

日本ブランド発信事業

-スペイン・バルセロナにおいて伝統を現代社会に融合させる取り組みを発信-

2015年8月

日本ブランド発信事業専門家

株式会社和える 代表取締役 矢島里佳

私は日本の伝統工芸職人の技を活かした0～6歳向けの商品開発を通じて「和える (aeru)」ブランドを推進しています。外務省の日本ブランド発信事業で7月9日～14日の間、スペインのバルセロナへ派遣していただきました。今回は、カタルーニャの職人協会の会長さんと副会長さんと、意見交換をさせていただきました。スペインには17の自治州があり、それぞれの自治州で伝統工芸品を認定しています。今回お伺いした、カタルーニャ州政府では、164種類の伝統工芸品があります。その伝統工芸品を振興するために、カタルーニャ州政府が100%費用を出しているカタルーニャ芸術家連合協会 (FAAOC) というセンターにも視察へ行きました。FAAOCは、観光地の中心地に位置しています。観光客が行き交う中、選び抜かれたカタルーニャならではの商品が販売されている、セレクトショップというイメージでした。しかし、中に入ると奥は文化的スペースになっており、稼ぐところはしっかり稼ぐ、文化として継承しなければならないところは、商業主義とは切り離して考える。商業と文化をバランス良く両立させているイメージでした。それでも、伝統産業の衰退は続いており、職人の平均年齢は45歳で高齢化しているというお話でした。しかし、日本の平均年齢は65歳前後と言われていています。カタルーニャはまだ20歳も若いのに、職人の高齢化問題に関して真剣に受け止め考えているということが、とても印象的でした。日本にも伝統的工芸品222品目(2015年現在)あります。やや仕組みは違うものの、似たような存在であると捉えています。FAAOCと似たような施設は日本にも存在しますが、観光地からは程遠く、またセレクトショップというよりは、なんでも並べているという印象が強く、あまり活用されていないので、FAAOCから学べるものがたくさんあると感じました。

カタルーニャの職人協会の会長と副会長は、aeruの取り組みに非常に興味を持ってくださいました。カタルーニャも日本と同じように、子どもたちへの伝

統の継承の仕組みがほとんどなく、伝統離れは進んでいるそうです。ですから、子どもの頃から自国の文化や伝統に触れられる機会を創出することの大切さを実感しているとおっしゃっていました。

aeru の海外進出の方法として、私はその国の職人さんとともに『0 から 6 歳の伝統ブランド aeru』のデザインを作っていくことが面白いのではないかと創業時から思っていたので、そのアイディアを話してみました。すると、aeru catalunya ができたら面白いね。というお話になりました。今後の aeru の海外展開の考えを実際に他国の方にお話し、共感頂けたことがとても印象的でした。その後も、ザ・クラフトルームという作り手たちが自らの商品を持ち寄り展示販売する会場、カサアジアというスペインとアジアの交流を目的に作られた組織にて、aeru の取り組みを講演させていただきました。講演会では、aeru が 0~6 歳の赤ちゃん・子どもたちの日用品を、日本全国の伝統産業の技術を用いて作り、日本の伝統を次世代につなぐ仕組みを作っているということをお話しました。それはカタルーニャにも必要なことであるというお声が出ました。

日本は課題先進国として世界から様々な分野で先行事例として注目を集めています。伝統産業分野においても同じ文脈で語る事ができ、多くの方々に賛同いただけたことで、aeru の取り組みが、実は日本のみならず、世界各国の子どもたちに、その国々の伝統を次世代に伝えていくことにつながるかもしれないと感じました。

日本のみならず、世界の国々でライフスタイルの変容が起き、自国の文化を伝えることがままならなくなっている中で、それでもなお人々が伝統に興味を持ち続けているというところが、言葉では語りきれない魅力が伝統には内在していることを改めて感じる機会となりました。

参考リンク

[外務省「日本ブランド発信事業」ウェブサイト](#)

[株式会社和える ウェブサイト](#)