

文化創造の条件に関する一考察

—— 若州窯の事例を参考に ——

杉山 友城

研究論文

文化創造の条件に関する一考察

—— 若州窯の事例を参考に ——

A Study on the Conditions of Cultural Creation — A Case of “JAKUSYUYOU” —

杉山 友城*

はじめに

- I. 現状認識と問題意識
- II. 日本における陶器の現状
- III. 若州窯の文化創造
- IV. 若州窯にみる文化創造の条件

おわりに

地域創生を実現するには、「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」という文化創造が連続的に発生する地域を創っていくことが望まれる。

近年、商工労働政策の側面のみならず、文化政策、観光政策などをも含む総合的な政策の枠組みの中で、地域に現存する工芸の可能性に対する再評価が見られる。地域創生の種として工芸を位置づけているのである。

しかし、工芸分野の生産額をみると、最盛期（1983年）と比較して2017年は8割以上減少しているし、陶磁器分野では、1996年に記録した1496億円をピーク、2020年現在では85.4%減と弱体化が進んでいる。このように厳しさが増す日本の工芸および陶磁器の現状と課題を整理し、また、日本六古窯に名を連ねる「越前焼」の歴史・生産・流通も理解した上で、厳しいながらも工芸分野で創業を果たした福井県嶺南地域（若狭地域）にある「若州窯」（陶芸家・飛永なを氏）¹の活動＝文化創造に注目し、文化創造の条件を提示することが本稿の目的である。

なお、本稿の到達点は、「技能・技術、スキル」「地域環境、コミュニティ」「連携・連帯、フォローシップ」の3点が文化創造の条件であると示したことである。ただ、これは個別事例の考察から得たものであり、今後は、この3点を仮説として、他の工芸家や起業家の事例との比較を通じて、理論化していくことが課題である。

キーワード：工芸、陶芸、文化創造、若州窯、嶺南地域

* 福井県立大学 地域経済研究所

はじめに

近年、日本の各地に点在する工芸を再評価する動きが見られる。例えば、工芸を教育文化の側面では小学校におけるキャリア教育、観光の側面では体験型サービスのコンテンツとして活用しているし、地域政策の側面では創造都市政策が代表例で地域づくりの重要なリソースとして位置づけているなど、工芸は「ひとづくり、まちづくり・都市づくり」に貢献するものとみなされている。創作される土地の風土と歴史の中で、その土地で暮らす人たちの生活と密接な関係を築いてきたもののひとつが工芸である。単に産業や経済的な側面だけではなく、文化的な側面や観光的な側面から見て、その土地の「らしさ」を象徴する地域資源としての価値が工芸には備わっているという強い眼差しといえよう。地域創生や働き方改革を実現する種になり得るといふ位置づけでもある。

また、昨今のコロナウイルス感染症の拡大による、暮らし方や働き方の見直し、地方回帰の動きは、若年者のみならず、現役世代の工芸への興味・関心を高めていると考えられる。かつては諦めていたものの、コロナウイルス感染症の拡大がきっかけで、憧れていた工芸の世界に飛び込もうと考えている人が増えているという²。

しかし、こうした願望とは裏腹に、日本の工芸分野の衰退・弱体化が止まらない。海外から輸入される「雑器」に消費者を奪われ、生産額は激減し、従事者も減り続けている。人材問題は深刻で、生産者の高齢化、後継者の不在、財務状況の悪化による採用難などによって、生産の担い手確保のみならず、技能

の伝承すら困難な状況にある。工芸は、このまま消滅してしまうのだろうか。

さて、「地域創生」とは、国における「地方創生」とは異なる概念である。東京の一極集中の是正と、日本の合計特殊出生率の向上を目指す「地方創生」は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（杉山：2020）。また、地域創生を実現するには、その地域における「文化創造」の可能性に光をあてることが重要である（杉山：2021）。なお、ここでいう「地域」とは、固定化されたものではなく、人の繋がりや構成要素によって、都度、収縮するもので、ゆえに、「コミュニティ」に重要とされる物理的な人の近接性や、構成員の属性は問わず、「精神的、心理的につながった人たちの共同体」を意味する。

次に「文化創造」とは、「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、例えば、文化創造の種になる地域の産業を挙げるならば「工芸」がそのひとつと位置づけられる。

そこで本稿では、地域創生を実現させるためのヒントを得るために、福井県若狭町にある工芸(陶器)のスタートアップ「若州窯(じゃくしゅうよう/食器等創作)」に注目し、「若州窯」を起こした「飛永なを」氏を事例として取り上げている。

工芸を題材に取り上げた研究は、一定期間の歴史を持ち、一定の集積がみられる「伝統的工芸品産業」に注目したものがもっぱらで、その種類も、研究動向の整理、個別具体的な

製品や特定都道府県内の生産動向、製品としての伝統工芸品の機能やデザイン、地場産業として特定地域の生産構造に関する研究など(前川:2018)といった具合である。ただ「伝統工芸品に関する研究はこれまでの研究蓄積が少ないテーマであり一個別具体的な生産品に関する事例研究を積み重ねることが極めて重要である」(前川:2018)。

すなわち、伝統的工芸品産業という長い歴史の中で培われてきた技術や知恵という、記録が残るはずのものであっても研究の蓄積が少ないのであるから、各地域に現存する「工芸」に関する研究蓄積はさらに少なくなると推察される。これまで、研究対象として注目されてこなかった「地域の小さな工芸」に光をあて、「地域創生」を実現するための視点を得るという取り組みは珍しい。加えて、スタートアップ段階にある「若州窯」を取り上げ、その実態や抱える課題を詳らかにすることで、日本の多くの地方で、地域創生というムーブメントを創出させるヒントを得ること、なによりも、地域創生の芽となる文化創造の条件を提示することが可能ではないかと考える。

ゆえに、本稿では地域の小さな工芸を媒介にして「文化創造の条件を探ること」を目的にしたい。

I. 現状認識と問題意識

1. 工芸とは何か

そもそも、工芸とは何か。工芸という用語は、1873年のウィーン万博への参加に際し、英語の craft に当たる日本語がなかったこと

から作られたものである(加藤:2011)。広辞苑(第七版)には、「①工作に関する技術。製造に関わる技芸」「②美的価値を備えた実用品をつくること。陶芸、木工、染色などの実用品」とある。ちなみに、広辞苑(第四版)には、「①工作に関する芸術。製造に関わる技芸」「②芸術的な工作物をつくること。陶芸・木工・染織など」とある。ここでの決定的な違いは、第四版では「芸術的な工作物」としているのに対して、第七版では「美的価値を備えた実用品」としているところである。

他方、かつては工芸と工業は同義語として扱われてきた。しかし、日本は明治20年代後半以降、それまでの手工業(手仕事)主体から機械工業主体の機械工業化に移り、工業と工芸を区別するようになった。近代的なもののづくりは工業、近代化から取り残されたもののづくりは工芸といった具合である。

また、「美的価値を備えた実用品」とはどのようなことなのだろうか。柳宗悦(1948)は、『手仕事の日本』で「実用的な工芸品と、鑑賞的な美術品とは、性質が大変違う」「用いる工芸と眺める美術と、この区別があるため、とかく後者は前者よりも高尚なものとさせられ」「実用に交わる品物の如きは、位の低いものと」評価されてきた。しかし「美と用は叛くもの」ではなく「用と結ばれる美の価値は非常に大きい」という。

現代の「工芸」は、「美術」に近い分、「美」を意識する、「工業」に近い分「用」を意識する。つまり「工芸=用+美」という考え方が生まれてくる(金子:2007)。すなわち、工芸とは「実用品としての価値と美術品としての価値という両面の価値を兼備する手仕事から生まれるもの」と差し当たり定義できる。

