大島紬の現在位置とドメスティック・フェアトレードの可能性[1]

大前 慶和

キーワード：伝統工芸品、市場の失敗、大島紬のジレンマ、ドメスティック・フェアトレード

概要

伝統的織物・染物産業の特徴を分析すると、生産者は手作業の細やかさを追求してきた一方で、コンピュータや大量生産された工業品が一般的となった今日の消費者は、手作業を中心とした製造工程が想像できなくなっている。また、伝統工芸品産業を存続させるには、生産規模を縮小することによって希少性を打ち出すか、あるいは作家性を打ち出す手法があると考えられる。

大島紬に焦点を当てて分析すると、手作業の細やかさの追求は群を抜いていると言えるが、逆に消費者は大量生産品との区別が難しくなり、ますます消費行動を控えるようになっている。情報の非対称性が極度に大きくなり、大島紬市場は失敗しているばかりか、大島紬のジレンマが発生している状況にある。

伝統工芸品産業を存続させる上述の２つの手法は、いずれも需要拡大を目指したものだとは言えない。大島紬市場の根本的な問題の解消には、情報の非対称性を解消する必要がある。意味の付与された情報提供を第三者機関が行い、さらには公正な価格提示を行う必要があると考えられる。この発想はドメスティック・フェアトレードと称すべきものである。

Ⅰ．前提的議論

１．研究対象としての伝統工芸品の範囲

伝統工芸品の持つ直感的なイメージとは、一般に、「地域資源を原材料とし、昔ながらの高度な手作業によって作り出される地域の特産品であり、手作業ゆえに量産ができず、したがって比較的高額なものが多い」といったものではないだろうか。近代化以前の日本において、伝統工芸品は地域の生活を支える日用品であったり、あるいは地域経済を支える特産品であったりした。また、高度経済成長期には伝統工芸品が消費の対象としてブームとなり、今日では地方経済活性化の手段としての意義も見出されている。

さて、伝統工芸品産業に対する国レベルの支援策は、「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」（以下、伝産法）に基づいている。伝産法は1974年に制定・施行され、1992年および2001年の改訂を経て現在に至る。伝統的工芸品としての指定を受ける要件は第２条に規定されており、以下の５点である。すなわち、①主として日常生活の用に供されること、②その製造過程の主要部分が手工業的であること、③伝統的な技術または技法により製造されるものであること、④伝統的に使用されてきた原材料が主たる原材料として用いられ、製造されるものであること、⑤一定の地域において少なくない数のものがその製造を行い、またはその製造に従事しているものであること、である。ここに、「伝統的」の意味するところは、およそ100年間の継続であるとされている。また、製造技術・技法の改善や進歩は、根本を損なわない程度であれば許容されており、伝統的に使用されてきた原材料が入手困難な場合は代替材料の使用も可能とされている[2]。以上、伝産法の定める要件は、補助対象とする工芸品の範囲を決定するための便宜ではあるものの、一定

[1] 本研究は、JSPS 科研費 JP20K12372 基盤研究(C)「大島紬産業の存続を実現させるドメスティック・フェアトレードモデルの構築」研究代表者：大前慶和 の助成を受けたものである。

[2] 伝産法の概要については、佐中忠司（2005), pp.140-146 を参照。

の理解が基礎となっており、伝統工芸品とは何かを理解する手助けとなる。

しかしながら、伝統的工芸品の指定を受けたものが伝統工芸品の全てであるわけではない。伝統的工芸品として国の指定を受けられない伝統工芸品は少なくなく、指定要件が緩和等された都道府県による指定制度が多く設けられている。北出芳久（2017）は、都道府県による伝統的工芸品等指定制度を詳細に分析し、伝産法の指定要件との相違を明らかにしている。都道府県による指定制度には伝産法に見られる産地形成の要件はほぼ存在せず、また「伝統的」の年数基準の多くは30～80年程度[3]である（pp.21-24）という。

ここで、伝産法の想定する100年という年数基準について、改めて検討を加えておきたい。概ね３代にわたって当該工芸品の存在を知るという意味でも、また老舗企業と呼びうる年数基準に照らし合わせても、指定要件として100年という年数基準は一定の理解ができる（北出芳久，2017：p.27）との見解が存在している。しかし、本研究においては研究対象を伝産法の指定する伝統的工芸品に狭く限定する必要性は見出せず、先述した伝統工芸品の直感的・一般的理解を大幅に逸脱しない限りは研究対象から排除しないこととしたい。

以上から、本研究の研究対象たる伝統工芸品とは、伝産法に基づき伝統的工芸品の指定を受けた工芸品、あるいは都道府県の指定を受けた工芸品、さらには一般的な伝統工芸品のイメージから大きくは逸脱しない工芸品を広く含むこととする。ただし、本研究の直接の対象が本場大島紬（以下、大島紬）であることから、本稿では伝統工芸品の中でも織物・染物に焦点を当てつつ、大島紬の分析を進める。

２．現地視察および聞き取り調査

研究方法については、文献調査に加え、伝統工芸品産地を対象とした筆者による現地視察および聞き取り調査を活用する。現地視察および聞き取り調査に関しては、発言者の特定を望まない協力者がおられることから、企業・団体名、協力者名は全て非公開とする。

現地視察および聞き取り調査の実施時期および対象工芸品は、以下の通りである。なお、大島紬（奄美大島産地）については2018年～2020年にかけて頻繁に、大島紬（鹿児島市産地）については2020年～2021年にかけて複数回の調査および意見交換を実施した。

2020年
　９月：本場黄八丈、結城紬、西陣織
2021年
　３月：名古屋友禅、名古屋黒紋付染、近江上布、秦荘紬
　４月：郡上紬
　10月：西陣織、京都錦織、京鹿の子絞、信州紬（上田紬、伊那紬）、有松・鳴海絞
　11月：いしげ結城紬、結城紬

Ⅱ．伝統工芸品産業が直面する経営環境の変容

大島紬産業を取り巻く経営環境を理解するために、まずは広く伝統的織物・染物産業を中心とし、伝統工芸品産業が直面する経営環境の変容を検討する。ここでは、以下の３つの視点から考察を進める。すなわち、１．製造工程の変容、２．製造工程の消費者による推測可能性、３．産地規模、である。

---

[3] なお、年数基準が確認できないか、ないしは年数基準が比較的短い都道府県の存在を挙げ、「以前に途絶えていた歴史ある工芸品を最近になって再興したといったケースでも認められるように、または機械化や人工的な原材料の使用に寛容といった配慮があるのではないか」と指摘している（北出芳久，2017：p.24）。

