【伝統的工芸品における美術的要素とデザイン的要素】

A Study on the differences between artistic and design elements in traditional crafts

ソーシャルデザイン学科・生活環境デザイン学科・写真映像メディア学科
井上 友子・青木 幹太・佐藤 慈・星野 浩司
Tomoko Inoue / Kanta AOKI / Shigeru SATO / Koshi Hoshino

〈背景〉

経済産業大臣指定の「伝統的工芸品」236品目のうち、福岡県を産地とするのは「小石原焼」「博多織」「八女福島仏壇」「八女提灯」「博多人形」「久留米絣」「上野焼」の7品目である。そのうち、日用性・儀式性・行事用などの用途目的をもたないのは「博多人形」だけである。

「博多人形」は、九州新幹線が博多駅に開通した1977年に生産高265万本・生産金額32億4500万円のピークを迎えたが、バブルの一時期を除き低迷し続け、2003年には生産高90万本（対ピーク時33.9%）・生産金額12億2000万円（対ピーク時37.6%）まで落ち込んだ（図1）。2004年以降、正式な調査が行われていないため、その後の状況は不明だが、グラフで示した推移を見れば、現在の「博多人形」を取り巻く経済状況の悪化は誰しも予想することである。

〈伝産法と博多人形〉

「伝統的工芸品」236品目は、1974年（昭和49年）に施行された「伝統的工芸品産業の振興に関する法律（「伝産法」）」に基づく経済産業大臣の指定を受けた工芸品のことを指す。

「博多人形」が都市型伝産品に位置付けられ、かつては、産地・周辺地域内において需要規模が確保できていたことから、人形師らが構成する博多人形商工業協同組合は、あえて外部との交流やプロモートに努める必要はなかった。また、伝統的工芸品の保護に対する、政府からの補助金支給は毎年総額10億円にのぼるとはいえ、現在236品目の指定伝統的工芸品は年々増加しており、それらすべての産地の維持費を賄うことは不可能である。

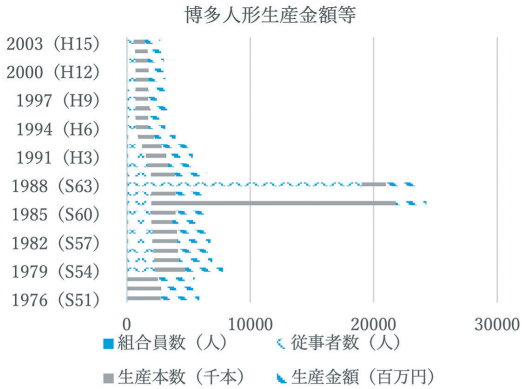

図1　博多人形商工業組合員および生産金額，伝統的工芸品産地調査報告，財団法人伝統的工芸品産業振興協会，平成17年3月，p.6.

現在では、低迷し続ける国内需要や2019年末から現在2022年春時点においても世界を席巻し続けている新型コロナ感染症などで収入が見込めないインバウンド関連事業などの影響から、「博多人形」界全体が自走する力を失い、存続の崖っぷちに立たされている。しかしながら、それでもなお、「伝産法」に抵触しない伝承までも守ろうとする人形師たちもいる。その結果、現代の生活スタイルではやや受け入れが難しい作品が提供されるという悪循環が繰り返されている。特定のファン層をもつ熟練人形師は、自分のスタイルを貫く余裕があるものの、小規模店舗を通じたギフト販売に依存せざるを得ない中堅～若手人形師は、特定の販売ルートを持つものも少ないため、経済的困窮に見舞われている。「博多人形」界はすでに早急な変革が必要となっているのである。

「伝産法」の第一条には「*一定の地域で主として伝統的な技術又は技法等を用いて製造される伝統的工芸品が、民衆の生活の中ではぐくまれ受け継がれてきたことおよび将来もそれが存在し続け*

る基礎があることにかんがみ、このような伝統的工芸品の産業の振興を図り、もって国民の生活に豊かさと潤いを与えるとともに地域経済の発展に寄与し、国民経済の健全な発展に資することを目的とする」とあり、7品目ともにこの条件を満たしている。

