

# 職人文化人類学事始め—研究から実践へ

---

ワタナベユカリ



## 職人文化人類学事始め—研究から実践へ

ワタナベユカリ

株式会社 仕立屋と職人 代表取締役

info@shitateya-to-shokunin.jp

### 1. はじめに

私たちの活動の目的は、文化を遺産にしないため、そして100年後の文化をつくるために活動をしている。「遺産」という言葉は過去のもの、または終わってしまったというイメージを抱く。同じように「伝統工芸」「伝統産業」というように「伝統」とつくると急に過去のもののように感じてしまい、生活から離れていってしまう。文化庁は伝統的な技の保持者を人間国宝と認定し継承を図り<sup>註1</sup>、経済産業省は昭和49年に伝統的工芸品産業の振興に関する法律を制定し経済産業大臣の指定を受けた工芸品を「伝統的工芸品」とし、国からのサポートを受けられる仕組み<sup>註2</sup>を設置した。これらは産業としてみなされていないものに対して「守る」ための仕組みとして活用されている。「伝統工芸だから良いもの」という考えは市場では通用せず、何が良いのかをもっと明確にし、市場とものづくりの世界を繋げなくては自立して存続していくことは不可能である。この不可能をいかにして脱し、伝統を守りながら市場で求められる方法を模索しているのが私たちの活動である。

活動のきっかけは2016年に福島県郡山市のだるまや干支といった縁起物を和紙でつくる張り子職人との出会いから始まった。だるまを置く風習が残っている家はかなり減ってきてはいる

が、それでも現在もだるまを買い求める人がおり、それらをつかって生計を立てている職人たちがいる。さらにその技術を生かして、これまでにない張り子を生み出し続け、新しい張り子の可能性を模索している。伝統工芸と呼ばれるものではあるが、過去のものではなく現在も続いているものづくりなのである。私はこの職人との出会いから、日本の文化や日本に根付いたものづくりのイメージが変わっていき、一緒にプロジェクトを行うようになった。

職人たちとのプロジェクトを通して感じたことは「どうしたらプロジェクトが単発で終わらずに、これをきっかけに100年後の文化をつくる仕組みづくりにつなげることができるか」ということだった。そこで模索し、構築したのが【職人文化人類学】という新しい実践的学問である。今回は、この職人文化人類学について示していく。

### 2. 活動の目的—「職人」を「shokunin」へ

活動目標の一つとして、職人という存在が【shokunin】として世界で認知されることを挙げている。私たちが定義する shokuninとは、以下である。

- モノをつくることで日本の文化を形成してきた、またはしている職人
- 時代の動向に合わせ、変化を厭わないものづくりをしている職人
- 歴史や産地を含め、自社のスペシャルな部分を誰よりも語りつくせる職人

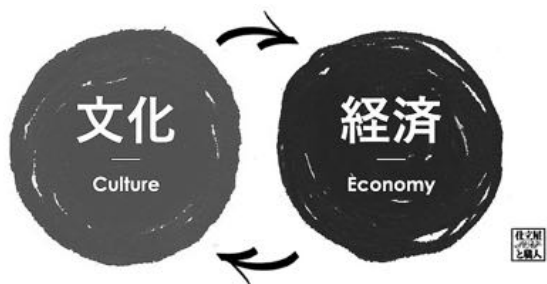
そして、「shokuninとなるための条件」、また「shokuninがつくる文化」として以下の三点を

註1 無形文化財、文化庁、閲覧2021年9月30日  
<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/mukei/>

註2 伝統的工芸品、経済産業省、閲覧2021年9月30日  
[https://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/nichiyo-densan/index.html](https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyo-densan/index.html)

挙げる。

- a. 職人のつくるものが、顧客の新たな行動を起こさせ、習慣化し、結果として文化となっている状態のこと
  - b. 職人の作るものや独自の技術を活かし、時代に合わせた新たなトレンドがつくられていく状態のこと
  - c. 職人独自の技術を活かしながら、生産性を高め、持続的な職種となっている状態のこと
- 上記の状態に達した時に、100年後の文化が生まれ、shokuninが世界に認識されていると考える。職人たちはこれまで、ものをつくることによって日本を日本たらしめる文化をつくりだしてきた。文化とは習慣の蓄積の結果であり、何十年後、何百年後に人々がそれを文化と認識するものである。習慣になり得る状態は、人々の需要があり経済として成り立っているということである。その逆も然り、文化だから経済として成り立っているともいえる。多くの人々が当たり前にするものであり、日常として行う行為の中で必要なものであるから需要がある。しかし、文化を保護するという状況になってしまうと、経済は回らなくなる。その状態とは習慣がなくなっているということであり、そこに需要はない。需要がなければ供給も減少し、結果として経済が成り立たなくなる。このように考えると文化と経済、両方が両立して循環していることが職人を shokuninとして成り立たせる重要な要素となってくる。