表1 伝統的工芸品産業の生産額と従事者数の現状

	2017				2018				2018/2017 従事者数 増減率(%)
	生産額		従事者数		生産額		従事者数		
	百万円	%	人	%	百万円	%	人	%	
織物	19,398	20.9	8,026	13.9	—	—	7,092	12.4	-11.6
染織品	15,309	16.5	3,585	6.2	—	—	3,645	6.4	1.67
その他の繊維製品	858	0.9	3,037	5.3	—	—	3,070	5.4	1.09
陶磁器	20,026	21.6	15,551	26.9	—	—	15,952	27.9	2.58
漆器	13,409	14.5	7,631	13.2	—	—	7,580	13.2	-0.67
木工品	2,423	2.6	1,248	2.2	—	—	1,204	2.1	-3.53
竹工品	1,000	1.1	770	1.3	—	—	478	0.8	-37.92
金工品	5,147	5.6	5,119	8.8	—	—	5,263	9.2	2.81
仏壇・仏具	3,185	3.4	3,360	5.8	—	—	3,402	5.9	1.25
和紙	356	0.4	691	1.2	—	—	670	1.2	-3.04
文具	1,060	1.1	3,135	5.4	—	—	2,929	5.1	-6.57
石工品	727	0.8	782	1.4	—	—	1,259	2.2	61.00
人形・こけし	1,142	1.2	1,239	2.1	—	—	906	1.6	-26.88
その他の工芸品	5,504	5.9	2,982	5.2	—	—	3,137	5.5	5.20
工芸材料・工芸用具	3,192	3.4	687	1.2	—	—	682	1.2	-0.73
合計	92,736	100.0	57,843	100.0	—	—	57,269	100.0	-0.99

出所：伝統的工芸品産業振興協会「業種別生産額推移」および「業種別従事者数推移」をもとに筆者作成。

2. 日本の工芸の現状

工芸と聞けば、日本では「伝統的工芸品」という言葉がすぐに思い浮かぶ。正式には「経済産業大臣指定伝統的工芸品」といい、「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）」（伝産法）によって定められた要件、

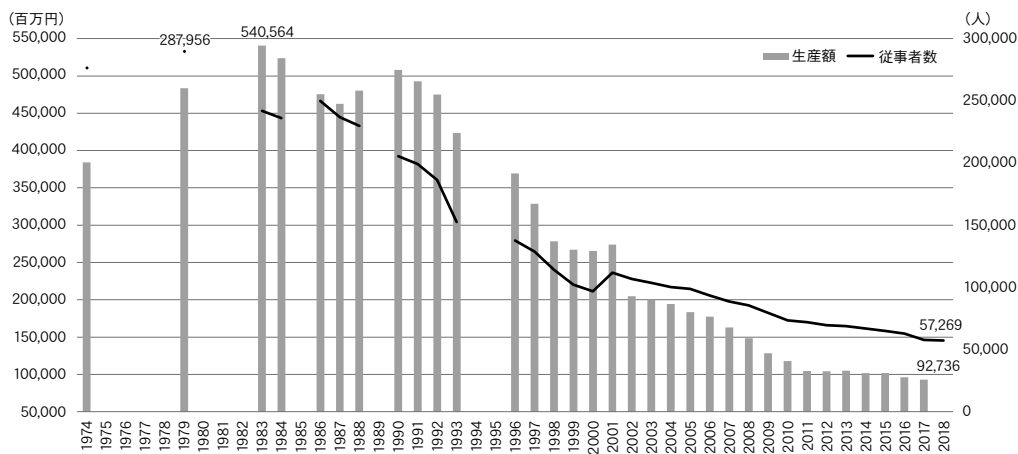
- ①主として日常生活の用に供されるものであること。
- ②その製造過程の主要部分が手工業的であること。
- ③伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。
- ④伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること。
- ⑤一定の地域において少なくない数の者がそ

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。

を満たした製造組合等が、伝統的工芸品産業に関する振興計画を作成し、当該伝統的工芸品の製造される地域を管轄する都道府県知事を経由して、経済産業大臣に提出し、当該振興計画が適当である旨の認定を受けることで、「伝統的工芸品」として指定を受けることができる。

2021年1月15日時点で、国が指定した伝統的工芸品は236品目で、細かくは、織物38品目、染織品13品目、その他の繊維製品5品目、陶磁器32品目、漆器23品目、木工品・竹工品32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、その他の工芸品22品目、工芸材料・工芸用具3品目である。

図1 伝統的工芸品産業の生産額と従事者数の推移



出所：伝統的工芸品産業振興協会「業種別生産額推移」および「業種別従事者数推移」をもとに筆者作成。

前川 (2018) も「伝統工芸品産業の動向を把握する上で重要である統計資料は乏しく一「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」以降のデータに頼らざるを得ない」と指摘しているとおり、日本の各地に点在する工芸のすべての動向について把握することはさらに難易度が高まる。そこでここでは、伝統的工芸品産業振興協会から入手したデータに基づき、生産額、従事者数の推移を振り返り、伝統的工芸品産業の現状と盛衰を把握しておく。

2017年における生産額の合計は927億円、その内訳は陶磁器が21.6%と最も多くを占め、以下は織物の20.9%、染織品の16.5%、漆器の14.5%と続く。従事者数は2017年が5万7843人、内訳は生産額同様に陶磁器が26.9%と最も多くを占め、以下は織物の13.9%、漆器の13.2%と続いている。ちなみに従事者数は2018年データもあるため見ておくと、合計で5万7269人と前年比0.99%減であり、内訳は前年の傾向とさほど変化はない(表1)。こうしてみると、陶磁器、織

物、漆器が日本の三大伝統的工芸品産業と呼ばれる。

次に、時系列で盛衰の状況を確認すると、出荷額は1983年に合計で5406億円を記録して以降、減少傾向をたどっている。特に2004年以降は2000億円を、2016年以降はついに1000億円をも割り込み、最盛期(1983年)と比較すれば2017年は8割以上減少となっている。従事者数はといえ、1979年に28万7956人であったものが、2005年には10万人を割り込み、最新の2018年が5.7万人であるから、生産額同様に約8割の減少となっている(図1)。

また、三大伝統的工芸品産業の状況をデータがある1990年以降で見ると、まず陶磁器における生産額の最盛期は1992年で513億円、以降は減少に転じ2012年に200億円を割り込んだものの、2015年は再び200億円台に回復し、2017年は200億円と辛うじて踏ん張っている状況といえる。織物とはいうと、1990年が最盛期で2022億円、以降は1998

表2 . 伝統的工芸品産業の生産額と従事者数, 従事者一人当たりの生産額の推移
(百万円, 人, 百万円)

