

當季專題 | Feature

日本地方創生中的工藝實踐策略

Strategies for the incorporation of Japantse Crafts in Regional Revitalization

文 / 陳譽云 Chen Yu-yun · 圖 / 陳譽云、和北堂 谷村丹後 Wahokudou-Tanimura Tango、2016株式會社 2016/

本文概述日本地方創生政策的源起背景，關注政策中經常被忽視的地方產業和傳統工藝，剖析在地方產業空洞化下，如何進行地方產業一產地的創新行動與手法，以波佐見燒、有田燒、鯖江眼鏡和高山町茶筴為案例，彙整地方產業及傳統工藝的求生策略，並介紹各策略的概要。

This article outlines the background of Japan's Regional revitalization policies, pays attention to local industries and traditional crafts that are often overlooked in the policy-making process, and discusses how to turn innovative ideas into actions to revitalize the local industry/place of origin in an area where the industry has been hollowed out. Hasami ware, Aritayaki(Arita Wares), Sabae glasses, and Takayama-cho Chasen (bamboo whisk for matcha) are used as examples to illustrate the survival strategies of local industries and traditional crafts, as well as details into each strategic project.

1-2 瑞士的Big Game設計工作室，活用有田燒技術並採用最先進的材料設計一系列滴漏式咖啡組。
(圖 / Yasunori Shimomura)





$$\frac{1}{2}$$

1-2 荷蘭的Studio Wieki Somers將有田的傳統工藝結合創新技術，運用有田燒的特徵琉璃色和傳統吹釉技術，創造出現代茶具。

(上圖/Yasunori Shimomura、下圖/Studio wieki Sommers)

近年，地方創生（Regional Revitalization）一詞是日本以及臺灣各界關注的重要議題，「地方創生」推動的背景，是由於日本經濟長期處於通縮衰退情況，地方經濟疲憊不堪，又因人口老化及減少因素，讓地方經濟的前景更增陰霾，而2011年發生的東日本大地震進一步壓垮地方經濟。「地方振興」成為日本最重要的政策課題之一。

2014年9月，日本首相安倍晉三在其安倍經濟學中提出「激勵地方小經濟圈再生」，正式的名稱為「城鄉、人、就業創生」（地方創生）政策，主要目的為再造地方生機與振興經濟，創造地方鄉鎮的就業機會，讓青年返鄉以提升並振興地方經濟。

本文關注的是「地方創生」政策中經常被忽視的地方產業和傳統工藝。主要介紹日本當地產區及相關人員在困境中的產地革新與具體創新行動案例，了解其推動的重要性和振興意義。

地方產業的空洞化

日本所謂的「地場產業（地方產業）」是指「根據產地自然環境的優越性、原材料資源的可利用性、豐富的勞動力、特殊的技能、熟練的商人等條件因素，在產地建立的中小型企業」。(註1)其特點是在特定地區具有悠久的歷史、同一行業的中小型企業集中在特定地區形成一個生產中心（產地）、生產和銷售結構具有「社會分工」的特點、生產當地特色產品、產品銷往全國各地和國外的廣大市場等。(註2)日本常見的地方產業有紡織、印染、陶瓷、漆器、金屬製品、人偶等。典型的地方產業有京都的西陣織、今治的毛巾、結城的絲織品、輪島的漆器、燕三條的金屬西式餐具、鯖江的眼鏡，以及瀨戶、有田、笠間、益子的陶瓷等。





在地方產業中，又將自古以來運用傳統技術、工藝、傳統原料製作，人們日常生活用品作為工藝品來生產之產業稱為「傳統工藝品產業」，且受「傳統的工藝品產業の振興に関する法律（簡譯：傳統工藝促進法）」的管理。傳統工藝品產業的產值從1983年約5,405億日元到2011年約1,044億日元，縮減了五分之一；而勞動人數從1979年的高峰期約28萬人減少到2011年約7萬人，只剩四分之一。（註3）

