえることができたならば、多くの人々にインスピレーションを与えるだけではなく、地域経済に貢献する種となるし、新たな地域の活性化や地域創生を実現する重要な視点を発見する手がかりを与えてくれるのではないだろうか。これからの生き方や暮らし方や働き方、そして地域のあり方を考えるうえで、ますます“文化創造”が重要なキーワードのひとつになっているのではないだろうか。

2. 文化創造とはなにか

では、文化創造とは、どういうことなのか。例えば、ユネスコでいう「creative industries」や「creative sector」を、日本では「文化創造産業」と訳している。

クリエイティブ・インダストリーが広範に露出するようになったのは、1997年8月にMark Leonardが発表した政策提言が契機となって、1996年に首相に初就任したTony Blairが「若々しくかつトレンドイ英国を象徴する”Cool Britannia”（クール・ブリタニア）」をキャッチフレーズとする国家ブラ

ンディング戦略の枠組みの中で、世界で最初の「クリエイティブ・インダストリー」政策を展開したことがきっかけである。

英国の文化・メディア・スポーツ省によると、文化創造産業は「個々人の創造性、技能、および才能に基づくものであり、知的財産の展開及び利用によって富と雇用を創出する可能性がある産業」と定義されている。その対象は「広告」「建築」「美術及び骨董品市場」「デザイナー・ファッション」「映画・ビデオ産業」「音楽産業」「舞台芸術」「出版」「ソフトウェア」「コンピューターゲーム及びビデオゲーム」「テレビ・ラジオ放送」「工芸」「デザイン」の13の産業分野で構成されている。

また、2008年のUNCTAD（国連貿易開発会議）の報告書には、クリエイティブ・インダストリーとは、「芸術、文化、ビジネス、技術の交わる場所」であり、「創造性や知的資本を第一の材料として利用する製品やサービスの創造、生産、流通のサイクル」と定義することができる。加えて「画像や音、文字列、記号に支配されている現代社会において、創造性、文化、経済、技術の橋渡し役をする新しい概念」であるとも記されている⁴。

以上を勘案するならば、文化創造とは、差し当たり「個々人の創造性、技能、および才能に基づき、富と雇用、経済と技術を創出すること」としておいて良さそうである。

3. 文化が創造され続ける地域を創る

英国が国家政策の視点で文化創造を捉えたのに対して、地域における地域創生の運動（ムーブメント）の視点で文化創造の重要性

を指摘したのが杉山（2020）である。

杉山は、地方創生と地域創生を異なるものとしており、“地方”創生とは「東京一極集中を是正し、地方の人口減少に歯止めをかけ、日本全体の活力を上げることを目的とした一連の政策」であるのに対して、“地域”創生とは「地域に住む人、関係する人など、多様な人たちが協力して新たな地域コミュニティをつくり豊かな暮らしを実現していくための運動（ムーブメント）」であるという。

中央に対する地方という意味合いでの地域が「文明から取り残された、時代遅れの、都会よりも劣った場所」と捉えるのであれば、日本の多くの地域が、文明への憧れを抱き、文明化に進むことで、地域が同質化し、固有性を失っていくことに、杉山は警鐘を鳴らしている。

「文化なしで文明に任せると、地域の固有性を失い、平凡な地方となる弊害がある。同時に、文明に飲み込まれた地方は、企業の利益最大化の手段となり粗悪なもの、欠陥品を生みやすい。本来、重視すべき地方の価値や地方の品格や美を軽視することもある。『地方が文明に使われてしまう』ので、『地方の人』からそこで暮らす『悦び』を奪う。本来、暮らしの特徴である創意工夫や努力といった『生きる喜び』『創造の喜び』と結びついた地方が失われやすい。いわゆる『疎外された地方や暮らし』が支配的になり、金銭を稼ぐ手段として暮らしが広がる」⁵といった具合である。

文明に飲み込まれることなく、地域固有の資産を磨き上げ、輝かせる知恵と力量を我々は持っているのだから、地域のアイデンティティとはなにかを見直し、有形・無形を問わ

ず、掘り起こすことが必要ではないか。意外と、気づいていない身近なものが、地域固有の資産であることもある。地域固有の資産を産業化、経済化し、創意工夫や努力によって、新たに稼ぐことができる道具を創造する。文明という道具に使われるのではなく、使いこなし、新たに稼ぐ道具で雇用を生み出す。この循環で、経済や社会が成り立つシステムをどう創生するのか。このシステムで、地方という限界をどう乗り越えるかが問われており、この課題解決の視点が、文化が創造され続ける地域＝文化創造地域への転換ではないかといっている。

4. 文化とは、どのようにして生まれ、広がっていくのか

文化創造が「個々人の創造性、技能、および才能に基づき、富と雇用、経済と技術を創出すること」であり、地域創生が「地域に住む人、関係する人など、多様な人たちが協力して新たな地域コミュニティをつくり豊かな暮らしを実現していくための運動（ムーブメント）」であるならば、文化創造も地域創生も、起点となる主体は「人」に他ならない。そもそも、動物と人間の境界が文化であり、自然の成り行きではなく、人間の企て（小さな活動）の初動が文化の発生の起点である。また、culture（文化）は、cultivate'（大地を耕す）という言葉にその語源がある⁶。知恵や知見、技術や技能など、人に備わったなんらかのものによって、自然（nature）に手を加えることが文化である。

すなわち、文化創造と地域創生を繋ぐ媒介が人であり「たったひとりからスタートした

活動（文化創造）が、どのようにして広がっていき、地域の文化になっていくのだろうか。また、小さな活動が地域の文化になっていくことが、なぜ地域創生になるのだろうか。これが、本稿のリサーチクエスションである。

Ⅱ. OBAMAガラスと日本のガラス産業・ガラス工芸

1. 新たな地域の文化の発生

本稿のリサーチクエスションの解明に迫るために、ここでは「OBAMAガラス」（福井県小浜市）の事例を取り上げてみたい。というのも、小浜市のガラス工芸作家・竹田恵子氏が、小浜市文化奨励賞を受賞した（2020年11月3日）。個人が始めたガラス工芸の創作活動が小浜市の文化史に加わり、ガラス工芸が地域の文化として認められたのである。また、工芸分野が、文化創造産業のひとつであることも、ここで取り上げる理由のひとつである。