	陶磁器			織物			漆器			その他			合計			
	生産額	従事者数	従事者一人当たり生産額	生産額	従事者数	従事者一人当たり生産額	生産額	従事者数	従事者一人当たり生産額	生産額	従事者数	従事者一人当たり生産額	生産額	従事者数	従事者一人当たり生産額	
1990年	51,005	23,761	2.15	202,193	84,659	2.39	53,901	21,068	2.56	201,065	76,080	2.64	508,164	205,568	2.47	
1991年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	492,779	199,057	2.48
1992年	51,307	23,114	2.22	182,031	69,384	2.62	46,102	22,024	2.09	195,786	71,947	2.72	475,226	186,469	2.55	
1993年	43,682	20,787	2.10	161,776	47,029	3.44	35,407	20,072	1.76	182,557	64,803	2.82	423,422	152,691	2.77	
1994年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1995年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1996年	43,942	18,201	2.41	125,162	44,217	2.83	32,181	17,907	1.80	167,927	57,290	2.93	369,212	137,615	2.68	
1997年	40,661	17,760	2.29	111,004	40,492	2.74	30,749	17,249	1.78	146,419	53,215	2.75	328,833	128,716	2.55	
1998年	38,800	17,973	2.16	88,282	30,720	2.87	29,800	15,974	1.87	121,566	49,589	2.45	278,448	114,256	2.44	
1999年	39,981	16,626	2.40	79,455	25,317	3.14	31,759	13,048	2.43	116,000	47,261	2.45	267,195	102,252	2.61	
2000年	30,485	17,179	1.77	104,053	24,411	4.26	31,425	11,675	2.69	99,382	43,650	2.28	265,345	96,915	2.77	
2001年	36,045	25,149	1.43	65,961	26,181	2.52	25,936	12,953	2.00	146,046	47,424	3.08	273,986	111,707	2.45	
2002年	35,376	23,621	1.50	52,704	25,200	2.09	22,579	12,698	1.78	94,140	45,224	2.08	204,799	106,743	1.92	
2003年	32,401	22,774	1.42	55,513	23,577	2.35	23,556	13,268	1.78	88,848	43,850	2.03	200,318	103,469	1.94	
2004年	30,248	21,874	1.38	54,248	22,504	2.41	21,908	11,833	1.85	87,775	44,045	1.99	194,179	100,256	1.94	
2005年	26,610	20,783	1.28	48,399	22,166	2.18	21,409	11,587	1.85	86,936	44,298	1.96	183,354	98,834	1.86	
2006年	25,004	18,780	1.33	52,645	19,348	2.72	20,245	11,168	1.81	79,436	44,069	1.80	177,330	93,365	1.90	
2007年	23,890	18,095	1.32	51,060	17,345	2.94	19,418	10,896	1.78	68,427	42,356	1.62	162,795	88,692	1.84	
2008年	23,081	18,813	1.23	42,882	15,717	2.73	18,429	10,020	1.84	64,131	40,924	1.57	148,521	85,474	1.74	
2009年	21,304	17,704	1.20	29,162	13,287	2.19	17,326	9,788	1.77	60,321	38,639	1.56	128,113	79,418	1.61	
2010年	21,125	16,841	1.25	28,444	12,615	2.25	11,092	9,415	1.18	57,133	34,637	1.65	117,748	73,508	1.60	
2011年	20,486	16,210	1.26	27,366	12,263	2.23	7,847	9,330	0.84	48,788	34,116	1.43	104,477	71,919	1.45	
2012年	19,906	15,596	1.28	24,849	12,064	2.06	7,172	9,220	0.78	52,071	32,755	1.59	103,997	69,635	1.49	
2013年	18,929	15,704	1.21	25,107	11,050	2.27	9,613	9,028	1.06	51,472	32,941	1.56	105,121	68,723	1.53	
2014年	19,251	15,574	1.24	24,653	11,300	2.18	9,456	8,791	1.08	48,300	31,311	1.54	101,660	66,976	1.52	
2015年	20,927	15,481	1.35	22,235	11,047	2.01	11,176	8,483	1.32	47,292	29,878	1.58	101,630	64,889	1.57	
2016年	21,083	15,657	1.35	20,098	8,914	2.25	11,328	8,350	1.36	43,517	29,769	1.46	96,026	62,690	1.53	
2017年	20,026	15,551	1.29	19,398	8,026	2.42	13,409	7,631	1.76	39,903	26,635	1.50	92,736	57,843	1.60	
2018年	-	15,952	-	-	7,092	-	-	7,580	-	-	26,645	-	-	57,269	-	

出所: 伝統的工芸品産業振興協会「業種別生産額推移」および「業種別従事者数推移」をもとに筆者作成。

年に1000億円を割り込み、2000年にはいったん回復したものの、翌年には再び大幅に1000億円を割り込み(660億円)、その後は減少がさらに加速することで2017年はいつに200億円をも下回る状況になっている。そして、漆器はというと、最盛期は539億円を記録した1990年で、以降は減少に転じ、2011年には100億円を割り込んでいる。その後は2012年の71億円をボトムに増加に転じ、2017年は134億円にまで回復している³(表2)。

日本の伝統的工芸品産業は、把握されてい

る限りでは、バブル期にいったん持ち直したように見られた。しかし、特に陶磁器、織物、漆器は中国からの代替品の輸入拡大と、これに並行した100円ショップ台頭によって、日本の消費者が、手仕事の日本の工芸品と同等とまではいかないものの、機能的には十分すぎる海外製の安価な代替品(雑器)へと手を伸ばす傾向が高まり、1990年以降、急速に弱体化していったといえる。

なお、伝統的工芸品に指定されていない工芸も全国に点在していると考えられる。少し

古くなるが前川（2019）には、2013年に「国や都道府県による指定以外に、地域で伝統的に生産されている工芸品として、941品目を把握した」とある。指定以外ということを書案すれば、指定を受ける伝統的工芸品産業よりも規模が極めて小粒なものが多く含まれていると推察される。規模が小さくなれば業況は厳しくなるものであるから、統計結果以上に工芸分野の衰退が進行していることが予想される。

3. 工芸の可能性と抱える課題

このような厳しい状況にある中で、地域の工芸を再評価する動きが見られている。かつての工芸に対する眼差しは、地場産業や地域産業として商工労働振興の枠組みの中でのものが多かった。しかし、2000年代に入り、伝統的工芸品産業の衰退が顕著になると、国のスタンスが産地（組合）の保護から自立化⁴支援（補助金からの脱却）へと軸足が移り、また、商工労働振興の範囲だけでなく、文化振興や観光振興をも含む地域振興全体という枠組みの中で、工芸を地域資源として位置づけ、維持や保全のみならず、キャリア教育のコンテンツや、観光商品としての活用を模索するといったものが見られ始める。工芸（特に伝統的工芸品産業）分野の研究も、「①研究動向について整理した研究、②個別具体的な製品や特定の都道府県の生産動向に着目した研究、③デザイン学の視点から製品としての伝統工芸品の機能やデザインに関する研究、④地場産業として特定地域の生産構造に着目した研究、等が確認される」（前川：2018）。また、衰退する中でも、イノベーション

やマーケティング、ネットワーク化などによって躍進する工芸分野に属する企業や経営者、さらには職人や技能者に注目し、これらの成功要因を探るといったベストプラクティスを紐解くというものも見られる。

すなわち近年では、工芸に備わる地域産業という側面だけではなく、地域の歴史と密接に関わる地域文化という側面や観光資源という側面など、工芸は、多様な機能や役割を担うものとみなされているのである。こうした考え方を先駆けて提示したのが池上（2003）であり「伝統とは、生活の知恵であり、その結晶が、手仕事による工芸であり、多様な芸術である。現代では、これらを活かして、村や街を起こすことができる」という。単に工芸を産業という側面だけや、工業化から取り残された時代遅れのものとして捉えるのではなく、村や街を起こすまでのポテンシャルを持ち、多様な機能や役割を担う可能性を大いに秘める地域資源であることを示唆する。

他方、少子超高齢化の中で、工芸分野においても、職人の高齢化は深刻で、将来の担い手をどうやって確保し、育成するか。すなわち、技能をどう传承するかも重大な課題になっている。昨今の「地方回帰志向」の高まりや、コロナウイルス感染症の発生を背景に、工芸とは古臭いものではなく、若者であればノスタルジックで新しいものへと変化しているし、現役世代ではライフシフト時代における次なる選択肢のひとつに加えられるなど、若者だけではなく、現役世代の工芸への眼差しに変化が見られていることは工芸業界にとっては機会といえよう。ただ、工芸分野の生産額の減少は深刻で、例えば、伝統的工芸品産業振興協会のデータでみると、1993

年に277万円ほどであった従事者1人当たりの生産額は、2017年には160万円まで落ち込んでいる（表2）。このような状況では、人を雇いたくても雇うことができないというのが実情であろう。

衰退が進む工芸業界にあって、鑄造技術を受け継ぎつつ、新たなデザインや用途などで新機軸を打ち出す能作（富山県高岡）のようなイノベーターとして躍進する企業や工房は見られるものの、こうした企業や工房には、入社や入職希望者が殺到するであろうし、好調な企業や工房であっても、希望者すべてを雇うことができるわけでもない。

地域振興という大きな枠組みの中で、期待が寄せられる工芸ではあるものの、崩れた労働市場のバランスをどうやって整えるべきなのか、また、工芸とは歴史・伝統を持つものであって、その地に既に存在するものという意識が働く。ゆえに、企業や工房が人を雇用するという視点でのみ人材問題を捉えてしまう。他方、後継者や若手人材によるイノベーションや第二創業への注目が集まりやすい。しかし、文化創造の視点では、「工芸で起業する」という観点を持つ必要がある。

II. 日本における陶器の現状

1. 陶器とは何か

本稿は、福井県若狭町熊川の「若州窯（じゃくしゅうよう）」の現状や問題、その背景、また、起業を果たした飛永なお氏の生い立ちなどを整理することで、「文化創造の条件を探ること」が目的であるが、まず、飛永氏