這背後的背景和因素包括：1985年「廣場協議」後日元強勢所導致出口下滑、1990年代以來泡沫經濟破滅和長期經濟衰退導致需求減少、市場全球化，尤其是與東亞和中國廉價進口產品的競爭加劇。以上因素使日本以手工藝為核心且擔負「鄉土文化」和「傳統文化」重任的傳統工藝品產業逐漸空洞化。

1
—
2

1-2 瑞士設計師組合Kueng Caputo以「噴塗」技術在幾何形體上呈現漸變色彩，打造出花器及碗盤系列。（圖/Yasunori Shimomura）





法國設計師Pauline Deltour運用日本傳統瓷器釉色，深藍色、磚色、青花瓷等創新形式展現一系列生活器具。(圖/Yasunori Shimomura)

地方產業及傳統工藝的求生策略

在這種嚴峻的環境下，當地的生產者和企業展開各式各樣的「生存之戰」，這些為了生存而展開的革新行動，不僅為農村產業和中小企業找到出路，也能作為思考地方創生具體措施時的參考。下文中彙整了地方產業及傳統工藝的求生策略，並介紹各策略項目的概要和主要案例。(表1)

展現「波佐見燒、波佐見町」的魅力

「波佐見燒」是長崎縣波佐見町的傳統工藝，已有四百多年的歷史，高品質且經久耐用，價格合理，作為「日常用餐具」而廣受歡迎。

表一：日本地方產業及傳統工藝的求生策略與案例表

策略類型	主要案例
產業轉型	福井縣鯖江市／眼鏡（產品多樣化、異業結合）
協同合作	長崎縣波佐見町／波佐見燒
產官學聯合	長崎縣·波佐見町／波佐見燒
設計創造力	佐賀縣／有田燒
品牌能力	佐賀縣／有田燒
產業觀光化	奈良縣生駒市／茶筴
電子商務	長崎縣波佐見町／波佐見燒、奈良縣生駒市／茶筴

位於長崎縣波佐見町的西海陶器株式會社以「直接連接消費者和地方」為理念，推出了名為「Hasami Life」的媒體型電子商務網站，網站內網羅波佐見燒受歡迎的品牌並匯集廣泛產品，讓消費者

感受各品牌的精心設計，更透過下述方式企圖讓更多人了解波佐見町當地的魅力所在。

1、匯集千種以上的商品：波佐見燒的人氣品牌essence of life、Common、HASAMI PORCELAIN、SAIKAI等，提供多樣化產品。

2、器皿使用方式的生活提案：以此為契機，提出融入波佐見陶瓷的生活方式，例如使用波佐見器皿的餐桌擺飾、擺盤方式、食譜等，以及深入採訪波佐見町居民生活的報導。為喜愛的粉絲提供使用的風格想像。

3、宣傳波佐見町的魅力：介紹波佐見町的旅遊景點、陶器、當地的餐飲店、以及移居來的居民。通過採訪人物等方式，將與波佐見町有關的人、事魅力，以閱讀形式傳遞給大眾。

「傳統工藝」和「地方產業」都在試圖突破功能、品質、價格的差異化限制，為了生存，強調設計的力量。波佐見地區以年輕族群為目標，將設計結合工藝，在知名設計師的協助下，開發符合時代需求的新產品和營銷，可視為地方創生的成功案例之一。

產官學聯合

波佐見町成立產官學委員會，利用波佐見燒的傳統和文化來推廣旅遊，打造「工藝旅遊」，他們自覺到為了擺脫製造業的蕭條，應該更加重視「年輕人和外來者的感受」。

長崎縣內的大學讓學生從2019年度開始，持續在波佐見町執行旅遊和地方產業相關的實地調查，以了解當地透過品牌化波佐見陶瓷和青創手法，吸引外界關注、吸引眾多遊客的狀態下，地區發展和地方經濟的情況。大學方面也編寫關於旅遊業現狀及其挑戰的報