１．製造工程の変容

⑴手作業の細やかさ

伝統工芸品を眺めるに、製造に携わったであろう多くの職人の丁寧な仕事ぶりには感嘆する。煌びやかな西陣織や名古屋友禅であっても、細やかさが直接に伝わってくる京鹿の子絞や有松・鳴海絞であっても、一見すればシンプルな名古屋黒紋付染であっても、素朴な印象の結城紬や本場黄八丈であっても、共通して職人たちの手作業の細やかさが存在しているのである。その細やかさは、一般人の想像を超えたレベルであると言える。

さらに複数産地の視察の結果として明らかであるのは、時代を経るに従って新たな技術・技法が開発され、手作業の細やかさはその程度を増してきたという事実である。この事実は、流通システムの発達による市場範囲の拡大という視点から理解可能である。

流通システムが未発達であるならば、市場範囲は生産地とほぼ同一視できるであろう。この場合、生産者による競争は同一産地内に留まることとなる。これに対して、流通システムが発達し、市場範囲が拡大した[4]ならばどうだろうか。産地間競争が生じ、生産者による競争は加速度的に激しくなると考えられる。この結果、生産者にはより高品質を実現しようとする強力なインセンティブが働き、手作業の細やかさはさらに洗練されていくのである。

⑵製造工程における機械化の程度

日本において産業革命が起きたのは、19世紀末（明治初期）だと言われている。一方、伝産法に基づく伝統的工芸品の場合、およそ100年間の継続という年数基準から逆算すると、少なくとも大正期には製造・販売が始まっていなければならない。つまり、今日の伝統的工芸品は、明治初期に始まった大量生産の流れには乗ることなく、それ以前に標準的であった手工業的製造方法を継承した製品群であるとみることができ、製造工程における機械化の程度は低く抑えられてきたと言える。

写真1 結城紬の製織で使用される地機

筆者撮影

結城紬は、機械化を徹底して回避し続けてきた稀有な例である。茨城県結城市や栃木県小山市を産地とし、2010年にはユネスコ無形文化遺産に登録された。最も原始的だと言える製造方法を今日に伝えている点において、結城紬は保全の対象となったのである。具体的には、使用される絹糸は、繭玉を煮てほぐした真綿から手紡ぎされた紬糸[5]である。紬糸の絣模様は、手くくり[6]によって造られる。使用される織機は地機（写真１）と呼ばれる原始的なもので、織工が床に直接座り込むような姿勢をとる[7]点に特徴がある。経糸の張り具合は織工の腰で調整し、開口部は織工の足に結ばれた紐で綜絖を上下させる仕組みとなっている。これらのいずれもが最も初期に開発された製造技法であり、機械化の程度は極めて低いまま

[4] 織物･染物に関しては、一般に、生産者―産地問屋―集散地問屋―小売という流通システムが確立し、特に東京、京都・大阪、名古屋といった大都市圏が大規模消費地となった。

[5] そもそも紬糸とは、生糸の原材料には適さない屑繭から造られた糸であり、所々に節が生じる点に特徴がある。紬糸で製織される紬は、かつては野良着として利用された。

[6] 紬糸は、製織に先立って染色すべき部分と防染すべき部分とに染め分けられ、これを絣糸と呼ぶ。防染すべき部分は人の手によって綿糸がきつく締め込まれ、この手作業を手くくりと呼ぶ。

[7] 地機は居座機とも呼ばれる。後に、椅子に腰掛けるような姿勢での製織作業を可能とした高機へと進化した。

今日まで維持されてきたのである。

結城紬にみられるような不変の技法伝承スタイルは、しかしながら特殊である点には注意すべきである。多くの伝統工芸品は、むしろ機械化や合理化にも取り組んできたと言える。ここでは本場結城紬[8]に対して、いしげ結城紬の事例を論じておきたい。

写真2 いしげ結城紬産地の力織機

筆者撮影

かつての結城郡結城町の南方には、結城郡石下町が存在していた。石下町は、今日では常総市の一部となっている。石下町はいしげ結城紬の産地であり、その製造技法は本場結城紬のそれとはやや異なった変化を辿ってきた。力織機の高機を導入している[9]のである（写真２）。ただし、力織機は自動織機とは異なっており、織機１台に織工１人を付ける必要がある。なぜならば、絣模様は人の目と手で合わせなければならないからであり、動力によってアシストされるのは、開口動作、シャットルによる緯入れ動作、筬打ち動作のみである[10]。本場結城紬と比して、いしげ結城紬では機械化の程度が確かに高まってはいるものの、その実は手工業的であることに変わりはない[11]。現代人が想像するような高度な機械は、一般に伝統工芸品産業では導入されていない[12]のであり、大量生産を可能とするような機械化とは一線を画してきたと言って良い。

ここで、伝統工芸品の世界における機械なる用語の極端な使用例を紹介しておきたい。京鹿の子絞の事例[13]である。京鹿の子絞は、絹織物の一部を摘み、絹糸をくくることにより防染する手法にて、独特の風合いが表現可能となる染めの技法である。疋田絞は代表的なくくり技法であり、四角形の小さな粒の集合体で表現を行う。この疋田絞には、さらに手絞と機械絞が存在する。手絞は、人の指先で絹織物の一部を摘み、絹糸を巻きつける手順をとる。機械絞は、簡単な道具（写真３）を用いて絹織物の一部を摘み、絹糸を巻きつける手順をとる。手絞の方がより小さな粒を

写真3 機械絞で使用される道具

筆者撮影

---

[8] 結城紬は、いしげ結城紬と区別するために、本場結城紬とも称される。

[9] 本場結城紬産地でも力織機の導入は見られるが、力織機によって製織された紬は本場結城紬と名乗ることができない。

[10] ただし、力織機の導入に伴い、糸には変化が見られる。いしげ結城紬に用いられる紬糸は撚りが弱いため、力織機との相性が悪く、頻繁に切れてしまう。そこで、紬糸に細い生糸を巻きつける工夫がなされている。

[11] 茨城県結城郡織物協同組合は、現在、いしげ結城紬が伝産法に基づく伝統的工芸品として指定されることを目指している。ここから理解できることには、いしげ結城紬における力織機の導入は手工業的な製造方法の一部と認識されており、かつ100年の年数基準をも充足しているのである。今後は産地間連携も視野に入れ、本場結城紬と協調していく方針であるという。

[12] 信州紬もまた、機械化には積極的な姿勢をとってきた。ただし、機械化の程度は低く、あくまで手工業的製造方法の一部であると理解されている。

[13] 筆者の現地視察および聞き取り調査による。

作ることができ、繊細な表現が可能となり、高級であるとされる。

さて、機械絞という呼称から、写真３に示した道具の利用をどれだけの消費者が想像できるだろうか。まずもって不可能と言う他はない。生産者の真面目さから手絞と機械絞なる区分が設けられたと想像するが、一方で柔軟性の欠如をも示しているように思われる。時代の変化とともに名称の変更をすることは困難だとしても、機械絞の意味内容を的確に説明する必要があるのではないだろうか。ところが、機械絞の実態が表に出ることは少なく、生産者はむしろ説明を避けてきたとのことであった。単純な道具を用いるだけで機械絞と呼ばれ、消費者に誤解を与えている事例であり、伝統工芸品産業における手作業への執着を感じずにはおれない。

