

# 匠の技（伝統工芸）のこれからを探る

10班

コミュニティデザイン学科  
建築都市デザイン学科  
社会基盤デザイン学科

野村 碧  
上條 裕太  
左部 晃司

松本 富永  
渡邊 唯

じゅり  
有輝子

栃木市  
栃木市役所 商業振興課

## 背景

伝統工芸品は、高度経済成長とそれに伴う生活様式・雇用の変化によって生産額・従事者数ともに大きく減少し、その後横ばいで徐々に減少している。(表1・2参照) 伝統工芸品が5つある栃木市においてもその存続が問題視されており、特に需要の減少と後継者不足が課題と考えられていた。

表1 伝統的工芸品産業の推移

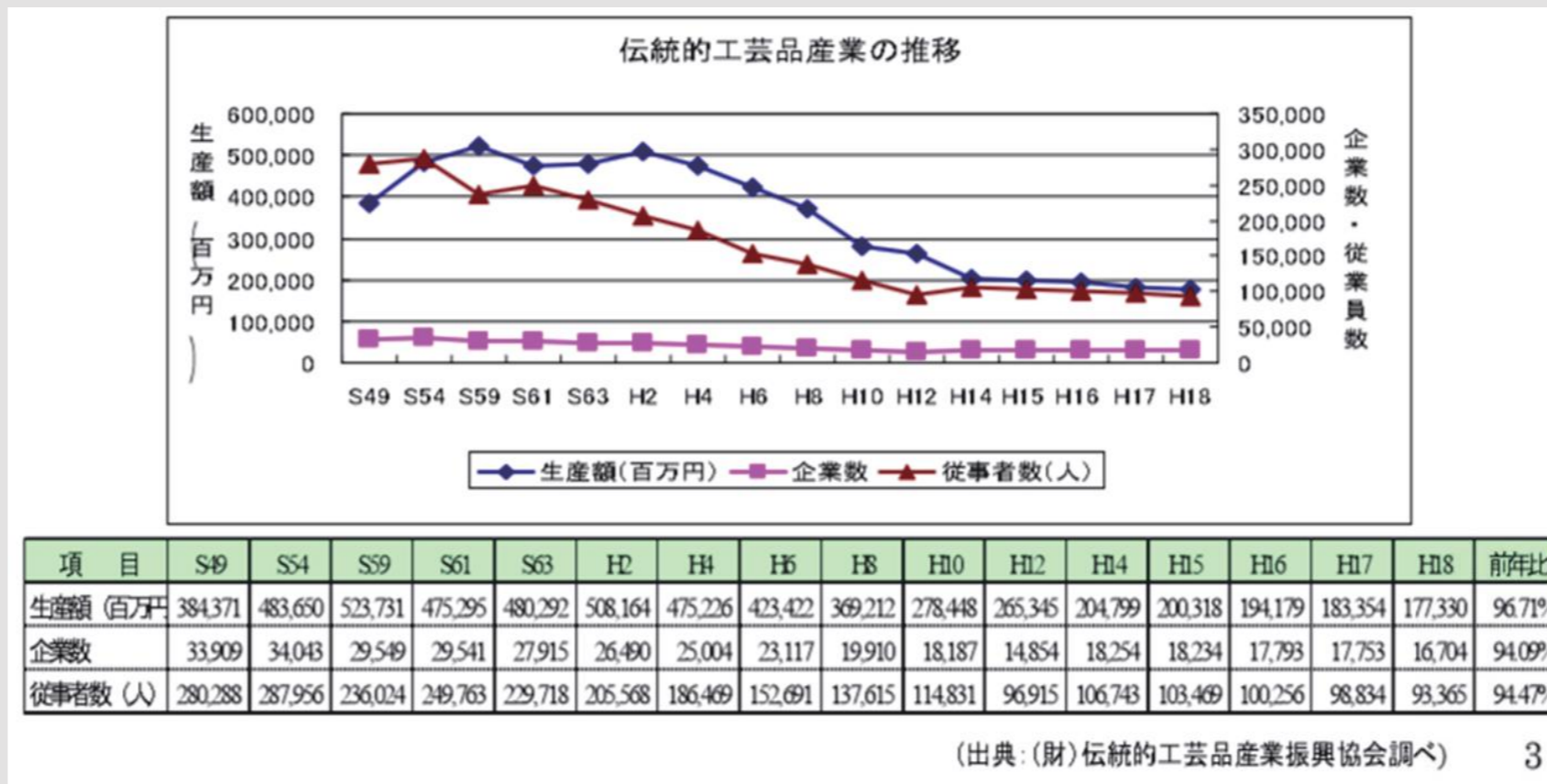


表2 平成24年度の伝統的工芸品の生産額・企業数・従事者数

項目	平成24年度
生産額	1,040億円
企業数	13,567企業
従事者数	69,635人 (出典：同上)

