

# 論文審査及び最終試験結果報告書

課程博士

地域社会研究科 地域社会専攻 地域産業研究講座

学籍番号

18GR107

氏名

譚謙

審査委員

(自署又は記名押印)

主査

黄孝春

副査

内山 大史

副査

佐藤 光輝

(論文題目)

工芸産業のリ・デザイン  
—中川政七商店のビジョナリーブランディング—

(論文審査の要旨)

危機的状況に陥っている工芸産業において、工芸品を現代の生活コンテクストに馴染むものにリ・デザインし、工芸産業の産業システムそのものにもイノベーションを巻き起こす中川政七商店の取り組みが注目されている。同社は「日本の工芸を元気にする！」というビジョンを基盤に、それを具現化するブランディング・デザインを多面的に推進している。本論文は、このようなブランディング・デザインのプロセスがどのように展開され、それが中川政七商店の成功ないしは工芸産業のイノベーションを可能としてきたのかを明らかにした意欲的な研究で、独創的な発見がある。とくに評価されたのは次の3点である。

まず、歴史資料やデザイン史における先行研究を参照し、輸出用手工業製品の開発が、明治初期から当時の主要な国家事業としてトップダウン的に展開されており、そのプロセスで「工芸」概念が形成されたこと、在来の手工業製品を先端輸出品としてリ・デザインするために国家主導で産地へのデザインの提供や、デザイン指導者の養成が行われており、そのプロセスで「デザイン(図案)」という概念が日本に移入されてきたことを明らかにした。

次に中川政七商店の事例を通して、従来の工芸産業において圧倒的な存在であり続けた地域ブランド戦略に対して、企業ブランド戦略が、工芸産業の需要開拓とその活性化に有効なアプローチであることを明らかにした。

最後に中川政七商店の企業ブランド戦略が実現されるプロセスにおいてデザインが果たした役割、具体的にはビジョナリーブランディングを、ベルガンティが提唱したデザイン・ドリブン・イノベーションの諸概念を用いて分析し、同社が他の複数の企業を巻き込みながら、どのようにデザイン・ドリブン・イノベーションを実現し、工芸品や工芸産業の意味を革新してきたのかを明らかにした。それにより、中川政七商店のブランディング・デザインがマーケット・プル(Market Pull)型アプローチでは説明しえるものではなく、工芸産業におけるデザイン・ドリブン・イノベーションの実践であるとの結論が示された。

(最終試験結果の要旨) 最終試験実施日: 令和 4年 8月 6日

本論文は、中川政七商店のSPA(製造小売り戦略)とDDI(デザイン・ドリブン・イノベーション)の融合プロセスを明らかにしたものである。このリ・デザインのシステムは日本や海外の企業においても再現できるものか、またこの事例研究から得られた成果の学術的位置づけ、理論的インプリケーションをもっと明確にすべきなど、今後取り組むべき課題が残っている。

公開審査会・最終試験において議論・指摘された点はいずれも本研究を今後さらに発展させるための課題として位置づけられるものであり、主査および副査の協議により全員一致で合格適当と判断された。