しかし、「伝産法　第二条の一」「*主として日常生活の用に供されるものであること*」を置物装飾品としての「博多人形」が満たしているとは言い難い。

熟練人形師の作品図2、本学学生デザインの作品図3を見れば、むしろ「美的要素」が求められた結果の製品であることは明らかである。

〈純粋美と博多人形〉

用途目的を備えず、純粋な置物装飾品としての「博多人形」には、当然ながら機能美ではなく純粋美が求められている。人形を通してどのように理想の女性像や少女像を表現するのか、そこが博多人形師の技術の見せ所となる。

「博多人形」に高い理想美が求められたのは、明治23(1890)年の第2回国内勧業博覧会への出品が契機となっている。博覧会出品に関わった「博多人形師」は、洋画家・矢田一嘯、彫刻家・山崎朝雲らから美術指導を受け、人体の正確な把握については九州帝国大学医学部で人体解剖学を学び、高い美的要素・正確な人体構造の把握・理想美などが追及され、博多人形における伝統美の基礎となった（参考1、図2）。

図2　武吉國明《茶道》

〈新たな需要層を狙った時代を映すテーマへの挑戦〉

しかし昨今、美しい彩色・人物におけるリアルな再現・熟練技術・装飾工芸的美・理想美の体現としての「博多人形」に個性的で奇抜な要素のある作品が加わるようになった（図5）。これは、これまでの理想的女性像としての「美人もの」（図2）・愛らしい「童もの」（図3）・愛嬌のある「縁起もの」・正確な人体解剖学的教養が求められる「武者もの」などの伝統美の需要層とは異なる「個性的デザイン」に関心を寄せる受容層が出現し始めたことを示すものである。

伝統の範疇にある「博多人形」の種類は、上記の3種の型のほか「能もの」「歌舞伎もの」「節句もの」「縁起もの」「道尺もの」「干支もの」「一品作」などがあるが、近年、図4・図5のような、若い人形師の挑戦的実験が散見されるようになった。図4《アマビエ》は、新型コロナウイルス感染症拡大初期に全国的なブームとなった疫病預言・疫病退散祈願の「アマビエ」を主題とし制作したものである。この人形は、可愛らしい「童もの」型に呪術的要素を加えたいわば「お守り人形」である。このような「祈願」「慶祝」「祭礼」的役割を担った例は、古くから「雛人形」「五月人形」などの「節句もの」や年始に飾られる「干支もの」にはあるものの、世界的現象を反映し、忘却のふちにあった伝説を現代風に読み換えテーマとして用いる発想は新規な試みである。《アマビエ》は童ものに特有の「あどけなさ」も備え、少女の愛らしさを表している。しかし、「制服女子×妖怪×博多人形」シリーズの一つとして構想された作例図5《濡女（ぬれおんな／ぬれおなご）》は、そのエキセントリックでおぞましいイメージゆえに発表当時物議をかもし、「美」を重視していた博多人形界の常識を覆す強烈な自己表現の発露となった。

図3　九州産業大学学生デザイン
《HAKATA DOLLS》

図4　永野繁大
《アマビエ》

図5　永野繁大
《濡女（ぬれおんな／ぬれおなご）》
（制服女子×妖怪×博多人形シリーズ）

図4・図5のモチーフの発想の源泉は、いずれも1800年代前半の「瓦版」に類する刷り物や伝承『百怪図巻』『画図百鬼夜行』などに記された伝説的妖怪にある。この作例は、1100年代（平安時代末期～鎌倉時代初期）頃描かれた様々な病気や奇形に関する説話絵巻の断簡《病草紙（やまいのそうし）》のように、「怖いモノ」や「あってはならないこと」を目の当たりにした人間が顔を覆うその指の間からのぞき見する心理を見事に利用し制作されたものに類すると考えられる。これらのような極端な印象を与える奇抜なデザインを含む新たな意味づけの人形が登場した事実は、存亡の危機に直面する「博多人形」界に大きな刺激を与え、理想美を追及し「美的要素」を作品の価値としてきた作り手の制作動機にあらためて波紋を投げかける契機となった。

