

生知としてのデザイン 伝統技能の現代化を目指すデザイン・知財マネジメント戦略

富山大学 芸術文化学部 大学院 教授

前田 一樹

はじめに

私は大学に着任する以前は約25年間デザイン事務所を経営、中でも仕組みづくりに取り組んだ事例に、日本のODAとしてインドネシア国デザインマスタープラン策定に参加したことがあった。経営コンサルタントとデザイナー（インテリア、ID、パッケージ、教育、デザインマネジメント）がペアを組み、各専門領域を分担しながら相互に連携を持ち、デザインを資源として捉え有効活用し発展途上国の一層の飛躍を目的とする、日本初のソフト移入に取り組むというプロジェクトだった。成果の一つとしてはインドネシア国の機関である商工業省内にデザイン担当部局を設け、日本のGマーク制度、デザインセンターを設置し、産業振興と人材育成これらのプログラム等を移入。このプロジェクト終了後も引き続きデンパサール市よりバリ島の土産物開発とパッケージデザイン開発という要請があり、先方のカウンターパートもできた段階で、ODAのプロジェクトが見直され頓挫した経緯があった。

私の制作物としてはプラスチックリサイクルマークのデザインがある。先行していたスチール缶のリサイクルマークは円形にスチール、アルミ缶のリサイクルマークは三角にアルミの文字がデザインされていた、当然、丸、三角ときたら次は四角でデザインを考えるとよりむしろそうすべきだと考えた。すべての老若男女にとって判り易く伝えるのがデザインの役目、唯一ここでデザインをしたと言えるのは「プラスチック」という言葉の字数を減らし識別しやすく「プラ」として、マークに表現したことと言える。

日頃からクライアントの多くが和菓子、和紙、和の食材、など「和の文化」に関わる企業が多く、その企画開発デザインの仕事に多く関わっていた。

その後平成13年に銅器・漆器で知られる高岡の国立高岡短期大学に赴任し、直後に三大学の再編統合に関わった。平成17年10月に富山大学 芸術文化学部が新しくスタートし初代学部長を務めさせて頂いた。

TREC（伝統技能の現代化を目指すデザイン・知財マネジメント戦略）のプロジェクトを立ち上げたのは、その学部をスタートさせて間もない頃だった。

日本の伝統産業の振興に国は長年力を入れてきたが、際立った成功事例はあまり多くは見受けられず、一方伝統職人の現場には、資源となりえる「職人技」があるが、現在あまり活かされてなく、この技を資源として、新しい価値化の筋道を作れないかと考えた事が背景だった。