ちなみに、小浜市文化奨励賞とは、小浜市文化奨励賞規則に基づく表彰であり、学術・文化の振興発展に貢献したものを表彰することを目的として1970年に制度が制定された。2019年までに個人118名、45団体が表彰されている。表彰の範囲は、小浜市に住所を有するものまたは小浜市と密接な関係を有するもので、小浜市の文化振興に寄与することが顕著であると認めたものおよび文化活動において将来の活躍を期待されるものに授与するものとなっている。

竹田氏は、約4年に及ぶ沖縄での修行を経て、①2008年から小浜市福谷でガラス工房

図表 1. 工房前の景観とOBAMA ガラスの工房



筆者撮影

を開き、精力的に作品を創作していること。
②小浜市内をはじめ近隣市町の各種施設で作品展を開催しているほか、福井県内外の子供会や婦人会など多くの団体においてガラス体験やワークショップなどの活動を行うなど、ガラス工芸の理解と普及に努め、今後も活躍が期待されることが高く評価され、受賞に至った。

2. OBAMA ガラスとはなにか

OBAMA ガラスの歴史や製造方法などに関する研究や文献は存在しない。ゆえに、いまだスタートアップのステージではあるものの、OBAMA ガラスの歴史を素描し、記録を残しておくことだけでも意義深いことである。

さて、OBAMA ガラスとは、小浜市の小さなガラス工房で創作される宙吹き、型吹き吹きガラスのグラスや器、板ガラスのネームプレートなど、工芸の類に属す日常品雑貨を指す。

なお、2021年現在、ガラスに関わる工芸品や製品を創作・製造する者は、小浜市内には竹田氏以外は見当たらない。

(1) OBAMA ガラスの歴史

竹田氏が小浜市福谷に工房を構えたのは2008年である。工房の眼前には小浜湾独特の碧・翠（みどり）がかかった青い海が広がり、耳に届く穏やかな波の音は、実に心地よい。近景、中景、遠景が調和した小浜湾一体の景観は、創作意欲を高める絶好の調味料である（図表1）。

竹田氏がガラスの世界と出会ったのは2005年であった。勤めていた小浜市役所を2004年に退職し、単独で沖縄県石垣島に移住した。移住の目的は、現状の生活を変えたい、石垣島に住みたいというだけの漠然としたものであったという。

移住したものの食べていくための仕事を見つけないければならない。移住当初は陶シーサーの工房で働いた。ちなみに伝統的なシーサーとは趣が異なる現代的なシーサー（ガハハ／米子焼工房）を生み出したのも竹田氏である（図表2）。

陶シーサー工房には数人の職人が在籍していた⁷。仕事終わりには、近所の飲食店で先輩や同僚たちと、仕事のことや将来のことなどを語ることが多かったという。行きつけの飲食店で使われていた色鮮やかな琉球ガラス

図表2. 竹田氏が開発した陶シーサー、ガハハ



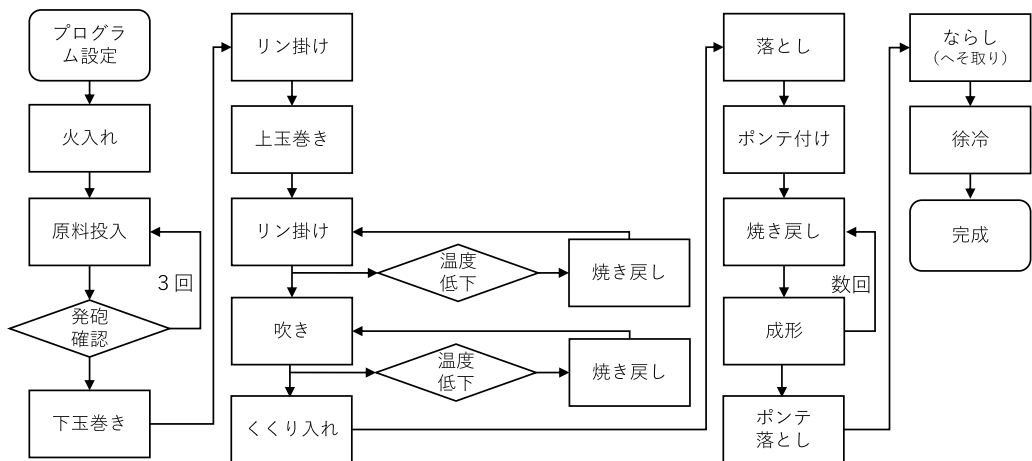
竹田氏提供

製のガラスや器と、そこに盛られた沖縄の郷土料理。注がれた泡盛との組み合わせに、日常使いのための道具に備わった芸術性や文化性を感じた。使う側から作る側になりたいという思いを強く心に抱いた竹田氏は、1年ほど勤めた陶シーサー工房を辞め、琉球ガラスの門を叩くことになった。

ただ、雇ってくれる琉球ガラス工房を見つけることは容易ではなかった。琉球ガラスの工房には、職人を含めて数十人ほどが在籍していたため、新たに一人雇用しても大した負

担にならないだろうという考えが甘かった。当時の琉球ガラス業界は、かつての観光特需による旺盛さを失い、さらには100円ショップ向け海外製の琉球ガラス風雑貨の流入によって、下火の状況にあった。また、「うちなーんちゅ」に対して、「やまとんちゅ」はよそ者であるという少なからず残っている心理的な壁も、雇ってくれる工房探しを困難なものにした。2日間で30工房程度を訪ね歩き、ようやく雇ってもらうことができたのが「恩納ガラス工房」であった。その後は、「彩工房」「匠工房」、そして再度「彩工房」で、琉球ガラスの創作を延べ3年間学んだ。琉球ガラスの工房の多くは、徒弟制であり、徹底した分業体制が確立されている。技能の習熟度によって、担当できる工程がはっきりとしている。「ポンテ⁸だけで3年せよ」といわれるのが一般的で、竹田氏も「恩納ガラス工房」と「匠工房」ではポンテ取りの毎日であった。しかし、「彩工房」では、すべての工程を上手にこなせと、厳しく指導してくれた。こうした、