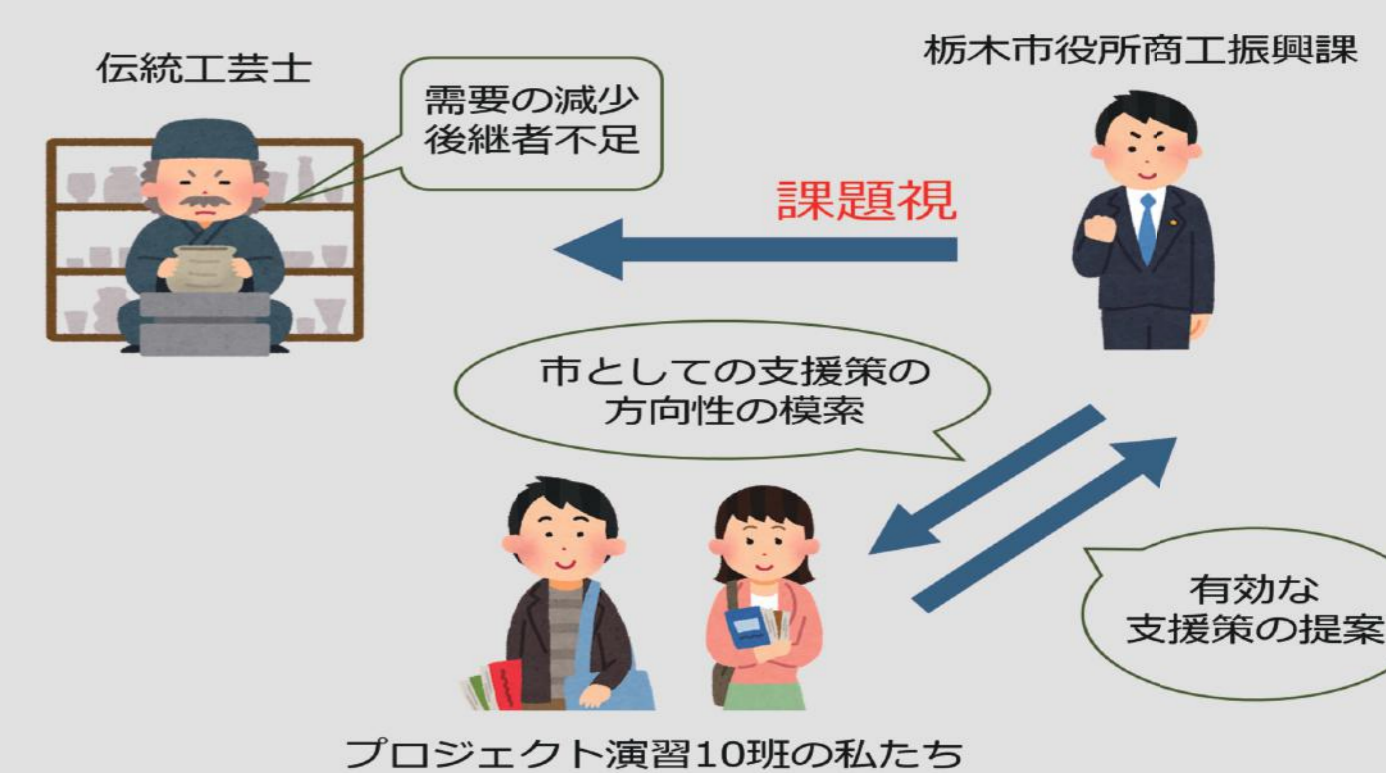


図1 背景での私たち10班・パートナー・伝統工芸士との関係

## 目的

栃木市における伝統工芸品の課題である①需要の減少②後継者不足の2点を検証し、これらを解決する方法を提案する。(図1参照)

## サイクルごとの目的・方法

## 結果

第1サイクル

栃木市の伝統工芸品がどのようなものか知るためにまずは事前学習としてネット検索し知識をつけた。次に伝統工芸士の方々を直接訪ねて伝統工芸品に対する想いや、私たちが想定する伝統工芸品の課題への考えをヒヤリング調査した。

