

奈良県生駒市高山町における茶釜製造業の現状と展望

春日 千鶴葉 飯田市立伊賀良小学校
栗谷 正 樹 大阪市立成育小学校
河本 大地 奈良教育大学社会科教育講座 (地理学)

The current state condition and prospects of *chasen* (tea whisks) industry in Takayama-cho, Ikoma City, Nara Prefecture, Japan

Chizuha KASUGA

(Igara Elementary School, Iida City)

Masaki KURITANI

(Seiiku Elementary School, Osaka City)

Daichi KOHMOTO

(Department of Geography, Nara University of Education)

Abstract

Almost all of Japan's *chasen* (tea whisks) are produced in Takayama-cho, Ikoma City, Nara Prefecture, and *Takayama Chasen* production has been designated as one of the traditional crafts of Japan. However, demand for *chasen* is falling because of a decline in the number of participants in tea ceremonies and lifestyle changes. Moreover, on a national scale, the aging of traditional craftsmen and lack of successors in the industry have created a serious problem, and there is a need to reconsider relations of producers with administrative bodies and local residents. Accordingly, this study considered the current state of *Takayama Chasen* production and its prospects for the future on the basis of an examination of the situation regarding *chasen* producers and the relations among its stakeholders, including administrative bodies. A survey was conducted, revealing various challenges such as the need for new initiatives for maintaining and promoting traditions, including dissemination of product information by emphasizing its casual aspects and collaborations with administrative bodies and *Takayama Chasen* Producer's Cooperative. The survey results also identified issues such as soaring material costs resulting from the destruction of bamboo forests and the need to strengthen relations with Nara Prefecture. In the future, it will be important to expand the relations among those involved in the *Takayama Chasen* industry.

キーワード：伝統的工芸品，茶釜，茶釜製造業者，
主体間関係

Key Words : traditional crafts, *chasen* (tea whisks),
chasen producers, relationships between
stakeholders

1. はじめに

日本には、伝統的工芸品にかかわる産業の存続と振興を目的とする「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」(1974年)がある。2017年11月30日現在、同法に基づき230品目が伝統的工芸品に認定されている。伝統的工芸

品は近年、観光を目的とした訪日外客数の増加⁽¹⁾によっても注目されており、これに関する行政による取組みもみられる⁽²⁾。また、学校教育においても、例えば2020年からの新学習指導要領の小学校社会⁽³⁾では第4学年で「県内の伝統や文化、先人の働きについて、学習の問題を追究・解決する活動を通して、次の事項を身に付ける

ことができるよう指導する」とされ、その中に「県内の文化財や年中行事は、地域の人々が受け継いできたことや、それらには地域の発展など人々の様々な願いが込められていることを理解すること」と記されるなど、伝統や文化の学習が重視されている。

しかし、伝統的工芸品産業をめぐる状況は厳しい。伝統的工芸品産業の市場は、1975年の最盛期と比較すると約4分の1にまで減少し、企業数、従事者数は減少傾向にある。衰退の要因は、国民の生活様式の変化・多様化や、輸入品など安価な代替品の流入、流通構造の変化等による売上減少、職人の担い手減少・高齢化の進行などである(経済産業省 2017)⁽⁴⁾。日本の伝統的工芸品のもつ「手わざ」の魅力は現在急速に見直されつつあり⁽⁵⁾、国内外から高い評価を受けている。しかし、機械化された生産技術に追いつかず、製造業者の零細化が進行しつつある(箱田, 2012)⁽⁶⁾。こうした産業の衰退局面において産地を持続可能にするためには、製品納入先や原料仕入れ先などとの主体間関係⁽⁷⁾に加えて、産業を支える存在である行政等との関わりも必要と思われる。

本研究では、奈良県生駒市高山町(以下、高山町と表記)の伝統的工芸品産業である高山茶釜⁽⁸⁾を取り上げる。高山茶釜は茶を点てる際に使用される、茶道に欠かせない用具の一つであり、1975年に国から伝統的工芸品の指定を受けた。茶釜が他地域で伝統的工芸品として指定された例はなく、国産茶釜の約9割が高山町産で占められていると言われている⁽⁹⁾。高山茶釜は茶道文化に欠かせない存在である。高山茶釜の産地としての高山町に関する研究には、浜谷(1966)⁽¹⁰⁾や西田(1986)⁽¹¹⁾、宮川(1998)⁽¹²⁾がある。しかし、先行研究から長い年月が経過しているため、高山茶釜などをめぐるその後の経年変化や現状の課題を把握する必要がある。また、先行研究には、観光活用や新規消費者の開拓など産地振興に関わる行政等の取組みが含まれていない。そこで本稿では、茶釜製造業者の実態や行政を含めた主体間関係などから高山茶釜をめぐる現状を把握し、今後を展望する。

研究方法は以下の通りである。2016年5～11月に高山町の茶釜製造業者9軒や奈良県高山茶釜生産協同組合(以下、茶釜組合)などを訪問し、経営や生産体制、主体間関係、関連イベントの詳細について聞き取りを行った。また、生駒市総合計画や生駒市広報誌「いこまち」、生駒市高山竹林園(以下、高山竹林園)への聞き取り調査から行政による伝統産業支援や観光振興等の実態把握を試みた。

2. 研究対象地域および高山茶釜の概要

2.1. 対象地域の概要

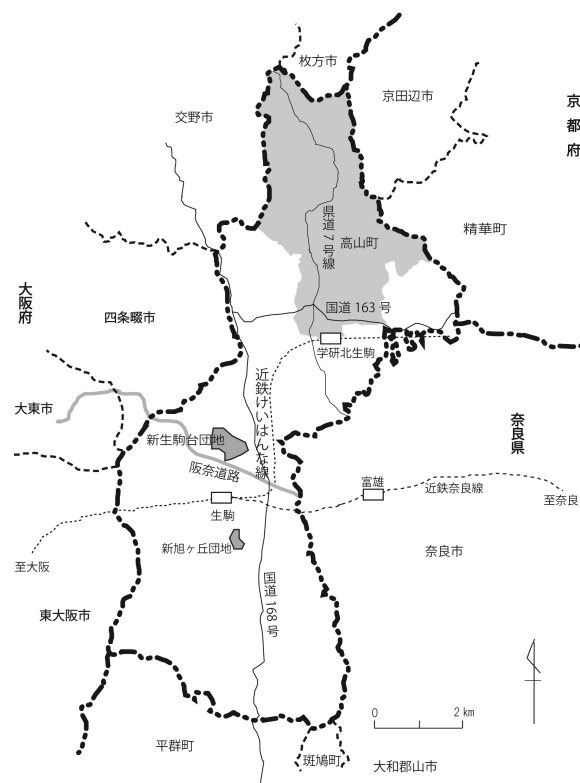


図1 生駒市(国土地理院の地理院地図を用いて作成)

本研究の対象地域は奈良県生駒市高山町である(図1)。高山町は、奈良県の北西端にある生駒市の北部に位置し、面積は12.31km²(2015年1月現在)、人口は3,687(2018年10月現在)である⁽¹³⁾。同町は室町時代、興福寺一乗院衆徒鷹山氏一族の本拠地であったことに由来し、かつては鷹山と呼ばれていた。現在も、鷹山氏の居城であった鷹山城跡や鷹山氏の信仰を集めた高山八幡宮、鷹山氏一族の供養塔が残る円楽寺跡など、鷹山氏に纏わる史跡が多く残されている。1947年には北倭村大字高山、1957年には生駒町の大字高山となり、1971年に市制施行により現在の生駒市高山町となった⁽¹⁴⁾⁽¹⁵⁾。

高山町は大阪府や京都府と接しており、大阪大都市圏の一角としての性格も有する。とりわけ、大阪府と奈良県を結ぶ有料自動車高速道であった阪奈道路が1959年に開通してからは、周辺で急速な住宅地化が進んだ。1971年には近鉄生駒駅の北側に新生駒台団地が、南側に新旭ヶ丘団地が造成された(宮川 1998)。また、1987年から関西西文化学術研究都市(けいはんな学研都市)が京都府、大阪府、奈良県にまたがる形で建設されており、高山町の一部も高山地区第1工区・第2工区との名称で構成地域となっている。高山地区第1工区には、1991年に奈良先端科学技術大学院大学が開学した。2012年には生