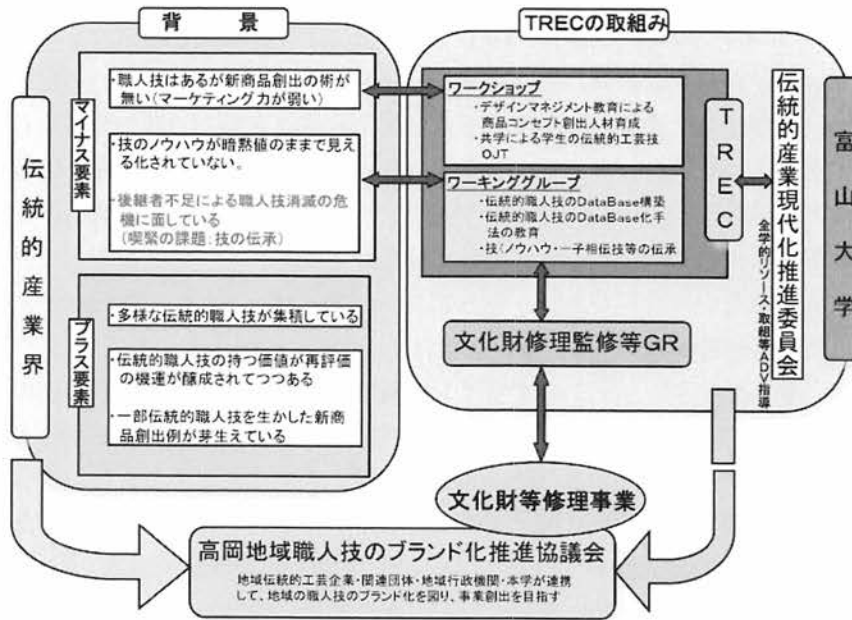
TRECプロジェクトの立ち上げ

この事業は平成20年に文科省の産官学連携戦略展開事業に採択されたもので、富山大学の受託事業として始まった。その後、政権交代時の事業仕訳で一旦廃止とされたが、22年からは「大学等産官学連携自立化促進プログラム（機能強化支援型）」として補助事業に切り替わり、全体で当初の計画通り5年間のプロジェクトとして完成させた。プロジェクトの基本コンセプトとしたのは「平成の百工比照」、職人の技を纏めた小箆箆を象徴とした。ロゴマークとしては、富山・高岡のT、ルーツのR、エコロジー・アースのE、開墾・文

化のCからTREC（トレック）と定め、◎◎という視覚言語を含むネーミングを基本に作成した。

伝統産業の分野は、どの産地も事業の衰退とそれに伴う職人の後継者不足で伝承の危機にあり、日本の資源として何とかすべきだと考えていた。伝統産業と言ってしまう、産業化できているのかと言うと難しいところがあり、国の補助は受けているが、職人のところまでは流れにくく流通企業の段階で止まりがちになり、基礎を支えている伝統職人達が潤う事は少ない現状のようだ。

TRECの取組み(組織的位置づけ)



伝統産業分野の振興や保護を所管する役所としては、経済産業省と文部科学省がある。経産省は産業振興を視座として考え、製造や消費の発展を軸に施策の中心を据えている。一方文科省は重要無形文化財を筆頭とする人材育成、技術伝承、知財保護等の観点から、芸術家、伝統工芸士や文化財を中心として考えられがちである。では大学を所管する文部科学省の事業として取り組む役割は、何を問題点として考え、解決策、方法論を導き出すかを絞り、このプロジェクトを立ち上げたが、結論的には伝統職人の持続可能な経済への資源としての産業振興へのアプローチと産業領域の拡大を繋いで考え、経済産業省への連動も重要と考えていた。

TREC の組織的位置づけとしては、伝統産業の分野と大学を繋ぐということも大きな枠組みとしてあり、学内の組織としては産学連携推進機構のプロジェクトの一つとして、芸術文化学部が TREC を動かす形にした。その後、全学的リソースを動員する目的で伝統的産業現代化推進委員会を設置した。実動は芸術文化学部メンバーだが知のアドバイザーとして学外の様々な専門領域からもリソースを得ながらの活動であった。

平成24年度末 TREC プロジェクト事業としては終了した。最終の総括報告会では文科省の技術移転室や中部経済産業局からも出席いただき、文科省から経産省への連携の理解を深めた。また地元高岡市との産学官連携による「高岡地域職人技のブランド化推進協議会」の推進も確認され、富山大学芸術文化学部としては、知財分野をどの様に教育に落としカリキュラム化し、持続可能にしていくかが重要な意義を持ち、またワークショップ等による職人技の現代化を考える、デザインマネジメント人材の育成は、地域連携推進機構 産学連携部門に引き継がれた。

伝統技能の知財保護とその現代化

TREC のテーマは「伝統技能の知財保護とその現代化」に絞り、知財保護とは、職人や職工といった、伝統産業分野での基礎を支える人を含めて、見えなかった職人や職人技に光を当てることと捉えていた。職人が知的財産権をもつことはできないか、作業工程のなかで知財化できるものはないか、細かく行程ごとに検証を行なった。知財の保護のみならず、知財を伝承する方法論のマニュアル化を必要とし、高齢化で伝承の危機に直面している多くの伝統の技を考慮しながら、職人技の体系化を試み再生可能なデータベース作成のマニュアル化を目的にした。また人材育成としては、徒弟制度ではなく、世代を超えて早い期間内に職人技の伝承可能なシステムを検討し、記号化、言語化、映像化による、多くの技への展開可能なデータベース作成のマニュアル化を行なった。