が創作する陶器とは何かを簡単にまとめておく。

先に見た、伝統的工芸品産業の分類では、「陶磁器」に含まれる。陶磁器とは、陶器と磁器の総称であり、陶器は土器と磁器の中間の器などと考えられる。

土器とは、主に原始時代から作られてきたもので、粘土と水で練り固めたものを、焚火などでさらに焼き固めることで完成する。焚火を使用するため、焼成温度は600から900℃と低いことが特徴である。また、陶磁器と比較すれば軽量であり、内部に気孔が残りやすく、透水性が高い。

一方で陶器は焼成温度が1200から1300℃と高く、伝統的には高温になる登り窯で作られてきた。しかし、近年では、電気窯を使用するケースも見られる。なお、磁器の場合の焼成温度はさらに高くなり、1350℃以上で焼成する。ちなみに、焼成温度と耐熱温度はほぼ同じである。

陶器と磁器のもうひとつの違いが原料で、ともに原料は、長石や珪石、粘土を混ぜたものを使用するものの、磁器に比べるとガラス質の成分が陶器は少なくなる。ガラス質の成分が多いほど吸水性は低くなる。

2. 陶器業界の現状

陶器単独の生産額が分かる資料が存在しないため、ここでは日本陶業連盟提供の陶磁器生産実績を使用して、現状を把握しておく。

1年間の総数が把握できる2020年（最新）の状況を見ると、陶磁器生産額の合計は1279億円で、内訳はタイルが28.8%で最も多くを占め、以下は碍子などの電気用品が

表3 陶磁器生産額の推移

(百万円)

	1-12月												
	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
タイル	173,058	170,695	136,183	123,806	121,209	117,455	104,396	95,987	88,983	84,333	83,427	84,335	68,712
衛生用品	84,161	83,700	68,259	63,637	67,605	61,555	69,071	76,613	71,735	64,953	57,664	60,487	58,554
電気用品	61,123	63,196	56,702	47,295	44,747	39,639	37,399	33,728	29,785	27,315	29,475	35,109	34,383
台所・食卓用品	149,617	144,966	129,728	115,638	105,114	87,802	77,203	69,918	64,254	60,032	55,314	49,754	44,207
和飲食器	91,517	88,051	78,000	72,156	66,610	56,309	50,984	46,300	44,346	41,028	37,465	33,148	29,575
洋飲食器	51,571	49,956	45,601	38,058	33,184	26,423	21,570	18,992	16,931	16,259	15,220	13,994	11,964
台所・調理用品	6,529	6,959	6,127	5,424	5,320	5,070	4,649	4,626	2,977	2,745	2,629	2,612	2,668
玩具・置物	16,421	15,697	13,160	13,960	11,848	10,152	9,318	8,241	7,582	6,982	6,076	5,906	5,527
合計	509,315	500,898	422,959	364,336	350,523	316,603	297,387	284,487	262,339	243,615	231,956	235,591	211,383
	1-12月												
	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
タイル	54,026	46,846	46,719	47,026	44,399	47,117	44,704	44,118	43,604	43,859	42,877	36,846	29,417
衛生用品	43,286	40,801	44,484	42,953	42,672	43,121	42,484	42,042	43,052	44,845	44,776	4,219	39,162
電気用品	31,703	29,942	26,646	24,159	24,659	25,335	27,585	25,576	24,272	23,226	24,015	24,029	17,492
台所・食卓用品	37,706	35,771	33,649	30,913	30,919	26,603	26,956	27,262	27,981	25,337	25,020	23,131	20,051
和飲食器	25,023	23,494	21,493	22,191	22,096	18,197	18,287	18,066	18,098	17,660	17,096	—	—
洋飲食器	10,128	10,250	10,332	7,035	6,823	6,720	6,671	6,974	6,917	6,037	6,260	—	—
台所・調理用品	2,555	2,027	1,824	1,687	2,000	1,686	1,998	2,222	2,966	1,640	1,664	—	—
玩具・置物	4,248	3,822	3,421	2,903	3,015	2,210	1,981	1,766	1,822	1,843	1,772	1,446	1,362
合計	170,969	157,182	154,919	147,954	145,664	144,387	143,710	140,764	140,730	139,109	138,459	127,871	107,484

注：2013年までは、従業員5人以上の事業所が対象。2014年からは、従業員10人以上の事業所が対象。

出所：日本陶業連盟「陶磁器生産実績」をもとに筆者作成。

18.8%、台所・食卓用品が18.1%、トイレなどの衛生用品が3.3%、玩具・置物が1.1%となっている。こうしてみると、陶器というイメージが強いが、生産額の約半数はタイルや電気用品で占められていることが分かる。なお、「若州窯」は台所・食卓用品になる。

次に、時系列で盛衰を把握してみる。入手できた最も古いデータは1996年で、陶磁器合計が5093億円と生産額のピークであり、以降は年々減少傾向にある。特に2009年には2000億円を割り込んでいる。2013年までは従業員5人以上の事業所、2014年からは従業員10以上の事業所と調査対象が異なっているため直接的な比較はできないものの、1996年と比較すると約5分の1にまで生産額が減少していることになる⁵。

そこで、食器・食卓用品の盛衰を眺めてみると、陶磁器全体と同様に1996年に記録した1496億円がピークで(表3)、2020年現在では231億円と85.4%減となっている。陶磁器全体では74.9%減であるから、食器・食卓用品の減少幅は陶磁器全体を上回っていることが分かる。なお、1000億円を割り込んだのは2001年で、2000年代初頭は、100円ショップやホームセンターなどを中心に、陶磁器の食器類といえば中国からの輸入品(雑器)が棚の多くを占めるようになった頃といえよう。こうした背景によって2000年代に入り、食器・食卓用品の弱体化が進行したといえる。

3. 陶器産地の歴史と生産と流通—越前焼を中心に—

では少しだけ陶器の歴史と特徴を整理しておきたい。ただ、伝統的工芸品産業の指定を受ける陶磁器だけでも32品目あり、さらに全国に点在するこれら以外のすべてを網羅して把握することは難題であるし、紙幅が足りない。また、「若州窯」がある福井県には、伝統的工芸品産業の指定を受ける「越前焼」(越前町)や、福井県郷土工芸品の指定を受ける「越前鬼瓦」(嶺北全域)、「今谷焼(いまだんやき)」(おおい町)がある。他にも国や県の指定を受けていない「須恵野焼(すえのやき)」(若狭町)もある。なによりも、陶器の歴史を詳細に把握することは本稿の目的ではないため、ここでは、便宜的に「日本六古窯⁶」に名を連ねる「越前焼」を主として取り上げるに留めておく⁷。

(1) 越前焼の歴史

福井県の嶺北に位置し、越前焼の産地である越前町は、奈良時代から平安時代にかけて、朝鮮半島から伝わった須恵器の一大産地であった。その後、平安時代末期になると、常滑窯(愛知)から瓷器(しき=灰釉陶器)の技法を導入することで焼かれ始めたのが、現在の越前焼の起源である。

焼かれていた陶器は、この当時から、日本に点在した多くの陶器産地と同様に、壺や瓶、すり鉢等の生活雑器が主流であった。他にも水柱、経筒、水瓶などの宗教用具も焼かれていたようである。

その後は、鎌倉時代、室町時代と全盛期を迎え、特に中世(15世紀頃)には、越前海

岸に近い立地で焼かれた陶器は、当時、北陸から東北地方の日本海側一円に流通していた能登半島の先一帯で焼かれていた珠州焼(すずやき)に代わり、北は北海道から南は島根県や山口県にまで広がることで、越前は北陸最大の陶器産地として発展した。

しかし、生活雑器を中心に焼かれ続けてきた越前焼は、桃山時代に生活雑器とは異なる茶陶(茶道用陶器)など名品(美術工芸の要素を含む陶磁器)が各地で焼かれ始め、これらに押されることで徐々に衰えていった。そして、江戸時代には現在の越前町織田の一部で焼かれていたものの、かつての勢いは薄れ、市場から次第に忘れ去られることになる。

