

住民にとって大島紬とは

奄美大島の若者と売り手のインタビュー調査から

法文学部人文学科3年 福山ひまり

①大島紬について

鹿児島県 国指定の伝統工芸品
「大島紬」「川辺仏壇」「薩摩焼」

【特徴】

軽くて暖かい 手織りで綿100%
シワにならない 細かなかすり模様

【歴史】

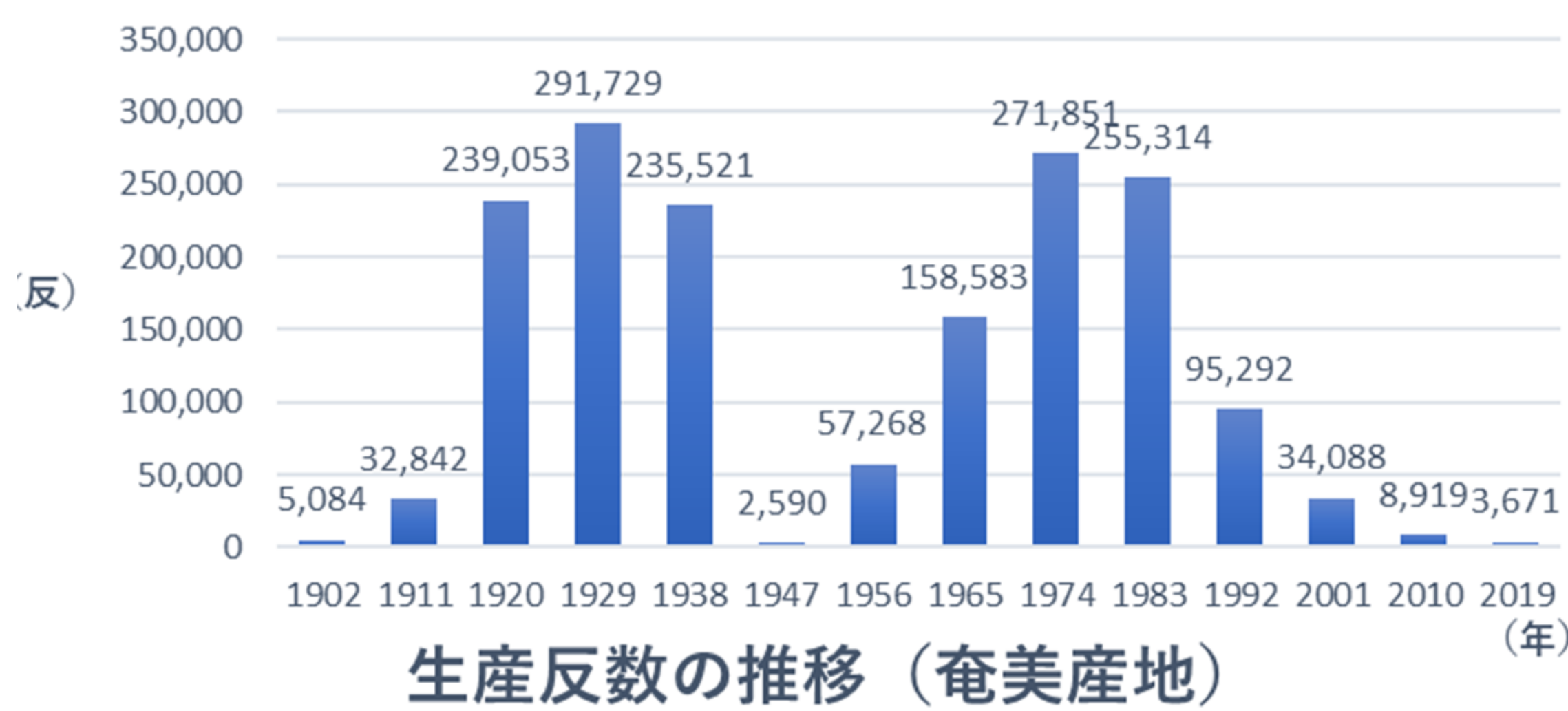
1870年代 商品として市場で取引が開始
奄美大島独特の泥染めが定着
1902年頃 締機が開発され、現在のよ
うな緻密な柄を作り出す技術が
できた
1975年 国の伝統的工芸品に指定された



龍郷柄：本場奄美大島紬協同組合
ホームページより引用

【生産反数（奄美産地）】

生産反数のピークは1970年代前半
現在は約3000反まで減少



図：本場奄美大島紬協同組合ホームページより作成

生産数減少の原因として

- ・人々の着物離れ
 - ・生産者の高齢化・後継者不足
- などが挙げられる

生産地奄美の人々の問題意識を整理することで
売上を伸ばすことに繋がるのではないかと・・・

そこで

「大島紬の売り手」と「奄美大島出身の若者」への
インタビュー調査から大島紬に対する住民意識を明
らかにする

②売り手へのインタビュー調査

- ・R3 10月23日14時～16時 名瀬の中央アーケード通り付近での現地調査
- ・1店舗につき10分～20分ほど聞き取りを行った
- ・主な質問項目：取扱商品や客層、時代ごとの売上の推移

店舗名	立地場所	外観や店の広さ	主な売り物	ターゲット
つむぎのにし	中央アーケード内	高級感がある外観で店内も広々としている	着物,洋服,小物	地元客
川畑呉服店	中央アーケード通りの北側	現代風の外観 座売り	レザー×紬,贈り物用	地元客,観光客
前田織物	中央アーケード通りの北東	客4人入るほどの広さ	小物,洋服	観光客
紬のとくやま	中央アーケード内	外からでも店内の様子が見える	小物,反物の量り売り	地元客

4店舗の共通点

- ・観光客は着物より小物を購入する傾向にある
- ・地元住民もお土産や贈り物用に小物商品を購入する
- ・着物を購入する客はほとんどが地元住民である
- ・20年ほど前から小物販売を始めている

☆「小物の売り上げだけでは営業は続けられない」という意見も

③奄美出身者へのインタビュー調査

協力者1：20代女性,高校まで奄美大島で過ごす,鹿児島市にきて現在3年(R3 12月1日11時～12時実施)

協力者2：20代男性,中学まで奄美大島で過ごす,鹿児島市内の高校卒業後

県外の専門学校に進学,現在は鹿児島県内で働いている (R3 12月4日10時～11時実施)

- ・主な質問項目：大島紬を持っているか,紬は身近な存在であるか,将来紬をプレゼントするかなど

共通していた点

- ・実家には母親の着物が1着以上あり、自身も名刺入れやネクタイを貰った経験がある
- ・地元奄美のことを伝えるために、伝統ある大島紬を引き継いでいきたいという思いがある
- ・高級で普段身に着ける機会がないため、身近な存在ではない

共通していなかった点

「将来、着物を購入するか」という問に対して

協力者1：親から譲り受けるため新しいものは購入しない

協力者2：親から譲り受けないため将来自身の子のために購入する可能性は大いにある

④インタビュー調査から明らかになった事

売り手：小物よりも着物を売らなければならない

若者：紬の伝統を受け継いでいきたい

願望

ギャップ

現状

売り手：着物の生産数や売り上げは減少傾向

若者：高額であり,家にある場合新しく買わない

⑤これからの展望

丈夫という紬の良い性質が購買欲求を抑えている
⇒県外の新たな顧客を獲得する必要がある

- ・原絹織物の活動：藍染とのコラボレーション
- ・大島紬アンバサダー：全国の大島紬ファンによる大島紬PRプロジェクト

一方で地元鹿児島の人たちが大島紬を身近に感じられる活動も必要である