⑶代替的ないし人工的原材料・素材の使用

長年にわたって工芸品を生産していれば、原材料や素材が入手困難となる事態が生じることは避けられない。自然環境からもたらされた地域資源を主として活用していた時代を想定するならば、自然環境の変化や需要の増大によって、地域資源の不足が生じることもあったであろう。その一方で、流通システムの発達は地域を超えた原材料・素材の調達を可能とし、代替的原材料・素材の利用は進んでいった。さらには、時代と共に人工的に造られた素材の利用可能性も増大してきた。筆者の現地視察および聞き取り調査によれば、代替的ないし人工的原材料・素材の利用については、職人は寛容である傾向が認められる。

絹織物の場合、大量の絹糸が必要である。かつての日本は養蚕が盛んであったことから、絹織物産地内で、あるいは近隣地域から必要量の絹糸を調達し得た。しかし今日では、日本国内の養蚕はほとんど姿を消し、生糸等絹糸のほぼ全ては海外からの輸入に依存している。このような状況はやむを得ないことと生産者には受け止められており、日本産絹糸へのこだわりの声もほとんど聞こえてこない状況となっている。

また、名古屋友禅の事例[14]も、職人の寛容傾向を示している。友禅の下絵を描くにあたり、青花紙と呼ばれる染料素材が伝統的に用いられてきた。青花紙とは、ツユクサの一種である青花の花びらから取り出した青色染料を和紙に染み込ませ、濃縮させたものである。青花の色素は水に溶けることから、下絵を描くのに好適とされてきた。しかし、日本国内で青花紙を生産する職人は今や１名のみであり、供給量は絶対的に不足している状況にある。ところが友禅の製造現場では青花紙に代わる化学染料が多く用いられており、特に不便は生じていないという。

さらには、友禅の鮮やかさを表現する染料には、そもそも化学染料が多く用いられている。この傾向は最近になって顕著になったわけではなく、伝統的に化学染料が用いられてきた[15]ようである。

以上のように、伝統工芸品産業は、製品の風合いを損なわない範囲内において、代替的ないし人工的原材料・素材を受け入れてきたと言える。また、人工的素材の使用が既に伝統とみなされているケースもある。

２．製造工程の消費者による推測可能性

⑴製造工程の機械化が実現していない時代

今日の状況との比較を明確化するために、やや極端ではあるが、まずは工芸品の製造工程において機械化が実現していなかった時代を想定しながら、製造工程の消費者による推測可能性を考察したい。

---

14 筆者の現地視察および聞き取り調査による。

15 かつての化学染料には、自然環境保護の観点から好ましくないものがあり、むしろ今日では使用できなくなったものが少なからず存在する。

完成品としての工芸品に表現された仕事の細やかさは、職人による手作業の細やかさを消費者にイメージさせたと考えて良い。なぜならば、製造工程の機械化が実現していないならば、その仕事は人に手によるであろうとしか想像できないからである。もし、市場範囲が狭かったならば、生産者である職人と消費者とは知り合いであった可能性すら存在し、製造工程の実際を見聞きしていたかもしれない。また、使用される原材料・素材が地域資源に由来していたならば、原材料・素材の基礎知識を有していたかもしれない。

つまり、相当程度時代を遡って観察される伝統工芸品市場においては、製造工程の消費者による推測可能性は高かったと考えられる。換言すれば、生産者・消費者間の情報の非対称性は無視し得たのである。完成品としての工芸品は、製造工程の内容、職人の苦労、原材料の品質、製造コスト等を表象していたのであるから、生産者による特段の情報提供がなくとも消費者は工芸品の価値を適切に評価でき、消費行動がとれていたということになる。よって生産者にとっての関心事は、消費者が満足する程度の価格性能比を実現させるべく、工芸品を製造・販売することであったと理解される。

⑵機械化された製造工程が標準的である今日

今日の一般消費者、特に若年層を含めた消費者を想定した場合、生活のほとんどは大量生産された工業製品に囲まれている状況である。また、ニュース等によって印象付けられた工業製品の製造工程のイメージは、無人ないし少数の作業員しか存在していない工場にあって、ベルトコンベアを流れる中間製品に工業用ロボットが効率的に作業を加えているような風景であろう。

また、今日の経済社会を象徴する存在として、高性能かつ廉価なコンピュータを指摘することができる。大量生産を前提にすれば、コンピュータによって制御された自動化製造ラインは高い生産性を発揮する[16]。また、一般消費者がコンピュータを高度に活用している今日にあっては、従来であれば企業から購入していた財を消費者自らが産出しうる可能性が広がっている。さらには、人の手によっていては難しいであろう作業であっても、コンピュータであれば難なく可能となる領域も存在している。

このような現代経済社会において、職人による手作業の細やかさを競い合ってきた伝統工芸品は、消費者にどのように映るであろうか。製造工程の情報をほぼ有しない消費者が完成品のみを見た場合、人の手によって造られたことが信じられなくても不思議ではない。極端に過ぎるかもしれないが、今日の消費者が完成品としての伝統工芸品を見て想像するのは、コンピュータ制御された製造工程なのであり、手作業の細やかさではないように思えてならない。

例えば友禅は、型友禅であっても手描友禅であっても、職人による細やかな仕事が積み上げられ、造られている。一見すれば手技とは思えない緻密さであり、高級品として取引されている。これに対して、今日ではインクジェット・プリントで造られた友禅風の反物が実在する。安価に取引されており、手技では表現し得ないプリントも可能である。十分な知識を有しない消費者にとって、両者を判別することは困難というのが実際なのである。

つまり、手作業の細やかさが消費者の想像を超えれば超えるほど、製造工程から人の気配が消えてしまい、代わってコンピュータに代表される機械のイメージが強くなるのである。この結果、細かやな手作業による伝統工芸品と自動化ラインによる大量生産品との同一視が生じる[17]こととなる。

---

[16] もちろんながら、多品種少量生産の場合や、ライフサイクルの短い工業製品の製造においては、セル生産方式のように人間の柔軟性を活用した製造工程もまた今日的だと言える。

[17] 京鹿の子絞の事例に翻るならば、十分な説明のないまま機械絞と称される完成品を見た場合に消費者の抱く製造工程のイメージとは、簡単な道具のみを使用し、丹念に人の手によって作業が加えられている製造現場なのではなく、自動化製造ラインである。