駒市が第2工区へのリニア中央新幹線の新駅誘致を表明した。

他方で、生駒市は地場産業の一層の振興を図るため、1989年に高山竹林園を設置した。高山竹林園は竹に関する博物館と植物園を兼ねた施設であり、資料館や竹の生態園、多目的広場などが設けられている。資料館には高山町で生産される茶筌や茶道具、編針などの製品と資料が展示されている。さらに、高山竹林園では後述するように竹の造形物をろうそくの明かりで浮かび上がらせる「高山竹あかり」というイベントの開催など、竹製品と観光を結びつけた活動も行っている。なお、高山竹林園は2018年現在、茶筌組合が指定管理者となっているが、調査時点では生駒市直営であった。本稿には調査時点の情報を記していることを断っておく。

2.2. 高山茶筌の概要

高山茶筌の始まりは、室町時代後期に鷹山城主鷹山頼栄の次男・宗砌が、かねてから親交があり茶道の創始者である村田珠光(奈良称名寺住職)から茶を攪拌する道具の製作を依頼され、作り上げたことによる。茶筌作りの技法は鷹山家の秘伝として家臣に伝授され、余技として茶筌作りがなされてきた。しかし、鷹山家は没落し、地名も「鷹山」から「高山」へと変わり、茶筌作りの技

法は生業となった。その後、珠光によって始まった茶道は千利休によって侘び茶として確立され、茶道隆盛により茶筌の需要は高まっていった。また、高山町は茶道文化の確立と関わりのある京都府、奈良県、大阪府の接する地域である。さらに高山町内をはじめとする奈良県、京都府等の竹林にも恵まれていた。これらの影響で高山町は茶筌の産地となった(宮川 1998)。高山町では、一子相伝、継承者として性を名乗る男子以外には茶筌の製作が許されることはなかった。そのため、昭和期に入っても伝統は固く守られていた。しかし、第二次世界大戦が終局に入ると、人手不足により、秘伝とされて来た技術は一般に公開されるようになる。これに伴い、終戦から戦後に至って高山町へ数多くの新たな茶筌業者が参入し、地場の伝統産業として繁栄していった。1975年には、高山茶筌は伝統的工芸品に指定された。しかしその一方で、1980年代から海外製の安価な茶筌が国内で出回り始め、手作業で作る高山茶筌では価格面で太刀打ちできない事態が発生した。さらに、1990年代に入ると茶道人口が減少し、それに伴い必然的に茶筌の需要も減少した。加えて、周辺農村からの女性労働力を得ることも難しくなった。その結果、1998年当時36軒存在した高山町周辺の茶筌製造業者(宮川 1998)は、2016年現在19軒となっている(図2)。

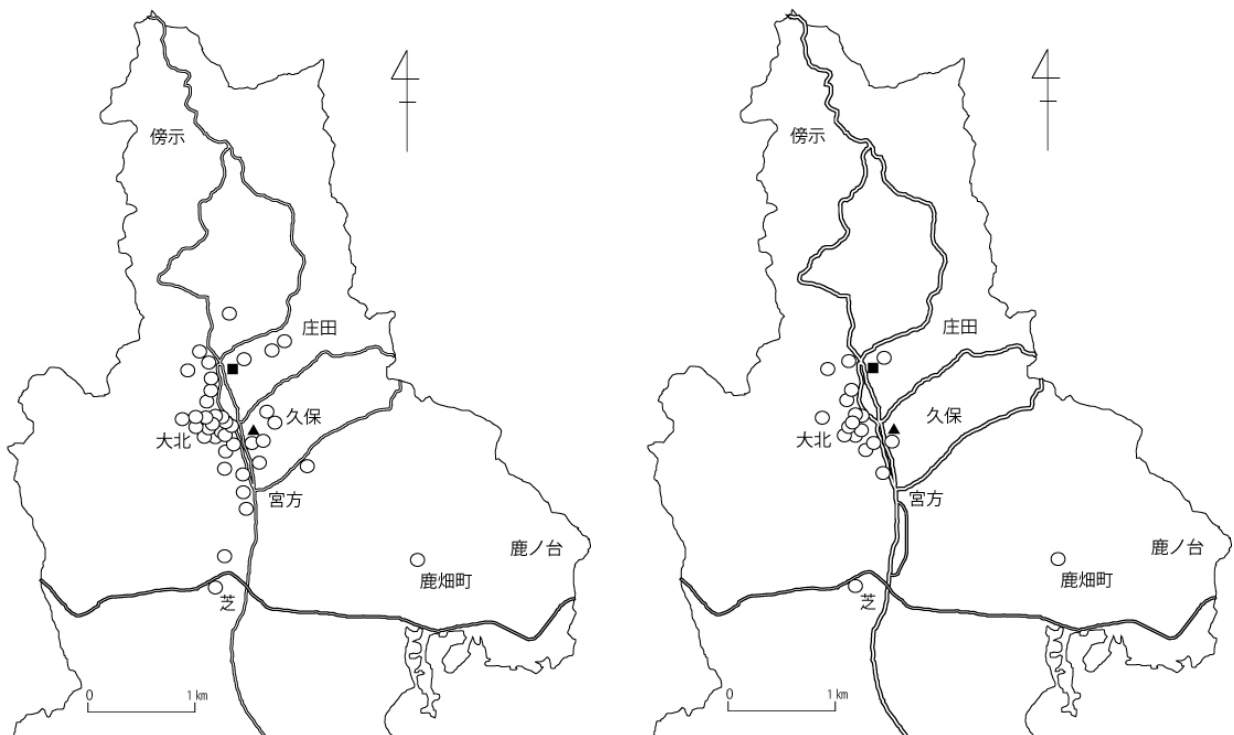


図2 生駒市高山町における茶筌製造業者の分布(左が1998年、右が2016年)

(1998年の分布図は宮川(1998)をもとに、2016年の分布図は聞き取りにより作成)

注a: ■は高山竹林園, ▲は高山八幡宮の位置である。

注b: 本図は図1の高山町の部分を中心に拡大したものであり実線は生駒市の境界を示す。

注c: 茶筌製造業者は1軒のみ生駒市高山町ではなく生駒市鹿畑町に所在する。

高山茶釜の主な出荷先は、京都府、東京都、これに次いで大阪府と愛知県と言われる。高山町は、京都・大阪・名古屋などの伝統的市場に近いことを巧みに活かし、需要中心の東京や山陰地方を抑えていった(宮川1998)。また、西田(1986)以前から、高山茶釜は日英博覧会やセントルイス・パリなどの万国博覧会にも出品され入賞するなど、伝統的工芸品としての芸術性と併せて実用的価値も全世界に認められてきた。

2.3. 茶釜の製造工程

茶釜作りに使用される竹は主に淡竹⁽¹⁶⁾であり、その中でも特に堅い2～3年生の竹が適当である。伐採された竹はまず煮沸によって油抜きがなされた後、1.8mほどの長さに整えられ、「寒干し」作業が行われる。「寒干し」とは、堅く艶を出すために、天日干しをする重要な作業であり、毎年12月後半から3月初頭にかけて行われる。なお、太陽光線が強すぎると竹が割れてしまうため、寒干しは冬期のみの実施である。約1カ月間寒干しされた竹は、半年から1年ほどの間、風通しの良いところで保管されたのち、15cmほど(1本の竹から8～10本分)の長さに整えられ、材料として使用される(西田1986)。

その後の茶釜作りの製造工程は、①竹の上半分の表皮を削り、十六割した後、内側の肉部分を切り穂先部分を作る「片木(へぎ)」→②十六割の各一片を茶釜の流儀や種類に応じた穂数⁽¹⁷⁾に割り、手で丁寧に裂いていく「小割(こわり)」→③穂先部分を湯に浸し竹の繊維を柔らかくし、小刀で穂先に行くほど薄くなる様に慎重に

削ったのち、内側に丸く反るようにしごきを入れ、形を整える「味削り(あじけずり)」→④外側になる穂を引き上げ穂の両角を一本ずつ薄く削る「面取(めんとり)」→⑤外側の穂を引き上げ、糸をかける「下編み(したあみ)」→⑥下編み後、さらに糸掛けを2回し、根元を補強する「上編み(うわあみ)」→⑦指先の感覚に頼りながら穂先の間隔や凹凸の調整を行う「仕上げ」の7工程に分かれている。