〈市場規模縮小の現実〉

1600年に誕生した「博多人形」の形式や制作方法は、様々な発展を繰り返しながら1890年以降に定着し現在まで踏襲されている。しかし、「鑑賞美」重視の置物「博多人形」は、現代の生活スタイルや価値観に合っているとは言い難く、市場規模は右肩下がりを続けている。

このような現象は、1970年代後半（昭和50年代初頭）から顕著になり、常に問題視されてきた。図1にグラフで示したように2003年には、産地の経済的実態調査を目的とした大規模な調査が「伝統的工芸品産業振興協会」を中心に行われ、その結果が報告されている。しかしデータ開示は業界関係者の危機感をあおりはしたものの、「博多人形」のイメージ普及や業界改革・刷新に役立つ施策がとられたとは言い難い。

1974年（昭和49年）通商産業省（当時）の主導で「伝産法」が制定・施行されたのち、福岡市は「伝統的工芸品」技術者支援の補助金交付をはじめ、さまざまな計画を立て実施してはいるが、人形師の実態に即した抜本的なてこ入れ・市場分析・訴求効果の検証などにまで踏み込む計画ではなかったことから、本質的な解決には至らず、発信力も弱い。

自然回復が見込めない産業界の実情を鑑み、「博多人形」の歴史・技術・伝統を守り、地域の文化遺産を継承するためには、これまでの価値観とは異なる感性による製品づくり、新たなマーケット開拓を視野に入れた対策を講じることが急務である。

〈研究目的〉

研究者は、「博多人形」がこれまで担ってきた「鑑賞美」にそれぞれ意味や状況の想定などの役割的要素を付加した戦略的デザインを遂行し、地域産業振興型デザインの支援をおこなうことを目的としている。

「博多人形」を知らない世代が人口の多くを占め始め、需要層の世代交代が進む現代において、長年培われたすばらしい技術・繊細で完成度の高い美しさを後世に伝えることは地域ブランド研究を行う者の使命であると考えている。作り手の視点から使用者の視点へのイメージ転換を行い、購買層の拡大や新たな需要層の掘り起こしにつながる方策を企画し、地域文化の保護と継承に役立つことが本研究の命題である。

〈先行研究〉

「伝統的工芸品」に関する先行研究には、①デザイン教育の視点からフィールド調査を中心にプロジェクト化したもの、②漆芸・螺鈿材料確保の流通をめぐる問題に注視したもの、③伝統工芸産業産地の事業システムの多様性と産地間の競争と協議について、存続と発展を可能にする要因について考察したもの、④伝統工芸の小規模産地・事業者の存続について考察したもの、⑤地域資源としての伝統工芸をまちづくりに生かすための方法論を考察したものなどがある。どれもそれぞれの研究者の地元地域を中心に「伝統的工芸品」の存続方法についての可能性を探る貴重な内容である。そして、研究者がテーマとするのも地元地域の文化的リソースとしての「博多人形」であり、同様の志を持って試行している。

さらに、研究者が本研究でさらに進めるのは、「伝統的工芸品」につきまとう「因習」「慣例」の先を見据えた新たな「伝統的工芸品」の生き残り策の提唱であり、市場拡大をも踏まえた支援プログラムの開発である。そして、本研究で開発した支援プログラムは将来的に他の「伝統的工芸品」にも適応でき、大いに期待されるものである。

〈研究方法〉

「博多人形」が有する「美的要素」に年中行事や人生の節目のイヴェントとしての「意味づけ」を付加し、市場に適応する具体的な仕組みづくりを提示する。また、「日常生活の用」として日用品の機能を「博多人形」に組み込み製品力を上げるなど他要素を加える計画を遂行しつつある。これまでにない発想とアプローチで飾り物だけに終始しない用途を担ったあらたな「博多人形」の市場獲得に道を切り拓くことで、地域の伝統的工芸品の需要層拡大を構想する。

本テーマのような作り手と市場をつなぐための挑戦的研究は、まだ途上段階にあり、今後博多人形師やメーカーとの協働研究が必要となる。この方法論は将来的に他の「伝統的工芸品」にも援用することが可能であると思われ、あらたな市場開拓を模索するトリガーになる可能性を有するといえる。

