

伝統的工芸品等におけるデザイン・企画者の役割
-構造的空隙論の検証-

大伴宗弘

[論文要旨]

本論文では、日本の伝統的工芸品等におけるデザイン・企画者の役割について調査・分析を行う。デザインの有用性や日本政府の対外戦略に関する施策（いわゆるクールジャパン政策）を背景に、外部のデザイン・企画者と伝統工芸品の作り手との連携を扱うものである。

先行研究として、Burt（1992）の構造的空隙論を紹介する。構造的空隙とは、資源や情報のネットワークが社会的に分断されている箇所のことである。Burt 論文では、構造的空隙をうまく利用する者に情報利益や統制利益等、競争上の優位性を与えている。

本論文では、外部のデザイン・企画者と伝統工芸分野の作り手との間に構造的空隙があるとして、どのような状況の下でデザイン・企画者がその構造的空隙をうまく利用して作り手との連携が行われるかを分析している。具体的には、デザイン・企画者の携わる仕事の幅や、関係者（同業者や流通関係者）とのつながりの多さとデザイン・企画者の伝統工芸作品への自己評価との関連を分析する。また、デザイン・企画者と作り手との連携のきっかけやインタラクションについての調査を行う。最後に、伝統的工芸品等の海外輸出についての特徴を分析する。

分析では、主にデザイン・企画者に対するアンケート調査と作り手に対するインタビュー調査の 2 つの本調査の他、資料調査と伝統工芸品も展示されたフランスでの日本文化イベントでのインタビュー調査といった予備調査も行っている。これらの調査を通じて、デザイン・企画者と作り手との間に存在した構造的空隙に対して、どのような連携が構築されてきたのかを明らかにする。

調査の結果、デザイン・企画者の仕事の幅は、伝統分野に絞った方が、また流通業者との繋がりが多い方が、デザイン・企画者の自己評価の高い作品を生み出していることがわかった。また、デザイン・企画者のイニシアティブによって、自己評価の高い作品を生み出していることがわかった。伝統的工芸品等の輸出に関しては、デザイン・企画者が商品企画だけでなく、商流までの設計を行うことが重要であり、特に、デザイン・企画者は流通業者と作り手との間の構造的空隙に橋を架けるプロデューサーとして機能することが期待されるという結果になった。