

2026年 4月30日

2025年度 総合文化研究所研究助成報告書

研究の種類 ※該当する()に ○を付ける	・共同研究(○) ・個人研究()	
研究代表者 (所属・職・氏名)	ビジネス学部・教授・東利一	
研究課題名	コモディティ化する伝統産業からの脱却－インキュベーション・プロデューサーに着目して	
研究分担者氏名	所属・職	役割分担
大木裕子 岩城奈津	ビジネス学部・教授 ビジネス学部・准教授	定性分析と理論モデル構築 定性分析
研究期間	2025年4月1日 ～ 2026年3月31日	

研究実績の概要(1)
<p>1. 研究の背景と目的</p> <p>日本の伝統的工芸品産業は、需要の縮小や後継者不足により深刻な危機に瀕している。本研究は、鹿児島県・奄美大島を代表する伝統工芸である「大島紬」を対象に、産地を「制度・市場・文化資源」が相互作用する産業エコシステムとして捉え直し、その持続可能性と再編の条件を明らかにすることを目的としている。</p> <p>2. 現状の課題</p> <p>本研究では、産地と市場の間に生じている以下の課題が存在することが分かった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・生産基盤の脆弱化：職人の平均年齢が70代後半から80代に達し、技術継承が限界に近い状態にある。また、最低賃金に満たないような低賃金構造や、泥染めに必要な「車輪梅」などの天然資源の確保も深刻である。 ・流通・媒介機能の弱体化：かつて産地と市場をつないでいた「問屋」の機能が低下し、産地の歴史や技術という「感性価値」が消費者に適切に伝わらない「価値の断片化」が起きている。 ・制度の限界：補助金や認証制度は存在するものの、その多くは生産工程の維持に偏っており、新たな需要創出やブランド戦略の構築には十分に結びついていない。 <p>3. 理論的枠組みと分析</p> <p>本研究では、製品の美意識や物語性を「感性価値」と定義し、それが市場で評価されるにはデザイナーや小売といった媒介者による「翻訳(現代的文脈への変換)」が不可欠であると認識している。その根拠</p>

となる事例として、観光体験（泥染めや織り体験）を通じて顧客を製造工程に巻き込み、ブランド愛着を形成している工房や、都市部で実物に触れる場を設けて海外市場も開拓している小売の事例を挙げて分析した。

4. 提言と結論

大島紬産業の再生には、以下の再編が必要であると結論づける。

- ・**媒介機能の再内製化**：小売や工房自らが、素材段階から顧客を巻き込む「物語化・体験化」の機能を持ち、市場と直接接合すること。
- ・**政策の転換**：補助金の用途を、単なる生産維持から商品開発やマーケティング、広域的な制度設計へとシフトさせること。
- ・**触媒的アクターの活用**：都市部の小売店を、産地の価値を翻訳して市場に届ける「触媒（カタリティック・アクター）」として位置づけること。

本研究は、伝統産業の持続可能性は、個別のプレイヤーの支援ではなく、エコシステム全体の再設計と「感性価値の翻訳」によってのみ達成されることを示唆する。

研究発表(印刷中も含む)雑誌および図書

論文

大木裕子(2025)「大島紬産業のエコシステム再編：感性価値と市場接合による持続可能性の探求」『Kyoritsu Business & Economics Review』, 第5巻 pp.1-32.