また今日では、あらゆる産業分野において、数多くの新素材が開発されている。しかし、素材名を聞いただけで、当該素材の機能や安全性・危険性等を正確に把握することはまず不可能である[18]。新素材が多く開発されればされるほど、消費者の理解はますます追いつけなくなる。この結果、消費者は新素材に対して部分的に無関心な領域を持つか、ないしは無知を放置する領域を持たざるを得なくなる。無関心領域ないし無知領域の存在が自覚されないならば、消費行動への直接の影響はないであろう[19]。しかし、何らかのきっかけで無関心領域ないし無知領域の存在を自覚し、かつその状態に不安・不満を感じたならば、自己の無知をわざわざ解消しようとするのではなく、自身の生活から不安・不満要素を排除する方が合理性は高いと判断するであろう[20]。

とりわけ、伝統工芸品には天然かつ高品質な原材料・素材が使用されているとの先入観が存在していると思われる。さらには、原材料・素材は当該産地由来の資源だとの先入観すら存在している可能性がある。それゆえの「伝統」であると消費者が解釈しているのであれば、代替的ないし人工的原材料・素材の使用は、消費行動にマイナスの影響を与えるであろう。また、化学的な原材料・素材の使用は、機械された製造工程を想起させる恐れもある。

つまり、今日の伝統工芸品の市場においては、製造工程の消費者による推測可能性は極めて低く、誤った理解やイメージを有することもしばしばである。換言すれば、生産者・消費者間の情報の非対称性は極めて大きいのである。完成品としての工芸品は、その製造工程や職人の苦労、製造コスト等を表象していないため、生産者による適切な情報提供がなければ、消費者は伝統工芸品の価値を評価できず、消費行動にはつながらない結果となる。一般には、極めて悪い価格性能比を消費者は認識するであろう。また、代替的ないし人工的原材料・素材の使用が、消費を控えようとする消費者の態度を助長する可能性がある。よって生産者が従前の態度に終始するならば、すなわち、十分な情報を提供せず、確かなモノを作り販売しさえすれば良いとの態度に終始するならば、伝統工芸品の需要を維持し、あるいは拡大することは不可能となるのである。

３．産地規模

⑴かつての需要拡大・横ばい期

高度経済成長期には伝統工芸品が消費の対象としてブームとなり、およそバブル崩壊までは、減少傾向にはあるものの、需要はそれなりに存在していたと言える。ここでは当該期間を需要拡大・横ばい期と呼ぶこととし、少しく考察を進めたい。

大きな需要が存在する場合、産地が有利性を獲得するためには、産地規模を拡大することが望ましい。なぜならば、第１に、取引先に対して、強い交渉力を保持することが可能となるからである。強い交渉力の保持は、特に原材料および完成品の取引価格の交渉において有利性を発揮する手段となる。第２に、産地規模が大きな場合は、製造工程の垂直的分業のメリットが享受できるからである。取引量が十分に大きければ、各工程の作業者は専業化が可能となり、規模の経済性を享受しながら効率的に生産活動に従事することができる。また、専業化した分野に集中的な投資が可能となり、新技術・新技法の効果的な開発や、作業工程の改善がより進むと考えられる。

---

[18] 日常生活における例として、大量生産された食品の原材料表示欄を見ると良い。添加物を含め多様な原材料名が表示されているが、その全てを理解するのは極めて困難である。

[19] 大量生産された食品の事例では、添加物の使用を気にしない消費者であれば、食品の購入を判断する基準は価格性能比なのであり、添加物の有無ではない。

[20] 大量生産された食品の事例では、十分に理解できていない添加物が使用されている商品に対して不安・不満を感じた場合、消費者は２つの選択肢を比較するであろう。第１の選択肢は、当該添加物を自己の努力によって理解し、消費行動の是非を判断することである。第２の選択肢は、当該添加物の使用された食品の購入をとりあえず行わないことである。極めて多種の添加物が存在する今日の経済社会において、第１の選択肢には過度に多くのコストが発生するため、第２の選択肢の合理性が高まると考えられる。

⑵今日の需要低迷期

バブル崩壊以降、伝統工芸品市場は縮小の一途を辿っている。経済成長が鈍化した状況下、あるいは実質所得が伸び悩む状況下にあって、「伝統工芸品は、日常生活から欠けたとしても、誰も困らない最たるもの」[21]との声は、多くの職人から聞くことができた。

需要が低迷しており、かつ需要拡大を喚起することができないならば、需要と供給がバランスする方向での変化が生じることは不可避である。つまり、廃業・再編を伴う形で産地規模は縮小に向かわざるを得ない。産地規模が縮小されたならば、従前のように取引量を増大させることによる交渉力の強化は不可能となり、これに代わって製品そのものの魅力をよりアピールする必要が生じる。これを実現する手法は大きくは２つ存在すると考えられる。

第１の手法は、需要規模よりも十分に小さな産地規模を実現させることである。この手法は、伝統工芸品の特徴である手作業の細やかさや高品質な原材料に加え、希少性を訴求力にする手法である。

本場黄八丈は、需要規模よりも十分に小さな産地規模に既に再編されており、常に需要が供給を上回る状態にあるという。千葉勝（2008）には、「縮小に縮小を重ねた黄八丈産地では、組合が機屋、産地卸的役割を担い、出機の織り子を束ねて生産システムを整え、今では黄八丈ブランドが品薄の状態を生み、３年先まの受注で埋まるほどの活況をみせている」（p.176）とあり、筆者の現地視察および聞き取り調査においても同様の状況が確認できた。

第２の手法は、産地規模の縮小に伴って誘発される変化ではあるが、職人の多能工化を進めることである。

製品そのものの魅力向上を図るにあたり、作家性を打ち出すことは有効である。ここでもし、垂直的分業体制をとっていたならば、作家性を打ち出すことには困難が多く生じるであろう。なぜならば、関係する各工程の職人全てを取りまとめなければならないからである。もし、１人の職人がデザイン、染色、製織等を一手に担っていたならば、当該職人が作家性を打ち出すことは比較的容易となるであろう。

多くの産地で現実となっている後継者不足の危機、すなわち製造工程における特定部分の欠落は、産地を維持しようとするならば、いやが応でも多能工の出現を促進する。後継者不足は危機であると同時に、柔軟に環境変化に対応しようとする職人にとっては機会でもある。筆者の現地視察および聞き取り調査によれば、伊那紬は極端に生産者数が少なくなり、多能工化が進んでいる事例であり、作家性を既に打ち出しつつあるように思われる。

Ⅲ．大島紬の現在位置

大島紬は、全国的によく知られた先染めの絣織物である。その起源は定かではないが、1,300年ほどの歴史がある[22]とされたり、日本の絹織物の原点である久米島紬が奄美大島に伝えられたものとも言われたりしている。古くは紬糸が使用されていたが、玉糸[23]の使用を経て、1935年（昭和10年）にはすべてが生糸に置き換えられた（石原学，1981：p.132）。なお、今日使用されている生糸は輸入されたものである。