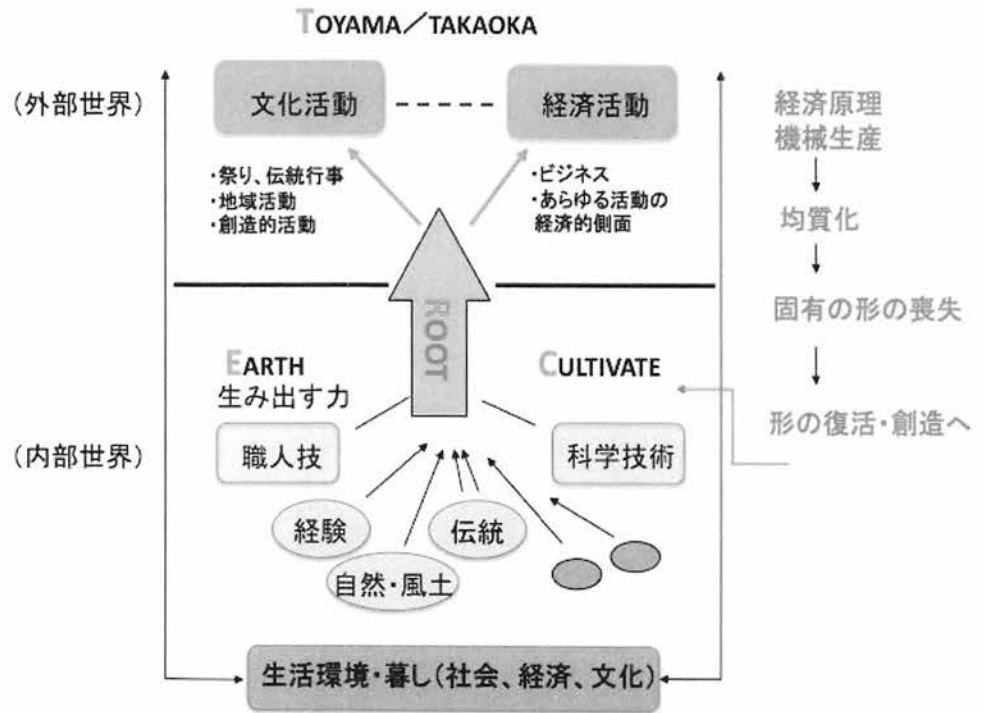
現代化とは、伝統の技の資源化、価値化による新領域の創出である。モノの製品拡販ではなく、職人技の価値化と共に資源として国際的な評価を背景に、東西の国際連携による製品開発の新しいチャネル開発を目指したものである。

新製品の開発プロセスの一つを地域の人々が知ることが重要であった。また、伝統産業は流通の縛りが従来から厳しく、これをどう改善して行くかも検討課題であり、あわせて生産地の流通産業者も、従来の市場から新市場の創出と挑戦が迫られている。

TREC は、「知財保護」と「現代化」という二つの柱から、大学の知と職人の技を連携させ、新価値、新事業を持続して開発可能にする仕組みづくりが目的で、最終には新たな価値を具現化することも試みた。

5年間のプロジェクトでしたが、2年目の年度末の中間評価では「進行が遅すぎる、見込みがなければ打ち切ります」と言われた事もあった。ヒヤリングでの指摘は、「こんな難しいことを取り組むのに、現代化と知財化を同時にやるのは無理ではないか」という意見も多くあった。しかし、今までこの二つを別の取り組みとして考えて来たため、価値の共有がしにくい状況にあった。知財化は知的財産を権利化、価値化することは手段であり、持続して価値を発見し、どう活用するかが目的であり現代化が可能になると言える。この様なデザインマネジメント人材育成は大学の使命でもあり、この「知財保護」と「現代化」は並行してやらなければならないと考えた。評価委員長が「職人技の知財化はできると思う」と言われたのは後押しになった。このプロジェクトの理論的支柱となってご指導を頂いたのは、恩師である向井周太郎先生である。このプロジェクトは大学がやることに意義があり、文化という観点から考える事にも重要な意味があるとご指導頂いた。