告，而後再根據這份報告，與鎮裡的相關人員交換意見，以發掘旅遊資源，並活用於更多面向。

世界級品牌的誕生

1616年在九州西北部的有田地區山中偶然發現的陶石碎片，透過人們的智慧和努力轉變為精美的陶器，在往後的四百年間，吸引了來自世界各地的人們。經過歷史和時間的淬鍊，再加上不斷鑽研，永不褪色的工匠精神被傳承下來，支撐著有田人走到今天。

在「有田燒」誕生四百週年的2016年，來自世界各地共16位優秀設計師打造了一個全新的陶瓷品牌「2016/」，這是個傳承有田燒陶藝歷史和技術的國際品牌，將工匠技藝與活躍於國際間的設計師結合，開發出一系列現代器皿；不同文化背景的設計師對有田燒進行了重新解讀，並將有田燒的技法彙聚在一起，打造出伴隨世界日常生活的新標準。

來自瑞士的設計工作室Big Game設計了一系列滴漏式咖啡組和水壺、鍋等廚房工具，這些產品都以基本造形為特色，採用最先進的材料和陶瓷技術。多孔瓷製成的咖啡濾網，既能過濾又增加柔和的口感。水壺和烹飪鍋以耐火粘土製造，明火、烤箱或微波爐均適用，烹調後也能直接上桌當餐具使用，應用廣泛的設計適合日常生活。

荷蘭的Studio Wieki Somers將有田的傳統工藝與創新技術結合，創造了兩套現代茶具。茶具的設計靈感來自於有田燒的特徵，琉璃色和傳統吹釉技術。他們通過積極融入有田的特色紋樣和色彩，結合最新的技術，創造了一系列前衛的工藝設計。

瑞士設計師組合Kueng Caputo



眼鏡博物館入口大廳以眼鏡元件拼接的懸吊裝置藝術 (圖/陳譽云)

打造的系列，特點是幾何形狀和柔和的色彩漸變，將有田的技藝發揮得淋漓盡致。有田的瓷器生產涉及很多手工和細緻的工序，該系列由花瓶、碗和盤子組成，使用噴筆塗抹色彩的特殊「噴塗」技術，經過工匠們的刻意創造，在幾何形體上體現漸變的色彩表現。

有田獨特的製造技術是法國設計師Pauline Deltour的主要靈感來源。該系列的設計圖案是日本傳統陶器中保留的升降臺，使該系列顯得與眾不同。Pauline Deltour研究了亞洲和歐洲日常生活中使用的杯子和盤子的類型，試圖在形式和比例、容量和操作之間找到最佳的平衡。她也運用了日本傳統瓷器釉色，如深藍色、磚色、青花瓷等，再以創新形式展現。

產地的生存策略最終目標在於提升品牌能力。前述提及的「合作」和「設計」是提升品牌能力的一種手段。有田地區作為陶瓷器的指標產區，致力於招商引資、吸引國際遊客，也拓展海外取得了一定的成績，也為入境旅遊做出巨大貢獻。

產業轉型

有人說「地方產業」的歷史就是「企業轉型」的歷史。為了應對商業環境的變化，在地生產者進行各種商業轉型（即產品和產業的變化），如福井縣鯖江市努力落實「產品多樣化」以及「異業結盟」。該市生產眼鏡架已有一百多年的歷史，日本製的眼鏡有九成以上都是福井縣製造。1990年代後期，該地區與中國製造商的產品競爭劇加，眼鏡架的出貨總值在1992年達到頂峰，從約1,142億日元降到2008年約761億日元，在此期間，製造商數量從890家減少到530家。在困境中他們利用眼鏡技術和鈦加工技術，開發眼科手術用剪刀等醫療器械，並且開始研發生產漁具和飛機零件。此外，工會青年組15家企業也開始使用眼鏡架材料的彩色樹脂和鈦，來生產文具及配件飾品。福井縣甚至在鯖江市設立了「眼鏡博物館（めがねミュージアム）」讓「眼鏡の鯖江」稱號更名副其實。