図表3. OBAMA ガラスの製造工程（宙吹きガラス・一例）



筆者作成

修行環境が、竹田氏の独立を後押ししてくれたと考えられる。

琉球ガラスの世界は、日本にある多くの工芸分野とは異なり、工房を渡り歩くこと（渡り）を許容し、職人の流動性が高いことが特徴である。清水（2018）⁹は、琉球ガラスの職人たちの流動性が高い理由を「職人集団の相互扶助的なセーフティネット機能が働いている」のではないかといい、これは、工房と組織を飛び越え、職人同士の定期的なコミュニケーションによって生まれる、職人としての共同体意識とつながりが影響しているといえる。また、伝統的な工芸のように、ひとりの職人がすべての工程を担うのではなく（integrationではなく）、徹底した分業体制（specialization）が確立していることで、人材の入れ替えが容易であること。さらには、工房で働く者たちは、美術的工芸品を創作しているのではなく、工業的な製品を作っているという感覚が強い。あくまでも収入を得る手段として考えているため、報酬がより高い工房に移動することを許容する文化が業界に根づいていることも影響していると考えられる。

本題に戻せば、竹田氏は、3年間のガラス工房での仕事（修行）を終えて、いよいよ故郷の小浜に戻り、自らのガラス工房の立ち上げに至る。2008年のことである。

（2）OBAMA ガラスの製造過程

図表3は、OBAMA ガラスの製造工程（宙吹きガラス）の一例である。女性ひとりでガラス工房を営んでいるケースは、とても珍しい。吹きガラスの工芸品の創作は、過酷なものである。原料を溶かす溶解炉は1400℃に

図表4. 溶解炉での作業の光景と工房の壁に書かれた書画



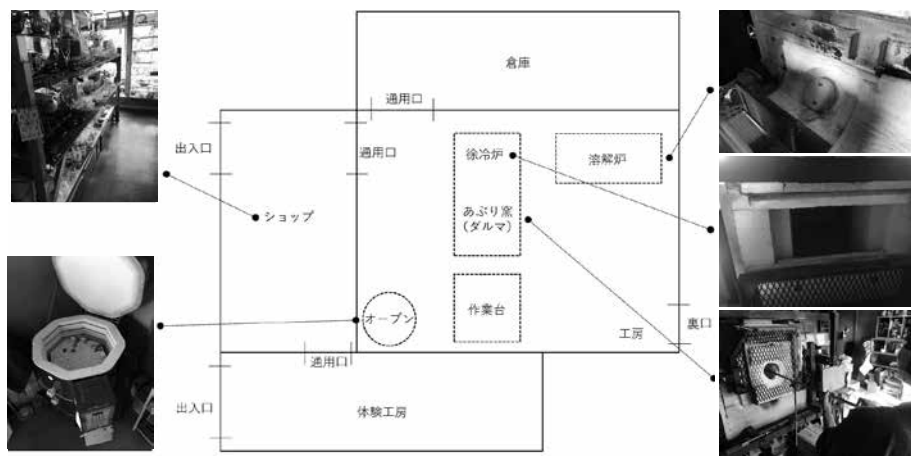
竹田氏提供

まで達し、冬場でも工房にある最大50℃まで測ることができる温度計は振り切ってしまうほどである。工房の壁に書かれたダイナミックな書の内容からも、過酷であることを推察することができる（図表4）。また、原料を溶解炉に入れる作業も重労働で、2kgほどすくうことができるスコップのような専用の道具を使い、超高温の溶解炉の中に一袋netで25kgある粉末原料を繰り返して、1.5袋分ほど投入する。

（3）OBAMA ガラスで使用する原料

粉末の原料とは、珪砂を約70%、ソーダ灰を約20%、石灰を約10%の割合で混合した白色の粉末である。これを1400℃程度の溶解炉に投入し、発泡させ液状化させ、徐冷すると透明のガラスができあがる。色ガラスをつくる場合には、着色原料が使用され、例えば、コバルトブルーであれば酸化コバルト、スカイブルーであれば酸化第二銅、若草色であれば酸化クロム、紫であれば二酸化マンガンが用いられる。溶解炉で液化されることによる化学反応で発色するのである。この発色させる作業が繊細であることを、竹田氏は「透明は普通の子、青はいい子、緑は悪い子」と独特な表現をしたのが印象的であった。

図表5. 工房の見取り図

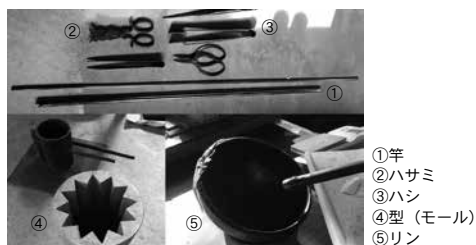


筆者作成

(4) OBAMA ガラスで使用する設備と道具

OBAMA ガラスの工房には、溶解炉、あぶり窯（だるま）、徐冷炉、オープンが設置されている。溶解炉とは原料を液状化させるために使用される。溶解炉で真っ赤な水飴のように溶けたガラス原料を、例えばグラスをつくる場合は、吹き竿にこぼしほどの量を巻き取り、反対側の吹き込み口から息を吹き込むことで成形していく。息を吹き込むことでしなやかに膨らみ、ガラスに命が宿っていく。成形段階に用いられるのがあぶり窯(だるま)であり、この作業を焼き戻しという。この成形と焼き戻しの作業を4~5回ほど繰り返すことで、ガラスの器などができあがっていく。その後、創作されたガラスの器などは、徐冷炉に移され、18時間ほどかけてゆっくりと冷まされ、完成に至る。なお、OBAMA ガラスの工房では、あぶり窯（だるま）と徐冷炉は一体化したものを使用している。あぶり窯（だるま）の熱を再利用し、徐冷炉の熱源にするというハイブリット型である。個人のガ

図表6. 創作に使う道具



筆者作成

ラス工房では、多く使われているものだという。また、オープンとは、吹きガラスに使用されるものではなく、プレート状のガラスを創作する際に使用される（図表5）。

ガラス創作には、主に、吹き竿、ポンテ竿、ハシ（洋箸）、ハサミ、型（モール）、リン¹⁰が使われている（図表6）。これらの道具を専門的に製造するメーカーは米国にはあるものの、日本にいる多くの吹きガラス職人は、工房近くの鉄工場に依頼し、独自の道具をつくるケースが多い。竹田氏も同様である。

図表7. 溶解炉の製作作業の光景と溶解炉の内部のレンガ配置図および現物



竹田氏提供

(5) 溶解炉の苦勞

溶解炉には、熱源に灯油を使用する灯油炉と、電気を使う電気炉がある。OBAMA ガラスの工房は、いまでは電気炉を使用しているものの、オープン当初は灯油炉を使用していた。それも自作の灯油炉である。