文化と経済の両立

### 3. 職人文化人類学の確立—実践と理論を構築していく

前項で挙げた shokuninと文化を生み出す状態をつくるために、職人文化人類学を提案する。

これは、日本のものづくり文化を絶やすことなくアップデートするために、職人を構成する歴史、哲学、技術、素材といった「DNA」を紐解き、100年後の文化をつくる【shokunin】を創出する生きた学問である。

これまで行ってきたプロジェクトに横串を刺すための実践を伴った動き方であり、これらを理論化することで、どこの地域でも応用ができ、職人や地域のものづくりに携わる人に還元できるよう仕組み化する試みだ。現在、各地で実証中であり、考察段階ではあるがこれまで組み上げてきた部分を紹介する。

#### 3\_①職人文化人類学のフロー

職人文化人類は以下のような手順で進む。

STEP1. 文化人類学で職人を理解する  
弟子入りなどの手法を用いて、特定の工房や地域に入り込み、客観的視点で調査し、「DNA」を紐解く。

STEP2. アクションリサーチで仮説を検証する  
職人と現状の課題を把握し、仮説を立て、検証と改善を繰り返す。

STEP3. デザインアプローチで解決に導く  
リサーチした情報をもとに、職人の「DNA」を生かした課題解決に繋がるデザインをする。

STEP4. 一連のプロセスを体系化する  
この理論と実践を体系化することによって、各地で活用できるよう学問にする

この学問の重要な点は、リサーチから見えてきた課題を、「DNA」に基づきながら解決策まで導くこと。そしてその手段として、デザインの手法を用いるということである。

#### 3\_②なぜ職人「文化人類学」なのか

〔引用〕フィールドワークという手法を大切にしてきた文化人類学は、そのことばの手前で立ち止まることを求める。自分の体を動かし、現場に向かう。ときに、自分たちとは異なる人々の言語を学習して対話し、ともに時間を過ごす。そのなかで事前の調査計画が机上の空論に過ぎ

なかったことに気付かされる。(略) 既存のことば=概念がとらわれてきた世界認識を刷新したいという思いがある。」<sup>註3</sup>

私たちが行っているリサーチはまさにこの言葉に凝縮されており、何よりもリサーチを大事に、そして丁寧に進めてきた。初対面から本音を言う人の方が少ないとも思うが、たった一回のヒアリングでは対象者である職人の重要な情報は聞き出すことはほぼできない。本音がわからないからこそ、職人の行動範囲の内部へどんどん入り込んでいく。そうすると、職人自体の理解も進むが、同時にその地域でどう求められているのかといった、もっと広い範囲での職人像が見えてくる。

なぜここまで行うかという、職人がつくった「もの」を世界に届けるのではなく、「職人」というその存在を世界に届けることが目的だからである。そのために職人を中心とした関係する事や人を同時にリサーチする必要があるのだ。

以上のように徹底したリサーチをベースとするこの活動は、文化人類学の考え方と大きく重なるため、この学問の名称を【職人文化人類学】とすることとした。

### 3\_③実践方法

現在、プロセスを体系化し理論を確立しているわけではないが、これまでどのような活動をしてきて、それがなぜ職人文化人類学としてどう必要なのかということを実例とともに説明していく。大きな流れとしては、インプットとアウトプットを常に繰り返していくことである。

#### ・情報収集「全国行脚」

まずは、情報収集を行う。どのような職人がshokuninになり得るのか、実際に会いに行き、話を聞き、探していく。多くの職人に会いながら、現状維持を求めている職人、どんどん挑戦していきたい職人など、職人が求めていることや目指すビジョンは何かという情報を集めてい

く。この段階では初期リサーチになるため、職人の現状、売り場、材料、家（工房）、産地といったことを全体的に聞いていく。そして、日本全国の職人と繋がり、ネットワークを構築していく。この情報収集は常に継続して行っている。