2010年より「博多人形」「博多織」などのメーカーと交流があり、毎年20～30代の消費者層を狙った案を提供し、2020年度までの研究成果は、2月末から3月初めにかけて、福岡市中心の大規模商業施設で展示会を行い、可視化して公開している（図7～図10）。しかし毎年、新聞やテレビなどのメディアで取り上げられはしたものの、これまでは一過性の現象に終始し、「博多人形」界全体の製品力を上げ、経済的安定をもたらすことはできなかった。そこで「意味や機能的要素」を付加した新たな概念の「博多人形」を製作し、「美

図6　2019年イムズ展示

的要素」だけではない佳所を有した「博多人形」新価値創生メソッド考案に着意し、始動し始めている。

〈2022年度（令和4年）～2024年度（令和6年）の具体計画〉

〈2022年度（令和4年）

「博多人形」の市場ニーズ調査およびテスト展示〉

付加機能の種類について：アンケートによるデータの収集・分析作業。

目　　的：「博多人形」の知名度を活かし、付加価値のある置物装飾の購入の可能性について調査する。「博多人形」購入を検討する際の望まれる付加的要素を抽出する。

研究方法：研究対象者は、「伝統工芸品」の存在を知る成人全般、芸術系・文化系の職種に従事するか文化事業に関心のある成人、大規模商業施設で「伝統的工芸品」の展示会に立ち寄った成人などである。目標調査数は3000件とする。

調査内容：①あればよいと思う「博多人形」の意味・機能について　②意味・機能付きの「博多人形」の設置場所について　③購入価格について　④購入場所について　⑤購入方法について（実店舗、ECなど）　⑥取り扱いやメンテナンスについて　⑦処分方法について（エコロジー的観点から）　⑧アンケート回答者の年齢について　⑨個人の趣味や家庭用品に使用できる月額の金銭的範囲について　など。

図7　2018年イムズ展示

図8　2018年イムズ展示

図9　2017年企業への提供デザイン

図10　2017年企業への提供デザイン

〈2023年度（令和5年）
市場ニーズ調査から予想される意味・機能についての検討およびテスト展示〉

目　　的：製品化に向けての企画遂行。

研究方法：人形師、メーカー、店舗経営者との定期的な協働検討会の実施。

研究内容：人形師とともにデータを検討し、他分野技術者との打ち合わせや製品化実験を実施。製品化に至るプロセス・材料費・人件費・流通・営業にかかる経費などを加えた販売価格や販売方法の検討。

〈2024年度（令和6年）
市場実証の検討およびテスト展示〉

目　　的：試験販売の実施および実績分析・修正。

研究方法：実験的製品販売。人形師・メーカー・店舗経営者と分析・精査・企画の修正。

研究内容：試験販売の実績を整理・分析し、修正を加えた製品を市場に図り競争力を分析。必要箇所を修正し、再度市場に図る。報告書としてまとめ、「博多人形」に関わる人形師、メーカー、小売業者などに配布。他の「伝統的工芸品」への援用を検討。

まとめ

1977年をピークに2003年には生産高33.9%、生産金額37.6%まで落ち込んだ「博多人形」の産業力は今やじり貧ともいえ、都市中心部から企業が姿を消す現象に歯止めがかからない。芸術学部では10年間にわたり伝統的工芸品に関わる産業の学術的支援を続けているものの、市場規模の拡大にはほとんど功を奏していないのが現状である。1890年（明治23年）以来、美的要素の追及が人形師の大きな目的であったが、時代の趨勢とともに今やその精神は通用しなくなっている。伝統的工芸品「博多人形」の伝統と歴史を後世に伝えるためには、技術を保持しながら純粋装飾である人形に付加価値を加え、これまでとは異なる市場規模を模索するしか方法がない。

本論文は、人形師の製作に対する基本的思想観に変革をもたらす方法論の提示をもって、文化資産を守る手段を模索するものであり、その準備期間の研究を開示するものである。

参考1：博多人形展アーカイブス, 福岡市博物館, 平成12年3月28日（火）～7月30日（日）