

肥後象がんに関する事業の現状と課題 ～熊本県伝統工芸館における事例を通して～

The Current State of the Related Activities and Problems about Higo Inlay (Activities at Kumamoto Prefectural Traditional Crafts Center)

孟 莹
Meng Ying

崇城大学大学院芸術研究科デザイン専攻
Division of Design, Graduate School of Art, Sojo University

目的

本研究では、熊本県伝統工芸館における肥後象がんに関する展示会やワークショップなどの事例を分析し、肥後象がんに関する事業の現状と課題を明らかにすると共に、今後肥後象がんに関する情報発信の再構築の方向性について検討することを目的とする。

課題と提案

肥後象がんに関する事業における資料分析を通して、肥後象がんの新しい販路の開拓、肥後象がんの事業に関する情報発信、肥後象がんの PR、肥後象がんの技術の伝承・職人高齢化などの課題が明らかになった。これらの課題から肥後象がんに関する提案を試みた。

① 肥後象がんの広報活動

熊本の伝統的工芸品「肥後象がん」は、認知度の低下により、後継者不足や需要が減少傾向にある。また、展覧会やワークショップなどの事業に関するアンケートや聞き取り調査により、来場者の中心が50歳代や60歳代であり、20～30歳代の若い人へのアピールが必要とされている。そこで、肥後象がん振興会の依頼により、崇城大学芸術学部デザイン学科により若い世代の肥後象がんの認知度を高める目的で、ウェブサイト「LINK UP HIGOZOGAN～つながる肥後象がん～」が制作され、熊本県伝統工芸館のウェブサイトにはリンクを設置した。

② 子どもをターゲットとした啓発

子どもに分かりやすく、興味を持ちやすい肥後象がんに関する情報発信が今後の取り組むべき課題の一つであると考えられる。そこで、子どもが肥後象がんの製作工程を理解できる「肥後象がんの製作工程」のポスターを提案した。肥後象がんの制作工程である布目切りに使う道具、方法、作業の繊細さ、錆び出し、お茶炊きの化学的変化、季節によりかかる時間

の違いなどを説明し、職人の1日の生活や仕事などを通して興味を引かせる工夫をした。

③ その他の提案：商品開発について

歴史ある肥後象がんであるが、重厚なデザインだけでは、多くの人に受け入れてもらうことが難しいのが現状である。今後も長くこの伝統的工芸品を継承していくために必要な「時代に合ったデザイン」をどう提案するかが求められる中、デザイン学生によるデザイン提案が試行された。

考察

本研究を通して、熊本県伝統工芸館における肥後象がんに関する事業を分析した結果、様々な課題が確認できた。肥後象がんの事業に関する情報発信の現状について、DM や新聞広告などの従来の発信方法に加え、ウェブサイトや SNS などの新しいメディアの活用が求められる。現代の肥後象がんはファッションやインテリアなどの新しい分野に取り組んでおり、その試みは商品開発や需要発見には有効であり、また耐水性のある商品など肥後象がん技術の更なる向上が不可欠である。肥後象がん職人の高齢化と後継者不足の問題に関して、後継者育成講座、職人への支援、助成制度などの事業は、今後も続けていくことが重要である。販売に関しては、肥後象がん販売専用のウェブサイト開発を提案したい。肥後象がんの PR をはじめ、肥後象がん職人の商品を一堂に集めた図録、オリジナル製品の受注なども可能となる。

古き良きものに新たな要素を加えることは決して容易ではない。認知度の低下を危惧して、現代のデザインを追い求めるばかりに技術が低下してはならない。これからの肥後象がん師に課せられた責務は、伝統を守り、技術を高めることであると同時に、国内外及び若年層への肥後象がんの情報発信を進め、人々のニーズに応じて、新たな肥後象がんの商品を開発していくことが重要である。