#### ・フィールドワーク「弟子入り」

次に、フィールドワークを行う。職人のもとに「弟子入り」をさせてもらい、朝から晩まで一緒に働かせてもらう。弟子入りをする理由は、インターネットに載っていない検索してもヒットしない情報を収集することができるからだ。さらに、女性である私が弟子入りするのと、弊社男性メンバーが弟子入りするのでは収集できる情報が違うということも起きる。(今の時代に男女で分けることはナンセンスだと思うが、現場の仕事のやり方は男女の得意分野で分けられていることが多いため、この言い方を今回はさせてもらう。)細かい手作業が多い現場では女性職人が活躍していたり、地域的に男性が表に立つことが多い地域では当主は男性が多い、といったことがよくある。そういう場合は、メンバーそれぞれの持ち味を生かしたフィールドワークを行う。例えば、福島県郡山市のデコ屋敷本家大黒屋の張り子職人の元へ弟子入りした時は、当主は男性であるが、現場で働いている職人は女性が多かった。当主への聞き取りや密着などは男性メンバーが行い、工房内の女性が多い作業場では私が入り込んでいった。滋賀県長浜市の輪奈ビロードという生地をつくる株式会社タケツネでは女性職人が多く、さらに糸一本を扱うような細かい作業が多かったため、そこへは私がメインで弟子入りをした。このように地域や工房、職種によって、リサーチの方法は臨機応変に対応していく。

ここで弟子入りは、本物の職人になることを目指して行うわけではないということ。たかが一ヶ月弟子入りしたところで、布を織れるようにはならないし、だるまもつくれるようにはならない。それでは何をするかというと、次へ進むステップのアイデアとなる種を拾ってくる事である。そして、ポイントは客観的視点と主観的視点を持っているということだ。どうしても

註3 松村圭一郎、中川理、石井美保 編、「文化人類学の思考法」、世界思想社、2019年、4ページ

現場に入り込むと、職人との距離も縮まり、観察する視点が主観的になってきてしまう。そのため、弟子入り期間は弊社メンバーと現状を共有し、そして意見をもらい客観的な視点を入れていく。主観と客観、両方の視点で見ることによって、現場で起きていることの捉え方が変わってくるのだ。これは職人文化人類学として重要なプロセスになると考えている。

この弟子入りによって職人との信頼関係も同時に構築されていき、職人の詳細な情報が収集できることによって、プロジェクト進行にも大きく役立つ。



株式会社タケツネにて、輪奈ビロード職人の元で弟子入りをしている様子

#### ・情報の整理と分析「DNA抽出」

次に、リサーチして集めてきた情報を整理し、分析していく。職人を構成している、歴史、哲学、技術、素材といったものを並べ、そこに職人が思い描く将来の姿を掛け合わせるによって、守るべきことと挑戦すべきことを見つけ出していく。これをDNA抽出と呼んでいる。

方法としては、デザインアプローチを用いて、強みや弱み、過去・現在・未来のこと等を、改めて職人と一緒に書き出していき、持ち合わせている情報や視点がバラバラである方が、職人自身が気づかないポイントを見つけることができる。また、弟子入りによって内部事情がわかっているからこそ、大事にしなければいけないことも挙げるができる。そして、職人自身でペンを持ち紙に書いて言語化していくということも重要な点である。職人同士の共通言語や、言葉にしなくても伝わる阿吽の呼吸といった、

当たり前で暗黙化された時間を過ごしていることが多いため、ここで改めて言語として可視化することによって、職人自身も客観的な視点で判断することができるようになる。

集まった情報をその場でグルーピングしていき、この先どうなりたいかというゴールと一緒に見つけ出していき、それを「DNAマップ」と呼ぶ。ゴールまでどのような行動を起こすか、どんなアウトプットがいいのか、顧客はどう反応することによって変化していくのか、という大きな指針が書かれている。



DNAマップ制作の様子

#### ・アウトプット「これまでのシーンから見方を変える」

DNAマップをもとに進む指針が見えたところで、実際に何をするかを決めていく。アウトプットするものは職人それぞれ違う。今回福島県郡山市で300年前から郷土玩具をつくり続けるデコ屋敷本家大黒屋の張り子職人との実例を見ていく。

張り子とは置物である。例えば、木型に和紙を張り重ね、乾燥したら木型を抜き、そこに絵を描いていくものが張り子であり、だるまや十二支の干支といった縁起物を制作している。デコ屋敷がある三春という地域は農業で生計を立てている人が多かったため、その年の豊作を祈り一年の始まりのお正月に新しいだるまを買う風習があった。そして、そのだるまを神棚に飾っていた。しかし、現在のライフスタイルでは、神棚が無くなってきて「置く場所」自体がなくなっていった。特にアパートやマンション