なお、製作工程の中でも、④「面取り」、⑤「上編み」、⑥「下編み」は古くから女性の内職として行われてきた反面、③「味削り」をはじめとした高度な技術を要するその他の工程は熟練の茶釜製造師(伝統工芸士)が製作を担当する。つまり、茶釜づくりは性別分業制であった。

3. 高山町における茶釜製造業者の実態

3.1. 概要

2016年10月現在、高山町周辺には20数軒の茶釜製造業者が存在する。このうち茶釜組合には、2016年現在18軒の茶釜製造業者が所属している。茶釜組合所属の各茶釜製造業者を経営する伝統工芸士を年齢別に見ると、70代2名(全体の12%)、60代7名(41%)、50代5名(29%)、40代2名(12%)、30代1名(6%)の計17名となっている。なお、茶釜組合所属の茶釜製造業者のうち、1軒は現在、伝統工芸士が所属しておらず、販売が中心である。

経済産業省(2011)⁽¹⁸⁾によると、全国の伝統的工芸品産業に関して、2009年度の50歳以上の従業者の割合が

表1 聞き取り対象とした茶釜製造業者の概要

タイプ	組合への所属	茶釜製造業者	代表者の年齢	経営体系	後継者の有無
A	○	No.1	30代	高山町内で製造	将来、子どもが望めば
		No.2	50代	高山町内で製造	将来、子どもが望めば
		No.3	50代	高山町内で製造	将来、子どもが望めば
		No.4	50代	高山町内で製造	将来、子どもが望めば
B	○	No.5	40代	高山町内で製造	現時点ではなし
		No.6	50代	高山町内で製造	現時点ではなし
		No.7	60代	高山町内で製造	なし(廃業予定)
C	○	No.8	60代	高山町内で製造	あり(息子)
D	×	No.9	70代	海外現地従業員製造後、国内へ	あり(息子)

(聞き取りにより筆者作成)

注：Aタイプ：茶釜組合に所属、子育て世代（後継は子どもの意志次第）

Bタイプ：茶釜組合に所属、現時点で後継の予定なし、もしくは廃業予定（子どもは別職）

Cタイプ：茶釜組合に所属、後継者あり

Dタイプ：茶釜組合に所属せず、後継者あり

64%, 30歳未満が6%となっている。高山茶筌の場合においても、50歳以上が82%, 30代が6%となっており、全国の伝統産業と同様に高齢化の傾向が見られる。

本調査では、茶筌組合の組合長に意思疎通が図りやすいなどの理由から紹介された茶筌組合所属の茶筌製造業者8軒に聞き取り調査を実施した。また、茶筌組合に所属をしていない茶筌製造業者数軒のうち大手の1軒にも聞き取りを行った。そして、茶筌製造業者の年齢や後継者の有無、課題や今後への展望などの視点から、計9軒を4タイプに分類した(表1)。

なお、高山町では、組合に所属する18軒の茶筌製造業者は国内の竹を仕入れ、茶筌を製造している。方向性の違いなどから組合に所属しない茶筌製造業者も、多くは同様である。ただし、聞き取りを行った1軒は、主に海外の直営工場で現地の竹を用いて製造している。

3.2. 原材料

茶筌製造には、主に淡竹(はちく)、黒竹(くろちく)、煤竹(すすだけ)の3種類が使用される。淡竹は、細く割りやすい。黒竹は淡竹の一種で、表皮が黒いまだら模様になっている。煤竹は、さまざまな種類の竹が囲炉裏の火などに燻され煤が付着したものである。茅葺民家の屋根裏や天井で使用されていたものなどが用いられる。

3.2.1. 原材料の調達

茶筌組合に所属する茶筌製造業者(A~Cタイプ)が竹を仕入れる業者は現在、高山町には1軒しかない。その業者も、奈良県の竹は扱っていない。山口県や千葉県など、中国地方から関東地方にかけての太平洋側地域のものが中心となっている。

一方、茶筌組合に所属しない茶筌製造業者(Dタイプ)では、日本産よりも質が良いとの判断から、主に中国・韓国産の竹が用いられている。煤竹に関しては、独自の技術を用いて短期間で人工的に生産するなどの工夫をしているという。

3.2.2. 現状から見える原材料確保の困難さ

上記の結果から、9軒のいずれにおいても、奈良県あるいは地元高山町産の竹を使用していないことが明らかになった。背景としては、竹林の整備ならびに伐採・出荷を行う竹林管理者の高齢化が進み、竹林の維持管理ができず、高山町周辺の竹林が荒廃し、材料に適した竹を確保できないことが挙げられる。この竹林管理に関する問題は日本各地で見られ、管理者の高齢化に伴い整備が行き届かず、竹林の荒廃が深刻化している⁽¹⁹⁾。一方、北陸地方などにも竹林は存在するものの、雪の重みで竹がしなってしまうなど、茶筌の原料としては不向きであり使用できない。また、宮川(1998)が調査した1998年

当時は、原材料として九州から中部地方(岐阜県)にかけての竹が使用されていたが、今回の聞き取りでは千葉県など関東地方の太平洋側にまで拡大していることが明らかになった。原材料に適した竹を入手できる地域が減少したため、広域から調達しなければならない状況にある。また、煤竹の場合、囲炉裏の煤が付着するまで100年から120年と長い年月を要すること、現存する茅葺き等の古民家が減少していることから、近年は入手が非常に困難である。材料に適した竹の減少や人件費高騰に伴い、仕入れ価格が上昇し、茶筌製造業者の負担となっている。

3.2.3. 茶筌製造時の課題

原材料となる竹は、油抜きや寒干しの過程の後、1~1.5mほどの長さに整えられ、数十本束ねられた状態で茶筌製造業者のもとに届けられる。竹は、その後15cmごとに切り分けられ、製造に必要な長さに整えられる。しかし、わずかな傷や節があっても商品にはならないため、実際の製造には仕入れた竹の約半分しか用いることができない。さらに、希少性の高い煤竹は、既に乾燥しているために制作過程で折れやすく、最終的に茶筌に使えるのは仕入れたうちの30%程度である。価格が高騰するなかで竹を仕入れても、茶筌に使えない部分は多い。

3.2.4. 竹林再生に向けた取組み

茶筌組合では、2015年から大学や市民団体と連携し、高山町の竹林再生に向けた取組みを進めている。竹林の整備と原材料の伐り出しや、茶筌に不向きな竹のバイオマスとしての資源化などが検討されており、将来的に高山町の竹で茶筌製造を行う環境づくりが模索されている。

一方、茶筌組合に所属しない茶筌製造業者(Dタイプ)の場合、かつては竹を国内で調達していたものの、国内の竹林の荒廃と材料の品質悪化を見越し、1971年から韓国、1994年からは中国にて茶筌を製造している。竹林から生産工場への移動の際に竹が傷付くことを防ぐため、竹林の横に工場を構えており、同時に材料費のコスト削減も図っているとのことである。また、前述のように独自技術を用いて煤竹を短期間で人工的に生産するなどの工夫も行っているという。

3.3. 経営

3.3.1. 生産・販売体制について

茶筌組合に所属する茶筌製造業者(A~Cタイプ)では、いずれも高山町を拠点に分業体制がとられている。地域住民(ほぼ女性)がパート・内職として「上編み」「下編み」工程を担い、茶筌製造に携わっている。それらも含めた茶筌製造業者の従業員数は、個別には明らかにできないが、A・Bタイプでは10~20名前後であるのに対

してCタイプは50名以上と比較的大規模である。

販売方法については、A・Bタイプの茶筌製造業者は、茶道関係者(得意先)などへの直接販売と卸売業者への販売委託が中心である。Cタイプの茶筌製造業者は、それらに加えてウェブショップや大手通販サイトでの販売も行っている。