TRECの概念図



TRECプロジェクトを生物に例えた概念図

地域の風土、伝統、経験というものを土壌にもち、ここにある職人技を科学的に分析し育てるということになり、ひとつは経済活動、もう一方は文化活動という領域です。文化活動は元来祭りごとに関わるもので、山車や獅子頭等の保存修理はもともと行われてきた。経済活動という点からみると、伝統産業は経済原理にマッチしにくい性格を持ち、大量生産してコストダウンし、均質的な商品をつくるという経済原理には合わず、固有の形・価値を位置づけた新たな経済活動を作り出す必要がある。

「金属と音」プロジェクト

プロジェクトを始めるにあたり、地域に根差すどの素材を対象にするかをまず考えた。高岡には、漆、銅、アルミ等様々な素材があるが、地域の特徴としては形あるモノを介して何を創り出しているのかと考え「金属と音」というコンセプトを打ち出した。富山は梵鐘では全国シェアの8割を持っている。梵鐘の他に、聲子(けいす)やお鈴(りん)という仏具もあり、いずれも音が鳴る金属器だが、宗教用具という性格をもち、現代生活には日常は馴染みが薄いものである。

まず、梵鐘の科学的解明から着手した。全国の8割のシェアをもっている会社の協力を得ることができ、

企業のノウハウは外部には漏らさないという約束で、直に話を職人から作業と共に聞かせて欲しいとお願いした。梵鐘、磬子の音では「かん」「おつ」「もん」という三つの音律があるが、いずれも職人技を持つての経験、耳で聞き分けるしかない。そこで住友金属テクノロジーの協力を得て、この音の周波数を測定し、職人が聞き分ける「よい音」を数値化することができた。これにより職人技を技術体系化することができた。

また、「現代化として取り組んだのは、仏具ではなくファッション業界にむけての製品開発を目指し、音が価値を生む、新たな選択肢の一つに成り得るのではないかと考えた。指輪はデザインや、石や、金属の種類が価値の基準ですが、ここに「音」を価値として入れることはできないかと考えた。エンゲージリングに、二人の響き合える音を作り込めないか。二つのリングを併せると望みの音が鳴る等、ファッション業界で音は、新たな選択肢として新価値の可能性が感じられる。イヤリングでも小さなさわやかな音の音階を持ったものができたら、商品の選択肢と共に購買欲も増し、価値化できるのではないか。生活空間には雑音は多くあるが、「いい音」の類いはあまりなく、例えば鍵をかけた時の音が記号として記憶に残れば、鍵をかけたと思わせる、鍵をかけるときに「いい音」がしたらきっと楽しいのではないか。



美しい音を奏でるエンゲージリング

「いい音を作るための研究と実験をいろいろやった。その結果として、小物製品に音を付与するための設計システムが出来た。

こうした技術をベースに、鋳物で作るものから発展させ、次に量産可能なプレス加工で出来ないかと取り組みを開始、これを前向きに捉えて頂いた企業と一緒に、技術者、ベテランの職人達とやりとりを交わし、薄い鉄琴を使いながら建築部材への展開を模索した。TREC がクリエイターと共に民間企業にノウハウを提供し、プロデュースしながら企業と共同して研究開発を並走した。商品開発という領域は文科省でなく経産省の範疇になっていくため、TREC ではその後の開発は出来ず、今後の取り組み課題になっている。