さらに、明治時代に入ると、水道の普及や磁器製品が広まることで、越前焼の需要がさらに落ち込むことで、衰退のスピードを速めることになったのである。

ただ、昭和に入り、戦後の混乱期には、織田の窯元は一軒を残すのみとなっていたものの、その反面、1945年に福井県窯業試験場が設立されることで、技術基盤の強化や後継者の養成などが図られ、関係団体が次々と誕生した。陶器業界の飛躍的な充実がみられるようになることで、再び息を吹き返したのである。

何よりも、地元出身の古窯研究者・水野九右衛門と、日本を代表する陶磁器研究者・小山富士夫が行った調査結果をもとに、彼らが「越前は瀬戸・常滑・信楽・丹波・備前に匹敵する」と発表し、1984年には「日本六古窯」のひとつに数えられるようになった。それまでは、「小曾原焼」「織田焼」など地域によって異なる名称が使われていたのであるが、この時に、「越前焼」という統一名称が誕生し

たのである。そして、1960年代半ばには、全国的な陶器ブームといううねりの中で、越前でも「越前陶芸村」構想が沸き上がり、その建設が進むことで、徐々に窯元数や生産額が増加していった。1968年には伝統的工芸品産業の指定を受け、越前焼工業協同組合によれば、2022年現在では、窯元数70から80程⁸と、ピークは過ぎたものの、他の産地と比較しても安定した産地規模を維持できるまでの再興を遂げた。

(2) 越前焼の製作技法など

作陶に使われる窯は、東海地方（愛知など）に見られる瓷器系窯の構造と酷似する「窖窯（あながま）」が用いられている。平安時代の開窯期には全長10メートル程度であったものが、生産のピークに達した室町時代後期には、全長25メートル前後にまで大型化したという。窯の傾斜を高くすることや、燃烧室と焼成室を分けることで、燃成効率を高くしているところが特徴である。

原材料の粘土は、江戸時代までは特定の3カ所から採取した「山土」が使われていた。江戸時代初期になると「田土」へと変わっていったという。ちなみに、越前の土は、腰が強く耐火度も高いため、よく焼き締まる性質があり、それゆえに大壺や大甕のような大型製品の作陶に適していた。現代では、「用」の比重よりも「美」の比重が高い作家活動を主流とする一部の個人陶房の中には、他の地域から粘土を仕入れているケースも見られるようであるが、大半は越前焼工業協同組合所有の坏土工場で練り上げられたものを使用している。

製作技法といえば、「輪積み成形」と「輪

積み轆轤成形」の2つが、現代にまで伝わる技法である。「輪積み成形」は、壺や瓶など比較的大きな器を製作する際に用いられる技法で、ブロックを積み上げるように太さ5cmほどの粘土紐も二段ずつ積み上げていく方法である。粘土紐を捻じめるように押しつけて積み上げていくため、地元では「ねじたて」技法とも呼ばれる。また「輪積み轆轤成形」は、鉢やすり鉢など製作に用いられ、粘土紐を積み上げた後、轆轤を使って成形する方法である。ちなみに、常滑焼にも、大型の壺や甕をつくる技法として「ヨリコ造り」という作り手が直径10cmほどの棒のような粘土紐を肩に担ぐようにして積み上げていく技法が現代にまで受け継がれているように、越前焼と常滑焼の繋がりが、今もなお確認できるのである⁹。

(3) 越前焼の流通

越前焼産地における生産品目は、花器や日用食器がともに3割程度と主力であり、他には酒器や日用茶器、その他茶道具類、インテリア用品などとなっている。

これらは、関東方面を中心に、北陸や関西方面にも流通している。なお、産地にある窯元の3割程度は越前焼工業協同組合に属しており、彼ら組合員全体の生産量の多くが組合を通じて販売されている。主な販売先は、同組合の直売所（越前焼の館）や百貨店、小売店などが多い。また、組合員でも、独自の展示会による販売や、百貨店、小売店、消費者などに直接販売しているほかに、仲買人を通じて日本各地の観光地へ流通させているという組合を通さず独自の販売ルートも持つケースも見られる。一方、組合に属さない陶房な

どは、独自の展示会による販売や、百貨店、小売店、消費者などへの直接販売が主流である。

こうしてみると、越前焼の流通経路は、総じていまだ流通機構そのものが確立していない産地直販型といえよう。

他方で、代表的な越前焼といえば、「ねじたて」技法で製作される大型の壺や甕であり、果たして現代の生活様式や現代の消費者ニーズに適応したものかといえそうではない。また、組合員であれば、各陶房がそれぞれの感性で生み出した器などを組合に納めることが大半であるため、例えば、組合の直売所に並ぶ陶器類に統一感が残念ながら見られない。非組合員が製作する器となればなおさらである。

越前焼という統一名称が使用され始め40年弱になる。ただ、統一されたのは名称だけであり、依然として産地としての統一感や共通のビジョンが確立されているとはいえない。多くの個人陶房が望むように越前焼をあくまでも伝統的工芸品と捉え、今後も高付加価値化を狙っていくのか、それとも越前焼を産業として捉え、市場ニーズにあった陶器の製作・量産体制の確立などを狙っていくのか、越前焼産地は、今、大きな岐路に立たされていると南保(2017)はいう。この指摘は、ポジショニングを見極め、意思決定しなければならないことを示唆する。

Ⅲ. 若州窯の文化創造

地域産業や地場産業、そして地域経済の視点から眺めれば、工芸分野に関する研究は、その地域での集積メリットや産業構造のメカ

ニズムの解明などと、すでにそこに存在するものを対象としてきた。地域活性化の視点であれば、現代的には観光資源や文化資源としての有用性や活用方法に関するもので、これもまた、現存するものに光が当てられてきた。

しかし、情報システムや流通システム、また、知的コミュニケーションシステムの革命的な高度化によって、かつてより同じ分野のものを生産する企業などが集積することで、健全な競争環境の中から生まれる製品や技能・技法の発達、周辺分野(道具生産、問屋・商社機能)などの発生、人材確保の優位性、エリア内での消費の増加といった集積メリットは低減していると考えられる。

また、一定地域内にヒト・モノ・カネ・情報など、一定のボリュームを集積によって確保することで生産効率や管理効率を高め、大消費地のニーズに応える製品を一定量供給することが、地域産業ないし、その地域の成長発展を実現するためのセオリーでもあった。しかし、時代は、大きな転換期を迎えているように感じてならない。

例えば、ネット販売などのプラットフォームを利用することで、生産者は世界の消費者と直接つながることができる。競争劣位と考えられてきた小規模少量のものづくりであったとしても、世界に散らばる消費者と直接つながることで、持続可能な付加価値を確保できる時代になっている。すなわち、地域に現存する工芸分野におけるイノベーションやマーケティングの強化もさることながら、新たに発生させるという創業の視点で、工芸を再評価することも重要ではないか。また、働き方改革や女性活躍という現代的な課題を解決に向かわせる起爆剤的なパワーを工芸から

図2 若州窯の外観と直販ショップ



出所：筆者撮影（2021.12.24）



見出せるのではないかと考える。工芸分野における創業を促し、文化創造の芽にすることで、地域を創生することができるのかを考察することも重要と考えるため、本稿では「若州窯」を取り上げている。

1. 若州窯の概要

福井県における陶器産地といえば「越前焼」のある嶺北地域となるが、嶺南地域・若狭地域（以下、嶺南地域）も、かつて奈良時代や平安時代は製塩や漁業の道具として使われる須恵器の生産一大拠点であった¹⁰。しかし、嶺南地域における製塩が、鎌倉時代になると土器製塩から「揚浜塩田」に移り変わることで、当地域における土器や須恵器の生産

が廃絶し、長らく忘れ去られていたと考えられる。嶺南地域における陶器生産の復興は、1990年から見られ始めた。当時、おおい町で「きのこの森」建設中に、工事現場の山裾で、かつての須恵器窯跡が発見された。この発見を契機に「きのこの森陶芸館」が建設され、その場所が地元では今谷（いまだん）と呼ばれていたことから、「今谷焼」として復活した。福井県郷土工芸品の指定を受け、きのこの森陶芸館の職員であるサラリーマン陶芸家によって、食器や雑器、壺、植木鉢などが作陶されている。また、同じ嶺南地域の若狭町末野（すえの）でも須恵器の窯跡が発見されたことで、若狭町ではこれを「須恵野焼」と名づけ、作陶体験ができる「須恵野創作館」という施設を構えている。福井県は、「越前焼」

