

令和元年6月26日現在

機関番号：13701

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K04060

研究課題名(和文)「新しい働き方」の検証と「新しい労働社会」の展望 - クラフトを生業にする人たち

研究課題名(英文) Research for "the new way of working" and prospect for "the new society of work", : people who make a living with new craft arts.

研究代表者

伊原 亮司 (Ihara, Ryoji)

岐阜大学・地域科学部・准教授

研究者番号：60377695

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の課題は、クラフトを生業とする人たちに焦点をあてて、「新しい働き方」の普及と地域社会への影響を明らかにすることにある。大量生産を厭い、一品ものの雑貨などを作って生計をたてる人たちが増えている。15年ほど前から、全国で同時多発的にクラフトのイベントが開催されるようになった。ただし、出店者の多くは地元とは関係なく、地域社会への経済効果は期待できない。注目すべき点は、地元の文化や生活への影響である。クラフトというイベントを通じた市のパブリックイメージの普及であり、それにそぐわない層を<暗に>排除している文化政策的な含意である。

研究成果の学術的意義や社会的意義

「クラフト」の存在はイベントなどを通して世間では知られるようになったが、その社会的な含意は検討されていない。本研究の学術的意義は、働き方だけでなく、消費や生活を含む総合的な視点からクラフトの普及を捉え直したことであり、地域社会への影響を分析した点である。このようなイベントは、地元への経済的な効果は期待できないが、文化的には重要な意味を持っていることを示した。すなわち、特定の階層をターゲットにしており、いわゆる労働者階級(の文化)は排除する傾向がある。いうなれば、イベントを通じた「文化的なジェントリフィケーション」の問題点を浮き彫りにしたことが、学術的および社会的な意義である。

研究成果の概要(英文)： The subject of this research is verifying the spread of "the new style of working" and the influence on a local community, focusing on people who make a living with new craft arts. People who disapprove mass production system and make and sell original goods by themselves are increasing in number. The event of the craft arts came to be held simultaneously since about 15 years ago across the country. However, many of tenants have little involvement with a local community and the economic effects to it can not be expected. The points which should be noted are the influence on local culture and local residents. That means the exclusion of the social class not suitable to the public image of the city through the event.

研究分野：社会学

キーワード：ものづくり クラフト 新しい働き方 労働社会 文化政策 ジェントリフィケーション

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

クラフトとは一般的に手づくりの工芸品・手芸品・民芸品などを指すが、本研究ではそれらを作り販売する生業を含めてクラフトという言葉を用いる。

環境保全の観点から、そして人間らしい労働・生活の観点からも、大量生産・大量消費に対して批判が高まった。組織に囚われ、人間関係に疲弊し、単純な作業・マニュアル化された作業を押しつけられ、長時間の拘束を強いられる働き方が厭われ、遊びと仕事の境界が明確ではなく、創造性を発揮することが可能であり、自らの生活を自分で組み立てることができる働き方が持ち上げられるようになった。つまり、「新しい働き方」「新しいライフスタイル」の一つとして「クラフト」が注目されるようになったのである。

ただし、組織に囚われない働き方とは、新自由主義の文脈に絡め取られやすい。「自由な働き方」ではなく、「不安定な働き方」になりリスクを伴うからである。実際のところ、「自由」を求めて会社を飛び出したものの、不安定な雇用と収入に苦勞し、かえって生活に汲々している人が多いことをわれわれは知っている。

経済地理学者であるリチャード・フロリダは、金融会社やドットコム企業などで働くグローバルエリートのように、場所に拘束されずに働く頭脳労働者ではなく、地域社会に根ざして創造的に働く人たちの登場と増加に注目し、その新しい一群を「クリエイティブクラス」と命名した。「多様性」を許容する土地柄がクリエイティブな人たちを呼び寄せ、地域社会を活性化させるといふ。では、クラフトを生業とする人たちも「クリエイティブクラス」ということになるのであろうか。地域社会にいかなる影響を及ぼしているのであろうか。

2. 研究の目的

本調査は、「クリエイティブクラス」という視点からクラフトという生業の実態を調査し、リチャード・フロリダがイメージするような働き方・生活のあり方を行っているのかを検証する。まずは、クラフトという働き方のイメージを掴む。その上で、特定の地域・イベントを取り上げて、彼ら・彼女たちはいかなる働き方を行っているのか、そして地域社会に根ざして活動しているのか、地域社会にいかなる影響を及ぼしているのかを調べる。

3. 研究の方法

クラフトという働き方は、制度化された働き方ではないため、その実態は把握しにくい。生業としている人たちから聞き取りを行い、具体的なイメージを掴む。そして、クラフト展のイベントの企画者と参加者(出展者、消費者)に対して総合的に調査し、クラフトという働き方を地域社会の視点から捉え直す。