流通経路の拡大

流通経路の拡大については、地元商工会議所との取り組みにてジャパンブランド事業としての採択を受けた。初年度0年目は100%の補助があるが、1年目からは50%の補助になり、当時地元の意識が問われ足並みが揃わず、止まった事もあった。地域の足並みを揃える事と、革新的な企画や先端的デザインを試みる事の両方を望むのは、相容れない状況にあり、組織としての対応は検討の余地がある。

地元が有する職人技として、例えば金属象嵌という技があるが、ヨーロッパでこの技術は今日殆ど途絶え、現在は見かける事はあまりない。伝統産業を各国のメッセに持ち出す事はよくあるが、絞り込んだコンセプトにアイデアがない限り、アピール力の弱いブースになりがちだ。インタビューをさせて頂いたあるメッセのボードメンバーからは、イタリアのメッセでは、以前からインプレッションのある製品に注目が集まる傾向があるが、今後はよりインテリジェントのある製品に方向転換していきたいという意向があった。TREC では流通チャネルの開発の一つとして、モノではなく技の製品化、すなわちデザインはイタリア側が担当し、その制作は日本の職人技とのコラボレーション作品の制作を考えていた。なぜならば日本の生活文化には、金属文化は多くなく、むしろ技術や職人技を商品とした方に価値があり、国際市場にも伝わり易いと考えた。

「音」プロジェクトを進める過程で特許がとれたころ、スイス Zofingen の玩具メーカーnaef のデザイナー Heiko Hillig 氏とコンタクトをとった。naef はバウハウス作品に製品の原点をもつ玩具メーカーで、アイデアあるデザインを製品に持つ優れた知育玩具の世界のトップメーカーだ。このハイコー氏とのインタビューで音を取り込んだ製品の新規性や可能性と、試作品のプレゼンテーションへの期待値の高さを実感した。一方で、イギリスではロンドンにある Industrial Facility の Sam Hecht 氏とコンタクトをとり、素材として錫の機能性、面白さを伝え可能性を打診、世界の新市場に向け更なる拡大を模索した。



naef のデザイナー Heiko Hillig 氏

錫100%は通常金属とは違い、手にした時にあまり冷たさを感じさせず、形状を自在に変えることもでき、金属という言葉の概念とは違った価値を持ち、新分野への活用を可能にする新素材としての魅力もあり、この製品開発を多く手掛けている会社能作が、素材に対する強い好奇心とデザインマインドの追求から拮がりを見せている。日本では錫は古くから器としても利用されていたが、今では国内で錫を扱う業者は少なくなり、忘れかけていた素材であった。

伝統産業の分野では問屋業が流通をマネジメントしていた経緯があったが、現在はそもそもメーカーであったはずの問屋業のマーケティング能力が、低下したと言えそう。或は銅器産業界では年々売り上げ減少から、生産地問屋がリスクを背負う仕組が、最近では委託販売の形式もあり、職人がリスクを背負う状況にもある。職人が作り出したモノはサンプルとしての役目で終り、本生産は中国にて量産している例もある。産地では職人が問屋を飛び越え取引する事は許されず、破ると圧力がかかるという話も耳にする。しかし流通システムを否定するものではなく、問屋業の改革と革新が必須で国際市場を捉えた特色ある国際事業を目指す必要がある。現実的には流通産業を無くして職人達のみでは持続して今後発展する事業化は望み難

い。

職人技の知財化と人材育成

梵鐘をパイロットプロジェクトとして、QC 工程表を参考に職人技を分解、分析する作業を行なった。知財の専門家とプロデューサーと職人が一緒になり、工程をひとつひとつ記録した。この工程のなかで専門家に知財化可能なものがあるかを確認すると3ヶ所あると言われ、我々はまさしくこの技に知的財産化が可能になりえると確信した。

次に、このようにして採集した工程表のデータベースのマニュアル化を行なった。単にデータ収集する事ではなく、再現可能な形式のデータベースにする事だ。ひとつの梵鐘の職人技だけでなく、他の分野の職人の技のデータベース化も可能なマニュアル化である。QC 工程表を基本にし、漆工のデータベース化を試み、問題点把握に取り組み、他の技への展開方法の検討を重ねた。