灯油炉は、耐熱・断熱のコンクリートやレンガを組み上げてつくる(図表7)。組みあがっても、火入れをしてみると熱の流れが上手にコントロールできず、1400℃まで炉が到達しない。これでは溶解炉の役割を果たしてくれない。せっかくな組み上げたものをすべて取り壊し、もう一度、組み上げる。これを2回繰り返す、3度目によく初代の自作溶解炉を完成させた。この作業に5ヵ月を要した¹¹。溶解炉を自作するために、全国10カ所以上のガラス工房に教を請い、最も力を貸してもらえたのが福地ガラス工房(敦賀市)であった。

ちなみに、電気炉は、制御盤で温度調整ができるというメリットがある一方で、電気代というランニングコストが高くなるというデメリットがある。灯油炉は電気炉と比較して

燃料代を抑えることが可能であるが、温度管理が難しい。気温や気候の変化に影響されやすく、火入れから温度を安定させるまでは目が離せない。安定させるためには5~6時間ほどかかるため、朝方から創作活動をはじめには、深夜にこの作業をしなければならない。竹田氏は、溶解炉の脇に布団を敷き、高温の工房の中で仮眠を取りながらの作業を数年、続けていたという。

(6) OBAMA ガラスの流通形態

図表8は、宙吹きガラスのガラス(左)と型吹きガラスのガラス(右)である。ともに吹きガラスである。宙吹きガラスは、表面の滑らかな手触りが、型吹きガラスは、表面の凹凸と色ガラスのコントラストが特徴である。他にも、吹きガラスでは、皿小鉢、花器、酒器、風鈴などを、平面ガラスでは、額、ランプ、箸置き、写真立て、表札などが創作されている。創作される7割が吹きガラスの商品である。

完成したガラスや皿などは、工房にあるショップのほかに、委託販売の形態で、道の

図表8. 宙吹きガラス（左）と型吹きガラス（右）のグラス



筆者撮影

駅やホテルなどの観光拠点、雑貨屋など小浜市内外10数か所で販売されている。かつては、20カ所以上の委託販売先があったものの、商品の補充やメンテナンスが行き届かないことや、委託先の廃業などで現在の件数で落ち着いている。ただ、販路の拡大は工房経営の維持のためには重要であり、人的な不足を乗り越えて、解決しなければならない課題のひとつである。

委託販売先の開拓は、当初は苦勞したという。最初は、箸の製造販売を行う会社の経営者が竹田氏と同級生であったことがきっかけで、ガラス製の箸置きを取り扱ってくれた。その他は、飛込による営業を行うも、断られることが多かった。しかし、今では、観光拠点にあるショップ側から依頼がくるようになった。また、姉である美恵子氏が、販路拡大に手を貸してくれている。

他方、市内外の飲食店もOBAMAガラスの食器類を使用していることで、それらのお店の食事客が工房にある併設のショップにまで足を運ぶケースも増えている。また、市内ホテルで結婚式を挙げたカップルにホテルオーナーが記念品としてOBAMAガラスを贈ったところ喜ばれ、その後、結婚記念日で

再度ホテルに訪れた際の御礼として再購入してくれるケースもある。

さらには、2012年から毎年開催されているサイクリングイベント「若狭路センチュリーライド」の記念品として、2014年には1500個、2016年には1350個のガラスの制作依頼を受けたこともある。県内外の人にOBAMAガラスを知ってもらおうチャンスだと思い、破格の安い価格で請け負ってしまったが、本当にそれで良かったのかと迷う時期もあったと竹田氏は当時を振り返る。ガラスの形成だけではなく、ガラスへのロゴの焼付け、ラッピングまでしなければならず、家族や友人に助けてもらわないと出来なかった。数ヶ月かけて、毎日同じ作業を繰り返すしんどさや期限が迫るプレッシャーを乗り越え、納品することができた。

さて、現在の生業としては、売り上げは、商品の販売が6割、この他は、吹きガラス体験などが4割である。

ガラスの面白さ、不思議さを多くの人に伝えたいという思いから社会貢献として始めた市内外の小学校や中学校の生徒向けのガラス体験も、いまではリピートが発生するようになっていく。ゆっくりではあるものの着実にOBAMA発のガラス文化が浸透し始めている。

3. 日本のガラス製造・ガラス工芸

(1) 日本のガラス製造・ガラス工芸の歴史

ガラス製造やガラス工芸は、日本ではどのような歴史を辿り、文化的な側面から眺めるとどのような位置づけなのであろうか。

日本でのガラス製造の歴史は、弥生時代

後期（2～3世紀）まで遡るといわれている。鹿田遺跡（岡山県岡山市）の発掘調査ではガラス工房と推測される跡が発見された。ただ、ここで一緒に発掘されたガラス製品が日本で製造されたものなのか、海外で製造されたものなのかは定かでない。

その後、古墳時代（3世紀半ば～7世紀）になると、朝廷の命を受けたガラス職人たちが勾玉、とんぼ玉、腕輪などのガラスの装飾品を製造し、さらに飛鳥時代や奈良時代（ともに7世紀末）には、仏具に関わる道具にもガラスが使用されるようになる。当時のガラスとは、色ガラスであった。

400年もの歴史をかけて発展したガラス製造ではあったが、平安時代（8世紀末）から室町時代の末期（16世紀末）にかけて徐々に衰退し、途絶えることになった。これは、平安時代末期から、陶磁器が登場したことが影響していると推測される。ちなみに当時のガラスは「玻璃（はり）」や「瑠璃（るり）」と呼ばれた。

他方、安土桃山時代（16世紀末）、1570年に長崎で海外との貿易が始まると、1573年にポルトガル人が長崎にガラス工場を建設し、西洋式のガラス製造が普及していくことになる。この頃のガラスは「ビードロ」（ポルトガル語由来：Vidro）や「ギヤマン」（オランダ語由来：Diamante）と呼び名が変わっている。

なお、現代日本のガラス産地の系譜を辿ると、その多くが長崎に辿り着く。長崎の商人であった播磨屋清兵衛が1751年に大阪で、他にも長島屋半兵衛が1711年～15年頃に江戸でガラス製造をはじめた。その後、江戸で加賀屋（皆川）久兵衛が金属丸鏡や紐付眼鏡

