

日本人の生活に根付き、日本の文化を支えてきた工芸の品々。ここには日本人の感性が選び、それを実現するために職人が磨いてきた技術が結晶しています。

日本の工業製品は20世紀後半、卓越した技術力と性能で世界のプロダクトをリードしてきました。しかし21世紀に入り、優れた加工機械の普及・導入により、多くの分野で日本製品の優位性は失われています。そんな中、新しい価値を磨こうと、伝統工芸に用いられる表現や技術を追求め、工業製品に落とし込もうとする動きが出始めています。

工芸と工業

工芸と工業、直感的には伝統的に昔から作られ使われてきたもの、手作業で作られてきたものを「工芸」と呼び、機械生産、大量生産により生み出されるものを「工業」と呼んで、対比的な使い方をされることも多いようです。

工芸という言葉は辞書で引くと概ね「実用品」「日常生活の用に供されるもの」を作ること—というような説明がなされており、併せて「美的価値」という言葉が付されることが多いようです。また、誰もが無意識に「伝統」という修飾語を付してしまうことからわかるように、「昔からの技術・技法」「手工業的技術」という意味も込められがちです。

一方の工業は「原料を加工」して「価値ある生産物」を製造する「=製造業」と説明されており、機械生産=工業というわけではなく、実際には機械生産の工芸品もあるし、手作業が生み出す工業製品もあり、その境界は曖昧ということがわかります。

あえて区別するならば、昔から生活の中で使われていて、今も作られているもので「美的価値」の評価が高いものが「工芸」と言えるかもしれません。

工業製品の今

20世紀後半、それまで卓越した技術力と性能で世界のプロダクトをリードしてきた日本の工業製品は、優秀な技術者に対するヘッドハンティングと大胆な設備導入を武器にその力を強めてきたアジア諸国の猛追を受け、21世紀に入ると性能で追いつかれ、価格で追い抜かれ、その競争力を失ってきました。

早い段階でその兆候を感じていた企業も多くあり、前世紀終盤から今世紀初頭にかけては「日本企業としてのアイデンティティ」を模索する動きが各所で見られました。

中でも注目されたのは19世紀後半にジャポニズムと呼ばれ世界で高い評価を受けた日本美術であり、それに伴って広がった工芸品です。しかし、「漆塗りの〇〇」や「伝統柄を使った〇〇」といった伝統のイメージを現代のプロダクトに持ってくるに留まり、これこそ新しいジャポニズムと呼べそうなものはなかなか現れてはいません。

すでにある日本の良さ

では、日本の工業製品の力は失われたのでしょうか。

個人的な話ですが海外に行くときとあえぎ一度はその土地のスーパーストアに足を運びます。各国にはその地の空気のようなものがあり、日常で使われている品物にはその国独特の魅力があ

るためです。食料品のパッケージも魅力的だし、日用品や家具などもそれぞれの国の特徴があって面白いものです。

ところが、そんなときに「あ、これいい!」と思って手に取ったものがMade in Japanであることが、結構な割合であります。店頭で手に取ったものなので、使ってみての感想ではないのですが、他の商品よりも「出来が良い」と感じさせられてしまうのです。

そんな時には何人かの伝統工芸の職人さんの顔が思い浮かびます。京漆器の職人さんは「自動車の塗装は素晴らしい。自分らの技術ではあんなに広い面積をあれだけ美しく仕上げるのはとても無理や。あんな風に漆を塗りたい」と話しておられました。

そして今、その方の工房では伝統的な道具類とともに、巨大な塗装ブースとエアブラシが当たり前と並んでいます。

また絞り染めのある職人さんは「師匠に、『丁寧に勝る技術無し』って教えられたさかいな」と言われていました。

他の国で見つけた魅力的なMade in Japanは工業製品ではあるのですが、どうやら伝統工芸の職人さんのような「ていねいな仕事」がその魅力を生み出しているのではないのでしょうか。

学ぶ、保持する、体感する。

当センターで支援している新工芸研究会は、様々な分野の伝統工芸関連企業が集まり新たな京都工芸の創造につなげる研究を行っています。ここ数年、ある製造業の企業と共に「次世代コンセプトモデル」に取り組んできました。第1弾ではすでにある現行商品を伝統工芸の技術で「加飾」。第2弾では工業製品で使う「素材」はそのままに、それを伝統工芸の技術で加工し、「素材の新しい可能性」を追求めました。

この取り組みは主に企画・デザイン部門が中心となって進めたプロジェクトですが、製造部門にとって、伝統工芸の「より美しく見せるための工夫」、傷や汚れ、変質などの「変化することを見越した配慮」といった職人の技術と心意気で実現されているものが素材の新しい可能性への気づきに繋がり、この企業では伝統産業の技術や美意識を現代の加工技術ではどのように昇華すればいいか真剣に考えているそうです。

日本の工業製品には無意識のうちに日本人らしさがにじみ出ていますが、他との競争の中で「安く、早く、簡単に」あるいは「高性能・高品質」が重視され、次第に失われているように感じます。もう一度、工芸の中に長い年月をかけて蓄積されている、日本人が感じる美しさ、上質さ、そしてそれを生み出す「ていねいなさ」を見つめ、思い出すことが必要に感じます。