次に人材育成だが、これはデザインマネジメントができる人材をどうつくり出すかである。ものを作るのではなく、新しい価値を生み出すコンセプトを、考え出す訓練を目的に、新価値創発というワークショップをやった。

職人は製作以外のリスクマネジメントはあまり強くなく、協働してプロジェクトを進めていく上で、自分たちが問題に直面し気付くこともある。例えば文化財修理事業が拡大し、事業としての受注が増えると共にリスクも増え、それには必ずマネジメント力が必要になる。

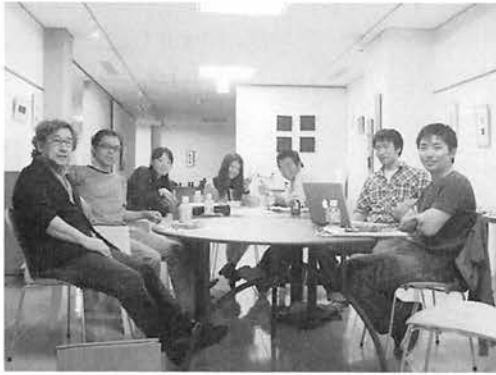
今回いくつかのワークショップを開いたが、参加者から続けてほしいという要望があり、若手の次期経営者の参加も多く、こうした人々が関心を少なからず示していた。「一緒に考える場」を絶やさず作っていることが必要だと言える。この様なワークショップのプロデューサーやディレクターが答えを常に出すものでもない。考える場を作り参加者からアイデアを引き出させる役目かもしれない。

例えば漆器と鋳物は別々の世界のものであるが、茶釜や鉄瓶の製造工程では熱いうちに漆をかけて錆止めや目止めをし、お歯黒と言われている仕上げの工程をする。しかしこういう作業工程は鉄瓶や茶釜の分野だけでその多くは終止している。漆には遠赤外線の効果もあり、銅は鉄より熱伝導が良い、では家庭で美味しく魚が焼ける道具づくりはどうだろうか、ワークショップを受けた人達との次のステップがここから始まった、お歯黒という言葉が昔から茶釜や鉄瓶の世界には伝わっているが、その言葉の持つ機能は何か等、言葉からも検討し、銅器、漆器の街である生い立ちからも、柴田是真の漆作品に在る面白さとは何か等様々な角度から議論し、考えを創り出し具現化に向けた体験であった。この様にして調理器具の開発実験も始まった。私がアイデアの見つけ方や、考え方を示すことも多いが、若手職人や次世代経営者たちが自分の事として同じ場で、取り組むことが新価値とは何かを感じ、実感を持って掴み取れると思う。

また、伝統産業の行程はかなり分業化されてきたため、バリューチェーンのが薄く途切れそうな現状がある。例えば鋳物は工程も多いが、その工程ですでに扱う職人が地域で1、2軒になっている業種があった。この様な現状を回避する為にも、優先して保護する新たな緊急性も見えてきた。

そこで TREC は地域が共有する問題や地域の将来を検討する組織として、職人技のブランド化推進協議会を大学の外に立ち上げ、地域の伝統産業関連団体や、行政、大学が同じテーブルに着き、地域の情報について共有すると共に、その情報を基に検討を重ねる場を作った。また人材育成のプログラムを有効活用し、その

計画なども考え、これら総合的な意見を幅広く吸い上げる場としても有効である。伝統職人の世界では一子相伝にて極秘に伝承を守り続けているところもあるが、分業体制での行程の弱体化は地場産業、伝統産業にとっては危機的状況であり職人技の確保は急務である。この協議会は大学が当初事務局を担っていたが、2年目以降は事務局を市に移し協議会を運営する形にした事は、文科省での評価を受けた。