一方、Dタイプの茶筌製造業者では、中国・韓国の生産拠点で数百人が生産に従事している。また、多くの種類の茶筌を扱うべく、一部の茶筌については茶筌組合に入っていない高山町内の製造業者からも仕入れている。さらに、大量生産を武器に、ファックスでの受付や即日発送をし、高山茶筌よりも価格をやや低く設定し、中学生及び高校生の部活動など顧客のニーズを意識した販売方法を採用しているという。

3.3.2. 近年の製造・販売状況

ここ数年の製造並びに販売本数は、具体的な数値の公表はできないものの、いずれの茶筌製造業者においても増加傾向にある。その背景には、中国での近年の経済成長に伴う労働力不足による中国製茶筌の価格の高騰がある。また、製造・販売本数の増加の一因として、SNSによる発信も挙げられる。聞き取りをした茶筌製造業者9軒のうち6軒では、FacebookやInstagramなどのSNSを通して、製品や日々の活動についての発信が行われている。投稿を見た国内外の人から茶筌の注文を受けたり、店舗に直接訪れたりするケースが増えている。

しかし、多くの茶筌製造業者では、製造が注文数に追いついていない。茶筌はすべて手作業で製造され、特に味削りなどの工程は、国から認定された伝統工芸士のみが担当することが多い。また、前述の通り高山茶筌は性別分業制が採られていることが多い。そのうえ、複数の職人が作業に当たっても1日当たり30~50本の製造が限界である。実際、組合に所属する高山町内のA~Cタイプいずれの茶筌製造業者においても、現行の分業体制では注文数に追いついておらず、納品までに数カ月を要する状況である。

一方、Dタイプの茶筌製造業者では、自社の海外工場で大量生産された在庫があり、大規模な発注にも早期対応が可能である。

3.3.3. 海外進出とその課題

9軒中8軒の茶筌製造業者が海外に向けて活動を行っている。取引先は、フランス、イギリス、ドイツなどのヨーロッパやアメリカ、中国など様々である。

Cタイプの茶筌製造業者(茶筌組合所属)は、個人でJapan expoやパリ、ニューヨーク等でのイベントに出展し、個別での販路を確立している。また、Dタイプの茶筌製造業者のように、海外工場で大量生産した茶筌を独

自の販路で世界各国へ販売している例も見られる。経営規模の大きいC・Dタイプの茶筌製造業者では、個別で海外展開をしていることが分かる。また、茶筌組合としては、経済産業省が海外で主催するイベントに高山茶筌を出品するなど、海外での認知度向上に向けた取組みを行っている。

本調査で最も多かったのは、卸売業者が海外への出荷を行う形であり、A・Bタイプの全6軒の茶筌製造業者で見られた。茶筌製造業者の多くは製造に専念し、販売を卸売業者に一任している場合が多い。そのため、得意先への直接販売を除き、卸売業者が行う海外での販売形態や取引相手を把握することが困難となっている。そのため数軒の業者は現在の体制を不安視している。

3.4. 今後に向けての茶筌製造業者の意識

ここでは、各茶筌製造業者に聞いた「高山茶筌の今後への思い」と「茶筌の振興・伝統保持に向けた新たな取組み」の2点について述べる。茶筌組合ならびにいずれの茶筌製造業者においても、茶筌の今後を考え、新たな取組みを展開しているが、その手段や内容、思いが世代によって異なることが明らかになった。

3.4.1. 高山茶筌の今後への思い

Aタイプの茶筌製造業者の多くは、「子どもはいるが継がせるかは分からない。今は製造が順調であるがこの状態が続くとも限らない。長期的に見ると女性の社会進出などで、茶道人口、茶筌の需要が減少している状況なので、無理な押しつけもしたくない」と述べている。そのため、安定した材料確保や新たな顧客の創造など、「子どもが将来継ぎたいと思えるような環境づくりをしたい」という思いを第一に挙げる特徴がある。一方、60代の茶筌製造業者(B・Cタイプ)は、「若い世代には現状を踏まえ、今後をもっと真剣に考えてほしい」と述べており、世代間で今後のビジョンや各々の想いに差異がある。

また、一部の茶筌製造業者は、奈良県あるいは生駒市内における茶筌の認知度の低さを指摘し、地域学習などの教育活動を用いた子どもたちへの普及と認知度向上、行政との連携の必要性を述べている。

3.4.2. 茶筌の振興・伝統保持に向けた新たな取組み

茶筌組合では、竹林を再整備し、将来的に高山町内の竹林で原材料を確保することができる環境を目指している。2015年から、大学や市民団体と連携し、高山の竹林再生に向けた取組みが始まった。これは「子どもが将来継ぎたいと思えるような環境づくりをしたい」という茶筌製造業者の思いが詰まった取組みである。また、生駒市内の小中学校を中心に児童・生徒向けの茶筌作り体験なども開催されており、子どもたちへの活動を通して、

茶筌の普及と伝統保持を目指し活動している。さらに、敷居の高いイメージが持たれがちな茶道や茶筌に親しみを感じてもらい、気軽に茶筌を手にとってもらうことを目的に、各茶筌製造業者が新たな商品を製造・販売している(A～Cタイプ)。例えば、通常は黒色である茶筌の編み糸の配色を自由に選択して注文できる色糸茶筌や、マグカップでコーヒーなどを泡立てることができるように形を工夫した茶筌、ドットなどの模様が入った茶杓などである。さらに、SNSを通して、これらの製品の紹介や食後に茶筌で抹茶やコーヒーを泡立てて気軽に飲めるPRの発信が行われており、若年層への普及を目指している。このほか、Cグループの茶筌製造業者のように、竹製の食器や耳かきなど、茶筌にこだわらない製品の販売を行う例も見られる。

一方、茶筌組合に所属しないDタイプの茶筌製造業者は、伝統的工芸品にこだわることなく、「より良い材料を使用し、より良いものを消費者に届ける、そのためには場所は選ばない」という信念のもと製造を行っている。海外の自社工場で多くの現地従業員が茶筌の大量生産・品質管理することで、顧客に対し低価格で安定した供給を行い、ファックスで時代や需要に合った形で伝統の継承を目指す取組みがなされている。

4. 高山茶筌と行政の関係

4.1. 生駒市総合計画における高山茶筌の位置づけ

経済産業省が2016年に実施した伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けたアンケート調査では、全国の伝統産業における組合のマネジメント体制の課題として、体制の脆弱さを克服するための自治体等行政及び民間アドバイザーの活用が進んでいないことを指摘している⁽⁴⁾。また、茶筌製造業者への聞き取りでは、行政との連携を求める声も数軒で聞かれた。そこで、本章では、『第5次生駒市総合計画(後期基本計画)』⁽²⁰⁾を参考に、茶筌組合と行政との関わりや取組みの現状と課題について見ていく。なお、「第5次生駒市総合計画」は2009～2018年度を計画期間とする生駒市の基本計画であり、後期基本計画はうち2014～2018年度を対象としている。

生駒市は、高山茶筌や茶道具、編針などについて、地場産業としての一層の振興を図るため、前述のように1989年7月に高山竹林園を設置した。この「高山竹林園」や「茶筌」に関して、『第5次生駒市総合計画(後期基本計画)』では、「商工業」と「観光・交流」の2分野に記載がある。まず、「商工業」分野での行政の取組みは、経済振興課による竹製品の普及・啓発、後継者育成を図る取組みの支援、高山竹林園を拠点としたイベント、ホームページやリーフレットを通じた市の地場産業の周知、伝統的工芸品育成補助金・特産品振興補助金の交付であ

る。また、「観光・交流」分野での行政の取組みも、経済振興課が中心となっており、周辺自治体と連携して企画するイベントなどを通じた市の魅力発信、施設の充実、維持管理(高山竹林園・ハイキングコース・公衆トイレ)である。さらに、両分野での共通事項は、「具体的な事業」としての、お茶会と高山竹あかりの開催である。

これらの計画の実施状況に対する市民の満足度を調査した結果として、『平成27年度市民満足度調査結果報告書』⁽²¹⁾が挙げられる。これによると、「商業・工業」「観光・交流」の両分野は、「進捗実感度が低いものの重要度も低い」ため、ほかの項目の優先順位を勘案しながら、進捗実感を向上していくべき項目」として、改善分野〈領域C〉に位置付けられている⁽²²⁾。その他にも、多数の施策項目があるが、特に「商業・工業」「観光・交流」の両分野は全体を通して、市民にとっては施策重要度、進捗実感度ともに低い位置付けである。この結果を踏まえ、市では課題として、「商業・工業」分野では地場産業の振興に関する新たな取組みの実施、「観光・交流」分野ではより積極的な市内外へのPR、観光客のニーズの把握及びガイドの企画などを挙げている。