を、上総屋（在原）留三郎が、かんざしや風鈴を製造している。江戸切子誕生のきっかけをつくったのも留三郎である。さらに、薩摩にガラス工場が開設される際に、留三郎の門弟であった四本亀次郎が呼ばれ、この時、切子細工の技術が薩摩に伝わり薩摩切子が誕生したといわれている。すなわち、「玻璃（はり）」や「瑠璃（るり）」と呼ばれた古来日本ガラスとは異なる西洋式ガラスが、江戸時代（17世紀）以降に普及し、日本でのガラス製造が再興されたのである。

さらに明治時代になると、殖産興業政策により、ガラス製造が旺盛になることで、日本（特に江戸切子）のガラス職人が急激に増加することになる。1881年には、イギリス人のエマニエル・ホープトマンから、十数名の日本人が切子技術の指導を受け、現代に伝わる江戸切子の伝統的ガラス工芸技法が確立されていくことになる。その後は、この時期に技能を習得した職人たちが独立することで、ガラス工場数の増加とともに、明治時代は切子技術の確立と発展を、大正時代になるとガラス素材の研究や、クリスタルガラスの研磨の技法が開発される。明治末から大正の時代にかけて、旭硝子株式会社（現・AGC）の創業者である岩崎俊彌や、大阪でガラス器具製造に営んでいた島田孫市らが、国産板ガラスの開発・製造に取り組む¹²ことで、日本のガラス製造と産地が大きく発展していくことになる。

戦後、20世紀の日本におけるガラス製造の躍進は顕著で、特に1990年代以後、旭硝子がベルギーやその他の板ガラスメーカーを買収。また2006年には、日本板硝子もビルキントン社（イギリス）を買収することで、

成長・拡大し、旭硝子と日本板硝子は、サンゴバン社（フランス）と並び、世界三大板ガラスメーカーとなった。

板ガラスの用途は、鏡や建築用に留まらず、自動車や液晶テレビなどに使用されるフラットパネルディスプレイ（FPD）や、太陽電池保護用途も拡大し、超薄板製造技術が技術革新の主流となり、グローバルな工業製品分野におけるガラス製造で、日本のガラス製造は世界を牽引する存在にまでになっている¹³。

（2）日本のガラス産地の動向

現代日本のガラス産地を挙げれば、カット技術を活かした江戸切子（東京都）、薩摩切子（鹿児島県）、天満切子（大阪府）などと、吹きガラスの技法を使った備前びいどろや琉球ガラスなどがある。他にも小樽ガラスや津軽びいどろ、富山ガラス工房や能登島ガラス工房などもあるし、熊本県は精密ガラス製造の集積地であり、大阪府の大阪市、堺市、岸和田市、豊中市、吹田市、東大阪市はガラス製品の産地である。

ガラス原料メーカーである三徳工業株式会社が公開している資料¹⁴では、2018年10月24日現在で387の工房があるとされる。これは、日本のすべてのガラス工房をカバーしているものではないと考えられるが、この資料を使ってガラス工房の分布をみると、関東が31%、中部が24%、近畿が14%、九州・沖縄が9%、その他（北海道、東北、中国、四国の合計）が23%となっている。なお、近年の工房数は横ばい傾向にあり、これは、創業する工房があるのに対して、廃業する工房も同数程度あるためだという¹⁵。

（3）「その他の工芸品」として扱われるガラス工芸

では、工芸品としてのガラスは、現代の日本においてはどのように位置づけられているのだろうか。2019年11月20日現在で、国が指定した伝統的工芸品は235品目である。そのうち、ガラス分野と考えられるものは、江戸切子と江戸硝子の2品目のみとなっている。加えて、業種分類は「その他の工芸品」として扱われている。ちなみに、陶磁器は32品目、漆器は23品目が指定を受けている。工芸の世界では、陶磁器や漆器の伝統性や文化性は高く、ガラスはまだまだ若い工芸品として扱われていると捉えることができる。例えば、18世紀の前半には、大阪で様々な器などのガラス製品が作られていたという記録は残っているものの、それを明示する遺品はほとんど現存していない。当時のガラス製品は日常雑器であり、消耗品と考えられていたと推察できる。また、当時の江戸では、喜多川歌麿や葛飾北斎が残した浮世絵（美人画）にも描かれるように、ガラス製品のひとつといえは「びいどろ」であり、ガラスは、玩具を作るための材料にすぎなかったのかもしれない。

ガラス工芸やガラス製造の発展過程を改めて整理すれば、弥生時代から日本ではガラス製造が行われていたと考えられる。しかし、現代のガラス工芸が発展し本格化しはじめたのは江戸時代であり、ガラス製造では、自動車や建設分野の工業製品を主として、戦後に発展したと考えられる。陶磁器や漆器は極めて「日本的なもの」＝「日本文化」としてイメージされやすいのに対して、ガラスは、海外から移入されたものであるため、いまだ「西

洋的なもの」＝「西洋文化」として捉えられているのではない。

Ⅲ. OBAMA ガラスにみる地域創生のダイナミズム

ここでは、竹田氏が技能を習得した琉球ガラスの歴史¹⁶を理解した上で、OBAMA ガラスがなぜ地域の文化になっていくのか考察することにする。琉球ガラスの歴史理解は、OBAMA ガラスの固有性を理解するために、重要な作業である。

1. 琉球ガラスの歴史

琉球ガラスは、他の日本のガラス製造、ガラス工芸と比較すると、歴史が浅い。色鮮やかな琉球ガラスの発生は戦後のことで、戦前は、明治中期頃に長崎や大阪からガラス製造の技術が伝わり、透明ガラスの蠅とり器や血清瓶、フラスコ容器などを製造していた。工芸品というよりは、工業製品としての性格が色濃いものであった。琉球ガラスという総称の誕生や定着も1980年代である¹⁷。

さて、戦後間もない頃の琉球ガラスは、依然として、透明ガラスが主流であった。この当時に製造されていたものは、漬物瓶や駄菓子瓶といった日常雑器のようなものであった。しかし、ほどなくして、米軍が廃棄した色ガラスを使用した飲料用の瓶が、屑ガラスの資材として活用されることで、琉球ガラス独特な現在の色彩豊かなガラス製品の誕生につながる。

米軍関係者との出会いは、琉球ガラスの生産に大きな変容を与えることになった。当時

のガラス職人が遊び心で制作した「魚の形をした花瓶」などが米軍関係者の目に止まり、土産品として流通し始めた。他にも、米軍関係者らから、本国への土産や日用雑貨として、様々な製品の注文を得ることになった。さらには、他国（メキシコ）のガラス製品カタログや雑誌の切り抜き、米軍関係者の自宅にあったガラス製の装飾品をガラス工場に持ち込みオーダーされることも増えていった。ガラス職人たちは、創意工夫、試行錯誤しながら、オーダーされた製品をつくりあげ続けることで、沖縄のガラス製造・工芸としての技術は飛躍的に発展した。