さまざまな主体が関わるワークショップの実施

他地域調査

伝統的技能の他地域調査として、国内外のいろいろな場所や機関、企業を訪れ参考になるところが多かった。

国内では、京都、盛岡、沖縄など。京都の川島織物では緞帳を職人の手作業で修復している状況を見学させて頂き、技術伝承の重要性は再確認したが、企業として採算を考えると経営的には厳しい内容であった、文化財の修復など高い技術を持つ方がいるが、多くは高齢者で、今後すべてを元通りに再現・修復することは難しそうであった。



京都・川島織物の作業風景

盛岡では、石清水久生さんという鋳物作家が鉄の表情（鋳肌）に独自の表現を出すことに取り組んでいる。量産品（土産物）ではなく現代の新しい生活者に向けた、新しい伝統表現、技の一層の飛躍に挑戦を続けて

いる作家で、伝統を守りながら、革新を目指す姿勢に期待が寄せられる。

森本喜久男さんという元京都の友禅作家は、1996年現地のNGOとしてカンボジアに入りクメール伝統織物研究所を設立、「伝統の森・再生計画」を立ち上げ今日も活動を続けている。ポルポト政権崩壊直後、国民自らが、自分たちで仕事を作り、自立した生活が出来る人々を育てる目的でカンボジアに入り、養蚕から機織りまで教えてきた。ポルポト政権下では色彩を使う事が否定され、黒以外の色物は着ることを許されていなかった。この地域は以前に養蚕をしていた経験があり、気候風土のためか蚕からは金色の絹糸がとれる。そこで全国に散らばった織手の経験者を探し出し、現在草木染めで製品を作っている。織り手は女性がほとんどで、子育てをしながらの作業であるが、森本氏が仕事場に子どもを連れてくることを認めると、母親達は子どもの迎への時間を気にする事も無く、母親同士が、お互いに子どもの面倒を見合う形になり、安心した仕事場が生まれてきた。現在では400人の人が伝統の森で生活が出来る様になった。日本では草木染めは堅牢度が弱いと思われがちだが、実はそうではないと森本さんは言う。効率化を求めるあまり、時間を短くし手を抜く事から色が落ちるのであり、決して草木染めの堅牢度が弱いのではない。ここでは決して効率化する事は教えず、手を抜かず作るというやり方を教えている。海外のトップブランドからも、草木染めの染料の商品化をもちかけられたり、国内大手メーカーからも製品開発の話が持ち込まれたりしているようだ。養蚕から機織りのすべての行程を教え終えたこれからは、良いものを作り続ける為には、土や水の自然環境を守る事を教えなければ良い桑の葉は育たず、自然の中でのモノを作るという事に価値を見出し、持続可能な価値ある製品化を持続し発展させる事を考えている。



カンボジア・クメール伝統織物研究所の作業風景

イタリアのサルディニアは、以前自治州が伝統産業振興に取り組み、ある建築家をプロデューサーとして据え、陶器、繊維、家具、ナイフ等の伝統工芸品の製品化を ISOLA という組織の基に進展した事でも知られている。しかしこのプロデューサーが亡くなった後、行政主導になり職人による生産から、量産を目指し効率化を進めた結果、現在は衰退し休止した状態になった。職人は現在も仕事をしているが、組織体は機能していない。ミラノのデザイナー達に、この職人達がいい技を持ち、魅力もある、これを復活させようという動きがあった。職人と組んで作品制作をやったが、製品化の段階でタイに外注してしまい、出来た作品がデザイナー達の求めるレベルに仕上がらず国外での発表や今後の展開予定がストップしてしまった。

伝統産業の原風景は地方都市に

発展途上国と先進国、といわれているが、この違いは何か。地方と都市、生産地と消費地の関係、過去と現代、現代と近未来の関係というように置き換えても考えられる。東京芸術大学がロンドンの RCA（芸術大学院大学）に大学間連携を打診したところ、「ロンドンと東京では違いがない、提携するなら日本らしいところとやりたいと回答されたという噂話がある。「日本らしいところ」とはどこにあるのか。実は日本の原風景は、地方が守っている。