絣糸を作るための防染に締機を使用することが最も特徴的で、大島紬にのみ見られる技法である。締機は1907年（明治40年）に発明、実用化された（染川弘光，1981：p.133）。ジャカード付き織機の応用だと言われており、経糸に綿糸を張り、緯糸には防染対象である生糸を入れ、きつ

[21] 筆者の聞き取り調査による。

[22] 734年（天平６年）の東大寺の献物帳に「『南島から褐色紬が献上された』という内容の記録が残っており、これが大島紬の原型に当たるのではないかと推察されている」（早坂隆，2018：p.197）。

[23] ２匹のカイコによって作られた玉繭からとった糸。糸が絡み合うことにより、玉糸には所々に節が発生する。

く締め込むことによって防染がなされる。また、特徴ある染色方法として、車輪梅[24]の煮汁による染色後に、さらに奄美大島の泥を活用して媒染を行う泥染[25]が知られている。ただし、今日の大島紬は泥染のみが行われているのではなく、藍や化学染料等の使用もみられ、品種の多様化が進んでいる。

締機の発明および生糸への移行は、量産化に資する変化であったといえる。1897年（明治30年）ごろより始まった高機の利用（石原学，1981：p.132）も同様である。大島紬は高度経済成長期には飛ぶように売れ、量産化を可能としたこれら技法の変化が奏功したと事後評価できる。

主たる産地は奄美大島と鹿児島市である。鹿児島市産地は、第２次世界大戦時に奄美大島から鹿児島市に疎開した人々によって形成された産地で、化学染料や力織機の使用を奄美大島産地に先駆けて始めている（上野和彦・立川和平，2003：pp.50-54）。とりわけ鹿児島市産地による力織機の導入は、高度経済成長期には強力に量産体制を支えたとされる。

以上が大島紬の概略である。以下では、Ⅱ．で行なった考察を基礎とし、さらに詳しく大島紬の現在を理解したい。

１．製造工程の変容

⑴手作業の細やかさ

最初期の大島紬は、無地ないし素朴な縞模様のみが入った野良着の類であったと思われる。しかしながら、今日の大島紬は、最も精緻な絣模様を持つ最高級反物に変化している。紬の名を冠しながらも生糸を使用し、かつ締機を用いた細かな防染を施し、さらにはすり込み染色[26]の工程によって繊細に染め分けされた絣糸が製造できるようになったからである。また、製織工程では、事前に繊細に染め分けられた絣糸が人の目と手によって根気よく合わせられる。大島紬の持つ手作業の細やかさは、一般人の想像をはるかに超えており、気の遠くなるような作業であると表現して差し支えない。

⑵製造工程における機械化の程度

大島紬の製造工程は、数え方によって30程度とも40程度とも言われている。そのうちのいくつかの工程では、機械と呼びうる装置が活用されている。

大島紬は経糸と緯糸の交差によって点を表現し、その点の集合体として模様を表現する[27]。したがって、デザイン案・原図は点の集合体で表現し直され、これを図案と呼んでいる。図案は締作業の指示書であり、染色の指示書でもあり、また製織の指示書でもある。かつては方眼紙に点を打つ手作業によっていた。これが今日では、コンピュータソフトによって図案化できるようになっている。すなわち、CAD が活用されているのである。ただし、CAD といっても高度な機能が実装されているわけではなく、利用されるコンピュータは MS-DOS 機だということである[28]。

大島紬の最大の特徴は、締機の利用にある。締機は、手くくりと比して生産性の向上を実現し、かつ繊細な絣糸の製造を可能とした。しかしながら、締めが弱いと防染効果が働かず、絣糸が滲

---

[24] 奄美大島ではテーチ木と呼ばれる。

[25] 車輪梅に含まれるタンニンと、泥に含まれる鉄を化合させることにより、黒色となる。深い黒色を出すには、何度も染色と媒染を繰り返す。日本国内で泥を用いて黒色を出すのは、大島紬の他、久米島紬、本場黄八丈に限られる。

[26] すり込み染色とは、例えば泥染を行なった後に防染部分を解き、薄い金属製のヘラを道具として使用し、新たな染料をすり込むかのように染色する工程である。色を置く際には、注射針に似た柔軟性ある金属製の道具が用いられる。色の指定は極めて細かく、製織後に繊細な絣模様が表出する。

[27] 大島紬は、経糸と緯糸が規則正しく交互に交差する平織と呼ばれる製織技法による。

[28] 筆者の聞き取り調査および鹿児島県工業技術センター（2013）による。

む原因となってしまう。こうした問題が残されていたため、締機は力のある男性が担ってきた[29]と言われている。これが今日では、女性の締師が存在するまでに変化している。締作業、すなわち締機の筬打ちに相当する動作に、コンプレッサーによるアシストが組み込まれたことにより、男性固有の仕事ではなくなったのである。今日の締機は動力をも利用した機械となっているのである。

高機もまた機械の一種であり、一部には動力も組み込まれている。本場結城紬といしげ結城紬との関係同様に、奄美大島産地ではあくまで手織にこだわる（写真４）一方で、鹿児島市産地では力織機の活用がみられる[30]（写真５）。ただし、力織機とはいえ、細かな絣模様を合わせるには人による作業が必須であり、開口、シャットルによる緯入れ、筬打ち動作のみが動力によってアシストされている。

以上をまとめると、これら機械化の程度は低く抑えられており、手工業的な製造工程の根本を覆すものでは決してない[31]といえる。大島紬は、技術・技法を大胆に進化させつつも、伝統的な製造工程は総じて継承してきたのである。

写真4 大島紬（奄美大島産地）の高機

筆者撮影

写真5 大島紬（鹿児島市産地）の力織機

筆者撮影

---

[29] 筆者の聞き取り調査による。

[30] 奄美大島産地を取りまとめる本場奄美大島紬協同組合と、鹿児島市産地を取りまとめる本場大島紬織物協同組合は、長らく対立の関係にあったとされる。意見対立の大きな原因の１つは力織機使用の是非である。なるほど高度経済成長期の技術環境を前提にすれば、部分的にせよ動力アシストの有無は大きな差であったかもしれない。しかしながら、今日の高度に発展した技術環境に鑑みると、動力アシストの有無は小さな差なのであり、よって力織機をめぐる意見対立は解消されるべきである。

鹿児島市産地で使用されている力織機は、無地や単純な縞であれば自動織機として機能するであろうが、繊細な絣模様を表現するためには１台に１人の織工が付かねばならない。鹿児島市産地の職人による次の表現は、現状を的確にとらえているように思われる。すなわち、「力織機とはいっても、この機械そのものが既に機械遺産レベルの古さであり、最早伝統である」、「自転車にアシスト機能がついたものが電動アシスト自転車ならば、力織機は電動アシスト自転車に相当しており、それはあくまで自転車なのである」。