の嶺北地域のみならず、嶺南地域を含む、県下一帯が、かつては須恵器（陶器）の一大生産拠点であったのである。

さて、ここで取り上げる「若州窯」とは、2019年に福井県若狭町熊川（嶺南地域）で、「飛永なを」氏が個人で創業したスタートアップ段階の陶房である（図2）。重要伝統的建造物群保存地区である「熊川宿¹¹」にあった古民家を改修し、工房および直販ショップを構えている。

陶房名にある若州とは、若狭国の別称であり、ここからは「若狭を代表する窯になる」という飛永氏の高い志を汲み取ることができる。また、嶺南地域には、おおい町出身の作家である故・水上勉が主宰の「若州人形座」の拠点として、また、宗教や美術や文学などの資料を展示する施設として建設された「若州一滴文庫」という若州を冠にした施設がある。「大都市に建っているようなものはいらない。都市の物真似はいらない、小屋でいい」という水上思想のもとに建設されたもので、この水上思想にもインスパイアされたと飛永氏はいう。

なお、若州窯の主力は、鉢、平皿、カップ、盃や注器の酒器、高麗鉢などである。表面が赤黒・赤褐色の越前焼や今谷焼とは異なり、李朝期時代の三島茶碗に近い乳濁の色みを帯びているのが特徴である。

売上高はというと、創業後のコロナ禍にあっても、先に見た陶磁器業界の一人当たり生産額の水準とほぼ同等で、大きな利益が出ないまでも、月々の固定費を賄えるだけの売上は確保できている。

2. 飛永氏の生い立ちと学び

飛永氏は、北山杉で有名な京都・京北で生まれた。関東から移住してきたサラリーマンの父親と染織を生業とする母親のもと、総面積の9割以上が森林という山の中で幼少期は育った。幼少期に、作陶の道に進むことは考えることもなかったという。

中学校の卒業が目前に迫り、進路を模索している時、母親の影響も受け、草間彌生出身校でもある京都市立銅駝美術工芸高等学校に進み、染織を専攻する。染織の技術・技能の習熟に励む一方で、果たして、この道で暮らしていくことができるのかと考え始めたという。

そうした折、高校卒業後の進路として選択したのが、京都府立陶工高等技術専門学校（以下、陶校）であった。陶校は、1946年に発足した京都府京都陶工補導所を前身に持ち、初学者から陶磁器の成形・絵付・釉薬・焼成などの基礎技能を幅広く2年で習熟させることを目的としている。京焼・清水焼の後継者育成のための学校である。

飛永氏が陶校に進学することを決意した背景には、別の機会で粘土に触れた際、楽しいと感じたことに加えて、父親がかつて陶芸家を志していたことを思い出したこと。また、父親と母親との馴れ初めが陶校にあったことや、何よりも陶芸で生計を立てるにはどうすればよいかを考え抜いた末の結果であった。20歳の頃である。

1年目は、初学者のみならず、清水焼の陶房の後継者候補など30名ほどと基礎を学び、2年目は専門に分かれ、同級生10人ほどと土練りや轆轤成形などの習熟に励んだ。

22歳の春、いよいよ卒業を迎えると、就職先を考えるようになった。偶然、福井県おおい町の「きのこの森陶芸館」でスタッフを募集していることを知った。京都・福井は県をまたぎはするものの、福井の嶺北地域は、幼いころから海水浴などで訪れることがある身近なエリアであったという。そのため、抵抗感もなく応募し、採用されることで、おおい町にIターン者として移り住むことになった。

その後は、18年間ほど、きのこの森陶芸館のスタッフとして、今谷焼陶芸教室の手伝いなど、OL陶芸家として活動していた。

3. 転機の到来

飛永氏は、OL陶芸家として活動が長く続き、このままの状態を人生を歩み続けるべきかと考えるようになった。そうした折の2017年、きのこの森で、工芸をメインにしたイベントの企画が立ち上がった。嶺南地域で活動する異分野、多種多様な工芸家を集め、工芸の魅力を広く発信するというものである。工芸家を集めることを任された飛永氏は、最初は顔見知りの工芸家たちに声を掛け、他にもネットや電話帳で嶺南地域の工芸家たちを探した。会ったことがない工芸家や、なによりも、嶺南地域には、自身が知る以外にも多くの工芸家がいる、活動していることを知った。

このイベントが終わったあとも、工芸家たちと交流は続き、自然発生的に交流グループができあがっていく。この交流を通じて見えてきたことがある。それぞれの工芸家たちの活動はいずれも小規模でなかなか目立たな

い。知名度をあげる以前に、認知度をあげなければならぬ。小さな活動であったとしても、これらをまとめることで、認知されやすくなり、消費者などから声を掛けてもらいやすくなるのではないかと。異分野の工芸家たちがコラボレーションしたら新しいユニークなものを生み出すことができるのではないかと。いうことである。

その一方で、飛永氏は、フランス・パリのルーブル美術館近くにあるギャラリー「maison wa」¹²（メゾン・ワ）に自身が生業とする今谷焼を出展する準備に迫られていた。日常的に交流していた他の工芸家は自営が多く、厳しいながらもものづくりをする環境としては自由に見えた。かたや、陶芸家と言ってもOL陶芸家の自身は自由に動けない。OL陶芸家の方が生計を立てるには安定してはいるものの、次第にOL陶芸家としての窮屈さが勝っていく。なによりも、交流グループでの活動が楽しく感じたという。

自身のキャリアの見つめ直し期に、他で活動する多様な人たちとの交流は、飛永氏の背中を強く押した。長く勤めてきたきのこの森陶芸館を2018年の秋に退職し、半年間ほどの準備期間を経て、「若州窯」を個人創業するに至るのである。

4. 創業後の苦悩

退職してしまったものの、その後のことをしっかりと計画していたわけではない。どこで創業するかも決まっていなかった。まずは空き店舗や空き家など、嶺南地域のいたるところを回り、場所探しを行うことにした。辿り着いたのが、熊川宿にあった古民家であ

図3 若州窯の鉢と酒器（盃と注器）



出所：筆者撮影（2022.01.13）筆者所蔵

る。この場所は、「空き家があるから見てみたらどうか」と、熊川宿で陶器を焼いている男性からの紹介であった。この男性は、以前、きのこの森陶芸館の陶芸教室に通っていたため顔見知りで、ゆえに、場所探しはさほど苦労しなかったという。なお、熊川宿という重要伝統的建造物群保存地区だから、あえてこの地でというものではなかったということが、ここから垣間見られる。

場所探しには苦労しなかったものの、反面でこの選択が飛永氏を悩ませることになった。古民家を借り上げ、工房および直販ショップとして改修し、2019年5月に「若州窯」の看板を掲げたものの、果たして、暮らしていけるだけの売上を上げることができるのだろうかという不安から、少額のものでも買うのが後ろめたくなるほどであったという。

また、創業し間もなくして、自由なものづくりを実践するためにOL陶芸家を辞め、自由なものづくりができるようになった途端、何を作ったら良いのか分からなくなったという。今まで携わってきた今谷焼は、この熊川の地（熊川宿）にはそぐわないと感じた。熊

川で陶房を興す意味を考え、悩むことで、アップスの状態の陥ってしまったのである。

この状態を脱することができたのも、周囲から受けた影響が大きかったようである。飛永氏は、2019年10月末から12月下旬の木・金・土に、「森と器—森が創り出す、無駄のない美しさを目指して」をテーマに、熊川宿にある画廊で展示会を行っている。

同年5月から作れない状況にいる中、（一社）熊川プロジェクト主催の熊川宿活性化イベント（作品展）への出品を要請されたのである。この地では新参者であるし、断ることができない。いよいよ追い詰められた。

そこで、改めて工芸とは何かを問い直すことにしたという。自然から得たものを使い、器も自然の中に合うものがある。工芸とは実用品であり、器は料理をのせた時に完成し、使いながら育てるものである。工芸とは「用」と「美」であるという原点に立ち返った。