4.2. 高山竹林園における高山竹あかりの実施

『第5次生駒市総合計画(後期基本計画)』では、「商工業」と「観光・交流」の両分野で茶会と高山竹あかりの開催が具体的な事業として掲げられている。高山竹林園では、毎年10月の2日間にこの「高山竹あかり」というイベントが行われている。同イベントは、茶筌や茶道具、編針をはじめとした高山の地場産業の振興を目的に、高山竹あかり実行委員会及び生駒市の主催で1996年から毎年継続して行われてきた。なお、運営にあたっては、市から700万円の補助金が交付されている。また、茶筌組合、奈良県編針工業協同組合(以下、編針組合)、奈良県茶道具同業組合(以下、茶道具組合)の3組合から実行委員会を組織し、当日までに全体会議が10回ほど開いて準備が進められる。園内には、現代美術家の川井ミカコ氏によるデザインをもとに、茶筌組合、茶道具組合、編針組合に所属する職人が作成した作品が多数展示され、夜はろうそくの灯りで作品全体がともされる。当初は、いざよいコンサートという地元の有志による演奏会がメインで、高山竹あかりはそれに付随する形で運営されていたが、補助金不足でコンサートの運営が困難になり、現在は高山竹あかりを単独で行うようになった。

2014年からは、行政や現代美術家に加え、奈良県の大学生とのコラボレーションも実施している。例えば、奈良芸術短期大学の学生はポスター・パンフレット・会場マップ・Facebook画像のデザインなどを担っている⁽²³⁾。また、奈良県立大学の学生は、茶筌・茶道具・編針の製造などに関する取材を行い、Facebookページで発信し

ている。これらに口コミ等も相まって、参加者は年々増加傾向にあり、2013年は1,900人、2014年は2,450人(生駒市 2016)であった来場者が2015年には3,000人を超えた。特に、最近では学生によるSNSでの発信やポスターなどの影響もあり、若者層の参加も多くなっている。

4.3. 高山竹林園における入場者数及び抹茶体験人数

次に、生駒市が地場産業である高山茶筌の振興を目的に設置した高山竹林園と、振興に向けて実施している取り組みについて見ていく。

図3は、高山竹林園の入場者数を月別に表したものである。抽出期間は2007年度から2015年度の9年間である。全体を通して、10月の入場者数が多い。これは高山竹あかりの開催によるものである。次いで入場者数が多いのは5月である。とりわけ、2014年度の5月は8,110人と過去9年間の中で最多となっている。この人数の増加は、同月に近鉄によるハイキングが高山周辺で開催されたためである。それにより、全体の入場者数も2014年度では31,820名と最多になっている。このことから、入場者数はイベントが行われる時期に増加している。また、高山竹あかりの参加人数も増加傾向にあることから、全体の入場者数の増加にもつながっている。2014年～2015年においては、全体の入場者数が連続して3万人を超えている。

一方、夏場(6～7月)や冬場(12～3月)は子ども向けのイベントの実施(夏休み期間)や寒干しの実演展示(12～3月)が行われているものの、入場者数は比較的少な

い。入場者には年配者が多いが、前述の通り、高山竹あかりについては若者も多くなっている。また、入場者の約半数が大阪府や京都府などの県外からである。公共交通機関によるアクセスがあまりよくないため、自家用車での来場が中心となっている。

高山竹林園では、茶筌を使った抹茶体験も可能である。体験者は全体の入場者数の10%前後と少ないが、家族連れや外国人観光者の体験が多いという。

4.4. 高山竹林園関連のイベント数

高山竹林園と生駒市では、高山竹あかり以外にも茶筌や茶道具・編針などの地場産業の振興を目的としたイベントを実施している。これらのイベントの告知は生駒市発行の広報誌である「いこまち」に記載されている。生駒市では、広報誌「いこまち」を毎月2回発行しており(4月号、8月号、1月号は合併号の1回のみ発行)、同誌には、行政からのお知らせなどに加え、市に関するイベント情報も掲載されている、これをもとにして、2011年度～2015年度のイベント数を、①竹あかり関連、②茶筌関連、③その他に分類したものが図4である。これによると、①については開催月前の8～9月に広報される。②については4月、8月には初心者のための茶道教室、6月には茶杓削りと抹茶体験、2月には茶筌作りと抹茶体験と、茶筌関連のイベントが行われている。また、2月には2年に一度開催される茶筌感謝祭の案内も掲載される。③については親子生け花体験教室、七夕飾り展示、子ども向け工作などのイベントがある。さらに、2012年

(人)

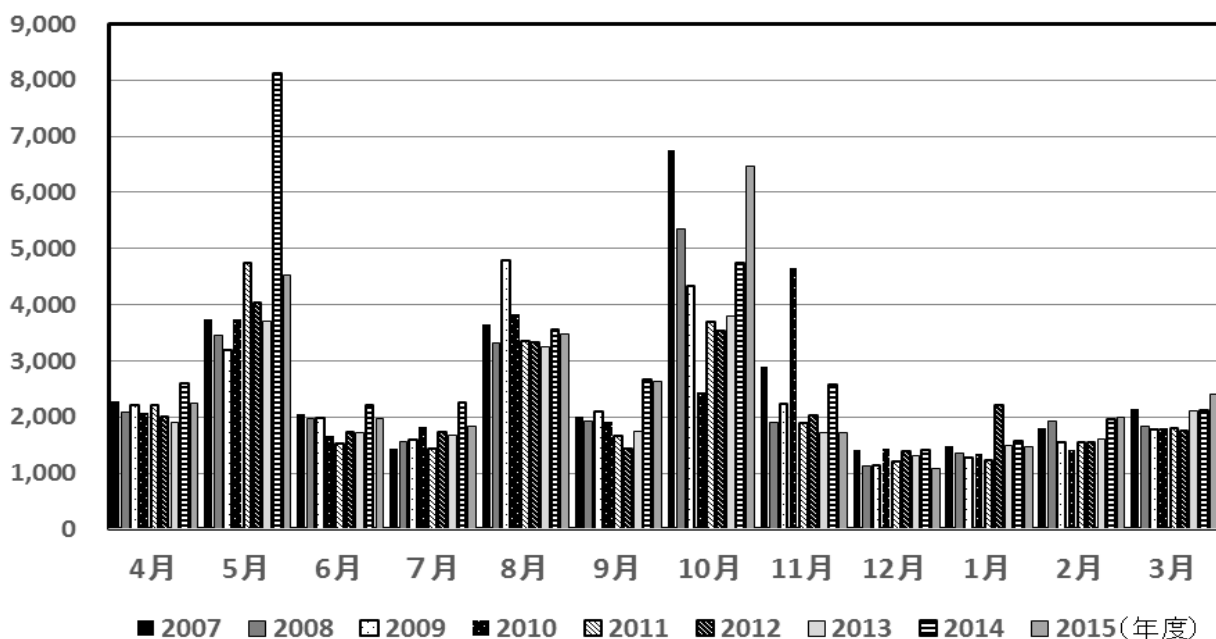


図3 高山竹林園における入場者数(2007-2015)

(高山竹林園の資料により作成)

から秋のハイキングや子ども向けのイベントなどが新たに企画されるなど、イベント数が年々増加している。なお、高山竹林園の入場者数(図3)と比較すると、イベントを同誌にて宣伝した翌月の入場者数が増加している。

図5は、高山竹林園入場者数とイベント数とを比較したものである。これをみると、過去5年間はイベント数が増加傾向にある。2014年度は、イベント数が少ないにも関わらず、過去9年間で最高の入場者数を記録している。これは、前述のように2014年に近鉄がハイキングイベントを開催したことによる。一方、2015年の入場者数はハイキングイベントの開催がなかったにも関わらず3万人を超えている。また、広報誌に掲載されたイベント数も過去5年間で最高となっている。このことから、全体を通して、イベントの企画が入場者数を増やす大きな要因の一つになっていると言える。