技のブランド化の根っこはどこにあるか。サルディニアは歴史的に古くからアフリカ大陸との往来があり、地域の民族衣装や装飾品の意匠には、今日のトップブランドが伝統ファッションの現代化を考えたとき、この芸術や文化に影響を受けたものが多くみられた。さらに映画「スターウォーズ」の創造の基礎になったりもしている。日本のデザイナーにも多くの影響が伺える。

イギリスはウィリアム・モリスのデザイン思想に少なからず影響を受けている。ロンドンがあまりにも工業化、近代都市化してしまい、そのものづくりに抵抗を感じて田舎に移ったモリスを中心とした人々がアーツアンドクラフト運動を起こし、今日のモダンデザインの源泉が生まれた。その後も RCA 等で学んだ人々がものづくりの精神を引き継ぎ、伝統から現代化した製品や工芸品を作り続けている。とはいえ、昔から革新が出来ていないところと、現代化を試みたところが混在しているという状況は日本もイギリスも同じ様だ。

スウェーデンにはカペラガーデンという学校があり、寄宿で共同生活し、お金でモノを買う感覚から必要なものは、まず自分たちで考え、工夫し作る感覚を教え、良いものとは何か、真の価値とは何か、それを作り出す感覚を教えている。カールマルムステンの教育思想に触れ、モノづくりの原点をこの教育現場に見た。農業をやりながら、食事を協働で作し、生活にあった道具、家具のデザインを考え、食を考議し、そして収穫した果物からドライフルーツやジャムの食品や製品も作り販売するという、デザイン生活をやっている学校がある。

「生知」とは何か

イギリスウェーブブリッジのブルックランド博物館を訪問、調査した。飛行機や自動車の実物展示をしながら、そのメンテナンスができる職人が働いている。ジェットエンジンを積んだ自動車を手入れし、生かし続けている高齢の技術者がいる。また技術者がその場で解説をしてくれる、そんな博物館で今も飛行機を設計している技術者もいる。こういうことが博物館の概念を新しくしていくようにも思える。「生きた博物館」「生き続ける博物館」ともいうべきもので、当時の技術を生きたまま見せて、いまでも活躍をさせている。

ニューヨークではスクールオブビジュアルアートを訪問、著名なデザイナーを多く輩出している名門校。ここの印刷科では、コンピュータがない時代の印刷機を学生達が、実際に使って印刷し作品制作をしていた。学生は昔の道具を使うことで技術とともに原理や、何が進化し時代と共に、何がその陰に隠れたかを知り習得していく。生き続ける原点にある文化、技術の進歩を享受しながらも、知の領域の拡大を目指す大切さ、歴史の時空間と現代の価値基準、その違いを常に両輪に据える重要性を確認した気がする。

「思索生知」の言葉にある様に今回の TREC プロジェクトは、目に見える価値や耳に聞こえる価値と、直接は接点の無い職人達の技が持つ価値を対象に、そのプロセスに内在する技の科学的解明と記号化、顕在化との伝承の方法論の確立を目指すとともに、他方資源としての技の現代化を目指すデザインマネジメントの方

法論を検討し一部顕在化を試みた。この2つのテーマに沿って並走と共有する設計を「生知としてのデザイン」と捉え5年間の活動を行った。デザインとはコミュニケーションである、伝統に潜む価値を伝える仕組みとは何か。

日本でも伝統産業に限らず伝統文化に含まれる価値の視覚化、資源化、顕在化はこれからも繰り返し検討されるだろうが、伝統の産地ほど意識すべき事項ではないかと思われる。一方モノに隠れた伝統の職人技を取り出し、技の知財化や現代化への試みは、世界が求める日本の伝統の技と、その職人と共に日本の伝統産業から、世界の伝統産業へ向け再活生させる原動力となり、広く資源としての可能性が伺える。