4. 研究成果

クラフトを生業とする人たちは、多様な・多彩な形で活動している。自ら店舗を構える人もいれば、他者経営の店舗に作品を置かせてもらう人もいる。実店舗ではなく、インターネットを通して販売する人もいる。自分のサイトを作って運営する人もいれば、クラフトサイトに登録して売る人もいる。個展を開く人もいれば、全国で開催されているイベントに参加する人もいる。また、専業として取り組む人もいれば、副業としてやる人もいる。話を聞く限りでは、クラフト一本でやっていくのは厳しい。固定給のあるパートナーがいるなど、安定した収入が見込めるのでなければ、クラフトだけで生計をたてるのはきつい。

クラフトを生業とする人たちは、組織に囚われずに「自由」に働けることは確かであるが、孤立して働いているわけではない。似たような仕事をしている人たちとつながりを持ち、彼ら・彼女たちからイベントなどの情報を入手している。自分の作品がイベントの趣旨や客層とマッチしているか、参加料が高くて、バイヤーや企画展主催者から声をかけられるなど、「次につながる」可能性が高いイベントか、といった精度の高い情報は、横のつながりから得られる。

2000年くらいから同時多発的に、全国各地でクラフトのイベントが開催されるようになった。筆者が居を構える岐阜市でいえば、JR岐阜駅で開催される「GIFUクラフトフェア」、八幡神社の「小さなクラフト展」、岐阜柳ヶ瀬の「サンデービルディングマーケット」、一宮の「杜の宮市」、名古屋の「ハンドクラフトフェア」、揖斐川の「ワンダーピクニック」など、各地でクラフト関連のイベントが開催されるようになった。

これらの中で、参加者人数が順調に増え、大いに好評を博しているイベントの一つであるK市のイベントの実態を、本研究は詳細に調査した。

現在のイベントの前にも同市でクラフト展が催されていたが、お母さんの手作り品のバザーの範疇を出なかった。市が全面にでて運営していたことも反省材料であり、その時の経験がその後のイベント運営に活かされることになる。

市は「まちづくり推進課」が中心となって、一般社団法人「くらしの委員会」を立ち上げた。当事者の話によると、自治会を中心としたまちづくりからの「飛躍」を目指した企画の一つであり、ここから、クラフト展を本格化させることになる。既成概念に囚われないために、行政が中心になってやるのではなく、「自主的な団体」を育て、民間を補完する形でやろうと企てたのである。ただし、コンサルタントなどに丸投げしているわけでもない。なお、国からは地

様式 C-19、F-19-1、Z-19、CK-19（共通）

方創生交付金を受け、二分の一は国に負担してもらっている。

公園跡地のカフェを拠点にして、毎月一回、寄り合いを持っている。「委員会」の理事は市民から選ばれている。現在は5人である。代表は30代の若手であり、東海圏の芸術大学を卒業し、東京での勤務経験を経て、地元に戻ってきた。高校の同級生と一緒にデザイン会社を立ち上げ、現在10人ほどの社員を雇っている。

「委員会」の理事が中心となり、その他の自主的メンバーも加わり、1月から10ヶ月ほどの間に企画を練り上げ、11月開催のイベントに備える。

同市のイベントは、来客数や売り上げを追求しているわけではない。理事たちは、イベント自体を「楽しんでもらえればいい」と考えている。この発言を裏付けるように、出店者を対象としたアンケート調査でも、参加の最優先の目的として売り上げを挙げる人は少ない。売り上げを目的に挙げるのは3、4番目であり、「自分たちが楽しむ」、「出会いを楽しむ」という理由が最上位である。出店者の満足度はほぼ100%である。客数を追っているわけではないものの、イベントは渋滞でクレームが出るほどに盛況である。

では、地域経済に与える影響はどれほどであるか。出店者は、市民から優先的に選んでいるわけではない。イベントによっては地元飲食店の振興を意図し、市民から優先的に選ぶケースも少なくないが、ここのイベントはそうしていない。市内の出店者が占める割合は、全出展者の10%にすぎない。

理事や市の担当者の話によれば、投資をすぐに回収しようというつもりはない、とのことである。先ほどの「楽しいんでくれればいい」という言葉通り、経済効果を意識してイベントを行っているわけではないようだ。コスト意識や売り上げ・利益に対する意識が希薄な地方イベントに対して批判はある（木下齊『稼ぐまちが地方を変える』NHK出版新書、2015年、飯田泰之ほか『地域再生の失敗学』光文社新書、2016年など）。地域への「波及効果」といったイメージでごまかさず、「儲かる仕組み」をきちんと作れ、という指摘である。しかし、市からすれば、即効性を求めないことが、出店者や参加者への門戸を開き、「楽しさ」を演出でき、発展の可能性を高める、という。つまり、リチャード・フロリダのいう「多様性」に対する「寛容性」と捉えることができるであろう。