その後もガラス製品としての価値は、沖縄の人々ではなく、米軍関係者の間で広まっていく。1960年1月頃に発行された沖縄駐留の米軍関係者向け新聞「Stars and the Stripes」（星条旗新聞）に「Old bottles into art（廃瓶がアートに）」という記事が掲載されている。廃瓶を溶解し再利用することで、新たなガラス製品を創作する沖縄のガラス職人たちに米国マスコミが送った賛辞である。さらにいえば、工芸（craft）や土産（souvenir）ではなく、artと表現しているところからも、高く評価していたと推察できる。

ただ、沖縄のガラス工場や職人たちは、ガラス製品をartとして捉えていなかった。というのも、半年周期で入れ替わる米軍関係者の土産として、作れば売れるという状況に、金銭を稼ぐための手段と考えていたからである。現代にまで続く、琉球ガラスの製造工程における徹底した分業体制は、大量生産を可能にするための生産システムとして発展したといえよう。

さらに時が進み、1970年代になると、72

年の沖縄返還を契機に、「観光立県」として、「青い海」「青い空」のイメージを基軸に沖縄は動き出す。沖縄の観光ブームやリゾートイメージは高まり、本土からの観光客を呼び込む磁石となった。この頃の琉球ガラスに対しては「カンカンと照りつける強烈な日差し、エメラルドのグラデーションを見せる海、深い色の花々、黄金色の夕日、屋根瓦の朱、そして人々のおおらかな心、そうした様々な『沖縄的なもの』が、琉球ガラス製品の色や形として表現される」と『図説「琉球の伝統工芸」』に記されている。確かに、琉球ガラスの製品は、多様で多彩で、鮮やかな色ガラスが多い。特にスカイブルーやコバルトブルーが目立つ。琉球ガラスにみられる気泡からは、海の泡を想起させられる。

ただ、スカイブルーやコバルトブルーのガラスは、戦後から生産されていたし、独特の気泡は、屑ガラスに含まれている不純物によって生まれるものである¹⁸。事実、スカイブルーやコバルトブルーの製品が多い理由は、観光客が沖縄の海を勝手にイメージして、青いガラスを良く買っていくからだという。官主導の「観光立県」政策の名のもと、琉球ガラスの青色に「海」や「空」のイメージを、後から添加したといえる。あたかも、琉球ガラスの職人たちが、沖縄の自然や文化をガラスに埋め込んだものと受け止められがちであるが、こうした事実を知ると沖縄の風土や文化を投影したものであるとは言い難い。

琉球ガラスは、観光的發展という政策のもと、生産側の経済的利益の追求と、マーケット側の情緒的解釈によって発展してきた。分業体制による効率的な生産システムは生産量を増やし、「沖縄的なもの」として情報を

発信するマーケティングやプロモーションで米国や日本の土産や観光というマーケットを巻き込み流通量を増やした。規模の経済が働いたことで「沖縄の工芸品」「沖縄的なもの」という認識が定着した¹⁹。

2. OBAMA ガラスの固有性

(1) 守るべき伝統

琉球ガラスの系譜を踏むOBAMA ガラスであるがゆえに、琉球ガラスのガラスも、OBAMA ガラスのガラスも、素人では見分けがつかない。製造工程も、比較的に人員が多い琉球ガラスの工房が徹底した分業体制であるのに対して、OBAMA ガラスは職人ひとりの手仕事であるとはいえ、基本をなす技法や使用する道具にはさほど変わらない。

日本のガラス製造やガラス工芸、琉球ガラスの歴史を紐解けば、日本のガラス製造などは、ポルトガルからの移入であり、琉球ガラスは、長崎や大阪からの移入であった。竹田氏の手仕事による技能も同様で、外来の技術や技能、技法の忠実な模倣に始まり、ガラス分野という閉鎖された継承空間で、さらに技能や技術が磨かれていった。

「琉球ガラスのゆったりとした作風を継承し続けること。大事にしまわれる特別なガラスではなく、生活に根づいた、日常使いできるガラスをつくるのが守るべき伝統である。一方、変化・進化しなければならぬという思いを強く持っている。そして、小浜だからこそ生まれるガラス製品を目指している」と竹田氏はいう。これが、OBAMA ガラス固有の創造視点である。

(2) 「削る文化」と「盛る文化」

では、OBAMAガラスの固有性とはなにであろうか。OBAMAガラスが琉球ガラスから離れ、なぜ「小浜的なもの」=「小浜という地域の文化」になるのか。

ガラス工芸の世界における柄づけは、切子細工や、サンドブラストやレーザー加工など、「削る文化」が主流である。他方、OBAMAガラスでは「盛る文化」が誕生した。

OBAMAガラスには、「メッセージ額」というものがある。ガラスの特性を活かして、オリジナルの額に専用インクで文字やイラストなど書いて焼きつけたもので、この技法をここでは「盛る」と表現したい。また、額を支える土台は、工房の庭に育つ桜の枝などを使用し、その作品に合わせてひとつひとつ手仕事で仕上げている（図表9）。趣のある手書きのオリジナルメッセージ（文字やイラスト）が、希少性をさらに高めることになる。ちなみに、竹田氏は書道の師範であり、ガラス文化と書の文化が交わることで生まれた固有性の高い商品（作品）といえる。

ただ、これだけでは、「小浜的なもの」=

図表9. OBAMAガラスのメッセージ額



KEIS庵HPより

図表10. 「黒金」のグラス



竹田氏提供

「小浜という地域の文化」にはなりえない。「OBAMAガラス的なもの」でしかない。

(3) 「OBAMAブルー」への挑戦

琉球ガラスにはない「黒金」というOBAMAガラス独自の発色がある。これは、市販の発色原料を使用してはいるものの、発色の研究を行っている際に、偶然発見したものである（図表10）。

ただ、ここで最も注目したいことは、「OBAMAブルー」への挑戦である。

「OBAMAブルー」とは、小浜湾独特の碧・翠（みどり）がかかった青い海の色を指す。これを、小浜市の特産である牡蠣の殻をガラスの成分であるカルシウム分にし、小浜の海の砂をガラスの主成分である珪砂の代替として使用して「OBAMAブルー」を実現できないかと考えた。この着想に至る背景には、いくつかの出来事があった。