[31] 本場大島紬を名乗り、伝産法に基づく伝統的工芸品の指定を製品に表示するためには、次の要件を満たす必要がある（伝統工芸 青山スクエア web ページ）。

技術・技法

1 次の技術又は技法により製織されたかすり織物とすること。⑴先染めの平織りとすること。⑵かすり糸のかすりを手作業により柄合わせし、かすり模様を織り出すこと。2 かすり糸の染色法は、「織締め」によること。

原材料

使用する糸は、生糸とすること。

手織であることは要件としては規定されておらず、絣合わせを手作業で行うことが規定されていることがわかる。力織機にて製織された鹿児島市産地の製品のうち、絣合わせを手作業で行なったものについては、本場大島紬を名乗っており、伝統的工芸品の証である伝産マークが付けられているとのことである（筆者の聞き取り調査による）。

⑶代替的ないし人工的原材料・素材の使用

大島紬で使用される糸は、紬糸、玉糸、生糸へと変化し、今日では生糸のみとなっている[32]。また、かつては奄美大島においても養蚕が盛んであったが、今日では輸入された生糸を使用している[33]。輸入された生糸の使用については、既に伝統の概念に合致すると解釈されていることがわかる。

泥染には、今日でも車輪梅と泥田が利用されている。その一方で、渋い色の多かった大島紬に多様性を加えるべく、化学染料の使用には寛容な側面が認められる。伝統柄である龍郷柄を、化学染料を用いることによりショッキングピンクで表現した反物も、例外的ではあるものの実在している。

2．製造工程の消費者による推測可能性

⑴製造工程の機械化が実現していない時代

奈良時代には既に大島紬の源流は存在していたと考えられている。時代は進み、琉球王国統治下の奄美大島においては、「織物の売買は原則として行われず、織物は貨幣と等価なものとして扱われており、生活に必要な布から上納布まですべてが女性によって手織りされていた」（関口千佳，2017：p.184）。その後、薩摩藩の支配下に置かれたのは1609年である。藩の財政悪化に対応すべく奄美大島ではサトウキビの栽培が奨励されたが、農家は副業として養蚕と紬造りに従事した。1720年には島役人以下の絹布着用禁止令が薩摩藩によって出され、「大島紬は藩への上納あるいは黒糖租税の代替、生活物資の交換物として生産され、これ以外の流通は厳しく規制されていた」（上野和彦・立川和平，2003：p.50）。

以上より、奈良時代～琉球王国時代にはそもそも市場性がなく、薩摩藩の支配が及んだ時代は市場性が奪われた状態であった。したがって、製造工程の消費者による推測可能性は、極めて高い状況から、推測する意味が存在しない状況に変化していったと言える。

明治期に入ると、大島紬は市場性を具備するようになった。製造技術・技法、使用される原材料・素材の根本は継承され、一部は大きな変化を遂げた。動力も含め機械が導入されたが、あくまで手工業的製造工程であることには変わりなかった。その結果として、手作業の細やかさは、さらに洗練されたレベルに引き上げられた。そして、高度経済成長期には売上高のピークを迎えるに至った。

明治期～高度経済成長期においては、手作業による絹織物の最高峰として大島紬は認識され、製造工程の消費者による推測可能性は高かったとみて良いであろう。緻密な絣模様は、手作業の細やかさによって表現されたものとして、容易に想像ができたと言える。もちろん、締機の発明、力織機の利用、化学染料の使用等の変化はあったものの、未だコンピュータの普及のない時代であったことが大きな要因であるように思われる。

⑵機械化された製造工程が標準的である今日

1950年代後半からは一貫して売上高の減少傾向が認められ、今日では斜陽産業の１つとされる。また、今日の消費者の多くは、大島紬に無関心である。消費対象の選択肢は急速に拡大し、大島紬に代表される伝統工芸品は消費の優先順位の下位に位置しているのが現実である。また、生産者による情報提供も十分であるとはいえず、そもそも消費者の関心をいかにして引き出すか

[32] 奄美大島産地においては、紬糸を使用した紬復活の試みがみられる（筆者の現地視察および聞き取り調査による）。
[33] 奄美大島産地においては、養蚕を含めた一貫生産の試みがみられる（筆者の現地視察および聞き取り調査による）。

は経営上の極めて困難な課題である。結果として、今日の消費者は大島紬の製造工程に関して無知の状態にあるのが一般である。この時、完成品としての大島紬を見て、消費者はどのような製造工程を想像するであろうか。

ますます精緻化された大島紬は、人の手によって造られたというイメージを遠ざけ、むしろコンピュータや機械化された製造工程を連想させてしまう。大島紬が得意とする絣模様の繊細さを生産者が手技によって極めようとすればするほど、今日の消費者の想像する製造工程は実際から乖離し、大量生産品との区別がつかず、結果として大島紬に対する主観的な商品価値をますます下げてしまう。品種の多様化を目的とした化学染料の使用もまた、機械化された製造工程を連想させかねない。つまり、今日の大島紬に関しては、製造工程の消費者による推測可能性は極めて低い状況にある。換言すれば、大島紬市場における情報の非対称性は、大島紬のもつ繊細さという特徴が原因となり、極度に大きくなっているのである。

なお、大島紬の特徴を生産者が極めようとすればするほど、大島紬の消費者による主観的商品価値が低下してしまう現象を、本稿では「大島紬のジレンマ」と呼ぶことにする。

３．産地規模

⑴かつての需要拡大・横ばい期

伝統的織物産業にあって、大島紬の産地規模はかなり大きかった[34]といえる。しかし、集散地問屋に対する交渉力は小さなままであった。一方、垂直的分業の程度は進んだ。以下、概観する[35]。

大島紬は市場規模が大きかったことから、製造工程の垂直的分業が大いに進んだ。大島紬は完全分業制であるとよく言われる。さらに、販売を集散地問屋に依存することにより、産地では製造に特化し、目覚ましい技術革新をも果たしてきた。ところが、製造に特化したことにより、消費者とのコミュニケーションは難しくなり、流行を反映させた原図の確保は集散地問屋等に依存せざるを得なかった。産地と大規模消費地との物理的距離もまた、マイナスに作用した。つまり、原図デザイン能力の欠如を理由として、大島紬の生産者は集散地問屋に従属する構造が作られたのである。このようなことから、大きな産地規模を誇ったにもかかわらず交渉力が比較的弱いという大島紬産地の特徴が形成された。

なお、奄美大島が薩摩藩の支配下に置かれた時代に、大島紬は搾取の対象になったと言われている。高度経済成長期においても、再び搾取の対象になったと言える。ところが、需要拡大・横ばい期の大島紬市場においては、需要規模が産地の供給能力を遥かに超えていたことから、造れば売れる状態であった[36]という。奄美大島に訪れた未曾有の好況は、再び形成された搾取の構造を産地から隠蔽してしまったかのようである。