ただし、このオープンさは、地域社会への持続的な貢献、という点では疑問符がつく。なぜなら、入るのが自由であれば、出るのもの自由であるからだ。そして、出入りの自由さは、イベントの「均質化」をももたらす。実際のところ、出店者たちは近隣のイベントを「回避」し、近隣のイベントと似た人たちが集まり、同じようなイベントになる。企画者自身、イベントの「無個性化」を懸念し、差別化を強く意識するようになった。そこで2018年は、二つの店がコラボして出店する、という「縛り」をもつけた。計算外の「化学反応」を狙った「仕掛け」であり、また、新しい出展者を呼び入れようとしたからでもある。

「均質化」、「マンネリ」、「惰性」を避けるための方策として、厳しい出店者評価・選別も指摘しておかなければならない。出店の応募が400ほどあるなかで120から130をセレクトしている。もちろんエントリーシートを厳密に精査するが、過去にさかのぼって活動をチェックするなど、出店者に対して総合的に評価する。その結果として、イベントの水準が維持される。すなわち、出店者の水準が維持されると「それなりの客」が来るようになり、「ものが分かる客」が来るイベントということが出店者のつながりから知り渡れば、「レベルの高い出店者」が応募するようになり、企画者、出店者、顧客のレベルが高水準に維持されて、イベントの持続的発展が可能になるのだ。

かくして、参加者に対する「寛容性」に「戦略的仕掛け」と「選別機能」を加えることにより、このイベントは「量的に拡大」と同時に「質の維持」が可能になっているのである。最後に、「地域に根ざす」という観点からこのイベントを考察すると、先述したように、クラフトという生業が地域社会に多くのお金を落としているわけではないし、出店者が地元で定住しているわけでもなく、この点からいえば、リチャード・フロリダのいう「クリエイティブクラス」の定着と地域振興には該当しないといえる。ただし、先行研究では完全に見落とされてきた視点であるが、生業としてよりも、消費文化や娯楽として、地元で定着しつつある点に留意すべきである。調査対象先は、もともとは製造業の街であるが、一品ものの雑貨を愛でる文化が根付くつつある。広大な公園を有効に活用し、おしゃれなカフェなどで優雅に楽しむ姿が日常的に見られるようになった。そして、このような生活文化の浸透は意図した結果であることに注意を要する。イベントの企画者は、ターゲットとする参加者として、明確に、ミドルクラスの子育て世代に照準を定めている。この客層に合っているかどうか、出店者を決める重要な選考基準である。市の担当者の言葉を借りると、「それなりに所得があり、良識もある20代後半から40代にかけての家族」が、言うなれば「こざい層」が「集めたい層」である。イベントを通して住民になって欲しい、ということまでを想定しているわけではないと述べていたが、市は、イベントを通してこのような「パブリックイメージ」を広めようとしているのだ。現に、イベントに参加する層はそのような人たちである。分かりやすい例を挙げると、言われなくても「ゴミは持ち帰る」。この文化政策的な含意を看過してはならない。市は露骨な形で自治体の生き残り政策を掲げ、生産的・創造的な人を呼び込み、経済振興を目指しているわけではないし、それが現実的ではないことは分かっている。国がけしかけている自治体同士の競争の問題点にも気づいている（山下祐介・金井利之『地方創生の正体』ちくま新書、2015

様式 C-19、F-19-1、Z-19、CK-19（共通）

年など）。市はクリエイティブなクラスを呼び込もうとしているわけではなく、財政負担がかかる「そぐわない層」や「小汚い層」を＜排除＞しようとしているのである。もっとも、企画者たちもイベントの参加者たちも「排除」していることを意識しているわけではないし、「招かれざる層」が「排除」されていることを明確に意識しているわけでもないだろう。「こぎれいなまち」が望ましくないわけでもない。しかしこれは、イベントを通じた「文化的選別」であり、当事者たちが無自覚であるからこそあえて指摘する意味がある。「文化的なジェントリフィケーション」(階級浄化)と表現し得る文化政策と捉え直すことができるであろう。

クラフトというイベントを筆者も楽しんでいる。大量生産とは異なる雑貨を作り、購入すること自体が悪いわけではない。直接的な経済効果は期待できなくても、まちは活気づく。しかし、イベントの「もう一つの側面」も見落としはならない。この新しい視点の提示が、本研究によるオリジナルな貢献である。そしてこの議論をさらに敷衍すれば、地域社会どうしの「人材獲得競争」よりも、望まぬ層の「押し付け合い」が展開されるようになっていくであろう。この点の検証が今後の課題である。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計0件)

〔学会発表〕(計0件)

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

名称：

発明者：

権利者：

種類：

番号：

出願年：

国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：

発明者：

権利者：

種類：

番号：

取得年：

国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

該当なし

6. 研究組織

(1)研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号(8桁)：

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

(2)研究協力者

研究協力者氏名：

ローマ字氏名：

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。