室町時代以來的茶筌師家族

生駒市高山町位於奈良縣北部。從室町時代開始，日本九成的茶筌在此生產。和北堂谷村家族五百多年來



茶筌製作體驗現場，第20代谷村丹後示範作法。



茶筌種類細分有一百多種以上，根據不同的流派，使用的竹材也不同。

持續製作茶筌的傳統，德川幕府賜名「丹後」，是德川幕府的御用茶筌師，得到了茶道界的大力支持。茶筌的製作技術在高山町這個地區代代相傳，據說為避免這門技術遭竊外傳，都是利用半夜由父母傳授給孩子，是家族齊心協力製作的傳統技藝。

時至今日高山町茶筌依然很受歡迎，來自日本各地的訂單很多。然而，原材料竹子的數量減少，產量難以增加；工匠數量的減少，也很難滿足所有訂單。因此存在著可能無法發揮傳統妙技以及失去商機的隱憂，為此谷村家企圖將茶筌製作觀光化。

茶筌製作過程是高山的傳統技術。那麼，何不為這個技術增加價值呢？於是，第20代谷村丹後將製作茶筌變成旅遊賣點。其實，在昭和30年代（1950年中葉至1960年中葉），該技術剛開始對外開放，開放之因是想透過向公眾展示卓越的茶筌製作技術來提升產品價值。

因為在秘密製作的年代，茶筌不過只是實用品、消耗品，價格僅一千日元左右。但另一方面，因為有技術

註釋

- 註1 下平尾勲，《現代地場產業論》，新評論，1985，頁197。
- 註2 山崎充，《日本の地場産業》，ダイヤモンド社，1977，頁6-8。
- 註3 資料來源：傳統的工藝品產業振興協會。
- 註4 資料來源：國家發展委員會網站 https://www.ndc.gov.tw/Content_List.aspx?n=4A000EF83D724A25

被竊取的風險，所以要将自家的隱秘技術公之於眾，是個極為重大的決定。然而，結果是非常成功的，茶筴的價值開始逐漸提升。

在前人成功的基礎上，谷村丹後更進一步，以「茶筴製作見學」和「茶筴製作體驗」的名義向市場推出了自己的產品。由於在互聯網網站和社群網站上宣傳了這個旅遊項目，不僅日本國內，海外的遊客也開始參觀該工作室。特別是在春秋旅遊季節，工坊的人氣鼎盛，每三天就會對外開放一次。通過網絡服務，從未聽說過茶道和茶具的人看到了茶筴的美麗和難得的技藝，如此一來，傳統工藝的商業方式增加了新的可能性。

經過各地遊客的推播，茶筴已經晉升成為一種工藝品、藝術品，來自網路的訂單增加，直銷單價也上升到三千日元，呈顯觀光化的成功。然而，由於工坊同時負責生產和訂單，產品的管理往往比較複雜，如何管理是日後必須面臨的課題。另外，近期由於新冠病毒疫情

影響，幾乎沒有國外觀光客蒞臨，在艱困的時期，谷村丹後也開始透過網路視訊，展開遠距茶筴課程教學，希望能受國內外民眾的歡迎。

小結

臺灣的地方創生政策，主要是由國家發展委員會主政推動「設計翻轉、地方創生」計畫，藉由盤點各地「地、產、人」的特色資源，挖掘在地文化底蘊，以「創意、創新、創業、創生」的策略規劃，開拓地方深具特色的產業資源，形塑地方創生的產業策略，引導優質人才專業服務與回饋故鄉，結合多元手法帶動社區或地方^(註4)。

地方產業是地區資源的一部分，產業觀光更是備受關注，透過工坊、工廠見學、體驗活動等方式為地區活化做出貢獻，而各地的執行策略多是經由當地居民及相關人士集思廣益、協調出適合當地的模式。從上述日本地方產業及傳統工藝的案例中，我們能夠窺探出地方產業的振興對地區活化和地方創生的重要性及意義。



1 | 2

- 1 製作一個茶筴大約需要兩小時（不含泡軟材料的時間），一個人一天只能完成五、六個。
- 2 想要打出好的抹茶，就得使用好的茶筴，嚴選竹材且透過熟練的手工製作而成。