は白い壁で、だるまはインテリアに合いにくくなった。そのため大きいだるま売れなくなっていき、小さいだるまの需要が多くなってきている。そこから、どうしたら現代でも張り子を求めてもらえるようになるかと考えた結果、張り子を、「置く」という形態から「身につける」という形態に変化させることにした。張り子があるシーンを変えることによって、これまで生活の身近にあった張り子を同じように、近く感じられるように変化させた。

私のように外から来た人間が、一方的に「これつくった方がいい」と言って職人に新しいものをつくってもらうのではなく、一緒に方向性を決めて職人自身も商品に対しての愛着を抱きながら開発できることによって、一過性の商品開発になることを避けることができる。そして、商品をつくっただけで終わりではなく、DNA抽出によってわかった強みを職人自身の言葉で語って多くの人に伝えるということもとても重要になる。職人が表に出ることによってお客さんからの反応がダイレクトに返ってくる。その反応を持ち帰り、次の展開へ進めていく、これを繰り返していく。



デコ屋敷本家大黒屋との商品開発の様子

### 3\_④職人文化人類学にたどり着いた経緯

上記のような活動をこれまでしてきた。このフローを進めていくと、どうしても一か所に留まる物質的な時間がかかってしまい、47都道府県の各地にいる職人とプロジェクトを進めることは困難であると考えた。さらに伝統工芸の市場や後継者不足が続いている状況に追い打ちを

かけるように、新型コロナウイルスによる生活の仕方や経済の変化によって、職人たちは苦難を強いられている。ある調査では、新型コロナウイルスの影響が続きこのまま需要が戻らなければ廃業するリスクがある会社は4割という調査結果も出ている。<sup>註4</sup>この現状から、これまでの活動を職人文化人類学という形にすることによって、誰でも応用できる実践的学問にし、日本各地で同時にプロジェクトを進行できる方法を考えたのである。そうすれことによって、多くの人達に私たちの活動を還元できるのではないかと期待している。

### 3\_⑤今後の展開

現在は情報の蓄積を行なっているところである。今後はさらなる現場での実践を増やしていき、その情報を集約し体系化を進めていく。体系化をすることによって、研究成果を職人に還元する事ができる。職人文化人類学はただ研究で終わらすのではなく、研究内容を還元し職人自身がこの考え方や実践方法を現場で使うことができるようになる事が目標である。

さらに、関係者を増やしていきたいとも考えている。特に学生など若者の関係者である。伝統工芸や伝統産業の業界の従事者の年齢層が高いことや、地域内でネットワークを構築してきたため、外からの情報や新しい視点が入ってくることが少ないという現状がある。そのような状況の中に、新しい風を吹かせることのできる存在がいることによって、産地は活性化してくる。日本各地の大学と共同研究をしながら、学生と現場に入りプロジェクトを進行することは、学生にとっても現場での行動力と判断力が身に付く機会になるはずだ。そして、提言で終わるのではなく、求められているアウトプットまで行動を起こすその経験は就職後も必ず役に立つ。

まだ始まったばかりの職人文化人類学ではあるが、この研究を進めていき、これからの日本

註4 「伝統産業従事者 新型コロナウイルス影響調査」調査実施期間2020. 5. 9~15、株式会社和える、閲覧2021年9月30日、<https://a-eru.co.jp/wp-content/uploads/2020/05/aeruresearch0522.pdf>

のものづくり文化において大いに貢献できる学問になることを期待している。



インターンの学生が職人にリサーチのためのインタビューをしている様子

#### 4. おわりに

伝統工芸、伝統産業という大きな括りで見ると、どんな人がどのようなものづくりをしているか全くわからない。しかし、一步踏み込んでみるとそこにはそれぞれの職人が違った思いと理由でものづくりをしていることがわかる。時代に求められなくなったら、いらぬものになるのではなく、大事な部分を繋げながら、どう柔軟に対応していくかを模索しながら各時代を生き抜く姿に誰もが心を揺さぶられるはずだ。古いという理由だけで、守るべきだとは全く思わない。求められないものは淘汰されていくものであるからこそ、伝統を守るために挑戦を続け日本の文化を過去から未来へ継続させる可能性を模索していく。