⑵今日の需要低迷期

他の伝統工芸品と同様に、大島紬市場においても需要の急速かつ急激な縮小が認められ、産地規模の縮小も続いている。これに伴い、集散地問屋への原図の依存は成立しなくなり、また京都の原図商からの購入機会も減り、今日では織元自らのデザイン・原図の活用が広まっている[37]。また、集散地問屋への販売の依存も市場規模の縮小によって成立しなくなり、問屋による全量買

[34] 上野和彦（2008）, pp.4-6 を参照。
[35] 上野和彦・立川和平（2003）、遠藤吉樹（2018）を参照。また、筆者の聞き取り調査による。
[36] 大島紬は争奪戦になっていたため、朝と夕方では価格が変化していたと言われている。このような供給能力の不足を補うため、韓国での製造を開始したが、これが後に技術流出を招き、安価な紬の輸入につながってしまった。また、粗悪品が多く出回り、大島紬の信用を落としたこともあった。さらには、売り手市場にあって強引な販売スタイルを取ることも多くあり、当時を反省する声が産地ではよく聞かれる。
[37] 遠藤吉樹（2018）, pp.20-21 を参照。

い取りの商慣習が崩壊し、委託販売のシステムへと変化した他、小売との直接取引も増えている[38]という。織元自らが消費地に出向き、百貨店や大手小売店の催事等に参加する[39]こともしばしばである。これらは、今日の経営環境への適応ではあるものの、需要の拡大を喚起するような取り組みとは言えない。

もし、このまま需要拡大を喚起することができないならば、今後選択しうる戦略は２つであった。第１は、需要規模よりも十分に小さな産地規模を実現させ、稀少性を打ち出すことである。第２は、職人の多能工化を進め、作家性を打ち出すことである。いずれの選択をするとしても、生産者構造の再編と産地規模の縮小は避けられない。もし、少しでも産地規模の縮小を食い止めたいと生産者が望むのであれば、需要拡大を実現する他はないと言える。

Ⅳ．ドメスティック・フェアトレードの実現による市場の失敗の克服

１．大島紬市場の失敗に対する第三者機関による情報提供

今日の大島紬市場は、極度に情報の非対称性が大きくなっている。つまり、大島紬市場は失敗しており、市場メカニズムが適切に機能しない状態にあると理解されなければならない。大島紬市場の失敗の大きな原因は、コンピュータの普及により、製造工程の消費者による推測可能性が極めて小さくなった点にある。この結果、大島紬のジレンマに陥るのである。大島紬のジレンマとは、生産者が手作業の細やかさを追求すればするほど、消費者は伝統工芸品と大量生産品との区別がつかなくなり、大島紬の主観的商品価値を低下させてしまう現象を指す。

さて、筆者の聞き取り調査によれば、大島紬の生産者・職人は、大島紬産業の存続を強く望んでいる。補助金を前提に産業を存続させようとする態度ではなく、様々な取り組みを生産者自らが試みており、大島紬の生産を事業として継続させるべく努力しているのである。これまでに紹介した品種の多様化等に加え、大島紬を利用した小物の開発、洋装服の開発、機織りや泥染め体験の提供、消費者を対象とした販促イベントの企画・開催等が挙げられる。また、新用途の開発も進んでおり、高級壁紙やテーブルウェア、さらには樹脂加工によるタイル等も既に実用化されている。これらの取り組みは高く評価されるべきであり、今後もさらに発展させる必要がある。

しかしながら、上記のような熱心な取り組みは、大島紬市場の失敗を克服する手法ではない点に限界がある。大島紬市場の失敗を克服する取り組みが必要であり、情報の非対称性をいかにして解消するかが鍵となる。すなわち、製造工程の消費者による推測可能性が極めて小さくなっている問題を解決するために、大島紬の製造工程を理解するに十分な情報提供を行うことが必要なのである。

ただし、情報提供を行うにあたり、いくつかの考慮すべき点が存在するように思われる。第１に、詳細な情報提供を行うのみならず、消費者が大島紬の商品価値を適切に評価できるだけの十分な理解を引き出すことが必要であり、情報の意味を丁寧に伝える努力をしなければならない。情報の意味を消費者に伝えるにあたっては、動画や仮想現実技術等の利用が有効である可能性がある。また、産地で多く提供されている機織りや泥染め体験においても、その意味を伝える工夫の追加が望まれる。

第２に、情報提供主体の独立性が求められる。生産者自らが情報提供を行うことは、まさに現場の職人しか知り得ないリアリティがあり、極めて貴重であることは言うまでもない。しかしながら同時に、生産者による情報提供にあっては、生産者に不利な情報が隠蔽されたり、改ざんされたりする恐れが常に存在している。そこで、第三者機関による情報提供を提案したい。第三者

[38] 遠藤吉樹（2018）、本場奄美大島紬産地再生計画策定委員会（2017）を参照。

[39] 織元が消費者と直接コミュニケーションを取るようになったことは、流行やニーズを把握する機会を得たことを意味し、デザイン能力の向上に資する側面がある。

機関により、代替的材料や人工的素材の利用、製造工程における機械化の程度に至るまで正確に情報を開示し、その意味を丁寧に解説するのである。こうすることによってはじめて、情報の非対称性および大島紬のジレンマは解消され、需要の拡大が期待できるようになる[40]のである。

第三者機関によって提供される情報には、さらに価格情報も含められるべきである。砂山七郎（2013）には、「紬従事者の賃金は、時間給に換算すれば農業収入並みの300～400円程度」（p.133）だとの記述が見られる。筆者の聞き取り調査では、「織工の賃金は、時給にすれば100円に満たないのではないか」との証言も得られている。また、具体的な数字までは把握しきれなかったものの、「反物は問屋を経ることによって数倍から十数倍の価格になるが、職人の収入は上がらない」との証言も多く得られた。大島紬は高級織物として販売されている一方で、大島紬に価値を吹き込む職人の手仕事への対価は微々たるものというのが現状である。

大島紬市場は失敗しているゆえに、市場メカニズムは機能しない。よって、需要と供給のバランスで価格が決定する合理性はない。生産者・職人の経済状況を含め様々な情報を総合し、合理的と考えられる公正な価格を第三者機関が提示する必要がある。

2．ドメスティック・フェアトレードの提案

国際貿易において市場メカニズムを活用するならば、経済力のある先進国が経済力の弱い発展途上国の生産物を安く買い上げる構造が発生する。このような構造の貿易では、発展途上国は経済的に自立することができず、先進国からの補助に依存し続けなければならなくなる。そこで提唱されたのがフェアトレードであり、公正な価格で国際貿易を進めようとする仕組みである。