行政における取組みとして、生駒市では、地場産業に関連したイベントを多く企画し、運営していることが明らかになった。また、これらのイベントは高山竹林園などを活用しながら継続的に実施されている。子どもや親子向けに考案された工作教室など、多くの年齢層をターゲットにしている。そこには、イベントを通して、より多くの人に高山茶筌や竹の魅力を知ってもらいたいという運営側の願いがこめられている。

5. 高山茶筌をめぐる関係者間のつながり

本章では、ここまでに見てきた高山茶筌をめぐる関係者がどうつながりあっているのかを整理する。図6に、茶筌組合を中心に、高山竹林園や茶道具製造業者、国(経済産業省)などの関係を示した。なお、本文の文末に括弧で括られている英字は図6に対応している。

茶筌組合及び個々の茶筌製造業者と行政とは、行政か

らの伝統的工芸品指定やそれに伴う補助金の交付などでつながっている。茶筌組合には経済産業省から「伝統工芸品産業支援補助金」が交付されている(a)。また、生駒市は、茶筌組合に対して伝統的工芸品振興補助金を交付している。また、イベントなどを通して高山茶筌や竹の魅力を伝えようとする動きもある(b)。奈良県と茶筌組合との結びつきはあまり強くないが、観光ガイドブック(奈良県発行)に高山茶筌が取り上げられるなど、一部の茶筌製造業者との個人的な関係が見られる(c)。

高山町には竹材を使用した工芸品組合が3つ存在し、①茶筌組合、②茶道具組合、③編針組合である。これら3組合が共同で造形物の展示などをする取組みが、前章でも述べた高山竹あかりである(d, e)。高山竹林園・高山竹あかりはこれら3組合を結ぶ重要な施設・行事である。

一方で、高山竹あかり以外での3組合相互の結びつきは弱い。しかし、個々の茶筌製造業者と茶道具製造業者には個人間での付き合いがあり、茶道具製造業者が製造した茶道具を茶筌製造業者が買い付け販売する、いわば卸売業者のような役割を担っている(f)。また、茶道具製造業者のうち1軒は、茶筌の原材料となる竹を販売している。茶筌組合はここから組合として竹を購入している(g)。

高山町の茶筌製造業者の中にはDタイプもある。この茶筌製造業者の特徴は、中国や韓国にて、現地の竹を使用した中国産・韓国産の茶筌を大量に工場生産していることである。これは「高山茶筌」ではないが、茶筌製造のひとつの形として無視できない(h)。

なお、前述のように、茶筌製造業者が独自にウェブサイトやSNS等で、茶筌の歴史や製造工程、イベント、通信販売などについて紹介する例が増えてきた。また、茶筌について外国語で紹介するウェブサイトも見られる。

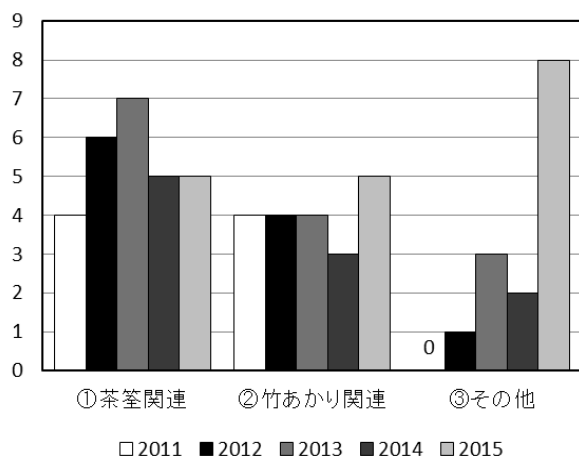


図4 高山竹林園関連のイベント数
(生駒市広報誌「いこまち」を用いて作成)

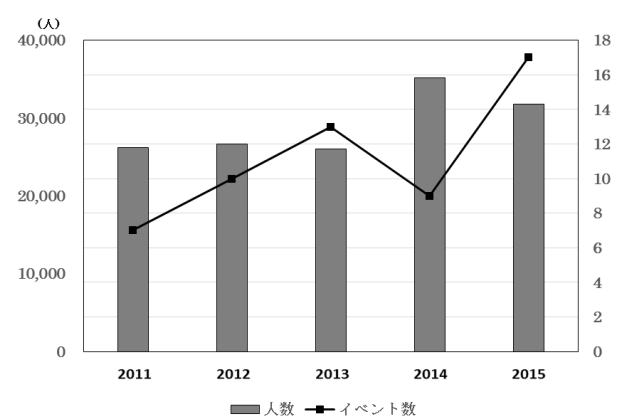


図5 高山竹林園入場者数とイベント数との比較
(生駒市広報誌「いこまち」, および高山竹林園での聞き取りにより作成)

英語のウェブサイトでは、茶道の文化や茶釜の歴史、製造工程等が紹介されていることが多い。一方、中国語のウェブサイトでは茶釜の製造工程と通信販売の紹介が目立つ。このように、使用言語によってウェブサイトに掲載される茶釜についての内容に差異がある。

以上に見てきた、高山茶釜をめぐる関係者間のつながりから、主に情報発信に関して3点の課題を指摘する。第一に、現状では消費者等はインターネットで茶釜に関する知識を得ることはできても、高山町で茶釜やその関連産業に親しむことは難しい。高山竹林園において、茶釜や竹に触れる機会やイベントは設けられているが、生駒市の広報誌における情報発信が中心となっている。茶道や茶産地、茶業などの関係者が、高山茶釜の産地に触れる機会を設けることも、一般向けにはほとんどない。

第二に、茶釜組合のウェブサイトは、トップページの「新着情報」を見る限りでは2012年4月12日から更新されていない(2018年7月現在)。他方で、一部の茶釜製造業者はSNSを積極的に活用した情報発信を行っている。SNSへの投稿内容は、色糸茶釜など新たな作品の紹介や、

催し物への参加報告など多岐にわたっており、多くのコメントが寄せられるなど反響も大きい。こうした動きの活発化は、茶釜産業全体の顧客増加や、高山町の活性化につながり得る。茶釜組合のウェブサイトがこれらへのリンクを張ったポータルサイトとなれば、組合の対外的な存在意義も大きくなるのではないだろうか。

第三に、日本の茶道文化への海外での関心が高まり、茶釜製造業者の中には積極的に海外進出を図る動きがある一方で、外国語版のウェブサイトで知り得る高山茶釜についての情報は乏しい。高山竹林園等での外国語による展示解説やアクティビティもほとんどない。インバウンド観光への対応はまだまだである。

6. まとめと展望

本研究の目的は、高山町における茶釜製造の現状、特に高山茶釜をめぐる行政の取組みや主体間関係を明らかにし、それらをふまえ今後を展望することであった。本稿では以下の4点が明らかになった。