ガラス組成を学んでいた2010年、若狭湾エネルギー研究センターの太陽炉を使ったテレビ番組の企画で、その場で拾った石がガラス質になることを目の当たりにし、驚いたこと。

他方、ガラスを溶解するには1400℃の熱

を必要とし、電気や灯油を多く消費するガラス工芸は、環境に優しくないと思い、常に申し訳ないと感じていた。せめてもの罪滅ぼしとして、廃棄されるガラス瓶などを洗い、砕き、ひとつひとつを溶かし直して、多彩なガラスのかけらを作り、ランプや写真立てなどの作品として、新たな役割を持つ作品にする取り組みを行っていたこと。

早朝に歯を磨きながら工房近くの浜辺を歩いていると目にする碧・翠（みどり）がかかった青い海と山積みになった牡蠣の殻。牡蠣の殻は長期間放置しておくと思臭を放つ。処分するにも大変だという声を聞いていたこと。

2019年の台風19号は、東日本を中心に甚大な被害をもたらした。記録的な豪雨によって各地で川が氾濫し、100人以上が犠牲になった。経済にも大きな打撃を与えた。OBAMAガラスを通じて、何かできないものかと考え、展覧会を開催し、そこでの売り上げを義援金として寄付したいという思いが強くなったこと。

これらの出来事がひとつに結ばれたことで2019年に「OBAMAブルー」への挑戦の歩みがスタートした。この挑戦が成功すれば、リサイクルの一端を担うことができる。なによりも、ガラス組成のほとんどの部分に小浜の資源を活用できる。こうしてできた食器を小浜の食材で彩れば、観光資源にもなるし、小浜の食文化にも貢献できるのではないかと。

琉球ガラス制作の技法と小浜固有の地域資源とを、ガラス工芸作家である竹田氏が引き合わせることで、本当の意味での「OBAMAガラス」が誕生しようとしている。いまだ研究開発段階とはいえ、この挑戦は一步ずつ前進している（図表11）。

図表 11. 開発段階の「OBAMAブルー」



筆者作成

- ①開発当初
- ②改善も失敗（ガラス化不十分）
- ③グリーンが出るも深みなし
- ④完成間近の「OBAMAブルー」

3. 「OBAMA ガラス」にみる「地域創生」

地域創生とは「地域に住む人、関係する人など、多様な人たちが協力して新たな地域コミュニティをつくり豊かな暮らしを実現していくための運動（ムーブメント）」である。「OBAMAブルー」への挑戦は、地域創生に他ならない。

というのも、この挑戦は、竹田氏ひとりが着想したものではないからである。そもそものきっかけは、2019年の台風19号である。展覧会を開催し、そこでの売り上げを義援金として寄付したいと思っても、展覧会が開催されることを多くの人に認知してもらわなければ集客は限定的になる。そこで、地元の新聞記者に記事にしてもらうことにした。地元の新聞記者たちが集まる記者クラブは市役所の中にある。記者たちは市の職員とも親しい間柄で、竹田氏の企画を聞きつけた市の職員が、竹田氏のもとにやってきたのだ。「山積みになった牡蠣の殻や、海流の関係で溜まり続ける砂の処理に困っている。これを資源に

して、なにかできれば、地域課題の解決にもなるし、地域振興になるのではないか。」と。牡蠣の殻も砂も、ガラスの原料になる。竹田氏は、太陽炉を使うことで、石がガラス質に生まれ変わることも知っていた。この装置を所有する若狭湾エネルギー研究センターに相談すれば、良い知恵がもらえるのではないか。事実、若狭湾エネルギー研究センターだけでなく、原子力開発機構のアドバイスを受け、福井県工業技術センターでの溶解実験などを行った。

こうしてみると「OBAMAブルー」への挑戦は、ひとりのガラス工芸作家の挑戦ではなく、地元に着目した新聞記者、市職員、研究施設のスタッフや設備など、多様な人たちとの共同作業によるムーブメントになっている。牡蠣の殻や処理できない砂といった地域の厄介者で無価値なものを、価値あるものへと生まれ変わらせ、地域課題を解決する取り組みなのである。こうした「地域創生」の取り組みであるからこそ、OBAMAガラスは地域の文化になっていったといえるであろう。

おわりに

「たったひとりからスタートした活動（文化創造）が、どのようにして広がっていき、地域の文化になっていくのだろうか。また、小さな活動が地域の文化になっていくことが、なぜ地域創生になるのだろうか」が本稿のリサーチクエスションであった。これを明らかにするために「ガラス工芸という分野における伝統と創造のダイナミズム（タテの視点）」と「ガラス工芸やガラス工芸作家を対象を限定せず、コミュニティの視点から、地

域内外の多種多様な人たちとの繋がりやコミュニケーションのなかで、『文化創造』を捉え直すこと（ヨコの視点）」の2つを本稿における基本視点とした。

日本のガラスや琉球ガラスの文化史も整理しつつ、主として、福井県小浜市のOBAMAガラスの伝統と創造とはなにか。なぜOBAMAガラスは、地域の文化に成り得たのかを考察することで、「文化創造」と「地域創生」の理解を深めることが目的のひとつでもあった。

例えば、琉球ガラスは、Ruskinがいう固有価値（ものが持つ「生を支える絶対的な力」≡沖縄固有の文化性（気候や景観、風習など））ではなく、労働価値（生産量）と効用価値（流通量）²⁰による規模の経済が働いたことで「沖縄の工芸品」「沖縄的なもの」という認識が定着した。換言すれば、「タテ」型の成長・発展であった。この「タテ」型は、日本のガラス製造・ガラス工芸も同様である。他方、OBAMAガラスの活動は、「固有価値」を高める運動である。すなわち、「タテ」型による技能や技法の継承を尊重しつつ、多種多様な人たちとのコミュニケーションを通じた「ヨコ」型の成長・発展過程にある。「固有性は、一タテの継承関係で一、個性ある人々のヨコのつながりによって質を高め、タテ・ヨコがまじわる場で自由な学習・研究空間・時間を経て、行動に基づく未来への展望を拓く」²¹。

「タテの継承関係で技能を深めた個性ある個人が独自の活動に没頭する中で活動の幅が自然に広がる。幅の広がり、他の個性ある個人との接触へと導き、ヨコのつながりが誕生する。このヨコの誕生がタテの世界だけでは得られない創造性や革新性につながる。そ