大島紬市場の失敗を克服するために、第三者機関が意味を伴った情報提供を行い、さらに公正な価格を提示する手法は、国内版フェアトレード（ドメスティック・フェアトレード[41]）と言える。大島紬にドメスティック・フェアトレードの仕組みが構築できたならば、大島紬産地の経済的自立が高まると期待される。つまり、生産者・職人が事業として大島紬製造に関わり続けられる可能性が高まると期待されるのである。

前川洋平・宮林茂幸・関岡東生（2013）は、伝統的工芸品の特性が変化しつつある今日では、伝産法と文化財保護法との歩み寄りによる双方からの支援が必要である（p.89）、と論じている。具体的に大島紬がどのような支援対象となるかは検討されていないものの、伝産法と文化財保護法とによる段階的な支援という発想は明確には存在していないものと思われる。

また、関口千佳（2017）は、「かつての大島紬の隆盛は商品としてその時代が求めるものを有していたからであり、時代が変わり商品としてその価値が認められなくなって、経済効果が期待できなくなれば大島紬がいくら素晴らしい織物であっても廃れゆくしかない」（p.188）とし、「大島紬に文化財という価値を付加しその保存・伝承に力を注がなければならない時が来ているのである」（p.188）と論じている。つまり、大島紬の経済的側面の回復は最早期待できず、したがって文化財としての保護を受ける他は存続の道はない、というのである。

これらに対して本稿では、大島紬市場の失敗を指摘し、さらに市場の失敗を克服する手法としてドメスティック・フェアトレードを提唱した。ドメスティック・フェアトレードは大島紬産地の経済的自立を高めることを目指していることから、まずは伝産法の下で事業継続を図ろうとする立場と言える。それでも経済的自立が果たせなければ、段階的に文化財としての保護への移行を拒むものではない。

---

40 ただし、生産者の廃業・再編を完全に回避できると考えるのは、楽観に過ぎるであろう。

41 大島紬産地が発展途上国に相当し、大消費地が先進国に相当すると主張しているわけではない。大島紬の取引上の問題が発展途上国・先進国間の貿易上の問題に構造の点で類似しており、したがって大島紬市場の失敗の克服にフェアトレード研究のアナロジーが有効ではないか、と考えている。

先述のように、筆者の現地視察および聞き取り調査によれば、大島紬の生産者・職人は、事業としての存続を強く希望している。ドメスティック・フェアトレードの仕組みの構築を目指すことには、よって、一定の意義があるはずである。

【参考文献一覧】

１）石原学（1981）「大島紬〔概況〕〔生産・現況〕」南日本新聞社・鹿児島大百科事典編纂室編『鹿児島大百科事典』所収 , pp.132-133.
２）上野和彦（2008）「伝統産業産地の本質」上野和彦・（財）政策科学研究所編『伝統産業産地の行方――伝統的工芸品産業の現在と未来――』所収 , pp.1-8.
３）上野和彦・立川和平（2003）「大島紬織物産地の構造とその二重性」『東京学芸大学紀要第３部門社会科学』54, pp.49-61.
４）遠藤吉樹（2018）「伝統産業における構造変化と課題：本場奄美大島紬産地を中心に」『商品研究』61（3, 4）, pp.16-35.
５）鹿児島県工業技術センター（2013）『大島紬製造工程 第１～５巻、ダイジェスト版』（DVD 資料）
６）北出芳久（2017）「伝統的工芸品産業支援のあり方について」『産開研論集』（29）, pp.21-30.
７）小林孝子（1981）「大島紬〔発祥〕」南日本新聞社・鹿児島大百科事典編纂室編『鹿児島大百科事典』所収 , p.133.
８）佐中忠司（2005）「伝統的工芸品産業の経済学的考察――『伝産法』による指定の現状と問題点――」『比叡山大学現代文化学部紀要』（12）, pp.139-161.
９）砂山七郎（2013）「『本場奄美大島紬』再生への課題と可能性」『中小商工業研究』（116）, pp.129-139.
10）関口千佳（2017）「大島紬を巡っての私考」『近畿大学日本文化研究所紀要』（1）, pp.181-192.
11）染川弘光（1981）「大島紬〔締機〕」南日本新聞社・鹿児島大百科事典編纂室編『鹿児島大百科事典』所収 , p.133.
12）千葉勝（2008）「伝統産業産地政策のあり方」上野和彦・（財）政策科学研究所編『伝統産業産地の行方――伝統的工芸品産業の現在と未来――』所収 , pp.172-186.
13）早坂隆（2018）「ニッポンの匠 第10回 大島紬」『Voice』（487）, pp.196-203.
14）東みなみ（2018）「シリーズ『地域にかかわる伝統産品』9. 本場大島紬」『繊維製品消費科学』59（5）, pp.328-331.
15）本場奄美大島紬産地再生計画策定委員会（2017）『本場奄美大島紬産地再計画』（本場奄美大島紬産地再生計画策定委員会による調査報告書）
16）前川洋平・宮林茂幸・関岡東生（2013）「『伝統的工芸品産業の振興に関する法律』の効果と課題」『東京農大農学集報』58（2）, pp.85-91.
17）山本篤民（2021）「伝統的工芸品産業の現状と振興課題」『中小企業季報』2021（2）, pp.1-13.
18）米光靖（2006）「伝統的工芸品産業の振興についての考察：有田焼、博多織、京都の伝統的工芸品産業全般を事例として」『経済学研究』73（1）, pp.51-74.
19）伝統工芸 青山スクエア web ページ「工芸品を知る 本場大島紬」（https://kougeihin.jp/craft/0125/）における「告示」の内容［2021.11.26 最終アクセス］

謝辞

本研究を進めるにあたり、多数の産地の生産者・職人の皆様にご協力いただきました。また、鹿児島県工業技術センター、横浜シルク博物館、岡谷蚕糸博物館、トヨタ産業技術記念館、伝統工芸青山スクエアの皆様にご協力いただきました。ここに感謝の意を表します。

Current Status of Oshima-Tsumugi Industry and Possibility of Domestic Fair Trade System

OMAE Yoshikazu

Keywords: traditional craft, market failure, Oshima-tsumugi's dilemma, domestic fair trade

Abstract:

When traditional textile and dyed goods industries are examined, we can find two matters. The first is that producers came in pursuit of delicacy of manual works. The second is that consumers who are living with a computer and mass-produced industrial products cannot imagine manufacturing process by manual works. It is thought that the method to continue traditional craft industry is to reduce production scale, or to present individuality of craftsmen.

The delicacy of Oshima-tsumugi excels others. But consumers are not going to buy Oshima-tsumugi because it is not able to be distinguished from mass-produced industrial products. Information asymmetry of Oshima-tsumugi market is large, so that means being market failure on Oshima-tsumugi and Oshima-tsumugi's dilemma.

To solve the problem of Oshima-tsumugi market fundamentally, it is necessary for a third-party organization to provide not only information to draw the understanding of consumers but fair price. This idea should be called domestic fair trade.