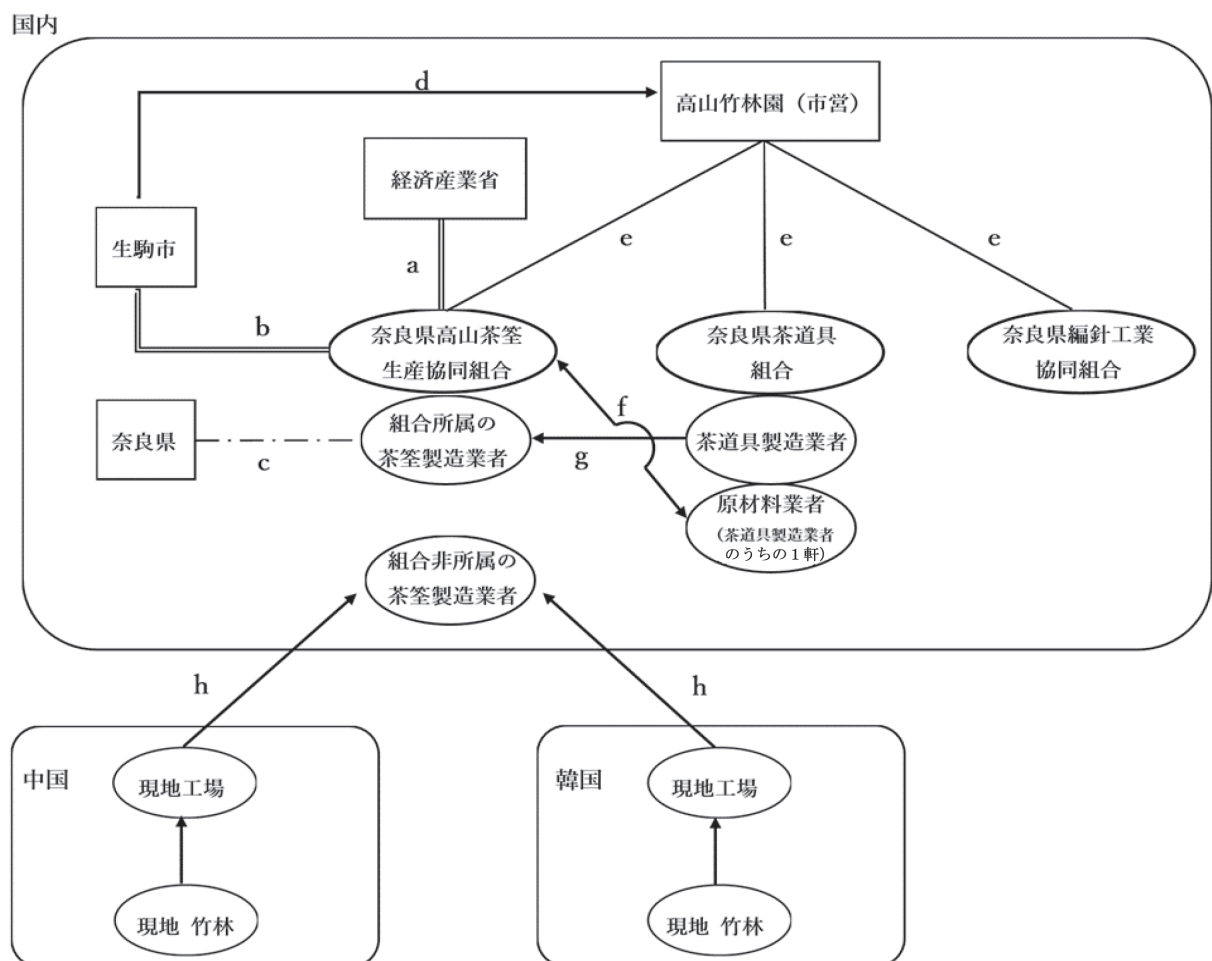


図6 高山茶釜をめぐる主体間関係

(聞き取りにより作成)

第一は、高山茶筌製造業者の経営実態である。高齢化が進んでおり、後継者の確保が課題となっている。また、茶道人口の減少に伴い、茶筌の需要も減少している。近年は中国製茶筌の価格高騰によって高山茶筌の需要が高まっているものの、それに対する生産が追いついていない。一方で、新たな顧客創造や高山茶筌の魅力を発信するための取組みも見られる。茶筌組合では、茶筌づくりや抹茶に関する体験を提供している。また、各茶筌製造業者では、色糸茶筌や模様入り茶杓などの製作、SNSでこれらの製品情報を発信するなどの動きも見られる。茶筌は古くから形状や使用方法など決まっていること、取引先の多くが茶道関係者であることから、茶筌製造業が今後大きく成長することは困難である。しかし、産地の茶筌関係者の連携・協働が今後への可能性を増大させる。特にDタイプの製造業者に対する茶筌組合員の見方はこれまでの経緯もあって複雑であるが、生産力や経営方式に関しては、高山茶筌を今後も継続させるためのヒントがあるように思われる。また、経営形態などは違えども、根底にある伝統の伝承・継承や茶筌の更なる発展を望む熱い思いは、高山茶筌に携わる人々全員に共通していると言える。

第二は、原材料の確保に関する問題である。竹林の荒廃の深刻化により、宮川(1998)の調査時よりも淡竹の仕入れ先が広範囲に拡大していること、また、煤竹については、古民家の減少から入手すら困難な状況となっていることが明らかになった。竹の価格も年々上昇しており、茶筌製造業者の悩みとなっている。例えば、和紙産業においても原材料確保の問題が深刻しているが、原材料の販路を拡大するため、全国及び海外にネットワークを広げていく工夫をしている(竹澤 2011)。高山茶筌においても、茶筌組合と生駒市、市内の小中学校が連携し、子どもたちと竹林整備などを行った後、切りだした竹を使用した工作教室を開き、完成した作品を高山竹あかりで展示するなどの活動を通して、竹林の再生を目指すことが可能であると考えられる。今後は行政と地域が一体となって原材料確保に向けた取組みを実施していかなければならないであろう。

第三は、高山茶筌に関する行政の取組みである。生駒市は主に商工業と観光の両分野で取組みを行っている。また、補助金の交付などにより高山茶筌関連の産業を支援している。しかし、市民一般の高山茶筌に対する意識は低い。市でも積極的なPRやイベントの企画を行っているが、それと同時に市民の主体的な参加も推進していかなければならない。また、奈良県行政の茶筌組合とのつながりは強くない。県や市が高山町や高山茶筌を地域資源として価値づけ、これらに関心をもつ人を増やす努力や工夫をしていくことが必要である。

第四は、以上を踏まえた高山茶筌をめぐる主体間関係

である。高山町の茶筌組合・茶道具組合・編針組合の3組合の中でも、茶筌組合は生駒市とつながりを有しており、原材料確保のために連携する動きも見られる。また、市の高山竹林園では2017年に指定管理制度が導入され、茶筌組合が指定管理者となっている。伝統産業の主体間関係をより強固にしていくことは、将来に向けて大きな意義がある。今後、高山茶筌製造業者だけでこの伝統産業を担うのは難しい。県や市からの援助や、高山茶筌に関心をもつ主体との協働が必要である。

子どもたちへの教育にも可能性が開かれている。例えば持続可能な開発のための教育(ESD)の観点を踏まえると⁽²⁴⁾、以下のような取り組みが考えられる。まず、竹の伐り出し体験や茶道体験、茶筌の糸かけ体験、製造業者へのインタビューを行うなどして、子どもたちに問題意識を持たせる。次に、体験活動の中で生まれた疑問を探求し、自分たちでできることを考える。学習を通して、成果を地域に発信したり、地域活動に参画したりするなど、子どもたちが主体的になって高山茶筌に関わる機会を増やしていくことが重要である。さらに、地元の小中学生だけでなく、保護者や地域住民を活動に巻き込むことで、地元全体で茶筌をサポートしていく形にすることが考えられる。

それでも、現在の伝統産業において、伝統的な生産様式を守っていくのか、新しい製品を積極的に開発していくのか、社会のニーズに合わせて常時大量生産をしていくのかなど、同じ高山町という伝統産業地域の中でも各々見解が分かれている。伝統を重視しつつ、地場産業として発展させていくには、多様な主体による連携のあり方を吟味することが重要である。今後、複数の伝統産業を比較するなどして、その方法を模索していきたい。

なお、本稿執筆後に月刊『地理』の特集「竹と人が織りなす世界」への執筆依頼があり、本稿の内容に関連した一般向けの読み物として河本(2018)を出している⁽²⁵⁾。写真や、茶筌製造業者によるSNS発信については、本稿よりもそちらのほうが充実しているので併せて参照されたい。

謝 辞

本稿の作成にあたり、生駒市高山竹林園の職員の皆様、奈良県高山茶筌生産協同組合の皆様、各茶筌製造業者様をはじめ、茶筌に関わる多くの方々にご協力を賜りました。厚くお礼申し上げます。なお、本稿の内容の一部は、2016年7月2日の竹林景観ネットワーク第18回研究集会(於：島根県中山間地域研究センター)、2016年9月13日の第11回日韓中地理学会議(於：ニューオータニイン札幌)、及び2017年1月27日の竹林景観ネットワーク第19回研究集会(於：奈良教育大学)で発表しました。