して、この連続が、確実性を持って、より良い未来への展望を与え、つながりの更なる広がりによって、小さく産まれた活動が、地域の文化として定着していく。これが、本稿で得ることができた、現時点での結論である。

現在、OBAMA ガラスと若州窯（若狭町・熊川）との新たな取り組みも始まっている。新型コロナウイルス感染症の拡大による危機を、女性ガラス工芸作家と女性陶芸作家が手を組み、新たな工芸分野を切り開くことで、乗り越えようという挑戦である。また、「若狭の空と海とものづくり」というNPO法人も立ち上がっている。OBAMA ガラスや若州窯はもちろんのこと、若狭地域で活動する工芸家たち（若狭塗、若狭めのう細工、若狭パール、若狭和紙、組子細工、蒔絵）が、それぞれの技術や知識を共有し、新しい可能性を見出すことで、若狭の工芸の未来を描き出そうという挑戦である。こうしたタテ・ヨコが交わる場が抱える現在の問題点と課題を整理し、文化創造や地域創生への展望を示すことが今後の課題である。

【参考文献】

- ・ 旭硝子財団 (1994) 「財団60年の歩み」財団法人旭硝子財団
- ・ 伊波盛伸 (1986) 「沖縄の紅型と琉球ガラスの経営問題」『沖大経済論叢』沖縄大学経済学会
- ・ 太下義之 (2010) 「『クリエイティブ・インダストリー』とは何か？」<https://www.nettam.jp/course/creative-industry/1/>
- ・ 三徳工業株式会社ホームページ <http://www.glass-kougeihiroba.jp/>
- ・ SAUDI RESEARCH & PUBLISHING COMPANY (2020) 「コロナの時代に文化がなぜこんなにも重要なのか」『ARAB NEWS JAPAN』2020年11月5日 発行 https://www.arabnews.jp/article/opinion/article_26003/
- ・ 島田守 (2008) 「古代吹きガラスの実験考古学的研究」『文化財学報』奈良大学
- ・ 清水友理子 (2013) 「琉球ガラスの文化史」『一橋研究 第37巻3・4合併号』一橋大学
- ・ 清水友理子 (2018) 「沖縄の伝統産業と職人集団—琉球ガラスを事例として—」『年報 日本中小企業・ベンチャーコンソーシアム 第17号』日本中小企業ベンチャービジネスコンソーシアム
- ・ 杉山友城 (2020) 『地域創生と文化創造—人口減少時代に求められる地域経営—』晃洋書房
- ・ 杉山泰 (2001) 「異文化との出会い」池上惇他『文化政策入門—文化の風が社会を変える—』丸善
- ・ 高良松一 (1989) 「琉球ガラス工芸の文化」『沖縄県立博物館紀要 第15号』沖縄県立博物館
- ・ 田島慶三 (2013) 「日本の板ガラス技術の歴史」『化学史研修講演会資料』化学史学会

注)

- 1 本稿では、伊波 (1986)、高良 (1989)、島田 (2008)、清水 (2013) を参考、引用しているところが多くある。
- 2 2020年11月19日、2021年1月6日、現地 (KEIS庵) に伺い、延べ9時間のヒアリングを行った。また、その後も、メールや電話での聞き取り調査を6回実施した。限られた時間ではあったが、厚みのある聞き取

- りができた。竹田恵子氏には、この場を借りて御礼申し上げたい。
- 3 2020年11月5日発行の『ARAB NEWS JAPAN』「コロナの時代に文化がなぜこんなにも重要なのか」SAUDI RESEARCH & PUBLISHING COMPANY https://www.arabnews.jp/article/opinion/article_26003/を参照した(2020年11月24日閲覧)。
 - 4 太下義之(2010)「『クリエイティブ・インダストリー』とは何か?」<https://www.nettam.jp/course/creative-industry/1/>を参照した(2020年11月24日閲覧)。
 - 5 杉山(2020:20)を参照。
 - 6 杉山(2010)を参照。
 - 7 工房に在籍する職人の約9割が沖縄県外出身者であった。
 - 8 吹き竿で膨らませたガラスをいったん切り離し、形を形成するために溶けたガラスを少量、別の棒に巻き取って、底に垂直に接着する。この行為を「ポンテを取る」という。
 - 9 清水(2018:17)を参照。
 - 10 形を整えるために使用する道具で、OBAMA ガラスでは鉄リンを使用している。紙リンというものもあり、これは、新聞紙を水に濡らして、直接、手に持って成形する際に用いられる。
 - 11 この期間には、溶解炉の構造を学ぶために行なった全国のガラス工房回りや、必要炉材計算、搬入といった準備期間は含まれていない。
 - 12 旭硝子財団(1994:2-5)を参照した。
 - 13 田島(2013)を参照した。なお、近代日本のガラス製造に関する子細は、紙幅の制約上、別の機会としたい。
 - 14 三徳工業株式会社のホームページを参照した。<http://www.glass-kougeihiroba.jp/>(2020年11月24日閲覧)。
 - 15 2020年12月1日に行なった三徳工業株式会社への電話による聞き取り調査によるものである。
 - 16 ここでは特に清水(2013)を参考にした。念入りに現場を調査したうえでまとめられた琉球ガラスの歴史理解に大いに貢献するものである。
 - 17 つまり、正確には、1980年代以前に製造されたガラスは「沖縄ガラス」であり、80年以後を「琉球ガラス」とした方が正確ではあるが、本稿では「琉球ガラス」で統一することにする。なお、1960年代から琉球ガラスとして、一部、米国に輸出されていた。輸出当初は「OKINAWA」ガラスとしたものの、米国側から「OKINAWA」は戦争を想起させるため別の名にして欲しいとの要望を受け、「RYUKYU」にしたという。
 - 18 現在では、重曹を投入し、意識的に気泡を発生させている。
 - 19 なお、外部環境の変化や、マーケットのニーズに対して柔軟に対応し、産地を維持存続させている琉球ガラスの職人たちの創意工夫は、見習うべきところが大きいにあるため、こうした発展を批判的に捉えているのでは決してないことは付記しておきたい。
 - 20 ものの価値を生産に要した労働力で測る「労働価値」と、ものを消費することによって得られる主観的満足度で測る「効用価値」とは異なる測定視点として「固有価値」を示している。

- 21 2020年2月24日に、池上惇先生（京都大学名誉教授・福井県立大学名誉教授）からいただいた便りの一文を引用した。