

## 〈2020年度長野大学研究助成金による研究報告〉

### (準備研究)

# 伝統的工芸品産業における マーケティングの適用の基礎的研究

石川 義宗\*

Yoshimune ISHIKAWA

### (1)研究の成果

本研究の目的は、伝統的工芸品産業にマーケティングを適用することの難しさについて検討することであった。この研究の前提になっているものが「産業工芸」という考え方である。過去の研究によると、それは商工省(現・経済産業省)が1928年に設立した「工芸指導所」によって企画、実施されたものであり、当時、海外に輸出されていた伝統的工芸品を手工業から機械工業に向けて最適化した製品開発であった。この際の製品設計が日本における現在のインダストリアルデザインの起源とされている。今日、家電メーカーなどの製品に伝統的工芸品の造形、色彩、質感を表現した日本らしさを謳ったものがあるが、歴史的に見れば、それらは「産業工芸」への回帰的思考と見ることができる。しかし、本研究が進むにつれて、伝統的工芸品とインダストリアルデザインは、実は「産業工芸」を起点にしていない可能性が明らかになった。結論から述べると、おそらく、それはハーバート・リード(Herbert E. Read, 1893-1968)著『インダストリアル・デザイン』(勝見勝訳、1957)の受容を起点としており、1970年代に日本インダストリアルデザイン協会によって計画的、恣意的に生み出されたものである。これまでの定説では工芸指導所の国家的なポリシーのもと、デザイナーの主体的な考えはその背景に退いていた。しかし、この気づきはデザイナーたちの主体的な動きに着目した新しい課題の発見だと言える。

### (2)申請書における予想との相違

申請書では、伝統的工芸品産業にマーケティングを適用することの難しさについて検討するという目的のも

と、かつての「産業工芸」を振り返り、伝統的工芸品とインダストリアルデザインの未分化な様相から分化した様相にかけてどのように発想の違いが生まれ、設計プロセスの違いが生じたのか捉えようと思っていた。しかし、本研究により、現在のデザイナーたちが共有している集団的な知識はリードのような欧米の芸術学の受容として整理され、彼らがどのようにその理論を日本のデザインに適用したのかという点が注目される。すなわち、現在の伝統的工芸品産業にマーケティングを適用することの難しさは、日本の伝統的工芸品の職人の創造性(暗黙知)に欧米に由来するデザイナーの創造性(デザイン思考)が導入されたときから歴史的に続いていると仮定できる。

### (3)研究の進展

上記の気づきにより、本研究はデザイナーをリードが定義した「抽象的美術家」として捉え、日本のデザイナーたちがいかに主体的な思想形成を図ったかに迫ることになった。「抽象的美術家」とはリードによって下記のように定義される。

機械時代のもっとも典型的なデザイナーは、「構成技師」(constructive engineer)である。構成技師は、自分の機能的な目的と、シンメトリーやプロポーションの諸理想との調和をはかるのだが、そのかぎりにおいて、かれは抽象的美術家である。

「抽象的美術家」とは職人の創造性からデザイナーの創造性を峻別し、定義するための用語だと言える。この知見が当時の日本のデザイナーの間に浸透してい

たことを本研究は日本インダストリアルデザイン協会の機関誌(1958年～1975年、1号～74号、国会図書館未所蔵)を複写しているときに気づいた。機関誌はデザイナー自身が寄稿し、編集したものであり、彼らの声を集めた一次資料だと言えるが、それは日本のデザインのあり方を能動的に生み出そうとするデザイナーたちの知識形成の記録として評価できる。この資料から、

日本のデザイナーたちがどのようにインダストリアルデザインを構想したのか、なぜ伝統的工芸品をめぐって盛んに議論していたのか、という点が明らかになるはずである。

暗黙知として想定される職人の創造性やデザイン思考として想定されるデザイナーの創造性に迫るといふかたちで本研究は進展する見込みである。

**研究発表(令和2年度の研究成果)**

(学会発表) 計( 1 )件

発表者名	論文標題		
石川 義宗	農商務省「農展」の図案と山本鼎の「農民美術」		
学会等名	発表年月日	発表場所	
日本デザイン学会	令和2年8月27日	大会は中止。 オンラインによる概要集の公表。	