需要の減少と後継者不足に対する課題意識は伝統工芸品によって様々だったことから私たちがこれらの課題を直接的に解決できることは少ないのではないかと考えた。しかしヒヤリング調査のなかで伝統工芸士の方々は共通して「自分たちの伝統工芸品を多くの人に知ってもらいたい」という想いを抱いていることがわかった。(図2参照) そこで市役所から与えられた課題を解決するために多くの人々が伝統工芸品の魅力を知れば理解者が増え、需要の減少・後継者不足の解消に役立つのではないかと仮説をたて、「伝統工芸品の魅力を多くの人に伝える」という課題を再設定した。



図2 伝統工芸士の共通の思い

第2サイクル

(1) 魅力を伝えるターゲットを絞るため、人々は伝統工芸品のどのような部分に魅力を感じるのかを知るためにとちぎの伝統工芸品展 in ベルモール(写真1参照)という伝統工芸品のイベントでヒヤリングを行った。

(1) イベント来場者は30～60代の女性が多く、伝統工芸品の実用性に惹かれることがわかった。このことから、30～60代の女性は家庭で使えるものに対してアンテナが高いことに加え身の回りの人への拡散力があると考えターゲットを30～60代の女性の方々に絞れば伝統工芸品の認知度を上げることができるのではないかと考えた。



写真1 とちぎの伝統工芸品展 in ベルモール  
栃木の樽(左)・都賀の座敷帯(右)

(2) 実際に地域おこしを行っている方はどのような方法で誰に発信しているのかを知り自分たちなりの魅力の広め方を模索するため栃木市の地域おこし協力隊の方(写真2参照)にヒヤリング調査を行った。

(2) 地域おこし協力隊の方々は、楽しみながら自主的に・身近な場所で身近な人たちと・伝統工芸品の体験講座の企画や制作体験の動画作成などの活動を通して魅力を発信していることがわかった。このことからまずは自分たちの身近な人や地元(栃木市)の人に知ってもらい、自分たちも体験することで自分たちなりの「楽しさ」を発見し、伝える必要があると考えた。



写真2 栃木市の活動家

第3サイクル

(1) 自分たちなりの「楽しさ」を発見するために伝統工芸品の制作体験を行った。

(1) それぞれの感想(写真3参照)

(2) 魅力を伝えるために体験を元にしたチラシと動画を作成した。

(2) チラシのメリットは配布エリアを自由に選定できることや直接手に届きじっくり見てもらえること。デメリットは看板などに比べ常に目につくわけではないため持続的な効果がないことがある。一方SNS広告のメリットは多数の写真や動画をアップロードできることや世界各国からアクセスが可能であることで、デメリットは信頼度が低く見られやすいことがあげられる。私たちはターゲットを30～60代の女性に絞りそれらの人に確実に情報が届くようにしたため「広告媒体としてチラシを選んだ」。



写真3 体験での感想(上から箒・提灯・樽)

## 提案

○チラシ

- ・表には、伝統工芸品のデザインを描く。
- ・裏には、伝統工芸品の実際の使用方法を書く。
- ・体験で感想を書く。

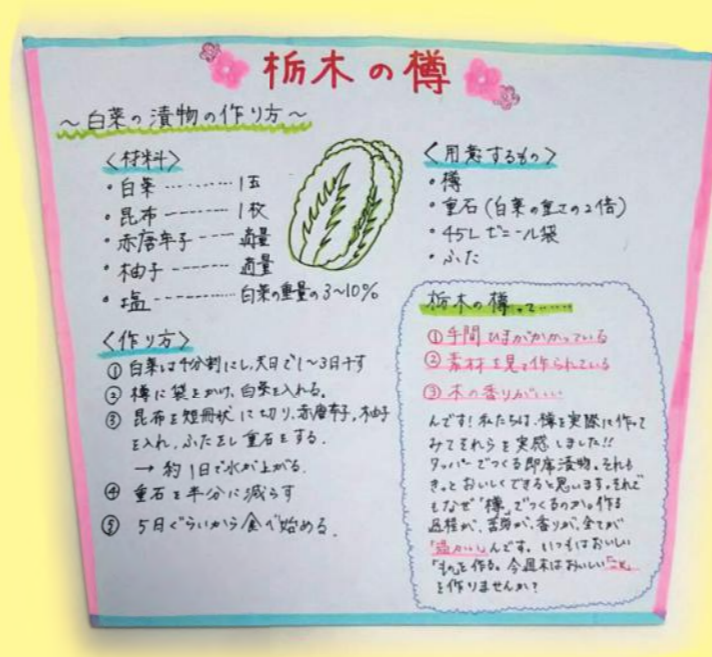


写真4 樽のチラシ表(左)・樽のチラシ裏(右)

○動画

- ・アテレコやテロップを入れて伝わりやすくした。
- ・YouTubeに動画を載せてだれでも見れるようにした。
- ・そのQRコードをチラシ載せた。