註

- (1) 日本政府観光局(JNTO)の「統計データ(訪日外国人・出国日本人)」によると、東日本大震災の発生した2011年以降、2017年までの訪日外客数及びそのうちの観光客数は年々増加している。
<https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/>
(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (2) 例えば、毎年ドイツのフランクフルトで開催される消費財見本市「アンビエンテ」には、経済産業省の支援を得て一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が日本各地の伝統工芸品を出展している。2015年には高山茶釜も出品された。経済産業省(2015):「日本の伝統的工芸品を世界最大級の消費財見本市でPRします!~ドイツで開催される『アンビエンテ2015』に出展~」。
<<http://www.meti.go.jp/press/2014/01/20150126002/20150126002.html>>
(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (3) 文部科学省(2017):『小学校学習指導要領(平成29年告示)』。<http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/micro_detail/___icsFiles/afieldfile/2018/05/07/1384661_4_3_2.pdf>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (4) 生産額が2009年度に約1,281億円となり、1980年代の4分の1にまで減少している。また、伝統産業存続のための人材・後継者不足も深刻な課題となっており、1970年代後半から30年の間に3分の1にまで減少していることに加え、高齢化が進みつつあるのが現実である。このような問題の背景には、若年層における「就労意識の変化」や盤石とは言い難い伝統産業への従事に対する「将来への不安」があることが指摘されている。経済産業省(2017):『平成28年度伝統的工芸品産業支援事業(伝統的工芸品関連事業者の自立化に向けた調査)報告書』。<http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono_nichiyo-densan/houkokusyo.pdf>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (5) 竹澤(2011)はモノから「精神的な充足を満たすもの」へと消費の傾向が変わりつつある現代では、職人の手作業によって作られる伝統産業には「商品に人間的な温かみや温もりを感じる」という意味的価値が創造されるとした。竹澤文江(2011):「伝統産業における価値創造と職人の育成—和紙産業を事例として—」。LEC 会計大学院紀要9, pp.137-147
- (6) 箱田(2012)は越前打刃物の全国に占める刃物のシェアの低下を指摘し、その要因として伝統的な製造方法が機械化された技術に追いついていない点、製造業者の零細化が進んでいる点などを挙げている。箱田昌平(2012):「越前武生の打刃物の隆盛と衰退」追手門経済論集46(2), pp.191-218
- (7) 伝統的工芸品産業の主体間関係について述べた研究には、竹内(1976)や須山(2004)などがある。竹内淳彦(1976):「川口市における鋳物業集団の構造」地理学評論49(12), pp.780-791。須山聡(2004):『在来工業地域論』古今書院, 296p
- (8) 「茶釜」と表記されるのが一般的であるが、「筌」の字には物を洗う道具である「さら」としての意味を含み、本来の目的である「茶を点てる」という事柄から逸脱してしまう。また、高山茶釜は芸術の域にまで高められたものであると考えられている。そこで、茶釜組合においては「筌」の字をあててことで統一している。本稿も同組合に従い「茶釜」と表記する。なお、海外生産を展開する組合非所属の製造業者も「筌」の表現を用いていることから、これらの表現も尊重し、輸入品なども含めて「茶釜」と総称する。また、①1975年に「伝統的工芸品」の認定を受けたこと、②2006年4月1日には、同組合によって高山茶釜が「奈良県生駒市高山町周辺で生産された茶釜」として商標登録されたことから、組合所属の18軒の製造業者によって製造された茶釜を「高山茶釜」と表記する。
- (9) 毎日新聞地方版(2016年4月12日):「やまと人模様 県高山茶釜生産協同組合理事長 谷村佳彦さん/奈良」。
<<https://mainichi.jp/articles/20160412/ddl/k29/070/641000c>>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (10) 浜谷正人(1966):「生駒山地の1工業村落—農村工業の経営主体について—」人文地理18(6), pp.653-660
- (11) 西田和夫(1986):「生駒市高山の茶釜産業に関する歴史地理学的研究」関西外国語大学研究論集43, pp.157-171
- (12) 宮川泰夫(1998):「竹細工の工芸化と茶釜工芸産地の変容—地域の構造と地域の計画—」比較社会文化4, pp.65-86
- (13) 生駒市公式ホームページ。
<<http://www.city.ikoma.lg.jp/>>(最終閲覧日:2018年10月3日)
- (14) 角川日本地名大辞典編纂委員会(1978):『角川日本地名大辞典29奈良県』, 角川書店, 1512p
- (15) 奈良県高等学校教科等研究会歴史部会(2007):『奈良県の歴史散歩 上 奈良北部』, 奈良県高等学校教科等研究会歴史部会, 312p
- (16) 茶釜製造には、淡竹のほかに黒竹(紫竹)や煤(すす)竹も使用され、流派によって使用される竹の種類が異なる。
- (17) 茶釜は、穂の数によっても分類がなされる。通常は、常穂(64本立)、数穂(72本立)、一般に好まれる80本立、100本立、120本立が主流となっている。しかし、茶釜は穂先の数や形状、長さなどは各流派によって定められており、高山町では60種余の茶釜が各流派や用途等に応じて製造されている。
- (18) 経済産業省(2011):「伝統的工芸品産業をめぐる現状と今後の振興施策について」。
<http://www.meti.go.jp/committee/summary/0002466/006_06_00.pdf>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (19) 徳永陽子・荒木光(2007):「竹林と環境」京都教育大学環境教育研究年報15, pp.99-123
- (20) 生駒市市長公室政策企画推進課(2015):『第5次生駒市総合計画後期基本計画(改訂版)—市民が創る めくもりと活力あふれるまち・生駒—(平成28年4月)』, pp.120-123。<<http://www.city.ikoma.lg.jp/cmsfiles/contents/0000000/296/sokeikaitei.pdf>>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (21) 生駒市(2016):『平成27年度市民満足度調査結果報告書』, p.131。
<<http://www.city.ikoma.lg.jp/cmsfiles/contents/0000011/11559/0001.pdf>>(最終閲覧日:2018年7月20日)
- (22) 市民が5段階評価し全体の平均点を出したのをまとめたものである。施策の重要度は各分野の重要性について①重要を100点、②やや重要を75点、③普通を50点、④やや重要でないを25点、⑤重要でないを0点とした。「4年後のまち」の姿の進捗実感度は、各分野における市の現状を①そう思うを100点、②どちらかというとそう思うを75点、③どちらとも言えないを50点、④どちらかというとそう思わないを25点、⑤そう思わないを0点、⑥判断できないを除外とした。生駒市総合計画審議会

(2015)：『平成26年度生駒市総合計画進行管理検証報告書』, pp.175-177, 178-179.

<<http://www.city.ikoma.lg.jp/cmsfiles/contents/0000000/321/05001.pdf>> (最終閲覧日：2018年7月20日)

- (23) 奈良芸術短期大学ウェブサイト：産官学連携プロジェクト 高山 竹あかり.

<<http://www.naragei.ac.jp/%E9%AB%98%E5%B1%B1-%E7%AB%B9%E3%81%82%E3%81%8B%E3%82%8A/>> (最終閲覧日：2018年7月20日)

- (24) 国立教育政策研究所による「持続可能な社会づくり」の構成概念は、自然環境や社会環境が持続可能であるかどうかを評価する実態概念(多様性, 相互性, 有限性)と、人や集団などの意思や行動が持続可能な社会づくりに資するものであるかどうかを評価する規範概念(公平性, 連携性, 責任性)から成り立っている。後藤田・中澤(2016)は、①この実態概念と規範概念は、ESDにお

ける学習課題を見出すツールとして十分に利用できること、②さらに規範概念は人の意思や行動を評価するものであることから、自己の意思や行動を決定する際の指標でもあり、ESDで育てたい価値観であると捉えることも可能であると述べている。高山茶釜の場合、①荒廃した竹林が将来世代のために有効に使用できない現実、②製造業者の高齢化に伴う伝統保全の危機が有限性の概念に、③高山茶釜における主体間関係が決して強くない現実が連携性の概念に当てはめることができる。後藤田洋介・中澤静男(2016)：「持続可能な社会づくり」の構成概念とESDの視点に立った学習指導で重視する能力・態度に関する一考察—実践事例の抽出検討による考察—, 奈良教育大学紀要65(1), pp.169-181

- (25) 河本大地(2018)：茶道に欠かせぬ茶釜の産地—奈良県生駒市高山町の茶釜製造と竹林をめぐる状況—, 地理63(5), pp.48-55