他方、「若州窯」の向かいに「55C」という週末のみオープンする古道具屋がある。室町時代から昭和にかけての壺や皿といった雑器、古い天秤ばかりや旅行鞆などと、古雑器・古道具のセレクトショップのような佇まいで、この店のオーナーである奥田氏から15世紀の朝鮮・李朝期につくられていた器があることを教わった。外部から追い詰められ、自身で問い直し、異分野から教わる。こうした背景から、ようやく生み出すことができたのが「森と器」（図3）であり、展示会への出品に至れたのである。

5. 若州窯の作陶方法と流通

土・水・火・手があれば、作陶ができる

図4 若州窯で使われる道具（とんぼ）



出所：筆者撮影（2021.12.24）

いわれる。

若州窯が使用する原材料は、熊川にある河内川ダムに沈む土と、信楽（滋賀県）から仕入れている土のハイブリッドである。信楽の土は、耐火性に富み、可塑性とともに腰が強いといわれ、大物から小物と幅広く作陶に適した陶土である。焼成すると肌色や桃色系や赤褐色系の美しい火色をつけ、他産地にはない、人間味あふれる、柔らかく暖かな表情の

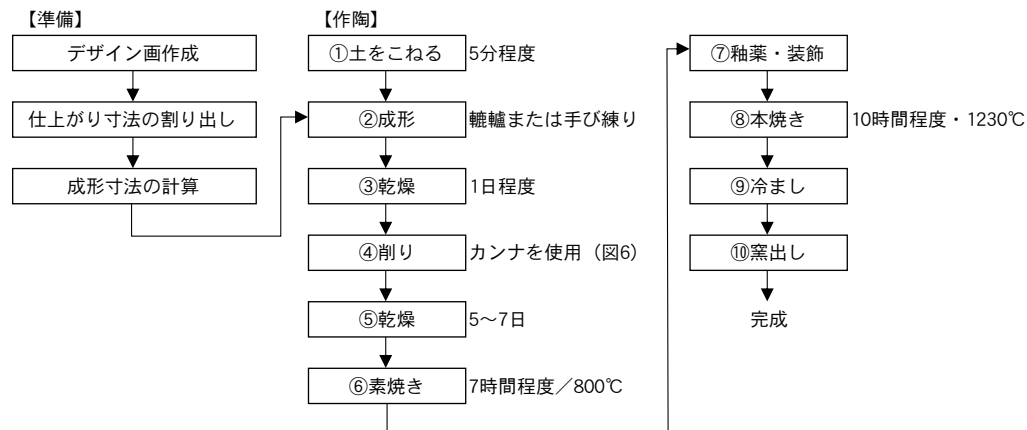
やきものを生み出す。「森と器」のコンセプトに合致する土である。

道具はというと、窯は電気窯を、轆轤は電動轆轤を使用しており、この点は現代的である。一方で、成形の際の道具には自作の「竹へら」や桜木の「コテ」、竹ひごで作った「とんぼ」(図4)を使用している。「とんぼ」とは、寸法を測る道具であり、量産するための知恵から生まれた陶芸では古くから使われる道具である。何よりも、飛永氏の手が重要な道具である。

なお図5は、若州窯における作陶の工程を示したもので、土をこねることからスタートして完成に至るまでに、10の工程を踏み、完成までの期間は10日から2週間程度である。

完成した器などは、工房に併設された直販ショップの他にも嶺南地域の道の駅や福井県高浜町に2021年7月にオープンした「魚と旅するマーケット」をコンセプトにした商業施設「UMIKARA」でも販売されている。

図5 若州窯の作陶工程



出所：筆者作成

図6 削り作業の風景(左)と使用する道具/カンナ(右)



出所：筆者撮影（2021.12.24）

また、若狭町のふるさと納税の返礼品にもなっており、このルートによる流通は、当初の期待を上回っているという。

IV. 若州窯にみる文化創造の条件

ここでは引き続き、若州窯＝飛永なを氏のケースを取り上げ、「文化創造」＝「個人々の創造性、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」の条件を整理する。

1. 技能・技術、スキル

文化創造の前提は、創造性、技能、および才能に基づいていることである。ゆえに、技能や技術、スキルを保有していることが条件になる。

例えば、工芸分野における技能継承は、親方もしくは教師に指導されて実地の訓練を通じて技能の習熟に励む徒弟制度という育成システムに支えられてきた。工芸の技能を習熟したい場合には、特定の工房に入職し、親方の下で一定の期間技能の習得に励む。その後、

職人となり、そして自らが親方として独り立ち（創業）できるようになっていくという職場訓練（OJT）の手法が取られる。こうした育成システムは、技能習得だけではなく、雑用を通じた人格形成や、兄弟弟子といえる他の徒弟との健全なライバル関係によって、習熟度合いを高める効果もあることで、高く評価もされてきた。

しかし現代では、各工房などに優れた技能継承の育成システムがあったとしても、売り上げの減少に伴う業況の悪化によって、徒弟を受け入れることができない状況といえる。また、入職できたとしても、かつてと比較すれば保証されているとはいえ、賃金面では徒弟（修行時代）の数年間は薄給のことが多く、工芸分野の衰退という現実と向き合うことで将来像も描けなくなり、離脱していくケースも多い。職場訓練による技能習得の限界が生じている。

また、飛永氏の場合、ネット販売をしようとしても、広告やプロモーションをどうやっていいのかが分からないという。川下分野の知識や経験が不足していることを実感しているようである。

そうした意味で、飛永氏のケースにみられた教師の指導のもと、職業訓練施設での教育訓練（off-JT）の役割が高まっており、教育訓練（off-JT）の環境や仕組みの強化が望まれる。具体的には、技能だけではなく、マネジメントやマーケティングといった経営分野の知識教育など、創業をも見据えた教育訓練が必要といえよう。起業家精神の欠如を工芸分野における課題だという指摘もみられる（南保：2017）。受け皿の強化として、工房や企業への支援もさることながら、工芸で生計

を立てようとする予備軍に対する支援の幅を広げることが望まれる。

2. 地域環境, コミュニティ

文化創造を促す条件として、地域環境やコミュニティが持つ風土、特性もまた重要といえる。飛永氏のケースでは、かつての宿場町・熊川宿という、外部者への寛容さが文化創造にいい影響を与えたといえよう。

外部者を受け入れ、交流することに対して抵抗感が少ない土壌には、一種のフィランソロフィスト¹³が先住者として暮らしているケースが多い。利他的な活動の実践者であり、金銭に限らず、時間や労力や物品、さらには、知恵などを惜しげもなく他人に提供してくれる。飛永氏に空き家情報を提供したのも、活動の機会を与えたのも、そして、新たな作品を産み出すヒントを与えたのも、すべて熊川で暮らす先住者であった。

他方、コミュニティの最小単位ともいえる家族の支えも、文化創造を促すことに貢献する。嶺北地方だけでなく、福井県は三世代同居、三世代近居の割合が全国的にも高く、飛永氏も、夫、二人の子供、夫の両親と暮らす三世代同居者である。子育ての面では、OL陶芸家の頃から現在もなお、夫の両親に支えられているという。

さらにいえば、飛永氏の「森と器」は、熊川という地に溶け込む器とは何かを模索した結果から誕生している。すなわち、その地「らしさ」や、「らしさ」の源泉であるその地の歴史や文化、暮らしぶり、風土は、「創造性」を育む重要な要素になるといえる。

3. 連携・連帯, フォロワーシップ

一般社団法人日本工芸産地協会の設立という異分野の工芸家による連携の動きが見られる。これは、2017年に設立した団体で、現在は、中川政七商店（麻織物・奈良）、能作（鋳物・富山）、Hacoa（漆器・福井）など全国16の会員企業および2つの協賛企業で組織されている。「産地の一番星が産地の未来を描く」ため、各地のモデルケースを共有し、切磋琢磨して高め合う場で一ひいてはそれが、地域創生、産地の存続へとつながり、「工芸大国日本」と称される未来をかたちづくっていく」というもので、工芸分野に携わる生産者たちによる自発的な取り組みといえる新たなうねりである。

そこで、飛永氏の文化創造を加速させた要因を挙げるならば、異分野の工芸家たちとの「連携・連帯, フォロワーシップ」になるであろう。飛永氏が声を掛け誕生した工芸家たちの交流グループでの活動が、飛永氏に創業を決意させている。

エリアの範囲や会員企業の規模は及ばないものの、この交流グループも、日本工芸産地協会の発生と同様のうねりといえる。この交流グループも、2019年に「若狭の工芸、文化に興味のある方やものづくりの活動をしている者が、工芸職人後継者育成や異業種交流に関する事業を行い、伝統的なものづくりを通して豊かな情緒を育み、伝統産業の発展と、活力ある地域社会を目指すことを目的とする」と定款に掲げ、「NPO法人若狭の空と海とものづくり」として新たにスタートした。飛永氏がこの法人の代表者を勤めている。

活動も活発で、デザイン性を重視したコラ

図7 コラボレーションブランド「一歩～IPPO Japan～」の製品



出所：「若狭の空と海とものづくり」HPより
 (http://www.wakasamono.com/wakasamono_pamphlet.pdf,
 2022.01.13閲覧)

ポレーションブランド「一歩～IPPO Japan～」(図7)を立ち上げた。若狭めのう細工、組子細工、若狭パール、組紐を組み合わせて考案した一歩ブランドのアクセサリ「こころもよう」は、近畿経済産業局の「クールジャパン商品」にも選ばれている。「こころもよう」や、各工芸家たちの作品は、「Maison Wa」に2年連続で展覧もしている。

衰退、斜陽分野とまで呼ばれる工芸分野であっても、同じ志を持つ工芸家たちの連携・連帯、フォロワーシップによって、新たなムーブメントが起ころうとしているのである。

おわりに

本稿の目的は、地域の小さな工芸を媒介にして「文化創造の条件を探ること」であった。工芸や陶芸の現状理解、ヒアリング調査によって得た若州窯・飛永なを氏の事例を整理することで、「技能・技術、スキル」「地域環境、コミュニティ」「連携・連帯、フォロワーシップ」の3点を「文化創造の条件」とした。

これが本稿の到達点である。

この条件を異なる切り口で再構成すれば、「守破離」になるといえよう。守破離とは、日本の茶道や武道などの芸道・芸術における師弟関係のあり方のひとつで、それらの修業における成長の過程を示したものである。芸事の文化が発展、進化してきた創造的な過程の基盤となっている思想ともいえる。「守」とは、決められた型を守り、反復し、基本を習得することで、半人前から一人前への過程である。「破」とは、基本を重んじながらも自身の創意工夫によって、徐々に基本を破る過程をいう。そして「離」は、型や教えから離れ、全く新しいオリジナルを生み出すというものである。

飛永氏に至っては、陶校(京焼・清水焼)での修練期間やOL陶芸家(今谷焼)時代は「守」であったといえよう。若州窯を興した現在は「破」の域と考えられる。そして、「若狭の空と海とものづくり」での活動は「離」の境地への一歩を踏み出したとみなすことができる。

他方、若州窯・飛永氏の文化創造は、計画的であったかというところではない。その時々の中で模索し、悩むことで、自身の歩みを柔軟に変えていくという「創発的」な文化創造であったともいえる。地方創生や、政策という枠組みで地域の活性化を捉えてしまうと「計画的=意図的」にならざるを得ない。未来の姿が描きやすかった右肩上がり時代には機能してくれた。しかし、コロナウイルス感染症の発生といった想定していなかった環境変化が起こる時代では、環境変化に対して「創発的」で柔軟な対応が求められるし、「文化創造」や「地域創生」には、そうした

意思決定を許容する地域環境が整うことが望まれるのではないだろうか。

最後に、本稿が抱える課題を提示して締め括る。本稿は、厳しい環境下にある工芸分野で創業という意味決定をした「若州窯＝飛永なを」氏に注目し「文化創造の条件」を示したが、ひとつの事例をもとにした考察であるため、道半ばといえる。今後は、「文化創造の条件」とは何かの仮説として「技能・技術、スキル」「地域環境、コミュニティ」「連携・連帯、フォローシップ」を位置づけ、他の工芸家や起業家の事例との比較を通じて、理論化していきたい。これについては論をあらためて考察を試みたい。

【参考文献】

- ・池上惇 (2003) 『文化と固有価値の経済学』 岩波書店
- ・石井隆太・小野晃典 (2021) 「伝統工芸士によるマーケティング—越前漆器の漆琳堂」『マーケティングジャーナル』41, 日本マーケティング学会
- ・加藤義夫 (2011) 「美術と工芸の距離と接近現代美術と金属工芸作家ユ・リジの作品について」『京都精華大学紀要』38, 京都精華大学
- ・金子賢治 (2007) 「「工芸」と「craft (クラフト)」—近代工藝の歴史の中で」『日本の伝統工芸再考』27, 国際日本文化研究センター
- ・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
- ・———— (2021) 「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」『ふくい地域経済研究』32, 福井県立大学地域経済研究所
- ・南保勝 (2017) 「福井県における伝統的工芸品産業振興のための一考察—近年における産地の新たな動きを通して—」『ふくい地域経済研究』25, 福井県立大学地域経済研究所
- ・前川洋平 (2018) 「伝統工芸品研究の現状と展望」『林業経済71 (6)』一般財団法人林業経済研究所
- ・柳宗悦 (1948) 『手仕事の日本』靖文社
- ・六古窯日本遺産活用協議会 (2019) 「『旅する千年, 六古窯』ガイドブック」六古窯日本遺産活用協議会

注)

- 1 2021年12月24日, 若州窯において3時間に亘ってヒアリングを行った。年末の多用な時期に協力いただいた飛永なを氏には、この場を借りて御礼申し上げたい。
- 2 京都府立陶工高等技術専門校への電話取材で得た情報である (2022.1.11)。近年, 入学希望者の年代が高まりを見せており, 加えて, 入学動機として挙げる数も増加傾向にあるという。
- 3 漆器の生産額の回復には, 福井県鯖江市の越前漆器業界 (企業) の貢献が大きいと考えられる。石井・小野 (2021) が参考になる。
- 4 経済産業省は, 自立化を「生活文化産業としての価値を維持・発展させながら, 組合が自ら考え, 行動している状態」と定義している。
- 5 調査対象が変更になった2013年と2014年の生産額はそれぞれ1457億円と1444億

円である。

や奉仕的活動などのことをいう。

- 6 「日本六古窯」とは、古来の陶磁器窯のうち、中世から現在まで生産が続く代表的な「福井県・越前」「愛知県・瀬戸」「愛知県・常滑」「滋賀県・信楽」「兵庫県・丹波」「岡山県・備前」の6つの産地の総称である。1948年頃、古陶磁研究者である小山富士夫によって命名・指定されたもので、2017年には日本遺産に認定されている。
- 7 南保（2017）、六古窯日本遺産活用協議会（2019）を参考、引用している。
- 8 越前焼工業協同組合では、産地全体の生産額は把握しきれていない。
- 9 瀬戸（愛知県）には「陶祖」と呼ばれる加藤四郎左衛門景正という伝説上の人物がいる。曹洞宗永平寺の開祖・道元と共に宗に渡り、製陶技術を習得して帰国すると、瀬戸の地で良土を発見して開窯したとされる。ここからも福井と愛知の繋がりが確認できる。
- 10 若狭地域では、土器製塩遺跡が50カ所確認されている。
- 11 熊川宿は近江との国境近く、小浜と今津のほぼ中間点に位置し、江戸時代を通して鯖街道随一の宿場町として繁栄した。大陸文化と奈良・京都とを結ぶ重要な要衝のひとつであった。
- 12 パリにあるショールームで、近畿経済産業局が選定した関西の優れた日本らしい商品のみが展示を許される。
- 13 フィランソロフィの実践者を指す。なお、フィランソロフィとは、人類への愛にもとづいて、人々の「wellbeing」（幸福、健康、クオリティ・オブ・ライフ（QOL）など）を改善することを目的とした、利他的活動